建通新聞 2009年(平成21年)1月　6号 掲載

低迷する首都圏マンション市場

100年に一度の金融危機といわれる世界的な金融市場の混乱に伴い、国内でも景気後退、不動産市況は悪化、首都圏のマンション市場も低迷を脱け出せない状況だ。長谷工総合研究所によると、2008年1～12月期の首都圏新築マンション供給戸数は4万戸台前半にとどまる見通しで、これまでおよそ8万戸平均で推移してきた供給戸数が半減、「1993年（4万4270戸）以来の4万戸台に減少する」としている。一方、不況の時こそ〝チャンス〟と前向きにとらえ、仕入れや価格設定など戦略を練り直す企業も少なくない。長引く低迷を脱け出す鍵はどこにあるのか。

新春 クローズアップ

地価下落で販売価格に変化も

デベロッパーの土地取得意欲の減退、マンション販売の不振、資金調達環境の悪化などを背景に、首都圏の地価の下落が鮮明になった。国土交通省が四半期ごとに高度利用地の地価動向を調査している「地価LOOKレポート」では、08年第3四半期の東京圏の住宅地は対前期比で軒並み下落、調査地区20カ所のうち、大型商業施設の周辺で開発が進む千葉県「柏の葉」が唯一、横ばいだった。

長谷工総合研究所によると、首都圏のマンション販売価格は、07年の平均価格4644万円に対して08年1～9月の平均価格が4847万円と、わずかに4・4%アップしたものの、販売長期化などから単価・価格の設定見直しなど変化が見られるとしている。

戦略見直しへ

マンション販売不振が長引くと判断し、土地の仕入戦略、販売の出口戦略など事業戦略の再構築に取り組む企業は少なくない。ある中堅デベロッパーは、坪単価を05年の新価格突入以前の指標に戻したと言う。また、他社物件の買い取り・再販を新たなビジネスモデルとした企業もある。

不動産経済研究所によると、09年は

脱け出す力ギは…

100戸規模の中型物件の供給が主力になり、超高層・超大型から中・小型へと規模がシフトすると予測している。

戦略練り直しを迫られる要因は何か。マンション市場調査会社・トータルブレインの久光龍彦社長は販売価格と建築費の連動性を指摘する。「06年から2年半余りの間に首都圏マンションの建築費は40～45%も上昇し、戸当たり単価も上がった。70～75平方メートルの住戸の戸当たり単価を見ると、04年ごろの1550万円を底に07年ごろは2250万円まで上がり、顧客の手の届かない価格に達してしまったと話す。

鋼材や原油の価格下落で建築費が落ち着いてきている中、今後の動向について久光社長は「戸当たり単価にもその影響が表れ始め、現在はピーク時から1割程度下がっている。09年春先にはピーク時から20～25%減の1750万円程度となるのではないか」と予測。「販売価格を05年以前の旧価格に設定できれば実需に結びつくはず。それには事業運転の資金調達力が鍵になる」と話す。

資金調達環境は、マンション市場の低迷で金融機関による住宅・不動産業界に対する融資の絞り込みが続いている。先の久光社長は一株価が回復すれば金融機関の貸出余力もアップするだろう。冷え込んだ消費マインドを回復するには、住宅ローン減税の拡充、融資基準の緩和など従来よりもう一歩踏み込んだ施策が求められる」と政府による内需拡大策の早期実行が必要と指摘する。

企画商品性を重視

三井不動産レジデンシャルは08年5月、都市型小世帯向けに新ブランド「パークリュクス」の展開を始めた。防犯性、快適性、デザイン性にこだわった空間構成、女性スタッフ中心の営業体制が〝アラフォー世代〟に支持され、09年以降も港区、渋谷区、新宿区などの都心で供給する予定だ。「ワンルームという間取りありきではなく、商品のターゲットとコンセプトを明確にし、実需に結びつける」（同社担当者）と企画の重要性を強調する。

米国人気歌手マドンナをCMに起用して話題になった「Brillia Mare 有明 TOWER&GARDEN」。国内最大級となる総戸数1085戸の分譲タワーマンションは、坪当たり270万円弱、販売価格が10億円を超える物件もありスケールだけでなく価格も破格だ。しかし、最高値で売れるはずの最上階の33階はバー、ジム、プールなどの共用施設に、31・32階は動線分離、セキュリティー強化で差別化を図った〝プレミアム住戸〟にしている。事業主である東京建物の矢内良樹部長は「東京湾岸部を一望できるのは大きな付加価値。立地や眺望というポテンシャルを生かし、さらに〝プレミアム住戸〟という中身でも差別化を図った」と話す。引き渡しを3月中旬に控え、販売状況は「8割の進捗」と堅調ぶりを示す。同社では今秋に販売開始する約1100戸の超大型物件を隣接地に計画、動向が注目される。

今は土砂降りの雨。今後の見通し

「今は土砂降りの雨。土地代、建築費が下がり、販売価格が顧客目線に落ち着けば、雨は上がり、晴れとなる」とトータルブレインの久光社長は業界の見通しを天気予報になぞらえる。しかし、雨が上がるには、マンション社受注するゼネコン側の一層の企業努力も必要だ。「工事費を抑え、顧客の支持が得られる販売価格で勝負しなければ、デベロッパー、ゼネコン共倒れになってしまう」と指摘する。

不動産経済研究所によると、09年の首都圏マンションの供給戸数は、08年に比べて11・6%増え、4万7000戸と予測する。

供給による既存ストックが積み上がる一方で、団塊ジュニア、ジュニアネクストが顧客層として顕在化、商品に対するニーズは多様化している。ある国土交通省幹部は「マンション市場は供給過剰の買い手市場。10～20年先はますます物件の選別が進み、物件の質が厳しく問われる時代になる」と話した。