

売れ悩んだ平屋が
インテリアを強化すると

新型コロナウイルス感染症
に罹患された皆さま、およ
び関係者の皆さまに心より
お見舞い申し上げます。

盛況 観客 消費 合 口 が 消えた

商品化のポイント



「このまま建ててもいいですか!?!」
そんな質問が劇的に増えましたね

—株式会社レジデンス 代表取締役 樋口光浩氏—

セミナー
情報

平屋住宅成功事例公開セミナー2021
2021年2月12日(金)19日(金)26日(金)
3月5日(金)12日(金)19日(金)
お問い合わせNo. **S068733**

<主催>  株式会社船井総合研究所

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル
TEL : 0120-964-000 (平日9:30 ~ 17:30)

- お申込みのお問合せ : 中田 (ナカタ)
- 講座内容のお問合せ : 酒見 (サカミ)

3LDK中庭プランモデルハウス



↑外観の形状から先に決め、正面から見たときに片流れ+パラペットになるように間取りを検討。庭が正面から見えないように建物全体がL字型になるように設計。



←玄関を開けた瞬間に好印象を持ってもらうため、正面に奥行きを感じられる窓を床の上に設けることで、奥に日常的景色が見えなくて済むようにし、上部にはエコカラット+間接照明を設置。

↑キッチン前にデスクカウンターを設け、子供の勉強スペースや、中庭とLDKを一体化させたホームパーティースペースを演出。



←中庭を見ながら作業できるようにキッチンを設置し、かつダイニングテーブルをつなげて家事導線の向上とスタイリッシュな雰囲気を実現。



←勾配天井を玄関・ホール・廊下にも採用することで、玄関から開放感を感じながらリビングへ行けるようにした。玄関戸を開けた正面に1枚の大きいエコカラットを天井近くまで貼ることと、玄関照明をペンダントにしたことで、天井がより高い印象を与えるようにした。



↑決して広くはないキッチンが、勾配天井となっているLD側から見て、閉塞感をなくしたかったが、構造上必ず柱を立てなければならなかった。しかしデコマドを入れることで開放的かつオシャレな印象となった。



←屋根のある広めなテラスを設計。キッチン・リビング・洗面室からの充実した動線に、採光確保が懸念材料だったが、天窗を採用し、隣家からの視線を気にせず採光を確保可能に。



高天井・テラスプランモデルハウス

↑勾配天井で最大限の天井高を設けることによって広い空間確保し、高い位置に窓を設けて南側からの明るい光を取り込める。



3LDK+ロフトプラン モデルハウス



↑キッチンにしながら会話ができるようにロフトをキッチンの正面に配置。より長くロフトを使用してもらいたいため、ハシゴではなくシステム階段に。

↑内装は、モトーンの差し色に明るめの木目柄を使用。モトーンではあるが、ブラックの使用面積は少なく、印象に残りやすい部分にのみ採用。洋室のアクセントクロスなどは明るい色にしたかったが、モトーンの印象を壊したくなかったため、各室入り口側の壁にアクセントクロスを使用した。



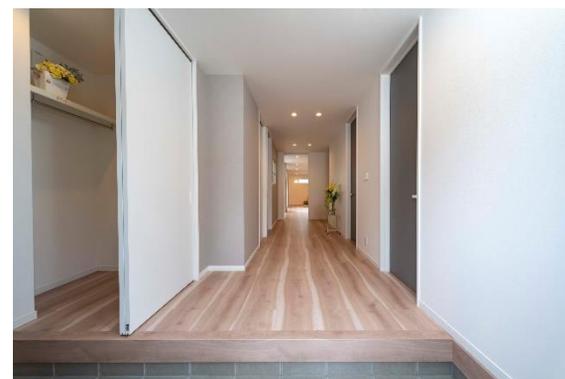
↑キッチンと洗面室を隣接させたかったため、日ごろから要望が多い「リビングに入る前に手を洗う」ための小さな手洗い器を玄関ホールに設置。



←建物内は全体的に明るい色にしつつ、効果的にグレーを多用することで、グレーを基調に見える印象にした。全体は非常に明るい色となっているため暗い印象にはならず、差し色のイエローが少し可愛いイメージを与えている。



←主寝室にリビングと同じサイズの掃き出し窓を配置し、外観の統一感と室内への採光を確保。中廊下のため、主寝室の掃き出し窓の採光が廊下に届くように、主寝室の廊下側に室内窓を設置。



↑玄関を開けると真っ直ぐにリビングへ続く幅広の廊下となるため、床材も通常の303mm幅ではあるが溝なしデザインのものにし、1枚板を敷いているように、より一層廊下の幅が広く見えるようにした。

3LDK広々26帖+ 畳コーナープランモデルハウス



↑LDKは間口も奥行きも感じられるとても広い設計に。建物面積が大きくなるため、和室ではなく畳コーナーを設け、キッチンからも視線が届きやすい位置に配置。

元家具屋だからこそ インテリアの重要性に 気づいていました



山口県下関市
株式会社 レジデンス
代表取締役 樋口光浩氏

デザイン住宅で培ったコーディネート術と、ローコスト住宅で学んだ低価格で作るノウハウを武器に、2019年に平屋専門店「平屋の窓口」をオープン。カー目で好きになるデザインを武器に10カ月着工待ちの人気工務店へと成長した。

弊社の平屋はいかがでしたか？

ブランドを始めたのは2年前。今では1番のメイン商品になりました。

請負額は1600万～1800万、粗利も550万と利益率も抜群。

「このまま建てたい！！」 そんなありがたいお声で大好評です。

ご紹介が遅れました。私、株式会社レジデンス、代表の樋口と申します。

今期は社員10名で売上10億を達成。船井さんから「生産性大賞」をいただきました。

平屋のブランドなんて成立するの？私もそう思っていました。

しかし物は試しですね。本当にやってよかった。

平屋ってほとんど「他社競合」にならないんです。

いえ、正確にいうと「ならなくなった」という方が正しいでしょう。

実はスタート当時、辞めようと思ったほど上手くいかない時期がありました。

平屋の集客は最初から絶好調でした。

オープンは2日で40組以上が来場。その後もイベントの商談テーブルは常に満席。

しかし、3ヶ月が過ぎても契約が一向に上がらないのです。

「何でこんなことが起こっているんだ・・・」

気になった私はこみ上げる怒りを抑え、商談をこっそりのぞいてみることに。

すると、2つのポイントが見えてきたのです。

①安さの打ち出しが、合見積もりを引き起こしている



▲当時のチラシとホームページ。550万が大きく目立っていることから建替層（50代以上）とローコスト層が多く来場。合い見積もりや、見込みの薄い商談が頻発していた。

②モデルに原因？ 来場客が平屋の良さに共感していない



▲安さを優先し、当時商品としてあったローコスト住宅と同じ仕様でモデルハウスを建築した。営業時に平屋のライフスタイルを上手く提案できず、ローコストの2階建に流れることも多かった。

その後は試行錯誤の繰り返し。1年が過ぎたころでしょうか、ルールが見えたのは。

「ちょっとおしゃれな平屋」が欲しい30～40代が 1番購入確立が高いということがわかってきたのです。

この客層に集中したことで契約は急増。その際に取り組んだことは3つありました。

① 1800万は超えない！でも、デザインも手を抜かない！

まずはリビングの開放感を意識。ハイドアを標準仕様にし、勾配天井を採用。

建具はデザイン性を優先し、ウッドデッキもあると平屋の良さが引き立ちます。



▲ハイドアはお客様の反応が抜群。家具もコーディネータがモデルハウスごとにデザインしている。



▲このモデルと同じデザインにしてほしいという声が増えた。

お客様の反応は抜群。夫婦で顔御見合わせて、「こういう平屋がいいね」

「このデザインそのまま欲しいです」営業がし易くてしょうがない！

ただポイントがあります。それは**1800万以内**に抑えること。価格が

あがると、オシャレでもお得感が消える。すると、他社と比較をするんです。

②ターゲットは、平屋モデルハウスと広角の内観写真で集める

「平屋が欲しい！」というお客様は営業がやりやすい。それは1度掴んでしまえば他社に行きにくいからです。

「平屋好き」なお客様の特徴は、平屋の「ライフスタイル」や「解放感」を好むこと。そして実際に見学できるモデルハウスを探していることです。

チラシで打ち出すのは、「プロ」が撮影した開放感のあるリビング写真。そして「平屋モデルハウスオープン」の告知。

これだけで「平屋が欲しい」お客様の割合が増えるんです。



◀▲オープン当初は掲載していた550万の金額を完全に削除。
平屋ならではの開放感を前面に打ち出すデザインに変更したことで、
メインの客層が50代から30代に大きく変化した。

③他社平屋と差別化。それは圧倒的な商品ラインナップにあり

平屋を建てられること自体は珍しくありません。選んでもらうには「決め手」が必要です。それが「プロっぽさ」であることがわかりました。

お客様はこの会社が「平屋のプロ」と感じれば競合は消えていきます。

そこで力を入れたのがプラン数。平屋の窓口では10から100に増やし、

ホームページにも掲載。すると来場の数も目に見えて増加。

「ウチは専門店だからこそできる品揃えなんですよ！」

自信に満ちた営業の声も聞こえてくるようになりました。

RYEW30-2 【3LDK+タタミコーナー】4~6人家族様にぴったりプラン




※使用画像はCGによる完成イメージです。

坪数・㎡数	30.93坪/102.27㎡	金利	0.875% 変動金利
建物価格	1,391万円 (税別)	返済期間	35年
付帯工事	298万円 (税別)	借入額	2,557万円
土地価格	700万円	月々支払い	70,700円 ボーナス支払い無し
合計	2,557万円 (税込)		

▲ホームページ上のパースをクリックすると細かな間取りも確認できる。今までの閲覧時間も3倍以上に伸びた。



◀ パースを整備し、プラン数を増やすと反響は倍増した。

いかがでしたでしょうか？今回は弊社が2年間で取り組んだ1部をご紹介します。

2019年にスタートした平屋の窓口。

半信半疑で始めた平屋ビジネスでしたが、昨年45棟契約のうち、22棟が平屋のブランドです。

今振り返ると書ききれないほどのメリットがありました。

- ・ 広告はチラシのみでWEB（ホームページ）の広告は0円
- ・ ホームページは「うちの県でも建てられるか」の問い合わせが全国から来るほどの反響

- ・ お客様 1 人あたり、1 万円で来場と費用対効果が抜群
- ・ 平屋のモデルハウスが珍しいのか、反響はほぼ毎日
- ・ 平屋を中途半場にやっている会社も多く、競合にならない
- ・ 工期も早く、監督の対応できる現場の数も増える

今、住宅業界はどんどん成熟してきています。

新しい会社も増え、不動産業界との垣根もなくなりつつある。

1つの商品だけでやっていくのは非常にむずかしい。なんとか差別化したい。

そう感じている経営者の方も多いのではないのでしょうか。

私もそうでした。

創業当初からのデザイン規格住宅だけでは集客が厳しい。特徴が欲しい。

そう感じて出会ったのが平屋のブランドです。

今では商品に自信がもてるようになり、新たなブランドの展開も始めています。

私たちの取り組みが少しでも皆様の経営のお役に立てるようにお話ししたいと

思います。当日、皆様にお会いできることを楽しみにしております。

株式会社レジデンス 代表取締役 **樋口 光浩**

10カ月予約待ちになったレジデンス様から紐解く

ほんの少しの工夫で 平屋をドカンと売る方法



株船井総合研究所 建設支援部
建築グループ マネージャー

竹田 忠功

「このままのデザインで建てられますか!？」
あなたの会社がそんな声を増やすために…

まずはここまで読み進めていただきありがとうございます。

樋口社長のメッセージはいかがでしたか？

ここまでお読み頂いた経営者様は、きっと競合他社との「差別化」に何かしら
のお悩みをお持ちかと思えます。

ウチは他社と十分に差別化できている

そう、お考えであれば、この先お読みいただく必要はありません。

しかし、あなたが他社との差別化したいという想いを、少しでも売れる商品をお探しならこのセミナーにお申込ください。

テーマはズバリ「平屋をほんの少しの工夫で

圧倒的に売る方法」です。

私がこのセミナーを企画したのは毎日のコンサルティングの現場で同じ相談をいただくからです。

「平屋で見学会を実施するとお客様はたくさん来場してくれる。でも全然契約に繋がらないんだよね・・・どうしたらいい？」というご相談です。

たしかに最新のデータでは、全国の新築着工棟数の約1割が平屋。

ある大手ハウスメーカーでは、4棟に1棟が平屋というほどニーズが高まっています。

しかし結果はごく少数の「契約が取れている会社」と大多数の「そうでない会社」に見事に別れてしまいます。

では、その違いって一体何なのか？

とりあえず見学会だけ開催して、アンケートも取っていない、商談テーブルおいていない、当日に商談できていない。なんて会社は論外だとして、しっかりと追客しているのに契約できていないとすると、結論はひとつ。

それは・・・

「とりあえず数さえ集めて、普段通り営業していれば契約があがるだろう」という、間違った手法を実践しているということです。

たしかに來たお客様を追客するのは営業の仕事です。

しかし、平屋で見学会を行う場合、

「本当に平屋が欲しい人」を集め、「やっぱり平屋がいいな」と改めて思わせてくれるモデルハウスを建てるのが成功のポイントになるのです。

今回ご登壇いただくレジデンス様も、この部分に注力してから圧倒的に契約率を伸ばされました。

そして私自身も「このまま建てられますか？」

レジデンス様の平屋に虜になっているお客様を目の当たりにするたびに

「もったいない。ほかの会社も、こんなモデルハウスを建てられれば、もっと契約棟数を伸ばすことができるのに・・・」

と感じていました。

そして今回、レジデンスの樋口社長が取り組まれた事実をありのままお話しただく機会を得ることができました。

内容の一部をご紹介しますと・・・

- ・ いかにして平屋が欲しい客層を集めることができたのか！？
- ・ 「このまま建てたい！！」とお客様が食いつく商品設計術
- ・ 全国から反響が止まらないホームページの仕組み公開
- ・ あなたも平屋が欲しくなる！実証済みの魔法のトーク

など実践的な内容ばかりです。

想像してみてください。お客様がみた瞬間に商品を気に入ってしまうモデルハウスを建てられたら・・・口下手な社員でも受注を取りやすくなるのは明白です。

これが住宅業界でいかに価値あることなのかはお分かりのことと思います。

当日セミナーでお会い出来る事を楽しみにしております。

株式会社船井総合研究所
建設支援部 建築グループ マネージャー

竹田 忠功

【追伸①】

そもそも平屋自体やってないんだけど・・・という方もご安心ください。レジデンス様の商品をそのまま建てていただける準備はできております。

【追伸②】

この案内を作成している間に、オープンして間もないモデルハウスに買い付けが入ったようです。当日はさらに進化したお話しを聞いていただけることかと思えます。

地域で支持される平屋専門店のご紹介

「オプション0」でも大好評の北陸仕様!! 地域に合わせたカーポート付き平屋



千代野建設株式会社
代表取締役 林哲也氏



↑スタイリッシュな外観のモデルハウス。カーポートがついているのも雨や雪が多い北陸ならではの工夫です。

→壁には引き出しと飾り棚を付け、よりシックな雰囲気演出しています。敢えて黒色を使うことで、空間が締まります。



↑外の自然光を最大限取り入れるために、天井と同じ高さの窓を付けています。



↑広々としたリビング。白を基調とした色合いにしたことで、とても解放感があります。



ポイントは「女性目線」の家事導線!!! デザインとの掛け合わせで、商談スピードが圧倒的に早まった気がします



株式会社かみくぼ住宅
代表取締役 上久保哲也氏



↑玄関ポーチは広めに設計しており、自転車などの大きい荷物も雨にぬれずに配置が可能。

→女性設計士がモデルハウスを設計。女性目線の設計によって、家事導線や収納など、主婦に喜ばれる間取りをご提案。



↑外溝は見学会で映える様に仕上げ。



↑約20帖あるリビングダイニング。ドアはすべてハイドアを採用して、開放的な空間を実現。梁はマットブラックに塗装することで、よりシックなデザインに演出。

→玄関はお客様用とご家族用に分けており、シューズクローゼットはもちろん、上着などをかける収納スペースを確保。



レジデンス様をよく知る お仲間の声を掲載させていただきます



アフタープラス2株式会社
代表取締役社長 村田俊武氏

見た瞬間、 「これが欲しい！」 そう思わせてくれる 平屋でした

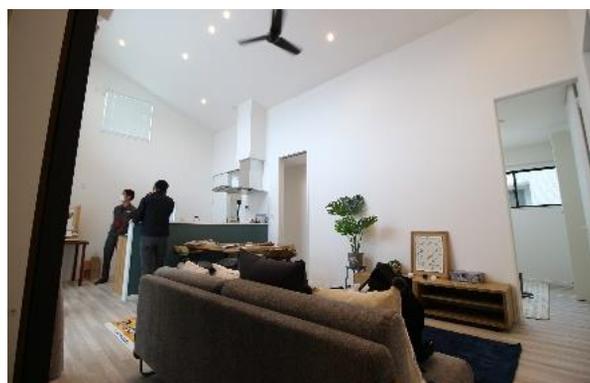
平屋をやるとしたら、マンションのような
洗練された間取りの商品を扱っていきたく
ずっと思っていました。

ちょうどその時にレジデンス様の平屋の話を聞いたので、見学させていただいたところ、私のイメージしていたものと同じものだったのです。モデルハウスに足を踏み入れた瞬間、インテリアから感じるオシャレな空間が広がっており、

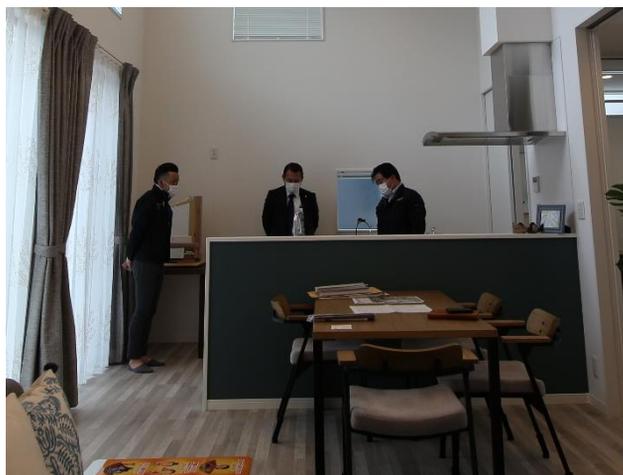
直感で「これと同じ平屋をやりたい！」

と思えるもので、本当に感動しました。

私がお客様にご提供したい、と思っていた商品プランをレジデンス様からご提供いただけただので、早く熊本市でお披露目したい気持ちで今はいっぱいです。



↑→3LDK+ロフトプランモデルハウス
を実際にご見学されている様子



平屋住宅成功事例大公開セミナー2021

■開催日程:2021年 2月12日(金) 2月19日(金) ■開催時間:
2月26日(金) 3月5日(金) 10:00~12:00
3月12日(金) 3月19日(金) (ログイン開始:9:30~)

■開催方法:オンライン開催(テレビ会議システムzoomを使用)

■講座

第1講座	<p>■ 平屋市場徹底解説 ~新築業界で唯一伸びる平屋市場の動向をお伝えします~</p> <p>株式会社船井総合研究所 建設支援部 小栗勘太</p>
第2講座	<p>■ 【2021最新!】平屋成功事例大公開 ~全国の売れている平屋ビルダーの成功事例をお伝えします~</p> <p>株式会社船井総合研究所 建設支援部 酒見周吾</p>
第3講座 ゲスト講座	<p>■ 売れ悩んだ平屋がインテリアを強化すると 競合が消えた 商品化のポイント</p> <p>株式会社レジデンス 代表取締役 樋口光浩氏</p>
第4講座	<p>■ まとめ講座 ~実践いただくにあたってのポイントをお伝えします~</p> <p>株式会社船井総合研究所 建設支援部 建築グループ マネージャー 竹田忠功</p>

■船井総合研究所のご案内

【株式会社船井総合研究所】

中小・中堅企業を対象に、日本最大級の専門コンサルタントを擁する経営コンサルティング会社。業種・テーマ別に「月次支援」「経営研究会」を両輪で実施する独自の支援スタイルをとり、「成長実行支援」「人材開発支援」「企業価値向上支援」「DX(デジタルトランスフォーメーション)支援」を通じて、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとする。その現場に密着し、経営者に寄り添った実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界経営者から高い評価を得ている。船井総研オフィシャルサイト <http://www.funaisoken.co.jp>

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

平屋住宅成功事例公開セミナー2021

お問い合わせNo. S068733

開催要項

オンラインにてご参加

日時

2021年 2月12日(金)

お申込期限:2月8日(月)

2021年 2月19日(金)

お申込期限:2月15日(月)

2021年 2月26日(金)

お申込期限:2月22日(月)

2021年 3月5日(金)

お申込期限:3月1日(月)

2021年 3月12日(金)

お申込期限:3月8日(月)

2021年 3月19日(金)

お申込期限:3月15日(月)

※本講座はオンライン受講となっております。

※開催時間は全日程同じです。

※諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。

※オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索

開始

終了

10:00 ▶ 12:00 (ログイン開始9:30より)

受講料

一般価格

税抜 10,000円 (税込 11,000円) /一名様

会員価格

税抜 8,000円 (税込 8,800円) /一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記お申込み担当者へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催3営業日(土・日・祝除く)前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。

●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。

お申込方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認ください。

または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo.068733を入力、検索ください。

お問合せ

明日のグレートカンパニーを創る
株式会社 船井総合研究所

TEL:0120-964-000 (平日9:30~17:30)

●申込みに関するお問合せ: 中田 ●内容に関するお問合せ: 酒見

お申込みはこちらからお願いいたします

全日程
お申し込みはコチラ



2月12日(金)オンライン

お申込期限:2月8日(月)

2月19日(金)オンライン

お申込期限:2月15日(月)

2月26日(金)オンライン

お申込期限:2月22日(月)

3月5日(金)オンライン

お申込期限:3月1日(月)

3月12日(金)オンライン

お申込期限:3月8日(月)

3月19日(金)オンライン

お申込期限:3月15日(月)

