

# 住宅業界の CS・アフターサービス 最前線 2022

非接触時代におけるストックビジネス強化策



**A4タテ判**  
**フルカラー155ページ**  
**頒価 99,000円(税込)**

## 今後の住宅業界は、アフターサービスを制する企業が生き残る！

今の生活者は「モノ」よりも「サービス(コト)」を買うようになったと言われ、見栄を張るためにブランドを購入するのではなく、通信サービスやレジャー・イベントを優先するなど、お金の使い方が変わってきているようです。これまでハウスメーカーは「安心、安全、長期的な保証＝ブランド価値」といった訴求で市場シェアを獲得してきましたが、それだけでは高額な家は売れなくなっていくかもしれません。今日の生活者の消費行動は、「所有」から「利用」へと移行していると言われますが、今後は住宅を購入した後も、**様々な価値を提供し続けることができるか**といったことが判断材料にされる時代になります。

また、コロナ禍によって整備が進んだITやWEBといった技術を活用し、**次なるビジネスへと“つなぐ”**ことが大きな価値を持つ時代になっていきます。

**💡 本資料を読んでいただきたい方！**

**メーカー・ビルダー  
の経営者さま**

新築市場縮小が見えている今、ストックビジネスに注力する企業が増加していますが、その最大のカギを握っているのが「CS/アフターサービス戦略」です。ウチはアフターサービスなんて関係ないと思っているビルダーさんにこそ読んでほしい、これからのストック戦略の資料です。

**住宅会社の  
CS / アフター担当者さま**

業界のトップランナーであるハウスメーカー各社がどのようにアフターサービスを行い、顧客満足度を高めているのか。大手ハウスメーカー9社へ徹底取材を行い、分析を試みました。住宅会社が今やるべきアフターサービス戦略を炙り出します。

**住宅会社の  
商品開発/WEB担当者さま**

ESGやSDGsが重要とされる今、ストックビジネスを見据えた商品開発・保証制度策定などが必要になっていきます。取り組みは“アフター”ではなく“新築時”から訴求していくことが肝心です。これからの住宅業界の商品、WEB戦略について考えるヒントになります。



※資料のイメージ

**★本資料のポイント！**  
**ハウスメーカー9社および業界関係者へ  
徹底取材を敢行！！**

ヒアリングおよび弊社データに基づいて、CS・アフターサービスに関する分析を行いました。ストックの価値を最大化させるため、これからの住宅ビジネスを考えるために有効な一冊となっております。

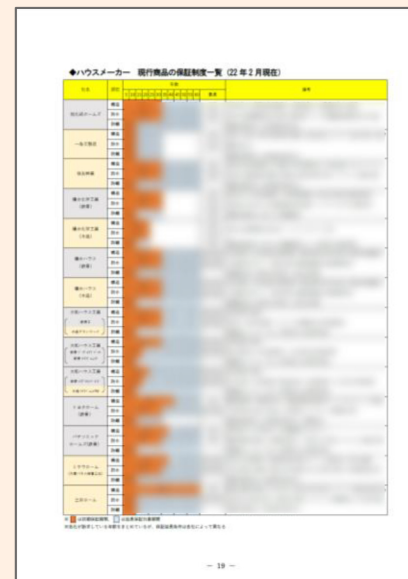
**JSK株式会社 住宅産業研究所**

本資料でしか把握できないデータを豊富に掲載しています！

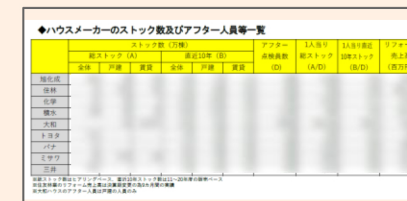
## 第8章 ハウスメーカー販売棟数データ(戸建編・アパート偏) 過去25年間分の地域別販売棟数を完全収録！！

※その他のデータイメージ

●ハウスメーカーの  
保証制度比較



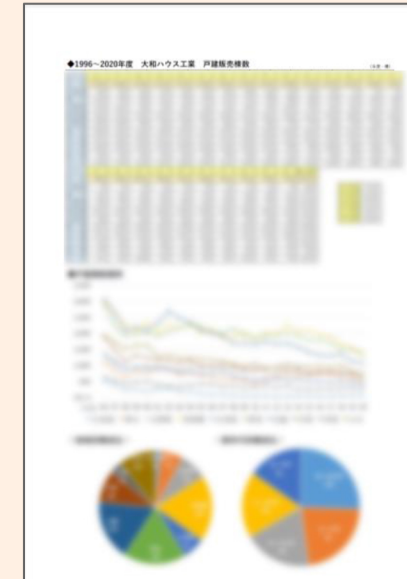
●ストック/人員数  
一人当たり効率



●コールセンター人員  
受電数比較



●ハウスメーカーの  
エリア別ストック数



お申し込みは下記ご記入後FAXまたはメールにてお送りください。

**FAX : 03-3358-1429 Mail : jsk-mrk@tact-jsk.co.jp**

※HPからもお申込できます <https://www.tact-jsk.co.jp/>

住宅業界のCS・アフターサービス最前線2022 頒価 99,000円(税込) 冊  
会員価格 10%OFF

会員種別	TACT・エクスプレス・ハウスメーカーレポート・TACTテレビ・eカウンセリング / 非会員		
御社名			
部署名		お役職	
お名前		E-mail	
〒			
ご住所			
TEL		FAX	

発刊後、資料と請求書を郵送させていただきます(発刊は3月1日予定)。※弊社とのお取引が初めての場合、事前振込みが必要となります。

お問合せ先 関西支社：関 和則 (TEL: 06-6365-5831) 本社：高津 (03-3358-1407)  
株式会社住宅産業研究所 〒160-0022 東京都新宿区新宿2-3-11VORT新宿御苑6F  
TEL: 03-3358-1407  
Mail: jsk-mrk@tact-jsk.co.jp  
営業時間：平日10:00~18:00

HP

**JSK株式会社 住宅産業研究所**

### 第1章 非接触時代の住宅業界とアフターサービス

1. 新型コロナウイルスと社会の変化
2. ストック市場の活性化とアフターサービスの重要性
3. コロナ禍による生活者の変化を捉える
4. 住宅購入者の行動および、住宅販売の現場にも変化が起きている
5. EC（電子商取引）市場の拡大
6. SNSの活用とチャットボット対応
7. 「家は資産」という考え方を広める



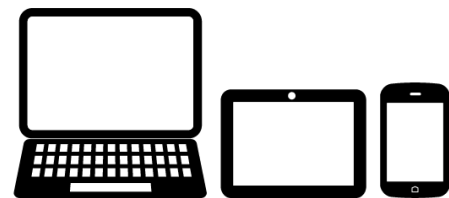
### 第2章 ハウスメーカーの保証制度・アフター体制

1. ハウスメーカー長期保証の歴史
2. 新・長期保証制度の投入
3. 60年以降も保証延長可能をアピール
4. ハウスメーカーの戸建ストック数
5. ハウスメーカーのアパートストック数
6. アフターサービス組織の変化
7. 長期対応化が進む定期点検制度
8. アフターサービスの人員
9. 24時間・365日対応可能なコールセンターを組織
10. 「ヘーベリアンセンター」を核とした旭化成ホームズのCS取り組み

新型コロナウイルスの感染拡大から2年。世の中は大きな変革の時代に差し掛かっています。対人での打ち合わせが基本だった住宅業界も例外ではなく、「非接触」での対応を余儀なくされました。また、物理的な接触が基本とされるアフターサービスの現場においても、できる限り接触を避けながら、一方で顧客満足度を高めていく、という難しい舵取りを迫られています。企業と顧客とのコミュニケーションの仕方に大きな変化が出てきており、その対応は急務です。

### 第3章 オーナーサイトの充実でLTV (Life Time Value) の最大化を図れ

1. 住宅業界でもLTVを考えるべき
2. オーナーサイトの刷新と役割の変化
3. オーナーサイト活用状況
4. 非接触時代のオーナーサイトの役割
5. IoT住宅でLTVを最大化する
6. IoTサブスク事例① ミサワ「リンクゲイツ」
7. IoTサブスク事例② 積水「プラットフォームハウスタッチ」
8. IoTサブスク事例③ 旭化成「スマートクロック・ゲートウェイ」
9. 充実した特典で有料会員組織化～パナソニックホームズ
10. メンテナンスサービスクーポンを発行する定額サービス～積水
11. ポイント発行でリフォーム再受注～三井ホーム



今後、CS向上のカギを握っているのはオーナーサイトと言っても過言ではありません。LTVとは特定の顧客との最初の接触から関係性が継続している間に、企業がどれだけ利益を得ることができるかという指標のことですが、これの最大化に向けてオーナー向け有料会員制度、ポイント制度、IoTサブスクサービスなどが続々登場しています。



ハウスメーカー各社の新築紹介比率、紹介キャンペーンなどの取組みを掲載。実践編としてロイヤルカスタマー化によって優良オーナーを囲い込みする方法、アフター対応のトレンドなどを収録。LINEを活用し、オーナーにSNS発信を促そう。

### 第4章 CS向上で新築紹介受注を狙おう【実践編】

1. ハウスメーカー各社の紹介比率
2. 有効なオーナー紹介促進策は？
3. オーナー対応が顧客満足度に直結管理できているか
4. アフター担当の質の向上に向け
5. 紹介獲得に有効な手立てはなにか
6. オーナー自信によるSNS発信を利用する

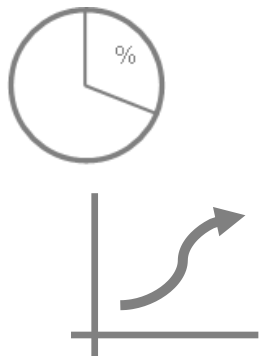
### 第5章 ハウスメーカーのリフォーム受注戦略

1. リフォーム・ストック戦略の重要性提案型リフォームに注力
2. オーナー捕捉率は業界No.1ストック活用も推進～旭化成ホームズ
3. オーナータッチ数を増やしリフォーム、ストック推進～住友林業
4. ショールーム拡充、モデル出店でリフォーム事業拡大狙い～積水化学工業
5. 提案型リフォームにより単価上昇傾向～積水ハウス
6. グループで取り組むリブネス事業～大和ハウス工業
7. グループで連携強化そなえるリフォームで需要促進～PHS
8. クイックメンテ、定額リフォームなどで規模別提案～ミサワホーム
9. 新築、メンテナンス、リフォームまで一貫して管轄する体制に～三井ホーム
10. インセンティブ、人員配置によるグループ連携でストック活用強化

### 第7章 企業調査個表 ～ 大手ハウスメーカー9社の取組みを徹底取材！ 今後、住宅会社が取り組むべきCS・アフターサービス戦略が解ります！

1. 旭化成ホームズ(株) : LONGLIFEブランドの基盤となるCS戦略
2. 住友林業(株) : 大幅なオーナーサイトリニューアルを計画
3. 積水化学工業(株) : リフォーム事業に直結するアフターサービスを展開
4. 積水ハウス(株) : 充実したアフターサービスとさらなる進化
5. 大和ハウス工業(株) : 事業本部制導入でグループの連携強化を図る
6. トヨタホーム(株) : 今後増加していく自社ストック活用に向けた取り組み
7. パナソニックホームズ(株) : ストック事業拡大を目指し、顧客リレーション強化へ
8. ミサワホーム(株) : オーナーサイト、Q&Aの充実でアフター効率上昇
9. 三井ホーム(株) : オーナーサービスを充実させ、リレーション強化

グラフやデータ満載



### < 企業個表のイメージ >

社名		積水ハウス株	
代表者	仲井 高浩	資本金	202,591百万円
設立	昭和35年8月	従業員	単体14,731人
所在地	大阪市北区大淀中1-1-88 梅田スカイビルタワーイースト	TEL	06(6440)311
新築拠点数	12営業本部、5建築事業本部、101支店、11営業所、4事業部、320展示場	FAX	-
アフター拠点数	カスタマーズセンター95拠点	HP URL	https://www.sekishuhouse.co.jp/
リフォーム拠点数	積水ハウスのリフォーム営業所40、積和建設15社、積水ハウス不動産	HP URL	https://www.sekishuhouse.co.jp/
決算期	前年比	経常利益	総リフォーム売上高
15 (16/1)	▲1.0%	▲1.0%	▲1.0%
16 (17/1)	▲0.8%	▲0.8%	▲0.8%
17 (18/1)	▲0.5%	▲0.5%	▲0.5%
18 (19/1)	▲0.0%	▲0.0%	▲0.0%
19 (20/1)	▲1.1%	▲1.1%	▲1.1%
20 (21/1)	▲1.3%	▲1.3%	▲1.3%
21 (22/1)	▲1.3%	▲1.3%	▲1.3%
21 (22/1)	▲1.3%	▲1.3%	▲1.3%

社名		積水ハウス株	
CS向上	CS向上～長寿な家をお客様に提供、「いつもいまが快適」と言ってもらえることを目指す	CS組織	CS組織 会報誌
ストック数	1,000戸以上	CS組織	会報誌「メルマガ」
点検数	1,000件以上	CS組織	会報誌「メルマガ」
点検実施率	100%	CS組織	会報誌「メルマガ」
リフォーム連携	1,000件以上	CS組織	会報誌「メルマガ」
少額工事体制	1,000件以上	CS組織	会報誌「メルマガ」
組織体制	CS推進部、各営業本部、CS推進室、品質保証室	CS組織	会報誌「メルマガ」
アフター・リフォーム・コールセンター	1,000人以上	CS組織	会報誌「メルマガ」
建物保証制度	初期保証・延長保証	CS組織	会報誌「メルマガ」
メンテナンスプログラム	無償・有償	CS組織	会報誌「メルマガ」