

EST GROUP

LINEで最適再販物件を提案 1年で10戸、都内のみ販売



▲自社でリノベーションした物件をLINE登録者に送るサービス「ieyasu(イエヤス)」を活用

昨年8月から買取再販を手掛けるEST GROUP(東京都渋谷区)は、自社でリノベーションした物件をLINE登録者に送るサービス「ieyasu(イエヤス)」を活用し、若い世帯向けにリノベーションを提供する。

強みは、リノベーション物件を売った後に買い替えを提案すること。昨年「ieyasu(イエヤス)」をスタート。これはLINE上で最適な物件を提案するサービスで、LINE登録時に希望条件を入力してもらい、それに基づいてLINEで最適な物件情報を送る。また月々のローンの支払いから、将来売却する際の予想販売価格、賃貸にした場合の想定家賃もAIを使って算出する。

登録者は7月末時点で1万5000人を超え、LINEの開封率は26%。ユーザーとして使用するのは約4000人で、20〜30代の若い女性が圧倒的に多い。「20代で家を購入という選択肢を与え、一生に一度のマイホーム購入ではなく、リピーターとなってもらいたい。ライフステージごとで、2、3回目の物件購入をしよう」という狙いがある(渡邊亮介代表取締役CEO)。

同社のリノベは、30〜50平米で都内渋谷区やその周辺の中古マンションをメインとして行っている。昨年8月から物件の買取を開始し、6月中旬時点で10戸販売。リフォームの中央値は300万円、仕入れから売却までは約90日だ。

「私たちのリフォームは、こだわったものは作らないことが特徴です。それは、顧客層の傾向から内装の奇抜さを求めない」とわかってきたからです。クロスは白基調で、水回りは全て変えませんが、水回り交換が必要ないと感じたらクロスを変えます。表層だけのリフォームなら50万〜100万円になる。シンプルさを追求します」

物件の販売価格は300万円台が多い。それは同社の戦略でターゲット層が20〜30代の単身やDINKS向けだから。「20〜30代の若年層は、どのリフォーム会社もターゲットにしていない。なので、私たちがそこで最適な物件を提案したい。年収も600万円代が高い方ということもあり、比較的安い物件価格を扱っています」

昨年のGW明けから問い合わせが増え、それまでの月2、3件から20〜30件に。それは直接社員が登録者に連絡したからだ。「追客をAI任せから人によるアナログ方法に変えたら、一気に反響が増えました。大きな買い物には人が必要だと痛感しました」

今期は12棟の仕入れと、リフォーム10戸で4億円以上の販売実績を上げた。来期は、30戸の仕入れから販売を手掛け、売上高10億円を目指す。



渡邊亮介 代表取締役CEO