



第2弾は【住宅トレンド編】 何がトレンドなのか本音で議論

新建ハウジングはこのほど、実務者と開発者が本音でディスカッションするトーク番組「イエトーク 住宅トレンド編」を本紙公式 YouTube チャンネルでライブ配信した。本紙発行人の三浦祐成が進行役となり、集客や営業に関する最新動向について語り合った。

今回は実務者枠として、松尾設計室（兵庫県明石市）代表の松尾和也さん、FDM（大分県大分市）社長の高倉潤さん、開発者枠にパネリストとして、住宅コンサルのSUMUS（東京都港区）の東郷博之さん、無人モデルハウス事業を手がける頼人（新宿区）社長の石原健司さんが出演した。

冒頭の単独講演で松尾さんは、工務店が顧客視点に立ってメリットや強みを発信することが重要だと指摘。他社とは違う具体的な“看板メニュー”を掲げることが必須だとし、「その指標が社内で明確に定まっていない状態で戦っていくと厳しい結果になる」とした。

高倉さんは、集客において、自社が打ち出したい強



当日の配信中の様子。左からFDM（大分県大分市）社長の高倉潤さん、松尾設計室（兵庫県明石市）代表の松尾和也さん、本紙発行人の三浦祐成、SUMUS（東京都港区）の東郷博之さん、頼人（新宿区）社長の石原健司さん

みと、生活者が選択肢に入れた動機は必ずしも一致している訳ではないとし、HPやSNSなどの情報開示においては、「改めて出しどころを変えてみるのも選択肢の一つに入れるべき」とアド

バイスした。

東郷さんは、全体として集客が落ちているが、受注数自体は変わっていない、もしくは契約率は高い水準を維持している工務店も多くいるとし、「集客数で一喜

一憂することはない」と強調。“契約率”を上げるための施策を打つことに専念すべきとし、集客の母数がたとえ減っていたとしても、自社にマッチした顧客層に対して、いかにアプローチし

ていくかといった戦略に力を入れていく必要があるとした。

頼人の石原さんは、集客の入口が多様化し、選択肢にあがる工務店の数自体も減少していく中において、「まず自社に足を運んでもらうためのハードルを下げるのが重要」と語る。集客ツールの一つとして、モデルハウスの無人化などを活用し、機会創出をすべきとし、「優れた家づくりをしている工務店であれば、会うことさえすれば成果につながっていくはず」と語る。

同日の「イエトーク」は、視聴アカウント数（見逃し配信も含む）が過去最高の約600を記録した。今後もあらゆるテーマで番組配信を続けていく予定。