

マンションコンサルの
トータルブレインが提言

中

首都圏市場の戦略

「コンパクトマンションやワンルームマンションは積極的に取り組むべき」

トータルブレインは、首都圏マンションの事業展開のポイントの一つをこう指摘する。

コンパクト商品に取り組むべき理由には13年以降、需給バランスが改善して売れ行きが好転していることに加えて3点を挙げる。「マーケットの購入体力の上昇」「供給エリアの拡大」「事業の多様性の確保」だ。

理職者の登用が増加する見通しであることが背景にある。

トータルブレインは、「過去の購入比率は女性の割合が

うになってきている」と説明する。

同時に、政府の成長戦略の1つに女性の活用が掲げられていることから、「管理職者の増加は所得の上昇に直結する。女性の購入体力の上昇に今後、期待が持てる状況」

（トータルブレイン）という。また、コンパクト商品の供

トータルブレインは、「単身者が増加していることで、近郊・郊外部でも急行停車駅など交通利便性が高く、商業集積などの駅力が高いエリアの駅近立地で需給バランスが良好であれば、供給が可能」と指摘している。

事業の引き出しを増やす手段としても必要だという。コ

「コンパクト」積極的に

購入体力が上昇基調

圧倒的に多く、7〜8割を占めていた。しかし最近ほぼ半々になっている。男性の購入が増加したことで購入体力が上昇している。売値の上昇にマーケットが対応できるよ

給は近年、城北や都下、さいたま市でも行われている。これまで供給されてきた都心・城南・城西などの人気エリアにとどまらず拡大している状況だという。

コンパクト商品という出口を用意しておくことで、「幅広いマーケットニーズに対応すること」や「用地情報を捨てずに生かす可能性を高めること」ができる」と説明する。

ワンルーム商品 需要者層が拡大

一方、ワンルームはターゲットの拡大が見られるという。従来の年金対策を考える一般的なサラリーマンに加え、「富裕層の節税対策・相続税対策」「ファンド・リーゾの活況による1棟買いニーズの増大」「海外からの投資マネー流入」だ。

トータルブレインは、「買手が多様化したことで、マーケットボリュームの更なる拡大が見込める」と指摘する。ただし、建築費高騰による原価上昇があるため、「開発会社が販売会社に卸して、販社も儲ける利益の二重取りができる状況にはならない」と言及。「開発会社が自ら販売すること」が前提条件」と説明する。