

## 【講演録 2 1】

### 「マンション市場の動向と今後の展開」

(株)不動産経済研究所  
取締役企画調査部長  
角 田 勝 司

それでは、マンション市場についてお話させていただきます。

まず、マンションの契約率の動きについてですが、新聞等でも採り上げているように、4月の契約率はかなり低下してきました。これは、供給サイドの物件の質の低下と、営業サイドが在庫整理に全力を集中したことが原因であり、70%を割り込む状況でした。さらに、5月においては、連休の2週間に顧客も新規物件の現地案内に訪れる事もなく、営業マン不在の現場も多数あったということでマインドの変化が起きているようです。よって、5月の売上も良好ではなく、契約率では60%台といわれています。在庫についても、4月末の時点で1万戸を超えた在庫は、5月に新規物件が5,500戸供給されたことで、積み増しが発生することが目に見えているわけです。しかし、今年度の売上げを達成する為に、6~7月頃に、約2万5,000戸の新規供給が予定されています。

この2万5,000戸という数字がいかに膨大なものかということ、「発売の動き」(資料2)にありますように、今年の3、4月でも、約1万5,000戸の供給、昨年のピークであった9~10月でも2万戸弱という量であったのですから、それを上回る発売が、6~7月に生じるということです。問題なのは、この2万5,000戸をどこまで消化できるかということであり、6割消化すると見ても、約1万戸が在庫になることが見えており、在庫の総数が2万戸になる可能性もあるのです。在庫の総数の2万戸とは、過去最高の在庫を記録した82年~83年12月頃の在庫水準になるのですが、今回のケースは過去最高の状況を量的に越える可能性があるのです。また、2万戸の在庫というのは、8,000億円近い金額になるのですから、これは大変な数字です。

皆さんを脅かす訳ではありませんが、昨年8万戸の供給レベルは、2年分に相当する供給を行っているのです。半年間で3万8,000戸の供給が可能になった原因は何でしょうか。それは第一に地価の下落が大きく影響しています。つまり、売れ残った事例よりも安価に仕入れられるので、つい、追加買いをするというマンション業者の用地担当者の心理が現在の状況を作りだしているのです。しかし、安価で仕入れた土地は、在庫として所有しているうちにさらに価格が安くなるというデフレ現象の進行により、新規にマンション用地を取得した企業は、即物件化する動きになり、物件

回転率が、ますます早くなりつつあります。土地の売買契約後、すぐに確認申請を出す。つまり、マンションは、土地自体が安価になったことにより、供給が1年間で倍になるという事態が起こっているのです。

そして本来は、供給戸数が増加すれば価格が上昇して行くのは当然で、建築費も土地代も、競合の買い手との絡みにより、必ず供給が1割、2割、3割と上がれば、その分だけマンション用地価格は上昇するのが過去の慣例でした。ところがこのところ逆スパイラル現象になってきており、マンションが供給されるほど土地が安くなり、6～7月に2万5,000戸の新規供給が出ると仮定すると6～7月を避けて、9～11月に売ろうというのは、さらに安く売らなくてはならないというリスクを負う可能性があるのです。

したがって、新規供給、着工済みの物件は、かなりの勢いで発売されることは明らかですが、土地取得は、やっとなブレーキがかかりつつあります。また来年後半から供給予定の物件については、慎重に様子を見る業者が増えており、いよいよ土地の選別化というところまで気を配るようになってきたのです。今までは、マンションなら、利益率及び販売率が良いということから、首都圏では600社を越える業者がマンションの供給をしているといわれています。今では不動産業界で、ビルを所有し、含み損を抱えていることに比べると、マンション業者は勝ち組に入っていたわけですが、今後の展望は決して良好とは言える状態ではありません。

さらに、このようなマンション供給過多の状況に陥ったのは、マンション業者だけの責任ではなく、購入者のサイドにも責任の一端があると思うのです。例えば、住宅金融公庫の融資が、急拡大したことをバックに、無計画に借入を行ったことが挙げられます。具体的には昨年住宅金融公庫の融資金額が、1兆5,000億円も増加したのです。その結果、不返済事例、滞納債権が増加しているのです。

現状では、650万円の貸出について約1万件弱が延滞しているという状況になっています。そのような状況下で、この新年度からの住宅金融公庫融資が足切りに入ったことは、皆さんご存じのとおりです。また、民デベ物件に対する融資も、内部規律で、面積を広くする、高齢者のための住宅を造る、壁圧、天井高等の規制を厳密に行いはじめたのです。総量規制の面からいうと、昨年の民デベ融資の14万5,000戸に対して、今年は約8万戸にするということで、昨年は認可された民デベ物件も、今年を通らなくなる可能性が強いのです。つまりマンションを建てるなら、良質なものを建てなさいということです。この規制は、非常に説得力のある話ですが、なぜ経常的に今まで推進しなかったのでしょうか。一昨年、昨年と、ゆとり償還、あるいは特別割増融資等のシステムを設置して住宅金融公庫の利用を推奨していた方向性をここで変えてしまったのです。実際このルールの変更により、非常に混乱が起きたのです。昨年の住宅金融公庫融資利用率、利用額は、総額の50%を超えたところにきており、今後も住宅金融公庫の役割はさらに大きくなって来ることが予想されます。

話を元に戻しまして、首都圏における供給動向については、1～4月で2万4,

400戸、前年同期比で21%増の供給がありました。その中で特徴的なことは、東京都の供給が依然として増加しているということです。地域別の動向の資料を見てもわかるように、93年の8、200戸から、昨年は2万戸に一挙に飛躍したのです。

私どもの予測では、今後は埼玉県と千葉県は、マイナスに転じる可能性がかなり強いのですが、人気のある都内あるいは神奈川県下は逆に6、7月頃から主戦場になると思われれます。

こういった、地価の高い所ほど、最近になってマンションの供給が増加したということは、総体的に見て都心部の地価の下落率が高いことが理由と思われれます。田園都市線、横浜線、京浜急行沿線、東海道線沿線も、徐々に、坪単価200万円台前半になりつつあります。

購入価格も、4,000万円前後がメイン価格になってきていますが、最近の価格動向を見ると、安い所はより安く、そして高い所も安くということで、不況型の価格構成を呈しており、売れ残りが多い所ほど、後から供給される物件も安くなるのが新たな動きです。最近、価格破壊という言葉が紙面上によく登場しますが、現状は価格破壊というよりも、価格総崩れという状態にあり、その総崩れ状態を前提に、マンション業者の6、7月の総攻撃があるのですから、どの段階で帳尻を合わせるのか全く不透明な状況下で、四方八方に陣を展開しているところです。

そして、この価格破壊がどこに収斂するかということ、恐らくマンション価格のピーク時の90年の価格から、4割ダウンというレベルになると思われれます。

最近では価格設定も、お客の懐具合で決定されるという事例が出てきており、いくらで買いますかというプレ広告を打つことや、モデルルームに価格表を置かないというケースが増えてきています。このような供給サイドの姿勢が、お客の価格不信をさらに増幅させ始めているという悪循環にもなってきているのです。

一方、中古マンションの市場価格も3月から月間で1割ずつ下落し、3～4月間で2割下がるという事例が出てきています。また、1月の阪神、淡路大震災以来中古マンションに対する不信感が増加していることも影響を与えているようです。この中古マンション価格の暴落が、新築マンション価格の値下がり観を強めているのです。

しかし新規分譲については、価格が下落しても、その倍売れば決算は黒字になるというのが昨年度のマンション業界でした。つまり価格が1割下落しても、地価で1割、建築費で2割下落することで利益率が確保できたのです。

しかし、購入者層が、頭金はゼロであっても決断力のある若年層から、資金は有るが疑い深く決断力のない中年層に移行してきていること、さらに、マンション販売現場の来訪者数が、ざっと昨年の3分の1になっているというこのような状況下で、申し込みゼロの物件もいくつか出てきています。あまりにも恥ずかしいので、一旦モデルルームを閉じて、1ヵ月後に値段を下げて出直し、仕切り直しさせたというケースもあったと聞いています。

売れ行きについても、ブーム時の状態と比較すると、確実にマインドが変わってお

り、これからはお客は湧いてくるのではなく、潜行型に推移していくと思われます。昨年場合は、価格を多少落としても売り切れ、なおかつお客の衝動買いにより高い契約率を維持できたのですが、今後は、お客の反応の変化に的確に対応した物件しか売れないというのが4月以降の傾向です。

マンションの価格もさることながら、面積についても、50平米～60平米そこそこの3LDK圧縮型というタイプが6～7月の供給のメインであり、お客さんの変化に対応した商品構成の変化が間に合わないというミスマッチ現象が起こりつつあるのです。つまり選別の基準は、やはり70平米以上の物件ということなのです。しかし、マンション業者全てが、今後供給する物件を70平米台にするということになると、これまた70平米が全部売れるとは限らず、苦境に陥ることになりかねないので、決して浮気しないで、4～5年じっと狭い物件を供給していくことも大切であり、自分の会社のメイン商品を絞り込んだ営業を行わないと、供給した物件が全部在庫として残ってしまうという可能性もあるわけです。

しかし、マンション購入者については、去年のお客が今年のお客になった、昨日のお客が今日のお客になったというようなりピートの客が、コンビニエンス的な動きで購入していくのなら問題はないのですが、少なくともマンションはストック商品ですので、2、3年でお客が入れ替わることは考えられず、現状のように、値段が上がらなければ、10年20年所有しつづけることは当然であり、より一層ユーザーが居住性を求めるなら、選別が厳しくなるということを考えなくてはならないということです。

また発売状況は、コンビニ的状况になっています。つまりどこへ行ってもサンダル履きでモデルルームを見られる状態ということで、その内ナイター営業も始める可能性もあるのです。そして、6～7月には、まさにそのコンビニ型のモデルルームが一斉にオープンするのです。日本のコンビニエンス・ストアというのは、全国で4万3,000店あるそうですが、それと同じような形で、同じようなマンション、同じような商品が出てくるということは、過去にはなかった話です。

そして、コンビニ的な供給が進むことで、去年の秋頃から広域の集客が困難になり、販売物件周辺のお客が8割以上来ないと、その物件は売れる見込みがないという傾向が4月以降、ますます強まるはずです。

通常、売れ残りが増えて価格が下がり続ければ、発売は急激に減るとというのが需給の原則ですが、コンビニエンス・ストアの商品供給ラインと同じように、マンション商品はいくらかでも出てくるといような状態です。マンション業界は、他が減らせば、うちは増やすといような弱肉強食の性質を昔から持っていた業界ですので経済社会の法則性は通用しないのです。

現在、コンビニエンス型の供給が非常に盛んな所は、沿線では中央線、東海道線、総武線というJRのメイン路線、そして、南武線、横浜線という支線であったのですが、この6～7月頃にはエリアはずっと広がり、千葉県では京葉線、京成電鉄、東西

線、新京成線、埼玉県では伊勢崎線と東上線、そして都内においては、都営新宿線、あるいは東西線沿線の大型物件がいよいよ登場するということになるのです。

一方、いままで供給が少なかったおかげで高いブランドと価格を維持してきた、小田急、京王、田園都市線の3沿線、が6、7月には暴落するところにきています。

この沿線地域は、去年の倍の供給が行われており、京王線では府中から調布まで、田園都市線では、溝の口からつきみ野までの区間にマンション街道が出現しているのです。そして、田園都市線では、安いバス便物件が今後多量に供給され、駅前の高価格物件に影響を及ぼす可能性が出てきています。つまり悪貨が良貨を駆逐する時代が到来してきているのです。

小田急線沿線においても、成城から鶴巻温泉まで発売物件がつながる可能性があることから、そこを横切る南武線と横浜線の区域で、新規供給マンションが十文字に出てくる予定です。

また、乱戦模様の販売合戦地域の埼京線沿線の戸田公園から大宮間は、4年目に入ってもまだ乱戦が行われています。同様に東上線においても、板橋・練馬戦争が勃発して盛んに販売競争を行っています。その影響が、ブランド沿線の京王、小田急、田園都市線沿線にまで波及したのが、この春の価格状況でした。また去年の秋までは、ブランド沿線の京王、小田急、田園都市線沿線は坪単価300万円弱で取引されていたのですが、3カ月経過すると、それが250万円弱になってしまっており、この状況が続くと6～7月には、さらにもう20万円くらい下落するのではないかと考えられます。つまり、この沿線でも総額4,000万円前後の物件がメイン価格になってしまう可能性があるのです。

しかし、価格が下落してもこういった沿線が、ほかの安価な物件よりも売ればいいのですが、新規物件が去年の倍も供給されるのですから、売れ残りも当然3倍になると考えられるのです。つまり、価格競争をして、なおかつ売れ残りが3倍になるという時代が到来し、高額沿線は虫食いだらけのマンションが出てきてしまうということになりかねないのです。

しかし、田園都市線、小田急、京王線沿線のケースは未だ良い方で、いちばん販売が困難と思われるのが、船橋、草加、大宮、平塚、相模原、所沢、松戸、武蔵小金井、あるいは越谷周辺で、大手業者全員参加の販売競争で、お互いに傷口を嘗め合っているという状況が続いています。

また、最近では低価格にする為に、建築費を削減した結果、のっぺら棒のマンション、飾り気のないマンションが多く供給されてきていることは皆さんご存じのとおりです。

そして、そのローコストの体制は、性能面では現状を維持するもののデザインの悪化をもたらしています。バブル期の物件と最近の物件を見ると歴然たる差があり、何の面白味もなくなったというのがいまのマンションの特徴です。

その代わりに、内部の設備競争は激化してきています。個々の設備では、クーラー、

浄水器、床暖房、CATV、宅配ロッカーは標準装備、さらに差別化商品の付録としてフットライト、アダプター、トランクルーム、地下室、バルコニーインナー型という付加プランが普及しており、これがモデルルームに満載されているのです。

しかし、私はマンションの本質は、やはり基本性能としての収納部門の充実とデザイン性にあると思うのです。特にバルコニー部門のデザインは、それなりのプロの評価につながるのではないのでしょうか。最近のマンションは一見付加価値設備を充実させて重装備になりましたが、基本的にはマンションを造るについては、そういう消耗品を充実させたことでどこか目標を見誤ってしまったのではないかという感じがします。

しかし、いまのお客は、こういった付加価値設備を全く付けないスツピンのマンションには反応しませんので、いかに厚く化粧するかが、重要な売り方のコツになってしまったのです。つまり素材としての美人と色々と着飾った美人というのは、私にはよく区別できませんが、元から美人が着飾ればもっと美人になることは納得できるわけです。

6～7月には大量供給が予定されるわけですが、この中身の特色は、大型物件が連続々と登場するという事です。つまりバブル崩壊後の清算に入った物件、再開発物件、工場跡地開発型の物件です。これは戦争の終わり頃になって、投入された船艦大和みたいなもので、これでマーケットが破壊されないわけがないのです。さらに、そういった大型物件が売れ残ると、在庫は加速度的に増えるわけです。30戸が3割残っても10戸しか在庫は増加しませんが、300戸が3割残るとなると、100戸も在庫が一気に増加してしまうのです。

そして、価格設定も1期分より2期分の方が値段が安く設定されたり、3期分のほうがさらに安価になるということも考えられるのです。つまり、売れ残り回避のために秋の価格、もしくは来年春の価格を付けてしまう可能性が強いわけです。これは、中古マンションを早く売るために、価格を3カ月先とか4カ月先の取引に合わせてしまうのと同じ感覚です。

したがって、そのような価格設定をすることで、それが売買事例になってしまい大型物件が出た所は、単発の物件の価格がそれに引っ張られて値下がりしてしまうことになるのです。ですから、池袋、板橋、練馬、大島、葛西、ふじみ野、川越、川口、調布、府中、ひばりヶ丘、あずみ野、姉ヶ崎、柏では、6～7月以降にはマンションを売るのを控えたほうがいいわけですね。つまりマーケットを無視した価格が出される可能性が高いという、価格調整の第2ステージに入っているのです。

もし、この地域でマンションを供給するのであれば、半年で勝負できるような小型物件を回転させるしかないと思います。

マンション業者は、4～5月にマンション販売を小休止したついでに6～7月に払わなくてはなりません。この6～7月に24時間営業型にしなくては、コンビニ的な販売合戦には勝ち抜けないということになるのです。

ほかの業界は円高等で、外国製品を輸入することになるわけですが、幸いにしてマンションだけは完全内需で、ターゲットは絞り込めているのです。そしてお互いに競争相手だということもわかっているので、エブリディ・バーゲンという乱売・消耗戦に落ち込まないでエブリディ・フェアプレイという、余裕のある物件づくりをしていただきたいと思います。

◆ 第21回講演会 1995年 5月22日 於：プラザホール