住宅新報 2026 年（令和 8 年）10 月 20 日号 掲載

トータルブレインの

マンション 最前線

高額でも「選ばれる理由」 (下)

26年上半期の東京23区では、価格が一段と上昇する中でも、明確な強みを持つ新築マンションが販売を伸ばした。トータルブレインの分析によると、『パークタワー品川天王洲』『リビオシティ文京小石川』『ザ・パークハウス上野毛テラス』など立地や規模、商品企画の異なる物件特性から、現在の購入者が評価するポイントが浮かび上がる。

『パークタワー品川天王洲』は、品川・天王洲エリアの将来性や水辺環境などが強みにある。都心へのアクセス、周辺の再開発による将来的な価値向上への期待も購入判断を後押しする要素にある。高額化する都心・湾岸市場は現在の利便性だけでなく、街の将来像を含めた資産価値への期待をどこまで訴求できるかが重要になっている。

『リビオシティ文京小石川』は、文京区という住宅地のブランド力と大規模物件ならではの商品構成が特徴にある。都心立地でまとまった規模を確保した希少性も評価材料となり、価格水準が上昇する中でも需要を集める。単に最寄り駅からの距離だけでは測れない住環境や規模感を含めた総合的な価値が問われている。世田谷区の『ザ・パークハウス上野毛テラス』は、低層住宅地としての環境や落ち着いた商品設計など、都心タワーとは異なる価値を訴求する。高額化した市場でも購入者の志向は一様ではない。都心利便性を優先する層だけでなく、住環境や商品性を重視する需要も根強い。価格が上昇するほど、「どこに住むか」に加えて、「どのような暮らしを得られるか」が選択基準として重みを増す。

こうした個別事例からは、高価格でも一律に販売が鈍化するわけではないことが分かる。立地の希少性や、大規模開発ならではの共用施設、周辺環境、特徴あるデザインなど、購入者が価格上昇を受け入れられる根拠を備えた物件は競争力を保つ。一方、その根拠が弱い物件では価格とのバランスが厳しく見られる。

今後も、建築費や用地費の大幅な低下は見込みにくく、販売価格の高止まりが想定される。これら販売環境では単なる価格競争ではなく、「その物件でなければ得られない価値」を明確にできるかが重要となる。立地、規模、デザイン、共用施設などを組み合わせた差別化が、販売力を一段と左右していく。