

【第90回 定期講演会 講演録】

日時：平成15年5月19日

マンション市場の現状と今後の動向

—マンション市場30年、新マンション時代の特異性—
—都心居住スタイルと少子・長寿化ニーズの顕在化—

株式会社 不動産経済研究所
代表取締役社長 角田 勝司

■テーマについて

ただいまご紹介にあずかりました不動産経済研究所の角田でございます。本日はこのようにたくさんの方を前にお話できることを、まことに光栄に思っております。今日は「マンション市場30年」というサブタイトルを中心に話をしたいと思います。

近頃こんなにマンションマーケットについて関心が高くなったのには理由があるだろうと思います。94年からマンションの大量供給が始まっています。それから9年間、大マンションブームが続いてきて、今年ちょうど10年目に入ります。マンション業界はこの10年間好調であったわけですから、そろそろ下り坂になるのではないかと、在庫が増えるのではないかとという不安感、懸念感が当然出てくるわけです。

そろそろ需要も減退してくるのではないかという見通しは、これまで何回も出されています。この10年間、毎年、万年過剰供給を唱えてきたエコノミストもいますし、新聞記者もいますし、雑誌記者もいらっしゃいます。しかし10年間嘘をついてきたら、そろそろ目が覚めるのではないかと思います。マンション需給構造がこの10年間、その前の

20年間に比べて劇的に変わってきたということ、今日はお話ししていきたいと思いません。

不動産会社の決算が発表されていますが、大手各社はますますマンション依存度を高めております。しかしながら、久しぶりに9年目にして完成在庫を幾つか抱え、マンションの利益率も下がっています。明らかに、9年間順調だった販売面に鈍りが出てきている。それから環境面でも、資産デフレ不況が深刻化するばかりで、地価も株価もなかなか上昇しないために、ユーザーがマンションを早く購入しようという気になれない雰囲気があります。

さらに問題なのは、ビル業界では2003年問題が出てますが、マンションはビル供給と違って2003年どころか、ずっと大量供給が続くということが確実です。とにかくバブル期にはあれほど足りなかったマンション用地が、無尽蔵にこれからは出てくるのではないかというリスク、マンション用地の種は尽きないという環境になってきております。

量がふえれば価格は下がるというのが市場経済の鉄則ですが、そうした事業リスクを折り込んだマンション分譲事業を続けていかなければならない。マンション販売はこれから

も止まらないし、止められないし、そして足抜けもできないアスリートであり続けるというようなことであろうと思います。その中で勝ち残らなければならないということですから、そうしたマーケットに参加している皆さんとしては、マンションマーケットの方向、将来性に対して関心度が高くなるのは当然のことです。稼ぎ頭のセクターがここで瓦解してしまったり、あるいは在庫過剰になってしまったならば、ただでさえ信用不安があり、大変な目に遇うということになるわけです。

というわけで、当面の問題としまして、マンション業界が10年目の大量供給を乗り切ることができるかどうか、これが一つの問題であります。本日はその前に、私どもがマンションマーケットを調べ始めてから昨年ちょうど30年になりました。そこで30年を一区切りとして、そこから何か教訓が引き出せるのではないかとということで、マンション市況からの教訓をお披露してみたいと思います。

本日のテーマは「マンション市場の現状と今後の方向」ということで、ここまでは昨年と題名は同じです。ただ、サブタイトルが違って「マンション市場30年、新マンション時代の特異性」としてあります。「マンション市場30年」という意味は、私どもが調べはじめてからの30年ということで、資料の15ページをごらんになっていただければわかります。昭和48年から昨年までのマンション市場動向、つまりマンション市況のデータを私どもがとらえてきた30年という期間を示しているわけです。このページは首都圏ですけれど、全国ベースの数字をとらえているわけで、売れたとか、売れないとか、売れ残りが多とか少ないとか、そしてマンションブームがあってその特徴はどうかとか、価格が高いとか安いとか、これらのデータがすべてこの表に凝縮されております。今も毎月数

値を出しておりますが、これもマンション業者のご協力による結果です。つまり自主申告による販売動向をまとめているわけです。その積み重ねで30年を経たということで、今、私どもでは「マンション市場30年史」というのを編さんしております。この波乱万丈のマンション業界史をまとめたいと思っているところです。ですから、後段の新マンション時代という時代区分も、30年史上のいわゆるマンション前史とマンション後史という歴史的なステージの違いとしてとらえておりまして、そういう試論を今日お話ししたいということでございます。

第二の項目に「94年に“マンション維新”」というキャッチフレーズを掲げていますが、この「維新」の特異性こそ、バブル後のマンション大量供給市場を9年間も持続できたその真髓でありますし、バブル期の反省をマンション業界は忘れなかったということも表しております。その具体的な現象を摘出しながら、マンション業界で勝ち残るには、やはり「マンション維新」を続けていかなければならないということを確認したいと思っているわけでございます。

そして2番目のサブテーマは「都心居住スタイルと少子・長寿化ニーズの顕在化」ということになっております。最近、ようやく意識だとか行動が明らかにされだした都心居住スタイル層の元気さとか、居注意識の大変化が、マンションマーケットにあらわれているのではないかとということで、従来の理論的、教科書的なスタイルにとらわれないお話をしていきたいと思っております。要するに都心住民、特に女性はラテン系に変わってきたのではないかと中心になると思います。意識だとか考え方、そして昔でいえば一風変わったライフスタイルの方が都心にぐんと増えてきたということです。こういった視点の方向も、私の独創であり、だれも言っていないと思っております。そして、これは大まか

にいえば、都市に住むという覚悟のない都市住民中心の時代ではなくなってきた、つまり学者とかが大好きな田園・都市での住まい方、あるいは高度成長時代の住宅優先、子育て優先の住まい方が全く変わってきているということです。そして反都市的居留意識を内包する地球環境論というものがあるわけですが、そんなことは知らないよというような居住スタイルが出てきているのではないかなと思います。特に女性層のマンション選択率の増加がなぜ今起こっているのか、表面化してきたのか。このような現象が純都市型マンションライフスタイルを形づくっているのではないかといったことを中心にお話ししながら、反都市派の農民的、江戸時代的な封建意識をぶっ飛ばしたいと思います。

そして、次に少子・長寿化につきましては、これは皆さん高齢化と言っていますが、高齢化というのはもう古い概念でして、元気な方が多くなるという意味を持たせてここでは長寿化と言っているわけでございます。少子化とそれから高齢化、長寿化問題というのは当然別々の大問題でありますけれども、どうもこれはどちらもマンションライフスタイル層を増やす構造的要因になるのではないかなというように前向きにとらえていきたいと思っております。こうした少子化と長寿化の二大トレンドをつかんでいけば、これからもマンションの大量供給は大丈夫であるという理論でして、これも私の独創的なアイデアの一つだと思っているわけで、こういったことは教科書には書いてありません。

■ マンション着工、急減速

それでは、いよいよ本題に入りたいと思います。

表題1、最近のマンションの着工の動向です。3ページを参照していただければわかり

ますように、今年に入ってから急減速しております。2000年から2002年にかけての首都圏のマンション着工は年間11万戸台ということでした。ですから大体月平均で1万戸でありました。それが昨年12月期から続けて4カ月間、前年実績を下回っているわけでした、その減少率もだんだん大きくなっておりまして、1～3月期では2万6,865戸ということで、前年同期の3万1,960戸に比べて5,098戸、15.9%の減少という数値が出ております。首都圏だけではなくて近畿圏、中部圏、その他の地域も、マンションの着工はこのところ減速気味でありますけれども、これは首都圏で昨年11月に売れ残りが1万戸を超えたというアナウンス効果により、市況に警戒感が出て、とりあえず先に発売した物件の販促を優先し出したということもございまして。世の中何が起こるかわかりませんが、1万戸という少しばかりの在庫水準でもおびえているというように、業界外部からは見えるわけです。

ちなみに、突然急増し始めた94年から03年までの9年間のマンションの総着工戸数を足しますと、何と92万6,000戸強になるわけでありまして、全マンションストック量と比べますと、その3割ぐらいいは94年以降の新築マンションが占めるということになります。マンショングルネッサンスと言っているわけですね。年間10万3,000戸ということになります。私どもの調査では発売戸数は年間8万戸から9万戸台でありましたけれども、ご存じのとおり私どもの調査には都市公団及びワンルームは入っておりません。また一棟売りあるいは賃貸化したような物件は入っておりません。2割ぐらいいはこのような物件、あるいは途中で建設できなかった物件が入りますから、こういう数値になります。それにしても1戸平均4,000万円とバツサリと価格を切れば、この9年間では37兆円という

巨大なマーケットであったわけであります。そして、改めて着工動向をもう一度ごらんになっていただければ、94年から、それ以前とはステージの違う高水準が続いているということがおわかりになると思います。

ちなみに、ビル業界では70何万坪で供給過剰と騒いでおるわけでございますけれども、マンション業界は9年間もこうした大量供給問題を乗り切ってきたしぶとい業界でございますから、教訓として「競争すれば大きなビジネスが生まれる」と言っているわけであります。

次に4ページに移ります。

都県別の着工の内訳になります。今年に入りまして約5,000戸、15.9%の減少の中身を見ますと、埼玉県が1,500戸、千葉県が約2,200戸、そして東京都が1,100戸、神奈川県が400戸減っている。つまり今年に入って建設が急減速しておりますのは主に千葉県で、次に埼玉県であるということがわかると思います。マーケットの主体であります東京都と神奈川県はそれほど減っていない。特に東京都は前年同期が前々年同期比50.2%も増えていたわけでありますから、6.3%減というのは減ったことになるかどうか、これは決して減っているわけではなくて高水準の着工が依然続いていると見るべきだと思います。こうしたことから、東京都だけは月平均5,000戸の新規供給がこれから押し出されてくると計算できます。つまり今年減ったのは、着工から見ますと千葉県と埼玉県の中小規模物件だと推測されます。そして千葉県の着工数は昨年も前年比マイナスですから、販売競争が相当厳しくなっているということも明らかになってきたということですし、埼玉県も昨年下半年から中小規模物件の売れ残りが増え出したという動きが見えてくるわけです。次に神奈川県でも東急沿線の売れ行きが鈍ってきたということで新規着工もマイナスになり、需要も依然として

回復していないということになるわけです。ですから何といたっても東京都が牽引役とならなければ、マンション供給は総崩れという市況になっているのではないかとということが読み取れます。

私どもの調べた発売戸数も、このところ減少しております。4カ月間の実績では前年比13.2%減ということで、着工動向を正確に反映しておるわけですが、実質的に昨年11月から6カ月連続の減少になっております。これは97年の4月から9月まで減少していた以来の長期間の減少でして、基調的にはまだ今月も来月も前年同期割れが続くのではないかと予測しています。ピンポイントでは月間10カ所ぐらい1,000人以上を集客する人気物件が出ていますが、歩留まりも低くなっております。マンション事業はこの9年間、教訓として「供給過剰こそ需要過増であった」。しかし最近になってから供給減イコール需要減になるというようなことが出てきたのではないかと。つまり、勢いがなくなったら、より勢いがなくなるというのがこの世界でもそうでございますが、そうしたトレンドになるだろうと思われま

そして、問題は分譲価格が上がってきていることです。13ページの地区別販売状況をごらんになっていただければわかりますけれども、4カ月間の平均価格は今年に入ってから4,073万円、㎡単価53万7,000円ということになっておりまして、前年同期比ではグロスで51万円、㎡単価で2万5,000円の上昇を示しております。23区内とか神奈川県が上昇し、三多摩地区と千葉、埼玉がダウンしております。もっとも千葉県はグロス上昇、単価下落ですから、これは広い住戸のマンションが多くなっているということを反映しておるわけです。価格が上昇して売れ行きが良ければ何の問題もないわけでありまして、どうもこのデフレ下の9年間のトレンドとしましては、価格が下がっ

たことによって需要が拡大したというような面があったのではないか。それが逆転し始めたということで、実際23区内と横浜、川崎市、そして埼玉、千葉県などは売れ行きがダウンしているわけです。特に埼玉県は価格が下がっても売れ行きは急降下していますから、これは完全に不況のパターンに突入しておるということです。この辺がこれからの新規供給をどこに狙うかということの、一つの判断ポイントになるのではないかなと思います。

三多摩地区だけが今年の1～4月に良質物件が数多く出たので、売れ行きもよくなり価格も上がっているという例外的なスポットです。

そして、全体的にこうした供給減により新規供給が4カ月間で5,000戸減った。売れた戸数も前年同期に比べて3,000戸減ってしまったということ、こういったことがマンション市況の減速感を数値としてあらわしているのではないかとと思われるところです。価格が下がって売れ行きが鈍くなっているという埼玉県とかさいたま市とか横浜市などで供給過剰スポットが増えております。特にこのところ昨年から警戒信号が出ておりますのは東急田園都市線と東横線の沿線です。昨年从小田急沿線とか京王相模原沿線では明らかに大規模物件の激増により過剰現象が出ておりますが、東急沿線も急速に不況の影響を受け始めて、デフレスパイラルに入ってきているのではないかとと思われるわけです。つまり優良なお客さんであった年収1,000万円以上あるような方がたくさん住んでいる沿線でありますけれども、これが今、平成デフレ不況によりいじめられているということも影響しまして、アッパーミドル層の購入が激減しているということが、この沿線の売れ行き鈍化、在庫増ということにつながってきていると分析できるわけです。つまり金融とか情報とか、それから自動車・家電等の管理職層がマンションを買うのを控え始めてきたということもあります。そして、こうした価格

が高かった沿線の販売が鈍りますと、価格水準が一段と低下する動きを示すというのがマンションマーケットの教訓です。マンションの価格低下、すなわち価格破壊がこれから東急沿線から出てくるのではないかと、そして小田急、京王、中央線へと波及するのではないかとということになるわけです。したがって、価格上昇というのは需要縮小へつながる危険な兆候と見なければならぬということになるわけです。マンション着工の減速感は、一つは供給過剰への懸念感、そして価格上昇への警戒心、これらが出てきたことが一つの警鐘になっているのではないかなと読むわけです。

そして教訓として「低価格物件の増加は市況の指標にならない」ということです。つまり低所得層を対象にしたマンションが売れたからといって市況がよくなる可能性は全くない。東急沿線の売れ行きが回復しないと、あるいは都内のマンションマーケットが活発化しないとマンション市況全体は活発化しないということです。昨年10月に在庫は1万戸を超えましたが、それ以来、完成セールが増えております。一昨年までは、3月期の決算に向かって完成在庫は大体処理できたし、あっても短期間に売却できたのですが、だんだんと販売期間が長くなって、完成現場も増えてきているというのが特徴でありまして、現在は在庫の約半分が完成在庫になっております。そして今年3月末に住宅金融公庫の融資条件の改定と、融資限度額が縮小されたことにより、キャンセル件数が増えてきたということが伝えられています。大手都市銀行は窓口は親切ですけども金は出さない。公庫と違って、条件ばかり多くて実質的に選別融資をしているというようなことがあって、ようやく住宅金融公庫の将来的廃止の悪影響がマンション販売前線にも出てきた。中小業者は今や地銀、信金頼みでマンションを売っておりまして、地銀も信金も金は余っているので

住宅ローンを貸さざるを得ないことに救いを求めたということになるだろうと思います。大手銀行はあてにならないということでございます。

■マンション業界の盛衰の歴史とその教訓

そして項目3のマンション業界の盛衰と、その教訓というところに入ります。

マンション＝民間高層分譲住宅というのは昭和30年代から始まりまして、第1号の四谷のコーポラスもまだ現存しております。最近話題となっております同潤会アパートから70年たったわけですが、都市化と建築工法の進化とともに、都市居住形態を支える住形態となっております。戸建ての「土の上の生活」から、「人の上に人が住む」生活形式になったわけですから、マンション分譲事業をテーマに秀和さんなんか「プロジェクトX」に登場してもいいのではないかと思うわけです。大体マンション業界史というものが編さんされるときは、業界の勃興期とか発展期とか成熟衰退期という区分でまとめられるわけですが、マンション業界は勃興期を除いたら成長、発展、衰退を目まぐるしく短期間に繰り返してきたというのが特徴で、30年前のトップ企業でありますチサン、大蔵屋、秀和、近畿土地、帝人殖産、永谷商事などは今ランキング外といいますか、ほとんどマンションから撤退、縮小しているということで名前が出てこないというような転変があるわけです。

ちなみに、大京が供給ランキングトップになったのは78年でありますから、30年たっていません。周知のようにマンション業界は、不動産業界もそうですが、参入障壁は全くありません。極端にいえば一人でもマンション業は経営できるわけで、したがって、オーナー型の経営が多い業界です。これは不動

産業界の典型ですけれども、それが凝縮した形になっておるわけです。トップ企業でもシェアが1割を超えていない。

そして倒産の仕方にもマンション業界特有の特徴があるわけです。一つは、倒産が意外と少ないということです。それだけ專業業者がしぶといということもありますけれども、オイルショックに巻き込まれた、ここ（1ページ）にあります日本開発とか住発以外に、たくさん倒産しておるわけですし、三共開発とか大都リッチランドとか、それから東昭開発とかを覚えている方もいらっしゃると思います。そしてバブル期の倒産の典型が日本ランディック、西洋環境開発、そしてマルコーというところに代表されますけれども、日本新都市開発は郊外ニュータウン型の事業スタイルでありましたので、時代の進展とちょっと合わなくなった開発方法をとっていたのではないかと。朝日建物は単に金融再編の犠牲になっただけ、いけにえということになっただけでありまして、問題なのは最近の破綻のケースです。建設業界と同じように負け組倒産が出てきている。アルテラインとかセザールというような、そして地方の地場マンション業者、まじめなマンション業者では和光住研というような大分の業者が行き詰まっている。特にセザールの倒産は、中小マンション業者の信用力及び資金力、販売力、それから営業力に疑問を抱かせる事例として、それ以後、中小マンション業者の財務体質チェック、建築費の支払い条件、それから在庫の状況等のチェックが入るようになったということです。広告業界も多大な貸し倒れを押しつけられておりまして、手形販売でのマンション業者は前金で、ということになっているのではないかなと思います。特に中小業者。手付金は用意したけれども、その後の手当てができないというようなケースも出てきておるわけでございます。また、当然大型案件は手を付けられないし、逆に現在販売中の完成在庫の処分

を迫られたというような一種の貸し渋りとか貸し剥しにあっているという状態になっているということです。何しろこの10年間、順風満帆で走ってきたわけですから、ちょっとした信用収縮でも破綻する可能性が出てきているというようなところに特徴があります。

■ マンション市況の転変とその対応

次に項目4に入ります。

マンション市況の転変とその対応ということになりますけれども、マンション市況は当然のように売れ行きは良くなったり悪くなったりということで、意外に単純であるわけです。個別事例で市況を判断できるような形になってきているわけで、バブル期は価格が上昇すれば立地が外に向かい、そして売れ行きが止まって、また供給が減ってきて、立地がJターンして再び新規発売が増えてきて、価格調整が行われて、売れ行きが伸びてくるというような普通の業界市況型の動きをしていました。そうしたサイクルが大体2年とか3年で繰り返されてきたわけですから、それだけ地価といえますか、価格上昇が極端に反映したマーケットになってきたわけですから、それでも長く見ますと、2000年までは先に買った方がハッピーであったわけでありまして、バブル期では東京都ではマンション供給が4,000戸ぐらいしかなかった。その分、地方なりリゾートなりに立地を拡大する業者も出て、着工ベースで見ても地方の着工が首都圏の倍ぐらいあったわけですから、方向を間違った時代でありまして、地方の方が利益率が高く、東京都の方は土地を持ち続けていて、含み資産が多くなっていたわけですから、賃貸に回したりしていたわけで、中古価格の方が一瞬新築価格よりも高くなったというような逆転現象もあったわけですから。

そして、教訓として「売れ行きの悪化とい

うのはある日突然起きる」ということです。広告とか宣伝をしてもふたをあけてみたら、来るべきお客さんが来なかったという事例は幾つもあるわけです。価格が高過ぎたり立地が遠過ぎたりというような見込み違いの物件は、これは事業判断リスクの取り方の範囲ではありますが、全体として良い物件も売れなくなるというのが不況の一番の特徴であるわけです。そして、これまでの不況期というのは金詰まりとか金融引き締めで、住宅ローンが総量規制されて資金需要も細ってきて、そしてローンも窓口規制されてはじかれるというようなことで、需要減になってしまったという経過を記憶しているわけですが、売れなくなってから気がついて、そのときは売れることを前提にして既に土地を取得しているというのがこの業界の特色です。原料と製品が一緒になるようなジャストインタイムでは、この業界はやっていけません。ひとつ完売したら条件の良い土地がすぐ隣りで手に入るといようなことは全くありませんので、そういった意味では計画というのは常に予想ということになるわけです。そういうことで、ある日突然売れなくなっても、どうしようかと会議をしている間にマンションは完成してしまふ。そして発売して残ったら、虫食いであるとか、完成在庫であるとかといった悪いイメージがどうしても物件についてしまいますので、そういったことを避けるために未発売在庫という逃げ方もするわけです。そして、どうしても売らなければならないということになりますと、ここにありますように家具付き、おまけ付き、値下げ、ローン利子負担、そして諸費用負担とか、それから在庫販売専門業者へのたたき売り、それで行き詰まったらゼネコン、広告会社、出入業者に買ってもらおう。社員に棚卸しして自分の給料は自分で稼げというような販売会社もありました。在庫物件の販促というのは昔からいい決め手はありません。今またクレジットとか家

具付きとかいうような販売をしているわけで、30年前と同じであります。

ただ30年前と違いますのは、30年前の完成在庫は、周りのマンション価格が上がってきて利益が出た。待っていたら高く売れたというのが前期マンション時代でございまして、それが今回はない。後期マンション時代は待っていたらますます価格は下がってしまうことは皆さんご存じのとおりです。在庫販促業者が今活躍しようとしておりますけれども、どうもアルテラインの倒産をみますと、体力的な営業、あるいはバブル後に入社した社員に販売力が果たしてあるのかどうかよくわからない。だれでもマンションが売れた時代が突然売れない時代になったら、どういう人に売っていかわからなくなったというところに来ているというのがアルテラインの破綻でして、東京相和銀行の問題だけではなかったのではないかとということです。そして「土地を買うのはだれでもできる、売るのはだれにでもできるわけではない」というのが教訓としてあります。

■大規模・超高層開発の復活・本格化

項目5に移ります。

30年間で、実は売れる時代の方が長かったわけですし、売れないときの方が短かったのですけれども、この売れる時代がもう9年も続いてきたのですから、果たしてこれから売れない時代というのはどのくらい長く続くのだろうかというような心配があるわけですが、実は売れない時代は短期間で終わって、またまた大量供給に入るだろうというのが私の見通しです。9年間でこの総括表にありますように平均8万戸、74万戸の新築マンション、ファミリーマンションが売られているわけですが、そうした順調さが逆にリスクを呼ぶというのは、これは教科書に書い

てあるわけで、バブルの歴史等を読みますと順調過ぎてバブルになったということになるわけです。

そして今、新超高層時代に入っております。超高層・大規模物件があわさって登場し始めたというのが10年目の特徴で、30年間でこれほどの大規模物件が登場してきたことはなかった。いよいよ大型物件のリスク、大規模開発のリスク、これを計算しなくてはならなくなったということです。ちなみに昨年、500戸以上の規模の超大型物件は江東区東雲のダブルコンフォートタワー、これが1,149戸、それを含めて21物件、戸数にして1万4,734戸ありました。このうち昨年中に発売したのは7,932戸ということで、実質発売率というのは53.8%ということになっています。計算上は500戸のマンションというのは2年間という販売期間が必要になってきているということです。2年間もかかるということですから、この時代に相当リスクを抱えた販売事業であるということになります。それだけ大規模物件が出てきたというのは、とにかくマンション用地があるということです。生産のグローバル化で日本では工場がどんどん廃止され縮小されてます。そういった工場跡地、そして学校のグラウンド、それから都市公団の払い下げ用地、おまけに駅前再開発が急テンポで進んで、公的セクターの土地放出と法人の大型用地があわさって出てきているわけです。それがほとんどマンション化されているということです。ビルはあっという間に過剰というような印象が出ておりますので、土地活用の最適の受け皿はマンション開発ということになります。ここでも教訓として「工場、学校が空き地になったらマンションになる」ということになるわけです。そして、再開発もスピードアップしてきています。ここに代官山アドレスという代表例が、契機となった物件として出ておりますけれども、ちょうど都心居住トレン

ドが盛り上がったときに発売されましたから、1万人以上のお客さんを集められたということで即完しました。代官山というブランド立地とか再開発の典型的なケース、あるいは都心居住、超高層、そして億ションといったような話題性がありましたので、再開発までの時間ロス、リスクというのを全く顧みないお客さんが買っているわけです。建築史的にはひと昔前に代官山ヒルテラスという複合型の開発があったわけですが、それ以来の代官山クローズアップということになります。これが再開発の超高層化とか大規模化のテンポを速めることになったのではないかと、勢いづけたのではないかとというような歴史的な契機となっていると思われるわけです。一方で、再開発のゴネ得を追放する一つの契機でもあったということにもなっておりますので、教訓として「再開発が早くまとまり過ぎると供給過剰を呼ぶ」ということになる。少しぐらいゴネ得の方がいた方がいいのではないかなということになりますけれども、最近早く売った方が高く売れるわけでありますから、業者に土地を持ち込む地主が多くなっています。

そして、超高層マンションについては、私どもの調査ですけれども、16ページの数値を参照していただければわかります。全国ベースで約10万戸の供給が計画されているということは、昨年もお話ししました。これは竣工ベースで、賃貸戸数も含んでおります。とにかく昨年の超高層マンションの竣工は1万戸を超えたと思われまます。ことしは2万戸の超高層マンションが完成する見込みです。この数値表は昨年8月末にまとめた数値で、それ以後、判明しているプロジェクトは当然もっとふえており、ここに2003年以降9万戸と書いておりますが、年ごとに増えて一向に減らないのが超高層マンションであります。首都圏ばかりではなくて近畿圏も超高層マンションが今本格化しておりまして、首都圏でこの表よりもプラス1万戸、そして近畿

圏でプラス2,000戸、新規の計画が増えてきております。

ちなみに、後ろの21ページから23ページの表をごらんいただければわかりますように、この中で超高層マンションを抽出しますと、ミサワシティの勝どきの2,548戸というのはまだ計画で、発売は来年ぐらいになる。それを除いて、そして昨年一部発売した物件の超高層物件を除いて、新しく今年計画されて発売される物件が46物件、延べ50棟、そして戸数が1万9,796戸計上されています。このうち35物件、1万5,499戸は23区内に立地している物件です。そして46物件のうち、既に半数はこの4カ月間のうちにプレ広告で実質販売を行っておりますので、ことしの総マンション発売戸数に占める超高層マンションの割合というのは大体20%、5戸に1戸は超高層マンションになるだろうと計算できます。

そのほかに都市公団の賃貸超高層物件が今募集されており、曙橋、東品川、西大井、八王子、汐留というようなビッグプロジェクトの超高層賃貸マンションが募集されます。そして民間でも、ご存じのとおり六本木だとか泉ガーデンとか、それから品川、新宿御苑などの超高層マンションが市場化されていまして、賃貸でも分譲でも販売、入居募集の空中戦争が始まっているということになります。

政策的にも都市再生の基本方針が決まっておりますから、緊急整備地域内で超高層マンションの計画はこれからも急増する勢いです。一方、2003年問題でゼネコンのビル工事がそれだけなくなるわけですから、ゼネコンの超高層マンションへの取り組みとか営業が強化され、それからコスト減、新工法、新設備、システム、この売り込みが活発化しまして、超高層マンションが積極化されます。最高70階建ても技術的には可能ですから、近く登場するのではないかと期待しております。高さが高ければ売れるわけであり

ますから、早くやった方が勝ちです。

■ 団塊（1947～49年）需要と団塊ジュニア（1970～74年）需要

さて、次いで項目6に入りたいと思います。

団塊世代と団塊ジュニア、団塊世代というのは戦後1947年から49年に生まれた方、そして団塊ジュニアは70年から74年に生まれた方、これが堺屋太一さんではないですけどもとにかく多い。そして消費マーケットにおけるコアの役割を担っておりまして、極めてマーケット的にはとらえやすい人たちです。この両世代にうまく売れたら何でもベストセラー間違いなしということですが、どうも両世代に売れるようなベストセラーというのはこれまで登場したことがない。マンションが一時代前のベストセラー商品としての期待感があります。団塊世代というのは高度成長、物欲満足型の最後の世代であったわけで、マンションに限らず何でも買ってくれた世代だったわけです。一方、団塊ジュニアはむしろ最初から物があふれて、年少期におやじがバブルを経験していたお残りをもらっていた世代で社会人になって逆バブルしか経験していないかわいそうな世代です。会社に入った途端にだんだん給料が減っていくという世代で、この2つの世代は右肩上がりやと右肩下がりの典型的な世代でありまして、団塊世代が果たしてうまく逃げ切れるかどうか、これが一番の関心事だろうと思います。

そしてマンション需要にとりましても、コア需要層ですので期待せざるを得ない。本来、資産インフレの時代でありましたら土地が上がり続ければ、50代に入った団塊需要層は、買い換え需要層になってしかるべきで、グレードアップの行動をとることが期待されるわけですが、77年から83年まで実需層として登場したけれど、買い換え層としてはまだ

登場していません。77年頃は1,500万円の3DKが頭金300万円で飛ぶように売れたという郊外マンション全盛時代でしたが、この団塊世代は郊外マンションの価格下落で二重遭難に遇っていますから、引退するときぐらいはうまく逃げられる方法を考えた方がいいのではないかなと思います。そして、今や逃げられる層と逃げられない層に分かれ、団塊世代受難の時代です。

したがって、新マンション需要として期待できるのは不良債権を抱えていない団塊ジュニア層ということになります。その団塊ジュニア層がマンションを買っているかどうか。これがデータとして三つありますので、それを紹介していききたいと思います。

18ページに住宅金融公庫のマンション利用者調査があります。平均年齢36.8歳、3年連続して若くなっていますが、年収も3年連続して減っています。3年前に比べて平均100万円も減っているということですが、当然、取得価格も14年度は3,485万4,000円ということで、平成10年度の横ばいを含めれば11年間連続してマンション取得価格は低下しているという調査になっています。しかし、住宅面積は14年度で74.6㎡まで拡大しており、9年間連続広くなりつつある。頭金ですが、取得価格に連動して3年連続して少なくなっている。頭金額は3年前に比べて約90万円、11%減っている。そして公庫の借入金額も3年前に比べて454万6,000円減ってしまっている。その減った額を民間金融機関からの借り入れで485万7,000円、約3倍民間ローンに頼っている。それでも月返済額は3年前に比べて6,000円減って、年収が減っていますから返済負担率は4年ぶりに膨れています。10年前に比べれば2割も少ない。つまり年収が減っても30代がマンションを購入しているのは、マンション価格の低下で頭金が少なく済むことに加えて、低金

利ローン、そして民間金融機関のサービスローンが拡大しているという資金的な裏づけがあります。問題なのは、14年度の調査件数、公庫利用者の調査件数が6,486件しかないということでした、前年度の1万4,358件に比べると半減している。公庫の利用がそれだけ急減していることを示しておるわけです。教訓として「公庫の利用者は窮乏化している」ということです。

そして、次に19ページの長谷工アーベストの調査です。これは団塊ジュニアと団塊世代ということに焦点を当てています。団塊ジュニアは首都圏に157万人いて、そのうち未婚率は何と71%です。100万人は結婚できないということです。結婚する意志もない人たちがいるということでもあります。それから団塊世代は137万世帯ですが、それを前提としながら見ていただけたらと思います。平均年収と購入価格は公庫利用者よりもかなり高いのが特徴です。809万円で3,978万円ですから、年収の4.1倍のマンションをお買いになっている。公庫は5.15倍ですから、年収比率にしたらかなり余裕を持ったユーザーを抱えている。自己資金も1,455万円と公庫利用者に比べ倍近い自己資金をお持ちになっている。公庫利用者に比べ長谷工アーベストのマンションをお買いになった方がまじめで計画的で、お金をためているお客さんが多いのではないかという理解をしています。本当はリスク負担を控えている、負担増を避けているという慎重なお客さんの顔も見えるということで、どちらかというと団塊ジュニアの購入比率がやはり上がってしまして、02年度が20%になって、5戸の一つは団塊ジュニア世代です。傾向は40歳代が落ちてきて、30代の比率が増加しているということが、これからますますはっきりするだろうということです。

そして、その取得動機の第一は家賃よりローン、低金利、そして希望どおりの物件が発

売されたということですが、おもしろいのは、やはり希望どおりの物件が40.96%ある。マンションの選択率が高くなった理由として、希望どおりの物件が出てきたということが大量供給の裏づけとしてあるわけです。そしてこの希望どおりというのが50歳以上にも第一位として出てきております。ただ、今ごろ50歳代で新築マンションを一次取得するような方というのは、今まで相当疑り深かった方でありまして、社宅でのうのうと暮らしていた層かもしれません。

そして三つ目の20ページ、これはリクルートの調査です。そしてお手元にあるのは3月ごろの古い調査で、最新のは5月21日号に調査結果が改めて掲載されておりますからご存じだと思います。修正していただければと思います。それによりますと、回答数が3,954件ではなくて4,424件ということで500サンプル多くなっています。平均年齢が36.9歳で、20代後半から30歳代前半の団塊ジュニアの購入層がふえていると分析しています。この辺は長谷工アーベストと同じでして、平均購入価格は3,897万円、シングルがふえている。頭金が1,194万円の前年比47万円増えている。住宅情報を読むような方はここもまじめな方が多いということでした、衝動買いする方は公庫の方にいっているということでもあります。「贈与有り」が30%を超えまして、その金額は500万円から600万円が最多。たしか非課税の上限が550万円ですので、非課税枠拡大をうまく使っているというデータになります。購入動機は価格、広さ、通勤アクセス、住戸の利便性でありまして、おもしろい項目がないわけでありましてけれども、5月21日号に男性シングル、女性シングルとか共働きカップルとか専業主婦カップルとか未就学ファミリーとか小学生以上のファミリーとか、シニアカップルとかいうような形で7つのステージで特徴を分析しておりますので、ぜひ

ご参照いただいたらと思います。

ただ、リクルートの調査でも調査数が半減していますので、それだけ反響度が落ちているのではないかということが推測されます。サンプルを集めるのが大変な時代になってきたということとして、反響集めにも関連する一つの大きな変化としては、団塊ジュニアは新聞を読まなくなったということがあります。記事を信じる信じない以前に読まないというのが団塊ジュニアの特徴であり、これが6割もいるということですから、最近やけに宅配チラシが増えているのも、そういうことが影響しているということなのです。販売コストが上昇しますけれども、新聞チラシの効果が薄くなっているということがあります。

そして、この3種類のデータが象徴しているのは価格低下と面積増加が直接的な選択理由となって、団塊ジュニア層がこれからも伸びてくるだろうということです。したがって、価格上昇とローン金利の上昇が起きれば、ぱたっと需要がとまりますし、税制のバックアップがなければ需要増加にはならないということになります。住宅金融公庫の金利も先週2.1%、史上最低の2%にまで下がりましたので、金利の上昇は当分心配しなくてもいいですけれども、そのほかの融資条件要因は心配せざるを得ないというようなことになるわけでありませう。

■個別・高度化需要に対応する物件開発

そして7にまいります。

項目7、全く話が違いますけれども、個別・高度化需要に対する物件開発ということです。基本的にはマンションというのは、私どもが先ごろまとめたように「近く、広く、安く」なっているということで、9ページのところに示していますが、これはプロの皆様方に改めて説明することではないので省きます。

そこでスーパー億ション、コンパクトマンション、投資用、あるいはサービスアパート、そしてSOHOマンション、そしてここにはありませんけれども100㎡マンションも当然こういった個別・高度化需要の開発対象になっているのではないかと思います。そしてフルオーダーとかデザイナーとかコーポラティブというように、全くの個別需要とか高度化需要に対応しようとする企画提案がふえてきたということは皆さんご存じのとおりでして、それに応じたブランド土地が手に入るといことでありますから、企画によって最初からターゲットを決め、選別したお客さんをねらった個別物件がどんどん登場しているわけです。

こういったことが出てきた根底には、住まいとか子育てという考えにこだわらなくなり、マンション生活に新しいライフスタイルを求める女性ユーザーが増えてきたということがあるのではないかと分析しております。

そして個別的に見ますと、スーパー億ションの「ザ・ハウス南麻布」というのが今119戸販売されていますけれども、最高価格12億7,000万円、坪986万円になります。平均坪単価は490万円、平均価格2億3,000万円、総売上は275億円というような、土地だけで100億円ぐらいかかっているのではないかというような物件ですけれども、そういったプロジェクトであります。昨年の最高価格は「元麻布ヒルズ」の29階建ての5億8,300万円、坪493万円、そしてあの「東京ツインパークス」は47階で6億500万円、坪840万円ですから、2年で倍になった物件が売られているということになるわけです。

次に「パークマンション千鳥ヶ淵」というのも話題になっておりまして、64戸、84㎡から335㎡、1億6,200万円から13億5,000万円ということで、13億5,000万円というのは坪1,330万円に相

当します。それでもまだバブル期の「広尾ガーデンヒルズ」の半値であります。坪3,000万円のマンションが出たこともありますから、まだそこまでしかいっていないということです。インテリアが職人さんの手作りというのが売り込みの目玉企画であります。30何戸かは既に売れているようで、この12億7,000万円も13億5,000万円も、既に買い手はついたと言っております。これまでも超高層マンションの最上階を数戸買ったという例も「代官山ヒルズ」等にありましたけれども、そういったことがようやく表面化しております。でも、アメリカのトランプタワーなんかには比べますと、まだまだ10分の1ぐらいの価格ではないかなと思いますので、早く100億円ぐらいのマンションが出たらいいなと思っております。まだまだ安過ぎると思われま

す。昨年の億ションというのは862戸でした。大体首都圏の億ション需要量というのは年間1,000戸と言われております。デフレで減少していると思えます。特に昨年の高額納税者が7万5,375人ということで、4,500人ぐらい少なくなっていますから、当然億ション購入者も減りつつあります。それも、薬屋とパチンコ屋とサラ金と美容整形、化粧品というような業界の方や、あるいは、不況がからだに影響して病人が多くなるから医者でして、肝心の土地長者というのは6人しかいないわけです。一昨年、レーサムリサーチの田中社長がランキングに登場しましたけれども、ことしは節税方法がうまくいったのか消えてしまった。ポラスグループの中内さんが第4位に入ったということと、それから大東建託の多田社長が65位に入ったということですが、この業界としては非常に寂しい話でございます。12億とか13億のマンションはこれでは買えないわけでありま

す。それから投資用ワンルームマンション、これは昨年私どもの調査では195物件、8、

783戸、これは総括表の統計外の話でございますけれども、先ほど申しましたように平均2,178万円、市場規模は1,912億円ということになります。広さは23㎡ですけども、坪当たり314万円です。一昨年在り5,588戸でしたから約3,000戸ふえております。市場規模も700億円も増加しているということで、ニッチの業界でありますけれども、坪300万円のマンションが売れるというのはファミリーマンションではなかなかない。そういった業界に成長しているということでもあります。そして、コンパクトマンションも皆さんご存じのとおり急増しております。40㎡から50㎡、昨年は大体8,000戸あったわけですが、今年は大手さんがみんな参入しますから、2万戸ぐらいに膨れ上がるだろうと思われま

す。それから分譲マンションからは外れますけれども、高級高額外人向け賃貸マンション、これも急増しております。ただ、供給急増、需要急減と言われていまして、外人向けのマンションというのが典型的な過剰セクターになっているのではないかと思われるわけです。それも新規とオールド、家具付きと家具なしというような物件に分かれてお

りまして、サービスの内容も全然違っているわけですが、ご存じのとおり外国系金融機関も儲からなくなって、撤退するヨーロッパの銀行、証券会社も出てきておるわけですから、いつまでこういう家賃負担を本社がやってくれるか。このサービスアパート自体は青山、麻布、広尾、六本木等に集中して建てられていて、ちょうど高級ホテルのサービスとマッチングし、競合してくるというのが今年の問題ではないかと思うわけです。それから3,000から

4, 000戸というマーケットと言われていましたが、既に供給ストックとしては5, 000戸になっていると計算されておりますし、公団の高級純都心賃貸物件もこれから本格化しますので、入居者獲得競争に伴い、ビルと同じで賃貸料も下がっていくだろうと見通しております。

そしてオーダーとかデザイナーといった提案型サービス企画もふえています。その中で一番伸びているのはコーポラティブ方式でして、昨年1, 000戸ぐらいあったのではないかと。これは分譲と注文住宅の境界部分でありますから、分譲マンションとしては計算できないわけですが、大体世田谷とか渋谷とか杉並とか中野、そして板橋、練馬まで今広がっております。低層集合住宅地帯に立地が広がっているということと、建設規模も20戸以下というのが非常に多い。お客さんも初めから個性的なユーザーが多いわけですから、小規模開発になりがちであるという特徴があります。分譲利益ではなくて、完全に企画料、コーディネーター料、それからサービス費的なもので利益をあげるビジネスモデルになっているのではないかと考えております。そしてコンパクトマンションと同じように、この急増する分野に対しても大手業者が参入してくるケースが出てきますし、成長するセクターであると見ております。

■新商品開発（快適・安心・健康・情報・新設備

それから、次の項目8にまいります。

マンションのグレードが著しくアップしているということは、周知のとおりであります。特に阪神・淡路大震災を契機とする質的グレードアップは、前マンション時代と新マンション時代の質の違いを画然とさせるものであったわけです。壁厚とか天井高とか、それか

ら住戸面積は60㎡から80㎡までに今は広がっておりますけれども、それを基本にフルフラット仕様も当然普及しています。共通するアイテムは快適さということだと思います。価格だとか立地だとかということではなくて、快適ライフスタイルを提案したということが決め手になっているのではないかと。思うわけですし、ようやくその快適ライフスタイルがマンション選択率に影響し出したということです。またセキュリティ機能などの安全性もそうです。ディスプレイとかIT、換気システム、温泉、床暖房、それから健康仕様とか癒しとか、ペットとの共生も当然ふえ出したということはもうご存じのとおりですけれども、そういったものをつけて快適性を売りにしている大型物件が人気を集めているということだろうと思います。

ただ私が思うのに、最近、地震がえらく多い。どうも大地震が近づいているというのは本当じゃないかなと私は思っておるわけで、免震とか耐震性能はすべてのマンションに導入されるべきではないかと提案する次第であります。古いビルにはもう地震保険がつけられないということですし、古いマンションにも当然つけられない。新耐震以前のビルとかマンションには地震保険はつけられないということになっております。地震リスクというのが日本特有のリスクとして、外人が逃げってしまうリスクであるわけですから、耐震上の安全性に関しては、ピンポイントで免震とか耐震物件を導入するのではなくて、全面的に導入することになればネコも建築費用を下げるのではないかと。マンション業界こぞって制震免震マンションに取りかかるべきだと思っております。そこで教訓として「危ないのは金融機関や人間だけではありません。地球そのものが大いに危ない」。

■ マンション市況の当面する課題

さて、そして当面の問題に入る項目9ということになりますけれども、資料21ページを再び開けていただけるでしょうか、22ページも23ページも同じですけれども。これだけ発売予定の物件がラインナップされているわけです。もちろんこれは私どものデータに入っている一部のものを抜き出したもので、秋ごろ出てくるだろうというようなものは省いております。これが全部発売されるとしたら、昨年のを抜きますと6万1,000戸になります。このうち4カ月間に発売されたのはここにありますように8,323戸になる。あと5万3,000戸残っているという計算になるわけです。1月から4月までの中小規模を入れた総発売戸数が2万5,000戸ですから、この表分をそれに足しますと、今年7万8,000戸出るだろうという計算になる。そして昨年の開発規模別の供給戸数を見ますと、500戸以上が7,932戸、全体の9%を占めているという結果が出ております。100戸以下が4万5,715戸、51.6%ということですから、私どもの今年の発売見込戸数が8万6,500戸ですので、4万3,000戸が100戸以下の発売予定戸数という計算になるわけです。そのうち4カ月間で1万6,700戸発売されましたので、残された2万6,300戸が5月以降に8カ月間で発売される予定であります。100戸以下の発売予定は月間3,300戸という計算になるわけです。それにこの表の物件が加わります。100戸以上の発売率が先ほど5割と言っていましたけれども、100戸から500戸未満の中規模の発売率ももっと高まるはずですよ。5万3,000戸の70%が発売されるとしたら3万7,000戸になる。つまり、結局年間では4月までの2万5,000戸プラス100戸以下の2万6,300戸プラス大規模スーパー団地の

3万7,000戸、計8万8,300戸ということになるわけで、私どもの昨年末の予測調査とほぼ合います。確率としてもそのくらいになるだろうということになるわけですよ。6月まで去年の発売を下回るとしたら、下期には月間1万戸を超える発売は確実に出てくるだろうということになるわけですから、皆さん今月(5月)と来月(6月)にはぜひとも売り逃げといたしますか、早期販売に取りかかった方がいいわけでありまして。いくら待っても秋に供給が減るということは先ほど申しましたようにありません。

そして、この月1万戸の供給がもし下期に7割とか8割しか売れないとしましたら、一挙に9年間築き上げた新築マンション好調神話というのは崩れるわけで、マンション業界へニューマネーは回ってこず、在庫販促優先ということで後ろ向きの販売しかできなくなります。そしてなおかつ、過去のマンション前史の時代のように新規供給は秋から急減して来年も半分になって、価格が上がって需要が回復するということが全く見込めませんので、デフレが続くとしましたら、全く上向くはずはないわけで、いじめられる業界になってしまうということですよ。そうしますと、ここにありますように絶対過剰というようなオイルショック後の供給5万戸・在庫2万戸時代よりも、未発売在庫を入れればもっと在庫はふえる可能性もあります。今1万戸ぐらいで右往左往してはだめで、この3カ月間ぐらいでそれを片づけなくてはならないということですよ。

そして、このマンション業界というのは、先ほど申しましたようにトップ企業でもシェア10パーセントを維持していないわけで、寡占業界ということではないのですから、公的資金とか債権放棄とか在庫買い上げなどという徳政令がこれから出るとは限らない。秋からの群雄割拠、販売バトルというのは目前に迫っているということになります。

また、これまでの前マンション時代と違って、供給10万戸時代が続いて価格が下がり続けてきたわけで、マンション企業としましては価格が下がったら供給戸数を増やすことで業績を維持しなければならないという方向に動いております。したがって、マンション用地の先買いを既に行っているわけです。どのくらいマンション用地の先買いを行っているか。この表に出てくるのは当然もう土地を買った後の話でありますから、その後どのくらいあるか。15万戸分ぐらいはあるだろうと推計しています。

そのうちには開発リスクがある土地も当然あるわけです。江東区とか、それから土壌汚染とか環境論者の反対であったり、開発規制であったり、そういった複雑なリスクは用地を取得しただけで出てきているわけですから、マンション業界はノーリスクどころかオールリスクの土地買いであるわけです。15万戸を果たして持ち切れるかどうかということになるのですが、例えば一覧表以外にも今大きな開発が進んでいるし、これから出る可能性もあるわけです。金町の三菱製紙跡の700戸とか、西新井西口の日清紡跡地の2,000戸とか、それから芝浦の新三井製糖跡地の2,000戸とか、さらに芝浦アイランドの1,900戸、それから西新宿の複合総合開発とか、加えて豊洲の石川島播磨のところには1万戸ぐらい建つのではないかと。米軍の利用した返還地も民営化するということがありますし、国立大学の移転跡地、公社・公団の未利用地及び公的セクターの土地換金セールがまだ控えておるわけでございます。土地より現金が欲しいというのは国家も個人も企業も変わりませんが、それがすべてどうもマンション建設計画になるのではないかと。この表の6万戸のマンションを売り切っても、まだまだ商売のネタは出てくるということが考えられます。

そして、次に住宅金融公庫の融資条件変更

とか廃止の影響が販売面に大きくマイナスとしてあらわれてきております。心配された選別融資、それがもろにあらわれてきて、民間金融機関ローンの窓口では皆さん既に3月にひどい目に遇っていると思えますけれども、公庫の改革後の融資が17ページにもありますように半分になってきております。14年度で見ますとたった7万2,368戸しかない。13年度に比べますと10万戸減っていますし、12年度に比べますと23万戸減っている。30万戸あったのが23万戸も減るというような大激減になってきています。

住宅金融公庫というのは、設立からの公庫史をひもときますと1,890万戸も融資しております。延べ貸し付けが何と1,790兆円ということです。その不良資産が1万戸から2万戸あっても、貸し倒れ率としてはサラ金よりも低いだろうと思うわけですし、年金の損よりも大した話ではないのですけれど、目立ち過ぎたということだと思います。今の融資残高は61兆円です。そして金融機関のローン残高は80兆円、信金とか労組とか、その他のローン残高が32兆円、今、日本の人たちが住宅ローンを借りている総額は180兆円です。国家予算の2倍の住宅ローンという大変な不良資産を持っておるわけで、資産デフレで全部損をしているわけですから、国家の損なんて大した話ではないわけでありまして。それも個人でみんな抱えてしまっている。公庫分予算35%が今削減されているのですから、住宅マーケットに影響しないはずはないわけで、3月にドタキャンがふえた。金融機関も女性向け専用ローンとか東京スター銀行のように預金の残高によって金利を変えるというような預金連動型金利変換ローンというのを発売しておりますし、1%特別融資なんていう期間限定ローンも民間はやっていきますけれども、窓口はあっても実際に金は出さないというのが民間の金融機関の実態でございます。優良顧客でしたらだれでも貸せ

るわけですが、そのようなお客さんはこの資産デフレで給料が100万円も減っている中でいるはずがない。給料上昇を前提に住宅ローンを組むわけで、小泉改革というのは全く逆方向になってきている。問題は条件審査でして、実際、自動車ローンを抱えている若者には住宅ローンは絶対出さないというのが都市銀行の姿勢でありますし、デパートの割賦もダメだし、それからサラ金のローンは当然ダメですけども、個人的な借金まで洗われてしまうというような条件審査が今行われております。金利だけではなく影響が住宅マーケットにあらわれてくるだろうと、これからも考えられるわけです。

そして、住宅取得税制の改定があるわけで、相続税との一体化が行われるわけです。3,500万円の実態数はまだ不明で、どのくらい出てくるかよくわからないところがあります。長谷工アーベストとカリクルートの調査では、生前贈与をもらえればマスオさんの購入をしたいという需要が半分以上あるわけですが、どうもそういう人たちの親は550万円あげるのがせいぜいじゃないか。団塊世代でももう少し頑張って1,000万円ぐらいといたいところですけども、やはりそこまではあげられなくて、子供が少なくなったので結婚式の費用のかわりに550万円あげようかというようなことで援助するケースが多いのではないかなと思うわけで、3,500万円あげられる人は高額納税者名簿に載っている方たちだけではないかと思っております。それから問題なのはローン利子の減税がこの12月に切れるということでありまして。これを延長していただかないと、これから借りようとする方の負担が増えてしまう。相続税よりもこちらの方が数が多いわけですから、ローン利子減税の継続を確約していただかないと、低価格マンションが売れなくなるということになってしまいます。

それから建築費です。1～3月の建築費の

動きですが、大規模物件で1戸当たり建築費は1,822万円です。坪で59万円が平均建築費で、超高層物件は69万円ですから普通よりも25%ぐらい高いということになります。販売価格に占める建築費の割合が44%ということになっています。昨年の同期の建築費は54万円ですので、坪5万円、9%上昇しているというのが建築費の動向で、この9%上昇というのは業界から見ますと1,500億から1,800億円の負担増ということになるわけです。首都圏のマンション10万戸の延べ建築面積は900から1,000ヘクタールであるわけですから、総建築費1兆6,000億円から2兆円の建築費をマンション業界は払っている。建築業界ではそれだけの仕事をしているということになるわけですから、それに比べると212万㎡のビル過剰なんていうのは、マンション業界から見れば大した話ではないとも言えます。

こういった建築費の上昇のために、どうも質的後退が始まったのではないかというような悪影響も出てきているわけです。建築費が上がれば価格も上げなくてはならないのですが、上げられる環境ではない。例えば共用部分が狭くなったり、集会室が無かったり、アウトフレームをやめたり、二重床をやめ、床厚を薄くしたりというようなことにどうもなりがちです。質的な向上こそがこの大量供給に対する需要を支えてきた要因であるのにもかかわらず、すぐコストカットに走るというような傾向がある。ここでも教訓として「低価格志向は質的信用を同時に破壊する」と言っておるわけでございます。

次に大きな問題として、環境問題というか建築条件の問題で、国立とか江東区、そして目黒、世田谷、文京などの絶対的高さ制限の導入などは先住民の人たちのエゴです。絶対高さ制限などというのは将来的に既存不適格建物を増やすものにしかならないというのは、さんざん業界で言ってきているはずですが

ども「もう将来のことは関係ない、今、お日様が欲しい」というような人たちが多くいわけで、どうしようもない。反高層化というポーズをすれば市民派と言われるような形になっておまして、どうもこれは先ほど申しました高齢化時代のうっぶん晴らしの一つの行動じゃないか。

■マンション事業の今後の方向

それから、いよいよ終わりの項目10になるわけですが、これだけの大量供給が可能となったということは、マンション業界が9年間バブル崩壊の処理役として活躍してきたということでもあります。不良資産をマンション化して4,000万円のマンションを売ってきた、そしてグレードアップしてきたということで、10万戸も建ててきたわけですが、果たしてこれが続くかどうかの問題です。

21ページの表にありますように、港区の港南地区では4,000戸、そして芝でも2,000戸、東品川で1,000戸、それからご存じのように日本橋地区で中小マンションラッシュがあらわれております。横浜などみらいから品川、港、中央、江東、そして浦安、千葉、幕張までのウォーターフロントラインに沿って東京湾クルーズをすれば、超高層マンションの見物ができて販売に結びつくのではないかなと思うわけです。ちなみに、この販売クルーズという発想は私のビジネスモデルでありますから、使うときには私の了承を得ていただきたい。

それで、こういったクルーズ船上から見られる新築マンションは、今のところ2万戸にのぼるだろうと思われま。ウォーターフロントマンション2万戸ということで、その後背エリアまで合わせると、先ほど言いましたクルーズ船上からは10万戸ぐらいのマンシ

ョンの建築現場が見られる。この湾岸エリアには都心タウンシティという新たな新都市形態がこれから発生、実現します。都心居住スタイルを求めたお客さんの需要をいかに吸収するか。この需要を先取りすることにより、都心需要を顕在化できるのではないかなと思っています。特に都市再生緊急整備地域にはニューマネーがこれからどんどん投入されますし、新たな再集中が始まります。地方よりも首都圏3,380万人を相手にしたマーケットの方が、まだリスクは少ない。その中でも個人的な不良資産を抱えない、つまり家族、子供、結婚、それからマイホーム、親、そういうのとは無縁のシングルとかDINKS、これが大きなマンション需要層として登場するのではないかなと期待しています。それから元気なお年寄りにも期待してまして、できたら年金で新築マンションが買えるというような商品を開発したらいいのではないかなと思っています。

亡国の論理を言っているわけでありまけれども、少子化、長寿化はマンション需要を増やしています。そして都心志向の人たちはやはり価格とか立地とかそんなことで判断するのではなくて気分で買うと言われており、インビジブルハートの商品企画をしなければならぬ。純都市型の需要をどう吸収するかということになりますと、標準ファミリーだけを相手にしていたのでは先細りとなる。

東京都の3月の住宅意識調査でも、一番マンション住形態を選択しているのが40代の女性ということになっておまして、逆に一番嫌っているのは40代の男性ということです。今でも1戸建ての幻想を抱いている遅れた40代の男性はぜひ意識転換していただきたい。

郊外戸建て団地に住んだら、男性は大体定年になったら捨てられるというパターンになるだろうと予想しています。それに反して女性は時間消費、先ほど高額納税者名簿のとき

も言いましたけれども、美容整形とかエステとかで化けちゃう女性が非常に多いわけでございます。高人気トレンド商品も女性向けですし、いかに子育てから離れたレベルの企画提案をするかというのが都心のマンション購入選択率を高める一つの戦略ではないかなと思っております。

先月、みずほコーポレート銀行の産業調査部で首都圏のマンションはどうして拡大しているのかという分析レポートを出しております。①首都圏の人口が増えている。②地価の低下で法人の土地売却が進んで、低金利による需要力が増してきた。ようやく3番目として、都市的利便志向の高まりがマンション選択率を上昇させているという的確な分析をしており、評価できるところです。これまで金融機関のレポートには、こんなことを書いたものはないわけで、供給過剰ですとかまだ下がるからだめだとか、これから賃貸へ向かうなどという当たり前の優等生的論文を書いていたわけですが、初めて気がついたのではないのでしょうか。みずからの体質改善とともに生活意識形態も変えなければならないという、典型的なレポートでございます。

そして、賃貸はふえているけれども広さとか内装とか質で見劣りするということで、賃貸住宅のことをあまり良く言っていない。江東区みたいに公団の安い賃貸を多く建ててしまうと、新住民を排除するような人たちが多くなる。もっと個性的な人たちを相手にしたからこそ、新築マンションというのは10万戸以上の分譲を続けてこられたということになるわけです。それから中古マンション、これもそんなに増えないだろう、新築マンションの供給にはあまり影響を与えないだろうと言っております。つまり中古のマンションを持っている方は含み損を抱えて動けないというのが理由で、たたき売りできないということで、新築のマーケットには影響は出ないということになるわけです。そして将来の世帯

像を勘案して中・長期予測をしても、2010年までマンションは8万から7万5,000戸のマーケットは大丈夫だろうということを予測しております。落ち込んでも6万戸以上になる。かつての2年前の5万戸時代には戻らないであろう。それは都市的利便志向という意識変化によってマンションを選択する率が高まるからということです。残念ながらマンションの優位性というものを立地面とか設備、仕様面とか管理面というハードで分析しているところが金融機関の限界ともいえる杓子定規なところですが、私に言わせれば、ようやく価格、金利、立地という単純アプローチで需給を分析するのではなくて、ライフスタイルのインビジブルの変化、少子、長寿化に伴うマンションライフスタイルの浸透というような面に目を向けるべきではないかと思うわけであります。けれども、久しぶりに肯定的なレポートが出てきたということで、ぜひ参考にさせていただければと思うわけでございます。

長時間ご静聴ありがとうございました。