

トータルブレインの
マンション

最前線

東京都心の人気エリアに立地するマンションの売れ行きが好調だ。アベノミクスによる景気回復期待感などを背景に、年収1000万円以上のアップパーサラリーマンの動きが活発化していることが要因の1つに挙げられる。では、アップパーサラリーマンは具体的にどのエリアの商品を求めているのか。また、アップパーサラリーマンが求める商品に特性はあるか。マンションコンサルのトータルブレインがレポートをまとめた。

「大手企業勤務者で今年から所得アップが期待できるうえに、親からの資金援助も潤沢。購入体力が大幅に上昇し、購入意欲も旺盛」

トータルブレインはアップパー層の現状をこう指摘する。そのうえで、続ける。「アップパー向けは人気沿線

動き活発なアップパーサラリーマン向け

人気沿線、70²m²超条件に

でかつ、平均年収が高いエリアでの供給が基本。商品への要求も高く、専有面積は最低4000万円台以下や1億円台の商品がエリア供給戸数

でも70²m²以上が条件になるケースが多い」

申込率が8割超え

6000万円台＝86・4％、7000万円台＝88・0％、8000万円台＝84・0％、9000万円台＝81・6％、1億円台＝80・3％。13年に首都圏で供給されたマンションの価格帯別初月申込率だ。

1000万円台以上は8割を切ることから、アップパー層が求むマンション（特に6000万円台～8000万円台）の売れ行きが好調だったことがうかがえる。

アップパー向け商品の供給は都心（港区、渋谷区、千代田区、中央区、文京区、新宿区）や城南（世田谷区、大田区、品川区、目黒区）、城西（杉

首都圏 13年供給 価格帯別供給推移

価格帯	販売戸数	初月申込戸数	初月申込率
2000万円未満	34	17	50
2000万円～	3185	2100	65.9
3000万円～	13034	8849	67.9
4000万円～	10521	8097	77
5000万円～	6854	5706	83.3
6000万円～	3748	3239	86.4
7000万円～	2094	1842	88
8000万円～	1273	1069	84
9000万円～	651	531	81.6
10000万円～	233	187	80.3
11000万円～	177	125	70.6
12000万円～	703	538	76.5

都心・城南・城西エリアの6000万～9000万円台の供給戸数と戸数比率（12～13年）

エリア	区名	価格6000～9000万円台	比率
都心	港区	1726	44%
	渋谷区	444	36%
	千代田区	632	34%
	中央区	1236	37%
	文京区	520	46%
	新宿区	1185	46%
	合計	5743	41%
城南	世田谷区	1061	41%
	大田区	257	14%
	品川区	947	43%
	目黒区	571	61%
合計	2836	38%	
城西	杉並区	442	33%
	中野区	545	46%
	練馬区	158	15%
合計	1145	32%	

※トータルブレイン集計

むね一致するといふ。例えば、城南エリアの世田谷区と目黒区。アップパー向け商品の供給は、「ほとんどが東急田園都市線と東急東横線沿線エリア（駒沢・桜新町・用賀・二子玉川・中目黒・学芸大・都立大・自由が丘・田園調布）」（トータルブレイン）。そしてそのエリアの平均世帯年収は城南4区の平均590万円に対して、多くが650万円以上という。

広さニーズ高まる

商品特性としては一定の住戸面積が求められるようだ。6000万～8000万円台の商品の面積は平均70²m²、9000万～1億円台は80²m²になる。「アップパー層の広さに関するニーズは強まっており、60²m²台では狭い。最低でも70²m²以上を望むケースが多い。広さのために買い上げるケースも多い」（トータルブレイン）という。