安心計画

画期的なソフト・マイホームロボを開発

地場工務店の売上拡大・経費最小化を

同時提案する新サービス

安心計画（福岡市博多区　小山田隆広社長）は、今年6月より、新たに地場工務店向けの営業支援・提案ソフト「マイホームロボ」の提供を開始した。同社はこれまでさまざまなITツールで数多くの住宅の営業支援や設計支援をしてきた。また、全国の工務店、ビルダー、各住設メーカーと強い結びつきをもつ。今回の新製品は、同社の幅広い専門性の強みをさらに活かすものとなる。

マイホームロボは新築注文住宅の営業担当者向けのソフトだ。

本製品は、AI、より具体的に言えば、ビッグデータを用いたレコメンド機能により注文住宅の新規見込み顧客向け提案を大幅に効率化・簡略化するもの。特に長時間労働への問題意識が高まり、DXの取り組みを加速する住宅業界において同ソフトは大きな影響を及ぼす可能性を秘めている。小山田隆広社長は、「経営の基本は売上の最大化と経費の最小化であり、その差が利益となる。最大のコストである人件費を下げることで、浮いた経費を販促費に回せば一層の拡販が期待できる。人件費は労働時間と直結するため、生産効率を向上する必要がある。また住宅営業は取り扱う製品の性質上、多大なコストと時間がかかりがちだ。したがって、貴重な引き合いの取りこぼしを防ぐことが大切。」と開発の背景を語った。

小山田隆広代表取締役社長

マイホームロボの特長は大きく分けて2点ある。

1つは、顧客への提案・意匠すり合わせ時間の短縮。住宅は間取りや外観など構成要素が無数に存在し、さらには高額な買い物となるため、顧客も妥協せず、自身の好みを最大限反映し、打ち合わせに膨大な時間を必要とするケースが多い。

また、住宅の規模は当然商品としては非常に大きく、ある要素を立てれば、他がたたないこともしばしばある。そのため顧客も、自身や家族の好みの要望に折り合いをつけて、的確に表現するのが難しいという問題をかかえる。

例えば、「リビングルームを広く取りたい。収納も増やしたい」という願望は相反するものだが、「どちらの要望を、比率的にはどれくらい重きを置くか」を伝えるのは難しいものがある。営業担当者には正しく顧客の意図を掴んで、打合せを進めることを求められるが、そのあたりが個々の資質や想像力に依るところも多く、普遍化を図るのは難しい。

また、二世帯住宅の場合は、発言する当時者が複数想定され、全員が納得するプランを固めるのに時間を要するという。マイホームロボは、顧客の年齢、年収、家族構成等の個人情報と、15の質問で構成されたアンケート結果に基づき、AIによるプラン図のレコメンドが行われる。15の質問はそれぞれ「はい・いいえ」のような単純回答ではなく、「重要」「やや重要」「どちらでもない」といった、5段階で程度・度合を探る選択式回答となっている。

必要な情報を入力すれば、回答内容とビッグデータを照らし合わせ、わずか5分で候補となるプランを複数提示してくれる。アルゴリズムは株式会社Lib Work（熊本県山鹿市　瀬口力社長）の協力を得た上で、同社と共同開発をした。互いに異分野の2社以上が持ち寄り取り組む事業で、これが行政助成策の「需要が新規に創造されること」が条件となる経済産業省の「新連携事業」に採択され、補助金も交付された。

こうして、うまく言語化しきれない顧客の要望も巧みに読み取れるため、短期間で顧客のニーズに沿った提案から打合せをスタートすることができ、効果的な初期提案を実現できる商品特性を持つ。

2つ目は、顧客の本気度の「濃淡」と、住宅のどの部分を重視しているかの見極めができること。レコメンドにより出てきたプラン図は、提案用資料一式となって自動出力ができる。資料の表紙にパノラマVR用QRコードも自動発行される。スマートフォン等を用いてQRコードにアクセスすると、顧客はプラン図の住宅のVR映像を見ることができる。キッチンや廊下、外構などあらゆる角度で探索することができる。そのVRにどれくらいの頻度で、そしてどの箇所を参照したかが全て記録に残り、メールで営業担当者に通知される。このため後日、顧客と要所をついた打合せが可能になる。また、住宅購入をそこまで真剣に検討していない段階の顧客は、本気度の高い顧客と比べてアクセス頻度も少ないため、冒頭に記載しように「濃淡」を探ることもできるという。

提案前に顧客が答える15のアンケート。5段階で回答。個人情報と組み合わせて最適なプランをレコメンドする。

マイホームロボの製品紹介ページに飛べるQRコード

家具インテリア産業を暮らし産業へ革新

マイホームロボがこのように、それ単体で住宅営業担当者の業務効率化と顧客側への効果的な提案を実現できるソフトであることは前述のとおりだが、同社が開発・展開する「ウォークインホームプラス」を併用することで製品を最大限活用できるという。マイホームロボで生み出された初期提案で顧客も納得し、プランニングが固まることもあるが、初期提案をベースに、細かい修正を加えていくケースがあるのも事実だ。そのようなときは、マイホームロボの提案データを使ってウォークインホームプラスで修正し、再提案ができる。役所への設計図書の確認申請なども可能だ

同社はDTS社の開発する「ウォークインホーム」の販売とサポートを発売当初から続けてきた唯一の会社だ。ウォークインホームは、工務店の営業担当者が、新築住宅・リフォーム検討顧客に対して図面から即座に3D画像にして提案することのできる営業支援ソフト。安心計画はユーザーがより使いやすくなるように各種設定を行い、また多数の住設部材を組み込んだ「ウォークインホームプラス」を独自に提供している。データを充実させるため、パナソニックやタカショーなどの住設機器やエクステリアメーカーともタイアップしている。

小山田社長は今後の展開として、アバターを使った簡単なゲーム機能をマイホームロボに追加搭載する予定だという。実装は年明けを予定しており、ゲームを通じてプランニングされた家の中をウォークスルーすることができる。具体的には、洗濯物を干すなど家事等のタスクがアバターに与えられ、それにより検討しているプランで、生活動線のシミュレーションができる。

現時点では間取りや外観設計が中心となったシステムになっているが、今後は住設機器や家具・インテリア、ガーデニングにも波及していくサービスとしていきたいと小山田社長は語る。その領域まで及んだとき、家具・インテリア業界にさらなる革新が期待できる。

少子高齢化が加速し、新築住宅着工件数は漸減が続くなか、地場工務店は地域密着の強みを活かし、商社やメーカーの協力のもと、新居に高付加価値のユニットバスや給湯器、太陽光発電やエアコンの提案を行ってきた。家具メーカーとタイアップして、この国の暮らしを彩る高品質の家具を売るようになる未来も訪れるかもしれない。（長澤記者）

本製品の費用は月額二万八千円、VRオプションは一万七千円（税別）。