

# DXツールを使いこなす

## 業務改善からビジネスチャンスの創造へ

住宅業界でDX(デジタル・トランスフォーメーション)が進むが、「DXツールで改善されるのは業務効率」という認識にとどまっている企業がまだまだ多いのが現状だ。本来、DXツールを活用することで最終的に収益アップにつなげることが重要となる。

それでは、DXツールをどのように収益増につなげていけばよいのか。ハウジング・トリビューンはDXツールを展開する4社を招き「収益アップにつながるツール活用術」と題し「特別動画セミナー」を12月13～17日に開催する。動画公開に先立ち、その一部を誌面に掲載する。

エプコ 浦山貴継 ハウスマネジメント事業部事業部長

KSK 山口靖 住宅ソリューション事業部ゼネラルマネージャー

システムサポート 大坪健一 プロダクトサービス事業部事業部長

ワークスマイルジャパン 中澤亮介 市場開発部部長

司会●創樹社 中山紀文 ハウジング・トリビューン編集業務総括

中山 住宅業界でDXが加速し、さまざまなツールが登場しています。多くが業務効率化を謳っていますが、それが収益アップにつながっているのか気になるところです。そこで今回は4社に参加いただき「収益アップにつながるツール活用術」をテーマに話を伺いたいと思います。まずは、それぞれのツール紹介からお願いします。

エプコ・浦山氏 エプコは、設備設計からスタートし、アフターメンテナンスを承るコールセンター事業を展開、そして電化を中心とした省エネルギーフォームへと事業を広げてきました。コールセンター事業の実績としては年間お客様管理世帯数が140万戸、修理の受付が年間60万件あります。

現在では、ハウスマネジメント事業部でコールセンター事業を展開させたハウスマネジメント事業としてCRMクラウドサービス「おうちあんしん24」を提供しています。コールセンターで電話により困りごとを受け付け手配するのに加え、スマートフォンにアプリを入れていただくことで双方向のコミュニケーションを実現しました。具体的には、コールセンター

で家歴情報を管理し、これを活用することで定期点検の受付や情報発信も行っています。

アプリを導入したことで、例えば、この家庭はそろそろリフォームニーズが出てきているのはいか、設備の交換で困っているのではないかと、住宅事業者からお客様に連絡することが可能になります。ニーズ喚起や気づきを与えることでお客様との関係性をより強化することができるようになります。しっかりと繋がり続けることで追加工事やリフォームなどの需要も取り込むことができ、業務の効率化と新しいチャンスの創造の両方を支援できるサービスです。

KSK・山口氏 「住宅マネージャー」は、20年以上の開発・販売・保守を続け、現在、全国で約130社が採用する、住宅業界に特化したERPパッケージです。住宅事業の業務フローに沿ってデータを入力、一気通貫型で引き渡し、アフターまでを管理します。営業、設計、工務、経理、アフターと部門ごとに情報を管理している、部署ごとに同じ情報を入力したり、いちいち別の部署に聞きに行かなければなりません。「住宅マ



## 浦山貴継氏

エプロコ●ハウスマネジメント事業部事業部長

# アプリと家歴を活用し お客様にタイムリーな情報提供・提案で収益につなげる

「ネーチャー」という情報プラットフォームの中ですべての情報を一元的に管理することで、生産性低下などのムリ・ムダ・ムラを解消することが可能です。また、一口に住宅事業といっても注文や分譲、リフォームまでさまざまな事業が存在しますが、これらすべての業務を一つのシステムでカバーします。新たにビジネスを展開する時、あらためてシステムを構築する必要はありません。

今、私たちはさまざまな企業との連携を積極的に進めています。例えば、今、電子受発注が目立っていますが、その分野でエプロコさんと連携しています。システムサポート・大坪氏 システムサポートは「建て役者」を開発しています。本社は石川県の金沢市ですが、東京・大阪・名古屋に拠点を持ち、営業のチームは東京と大阪から日本全国をカバー、開発やサポートのチームはすべて金沢市に集約しています。社員は約900人で、そのうち約8〜9割はプログラマーやSEという技術集団で、プログラムやソフトウェアの開発を得意とする会社です。

多くても使えないと意味はありませんから、使いやすさに重点をおいて開発しており、導入社数は約630社となっています。2021年の春からEDIのオプションとして電子受発注を開始、先には国税庁のサイトにも掲載されている「JIMA」認証の認可も取得しました。クラウドサインさん、ワークスモバイルジャパンさん、ワークスモバイルジャパンさんなど色々な企業と連携もしており、今後は、現場管理はもちろん、集客や点検などを得意とする企業との連携を進めていきたいと考えています。

ワークスモバイルジャパン・中澤氏 「LINE」を提供するLINE社と兄弟関係にあるWORKS MOBILE社がビジネス向けに「LINE WORKS」を提供しており、弊社は、そのWORKS MOBILE社の日本法人です。「LINE WORKS」は汎用的なビジネスチャットツールで、現在、約30万社に利用いただいております、そのうち2〜3割が不動産業界の方々です。基本的には個人のLINE同士で友達になると同じようなユーザー体験を提供できる一方、個別の識別子やLINE WORKS側のユーザーIDの管理、また、いつ誰が誰に対してどんなトークをしたのか、また、セキュリティの機能などを実装しています。

大きな特徴としては、やはりメッセージを送ったら見てもらえる、レスがもらえる、エンゲージメントが高い、といったことです。電話、メール、FAXなどのタッチポイントと比較してお客様とコ



エプロコ  
電話番号:03-6853-9165  
<https://www.epco.co.jp/>



## おうちあんしん24

施主に対し、「おうちあんしんサポートデスク」が、住宅の困りごと・相談を24時間365日受付け、修理依頼を行う。さらに水回りのトラブル、ガラス破損などの緊急時に、深夜、早朝を問わず1次対応を行う「24時間緊急対応」も提供。また、オプションとして、新築時に設置する住宅設備機器の「機器10年保証」も用意している。

さらにアプリの導入により、修理までの時間を短縮するBIM動画やリフォーム事例の閲覧、プッシュ通知を活用した一人ひとりの顧客に合った情報提供・提案が可能に。

顧客満足度を維持・向上させながら住まい手とのつながりを強化、LTV(Life Time Value:顧客生涯価値)の最大化の実現を可能とする。



## 原因分析、対策、観測というDXサイクルを回すことで利益率が上がる

KSK●住宅ソリューション事業部ゼネラルマネージャー

### 山口靖氏

つの観点で貢献していきたいと思っています。

### 関係性を強化し生涯顧客へ適切なタイミングでアクションを

中山 収益アップという観点から、それぞれのツールがどのような効果をもたらすのかをお聞きしたいと思います。住宅業界にとって生涯顧客化が非常に大きな課題ですが、OB顧客を経営資源にできていない事業者は多い。「おうちあんしん24」は、生涯顧客化に貢献するツールだと思いますが、どのように収益につながっていくのでしょうか。

浦山氏 収益アップの面で業務効率化によるコストダウンはとても重要です。一方で、原材料が高騰するといった環境変化が起きると、効率化で得たメリットが消失して

しまうリスクもあります。ゆえに、売り上げ拡大のチャンスを最大化することも重要であり、引渡し後

のお客様と絶えずつながり続けることが重要です。ところが、家を建てた会社や工務店にリフォームを頼むケースは2割を切っているそうです。これではビジネスチャンス逃してしまっている。

「おうちあんしん24」では困った時の修理・メンテナンスだけでなく、定期点検のお知らせやお客様へのお役立ち情報をプッシュ通知で提供することで、お客様との関係性をより強固にしていけることができます。また、プッシュ通知でお役立ち情報を送る相手を、お客様の属性で選ぶことが可能です。

例えば、地震や豪雨などの自然災害が予想される地域の方々に向け、事前に「こういう準備をしておいて下さい」といった案内を送り、後に「大丈夫でしたか、こういう点検をしてください」と案内

することができ、関係性を強化することも可能です。

中山 つながりを強固にすることで、アフター部門から収益の芽を見つけるといえますね。続いて、山口さんにお伺いしますが、基幹システムは業務効率化に貢献しますが、そこにはコストも発生し、それをどう回収するのかという話が出てくると思います。

山口氏 ご指摘の通り、基幹システムがすぐ売上増に結びつくとは考えづらい。ただ、これまで人任せにしたり経験や勘で行っていた工事管理や発注などのデータをきちんと分析してみると、引き渡し後の原価率が実行予算段階から

アップしている工種が一目瞭然となります。その原因を分析し、対策を取り、定点観測をする、つまりDXのサイクルを回すことをしっかりと行っているユーザーは

利益率が上がっています。

また、「住宅マネージャー」にも「アフター管理」があり、問い合わせの情報を一元管理することができます。さらにお客様情報は一度登録すると時間変化にともない自動で変更されます。例えば、引き渡し時に小学生になったばかりのお子様も、10年後には高校生になっ

ています。エプロさんの「おうちあんしん24」のようなシステムと連携することで情報をさらに有効に活用でき、リフォーム受注

につなげることが可能になります。

もう一点、引き渡しのお客様のみでなく、その両親、兄弟など血縁関係の方の情報も非常に重要です。生涯顧客化の範囲を広げ、両親の家がかなり古くなったので住み替えを提案する、また、アパート経営を提案する、そんなビジネスの基礎情報となります。

中山 やはり基幹システムを導入した住宅事業者の経営基盤は、かなり強固なものになっていくもの

株式会社 KSK

Team KSK

KSK

電話番号:050-3803-8115

https://www.ksk.co.jp/jm/



### 住宅マネージャー

住宅ビジネスに関する全業務のムリ・ムダ・ムラを排除するための住宅プラットフォームを構築するための基幹システム。ひとつのシステムで、仕入土地管理から契約、発注、工程管理、アフターサービスなど、あらゆる業務の情報を再入力することなく業務フローに沿って一元管理することが可能。

また、現行業務のヒアリング、課題の洗い出し、業務フローの見直し・策定など導入前のプロセスから、導入時には導入研修と稼働支援などを行い、導入後はシステムの稼働状況の報告や定期的な稼働報告会の開催、メール・電話での運用サポートといったアフターサービスも提供。こうした導入前から導入後のサポート体制を充実させることで、より効果的な運用を全面的にバックアップしている。

ですか。また、蓄積したデータを営業面で活用する例も増えているのでしょうか。

山口氏 例えば、「住宅マネージャー」を導入した1000棟クラスの事業者が、データを分析して色々な課題を克服した結果、翌

年1300棟が見えてきたという例があります。かつて各支店が集まる会議は紙ベースの資料を用い、

情報のアップデートが遅く内容が不正確なこともあったそうです。

それでは適切な指示ができず、課題も見過ごされがちです。現在は

Web会議で「住宅マネージャー」のデータを見ながら会議を行うことで課題を是正し、成長につなが

がっているということです。また、受注後の管理も営業担当者やイン

テリアコーディネーター任せではなく、きちんと管理することで工程を短縮することが可能です。そ

に力を入れることが可能になります。

中山 大坪さんは、業務管理ツールを収益力アップにどのようにな

大坪氏 そもそも受注が増えなければ収益は上がりませんが、売上

を上げるためにはお客様からの信頼が重要なキーワードと考えてい

ます。いかにお客様のことを知っているか、適切なタイミングでア

クションを起こせるか、といったことが大切になります。

私は「建て役者」を含めて基幹業務系のツールの役割は、データ

を貯める箱だと思っています。データを貯め、分析し、タイミン

ごまなデータを受注やアフター管理につなげるためには、それらのデータを分析する必要があります。

例えば、5年・10年点検のタイミングで、営業経験者の経験に頼らない仕組みでプッシュ通知できるようにするでしょう。

中山 中澤さん、「LINE WORK RKS」はどうしてもBtoBの

コミュニケーションツールというイメージが強い気がしますが、ど

のように利益に結びつけられるのでしょうか。

中澤氏 ビジネスチャットがLINE WORKSの一つの特徴で

あることは間違いありませんが、その延長で個人のLINEと繋が

るというところが鍵になると思っています。

## 基幹業務系ツールはデータを貯める箱

### その蓄積データから自動的に気付く仕組みがポイント

システムサポート●プロダクトサービス事業部事業部長

大坪健一氏

きるかが売上に直結するポイントだと思っています。不動産業界ではLINE WORKSとLINEを日常的に使う状態になっており、次はどのような成果につなげるか、つまりメディアに対してスマートに接触する仕組みの提供が重要になると思っています。

LINEユーザーに対して営業的にLINEでアプローチすることで成果を上げているケースは非常に多い。次のステップとして、も

## 建て役者

商談からアフターまで顧客管理を実現できる建築業界向けの一環管理システム。顧客情報を中心に建築業界に必要な情報共有が可能で、シンプルにこだわった使用感やデザインが特長。導入企業の業務や経営方針の変化に「カスタマイズ」という形で柔軟に対応できるため、一度導入すると長く利用できるシステムとなっている。専門性の高い技術者集団によりシステムを自社開発しているという強みを生かし、100社100通りのニーズに対応する。

また、同システムの「電子受発注オプション」は、(公社)日本文書情報マネジメント協会(JIIMA)の「電子取引ソフト法的要件認証」を取得している。建築業界特化型のソフトウェアにおける同認証の取得は初のこととなる(2021年10月7日現在)。

う少しデータマネジメントする方向性で進めることで、さらに成果を上げられるようになるのではないのでしょうか。例えば、住宅展示場のスタッフの多くがLINEを使い、名刺に「LINEで友達になりませんか」とQRを貼っています。「LINEでやり取りさせていただきます。」と言っていると、「LINEでやり取りさせていただきます。」と言っていると、ユーザも気軽にレスポンスを返してくれる、コミュニケーションの壁が確実に低くなるのです。

最初の接触を密に取るチャネル

STS システムサポート

システムサポート

電話番号:076-265-5081

<https://tateyakusha.jp/>





## 案件が顕在化するまでに 高いエンゲージメントでつなぐことが鍵

ワークスモバイルジャパン ● 市場開発部部长  
**中澤亮介氏**

を作ることが重要で、案件が顕在化するまでの間に、できるだけ高いエンゲージメントでつなげるこ

### 連携が生む さらなるメリット より深く、濃い情報を活用

中山 参加いただいた4社は、エプロさんとKSKさんが連携し、ワークスモバイルジャパンさんとシステムサポートさんが連携しています。連携することでどのようなメリットが生まれるのでしょうか。

山口氏 エプロさんとの連携によるメリットは、まず、「おうちあしん24」とコールセンターの仕組みを「住宅マネージャー」のお客様が活用できることです。引き渡し済み顧客とのリレーションを強化でき、リフォームなどのビジネ

スにつなげることが可能になります。

「住宅マネージャー」はアフターの仕組みも持ち、こうしたデータから引き渡した時期や物件の場所、誰の担当なのかと分析できますが、「住宅マネージャー」と「おうちあしん24」やコールセンターが連結することで、それら双方に入っているより濃い情報を次のビジネスに生かすことができるようになります。

先ほど紹介しましたが、OB顧客の血縁関係者の情報も管理できますから、一顧客の生涯サポートにとどまらず、OB顧客のネットワークの管理を行うことで、特に地域で展開されるビルダーにとってビジネスが加速するのではないのでしょうか。

浦山氏 補足しますと、「住宅マネージャー」には家族構成などの属性情報がすべて入っています。

これに弊社のコールセンターが受付・手配をしたメンテナンスや定期点検の履歴が加わります。それらのデータにより、数年後にこの家族にはこういうリフォームニーズがありそうだと分析することができます。

また、太陽光発電やリフォームの補助金などがある自治体でしたら、そうした情報をブッシュしてみようと営業のシナリオを作ることが可能になります。つまり時機をみた適切な提案、通知を行うことができますようになるのです。

アプリを採用した事業者の例では、電話の受付のみの時は基本的に修理など困りごとだけだったのが、アプリになった途端に「リフォームをしたい」など、気軽な相談が非常に増えました。ワークスモバイルジャパンさんの話にもありました。電話は少し敷居が高く、チャットの方が気軽に問い合わせができるのです。

中山 システムサポートさんとワークスモバイルジャパンさんの連携についてお聞きしたいと思います。

大坪氏 「建て役者」と「LINE WORKS」の連携により強化したポイントは「追客」と「点検」というbotと呼ぶ自動的な2つの仕組みで、今年の春にサービスインしました。例えば、3週間ぐらい前に見積もりを出してからノーアクションのお客様がいたと

すると、「建て役者」が日付のデータからアラートを発し、自動的に「LINE WORKS」に通知します。営業担当者は、そこからお客様のLINEに直接メッセージを送ることができます。要するにお客様の個人のLINEと、営業担当者の「LINE WORKS」が繋がっている。別途、個人のLINEを使うと情報漏洩など色々な企業のルールがあるかと思いますが、あくまで事業者はLINEではなく「LINE WORKS

# WORKS MOBILE

ワークスモバイルジャパン

<https://line.worksmobile.com/jp/>



## LINE WORKS

「LINE」のビジネス向けと言えるコミュニケーション&コラボレーションプラットフォームで、チャット、スタンプ、掲示板、カレンダー、アドレス帳、アンケートなど仕事で活用できる充実した機能を持ち、現在、約30万社に利用されている。LINEの画面を踏襲した使いやすさと、業務用として開発した管理機能、セキュリティが大きな特徴。トークで打合せを行ったり、掲示板での情報共有やカレンダーでのスケジュールの共有をしたりするなど、社内のコミュニケーションツールとしても活用できるほか、外部のLINE WORKSユーザーやLINEユーザーとのトークも可能だ。

S」だけを入れるだけ。その先は我々の連携により送信先がLINEになります。

もう一つ、「建て役者」は点検の仕組みをデータ上を持っていて、定期点検予定日が近づくと「LINE WORKS」に自動で通知が発信される仕組みを作りました。

個人のお客様に向けて「点検日が近づいていますよ」という通知をワンプッシュで送ることが出来ます。

この仕組みを利用すると、例えば、他社に流れていたリフォームを引き止めるなど、点検をリフォーム受注や紹介など色々なことにつなげられると考えています。一方で、営業担当者や現場の職人は、個人のLINEでお客様とやり取りするケースがまだまだ多いのではないのでしょうか。その人が退職したり入院すると、他の社員が誰もカバーできません。「LINE WORKS」は営業担当者とお客様のチャットのやり取りを他の方が見ることも可能ですから、チームとして対応ができるのではないかと思っています。

中澤氏 営業担当者が個人のLINEでお客様とつながることは、

事実上、もう広まり切っていると言えます。しかし、それではお客様のニックネームしか取れず、担当者が5W1Hを自分で考え、適切なタイミングでメッセージを送らなければなりません。

ただ、「LINE WORKS」でLINEユーザーと繋がっても、アドレス帳にはニックネーム情報が並ぶだけです。5W1Hを考えるとどうしても「建て役者」のようなサービスとの連携が必須になります。連携することで、より精緻なセグメンテーションの上で、より正しいタイミングを営業担当者に与えることもできるかもしれません。さらに営業担当者が一対一で送るだけでなく、一斉配信にも対応できるのではないかと思

います。もう一点、これらのデータを一元化できると、どの営業担当者がどのお客様にどのようなメッセージを送ったかといった行動データを収集できるようになります。「建て役者」上で色々な成果と因子の相関が取れるようになると、将来的には意味のある行動と意味のない行動が見えるようになり、LINEを使った営業活動のPDCAが

回しやすくなる、そんな世界観が模索できるのではないかと考えています。

## まずはチャレンジ

### 新たな時代に向けて変化を

中山 例えば、LINEやLINE WORKSでのコミュニケーションの履歴から、受注に至らなかった原因の分析ができるようになるわけですね。見込み客とのコミュニケーション履歴の見える化は、大きな財産となりそうです。

皆さんから色々とお話を伺いました。守りのDXと攻めのDXと

いった話を聞きますが、やはり現在、多くが守りのDXで止まっているのだと思います。貯めたデータを活用して収益力アップに繋げる、そこで初めて攻めのDXにつながるのだろうという印象を受けました。

そのあたりも踏まえ、皆さんに住宅業界の方々に対するメッセージをお願いします。

中澤氏 こうした取り組みは、実験が最初の入り口になると思っています。

百聞は一見に如かずで、例えば「LINE WORKS」を使った

営業ファネル構築などに少しでも興味をもった方がいましたら、実験自体は無料で提供していますので、気軽に問い合わせただければ、私たちからの支援とセットで提供いたしますので、どうぞよろしくお願いたします。

大坪氏 地域で成功されている工務店は元気があり、色々な意味でチャレンジ、トライをしていると強く感じます。

IT関係のシステムやアプリは使ってみなければ分からないというのが本音だと思います。だからこそ一緒にチャレンジしたい方がいれば、我々も色々なお手伝いができると思いますので、是非、よろしくお願いたします。

山口氏 私たちは一社で住宅事業者のDX化を推進できるとは思っていません。色々な方々と連携もしくは協業して、一緒に業界のDX化を押し上げていきたいと考えています。

DX化を盛り上げるメンバーの一員として参加していきたいと思っていますので、今後とも情報交換を含め、よろしくお願いたします。

浦山氏 世の中の動向や住まい手の価値観や習慣が大きく変わるな

りませんが、私たち自身も変わらなければなりません。そのための手段の一つがDXだと思っています。

エプロは仕組みの提供だけでなく、まもらず、運用面のサポートもしっかり行うことができますので、是非、一緒にチャレンジし、この業界全体を元気にしていきたいと思っていますので、よろしくお願いたします。

中山 本日は非常に貴重な話を聞かせただけだと思っております。ありがとうございます。

## Housing Tribune特別動画セミナー 収益アップにつながるツール活用術

### 申込受付期間

2021年11月19日(金)  
→2021年12月17日(金)

### 動画公開期間

2021年12月13日(月)  
→2021年12月17日(金)

動画視聴料:無料

