

リフォーム業界に本気の IT 革命



Japan Construction Franchise Network,inc

publicity

雨もり119

若手の活躍や認知拡大を推進 理事会で3つの重要施策を議論



品川真一代表

雨漏り調査や修理を手掛ける120社以上の専門業者からなる団体「雨もり119」(広島県広島市)は、11月に開催した理事会で、主に今後推進していくべき3つの取り組みについて話し合った。

1つ目は若手の活躍の推進だ。雨漏りの技術について、従来の代表者のみが知識を得ており、現場の社員へ落とし込んでいくケースが少ないことを問題視。これを解消す

3つの取り組みを推進

1	若手の活躍を推進する
2	工務店への認知拡大
3	アフターフォローの徹底

るために、団体内の技術セミナーの講師を若手に務めてもらうことにした。「仲間の成功事例や、失敗事例を互いに学ぶ機会を作りたい。同業者の前で講演することで、若手にも箔がついていく」と、品川真一代表は話す。

2つ目は工務店の認知拡大だ。工務店やビルダーが瑕疵保険期間中に行う雨漏りの調査を、下請けとしてサポートすることも視野に入れている。「これまで待っている姿勢でしたが、もっと工務店に知ってもらう機会はないか。イベントなどに出席することなども考えています」

3つ目はアフターフォローを徹底することだ。「(施工主は)人生で2回くらい塗装するなかで、1回きりで関係を終わらせてしまっている会社もある。集客面が厳しくなるなか、当たり前のことを当たり前にして評判を高めることが大事です」

政府が進める省エネ改修を通じた経済対策

	主な施策	関係省
1	省エネ性能の高い住宅に対する支援事業	国土交通省 環境省
2	住宅の省エネ・省CO2加速化支援事業	環境省
3	家庭部門の省エネルギー推進事業費補助金	経済産業省

※一部抜粋

省エネ改修は、省エネ性能の高い住宅に対する支援事業、住宅の省エネ・省CO2加速化支援事業、家庭部門の省エネルギー推進事業費補助金(経済産業省)などが挙げられる。

3省連携による「住宅省エネキャンペーン」で展開してきた施策と同様の補助事業が25年度も継続実施される見込みだ。

また、第3の柱「安心・安全の確保」のなかには増加する「闇バイト」による犯罪への対策があり、防犯性能の高い建物部品の設置が支援策として打ち出されている。



▲11月26日付で東京プロマーケットに上場した。福家淳也社長

東京プロマーケット上場 信用力向上で採用強化へ

新築やリノベーションなどを手掛ける工務店の「東京プロマーケット」(東京都)は、11月26日付で東京証券取引所に上場した。同社は「東京プロマーケット」に上場した。同社は「東京プロマーケット」に上場した。同社は「東京プロマーケット」に上場した。

00万円を占める。経常利益は3800万円、従業員数は約70人。上場の目的は2つある。1つ目は信用力の向上だ。それにより、優秀な新卒社員の採用をしていきたい考えを示す。2つ目は企業の継続性。上

場を通して、内部統制や管理体制を整え、経営の透明化を目指す。今後はエリアを拡大していく。中国・四国エリアを中心に、人口30万人以上の都市に拠点を構えることを、自社の認知度が低いエリアへの進出において、上場企業の社会的信用力を武器とする。1年1社工務店とのM&Aの実現を目指す。今後については福家淳也社長は「住宅業界は右肩下りの産業と言われて

政府、省エネリフォーム促進を経済対策に 3省連携の補助金、25年度も継続へ

政府は12月17日の国会で成立した令和6年度補正予算案の「総合経済対策」のなかで、省エネの普及促進、子育て世帯や防犯など複数のリ

フォーム支援を盛り込んで成立した令和6年度補正予算案の「総合経済対策」のなかで、省エネの普及促進、子育て世帯や防犯など複数のリ

フォーム支援を盛り込んで成立した令和6年度補正予算案の「総合経済対策」のなかで、省エネの普及促進、子育て世帯や防犯など複数のリ



▲複数同時入浴タイプのユニットバス「アクアハートF-eX K」

複数人の入浴が利用できるユニット 高齢者施設に向けての普及を目指す

パナソニックハウジングソリューションズ(大阪府門真市)は、高齢者施設に向けて複数同時入浴タイプのユニットバス「アクアハートF-eX K」の普及を促進している。同製品の最大の特徴は、ユニットバスの連結部分をなくしたことで、複数人の入浴が利用できる。リフトなどを使用した浴槽間の移動をスムーズにできることだ。

また、介護を受ける側が会話を楽したり、介護者が介助しやすくなる。一度は、介護者の認知度は低い。介護を受ける側と介護スタッフの負担を軽減するためにも、さらなる普及を目指す(谷見博幸課長)



大久保誠二社長

8回目の加盟店総会を開催 WEB集客成功の秘訣を解説



▲全国から約130名が参加し加盟店表彰や加盟店インタビューによる事例紹介などを実施

リフォームのネット集客に特化したランチャイス(以下JACOF)を展開するJACOF(神奈川県横浜)は、11月26日に東京国際フォーラムで第8回目となる加盟店総会を開催。大久保誠二社長は「施工事例とお客様の声をいれると、反響が数倍となる実感を語った」。

同JACOFが2024年度の目標としていたのが「施工事例とお客様の声をいれると、反響が数倍となる実感を語った」。

例えは、お客様の声をいれると、反響が数倍となる実感を語った。

ホームステージング

定額使い放題

この広告見た!で
ずーっと28,000円(税別)
単身タイプ
ファミリータイプは34,000円(税別)

空間工房

株式会社空間工房
神奈川県川崎市多摩区生田 7-11-12-103
TEL.044-567-0707

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）。昨今普及が進む生成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「MAYA（マヤ）」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、専門性がなことです。たとえば、パブリックトップやラバーロック工法、建材やオートロッ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。

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には意図や人格はありませんが、MAYAは、たとえば女子高生やベテランの職人といっ



大久保誠二社長

たユニークなキャラクター設定も可能です。

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ね。

そうです。先ほどお話しした通り、MAYAに「オートロックシードに

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。今回のサレは、私の保持するデータ

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す。

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、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

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、関連会社のシェアブックでは年間600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。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1万円を提供する予定です。

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、縁切りされた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。

プレミアムシリコンの特長について女子高生が解説するような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ください



プレミアムシリコンの特長について、女子高生が解説するような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ください

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特長は、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〜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！雨の日でもしっかりと水をはじいてくれるから、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エコな塗料なんです！塗り替えることができます！これは、塗料の成分が劣化しにくくなっていることを意味しているんです！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昔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690,800円〜だそうです！お手頃な価格で、高品質な塗料を使っても大丈夫なんです！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検討してみてくださいね！

以上、女子高生のみおがプレミアムシリコンの特長を解説しました！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
設立: 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、ソフトウエア製品企画・開発・販売・賃貸など

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)
「街の屋根やさん」や「街の外壁塗装やさん」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



▲ベンチプレス150キロを目標に掲げています！

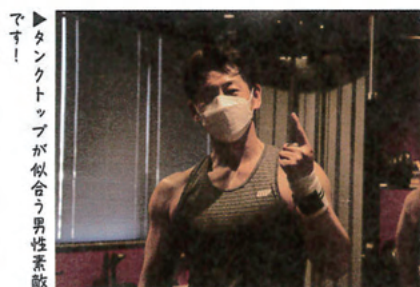


▲オフィスの上に専用ソムが!!

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？



▲タンクトップが似合う男性素敵です！

大久保 大きすぎずメリハリのある身体です。スーッ着用時は目立たず、脱いだらしっかりと筋肉が付いているほどどの体型です。ただ、筋トレは身体ではなく、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くと、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、昨日の自分に負けないために、今日より明日をよりくするためには重たいウェ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？

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上書きされます。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社会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で勝負になったとき、誰にも負けない状態ではないか、1番かっこいい状態ではないか、と思います。



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くださるので、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！

て、慣れです。実際に加盟店さんではメールすら打ったことのなかった大工さんに日々ブログを書き続けてもらって、今では毎日素晴らしいブログを書かれていますから」

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）クレス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。現在一都二県に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しました。

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



2023/1/15 (日)

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、酒サムライ・聴き酒オ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放送回は、株式会社JACOF 代表取締役社長 大久保 誠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新設業種、特にリフォーム業界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【街の屋根屋さん】【街の外壁塗装屋さん】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。伸びの一番大きな要因は、HPの管理ツールであるCMS(コンテンツ・マネジメント・システム)を変えたこと。3年半かけて、僕が設計したシステムに乗せ変えたことでアクセスが増えました。それと、コロナ感染拡大前後でアクセス環境が変わりました。移動中や会社だと仕事に苛まれてなかなか見られないのが、在宅時間が増え自宅PCでじっくり見られることでアクセス増につながりました。

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、問い合わせは計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)になっていますが、3カ月くら

加盟店の中でもウェブへの取り組み姿勢の違いはあると思います。加盟店ごとの成果の違いにはどのように対応されていますか。ウェブ集客はいわば科学なので、本部の言う通りプロダクトの更新をしてくれら100%確実に成功します。ただ、8割の会社が最初はやってくれるんですが、3カ月くら

年8768件の問い合わせに 前年比ウェブアクセス142%

大久保誠二社長



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1000記事書かないと、いけな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選ばず、ブランド力の向上につながる戦略ですね。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。

ホームページで日本全国のリフォーム集客ができれば、日本中のお客様がハッピーになる、というのが僕の考えです。ネット集客はハードルが高

面、もうひとつは、それまで「最高の工事と調査をとんな業者に頼み、いくらかかるか、どうやってやってくれるか」というソフト面。これを解決できるのは実際の事業者しかいないんです。問い合わせが来る前に、どこに誰かもわからない未来のお客様に安心してもらうには、大量の施工事例が必要です。

でも、どれだけ雨漏りが解決しても、料金が高くて職人がぶっ壊らうで、補償がゼロだったら嫌だなど。そのときに、お客さまの声が100件あって、皆笑顔の写真付

未来のお客様が安心して 発注できるコンテンツ作り

きで「最高の工事と調査をしてくださいました」「うちに最適な見積もりをしてくださいました」「親身になって相談に乗ってくださいました」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てのであれば、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年までは、10カテゴリーで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、マスター制度的な基準を決めてやりたい。

いつでも、どんな工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。

田善紀

福

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関心がある」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。



大久保誠二社長

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・地域ナインバー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。



▲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

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

住宅フランチャイズ



加嶋伸彦社長

「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

知識はもちろん接客マナー、資金計画など住宅営業の基本を改めて身に付けられるもの。オンラインで講座を受ける。現在、全15回の研修プログラムを推進中。毎週月曜日の2時間のウェビナーを通じて学ぶ。またリアルなセール

スノウハウ共有も実施している。加盟店の優秀なセールス担当が自身の仕事術を披露する。中には年間25棟以上の新築契約実績がある営業マンもいる。どんなヒアリングをしているのか、などをテーマに座談会形式で語りあう。

加嶋伸彦社長は「セールの強化の理由をこう話す。『Afterコロナ中に備えたセールスインベション活動』がテーマです。お客様の営業マンで。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が基本を身に付けようと考えました」

アイフルホームの4〜9月の売り上げは前年同期比で4〜6月の落ち込みをカバーしていきいたと考えた。

オフィス
コンシェルジュ

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

オフィスコンシェルジュ（東京都豊島区）が提供する業務統合システム「建設BALENA（ベレーナ）」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。



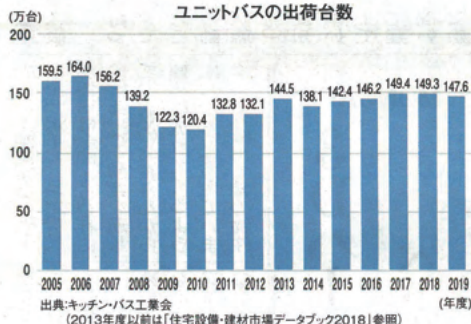
小松延顕社長

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で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。メールを取り込むとBALENAに顧客登録が済ませられ、見積もり作成や採算管理もそのままBALENA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コードを作ったラベルシールに印刷。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だ。

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。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。で、進捗をリアルタイムで把握することも有効。月2万円ですぐに実現できることが特長のBALENA。これらの新機能は、既存ユーザーは定額カスタマイズ

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

ユニットバスの出荷台数



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Zoom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」と語った。

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っ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
produced by YKK AP

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。

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カ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

天井には70cm×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出来る。また、ポップさの面では、サインを意図。オレンジのアクセントを使ったデザインだ。キッチンの間仕切りには鉄網のようないんテリアを設置し、完全に仕切らないことで空間を広く感じさせる。デザインは、リ



リノベーション事業部主任 田原未弥子氏

「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、壁のレイアウトにはロープを、クローゼットの仕切りにはテントで使うタープ生地を使用してあります」(熊倉理恵マーケティング事業課課長)

リズム

工場っぽさとポップさを融合

リノベーション「Depot」

投資家向けに賃貸物件を発売した。

シリーズの最大の特徴は、インダストリアルさとポップさを混ぜ合わせたデザイン。例えば天井や壁の一部はコンクリート打ち放しで、

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。

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システムをFACOF(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

26平米のマンション1室で、シートフローリングと3点ユニット部屋だった。家賃は月9万6000円。リノベ前より約1万円上がった。すでに内覧希望者も出ている。合わせが増え、地域に根付いてきたことを感じる」と杉本匡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」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「雨漏りの検索ボリュームは大きい。リフォームの動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

この人に聞く

屋根だけで月商1000万円へ

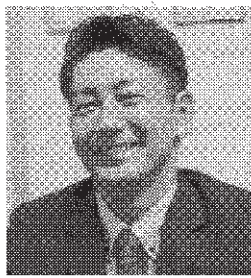
インターネットの自然検索のみで集客するノウハウとコンテンツを提供するFC「JACOF」(神奈川県横浜市)の加盟が好調だ。開始8カ月で加盟数は40店舗となり、初年度の当初目標30店舗を既に上回った。広告費ゼロのWEB集客を自ら実践してきた大久保誠二社長に、スタート後の手応え等を聞いた。

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

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

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、どんどん充実する。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。

——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

広告費ゼロのWEB集客FCが40店に

っ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労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。

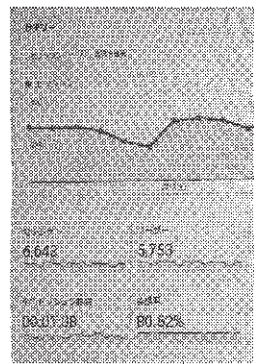
月々20件の問い合わせ

——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、ロイヤリティ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割が契約に至っています。成約単価は約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。が、通常でも年間500件くらいは書いていただきたいです。

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)、それが味なのでしょう。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な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たい」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。いったいどこ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。

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リフォーム業者を探したりしています。

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

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？」と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？

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やおよその予算、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、それだからこその、現代のお客様は現場を知りたいのです。

「どんな会社のどんな人がど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。

デジタルなインターネットは、アナログな現場を伝えるには最も効果的で有効です。

ホームページを自社で運用しサイト(WebSite)とサイト(現場をつなぎましょう！

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、また御社に仕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、仕事を発注してもその仕事は下請けや孫請けに回され、どこか誰か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。

ネットワーク動向

「街の屋根やさん」F C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できた。「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い

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。重要なの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

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。

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年もたた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を入り口に、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



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。

JACOF 大久保誠二 社長

WEB自然検索のみで売上6.2億円

コンテンツ追求で反響率は1%超に

リフォーム事業を行うシアテック(千葉県袖ヶ浦市)は、web製作会社Max Line(大阪府吹田市)と共同で、新会社「JACOF(ジャコフ)」を設立。インターネットの自然検索のみで集客するノウハウの提供を開始する。屋根・外壁工事のポータルサイトを9つ運営し、インターネット集客での高い実績を誇るシアテックの大久保誠二社長に、新会社の取り組みについて聞いた。

継続が反響に

「リフォームの集客を、すべてインターネットで行っておられます。インターネット集客に目を付けた理由は」

2009年の創業当時は、チラシの配布や飛び込み営業など、さまざまな集客方法を試していました。その一つがHPで、ブログや施工事例などを毎日更新していたと、10カ月を過ぎた時に、いきなり10件の問い合わせがきたのです。それ以前はHPからの問い合わせは0件でしたから、不思議に思うと同時に、HPに明るい可能性を感じました。そこからHP集客に注力するようになり、企画・デザイン・ライティング・SEO対策まで社内で行えるよう、web製作の事業部を立ち上げたのです。

— 外注考えなかった。



問い合わせが増えるためには、ユーザーの不安や疑問まで解消するような魅力的なコンテンツが必要です。ユーザーが、リフォーム業界のいろいろな内容が知りたいのかは、現場を知っている私たちが一番分かる。リフォームを考えているユーザーに響く、そうしたコンテンツは、web製作会社任せでは作れないと考えました。

— HPを作ってから2年後には、広告をすべてやめてHP集客だけにシフトされている。それだけの反響があったのでしょうか。

広告をやめた頃で月間30件は問い合わせが来ていました。昨年の問い合わせ数は2250件。うち6割ほどが契約につながっていて、売り上げは連結で約6億2000万円です。反響率も上がり続けていて、HPに訪れたユーザー数からの反響率は約1.7%です。

現場の状況を掲載

— 0.6%あれば優秀と言われる中で、その反響率は強烈ですね。他社のサイトと比較して最大の強みはどこなのでしょう。

やはり、「リフォーム会社がコンテンツを作っている」ところだと思います。



▲シアテックでは各種サイトを9つ運営

— 現在は、屋根工事と外壁塗装で9つのポータルサイトを運営されています。なぜ、屋根と外壁に特化したのでしょうか。

ユーザーは、リフォームしたい場所など、より専門化したキーワードで検索をします。また、工事を依頼するのにも、専門業者の方が安心感を感じてもらえる。集客の窓口としては、専門化した業種の方が効果が高いのです。

— 御社のHP集客の大きな特徴の一つに自然検索での集客があります。自然検索にはどういったメリットか。

メリットは大きく2つあります。1つは、広告宣伝費がかからないこと。そしてもう一つは、集客に直結するキーワードが拾えることです。例えば「千葉 屋根工事」「千葉 屋根修理」「千葉 屋根リフォーム」など、自然

検索なら、ユーザーの入力するニッチなキーワードを大量に拾える。すでに1年に1回しか検索されないようなキーワードさえも検索に引っかかるよう施策がとれます。このロングテールと言われるキーワードは、弊社HPの全体検索の約95%を占めている。すべて、余計なSEO対策費なども不要になり、SEOコストが削減できます。

ノウハウの販売を開始

— こうした集客のノウハウを、今回事業でワークで展開されますか。

反響率1%のHPには、魅力的なコンテンツがたくさん必要です。とはいえ、大量のメインコンテンツを作るのが実は一番大変な作業。ですから、メインコンテンツを最初に全部作って提供しようと考えました。ニッチなキーワードで引っかけ、メインコンテンツで問い合わせにつなげるという二連の流れをパッケージ化して提供します。

初月から反響が期待できるのが大きな特徴で、実際にテストサイトでも、初月に750万円の売り上げを記録しました。年商1億円を目指せるはずで、5月にサービスを開始する予定です。初期費用はゼロ月額10万円くらいを予定しています。ブログを毎日更新するだけでいいので、webの専任者は必要ありません。

— 御社が営業エリアを広げる選択肢もあったと思います。FCにした理由は

集客が伸びていくスピードと、直営で営業担当者を育てるスピードに、あまりにも差があったからです。それに当社は今後、天然住宅や健康住宅など、専門領域に絞った横展開を考えている。そこで全国にパートナーがいればビジネスが広がるからです。

会社概要
JACOF
所在地 神奈川県横浜市/設立 2016年4月/資本金 800万円