

3月も終わりを迎え、急速に春めいてきた。気温も上がり、木々も新芽が芽生え、新年度の到来を感じる季節となつた。今はそんな新しい季節の到来のように、デベロッパーとして新しく生まれ変わったセコムホームライフの成功物件を取り扱いたい。

同社は1966年創業の比較的古い会社であるが、2008年のリーマン・ショックで大きな痛手を受け、一時はマンション事業から距離を置いた。その後も進み、新社長のもと15年頃からマンション事業を徐々に再開。西麻布や志木などでJV



久光龍彦氏の
トータルブレイン

首都圏マンション市場



72

物件を手掛けたが、今回取り上げる「グローリオ笹塚」は同社が新しくマンション用地を取得した単独事業としては、新

好調要因

筆塚駅徒歩6分の駅近立地でありながら、閑静で緑の多い住環境は希少価値が高い。また渋谷区立地で人気の高い代々木原駅にも徒歩圏と立地のボテンシャルは非常に高い。もともと同社は23区内での供給が多いデ

商品企画、販売手法 根本から見直し

体制後初の分譲マンション事業である。

この物件は筆塚駅徒歩6分、アッパーサラリーマン層にも人の供給も増えていった。新生セ

セコムホームライフでは、好立地にいたわってマンション用地を

ベロッパーだったが、06年の格上昇期頃から供給エリアが郊外化、埼玉・千葉など郊外部でマンションセキュリティシステム・コンロ火災自動消火システム・セキュリティ収納戸・外化、埼玉・千葉など郊外部でマンションセキュリティシステムなどを、以前のグローリオのブランドイメージを徹底的に見直し、セコムの安心・安全に沿つ

ていている。

同社は新体制のもと自社マンションのコンセプト、供給エリアを整理、その魅力のポイントを全社で共有化、金員が同レベルで物件の魅力が語れるよう関係者全員による勉強会も頻繁に行われている。また、この統一

も妥当性が高い。

まさに売れる

条件がそつた物件だが今回は

同社の変革に注目し検証した

い。

①再開発が進む筆塚駅南口徒歩6分の駅近公園、商業施設に隣接する好立地

筆塚駅徒歩6分の駅近立地で、安全・安心を前面に打ち出した商品企画となっている。▽

②セコムブランドの強みを生かした商品企画

当物件は親会社であるセコムのアランド力を最大限生かすべく、安全・安心を前面に打ち出した商品企画となっている。▽

③基本的に忠実に販売戦略を再構築する▽共用部を守る▽盗難から守る▽テーマに耐震等級2・共用部の非常通報画像監視シ

当物件は、物件のありとあらゆる魅力を100項目抽出して、販売力の向上を目指している。

△概要△事業主=セコムホームライフ 所在地=渋谷区幡ヶ谷1ノ11ノ1ほか 構造規模=R.C.造8階建て総戸数59戸、販売戸数59戸 専有面積=43・43・85・63m² 販売価格=33850万～9300万円 平均坪単価=3225万円 竣工予定=2014年12月下旬