

MARKET ANGLE in LIVING

June.2020
MAIL 06

マーケットが市場の動向を切り裂く、インテリジェンス・ペーパー

*The condominium market
after the convergence of corona,
"+S" is the focus of attention!?*

コロナ収束後の マンション市場、 “+S”が注目の的に!?

全世界に大打撃を与えている新型コロナウイルス。
前号ではこのコロナ収束後、需要が回復するのに
どれほどの時間を要するのかについて記した。
本記事ではコロナ収束後というテーマのまま
今度はマンション市場動向において需要が高まりそうな物件の特徴、
中でも“+S”=サービスルームの価値に着目して
今後の可能性を考察していきたい。

ユニフィット若手社員が最新「バズ」リ情報を切り抜くコラム

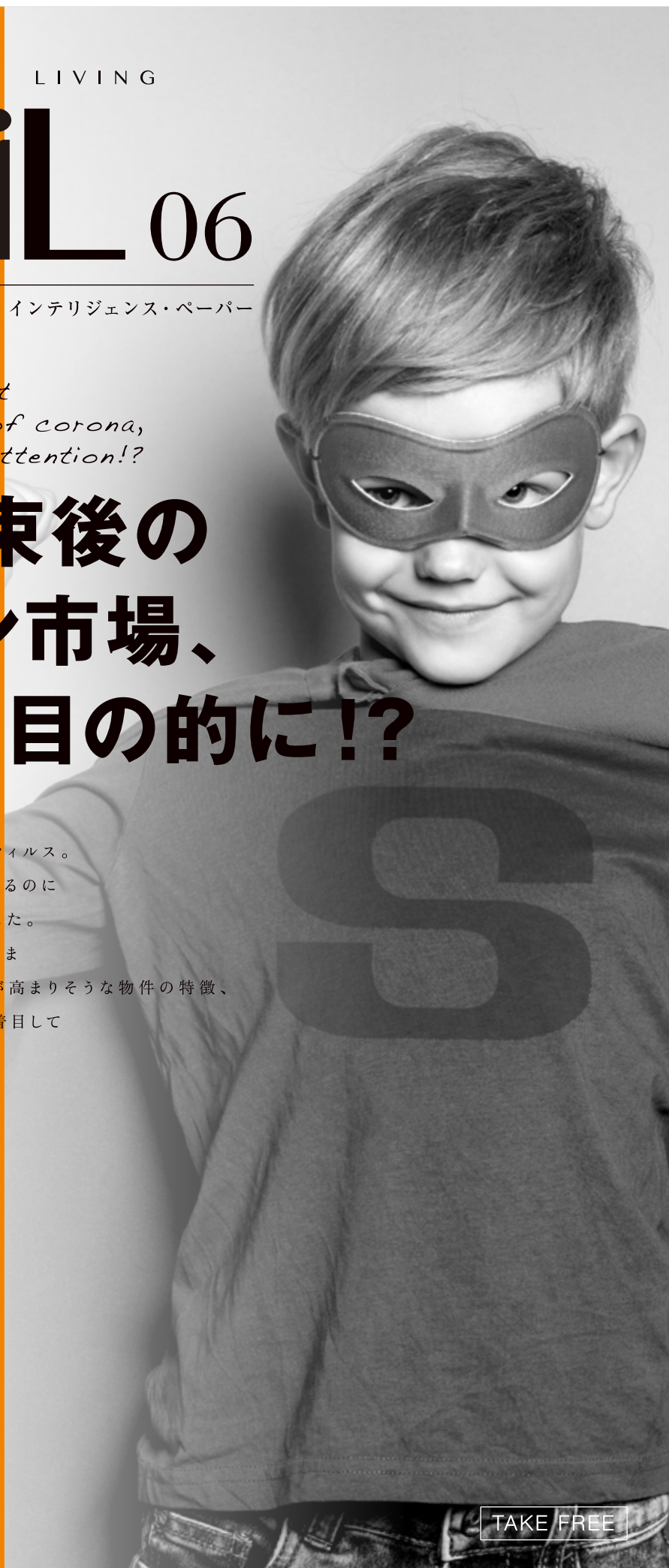
Buzz clipping

宣言解除後も
お気をつけて!
健康管理は継続して
元気で会いましょう!

Unifit

www.unifit.co.jp

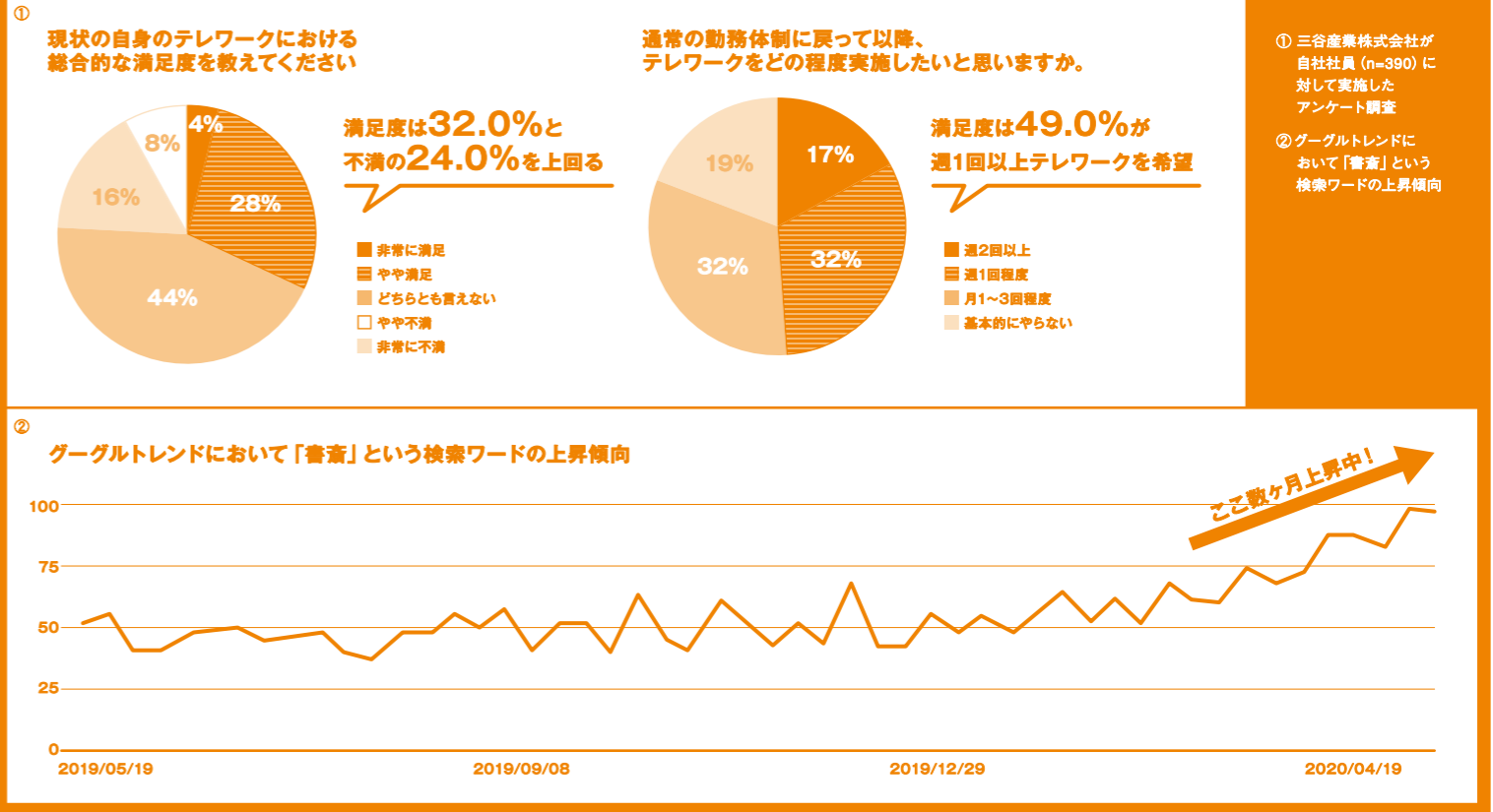
TAKE FREE



マンション需要回復後の人気住戸は？

“+S”=大きな付加価値になりうる可能性

全世界に大打撃を与えている新型コロナウイルス。前号ではこのコロナ収束後、需要が回復するのにどれほどの時間を要するのかについて記した。本記事ではコロナ収束後というテーマのまま今度はマンション市場動向において需要が高まりそうな物件の特徴、中でも“+S”=サービスルームの価値に着目して今後の可能性を考察していきたい。



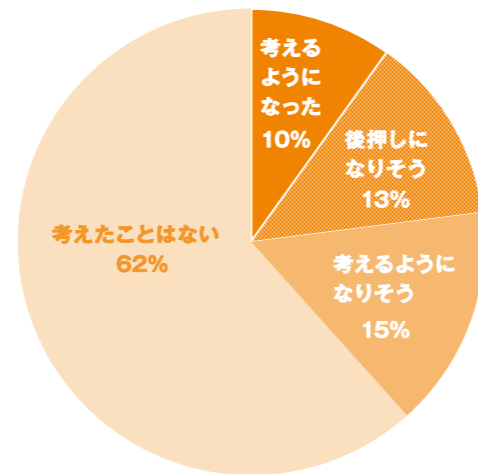
コロナによりテレワークが加速

新型コロナウイルスが猛威を奮い、不動産を含めた各業界に大きな影響を与えているのは周知の事実だ。そんな影響の1つにテレワーク増加があがる。もともと政府の「働き方改革」のもとに増加傾向にあったものの緊急事態宣言を受け一気に加速した。では実際にコロナ収束後もテレワークは続くのだろうか。2020年4月末に三谷産業株式会社が自社社員 (n=390) に対して実施したアンケート調査によるとテレワークの満足度は32%と不満の24%を上回る結果となった。さらに今後どのくらいの頻度でテレワークを実施したいかというアンケートについては49%の人が週1回以上実施したいと回答し、一方で基本的にやらないと回答した人はわずか19%だった。この結果から少なからずテレワークという働き方に対してポジティブな実感を得ている人がネガティブな実感を得ている人より多いことがわかる。

テレワークにおける落とし穴

しかしもちろん良いことばかりではなく、テレワークによって起こってしまう問題もある。その中の1つとして夫婦関係の問題が昨今注目されている。先日女性向け総合メディアの

Lip Popは、10代~50代の男女にコロナ離婚について調査したところ38%の人が考えているという回答を示した。



さらに先日SNSのTwitterにおいて「コロナ離婚」というワードがトレンド入り。テレワークに伴って在宅勤務も増加し、1日中家にいる夫に対してストレスが爆発していることが原因だ。特に在宅勤務においてリビングで仕事をしている場合は両者ともに家事や仕事の邪魔にならないように気をつかなければいけないため、ストレスは溜まりやすい。このテレワークに伴い在宅勤務も増える中で夫婦関係をしっかり保つことができるか否かはこの「withコロナ時代」において1つの課題となりそうだ。

サービスルーム注目度UPの可能性

そこで問題解決方法の1つとしてあがるのは書斎をしっかりと設けることだ。その証拠にグーグルトレンドにおいても現在「書斎」という検索ワードが上昇している。同じ家の中にいることには変わりはないが、仕事をきちんと設けることで日中顔を合わす機会を良い意味で減らし、夫婦関係の改善に努めるのが狙いだ。そしてこうした家の中に仕事場を設けることを目的に引っ越しを検討する層が増加すると考えると注目を浴びる可能性が高いのが「+S」、すなわちサービスルームである。もともとサービスルーム、例えば2LDK+Sの場合、消費者側にとって価格は3LDKより抑えられるものの「換気が悪い」「場所によってはエアコンが設置できない」との理由で懸念され、事業主側も表記としては2LDK+S (または2SLDK)と3LDKに比べて広告上見劣りするとされていた。すなわち双方から3LDKの下位互換としての見方が強い間取りであった。しかし在宅勤務者が増化する中でこのサービスルームは仕事用に1部屋設けながらも純粋に間数を増やすよりは広さもコンパクトで丁度良く、同時に価格も抑えられるというバランスの良い間取りとして人気住戸になる可能性は大いに有り得る。この風潮が浸透すれば今後はサービスルーム付きの住戸=間数を

確保したいが予算の追いつかない顧客の妥協プランではなく、仕事場という寝室以外の部屋を確保したい顧客の最適なプランというポジションを確立することができるかもしれない。

今後は“+S”訴求の可能性も

ではサービスルームの注目度が上昇すると、続いて考えられるのは事業主側の訴求内容の変化である。サービスルーム付きの住戸が今まで以上に広告上の露出が増加し、動画や特設サイトにおいて仕事場と居住地両方のスペックを訴求するプランとして提案され、また販売センターでもサービスルーム付き住戸をモデルルームにして顧客に見せる機会が増加するだろう。前号にて記したが、コロナ収束後の新築マンション需要回復に要する時間は他の業界 (例えば旅行・自動車業界など) と比較すると短い期間で需要は回復すると予想される。そこで事業主はコロナ収束後にしっかりとトレンドを掴んだ上での提案ができるかどうかがターニングポイントになるだろう。

Text by Oyama (staff of UNIFIT)