

2010年10月6日

トヨタホーム株式会社

3次元仮想都市のトヨタホーム展示場で新しい営業手法を開始

トヨタホーム株式会社（以下トヨタホーム、取締役社長：森岡仙太）は、トヨタ自動車株式会社が運営するインターネット上の3次元仮想都市・[トヨタメタポリス](#)※に出展している「[トヨタホーム・バーチャル住宅展示場](#)」で新しい営業手法を10月8日（金）から開始する。3次元仮想都市の展示場で実際と同様の商談ができる営業手法で、新営業手法の開始にあたり、同日、トヨタメタポリスのトヨタホーム・バーチャル住宅展示場内のイベント広場で記念イベントを開く。

「[トヨタホーム・バーチャル住宅展示場](#)」では、住宅購入検討者がインターネットを介し、自分の身長や体格を設定できるアバター（自分の分身）をマウスで操作し、トヨタホーム商品の屋外・室内を現実のモデルハウス同様に歩き回り、3次元でリアリティーある見学ができる。

同展示場は6月25日のオープン以降、新規来場者のペースが月間1万人と好調。また、同展示場を介して、内外装のカラーや水廻り設備を変更検討できるシミュレーション機能などで自主検討されたお客様の[分譲モデルハウスの実棟見学予約](#)や、各地の営業スタッフへの商談予約も件数を伸ばし、成約も出始めており、お客様と営業スタッフとの新たな接点創出になった。

このため、インターネット営業の基盤は整ったと判断、更にお客様に利便性の高い新たな営業手法として、営業スタッフとお客様が、それぞれのパソコンからアバターを使い、直接顔を合わすことなくチャット方式で会話商談が行える商談手法「トヨタメタポリス住宅商談」を開始する。

営業開始時に、アバターで商談対応する営業スタッフは、トヨタホームの営業エリア全国27都府県の販売店の総勢105名で、今後、体制を拡大していく。この営業手法は、一般的な来場・訪問営業に比べ、お客様も営業スタッフも移動が不要なため、時間短縮になり、家計にも環境にも優しい。

現在「[トヨタホーム・バーチャル住宅展示場](#)」に出展している商品は、ネット世代がメインターゲットの新商品「[LQ](#)」の寄棟屋根タイプ・フラット屋根タイプ・片流屋根タイプの3棟だけだが、今後は幅広い顧客のニーズに応えられるようトヨタホームの全商品を出展していく。

「トヨタホーム商談開始記念イベント」は10月8日（金）16：00から約2時間、トヨタメタポリス内トヨタホーム・バーチャル展示場で開催する。イベント会場の広場には、地域別のブースを設け、各地区別に営業スタッフがアバターで登場してお客様とのコミュニケーションを通して探客を行う。イベント参加者には、3次元仮想都市ならではの人気のアイテム配布など様々な特典も準備する。

※ 「[トヨタメタポリス](#)」

「meet-me」という東京 23 区が再現されたバーチャル都市の一角にあり、トヨタ自動車㈱が未来のカーライフをテーマに運営する体験型バーチャル施設群。

「meet-me」会員 50 万人、「トヨタメタポリス」会員 22 万人と計 72 万人の 3 次元仮想都市。
会員登録・利用ともに無料。

<参考>バーチャル住宅展示場の利用方法

「[トヨタメタポリス](#)」および「[バーチャル住宅展示場](#)」の利用手順は、以下の通り。

- ①パソコンの推奨環境をチェック
- ②登録画面に名前やメールアドレスなどの必要情報を入力し、新規利用登録
- ③「My ページ」にログインし、アプリケーションをダウンロード
- ④画面の指示に従ってインストールし、アプリケーションを起動
- ⑤IDやパスワードを入力し、ログイン
- ⑥初回のログイン時にマイキャラクター（アバター：自分の分身）を登録

以上

〔トヨタホーム・バーチャル住宅展示場 メタポリス画像〕

▽ トヨタメタポリス・バーチャル展示場



▽ トヨタメタポリス住宅商談の様子



▽ 6月26日の展示場オープンイベントの様子



※ 本内容はニュースリリース時点の内容となります。ニュースリリース以後の内容は、トヨタホーム各販売会社へご確認ください。