

シリーズ・現場に聞く



中央住宅戸建分譲
千葉事業部長

田中弘樹氏

ボラスグループの中央住宅は、本拠地の埼玉県以外への商圏拡大が重要戦略となつて

「会社の知名度が浸透してない地域での販売がいかにか大変か、身をもって知らされ

いる。その一部門、戸建て分譲事業千葉エリアの責任者になって約半年が経過した。

それでも、URの団地再生の二画で大型プロジェクトとなった「リーズン船橋・高根台」(船橋市高根台、全102棟)の販売がほぼ完

了した今、「今後は『当社はこのような街並みがつくれるディベロッパーです』とお客様に説明することができま

す」と安堵の表情を見せる。「今のお客様は物件の良し悪しで購入マインドが180度変化します。リーズンは室内の仕様・設備レベル、天井高(270センチ)も感動して頂

いていますが、戸建てを買われる人の決め手は、やはり街並みの素晴らしさです」(写真参照)。



「リーズン船橋・高根台」の景観

自社の力を立証できる有り難さ

購入層は30代から40代半ばまでが中心。所得は600万円台から700万円台。

「大手企業で、これまでは転勤が多く家を購入できなかった40代半ばぐらいのサラリーマンが、そろそろ戸建てを買って落ち着きたい、そんなニーズを強く感じました」

千葉事業部とし今年度達成しなければならぬ分譲戸数は320戸。

「街並みがつくれる50戸以上の用地が理想ですが、

5、6戸しか建てられない土地でもどんどん買っていくと、目標は達成できません。そうした小規模案件は、個々の現場の立地特性と需要を十分検証して商品特性を決めて行きます。最寄り駅に近ければ1区画敷地面積を狭めにしても売れますし、反対に駅から遠ければ広くします。また

小学校が近い場所は、子育て世帯に人気がありますから、子供部屋などの設計に工夫を凝らします」

「当社の用地仕入れ担当者は全て営業経験者ですから、営業目線で用地を選べているのが強みです」

本人もトップ営業マンだった。管理職となった今も当時の攻めの精神は変わらぬ。40歳代半ばで働き盛り。子供もいる。主要な顧客層と年代が一致している。

(聞き手・本多信博)