

【第109回 定期講演会 講演録】

日時：平成17年5月12日

場所：東海大学校友会館

2005年問題の現状と今後の動向 —大量供給の継続と需給の変化—

株式会社 不動産経済研究所

代表取締役社長 角田 勝司

■はじめに

ただ今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。たくさんの方々にご聴講頂き、誠にありがとうございます。

テーマは1年前とほとんど同じになってしまいました。テーマが同じだということで、何を言いたいのか、察知した方も居られると思います。昨年のマンション・マーケット動向が、私の見通しどおりだったということを少し強調して、自慢したかったからです。本日の主題も「マンション2005年問題の現状と今後の動向」と、いささか仰々しい題名になっています。

今アメリカの自動車業界では、GMやフォードの格付けが下がり、投資不適格化が問題になっています。産業界での栄枯盛衰の典型例となっています。医療費、企業年金、ことは自動車業界だけでなく、おそらく全業種に共通する試練であろうと思われます。不動産・住宅業界はこの14年余、低い格付けを付けられていました。しかし、グローバル・マネーの動きは賢く、ようやく不動産投資に向かってきました。マンション業界では、長らく債務過剰により、経営不振に陥っていた大手企業が、平成徳政令ともいうべき巨額の債権放棄に助けられ、再生、復活しつつあります。数年前までは債務超過に喘ぎ、大口債権の問題業種と言われていたマンション会社が、借金を棒引きされて、今年から生き返るはずです。これこそ、まさに政・官・民の平成版徳政令といえましょう。ジャパンはとても優しい国柄なのです。

さて、大手不動産企業の業績は184ページにありますように、このところ新規上場企業の数が増え、業績的にも過去最高の売上高を計上する企業が多くなっています。かつてのバブル期をも上回る好業績企業が続出しています。再建途上企業でも損失処理を大体終えた企

業の修復決算がこれから出てくるのではないかと期待しています。

新規大型ビルの急増で、「2003年問題」と、供給急増で市況悪化を嘆かれたビル賃貸業界においては、今や、好業績を謳歌しております。森ビルの調査によると、去年の新規ビル供給量は4割も減り、今年の供給はそれよりもまた3割減の見込みということで、減産によるマーケット調整が行われていることを逆に評価されています。一方で、マンション業界はというと、もしも3割、4割と新規供給が減り続けたら、マンション業者の倒産が相次ぎ、大変な危機となります。しかし、マンション着工は幸いにして減っておりません。昨年もお話したとおり、マンション事業を取り止め、撤退する会社は見当たりません。各社のマンション供給計画はプラス組が多く、マイナス供給計画の会社も利益率は上げるという販売計画を打ち出しています。どうやら共存共栄、温厚で計画的建設するビル業界に比べて、勇猛果敢、唯我独尊的な経営者たちがマンション業界には大勢いらっしゃるようで、猪突猛進あるのみというところですね。実際のところ、マンション市場では供給戸数、販売状況も1年前と比べ、そう大きな変化はありません。

ということで、昨年のマンション市場概論を知りたい方は土地総合研究所のホームページで99回講演会のところを開いていただければと思います。

■2005年問題の現状

一応、去年、どんなことをお話したのかを振り返りますと、去年のレジュメがここにありますが、1項目目に「新マンション時代」という時代区分の理由を説明致しました。新マンション時代というのは、お手元のレジュ

メ2段目にも上げていますが、94年から、全く新しいマーケット需給構造がマンション業界に現れてきたということです。わが国における70年間のマンション居住の長い歴史の中で、この11年間の史的現象は、極めて特異性のあるマーケット構造になった、ということをお話しました。

特異性のあるマーケット構造というのは何かと申しますと、新規マンションの大量供給の長期継続です。つまりマンション立地の希少性が全くなくなるほど、都心部、好立地の新規マンションが続々と建設、供給されています。都心部などの地価下落が激しいところほど新規マンションが多くなっている、という逆バブル的供給構造になってきています。それから11年間の長期にわたって分譲価格が下がり続けても、マンションの売れ行きは全く変わらなかったということです。まだまだ買ってはいけない論は、ユーザーには全く無視されました。94年から04年にかけての新規マンション着工数は、全国ベースで224万戸でしたけれども、昨年末における全国の売れ残り戸数はおよそ3万5,000戸ぐらいですから、99.9%売り切っています。不動産・マンション価格が上がらなくては売れないものだという時代から、下がっても売れ続けるという、バブル後の新たなマーケット需給構造がマンション市場において証されたというのが、特異性なのです。

そして、2番目の項目として、都心回帰の立地傾向が長く続いているということです。都心回帰という実態は東京都区内への立地集中、供給増ということです。この傾向が、11年間ずっと続いているのがマンション人気の根拠であり、地方の時代などというのは全くの絵空事にすぎない、と去年強調した話です。地方では、マンションを建て過ぎるとすぐに売り切れなくなります。もちろん、マンション業界には地方でしか事業をやらない業者もおられますが、全体の売り上げ比率は首都圏が70%を占めています。

それから、この11年間で、全国で224万戸のマンション着工がされたのですが、この大量供給によって、マーケット原理による選別購入行動が出てきたわけです。マーケットによる選別というのはどういうことかと申しますと、供給業者側は売れる物件を常に抱えているということです。完売続きで売れる物件が無いとか、新たに供給できないという状態は、マンション業界においてこの11年間無かったのです。新興企業がどんどん供給を伸ばすことが出来ました。

一方、ユーザーサイドから見ると、いつでも買えるということです。新規物件をいつでも選別購入できるマー

ケットになった。この両方の意味合いです。これはバブル期に都心マンションの新規供給が全く無かったとか、あるいはスーパー億ションも僅かしかなかったというような時代に比べますと、全く異次元の大量需給関係が実現した、ということです。もちろん物件によって早く売れるものと売れないものがありますが、一般的なマーケット・メカニズムが働くようになってきたのが、この11年間でありました。

それからユーザーの構成を見ますと、2000年頃から団塊ジュニアの購入が増えてきて、最近ではもっと増えています。資料にありますように25%、4戸に1戸は団塊ジュニア層の購入となっています。なおかつシングル、シルバー、あるいはディンクスというような実需取得層も増え、今まで想定していなかった子持ちファミリー層以外のお客さんが増えてきています。そして、若干ながら投資的ユーザー、不動産投資ファンドによる購入も出てきている、と昨年も話題にしました。

また商品企画に関しては、今年とそんなに変わらないオーダーメイド、コンパクトタイプ、億ション、SI（スケルトン・インフィル）、高速アクセスのIT装備、それから健康、ペット可、温泉、オール電化というオリジナル企画・装備が昨年も出てきていました。今年も企画・設備面では特に目新しいヒット企画は無く、それらが標準装備になっています。

6番目に大規模開発及び超高層物件がかなり増えてくるだろう、とデータで示しましたが、確かに大規模物件は今日のお手元の資料にございますように（P.182～183）、これだけで131物件、延べの計画戸数は9万戸を超えています。丸々1年間分の需要を浚ってしまうほどの大規模物件がこの表データです。この白・黒の星印に分けておりますが、ただいま販売中、あるいは計画中で、これほどの大規模開発マンションの集中、建設はこれまでの首都圏マンション市場にはなかったスケールです。

先日、広尾のマンションの新計画が話題になりましたが、日赤病院の建て替えの跡地に780戸のマンションを建てるという計画です。同じ場所での1期の建設はもうバブル前で、1,228戸でしたから、日赤跡地に総2,000戸のマンションが建設されるニュースが伝えられました。当時の日赤広尾病院跡地の「広尾ガーデンヒルズ」はすごい競争倍率で、バブル時には坪3,000万円まで騰がった時代もあり、まさにマンション価格騰落の歴史そのものの物件です。現在では、坪350万円から400万円の中古価格になっており、人気物件はデフレにも強い事例と言えます。

これだけ大量供給が続くと全般的に売れ行きは鈍り、

そのときには未発売物件や小戸数分割販売が増えてくるだろう、ということをお話ししました。このところ、やはり販売活動が少戸数、小規模化してきています。

それから話題になりました販売競争の様相ですが、横浜の「みなとみらい」から川崎アイランド、品川・港南・豊洲、幕張にかけての湾岸戦争や、高層物件の空中戦争が発生するだろうとお話しました。また400戸超、500戸超物件の周辺部では広範な大規模地上戦が起き、また、100戸以下のゲリラ戦も起きるだろうと申しました。そして最後は消耗戦、常在戦場となろう、と言っていました。販売競争の様相はそのとおりに変わったのではないかと、改めて強調しておきます。

それから、2005年問題の根源問題とは何かということをお話しました。つまり、マンション業界における2005年問題とは、2005年以降も大量供給を続けざるを得ないこと、そのことが大きな問題になるだろうと予測しました。言い換えると、2005年問題というのは、マンション業界の供給パワーが元気過ぎて、一向に供給が減らないことがそもそもの問題の根拠であるわけです。それだけ、供給環境が恵まれている訳です。

そして、ハッスルし過ぎてフライング気味、というような過剰供給の現象の歪みがどこかに現れるのではないかと、その兆候として、大型物件の完成在庫の増加、あるいは売れ行きが虫食いの物件の増加、それから発売先送りの増加という3つの指標を取り上げました。これから売れ残り在庫が増加する可能性が高くなっています。

また、これだけ長期間、大量供給がなされている状況では、土地取得についてもやはり2年先、3年先までの拡大供給を予定した先行取得を遂行せざるを得ず、先買い意欲は一向に止まなくなります。足元のマンション需要が弱含みでも、先行きのマーケット状況については強気一辺倒の所以です。何とか供給戸数を上乘せすための用地を確保するために強気の入札価格を入れるケースがかなり増えてきました。昨年の今頃はそう強気でもなく、不動産ファンドの買いが少しあったぐらいで、入札も大手数社間での競合でした。しかし、昨年の秋頃から一転、急に高値取得競争になってきました。そして、負けたところは頭にきて、次の入札時には2番札の3割から4割高の値をつい入れてしまうという落札ケースが続出していることは、皆さんご存じのとおりです。買えない人ほどとか、買えない仕入れ部門担当ほど、高値入札をやってしまうのがマンション・デベロッパーの共通した行動です。

そして、建築コストが上がってくるのではないかといいましたが、実際は全く上がっていません。これはゼネ

コン業界の自助努力と、需要の弱体化により、価格を上げたら売れないため、この3年間マンションの建築コストはほとんど安定しています。付帯設備はちょっとレベラダウンしていますが、土地が若干上がってもトータルで見ると販売価格はそんなに上がってないというのが実態であり、建築コスト上昇の脅威というのは無くなっているようです。

ただ、営業力の弱体化は、相変わらず問題化しています。先月のテレビ東京の「ガイアの夜明け」で紹介されたような、古典的な販売手法に頼らざるを得ない在庫整理もあります。テレビ番組においても久しぶりのパワフルなセールス現場が取り上げられていました。あのような体力のある営業マンがいなくなり、理性的な売り方をするところは在庫をいつまでも抱え、損切りせざるを得ません。その代わりにIT、ホームページで売るといったような営業戦術が増えましたが、結局完成在庫分を全戸捌けず、営業力の弱体化がそこに見られます。

それから、最後に景観緑三法は反マンション法・思想を内包しているから問題だという捨て台詞がありました。5月の連休の3日から5日にかけて日経新聞に掲載された「経済教室・景観について」を読んだ方は怒り心頭となられたと思います。戦後、景観を悪くしたのは、「住宅を建て、橋を架けて、塀を造って宅地開発をしたからだ」という、若造学者の奇妙奇天烈な主張から始まり、それではどうしたらいいのかとなると、戦前の農村風景に戻せという。中には江戸時代の風景まで戻りなさいという重農・懐古主義の学者論理が掲載されていました。当然のように、国立市マンション訴訟の東京地裁事例が引用されていて、「景観権利が提示された」という表現をするわけです。後に高裁（最近最高裁でも）で否定される完璧敗訴の注釈もなく、提示されたという狡猾な表現で、支援者としての共同賠償責任を逃れ、死んだ景観の扇動者となっています。営業妨害で損害賠償の逆訴をしたらよいと思います。そうでないと都市を殺すことになるので。

日経新聞に限らず、景観問題がマスコミ上で扱われる機会が増えていますが、都市も景観もその時代に必要があつて創られたことを認めようとしない破壊思想に支配されています。彼らは景観維持に純農村の風景への懐古を主張します。世界遺産都市は既に都市としては死んだ都市であるということがわからず、現実都市の構造更新、再生、現代都市生活というのを全否定する。せっかく、焼け野原から、衣食住を選択できるように懸命に働いてきた成果を認めず、モノトーンのノスタルジーに耽るのは暴論というものです。大体、こうしたストックになら

ない建築物を大量生産してきたのは景観論者達の先輩達だったのではないか。またしても壊して作らせるのか、それとも作らせないのか、学者の景観論は無責任者の世迷い言です。

■全国マンション着工戸数の動向

それはとにかくとして本題に入ります。

まず、172ページ。ここで枠外に注釈数値を付けたというのが新しい試みでして、1994年から2004年までのマンション着工が全国で224万戸であったという欄があります。それから、83年から93年までの、前の11年間の着工が165万9,000戸、前期比35%増になっています。つまり、この11年間で3割も新築マンション供給が増え続けていたということです。

ちなみに、83年から93年の全国の全着工住宅戸数は1,591万戸で、それが94年から04年の間の着工は1,439万戸ということですから、11年間でマイナス152万戸、つまりこの11年間で年間10万戸ずつ、前の11年間より少ない住宅着工であった。それにも拘わらず、マンション建設は3割増加しているということです。いかにマンション建設がバブル後、勢いづいてきたかをお解かりかと存じます。

それで先ほどお話ししたように、増えた比率分のほとんどが首都圏で増えているということが特長です。そして、173ページには首都圏で増えている動きと共に、埼玉、千葉、神奈川はマイナスになっています。東京都の割合は、首都圏の51.2%と半分以上になっており、さらに直近4年間における着工は57.1%に高まっています。つまり、これだけ大量供給のマンションが増えてきたのは東京都で増えてきたからだということになります。

それでは、これからどう動くのかということになります。実は危険な兆候がこの着工動向から見えてきます。173ページ、2005年3月の着工の動向を見ますと、何と埼玉、千葉が2倍にも増えてきています。それから、東京都の着工数はマイナス20%で、昨年よりもかなり勢いが鈍ってきています。特に、1月には6,935戸の中にトーキョータワーズの2,800戸が含まれていますので、実質的にはもっと東京都の着工は減っているということになります。

千葉県では3月の1,818戸の中には、ザウス跡地の大規模マンションの着工が1,213戸含まれています。そういうイレギュラーのものを除いても、埼玉、千葉の供給がこれから著しく増えるという兆候の1つの現れではな

いか、というのが、今年の3月の着工数字です。つまり、マンション業界では都心回帰を諦め、土地取得基準が緩み始め、遠くでも価格が安ければ売れるだろうという供給最優先の、タブー無視の動きが郊外志向に見られるわけです。

マンション・マーケットには30余年の歴史がありますが、大量供給が始まってから、千葉と埼玉が増え出すと、つまり東武伊勢崎線、京成電鉄線、常磐線、東武東上線、西武沿線の武蔵野線以遠のエリアが増え出すと、売れ行きがイエローカードからレッドカードに変わる兆候となるということは、昔営業担当の方は覚えていらっしゃると思います。最近、その辺でマンションを売った方は少ないでしょうから、惨憺たる結果は余り経験していないと思います。値段を下げてでも売れないようなエリアで競争してはいけないのがマンション分譲の鉄則だからです。

ところが、やはり飯能、久喜、柏の奥地とか、ましてや茨城とか、それから成田の奥とかいうような場所が急に増え出すと、後で販売に苦勞するのは営業部の方たちです。つまりビジネスの基本として、低所得者相手のビジネスは難しいわけで、こういう埼玉の奥とか千葉の奥のエリアというのは、例えるなら1棟、2棟は売れますが、3棟目は売れなくなります。おそらく、ニュータウンの高齢化と値下がりという二重遭難のデフレ現象を無視した方がいらっしゃるでしょう。4棟目用地を買ってしまったら、土地取得ノルマは一応達成できるわけですから、担当者はそれでいいわけですが、大体そこでみんな足を掬われるので、そういうときは横目で見ていた方がいいわけです。しかしこれを横目で見られずに、一緒に乗ってしまうというのがこの業界の乗りがいいところで、結果として一挙に大量在庫になってしまうという訳です。サラリーマンのいない千葉、埼玉の奥地は駄目だと毎年繰り返して吠えているわけですが、最近の着工動向にはとうとうちょっと危険な兆候が出てきています。

都内で売れ残っても、多少値下げすれば売れる需要というのはまだまだあります。郊外には公団団地のようにリタイアした人たちが増えてきており、それも息子や孫に生前贈与をするような資産がある方ばかりではない。来年の今頃は、近年供給が空白だった郊外地区のマンションは売れていると思いますが、再来年あたりは同じ場所ではきっと売れなくなるだろうと思います。

こういった埼玉、千葉方面の供給が増えて来て、トータルとしては年間10万戸とか11万戸の着工があり、量的にはマンション供給の勢いは衰えてないことになります。

しかし、販売価格は当然値下がり基調になりますし、在庫が累増しだしたら市場規模が縮小するのではないかと予測しております。マンション業界に20年以上、バブル前の時代から携わっている方には、この恐さがわかっていると思います。

土地は腐っても高いところを買えというのが不動産取得の鉄則です。地価が安いところは緑が多いだけで、カエルがうるさい、蚊がかゆい、土埃は嫌だという方たちは住みません。まあ、東京一次世代は別かもしれませんが、団塊ジュニアの人たちは決して農業地帯には戻れないということです。これから第一次団塊世代で、昔農業をやっていたから地方に帰ってやろうかなという方たちが多少はいらっしゃるかもしれませんが、商品化できそうな農産物は作れず、近所にタダで分けてそれで終わりというような近所迷惑になるわけです。

ここは覚えておいてください。マンション市場の経験値による警告です。埼玉、千葉の供給が増え出しますと、市況のメルクマールとしては、イエローカードに近くなります。今はそんなことはないと思っておられるかもしれませんが、そういう兆候が出てきたということです。

また、マンション業界全体としなくても、全国ベースでその他地域が今年になって35.3%も前年比で急激に増えてきています。3割強も前年比で増えるということはバブルです。つまり、供給がフライングし過ぎているということです。地方都市での供給が急増しているということで、今まで抑えてきたから少し1、2割はいいわけですけども、3割以上もの増加というのは各地方都市で、またまた新たな売れ残りを発生させる危険性があります。

そして、この3割がなぜ多いかと申しますと、実は戸建て、建売住宅が全国的に増えてきているからです。郊外でのいわゆるパワービルダーの狭小住宅、狭小建売住宅が急速に増えています。郊外でのマンション販売が危ないというのはこの低価格建売との競争となってきたということです。首都圏の建売住宅の着工は昨年約7万戸でしたが、この3年間で1万戸ずつ増えてきています。今年は8万戸ぐらいになると思いますが、東栄住宅だけで6,000戸供給しているわけですから、パワービルダーによる建売住宅供給が猛威となっています。そして、建売住宅の価格は3,000万円前後で、建築費はおよそ800万円です。土地付1戸建て住宅が住宅ローン金利も低く、頭金300万円から500万円、月々10万円で手に入るわけです。団塊ジュニアでもどんどん買えてしまいます。対抗上、郊外マンションの価格は、3,000万円以下、2,000万円から2,500万円ぐらいの価格帯となり、消耗

戦に引き込まれてしまいます。

実は、この建売住宅との競争も、一昔前の昭和40、50年代のマーケットにおけるのと同じ競争だったわけです。マンションを選ぶか、戸建てを選ぶかというようなことが古い選択肢としてはありました。昨年頃から、それが復活してマンションか戸建てかという選び方がようやく可能になってきた、というのが新たな競争を呼んでいるのです。それまでは、戸建てを選ぶかマンションを選ぶかというようなことは、お金持ちのみが選択する専管事項だったのですが、今回の現象というのは3,000万円で、戸建てとマンションのどちらを選ぶかという低レベルの競合ですから、まだまだ圧倒的な多数のお客さんが3,000万円の戸建てを選ぶわけで、親もそうでありまして、息子・娘のためにとか、姪とか甥のために、3,000万円の戸建て住宅をお買いになる方が増えてくるだろうと思います。

ということで、遠・郊外のマンションはそういう競争にも耐えねばならないということですから、販売がこれまでとは違って難しくなります。意外と戸建て住宅のマーケットが、こここのところ拡大しております。5、6年前までは、大体首都圏全部合わせても着工は5万戸ぐらいで、マンションの半分ぐらいであったのですが、こここのところ6：4ぐらいで戸建て住宅のマーケットが広がってきています。

特に、住宅地の地価がかなり下がって、坪80万円、あるいは50万円ぐらいになると、戸建て住宅の方が早く売れます。一戸建て住宅が3,000万円ぐらいになれば、いくらでも売れる時代に来るのではないかと考えられます。その影響で郊外団地型の住宅は売れなくなっています。街区や家並みは良質商品ではありますが、そんなに大きい邸宅は要らないというのが買う方の家族構成です。こうして、またまた狭小住宅がどんどん建てられ売れ続けます。団塊世代、団塊ジュニアの住宅取得は残念ながら貧しい選択をしてしまう。団塊ジュニアがユーザーになってから、住宅面積は狭小化しています。しかしながら、ビジネスとしてはこの団塊ジュニアをターゲットとしている建売業界が急成長をしていて、そうした会社の株価も高くなっています。

■大規模、超高層物件の激増

そこで、項目の2、3、4は話しても余り面白くないので、5番目の面白みのある部分をヒアリングしてきましたから、それをお話ししたいと思います。

昨年の資料の物件リストは、200戸規模以上で5万6,000戸のリストでありましたが、今年は作り直して、400戸規模以上のリストを持ってきました。182から183ページに、131物件の9万1,000戸のリストがあります。この資料のカバー率は大体9割に近いと思います。これを作ってから、先ほど申しましたように日赤の780戸とか、それから都市再生機構の晴海三丁目の2,600戸とか、あるいは同じく勝どき一丁目の1,981戸とか、また東雲の440戸とか、それから新浦安の最終分譲550戸とかいうような大規模マンション計画が判明しまして、そういうことを合わせると大体10万戸のリストに匹敵します。そして、この黒丸はもう販売中ということですが、必ずしも全戸販売が終わったということにはなりません。黒丸のうちの半分ぐらいは好評分譲中ということで、継続分譲中つまり売れ残りを抱えている物件ということになります。

それから、星が輝いているところは今年から新しく発売する大型物件で、それから黒い星が賃貸物件、あるいは来年以降に発売される計画中物件です。大体この5年間ぐらいの大型開発の物件はここに全部載っているはずですが、全戸分が終わった物件は非常に少なかった10件ほどです。完成在庫を抱えている大型物件が多くなってきたというのは皆さんご存じのとおりです。

ところで、完成在庫はどのぐらいあるかにつきまして、憶測は聞きますが、それを検証してみました。どう検証したのかというと、リクルートの住宅情報スタイルに「新築マンションスーパーガイド」が毎週載っているわけですが、これの4月末現在の完成済み物件というのをマークして、それを集計してみたところ、完成済みで在庫を抱えている物件というのは327物件、延べにして2,717戸で、その母数、総発売母数は3万9,985戸となりました。このデータから換算しますと、4万戸の中で売れ残っている完成在庫は2,700戸ということになります。完成在庫率は7.5%ということになります。年間ベースにこれを換算しますと、8万5,000戸のマーケットとしますと、完成在庫というのは3.5%ぐらいというのがマーケットとしての完成在庫戸数の実数であり、噂されているように完成在庫が1万戸近くあるのではというようなことにはなりません。これからはあり得るかもしれませんがけれども、現時点では、それほどの過大在庫というのは幸いにしてない状況です。一部でバルクセールや期末セール、叩き売りまでありましたが、そのせいもあって完成在庫数は減っております。

そしてこの完成在庫の2,717戸は、その後追跡しますと1ヵ月で1割ずつ売れていますから、この在庫分は大

体10ヵ月ぐらいで解消されます。また新しく完成在庫になる物件も登場すると思いますが、これが倍増するということはありません。大型物件が2割とか3割しか売れなかったならば、投資ファンドに叩き売るか賃貸化してしまうだろうと思われま

す。ただし分譲市場からは抹殺されるだろうということで、完成在庫の圧力というのは噂されるほど多くなりません。ただし、発売戸数に対する売れ残りといいますが、売れ行き率はどのぐらいかということで、もう一つの指標を申しますと、毎月発売する戸数の母数は大体18%、18.5%というのが今年の平均発売率です。1-3月の発売は1万7,365戸ですが、これの延べ母数は9万4,000戸です。そういうことで18.5%、2割を切っているというのが、その月々の発売戸数の割合です。昨年同期は大体20%ちょっとですから、昨年同期に比べますと、需給ポテンシャルというのが大体1割ぐらい落ちていることが解かります。

また、新規発売戸数も14.2%、2,868戸減っています。このことが1割強のマーケットの弱さというのが今年には出て来ているのではないかと、マンション需要のピークは過ぎたのではという観測が出てくる根拠です。

■供給ラッシュ地点の増加

ただ、これから連休中に新規の大型物件が発売され、その売れ行きはどうなるのかということになります。良く売れそうな物件が結構あり、発売戸数が増えれば需給も元気を取り戻す、これも市場法則の一つです。在庫を多く抱えている物件を多く売れば、営業マンも元気になるわけですし、会社も元気になるわけです。そういうことで、今年の大規模物件、このリストに載っているこのトーキョータワーズも7月頃から本格的な発売を行うとのこと。イメージキャラクターのリチャード・ギアに5億円も払ったといわれているのですから、ぜひとも売っていただきたいと思うわけです。アイ・ラブ・ニューヨークではなくて、アイ・ラブ・東京というキャッチコピーですから、ぜひとも内需で完売していただきたいと思うわけです。1,000戸近く一挙に発売するそうですから、分譲単価も200万円台をちょっと越す設定と見えています。5,000万円前後のお客さんをどのぐらい引っ張られるか、湾岸エリアのマーケット規模を測る物件事例になると思います。

そして、湾岸エリア、港区芝を湾岸というのはちょっとおかしいのですけれども、そのひとくくると、それか

ら世田谷、杉並、中野の純粋住宅地の大規模マンション。それからまた豊洲地区の工場跡地再開発のマンション、及び多摩川沿い、そして中川沿い、金町、南千住、日暮里という工場跡地の都市機構が開発した東部下町プロジェクト。工場跡地、再開発の複合開発物件が続々と登場します。

また、三多摩地区も多摩、八王子ニュータウン、あるいは工場跡地、それから横浜ではみなとみらい、及び川崎では南武線沿線の開発が相次いでいます。特に、今年の注目地区は、川崎アイランドエリアが大きく変わることです。横浜に向かっていったユーザーの目を、いかに川崎で途中下車させられるか。ここに出ている大型物件がどこまで売れるかというのが鍵になるだろうと思います。これほどの大型物件の供給が重なったことは川崎地区ではこれまでありませんでした。中原区、幸区、高津区の物件の売れ行き次第で川崎のイメージが全く違ってしまうし、価格水準もこの物件価格が決めることになるだろうと思います。

超高層マンションも次々と発売されます。主力大規模物件が総登場するわけですから、みなとみらい対武蔵小杉という、社内競合にもなります。どちらが勝つかと申しますと、競争の激しいところが勝ちます。来年の今頃には結果が出てきていて、はっきり言って負け組と勝ち組と、値下げ組が出てくるだろうと思います。ただし、川崎市は大歓迎でしょう。工場イメージの川崎市から新築マンションの川崎市へというようなことになれば、川崎市長も大喜びでしょう。逆に言えばこれが売れなかったら、また川崎は元気を無くしてしまうでしょう。新築マンションの大量供給はやはり土地利用が全く変わってきたことを現しています。このエリアは、工場、社宅、寮が混在し、戦後全く変わりませんでした。これが新築マンションラッシュになるわけですから、第二世代ニュータウンの誕生です。それから住民も元気のいい団塊ジュニア世代が主に住むようになるわけですから、高齢化した横浜市の田園都市線、東横線よりも南武線沿線の方がイメージは良くなるのではないかと思います。と言うことで、ショップの出店を計画されている方は、田園都市線よりも南武線の沿線の方に購買パワーが出てくるはずですよ。

また川崎アイランドの方も鶴見線を始め、マンションに転換されます。マンションが建てられると住民も新しくなるということで、古い工場中心の街並みは排除されます。ちょうど川崎駅前周辺が2年間で大変身したように、川崎全体が今年から再開発ルネッサンス的な新時代に入ることになるだろうと思います。ただマンション業

界は、全く戦略性を持たないわけで、全体で一緒に売りましょう、などという戦略は出て来ていません。土地買収の時に懸命に喧嘩して、販売の時にも喧嘩するという戦略不全の業界ですから、これはもしかすると消耗戦へ突っ走る恐れがあります。そして、川崎エリアがそういう混乱戦に入りますと、奥の横浜市も相模原市の市況も混乱してしまいます。マンション業界としては、川崎市のマンションを先に完売させてしまうという、マンション事業戦略としてとられるべきだと思います。

ところが、今日の新聞には、川崎ではなくて全部横浜のタワーが掲載されており、確か全面広告の3件とも横浜みなとみらいでした。川崎は宣伝の仕方として、タレントもマイナーが多く、イメージも中途半端になっています。川崎の企画は女性チームにぜひとも担当させていただきたいと思っています。横浜は誰がやっても海をテーマにすることが可能で、大きな違いは出せません。川崎をアピールするにはどうするのか。田園都市線よりも良くなったというイメージアップをしない限り、川崎市の大量の新規供給は消化できないだろうと思います。

400戸以上の大規模物件の発売シェアは昨年で18%でした。そして、99戸以下のシェアは38%、残りが100戸から399戸までのシェアでした。つまり、この9万戸のリストは18%のシェアに相当することですから、このバックには20数万戸の新築マンションの用地が取得されているということを暗示しています。ですから、マンション業界は年間10万戸着工で、2年ちょっとの分で20万戸強の用地取得をしています。首都圏のマンション市場規模はそれぐらいのボリュームになってしまっているということです。

■完成在庫の増加

ただ、大型物件の販売は誰でもできる販売といえると思います。多額の広宣費が用意されているからです。残りの38%はゲリラ戦で売らなければならない物件になるわけです。このように問題は、100戸以下の小規模物件の販売をどうするのか、企画をどうするのかということです。ただでさえ営業利益率といいますが、物件収益率が下がってきています。収益率が高かった5、6年前の粗利益25%とか、20%台というようなコスト安の時代ではなくなってきました。大量供給が続けば続くほど、戦略なき競争、つまり低利益率になってしまう競争にマンション業界は走ってしまい勝ちです。小規模物件の企画・販売に力を入れてやらないと、もっと利益率が

低下するということにならざるを得ません。優秀な営業マンは小規模物件にこそ投入すべきだということです。

その規模別の割合ですけれども、400戸以上の物件は昨年こそ18%でありましたが、一昨年は13%で、今年はこれが全部出れば20%以上のシェアになると思います。社内の関心は超大型物件に傾きがちですけれども、これだけでマンション供給は成り立っておりません。あとの8割が400戸以下それも100戸以下の物件で稼いでいます。11万戸のマーケットというのは以外と中小規模物件の大量供給によって可能となっているのです。

そして、昨年も申しましたけれども、この11万戸の着工がなぜ8万5,000戸の発売になっているのかということにつきましては、当社はワンルームつまり30㎡以下は別集計していますが、約1万戸あります。そして、途中で1棟売りの形でファンドに売却したのが推測ですが7,000戸ぐらいあるのではないかと思います。それから売れないで、あるいはコストが高過ぎて発売を止めた物件が2-3,000戸あります。それから途中で、反マンション運動にやられて、計画中止した物件がこれも5-6,000戸あります。また着工したからといって全部発売になるとは限りません。私どもの発売戸数の把握率は、いつも言っているのですけれども、80%を超えて90%台となっている筈です。

ただし発売ベースでは、先ほど申しましたように、毎月全戸数の15%から2割しか発売していません。売れ行き率についてはそういう瞬間的な動向でしか把握できないということをお断りして発表しています。そして、瞬間的な売れ行き動向を把握したのがこの月間契約率の70%、80%ということです。これは誤魔化しているわけではなくて、最初から全体の2割弱しか発売していない。その2割弱が月にどれぐらい売れたかということを示している指標です。それでも売れ行きが70%と80%の開差というのはかなり市況の強弱を現します。新規発売の80%が売れないと残る戸数がかなり増えてくるというのが経験的契約率です。

つまり、60%とか70%等の月間売れ行き率が続くと、あっという間に未発売物件が累増し、発売中在庫も増えるという市況悪化の動き方をします。最近でこそ供給調整を強く意識して、つまり全戸の18%から17%しか発売しません。売れそうな物件、売れそうな住戸を先に売り出しています。そういうことで、ドタキャン含めまして80%近くをキープしないと、今のマーケットでは瞬間に在庫が増える可能性があります。

■営業力の低下

私どものデータベースには、常に発売予定物件を20万戸ぐらい捉えております。これはいつでも発売できる物件です。完成発売は別にして、着工すれば発売できるわけですから、発売予備軍としては20万戸あります。その中で月間7、8,000戸が発売になります。昨年の秋頃から、あるいは今年の春頃から発売予定計画がどんどん伸びるケースが増えてきています。特に、このリストに載っている大型の物件は、少なくとも3ヵ月ぐらいはズレ込んでいる動きをしています。それだけ先ほど言ったように需要ポテンシャルが弱くなっていることが窺えます。

そして、その弱くなった理由が何かと言うと、一つは発売を、新規供給を押さえ過ぎたということです。着工は前年並みなのに何で押さえているのかということになりますと、売り切れる自信が無いからです。反応がもう一つ、あるいは価格が決められないというようなことですけれども、そういう動きがあります。もう一つは、大型物件に人手を食われて、その他の中小物件になかなか手が回らないということです。それから、絶対的な人手不足というのがあります。販売担当の人数が不足となっています。不動産業界になかなか人が集まらなくなって、人事部は大変です。ただでさえ回転率20%と言われ、5年で全回転、全社員がいなくなるような不人気の業界であり、なおかつ営業部門は回転率30%ぐらい、3年で全員いなくなるという、辞めると補充できなくなってきました。

つまり、現場が2000箇所近くになっているのに、なかなか営業部隊が整わない。営業力の弱体化であり、絶対的な人手不足状態です。それを補うのが販売専門会社というところになります。在庫処分会社というのは昔からありました。それはおいて、中間的な、つまり何でも売ってくれるような中間的な販売会社がなくなってきました。乱暴な売り方をするとところは生き延びていますが、中間的な売り方をするとところというのはあまり大きくなっていない。

人材も、ちょっと優秀な者はすぐ抜かれてしまうという、今のファンド業界のようになってきています。ファンド業界ではプレーイングマネジャー、社長不足でありまして、人手不足どころか、社長探しをしています。また、開発、販売現業等から不動産ファンド投資業界へ移る、アメリカ型の成功報酬的な世界に入ってしまった。非常に機敏な人たちが結構いらっしゃる。こういう方が営業、開発から離れてしまっています。マンション開発部門が慢性的な人手不足になっています。ファンド

の隆盛で中間層が抜けてしまっている。即戦力の営業部隊が非常に少なくなってしまう。そんな人がいたらどこの会社も欲しいということになるわけですが、そういう人材流動化が激しくなってきた。つまり、体力も知力もあって稼げる人というのはどこの世界でも必要なわけで、不動産業界だけで稼がなくてもいい。そういうグローバルな人的な動きも、不動産業界の営業力の低下につながってきているのではないかと思います。

■用地取得競争、建築費アップ

そして、次にコストの問題で一番肝心の建築費のデータです。先ほど申しましたように建築費は意外に上がっていません。ゼネコンの方には反論があると思いますが、客観的に上がっていません。昨年10月から今年3月までの半年間に着工した大規模物件の建築費を見ますと、91物件ほどありますが、延べ2万2,683戸の建築費というのは1戸当たりで1,889万円。坪単価で59万5,000円というデータになっています。ちなみに最低は坪42万円ですが最高は坪124万円という、これは複合的な超高層の物件であります。そういう突飛高物件もございすけれども、平均で59万5,000円、1戸当たり約1,900万円というのがマンションの建築費です。ところが、昨年は1,730万円です。坪60万円、一昨年は1,822万円です。坪59万円です。02年の坪54万円に比べると確かに上がっていますが、この3年間において、03、04、05年の3年間はそんなに大きくはね上がっているデータはありません。

しかし、その中で超高層物件というのはやはり建築費は高い。19階以下の物件に比べると建築費が平均で3割高いのが現状です。21物件ありますけれども、平均で1戸当たり2,517万円、坪68万4000円。これに比べて19階以下が1,519万円、坪52万8,000円です。超高層マンションとそれ以外のマンションでは建築コストが1戸当たり1,000万円、単価にして3割の開きとなっています。したがって超高層マンションの採算性はコスト高もあってリスクがかなり高い。低層のマンションを安く建てて早く売り切った方が、収益率が高くなるのではないかと、と思われます。

さらに超高層マンションの収益率というのは工事期間が1年ではなくて、3年間かかるとして3割取れたとしても年間10%ですから、金融工学的ビジネスサイドから言えば、相当採算性の悪い物件が増えているということになります。それでもこのリストには、43階、50階、60階が次々建設、計画中です。みんなでやれば怖くないと

いう世界です。

そして、超高層の販売価格というのは、建築費が1戸当たり2,500万円ちょっとですが、今年1-3月の超高層物件の販売価格は4,784万円です。坪204万円です。意外と低い。超高層豪華億ションの話題から相当価格が高いイメージがあるのですが、超高層マンションの平均値というのは5,000万円を切っています。それに対し、超高層マンションではない19階以下の坪単価というのは174万円ですから、30万円しか開いていない。超高層マンションの収益率というのはここからも相当低いのではないかとということになります。

そして、超高層マンションの計画データがここにあります(P.181)。今年の1月末現在で調べた数です。この全国ベースの超高層マンションの計画と、それから首都圏の計画が表になっていますが、近畿圏の建設計画が少し多すぎるように思われます。首都圏では今後2005年以降の完成する予定物件、ちなみにこれは賃貸物件も入っています。分譲ばかりではないわけですが、11万2,000戸が計画中です。これを調べてからまた新しい計画が判明していますから、12万戸近くになります。地区別には都区部が8万戸、三多摩が2,200戸、神奈川が1万7,000戸、千葉が5,300戸、埼玉6,000戸という内訳です。超高層マンションが一番多いところが港区湾岸部です。それから江東区です。8万戸のうちの2万2,000戸が港区で計画され、江東区で1万3,000戸、新宿区で8,000戸、中央区で9,000戸、荒川区で4,500戸となっています。一方、三多摩地区の超高層計画はピークを超えたと思われます。

それから、神奈川県では横浜、川崎市が圧倒的に多いわけで、川崎市で延べ1万戸、横浜で6,500戸あります。埼玉県全体で6,000戸、千葉県で5,000戸です。千葉県は千葉、船橋、市川、浦安という湾岸部に集中しています。埼玉県では工場跡地開発型の超高層マンションが増えています。区画整理型の、あるいは駅前開発型の郊外部の超高層マンションというのは少なくなっています。

■需要構造の変化

そこで、超高層マンションは果たして売れるのかということですが、実は居注意識を持った人達以外にも売らないと超高層マンションは売れません。つまり、永住しない方にどのぐらい売れるかというのが、超高層マンションを売り切る方法であるわけです。たくさん住んでもらっては困るのがリゾートマンションです。それ

と同じように遊び感覚の方が多く殺到しないと、住宅地以外の超高層マンションというのは売れません。幸いにしてこういうフリーター型のお金持ちのお客さんが東京にはたくさんいらっしゃるわけで、また地方のお金持ちも東京のマンション、不動産に投資するようになったことも、超高層需要が増える要因です。

またシングルとかディンクスとか、あるいはパラサイトを抱えたシルバー世代とかという方たちが超高層マンションをお買いになる。あるいはサードハウスとか、セカンドハウスとかというようなことでお買いになる方が結構いらっしゃる。そういう層が、ほとんど半分以上いるのではないかと見ています。一般の居住専用のマンション需要層と違ってきますから、超高層マンションの販売の仕方、あるいはお客の訴求の仕方というのが全く違ってくるのです。

従って、有名タレントの登用効果が相当高いわけです。先ほどリチャード・ギアが5億円と申しましたが、それなりの効果は出るはずで。そして、タレントとかキャラクターを活用した物件は意外と、駅前立地であるとか、割安価格というような古典的な売り方よりも良く売れます。銀座のスーパーブランドショップと同じように、そういう装飾的な売り方というか、デザイナー的な売り方といえますか、感性的な売り方が超高層マンションでは効果的です。最近またタレントを使っている物件の広告が目立っています。いつまでも立地、価格、間取りなんというのは、超高層マンション販売には似合いません。少し無駄なお金を使った方が、超高層マンションというのは売れます。そして大規模マンションの販売においても同じような傾向が現れています。

新築マンションは何もしなくても3割ぐらいは売れます。販促営業で4割、あとの残った3割をどう売るかというのに、このタレントとキャラクターが非常に効果を発揮します。マンションが住まいとしてのマンションから多様な生活スタイル用、あるいはスポットとしてのマンション購入が多くなってきている、何らかの大きな住意識の大転換が起こっているのではないかと思います。

子供ができたから、ローンを借りて買うような古典的なファミリーの比率はかなり少なくなっています。衝動買い、あるいはイメージ買い、そういうお客さんの方が多くなっています。価格的にみるとこのところ横ばいで、すし、一番初めに言いましたように、設備とか機能とかもそんなに変わっていません。あとはイメージ的にどういうライフスタイルを提案するかということで、特に女性の方たちはイメージ先行型ですから、韓国俳優にあれ

だけ熱中する感性ですから、それと同じであります。最初に目くらましをまぶしてしまうのが女性向けのマンションのセールステクニック・トークであり、そういう売り方がこの都心超高層マンションの人気となります。

そんな感性的市場把握ですが、定住性をうたうようなマンションというのは3割、場所によっては半分ぐらいまでは確かに定住する方に売れますが、それはオールド的選別競争の次元にとどまります。そういうローンを必要とする基礎的なお客さん、ファミリー層というのは非常に堅実でありますから、比較、検討、選別します。それをしないような超高層マンションの感性的お客さん、一番上層階を買うようなお客さんというのは違う選別基準だと思われま。いわば一瞬の思い込みで買える人たちが超高層マンションを買うという階層分けがここにはっきり出てきていると思われま。したがいまして、上階層と、下階層では、もちろん価格も大きく違い、取得力も違い、生活スタイルも違うこととなります。管理会社が困ることが多くなる。そういう階層分けが最初から明らかになるようなマンション需要の多様化が見られま。

■マンション開発のキーワード

つまり、最近の階層分離型社会構造の反映が超高層マンションの購入層ということに図らずもなっています。そして遊びスペースが多くて、オリジナルな先端的付帯施設があつて都心というブランド立地の物件が、よく売れます。銀座で高価格商品が真っ先に売れるのと同じ原理です。そして、いつも言うことですが年間800戸から1,000戸が首都圏の億ションのマーケット規模です。今年は、住友不動産が目白で150戸の億ションを出すそうですから、1割強のお客さんをそこに引っ張ることになります。残りは700戸か800戸しか残ってないわけですから、超高層マンションの億ションの販売は大変でしょう。また千歳烏山、市ヶ谷、飯田橋、高輪、赤坂、六本木に、億ションが今年はかなりボリュームで出てきます。ただ、億ションを買える層が、つまり年収で3,000万以上の層が集中しているのはやはり港区内です。高額所得者が2,200人ぐらいというのがデータで出てきており、その人たちのうちの1割が動けば200戸売れます。また他所の高額所得者が港区に来れば億ションが売れるということになります。港区では年間100人ずつ高額所得者が増えていまして、特に六本木には日本の金持ちの1割が集まっているのではないかと思います。

ただ困ったことには、今お金を持っていたら賃貸へ入ってしまうというのが選択肢の一つとなってきたことです。お金持ちほど計算高く、分譲物件、要するに11年間も値段が下がり続ける不動産物件は持たない意識の層も多くなっています。確かに、もし買うのだったらアメリカの住宅を買った方がいいし、あるいはロンドンのシティを買った方がいいし、中国のバブル物件を買った方が、というような投資的なバランス計算が出来る人達であるわけです。去年春頃から、不動産投資ファンドによる賃貸マンションの取得が相次ぎ、非常に高いグレードの賃貸物件が供給され始めました。これまでみたいに賃貸マンションイコール低所得サラリーマンというようなことは決め付けられなくなってきました。

■今後の見通し

そろそろ、昨年と違った結論を言わなくてはなりません。基調としては来年2006年もマンション問題があります。続いて高級ホテル業界だけでなくマンション2007年問題があることは、この9万戸リストを見ると予測されます。そこまではマンション業界も元気で突き進むのではないかと思われます。とりわけ、最後の株式の表を見ていただければわかりますように、この11年間に急成長した企業がずらっと並んでいます。バブル以前の株式欄と比べたら、いかに多くの企業が増えてきているか、5倍近くになっていると思います。この資料は昨年12月末現在の資料ですけれども（P. 184）、それからこの5月までに4社増えています。例えば日本駐車場とか、フジ住宅、クリード、アネストワン、これが一部上場欄に入っています。ここに載っているのは41社ですから、45社に増えてきているわけです。総資産約6兆円と計算されます。さらに、J-REITが2兆円規模でありますから、ここに載っている企業だけで大体10兆円の総資産となっています。

また、不動産業向け融資もようやく昨年の12月期からほぼ6年ぶりのプラスに転じてきています。金余り現象によるものですが、投資ファンドがマンションの一棟買いに積極的です。マンション販売業者にとっては新たな神風です。六本木、白金、それから日本橋、新宿、飛んで中野、最近では池袋、板橋方面までファンドの人たちが物色に動いているそうです。さらに未完成物件についても開発型融資としてファンド資金が投じられています。投資ファンドのマネーがマンション業界に流れ込んでいるということで、コスト高の物件はファンドに買っ

てもらおうということも起きています。非適及型融資とは、よく名づけたものです。非適及型融資というのは日経新聞でよく使っていますが、融資実態はノンリコース＝資産価格上昇期待融資にはかなりません。ついに、不動産にニュー投資マネーが流入してきました。こうなると地価上昇は都心部の商業地、住宅地にとどまらず、上昇の波は一挙に広がりそうです。マンション用地の価格も取得競争激化で上昇一途となるでしょう。大量供給に加えて、コスト高を克服しなければならない、マンション業界の問題はさらに難しい問題を抱え続けて走らなければならないようです。

マンション事業が復活したのは東京都心へ回帰、集中できたからです。都心回帰が行き詰ったなら、この業界は再び縮小へ向かうこととなります。郊外や地方にマンションが増え始めたら、重ねて強調、警告しているように、レッドカードです。そうした都心からの逃げは、必ずマンション業界が過剰在庫で苦しむことにつながります。

ところで、向こう3年間、需給バランスはそう急には落ち込まないだろうと思います。なぜなら、この長谷工アーベストのデータにありますように（P. 180）、団塊ジュニアの世代のお客さんがまだたくさん残っているからです。この団塊ジュニアの持ち家意識というのは強い。日本人というのは持ち家優先意識で、賃貸は金持ちの任意意識です。だから新何とかビジョンで賃貸住宅の質を100平米にしようなんていうのは、世迷言で、民間は全然考えていない。100㎡で100万円の家賃だったら作りますというようなことはありますけれども、100㎡で10万円の家賃のマンションができるはずない。

このような状態が、2000年から大体8年続くわけです。なぜ8年かということになりますと、東京だけは人が増えます。年間10万人ずつ増えています。マンションも人口が増えるから当然増えるわけです。それから戸建て住宅もかなり安いものが東京で買えるわけですから、地方で3,000万円の戸建て住宅を買ってもしようがないわけですし、ということで帰る方も少ない。ますます東京に集まる基調は変わらないこととなります。従って、首都圏の供給が減ってきたときにはマンション業界はリスクとなりますが、現状程度の10万戸が1割ぐらい減ったぐらいではびくともしないというマーケットが考えられるわけです。

この総括表にありますように（P. 178）、第一次団塊世代のブームは53年から61年まで続きました。5万戸時代ということでもあります。ただ、そのときは最初の年から最後の年までで、ブームが終わったときには、1,000

万円ほど価格が上がったわけです。ところが、今回は毎年3%ぐらいずつ下がっているわけですから。特に、単価的にはこの11年間下がりっぱなしでありますから、3%ずつ下がって20年間だとタダになってしまいますが、割安感を強めている。

ただし、これは同じところの場所でそういうわけですから、昔は値段が安くなって埼玉、千葉へ出たから失敗したわけです。ぜひともそういうことにはならないように、埼玉、千葉方面の方にはまことに申し訳ないわけですが、早く脱出して都心部に、湾岸エリア等を購入していただければマンション在庫も少なくなるということですよ。

そういう面では、東京が減ってきたということは、まことに憂うべきことです。景観論者を勢いづける話で、東京へ景観をというような話につながってしまいます。また高さ制限などについては、ばかなことするなということですよ。空間はいくらでもあるわけですから、天空族と名付ける人たちがいるわけですから、容積を制限するような私権を制限する発想などは、仕事がなくなった方たちが考えるわけですよ、縮まることは良くないことだと考えます。集中することはいいことだということが、首都圏マンションの活況を裏付けたわけですから、この3月の着工の動きと同じようなことをもし皆さんが考えられていましたら、来年はここにいられないということですよ、ぜひともそういうこともおっしゃっていたなと記憶していただいたらと思います。

ということで、まだまだ元気があり過ぎることがマンション2005年問題だということを結論としまして、時間が来ましたのでこれで終わらせていただきます。ご静聴ありがとうございました。