

明海大学 不動産学部

不動産の不思議

第59回

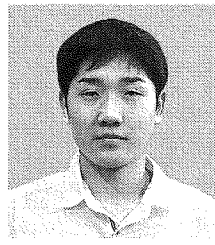
学生たちの視点と発見

【学生が目】

千葉県某所にあるマンションの奇麗なエントランスが目にとまった(写真)。通りがかりの人が、おやっと思つたということば、目を引く魅力があるということだ。

マンションのエントランス

都内の高級マンションはエントランスの豪華さで魅力を演出する。豪華なエントランスが有名人やお金持ちが住んでいることを連想させ、それが謎めいた魅力を生む。エントランスは、そのマンションで暮らすステータスとそれを維持する意識を高める、いわばシンボルだ。



渡邊 継一郎
不動産学部2年

超高級ではないが、そのエントランスをよく見ると、巧みな植栽やお洒落な照明など、マンションを格調高く見せる工夫が詰まっている。

工夫は2つに大別できそうだ。まず、ハードで「見せる」ことだ。デザインの数値である(垣田将吾「不動産の不思議第50回」14年9月16日号)。更に、ゴミや落ち葉などが何一つ落ちてない。隙のない管理も魅力を感じる重要な要素だ。つまり、ソフトで「魅せる」ことだ。

格調高める二つの工夫

ハード面で見ると、エントランスに含まれる施設には風除室、エントランスホール、エレベーターホール、管理室、集会所などがある。風除室は、外気の流入や風の吹き付けを緩和する目的で建物の入り口前に設けられた小部屋をいう。扉を二重に設けるのは無駄にも思えるが、その有無が建物の品等を物語る。穏やかな

気候のときは分らないが、暑い季節や寒い季節、雨の日や風の日にはありがたさがよく分かる。自動ドアならなおさらだ。エントランスの天井高も高級感を感じさせる要素の一つで、開放感のあるスペースは他との違いを演出する。吹き抜けも多くなった。

ソフトは売買や賃貸の契約に影響し、資産価値を左右する。住戸の建築計画については最近では研究が進み、間取りの優劣



「おやっ」と思わせるマンションのエントランス

は少ない。しかし現地で目にするエントランスの管理の印象は差が大きい。マンションの顔であるエントランスの管理が行き届かないことは、マンション全体の管理が怠慢なことを連想させる。下見客に悪い印象を与えるのと売買や賃貸の価格や賃料の減額交渉の元となり、契約辞退にもつながる。

エントランスはマンション全体を印象づける役割をもち、それを通じて

て資産価値に影響する。可能な限りお金をかけて格調高いエントランスをつくることは不動産経営の定石となっているが、目を引く魅力づくりには、つくった後の管理も負けず劣らず重要だ。

【教員のコメント】

外廊下、外階段の高層マンションの外観は魅力に乏しいことが多い。勢い、エントランスの設えに力が入る。共用廊下などの容積率不算入により加速された傾向だが、廊下階段を含む本体部分の魅力向上が課題だ。