

マンション市場の現状と今後の動向

—マンション・バブルからマンション・デフレへ—

株式会社 不動産経済研究所
社長 角田 勝 司

山の方に本日は沢御聴講を頂きまして誠に有り難うございます。私の話などを聞きに来て頂けたということは、それだけ現状のマンション市況が悪化、不透明になっているのではないかと推察する次第であります。ここに居られるどなたもが今後のマンション市況の行方に危機感、不安感を抱いていることと存じます。ことはマンション市場のみに限られたことではなく、社会、経済、政治等の大きなセクションにおいても同じような問題に直面しています。ところが、問題解決法が得意の受験チャート式になっておりません。つまり問題点を指摘する人は多いが、その回答、着地点は定まらずということがあまりにも多くて、短絡、拙速、細切れ対策となり、そのため基本的な判断基準が無くなっているというのであります。全てが先送り状態なのは強力な仕切り役がないからであります。今はいわば平成版応仁の乱というべき状態であると言えましょう。まさに武器なき下克上の時代であります。巷にはやる戯れ謡は「自己責任」であり、刀剣に代わるのは「情報」であるのではないかと考えております。

さてマンション市場の概観ですが、この5、6年間の乱高下する市況はサブタイトルに付けましたように「マンション・バブルからマンション・デフレへ」と一括りできるのではないかとというのが本日の講演のエキスであり、今のマンション市況の基調的トレンドではないかと思われまます。我々は資産バブルは最近経験したことでありますが、デフレの経験は久しく忘れられています。これからどういう方向に向かうのか皆目わからない状態です。デフレの怖さとか、その帰結がどうだったのかは条件・規模が全く違う前提であるので、解釈は自己責任でということになっています。

本日は経済一般の動向はマンション市場の動向の後追いをしているのではないかとというのが私の一つの経済解釈となります。マンション市況の様相が一般経済の動きに比べて一步先んじているのではないかと考えている次第です。マンション需給はバブルの波にも早く乗り、デフレ価格の影響も逸早く受けていますし、それからの脱出策もなんとか打ち出しているからです。それだけに、マンション市場では経済論理的に説明できない現象がいくつもあります。たとえば、この不況下に月間4000戸から5000戸のマンションがとにかく売れているということでもあります。一時の勢いが無くなったとはいえ1戸当た

り4000万円のマンションがまだ大量に発売され、契約されています。大量供給、大量在庫、需要先取り、住宅ローン破産などのいわば脅し文句が跋扈している最中に、分譲マンションの市況はまだそこそこ動いているのはどうした訳かということです。エコノミストとかアナリスト達パソコンゲーム坊やというのは、先入観によるマイナスのことしか計算していないのではないかと勘ぐる次第であります。よくもこれだけ先行き不安なことを計算・分析し、その破滅が自明な日本国であるならば、さっさと逃げ出すのが賢明なことであるというものでしょう。まったくもって追い出してやりたくなるほどです。日本でビジネスしているならば、あまり日本の悪口は言わないというのがエチケットというものでしょう。まして同じ日本人からは聞きたくもない。それ以上に本国で食い詰めて、出稼ぎにきた外人からの悪口などもっと聞きたくもないと思うのであります。最も経済不安を書きたてる週刊誌、経済誌は押し並べて売れていない雑誌でしょう。彼らにとっては建設、住宅、不動産などの関連業界人は700万人ほどの就業者がいる。イジメ甲斐があるというものです。

ところで、このデフレ時代に新築マンションが大量に供給・販売出来たのは何故かという分析は読んだことがない。売れない理由というのは、皆さんの社内でもいくらか出ています。売れている理由というのは、なかなか表面化しない。売れたのは一般的ではない情報だったとして隠されているのではないかと思うほどであります。全く、悪い情報ほど早く伝わり、良い情報ほど伝わり難くなる、まさに情報バブルの時代であります。この不況下ではマンションなどは売れないであろうという先入観で決め付けているだけであり、市場の個別性の動きを決して見ようとしていないのであります。確かに、デフレ下では分譲よりも賃貸を選択していた方がトクであろうし、東京の住宅を貸して、その家賃分でアメリカとかインドネシア、まあ外国ならばどこにでも住めると思います。そういうライフスタイルも十分可能となる時代であります。それでも分譲マンションは昨年20万戸も建設され、住宅は110万戸も新築されています。

御承知の通り、係数的でない事が一般的のように通用するのが、不動産・住宅・マンションのマーケットです。特に93年から97年の5年間に36万戸という前5年の実績に比べると約3倍の新規マンションが発売・売却されています。この動きは供給サイド、需要サイドのどちらのサイドに立ってみてもある種の熱狂のもとでの結果であったと言えるのではないかと思います。この熱狂こそがマンション・バブルと私が言っている現象なのであります。デフレの真っ最中に何故マンション需給が倍増どころか3倍増となったのか、この事象は興味深いものだと思うのです。今から思うとこんなビッグチャンスはマンション業界でおそらく最初で最後となるマーケット規模の膨張であったのであります。

第二に、最近マンションが売れなくなったとは言っても、初月の契約率は60%から70%を維持しております。これだけ住宅ローン破産が70万人だとか含み損10兆円以上だとかの脅迫言辭が飛びかっているにもめげず、新築マンションの販売は大きな落ち込みを見せていない。在庫も約1万戸台とまだまだ少ないままです。このユーザーの購入意

識・行動はいかなるものか、これも本日の解明すべき課題であります。

第三に、これだけ活況を続けたマンション市場が今後どういう展開となるかということだろうと思います。依然としてマンションデベロッパーの供給意欲は旺盛なものがあり、というより足抜け出来ない状態にあります。またユーザーもデフレ意識の浸透とともに、購入行動が当然大きく変化する、ということは買い控えに向かうことになるのは自明であります。また分譲価格も一段の調整を余儀なくされることになるだろうと思います。膨らみに膨らんだマンション需給の着地点がどこになるか、これこそ今後の市況を見極める最重要問題であります。

こうして私の本日の講演の概略は、ここ5、6年のマンション市場の拡大、発展の状況はマンション・バブルからマンション・デフレへの展開過程であった、つまりマンション・ビッグバン現象の発生、帰結の説明にどうしてもなってしまうようです。

そこで、まずはマンション・バブルの発生を解明することから入りたいと思います。資料1を見ていただければマンション着工はこの不況下にもかかわらず、増加していることがお分かりになると思います。マンションが全く売れなくて増えているということになると、大変な自滅行為であります。現実には月間7000戸から8000戸が着工されていることがデベロッパーの供給意欲の現れとなっていると思われれます。マンション業界はこれまであまり全体の市場規模を視野に入れて供給計画を立てることはしない業界でありました。市場分析はせいぜいエリアマーケティングか沿線マーケティングぐらいにとどまったりサーチでした。それだけ競合販売がない単視眼的市場分野であったわけです。ですから多少の市況悪化ぐらいでは供給抑制に向かう動きは出て来ようがないのです。この5年間のうちにマンション依存度がより高くなった不動産業経営でありますから、マンション事業の縮小はそのまま売り上げ減に直結することになる。ましてこの5年間ほどは造れば売れた需給環境であったわけですから、そう簡単にはブレーキが掛けられない。ただしマンション業界がいかに楽天的とはいえ、見込み生産の怖さがありますし、最近の貸し渋りにもさらされている業界です。そこがこの業界のシブトイところでありまして、マンション事業をさらに増強、拡大することによる一点突破作戦を計っているのであります。全部を分析してから動くということではなく、まず動いてから覚るという営業優先の経営戦略がこの業界の特徴なのであります。これはついこの間、94年から96年に首都圏だけで年8万戸もの新築マンションが売れたのを誰も予想していなかったのですから、その成功体験もまだ色濃く残っているせいでもあります。つまりマンション業界人は常に強気でなければ生き残れないということでもあります。

全国のマンション着工ベースの資料を見ると、94年の着工数は22.2万戸と前年比64.3%の激増となっております。首都圏、近畿圏、中部圏の大都市圏ではすでに93年から大幅な増加傾向を見せておりましたから、94年はそれが地方中核都市に波及した動きとなったわけです。ちょうどこの時代は景気対策として住宅金融公庫の金利下げやゆとり償還制度を行い、ユーザーの取得力をアップしたときであります。その後もマンショ

ン着工は高止まりで推移しております。一旦、95、96年は供給し過ぎの警戒感から近畿圏以外はマイナスとなりましたが、97年には俄然今度は近畿圏以外が増加に転じております。首都圏では9万9767戸と約10万戸もの大量着工となっております。前年比で1.4万戸、16.3%も増えていることとなります。首都圏においてはマンションが減少気味どころの話ではありません。供給意欲はさらに旺盛といったほうが最近の動きであります。本当のマンション不況であったなら、こんなに大量の用地確保が出来たはずがありません。

皆さん御承知の通り、昨年の住宅建設戸数は2割近く減っております。現在ではさらに減っています。その中でマンションのみが6.6%増ということですから、マンション独走ではないかと言ってもいいのではないかと思うのですが。

また、今年1月から3月までの着工ではこれまた増加基調を続けています。全国ベースで前年比2.8%増、首都圏では4.1%増という推移ですから、このままですと過去最高の94年の22.3万戸に次ぐ量となる勢いがあります。首都圏では10万戸の大台を突破する水準であります。4月度の着工はさすがに大きく落ち込んでいます。全国で25.8%減、首都圏で26.6%減となっております。これでようやく前年比でマイナスとなったのですが、実は昨年4月の着工実績がとてつもなく高い水準にあったことと比べてのことですから、これから一本調子に激減基調に向かうとは限らないと思います。なにしろ昨年4月は首都圏だけで1万1161戸という過去最多の着工数であったのであります。つまり昨年の4月期は期末期のマンション在庫を整理して、さあ今年度は再びマンション事業に力を入れようとする意欲が盛り上がった時期であったわけです。それに比べての減少で、実数は8190戸でありますから、とても激減どころではない。もし8000戸がそのまま発売になったら過剰供給になる戸数規模であることがお分かりになると思います。したがって、短期的に見て、マンションの供給圧力は十分過ぎるほど潜在していることは明らかであります。今年はこれから新規発売が増えること確実であります。マンション業界全員が遮眼帯を付けて走り続けているのであります。

首都圏ではとにかく東京都が増加している。昨年の東京都の着工は4万7623戸と前年比21.6%増です。都心部の増加が著しいことは改めて指摘いたしません。地上げ後の不良債権活用の受け皿としてのマンション化が目立っております。

最近また埼玉県が増えてきています。1月から4月までの埼玉県の着工戸数は前年比24.0%増となっており、東武東上線沿線、西武池袋線沿線、武蔵野線沿線、京浜東北線沿線の主要沿線エリアでの競合物件が増えることとなります。

一方、神奈川県と千葉県では大きくマイナスを続けています。どうやら、両県とも遠郊外部が激減しています。物件は駅近の大規模化が選択されているようです。

供給見込み計画から推測すると、新規マンションの供給過剰懸念がますます強まり、一向に供給調整の動きは見られないのであります。供給空白エリアもかなり狭まっており、いわゆる穴場が埋められています。立地の穴場探しもそろそろ終盤戦に入っています。ま

さにマンションがどこにでも湧いて出る状態になっています。過去5年間の36万戸の供給がいかにもマンション需給を激変させたかが立地マップにも現れています。

さて問題は資料3のマンション発売の動きです。ここに大量供給の反動がクッキリと表れています。なにしろ、着工の多さに比べて発売戸数がかなり少ないことが問題なのであります。もともと着工の動きと発売とは6、7ヶ月のズレはありましたが、昨年の秋頃から、そのギャップが甚だしくなっているのです。その遅行値がおよそ3万戸にもなっているのであります。昨年末では約2万5000戸の繰越しとなっていたと計算していたのですが、今年に入っても一向に発売が増えないのでさらに上積みになっていることとなります。従ってそれが3万戸という大量のいわゆる未発売在庫として積み上がっていると推計出来ます。今、発売の様子見をしている建築現場が多くあります。なかなか価格を決めて売り出せない。先高後安になりかねないので、反面教師になってしまうことが恐いということになっています。幾つもの物件が競合している現場が少なくないので、あちらこちらで金縛り状態となり、発売予告の看板のみが目立つことになってしまいます。特に、最近では大型物件が増えていますから、分割発売によっていっそう先送り換算されることとなります。造るスピードが早すぎて、売るのが追いつかない、こうした需給ギャップの表面化が発売予告表示の多さにあらわれています。

資料の数字に追加していただきたいのですが、現在集計中の5月のマンション発売戸数は、各社ともゴールデンウィークに営業していましたから、発売が前年比でプラスに転じているようです。約6000戸の見込みで、前年同月比で約1割の増加となりそうです。5ヶ月振りの増加となります。しかしそれでも500戸そこそこの増加に過ぎず、大量の未発売を解消するには到底至りません。需給ギャップを解消するにはこれから月間1万戸ベースの発売をしなければならいわけですが、周知のように、それでは一挙に在庫が倍増してしまいます。やはり模様眺めの分割発売を選択しなければならないことになる。それでも連休中のお客の出足はやや回復気味との報告を聞いていますが、それは一部の物件にあらわれた現象であり、とてもマスとしての動きではないようです。発売抑制効果のため、在庫水準も1万戸とまだ極めて低く、継続販売の動きも止まってはいません。ただし勢いが殺がれていることは否めません。この勢いがなくなっていることが、在庫整理スピードを弱めるのですから、在庫処理は早ければ早いほど良いということになります。

過去20年間のマンション市況のデータでは、前10年間の年平均発売戸数は約4万戸であったのですが、このところの4年間は8万戸になっています。特に91年には2万5910戸にまで落ち込んだのに、92年の後半から急回復し、93年には4万4270戸と7割も増加、94年に8万戸と3段飛びで、結局3年で3倍増したのであります。その3倍水準が4年もの長期に亘って続いているのですから、販売率が落ち込むのは当然であります。それでも売れ行きは急降下していないと見るべきで、5月でも数千人の動員をした新規物件が4、5件あります。ですから新規4万戸規模が適正などという市場であったら、それこそマンション市場は永遠なりで、おそらく販売率は90%を上回るし、分譲

価格もハネ上がることは必定です。こんなことはおよそありえない仮定です。マンション業者にとってはみすみすお客を逃がしてしまうことだからです。売れ残りがなければどの業界もイケイケドンドンになるのは同じなのですが、この業界はとにかく突っ走るのが得意なのです。またそれで成功した業者が大手といわれる地位を築いているのです。ですから業界一致してマンションの供給調整をするなどということは不可能です。したがって個別エリア、個別物件に限定した販売不振、過剰供給が表面化する特異性があるのであります。

一方、マンション購入者も大量供給に連動して大量発生していることになります。供給が3倍ですから、需要量も3倍になっていることになります。バブル期よりもユーザーが格段に増加しているのは明らかで、それだけ買いやすい、買う理由のある潜在需要が顕在化してきたと言えましょう。それは金利条件であり、価格低下であり、立地条件でありという直接的な購入条件の効果だけでなく、家族構成の変化、物件企画の質的向上、賃貸住宅環境の劣悪さなどがミックスされた諸条件が新規マンション購入に結びついたと思われる。複合不況ならぬ複合購入条件があったのでないかと言うべきでありましょう。

最近でこそ、売れ残り物件が増え、また売れても虫食いの売れ行きであったりするケースが多くなって来ていますが、もともと全製品が売り切れるなどという商品は一般的にもたまにしか現れないものでありますから、マンション商品だって全戸が完売するのは例外だぐらいの採算性で取り組むべきです。それが直近4年間の思わぬ高い売れ行きが当たり前のような事業計画を立ててしまいがちとなる止むを得ない事情も分からないことではない。ですがマンション不況は1物件当たり2戸とか3戸とかの売れ残りが累積して、完成在庫が累増することからスタートするものであります。かつて4万戸時代にこの完成在庫が1万戸を超えたことが記録に残っております。

この完成在庫が増加すると、販売促進策がいろいろと計られるわけですが、例えば家具・照明付き、頭金クレジット・頭金ゼロ、直接的には値下げにいたることになります。そのほか、中古物件の下取り保証などがあります。それでも在庫が処理出来ない時は賃貸化することになります。オイル・ショック時はこの賃貸化マンションが在庫の半分ぐらいあったとみられます。そしてその後の価格上昇で、このデッドストックが優良資産に化けたこともありました。しかし現在のような、資産デフレ下ではそのような僥倖は期待できそうにもありません。したがって、在庫の早期処分がデフレの最良の対処策となります。遅れば遅れただけ処分損が大きくなるのがデフレの怖さです。ですから新規マンションの発売を抑えても在庫処理を優先している現在のマンション業者の動きは賢明なのかも知れません。意図せざる供給調整になっているようです。

それにしても、最初に決定した定価価格で販売できるようなビジネスは慢性的な供給不足であるからこそ出来たビジネスであります。マンションなり不動産はその点では極めて恵まれた商品であったことになります。それはいわば地価神話に支えられた信用商品であったわけで、いずれ上がるという暗黙の了解があったからこそ購入して頂けた商品でした。しかし、資産デフレはそうした信頼性、特に価格信用を破壊してしまいましたから、

定価販売の幸福な時代は終わったと言えます。いよいよ人の顔を見て価格をつける変動相場になってしまったようです。在庫イコール含み損となってしまうデフレ経済ではとにかく早く売りつけた人達が勝ち組となる、金融商品的ビジネスが横行することになります。価格低下が持続しているマンション市場では結局早期に購入した人達が含み損を抱えてしまうことになるわけです。それでも新築マンションが4年間で36万戸も売れた、どうみても不可解な需給現象であったかなと思わざるを得ません。

さて、新築マンション市場ではいよいよ5、6、7月は春の商戦に突入します。今春の新規物件の特徴は大型・超高層プロジェクトがいくつも発売されるということです。市況好調のもとで各社は工場跡地とか大規模遊休地、区画整理地の再開発に取り組んでいましたから、それらが一齐に発売となる。不思議と大型物件は分譲時期が重なるもので、販売競争がさらに激化すること確実です。バブル経済の崩壊中にマンション業界はいわゆる「後入れ先出し」で地価下落に対応し、それが成功して来ましたが、それはいわば競合物件の価格探りにもなって、それほど極端な価格競争はしなくてもよかった。簡単な販売結果の事例調査でマンション用地の取得が出来たのです。しかしそれが旨く行き過ぎたようで、各社とも仕入れが順調に行われ、いよいよ競合化となって来た。それも月間2000戸とか3000戸の規模ではなく、少なくとも5000戸以上、多い月は1万戸近い発売のもとでの競合であるから、一旦出足で躓くと見向かれもしなくなる。全体の動向ではなく個別物件の販売率こそが肝心だというような営業戦術が決め手となる状況となっています。ですから、当初に売れる戸数分だけ発売するという分割販売が多くなる。100戸を3期、4期に分けて分譲するケースですが、そういった戦術が非常に多く採用されている。これは当初の契約率を高める結果となりますが、先送りする戸数もだんだん累積し、販売期間が長期化することにもなります。大規模物件ではタイミングを逸した売れ残りがどうしても出やすくなります。しかし期分けごとに「新発売」のキャッチ・フレーズが使えるだけに、かなりの物件に採用されています。また、3、4年前のように広域からの大量動員は出来なくなりましたから、確実に販売を進める戦術ともなっています。

販売スピードが鈍化していることは前線現場からも聞こえてきます。今年に入ってから、様子見のお客さんがとても多くなったことです。褒め殺しにあっていることなどはそれだと思います。つまり、モデルルームを見に来て、「立地がとても良く、環境も素晴らしい」、「価格が隣りよりも大幅に安い」、「間取りが広く、設備もグレードが高いものを使っている」と褒めに褒めて「是非買いたい」と帰るが、その後音沙汰が全く無いお客が増えているということです。純情な営業マンはこんなに褒めてくれたのだから確実なお客であろうとリスト化するのは当然です。ところが、彼らはモデルルーム巡りのセミプロのようで、あとで買わない理由を述べます。親からならまだしも親戚の誰それに反対された、たまたま近くで見に行ったついでになにか貰えそうだから寄っただけ、会社の業績が悪くなったのでローンを払って行く自信がない等々、それなら見に来るなど言いたくなるほど褒めるのが上手な人達が多くなったということです。これから売り出す物件で事前評

判の良い物件は、この褒め殺しに気を付けなければなりません。特に、住宅評論家に褒められた物件の売れ行きは良くないというジンクスはまだ生きているようです。販売に油断は禁物です。逆にケチをつけるようなお客が多ければ真剣に検討して頂いているということで完売が間違いないのかもしれませんが。ただし、見に来てくれただけでも感謝したくなるほとんど来訪なしの販売不振物件は一時販売を停止しなければならないようです。

一方、不況の影響はとうとう住宅ローンの貸し渋りにつながってきました。不振業種のサラリーマンには、これまでの審査条件を変えたり、二重ローンは駄目であったり、減額されたり、繋ぎローンが実行されなかったりしてきているようです。もちろん頭金があまり少ないとローンを組めないといったケースも出て来ています。都市銀行はこのところ住宅ローンの貸し出しを積極化する姿勢を見せています。金利優遇とかの商品種別も多くなり、専門のセクションを設置したり、休日も相談・対応したりしていますが、その正反対の姿勢も垣間見られるのであります。雨が降る時には傘をかさないとは良く言ったものです。

マンション発売の地域別の動向ですが、東京23区内の供給が94年から急増しています。91年には4748戸まで落ち込み、93年には8204戸となっていますが、翌94年にはその2.5倍の2万304戸へと一挙に激増しました。23区内のマンション供給が2万戸を超えたのは20年前の78年に3万1000戸を記録して以来のことです。それが94年に2万戸を突破してから95年2万3466戸、96年2万5902戸、97年2万2877戸と都心化傾向が続いています。97年は全体が減っていても、純都心部や準都心部は続伸していますからマンション立地の都心化は一層進むことになりそうです。最近山の手線沿線や地下鉄利用の物件が非常に多くなっており、こんな近いところでも新築マンションのモデルルームがオープンしている、と気が付かれていますと存じます。8万戸時代には増えたのが東京都心部だけではありません。隣接3県の供給戸数も大幅に増えました。神奈川県は94年から2万戸以上の供給で91、92年の約3倍となっています。埼玉県の供給は94年に1万8891戸と過去最多となっています。97年には1万戸を下回っていますが、再び復活するような動きとなっています。千葉県も94年から急増しました。95、96年とも1.2万戸と高水準の供給が続き、97年はさすがに息切れして埼玉県と同じ1万戸割れとなっています。立地の特徴点は近くなって増えていることです。これまでの立地傾向は戸数増加とそれにともなった郊外化、遠距離化であったのですが、それが逆サイクルとなっているのです。これこそ価格上昇が期待出来なくなった時代のマンション立地の大きな変化と言えましょう。こんなことはマンション市場で初めての現象です。マンション事業の後入れ先出し型がこのことを可能にしたわけです。従ってバブル期に盛んに供給された高崎線、宇都宮線、常磐線、内房線、外房線などではいまやすっかり新規分譲が消えています。価格競争力の喪失が原因でしょう。遠距離通勤が地価高騰の反映であったことが良く分かります。

急激なマンション立地の都心化で現れたことは、都心部での需給ギャップです。今ま

で新規マンションの供給が空白だったエリアに次々と新規発売がなされますから、最初は飛びついて来てくれたユーザーの数も一挙に少なくなり、価格もそれほど割安感が無くなったこともあって、売れ残りが目立つようになっています。着工戸数と発売戸数とのギャップが著しいのは23区内で、3万戸の中で約1万7000戸が未発売になっていると思われます。規模も小さく、居住条件もあまり良くないような物件がかなり発売を先送りされていると思われます。その内でもいわゆる純都心部の中央、港、渋谷、新宿、文京などの高額エリアで約1万戸ありますから、これから都心部の高額マンションの販売が激化することになると予想されます。1区当たりで約1000戸の未発売に相当するのですから、これからの新規用地取得は当面の乱戦の結果を見据えてからの方が良いのではないかと忠告する次第であります。「都心居住」のキャッチ・フレーズは受け入れ易いのですが、都心の空洞化はそれなりの理由のあることで進んでいるのであり、居住コストを無視した都心化はどこかで破綻することになります。それがマンション業者の二重遭難にならなければ良いのですが。土地代が割安といっても、その基準が過去の経験則であるのなら、まだ資産インフレ時代の尺度であり、ユーザーが買ってくれる価格こそが、デフレ時代の時価＝地価であると思います。

次に資料5の「価格動向」ですが、マンション価格は90年の6123万円、坪300万円が首都圏のピークの価格です。それ以後価格は大幅に下がっていますことは説明しなくてもいいと思いますが、それも年平均値では93年から4500万円以下となっています。新築マンションが爆発的に売れたのは、この93年からでありますから、4000万円台の前半にストンとマンション価格が下がったことで、一挙にマンション実需が顕現化したこととなります。マンション価格は91年から95年まで連続5年間下がりました。6123万円から4148万円まで、総額1975万円、32.3%下がっています。地価も建築費も事業金利も下がっているトリプル安ですから、当然の下落現象ですが、それだけでなく、専有面積の拡大や立地条件の変化もありますから、実際は約半値、5割引ぐらいの水準になったと考えられます。これが取得意識を刺激したインパクトとなったのではないかと思います。つまり価格破壊を続けたことが実需を拡大できた最大の要因だと言えましよう。いわばデフレ対応のマンション供給が可能であったことがマンション・バブル時代を成立させた要因であったこととなります。

ところが、96、97年の2年間はマンション価格がなんと上昇しているのであります。96年は4238万円、97年は4374万円とそれぞれ2.2%、3.2%上昇しているのです。皆さんは価格が上がっている感じは無いと思いますが、実際は値上がりしているのであります。分譲単価も坪200万円と97年は下がらなかった。立地の都心化と専有面積の拡大が主な理由ですが、マンションが好調な売れ行きなので、コスト管理を怠ったのも一つの要因であると思われます。実はこの価格上昇こそ97年からマンションの販売スピードが落ちてきている直接的原因ではないかと思っております。大量供給プラス価格上昇ということですから、これは完全に需給環境を無視した現象であります。供給

不足の時代でありましたら、こうしたイケイケドンドンの市場が成り立つと思いますが、戸数が高水準のまま、価格が上がるのですから、これで売れたらマンション・バブルはまだまだ続くことになります。ですから96年というのは首都圏で8万4000戸も売れに売れた年でありましたが、97年はちょうど消費税の駆け込み需要も沈静化して、97年3月期を境に在庫も少しづつ増え始めました。資産デフレの深刻さも、このころから現れたのですが、マンション業界は大量供給の勢いを止められず、それも都心部に絞って用地取得を積極化したのであります。その結果が価格上昇でしたから、少し需要の勢いが鈍ると物件の選別化がはっきりと出てくる。都心部の価格は上昇しているが、郊外部の価格は下がり続けていることで、最近郊外部の割安なマンションの売れ行きがかえって安定しつつあるようです。郊外部にあっても立地条件は駅に近くなっていますから、その買い易さが潜在需要を吸い上げているようです。また、昨年、首都圏のマンションの専有面積は70㎡を上回りました。マンション分譲が始まって以来、専有面積は平均60㎡を超えることは出来なかったのですが、70㎡台の3LDKという間取りが中心を占めるようになったのであります。価格下落と専有面積の拡大が同時進行したこともマンション需要を増やしました。それが、この2年間の価格上昇ですから、取得力に影響を与えることになります。販売率が鈍ったり、在庫が増えたり、売れ行きに格差があらわれるのはしょうがないと思われまふ。本当は供給量を減じて価格水準を維持するのではないと合理的ではない。それが、供給を減らさないで、価格を上げたのですから、こんな旨い話はないことになります。これでは一旦減少に向かったマンション着工が再び増加に転じるのも当然であります。

98年には、この増加分を売らなければならないのですから、やはり再び、価格調整に入らなければならない。これは値引きというより、コストダウン、原価削減を販売面、マーケットプライスから要請されているということです。ピークから3割程度のダウンに止まることは許されないことで、地価はそれ以上値下がりしていますし、金利も建築費も下がっているのですから、従来のようなコスト感覚では売れなくなるのは必定です。そういった意味では93年から97年にかけて新規マンションを分譲した業者の利益は最大であったわけです。これが、私の言うマンション・バブルの時代であったのであります。実際、銀行の不動産向け融資も、バブル後もプラスになっている。全体の融資は3月末に511兆円ですが、93年には513兆円であった。そして不動産向け融資は93年に61兆円であったのが、直近では64兆円まで増えています。これで見ると不動産というものはバブル後であっても、金融機関から非常に信頼されていたことになります。金融機関もバブル融資には懲りているにもかかわらず、新規融資を増やしていることは、マンション事業は別枠で融資を行っていることになります。その代わり、早く返済して下さいというのが本音であったと推測できます。マンション事業というのは短期回転事業ですから、確実に売ればとても優良な貸し付けとなったと思われまふ。マンション市場が回転していたからこそ、バブル後も不動産向け融資が増えて来た理由であると思われまふ。

最近でこそ、完成在庫が新規融資の貸し渋り基準になったり、販売事例が審査基準になったりしていますが、ここ数年はマンション業界は金融界のモラトリアムに貢献してきたわけです。それなのに、昨日の日経新聞に載っていたように、弱い企業から高い金利を取り、強い企業には優遇金利を適用するということですから、全体の景気が良くなりようもありません。強い企業ほど金利を支払えるはずなのに、その逆なことをしようとしているのです。これでは金融機関の融資能力が無いことが解ろうというものです。いかにこれまで競争にさらされていなかった業界であったかを示しています。

価格動向のもう一つの悪い動きは今年に入って、もう一段の価格調整が始まったということです。特に懸念するのは、2月に、東京都住宅供給公社が多摩ニュータウンの売れ残りマンション109戸を値下げした影響です。この3割、2000万円を上回る値下げ行為は、ことは109戸の在庫処理ということにとどまらず、その値下げ率、総額ともが一般的に大きいという事例で格好のマスコミの餌食となったことです。8万戸の市場から見ると取るに足らない在庫ですが、去年の住宅公団の値下げに次ぐ公的機関の値下げということで、民間マンションはもっと値下げするのではないか、そこまでは無理だが、それに近い値下げをするのではないか、という思惑が広がったわけです。そしてこの思惑がマインドコントロールされて、広範に値下げ要求に結びついてしまった。これを金額に換算すると、少なくとも5000億円ぐらいになるのではないかと思います。ことは金額よりも、109戸の値下げが最悪のタイミングで実施されたことです。不況で購入意欲が落ち込んでいるところですから、首都圏全域のマンション取得マインドに水を差し、お客の疑心暗鬼を増幅させたのであります。去年の公団の値下げももっと早く、つまり新規マンションの売れ行きが絶好調時の値下げであったら、その販促効果も上げられたと考えられますが、まだ売り残しているような値下げは逆に資産デフレ心理を強める結果となりました。公的機関が民間と同じビジネスを行うと無責任の在庫処理にしかならないケースであります。なお悪いことは3割も値下げしてなお残っていることであります。民間でしたらこれだけ値下げしても完売できなかつたら、担当者はクビになること確実です。だいたい3割もの値下げをするのはビジネスとは言えない、それだけ値下げすれば素人でもマンションが売れるわけで、これこそ、価格不信を敷衍してしまった事例であります。だいたい民間業者は再投資する為に値下げしても資金回収するのですが、公的機関はその場限りの敗戦処理でしかないのであります。都公社の値下げ以後、価格不信がますます瀰漫し、モデルルームでの値下げ要求もきつくなつたと聞いています。何故値下げしないんだと怒るお客も現れる始末であります。

というわけで、価格については購入マインドに与える悪影響もあって、新たにデフレに対応した価格見直しを迫られています。新新価格のマンションがこれから現れざるを得ない。特に期末においては在庫の繰り延べはタブーでありますから、処分売りがこれから広がる可能性がある。値下げが値下げを呼ぶ悪循環の始まりです。リクルートコスモスの完成在庫1戸とか穴吹工務店の10戸とかが理想的となります。4月末の完成在庫は40

00戸近くになっています。これまでは2000戸から3000戸程度しかなかったのですが加速的に増えそうであります。その上、新規発売物件が目白押しですから、9月ごろから急増することになると思われます。発売を先送りしていますから、あちこちで棟内モデルルームが多くなっています。モデルルームの経費削減もありますが、正式発売前に、ある程度の確実なユーザーを掴んでおこうとする消極的な販売戦略であります。問題はこれが裏目に出てしまう確率が非常に高いということです。つまり発売時に完売しなければ即完成在庫となってしまうのであります。好評分譲中の即入居可が増えて、マンション不況の様相がこれから表面化することになるでしょう。

次に、売れ行きの資料6の説明となります。先に申し上げたように、まだ悪くなったと言っても初月の売れ行きは60%とか70%とかを維持しているわけであります。勿論これはキャンセルなしの瞬間的な数字ですから、案外高いのですが、私が良く言いますように、初月70%で全戸完売するまでは6ヶ月かかってしまうのが販売推移の標準であります。したがって、これが60%になるとあと8ヶ月かかるわけですから、売れ行き率としては急に悪くなったなど感じるのであります。ですからこの感覚は経験的に正しいことでもあります。60%ですと、ぜんぜん売れない物件が2割ぐらい発生いたします。完売するのは1割ぐらいということで、全体的には売れない物件が多くなるのです。その後の販売推移も当然鈍化しますから、在庫圧迫感がなかなか払拭できないこととなります。大体一現場で平均6ヶ月から8ヶ月必要ですから、発売中現場が急速に増えるようになります。93年、94年の売れ行き好調時から比べると、一層売れなくなったような気分となります。先ほど説明したように、業者が分割分譲して表面契約率を良くみせようと装う事例が多くなることも、こうした理由からです。まだマンション不況はその前兆程度のレベルではないかと思ひます。過去の売れ行き実績数字では、最悪であったオイルショック時では初月に9.6%から20%しか売れないことがありました。新規マンションがほとんど売れず、完成しても発売も出来ずといった悲惨な状態であった時代であります。それに比べれば、現下の資産デフレというのは、借金で資産を持っている層が一番打撃を受けているのであって、新規マンションを買うような資産無し層を対象とするようなマーケットにはあまり影響が無かったと言えそうです。つまり、何も持っていない人達がいて、その人達が簡単に買えるようになったからこそ、40万戸近くの新規マンションが短期間に売り切れた構造であったと言えます。

このことは、「消費不況」と言われている状況下で、タンスが満杯だからモノが売れないという成熟市場にはマンション市場がまだ到達していなかったことを意味いたします。じつはそのタンスさえ持っていなかった人達が沢山いらっしやったというのがマンション市場に幸いたしたということになります。なにしろタンスも入らない劣悪なアパートがまだ多いのではないかと思ひます。新築マンション・バブルはこれまで足りなかった商品を買って貰える価格で供給したから売れたという極めてシンプルな市場構造であったこととなります。同じように、減退しているとはいえ、新築住宅は100万戸以上も建築されて

いるわけで、日本の住宅の質は25年程度しか持たないことがかえって量を供給出来ていることになっているようです。いまだに未成熟であったからこそ、資産デフレ進行下でも新築マンションが売れたり、住宅ミニバブルが発生したことになります。

資料7の市場総括表によると、94年から97年にかけてのマンション市況は構造的な地殻変動があったのではないかとこのほど供給戸数が増加したのです。93年までの4万戸平均、あるいは81年から83年のいわゆる「団塊の世代」が登場したマンション・ブーム期に比べても大幅に多いのです。需要主導型というよりも供給主導型であったブームではないかと思われまます。つまり供給サイドから仕掛けた初めてのマンション・ブームであった。勿論、住宅ローン金利の大幅低下、景気対策に伴った住宅金融公庫の融資緩和、住宅取得税制の拡充などの需要バックアップ策もとられました。需要層も大きく変化しました。それは「団塊の世代」のような核となる世代が購入主体ではなく、さまざまな世代に分化した購入層が登場してきたからです。均一的でなく、多層多重化したマンション購入層が特徴的なことです。ファミリー形態も複相しており、小家族化であるがその係累はさまざまであります。ちょうど宮部みゆきの推理小説「理由」の似非家族のようになっている。いわゆる一人ファミリーである女性シングルの購入も増えている。若年層も老年層もマンション需要は吸収していることになります。

大きな変化は実需がほとんどとなったことで、これは不思議なことに、これまでのマンションの市場にはなかった需要の大変化です。これまでのマンション購入というのは、実際に自分が住まないで投資用、事務所に活用していたのがかなり認められた。91、92年頃のバブル期は購入層の大部分がこうした投資家用、あるいは法人の事務所の需要であった。したがってマンション購入の含み損が何兆円かに上ると計算されても、個人の含み損は意外に少ない。あるとしたら、当時のバブル業種の人達で、たとえば、金融、証券、不動産等の業種の人達であろうと考えられます。これらの人達はどちらかといえば、投資に失敗した人達であり、法人などでもそれに関連した業種が多い。最近の自己努力型の個人需要とは非常に違っていた。これだけ長期間に亘って、大量の新築マンションが売れたのは、こうした個人実需型のユーザーが顕在化したからでしょう。自らが住むために購入するという至極真面目な需要になっているわけです。従って、選別条件が厳しくなる。なにしろ自分のものですから、よくチェックするようになる。幾つもの物件を比較検討するようになるのは当然の行動です。マンションの商品企画が着目されてきたのは、こうした需要層の意識変化が反映しているからこそなのです。

最近、今年に入ってから1月から5月の市況の動きですが、まず新規分譲戸数はマイナス17.6%、月間契約率はマイナス7.6%ポイント、総販売戸数はマイナス18.0%、価格はマイナス0.6%とマイナス数字が多くなっています。それだけマンション市況が落ち込んでいることになります。唯一増加しているのが売れ残り戸数の21.4%増だけなので、マンション市況が悪化していることは確かです。特に悪い兆候は新規発売戸数を抑制しているのに、在庫が増えていることで、おまけに価格も下落していますから、マンション事

業の収益が収縮していることは明らかです。先にお話したように、マンション着工は衰えていませんから、マンション需給のアンバランスはこれからさらに表面化することになるのが確実です。なにしろ3万戸が売り控えられているのですから。

次に価格帯別の資料をみていただくと、お分かりになりますように、全地域で緩やかな値下がりをしています。一部東京都下の価格が上がっていますが、これはご存知の国立の坪483万円の億ションが計算されていることで、これが77戸ですから、まだ平均値で上昇していることになる。億ションが211戸、1.2%も発売されていますが、これは昨年の億ションのシェアであります0.9%よりも多いのも「国立」の物件の影響です。全体的には下落しつつあることは間違いのないと思います。価格帯で一番多いのはやはり3700万円から4000万円の間で、13.3%、2433戸です。この価格帯の購入者の年収は700万円から800万円と想定されますから、まことに平均値のサラリーマン層がマンションを購入しているということが分かります。多数派を相手にしたビジネスに失敗はありません。マンションもその例外ではなかったのです。6000万円以上の高額マンションは急激に少なくなっています。だからといって、2000万円台が増えているわけではなく、郊外部でも3000万円台、4000万円台中心にシフトしているようです。

最後の資料にあります住宅金融公庫「マンション資金利用者の平均像の推移表」ですが、これによると、昨年度の7525件の平均像は年齢37.8歳、家族数2.7人、年収745.7万円、購入価格4067万円、年収倍率5.5倍、手持ち金910.6万円、1ヶ月当たり予定返済額13万50円、返済負担率22.4%となっています。寂しいことに、この5年間のうちにだんだん手持ち金、頭金が少なくなっているのです。それに逆比例して、年齢が上昇してきている。年収はほぼ横バイとなっている。これはまさに、中年のおじさん達がマンション購入者の中心であることを示しています。これは、社宅居住期間のぎりぎりの世代か、賃貸アパートに住む「お父さん、頑張つてよ」といういまままで購入を諦めていた中高年層の人達がマンションを買いだしたということを示しています。業種でいえばメーカー系あるいは公務員系であろうかと思われます。価格が下がって、専有面積が広がったことで、アパート、社宅に比べて5割広い新築マンションがまさに家賃並みか、それ以下の支払いで購入できるようになったのですから、購入層の底辺が一挙に引き下げられたこととなります。低収入、若年化という先取り、先食い型需要ではなく、低収入、高齢化ですから顕在化数が倍増することとなります。その代わり手持ち金は93年度が1290万円、94年度1216万円、95年度1077万円、96年度937万円と少なくなっています。いわゆる持ち家諦め層が出勤してきたということです。周知のように、持ち家願望は低所得層ほど強いものであります。93、94年度はゆとり償還の導入もあって、低収入層の取得力アップが計られたのですが、その購入例が普及したことにより、購入可能期待感が広まった。住宅ローン金利も4%を下回り、負担感を実質的に半分になった。収入は横バイでも先行き不安にはつながらなかった。それだけ消費

財的な軽い意識でマンションを購入していることになる。シングル層のようなトレンド型購入が増えたようです。以上で資料の説明を終わります。

さて、これからいよいよ本題に入りますが、現状のマンション・マーケットにはたくさんさんの難題が出て来ています。第一に、これだけ資産デフレが進行しているのにも拘わらず、新築マンションの大量供給、大量販売が継続しているのは何故かということです。第二に、約3万戸にのぼる未発売戸数はどのように発売調整されるのかということです。第三に、96、97年の価格上昇に対し、98年の新価格水準はどう推移するのかということです。第四に、いよいよ増えて来た在庫とくに完成在庫をどう処理、解消するのかということです。第五に、都区部の高額マンションの急増と賃金デフレによる需要減のミスマッチはどういうことになるのかということです。第六に、「前門の選別融資」、「後門の選別購入」という難関をどう打開するのかということです。第七に、総じてマンション・デフレへの対策はどうすればよいのかということです。これらが当面のマンション・マーケットにおきている課題ですが、拡大ではなく縮小しているマーケット下で解決しなければならないことばかりであります。つまりはマニュアルには書いてないことでもあります。しかし、市場競争は二極化がほんの始まりであり、究極には一極化となるのが冷厳なる法則性ですから、この過程をマンション・ビッグバンの発生、発展、終息と一区切りして、これから勝手解釈に挑戦することにいたしたいと思います。

まず、大疑問であります大量供給の持続ですが、95、96年にやや収まるような動きが見られましたが、消費税の駆け込み需要などで、販売率が予測されたよりも落ち込まなかったことで再び勢いづいてきております。というよりマンション用地の取得や近隣交渉が順調に運んだことで、事業規模が膨らんだことによります。マンション事業にとりまして、これほど恵まれた供給条件はかつてありませんでした。他業種と競争しないで用地をそれも指し値で確保できることなどはありませんでした。95、96年頃は同業者同士の用地取得競争がありましたが、それでも各社の価格差はそれほど大きくはなく、せいぜい坪数万円というところの勝負でした。高い仕入れは販売面で苦勞することになるという経験則が身に沁みていたからですし、バブル期の二重遭難を警戒していたからです。さらにマンション用地は不況による社宅、遊休地の処分が相次ぎ、また世代交代による相続の発生件数も増加する時代条件とも重なって、法人、個人の土地換金売りがあって、1年間で約8万戸、延べ100万坪に相当する用地を手当できたのです。好調な売れ行きがマンション業者にニューマネーを調達させ、地価が下がっていても事業回転が早かったため、デフレに波乗りしたマンション事業が拡大できたのです。それがますますマンション依存の体質になってしまい、こんどはもしマンション部門が縮小するとすると、売り上げ額がガクンと落ちてしまう決算をしなければならないという事情となってしまうました。そこでまたマンション事業に各社ともにのめり込むのであります。需要が増えたことによる供給増ではありませんから、売れ行きが多少落ち込んでも新規マンション事業は止められないこととなります。昨年下期からの売れ行き鈍化に対しては、とりあえず様子見し、売れ

そんな物件から発売してみるかといったところです。結局まだマンション不況という認識は持っていないのではないかと理解しないとこれだけの大量着工は恐くてできないものです。それとも、ミクロだけしか見ず、猪突猛進もこの業界の特色ですから、全く売れ行きが止まるまで、このまま高水準の着工ペースが続くかも知れません。ここに来て特に大規模・超高層物件が増えているのですから。

ところで、過去の市況データからみると、マンション供給が増えると価格が必ず上昇し、立地もそれに伴って遠隔化していました。現在は供給が増えても価格が下がり、立地も近接化しているのですから、昔のデータは参考にならない。これだから、市況の変化を予測することは難しいのであります。大量供給と立地の都心化が同時進行するのはマンション市場でこれが初めてのことなのです。これも地価が下落していることによって生じた事象であります。

着工が止まらないのですから、今年も大量供給になるのは間違いがありません。昨年度の用地取得が各社競合しながらも順調に進んだと見られ、供給意欲は大手デベロッパーほど強いようです。

例えば、都心の中心エリアであります中央区では超高層、ペンシル型小規模物件が入り乱れて乱立状態となっております。バブル期の地上げ跡地やビル用地からの転用、駐車場跡地などで新規マンションが計画され、次々と着工されています。これらのキャッチコピーは東京駅から〇〇分ということで、立地の希少性を強調しています。特に最近では日本橋という町名がつけられたマンションが増えています。人形町、浜町、箱崎町、蠣殻町、富沢町などが多い。その周辺でも勝どき、新川、築地、佃、入船などにもマンション立地は広がっています。中央区全体では約3000戸ぐらゐの供給になるのではないかと計算されます。先日中央区の人口が34年ぶりに増えたというニュースがありましたが、これこそ新築マンションが増えてきたことがその要因でしょう。これからも中央区の人口が増えるのは確実です。ただしマンションが売ればの話ですが、日本橋というネーミングを付けたからといって、全部のマンションが売れているわけではありません。むしろ売れ行きは悪いエリアであります。それはやはり住民が少なくなっておりますから、地元需要が昔ほど発生しないという地域性にあると思われまゝ。都心部マンションの販売不振は中央区だけでなく、港区、文京区、新宿区などでも見られることです。意外と販売面が不振なのは価格だけではなく、人口空洞化が現実のものになっている反映であると思います。逆に、都心部の需要はマスとして捉えどころのないのが特徴で、年齢層、職業、年収、家族数など平均像では浮かび上がりません。それだけに、販売戦略、商品構成、価格帯を間違えると売れ残り率が高くなります。最近では失敗作＝完成在庫が都心部にいくつも出始めています。

また、港区、文京区、新宿区の3区ではすぐに売り出せる物件が1000戸以上あります。そのほか、江東、大田、世田谷、渋谷、豊島、練馬区等でも同様な状況です。ですから、今建築中の物件を抱えているのであれば、早く発売したほうが良いと思われまゝ。

乱戦状態になるのは目に見えているからです。この会場の赤坂周辺でも新築マンションがいくつも売り出されています。料亭もナイトクラブもなくなりましたが、その跡地はパチンコ屋とマンションに変わっています。赤坂4, 5, 6丁目では今後も計画されています。ただし昼間にはお客は来ていない。とにかく東京23区内でいま1万7000戸近くの未発売があると推定されます。中には賃貸化になったりしている物件もあると見られますが、まだまだそれが増えて行く可能性があります。とにかく一挙に都心指向の用地取得をしてみた反動と、それだけ大量の需要が存在していなかった読み違いがいよいよ表面化しているようです。基本的に空洞化しているエリアに住宅を供給しても安定したファミリー需要は期待できないのではないかと思います。これが都心部マンションの致命的なリスクです。ですから、都心部にユーザーを呼び込む仕掛けをしないと売れなくなる。再開発型の大規模マンションの人気が高いのは新しいコミュニティが形成できるのではないかと期待しているからではないかと思います。意外と共同体的ライフスタイル意識が復活しているのかもしれない。

都心部マンションはかなり安くなったからといってまだ坪300万円前後しています。そこで高額所得者が販売対象リストに載るわけです。ところが先日発表された高額所得者リストを見ても怪しげな人が増えています。それだけ高額マンションを買える人達は少ないわけで、上位100位の半分を占める土地と株を持っていた人達のほうがまともに見える。あとはエステ、化粧品、ゲーム、サラ金など女、子供、あるいはプー太郎達を相手にした商売人達で、すっかり恒産と恒心をなくした現在の世相が表れています。そうした浮動層にマンションを売ろうにもローン資格でハネられるような人達ですから、お客にはなりえない。資産デフレはこれまでの優良な客層を殺してしまったのであります。億ション人気も一過性でしょう。

着工が落ちていない要因の一つとして、一現場100戸を超える大規模物件がこのところ増えてきています。また超高層物件も次々と計画されています。だいたい1万5000戸ぐらいの団地型予定物件が進行中です。どの辺りに計画されているかというと、築地、豊洲、駒沢、高井戸、方南町、板橋、練馬、町田、立川、武蔵関、玉川上水、国立、所沢、二子多摩川、綱島、多摩プラーザ、大船、幕張、検見川、新船橋、そして所沢、越谷、川越、新座、富士見といった場所に大型マンションが計画中です。

こうした大型団地の開発意欲の復活はまず用地取得がスムーズに出来るようになったことが最大の要因であります。また開発行為期間も短縮された。いろんな企画を組み入れるスペースがあるので、個別化した需要層に対応できる。つまり規模の利益が見込めるようになったことによります。面白いことに大型物件への人気は再燃しているようです。宣伝費効果もありますが、分譲価格の割安さ、大手業者への信用、一体開発への評価、商品企画の充実、ランニングコストの削減などの総合評価で高くなっているようです。しかし、大規模物件の販売面は当初の出足が好調であっても息切れするケースが多いことも特徴です。とくに最終期までの全戸を売り切るのは至難なことです。どうしても途中で躓くのは

やはり価格吸引力が無くなったからであります。先安後高の価格戦術が通じなくなったことがあります。競合販売が激しくなる場合には先高後安になりかねないからであります。その上団塊の世代のような均一需要が大量に存在しない為、周辺需要以外に期待せざるを得なくなり、それだけ販売速度が鈍くなるということです。特に100戸以上の販売リスクは高くなります。需要層の分散化、個別化がそれだけ進んでいるのです。大型物件の増加はかえって需給のミスマッチが起きやすい市況と言えます。

次の問題は、価格の再調整はどこまで行くかということです。これは95、96年の前2年の価格が上昇していたことで、調整幅が強くなるだろうと思います。デフレ基調のバックグラウンドを考慮すれば95、96年の価格上昇は異常なことであったと見るべきでしょう。そのギャップを調整しなければなりません、なにしろデフレ下の価格がどう動くかマンション業界に限らず前例が見当たらない。そこで、一つのヒントとして、東京23区内での新規物件の価格がどうなっているか調べましたら、同じ区内で最低単価と最高単価では2倍くらいに分譲単価の差が出て来ています。そこで最高単価を付けている物件が売れているかという、ほとんど売れていないというのが現状です。売れているのは立地性が特別優位な物件だけです。当たり前と言えば当たりのことですが、単価の低い物件から売られています。

昨年までは、安い物件と高い物件の両極端の物件から売れて、中間価格の物件が売れ残ったケースが見られましたが、今は裾野から、低価格のものから売れて行っております。例えば、港区の今年になってからの新築マンションの分譲単価は、最低290万円、最高547万円です。約2倍の価格差です。文京区は最低241万円、最高277万円、36万円、15%のギャップです。墨田区、江東区では最低160万円、最高230万円、品川区は最低215万円、最高326万円、目黒区は最低271万円、最高307万円、そして大田区では最近、価格破壊が進んでいて、最低単価がなんと177万円、最高は田園調布の418万円です。その田園調布駅から2駅ほど南に行ったところで200万円をちょっと下回った価格の物件が出現しています。これはさすがに3日間の徹夜組が出て即完していますが、田園調布の突出価格も足元から崩されようとしています。つまり都内の価格はいま下方に向かってまっしぐらということになります。比較的価格の安定しているのは葛飾区で最低181万円、最高198万円ですが発売事例が少ないことによるようです。やはり競合している区内ほど販売競争による新価格が出易いことになります。

三多摩地区では、最低139万円、最高483万円ということで約3.5倍の価格差があります。遠郊外部がより低くなっています。

横浜市では最低143万円、最高249万円と、約100万円の差があります。川崎市は最低155万円、最高256万円と、こちらも約100万円の開きとなっています。

千葉市では最低121万円、最高200万円、船橋市は最低134万円、最高188万円となっております。開差は50から80万円です。

埼玉県では最低が川越市の122万円、最高が浦和市の235万円、約2倍の価格差

です。

こういう価格動向から分かることは、価格水準が低価格にシフトしていることで、これは最低価格が基準価格、販売事例になって来ていることを意味しています。底上げでなく、底下げの価格設定がこれから行われるということです。こうなると高価格ほど下がる率が高くなります。供給は強気であるが、価格面は弱気であると言えます。近くなって、広くなっても安くなる現象、これこそデフレスパイラルの価格動向です。95、96年は近く、広くなって高くなっていたのですから販売率が落ち込んだのです。

ちなみに、築10年以上の中古マンション価格は新築のおおよそ半値であるそうです。昨年は3割ぐらゐの価格差であったのが、4月以降、デフレ経済の様相が強まるにつれて中古価格が再下落し始めたと言われていています。中古マンション市況は新築市況に比べるとパワー不足の状態です。いつの時代でも新しいモノが需要開拓の尖兵になるようです。

さて、いまのところマンション市況は強力な供給調整によって、在庫の急増は避けられたような危うさがありますが、これから完成寸前の発売がかなり多くなって来ます。先ほど申し上げたように、在庫の処理には決定的な決め手がないのですが、値下げ例が増えきそうです。5000万円以上の高額マンションが売れなくなった要因では金融機関、証券会社、保険会社、建設会社、プラス高給官僚の賃金カットが影響していると思われる。いわゆる高給サラリーマンの総数は6、7万人といわれますが、その内の多数が先の業種に含まれています。実際山一証券、北海道拓殖銀行の倒産が金融、証券マンのマンション購入のドタキャンに結び付いています。彼らは1000万円から2000万円の年収でしたから、5000万円以上のマンションの優良なユーザー層でした。また都心部のマンション購入者の中心であっただけに、高額マンションの客数が相当減っているような感じがいたします。7000万円とか8000万円の価格帯の戸数が減っているように、価格ランク上位7%部分が需要減に直撃されています。この賃金カットの動きはこれからさらに他業種に広がること必至ですから、高給サラリーマン受難の時代であるとともに、マンション販売も見込み違いとなりそうです。ですから、金融、証券、保険等の高給サラリーマンにはもっと頑張って稼いでもらわなければなりません。もちろん高級マンションの販売には累進課税の軽減も必要となります。

マンションマーケットでは売れる物件、売れない物件が出てきますと「二極化」で説明されますが、そんな簡単には片付けられないものであります。私はよく言うのですが、二極化というのは何の説明にもなっていないのです。たとえば言う、この世には男と女が居る、といった程度の説明にしかなっていないのです。二極化というのは軽薄なテレビ、新聞用語で、価値判断できないど素人評論家が素人に向かって言っている言葉であります。これは負けた方に価値を置いている説明で、勝った方を無視した視点なのです。プロが必要としているヒントは二極化の先がどうなるかということです。何故なら売れない物件ならば誰でも造れるからであります。お金を貸すのは簡単だが、それを回収してさらに新規に貸し出すのが金融機関の金融機関たるゆえんです。回収出来ない人達がお金を貸し出し

たのが不良債権なのです。同様に売り切れる物件しか造らないのがプロの仕事ですから、販売面の二極化現象は市況悪化のほんの始まりでしかないこととなります。あらゆるビジネスで売れないモノは捨てられ、市場から追放されます。住宅、マンションもその例外ではなくなったマーケット商品でありますから、本来売れそうもない物件が市場参加してくるのは可笑しいのであります。売れるものしか残らないというのが二極化後の帰結となります。ですから物件販売は一極化に収斂するというのが正しい解説となるべきなのです。このことがビッグバンの行方であり、これが見えないから混乱に拍車がかかっているのです。銀行、証券、自動車、保険、電機などの業種では明らかにそういう方向に向かっています。ビッグバンとは勝ち組しか残らないということなのです。

マンションマーケットではバブル後、新築価格を探りながら、過去最大の量的拡大を実現し、36万戸を売ってきました。マンション・バブルの発生は92年の秋、具体的には92年10月のことでした。新規発売が5000戸を超え、それがなんと84.6%も売れたのが市況転換の始まりだったのです。その時に分譲価格が一挙に4000万円前半に急落したことが、購入意欲を顕在化させたのです。その後住宅金融公庫を始めとする住宅ローンの金利低下も始まり、ユーザーの資金調達力を高めました。当初はバブル期に買えなかった待機層が飛び付いたと解説されましたが、95、96年の需要は完全な1次取得実需層となりました。

住宅金融面のバックアップだけでなく、いわゆるマンションの商品企画が質的变化を見せました。供給が増えたことで、差別化企画が求められるようになり、それが数値として具体化しました。それが、壁厚、床厚、遮音性の向上につながりました。専有面積の拡大は天井高、収納、水回りのゆとり設計となり、いわゆる主婦向け企画の目玉となりました。加えて、免震、健康、環境などのトレンドアイテムを即時に採用するようになりました。ニューメディア機器、床暖房、宅配ロッカー、防犯センサーなどの生活利便施設の敷設、多目的ルーム、キッズルーム、集会室等のコミュニティ施設の充実、さらには有名設計家の設計によって、スペースデザインをアピールするなどマンション企画はこれまでと比べて格段にアップしました。昨年からの建築基準法の改正によって、容積不算入となった共用部門の活用が早くも始まっています。地価、建築費の下落が立地の都心化だけでなく、マンションの質のグレードアップに寄与したことになります。これまでは仕様や付帯施設の充実は必ず分譲価格の高騰を伴っていましたから、史上初めて、価格上昇無しでの商品企画競争が展開されています。

さて、ユーザーの今後の動向ですが、特徴的なことは先ほどお話したように、褒め殺し、つまりすっかり余裕を持って物件を選別化するようになっていることです。いま日本の不良不動産債権をタタキ買っている外資系の人達は「アセット・ストリッパー」と称されているそうですが、彼らはその物件の原価がいくらであるか関心がない。その物件の収益性が確保されるかどうかの問題だとするビジネスを行っている。いわば経済活動が混乱している時代に出現したバッタ屋であります。コスモポリタン型の「ふうてんの寅さん」

がバナナでなく、ファンドとかデリバティブとかリートとかの証券を売りに来たり、買いに来たりしている。不動産売買はほんの分散投資の一部であります。外資の投資行動と同様に、これからのユーザーはマインド次第で購入態度を決定するようになると思われる。絶対的取得動機であった地価上昇がなくなった為、物件選別基準は個別化、感性反応、主観依存指向となります。自己中心購入スタイルであると言ってもいいでしょう。ですから分譲価格という客観的価格尺度よりも厳密な基準のないゆとり度とか環境に優しいとか健康仕様とかで選別するようになりそうです。企業ブランドとか外観デザイン、スペースプランニングなどが魅力付けとなるでしょう。

もちろん、一方では徹底したコストパフォーマンスで購入する人達もまだ50万人以上いることは確かです。マンション需要層の底辺は広い。シングル需要も計算出来ますから、一人一戸の時代を謳えば良いのです。それよりも「家賃並み」か、できれば「家賃以下」がまだしも即需要に結びつきます。いま説得力のあるのは「月払い10万円」です。総額3000万円前後のマンションならば立地に関係なく売れ残るリスクは少ない。ですから貧弱なレトロアパートが多いエリアなどはまだ低価格マンションが良く売れます。ただこうした低価格市場は住宅不足時代の需給構造ですから、限らない消耗戦となることは目に見えています。こうしてストックとならない物件が乱立します。しかし、これもマンション需要であると開き直れますから、いまだ20㎡以下のワンルームとか50㎡の3LDKなどが分譲され、それを購入するユーザーがいます。情けなくなりますが、低価格住宅需給の行く末は安物買いの銭失いの繰り返しです。こうした無知の市場を無くすには頭金ゼロ販売、35年住宅ローン制度などの過剰信用購入を止めさせ、最低規模規制、収入基準規制などを実施しなければなりません。つまり最低住宅取得資格制度を作らなければなりません。所得税を払わない人達には住宅取得を禁じるといったように。買えないなら賃貸で我慢せよというのが日本の住宅ストック水準を引き上げる政策だと思っております。

デフレ経済というのは長く持っていたら減価してしまうことですから、まさにマンション業界が生き延びて来た処方箋であります「後入れ先出し」のビジネス手法を実行している企業しか生き残れない時代であります。資産価格が時価評価すると「先高後安」となってしまうわけですから、マンション価格も同様な動向になると読んでおいて用地を手当てしなければなりません。できれば、マンションが売れてから用地の売買契約を締結したいものですが、それくらいのギリギリの判断力が求められます。マンション用地はデフレ経済が進行する限り放出されるでしょう。不良不動産債権の損切りが続きますし、メーカーの工場跡地の再開発も絶好の大型マンション建設プランが中心となっています。都心居住の政策は再開発マンションでしか現実化しないものです。究極的には都心部マンション価格と郊外部のマンション価格が同じ水準になることが、本来的な都心居住の理想形になります。勿論、建築基準法の抜本改正で容積率の緩和、日影規制の撤廃や既存不適格の不適用など高層住宅建設推進の前提条件整備、インセンティブ策として高層住宅化優遇税制が必要でしょう。都心再生策とは全て都心に再投資して再集中、再集積を目標に、一極集中

のコアを創生することであります。アナクロイズムで行われようとしている地方分散化とか首都機能移転などはデフレ経済をより促進することになります。弱いものを強くするのではなく、強いものをより強くするのがビッグバンであります。都市再開発度は高層マンションによって計られるべきでしょう。したがって都心部マンションが復活していることはとても良い方向に向かっていると言えます。マンション業界の生きる道はこの政策の流れにいかに乗って行くかということです。ですから、郊外部よりも都心部の方が低コストで住めるという物件を開発することがユーザーを都心に回流させ、マンションライフの魅力を再認識させることになります。そうでなければ、一旦郊外に転出したファミリー層が都心に再転入するメリットはありません。高齢者と外人とブー太郎しかいないような危険な空洞化街に住むリスクを負わなければならないからです。御承知のように、子育て環境や高齢者サービスは圧倒的に郊外部の方が恵まれているのですから。

さて、不況はマンション購入を推進させました。主要購入動機がこの間、価格下落→金利低下→近隣立地→商品企画へと変化しました。マンション業界の供給戦略も価格基準からプランニング重視へと変化してきたわけです。それに加えて大量供給を実現したので、こんなに激変した需給構造はかつてありませんでした。92年頃からマンション業界に参入した新興企業は急成長しました。バブル期の資産が含み損となってしまった既存不動産企業は新規マンション販売でキャッシュフローを得て、かろうじて息をつぐことができました。建設業界も公共事業、オフィス、リゾート開発の工事減少をマンション建築でカバーしました。住宅関連業種もマンション向け商品が大量に捌けました。ユーザーも取得コストが格段に軽減され、新しい、近くて、広い、高品質のマンションを少しの含み損を抱えましたが、選別して買えました。まさに三者三得のマンション・大バブルがあったのであります。

だからこそ、今後のマンション事業はまたまた未経験ゾーン下で遂行しなければならないこととなります。第一に大量供給、大量販売後の飽和市場であること、第二にデフレ経済下の高額資産の販売となること、第三にバランスシートを修正していない大手企業のシェアがまだ高いこと、第四にマンション依存経営をこれからも続けざるを得ないこと、など本日の当初からの難問に挑戦しなければなりません。売れなくなったら、供給を絞り、場合によっては生産を中止しなければならないのが正常のマーケットなのですが、マンション業界はそれほど理性的ではありません。着工増が続いているように、さらなる大量販売を各社が狙っているのです。となると、これから需給バランスが崩れるのは自明ですが、追い詰められないと撤退できないのが、見込み生産たるマンション事業であります。かつて5万戸時代に在庫が2万戸を超えたこともあったように、今では在庫が3万戸近くにならないと供給ブレーキが掛からないようです。そこまで悪化を予測していないとしたら、マンション業界は自滅に向かっていることになるのですが、談合して供給抑制を呼びかける余裕などはどこのマンション会社にもないでしょうから、二重遭難が明らかになるまでバトルロイヤルは続きます。そして過去の不況期での教訓の一つは売れない時代の販

売力ほどあてにならないものはないということです。また、過去の選別化とはいずれは周辺の価格上昇に伴って完売したという不足時代の選別化でありましたが、これからの選別というのは供給増下での選別化ですから、売れ残りがいつまでも処理出来ないことになると思われまふ。新古マンションの大量在庫を抱えることになります。そうなると賃貸化できる体力がある企業しか生き残れなくなります。

デフレ経済下のマンション事業戦略の選択肢は次のようになると考えています。第一に、プラン売りに転身し、販売リスクを避けること、第二に、大規模、超高層は大手企業の連合体に任せること、第三に、出足が不調な現場は早期損切りすること、第四に、当面の競合物件には先高後安戦略であってもなんとしても勝つこと、第五に、一本釣り客にも売れるオリジナル商品企画を組み込むこと、第六に、低価格物件を指向すること、第七に、投資向け物件を開発すること、第八に、シングル、ペット、カルチャー、ソーホービジネス、外人向けなどの特化需要を狙うこと、などです。くれぐれも営業力に頼るマンション事業を行わないことです。もちろんのこと、強気一本槍の拡大策を続けるのも開き直り型の事業展開ですし、マンション事業からの即時撤退も選択肢の一つであります。ただし、撤退後の再復活はこれからはありえませぬし、倒産させられる途もあるということです。

過剰在庫があろうと需要飽和であらうとマンション開発事業は新規供給のエネルギーが残っていれば走り続けられます。先行きを悲観して供給を抑制し始めたら本当の危機的状況となるのです。自動車業界のように、生産が減ったら業界淘汰が始まることになります。収獲逡増を志向してこそマンション業界が活性化するのです。なによりも供給サイドであるマンション業界が新新価格、新新立地、新新企画等、常に新しさのイニシアティブで先導していたからこそマンション・ビッグバンを乗り切れたのであります。したがって、絶えることなき新しい商品開発への挑戦が新築マンション需要を顕在化させるものであります。デフレを乗り切るには今までになかった商品企画を開発することでありまふ。新しき商品には過剰、飽和はないというのがすべてのビジネスのスタートであります。

◆第45回講演会 1998年5月28日：氷川会館
(ただし、1998.6月下旬現在で、補筆・修文してあります。)