

◎ 中央住宅、マンションで15件の実用新案
― 購入者から評価、ブランド力向上に奏功

ポラスグループの中央住宅は、分譲マンション事業で12年以降に15件の実用新案を取得した。居住者の生活利便性と安全安心の向上を図ったことがブランドの確立につながり、リクルートの21年度スーモアワード（首都圏）「新築マンション購入者が選ぶデベロッパ―・販売会社の部」では、「品質向上への取組部門」など2部門で最優秀賞を受賞した。

最初の実用新案取得は、ダイニングテーブルと一体のピアキッチン。今年5月には、共用部の玄関を通勤時間帯と昼間で用途変更する「時間でシェアする変身ラウンジ」と、各住戸のクローク内に折り畳み式のカウンタートーテーブルを設けて在宅勤務空間と兼用する「暮らし方で変わる変身クローク」を取得した。「変身ラウンジ」は、壁面と一体化した扉と窓の開け閉めによって通勤時間帯は高級志向の迎賓空間とし、昼間はキッズルームとして玄関をシェアする。面積を最大限活用でき、主に十分な敷地面積が確保しにくい都市部のマンションでの生活利便性の向上に資する。

一旦取得した実用新案も性能向上を図っており、4つを更新済み。機械式駐車場での子供の待機空間「車の出し入れ まもるんスペース」は、水で濡らすと床に絵が浮き上がる仕様に更新した。安全安心の観点から、キッズデザイン賞も受賞済み。このほか、実用新案出願中が1件、出願見込みが数件ある。

同アワードは、17年以降に新築分譲マンションを購入した3695人からの回答を集計。不動産経済研究所のマンション市場動向（首都圏）によると、中央住宅の20年度供給戸数は616戸で、首都圏10位。同社は、販売戸数の増加に続いて、購入者からの評価とブランド力が定着してきたとしている。