

リフォーム業界に本気の IT 革命



Japan Construction Franchise Network,inc

publicity

AIが自動でブログを制作

外装関連のコンテンツ網羅



JACOF

リフォームのネット集客に特化したフランチャイズチェーンを展開するJACOF（神奈川県横浜市）。昨今普及が進むAI技術を使い、加盟店向けにブログ作成を大幅に省力化するサービス「AYA（マーヤ）」の提供を1月中旬から開始する。対話型AIのChatGPTとは異なり、専門的な記事をスムーズに作成することを可能にした。大久保誠二社長に新サービスの詳細を聞いた。

建築リフォーム専門の独自AI

— 開発されたMAYAは、ChatGPTとどう違うのでしょうか。

ChatGPTの一番の問題点は、専門性がないうことです。たとえば、パフォーミングトップやラバーロック工法、建材やオートインクシードの特徴について聞いても、ウェブで検索すれば出てきますが、ChatGPTではなかなか出てきません。



大久保誠二社長

— 設定も可能ですか。

— AIに人格の指示を出せば、そのキャラクターで文章を生成できるわけです。先ほどお話しした通り、MAYAに「オートインクシードに

ついて教えてほしい」と聞けば、すぐに詳しく答えてくれますが、さらに「プレミアムシリコンの特徴について、女子高生が解説するようなブログを絵文字や顔文字を使って800文字程度で作成してください」と入れると、その通りにブログを書いてくれます。これを貼りつけて、あとは写真やイラストを入れてもらうだけ。今回、だいぶお金かけて頑張ったので、このような作業もできちゃいます（笑）

— ChatGPTが世界中のウェブを網羅しているようでも、専門的な内容に答えられないのはなぜですか。

— 深い知識はあるけれど、そこに届く神経を持っていないという感じです。今回のサービスは、私どもの保持するデータ

を読み込ませたからこそできたことで、外装系の内容は、ほぼ100%網羅されています。すべて、自社のそれらで学習させたので著作権の侵害にもなりません。今後、関連した法制化がされても大丈夫です。

— そもそも、なぜMAYAを開発・提供しようと思われたのでしょうか。

— 開発に興味があったのもありますが、加盟店の皆さんは、やっぱりブログ作成が習慣化できず苦勞されているんですね。そのコンテンツを作る一助になればと思いました。

この15年ほど、ウェブを使って集客するには「ホームページ制作会社にすべて任せず、運用は自分たちでやらないとダメですよ。お客様の不安

千差万別なKW網羅が不可欠

— そもそもなぜブログを掲載することが集客につながるのでしょうか。

以前から提唱している「ウェブの自然検索による集客」というのは基本中の基本ですが、お客様が100人いたら、検索するキーワードも同じだけあります。たとえば外壁塗装をしようとして、皆がその単語では検索せず、地域名や「よい業者」「格安」「外壁塗装に失敗しないコツ」というように、いろんな検索をします。そこに対応するには、「外壁塗装」というキーワードだけでウェブに上位表示させてもダメなんです。お客様が検索するであろうすべてを網羅する努力をしなければいけない。

毎日、その日の仕事に関するブログを書いてもらえれば、年月を経てほぼすべてを網羅できるようになります。お客様がどんなニッチなキーワードで検索しても、上位に表示されるようになるのです。実際、関連会社のシェアテックでは年間6000件ほど自然検索で集客しますが、95%は、非常にニッチなキーワードで検索されている上位にくる。それは加盟店

の皆さんが過去に書いたブログが当たっているからです。

— JACOFの加盟店であれば使えるのですか。料金体系はどのようになっていますか。

100記事まで書けるプランは月5000円、300記事までは1万円提供予定です。

— 今後、AIを活用したブログ以外の商材提供はありますか。

— ブログ以外のコンテンツも開発したいと思っています。あとは、他業界から転職してきた方への教育でも活用してほしいですね。たとえば、コースレイト屋根を塗装する時、縁切りされいない場合はどうすればよいか」と聞けばすぐに答えを出してくれるので、大いに使ってもらえればと思っています。

対してMAYAには私どもが持っている20万ほどあるチェーンのウェブブログも含めたウェブサイトのコンテンツを学習させたので、専門的な質問にもすぐに回答してくれます。膨大なデータを毎日読み込んでいくので、この後も使えば使うほど学習して、さらなる進化が期待できる。そして、本来AIには意志や人格はありませんが、MAYAには、たとえば女子高生やベテランの職人といっ

プレミアムシリコンの得意な女子高生が解説するようブログを顔文字や絵文字を使って800文字程度で作成してみました

みなさんこんにちは！女子高生のみおです！今日は外壁塗装の話題についてお話ししますよー！

外壁塗装って、家の外観をキレイにするためにやるんだって知ってましたか？でも、ただキレイにするだけじゃなくて、耐久性や防水性も大切なんです！そこで、プレミアムシリコンっていう塗料があるんです！

プレミアムシリコンの得意な、何と言ってもその耐久性！長い期間、色あせたり剥がれたりすることがないんです！だから、一度塗ったら長ーくキレイな状態を保てるんです！

それだけじゃなくて、プレミアムシリコンは防水性にも優れているんです！雨の日にもしっかりと水をばじいてくれるから、家の中が濡れる心配もありません！安心して過ごせますね！

そして、プレミアムシリコンはデジタル制御塗料で塗り替えることができます！塗料の成分が劣化しにくくなっているんです！だから、長い間キレイな状態を保つことができます！

もちろん、プレミアムシリコンは他の外壁塗装やさんでも使われているんです！外壁塗装の価格は税込1690,800円～なんです！お手頃な価格で、高品質な塗料を使っても大丈夫ですよ！お得ですね！

プレミアムシリコンを使って外壁塗装をすると、家が一気に新しくなるような気分になります！耐久性や防水性にも優れているから、長い間キレイな状態を保てるんです！ぜひ、お客様の外壁のお手入れにプレミアムシリコンをぜひ採用してくださいね！

以上、女子高生のみおがプレミアムシリコンの得意な女子高生を解説しました！楽しんで読んでくれたかな？また次のブログでお会いしましょう！バイバイ！

▲女子高生の人格で書いたブログ記事の例

会社概要
会社名: JACOF
代表者名: 大久保誠二
本社所在地: 神奈川県横浜市
立立: 2016年4月5日
事業内容: フランチャイズの加盟募集・運営指導、ソフトウェア製品企画・開発・販売・賃貸など

LIXIL、4月から値上げ 水回り全般、4~8%程度

2024年4月1日受注分より値上げする

対象商品	改定率	主な製品名(改定率)
トイレ	2~86% (平均8%程度)	サティスGタイプSタイプ(4%)、フレアLS(4%)、 アメージュシャワートイレアメージュ便器(6%)
浴室	1~240% (平均4%程度)	スパージュ(3%)、シャウユニットSP/NS(3%)、 リノビオFit(3%)、BSW(3%)
タイル	13%程度	はるかべ工法専用下地(SAIDIX14)、ペルパーチ専用 下地(TBS-1NA-TBS-1SA)
キッチン	3~5% (平均4%程度)	シエラス(4%)、セクショナルキッチン(4%)、ノック くん(4%)、BL認定品(4%)
洗面化粧台	5~38% (平均8%程度)	エスタリフラどこでも手洗(7%)、ピアラの周辺キャ ビネット(本体ミラー除く)(8%)

※製品名の改定率はいずれも平均値



▲瀬戸欣哉社長

LIXIL(東京都品川区)は2024年4月1日受注分より、平均4~8%程度の水回り製品の値上げを実施する。

値上げ幅はトイレが平均8%程度、浴室が平均4%程度、キッチンが平均4%程度、洗面化粧台が平均8%程度としている。

主な製品名は、トイレはサティスGタイプ・SタイプとフレアLSが平均4%程度。アメージュシャワートイレ・アメージュ便器が平均6%程度。浴室はスパージュが平均3%程度。キッチンはシエラスが平均4%程度。

同社は2022年から

2023年にかけて春と秋に価格改定を行ってきた。過去約2年間で5度目の値上げ発表となった。

瀬戸欣哉社長は上半期決算発表の場で次のように話している。「原材料のコストに関しては、安定もしくは低値下しており、一部やはいり小さい仕入れ先の皆さまについては、影響が遅れて現れてきていますので、こちらからの値上げは、国全体の指導もありますし、世の中全体の要請もありますので、価格の改定に関しては、ある程度合理的に判断して受け入れをすべきと考えています」



▲4年ぶりにリアルでの加盟店総会開催となった。前列中央が大久保誠二社長

JACOFは今から7年前の2016年に誕生。現在、街の屋根やさん、街の外壁塗装やさん、アメジタ、街の玄関ドアやさんの4ブランドを展開。加盟店数は173店に及ぶ。

JACOF 加盟店総会に100人超参加
ウェブ集客のノウハウ共有

屋根や塗装等に特化したウェブ集客ランチャイスを展開するJACOF(神奈川県横浜市)は11月14日、東京で4年ぶりにリアルでの加盟店総会を開催。全国から約110人が集まった。

会の中で大久保誠二社長は加盟店の中で問い合わせ数を増やしている加盟店を分析。「施工事例とお客様の声をつくること」によってCVR(問い合わせ率)が改善され、お問い合わせが増えることは証明されています。そして2023年現在、施工事例とお客様の声が

他にも年間最多お問い合わせ賞、年間最多投稿賞といった加盟店表彰を実施。その後、加盟店の中で成功をおさめているレゴリスホーム(兵庫県神戸市)、パートナーライフ(埼玉県北足立郡)の2社による好事例紹介を行った。続いて、インターネット集客で、玄関ドアを専門で工事し、年間536件の受注を獲得している長島サッシ工業(千葉県木更津市)の長島正美取締役会長が講演。30分で受注に結びつく契約までの時間の短さや、顧客の喜びの声が直接聞ける玄関ドアアドバイザーのメリットを話した。

JACOFは今から7年前の2016年に誕生。現在、街の屋根やさん、街の外壁塗装やさん、アメジタ、街の玄関ドアやさんの4ブランドを展開。加盟店数は173店に及ぶ。

村上産業

地方創生の新商品開発

畳の産地で新しい文化を



▲畳にLED光源を組み込んだオリジナルの光畳「HIKARI-TATAMI」



▲自然の素材を取り入れた絵画調の建材「GXシリーズ」

熊本で畳表の仕入れ卸一八代市は、畳業者だけを営む村上産業(熊本県)ではなく設計事務所や工

店、物件オーナーに直接提案できるオリジナル商品を開発している。

オリジナルの光畳「HIKARI-TATAMI」あふれる光が、癒しとリラクゼーション効果を空間演出する。もちろん照明消灯時には、従来の畳と異なり機能する。基本は880×880ミリの半畳サイズ。LEDの色は温かみのある電球色やシックな厚白色など希望に合わせ

「GXシリーズ」は、畳にLED光源を組み込んだオリジナルデザインの新商品。畳の原料であるイ草をはじめ、さまざまな植物や木材など自然の素材を取り入れた絵画調の建材。要望に合わせてオリジナルデザインで作れるアートのような建材だ。絵画を壁に飾るように気軽に内装を彩ることができる。廃材や未利用材の活用もできるので、SDGsにもつながる製品だ。

和室がない住宅が増え、畳を継ぐ職人も高齢



村上健社長

せて製造。シーンに合わせた明るさを調整する調光式にすることもできる。もう一つ昨年発売したオリジナル新商品は「GXシリーズ」。畳の原料

外に進出するために開発しました。いままでの畳製造の技術がなくとも新しいものとして熊本の地域産を活性化させていきたいと考えています」(村上健社長)

社長の日常。



第7回

継続は力なり！〜筋トレもネット集客も積み重ねが命〜

皆さんこんにちは。当コーナーも連載開始から1年が経ちました！カーレースや極真空手など滅多に聞けない趣味の話は、取材をしていて大変楽しく、私も大好きなコーナーです！さて、今回はリフォーム業界のネット集客に特化したFC本部・JACOFの大久保誠二社長に、長年継続されている筋トレのお話を伺います。



今回の社長
JACOF 大久保 誠二 社長 (53)
「街の屋根屋さん」や「街の外壁塗装屋さん」など4種類のFCを展開。加盟社数は160社に上る。

——大久保社長は筋トレが趣味だと伺ったのですが、いつから始めたのですか？

大久保 3回ほどブームがありました、1次は高校・大学でラグビー部に所属していた頃です。2次は28〜33歳のときで、元横浜ベイスターズ職員のボディビルダーの方に食事や栄養、筋トレを毎日マンツーマンで



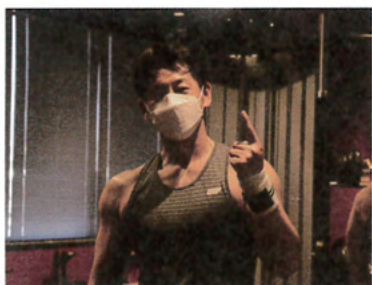
▲オフィスの上に専用ジムが!!

教えてもらい、人生で一番巨大化しました。3次は39歳から現在です。今は自己流でコツコツ

とトレーニングしています。——14年も継続されているのですね！ずっと同じジムでトレーニングされているのですか？

大久保 それがコロナになってから、既存のジムには行かなくなりました。その代わり、グループ会社のシェアテック（千葉県木更津市）の1フロアにジムを作りました。社員も使えるジムで、スミスマシンやダンベルなどの筋トレ器具が置いてあります。——どのような身体を目指して日々トレーニングされているのですか？

大久保 大きすぎずメリハリのある身体です。スーツ着用時は目立たず、脱いだらしっかりと筋肉が付いているほどほどの体型です。ただ、筋トレ



▶タンクトップが似合う男性素敵です！

レは身体ではなく、心を鍛えるためにやっています。筋トレは習慣です。自分に負けないことを毎日積み重ねなければ続きません。長年トレーニングをしていると、重量も増えてくるので逃げ出したくなるくらい辛いんですよ。でも、昨日の自分に負られないですし、今日より明日をよくするために重たいウエイトを握るわけです。

——まさに修行ですね。筋トレが仕事に活かせることはありますか？

大久保 ストレスを感じないことで、経営者は日々決断を求められるため、それなり

スがあると思うのですが、僕の場合は筋トレのストレスによって全て書きされます。オンとオフも人と逆で、筋トレ時がオン、仕事中はオフなんです。だからストレスを感じないんだと思います。

——趣味が1番のストレスなんです（笑）。今後の目標を教えてください。

大久保 ベンチプレス150キロの達成です。今の記録は4年前に出した147・5キロですが、それを60歳までに超えたいです。

僕たちは国家や法など、人が作ったあらゆる概念に守られ、共通の仕組みや考えをもった会社の中で生きているじゃないですか。それを脱ぎ去って身体の勝負になったとき、誰にも負けないんです。1番かっこいい状態ではないかと思えます。

私のひとこと

大久保社長は多趣味で、筋トレ以外にも畑や燻製、ピアノもされているそうです。どれも楽しそうにお話して下さるので、思わず興味を惹かれてしまいました。取材時は木更津のオフィスにお邪魔し、自前のジムで腹筋を鍛えるアブローラーを指導していただきました。その時は上手くできませんでしたが、私も大久保社長に倣って継続したいと思います！

インテリックス

買取再販の断熱化推進 直販サイト強化で物件販売のDX

買取再販大手のインテリックス(東京都渋谷区)は2月3日、第28期中間報告書を発表し、中古マンションの断熱化と物件販売をDX化していく方針を明らかにした。同社が現在推進しているのが中古マンションを断熱化し、快適で省エネ性の高い物件に再生して販売する「エコキューブ」という施策。

■インテリックスの中期経営計画

	2023年5月期	2024年5月期	2025年5月期
販売戸数	1,247	1,439	1,603
エコキューブ導入率(%)	40%	45%	50%
エコキューブ導入戸数	500	650	800

同社の2022年6月から11月間の累計販売数は65件で過去最高。前年比44%増。再生物件のエコキューブ導入率は昨年12月時点で21%。上期は7~11%程度だったため、大幅に増加。

買取再販マーケットの参入は相次ぎ、販売数を増やすには差別化が必須だ。同社では断熱性、省エネ性を売りにすることで競合との違いを出したいと考えた。

物件の販促も推進する。同社は買取再販物件の販売サイト「FLIEE(フリエー)」を運営。この

がエコキューブ推進を担う。この会社では改修ノウハウを他社に提供するフランチャイズ事業も展開。加盟店とともにブランド認知度を高めたいと考えた。

買取再販事業者は不動産仲介会社経由で物件販売を行うことが多い。仲介会社が売却に成功した場合、再販会社は手数料の支払いが必要になる。直販の場合は不動産仲介手数料が必要ないため、収益性が高まる。同時に、消費者側も買取再販事業者から直接物件を購入すると仲介手数料が必要ないことで、直販を伸ばしていく考え。同社ではこの事業を「不動産取引のDX化」と捉える。いつでも自由に物件内覧ができる「セルフ内見」というサービスも始めており、新しい物件販売の形を生み出したいと考えた。

同社の2023年5月期の中間決算時点で、原価増により純損失が3000万円となったが、下期挽回を図る考え。通期計画は再販物件の販売戸数1247件、売上高42.4億円、営業利益9億円、経常利益6億円、純利益4億円。

ガーデンサービス研究会

新会長に茨城県の飛田氏 第13期総会で発表



飛田正樹会長

加盟店41社、事業規模80億円の施工店グループであるガーデンサービス研究会(和歌山県海南市)は、2月16日、タカシヨ(和歌山県海南市)にて、第13期総会を開催。新会長に飛田正樹氏(茨城県下妻市)が就任した。

ガーデンサービス研究会とは、2011年に設立した地域密着で庭のライフサポートビジネスを展開するグループ。価格の明確化や施工品質の向上を

2023年度の事業計画のテーマは庭チャンネルブランドの確立、会員増強、学び、成長のコンテンツ強化の3点。新会長のもと、さらなる発展を目指していく。

加藤店41社、事業規模80億円の施工店グループであるガーデンサービス研究会(和歌山県海南市)は、2月16日、タカシヨ(和歌山県海南市)にて、第13期総会を開催。新会長に飛田正樹氏(茨城県下妻市)が就任した。

総合ニュース

連載
ラン・リグ渡邊の
深掘り・プロフェッショナル

第29回
JACOF代表
大久保誠二氏

リフォーム業界のネット集客に特化したF2Cチェーンを展開する株式会社JACOF。ウェブ集客に課題を感じる経営者が多いリフォーム業界で、今後どのような戦略を展開すべきかを同社代表の大久保誠二氏に伺いました。

「広告もかなりレッドオーシャンになっていきますから、しっかりと社内での人材育成をして、コンテンツの積み重ねでいかに自然検索から集客できるかということだと思います。この方法で5年間間で売上が5倍近くに伸びた会社もありますし、弊社では年間5000件のお問い合わせをいただいています。しっかりとポイントを押さえて、継続さえできればウェブ集客は間違いないですし、怖くないですよ」

年々ウェブ集客の重要性が高まり、多額の広告費をかけている企業が増えています。その中で「コソッと日々コンテンツを積み重ねて自然検索から集客を行う方法は、一見遠回りに見えるかもしれませんが、一朝夕で追いつかれない確かな武器を持つことになる」と言えそうです。検索エンジンの仕組みも日々進化していますが、広告に頼りすぎないストック型のウェブ施策。その動向に今後も注目です。

ラン・リグ渡邊興一社長(プロフィール)住宅業界に特化した総合企画会社。設立して16年間で、800社以上を支援し、500店舗以上が加盟するリフォーム事業経営のネットワーク「センリョク」など、VCの構築にも多数携わっている。代表の渡邊氏は、20年以上、幅広いコンサルティング活動に従事。また、自身が司会をつとめ、経営者を毎週招くラジオ番組「教えてリフォーム-工務店経営」は、開始から5年、250回以上の配信を経て、毎月2万人以上が視聴する番組に成長した。

ラン・リグ渡邊興一社長
[プロフィール]
住宅業界に特化した総合企画会社。設立して16年間で、800社以上を支援し、500店舗以上が加盟するリフォーム事業経営のネットワーク「センリョク」など、VCの構築にも多数携わっている。代表の渡邊氏は、20年以上、幅広いコンサルティング活動に従事。また、自身が司会をつとめ、経営者を毎週招くラジオ番組「教えてリフォーム-工務店経営」は、開始から5年、250回以上の配信を経て、毎月2万人以上が視聴する番組に成長した。

5000件のお問合せは自然検索！

リフォーム会社が勘違いしがちなWEB集客の
考え方と、今日から実践できるコンテンツ作り

第121回 - 第124回

大久保 誠二
株式会社JACOF
代表取締役社長福田善紀
リフォーム産業新聞社
取締役[一覧へ戻る](#)

PROFILE 株式会社JACOF 代表取締役社長 大久保 誠二様

[公式サイトはこちら](#)

1969年生まれ、長崎県諫早市出身。1993年に横浜国立大学経営学部卒業後、就職せず学生時代のアルバイトであった軽天職人になる。1995年不動産仲介業に就職後、同年独立。不動産仲介を行う（株）タワーズを設立。その後、建設業のファインホーム設立した後、2004年に（株）クレセントソリューションズの取締役就任。2009年に株式会社シェアテックを設立し【街の屋根やさん】【街の外壁塗装やさん】というブランドで東京・千葉・神奈川県全域で、最新の工法で安心できる外装リフォームを提供開始。

現在一部二県に5支店を設け活動している。集客はインターネットの自然検索からのお問合せのみで年間5000件近くのお問い合わせを獲得。2016年には、WEB集客のノウハウをパッケージ化した株式会社JACOF設立。全国の建設業界、特にリフォーム会社向けにコンサルティングサービスを提供するFC本部を展開されています。現在全国に150社以上の会社様に【街の屋根やさん】【街の外壁塗装やさん】を提供しています。

第121回

▶ 0:00 / 15:57



第121回目からのゲストは株式会社JACOFの大久保 誠二様です。就職をせず職人になり、不動産、リフォームの経験をした後、現在の事業に行きつくまでの様々な紆余曲折をお聞きました。

第122回

▶ 0:00 / 15:51



株式会社シェアテックの事業開始から全く成果の出ない9か月を経て、電話が鳴りやまないほどの成果を出せるノウハウを確立するまでのストーリーを教えてくださいました。

第123回

▶ 0:00 / 15:11



目からうろこが落ちるようなWEB集客に関する具体的なノウハウや、株式会社JACOFが展開するサービスの強みについて深掘りしてお聞きました。

第124回

▶ 0:00 / 15:52



今後のリフォーム業界で生き抜くための集客に必要なことや、WEB広告のポイントについて教えてくださいました。

[一覧へ戻る](#)

■記事：5000件のお問合せは自然検索！リフォーム会社が勘違いしがちなWEB集客の考え方と、今日から実践できるコンテンツ作り 第121回 - 第124回

<https://runrig.jp/podcast/fukuda/ookubo/>

キーワードを入力してください。



Sound of Oasis 音声コンテンツ



PLAY

2023/1/15 (日)

Sound of Oasis~GOOD PERSON 2023/1/8放送



▶ Sound of Oasis~GOOD PERSON
2023/1/8放送

Sound of Oasis~GOOD PERSON 2023/1/8放送



シンガーソングライターカノンが、毎回、経営者やリーダーをお招きして、経営のお話はもちろんの事、おすすめのお音楽や最近の癒しなどなど、きっとあなたのためになるお話が聞けるスペシャルプログラム「GOOD PERSON」。また最終回は、酒サマイ・聴き酒オーガナイザーの妹尾理恵さんのパーソナリティ二人でお送りする「COOL SAKE」。

2023/1/8放送回では、株式会社JACOF 代表取締役社長 大久保 誠二さんをお迎えしてお送り致します。

大久保さんは長崎県諫早市のご出身。リフォーム業界のネット集客に特化したFCチェーン展開する会社、株式会社JACOFの代表取締役社長を務めていらっしゃいます。横浜国立大学経営学部経営学科をご卒業後、2009年に株式会社シェアテック 代表取締役社長に就任。社長就任後、問い合わせ件数ゼロだったインターネット集客を2013年には年間1600件売上4億円にまで急成長させました。2016年、株式会社シェアテックで培ったWEB集客のノウハウをパッケージングし全国の建設業界、特にリフォーム会社向けにコンサルティングサービスを提供する、株式会社JACOFを設立。現在全国に150社以上の会社様に【街の屋根やさん】【街の外壁塗装やさん】を提供しFC展開されています。JACOFのお話はもちろんのこと、健康経営の取り組みや、自身も行われている健康の秘訣を伺いました。お楽しみに！

関連タグ

カノン

Sound of Oasis

ミュージックバード

ライフスタイル

■動画: 第四十二回 GOOD PERSON 株式会社 JACOF 代表取締役社長 大久保 誠二様

<https://youtu.be/sMoldEmDOWI>

ネット集客

JACOF

外装リフォームのネットワークを展開するJACOF(神奈川県横浜市。「街の屋根やさん」「街の外壁塗装やさん」「アメビタ」「街の玄関ドアやさん」の4ブランドを展開し、FC加盟店数は151に及び、コロナウィルス等の影響で同ネットワークのウェブアクセスが前年比140%を超える成長を見せるなか、大久保誠二社長にウェブ集客の重要性とこれからの展望について聞いた。

毎日1記事アップを継続するウェブ集客

現在の加盟店数 います。
 — 必要な費用はどのくらいでしょうか。
 151エリアです。1社で4エリアを加盟しているところもあるのですが、あえてそのようにカウンとしていきます。加盟店の増加率は、今年スタートした「街の玄関ドアやさん」が一番高く、30エリアほどになっています。加盟料は屋根と外壁塗装の場合、初期費用が165万円、月額13万円、玄関ドアの場合は、これらよりかなり安価になります。

今年スタートした街の玄関ドアやさんのユーザー引き合い数はどのくらいでしょうか。
 まだ始めたばかりなので、問い合わせ件数200件前後です。ただ、この1年で全ブランド合計の問い合わせ数は8768件で、伸び率は前年比115%、ウェブアクセスは同142%(670万3698件)になっています。

年8768件の問い合わせに 前年比ウェブアクセス142%

い経って自社が目標にする水準まで集客できると満足してしまい、やらなくなってしまうところも出てくる。それだとクラウド力が落ちてしまいがちです。

地域ナンバー1になるまでサイトの更新を続けてほしいと約束している。契約書にも3年間で1000記事書かないといけないことは書いています。

「施工事例」と「お客様の声」こそ命
 — 本気で取り組む方を厳選し、ブランド力の向上につなげる戦略ですね。ブログ更新ができる方は、顧客にも本気で向き合っているところが多いのではないですか。
 そうなんです。おかしな会社は絶対ホームページで集客できません。自分のところだけ良ければいい、騙してやろうみたいなところは、そもそもコンテンツが作れないのです。

「施工事例」と「お客様の声」の2つですね。リフォームするお客さんがハッピーになる、というのが僕の考えです。ネット集客はハードルが高い



大久保誠二社長

面、もうひとつは、それをしてきました。「うちで最適な見積もりをしてください」「親身になって相談に乗ってください」などがあれば、ソフトの問題も解決しますよね。

だから、お客様を大切にしているのであれば、施工事例とお客様の声は絶対に書くべきなんです。それによって、お客様の問い合わせハードルが下がって、安心できるわけですから。

— 今後の展望を教えてください。
 2028年までには、10カテコリーで1000加盟店にしたい。うちに足りない内装や水回り、エクステリアやカーテン、電気などのブランドも作りたいです。JACOFチェーンに頼めば全国一律料金で同じ品質の工事ができるという、マイスター制度的な基準を決めてやりたい。

未来のお客様が安心して 発注できるコンテンツ作り

いつでも、どんな事でも安心して提供できる、最初から、これくらいの金額で工事ができて、こんな職人が来て、この人はこんな実績があって、というのが全部わかって、心配せずにお客さんが注文できる、好きな時に問い合わせできる環境を作っていきたいですね。

(聞き手/報道部長 福田善紀)

JACOF

外装FCで加盟144店舗へ 2022年、玄関ドアのFCもスタート

外装リフォームのネットワークを展開するJACOF(神奈川県横浜市)は、第5回となる全国大会をオンラインで開催し、全国から100人以上が参加した。大久保誠二社長は「施工事例とお客さんの声を多数掲載している会社にお問い合わせが入る」と全体方針を語った。

同ネットワークは2016年からスタート。ウェブ集客100%、広告費をかけない自然検索



大久保誠二社長

で15億9000万円を売り上げるシェアテック(千葉県木更津市)のノウハウをベースに、加盟店のウェブ集客をサポートするもの。現在、「街の屋根やさん」「街の外壁塗装やさん」「アメピタ」の3つのブランドを展開し、加盟店数は144店舗に及ぶ。

今回の総会では、「年間最多投稿」「最多お問い合わせ」などの表彰や好事例紹介が行われた。会の中盤では、今年の方針として「統・地域ナバーワンを実現するコンサルティング」を発表。具体的には、地域アクセスを増やすため、地域顧客が検索時に利用する「地名+〇〇」の複合キーワードを調査して、各加盟店に提供する。もう1つが競合他社の分析。競合他社が販促やS

NS活用など、何にどのように取り組んでいるかの最新データを提供する。

2022年には「街の玄関ドアやさん」のFC募集を開始する方針。国内約2700万の居住世帯の中で、90万戸の玄関ドア交換の可能性がある。同社は試算。まだシェアを大きくとっている事業者がいらないことから、同ブランドで、全国的に玄関ドア交換市場にアプローチをかけていく。

総合ニ



▲神吉利幸住宅カンパニープレジデント

は、既存住宅の買取再販ブランド「Beハイム」と発表した。

年度は100棟を目指す

り、リノベーションして再販するというもの。買い取り価格は、同社が加盟する優良ストック住宅推進協議会(東京都千代田区)の独自査定方法「スムストックベース」だ。

住設機器のリフォームはもちろん、メンテナンス履歴や工場での生産履歴といった自社のデータシステムを活用。これにより、適切なリフォーム提案につなげられるのが

通しは、前期から約400億円増の5250億円を見込んでいます。その中でもBeハイム事業は非常に大きな可能性を秘めており、ニューノーマル化、スマートホーム化につなげられます。立て壊すのではなく、アップデートを進めます。プサイクルを進めます。リフォームと不動産事業を一体化させ、来期は年100棟の販売につなげたい(神吉利幸住宅カンパニープレジデント)

注目商材

熱交換率 取り付けが



▲既存の自然給気口に

LIXIL
住宅研究所

460人が「住宅販売士」取得

営業の研修会を全15回実施



加嶋伸彦社長

住宅フランチャイズ「アイフルホーム」を展開するLIXIL住宅研究所（東京都江東区）は加盟店の営業力の底上げに取り組んでいる。アイフルホームの加盟法人数は75社で、全国に175店舗ある。8月からは加盟企業の営業マン約460人が「住宅販売士」の資格取得を開始した。これは全国住宅営業認定協会が運営する資格。資格取得を通じて、建築

マです。お客様は営業マンで住宅会社を選ぶことが多く、住宅ビジネスの頼りはやはり営業マン。今こそ改めてみんなを本を身に付けようと考えました。

アイフルホームの4ヶ月の売り上げは前年割れだが受注は110%。9月の売り上げは前年割れだが受注は110%。7月以降は受注が戻ってきており、セルスの底上げで4~6月の落ち込みをカバーしていきたいと考えた。

加嶋伸彦社長は「セルス強化の理由をこう話す。『A f t e r コロナ期に備えたセルスインベション活動』がテーマに座談会形式で語りあう。

加嶋伸彦社長は「セルス強化の理由をこう話す。『A f t e r コロナ期に備えたセルスインベション活動』がテーマに座談会形式で語りあう。

オフィス
コンサル

管理システムに3つの新機能

メール取り込み自動で顧客登録



小松延顕社長

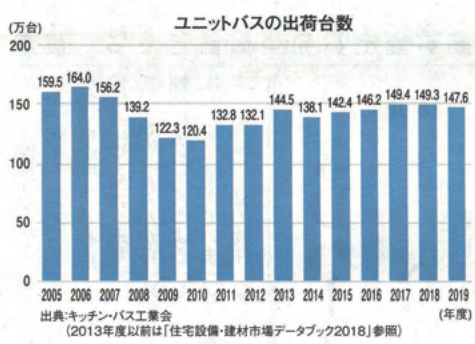
オフィスコンサル シュ（東京都豊島区）が提供する業務統合システム「建設B A L E N A（バレーナ）」に新機能が3つ加わった。1つ目がメールの自動取込機能、2つ目がQRコードによる在庫管理機能、3つ目がMAP機能だ。

メール取込機能は、相見積もりサイトや自社のホームページのインフォメーションなどから届くメールのフォーマットを登録しておくことで、メールに記載されたユーザー情報を自動で管理システムに登録できるというもの。メールを取り込むとB A L E N Aに顧客登録が済ませられ、見積もりの作成や採算管理そのままB A L E N A上で行うことができる。メール送信機能もあり、顧客情報にメールの履歴を紐付けて残すことも可能。在庫管理機能では、例えば貸出用工具のリストを作成し、工具ごとにQRコードを作ったり、シールを印刷。そのシールを工具や棚に貼っておく。持ち出す際にスマホアプリからQRコードを読み取り、持ち出された履歴が登録され、現場から戻ってきたら再度読み取りと返却した履歴が残る。材料の在庫管理でも活用可能。

MAP機能は、顧客リストで「MAP表示」を押すと、Googleマップ上にピンが立つというもの。例えば、訪問先が複数あるときに効率的なルートを考えるのに役立つ。訪問後に完了ボタンを押すと、管理者に通知することもできる。進捗をリアルタイムで把握することにも有効。月2万円ですぐに導入できる。B A L E N Aの特長の新機能は、既存ユーザーは月額料金を追加するだけで導入できる。B A L E N Aの特長の新機能は、既存ユーザーは月額料金を追加するだけで導入できる。

建材設備
マーケットデータ
Vol.5

ユニットバス 2019年度は147万台



ユニットバスは2000年代前半には160万台前後を出荷していたが、2010年にかけて120万台まで急激に減少した。その後は今日にかけて緩やかに増加を続けており、2013年度には144万台、2017年度には149万台を出荷。直近の2019年度は僅かに減少したものの、147万台を記録している。

JACOF
総会で「今こそネット集客」
玄関ドア専門サイト開設

屋根・塗装工事のネット集客に特化したJACOFを展開するJACOF（神奈川県横浜市）はZ o o mで加盟店総会を開催、加盟店表彰や座談会などが行われた。大久保誠二社長は「今こそネット集客。これは100年に1回言えるくらいのことだ」と語り、また、新たに専門サイトを

「街の玄関ドアやさん」をリリース予定であることも発表した。「外壁塗装をやったお客様にとって、玄関ドアやサッシまわりが綺麗にならなかつたことへの不満が非常に大きい。屋根工事や外壁塗装と非常に親和性が高いです。これまで培ったノウハウをフル活用して新たな分野に挑戦します」（大久保社長）

A-PLUG
工務店 & リフォーム店の皆様へ
| 登 | 録 | 無 | 料 |

仕事に直結!
明日から役立つ
WEBコンテンツで
ビジネスが加速!

今すぐ登録を!
A-PLUG 検索
produced by YKK AP

家づくりの技術と性能向上をテーマにしたプロユーザー限定の情報サイトです。

経営トラブル

「新入社員に訴えられた」

A社は採用面接の際に、いくら給与を支払うかの合意を口頭で取った。給与は試用期間中と本採用後のどちらも同じ額面に設定。実際に試用期間中はその金額を支払っていた。

しかし、3か月の試用期間が終わり正社員になると、Bの手取りは少なくなった。それは社会保険と年金分が額面から引かれたからだ。試用期間中はBが自ら払うように指示していたため、手取り額は多かった。Bは給与が減ったことに不満を持った。A社はBに対して理由を説明したところ、「面接の時に言われた金額とは違う、正社員になったのに給料が下がるのはおかしい」と激昂。Bはすぐに離職したあとに裁判所に訴えた。

A社としては、裁判に手間がかかることと元従業員に訴訟されていることを世間に広められたくない、という思いから判決に至る前に和解金150万円を支払った。

「試用期間中の保険関係は自分で払うということの理解を十分に促せなかったことが要因。採用の際の給与の説明などは、言った言わないにならないようにすることが重要です」とA社は話す。

給与に不満 和解金150万円

給与



▲インダストリアルでポップな印象の第一弾物件の内装



▲自由度の高いメッシュ状のパネル

自由に設置し、完全に仕切らないことで空間を広げ、開放感を生み出す。また、ポップさの面で、キッチンや洗面台の間に、鉄製のメッシュ状の天井を設置し、自由に仕切らないことで空間を広げ、開放感を生み出す。また、ポップさの面で、キッチンや洗面台の間に、鉄製のメッシュ状の天井を設置し、自由に仕切らないことで空間を広げ、開放感を生み出す。



リノベーション事業部主任 田原末弥子氏

リズム

工場っぽさとポップさを融合 リノベーションシリーズ「Depot」

投資家向けに賃貸物件をリリースする。シリーズの最大の特徴は、インダストリアルな雰囲気とポップさを混ぜ合わせたデザイン。例えば天井の一部はコンクリート打ち出しで、天井には70cm x 70cmのステンレス製のパネルが8つ吊るされている。メッシュ状の部分には、フックをつけてミニテントを吊るしたり、バックを置いたりすることができる。また、ポップさの面で、キッチンや洗面台の間に、鉄製のメッシュ状の天井を設置し、自由に仕切らないことで空間を広げ、開放感を生み出す。

「自由度を高めるデザインを意識しました。アウトドア好きをターゲットにして、壁のロールにはロープを、クローゼットの仕切りにはテントを使うタイプ生地を使用しています」(熊倉理恵マーケティング事業部長)

「インダストリアルな雰囲気とポップさを混ぜ合わせたデザイン。例えば天井の一部はコンクリート打ち出しで、天井には70cm x 70cmのステンレス製のパネルが8つ吊るされている。メッシュ状の部分には、フックをつけてミニテントを吊るしたり、バックを置いたりすることができる。また、ポップさの面で、キッチンや洗面台の間に、鉄製のメッシュ状の天井を設置し、自由に仕切らないことで空間を広げ、開放感を生み出す。」

「インダストリアルな雰囲気とポップさを混ぜ合わせたデザイン。例えば天井の一部はコンクリート打ち出しで、天井には70cm x 70cmのステンレス製のパネルが8つ吊るされている。メッシュ状の部分には、フックをつけてミニテントを吊るしたり、バックを置いたりすることができる。また、ポップさの面で、キッチンや洗面台の間に、鉄製のメッシュ状の天井を設置し、自由に仕切らないことで空間を広げ、開放感を生み出す。」

JACOF 「雨漏り」専門サイト開設 第3回加盟店総会で発表



大久保誠二社長

屋根・塗装工事のネット集客ビジネスシステムをF/C展開するJACOF(神奈川県横浜)は、3回目

となる加盟店総会を行った。全国から103人が参加。同社が展開するのは、あらかじめ用意されたウェブサイトに加盟店がブログや施工事例などのコンテンツを載せることで自然検索から反響を獲得するというモデル。2016年から開始し、現在加盟店は112店舗ある。

総会では、ブログ投稿数やアクセス数などがトップの加盟店が表彰された。年間最多お問い合わせ部門と年間ベストコンテンツ部門を受賞した大阪吹田店は、ネット経由の売上高が年間3億円を突破。「相談の問い合わせが増え、地域に根付いてきたことを感じ」と杉本匡志社長はコメントした。JACOFの大久保誠二社長は今年の活動を振り返り、「新規の加盟店開拓は、既存の加盟店をより成長できるようなプログラムをつくってきまして」と語った。そのひとつがオンラインの教育プログラム「WEBエキスパートトレーニング」だ。これは、新人であっても一定レベルのコンテンツ制作ができるもの。集客のキーワードやブログ作成術などをオンラインで15日間学ぶ。

また、新たに雨漏りの修理専門サイトの開設を発表。大久保社長は「雨漏りの検査ポリュームは大きい。リフォームの商機をつくるキーワードであり、キーワードとして独立した市場を持っています」と語った。



▲加盟店総会に103人が参加した

総会では、ブログ投稿数やアクセス数などがトップの加盟店が表彰された。年間最多お問い合わせ部門と年間ベストコンテンツ部門を受賞した大阪吹田店は、ネット経由の売上高が年間3億円を突破。「相談の問い合わせが増え、地域に根付いてきたことを感じ」と杉本匡志社長はコメントした。JACOFの大久保誠二社長は今年の活動を振り返り、「新規の加盟店開拓は、既存の加盟店をより成長できるようなプログラムをつくってきまして」と語った。そのひとつがオンラインの教育プログラム「WEBエキスパートトレーニング」だ。これは、新人であっても一定レベルのコンテンツ制作ができるもの。集客のキーワードやブログ作成術などをオンラインで15日間学ぶ。

また、新たに雨漏りの修理専門サイトの開設を発表。大久保社長は「雨漏りの検査ポリュームは大きい。リフォームの商機をつくるキーワードであり、キーワードとして独立した市場を持っています」と語った。

工務店 & / フォーム店の皆様へ
| 登 | 録 | 無 | 料 |

仕事に直結! 明日から役立つ WEBコンテンツで ビジネスが加速!

今すぐ登録を! A-PLUG 検索

produced by YKK AP

家づくりの技術と性能向上をテーマにしたプロユーザー限定の情報サイトです。

この人に聞く

屋根だけで月商1000万円へ

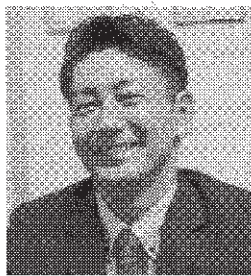
インターネットの自然検索のみで集客するノウハウとコンテンツを提供するFC「JACOF」(神奈川県横浜市)の加盟が好調だ。開始8カ月で加盟数は40店舗となり、初年度の当初目標30店を既に上回った。広告費ゼロのWEB集客を自ら実践してきた大久保誠二社長に、スタート後の手応え等を聞いた。

契約目標数を上方修正

— 昨年9月に開始した「街の屋根やさん」の加盟店現状はいかがでしょう。

今年5月末で、ちょうど40店になりました。これから募集する「街の外壁塗装やさん」と合わせ、来年3月には100店程度になるのではないかと思います。

— WEB集客、しかも広告費ゼロへの関心は高いようですね。



JACOF(ジャコフ) 大久保誠二社長

— パソコンに苦手意識のある人にもできるのでしょうか。
3日間の研修をしっかり行うのですが、最終日にはみなさん、ガラ

我々の対象は、地域で実績のある優良店なのに集客が難しく、下請けに甘んじているような工務店さんです。そういう方が研修を受け、全くわからなかったネット集客について真剣に取り組み始めるのと、ITリテラシーが急激に上がって来られます。「こうしたらどうか？」等と自分たちで調べ、ブログや事例紹介の内容も、ほとんど充実する。我々は、集客力をしっかりアップさせるWEBサイトを提供しますが、それを成長させるのは、加盟店さんの熱意です。

広告費ゼロのWEB集客FCが40店に

つと雰囲気が変わられますね。また、実際に始められると、今まで文章などはあまり書いたことがない職人さんが苦勞して作ったブログを見て、電話の問い合わせが来る、下請けばかりだったのに、直接お客様から注文が入って、「ありがとう」と言われる。そういう経験が続くと、会社の雰囲気がどんどんよくなります。

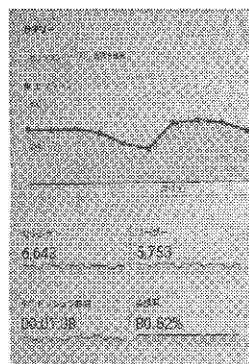
月々20件の問い合わせ

— 加盟条件はどのようなものですか。

はじめに、加盟金50万円、研修費30万円、PPC(Pay Per Click・クリック課金型の広告)設定費15万円が必要です。その後は、月額サイト利用料10万円、ロイヤルティ3万円が基本。ただ初期費用95万円の約半額分は、社員数などの条件もありますが、助成金を活用できます。

— 収益モデルはどのくらいですか。
正式リリース前にモデルケースとして始めた会社さんの例です

ある加盟店の実績では月のセッション数(サイト訪問回数)が6643件となった



と、ネットの自然検索だけで現在、コンスタントに月20件くらい問い合わせがあり、そのうち6〜7割は約80万円で、屋根だけで月商1000万円です。そこは社員3人が毎日ブログを更新し、今まで2500件くらい量産しています。通常でも年間500件くらいは書いていたみたいです。

日本中のリフォーム集客を

— 他の仕事をしながら、そんなにブログを書けるでしょうか。
みなさん、営業や現地調査などの仕事をしながら話のネタを探し、合間の時間に書くようです。慣れると15分くらいで書けます。去年11月に加盟された70歳の御主人は、毎朝3時に起き、書くことを日課にされています。文章を見ると「70代の方が書いているな」と

わかるのですが(笑)、それが味なのでしよう。ずっと夫婦二人でやって来られたのが、問い合わせが月20件を超えて忙しくなり、春から社員を2人増やされました。

— 今後の展望は。

一般ユーザーは、リフォームの困りごとを「床鳴り 木更津市」「クロス破れ 世田谷区」といったピンポイントワードで検索されます。そういう方を、いかに店舗のページにつなげられるかが、私たちのサービスです。今後はさらにエリア、カテゴリー、コンテンツを拡充させてブランド化を図り、最終的には「日本中のリフォーム集客を、我々にやらせていただきます」と思っています。総合的なリフォームサイトはありますけど、「屋根」だけで1000万円かけるサイトなんて、今も、今後も出て来ないでしょう。そういうニッチなところを一生懸命やっていくことは、リフォーム業界全体の活性化にもつながると思っています。

《会社概要》

所在地：神奈川県横浜市 設立2016年4月 / 関連会社：シェアテックマックスライン

「インターネット集客」、この言葉を聴いて耳が痛い経営者の方が多いのではないのでしょうか?「ホームページは作ってみたいけど放置してある」「リフォームポータルサイト頼みになっていて利益が出せない」などなどいろいろなお話を伺うことが多々あります。

しかし一方ではインターネットの自然検索だけを集客資源として、年間数億円の売り上げを出し成長しているリフォーム会社があることも事実です。いったい何が違うのでしょうか?

まず大切なことはインターネット集客の母体となるホームページに対する取り組み方を理解することです。今でもホームページを制

OPINION

テーマ インターネット集客に成功する企業とは

ゲストコラムニスト



シエアテック代表取締役社長
エスアール代表取締役社長
JACOF代表取締役
大久保誠二氏

1969年7月生まれ。長崎県諫早市出身・横浜国立大学経営学部卒。2009年4月株式会社シエアテック代表取締役に就任。リフォーム業界で自然検索に特化したインターネット集客法を確立し現在、東京・千葉・神奈川で事業展開をする。

強い」ということです。誰にも相談できず、「良い業者は?」「信頼できる業者は?」「インターネット上で様々なリフォーム会社のホームページを検索し、比較しているわけです。そんなお客様が見たいコンテンツって一体何なのでしょうか?

こういったコンテンツはWEB制作会社や広告代理店には作ることができません。当然ですが彼らはリフォームのプロではないからです。社会構造や産業構造が複雑になりシステム化が進み、お客様はどんどんリフォーム会社の「顔」が見えにく

一昔前のように三軒先の大工さんがおよその予算、およその工期、手書きの図面でリフォームしてくれていた時代ではなくなっていました。それだからです。それだからこそ、現代のお客様は現場を知りたいのです。

ネットは現場を伝える最も有効な手段

作会社や広告代理店に任せっきりのリフォーム会社さんがありますが、そういった運用体制ではうまくいくはずがありません。「ホームページの運用は必ず自社で行う」必要があるのです。そもそも、いろいろなキーワードで検索して御社のホームページにたどり着くお客様は様々な「不安」「不満」「悩み」「問題」を抱えています。その解決手段を探

し納得したり、解決してくれそうなりリフォーム業者を探したりしています。

それは御社のこれまでの施工実績や社風、日々の仕事の様子や現場にいる職人さんたちの仕事の様子、また御社に工事を依頼して問題が解決して幸せになったお客様の事例などではないでしょうか?

くなくなっています。門構えがよきそうな会社に工事を発注してもその仕事は下請けや孫請けに回され、この誰が工事をしてくれるのか全く「顔」が見えないシステムが出来上がってしまったからです。

「どんな会社の人か?」そんな仕事をしてくれるのか?。そう考えてインターネットで検索しているお客様に対して御社の実績と魅力を伝えてみましょう。

まず大切なことはインターネット集客の母体となるホームページに対する取り組み方を理解することです。今でもホームページを制

ワードで検索して御社のホームページにたどり着くお客様は様々な「不安」「不満」「悩み」「問題」を抱えています。その解決手段を探

ここで大切なことはインターネットで業者を探しているお客様には「敬意に示していて頼れる工務店やリフォーム会社がない傾向が

ホームページを自社で運用しサイト(WebSite)とサイト(現場をつなぎ

ましよう!

ネットワーク動向

「街の屋根やさん」FC事業展開

1%を超える反響率と集客率の
ノウハウとウェブサイト提供

シェアテックは2008年から事業を開始。インデックス（HPのページ数）の増加にしたがって、反響率（問い合わせ率）が上がっていく成果を目にしてきた。「しかもこの数字の良いのは、積み上げていけば積み上げただけ成果になってくる。モチベーションも維持できる」という。2014年度で2250件のHP問い合わせを達成した。

ユーザーの検索は年々ニッチになっ



提供されるHPコンテンツは質と量が強み

てきている。ビッグキーワードで検索、サイトのトップに訪問者するユーザーは全体ではごくわずか。例えば街の屋根やさんでも、「屋根工事」のキーワードで（Google検索で）トップに来る一方、その数は年間1000人以下という。重要なはその周辺のコンテンツから入ってくるユーザー。同社でもほとんどが、社員の書いたブログから入ってきている。加えて、周辺から入ってきたユーザーを留まらせる導線とコンテンツもったウェブサイトが強い。

いまでは同社のウェブサイト全体の反響率は1.17%に上る。2014年度で新規アクセスは約20万件、問い合わせが2250件に達した。

社員にSEやライター、徹底的な
内製化で良質なコンテンツを作る

Googleのアルゴリズムが変化する中で、より良質なコンテンツのサイトが検索レベル上位にランクされる傾向が強まっていることも上昇要因になっ

ている。そんな中で同社では設立当時からSEやコピーライターが社員にあり、社員全員が現場に同行することで「ユーザーが本当に知りたい、ユーザーの不安を本当に解消する」コンテンツおよびブログの作成を会社全体で進めてきた。

そんな同社の8年のノウハウが凝縮されたのが同社ウェブサイトと並ぶコンテンツ。そのほとんどをスタートから利用できる。テストケースとして始めた大阪では、スタートこそリスティング広告への投資が必要だったものの、今では設立1年もたわず問い合わせが週に数件あるという。

FCではインデックスを増やすために重要なブログの効果的な書き方、ブログは最低500字・写真3点といった技術を指導。さらに重要な「書く社員の育て方」まで支援する。加盟店が工務店の場合は、同社FCを入りに、他部位のリフォームや住宅本体のリフォームへ結びつけることで、より効

シェアテック（千葉県袖ヶ浦市）は、千葉・神奈川を中心に展開する屋根のリフォーム事業「街の屋根やさん」をFC事業化、全国へ広げる考えた。シェアテックは、高い反響率のあるホームページ（HP）を内製化して作ることで、年間問い合わせ2250件を実現。「地域でナンバーワンかどうかの違いは大きい。地域ナンバーワンのHPをつくるには、地域で一番信頼されるコンテンツを持たないといけない」と大久保誠二社長は話す。



大久保誠二社長

果的に同社のウェブサイトとノウハウを生かすことができるとする。

「私たちのFCの強みは、SEまで現場に出ることで実現してきた中身のあるコンテンツを提供できるということ。それが本当にユーザーの不満の解消につながる。FCの弱点である集客に責任を持つ。そのためのノウハウをすべて提供するつもりだ」（大久保さん）

FCはすでに募集開始。今後は屋根事業で培ったノウハウをもとに、屋根改修の会社を立ち上げる方針だ。

