

人気ママブロガーを使った住宅に注目 オンライン販売にも登場 主婦目線が買い手に共感

ポラスグループのポラストウン開発がママブロガーとコラボして手掛けた分譲住宅に注目が集まっている。住宅のプラン提案の他、オンライン販売にもかかわり、若い共働き世帯の食指を動かしている。

分譲住宅は同社が埼玉県さいたま市で開発した「KIZUKIの家 東浦和」。全15棟中、既に14棟が成約済みだ。3月にモデルハウスが完成したものの、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、思いうような集客ができない。この分譲住宅最大の特徴であるママブロガーの視点をふんだんに取り入れた設計などをPRするにはどうしたらいいのか――。そこで同社が考えたのが、オンライン上で展開するルームツアーだ。

ルームツアーには、心地よく暮らすための工夫やアイデアを発信し、子育て女性からの人気が高いママブロガーの中山あいこさんと同社営業担当者が登場。「らく家事＆散らからない家づくりの3つのポイント」をテーマに、ママブロガーから見た「KIZUKIの家」のポイントを紹介している。例えば、営業担当者が土間収納の存在を紹介すると、中山さんが、「キャンプ用品やベビーカーを置いたり、ハンガーパイプも付いているので濡れた雨具もかけることができる」などと説明。非対面でも、住宅購入を検討する消費者に、暮らしがイメージできるよう、ママブロガーの目線から住宅を紹介している。視聴時間は約10分。その間に、モデルハウスの様々な特徴を紹介し、見終わったときには、リアルに見学したような感覚を持つ客も少

なくないという。同社埼玉中央事務所設計課の内田里絵係長は「KIZUKIの家で、中山さんがこだわったのは主に空間の使い方と収納、家事動線の3点。2階だけにしかクローゼットがないと、出かける直前の忘れ物などいちいち取りに行くのが面倒だと、1階のクローゼットを提案されるなど、主婦目線としての案をいくつもあげてもらい、設計などに反映した」と話す。

この動画は6月から流され、1か月程度で2000件近く再生された。同社営業担当者は「緊急事態宣言解除後、成約が目立ち始めたが、動画開始後、その流れが加速した」と明かす。

購買部が商品開発に一役

今回の分譲住宅は、中山さんの他に、LIXILも加わっている。同社によると、LIXILはブロガーらを集め、収納などについて意見を聞いている。中山さんも、その中のメンバーの一人という。普段からLIXILと住宅で使う商品について話をする、ポラス購買部が、ママブロガー目線での住宅を作りたいと、LIXILに話したことをきっかけに、今回の3者のコラボが実現した。一般的に購買部というと、資材調達などを手掛ける。だが、ポラス購買部では、他メーカーと商品の使い方などにつ

いて一緒に検討しながら、住宅の商品企画にかかわっている。購買部商品開発課の仲麻衣子主任は「今回のKIZUKIの家の成功例を生かし、今後も他社との連携を図っていきながら、商品開発を続けていく」と強調する。



ママブロガーの目線を反映した室内空間