住宅新報 2026 年（令和 8 年）10 月 13 日号 掲載

トータルブレインの

マンション最前線

価格高騰でも販売堅調　23区新築 ㊤

トータルブレインは、26年上半期の東京23区での新築マンションの販売動向をまとめた。

建築費や用地費の上昇を背景として、販売価格の高騰が続く。その一方、都心・城南などを中心に高額物件への需要は根強い。立地や商品性に優れた物件では高水準の販売が続いている。価格そのものより、希少性や資産性、商品企画など、価格に見合った価値を購入者に示せるかが販売を左右する傾向が、一段と鮮明になっている。

同レポートは、港・品川・目黒・世田谷・新宿・文京・江東区などの物件を分析した。

高額帯でも都心立地や駅近、大規模再開発、タワーといった特徴を備えた案件は集客力を維持している。一方、価格上昇によって実需層が購入できるエリアや住戸面積の選択肢は狭まりつつある。周辺中古相場との価格差や物件ごとの商品力が従来以上に問われている。

販売現場では、単純な価格の安さだけではなく、駅距離や交通利便性、眺望、共用施設、間取り、設備仕様などを組み合わせた「納得感」が重要になってきている。

高価格帯では、購入者が物件を比較する目も厳しい。同一エリアでも販売速度に差が生じている。都心部では、富裕層や資産性を重視する需要が価格を下支えする。一方、実需色の強いエリアでは、総額を意識した商品づくりの重要性が増している。

また、供給側では建築費高騰を受けて販売価格を引き下げにくい状況が続く。このため、専有面積を抑えてグロス価格を調整しているほか、特徴的な共用空間や外観デザインなどで付加価値を高める取り組みが目立つ。大規模案件では共用施設やランドスケープなど、規模を生かした企画も差別化につながる。購入者側も相場上昇を前提に物件を選ぶ段階に入った。価格だけで購入を見送るのではなく、将来の資産性や希少性までも含めて判断する傾向が強まっている。価格上昇局面だからこそ、立地と商品企画、価格設定のバランスが販売成否を分ける市場となっている。