

日本ユニシス ウッドフレンズ（名古屋市）が「MY HOME MARKET®」を採用 ～バーチャル住宅展示場でファンを獲得。 住宅業界の課題を解決し、新たな販売戦略を開始～

日本ユニシスが運営するバーチャル住宅展示場「MY HOME MARKET」を利用して、株式会社ウッドフレンズ（名古屋市中区、以下 ウッドフレンズ）が、「バーチャル空間でのファンづくり」をキーワードにした、新たな販売戦略を始めます。中部地区に本社を置くハウスメーカーが「MY HOME MARKET」を利用するのは初めてです。

住宅展示場を訪れるお客さまの減少やニーズの多様化、人手不足など、住宅販売を取り巻く環境は激変の中にあります。ウッドフレンズは、内覧から見積までが完結するバーチャル住宅展示場を活用し、中部地区の先陣を切って、業界の課題克服に挑戦します。

【新戦略のカギは、バーチャル空間でのファンづくり】

住宅販売を取り巻く環境は大きく変化しています。共働き世帯の増加で、従来のように住宅展示場で時間をかけて家づくりを検討できるお客さまが減少する一方、Webサイトで事前に情報を集めて効率的な家づくりを志向するお客さまが増えています。住宅購入者の中心はスマホなどに慣れ親しんだミレニアル世代となり、ハウスメーカーはデジタルマーケティングの強化が求められています。また、各社とも人手不足などを背景に「働き方改革」に取り組んでいますが、お客さまのニーズが高度で多様なものになる中で成約までにかかる調整も複雑化し、営業、設計、工事担当者の負担を減らすのは難しい状況でした。

【内覧から見積まで事前に完結 スピーディーで効率的な家づくり】

「MY HOME MARKET」の特徴は、お客さまに、いち早く住まいの「ファン」になってもらうことができることです。「MY HOME MARKET」では高精細のバーチャル・リアリティ（VR）を使い、住まいの完成時のデザイン、間取りなどを手元のスマホやタブレットでいつでもどこでも繰り返し見ることが出来ます。展示場に足を運ぶ時間の取れないお客さまが増える中、スマホなどでの繰り返しの内覧を通じて住まいの魅力を体感し、イメージを膨らませることで、ウッドフレンズの住まいのファンになってもらうことを目指します。

もう一つの特徴は、お客さまが検討を始めてから成約までにかかる時間を短くできることです。お客さまはVRでの内覧で具体的なイメージを膨らませることが可能です。また、オプションも含めた価格のシミュレーションを「MY HOME MARKET」上で実施することが可能です。これまでは、営業担当者との打ち合わせは10回以上になることも珍しくありませんでしたが、これまで平面図だけでは判りづらかった住まいイメージや建物の価格やオプションがあらかじめ明確になっていることで営業担当者との打合せ回数は最小限に抑えられます。このため成約までにかかる時間も、従来の販売に比べ短くすることができます。

お客さまが VR で理想の住まいをイメージし営業担当者との打合せを短縮することで、早く、満足の行く形で住宅を手に入れることができるだけでなく、ハウスメーカーにとっても、成約までにかかる人的なコストを圧縮することができ、効率的な営業体制を築くことが可能です。ウッドフレンズは今回の「MY HOME MARKET」への出展を今後の販売、営業戦略の構築に向けたトライアルとして位置づけ、新しい時代の家づくりのあり方を追求していきます。

【MY HOME MARKET を活用した、家づくりの新たなスタンダードへ】

「MY HOME MARKET」は、2018 年 3 月に運用を開始して以来、商品を出展する事業者が増え続けています。これまでに各地のハウスメーカー 5 社が出展。中部地区に本社を置くハウスメーカーとしては、ウッドフレンズが初めての採用です。

住宅業界において住宅着工棟数が伸び悩んでいる中、顧客獲得競争が激しさを増しており、従来の住宅展示場への集客に加えて、時代に即した販売ツールとして注目を集めています。既に採用いただいたハウスメーカーの中には、「MY HOME MARKET」の仕組みを営業ツールとして採用し、すでに成果を上げているところもあります。

VR という最新テクノロジーで、お客さまのニーズに寄り添った家づくりと住宅業界の課題克服を同時に実現する「MY HOME MARKET」は、今後の住まいづくりのスタンダードを目指します。

【ウッドフレンズおよび、規格・注文住宅の新商品について】

ウッドフレンズは、愛知県名古屋市内に本社を置くハウスメーカーです。プレカットおよび木質建材の自社工場をもち、製造小売りとして製販一貫体制による高品質で安価な工業化木造住宅を、愛知県を中心に提供しています。建材、住宅、中規模木造施設などへ国産材を積極的に取り入れ、ESG 経営を目指し持続可能な開発目標「SDGs」への取り組みを進めています。

今回の新商品はスケルトン、セレクト A、セレクト B の 3 つのプランから選べます。「MY HOME MARKET」に掲載しているものはスケルトンの代表的なものですが、セレクトは規格化された工業化木造住宅から好きな仕様を選定できるプランです。



以上

■ 「MY HOME MARKET」 とは

一人一人の好みの暮らし方を提案する“ライフスタイルマーケット”です。住宅メーカーがセミオーダー型の規格住宅で提案するさまざまなライフスタイルがひとつのマーケットに集まり、一人一人の理想の住まいに出会うチャンスを広げます。

「MY HOME MARKET」が提案するのは、全く新しい住宅の買い方です。VRで自分の好きな家を内覧し、カスタマイズし、価格も分かる。マイホームを自分らしく「選ぶ」自由と可能性をもたらすプラットフォームです。

「MY HOME MARKET」は、家の売り手である住宅メーカーにも、大きな可能性を秘めています。「MY HOME MARKET」を使えば、お客さまに自社が提案する家や暮らし方の魅力を、一番魅力的に伝えられます。図面や資料ではなく実際に家の暮らしを疑似体験してもらう。家の提案をするときの、最高のコミュニケーションツールです。

「MY HOME MARKET」を使うことで、お客さまと住宅メーカーのやりとりは大きく削減されます。お客さまは、スマホで選んで内覧し、理想の家のイメージを膨らませて来店されるので、すぐに注文まで進むことができます。住宅メーカーはお客さまに、家そのものに加えて、その中の暮らしやライフスタイルの提案により力を入れることも可能になります。「MY HOME MARKET」を使えば、売り手と買い手の双方の満足度を高めることができます。

マイホームは、将来、人がテクノロジーと接する大切な場所になる可能性があるとして、日本ユニシスは考えています。「MY HOME MARKET」はテクノロジーの力で、一人一人が自分に合ったライフスタイルを選択できるような自由で豊かな社会を実現していきたいと考えています。

■ 関連リンク

「MY HOME MARKET」 <https://myhomemarket.jp/>
バーチャル住宅展示場 「MY HOME MARKET」
<https://www.unisys.co.jp/solution/lob/manufacturing/house/myhomemarket/>

株式会社ウッドフレンズ <https://www.woodfriends.co.jp/>

※MY HOME MARKET は、日本ユニシス株式会社の登録商標です。

※記載の会社名および商品名は、各社の商標または登録商標です。

<報道関係お問い合わせ窓口>

https://www.unisys.co.jp/newsrelease_contact/