

トータルブレインの



マンションコンサルティングのトータルブレイン（久光龍彦社長）はこのほど、「元気印のマーケット検証」と題したレポートをまとめた。ここでは、「元気印」とは、シングル、DINKS、パワーカップル、富裕層のこと。「共働き世

「元気印」が求める条件は？

帯の増加や生産年齢人口の減少といった社会背景が生み出した、新しいターゲット」（久光社長）だ。現在の首都圏マンション市場では、こうした元気印をターゲットとした商品の売れ行きは好調となっている。今回のレポートでは、同社の売れ行きヒアリング結果を基に、元気印が求める商品（コンパクト物件、セミグレード・ハイグレード物件）の条件を探った。

まず、1LDK中心のコンパクト物件について。立地条件としては、基本的に住環境よりも駅近などの利便性を重視。大通り沿いや商業ゾーン立地・住戸方位はマイナスにならないものの、前建てによる眺望障害や圧迫感はいかなる要素として大きい。

商品条件としては、ワイドスパン（1LDKで間口4.5坪、後半5.5坪以上）で、リビングと寝室が主開口部に面して並ぶプランが人気。収納を重視する傾向のほか、水回りの仕様水準にこだわる顧客が多い。価格条件としては、1LDKに関しては、都心、城南・城西エリアは3000万円後半、4500万円程度のニーズが強いが、好立地であれば5500万円までついてきているという。城東・城北の人気エリアは3000万円前半、後半が中心で、都下・神奈川・埼玉は一部を除くと基本的に2000万円台後半が中心だ。

次に、ハイグレード・セミハイグレード物件について。売れ行きの良い物件は、価格面では8000万〜9000万円台で、駅近（5分圏）立地。面積としては60〜70㎡台前半の面積を絞った物件が多く、クロス価格を重視している。つ目は、住環境よりも利便性が重視された立地。沿線力が強く、複数路線が使える駅徒歩5分以内の立地が必須条件となっている。2つ目は、クロス価格も重要であること。そのため、同レポートでは、元気印マーケットで事業に取り組む場合は、「エリアや商品性の違いによるターゲットの購入力差はあるものの、立地条件の判断とクロス感を強く意識することが必要」としている。

住環境よりも利便性重視

後半が中心だ。次に、ハイグレード・セミハイグレード物件について。売れ行きの良い物件は、価格面では8000万〜9000万円台で、駅近（5分圏）立地。面積としては60〜70㎡台前半の面積を絞った物件が多く、クロス価格を重視している。つ目は、住環境よりも利便性が重視された立地。沿線力が強く、複数路線が使える駅徒歩5分以内の立地が必須条件となっている。2つ目は、クロス価格も重要であること。そのため、同レポートでは、元気印マーケットで事業に取り組む場合は、「エリアや商品性の違いによるターゲットの購入力差はあるものの、立地条件の判断とクロス感を強く意識することが必要」としている。