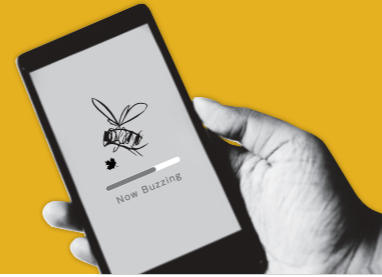


ユニフィット若手社員が  
最新の「バズ」情報を  
切り抜くコラム



Column 01



### アサヒ生ビール

今、SNS等で話題沸騰中のアサヒ生ビール(通称：マルエフ)。私がこの缶ビールを知ったのは、Twitter広告と、それに伴う投稿でした。1986年、アサヒ生ビールが誕生した背景には、アサヒビールの低迷期がありました。アサヒビールがユウヒ(夕日)ビールと呼ばれるほどの低迷期に入ったアサヒビールは、不死鳥のような復活の願いを込めてFortune Phoenix (幸福の不死鳥)、マルエフと名付けられました。現在、人気のために一時休売となっているアサヒ生ビールですが、近くのコンビニに売っていたので早速飲んでみました。なんかものすごくおいしい!!が、率直な感想でした。スーパードライ程のキレッキレ感ではないものの、マイルドでありながらしっかりキレも残す…。最近飲んだビールの中で一番好みのテイストでした。



「2021年。なにかと忙しい時代だから、なにかと効率ばかりが大事にされる時代だから、なにかと人と人とが疎遠になってしまう時代だから、「心のゆとり」から生まれる「ぬくもり」や「優しさ」は、なくてははいけないと思うのです。だから、今の時代に、よみがえる。アサヒ生ビール通称マルエフ。」このコピーにしっかりマッチした味わいで、なんだかゆったりした気分になることが出来ました。みなさんも、ぜひ見かけたらお試しください。



Writer's Voice マーケティンググループ 中島理絵

新商品を試すときにおすすめなのが、その商品HPを一緒に見ることです。その商品の背景に何があるのか、どんな思いを込めてそのコンセプトにしているのかを感じて、考えながらその商品を食べる(飲む)とより一層楽しめます!

Column 02



### 入社半年の所感

こんにちは、小野寺です。あっという間に入社して半年、というところでコラムの順番が回ってきました。自分語りで申し訳ございませんが、入社半年の所感を綴らせていただきます。まず、「仕事」に対する印象が大きく変わりました。学生の頃は「仕事=辛い事」だと想像していましたが、週5日8時間も働くなんて、窮屈で退屈な毎日に違いないだろうと思っていました。しかし実際はそうでもなく、「部活」もしくは「文化祭準備」を毎日しているような感覚です。一つの目的に向かって人が集まって進んでいく楽しさがあると思います。もちろん学校行事よりも責任が伴いずっと大変なことですが、社内に限らず、社外の多くの人と一緒に協力して動いていくのが面白いと思います。入社半年、まだまだ未熟な点が多々ありますが、総じて私はこの半年間、楽しく仕事をしています。社内外の皆さんのおかげです。ありがとうございます。余談ですが、人間の赤ちゃんは生後6か月だと、離乳食が始まったり寝返りができるようになる頃、生後6か月のカンガルーの赤ちゃんは母親の袋から顔を出す頃だそうです。入社半年の私はこれから先、伸びしろしかない状況です。引き続きよろしくお願いたします。



「入社時に頂いたお花をドライフラワーにしました。」



Writer's Voice マーケティンググループ 小野寺華香

入社した時に頂いたお花も立派なドライフラワーになりました。これを見習って、私も良い経年変化を遂げられるように日々頑張ります。

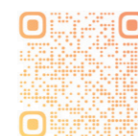
## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

株式会社ユニフィットでは、持続可能な環境貢献・会社づくりを目指してSDGsに取り組んでいます。



<MAIL>は食べられなくなったお米を使った紙素材kome-kamiを使用しており、素材の売上の一部がフードロス削減の活動に役立てられます。

Instagramも  
随時更新中!



UNIFIT.OFFICIAL



MARKET ANGLE in LIVING MAIL

Unifit 2021年10月1日 発行  
発行元/株式会社 ユニフィット [マーケティンググループ×クリエイティブグループ]  
〒160-0022 新宿区新宿5-13-9 太平洋不動産新宿ビル2F  
TEL.03-5362-7451 (代表) FAX.03-5362-7452 編集/クリエイティブグループ

www.unifit.co.jp

MARKET ANGLE in LIVING

# October 2021 MAIL 10

マーケターが市場の動向を切り裂く、インテリジェンス・ペーパー

Against the background of "pet-friendly" properties  
"Pet coexistence type" properties have appeared.

## 「ペット可」物件を背に 「ペット共存型」物件出現。

「ペット可」物件が主流になる中、  
「ペット共存型」物件が販売された。  
一般的な共用部はもちろんのこと、  
“ペットと暮らす”を中心に企画。  
ステイホームにより、ペット飼育者が  
増加している背景はあるものの  
果たして物件の顧客需要はいかに。

ユニフィット若手社員が最新「バズ」情報を切り抜くコラム

### Buzz clipping

芸術の秋、  
スポーツの秋、読書の秋。  
そして、食欲の秋!

Unifit

www.unifit.co.jp



TAKE FREE



「ペット可」物件以上の設備でペットと暮らす

## ペット中心の住まいを実現！ 実際の設備・売れ行きは？

「ペット可」物件が主流になる中、「ペット共存型」物件が販売された。一般的な共用部はもちろんのこと、「ペットと暮らす」を中心に企画。ステイホームにより、ペット飼育者が増加している背景はあるものの果たして物件の顧客需要はいかに。



### 「クレストレジデンス横浜スカイビューシオミダイ」



共用部	愛犬と一緒に楽しめるバーベキューテラス
	愛犬専用のトリミングルーム
	ペット専用足洗い場
専有部	奥行2.5mの広々バルコニー
	滑りにくい床(防キズ性能付き)
	広めの専用ポーチ(リードフック付き)



テニスコート2面分の  
広々としたドッグラン



愛犬専用の空間  
「わんルーム」(全戸設置)

### 「リリファ相武台」



屋根付きドッグラン トリミングルーム

ペットも入れるコミュニティラウンジ

ペットファーストのプランニング

## マンション市場とペット飼育

首都圏における「ペット飼育可能」分譲マンションはおよそ75%となっており、割合は年々増加傾向にある。さらに、2019～2020年に新しくペットを飼い始めた人数、飼育されている犬猫の数ともに増加しており、過去5年間で増加率が最多となった。(一般社団法人ペットフード協会「令和2年全国犬猫飼育実態調査より」)特に2020年はテレワークなどにより自宅にいる時間が長くなったことも原因の一つで、ペットを飼う人が例年よりも13%増加している。

それに伴ってか、ペット飼育可能物件ポータルサイト「ペットホームウェブ」や仲介手数料の一部が保護猫活動に充てられる「ネコリパ不動産」等、ペットに寄ったポータルサイト等も見られる。中でも後者の「ネコリパ不動産」では、一般的な「ペット可」物件とは異なる「ペット共生型」の賃貸・戸建て物件を紹介。「ペット共生型」物件とはペットと暮らすことを念頭に置いて設計された物件で、ペット専用の様々な設備が備わっている。

## ペット共生型物件内設備

中でも最近では賃貸や戸建てではなく、新築マンションでも同様のものが見られる。

2021年6月販売の「クレストレジデンス横浜スカイビューシオ

ミダイ」では真新しいコンセプトになっており、愛犬家をターゲットとしている。愛犬と暮らす理想的な企画を実現し、専有部と共用部に様々な工夫がみられる。

専有部では、消臭機能の付いたペット対応クロスが採用・洗面所との導線を確保している3畳ほどの通称「わんルーム」が全戸に設置されている。また、バルコニーの奥行きは2.5mあり、愛犬もバルコニーで遊ぶことが出来る広さが確保されていることや、全戸に床の滑りによるケガ防止のため滑りにくい床が採用されている。

愛犬を意識したつくりは専有部だけではない。特徴的な共用部の設備は大きく3つある。1つ目はテニスコート2面分で、犬のサイズによって3つに分けられたドッグランに加え屋根付きドッグランも設けられているので雨の日にも愛犬を思い切り走り回らせることが出来る。2つ目はBBQが出来るスペースで、ペット同伴で飲食ができるスペースが備えられている。3つ目は日々のお手入れが可能なトリミング台・シンク・ドライヤーを完備した施設があり、もちろんペット専用足洗い場も設置されている。

次に、リノベーション物件ではあるが2021年9月販売の全24戸「相武台前」駅徒歩11分立地の「リリファ相武台」は「PET KINGDOM」といったコンセプト。犬用、猫用でプランが変わっており、犬用のプランには外で走り回れるようにプライベートテラスが設置され、リビングだけではなく外からの出

入りが可能である。他にもペットのトイレスペースや、シンクで小型犬を洗うことが出来るフラットシンク、壁クロス見切り材、ペット対応床材などが設けられている。猫用プランでは、犬用のプランの他にオプション対応で、自由に天井近くを歩いて楽しめるキャットウォークが設置可能だ。アクリル板の下から肉球を覗くこともできる。共用部では、同物件もクレストレジデンス同様共用部にはドッグランがあり、その他足洗い場、ペット共生用の防災備蓄庫、ブルーミングスペース・トリミングスペースはもちろん、コミュニティラウンジで他のペットたちと遊ぶことも可能である。

## 実際の売れ行きは？

では、充実したペットのための設備が揃うものの、実際の売れ行きはどうだろうか。

「クレストレジデンス横浜スカイビューシオミダイ」は「上大岡」駅徒歩9分・徒歩4分立地の全80戸の物件で価格帯が4,500～6,000万円、専有面積帯が80～100㎡。販売開始から3か月経過し、12戸成約に至っている。購入理由としては、「駅距離があるものの、愛犬のための部屋(わんルーム)やドッグランがある点」、「大規模な自然公園が隣接している点」が挙げられた。他にもドッグランに芝生がひかれており、夏に愛犬が火傷をする心配がないことや、眺望の良さ、比較的広面積帯といったところも評価されている。

また、「リリファ相武台」はリノベ物件のため価格は2,500万円前後、専有面積が70㎡程度だ。9月にプレオープンし、犬用・猫用のモデルルームが公開された。来場予約は非常に盛況しており、ほぼ100%の来場者がペット飼育をしているのでトラブル面での不安は他マンションと比べれば低く感じられる。

他にも旭化成不動産レジデンスのアトラスシリーズでもペット専用の提案を行っている。

ペットのことをしっかり考えた住宅は供給数がほとんど見られないことからペット愛好家からの人気が高く、注目度も高い。一方、デベロッパーとしてはマンションを管理するにあたってペットがトラブルの火種にもなることから、ペット中心のコンセプトで打ち出すデメリットを感じてしまうもの無理はない。

しかし、ステイホームによるペット飼育の増加に伴う「ペット共生型」物件が出てき始めているのも事実であり、今後もさらに「ペット共生型」マンションが増えていくのではないだろうか。