住宅新報 2010 年（平成 22 年）4 月 20 日号 掲載

マンション市場、回復か

契約率82%、3年ぶりの高水準

即日完売物件の増加、契約率の改善など明るい話題が多くなってきたマンション市場。不動産経済研究所の最新調査では、3月の新築マンション契約率は更に回復し82・8%を記録した。好調ラインの70%を大幅に上回ると共に、3年ぶりの80%台だ。大手財閥系以外の中堅クラスからも元気な声が聞こえてくる。この順調な流れは今後も続くのか。

価格競争からの脱却も

不動産経済研究所が発表した「3月・首都圏マンション市場動向」には、市場の好調ぶりを示す数字が並んだ。

3年ぶりに契約率80%台の高水準を確保。供給戸数が、前年を22カ月続けて上回ったのは4年5カ月ぶり。また、その増加率が50%を超えたのは9年3カ月ぶりのこととなる。同研究所の福田秋生氏は、「好調な新規大型物件の供給があったことを差し引いても、明るい兆しであることに間違いはない」と話す（10面に関連記事）。

コスモスイニシアなど4社が東京都西東京市で開発中の大規模マンション「ヴィーガーデン ザ・レジデンス」（総戸数796戸）は、3月の販売初月で351戸の驚異的な申し込み件数を確保した。バス便ながら人気の中央線沿線、西武新宿線田無駅からだと徒歩圏。中心価格帯は3300万円台と3700万円台で、年収400万円台～700万円台の層が約65%を占めた。「大規模物件の場合、初月の契約が全体の3割を超えれば成功といえる。今回の4割半ばの数字には、大変驚いている」（販売担当者）

1カ月で351戸の申し込みを得た「ヴィーガーデン（建設途中）」。緑豊かで利便性の高い立地、高いグレード、値ごろ感のある価格設定が消費者の心をとらえた

消費者目線の価格とは

マンション事業のコンサルティング業務を手掛けるトータルブレインの久光能彦氏は、「前期は、消費者目線の価格を設定すれば需要が形になると分かった1年」とたとえる。マンション業界を苦しめてきた建築費と用地価格の高騰。販売価格を高値に設定せざるを得ない環境のなか、それを下げた物件が順調な売れ行きを示した。「買える価格であれば買う。決してお客さんが少なくなったわけではないということだ」（久光氏）。

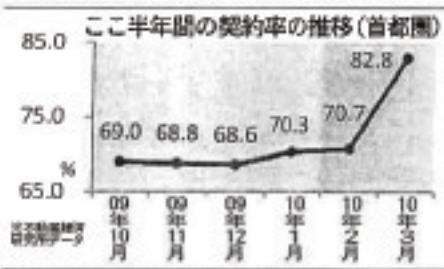
この「消費者目線の価格」という言葉からは、価格を大幅に下げる、というマイナスイメージもつきまとうが、「適正価格のことを指すのだと思う」と話すのは、新日本建物の池田友彦事業本部長。同氏によると、昨年の秋ごろにはマンション市況の回復ぶりを実感できていたという。

同社は前期、竣工済み物件や建設途中のマンションを1棟ごと買い取ったうえで販売する「買取再販事業」を積極的に展開した。ただ、同事業の最大の強みといわれる"割安感"を打ち出すことは極力避けた。価格競争にならないよう競合が多いエリアでの仕入れは避け、取得した物件については、同社が妥当と判断する価格設定を貫く方針を取った。「マンション会社は値引き交渉にすぐ応じてくれる」といった揶揄（やゆ）の多い時期だったが、販売の現場には「値引き禁止」を徹底させた。

これまでに7棟・284戸の物件を仕入れ、5棟・227戸の販売が終了。「市況の回復は明らか。今後も継続するはずだ」（池田氏）と見る。

たまったマグマに訴えろ！

価格下落の一服感 消費者自身が認識



契約率の改善は、価格の下落を期待していた消費者が、「もう下がらない」と判断した結果だと指摘する声もある。不動産マーケティングのアトラクターズ・ラボが4月上旬に行った調査によると、1年後の住宅価格が「上がる」（31%）と予想する住宅購入検討者が、08年の調査以来初めて「下がる」（29%）を上回った。「価格下落の一服感を消費者は敏感に感じ取っている」との分析だ（10面に関連記事）。

埼玉エリアをメーンに展開するリブランが、今年1月下旬から販売を開始した「エコヴィレッジ朝霞台北原」の平均坪単価は180万円。3LDK・3000万円台後半～4000万円が中心だ。東武東上線朝霞台駅徒歩8分。全38戸が1カ月強で完売した。「正直、4月末完売を目標にしていた。想像以上の速さ」と驚く。決して割安感がある物件ではないという。「相場通りだと判断している。ただ、エリアで久しぶりのファミリー物件だというアドバンテージはあった」（同社）。また、同社ならではのエコ仕様を全面に打ち出した強みもあった。

豊洲の大規模物件「ヴィーガーデン」も、近隣にある79haの小金井公園をイメージした緑豊かなコンセプトと商業施設との一体開発、グレードの高い住設機器という魅力のうえに、「価格の妥当性」をターゲット層に訴えかけた。「そろそろ買いたい」と考える検討者に「他にない物件」ということを伝え、かつ「買える価格」を提示する。市場に評価してもらうための方程式だ。

割安感だけではダメ

供給サイドが考える適正価格。それ以上に価格を下げたマンションを"アウトレットマンション"と称したが、「割安感だけでは売れない」という事例は多く見られる。あるディベロッパーが、東京近郊で販売しているファミリータイプのマンションは平均2500万円程度。ただ、駅からは徒歩20分で道路環境も良好とはいえない。半年以上も契約の動きがないという。

前出の池田氏（新日本建物）は、「業界全体が、価格を安易に下げる傾向にあった。価格に頼らずとも、販売力や交渉力で状況を打開すべき。賃貸とはまったく異なる魅力が、分譲にはあるはずだから」と話す。

踊り場を脱したかに見えるマンション市場。この流れは今後も続くのか。総合地所の富高正信社長は、「需要の塊がマグマのようにたまっていると感じる」と話す。首都圏での在庫処理がほぼ完了したため、新規の積極展開を図りたい同社。市場が、その動きを受け入れるだけの体制に入ったと感じている。

不動産経済研究所の福田氏は、「反転時期だとはまだ断定できない。供給量を絞ってきたため、お客さんが積み重なっている状況だ。これらの層にアピールできるよう、"バランスの取れた3つのP（プライス、プレイス、プラン）"のマンションを供給すればよい」と話す。