

ONE TOP JAPAN(大阪府大阪市)が行う、住まいの総合サービスのFC事業「ONE TOP HOUSE」が本格展開に向けて動き始めている。ヤマダ電機やユニーと提携することで、「LABI」やアピタといった集客力がある店舗内への出店を可能にした。これに加えて、不動産仲介から新築、リフォームまで幅広い領域のサービスをワンストップで提供することで、不動産FCナンバーワンを目指す。

リフォーム戦略 最前線

ONE TOP JAPAN

あらゆるライフステージに対応



阪口富左雄社長

舗、「アピタ」内に2店舗が出店。加えて、路面店も3店舗ある。
「今後もスーパーや家具店、ホームセンターなど、出店可能な提携先を増やしていきたい」(阪口社長)

LABI高崎店内に オープン

「山田昇会長に直接お会いして口説きました。その甲斐あって、強力なバックアップを受けられることになりました」と

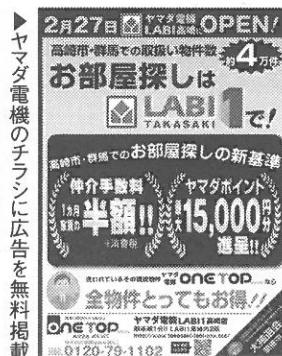
阪口富左雄社長は話す。

2月末には、ヤマダ電機のお膝元である群馬県高崎市の「LABI」高崎店に入つてすぐという、集客力が抜群な場所まで用意された。

さらに、ヤマダ電機の折り込みチラシやアプリ、ホームページに加盟店の広告が無料で掲載される。店舗入り口横には、高さ約3メートルの看板やのぼりの設置ができる。店舗が飛び込みであり、20件が賃貸の契約に至った。



▲広さ8~10坪の店舗をヤマダ電機店内に構えることができる



▶ヤマダ電機のチラシに広告を無料掲載

電機内に2店
現在、ヤマダ

シートと同じ扱い
なので、出店費
用とランニング
コストはヤマダ
電機よりも若干
高いが、リフォ
ーム受注につい
ての制約はない。
また、スープ
マークシートは、食品や日用
品を購入するリ
ピートの来店者
が多く、認知度
向上につながり
やすい。

「従来の不動産ビジネスは、売買も仲介も1回きりで、リピートにはならない。これが嫌で、お客様と生涯のお付き合いができるサービスを提供したいと考えました」(阪口社長)

なぜこうした連携がスタートしたのか。ヤマダ電機側が狙うのは住まい探しやリフォームを行うユーザーの囲い込みだ。新生活を始めるユーザーは、大型家電を買い求めことが多い。実際、3月だけではFC加盟店経由で合計約170万円の家電販売につながった。また、リフォーム案件が発生した際はヤマダ・エスバイエルホームに見積もれることはユニーのスーパーマーケット「アピタ」でも実現した。この場合、通常のテナントと同様扱いなので、出店費用とランニングコストはヤマダ電機よりも若干高いが、リフォーム受注についての制約はない。また、スープマークシートは、食品や日用品を購入するリピートの来店者が多く、認知度向上につながりやすい。

具体的なサービス内容は、入学や就職に伴う賃貸探しから、結婚や出産に伴う住宅購入、その後のリフォームや老人ホームの紹介まで多岐にわたります。1人のユーザー生涯にわたりサポートすることをコンセプトとしている。例えば、リフォームの営業。オリジナルのパッケージ商品を開発することで、リフォーム営業の経験が少ないスタッフでもユーザーに提案しやすいうにした。注文住宅に関しては、ハウスメーカーや地域の工務店を紹介できる体制を整備。

ユーザーを 生涯顧客化