



郊外・バス便立地に低価格で供給するマンション「ウイズシリーズ」が団塊ジュニアに受け、東証1部上場を果たしたフージャースコーポレーション。

小川栄一常務は、「郊外ならどこでもいいというわけではないし、安いから売れるというわけでもない。大手ディベロッパーが手を出さない土地に集まる住宅ニーズに仮説を立てて商品化し、現場の反応を見てすぐに修正を加える、顧客に寄り添った事業展

小川・フージャースコーポ常務

東証1部上場の原動力語る

顧客の価値観つかみ
組織営業で連続完売



小川栄一常務

開が命」と、ニーズありきの供給を強調する。
「ニーズありき」は、言うは易いが、実際に行うのは困難

「バス便といっても、現実には駅まで2kmぐらいは自転車を使うユーザーがほとんど

難。だから会社では、都会の会議室の議論ではつかめないユーザーの声を役員自らが現場に赴いてヒアリングし、翌週には商品に反映させる「現場主義とスピード感とを最も大切にする」。

「バス便といっても、現実には駅まで2kmぐらいは自転車をを使うユーザーがほとんど

え、企画段階のプロシエクト修正可能な部分には修正を加ける秘訣」と、組織力重視のマンション事業を強調した。

難。だから会社では、都会の会議室の議論ではつかめないユーザーの声を役員自らが現場に赴いてヒアリングし、翌週には商品に反映させる「現場主義とスピード感とを最も大切にする」。

モデルルームが閉まった日曜日には、「本社で報告書をつつより早い」という理由で、廣岡哲也社長も含めて役員が現場に集合。営業担当から聞いた顧客の反応を元に修正可能な部分には修正を加える秘訣」と、組織力重視のマンション事業を強調した。

「価格が同じなら、建物ハロードに関しては、どのディベロッパーもほぼ横並びの内容。だから、ターゲットに想定した顧客の価値観を把握することが大切になる。そして、この価値観から導き出した商品の味付けやソフトの部分を、仕入れから企画、販売、広告まですべてのラインが間違いなく共有し、つないでいっていることが完売を続ける秘訣」と、組織力重視のマンション事業を強調した。

だから気にならない。更に、地元職場への自動車通勤が多い郊外のマンションでは、駅距離よりも駐車場100%の方が選択の決め手になりやすい」と、小川常務は郊外居住者のニーズを説明する。

「価格が同じなら、建物ハロードに関しては、どのディベロッパーもほぼ横並びの内容。だから、ターゲットに想定した顧客の価値観を把握することが大切になる。そして、この価値観から導き出した商品の味付けやソフトの部分を、仕入れから企画、販売、広告まですべてのラインが間違いなく共有し、つないでいっていることが完売を続ける秘訣」と、組織力重視のマンション事業を強調した。



株式会社

フージャースコーポレーション

Hoosiers