

# 都市圏 ブレイク 地域の 特徴理解し 事業化は慎重に

首都圏マンション市場郊外エリアの現状(東京都下)

郊外エリアでの事業化は慎重に。  
マンション市場調査会社・トータルブレインの久光龍彦社長によると、首都圏の郊外エリアでマンションを事業化する場合、地域の特徴を理解した上で慎重に取り組む必

要がある。  
新宿、渋谷、池袋といった都心ターミナル駅から快速・急行電車で30分以上かかる東京都下の郊外部は、23区内に比べ持ち家比率が高く、一戸建て住宅志向が強い。  
従って都下郊外部のマ

ンション市場は23区内の延長線上にあるわけではないと指摘する。  
近年、デベロッパーの供給は都心回帰傾向にあるため、郊外部の需給バランスは良好だ。ただし、西武線や京王相模原線など一部の路線では供給ボ

リユームが増えており、今後の計画には注意を促す。  
また、郊外の市場は集客が地元中心となるため、狭いエリアをどのように攻めるかが販売戦略の柱になると指摘する。  
さらに、メジャーで人氣のある沿線でない

ば、特に大型物件は集客面で苦労するとみている。都心方面へのアクセスが充実するなど、沿線力がないと販売は厳しいという。  
加えて、建売一戸建て住宅との競合も考慮しなければならぬ。「安いから検討する」といった価格面の競争力が求められると指摘する。  
都下の郊外エリアは多摩丘陵に位置するため、物件へのアプローチに坂や崖のあるケースが多い。アップダウンはそれだけでネックになり、販

売が不利になることもある。郊外部の立地評価は、都心近郊よりも慎重に判断するべきだとしている。  
都下の郊外部は需給バランスが良く、個別案件を見ると販売好調な物件が多くあるため、狙い目に映るかもしれない。ただ、久光社長は「ピンポイントでエリアの特徴を理解することが求められる」と話す。物件の立地評価や顧客の購入体力を見極めて事業化に臨む必要があるのだという。