

ニューノーマル処方箋(第13回)

コロナ禍でも売り上げ30%増。地方工務店が進めたDX

2022.03.16

宮城県にある工務店「あいホーム」は、従来の住宅業界のやり方にとらわれずに多彩なデジタルツールを業務に活用しています。代表取締役 伊藤謙氏にDXのコツを聞きました。



<目次>

- ・コロナ禍でも業績UPに貢献「バーチャル展示場」とは
- ・新卒採用の切り札は「インスタ」
- ・震災復興時の成功体験が原点
- ・新しいツールはどんどん試すべき。ただ正式導入は慎重に
- ・DX導入が結果を生む土壌はできている

コロナ禍でも業績UPに貢献「バーチャル展示場」とは

「株式会社あいホーム」という会社を知っている人は、あまり多くないかもしれません。同社は仙台市の北に隣接する宮城県富谷市に本社を構える、従業員70名ほどの中小企業の工務店です。

同社の2020年上半期の新規受注数は、コロナ禍ながら対前年比130%を達成。以降も業績を伸ばし続けているといいます。

同社の業績アップを後押ししたのは「DX」、つまりデジタル技術の活用です。コロナ禍によって住宅着工が落ち込む中、同社はさまざまなデジタルツールを活用し、非対面のコミュニケーションに注力したといいます。

代表的な取り組みの1つが、VRによる「バーチャル展示場」です。

住宅業界では“展示場に実際に足を運んで家を見てもらう”というのが当たり前ですが、同社はコロナ禍で展示場に足を運びづらい顧客のために、実際の展示場を再現したバーチャル空間をスマートフォンで自由に見学できるようにしました。バーチャル展示場には、毎日数十人がコンスタントに訪れているといいます。

同社代表取締役社長の伊藤謙氏は、バーチャル展示場について「業績に直結する、効果的な取り組み」と胸を張ります。

「バーチャル展示場を作った当初は、リアルの展示場を見学していただいたお客さまに対し、帰宅後に振り返っていただくことを想定していました。しかしリリース後は、先にバーチャル展示場を体験してから、気になった住宅を実際に見学すると

いう、逆のニーズも増えてきています。今ではバーチャル展示場のWebサイトから、リアル展示場の見学予約ができる機能も持たせています」(伊藤氏)



株式会社あいホーム
代表取締役
伊藤 謙氏

新卒採用の切り札は「インスタ」

同社のデジタルツールの活用は、バーチャル展示場だけではありません。SNSサービスの1つである「[Instagram](#)」を活用した新卒採用もスタートさせました。

この取り組みを行った背景も、コロナ禍にあります。合同企業説明会が軒並み中止となる中、「就活生はどのようにして就職活動をしているのだろう」と疑問を抱いた伊藤氏は、学生にヒアリングを実施。その結果、就活生の多くは、情報収集にはスマートフォンを使い、SNSはInstagramをメインで使用していることが判明したといいます。

「それを聞いて、新卒採用にInstagramが使えないかと思い、インスタライブ(Instagram内からリアルタイムのライブ動画を配信できる機能)を始めました」(伊藤氏)

インスタライブには伊藤氏自らが登場し、エントリーシートの書き方や、企業の選び方を毎日10分程度配信しました。フォロワーが増えてきたところで、インスタライブにて会社説明会を開催したところ約100人が集まり、うち半数があいホームにエントリーシートを提出したといいます。

「面接もInstagramで行い、7人に内定を出しました。その7人は辞退することなく入社しており、現在も弊社で活躍してくれています。2021年度も同じようにInstagramによる採用活動を実施し、新人を採用しています。費用を掛けずに、優秀な人材を採用できたことに、私自身も正直に言って驚いています」(伊藤氏)

震災復興時の成功体験が原点… 続きを読む