

首都圏新築分譲マンション市場の行方

本格的な人口減少・高齢化時代を迎えた日本。マンション購入の主なターゲットである30〜40歳代も減少が予想される。新築分譲マンションを供給するデベロッパーや受注するゼネコンは、市場縮小の中でどのような戦略を描き事業を進めればよいのか。

国立社会保障・人口問題研究所(千代田区)によると、

日本の総人口は2010年をピークに減少傾向にある。転入超過が続く首都圏でも将来的にはマンション購入層は減る見通しだ。

首都圏の分譲マンション市場は「需要を掘り起こす力が求められている」と言っている。

人口減少・高齢化時代の戦略

「新たな需要」創造を

場では低金利や政府の住宅政策を追い風に販売は堅調のようだ。市場全体で見ると、近年の新規供給戸数は年間5万戸程度、着工戸数は同じく約7万戸で推移。「ほぼ適正水準」と話すのはマンション市場調査を手掛けるトータルブレイン(港区)の久光龍彦社長。「都心への交通便利性」は年明け以降、面積の広い高

14年3月期に5450戸を売り上げに計上する予定の野村不動産(新宿区)。都心で「プラウド」、郊外では「オハナ」とブランドを使い分け、ターゲットに訴求する。富裕層向けブランドが好調な三菱地所レジデンス(千代田区)

大規模の供給を視野に入れるデベが多い。ただ仕入れ競争などによる土地代・建築費の上昇、労務単価の高騰で利益率は伸び悩む。消費増税を控え、市況は販売価格を引き上げるまでには至っていない。

「民間受注の柱はマンション」と話すのは中堅ゼネコンも求められていると指摘す

「賃貸住戸に比べ高い品質・機能性を理由に挙げるとはいえ供給の先細りは明らか。久光氏は事業者には「新たな需要を掘り起こす力が求められている」と言っている。

額帯住戸の割合を増やした。住友不動産(新宿区)はことし1〜3月に1638戸を契約、四半期ベースでは同社過去最高の戸数という。資産価値の上昇傾向を背景に各社は「高額物件の売れ行きが好調」と口をそろえる。販売好調を追い風に過去最高の上昇しない現状では請負金額のアップは望み薄だという。

「民間受注の柱はマンション」と話すのは中堅ゼネコンも求められていると指摘す

