

## トータルブレインの マンション 前線

好調3社の商品企画研究（オープンハウス・三井不レジ・モリモト）

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、「元気印ターゲットが主戦場の3社の商品企画の肝を探る」と題したレポートをまとめた。元気印とは、シングル、DIY、NKS、パワーカップル、富裕層のことで、最近の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が好調となっている。そこで今回のレ

ポートでは、元気印マーケットを得意としている3社（オープンハウス・ダイベロップメント、三井不動産レジデンシャル、モリモト）の供給物件を分析。元気印から評価される商品企画のポイントを探った。内廊下やワイドスパン採用のほか、仕様設備のグレードが高い物件が多いことが分かった。

まずは、オープンハウス・ダイベロップメント。供給エリアは都心・城南城西が中心で、駅からの距離も5分前後がほとんど。物件規模は総戸数20〜30戸台の小型が中心。変形敷地の小規模マンション用地で1フロア当たり3、4戸の配置となるため、角住戸比率が高く、内廊下の採用率も高いのが特徴。ワイドスパンも多く、平凡ではない特徴的なユニットプランが目立つ。また、仕様設備面では、二重床、二重天井、天然石張りの玄関・廊下、ミストサウナ、床暖房など、コンパクトながら同エリアのファミリー

物件と比較しても見劣りしないグレードだという。

同レポートでは、「元気印に人気のマーケットで、7000万円台までのグロス感の良いコンパクト商品で勝負している」と分析している。

### 内廊下やワイドスパン、“元気印”に評価

次に三井不動産レジデンシャル。元気印向け供給商品を見ると、供給エリアは都心・城南城西・横濱川崎の人気駅から徒歩10分以内。駅直結の大型再開発タワーや超都心のハイグレードタワー、超億ションといったスケールを生かした物件が多い。商業施設や公共施設との複合開発に加え、充実した共用スペース、免震・制震構造の採用、ワイドスパンのユニットプランに内廊下、設備仕様のグレ

ードも高い。大手でなければできない規模と商品性で、幅広い元気印層を獲得できる商品ラインアップとなっている。

最後にモリモト。供給エリアは都心・城南城西のハイグレードエリアが中心。必ずしも駅徒歩5分圏内ではないが、地元富裕層やアッパーサラリーマン層に評価の高い立地を厳選している。総戸数は50戸規模が多く、都心コンパクトからハイグレード億ションまで幅広い商品ラインアップとなっている。最大の特徴は、徹底した商品の作り込みとハイグレードな仕様設備・仕上げ、デザイン性へのこだわり。ワイドスパンのユニットフレームや内廊下の採用、自然石やタイルを多用した仕上げ、ランドスケープと外観デザインのグレード感など、物件のスケールは大きくないが、アッパー層のプライドを満足させる高級感や洗練されたデザインが徹底的に意識されているという。

最後にモリモト。供給エリアは都心・城南城西のハイグレードエリアが中心。必ずしも駅徒歩5分圏内ではないが、地元富裕層やアッパーサラリーマン層に評価の高い立地を厳選している。総戸数は50戸規模が多く、都心コンパクトからハイグレード億ションまで幅広い商品ラインアップとなっている。最大の特徴は、徹底した商品の作り込みとハイグレードな仕様設備・仕上げ、デザイン性へのこだわり。ワイドスパンのユニットフレームや内廊下の採用、自然石やタイルを多用した仕上げ、ランドスケープと外観デザインのグレード感など、物件のスケールは大きくないが、アッパー層のプライドを満足させる高級感や洗練されたデザインが徹底的に意識されているという。