

## お施主がスマホで新築・リフォームの 完成予想プランを閲覧・配信できる新サービス

～これからのリフォーム営業はスマホで拡がるクチコミ情報が決め手～

安心計画株式会社(福岡市、小山田隆広社長)は、住宅の外観・内観の360°パノラマデータを工務店やリフォーム会社がお施主に配信、さらにそのデータをお施主自身が手軽に知人等に配信できるサービスを9月10日から開始します。

今回のシステムは、これまでのように営業マンがノートPCやタブレットを持ち歩いて提案画像をお施主に見せるだけではありません。工務店やリフォーム会社から配信されたデータを、お施主がいつでもどこでもスマホ等で自由に閲覧でき、そのデータを今度はお施主自身が家族や友人・知人に自由に再配信してシェアすることにより、広範囲なクチコミ効果が期待できるというものです。

国土交通省から発表された「平成25年度住宅市場動向調査」によると、住宅リフォーム実施世帯の業者選びのトップは「知人等の紹介で」、次いで「以前から付き合いのあった業者」となり、この二つが全体の約3分の2を占め、3位以下を大きく引き離していることがわかりました。リフォームの業者選びではクチコミが大きくものを言い、また、リピーターが多いということです。インターネットの普及した現代ではクチコミの影響力は以前よりはるかに増大しており、さらにスマホやタブレット端末やソーシャルメディア(ブログ、フェイスブック、ツイッター、ラインなど)の急速な普及がこれに拍車をかけています。いまやスマホの普及率は50%以上で、10～20代となると80%を超えています。

安心計画の新サービスを工務店やリフォーム会社が利用すれば、建物の外観や内観を立体データとしてお施主に配信でき、お施主はいつでもどこでもスマホ等でそのデータを360度自由なアングルで見ることができます。そのデータはお施主自身が家族や友人のスマホ等に配信でき、その友人・知人が、さらにそのまた友人・知人に発信することにより情報は連鎖的に拡がります。ブログやフェイスブックなどのソーシャルメディアを介せばクチコミ効果はさらに拡がります。新しい体験や情報は誰かに自慢したいし共有したいという心理から、お施主とネット環境が、リフォーム会社の代わりに広範囲な宣伝と営業をしてくれることとなります。もちろん、リピーターを促進するための情報発信にも利用できます。

この新サービスは、安心計画の住宅プレゼンCAD「ウォークインホーム・プラス」のユーザーである工務店やリフォーム会社が利用できる「ミニ・ウォーク」(外観・内観用)と、インテリア専用提案ソフト「マイシーンデザイナー」のユーザーが利用できる「マイシーン・ミニ」(インテリア専用)の2つで、利用料はそれぞれ1回100円(税別)です。

ネットもメディアも多様化し、めまぐるしく変化する環境の中、お施主とともに価値観を共有できるかどうか、住空間を提案・提供する側の今後の生き残りの鍵と言えます。安心計画はそれを多くの工務店やリフォーム会社に伝え、その活動の支援にこれからも努めてまいります。

問合せ先/安心計画株式会社 TEL:092-475-1751 FAX:092-413-6378

担当:草苺 秀典 e-mail:kusakari-h@anshin.co.jp

※サービスの詳細はWEBでもご覧になれます(検索キーワード“安心計画”)。

〔会社概要〕

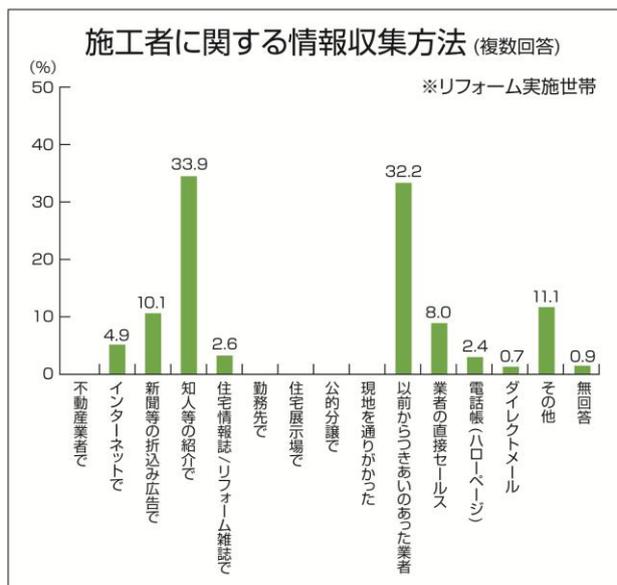
名 称／安心計画株式会社  
電 話／092-475-1751  
資本金／1億円  
URL／<http://anshin.co.jp/>

代表者／小山田 隆広  
所在地／福岡市博多区博多駅前 3-22-8  
設 立／昭和 63 年(1988 年)3 月 28 日  
業 種／住空間デザインソフトの開発・導入コンサル他

〔資料-1〕



〔資料-2〕



国土交通省発表「平成25年度住宅市場動向調査」より抜粋

〔資料-3〕



〔資料-4〕

データの配信はURLでもQRコードでも、どちらでもOKです。チラシ等にQRコードを掲載すれば誰でもその場でパノラマデータを閲覧できます。



# 『クチコミ』『モバイル(スマホ)』『女性』が これからのリフォーム営業のキーワード。

## 住宅リフォームの業者選びは“クチコミ”がトップ

住宅リフォーム実施世帯の業者選びは「知人等の紹介」がトップというデータが、国土交通省の「平成25年度住宅市場動向調査」で発表された。これは同省が平成24年4月から平成25年3月の間のリフォームユーザーを調査したもの。次いで「以前から付き合いのあった業者」となっている。このことからリフォームの業者選びではクチコミが大きくものを言い、また、過去にリフォーム、もしくは新築した業者に依頼する確率が高いことがわかる。

インターネットの普及した現代ではクチコミの影響力は以前よりはるかに増大しており、さらにスマホやタブレットなどのモバイル端末やソーシャルメディア(ブログ、フェイスブック、ツイッター、ラインなど)の急速な普及により、リフォーム事業ももうこれらの環境や効果を見逃すことができない時代になったと言える。

上記調査結果はまた、一度でも接触のあったお施主と継続的なコミュニケーションを図ることがいかに重要かを物語っている。メンテナンスを怠らず、定期的に役に立つ情報を発信するなど、常にお施主のニーズに注意を払っておく必要がある。

## 営業ツールとしてのモバイル(スマホ)の役割と女性

このような環境の中で重要なアイテムとなるスマホなどのモバイル端末については、調査機関により若干バラツキはあるが、今年に入ってから iPad などのタブレット端末の日本での普及率は約20%、スマホに至っては50%を超えている。特にスマホの所有率は10代後半から20代では80%以上だ。さらに男女別では女性の方が約10%多く、1日の利用時間も女性の方が長いことがわかっており、20代女性の3人に2人がスマホで買い物をした経験を持つという。長時間スマホを利用している女性にとって、何かを利用したい、何かを買いたいと思ったらいつも手元にあるスマホで、というのはもはや自然な流れなのかもしれない。

また、これらスマホやソーシャルメディアの普及で、一般顧客は他人のクチコミを参考にするのは言うに及ばず、自分でも情報を発信するようになってきた。そして、クチコミによる情報の受信量と発信量とその拡散するスピードは、女性が男性を凌駕しているとも言われている。お施主は女性が主導権を握っている場合が多いし、提案する側の営業や設計士も女性の活躍が目立ってきている。今後増え続けるリフォーム需要の中で、女性は重要な役割を果たすこととなりそうだ。

## お施主の目線で価値観を共有することが重要

ネットもメディアも多様化し、めまぐるしく変化する環境の中、「自分がお施主だったら何を望むか」「何ができたら嬉しいか」「どういうとき不満を感じるか」これまでよりもいっそうお施主の目線で、お施主のメリットを考え、お施主とともに価値観を共有できるかどうか、住空間を提案・提供する側の今後の生き残りをかけた重要な課題となるだろう。

以上