

ポラテック

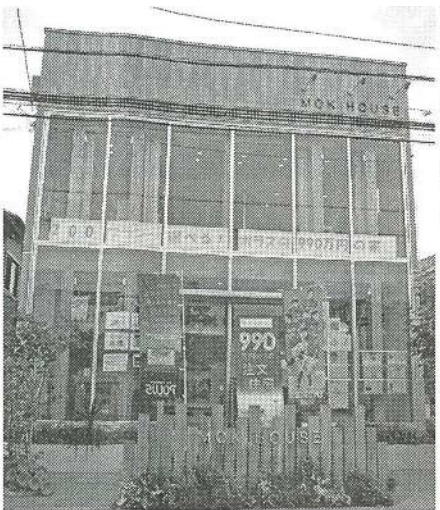
ローコスト帯の「MOK HOUSE」

体制整備で受注増を狙う

LSA導入、商談を簡素化

ポラスグループのポラテック（埼玉県越谷市、中内晃次郎代表）が2014年から展開しているローコスト帯の規格型注文住宅「MOK HOUSE（モクハウス）」は、人件費を含む販促費の合理化やセミオーダー住宅とすることで、従来の注文住宅と比べローコスト化を実現している。立ち上げから3年が経過し、販売体制やプランなどの整備が進んでいることから、グループのブランド力を背景に受注増を狙っていく。現在は新座市と春日部市の2カ所でショールームを展開しているが、将来的には千葉県柏市や船橋市にも支店を設置するなど、国道16号沿線の郊外エリアに注力していく考えだ。

ポラテックが「MOK た」（春日部ショールーム）を立ち上げたのは2014年4月。当時は15年10月に消費税率の引き上げが予定されていたこともあり、削減する方法を模索。住宅展示場には出店せず、ローコスト住宅の会社、ショールームによる営業社が伸びるという事例があったので、顧客を誘導できる体制が必要になっ



MOK HOUSEの春日部ショールーム

新座・春日部でショールーム展開 柏市と船橋市に支店設置も 16号沿線の郊外エリアに注力

ポラテックが「MOK た」（春日部ショールーム）を立ち上げたのは2014年4月。当時は15年10月に消費税率の引き上げが予定されていたこともあり、削減する方法を模索。住宅展示場には出店せず、ローコスト住宅の会社、ショールームによる営業社が伸びるという事例があったので、顧客を誘導できる体制が必要になっ

ドバイサー（LSA）を導入し、顧客との商談を簡素化した。一般的な商談では「探客↓ランクアップ↓決め込み」と段階を経るが、LSAは探客の段階で対応。訪問営業はせず、ショールームに来店した顧客に対してカウンターセールスを行う。

通常の注文住宅における顧客との商談回数は平均6回以上かかるが、「MOK HOUSE」では4回程度にとどめ、商談期間も1カ月以内とするなど、契約までの過程を合理化し、顧客の要望に応えるための体制づくりを行った。

そのための商品に関して、スタンダードなメニューに厳選。わかりやすい規格住宅とすることでコスト削減に結びつけた。一方で、立ち上げ当初は100プラン程度だったが、現在は190プランまで増えているという。これは、シニア層の建て替え向けプランが増えたことによるもの。

「分譲住宅のようにプラン変更ができないので、例えば外観は4パターンから選択できるなど、セミオーダー住宅というイメージ」（椎名課長）。

基本的なスペックについては、グループが注文住宅で採用している「ウッド・インペーターNEXT」による耐震シミュレーションの実施や次世代省エネの導入をはじめ、1階天井高を2・7メートルとするなど、基本的な品質を重視する姿勢を保ち続けている。

17年度は72棟を計画。価格は建坪30坪の場合、本体平均価格が約1100万円。主なターゲットは、30歳代の一次取得者層だが、シニア層の建て替え需要も最近は見受けられるという。

16年度の「MOK HOUSE」受注棟数は42棟。今年度は72棟を目指す。椎名課長は「もう少し棟数が増えれば、資材や物流などでグループのスケールメリットが鮮明になってくると思う」と分析する。

今後は国道16号沿線の郊外エリアに注力するほか、千葉県の柏市や船橋市にも支店を構える考えだ。また、ショールームに誘引するためのWEBを充実するほか、カタログ内容のテコ入れを行っていく。