

工務店経営者向けレポート

来店前の「静かな失注」を防ぎ、成約率を高める方法

1. 工務店を悩ませる現実

- SNS で発信しても、見込客が集まらない
- 問い合わせを促しても、反応がない
- ホームページにアクセスはあるが、申込に結びつかない

この背景にあるのが、**施主が「新築を決断できず」「建築業者を選べない」**まま、他社へ流れる現象です。私たちはこれを **「来店前の静かな失注」** と定義しています。

2. なぜ「静かな失注」が起こるのか

一般的に言われる「注文住宅」減少の要因は以下の通りです。

- 住宅価格の高騰
- 若年層の減少
- 単身世帯の増加
- 建売・中古住宅・リフォームの台頭
- **来店前情報の充実で他社に見込客が流出**

しかし、本質的な原因は **「施主が**新築の決断**と**業者選び**に踏み切れていない」** ことにあります。

3. 解決の方向性

施主が迷いから抜け出すためには、**賃貸の代償**と**新築のリスク**を整理して伝えることが重要です。

- **賃貸の代償**
 - 家賃負担が資産にならない
 - 高齢期に賃貸が借りづらくなるリスク
- **新築のリスク**
 - 無理のない資金計画
 - 優先順位の整理と正しい選択の仕方を金額ベースで助言

→ **「賃貸の代償 > 新築のリスク」**の状態に導くことで、施主は**“相談したい思い”**に変化します。

4. 来店を促す「4つの情報」

施主が安心して来店できるよう、以下の情報を伝えることが効果的です。

1. 経営者自身の家づくりへの思いと経緯
2. **既契約者の悩みの解決事例 + α**
3. 施主が気付いていないプロならではの提案事例
4. 他社にはない自社の強み・特徴

5. 『集客ゲート』の仕組み

『集客ゲート』は、来店前の失注を防ぎ、**成約率を高める仕組み**です。

- LINE 広告で「エリア内、かつ建てたい人」を集める
- 動画講座（資金編 全 15 話）を LINE 自動配信し「相談したい思い」に導く
- 4 つの情報を LINE 配信し「訪店したい思い」に変える
-

6. 実績

- 広告費 1.5 万円で 50 名以上の友だち追加を獲得
- 最大で 89 名の見込客を集めた工務店も存在
- その後の動画配信で「来店予約」へ直結

小さな投資で大きな成果が期待できる、実績に裏付けられた仕組みです。

7. 導入の流れ

1. 工務店経営者向け Zoom セミナー・個別説明会に参加
2. Zoom 研修を受講し、自社に仕組みを導入
3. 導入後は、来店に至るまでの**「配信原稿」の作成・運用をサポート**

※『集客ゲート』は **全国エリア制** で提供しています。

まとめ

「静かな失注」を防ぐことができれば、来店前に競合へ流れていた見込客を自社へ導くことが可能です。
『集客ゲート』はそのための実証済みの仕組みです。

今こそ「建てたい施主」を確実に来店へ導く仕組みを手に入れてください。

株式会社 C S I 総合研究所
代表取締役 大高英則



[Zoom 説明会のご案内](#)

