

# 年間6万戸回復するか

## 首都圏のマンション市場

### 前半戦総括と後半戦の展望①

首都圏のマンション市場の動きは相変わらず鈍い。供給戸数は前年同月比マイナスが続ぎ、10月に消費増税が予定されている。トータルブレインでは「郊外を中心に価格調整を行い販売が加速し、供給数も増加する」と予想していたが、これに逆行する状況だ。2019年(こ)までの前半戦の動きを総括し、後半戦に向けての課題と展望を探った。

### トータルブレインの 邸点観測

【供給戸数減、着工戸数減少】  
1~6月のマンション供給戸数は1万3436戸と前年同期比でマイナス17年のペースに近い。12年以降で最も少なく、年間供給戸数が3.5万戸だった16年のペースに近い。

「低金利による購買力のアップ」で上昇傾向が続いている。特に埼玉は平均価格が12.7%、平均坪単価が11.0%上昇し、多摩エリアの価格上昇率7.7%、坪単価上昇率8.1%を上回る。神奈川については平均価格がマイナスイナス2.8%、平均坪単価が0.7%上昇にとどまった。

「供給バランス」で、高止まりのせいか「価格」は3位に低下した。駅近の立地と供給バランスがより重要になっている。中途半端な立地の「高値チャレンジャー」物件や郊外で割安感のない物件は「ますます」から「苦戦」傾向で、価格上昇による販売ペースの鈍化も感じられた。

## 2019年前半戦の首都圏マンション市場状況(平均価格・平均単価)

■平均価格推移 (単位:万円)

平均価格	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(1~6月)	18→19 変動率(%)
東京23区	5,853	5,994	6,732	6,629	7,089	7,142	7,644	7.0
多摩エリア	4,238	4,726	4,564	4,985	5,054	5,235	5,638	7.7
神奈川	4,212	4,384	4,953	5,039	5,524	5,457	5,302	-2.8
埼玉	3,718	3,930	4,146	4,255	4,365	4,305	4,853	12.7
千葉	3,675	3,879	3,910	4,085	4,099	4,306	4,486	4.2
首都圏	4,929	5,060	5,518	5,490	5,908	5,871	6,137	4.5

■平均坪単価推移 (単位:千円)

平均坪単価	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(1~6月)	18→19 変動率(%)
東京23区	2,859	2,886	3,263	3,322	3,580	3,761	3,954	5.1
多摩エリア	1,917	2,142	2,053	2,290	2,354	2,462	2,661	8.1
神奈川	1,897	2,017	2,281	2,353	2,549	2,542	2,559	0.7
埼玉	1,692	1,798	1,911	1,980	2,020	2,046	2,271	11.0
千葉	1,570	1,653	1,699	1,851	1,884	1,933	1,997	3.3
首都圏	2,304	2,350	2,575	2,621	2,840	2,872	2,998	4.4

※不動産経済研究所データ

都圏は2万7412戸で前年同期比がプラス29%。昨年の大幅減からは持ち直したが、年間6万戸の間、着工ペースを回復するかどうか。【平均価格と平均単価】マンションの平均価格は613万円と、18年から4.5%上昇した。平均坪単価は299万8000円で、

「374日」に延びている。販売状況のヒアリング結果は「好調」が37%に増加し、「ますます」が44%に減少、「苦戦」が21%で横ばいだった。昨年の前半から若干好転している。

【ジャンル別売れ行き分析】コンパクト商品(平均面積30~50平方メートル)の売れ行きは変わらず「好調」だ。特徴は①駅徒歩5分以内②リーズナブルな文京区、アクセスの良い城東

・城北エリア③横浜や駅遠では割安な価格設定④平均面積50平方メートルで商品構成バランスの良いラインナップなどが挙げられる。

セミハイグレード系商品(平均価格700万円~900万円台)も「好調」。アッパーサラリーマンやパワーカップルをターゲットに、①駅近立地②面積を圧縮しグロス価格を抑えた物件が好調。駅徒歩10分前後になると売れ行きペースがダウンし、坪単価400万円以上は「ますます」レベルとなる事例が多い。人気駅・人気エリアであっても駅徒歩10~15分となると、販売上の大きなブレーキとなっている。

ハイグレード系商品(平均価格1億円以上)のターゲットは富裕層の実需に絞られ、「好調」と「苦戦」に二極化した。好調要因は全て立地が良い。「番町」「恵比寿」「表参道」などのハイブランドアドレスは「好調」か「ますます」だが、希少立地でない場合は「苦戦」する。超一等地の供給が少なくなっているためか、売れ行きスピードは減速している。

郊外ファミリー商品(平均面積60平方メートル以上、東京23区・横浜市中心部以外)は引き続き販売調だが、苦戦物件も24%と、他のジャンルと比べて多め。好調要因は1位が「立地」、2位が

(つづ)