

31【1年間の販売・集客・受注計画】

月	主な活動内容	月間集客数(見込)	見込み客化(ステップメール登録)	現地見学/相談申込	受注棟数(予想)
1月	タウンライフ掲載開始、SNS広告・LP公開、初回チラシ	20人	10人	5人	0棟(仕組み整備期間)
2月	ステップメール5通運用開始、第1回相談会開催	20人	10人	6人	1棟
3月	見学会(建築中現場)、スーモ追加出稿	20人	12人	7人	2棟
4月	SNS運用・LINE公式スタート、レビュー集め	20人	12人	8人	2棟
5月	完成見学会+契約者の声配信	20人	15人	10人	3棟
6月	地域ポスティング強化・YouTube動画導入	20人	15人	10人	3棟
7月	夏向けキャンペーン・成約者家づくり紹介	20人	15人	10人	3棟
8月	お盆見学会+特別相談会	20人	12人	8人	2棟
9月	タウンライフ特集企画連動広告	20人	15人	10人	3棟
10月	秋の完成見学会・資金計画セミナー	20人	15人	10人	3棟
11月	年内最終契約キャンペーン	20人	15人	10人	3棟
12月	来年分先行予約+契約プレゼント企画	20人	10人	6人	2棟

年間合計予測

- 総リード数: 240 人 (毎月 20 人 × 12 ヶ月)
 - ステップメール登録・見込み化数: 約 156 人 (登録率 65%)
 - 見学・相談数: 100 人前後 (反応率 64%)
 - 契約棟数: 27 棟前後
-

補足

- 年初の数ヶ月は「認知拡大と仕組み整備」が中心なので、受注は後半に伸びます。
- 地域でモデルハウス 1 棟建てると、見学数と信頼性が一気に上がり受注加速します。
- 2 年目からは紹介と実績効果で「年間 40~50 棟ペース」も十分狙えます。
- 3 年目には**「建売価格で注文住宅」の独自ブランド確立 + 全国対応の仕組み化**で、
年 100 棟体制 (1 営業あたり月 1 棟受注 × 8~10 名体制) も現実的です。

佐賀県住宅市場調査レポート

~自然素材・高断熱のデザイン住宅 1980 万円販売計画に向けて~

1. 調査目的

本レポートは、佐賀県における自然素材・高断熱の注文住宅を建売価格 1980 万円
で販売する新事業の実現可能性と市場ポテンシャルを分析し、今後の事業戦略立案
の根拠とするものである。

2. 市場背景と現況

項目	内容
持ち家率	約 67%(全国平均より高い)
地価動向	7 年連続上昇(住宅地前年比+2.2%)
戸建て需要	根強いが、全体の新築着工数はやや横ばい傾向
住宅補助制度	国の補助制度が充実(子育てエコホーム支援など最大 260 万円)
省エネ規制	2025 年以降、省エネ基準適合が義務化される予定(断熱性能が必須に)

3. ターゲット住宅商品概要

項目	内容
延床面積	約 30 坪(約 99 m ²)
構造	木造在来工法
特徴	自然素材、高断熱、高気密、デザイン住宅
販売価格	税込 1,980 万円(建物のみ)
特筆点	注文住宅でありながら建売並み価格/建物は資産価値を生む設計

4. 差別化要因と競争優位性

比較項目	建築サポートの住宅	一般建売住宅	ハウスメーカー
価格	1,980 万円	1,800~2,300 万円	2,800~3,800 万円
設計自由度	高い(注文住宅)	低い(既製)	やや高い(プラン制)
使用素材	自然素材+高断熱	一般建材	一般建材・一部自然素材
ランニングコスト	低(断熱性・省エネ)	やや高	高い傾向
将来資産価値	高(耐久性・設計)	中~低	中

5. 販売・集客計画

項目	内容
月間反響目標	タウンライフ、スーモ、HP、チラシで 20 件／月
フォロー体制	ステップメール 5 回＋見学会・相談会
初期受注見込	1～2 棟／月(初年度 20～30 棟)
マーケティング	SNS 活用、地域での現場公開型イベント
販売期間	年間通じて連続販売し、地域認知の定着を狙う

6. リスクと対策

リスク要因	内容	対応策
資材価格高騰	建築費の予算圧迫	早期一括購入、在庫管理、材料選定力
人手不足	職人確保の不安	地元大工ネットワークとの連携
顧客の信頼形成	地場倒産事例もあり不安	見学会・相談会・実績公開の強化

7. 今後の展開予測(1 年～3 年)

年度	フェーズ	年間受注目標	必要な施策
1 年目	市場形成・PR 期	20～30 棟	販促強化／現場見学／モデル実例づくり
2 年目	紹介＋実績拡大期	40～50 棟	顧客紹介＋リピーター誘発、施工力拡大
3 年目	ブランド確立期	100 棟体制	地域展開／エリア拡張／営業部門設立

8. 総合評価と実現性

佐賀県では、住宅価格上昇・高性能志向の強まり・補助金制度の充実などを背景に、「建売価格で高性能注文住宅」という本計画は時流に乗った戦略といえる。

初年度 20 棟前後は十分に現実的であり、2～3 年で 100 棟体制も狙えるスキームである。

今後の推奨アクション

1. 補助金対応住宅として認定取得支援体制を構築
2. **初期実績の PR ツール化(見学会・動画・SNS)**を強化
3. 施工スピードと品質管理を両立させる大工ネットワークの整備
4. 反響顧客の育成と受注率向上の仕組み(ステップメール/相談会)
5. 第 2 エリア(福岡・長崎等)への展開シナリオ作成