全国賃貸住宅新聞 2009年02月09日

デザイン・レイアウトで 差がつく

仲介店舗研究

通行人へのアピールを強化した店舗づくり

レオハウジング江古田店

西武池袋線の江古田駅から徒歩1分に立地するレオハウジング（東京都練馬区）江古田店。同社は、練馬本町、練馬高口町、氷川台町、江古田店と仲介店舗を4店舗展開している。

江古田店は、2002年にオープン。店長の者板は、同社のイメージカラーである白と青、グレーを基調としている。また、『お部屋探し』や『賃貸専門店』というキャッチフレーズを目立たせ、通行人に不動産会社があるということをアピールした。このような取り組みから設立当初は開店前ということもあり、飛び込み客が多かった。インターネット経由の来店客と飛び込み客との割合は、半々であったが、近年は飛び込み客が減少。一時に比べて飛び込み客は半分ほどになってしまったという。

そうした状況への対応策として、同社は店先を通りかかる通行人へのアピールを強化。昨年10月に新設した利用できるタッチパネルを導入した。

「導入してすぐ飛び込み客が増加するとは思っていません。しかし、タッチパネルを店頭に設置することで周辺の人に不動産会社があるという認識させることが出来ます。また、このようなツールを使って工夫している会社というようなアピール、新鮮な情報の提供ということが重要だと感じ導入を決めました」（同社 伊藤昌幸店長）

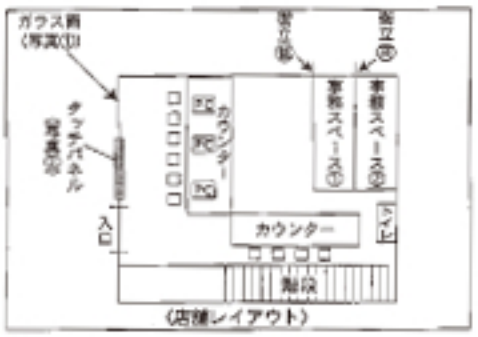
タッチパネルを利用している人数は、月約40件。来館18時～21時の時間帯が多いという。

「オープンして年数が経過すると店舗が周りの風景と同化してきます。それを打破するために効果的だと考えています。また、立ち止まってみてくれる方へ印象するために店内に入ってくれる方もすこしずつ増えてきています」（同社 伊藤店長）

タッチパネルを設置するだけでは、いまいち通行人に強い印象を与えることができない。そこで同店では、『かんたん検索』と大きなキャッチフレーズを入れたステッカーを作成。貼付することでタッチパネルを目立つようにさせる。今後は、カッティングシートなどを利用していくという。

「今以上に通行人にタッチパネルを利用してもらい、店内への誘導ができるように、フラッシュや絵柄を新鮮なものに更新していきたいです。タッチパネルの利用価値をあげていくことが課題です」（同社 伊藤店長）

店内を明るく見せるためスポットライトを店頭部分に多く設置している。



（店舗レイアウト）

▲店頭で「お部屋探し」を目立つよう」アピール

▲カラーのラインを採用（写真③）

▲接客カウンター

▲タッチパネルを活用したインテリア（写真②）

店舗DATA

会社名	レオハウジング
店舗名	レオハウジング 江古田店
所在地	東京都練馬区
アクセス	西武池袋線江古田駅から徒歩1分
店舗面積	99.25㎡（1F店舗のみ）
スタッフ	5名