

新型コロナ状況下におけるビルダー動向のアンケート【集計結果】

● 3月・4月（回答時点まで）の集客・受注について、前年同月比でご回答ください。



【3月集客】前年比マイナスが64.5%、プラスが25.8%、平均は前年比▲11.0%

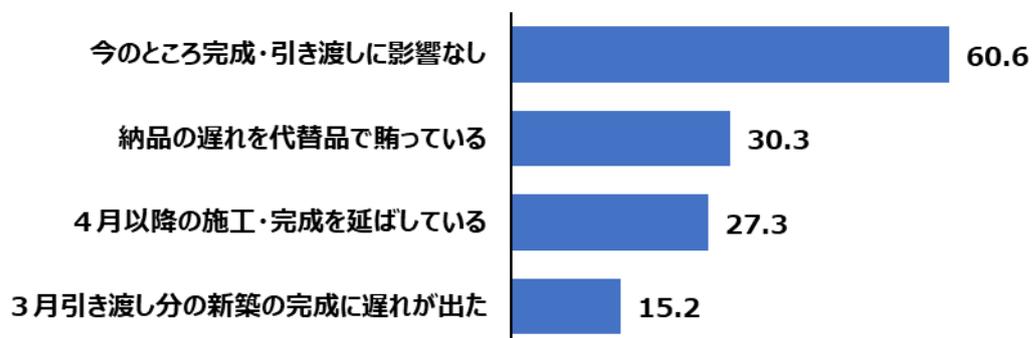
【3月受注】前年比マイナスが50.0%、プラスが37.5%、平均は前年比▲2.3%

【4月集客】前年比マイナスが80.0%、プラスが20.0%、平均は前年比▲38.9%

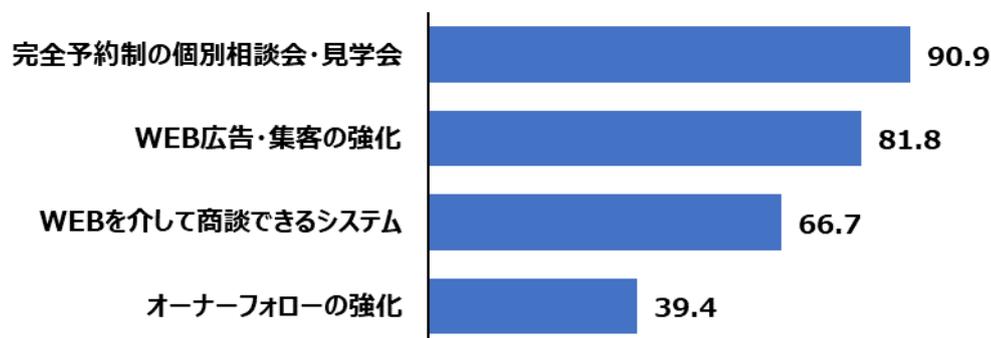
【4月受注】前年比マイナスが62.1%、プラスが31.0%、平均は前年比▲4.8%

- ・地域差はあり、コロナ感染者が少ない県や地方圏ほど集客のマイナスは少ない傾向
- ・受注に関しては、1～2月から進めていた商談のクロージングや、3月・4月に多棟契約があったなどのイレギュラーなケースもあり、前年比プラスとなったビルダーも少なくない

● サプライチェーンの遅れによる影響について、当てはまることに☑をつけてください



● コロナ影響による集客減への対策として実施していることに☑をつけてください

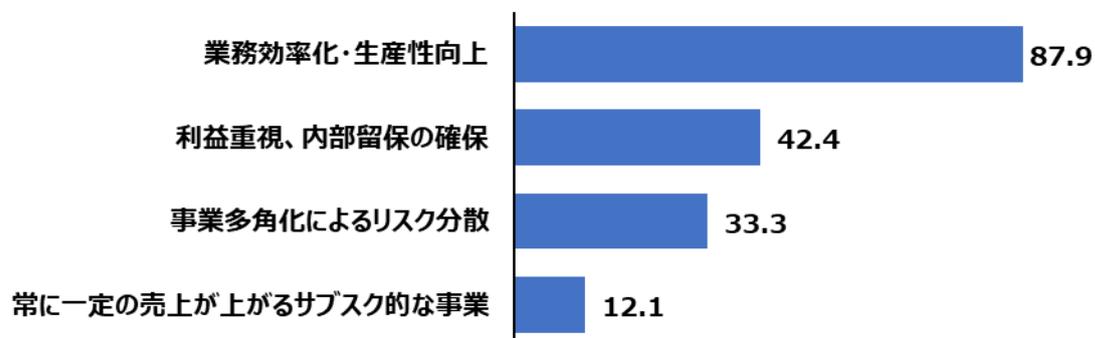


- ・ 9割のビルダーは相談会・見学会を完全予約制としている
- ・ すでにオンライン商談を導入しているのは全体の2/3

【自由記述回答】

- ・ 新型コロナウイルス感染症対策ポリシーを明確にし、WEB やプレス等で公開
- ・ 一定期間中、紹介料を通常の2倍にした『紹介キャンペーン』を実施
- ・ 期間内の契約者に50円分の住宅アイテムをプレゼントする『住まいづくり応援キャンペーン』を実施
- ・ 展示場・分譲モデルを完全予約制とし、1日3組で貸し切り状態でご案内
- ・ 無人オープンハウス、マスク・消毒・検温等の取組みの告知
- ・ 社員、協力業者さんの人脈へのアクション(紹介強化)
- ・ ベルフェイスによるオンライン商談、契約後設計打合せはズームで対応
- ・ インターネット見学会を企画中
- ・ OB 客への紹介キャンペーンを実施
- ・ 営業マンが密接して接客しない住宅見学会
- ・ LINE を使用するオンライン展示場接客を準備中
- ・ 何をしてもこれでいいと思えない。足りている気がしない

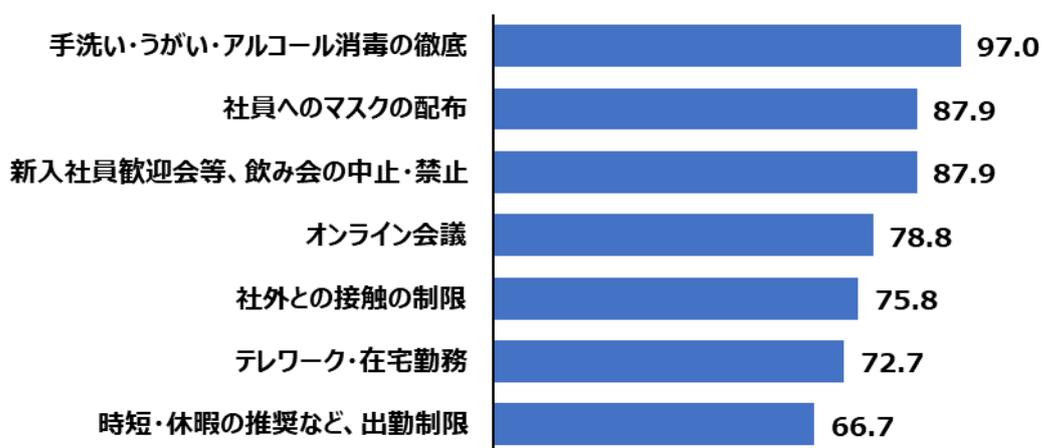
- (今回のような) 不測の事態による新築需要の急減に対し、経営戦略として備えていたことにをつけてください



【自由記述回答】

- ・業者会との強固な協力体制づくり
- ・ウェブ販売商品による、集客・販売の強化を準備していた
- ・顧客ターゲットの変更・修正
- ・エリア展開によるリスク分散
- ・業務の効率化と住宅購買意欲の促進
- ・注文住宅以外の賃貸、非住宅、木造ビルへの多角的戦略へシフト
- ・事業多角化によるリスク分散
- ・公共工事・一般建築物・不動産 売買・賃貸管理などを展開していたが、すべてが落ち込めばどうにもならない
- ・売上ではなく利益への社員への意識付け、経費の見直し
- ・現場利益（協力業者への協力）
- ・販売代理店制度による売上の拡大
- ・世界中が想定外だっただろうが、ここまでのことは経験したことがないので焦っている

●現在の社員の働き方として実践していることはありますか？



【自由記述回答】

- ・朝礼の中止、支店間及び本社の往来の禁止等、社内間での接触も極力制限している
- ・テーブルを挟んでの会議や接客は透明フィルムで飛沫感染予防をしている
- ・お客様への対応はすべて予約制にし、密集密接をしないよう予防
- ・社員の不安をと不測の事態が発生した場合の連絡網の徹底
- ・施主とのオンラインヒアリング、プラン提案
- ・顧客との接触時には双方マスクと手袋着用指示・徹底
- ・万が一感染者が出た際、全社員が濃厚接触者扱いにならないように、出勤2部制を実施
- ・検温アプリの導入
- ・サテライトワーク（出勤場所の分散）の導入
- ・公共交通機関利用制限
- ・対策マニュアルを作成して実施
- ・2チームに分けての隔日交代勤務制

●その他、今期の施策として取り組もうと思っていることはありますか？

【自由記述回答】

- ・社内間の移動さえも制限されている今、それぞれのエリアで自立し、働き方改革も継続していく
- ・社員一人ひとりが危機感や課題解決意識を持てるように、意識改革を促す。
- ・ウェブ商談の浸透、ウェブでの集客や広告等を徹底、強化する。
- ・事業多角化による販路拡大並びに建売事業の強化
- ・社内、社外の情報共有をクラウド化し、収束後もテレワークを継続
- ・県外の設計事務所と web 会議形式でお客様と直接設計商談
- ・購買意欲を高めるための新商品開発と、住みたい分譲地の開拓
- ・働き方改革の推進・DX の推進
- ・在庫販売強化（在庫期間設定）、土地分譲、回転率向上、仕入厳格化、着工調整
- ・採用計画の見直し、固定費削減、社員の配置変更
- ・面談回数を少なくお客様と商談及び打合せを行えるように、またそのことにより顧客の満足度を下げずに逆に上げるぐらいの打合せメールの工夫を行う
- ・インサイドセールスの強化
- ・注文住宅およびリノベーションにおける新商品の導入
- ・セカンドハンドショップのオープン
- ・住宅展示場の新設および建て替え
- ・You Tube 広告、WEB マーケティング
- ・在宅勤務の整備です。
- ・展示場、分譲住宅の件数を増やし、お客様に体感していただく機会を広げる
- ・不動産屋さんとの連携強化により、紹介受注を狙う
- ・組織、人員の見直し（生産性向上）
- ・在宅率が上がってることに対して、ネット環境で出来そうなことは全部