ネクストワンインターナショナルが提供する「ｗｉｔｈｍａｍａ」ブランド

「ママ座談会」で商品力強化

「シングルママ」支援の商品も

3月からVC立ち上げ

加盟店40社、年間施工棟数1千棟にしていく計画だ。

千葉県内房エリアで年間200棟の注文住宅を供給しているネクストワンインターナショナル（東京都港区、遠藤一平社長）は、供給棟数の約75％が「ママの見方、家族の味方。」をコンセプトとする「ｗｉｔｈｍａｍａ」ブランドとして展開している。同社は2012年5月からスタートした「ママ座談会」での意見を住まいづくりに反映させることで、商品力を強化しているのが特徴だ。さらに今年からは「シングルママ」に対する社会的貢献を目的とした「Ｃｕｔｅ」をブランドに追加。3月からは「ｗｉｔｈｍａｍａＶＣネットワーク」を立ち上げており、今後3年をメドに加盟店40社、年間施工棟数1千棟にしていく計画だ。

同社は2010年11月に設立。千葉県千葉市から君津市に至るエリアで注文住宅を年間200棟供給するなど、内房エリアにおいて地域シェアナンバーワンを標榜している。

11年1月には、「女性を中心とした家づくりをした方がよい」という考えから、ママ目線の規格型ブランドとして「ｗｉｔｈｍａｍａ」を立ち上げ、市原市内に第一弾となるモデルハウスを開設した。同社供給棟数の約75％が「ｗｉｔｈｍａｍａ」ブランドとして展開していることもあり「内房エリアでは会社名よりもブランド名の知名度が高いくらいブランドを前面に出している」（遠藤社長）という。

主婦目線による住宅は競合他社でも取り組んでいるが、遠藤社長は「商品の開発工程が圧倒的に違う」と強調する。

商品開発を行ううえで基本となるのが「ママ座談会」の開催だ。座談会は月1回・6ヵ月にわたり行われるもので、同社で住宅を購入したOBが参加する。実際に住んでいる人だからこそわかる商品や間取りに関する意見のほか、こういうイベントがあれば集客ができるというものまであり、それらの意見がタイムリーに反映されていく。

同社には千葉県内に5店舗があり、各店舗1棟程度の移動型モデルハウスを設置。座談会で語られた率直な意見は1ヵ月程度で設計担当者が落とし込み、新たに建設する移動式モデルハウスに反映させている。そのため「移動式モデルハウスの方が売れ行きがよい」（遠藤社長）と語る。

さらに同社が行うイベントは、建物の見学会による集客よりもフリーマーケットなどの集客イベントが中心。「将来的に購入を検討する人を見つける」といったイベントが大半だという。

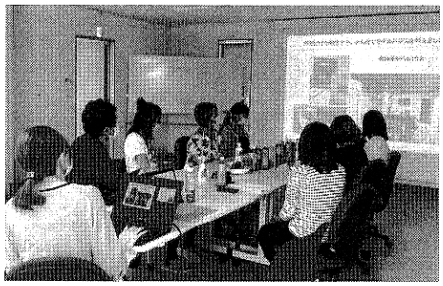
紹介率は50％に

そういった取り組みが奏功して、同社の紹介率は50％近くに及んでいるのが特徴だ。現在、月に100件程度の反響に対して、50件で対面、そのうち15件が契約に結び付いているという。

同社はさらに今年からは、「シングルママ」の住宅購入を支援する社会貢献的な取り組みとして「Ｃｕｔｅ」を立ち上げた。同社の昨年実績をみると、「10件程度のお客さんがシングルママだった」（遠藤社長）という。そのため、従来の「ｗｉｔｈｍａｍａ」ブランドよりもシンプルかつコンパクトとし、延床面積も3割程度小さい商品であり、価格も坪あたり3～4万円割安としているのが特徴。

「家賃と同じ程度であれば買った方がいいという発想で、土地や建物は将来的な資産となり家族にも残すことができる」（遠藤社長）という考えから発想されたもの。今後はブランディングを精査していくことで、年間10～15棟程度の受注を目指す。

さらに3月からは、「ｗｉｔｈｍａｍａ」ブランドを展開するための「ｗｉｔｈｍａｍａＶＣネットワーク」をスタート。今後3年をメドに加盟店40社、「ｗｉｔｈｍａｍａ」ブランドの施工について年間1千棟を目指す。



「ママ座談会」で出された意見が速やかに商品に反映される

フリーマーケットなどの集客イベントによって「将来の購入検討者」を発掘している

住宅産業新聞
発行所　住宅産業新聞社
発行人　宮村昭広
〒160-0022 東京都新宿区新宿6-28-8 ラ・ベルティ新宿1101
TEL (03)6233-9611
ニュースリリース等は 編集部 housenews@housenews.jp
広告掲載・購読のお申込みは 企画部 jutaku@housenews.jp
http://www.housenews.jp
ⓒ住宅産業新聞社 2021

納得の白蟻防除対策
10 兒玉商會
東京☎03(3586)9171
大阪☎06(6262)0248
福岡☎092(521)3131