

地域ブランドづくりでマンションの価値を上げる

■ マンションの資産価値とは

不動産価格 ⇒ 取引対象としての価値

決定要因 ⇒ ・ 築年数  
・ 立地条件



マンションの住みやすさ ⇒ 暮らしやすさの価値

時代に合った共用部の整備

- ・インフラの整備
- ・住宅性能の向上
- ・コミュニティーの充実

大規模修繕



- ・多様な生活スタイルに対応できる環境
- ・若い世代にとって購買意欲を促す

資産価値向上

## マンションの暮らしやすさとは

マンションの内部仕様、機能  
以外に、外部環境

庭園、広場、プレイロット、エン  
トランス等の外構のしつらえ



マンション内のコミュニティ

夏祭り、バザーとのイベント、  
サークル活動



## マンションの周辺環境

街並みの豊かさ

賑わい、落ち着き、癒し



その街に住む満足感

地域コミュニティの熟成

連帯感、仲間、包容力



その街に愛着を持つ

地域の良さを  
発見する

自然、文化、生活



住まいの良さを  
発見する

居住環境、イベント、  
コミュニティー活動



ホームページやフェイスブッ  
ク等で外部へ発信し、地域  
の価値を共有する

ブランディング

マンションの住環境

周辺地域の住環境

暮らしやすさの価値  
が高い

このマンションに住みたい

この地域に住みたい

需要が生まれる

資産価値が高まる

## マンション住民で地域を探る

街の成り立ちや歴史を調べる

街を支えている人の話を聞く

地域の名所、名店を探す

## マンション・団地のアピールポイントを探す

マンションのビューポイント

夏祭り、餅つき等のイベント

各サークル活動やボランティア活動

マンションの設計者の話を聞く







