

# 色鮮やかな“動く看板”で来店者数がアップ 物件情報の鮮度を高め、成約率も向上



## ■ 導入先

### 三晃不動産株式会社さま

- 広島/広島市
- 1965年創業。南区の市電停留所前に位置し、マンションや店舗・事務所、土地等、多様な賃貸・管理・売買物件を仲介。専門家による相続無料相談会を開催されるなど、地域密着型の経営を実践されている。



## ■ 導入商品

### インフォメーションディスプレイ

PN-T321 (32V型) ×1台

### フロアスタンド

PN-ZS321 ×1台

- 2011年3月、不動産物件の間取り、賃貸料等の案内表示用として導入。  
販売：(有)伸陽電化設備さま

## こんなソリューションを実現しました。

### 導入前の課題

店舗のウィンドーに貼っている物件案内だけでは来店客が増えず、どうすれば来店客数をアップできるかが長年の課題でした。

色鮮やかで、しかも動きのあるディスプレイ表示は、遠方からでもアイキャッチ効果が高く、来店客数が増えました。

「ディスプレイで物件を見れるハイセンスな不動産店」との評価が口コミで広がり、企業イメージがアップしました。

物件情報の更新が簡単にできるため、常に鮮度の高い情報を提供でき、成約率の向上に結びついています。



三晃不動産株式会社  
代表取締役  
杉之原康子さま

■ 選ばれた理由

アイキャッチ効果が高い「動く看板」。  
コンテンツ制作も驚くほど簡単に。

そんな折、(有)伸陽電化設備さまから「動きのあるディスプレイは“動く看板”。遠方からでも人目を引き、訴求力が高いですよ」と、ご提案をいただきました。さらに、ディスプレイのコンテンツ(表示内容)づくりは初めてという新入社員が簡単な説明を受けた後、パソコンを使って、わずか20分余りでスライドショーの物件案内を制作。「カメラやインターネットから素材をドラッグ&ドロップするだけで簡単でした」というコンテンツ制作の手軽さも後押しし、導入を決めました。

■ 導入後の効果

ハイセンスな店との評価でイメージアップ。  
鮮度の高い物件案内で成約率も向上。

お客さまからは「斬新なディスプレイのカラー表示で、入店前に物件の概要がリアルにつかめる」と好評上、“ハイセンスな不動産店”との評価も高まり、口コミでお客さまが増えています。また、案内表示の更新も簡単にできるので、常に鮮度の高い物件案内を掲載でき、成約率も向上。お客さまにもご満足いただいています。

■ 今後の展望

ディスプレイでの内容・デザインの充実を図り、  
さらにネット活用も加え、お客さまを呼び込みたい。

現在、ディスプレイでの物件案内件数は常時10件程度ですが、今後は、1件ごとの情報内容・デザインの充実を図り、来店につなげていければと考えています。また、ホームページのリニューアルも完成。デジタルサイネージとインターネットという“デジタル時代に対応した新しい不動産店”として、お客さまにもアピールしていきたいと思っています。

■ 導入の背景

不動産店はお客さまに来店していただくことがスタート。

当店では、店舗のウィンドーに物件案内のカードを貼り付けていましたが、物件量の多少に関係なく、来店客数が伸び悩んでいました。不動産店にとっては、お客さまのご来店が全てのスタートですから、ホームページを開設したり、無料法律相談会等のイベントを開催し、来店客の掘り起こしを図っていましたが、いずれも決め手に欠けていました。



従来の物件案内と比較すると、注目度が大きく違う。



コンテンツを制作中の社員の見崎 高志さま



HPでの物件案内など、デジタル化に取り組み始めている。携帯からアクセス出来るQRコードも作成。