

不動産・建築会社の経営者様限定

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。

開催日 **2021年4月21日** 水

WEB開催 10:30~12:00
13:00~16:30
(ログイン開始10:00~)

参加無料

住宅購入者紹介ビジネスを初めて

異業種参入!

パート含む**3**名の人員で

年間
粗利

6,000万円

を達成するノウハウを大公開!



ゲスト
講師

株式会社 アットマーク
代表取締役

山本 長 氏

住宅会社を紹介するだけなので異業種参入の弊社でもできました。

紹介手数料は平均83万円も頂けて高収益なビジネスです。パート社員含め3人で年間80件の契約を達成することができました。

私自身もびっくりしています。

弊社の具体的な取り組みをお伝えさせて頂きます。

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

住宅購入相談所研究会説明会

お問い合わせNo.S072637/K112673

オンライン開催：2021年4月21日(水) TEL.06-6232-0188 平日 9:30~17:30

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
お申込みに関するお問合せ：浅井 美帆(アサイ ミホ) 内容に関するお問合せ：眞柴 知也(マンバトモヤ) FAX.06-6232-0194 24時間対応

今すぐスマホでチェック!

WEBページから
セミナー情報をご覧ください。



WEBからもお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ【<https://fhrc.funaisoken.co.jp>】右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。)→ **072637**

株式会社 アットマーク

代表取締役 山本 長 氏

母体事業として、青森県八戸市でauショップ2店舗を運営。第二の事業の柱として、住宅サービス業界未経験から住宅購入相談所ビジネスへ新規参入を決意！2015年8月に八戸市の商業施設「八戸ラピア」に、おうちの相談窓口八戸ラピア店をOPEN！その後「仙台SWING店」「ザ・モール仙台店」と、新店舗を続々とOPENし、新規参入5年で3店舗と多店舗展開中！2020年には3店舗で粗利9,500万円を達成！2021年には盛岡市へ4店舗目の出店を準備中！住宅サービス業界未経験から新規参入を果たし、多店舗展開をしている企業として、住宅購入相談所ビジネス業界のモデル企業である！

ゲスト
講師

ゲスト
講師

株式会社 アットマーク
代表取締役 山本 長 氏



母体は携帯ショップ運営！住宅サービス業界未経験から新規参入し、

パート含め
3人で

1店舗 粗利 6,000万円を達成！

住宅サービス業界未経験！他業者からの新規参入でも成功！多店舗展開中

■ 新規参入1店舗 粗利6,000万円を達成！！

株式会社アットマーク様は青森県八戸市でauショップ2店舗の運営を母体事業としている企業様です。更なる事業拡大の為、母体事業とは違う第二の事業の「柱」となるビジネスモデルを模索していたところ、(株)船井総研主催の住宅購入相談所研究会を知り、研究会説明会に参加。**業界未経験でも参入可能、社会性の高いビジネスモデル**と知り、住宅購入相談所ビジネスへ新規参入を決意！**業界未経験の社員を新規採用**し、2015年8月におうちの相談窓口「八戸ラピア店」をOPEN。その後「仙台SWING店」「ザ・モール仙台店」と新店舗を続々とOPEN！**新規参入5年で3店舗**を展開し、**2020年は3店舗で粗利9,500万円**を達成しました。2021年は盛岡市へ4店舗目の出店準備中です。

今回のセミナーで公開する

アットマーク様の取り組みとは？

月20件以上を安定集客する**集客手法**！

ポイント
1

住宅購入検討客を集客する
来場型イベントチラシのポイント公開！

ポイント
2

来場予約反響が獲得できる
自社サイトとSNS広告の集客手法

ポイント
3

営業が効率的に集客活動を実践する
営業マネジメント手法とは？



ハウスメーカーの**業務提携契約獲得**のポイント

ポイント
1

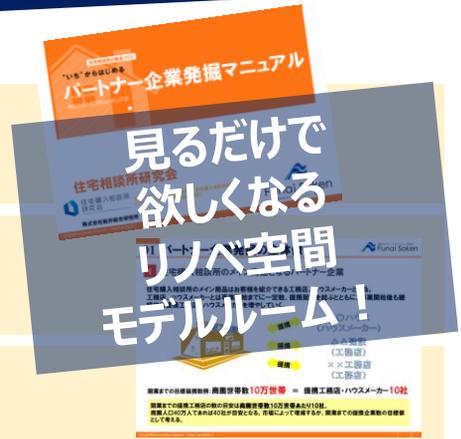
大手ハウスメーカーと
業務提携獲得するポイントとは？

ポイント
2

業務提携**営業のノウハウ**を大公開！

ポイント
3

新規出店時の提携先
ハウスメーカーのリスト作成手法！



業界未経験OK! **紹介率UP**の**営業**ポイント

ポイント
1

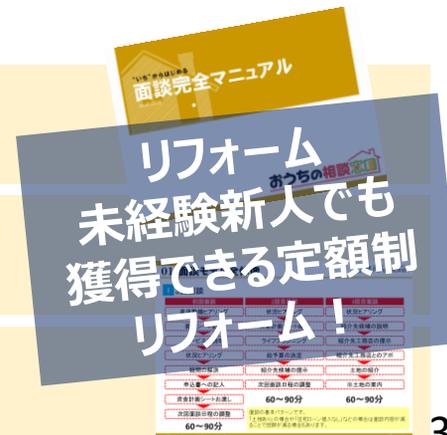
ハウスメーカーへの紹介率をUPさせる
ライフプランニングツールとは！？

ポイント
2

業界未経験でもハウスメーカー
紹介率がUPする営業手法とは！？

ポイント
3

ハウスメーカー紹介後の契約率をUP
させる、3段階の接客フローとは！？



今“アツい”住宅会社選び専門店「**うちの相談窓口**」とは?!

① 住宅購入層を集客し、提携するハウスメーカーを顧客へ紹介するビジネスモデルです。

住宅購入相談所ビジネスは、住宅会社選び専門店「**うちの相談窓口**」を出店し、**自社と提携するハウスメーカーや工務店を品揃えとして、住宅購入検討客（1次取得層）を集客し、**来場いただいたお客様へ「希望の住まいのヒアリング」「資金計画やフィナンシャルプランニング」を実施し、お客様へ最適なハウスメーカーをご紹介します、お客様がご紹介したハウスメーカーで請負契約を締結した際に、**紹介したハウスメーカーより成約金額の4～5%の紹介料をいただく在庫なしの紹介仲介ビジネスモデル**です。

例：うちの相談窓口に来場した住宅購入検討客のお客様を、提携ハウスメーカーにご紹介。2,000万円の建物請負契約を締結した場合。

紹介したハウスメーカーより**2,000万円建築請負契約の4～5%の紹介料（80万円～100万円）**を受領します。

住宅会社選び専門店「**うちの相談窓口**」のビジネスモデル



今“アツい”住宅会社選び専門店「うちの相談窓口」とは?!

2 住宅購入層を集客し、提携するハウスメーカーを顧客へ紹介するビジネスモデルです。

Point 01

住宅購入希望者が住宅会社選び専門店「うちの相談窓口」へ相談に来る

簡単な説明とヒアリングと資金計画
※あくまでも中立な立場

複数のハウスメーカーを紹介

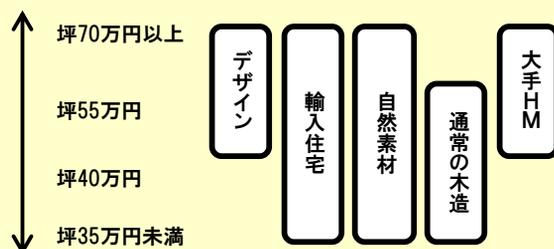
Point 02

ハウスメーカーと業務提携

案件があれば紹介する

成約：成約金額の4～5%を相談所が受け取る

住宅購入相談所の収益は、住宅一次取得者に対して、業務提携をしているハウスメーカーを紹介し、成約に至った場合はその成約金額の4～5%を紹介手数料としてハウスメーカーから貰い受けます。



パートナー企業の発掘は、住宅購入相談所の商品となります。お客様の理想を実現できる会社を紹介できるかが、ダイレクトに住宅購入相談所の業績にかえてきます。建築会社といっても様々な特徴があります。また、建築会社はその特徴を武器に日々営業活動をしています。お客様のニーズに応える為に、特徴の違った会社を品揃えすることが重要となります。

Point 03

お客様がうちの相談窓口より紹介されたハウスメーカーと複数社会う。

気に入ったハウスメーカーを選び、契約する。

建築会社は、一次取得者の集客の為に、WEBサイトを作り、折込チラシを新聞に折り込みます。住宅会社の販促費は、1成約金額の5～7%とまで上るといわれています。

ですので、成功報酬型の住宅購入相談所案件は、販促費が余計にかかることはありません。また紹介料金を4～5%に設定することで、通常販促よりの効率的でかつ低価格での集客が実現します。

今“アツい”住宅会社選び専門店「**うちの相談窓口**」とは?!

3 コロナ禍で、ハウスメーカーの住宅総合展示場は集客に苦戦・・・まさに三方良しのビジネスモデル！

どんな業界でも相談所が生まれるわけではありません。 相談所ビジネスが生まれる業界の共通点が下記の5つです。

- 条件1. 市場規模が大きい
- 条件2. 消費者の人生に大きな影響を与える（または高額）
- 条件3. 失敗したくない心理が働く
- 条件4. 購買頻度（経験値）が低い
- 条件5. インターネットに情報が氾濫している

そして2020年3月から日本でも猛威を振るっている新型コロナウイルス。その影響は住宅サービス業界にも大きな変化を起こしています。未だに収束が見えないコロナ禍で、従来までであれば、**住宅総合展示場へ行って住宅購入するという事が一般的**でしたが、来場型の大型イベント集客が全く機能しない状態・・・各ハウスメーカーは顧客集客に苦戦を強いられています。

しかし、**顧客の住宅購入ニーズは無くなることは無く**、来場型の大型イベントから、感染リスクの低い、**オンライン面談や個別相談へとお客様のニーズが急激に高まっています**。また顧客で広がる「収入不安」や「住宅購入に対する不安」が以前より高くなり、**住宅購入相談所ビジネスの「相談する」というニーズが今まさに大注目**されています。

三方良し！ それぞれのメリット			
	エンドユーザー	建築会社	相談所
ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ○インターネットで調べてもわかりづらい ○いきなり建築会社に行きづらい ○過度な営業行為を受けたくない ○一生に一度の大きな買い物に失敗したくない 	<ul style="list-style-type: none"> ○集客コストが非常にかかる（売上の約5%：チラシ・イベント・WEBなど） ○市場の減少で競争激化（余計な経費を削減したい） ○客さえいれば商品には自信がある 	<p>【参入する前の状態】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○営業マンの育成は難しい ○自社業界のマーケットが縮小している ○従業員にキャリアステップを用意できない
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ○中立な立場で教えてくれるので、質問しやすい。 ○お金がかからない ○効率的に複数社会うことが出来る ○基礎的な情報収集が容易 ○営業されずに情報だけ得られる 	<ul style="list-style-type: none"> ○成功報酬型なので無駄が無い ○販促費に大金を使わなくとも、お客様に出会うことが出来る ○販促費＞紹介フィーなのでコスト削減にもつながる 	<ul style="list-style-type: none"> ○基本的な説明なので高度な技術を必要としない ○少ない人数、女性スタッフでも可能 ○社会的貢献性が高い ○成約に迫らなくとも良い（紹介先のどこかで成約される）

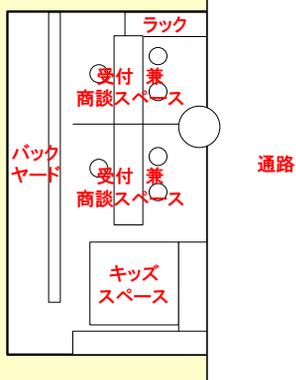
今“アツい”住宅会社選び専門店「うちの相談窓口」とは?!

4 住宅会社選び専門店「うちの相談窓口」新規出店のポイント

住宅購入相談所は、新しい業態である為、どこにでも出店しても良いという訳ではありません。出店には**集客要素を存分に盛り込んだ形で出店地選定**をする必要があります。下記表のように、店舗形態によってメリット・デメリットがありますので、注意が必要となります。

店舗形態	メリット	デメリット	効果的な販促
① インストア店舗	<ul style="list-style-type: none"> ・自然来店が見込める ・店舗前でお客をつかまえられる ・ついで来店が見込める 	<ul style="list-style-type: none"> ・賃料が高い ・店舗面積が狭い ・商業施設の開店時間に合わせる必要がある 	店舗に直接来店誘致するイベント開催
② ロードサイド店舗 1. 1階店舗 2. 2階店舗	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗自由度が高い ・駐車場付の出店が可能 ・賃料が比較的低い 	<ul style="list-style-type: none"> ・自然来店が見込めない ・立地次第では認知がなかなか高まらない ・販促費が高くなる 	店舗近隣のメーカーショールームや公共施設を活用したセミナーや相談会などのイベント開催

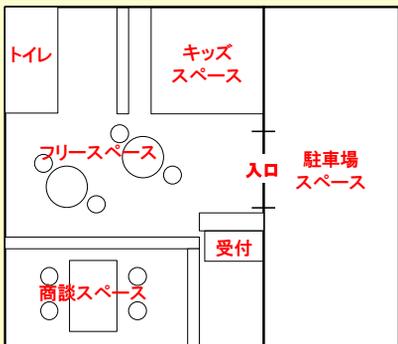
● インストア店舗レイアウト事例



1. ショッピングモールに出店する場合は、ショッピングモールが対象にしている顧客層が子育て家族であることが必須条件。
2. ショッピングモール内の一等地には業態的に出店できる可能性は低いですが、できるだけ店舗の前を通る客数が多い、例えば3階の奥まったところにあるが、駐車場との連絡通路になっているなどの立地を選ぶ。
3. 商談時間が長くなることもあるため、トイレに近い立地が望ましい。



● ロードサイド店舗レイアウト事例



1. 前面道路は交通量のある道路であれば片道1車線でもどちら行き車からも認知される場所が望ましい。
2. 信号近くであれば、停車した車から認知され易いため、できれば交差点のそばがベスト。
3. 来店の際にランドマーク的な店舗の近くであれば説明が簡単にできる。
例：マクドナルドの向かい
例：ローソンの角を曲がってすぐ

アポイント来店のため中央分離帯があっても大丈夫だが、店舗に来店しやすい経路をしっかりと説明する。



なぜ、株式会社アットマーク様は成功したのか?!

ズバリ！即時業績アップノウハウを“素直に”実行した！

業界未経験からの新規参入で、全国で数多くの成功事例を輩出している住宅購入相談所ビジネスの成功要因は、ズバリ！成功事例のエッセンスの詰まった業績アップノウハウを素直に実行することです。住宅購入相談所ビジネスで成功するポイントは下記3つ。

- ①住宅選び専門店「おうちの相談窓口」として出店すること
- ②商品である業務提携のハウスメーカーを開拓し多くの提携を獲得すること。
- ③チラシ、自社WEBをメインに新規20組/月来場させること

これらのポイントを押えつつ、業界未経験から新規立上げをしている、全国20社以上のビジネスモデル実践企業のノウハウが詰まったマニュアルを実行することで、高い成功確率での業態立ち上げが可能になります。



先着10社限定！住宅購入相談所研究会説明会ご参加

講座内容 & スケジュール

WEB開催 2021年**4月21**日(水)10:30~16:30

ログイン開始 10:00~

本講座はオンラインでの受講となっております。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。

講座

講座内容

第1講座

10:30

〜

12:00

住宅購入相談所研究会説明会

ポイント① 住宅購入相談所ビジネスの成功ポイントの解説

ポイント② 全国の「うちの相談窓口」成功事例をご紹介

ポイント③ 業界未経験から新規立上げの流れと成功要素

株式会社 船井総合研究所
不動産グループ リーダー

廣瀬 浩一



第2講座

13:00

〜

14:00

異業種からの新規参入！3人で店舗粗利6,000万円達成

ポイント① 住宅購入相談所ビジネス立ち上げ店舗粗利6,000万円達成の軌跡

ポイント② 多店舗展開を実現するための店長育成方法を大公開

ポイント③ 若手・新卒早期育成のための店舗マネジメントの秘訣とは？

ポイント④ 住宅購入相談所ビジネスで成功するために行ったこと

ポイント⑤ ハウスメーカーとの業務提携契約を獲得する営業秘訣とは？

株式会社 アットマーク
代表取締役

山本 長 氏



ゲスト 講師

第3講座

14:15

〜

15:45

月10組以上を安定的に来場させる来場型イベントチラシ

ポイント① 反響率1/5000で来場させるイベントチラシのポイントとは？

ポイント② チラシ⇒自社サイト誘導して来場予約を獲得する動線設計

ポイント③ 目標粗利を達成する為のマーケティング計画策定術！

株式会社 船井総合研究所
不動産グループ アソシエイト

眞柴 知也



第4講座

16:00

〜

16:30

まとめ講座

ポイント① 2021年 業績アップの為に、明日から取り組むべき事

株式会社 船井総合研究所
不動産グループ リーダー

廣瀬 浩一



WEBにはもっと詳しく内容が記載されています

お申込み期限

4/17

右記のQRコードを読み取っていただきWEBページを拝見してお申し込みくださいませ。WEBページにはもっと詳しい内容を記載しています。

