

住宅産業新聞

発行所 住宅産業新聞社

30年に1千店舗網へ

コングロ・ヤマダ不動産FC事業 ブランド・研修体制を武器に

ヤマダホームズの子会社「ヤマダ不動産」の展開を期す。地盤調査や外構施工を手掛けるコングロの「ヤマダ」を冠した店舗名やヤマダポイント(東京都新宿区、原田正秀社長)は、新規事業とト付与、実店舗と連携して総合不動産FC「ヤマダ」を集客体制、DX技術・



青を基調とした開放的な店舗デザイン



原田正秀社長

の付与④ヤマダポイント還元①など。加盟金は250万円(別途初期システム導入費100

AR技術の導入、充実した講師陣による研修制度などを強みに、加盟社を伸ばす考えだ。まずは北関東、首都圏、中部エリアで店舗網を拡大。23年末までに150店舗、30年には1千店舗の展開を目指すとした。民間調査機関の調べによると、注文住宅建築者のうち「土地無し客」の割合は7割超という(SUMORIサーチセンター・2021年 注文住宅動向・トレンド調査)。土地情報の充実がヤマダホームズ

の注文住宅受注力向上にもつながりそうだ。

最新AR技術も展開

ヤマダ不動産は、これまでヤマダホームズが全国のヤマダデンキ店舗内を中心として約60店舗を展開していた。今回、スピーディな全国展開を図るため、ヤマダ不動産ブランドをコングロが引き継ぎ、FCとして拡大させる。今後は路面店による出店を想定している。

万円)、ロイヤリティは月額25万円。1店舗あたりの手数料収入は年間5千万円〜1億円を想定しているという。

事業領域は、土地の売買から賃貸、中古住宅の買い取り、リースバック、リフォーム、リノベーションなどとした。大手競合・先行企業がシェア争いをする不動産FC市場で後発組の同社は、「大手住宅会社・ヤマダホームズとの強固な連携を生かした新築住宅や中古住宅、リフォーム・リノベーション対応、ヤマダデンキの金融サービス(ヤマダフラット35)利用など、グループによる充実したバックアップと、これが伴う手数料収入の拡大(原田社長)をアピールする。さらに、集客力、顧客満足度向上に寄与する施策として、仲介手数料の最大10%をヤマダポイントとして顧客に還元するとした。

このほか、インテリアデザイナーの近藤康夫氏が設計した店舗デザインを展開。「ヤマダ不動産」の看板に誰でも気軽に利用できるギャラリースペイスや相談カウンターを用意して、地域に開かれた不動産店というブランドイメージを育てる。