

中古再販ビジネス

ホームネット

東京、大阪、名古屋、福岡に拠点をもち、前期250戸の中古再生マンションを販売したホームネット(東京都中野区)。今期300戸超の販売を見込む同社の濱中雄大社長に、物件の特徴や戦略を聞いた。

ソフト面を重視

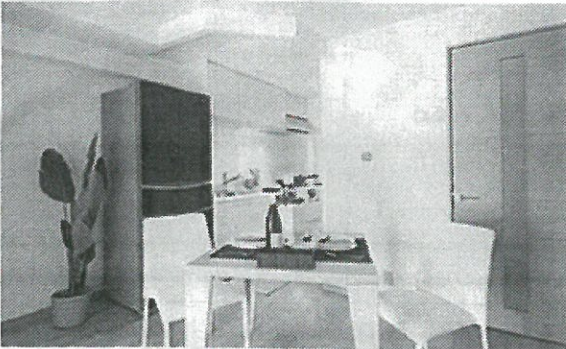
「どうやっても中古は中古。そのままでは新築には勝てません。そのため、家具付きでの販売やアフターサービスといったソフト面にも力を入れていきます」と濱中雄大社長は話す。

同社のメインブランド「FURVAL(ファール)シリーズ」の特徴は、家具、家電、さらには食器や調理器具などの日用雑貨までセットで販売しているということ。家具はニトリとキイパーソン、家電はヤマダ電機と提携。

設備にもこだわっており、キッチンにはクリナップの「KT」、バスはTOTOの「RDシリーズ」、洗面化粧台はLIXILの「Pilara」を使用。床材には大建工業の「MYフロア」を、ドアにはアイ工業のものを採用している。



▲「無印良品」とコラボした「MUJI INFILL 0」も販売開始



▲家具・家電・日用雑貨まで揃った「FURVAL」シリーズ

日用雑貨まで付いてくる再販物件

「無印良品」とコラボも



濱中雄大社長

同ブランドのターゲット層は、年収400万〜500万円ほどのファミリー層。そのため、販売価格は300万円以下が中心。

「住宅の購入に手いっぱい、家具や家電、雑貨にまで手が回らない方は多いので、住宅ローンに一式をまとめられる『FURVAL』は好評です。大阪での反響が特に良かった。一方で、300万円を超えるような物件を購入されるお客様は、ご自分で家具を考えたという方も多いので、対象物件をある程度絞っています」(濱中社長)

また、10月にはMUJI HOUSE(東京都豊島区)と提携。リノベーションマンション「MUJI INFILL 0」の販売を開始した。こちらは、「FURVAL」と異なる価格帯の400万円〜4500万円ほどで販売していく。

「全国には12万人もの『ムジラー』がいると言われています。高い認知度を持つブランドとコラボすることで、物件の価値をより高めていきます」

地方展開を推進

同社では営業エリアの拡大も進めている。2年半前に大阪に進出。既に、累計の販売戸数は150戸を超えた。昨年には、福岡と名古屋にも拠点を開設。さらに、12月には仙台支店をオープンした。そして、来年の夏には札幌支店を計画している。

「他多くの会社と異なるのは、東京以外にも事業を展開している点です。東京ではリノベ完成前に2割が売れるほど活況ですが、参入業者も多く、仕入れ価格が上昇している。利益が確保しづらくなってきています。そこで地方進出に力を入れています。そのため、地方シェアが高い戸建ての買取再販を始める準備も並行して進めています」(濱中社長)

会社概要

本社 東京都中野区 / 設立 2000年12月 / 資本金 1億2950万円 / 平均販売価格 3000万円 / 仕入れ～販売までの平均期間180日 / 年間販売戸数 250戸 / 社員数 55人(来期には70~75人の予定)