# 集合広告の毎週発行で集客

## クリエイト総合研究所で講演会

## 年間200棟の販売テクニック

新築を年間200棟販売する不動産業者が鳥取にいる。クリエイトホームズ鳥取店（鳥取市）の森原範彰社長は、4年前に住宅販売を開始、1年ごとに棟数を増やし、60棟、102棟、150棟、そして200棟と実績を重ねてきた。同社が加盟するクリエイト総合研究所（東京都、糸谷篤博所長）は、森原社長の講演を定期的に開催し、その成功事例を紹介している。

同社は、工務店でも土地を仕入れ、消費者のニーズに合った住宅を建て、販売努力をすれば住宅は売れるという。

クリエイト総合研究所は、25～26坪（施工面積28坪）で700万～900万円（工期30日、粗利300万円）の「通販住宅」を規格化して販売している。若い第一次住宅取得層向けに様々な住宅を開発している。

鳥取店は森原社長と奥さんの2人で運営し、同研究所に入会して丸3年となる。12年前から不動産業を営んでいたが、糸谷所長の「不動産に付加価値をつけて売る」との助言をヒントに、住宅販売数を増加させてきた。その要因は集客力と商品開発にある。

同社は20年前から広告代理店も営んでおり、1口1万5000～2万円の小さい広告を集めたB4サイズの集合広告を毎週日曜日に20万枚配布してきた。そこには他社の広告に加え、自社の新築・中古・不動産物件のほか、リフォーム、ガーデン・外構、さらには賃貸物件やローン相談会等々の情報を掲載している。

「市場には新築を建てたい人がいれば、中古や土地物件を知りたい人もいる。集合広告が様々なニーズに対応できる窓口となる。賃貸目当てで訪れた人でも、情報交換を進めていくと新築や中古住宅を購入することも多い」と、森原社長はその集客テクニックを紹介する。

森原　社長

事業として広告を集め、折り込み広告として配布するため、単独広告だと何百万円もの経費を必要とするところを、チラシそのもので利益を出しながら集客もできる。年間に新築を200棟建てるにしても、不動産事業だけではこれだけの人は集められない。

### 〝毎週読める〟で顧客に

森原社長は、この成功には、大きく2つのポイントがあることに気付いた。一つは、広告代理店として専業の営業を最低2人は確保していること。初めは社長一人でもやる気があれば可能だが、体力的にも実務的にも長くは続かないという。「人を雇うことは経費的にも負担は大きいが、広告代理店としてプロの営業を育てることが大切」だと説明する。

そしてもうひとつは、チラシの発行を月に1、2回から、毎週にすること。月に1度の広告では消費者の認知に時間がかかるからだ。しかし毎週印刷していると、自ずと企業から電話が入るようにもなるという。家庭にも毎週届くとそれが当たり前になるが、不定期発行では忘れられる。毎週日曜日の折り込みに入っていることが習慣になると、若い人はそのなかの求人広告を定期的に閲覧し始める。それに不動産や新築物件が載っていると、それまでは住宅購入などあきらめて無視していた若い世代も自然に目を通し始める。決して高額ではない物件があることを知り、接点が生まれるわけだ。

集合広告は単独広告ほど立派とはいえないが、様々な企業の情報が集まっているため、幅広い層の人が目を向ける。毎週の発行でも初めは利益の捻出は難しいが、3～4カ月も続けると逆ザヤは解消できてくる。広告営業自体にも経費が必要だが、住宅物件の契約が3～5件も取れ始めると、下支えも可能になるという。

**メモ**

▽クリエイト総合研究所＝東京都八王子市南町5―13、電話042・627・2811▽クリエイトホームズ鳥取店＝鳥取市東町3―184、電話0857・29・8008。

# 群馬県農業技術センターが竣工

## 大屋根に県産材活用し、開放的な施設に

群馬県農業技術センター（伊勢崎市）の本館及び会議棟の建て替え工事がこのほど、竣工した。県産材を活用した木造の大屋根による開放的な施設となった。

同センターは農業技術の開発を促進するための研究拠点で、建物の老朽化により建て替え工事を進めていたもの。

建設に当たっては、機能的な研究施設であることはもちろん、技術相談等にも対応し、生産者と消費者が共に学べる地域に開かれた施設とするほか、温室効果ガス等の排出削減に配慮した施設として整備された。

本館、会議棟ともに鉄骨造＋木造（屋根）。本館は2階建て、延べ床面積1969・9平方㍍で事務室、研究室、図書室等から成る。会議棟は平屋建て同385・47平方㍍となっており、100人を収容できる会議室がある。

屋根は、木造で杉4㍍×75×90㍉をプレートでつないで網目状に組み合わせ、両側軒先で引っ張って懸垂曲線の屋根形状にしている。スパンの長い個所は最大6本をつなぎ、全体で同サイズの杉材を2700本使用している。野地板には木毛セメント板を使用する。

開放的で明るい空間が特徴

屋根には採光のためのスリットが入っており、開放的で明るい空間が特徴的だ。可動式の通風口が設置してあり、サーキュレーターで空気を循環させ、建物内の空気が流れて屋根から抜ける仕組みとなっている。

設計はSALHAUS一級建築士事務所（東京都）、施工は関東建設工業（群馬県太田市）。

# 愛知県内に期間限定

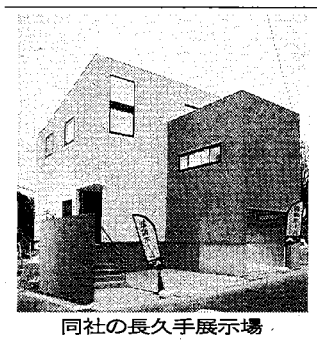
## 特色ある2展示場開設

### 欧倫ホーム

注文住宅の設計・建築を手がける欧倫ホーム（名古屋市、尾崎眞平社長）はこのほど、愛知県長久手市と、大府市それぞれに異なるコンセプトを持つ期間限定の住宅展示場（モデルハウス）を同時オープンした。

長久手展示場のコンセプトは「高低差を生かしたスキップフロアの家」で、上質なモダンエレガントの空間となっている。3面道路という開かれた立地と傾斜地（高低差）の特性を生かした設計プランで、プライバシーを確保しつつ、室内はスキップフロア5層というボリュームのある空間を実現した。

大府展示場のコンセプトは「いろんなライフスタイルに対応できる家」で、質感を生かしてアースカラーと自然素材でまとめたナチュラルテイストの家となっている。玄関、バスコート、リビング、和室に適度な光と風が取り入れられる設計が特徴で、特に和室は将来の家族構成の変化にも対応できる作りとなっている。


同社の長久手展示場

両展示場について同社では、大半の顧客が土地購入から開始する点を背景にした「傾斜地や幹線道路沿いといった様々な立地条件を設計で補うことができる」という提案の一環として位置付けている。

# 軟弱地盤の補強工法

## 初の全国大会

### ピュアパイル工法普及促進会

軟弱地盤を補強する「ピュアパイル工法」の普及を目指すピュアパイル工法普及促進会（東京都、柳田雄治代表理事）が、全国の指定施工会社20社を招き、初の全国大会を開催した。

同工法は戸建て住宅の地盤補強として最も採用率の高い柱状改良工法の改良版で、従来工法に比べてコストが5～20％削減できる。12年11月に、年間の施工棟数1000棟を突破した。今後、施工機台数を240台まで増やし、15年度には年間施工数2万棟達成を目指す。

年間の新築戸建て着工棟数、約40万棟のうち、地盤補強が必要になるのは14万棟（約35％）とされるが、採用される地盤補強工法の7割が柱状改良工法だ。ピュアパイル工法は、この柱状改良工法に改良を加えることで、より安価で短納期に、そしてより高強度の地盤補強を実現した。

ピュアパイル工法は、柱状改良工法のパイオニアであるテノックス（田中啓三代表理事）と、日本住宅保証検査機構の関連会社であるJBサポートが2年かけて共同開発した。専用の掘削ロッドを回転させながら支持基盤まで掘削するが、セメントミルクを輩出しながら掘削ロッドを引き上げることで、掘削土砂が混入しない純度の高い、品質・強度の安定したセメントミルクのみからなるパイル（柱状体）を築造できる。腐植土がある現場でもしっかりした地盤補強が可能だ。

セメント系固化材と原位置土を撹拌させる必要がないため、強度にばらつきが生じない。また、回転して土を固めながら掘り進むのでセメントを含む残土も発生せず、環境に優しく、処理コストも掛からない。杭径は約20㌢と小さく、従来の柱状改良工法よりも多数の杭状柱体を築造して建設荷重を分散し、地盤をしっかり支える。

施工時間は柱状改良の約半分で、コストは柱状改良工法の5～20％削減できるという。

同工法は10年2月に日本建築総合試験所で建築技術性能証明を取得後、11年4月に北海道を除く全国で販売を開始した。昨年10月には無事故で施工1000棟の実績を達成し、同時に認証の更新も取得した。

# さいたま市に新モデルハウス

### 菊池建設

菊池建設（静岡市、菊池行恒社長）は、さいたま市のさいたま新都心カタクラ住宅展示場内に、新しいモデルハウス「次世代民家　橡（つるばみ）」を開設した。

町家、民家、蔵を意識したデザインが特徴で、長く暮らすために最適な工法、素材で仕上げた。構造材はムク桧の柱・土台で、外壁には対候性や耐朽性を高めるために表面を焼いた杉板を張った。このほか、国産ナラのムク床材、湿気を調節する和紙の壁紙、和瓦も採用している。

次世代民家　橡（つるばみ）

事務所部分を含む延べ床面積は約186平方㍍で、太陽光発電システムやガス発電・給湯暖冷房システムも取り入れている。

# 「身近な森林」で写真コンテスト

### 箕面森林環境保全ふれあいセンター

箕面森林環境保全ふれあいセンターはこのほど、12年度グループ対抗里山選手権の公開最終審査会を開催した。

今回は、「身近な森林（もり）の再発見!!」をテーマに写真3枚1組を1作品として募集したところ、学校や企業・家族など全国から65グループの応募があった。このなかから1次審査を通過した30グループが最終審査に進んだ。

最終審査では、各グループの代表が日頃の活動や作品の説明、里山への思いをスピーチした。審査員は今森光彦（写真家）、只木良也（農学博士）、青山佳世（フリーアナウンサー）の3氏、単に映像の美しさにとどまらず、作品に込められたメッセージ性も審査した。

最優秀賞は「森と遊ぶ」がテーマのトヨタの森A。里山賞は「明るい森に」の京都府立北桑田高等学校C班。そのほか、優秀賞7点、審査員特別賞1点の計10が選ばれた。