

住まいのトータル提案を加速 顧客の暮らしや嗜好に合った オリジナルのインテリア提案に注力

首都圏で分譲住宅などを展開するポラスグループが、インテリアの提案に力を入れている。セミオーダーのように好みの内装材を選べるだけでなく、インテリアコーディネーターが内装と調和を図りながら、顧客の嗜好や生活スタイルに合わせたインテリアを提案する。建物だけでなく、インテリアまで含めたトータルな住まいづくりを推進している。



まちとリンクする住まい・まちづくりをコンセプトに据えた「越谷リンクス」の街並みイメージ

埼玉県や千葉県、東京都を中心に住宅事業を展開しているポラスグループが、分譲住宅などの顧客向けに、インテリアの提案を積極化している。その中心的な役割を担っているのが住宅資材センターだ。グループで内装工事など水道工事以外の施工を担当しており、なかでもインテリア部ではポラスグループの分譲住宅の顧客などに向け、カーテンや照明、家具などのインテリアを提案している。

「分譲住宅のお客様などに向けて住宅のコンセプトに合ったインテリアの提案に力を入れています」（インテリア部 戸上義啓シニアマネージャー）という。

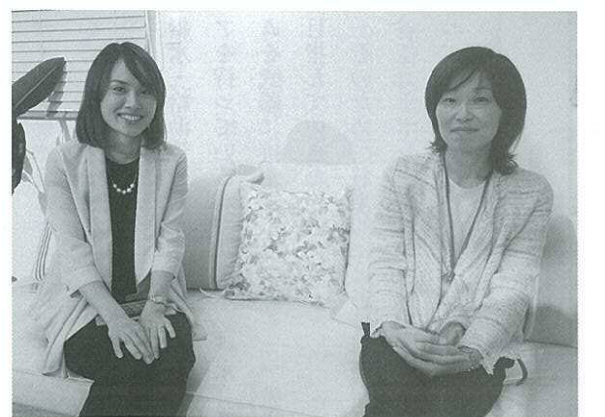
カーテンや家具などのインテリアは、住宅購入後に居住者自らホームセンターや家具量販店などで購入するのが一般的。しかし、実際に住宅に配置してみると、内装などと合わないことも少なくない。

住宅資材センターでは所属するインテリアコーディネーターが設計担当者や密な連携をとっており、企画段階から住宅のコンセプトや内装のイメージを把握している。そのため、住まいに合ったインテリアコーディネーターが可能な。そのうえで、顧客の好みや生活スタイルを聞き取り、デザインだけでなく機能や利便性も考えたインテリア空間を提案する。

「自社が建てた住宅なので構造も把握しており、精度の高い施工が行えるのも強みです。引き渡すときには、インテリアもすべて整っているため、入居後の満足度も高い」という。

モデルハウスのインテリアコーディネーターにも注力

ポラスグループでは、数多くの分譲地開発を手掛けているが、先行して建設するモデルハウスのインテリアコーディネーターにも力を入れている。モデルハウスはターゲットとなる住宅取得



インテリアコーディネーターの加藤氏(左)と設計担当の酒井係長(右)

者層にとって魅力的であることはもちろん、住まいやまちづくりのコンセプトを伝えるうえでも重要な役割を持つ。その内装やインテリアのコーディネーターを行うのも同センターインテリア部の役目だ。

ポラスグループで分譲住宅の設計を行っている酒井係長によると「顧客が住宅に対して抱くイメージは内装やインテリアで決まるといっても過言ではありません」という。そのため、モデルハウスの開設にはインテリアコーディネーターの存在が欠かせない。単にカーテンや家具などを配置するだけでなく、そこでの暮らしを想定し、いっしょに展示する食器や小物、装飾まで吟味する。設計者とインテリアコーディネーターが二人三脚で細部にま



「カフェ&インテリア」スタイルの内観イメージ。自宅でカフェの雰囲気を楽しめる内装・インテリアが特徴だ

でわたってインテリア空間をつくり込む。同センターでインテリアコーディネーターとして活躍する加藤里実氏は「モデルハウスを訪れたお客様が、このままここに住みたいと思ってもらえるようなコーディネートをお心掛けています」という。今年、埼玉県越谷市で分譲を開始し

た「越谷リンクス」(30棟)ではモデルハウスを建設できなかった。そこで、住宅資材センターが運営する「越谷ショールーム」にブースをつくった。「越谷リンクス」はまちとリンクする住まい・まちづくりをコンセプトに開発。お洒落なカフェや豊かな自然環境、豊富な食材といったまちの魅力を住まいづくりにリンクさせた。「カフェ&インテリア」「アクティブ・スタイル」「スタジオ・キッチン」という3つのスタイルプランを用意した。

そうしたなかで、内装やインテリアについては、分譲住宅でも自分たちだけの空間がつけられるよう配慮した。例えば、「カフェ&インテリア」ではオリジナルの壁材「シャビーウッド」を用意。桐材にミルクペイントを施したヴィンテージ感のある壁材だ。好みに合わせて5色から選べるようにした。床材と内装ドアも6パターンから選べ、自分らしい空間を創出できる。ブースでも壁一面にシャビーウッドを施工し、これに合わせて家具や照明を展示した。

「家族一人ひとりに好み



「越谷ショールーム」内に設けた「越谷リンクス」のブース。右奥の壁にヴィンテージ感を感じられる壁材「シャビーウッド」を施工し、これとマッチするようカーテンやソファ、照明などをコーディネートした

の椅子がある」（加藤氏）として、デザインングテーブルを囲む椅子はそれぞれ形も素材も異なるものを合わせた。顧客が住まいでの暮らしをイメージしやすいよう配慮した。

顧客のイメージを超える提案が求められる

インテリアは日々の暮らしの舞台になるだけに、購入後の住宅の満足度を大きく左右する。インテリアコーディネーターの力量が求められるところだ。

これまで1000棟以上の物件のインテリアコーディネーターを行ってきた加藤氏によると、「こちらのセンスを押し付けるのではなく、お客様が抱い

ているイメージに近づけながら、そのイメージを超えるような提案が求められます」という。

ただ、顧客はプロではないので、住まいに対するイメージも漠然としていることが多い。それを形にしていこうとインテリアコーディネーターの仕事でもある。

ポラスグループでは「越谷ショールーム」も活用しながら、顧客の暮らしや嗜好に合わせたオリジナルのインテリア提案を強化。インテリアの受注を拡大したい考えだ。インテリアコーディネーターも増やしていく方針。インテリアまで含めた住まいのトータル提案を加速していく。