

分譲マンション「ルピアグランデ柏」が販売好調 コロナ禍のテレワーク、巣ごもり需要が後押し

ポラスグループ・中央住宅の新築分譲マンション「ルピアグランデ柏 ココロリゾート」が竣工した。販売開始から約1年でほぼ完売と好調な販売状況だ。残り住戸については、リノベーションを施し再販する新たな試みにも挑戦する。

ポラスグループ・中央住宅のマインドスクエア事業部マンションDv（以下中央住宅）の新築分譲マンション「ルピアグランデ柏 ココロリゾート」（総戸数196戸）が竣工した。

同マンションは隣接した戸建て街区と一体的に開発したもので、一足先に販売を始めた戸建て街区は全19戸全てが完売。分譲マンションは昨年7月から売り出したが、今年7月末時点で188戸が成約、残り8戸となり、非常に好調な販売状況となっている。反響はモデルルーム来場が約750件と多く、来場からの成約率も25%と高い。好調な理由について、販売代理を行う長谷工アーベストの担当者は「コロナ禍の住環境のニーズに応えた提案が大きいのでは」とみている。

コロナ禍で高まった住宅ニーズの一つが郊外居住だ。テレワークが一気に普及したことで、郊外で居住面積に余裕のある住宅に住みたいという需要が高まった。一方で週に数日は出社する必要もあることから、通勤1時間以内程度の立地が人気を集めている。「ルピアグ

ランデ柏 ココロリゾート」は、郊外でありながら東京駅まで34分、品川駅まで43分、新宿駅まで44分と都心までのアクセスが良い。



「ルピアグランデ柏 ココロリゾート」ではリゾート風のアプローチを採用

キッチンと一体型のカウンターを装備したポラスオリジナルのピアキッチンを導入



「ルピアグランデ柏 ココロリゾート」の契約者の属性を見ると、柏市内が当初は3～4割と多くを占めたが、徐々に船橋などの周辺エリアからの成約が増え、東京都内からの成約も15～20%あったという。こうした傾向からも「ルピアグランデ柏 ココロリゾート」がコロナ禍の一次取得者層を中心とした郊外需要を取り込んでいることが分かる。

また、コロナ禍で遠くへ外出できないため、自宅やその周辺で過ごす時間が長くなったが、こうした生活の変化に対応している点も「ルピアグランデ柏 ココロリゾート」の人気の高い理由だ。

住戸面積は全戸70㎡以上と比較的余裕があり、加えて廊下面積を抑えた住戸設計、生活動線を考えた水回り、豊富な収納スペースなど、使い勝手に優れる住空間提案でおうち時間を快適に過ごすことができる。

設備も充実している。キッチンと一体型のカウンターを装備したポラスオリジナルのピアキッチンを導入。ダイニングテーブル部分とカウンターが一体となっており、家族4人+2人分の着座スペースを確保できる。カウンタースペースは子どものワークスペースにもなり、キッチンからいつでも子どもの様子を見守りながら家事も行える。コロナ禍で在宅時間が長くなり家事・育児の時間が増えているだけに、家事・育児の負担感を軽減する提案と言えそうだ。

販売が好調な「ルピアグランデ柏 ココロリゾート」だが、中央住宅は残り8戸で新たな取り組みを行う。販売を一度止め、内装を作り変えて来年1月を目途に再販を行う。8戸それぞれで異なったテイストに仕上げ、今後の分譲マンション開発のマーケティングに生かす。どのように内装を変えるかは今後検討していく方針だ。