



多くの人々へFunを 多くの人々をFanに

(株)ファン・ライフカンパニー

専務取締役 櫻井 健一 氏 (沼田支部所属)



Q & A

▼会社紹介・自己紹介

当社は、二〇一八年二月に沼栄(しょうえい)からファン・ライフカンパニーへと社名を変更し、同年四月にリクシルF.CのOZETORIO住器を統合して新たなスタートを切りました。社名の「ファン」には「楽しむ・驚く」「Fun、支持される・愛される」「Fan」という二つの想いが込められ、企業理念(※タイトル)にも使っています。

代表は沼田アルミ・社長の高橋秀隆が兼務し、私は沼田アルミの専務を兼務する事で、事業の幅も拡充させました。

そして「まちづくり」や「家づくり」を通して、そこに暮らす人々の笑顔・喜び・楽しみを創造する企業を目指しています。

▼今回のPRは

二〇一八年七月にオープンさせた「モデルルーム」と、二〇一九年二月に販売開始の「分譲地」です。

今回紹介するモデルルーム

は単に当社の住宅を見学する場ではなく、「暮らしの楽しみ方」を体感してもらおう為の場所としてご用意しました。大人が楽しむホームパーティーや各種イベントなど、自由にお使い頂けます。建物は「五〇年先の変わらぬ価値と上質な空間」をコンセプトに、ミッドセンチュリー様式をふんだんに取り入れ「MID50S」というブランド名で展開しています。

分譲地は、沼田市横塚で一期十区画の建築条件付で販売を開始しました。「木洩れ日の杜」と名前を付けて、街を創るイメージで設計し、建物だけでなく植樹される木々や造庭までこだわっています。

住居プランは当社の「プレシヤステージ」というシリーズにて「ホワイト・ナチュラル・



シック」三つの基本デザインをベースとしたセミオーダーで、販売価格には、土地と建物(照明器具・カーテン全室、ダイニング・リビング家具、外構・造園工事)が含まれます。外観上の特徴としては、全戸に屋根付きカーポート(二台分)、カーポートの上はメイン空間から連動するルーフガーデンが用意されています。

シンボルツリーを囲むように整然と配置された住宅。細部まで整備された共有空間は、これから住む人や家族のことを想像し、イメージを繰り返し積み上げた自信の提案です。

▼取り組んだ経緯

これまででは、どちらかというとお客様が来るのを待つ「待ちの営業」スタイルでしたが、待つ

ているだけでは、少子化や首都圏への人口流出、またハウスメーカーとの競合など、地域の住宅業界が追い込まれている現状を打破出来ません。だからこそ「住むことがステータス」となるようなブランディング戦略や家づくりを通し、そこで暮らす楽しさを積極的に発信・提案することで、お客様から選んでいただける企業に変わる必要がありました。まさに理念どおりの事業展開です。

▼これからの目標

目標は利根沼田エリアナンパーワンです。地域の若い世代はもちろん、川場田園プラザや近隣スキー場などの観光施設も武器に、別荘としての提案や外国人の方も広くターゲットとして捉えています。

その土地で暮らし仕事をする我々が、その土地の良さを深く理解し発信していけば、Fanは増え続けていくと信じていますし、地域活性化の一助にもなると考えています。

所在地/沼田市白沢町上古語父1365-1
連絡先/TEL0278-53-2521
URL/fun-lifecompany.jp