

[設計・施工]の力を[営業・経営]につなげる

ハウジング

# アーキテクトビルダー

Monthly ARCHITECT BUILDER

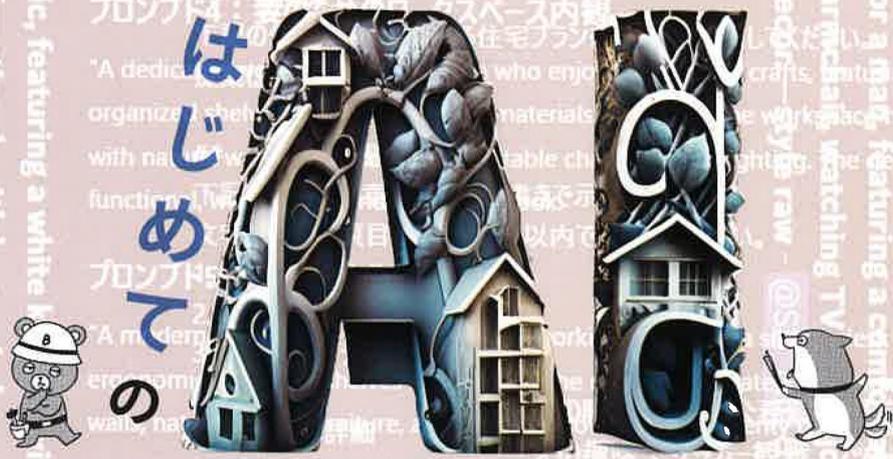
8  
2024

## プラント3：夫のためのリラクゼーションスペース内観

"A cozy relaxation corner in a living room designed for a man, featuring a white leather sofa, a small side table with a drink, and a television mounted on the wall. The space is inviting and perfect for watching sports or unwinding with a drink. The decor is simple and functional."

## プラント5：全員のワークスペース内観

"A dedicated workspace for a man who enjoys organizing shelves with materials. The desk has a Scandinavian design with natural wood and functional lighting. The decor is feminine and elegant."



# 超入門

AI中心にBIMやVRを含めた  
最新DX手法を紹介

### 3. 外観イメージ

- ・ シングルでモダンなデザイン、白を基調とした外壁

月刊アーキテクトビルダー  
オンライン  
解説動画  
デジタルブック

注文住宅市場が急激に縮小し、一気に省力化が必須の時代に入。

マーケティングオートメーション (MA) やプランストック、遠隔管理などのDXツールを活用する鳥取県・倉吉の工務店、ホームズ代表の牧井健一氏に、中小工務店ならではのDX手法を取材した。

取材・文：大菅 力



プレゼンと実施設計でCADを使い分けて効率化しているのか

新築工事3-6(外構)

パース図-外構2



パース図-外観



経験に任せる、長く任せる「ファースの職かい事」  
株式会社 ホームズ

ウォークインホームで作成したプレゼン資料。操作性がよく営業担当者でも使える

プレゼンはウォークインホーム、実施はアーキトレンドだね



必須の不況対策はコレ

DXによる省力化で  
住宅不況を生き抜く



不況対策の要点を60字で解説

住宅不況で問い合わせ  
が減少し、他社との競  
合も増えた。対策とし  
て改修に注力。さらに  
営業から設計、施工の  
各業務のDX化を推進

ホームズの概要はコレ

- 同社は鳥取県・倉吉で活動する工務店。社員7人、年間棟数は約10棟。快適で健康に過ごせる自由設計の高性能住宅で人気
- 中心的な価格帯は延べ床面積32～35坪で2700万～2800万円。建て主は30代が中心。公務員や医療関係者が比較的多い
- 同社はデジタルツール導入による省力化に積極的。顧客とはじっくりと話す。バックヤードは時短を徹底。それが同社の基本方針



同社の近作。ファース工法による高断熱高気密の平屋

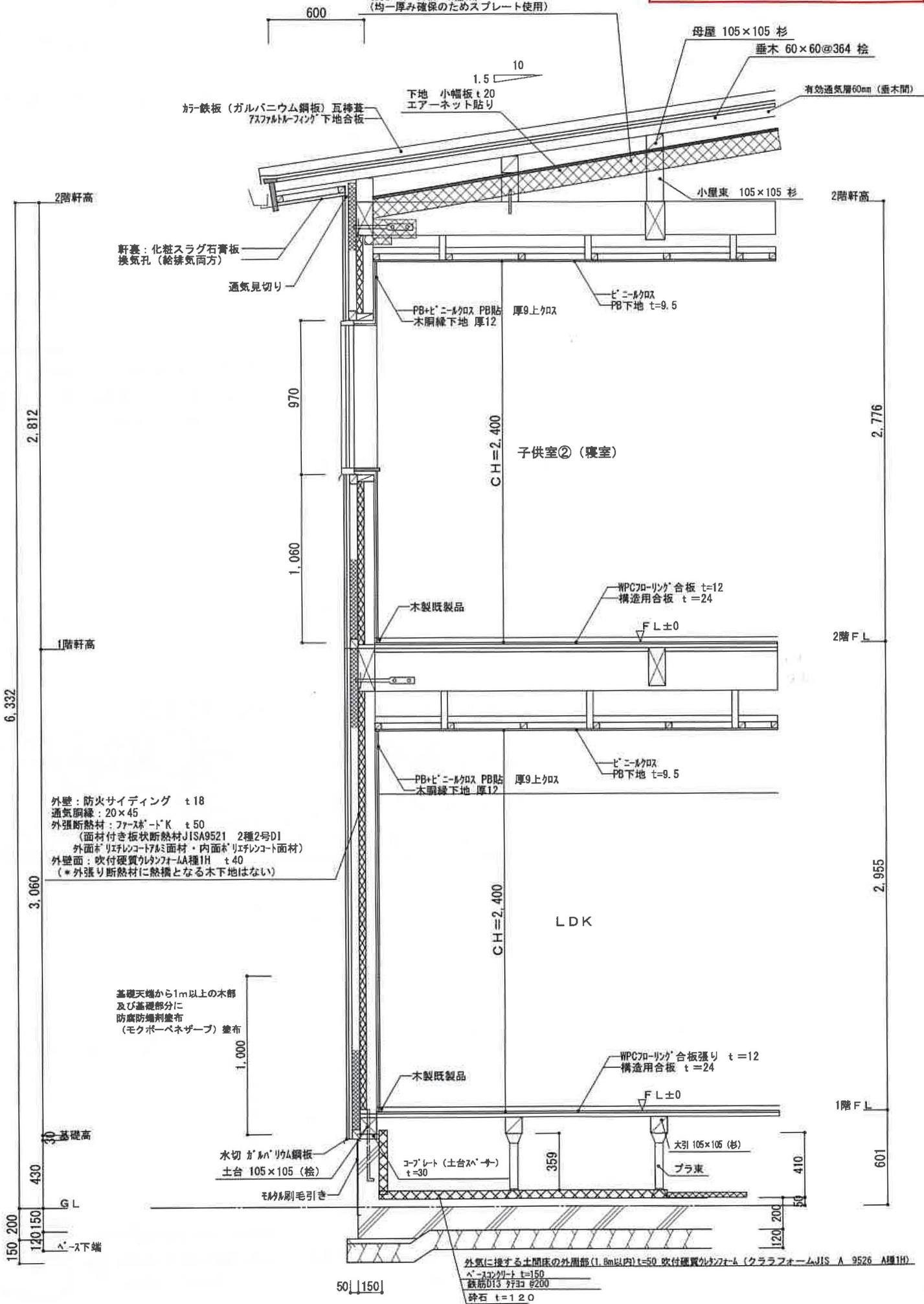


開放的なLDK。温度ムラのない健康住宅を訴求

\*吹付断熱施工の際に、均一の吹付厚を確保するため、ガイドピン（スプレート）を吹付面積1㎡あたり2本以上取付し施工（壁・天井とも）

断熱材：エアクララ（HR340NSG-L-F）吹付け t=120  
（JIS A 9526 A種1H）  
（均一厚み確保のためスプレート使用）

アーキトレンドで作成した矩形図。実施図面は各種の自動作成機能やシミュレーション機能が優れたアーキトレンドを使用。操作には専門性が必要なので設計担当者が使用する



## MAが得意なのはコレ

MAで見込み客への  
メール送信が  
短時間で可能に

## MA導入の狙いを60字で解説

短時間で見込み客に合った内容で定期メール  
を送るためにMA導入。メール送信を自動化  
して開封状況やリンクのクリック状況を把握

顧客名	顧客ステータス	担当者	閲覧合計	最終閲覧ページ	アクション
Safari-iOS	フィナルホームズ問合せ	牧井 健一 株式会社ホームズ	3	http://www.d-homes.jp/works/style/mix-style	閲覧履歴を確認する
Safari-iOS	ライフルホームズ問合せ	牧井 健一 株式会社ホームズ	6	ご家族こだわりの南欧風の家   建築事例   株式会社ホームズ	閲覧履歴を確認する
Chrome-AndroidOS	-	牧井 健一 株式会社ホームズ	3	会社案内   株式会社ホームズ	閲覧履歴を確認する
Safari-iOS	タウンライフ問合せ	牧井 健一 株式会社ホームズ	2	会社案内   株式会社ホームズ	閲覧履歴を確認する
Edge-Windows	タウンライフ問合せ	牧井 健一 株式会社ホームズ	20	勾配天井のある平屋ウッドスタイル   建築事例   株式会社ホームズ	閲覧履歴を確認する
Chrome-AndroidOS	-	-	34	カテゴリ「リノベ・リフォーム」記事一覧	閲覧履歴を確認する
-	10計契約	牧井 健一 株式会社ホームズ	5	カテゴリ「モダン」記事一覧   建築事例   株式会社ホームズ	閲覧履歴を確認する



Digimaの顧客リストだね。閲覧状況がわかるんだな

顧客の状況に合わせて対応できるから便利だね

## MAの活用方法と評価がコレ

- かつて同社は1人ずつメールを送付。これだと多くの見込み客に定期メールは送れない。そこで4年前からMAのDigimaを活用
- Digimaは設定が簡単で操作性もよい。顧客名簿よりメール発信時に自動的に宛名を表示。登録コンテンツから発信でき省力化になる
- MAはメールの開封状況やリンクのクリック状況がわかる。それを見て追客の有無や次回の送付資料を判断でき、営業効率が上がる

## MA活用のコツはコレ

MA活用のポイントは  
自前のコンテンツを  
使うこと

## MA活用の重点取り組みを60字で解説

MAの活用で重視しているのが、見込み客と  
の初期3カ月のやり取り。この期間に知って  
ほしい家づくり情報を1週間に1通程度発信

内容を徐々に具体的にして見込み客を教育するのか。コンテンツが大事だな



**株式会社ホームズ**

顧客の姓様

このたびは「ライフルホームズ」より家づくり計画書のご依頼をいただきありがとうございます。株式会社ホームズの担当者として申し上げます。

弊社についてはこちら

ホームズは鳥取市、倉吉市を中心に健康・省エネ・安心にこだわった【全館空調の快適な家づくり】を行っております。

エアコン1台で冬はほかほか、夏は涼しく快適にお住まいいただけるお家を施工いたします。

**輻射式全館空調のポイント**

- 全空間が真冬20度以上キープ
- 空気を清浄、花粉の心配がない
- エアコン1台で省エネ+直接エアコ

**株式会社 ホームズ**

みなさん、こんにちは！  
ホームズの送信者の姓でございます。

ホームズで暮らす暮らし3周年の今回は冬でもおしゃべりできちゃったか空調のホームズの事についてお伝えします。

《荷物が届いた！  
受け取りするだけで体がキンキンに冷える〜》

ピンポイント  
冬の玄関には行きたくない〜！  
…鍵が取りに行つて〜寒いから出るの嫌だ〜  
少し滞在するだけで、足元からキンキンに冷える！

でもホームズの家なら…！

以下、スマホ・パソコンで御覧いただける厳選プランをお送りいたします。全部で3プランご紹介させていただきます。

参考プランはこちらから↓↓

〈プラン番号84817〉  
2台分のビルトインガレージがあり、2世帯でも暮らせる間取りです。1階に窓のない外観がモダンで特約的。プライバシーをしっかり守り、中庭から光を取り込みます。ガレージからそのまま玄関に入れるので雨の日でも安心です。

初回に送るメール文とコンテンツ例(左)。3、4回目を送るメール文とコンテンツ例。だんだんと内容が具体的になってくる(中)。8〜10回目に送る事例集。ここまでのコンテンツを見てくれている見込み客だと開封率は高い(右)

制作を社長が抱えると多忙で後回しになる。社員に任せたいね



## コンテンツ活用の要点はコレ

- Digima デフォルトの読み物はしっくりこない。自前でつくるべき。同社の場合、**温熱環境と健康の関係などの読み物を充実させた**
- 使用開始時に5種類を用意。現在は40種類。**初期見込み客用の定番が10種類**。テーマは牧井氏が考え、テレアポ担当の外部スタッフが作成
- 外部スタッフは見込み客の反応をふまえてコンテンツに意見を言うようになり、より話を弾ませるために制作担当になった



同社はホームページのコンテンツも充実。見込み客志向性や状況に合わせてリンクを貼って記事に誘導する

## コンテンツで重視すべきはコレ

クリック率を高めるには  
テーマと内容が重要

🔥 **クリック率向上の要点を60字で解説**

**メールの開封率は8割、リンクのクリック率は2割。過去のクリック状況を見ながら、送り先ごとに内容を選べるとクリック率は高まる**

## クリック率が高いコンテンツはコレ

- 温熱環境と健康との関係のほか、プランに関わる内容も送付。**平屋やガレージなど特定の人が興味をもつ対象はクリック率が高い**
- 自社の作品集もクリック率が高い。PDFをGoogleストレージにアップして、リンクを張る方式。最近では後述するマイホームロボも活用
- 初期のやり取りの後は見込み客の反応で対応を変える。引き続き情報発信をしたり、質問にメールで回答したり、電話をしたりなど



事例集はクリック率が高いね

### 【マイホーム建築例「白×茶を基調とした温もりと安心感の家」ご紹介】

概要 宛先 開封 クリック リンク 失敗 スпам 配信停止

こんにちは。  
ホームズの送信者の姓です。

ホームズでは「温かく永く住み続けられる」をコンセプトにお家づくりを行っています。

新たなお家の事例をご紹介します。

[【白×茶を基調とした温もりと安心感の家】についての紹介はこちら](#)

画像をクリックすれば、間取りや素材感などもご覧いただけます。



初期3カ月で反応がない見込み客はリストから外していく。  
送り先を選別せずに広範囲に送ると1割まで下がる



見込み客の志向性に合わせて複数ほしいね

### 【マイホーム建築例「白×茶を基調とした温もりと安心感の家」ご紹介】

概要 宛先 開封 クリック リンク 失敗 スпам 配信停止

複製

テンプレ

到達



222 / 292

開封



98 / 222

開封を確認

クリック



20 / 98

リンクをクリックを確認

iOS 15のアップデートによるメール開封状況への変更について。  
詳細はこちら。

## MA導入の成果はコレ

MA導入で顧客選別  
ができ、確度の高い  
顧客に絞れる

経営面の好影響を60字で解説

相性のよい見込み客が増えると、無駄打ちが  
減る。顧客満足度も高まり、提案を受け入れ  
てもらいやすい。結果的に利益が残りやすい



毎月モデルハウスの体験宿泊を実施。営業の起点にしている。参加希望者にはInstagramで告知



体験宿泊者の様子。冬季も夏季も快適性に対する評価が高い



完成見学会の様子。20組程度が来場する。そのうち新規顧客は5組程度



構造見学会の様子。耐震性能や断熱性能の高さを訴求する



複数のルートで新規顧客の開拓をしているんだね

ここからMAで追客していくんだね



MAに追加する新規の見込み客は20~25件/月。  
ポータルサイトからの問い合わせや完成見学会、モデルハウスの体験宿泊からつながる

## MA活用の効果はコレ

- 初期のやり取りで情報を伝えて顧客を育てられる。個々にやり取りする段階では同社の家づくりに興味のある見込み客に絞られている
- 事前にどの資料を見ているか、ホームページのどこを見ているかがわかる。見込み客の関心や知識水準に合わせた対応ができる
- 見込み客のランク付けはしない。この規模だと牧井氏が顧客とのやり取りの状況を把握して、個別に対応したほうがうまくいく

## マイホームロボの 利点がコレ

マイホームロボ活用で  
MAの効果を  
より高める

マイホームの概要を60字で解説

同社はマイホームロボを導入。6500プラン  
ンから自社に合うプランを選択。即提案可能  
。同社はMAで同システムのプラン集を送付



6500プランのうち2、3割はプラン集に使えるようだな

マイホームロボの検索画面。条件を入力していくと該当プランに絞られる

予備HIT数 6516 / 6516 件

検索条件: ① 価格帯: ② 完成時期: ③ 築年数: ④ 築年数: ⑤ 築年数: ⑥ 築年数: ⑦ 築年数: ⑧ 築年数: ⑨ 築年数: ⑩ 築年数

⑪ 築年数: ⑫ 築年数: ⑬ 築年数: ⑭ 築年数: ⑮ 築年数: ⑯ 築年数: ⑰ 築年数: ⑱ 築年数: ⑲ 築年数: ⑳ 築年数

⑳ 築年数: ㉑ 築年数: ㉒ 築年数: ㉓ 築年数: ㉔ 築年数: ㉕ 築年数: ㉖ 築年数: ㉗ 築年数: ㉘ 築年数: ㉙ 築年数: ㉚ 築年数: ㉛ 築年数: ㉜ 築年数: ㉝ 築年数: ㉞ 築年数: ㉟ 築年数: ㊱ 築年数: ㊲ 築年数: ㊳ 築年数: ㊴ 築年数: ㊵ 築年数: ㊶ 築年数: ㊷ 築年数: ㊸ 築年数: ㊹ 築年数: ㊺ 築年数: ㊻ 築年数: ㊼ 築年数: ㊽ 築年数: ㊾ 築年数: ㊿ 築年数

基本情報	
価格	2470万円 ~ (標準税抜)
玄関方位	南
階高	2階
部屋数	3LDK
延床面積	31坪 (101㎡)
工事面積	33坪 (110㎡)

履歴

- ▲ DL履歴
- ♥ [お気に入り] 追加履歴
- [提案書] 作成履歴
- [ChatGPTコメント] 生成履歴

各プランには過去の利用履歴も記録される。選択の際の参考になる



平屋などテーマを定めて送ると興味の有無もわかるね



選択したプラン例。高精度な3DパースとVRデータ、平面図がセットになっている

## プラン集活用のポイントがコレ

- プラン集はテーマごとに10プラン程度選択し、専用ページに保存。MAで見込み客にリンクを送付。プラン集はクリック率が高い
- プラン集を活用するポイントはテーマを工夫すること。同社の場合、平屋の3LDKに特化したプラン集は開封率が高かった
- マイホームロボは過去の提案や事例からセレクトした事例集もつくれる。テーマ別に整理しておくこと、送付コンテンツに困らない



ウォークインホームに敷地情報を登録すると、そこにマイホームロボのプランを配置できる。方向なども変えられる。操作が多少煩雑なので同社ではまだ使用していない

## アンケート活用の方法がコレ

マイホームロボのアンケート機能で無料プランを提供

## 初期営業での活用方法を60字で解説

プラン集を見学会の建物と連動させたり、アンケート機能を無料プランサービスに活用するなど、マイホームロボは初期営業に使える



マイホームロボのアンケート機能を生かした企画だな

プラン作成には労力がかからないので顔がわからない見込み客に対する無料のお試し提案として非常に有効

間取り無料サービスのチラシ。QRコードを読み込ませてマイホームロボのアンケートページへと飛ばす

手間をかけずに無料プラン作成の企画ができるのはいいね



## 機能活用の具体的な手法がコレ

- プラン集を見学会の建物と連動させてもよい。建物が4LDKで吹き抜けがある場合、条件をそろえたプラン集を見学会前後に送る
- マイホームロボのアンケートも有効。アンケートの回答からプランを自動的に選択する機能だ。それを無料のプラン作成サービスに活用
- 無料プランはチラシで展開。QRコードからアンケートのページに誘導。設問の回答から自動選択された間取りを3案程度返信する

マイホームロボの間取り診断アンケートのページ。回答すると相性のよいプランがピックアップされる。設問が少ないのでマッチング度合いはほどほど。見込み客との初期やり取り向け

## 人材との使い分けのコツはコレ

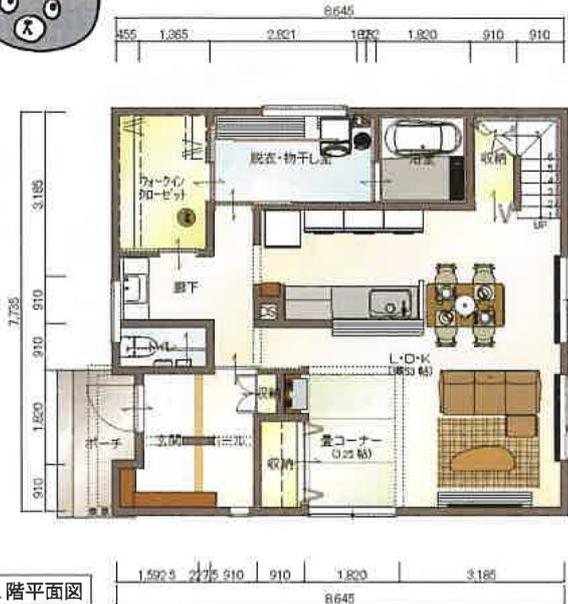
リアルでのプレゼンは  
人材のプラン作成に  
こだわる

**人力が有効な理由を60字で解説**

初回提案に見込み客の好みや個性を反映して  
独自性を高めるには、時間をかけて案を練る  
しかない。この作業を効率化するのは難しい



対面の提案は細部まで検討したプランを提案したいな



対面で提案したプランの例。開放性を保ちつつ多様な場所を設けている。家事動線も練られている

プランが刺さって信頼を得られると一気に契約に近づくしね



## 対面のプレゼンの考え方はコレ

- 対面のプレゼンにマイホームロボは使わない。注文住宅のクロージングにおいては初回提案のインパクトが重要であるため
- マイホームロボのアンケート機能は設問が少ない。見込み客がどこを重要しているのか判断できない。提案の方向がずれる可能性も
- 最終的に建て主と価値観が合うことが大事。価値観が合えば提案ごとに満足度が高まる。家をつくり込むことになり、予算も増す

## 省力化の方針がコレ

施工管理もデジタル  
ツール導入で省力化

**log buildの利点を60字で解説**

log buildは施工記録写真の撮り落としを補えるほか、隅々まで状況確認できる。社内のやり取りや職人との質疑にも使える



log buildの  
360度画像は  
分かりやすいね



実際に現場に行ったような臨場感。電気屋と配線経路の確認など、振り返るのが大事。新しい職人に自社のやり方を説明したり、若手社員への指導にも使える

振り返って確認するための資料として欠かせないね



## log buildの活用の利点がコレ

- 同社は施工管理に ANDPAD と log build、Log Meet を使用。log build は 4 年弱前に導入。現場を振り返るツールとして非常に有用
- **log build は 360 度カメラで建物全体の下地や配管の状況がわかる。現場に行く回数を減らせる。後のクレーム対策や建て主への工事説明にも使える**
- 撮影のポイントは平面図上で任意に設定。撮影は 10 分程度。同社は監督が撮る。会社によってはカメラを現場に置いて職人が撮る



log build のトップ画面。現場単位で画像を管理する



log build の邸別の画面。工程に従って図面と照合せながら 360 度画像を記録していく

### DXの要点はコレ

ツールの機能は  
使いやすい部分  
だけを活用



DX ツールを複数活用する利点を 60 字で解説

各種ツールの併用で施工管理の効率が高まる  
。監督の負担が減り、監督の業務が平準化さ  
れて属人性が薄まる。結果的に省力化される



同社の営業と施工管理の DX ツールは月 18 万円程度だ

ANDPAD の工事記録写真の保管画面。  
検査画像などを保管しておく



ANDPAD の図面保管画面。変更図面を含めてすべて保存



パート社員の月給程度だから費用対効果は高いね



## 施工管理ツールの使い分けはコレ

- Log Meet も便利。スマホで現場と事務所を映像でつないで遠隔で現場管理が可能。事務所からポインターの指示や撮影などができる
- **log build は振り返り用、Log Meet は質疑用。監督が現場に足を運ぶのは log build の撮影時期。質疑は Log Meet を使って事務所で対応**
- ANDPAD は図面や見積もり、施工写真など工事過程の全資料を保存。機能はかぶるところもあるが、使いやすい部分だけを使えばいい