

マンション購入 利便性良ければ「迷わず」

2018年の首都圏の新築マンション供給は3年連続で4万戸割れとなり、日本経済新聞社の調査では19年も低迷が続く見通し。そんな状況でも積極的に購入に動くのが「パワーカップル」と「ワーシニア」だ。(1面)

特に好調だったのが最上階のプレミアム住戸。三菱地所レジデンスが1月に発売した「ザ・パークハウス本厚木タワー」(神奈川県厚木市)は総戸数163戸のうち第1期で120戸を売ったが、用意した6つの

パワーシニアが原動力

住戸がすべて売れた。最寄り駅の本厚木駅まで徒歩1分。子どもがいない共働き夫婦など「パワーカップル」の関心を集めたことに加え、元気に高齢者層「ワーシニア」の人気を集めた。三菱地所レジデンスによれば契約を決めた人のうち60歳以上のシニアは25%超を占めた。厚木市内の戸建てで暮らしていたが、これを売ったり子供に譲ったりして「ザ・パークハウス」に移り住んだシニアも多いという。なぜ同じ市内でわざわざ住み替えるのか。理由はシニアのパワーアップだ。厚生労働省によれば日常生活を送れる「健康寿命」は16年時点で男性

72・14歳、女性74・79歳。前回(13年時点)と比べて男性が0・95歳、女性は0・58歳延びた。この傾向は今後も続く見通し。「箱根に近い空港への連絡も良くて便利。アクティブに過ごすには駅まで1分の距離は魅力」と三菱地所レジデンスは強調する。活動的なシニアが自身の新しい生活スタイルにあったマンションを積極的に購入している。

東急不動産が18年12月に横浜市で売り出したタワーマンション「プランズタワー大船」(総戸数253戸)も「ワーシニア」の支持を集めた。第1期の113戸はほぼ完売という。モデルルームの米場者の9割が神奈川県在住で60歳代が3割、50歳代も2割だった。東急不動産がこのプロジェクトに参画したのは14年からだが準備組合の設立は約20年前。駅まで徒歩1分の総合開発で「地元でも期待を集めていた開発」(住宅事業ユニットの内藤秀人・統括部長)だっただけに、地元の人を中心に一気に売れた。購入を決めた理由には「出かけやすいと同時に、子供や孫たちにも来てもらいやすいから」との理由も多かった。

住友不動産が東京都分寺市で手がける国分寺駅直結の「シティタワー国分寺ザ・ツイン」(総戸数583戸)も7割強が契約済みとなった。契約者に占める60歳以上の人の割合が33%だった。トータルブレインの久

光社長は「パワーカップルは都心、ワーシニアは郊外で、それぞれ駅直結の利便性の高い物件を買っている」と分析している。(前野雅弥)

2018年の新築マンションの供給実績と19年の計画戸数

(19年の合計が多い順、単位は戸。増減率は%、▲はマイナス。)
(住友不動産と日鉄興和不動産の18年は東京23区と首都圏の合計)

社名	東京23区			近畿圏			首都圏と近畿圏の合計		
	18年	19年	増減率	18年	19年	増減率	18年	19年	増減率
住友不動産	6,200	2,500	—	500	500	0	6,700	5,000	▲25
プレサンスコーポレーション	—	200	—	—	4,000	—	—	4,400	—
野村不動産	1,400	1,100	▲21	850	500	▲41	5,050	3,600	▲28
三菱地所レジデンス	1,500	1,000	▲33	500	500	0	4,000	3,000	▲25
三井不動産レジデンシャル	1,500	1,500	0	250	100	▲60	3,650	2,900	▲20
日鉄興和不動産	1,078	300	—	395	300	▲24	1,473	1,600	8
東急不動産	—	400	—	—	500	—	—	1,500	—
近鉄不動産	210	130	▲38	742	850	14	1,020	1,410	38
大和ハウス工業	345	500	44	251	370	47	1,163	1,370	17
東京建物	500	900	80	100	150	50	1,000	1,350	35
関電不動産開発	—	—	—	774	1,089	40	1,131	1,338	18
新日本建設	136	300	120	—	—	—	1,070	1,050	▲1
住友商事	40	700	1650	—	—	—	370	1,000	170
大和地所レジデンス	32	0	▲100	0	0	—	871.2	880	1
明和地所	121	350	189	—	—	—	648	800	23
積水ハウス	423	200	▲52	385	500	29	837	730	▲12
和田興産	—	—	—	591	700	18	591	700	18
伊藤忠都市開発	320	353	10	153	44	▲71	613	670	9
大京	250	50	▲80	200	200	0	700	650	▲7
JR西日本不動産開発	0	0	—	550	550	0	620	630	1
NTT都市開発	134	100	▲25	329	200	▲39	776	600	▲22
大成有楽不動産	99	200	102	38	30	▲21	440	400	▲9
コスモスイニシア	59	207	250	24	0	▲100	330	385	16
合計	7,069	10,990	55	6,632	11,083	67	33,053	35,963	8

23区「高値の限界に」

今回の調査で鮮明になった「都心回帰」の背景には、マンション施工費の上昇がある。過去5年間の人手不足で労務費が上がり、東京五輪関連の再開発などで建材価格も高騰。これらが施工費を押し上げている格好だ。それに見合う販売価格を設定できる物件が東京23区に集中している。住宅供給各社が23区の新築マンションで想定している販売価格は5000万〜8000万円。パ

ワーカップルやワーシニアに照準を合わせた価格設定だ。東京建物は「施工費が上昇する以上、マンション販売価格も高値で設定できるエリアに供給を絞る」。この戦略は各社に共通だ。一方で不動産経済研究所の松田忠司・主任研究員は「23区のマンション販売価格は高値の限界にきている」と指摘する。今後は各社が販売価格の設定に一段と悩む局面が増えそうだ。

ワンルームマンションでは、香港やシンガポールなど外国人富裕層も販売のターゲットだ。東京でのビジネス目的やセカンドハウスとしての需要が見込めるという。投資用途に限れば「大阪や阪神地区、神戸の方が利回りが見込めるかもしれない」との見方も出てきた。そうならば個人投資家のマンション投資の対象が首都圏から近畿圏に移る可能性もある。(松沢巖、藤田心)

総合