

開発背景と商品コンセプト

日本の住宅を床面積からの国際比較で見ると、持家ではドイツ(124㎡)、フランス(114㎡)と肩を並べるレベル(123㎡)にありますが、借家においてはドイツ(76㎡)、フランス(76㎡)から大きく見劣りするレベル(46.3㎡)となっています。(アメリカは持家 164㎡、借家 117㎡)オーナー意識と入居者ニーズのミスマッチが起きていて、「作っては壊す」から「いいものを作って大切に使う」という発想に転換することが求められてきます。

また、これまで賃貸住宅入居者は長期の定住を前提としていませんでしたが、バブル崩壊後必ずしも持ち家にこだわらず、魅力的な住宅なら賃貸住宅でもかまわないと考える層が増加しています。さらに、借り手市場が定着し入居者の物件に対する選別は厳しさを増しており、入居者満足を実現しなければ勝ち残れない競争時代を迎えています。少子高齢化、人口・世帯減少社会の到来を間近に控えてこの傾向は一段と鮮明になるものと思われます。

こうした時代背景のもと、「レトア 07 モデル」は、居住性能を向上させ入居者満足の高い賃貸住宅の提供を、長期に入居していただくことで安定経営を、さらにメンテナンスコストを低減させる工夫でオーナー満足を目指して開発しました。今後、アパートも量から質の時代へ大きく変えなくてはならないと考えています。

『レトア 07 モデル』の特徴

・入居者満足の強化

戸建てレベルの「居住性能」が入居者満足の決め手となります。

1. 新プランニングシステム導入

積極的賃貸派の台頭とともに賃貸住宅に対するニーズは年々高度化・多様化しています。シングルからファミリー層までの様々な入居者層のニーズ、地域ニーズに対応しやすくするため玄関・サニタリー・トイレ・キッチンがそれぞれ移動可能な新プランニングシステムを開発しました。

2. 室内空間とバルコニー機能をあわせ持つ「ルームコート」付きプラン

「ルームコート」は全面開口を持つ開放的な空間。洗濯物干し場にも室内空間にも利用できます。また、スライディングウォールを開ければ、開放感のある半屋外空間として楽しむことも可能。従来のバルコニーから部屋への侵入といった、特に防犯面での入居者の不安に配慮しました。

3. キッチン・バス・洗面をワイドにグレードアップ

積極的賃貸派のニーズは快適生活。内装・設備も持ち家に見劣りしない同等以上のものを求めています。キッチンの基本サイズを幅 1650 mm 1950 mmにアップ、使いやすくとともに、耐震ラッチ、制音シンク仕様にグレードアップ。バスは基本サイズを幅 1126 mm 1216 mmにワイド化するとともに 1 坪タイプを追加、洗面も幅 600 mm 750 mmにワイド化、バスにはワイドミラーやアクセントパネル仕様を設定するなど、意匠性や機能性を強化しています。

4. 住み心地の向上

賃貸住宅入居者の不満は、上下階の遮音性、収納の量、断熱気密性がベスト 3 ですが、業界最高レベルの住み心地の実現に向け高遮音床 (LAW-55) を導入、また断熱・気密性の向上へアルミ樹脂複合サッシを採用、構造躯体の断熱性能も向上させ次世代省エネ基準レベルの断熱性能を実現しました。

・オーナー満足の強化

< 「イニシャルコストとメンテナンスコストの低減」と「経営サポート力の強化」によりオーナー満足が実現します。 >

1．イニシャルコストの低減

賃貸住宅経営を取り巻く環境は年々厳しさを増しており、経営手腕が問われる時代を迎えています。入居者を確保するためには個性的で魅力的な賃貸住宅を建設しなければなりません。第1のカギはイニシャルコストの抑制です。

「イニシャルコスト低減」メニューとして

新屋根材の導入... SUS折版に対してイニシャルコストを大幅に低減しました。
(アルミメッキ鋼板折版)

L Sパティオプランの導入... 長辺が長いユニット・短いユニットの組合せにより生まれた空間を階段室として利用。同一プランを構成するユニット数を削減し、大幅なコストダウンを実現しました。

L S廊下設置の導入... アプローチのために必要な部分にのみ廊下を設置すればよく、廊下部分のコストを削減するとともに建蔽率への対応力も増しています。

新キャンチバルコニー... 新たにレトアシリーズ専用のキャンチバルコニーを開発し、価格を低減しています。

2．メンテナンスコスト低減

賃貸住宅経営も長期安定経営が求められるようになりました。長期安定経営を行うにはイニシャルコストだけでなくメンテナンスコストも重要になります。『レトア 07 モデル』では、高耐久の構造躯体がベースとなり、

「メンテナンスコスト低減」メニューとして

高耐久外装材... 好評のタイル外壁、新たに採用のアルミメッキ鋼板折版の採用に加え、レリーフ外壁も通常の2倍(約20年)の耐候性を持つUVAコーティング塗装仕様を採用し、外回りのメンテナンスコストを低減しています。

内装防汚パネル... 入退去時に張替えの頻度が高い、冷蔵庫裏、エアコン取り付け部等に化粧仕上げボードを導入。原状回復費用を抑えます。

ビニル床シート... ビニル床シートに耐カスター性を付与。家具やカスター跡が残りにくく張替えの頻度を低減できます。

玄関キーシリンダー... 玄関キーシリンダーは一般的には毎回交換が必要です。新たに、鍵が寿命を迎えるまで長期に渡ってシリンダー交換が不要なキーシステムを採用しました。

3．サポート力の強化

これからのアパート経営はより経営手腕が求められる時代です。当社独自の「オーナーサポートシステム」を実施し、建物の定期点検や定期診断と連動させて経営診断を行ない、アパート経営をサポートしていくバックアップ体制を『レトア 07 モデル』より本格展開します。

・販売価格と販売目標

販売価格は3.3㎡あたり45万円から。

販売目標は初年度3750戸を計画しています。(2007年7月~2008年3月)



『レトア 07モデル』



内装



1LDK 47.77㎡ (14.46坪)
のプラン

参考資料

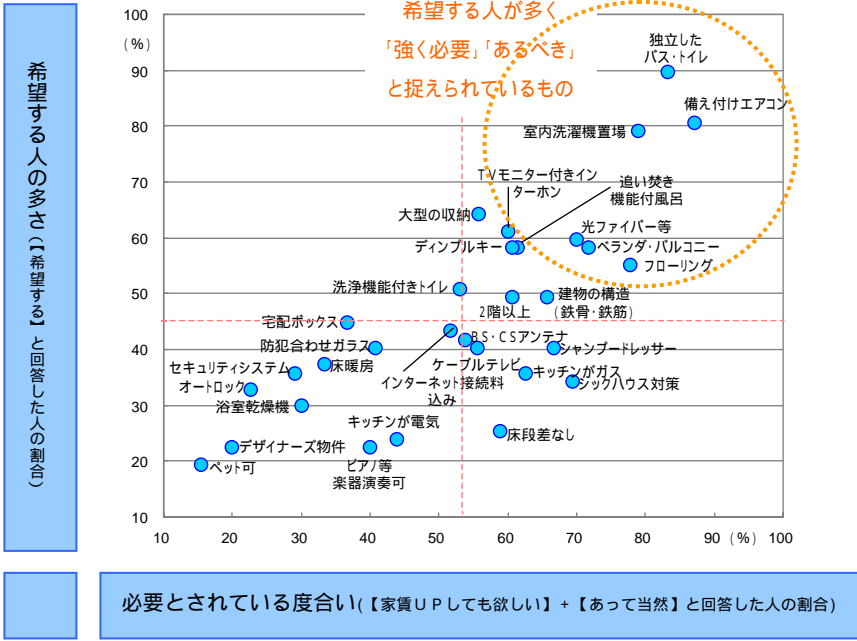
< 「アパート入居者アンケート調査」(2007年5月発表)のポイント >

単身男性は「デジタル環境」に関心、単身女性は「防犯設備」、「サニタリー」を重視

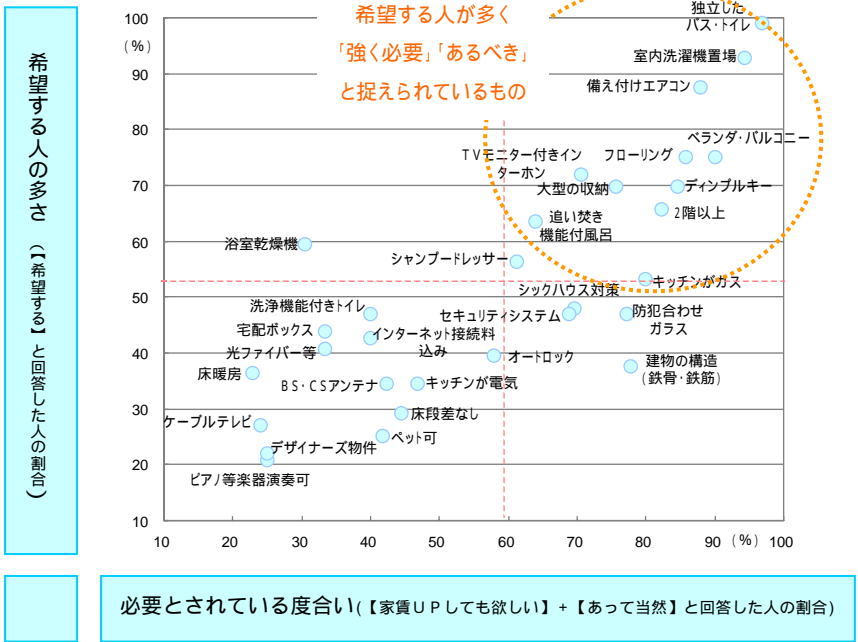
「家賃がアップしても欲しい」+「あって当然」とする設備・仕様で、単身男性の特徴的なニーズは「光ファイバーなどのデジタル環境」が高いスコアとなっていること。家賃がアップしても70%が欲しいとしています。対照的に単身女性はわずか32%しかありません。

単身女性のニーズが高いのは「ディンプルキー」84% (単身男性 60%)、「防犯合わせガラス」77% (同41%)、「室内洗濯機置き場」95%(同79%)。男性と女性では重視ポイントがかなり違ってきます。

< 世帯構成別：単身男性 >



< 世帯構成別：単身女性 >



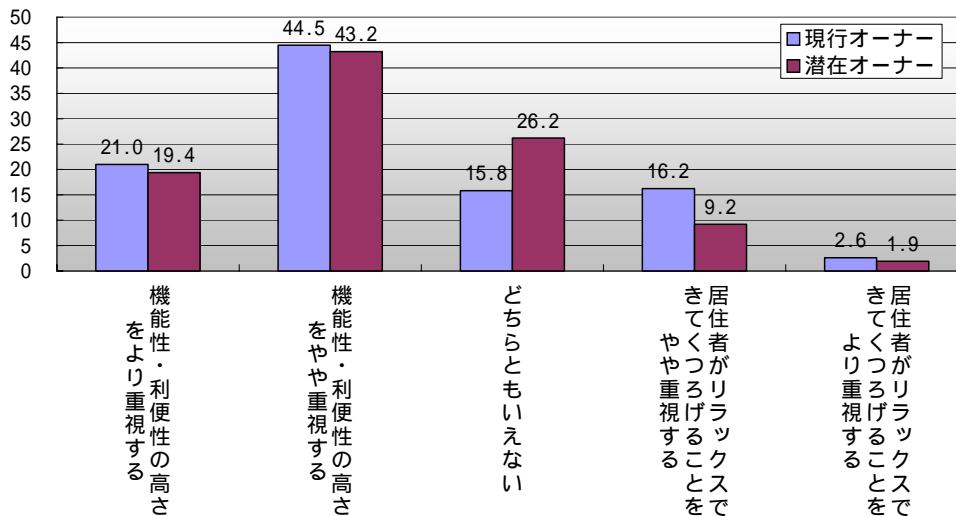
< 「アパートオーナーの意識と行動調査」(2007年6月発表)のポイント >

機能性・利便性と居住者のリラックスの重視度に大きなギャップ

「あなたにとって理想の家とは、何が満たされている家か」の質問に対する自由回答を「機能性・利便性」と「リラックス」に分けてみると、オーナーは「機能性・利便性」を重視しているのに対し、居住者は「リラックス」できることを求めていることがわかりました。

オーナー

機能性・利便性と居住者のリラックスの重視度比較



入居者

