

トータルブレイン

久光龍彦社長に聞く

# 12年のマンション市況

久光氏は前回のインタビューで、「エンドユーザーの商品選別の目線は一層厳しくなる」と指摘した。また、市場には建築費の上昇など懸念材料がまだまだ残っている状況だ。そんな中、マンションデベロッパーが留意すべき点とは何かについて、改めて同氏に聞いた。

（聞き手・福島 康二）

12年のマンション市場で見ればそこまで上昇してはいるものの、低利低率の改善を望むゼネコン側の対応は厳しいものがある。

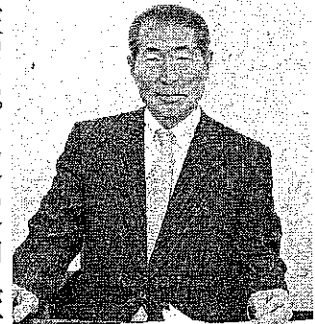
「1、2月の販売はまずまずといったところだ。昨

年秋以降、販売現場からは集客と歩留まり率の急激な悪化が聞かれていたが、その悪い流れを断ち切れたと見てよい。ただ、アッパー層をターゲットとしたハイグレード物件は依然として厳しいようだ」

「目下の懸念事項は建築費の上昇でしょうか。」

「昨年までは、郊外型ファミリー物件なら戸当たり建築費は1300万〜1400万円程度で発注できていたが、現在は見積もりベースだと1500万〜1600万円、10%以上の上昇になる。実際の発注ベース

①



ルな配棟・スキリとした形状にして構造コストを抑えることも重要だ。野村不動産の郊外型マンションブランド「オハナ」の販売が好調だが、建物やシンプルにして構造コストを抑えた分、外観のデザイン・仕上げなどには手を掛けてグレード感を高める工夫をしている。住戸内の仕様についてはセレクトオプションを導入することで、予算のあるユーザーなどに対応していけば

クが高まる。マンション用が、建物をシンプルにして構造コストを抑えた分、外観のデザイン・仕上げなどには手を掛けてグレード感を高める工夫をしている。住戸内の仕様についてはセレクトオプションを導入することで、予算のあるユーザーなどに対応していけば

## 価格への転嫁は無理

「用地の仕入れ値目標を注意すべきだと、繰り返し指摘しています。」

# 念頭に「建築費上昇」

## 供給価格で間違えない判断を

今年には復興工事も本格化するため、職人不足による人件費の上昇と工期の長期化は現実味を帯びてくる。マンションの事業収支を組む際には、昨年から10%程度の余裕を見た建築費の設定が必要だろう」

「また、『建築費は上昇傾向、エンドユーザーが望むマンション価格は低下傾向』であるため、時間をかければかけるほど事業リス

「適切な住戸間口・階高を確保したうえで、シンプ

「エンドユーザーの購入体力の低下を考えれば、価格を上げさせることはできない。『建築費が上昇したから価格に転嫁せざるを得ない』という供給サイドの理屈は通じない状況だ。冷静に『売れる価格』を判断したうえで、マンション用

「今の買い時感と販売物件のオンリーワン感（この物件を逃すと二度と手に入らない）の創出だ。低価格化、好立地化、低金利、優遇税制をエンドユーザーにしっかりと伝え、販売している物件がどれだけ優れた商品なのかを丁寧に、繰り返しアピールしていくほか

「適切な住戸間口・階高を確保したうえで、シンプ

「ここ数年、『省エネ』『創エネ』がトレンドだったが、昨年の大震災と原発・電力問題によって、もはや避けて通れない最も大きなテーマとなった。この2つに、『安全』『安心』も加わる。何らかの内容を、企画に取り入れていくべきだ」

「一部のデベロッパーでは、マンションの二酸化炭素算出量を計測するシステムの導入、一括受電や太陽光発電の採用、管理費・修繕積立金の低減化といったランニングコスト削減への取り組みなど、長期的展望に立ったマンション開発に取り組みが見られる。今後の世代構成を見ず、サービス付き高齢者向け住宅に参入する企業が相次いでいるのもその一例だろう。今年もマンション市場は予断を許さない厳しい状況が継続するだろうが、このような時期こそ各社が『地力』をつける取り組みを行うことも重要だと思