

**おかげさまで、約1年で下請けから脱皮出来ました。  
以前はチラシを5万枚配り、問い合わせはゼロ~2組。  
今では3万枚で30組集客し、4組が自動的に成約！**

株式会社シーキューブ 安本昌臣様(大阪府八尾市)

下請けから元請けに転向しようとしていた時期。  
当時、集客チラシのコピーのレイアウトが課題になっていたという株式会社シーキューブの安本昌臣社長に、株式会社エムディーから受けたコンサルティング内容についての話を聞いた。

### **椎名先生のコンサルティングを受けるキッカケを教えてくださいませんか？**

当時コンサルティングを受けていた、マーケティングトルネードの佐藤先生からの紹介ですね。「住宅リフォーム販促情報局」に入って、椎名先生に電話相談したら」というようなお話を教えてもらったのがきっかけです。

それで、「住宅リフォーム販促情報局」のホームページを見たんです。当時は下請けから元請けに転向しようとしていた時期でしたし、自分自身としては、電話相談は絶対に必要だなと感じていたもので、すぐに入会しました。

元請けとしてどうやって集客するかということを考えていたわけですが、まず、椎名先生のホームページで見たチラシには自分にはないものばかり。ちょうどコピーのレイアウトといった具体的なことが課題になっていたもので、ぴったりだなと思いましたね。

### **今までの自分にはないチラシを見たとの事ですが、その時にはどう思われましたか？**

まず、面白いという感覚でしたね。お客さんが何を考えているのかということから考えるというか、お客さん自身に訴えかけるという内容が面白いと感じた。

こういう商品があるのだけれど、それをコピーにどう落とし込んでいくか。実際に、たくさんの成功事例も見せていただきましたし、お客さんにとってのメリットは何か、夢とかイメージとかでちゃんと説明していくということでしょうか。

そんなことは考えもつかなかったもので、目からウロコという感じでしたね。それまで作っていたチラシよりも、こっちの方が良いなあと。

### それで実際に実行してみたのですか？

はい。すぐに実行しましたね。

この、「お客さん自身に訴えかけるチラシ」を配ると実際に反応があるんです。

以前はチラシを5万枚配って、問い合わせがゼロ件とか、1件とか、2件とか。

それぐらいの反応率だったのですが、それが3万枚のチラシを配って10件のお客さんが集まるようになりました。

成約に関しても、チラシで30組集客すると、そのうちの4件が自動的に成約するという感じですね。

だから、売上も見えるようになりました。

去年度の売上は1億3,4千万円なのですが、今年度に入ってまだ1ヶ月の段階で、元請けとしてすでに4棟を受注しています。売上にすると7千万円とか8千万円ぐらい。

そういう売上が、もう、見えている状況です。

変われば変わるもんだなあという感じがします。

### 人間の動きについて考えるようになられたとお聞きしました。

そうですね。今回、受けたコンサルティングではチラシの反応があがったのももちろんですが、その他にも、「人間の行動の実際の原則って何なんだろう？」ということを考えるキッカケにもなりましたよね。椎名先生は、そういう視点からアドバイスをくれるんです。

「何が理由で人が動くのか」ということでしょうか。

住宅の現場見学会といっても、実際に見に行くのも、お客さんからしたら確かに邪魔臭いですよね。

「家にいた方がいいんじゃないか」とか「どこかに遊びに行った方がいいんじゃないか」とか。

展示場に行く決めたとしても「いっぱい展示場もあるんだから、他のところを見に行った方がいいんじゃないか」とか、色々考えると思います。

そういう中で、うちの現場を見ようと言って見に来てくれるお客さんが出来る理由とかシステム。

そういう理由付け、動機付けを考えるようになりましたね。

今回のコンサルティングで椎名先生から頂いたアドバイスによって、「人間の動きというのはどういうものなんだ」という事を、視点を変えて見たり、考えたりするようになりましたね。

なるほど。チラシの反応が上がっただけではない変化があったのですね。

今日は貴重なお話をありがとうございました。

(お客様の声取材： 一條仁志)