

不動産知識を武器にして「土地なし顧客」を攻略！

工務店・建築会社が 意識すべきポイント

*Landless
Customer*

突然ですが、
工務店や建築会社の経営者の皆さま、

売上をもっと伸ばしたい

自社新築が受注できない

今後どのように集客を伸ばしていこう..

このようなお悩みはございませんか？

そのお悩みを解決する方法として
今回提案するのが
「土地なし顧客の攻略」です。

本資料では、土地なし顧客を攻略し、
自社受注を増やすノウハウをお伝えします！

Contents

- 01. 土地なし顧客は工務店や建築会社が苦手としやすい
- 02. 「土地からのアプローチ」が土地なし顧客獲得につながる理由
 - 02-1. 土地を「探す」から「選ぶ」へマインドを変革できるため
 - 02-2. 不動産業界の仕組みを伝えることでグリップ力が増すため
 - 02-3. 土地なし顧客＝一次取得層だからフレーミングがかけやすい
- 03. 建築業界が不動産に参入する方法

01

土地なし顧客は工務店や
建築会社が苦手としやすい

*Landless
Customer*

01 土地なし顧客は工務店や建築会社が苦手としやすい

土地なし顧客は「土地探し」から行う必要があるため、
工務店側にも手間と労力がかかります。

土地が決まっていないから建築の提案がしづらい

土地探しのサポートは大変（ノルマ達成の遠回りになる）

できるだけ土地ありのお客様とだけ付き合っていきたい・・・

01 土地なし顧客は工務店や建築会社が苦手としやすい

工務店など家を作る側の目線で考えれば、

手間の少ない「**土地あり顧客**」を

ターゲットとするのが普通です。

実際、多くの工務店・建築営業はそうしています。

ただし、土地あり顧客だけに絞っても、なかなか売上は伸びません。

01 土地なし顧客は工務店や建築会社が苦手としやすい

そこで、あえて逆転の発想で、
「いかに土地なし客を攻略するか？」
を考えてみてください。

では、どのように土地なし客を攻略していくのか・・・
その方法を公開します！



02

「土地からのアプローチ」が 土地なし顧客獲得につながる理由

*Landless
Customer*

02 「土地からのアプローチ」が土地なし顧客獲得につながる理由

理由

1

土地を「探す」から「選ぶ」にマインドを変革できるため

理由

2

不動産業界の仕組みを伝えることでグリップ力が増すため

理由

3

土地なし顧客＝一次取得層だからフレーミングがかけやすい

理由

1

土地を「探す」から「選ぶ」にマインドを変革できるため

お客様は「お宝さがし」のように、理想を100%叶えてくれる土地を探しますが・・

「気に入った土地がないから契約できない」というパターンが多いです。

しかしながら、理想通りの土地はそうそう見つからないのが現実です。

→探し続けても見つかるとは限らないので、
「今あるものから選ぶ」にマインドチェンジしていただく必要があります。

理由

1

土地を「探す」から「選ぶ」にマインドを変革できるため

今あるものから選んでもらうためには、お客様に「**今買うべき理由**」を明確に伝えることが重要です。

では、今買うべき理由をどう伝えるか？ →「**時期の前倒し**ができているか？」を聞きましょう。

たとえば...

今買うことで、老後期の
リスクヘッジになりますよ
(ローンを早く返済できる)

今買うことで、情勢が不安定
になった場合に備えましょう
(今後建築費用が上がるかも)

今、ご自身が健康な
うちに買っておいた方が
お得ですよ
(健康状態が悪いと団信に入れ
ない)

今買っても3年待後に買って
も相場は変わりません
(待っても相場は変わらないから今
買うべき)

商談では

理想の土地は待っても手に入るとは限りません。
お客様の経済面や健康面、世の中の情勢、そもそも土地の相場が
変わらないことを考慮すると、「待つことのメリット」はほとんどありません。

つまり
今買うべきです！

といったニュアンスで、時期の前倒しができるかを聞きましょう。

理由

1

土地を「探す」から「選ぶ」にマインドを変革できるため

そこで、もし自社に不動産仲介の窓口があって、
土地や物件情報を豊富に取り扱っていれば、
お客様に「今ある情報」から最適なものを選んでいただけます。

→不動産仲介として最適な土地を提案することは、
顧客満足度アップにもつながります。

理由
2

不動産業界の仕組みを伝えることでグリップ力が増すため

成約獲得のためには、顧客からのグリップ(信頼)を掴むことが大切です。

しかし、土地なし顧客は不動産に関する知識がない場合がほとんど。

そこで「**不動産業界の仕組み**」を伝え、顧客からの信頼獲得につなげるのです。

たとえば...

両手取引や
片手取引について

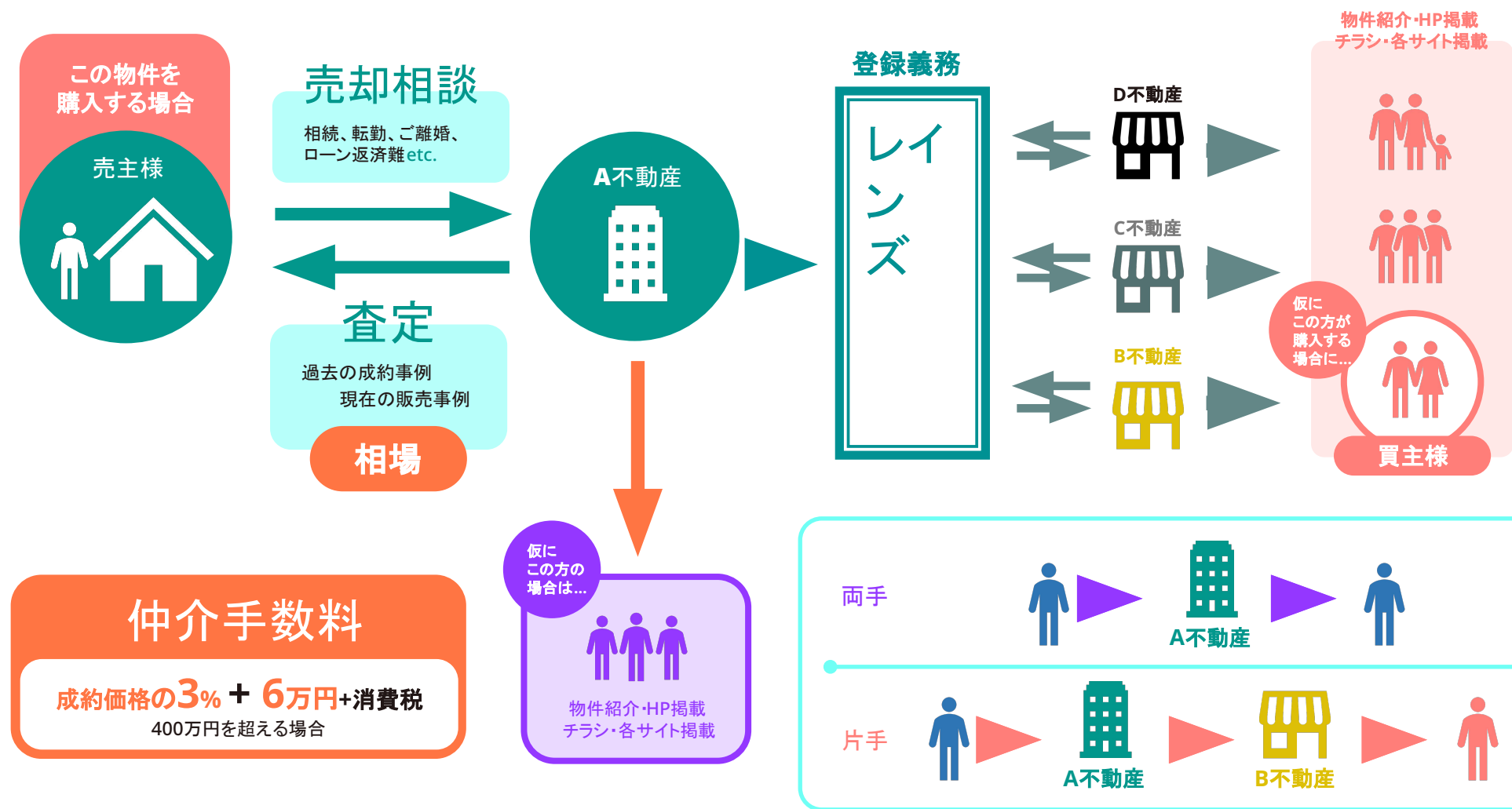
レインズを介した
取引の仕組み

仲介手数料は
どのくらいなのか

などの不動産の知識を伝えます。

※不動産のしくみ(図)は**次ページ**で紹介します

不動産の仕組み → 顧客にわかりやすく伝えることが大切！



不動産業界の仕組みを伝えることでグリップ力が増すため

土地なし顧客は不動産に関する知識が少ない場合がほとんどです。

不動産の仕組みを顧客目線に落とし込んで
わかりやすく伝えることでグリップ力が増し、
その結果、成約確率アップにつながります。

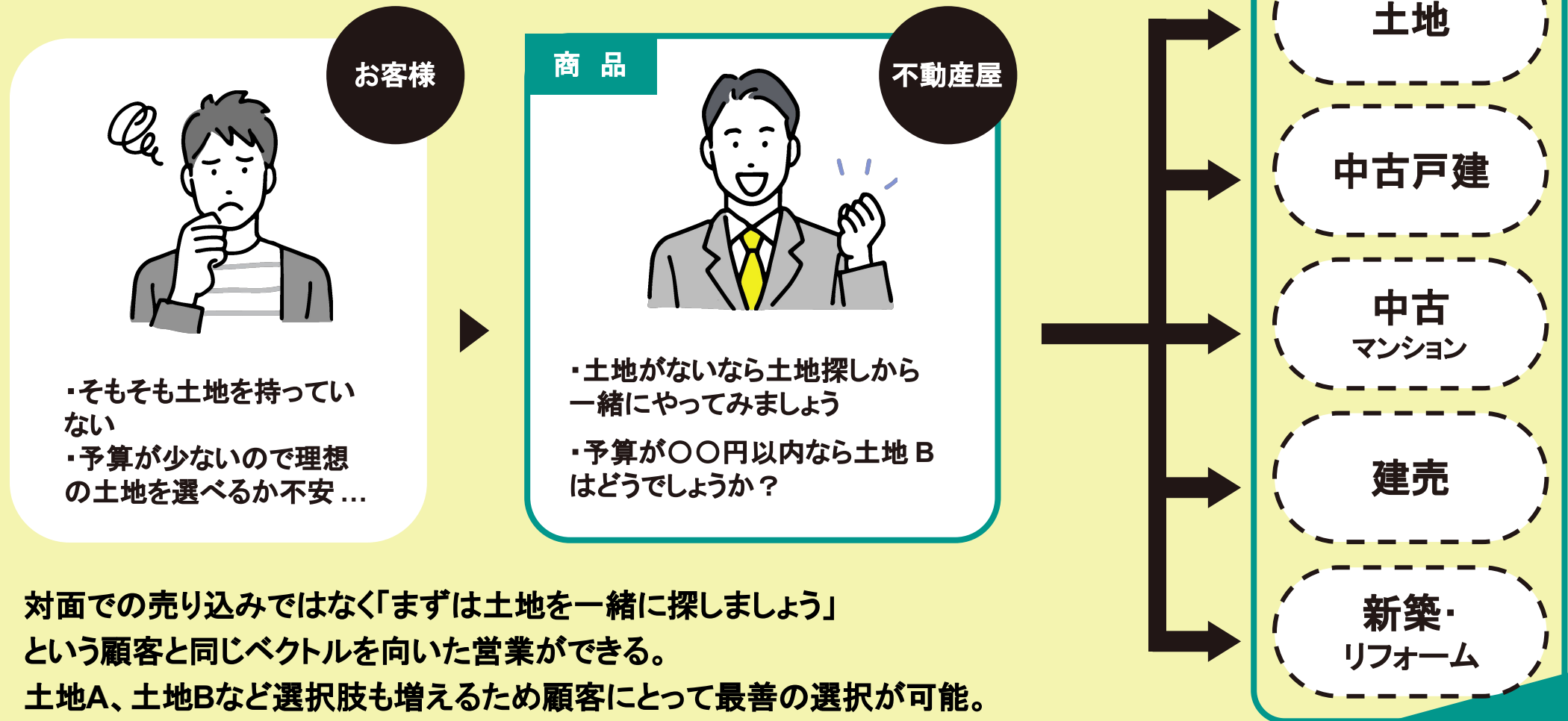
そのためにも、まずは「**とにかく顧客と接点をもつ**」ことが大切です。

工務店みずからが「不動産仲介」の窓口となることで、
顧客の選択肢の間口が広がり、接点が生まれやすくなります。

理由
2

不動産業界の仕組みを伝えることでグリップ力が増すため

【図】不動産仲介の窓口となり、顧客の選択肢を増やす



対面での売り込みではなく「まずは土地を一緒に探しましょう」という顧客と同じベクトルを向いた営業ができる。

土地A、土地Bなど選択肢も増えるため顧客にとって最善の選択が可能。

理由
3

土地なし顧客＝一次取得層だからフレーミングがかけやすい

土地なし顧客は「一次取得層」が多く、家を買う際の阻害要因が少ないともいわれています。

阻害要因の例

両親と同居するため夫婦だけで
意思決定ができない

両親の資金援助があるため
資金計画が立てにくい

土地なし顧客は阻害要因がない場合が多い。

→夫婦だけで暮らすため、すぐに意思決定ができる

→資金援助がないため自分たちで自由に資金計画を立てられる

土地なし顧客は阻害要因が少ない＝フレーミングをかけやすいということ。

→成約までのリードタイム短縮につながる！

03

工務店や建築会社が 不動産業に参入する方法

*Landless
Customer*

03 工務店や建築会社が不動産業に参入する方法

土地なし顧客獲得のために、工務店や建築会社が
不動産仲介に参入するメリットをお伝えしましたが、

?

どうやって
不動産業(仲介)に
参入すれば良い

?

物件・土地情報を
載せるとして、
どう情報量を担保する

?

そもそも、
どのように集客に
つなげれば良い...

当然ながら、上記のような疑問が出てくるかと思います。

03 工務店や建築会社が不動産業に参入する方法

**建築業界から不動産への
参入ハードルは、
実は低い**

土地なし顧客＝一次取得層だからフレーミングがかけやすい

業界の特徴として、
建築業は「技術」、不動産業は「情報」
といわれています。

建築業(工務店や建設会社)は、専門的な技術が求められ、5年以上の経営経験が必要です。
一方の不動産業は、顧客のニーズに合わせた情報を与えることが求められます。
情報はインターネットでカバーでき、宅建士がいればすぐにでも免許取得が可能です。

→不動産業から建築業への参入ハードルは高いが、その逆は低い！



**建築業からの不動産事業参入を
一括でサポートいたします!!**

実務支援

- ・開業サポート
- ・スタッフ研修、教育
- ・不動産仲介ツール提供

集客支援

- ・集客HP作成
- ・PPC広告管理
- ・アクセス解析

管理システム

- ・物件管理
- ・顧客管理
- ・営業管理
- ・経営分析

私たち物件王は

建築会社・工務店からの
不動産仲介業参入を専門に支援する

VC ボランタリー
チェーンです

サービス
資料請求は
こちら



説明会の
開催情報は
こちら

