



トータルブレイン
久光龍彦氏の

首都圏マンション市場

84

住宅マーケットに関しては、昨年から強まった利便性を重視する指向がさらに加速している。マンションでは、郊外駅遠立地物件の集客が苦戦し、販売はますます長期化する傾向が強まっているが、一戸建て住宅においても同様の状況となっている。建て売りの一戸建てでも、立地の利便性が強く求められ、本来の建て売り戸建て市場のホームグラウンドであった郊外や駅から10分以上の駅遠立地での売れ行きが苦戦。一戸建て住宅にもマンションと同様の利便性が求められるようになってきている。その結果、最近は一戸建ての売れ行き不振の声非常に強い。大手パワービルダーや大手ハウスメーカー

トリニティイズム みずほ台

新興商事

一、地元の工務店のいずれも、建て売り戸建て事業で苦戦を強いられている。そんな中、戸建て開発事業に乗り出して

好調要因
戸建て

日の浅いデベロッパが好結果を出している。東武東上線の志木駅、柳瀬川駅の先、「みずほ台」という駅で4700〜4800万円台中心の建て売り戸建てが21区画、ゴールデンウィークに第1期11戸を売り出し当月完売と絶好調。価格では志木駅並みの高

ても立地と商品力が鍵

価格水準である。錦糸町に本社を構えるデベロッパの新興商事が開発した。戸建て市場が厳しい中、郊外エリアの建て売りがなぜこんな高値で好調なのか？今月はめずらしく建て売り戸建ての好調事例を見ていきたい。

①みずほ台の駅徒歩5分、企業の社宅跡地で地元での評価が高いピン立地

みずほ台は、東武東上線の「志木」と「ふじみ野」の間に位置する駅で、駅前はきれ

ノ木公園がある。もともとNTTの社宅跡地で地元でも評価が高い立地である。

②敷地の外構全体の計画で個性を演出
計画敷地は南東・南西・北西の3面が6m道路で解放感があり、接道条件は良好、敷地を南北に横断する道路も、敷地に斜めに柔らかなカーブをつけてデザインしている。

また、街区内はLED照明による光のゲート、足元灯、スポット灯、シンボルツリーの

プロを設けて、プランに特色を持たせる計画。例えば、スキップフロアで中2階を設けた「KURARAプラン」、吹き抜けてLD天井高を5m超としたプラン、勾配天井でLDを斜め天井としたプラン、和室に濡れ緑のデッキスペースを設けたプラン、リビングとダイニングをパティオ・中庭・テラスで分離したプラン、ビルトインカーポートプランなど、全てのプランを違うものにすることも大変な手間だが

いに区画され、スパーなどの便施設もあり、緑の多い閑静な住環境の街並みを有する戸建て中心の郊外ニュータウンエリアである。当計画地は、みずほ台駅南口から徒歩5分の駅近立地にもかかわらず、戸建てに囲まれた閑静な住環境、敷地街区に面して松

ライトアップなど、街区内の細かな照明計画が立てられている。

③一邸一邸すべて違うプランニングで個性を追求
住戸面積は、ほぼ100坪強で横並びだが、建物の間取りや外観は全て異なっている。1住戸ずつプランコンセ

品イメージを高めた
「住む人の美意識を映すデザイン」である。白・黒・タイル・ブラウンを統一しており、外観デザインは違っても街並みの統一感はいっかりと取っている。また、プラン面でも各住戸の収納率は20〜25%を確保するなど、使い

が、1プランずつ非常に魅力的な特徴を持たせている。また、外観上は色使い(白・黒・タイル・ブラウン)を統一しており、外観デザインは違っても街並みの統一感はいっかりと取っている。また、プラン面でも各住戸の収納率は20〜25%を確保するなど、使い

品イメージを高めた
「住む人の美意識を映すデザイン」である。白・黒・タイル・ブラウンを統一しており、外観デザインは違っても街並みの統一感はいっかりと取っている。また、プラン面でも各住戸の収納率は20〜25%を確保するなど、使い

品イメージを高めた
「住む人の美意識を映すデザイン」である。白・黒・タイル・ブラウンを統一しており、外観デザインは違っても街並みの統一感はいっかりと取っている。また、プラン面でも各住戸の収納率は20〜25%を確保するなど、使い

品イメージを高めた
「住む人の美意識を映すデザイン」である。白・黒・タイル・ブラウンを統一しており、外観デザインは違っても街並みの統一感はいっかりと取っている。また、プラン面でも各住戸の収納率は20〜25%を確保するなど、使い

△物件概要▽事業主：新興商事 所在地：埼玉県富士見市西みずほ台ノ26ノ16ほか(地番) 交通：東武東上線 みずほ台駅徒歩5分 総戸数：21邸 平均敷地面積：102.81平方m 平均建物面積：104.61平方m 平均販売価格：1期3次4700万円台中心 竣工月日：3月下旬〜6月上旬 施工：イトーピアホーム

の提案を行なっている。シンブルでスタイリッシュという当プロジェクトが目指したコンセプトとインテリアイメージが上手く同調している。

新興商事は、材木業を営む会社の不動産管理部門として1935年創業に設立された老舗企業である。当プロジェクトを推進しているのは、元声楽家という異色の経歴の副社長。今までの建て売り事業の常識にとらわれず、手間を惜しまず、「一つ一つ作り上げていったことが、ユーザーに評価されたと考えられる。立地と商品どちらも揃った高い商品力の物件は、郊外でも高値で売れるということなのではないだろうか。