

集客トレンド分析

昨年、圧倒的に 集客できた家

オンライン視察有

インナーガレージ付きの平屋

週末の見学予約枠が常に満席
3カ月間で100組集客

1年先まで着工待ち
高気密・高断熱の平屋

YouTubeで大反響
中庭を味わう平屋

ハウスメーカーも新商品開発
2階と平屋の良い所どり1.5階建て

今年集客で押さえるべき3つの集客トレンドとは？

オンライン
開催

■平屋住宅成功事例大公開セミナー

2023年2月20日(月) 13:00~15:30

2023年2月24日(金) 13:00~15:30

お問い合わせNo. **S094889**

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

<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

船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

※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

週末の予約枠が常に満席のナチュラルテイスト平屋

3カ月間で100組の来場

ちょっとの工夫の徹底で
感動を与える家づくり

滋賀県彦根市
株式会社かねこ工務店
代表取締役 金子正動氏



■今流行りの平屋のこだわりのモデルハウス

ウチの会社で2022年、最も集客できたのは平屋のモデルハウスでした。

毎週末対応しきれないほどの来場予約があったので、

お客様に平日への日程調整をお願いしていたほどでした。このモデルのコンセプトは”ナチュラルテイスト”。若い夫婦が好むナチュラルなお家をイメージして建築しました。



■リビングに入ったお客様を”あっ”と言わせる工夫

平屋の弱点は設計次第では「狭い」「暗い」「圧迫感がある」

というイメージを持たれてしまうことです。そこで我々は、玄関に入ってすぐ、リビン

グドアを開けた瞬間に明るく解放的な空間が広がるように設計を工

夫にしました。玄関先にはFIXサッシを使用、また高窓を使用することで採光を確保。

南側の吹き抜けなので非常に明るく広々とした空間がまず最初に目に入ります。



また **高さを演出するためにハイドアを使用**。お客様もドアを開けた瞬間にテンションが上がり、その後の案内も盛り上がります。私自身も営業をすることがあるのですが、このモデルハウスのおかげで大体3人1人は契約していただけて



↑狭く圧迫感のあるイメージを持たれがちな平屋だからこそ、ハイドアを使用。お客様の視線を上にもっていくことで“小屋”のような印象を持たれないようにする。

また、ナチュラルテイストを出すために、木の質感が味わえるようフローリングは無垢材を使用、インテリアも造植物ではなく本物を使いました。外壁には一部に木張りサイ

ディングを使用し、**家全体での統一感**を特に意識しました。



■全体の雰囲気に合わせて”ちょっと良いインテリア”

モデルハウスに置く家具にもこだわっています。安い商品を買うのではなく、少し値が張りますが若い方に人気のある家具を設置する。そして、モデルハウスと調和するよう

な色合いやデザインを考える。意外と**インテリアは手を抜いてし**

まっている工務店さんは多い印象ですが、お客様の気持ちを

盛り上げるためにも重要
です。インテリアを含めた
トータルコーディネート
でお客様の感動を生んで
います。



■自社の建築でたくさんのお客様を幸せにしたい

ウチの会社は設計・施工を得意としており、**お客様の満足する家づく**

りができる自信はありました。ただ、**ネックが「お客様と会**

えないこと」でした。

そこで目を付けたのが平屋でした。多くのお客様によいものを提供するチャンスを増やすことができ、この平屋のモデルを建ててよかったと心の底から感じています。



多雨多湿の石川県民がこぞって求める インナーガレージ付き平屋

北陸の設計士による
北陸に住む人のための家

石川県白山市
千代野建設株式会社
代表取締役 林哲也氏



■北陸に適した、設計士こだわりのモデルハウス



外壁には木材を使用し、自然と調和するようなデザインに。また、北陸は雨天が非常に

多いということで本モデルハウスにはインナーガレージを採用しました。**北陸で**

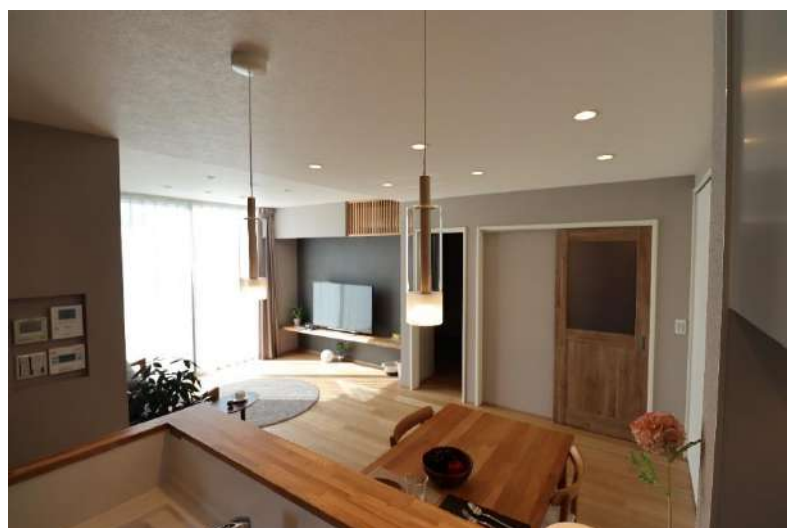
育ち、北陸で暮らす設計士がデザインしておりますので、

我々の地域に根差した住宅が提案できていると自負しています。

■設計上の工夫で小さな平屋で解放感を演出

小さい平屋では床面積を抑えるためにLDKを中心に各部屋への動線を作ることが多いですが、それだと同時に建具だらけの空間となってしまう、落ち着かないリビングに

なってしまうケースが多いです。そこで本モデルハウスではダイニングキッチンとリビングの分離化を計りLDKをL型としました。リビングの天井を少し上げ、外とのつながりを重要視する。**決して広くない空間に開放感を出せるよう設計を工夫**し、ゆったりと落ち着くリビングとなるように設計しました。



土地は間口が広く変形地と言える敷地でしたが、方位も出入口側が北面、庭側が南面と違和感のない配置が可能な敷地の為、**間口いっぱいの建物配置**にしました。そうすることで**外観にインパクト**が出ます。景観に溶け込ませる事を考慮して、色合いは弱く、インナーガレージ部は軒高を下げて、高さを抑えて威圧感を出さないようにしました。



■YouTubeを活用して自社の提案力を伝える

写真では伝わらない**設計、仕様で意識したポイントや込め**

た想いを伝えたいと思いYouTubeに動画を投稿しました。動画の試聴から集客につながることはもちろん、ほぼ100%のお客様が動画を見たうえで来場しますので、モデルハウスを気に入っていただいた状態で接客することができます。非常に温度感が高いお客様ばかり来場され、集客、営業の両方で効果があった取組みです。



←モデルハウスの他に、当社で施工したお客様邸のルームツアーも投稿。HPとリンクさせることで、情報収集しにHPを訪れたお客様に対して自社の実績を訴求し、来場につなげることができた。

■地元で育った設計士によるモデルハウスという強み

今やSNS等で容易に家づくりの情報を得ることが出来る時代。そんな中で施主の要望は多様化しています。我々は「多雨多湿の石川の気候・暮らしにあった家」ということを共通のコンセプトとしたうえで**万人受けするものではなく、こ**れがいいと好んで頂ける方向けのモデルハウスを建築することを意識しています。



↑弊社で建てたモデルハウスの数々。それぞれ設計士とコンセプトを決め、自社のこだわりを詰め込んだ。近年は集客上の観点から平屋のモデルハウスを建てるが増えた。

SNSを活用し最新のトレンドを抑えた 中庭を味わう平屋



“このモデルが欲しい” という
声を多数頂きました

山口県下関市
株式会社レジデンス
代表取締役社長 小林泰三氏

■中庭でデザイン性と採光面を両立した家

本モデルハウスは中庭をコンセプトに設計をしました。18帖の広めのLDKとつながっている中庭はお客様から非常に反応が良く、集客も受注もうまくいきました。採光もしや

すくなるため、平屋の何となく暗いイメージをうまく覆せた

設計になったと思います。



■Instagramを活用し、トレンドを押さえる

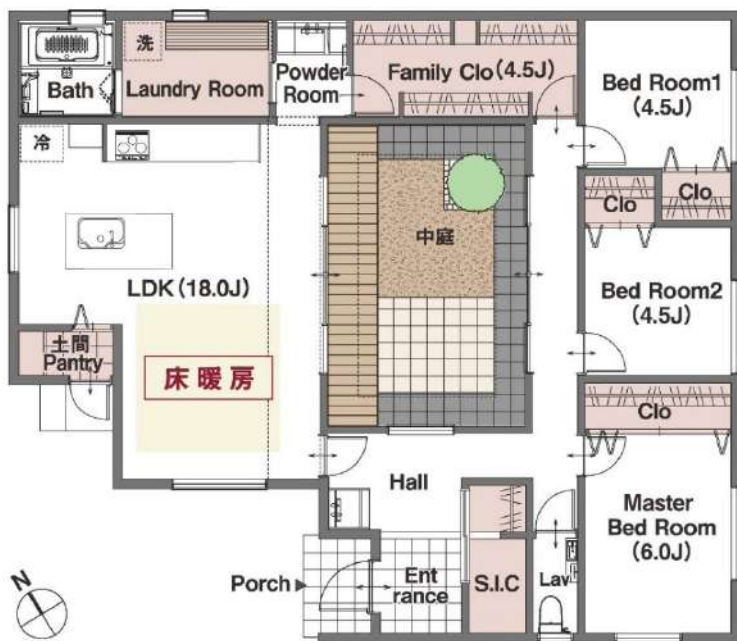
最近のお客様で多いのが「こんな感じにできますか？」とInstagramを見せてくる

ことです。そこで、ウチの会社では若い社員の手を存分に借りながら、SNSで最

新のトレンドを押さえたモデルハウスの建築を意識しています。

具体的な点でいうと、まずはキッチンや建具。今お客様に人気のシリーズを使用しています。また、ファミリークローゼットとして大きめのウォークインスルーのタイプのクローゼットを採用、ゴミの置き場所として主婦の方に人気の土間パントリーを設置するなど、**今人気のある仕様、間取りをふんだんに盛り込**

んだ内容になっています。



■”このモデルと同じものを建てて”と言われたい

我々はモデルハウスを通じてお客様に”**自分で考えるよりもここに
任せた方がいい**”と思っただくことを目指しています。

そのためにはモデルハウスで我々の実力を知っていただくことが重要です。なので

モデルハウス建築には**一切の妥協**

を許しません。 こだわりぬい

たトータルコーディネートでお客様に
おしゃれな暮らしをイメージしていただ
けるようにしています。





株式会社船井総合研究所
住宅支援部

坂内 優介

すぐに集客を回復させたい方への特効薬 昨年ドカンと集客できた 住宅会社の3つの共通点

ここまでお読みいただきありがとうございます。

実はここ数か月、全国の住宅会社の経営者の皆様から、**同様の悩み相談を**
いただく回数が圧倒的に増えました。

その相談というのが、

「とにかく集客が悪く、このままではまずい…」

という内容でした。

更に驚くのが、相談にこられる多くのが、地域で20棟以上建築されている、

実力がある住宅会社が困っているということでした。

そうです。今まで順調だった会社でも、ここ数年のウッドショック、資材高騰、

更には、お客様が気軽に来場してくれないコロナ禍においては、

従来のやり方だけでは通用しづらくなっている
のです。

これは、**明らかに住宅業界のトレンドが変化している**と言えます。

ただ、一方でこの状況下にも関わらず、昨年**絶好調な集客実績をたたき出している住宅会社が全国には存在する**のも事実です。

では、そんな住宅会社はどんな取り組みをしているのか？

それを調査し、分析することで、

集客に困っている住宅会社の打開策が見えてくるのでは？

というのが今回レポートを制作したきっかけでした。

では、早速結論から申し上げますと、

昨年集客絶好調だった会社には、**3つの共通点**があることが判明しました。

その共通点の1つは**“完成現場が平屋であった”**ということです。

昨今の平屋ブームは皆様も肌で感じていることではないかと思いますが、

では、**なぜそんなに平屋が人気なのか？**

その理由は、**2階は使わないから必要なさそうと考える**

お客様が増えたからです。

そうです。最近では、家づくりと言えば2階建てが当たり前ではなく、

当然のように **“平屋が家づくり選択肢の一つ”** になってきているのです。

ただもちろん、土地が高いエリアを中心に、結果として2階建てを建てるケースも多くあるようです。

2つ目の共通点は **“コンパクトで手頃な価格”** なことでした。

集客好調だった完成現場を見ると、そのほとんどが、

3LDK・23坪・平屋、とコンパクトであり、

1600万～1800万程度と手頃な価格帯でした。

どの住宅会社も近年単価アップをした影響で、お客様の予算はかなり厳しいのが今の現実です。

だからこそ、**“手の届く価格の家”**であることが重要であったのです。

そして3つ目の共通点は、**“SNSをフル活用している”**ことでした。

気軽に足を運ばないコロナ禍において、お客様は来場される前にインターネット上のさまざまなルートから情報収集します。

だからこそ集客好調な会社は、Webサイトはもちろん、今まで以上に**InstagramやYouTube等のSNS媒体を使って、**
お客様に来場したくなるような情報を届けていたの
です。

このような点がポイントだとわかり、
早速、集客にお困りの会社様にお伝えしたところ、

「内容は理解できましたが、**イマイチイメージがつかめないの**
で、実際の建物見せてもらえませんか？」

というお声をいただきました。

なるほど、そうおっしゃるのもごもっともと思い、
昨年集客絶好調だった住宅会社である滋賀県彦根市の株式会社かねこ工務店にお願いし、
オンライン視察も踏まえたご講演をいただく機会をいただけました。

また、せっかくの機会ですので、今、**集客にお悩みの経営者の皆様**

にも見て、聞いていただきたいと思います、**オンライン視察と2023年押さえるべき複数の集客トレンドも踏まえたセミナー**を開催させていただく運びとなりました。当日ご紹介するのは・・・

■特別講演

3カ月間、常に週11組の予約！集客できる平屋

株式会社かねこ工務店 代表取締役 金子 正動 氏

- ・ 2階建ての4倍以上集める平屋の集客力について
- ・ 22.5坪でも解放感があり狭く見えない平屋の間取りとは？
- ・ お客様が揃って建築時に取り入れる、SNS映えする仕様
- ・ 平屋を求めてきたお客様を1.5階建てで受注する営業手法とは？
- ・ お客様の来場意欲を刺激するSNSの活用手法とは？

■船井総合研究所講座

【事例紹介】 全国の集客ができている住宅の秘密大公開

株式会社船井総合研究所 住宅支援部 坂内 優介

【北海道の事例】 1人当たり6,667円の販促費で呼べる事業の販促戦略とは

【青森県の事例】 インスタ広告だけで月10組を集める方法とは

【秋田県の事例】 建替え希望のシニア世代に大人気の平屋プラン

【山形県の事例】 オープン2日間で43組の集客を達成したモデルハウス

【新潟県の事例】 1・2人世帯に大人気に14坪のプラン！ブルーオーシャン戦略

【石川県の事例】 「これを下さい」と言われる1.5階建てのプラン

【千葉県の事例】 7つのプランで規格売り！新卒でもハウスメーカーに勝つ戦略

【千葉県の事例】 土地代2,000万円越えのエリアで人気の平屋プラン

【三重県の事例】 社員1人で売上1.5億円作る平屋事業の運営方法とは

【徳島県の事例】 地域No.1企業が手掛ける収納面に力を入れた平屋プラン

【山口県の事例】 来場単価2万円で集客ができる解放感のある平屋

【鹿児島県の事例】 オープン2日で3件の契約！ロフト付きの平屋プラン …他

講座内では、実際によく売れた間取り・プランもお伝えする予定です。

今、多くの住宅会社の経営者の皆様は集客不調で悩まれているのではないのでしょうか。

想像してみてください。

今の集客の悩みを解決できる特効薬が手に入ったとしたら、

先行きがとても明るくなるのではないのでしょうか？

本セミナーがそんな特効薬となれば幸いです。

セミナー当日にお会いできることを楽しみにしています。

株式会社船井総合研究所 住宅支援部

坂内 優介

2023年 2月20日（月）オンライン開催 2023年 2月24日（金）オンライン開催
13:00～15:30(ログイン開始12:30より) 13:00～15:30(ログイン開始12:30より)

申込締切日：2月16日(木)

申込締切日：2月20日(月)

※本講座はオンライン受講となっております。

※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。

※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	今でも粗利30%を確保！ 平屋住宅市場について徹底解説！ 株式会社船井総合研究所 住宅支援部 坂内 優介
第2講座	ゲスト講座 株式会社かねこ工務店 代表取締役 金子 正動 氏
第3講座	まとめ講座 株式会社船井総合研究所 住宅支援部 マネージング・ディレクター 日野 信

一般価格

税抜 30,000円（税込 33,000円）/1名様

- 銀行振込の方は、開催4日前までにご入金をお願いいたします。なお、ご入金の際は税込金額でのお振込みをお願いいたします。万が一、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。
- 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。

会員価格

税抜 24,000円（税込 26,400円）/1名様

申込み方法は簡単！4ステップで簡単受講！



※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！

※お申込みに関して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/094889>

TEL: 0120-964-000（平日9:30～17:30）

