

トータルブレインの

邸点観測

マンション市場総括と展望①

トータルブレイン(久光龍彦社長)は2017年首都圏マンション市場を総括し、18年の課題と展望についての考察をまとめた。

《18年の課題と展望》

18年はマーケットの潮目が大きく変わるとみる。また、デベロッパー業界も本格的な事業構造の変革期に入っており、建設業界同様働き方改革に対応するため業務の効率化が課題だ。

着工戸数は、消費税増税の駆け込み需要に対応するため郊外で増加する。都下や千葉、埼玉、神奈川などでは前年比10〜20%程度の増、首都圏全体では5%程

度の増となり、6万7000〜6万9000戸の着工を予想する。販売戸数も4万户台に回復する可能性が高い。

事業戦略は、郊外では「売れる価格」まで調整しての販売を強いられる。利益カット(マイナス10%)

や施工会社の協力(マイナス5%)により、売値でマイナス15%を実現して着工・販売を加速させるだろう。金利の先高観と消費税増税の「あおり効果」を活用し、郊外案件のめど付けに全力投球するのが勝負だ。中古マンションリノベ事業や建て売り戸建て事業は、新築マンションの価格低下による競争力の回復を

意識する必要があるだろう。

好立地のマンション用地の仕入れはやはり強気で積極的に行くこと。コンパクトマーケットが今後ますます拡大し取り組み強化の徹底が必要と予測する。好立地でのプロジェクトのリスクは相対的に低い。プロジェクトは短期回転型が求められる。金利先高観と市場の動きに対応する

ではないだろうか。販売価格はユニット別に

細心の注意で値付けすべきだ。エンドユーザーは体力ぎりぎりでの買いに来るため、付加価値に合わせた価格に付いていけないケースが増えている。過去の経緯や法則が通用しないと認識し、値付け会議にはトップが入って慎重に議論する必要がある。

ない販売手法の研究が必要だ。

《新しいゼネコンを常に開拓》

マンション事業にとつて最大の課題は建築費の抑制。しかし職人不足や働き方改革などの要素により、建築費は上昇基調にあり今後も強まっていく。そこで、①着工・竣工時期を明示しない②マンション専業のゼネコンを探す③新しいゼネ

ゼネコンの開拓、働き方改革が課題

には、スピーディーな物件化に注力することが必要だ。

商品企画は売値が上昇してもこだわらるべきだ。ワイドプランなど根本的なユニットプランのつくり込みが改善されなければ、目の肥えたエンドユーザーには通用しなくなっている。構造コストが上がっても魅力的なプランの提案を貫くべき

際は全てを販売会社任せにするのではなく、現場とデベロッパーが一体でアイデアを出し合い、販売の一体感を醸成していくことが重要。最上階や特殊住戸は最初からグレードアップ住宅として会員など有力客に優先販売する、残戸については仕様・仕上げのグレードアップで別商品として販売する、など、値引きでは

コンを常に開拓し続けるなどの努力を全て行うことが必要だ。

デベロッパー業界も「マンションをつくって売って」による企業規模の維持・拡大は難しくなっている。超低金利のメリットを活用すればストックビジネスへの参入が可能であることから、分譲マンション事業以外にも▽有料老人ホーム▽

サ高住▽リノベ事業▽駅前再開発▽建て替え事業▽等価交換▽ホテル事業▽太陽光発電事業▽物流施設▽トランクルーム▽商業ビル・オフィスビルなど、非住宅分野への進出や新規事業へのチャレンジが本格化する。空港や港湾施設、インフラ、公共施設の運営に関わるコンセッション事業への参入など、事業構造自体の変革に踏み込む取り組みが進む。

最後に、働き方改革への対応が必要だ。モータリ社員による長時間労働ではなく、短時間で最大の成果を上げるためには、午後1時から働くフレックス制を取り入れたら、現場にいる5人の正社員を2人として残りを派遣社員に外注したり、モデルルーム営業日に完全週休2日制を導入したり。業務効率化による生産性の向上が求められる。

(おわり)