危機乗り切り仕入れ再開

販売力生かし完売相次ぐ

集客、商品演出、契約 全社的循環が好結果

フージャースコーポレーション 廣岡哲也社長に聞く

フージャースコーポレーションが回復軌道に入った。大型マンションを含め完売物件が相次ぐなど足元の販売は好調で、経営課題だった在庫も圧縮。昨年12月には自社分譲物件の着工にも踏み切り、第3四半期決算では「継続企業の疑義に関する注記」も記載解消した。金融混乱後の危機を乗り切り、再スタートを切った廣岡哲也社長に話を聞いた。

――不動産マーケットに対する認識は

「経済規模がピーク時の6割に縮小する『6割経済』という経済認識があるが、マンション市場は6割どころか5割、4割というのが実感だ。金融危機を経て、安く、広く、立地のいい〝3P（価格・企画・立地）〟を求める消費者ニーズがさらに強まり、とくに返済余力から買える価格を算出する消費行動がすっかり定着した」

「しかも消費者は商品に妥協するわけではない。むしろ嗜好の多様化はますます進んだ。インターネットを通した商品や価格情報の共有化もあり、マンション市場は完全に消費者主導に転換したと言っていい。もはや小手先の商品企画や、その場しのぎの値引きによる販売は通用しない。つい先日までの危機から学んだのは、こうした消費者のニーズや嗜好を消費者の代理人として住宅商品に具現化するのがデベロッパーの存在意義であり、消費者が必要としない企業は消費者が生かしてくれないという冷徹な事実だ」

――足元の販売状況は

「昨年9月から販売を始めた約500戸の『グランドホライゾン・トーキョーベイ』を4カ月間で完売するなど、代理を含めた今期の販売目標1500戸はすでにクリアした。楽観はしていないが、足元の販売は好調と言って間違いない」

――好調の要因は

「消費者が極端に萎縮した〝有事〟マーケットに見合った価格設定や、ライバルである同業者が減った環境変化も奏功したが、それだけでなく細分化したニーズにきめ細かく応える当社の販売力によるところも大きいと自負している。もともと創業時からデフレに育てられてきた企業であり、『低価格で良質な住まい』が求められる環境には適応力がある」

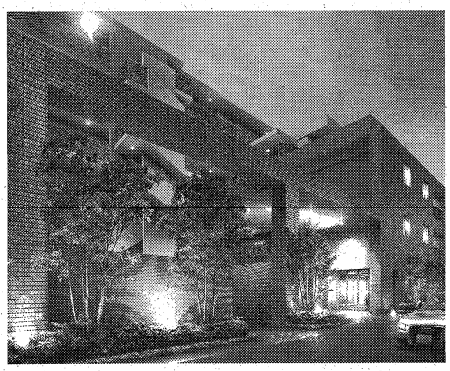
――販売力には定評があります

「ひと言で言えば〝できることは何でもやろう〟という販売スタンスが当社の強みであり、創業時からのDNAだ。具体的には、顧客を集め、商品を見せ、クロージングに持ち込む『集める・魅（見）せる・（契約まで）詰める』という営業の各ステージの内容がより科学的に構築され、それをバランス良く、うまく循環させているということだ」

「集めるとは、どこから、どんな顧客を、どうやって集客するかを仮説を立てながら実証すること。マス媒体で集客できなければ、ポスティングや飛び込みといった手法も取り入れる」

「〝魅せる〟はプレ営業を通して収集した顧客の嗜好性を販売現場に絶えずフィードバックし続けながら、現場によって異なる顧客を刺激する商品の演出を心掛けることだ。例えばファッションや車の嗜好は、住まいに対する嗜好を知るうえでの大きなヒントになる」

「クロージングでは、ライフステージによって異なる顧客の価値観に合った提案を重視している。夫婦2人と子育て中の顧客では、価格はもちろん間取りや立地など、求めるものが大きく異なり、ニーズに合った最適解を導き出すコンサルティングがなければ契約には至らない。男女それぞれ幅広い年齢層の営業スタッフをそろえていることが、実感を伴ったコンサルティング営業に大いに役立っている」



自社分譲マンションとして昨年末に着工した「デュオヒルズ千葉椿森」

フィービジネス強化 代理を全国展開

――自社分譲マンションの事業化を再開しました

「建築費がピーク時から2～3割下がり、ファイナンスにもめどがついたので凍結していた事業の再始動に踏み切った。とりあえず千葉の56戸と、東京・府中駅前でDINKS向けに85戸、さらに埼玉・新所沢駅前ではファミリー向けの約160戸にも着手したところだ。販売状況を見ながら、来期以降に残りの手持ち物件にも順次着手したい」

「次の成長を見据えて用地仕入れも再開した。現段階で取得した案件はないが、当面は郊外・都心を問わず、ディストレスト資産を対象に短期間での資金回収が可能な案件を狙う。来期には通常の仕入れもできるのではないか。得意とする郊外の大型マンションや、地価の下がった都心でも駅前立地で高回転が見込めるものを手掛けるつもりだ」

――分譲集中からフィービジネスも織り込んだ事業ポートフォリオへの転換を目指しています

「第2の経営の柱として販売代理を強化する。この2月には受託営業部も新設した。販売代理は開発（分譲）事業と違って利幅こそ大きくないが、最小限のリスクで、自社分譲にフィードバックできる顧客ニーズの吸収が可能だ。イメージとしては開発事業500戸に対して販売代理が1000戸。販売代理の手数料によって一般管理費などの固定費を賄い、開発事業で利益を上積みするという考え方だ」

「幸い、当社の販売力を信頼してオファーも多く、最近は市況がより厳しい地方のデベロッパーからも販売依頼が増えている。すでに甲府のマンションを完売した。東北や九州、四国の案件も検討中だ。地域や物件特性を問わず幅広く受託する。地方では首都圏ほど知名度はないが、売り切る自信はある」