

大画面に触れて見てもらう商品提案で他社と差別化 タッチディスプレイでスマートなモデルハウスに



導入先

東宝ホーム株式会社

- 福岡県北九州市(本社)
- 1967年設立。福岡・北九州・熊本エリアで、地域密着型住宅に取り組む住宅メーカー。住宅建築・リフォームを始め、街づくり・造園事業も展開されている。
- 熊本営業所/熊本南店(本物件)



導入商品

タッチディスプレイ

PN-L602B(60V型)×2台

- 2012年11月、KKT総合住宅展示場 エコラス[®](熊本市)内のモデルハウスに導入。2階エントランスでは壁面埋込設置、商談室ではフロアスタンドで設置されている。

※KKT(株式会社熊本県民テレビさま)主催の住宅展示場

こんなソリューションを実現しました。

導入前の課題

従来のモデルハウスでは、壁面に商品や会社をPRするポスターが所狭しと並び、様々なパンフレット類もあふれ、住宅展示場としての雰囲気や損ねていました。そのため、紙媒体に代わる、魅力的な商品提案ができるツールを探していました。

一つの画面でパンフレット、ホームページ、映像など、多彩な情報が表示でき、モデルハウス内がすっきりスマートに。

他のモデルハウスの360°パノラマ画像や電子カタログなど、触れて楽しめるコンテンツで提案力がアップ。

タッチディスプレイの操作体験は、お客さまの印象にも残りやすく、当社の先進性もアピールできます。



東宝ホーム株式会社
熊本営業所 設計積算課 課長 谷 壮一朗さま
熊本南店 営業 井上登史男さま

■ 導入の背景

モデルハウス内にポスターやパンフレットが氾濫。紙媒体に代わる新しい提案ツールが必要でした。熊本で初めてモデルハウスを建てるにあたり、様々な住宅展示場を視察しましたが、商品・会社をPRするポスターが壁いっぱいには貼られ、本来見せるべき住宅の雰囲気や損ねていたり、様々なパンフレット類がテーブルや棚にあふれ、すっきりしない印象を受けました。こうした紙媒体に代わる新しい提案方法がないかと考えていたとき、LIXILさまのショールームでお客様が夢中でタッチディスプレイに触って商品を選ばれているのを目撃。すぐにこれだとひらめきました。

■ 選ばれた理由

触れると情報が出てくるインパクトに納得。お年寄りからお子さままで直感的に操作できる。

大画面ディスプレイの迫力に加え、画面に触れていくだけで、お客さまに様々な情報を伝えられることに強いインパクトを感じました。操作も直感的で、お年寄りからお子さままで簡単に使ってもらえます。特に住宅購入層の30代前後の方なら、スマートフォンなどのタッチ操作に慣れておられるので、より気軽に触れてご覧いただけると考え、2台の導入を決定。コンテンツづくりは、当社ホームページを制作している会社に依頼しました。

■ 導入後の効果

一画面に複数の情報を出せる。触れて楽しめるコンテンツで提案力もアップ。

紙媒体と違って、一つの画面でパンフレットや当社ホームページ、CM映像など、多彩なコンテンツを表示でき、場所も取りません。また、360°パノラマ画像による他のモデルハウスのバーチャル見学や、ページをめくって読める電子カタログなど、お客さまが自ら触れて楽しむことができるコンテンツは提案力があり、他のモデルハウスとの差別化にもつながっています。他にも、インターネットの地図を活用して実際の住宅用地を確認したり、各種資料データも表示し、商談から社内会議まで幅広く使えるのもメリットです。

■ 今後の展望

先進性のアピール、他社との差別化に成功。今後建設する展示場にも導入していきたい。

大画面タッチディスプレイの体験は、ほとんどのお客さまにとって初めてなので、その感動が印象に残りやすく、当社の先進性をアピールでき、競合他社との差別化にもつながっています。引き続き当社では、新しく建てる展示場への導入を積極的に検討していくつもりです。



ページをめくって読める電子カタログでインパクトある提案を実現 (2階エントランスでは壁面に埋め込んで設置)



360°パノラマ画像によるバーチャル展示場見学もお客さまに好評 (2階商談室ではフロアスタンドで設置)



トップ画面左端にコンテンツのメニューを一覧で配置



右下には、タッチ操作できることを伝えるアイコンを表示