

**半年以内に 業績を伸ばさないと
まずいとお考えの経営者様に**

平屋成功事例 大連発セミナー

株式会社かねこ工務店

株式会社レジデンス

湯沢開発株式会社



ここ数年業績が
横ばいだったのに
+20棟!

若い家族向けの
デザイン平屋で
+24棟!

着工98棟の
超小商圈で
+12棟!

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

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

詳細・お申込みは
右記のQRコードから!

お問い合わせNo. **S079214**

WEBページからも
セミナー情報をご覧いただけます。



オンライン
開催

2021年 **12月17日(金)・20日(月)** 13:00~15:00
(ログイン開始 12:30より)

※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo・お客様氏名を明記のうえ、ご連絡ください」
船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp
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

WEBからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ右上検索窓に「お問い合わせNo」を入力ください。)-> **079214 Q**



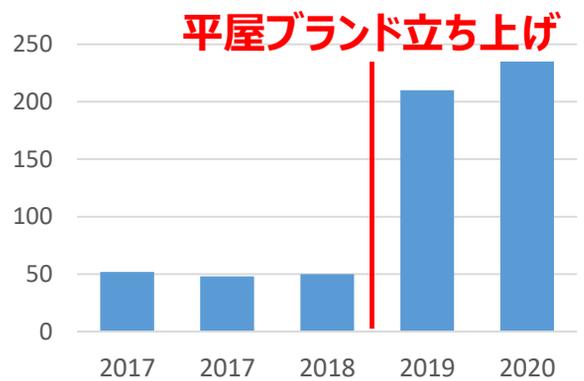
平屋事業を立ち上げて 2年で18棟契約/年から 38棟契約/年に！

株式会社 かねこ工務店 代表取締役社長 金子 正動 氏

■ 契約棟数が2倍になった理由は“新規集客数”の増加

ここ2年間で、契約棟数は一気に増えました。平屋事業を立ち上げてから、たった2年しかたっていないのに倍に。短期間でこれほど急激な業績アップが達成できた要因は明確です。それは**新規集客数**が圧倒的に増えたから。平屋ブランドを立ち上げた初年度は、

ブランド単体で**210組**の新規集客を達成し初年度から会社の主力のブランドの1つに。不安もありましたが、今では平屋ブランドを立上げて本当によかったですと感じています。我々が平屋で業績を上げるまでの道筋をお話します。



↑ 過去5年間の集客実績

■ “平屋が欲しい人”が真っ先にウチに来るように目立つ

ここまで短期間で集客数をアップさせることが出来たのは、**伸び続ける地域内の平屋の需要をウチが独占出来たから**だと思っています。

平屋で目立つことを常に念頭に置き、現場シートや看板、チラシまで全て平屋ブランド専用のものを用意しました。



■“平屋専門店”としてプラン数も地域一番化

また、平屋専門店として打ち出すにあたり、平屋のプラン数も拡充しました。平屋ブランドで既に成功されていた会社さんを参考に、若いファミリー層をターゲットとした2~3LDKの平屋を中心に10~30坪のプランを計30プラン揃えました。販促物、商品プラン等の準備が整った後は、モデルハウスの完成を待つばかりでした。



←1~4LDKの計30プランの間取りとパースを用意。

■グランドオープン後は43組集客/月と大成功！

いざ、モデルハウスオープンすると、単月で43組の新規客を集めることが出来ました！しかも完全予約制で実施をしたので、話を聞いてくれる確度の高いお客様でこの人数です。集まったのは“**シンプルな平屋をできるだけ安く買いたいお客様**”。既存の中価格帯のFCブランドとは全く異なったお客様がたくさん集まり、**既存事業と食い合うことなく純粋に新規客が増えた形**になりました。



←3LDKの23坪の平屋モデルハウスを建築。商圏内では平屋のモデルハウスは珍しくたくさんのお客様が来場。

■平屋事業を中心に他商圏で更なる棟数アップへ

平屋事業を始めてから、業績は毎年成長を続け、今年度は42棟の契約見込みです。平屋事業を始めたおかげで、集客に関して自信がつかしました。

平屋事業を始める前は契約棟数30棟を目標に頑張っていたのですが、気が付けばその目標は毎年当たり前のように超えるようになっていました。

現在では契約棟数60棟を目標に、平屋事業のノウハウを活かして他商圏への展開を考えております。



若い家族向けのデザインに こだわった平屋で 契約棟数+24棟！

株式会社 レジデンス 代表取締役 樋口 光浩 氏

■ 更なる棟数アップのために平屋事業に参入

我々も多くの皆様と同じく集客数アップを狙い、平屋ブランドをスタートさせました。狙い通り、集客は絶好調でした。ただ、時間が経つにつれ大きな問題が。肝心の受注が全く上がってこないのです。商談をのぞいてみると、来場客層の予算が我々のイメージと違っていました。我々のエリアは、比較的土地が高価なエリアです。来場客を見ると若いファミリー層もいらっしゃいましたが、バリアフリーな家が欲しいといったシニア層も多く来場されていました。そこで、我々は資金的に商品が購入可能なファミリー層にターゲットを絞ることにしたのです。

■ 若い平屋検討客が来場するよう、販促を見直し

ターゲット層を絞るにあたって、まずは販促を見直しました。具体的には、チラシデザインとHPを始めに行いました。チラシとHPからは低価格訴求の文言を削除し、代わりに平屋のオシャレな暮らしを打ち出す。また、並行してモデルハウスに関して若い方達に受けるデザインへと変えていきました。



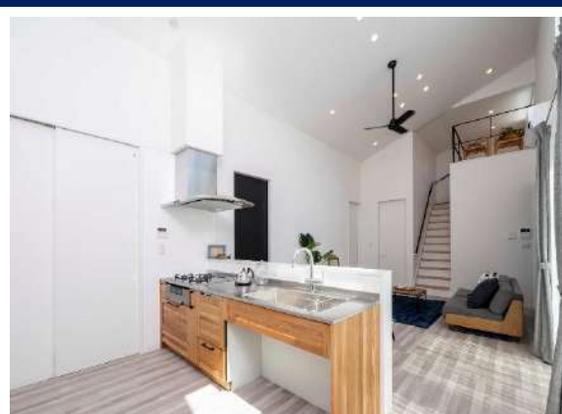
←オープン当初は掲載していた550万の金額を完全に削除。
来場客の平均年齢は50代→30代に。

■ 見た瞬間“欲しい”と思わせるような平屋作りの開始

過去のお客様を分析してみると、平屋を求める若いファミリー層のお客様は「平屋ならではの解放感のあるオシャレな暮らし」を求めていることが分かりました。モデルハウスを工夫することにより、課題だった契約率は向上。今では24棟が平屋事業での売上となっており、会社のメイン事業となっております。



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、モノトーンの差し色に明るめの木目柄を使用。モノトーンではあるが、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、モノトーンの影響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らし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。

3LDK広々26帖+ 畳コーナープランモデルハウス



↑玄関を開けると真っ直ぐにリビングへ続く幅広い廊下となるため、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。



↑LDKは間口も奥行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。



着工棟数98棟の小商圈で 平屋事業を立ち上げて 初年度12棟！

湯沢開発株式会社 代表取締役 高橋 正明 氏

■ 着工棟数98棟なのに集客 + 100組達成

うちの町は田舎だから…。ずっとこれを言い訳にして、勝手に売上の限界を決めてしまっていました。私たちが事業を展開している秋田県湯沢市は、着工棟数は年間98棟、人口は3万人の小さな商圈です。

もちろん、集客数アップのために特徴的なモデルハウスを立ち上げたり、HPを修正してみたり、いろいろなことを試しましたが、年間約50組の集客数から大幅に増えることはありませんでした。うちの商圈ではこれが限界だと、正直そう思っていました…。

でもそんな限界の考えを壊してくれたのが平屋でした。平屋の販売に集中してからたったの1年で**集客 + 100組**を達成することができました。いい意味で期待を裏切られました。

■ 成功パターンを踏襲して、最速で認知活動を行う

集客が成功した要因の一つに、既に平屋で成功を収めている会社の事例をそのまま取り入れたことがあると思っています。最速で「地域内で平屋といえば」という存在になれたと思っています。



■ “会えていない”がお客様こんなにいたことに驚いた

平屋専門店として十分認知をえて、満を持して迎えたモデルハウスのグランドオープン。結果は大成功！グランドオープンの月は、なんと

55組のお客様が来場してくれました！今までの当社の平均だった年間50組集客数をたった1ヶ月で超えることが出来たのです。

着工棟数98棟の商圈にも関わらず、なぜこんなにお客様が集まったのか。やってみてわかったことですが、キーワードは**“建替え客”**でした。

人口が少なく高齢化が進んでいる田舎町だからこそ、建替え需要が私たちの知らないところで増加していたのです。建替えを検討しているお客様の多くは、自分の子供が家を出て、家の2階部分が必要なくなった方々です。そして、そのような方が求めている住宅こそバリアフリーな**平屋**でした。平屋事業を始めることによって、今まで出会えていなかったお客様と会うことが出来るようになり、このような爆発的な集客アップが達成できました。



グランドオープン時の様子。予約枠は全て↓埋まり大盛況だった。



↑実際に建てた平屋のモデルハウス。黒を基調としたスタイリッシュな外観と、ナチュラルテイストのリビング。「こんな平屋が見たかった！」とお客様からも大好評！

■ 接客数の大幅な増加により、初年度契約 + 12棟達成

初の平屋モデルハウスオープンから一年、振り返ると契約棟数は32棟という結果でした。今まで長い間20棟前後の契約でしたから、平屋を始めて大幅に伸びたこととなります。その要因は間違いなく集客数の増加です。結果論にはなりますが、勇気を出して平屋事業を本気で始めてみてよかったと今では本気で思っています。

平屋住宅で会社の業績を プラスオンするために 必要な3つのポイント



株式会社船井総合研究所
建設支援部

坂内 優介

皆様こんにちは。株式会社船井総合研究所の坂内優介です。
お手元に届いたこの小冊子レポートを手に取り、ここまでお読みいただいたあなたは、きっと「平屋」に対して何らかの可能性を感じていることと思います。ただ、「業績は上げたいけど平屋を始めるだけでは難しいだろうな…」と感じられている方も少なくないのではないのでしょうか？

ご心配のように、平屋住宅事業で業績を劇的にアップさせるには

絶対に外してはいけないポイントが3つ存在します。

今回、ご紹介した会社様から成功したポイントを整理してみましよう。

平屋住宅で業績を劇的にアップさせるために 重要な3つのポイント！

- ① お客様が見学可能な平屋の物件を持つ
- ② 地域で“平屋の一番店”になる
- ③ 誰でも取れる“仕組み”を作る

それぞれ、次のページから順にご説明をさせていただきます。

①お客様が見学可能な平屋の物件を持つ



まずは自社でのモデルハウス、もしくはお客様邸をお借りしての完成見学会等、平屋住宅の建築を検討中のお客様にご覧になっていただくための平屋の物件を用意していただきます。

先ほどのレポートでも「**グランドオープン月に大量集客ができた**」という会社様が多くいらっしゃいましたが、こちらの理由はいたってシンプルです。それは**伸び続ける平屋の需要に対して見学可能な物件の数が少ない**からです。

平屋に力を入れていようとしている会社の多くが**規格プランはあるけれども、見学可能なモデルハウスなどはない**というのが現在の市場の状況です。平屋の見学会物件を持つことによって、商圏内の平屋の検討客を効率的に集めることが可能になります。そして、平屋の検討客の集客をさらに効率よくするために必要になってくるのが、次ページで紹介する2つ目のポイントとなってきます。

② 地域で”平屋の一番店”になる

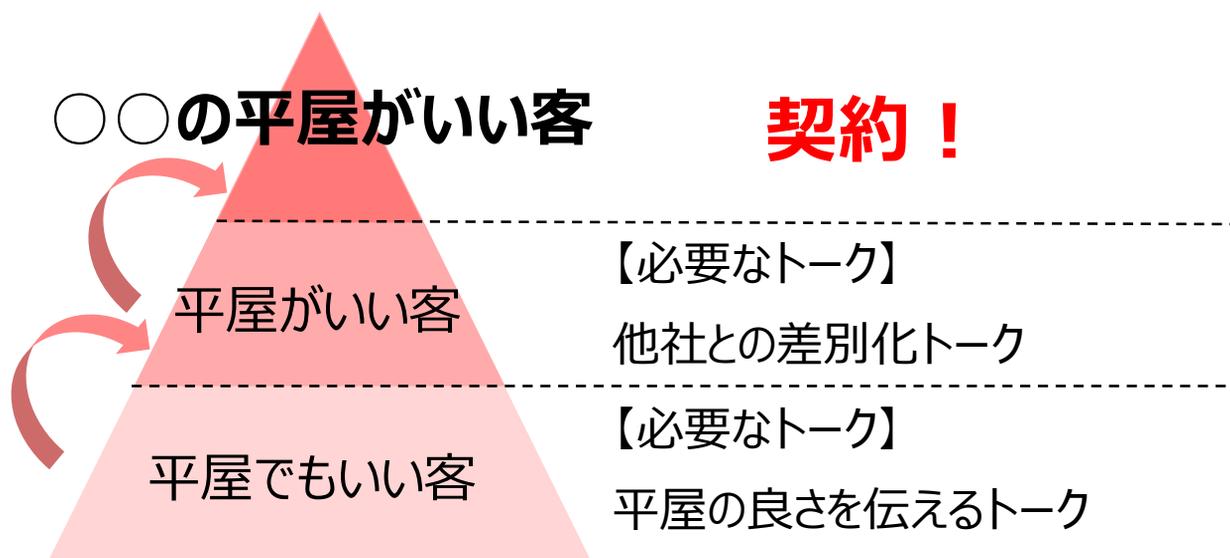


次に重要となってくるのが、**商圏内で”平屋の建築の相談をしたい会社”になること**です。具体的な手法としては、モデルハウスやお客様の平屋物件等を建築する際の足場幕やのぼり、そして配布するチラシにも**とにかく平屋というワードを目立たせます**。そうすることによって、地域内の平屋検討客を余すことなく集客することが可能になります。

またスマートフォンが普及した現代において、多くのお客様が来場する前にHPを見て会社のことを調べてから来場します。そのため、検索段階でお客様を逃さない様、しっかりと平屋に特化したHPを準備することも必須になってきています。

実際に使用している販促物やツール類、HPの作成の際にあたって意識していただきたいポイント等も、併せてセミナーの講座内でお伝えさせていただきます。

③ 誰でも受注が可能になるような”仕組み”を作る



実はこちらが平屋住宅で業績を劇的にアップさせるための最重要ポイントになります。一般的に平屋は、「集客は出来るけど契約が難しい商品」といわれています。その理由の一つに、お客様は必ずしも平屋が欲しいわけではないということが上げられます。契約をしてもらうには、平屋か2階かで迷っている方に「平屋がいいですよ！」と後押ししてあげなければなりません。ここで「うちは2階建てもやっています！」といった場合、お客様は「もう少し考えます」といって営業活動が長期化してしまい、受注が難しくなる場合が多いです。ベテランの営業マンだと、恐らく難なく対応されると思うのですが、経験が浅い営業マンだとそうはいきません。ベテランの営業マンさんがいくら頑張ったとしても、接客できる人数は年間恐らく70組前後。既存事業の接客も考えると平屋事業のお客様ばかりを対応するわけにはいきません。契約棟数を劇的に伸ばすためには、誰でも契約が取れる仕組みづくりを行う必要があるのです。いったいどのような仕組みを作ればよいのか、仕組みとは何なのかについては、セミナー講座で詳しくご説明させていただければと思います。

2021年 12/17 (金) オンライン開催
13:00~15:00(ログイン開始12:30より)

2021年 12/20 (月) オンライン開催
13:00~15:00(ログイン開始12:30より)

申込締切日：12月13日(月)

申込締切日：12月16日(木)

※本講座はオンライン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	セミナー内容
第1講座	<p>平屋住宅市場について</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>平屋住宅成功事例大公開</p> <p>株式会社船井総合研究所 建設支援部 坂内 優介</p>
第3講座	<p>あなたの会社が平屋住宅で成功するために</p> <p>株式会社船井総合研究所 建設支援部 リーダー 日野 信</p>

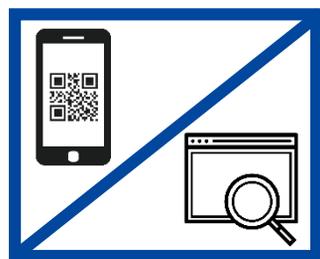
一般価格

税抜 5,000円 (税込 5,500円) /1名様

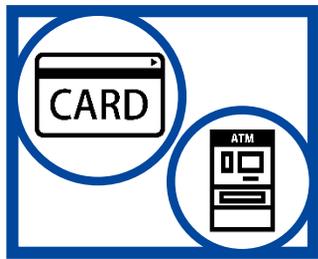
会員価格

税抜 4,000円 (税込 4,400円) /1名様

申込み方法は簡単！4ステップで簡単受講！



DMのQRコードを読み込み
もしくは
お問い合わせNoの数字6桁を
船井総研HPで検索



お申込み時に
クレジットカード・
銀行振込のご選択が可能



受講料のお支払い確認後
開催2日前に受講方法をメ
ールで案内、マイページにも
セミナー視聴サイトが表示



開催時間になれば、
お持ちのスマホ・PCより
セミナー視聴サイトに入室

※オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。ご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索！
※お申込みに関するのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

お申込みはこちらからお願いいたします

右記のQRコードを読み取りいただき
Webページのお申込みフォームよりお申し込みください。
セミナー情報を下記RLからもご覧いただけます！

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/079214>

TEL: 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

