

ヤマト住建 × 導入したツール **「マイホームロボ」** (安心計画)

高気密・高断熱住宅を全国に プラン提示で より幅広い層に訴求

兵 兵庫県神戸市に本社を置くヤマト住建は、西は広島県、東は栃木県まで全国 45 店舗を置き、幅広いエリアで注文住宅事業を展開している。2007 年頃から高気密・高断熱住宅に特化し、温かく健康的な住まいの提供を続けてきた。近年の住宅省エネ化の流れ、さらにはコロナ禍を通じて住環境を見直し、快適に、省エネに暮らしたいといったニーズの高まりを受け業績を拡大。完工棟数は 2017 年の 500 棟程度から約 1000 棟へと、7 年間で倍増してきた。ZEH や HEAT20 という言葉が一般的になる以前から高気密・高断熱住宅に取り組んできた信頼が受注に結び付いている。

同社は、高気密・高断熱住宅を日本中に広げたいと、契約棟数・受注棟数をさらに伸ばしていく考えで、今後、新たな店舗設置も計画している。こうしたなかで一つの課題となったのが、これまで伝えきれていなかったユーザーにも高性能住宅の魅力を伝えることであった。

商談の場ですぐにプラン提示 プランやパターンの多さが決め手に

ヤマト住建は高性能住宅に力を入れてきただけに、性能や構造にこだわりを持ち住み心地の良さを求めるユーザーが多く訪れる。それだけに営業担当者は平面図やパースなどの図面を示すことなく説明を行うことができ、商談が進められた。逆に言えば、商談中に気軽に図面を

提供できる体制ではなく、要望があれば、都度、設計担当などにプラン作成を依頼することが多かった。

より幅広い層に向けて高性能住宅を訴求していくうえで、この体制を見直そうと今年の 2 月に導入したのが「マイホームロボ」である。「マイホームロボ」は、AI が施主のニーズを分析し、約 9000 のプランのなかから最適なものを選んでプレゼンすることができる。営業担当者が商談途中にニーズを踏まえたプランを提案するのに最適で、「プランがかなり多く、視覚的な情報もかなり作り込まれており、幅広く対応できる」(経営戦略本部 河田和弘氏)と導入を決めた。例えば、外観・内観が見やすく分かりやすい、外観イメージを複数パターン提案できる、VR データにより家具が配置された内観イメージを確認できる、など 1 つのプランに対して多くのパターンを示せることなどを高く評価した。

平屋か 2 階建てか、坪数は、間口はどれくらいかなど、細かな設定が用意されていることから使い勝手もよく、導入時の混乱もなくスムーズに活用が進んでいるという。

ユーザーにあわせた提案 商談時間の短縮にも

ヤマト住建は高気密・高断熱住宅を多く手掛けているだけに、気密や断熱、構造などで独自のルールを持っており、実は 9000 プランすべてが建築可能というわけでは

所在地	兵庫県神戸市
従業員数	約 600 名
年間棟数	約 1,000 棟



ZEH や HEAT20 という言葉が一般的になる以前から高気密・高断熱住宅に取り組んできたヤマト住建



「マイホームロボ」を使うことで一週間程度の時間がかかっていたプランがその場で出せるようになり、商談の時間短縮にもつながっている



顧客満足度のさらなる向上と社内の打合せ時間短縮のため、営業担当者から設計担当者に引き継ぐ際、「マイホームロボ」を介して伝える取組みを始めた

ないそうだ。しかし、「マイホームロボ」は熊本県のビルダーである Lib Work と工務店支援の安心計画の共同開発であることもあり、使いやすい汎用的な間取りが多く、建築不可能な特殊なプランが無い点はむしろ安心だという。「マイホームロボ」に求めるプランが無いときは、安心計画に自身が求めるプランを要望して「マイホームロボ」にセットしてもらっている。

この「プランを見せる」というツールを、営業担当者はさまざまに使いこなしているという。例えば、商談初期段階でヒアリングをもとにプランを提示して会話を盛り上げる、また、土地を持っている人に対しては「このプランならこういう日当たりになりますよ」とより細かな提案を行っているという。営業担当者それぞれがユーザーにあわせた提案ツールとして使っている。

また、導入してからまだ時間が経っていないものの、さまざまな効果が出てきているという。同社は雑誌やウェブなどからの資料請求が多いが、「マイホームロボ」を使って手軽に作成したプランを送付することで反応率が大きく高まった。これまでは同社のカタログやパンフレットなどを送付していたが、ユーザーにあわせ「こういうプランはいかがですか」と営業担当者からの提案も含めて送付することでより興味を持ち、「このほかにプランはないの」といった反響が多く返ってくるそうだ。

また、商談の時間短縮にもつながっている。先の通り、

プランが見たいというユーザーに対しては、別途、設計などにプラン作成を依頼するのがベースだったが、一週間程度の時間がかかっていたプランがその場で出せるようになった。また、土地を探している最中のユーザーに「この土地であればこのプランは入ります」と提示できることから、「希望の家が建てられそうだから土地購入を決めます」と、意思決定の前倒しにつながるケースも少なくない。

プランにメモ書き 施主の要望を社内で共有可能に

「マイホームロボ」を使うなかで、新たな使い方の模索も始めた。営業担当者が受注し、設計担当者に引き継ぐ際、これまでは施主の要望を紙にまとめて渡す程度であったが、「このプランの、この部分が気に入っています」と「マイホームロボ」を介して伝えることで、より顧客満足度を高められ、社内打合せの時間を短縮できるのではないか、という取組みだ。

実は、「マイホームロボ」のユーザーから同様の声が挙がっており、安心計画は「メモ機能」を実装する予定。施主や営業担当者のコメントを「マイホームロボ」のプランの中に残し、社内で共有できる新たな機能だ。施主の要望を伝え忘れるというリスクも軽減できる。

ユーザーの声を受けて「マイホームロボ」も機能を広げ、より使いやすいツールへと進化を続けているのである。

ヤマト住建
経営戦略本部
河田 和弘 氏

ヤマト住建
広報
池田 和世 氏