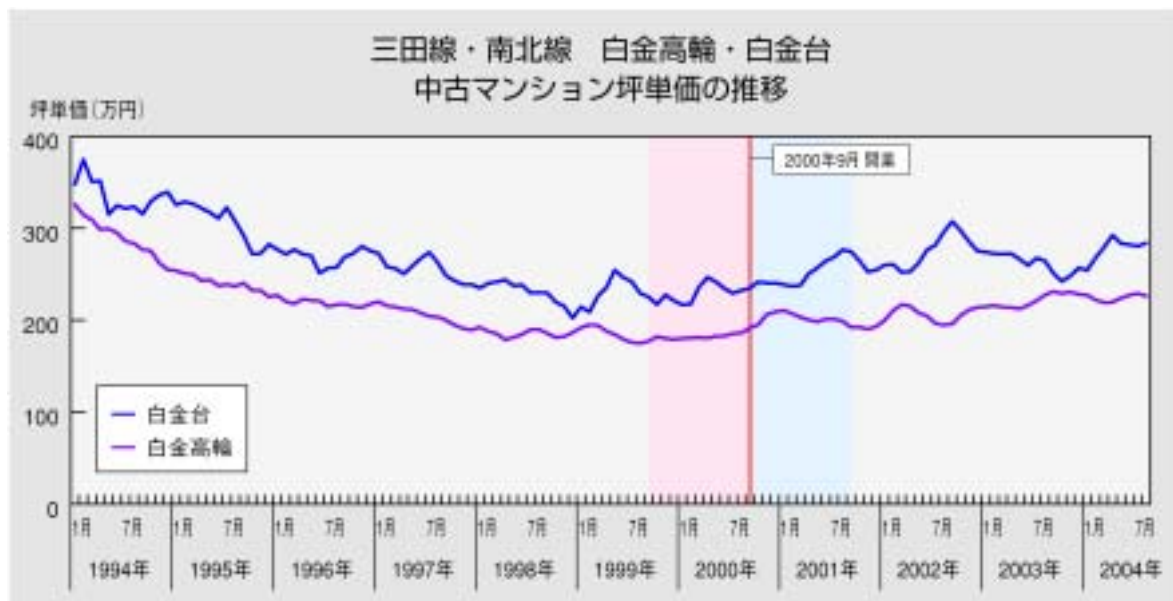


TOKYO KANTEI

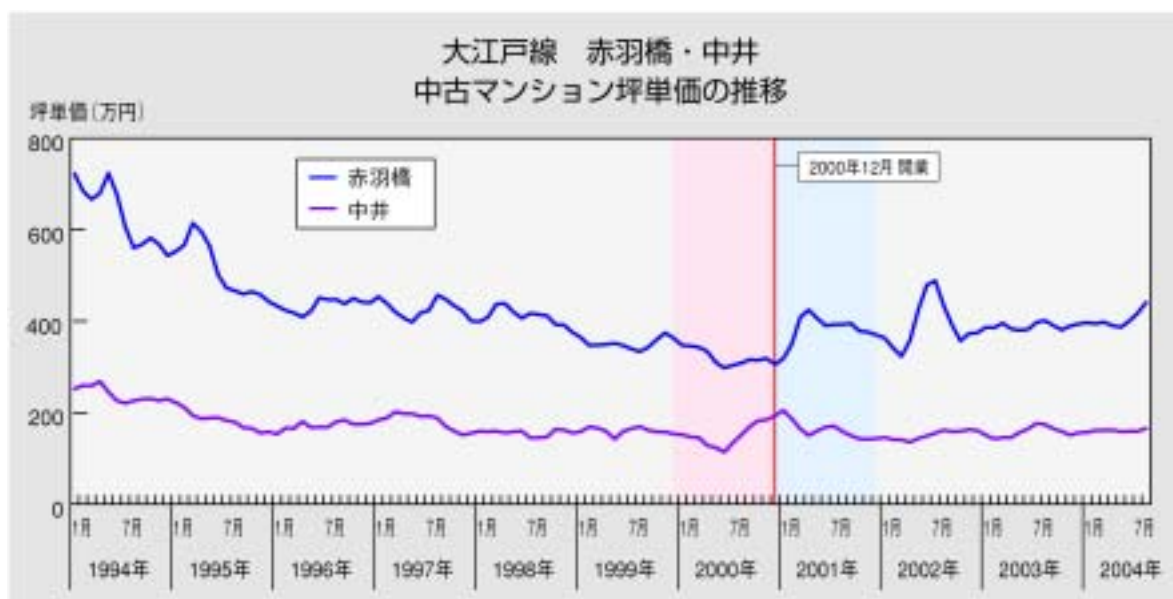
PRESS RELEASE

「白金高輪」「白金台」でマンション価格に新駅効果確認**東京カンテイ、94年以降開業の新駅152駅の周辺中古価格を調査****地域ブランドとの相乗効果のある駅は「新駅効果」大**

「白金高輪」「白金台」は開業後に白金・白金台周辺がマスコミにも多く取り上げられ、広く一般にも注目されるようになったこと、および営団・都営の2線の新駅として周辺マンションの価格相場が上昇している。立地は異なるものの、いずれも極めて「新駅効果」が高い地域と言える。



大江戸線「赤羽橋」「中井」駅は利便性の向上が駅周辺の中古マンション価格を上昇に転じさせた典型的なケースである。ただ、「新駅効果」の期間が短命に終わり、その後価格下落が起こっている。

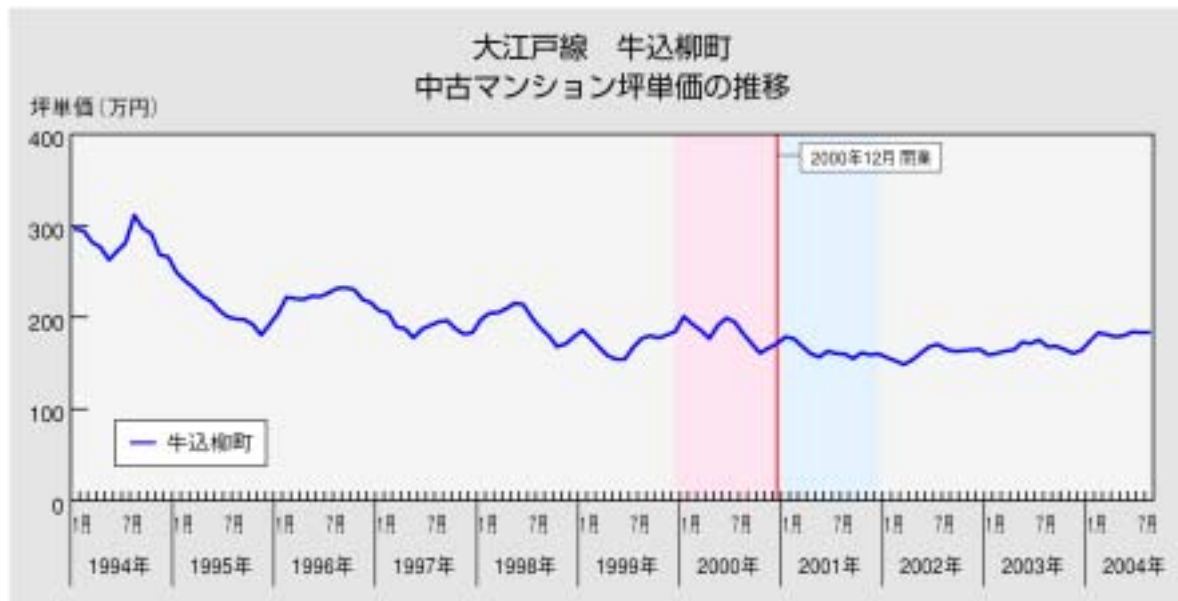


TOKYO KANTEI

PRESS RELEASE

一方、効果が確認できない新駅も

都営大江戸線「牛込柳町」の時系列グラフの価格推移を見ても、開業前の山が「新駅開業期待効果」とも見えなくもないが、この推移を見る限りでは開業時の「新駅効果」があるとは言えない。

**結論「新駅効果」が顕著に出る場合の特徴**

交通の利便性が飛躍的に向上する場合

交通利便性の向上 + 地域のブランド性が顕在化する場合

交通利便性の向上 + 居住ニーズが顕在化する場合

交通利便性の向上 + 駅周辺の施設・環境整備が並行して行われる場合

発 行 株式会社 東京カンテイ

リリース日 2004年10月28日(木)

発表場所 国土交通省記者会
大阪建設記者クラブ
名古屋商工会議所記者クラブ

本記事の無断転載を禁じます。