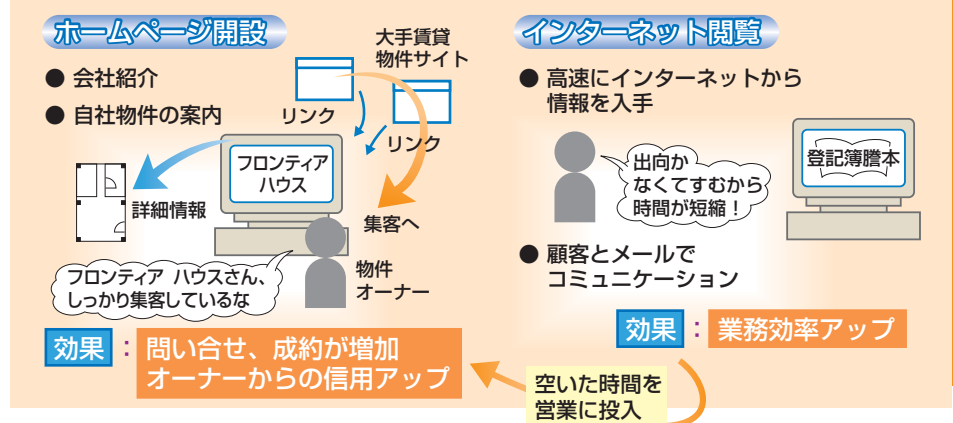


ブロードバンド・インターネットで実現したこと



フロントティア ハウス
佐藤勝彦代表取締役

大手不動産勤務の後、創業。不動産に関する豊富な知識と五感に訴えるコミュニケーションで顧客の信頼を得ている。ホームページの開設を模索していたころ、顧問税理士から横浜市伊勢佐木町でネット販売に成功した時計店の話を聞き、ITコーディネータに関心を持った。



4回にわたりブロードバンドの実際を解説してきた。今回は、ブロードバンドの整備で顧客との新しい接点を作りだした企業の事例を、具体的に紹介していく。

一般消費者向けのビジネスをしている企業にとって、顧客の変化は決して見逃してはいけない要素だ。「インターネットを活用すること

事例編

ブロードバンドにチャレンジ

第5回 顧客特性に合わせホームページ開設
インターネット常時接続で事務時間も短縮

神奈川県横浜市の不動産業
フロントティア ハウスの場合

を探求しなければ——不動産業を営む神奈川県横浜市フロントティアハウスの佐藤勝彦社長がこう考えたのも、顧客の動きが変わってきたからだ。

インターネット対応は
顧客の要請

賃貸物件を探す顧客といえば、住みたい町の駅に行き、駅前の不動産

を訪ねるのが一般的。しかし、最近特に若年層は「インターネットで条件を入れて検索し、物件を絞ってから不動産店舗を訪れる」（佐藤社長）ようになってきた。首都圏の賃貸物件は7割が単身者向けワンルーム、そして毎年何十万人という若者が引越してくる事情を踏まえれば、こうした「ネット族」への対応は不可欠なのである。大手の不動産情報サイトに登録はしているものの、もっと戦略的にインターネットを活用するべきではないか？と考えた。

解決を求めて経済産業省が推進するITSSP事業に参加した佐藤社長は、ITコーディネータの助言を受け、経営の方向を見据えたうえで、段階的なIT化を行うことにした。

担当ITコーディネータの小杉史郎氏は、定期的なITの勉強会を実施し、IT活用スキルをアップしていく一方で、ホームページの立ち上げ、その段階としてインターネット環境の整備を提案する。

同社はすでにインターネット接続は行っていたものの、特定のパソコンをISDN回線につないでいたため、速度が遅くトラブルも多かった。

コミュニケーションを取ることでも増え、佐藤社長は「ネット環境を整えたことによる業務効率の改善は大きい」とその効果を実感している。

ホームページの先で
顧客に踏みこむ

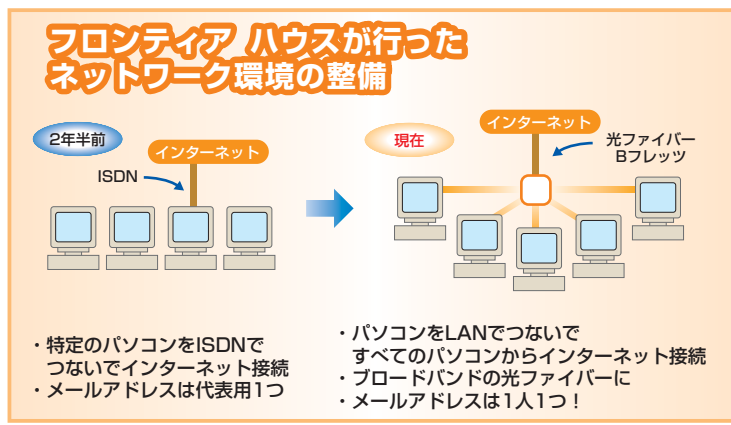
ホームページに関しては、まず三つの用途からスタートした。

一つ目は会社紹介。二つ目は物件オーナーへの実績紹介。三つ目は自社物件賃貸の詳細情報である。

一般賃貸物件の情報が優先されていないのは不思議な気がするが、これは、不動産業の場合、利用者はまず大手の不動産ポータルサイトに行くき、そこから各会社の紹介にやってくるケースが多いことによる。細かい物件を一つずつアップする手間を考えると、目的を絞った方が効率的だからだ。

ホームページ開設後は検索エンジンから訪問する顧客も増えており、成約数も増加傾向にある。佐藤社長によると、「必

会社紹介
株式会社フロントティア ハウス
神奈川県横浜市神奈川区
ニツ谷町10-8イースト・ガーデン1F
設立：平成11年
従業員：5名
JR線東神奈川駅近くに店舗を構える。横浜地区を中心に、関東地方の不動産の売買・賃貸仲介、管理を行う。また、資産運用の企画や土地有効活用コンサルティング分野に力を発揮。今後は物件の管理業務にも力を入れていく予定。
<http://www.frontier-house.co.jp>



明るく見やすいページ構成
中央にあるのが自社物件の賃貸情報
<http://www.frontier-house.co.jp>

ずしもネットで成約しなくとも、これをきっかけに人間関係を構築できれば、次の物件をご紹介できる可能性も広がる」と、ホームページは顧客との新しい出会いの場と位置付けている。

顧客の特性を鑑みたネット活用は順調な動きを見せているが、ネット社会への危惧もある。佐藤社長は「対面や電話のように五感を駆使できないのはさびしい。メールのドライブさもありです」という。

ネットの気軽さを人と人とのホットなつながりにどう結びつけるか。これはフロントティアハウス一社の課題ではなく、多くの企業が抱える共通の課題でもある。