

トータルブレインの マンション 最前線

19年首都圏市場 ① 前半戦の総括

マンションコンサルティングのトータルブレインはこのほど、「19年首都圏マンション市場の前半戦総括および後半戦以降の課題と展望」と題したレポートをまとめた。2回に分けて紹介する。

今回は19年前半戦の総括。昨年に引き続き、全体としては価格上昇による販売ペース鈍化の状況だった。好調を継続したのは、好利便立地のコンパクト商

品やクロス圧縮ファミリー商品だった。

同社が実施した売れ行きヒアリング（対象は18年12月～19年6月の発売259物件、回答率86・5%）の結果によると、「販売好調」が35%（18年34%）、「まずまず」が44%（同43%）、「苦戦」が21%（同23%）で、18年の年間結果とほぼ同じ。昨年から売れ行きに大きな変化がない様子がうかがえる。

コンパクト好調

また、商品ジャンル別（コンパクト系、セミハイグレード系、郊外ファミリー系）の売れ行きを見ると、「コンパクト系（平均面積30～50㎡台）」は引き続き好調。ポイントとなっているのは駅近立地で、利便性が弱いエリアや駅遠立地物件は価格競争力が売れ行きに大き

く影響していた。

立地の差別化、絶対条件

続いて「セミハイグレード系（平均価格7000万円～9000万円台）」について。先の「コンパクト系」と同じく販売は好調。ターゲットがアッパーサラリーマンやパワーカップルと

価格上昇、販売ペース鈍化続く

いった高予算客のため、人気エリア・人気駅の駅近など、立地の差別化が絶対条件となっている。「平均面積50～60㎡台・7000万円～8000万円台」のクロス圧縮型で販売好調事例が多い。

「ハイグレード系（平均価格1億円以上）」は売れ行きが二極化している。このジャンルは、ターゲットが富裕層の実需メインとなるため、人気エリアはもちろん、ハイブランドアドレスやピン立地、希少性の高い立地条件が求められるのが特徴。希少立地でない場合はターゲットがアッパーサラリーマンやパワーカップルへと変わるため、高クロス価格（1億円台後半）がネックとなる。今回は「超一等地物件が少なくなっているためか、高価格帯の商品において売れ行きのスピードが減退」（同社）する傾向が見られた。最後に「郊外ファミリー系」について。昨年に引き続き販売が好調だったのは、①立地・商品に特徴を持ち、②需給バランスが良好で、③価格競争力を備えた物件だった。価格が高止まりする中、価格競争力がより重要なポイントとなっていた。