企画特集

企業フォーカス～コロナ禍、新ビジネススタイル支援～

VRで情報個別化の波に乗れ

安心計画　スマホで変わる営業戦略　国もIT導入補助金で支援

ここではVRソフトの開発・普及で急成長を遂げている「安心計画」を取り上げる。今やVRソフトを採り入れている不動産・住宅関連業者は少なくないが、VRソフトを使いこなせているかどうかは別問題だろう。だが、時代はコロナで急速に変化している。VRが不動産営業の強力なツールとなるにはどうすればいいか。同社のソフトを通じて、不動産業界の現状と未来を考察する。

（取材構成／本紙・鈴木秀雄）

コロナで多くのことが変わろうとしている。働き方においてはすでにリモート勤務が定着し、東京から人が離れ、地方移住に拍車がかかろうとしている。こうした変化は、どの業界にも起きている変化であり、それまでの社会構造や常識、商慣習さえも古びたものになる可能性がある。

では、不動産・住宅業界ではどのような変化が起きているのか。ここ10年を振り返れば、「VR」の誕生は来るべき変化（未来）を予見させる一つのエポックだ。ちなみにVRとは「バーチャルリアリティ」の略であり、仮想現実を意味する。

これまでの不動産営業はリアルな対面を大前提としていた。営業マンは住宅購入希望者を前に、間取り図を見せたり、モデルルームへ案内するなど、対面しながら笑顔や会話術を駆使して購入意欲をそそる。この営業スタイルは賃貸物件においても変わらない。営業術の王道だった。

しかし、そこにコロナが直撃した。人々は外出を控え、対人接触を避けるようになった。「これでは営業できない」そんな声が現場から聞えて来る。だが住宅関連業者が忘れてならないことが一つある。それは住宅産業が「実需」であるということだ。人はホームレスにならない限り、住む家を探す。だから、どんな不況に襲われようとも、住宅ニーズがなくなることはない。

要はそのニーズをどう掘り起こして行くか、逆から言えばそのニーズにどう応えて行くか、これが不動産・住宅業界積年の課題であり、今後も変わることはない。

業者の疑問に答えるサポート体制充実

VRはこうした事情を背景に業界デビューを果たした。VRの技術はすでにゲームの世界では普及が広がっていたが、不動産業界で採り入れられるようになったのは2010年代の半ばごろからだ。導入理由は、それまでの対面営業に必要だったコスト（内見の際の時間調整や現地へ顧客を連れて行く労力など）を抑えることができるというものだったが、実際はどうだったか。

当時はまだ高額だったVRを導入したはいいが「使いこなせていない」という場合が大半ではないだろうか。また、どう利用すればいいかわからず導入を決めあぐねている業者も少なくないだろう。専用ゴーグルやスマホを使ってバーチャルの世界に引き込んだとしても、どう成約に結びつけるか決め手に欠ける。

下手したら「客寄せパンダ」に終わる可能性もある。

時代の変化は感じつつも、その波に乗り切れないもどかしさが現場にあるのではないか。

福岡の博多に本社を置く安心計画（小山田隆広社長）は、業界においていち早くVRの普及に取り組んできたけん引的存在である。「ウォークインホーム・プラス」と呼ばれる同社の3D住宅プレゼンCADは、顧客の目の前で素早く3次元のパースを立ち上げることができ、そのスピードと手軽さで他のソフトを圧倒している。同社はVRが世間に認知される以前から、顧客の目の前で360度のパースを見ることができる同ソフトを主力商品として展開、その歴史は20年に及ぶ。同社の3Dでのリアルタイムプレゼンは住宅産業におけるVR普及の先駆であり、けん引役となった。

幣紙が安心計画に注目するのは、先見性だけではない。端的に言えば、同社のソフト導入を支援するサポート態勢の充実ぶりが、安心計画を飛躍させる動力となった。

これは、小山田社長の創業時の精神が今も同社の根本姿勢として息づいている証しである。

同社の立ち上げは、地元の工務店支援が目的だった。先端を走る大手に比べデザイン力や資金力、スピード等で劣る地場工務店の不利をCADで補うこと。CADで図面を作れば、設計や間取りの正確さにおいて中小も大手と同じラインに立つことができるからだ。

画像情報でモチベが上がる

こうして安心計画は地元業者の支持を受け、業績を伸ばして来た。同社のVRソフトは現在も進化を続けている。同社VRソフトの製品としての特徴は、①圧倒的なスピード感、②使いやすさを挙げるユーザーが多い。

しかし、業者の中にはパソコンやスマホの使い方に不慣れな人もいる。

安心計画は、こうした現状を理解し、どうサポートすればソフト導入業者の業績アップにつながるかに腐心する。言うなれば、ソフトが売れればそれでいいという企業姿勢ではない。業者へのアフターフォローを徹底している点が、安心計画へのこれまでの信頼とブランドを築いて来た。

では、業者への支援はどうあるべきか。一つは個別対応に誠実であることだ。先に触れたように、デジタルやVRのような先端技術に不慣れな業者は少なくない。そうしたとき、気軽に個別相談に応じてくれる同社のフォロー態勢は、安心感を与えてくれる。さらに安心計画では、利用者の業態や状況に応じて、どのソフトをどう使い、どう組み合わせればよいか、具体的なソリューションを提案してくれる。

もう一つは新たな企画の提案である。現在、安心計画では「在宅展示場」というパッケージを提案している。同展示場は、コロナで逼迫する営業現場を総合的に支援する住宅情報のプラットフォームで、スマホやPCでのアクセスが可能なもの。

具体的には、物件の外観、間取りが3Dを通してリアルに現れ、好みの家具のシミュレーション等も瞬時にできる。繰り返しになるが、安心計画のVRソフトは圧倒的なスピード感が特徴だ。

もちろん、内見と同じように室内移動が可能で部屋の上下左右を細かくチェックすることができる。そのため非接触なのにまるで対面しているような顧客への対応、接客が可能となり、複数の顧客を同時に案内できる利点も兼ね添えている。

補助金申請の期限迫る

安心計画では「在宅展示場」の導入メリットとして、①非接触ツールを活用したウィズコロナ対策、②WEB展示場へのアクセスにより来場不要で集客や打ち合わせが可能、③営業時の移動・滞在費をコストカット、④スマホなどを使い双方向コミュニケーションによるイメージ共有ができてトラブル防止につながる、⑤WEBセミナーや勉強会の開催、⑥オンラインでの商談をどこからでも起されること。そして何より便利なのはスマートフォン一つでその情報のやり取りができることだ。自宅でソファに寝転がりながら、物件情報が検討できるのは顧客にとっても効率的であり、かつ気軽だ。

不動産・住宅業界において、「これからは情報の時代だ」と言われて久しいが、コロナにより、それは現実味を帯びて来た。未完成の分譲住宅を顧客がCGの完成予想パースを見て購入する時代である。その際、購入モチベーションを高めるツールとして、VRと詳細な情報提供は顧客の心をとらえるだろう。

2次元の図面とショールームの内見に頼ってきたこれまでの営業スタイルは、VRの登場と進化によって更新されると見る向きも少なくない。なぜならスマホ隆盛の今日、顧客はスマホで確認できる情報によって、購入動機を高めていくからだ。逆から言えば、顧客のニーズや好みに応じた情報をいかに提供できるかが、その業者への信頼と評価につながる。

こうした時代変化に対応するべく、国もIT導入コストの4分の3を補助する態勢を整えている。IT導入補助金申請の期限締め切りは12月18日に迫っているため、駆け込むには今がチャンスだ。なお安心計画では、補助金申請の導入相談にも応じている。

さらに特筆すべきは、同展示場に掲載される物件へのアクセスをすべてデータで記録し、分析ができる点だ。つまり、顧客の年齢、家族構成、ニーズなどがデータによって解析され、個別の提案ができること。言うなれば、豊富な顧客情報に基づいて「攻めの営業」ができるようになる。

安心計画・小山田隆広社長

圧倒的なスピード感とリアルな画像

安心計画のITソフトは全国で8000社以上の導入実績。リアルな画像はリフォームのプレゼン用としても高い評価

写真は「在宅展示場」の導入メリットのイメージ。非接触での対応ができWEB上で物件情報のプラットフォームを構築

●「在宅展示場」導入で営業戦略のここが変わる
①非接触対応ができるため双方が安心
②モデルルームへの来場が不要に
③営業時の経費を節減
④イメージ共有でトラブルを防止
⑤セミナーや勉強会をWEBで開催
⑥オンライン商談のモニターも可能に

VR画像は顧客とスマホ等で共有。安心計画のソフトは操作が簡単で迅速、利用者の疑問にも丁寧に対応する

※安心計画への問い合わせは下記まで。
☎092－475－1751（営業時間＝月～土9時～20時）　URL：www.anshin.co.jp