



トータルブレイン
久光龍彦氏の
首都圏マンション市場

45

デベロッパー各社からコンパクト商品の需給バランスに関する質問が多くなった。つまり、多すぎて売れ行きが悪くなっているのではないかと懸念である。実際に販売の前線を見ても都心コンパクト商品の苦戦物件がみられるようになってきた。

コンパクト商品が難しいのは幾つか理由がある。

まず、ファミリーマンションに比べるとマーケットが小さいため、需給バランスが非常に重要となる点。

次に、商品面の差別化が難しいために自然と駅距離・住環境など立地条件による差別化に頼らざるを得なくなる点。

リビオレゾン南阿佐ヶ谷

新日鉄都市開発

抜群の需給バランス見抜く

好調要因

リユーム)がかなり制限されるという点である。

今回取り上げた新日鉄都市開発のリビオレゾン南阿佐ヶ谷は総戸数わずか21戸のコンパクト物件である。

青梅街道沿いで決して競争力が高いとはいえないもの

さらには、物件規模が小さいケースが多いため、広告宣伝費など販売経費を充分に確保できず、広告手段・内容・ホ

さらには、物件規模が小さいケースが多いため、広告宣伝費など販売経費を充分に確保できず、広告手段・内容・ホ

静に分析してみると全く逆の動きとなっていた。

2000年以降現在まで12

で供給された物件では7物件中6物件が平均面積60平方メートルになっており、近年このエリアはクロス住型のファミリーマンション市場に変化している。

つまり、同物件はこのエリアでは約6年ぶりのコンパクト商品で、需給バランスが非常に良かったと判断される。

これは、半年前に同社が売り出した物件でも、シングル

また、セキュリティの充実に加え、仕様設備もシングルのニーズを細かく研究した結果を商品づくりに生かしたことが挙げられる。

年間の供給状況を見ると、全部で18物件が供給されている。2000〜05年までは11物件中9物件が平均専有面積30〜50平方メートルで過去はコンパクト商品中心の市場だった。

次に商品企画である。青梅街道のある北側に居室は一切設けていない。全戸南向き、

3戸1EV(5階以上は2戸1EV)で角部屋比率85%とは、40平方メートルギリギリの面積という配棟上の付加価値もあ

また、セキュリティの充実に加え、仕様設備もシングル

高歩留まりの要因として、40平方メートルギリギリの面積設定によりクロス価格をターゲットの購入体力(3000万円台前半)に合わせ、DINKS層のニーズを細かく研究した結果を商品づくりに生かしたことが挙げられる。

の、この16月の発売からわずか2カ月でほぼ完売している。

では、どうやって好結果を出したのか。

まず、南阿佐ヶ谷駅徒歩10

分圏の市場を見たい。都心部を中心とするコンパクト化の波がこのエリアにも押し寄せ

ていると思ったが、市場を冷静に分析してみると全く逆の動きとなっていた。

2000年以降現在まで12

り出した物件でも、シングル

また、セキュリティの充

実に加え、仕様設備もシング

のニーズを細

かく研究した

結果を商品づ

くりを生かし

たことが挙げ

られる。

〈概要〉 事業主：新日鉄都市開発 所在地：杉並区成田東5ノ28ノ6 交通：東京メトロ丸の内線南阿佐ヶ谷駅徒歩5分ほか、総戸数21戸 販売戸数21戸 専有面積40・29〜54・56平方メートル(平均46・42平方メートル) 価格1299万円〜4940万円(平均3913万円) 平均坪単価278・7万円 竣工年月2012年2月(予定)

社長