

リフォーム専門から新築開始3年目で20棟目指す。

ネット集客システムで月10組以上の土地なし客集める

躍進ビルダーレポートVol.3

sinken 2015.03.10



クライムホーム
リアライズ
(埼玉県久喜市)

黒須登喜男 社長

リフォーム久喜としてリフォーム事業を行ってきたクライムホームリアライズ（埼玉県久喜市）。2012年から新築事業をスタートさせ、初年度と2年目に7棟を受注。3年目となる今年は20棟ペースで受注を重ねている。同社の新築事業の成長を支えるのはネット上で土地なし客を集客するシステムだった。黒須登喜男社長取材した。

新築集客で苦戦 試行錯誤続ける

——リフォーム専門で事業を行っていた御社が新築事業を始めたきっかけは。

2012年に不動産部を設立したのがきっかけです。元々は中古住宅の流通に取り組み必要性を感じていたからです。リノベーションなどの大型工事を獲得する狙いでした。ただ、予想外に新築の要望が多く、中古住宅の流通については棚上げになってしまっています。

——新築の集客はどのように行っているのですか。

不動産情報を掲載したチラシが中心でした。新聞や地域情報誌に1回5万

部くらいずつ折り込んでいました。ただ、反響率は1万から1万5000分の1と振るわなかったです。不動産情報を掲載しているため、不動産屋さんのチラシとの違いが伝わりにくかったのです。もう少し、建物のデザインを打ち出して、建築会社だという点を知ってもらい差別化につなげようという試行錯誤している最中です。

——チタンのネット集客システム土地大臣を利用し始めたのはいつからですか。

2014年の4月ですね。費用対効果の良さが際立っていて驚きました。チラシですと、1回折り込めば30万円くらい掛かり

ます。それで3件ぐらいの反響だったとすると1件あたりのコストは10万円です。土地大臣の場合、月に6〜10件ぐらいの反響を確実に集めてくれます。「土地大臣」に掛かるのはチラシの約半分、月に15〜20万円のコストです。反響1件当たりのコストは1.5〜2万円程度です。

自動で集客が可能 手間を省ける点が魅力

——土地大臣の魅力はどんなところに感じていますか。

以前から「土地大臣」とは別のネットでの集客システムを使っていました。これは土地情報を私たちがアップしないといけないので、手間が掛かるんです。「土地大臣」はチタンさんが土地情報のアップを代行してくれるので、その分の労力を営業に注力できます。これは大きな魅力ですね。

それまではネットで土地を探している人の弊社

ページへの流入が全くなかったのですが、今は一定の反響が出るようになっていきました。手間を掛けずに結果が出るようになったわけですね。

——手間が掛からないで、効果が上がるのはなぜなのでしょう。

チタンさんがネットでの集客ノウハウをしっかりと蓄積している点が大いだと思います。毎月、月初にチタンさんとネット集客に関する会議を行い、月末までにホームページも含めて改善してもらおうというサイクルが上手く回っています。地域性なども考慮して、建物のデザインや性能をしっかりと知ってもらえるようなネット上での動線をしっかりと構築したいですね。月20件のネットからの土地なし客集客を実現できるようにしたいと考えています。

——ホームページの運営もチタンにアウトソーシングしているんですね。

ネット集客に関することは基本的にチタンさんにお任せしています。やはり、専門家にやってもらうと結果が出ると実感しています。ホームページ改善、運用、SEO広告、土地大臣と複数の要素を総合的にプロデュースしてもらっているのは、やはり社内の人では厳しいです。プロのノウハウや知識の蓄積を信頼してアウトソーシングした方が良く考えています。また、社内でも制化することで、その担当者も引き込まれた場合、継続されなくなるという危機管理の意味もあります。

——今後については。

前期のウチの年間売上は4億円で新築4とリフォーム6の比率となっています。今後は5・8億円を目指しています。新築5、リフォーム5の比率になるように新築を伸ばすつもりです。ここでもチタンさんのリノベーションを集める「リノベ大臣」も開始したので中古住宅流通にも注力できます。出来ない事はその道のプロに任せる方法が一番効率が良いやり方だと思います。

「土地なし客」専用サイトと「建物客」用のホームページとのダブルサイト集客囲い込み戦略で集客単価1.8万円を実現!

ここがPoint

自社で囲い込んで外に逃がさない!

「建物客」を集客

【建物客用サイト】

「土地なし客」を集客

【土地なし客用サイト】

クライムホームリアライズ躍進のポイント

- 1 集客に手間を掛けずに、営業に労力を集中させる
- 2 費用対効果の悪かったチラシ広告にネット集客を加えて毎月、一定の集客数を確保
- 3 ホームページなどのネット上での集客をすべてチタンにアウトソーシングして効率化に成功