

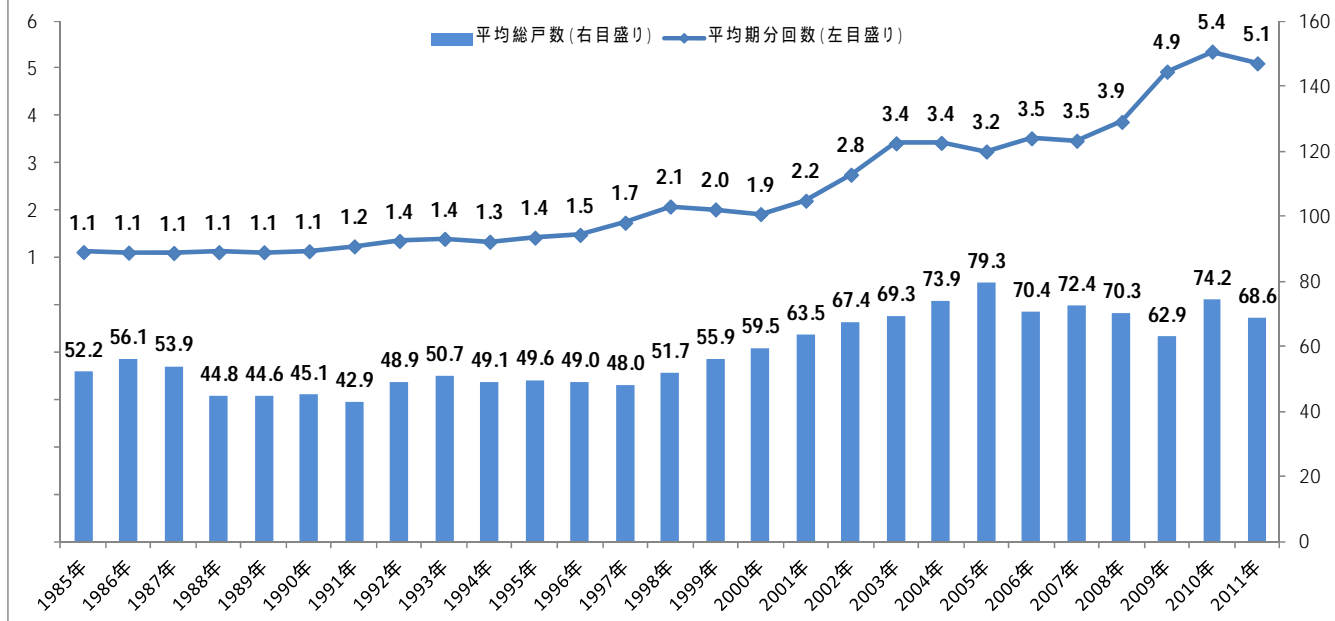
東京カンテイ 首都圏新築マンションの「期分け分譲」回数の現状を調査

2011年の新築マンションの平均で5.1回に分けて分譲 2010年の5.4回より減少
90年代末以降「期分け回数」が増加傾向に ネット集客など分譲手法の合理化が要因

湾岸タワー物件の増加により90年代末から「期分け分譲」が盛んに、回数も急増

85年から96年までは「期分け分譲」自体は皆無ではなかったが、ほとんど1回の分譲期で完売している。1998年には2.1回と初めて2回を上回った。この時期は景気の先行きが不透明であったことから、販売戸数を減らして期ごとに完売を目指す販売手法が一般化し、平均期分け回数が急増した。この頃から総戸数500戸～1000戸といった超大型物件やタワー型物件が増え分譲期間が長期化し、期分け分譲に拍車がかかった。2003年には3.4回と3回を超え、リーマン・ショック後は総戸数が拡大していないにもかかわらず、期分け回数が2009年に4.9回、2010年には5.4回に増え、2011年(1～9月)も5.1回と2010年同様5回を超えている。

首都圏 新築マンション平均期分け回数推移



ウェブサイトの活用で販売手法が効率化、販売コストの抑制により分譲期間の長期化に対応

以前のマンション分譲は分譲期間を明確にして効率的に集客を行うことを重要視していたが、現在はインターネットの普及によってマンションごとにウェブサイトが作られるようになり、いつでも集客可能となっている。

また、モデルルームの来場も予約制を採用する企業が多くなっているが、期分け分譲が進み販売期間が長期化しても効率良く案内できるため、戸数規模が大きくなっても結果的に販売の合理化を実現している。

| 戸数規模 | 1999年 | 2000年 | 2001年 | 2002年 | 2003年 | 2004年 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2008年 | 2009年 | 2010年 | 2011年 |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 50戸未満 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.3 | 1.3 | 1.3 | 1.3 | 1.3 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.3 |
| 100戸未満 | 1.9 | 1.8 | 1.9 | 2.2 | 2.3 | 2.1 | 2.4 | 2.4 | 2.2 | 2.0 | 2.1 | 2.1 | 2.1 |
| 200戸未満 | 3.3 | 2.6 | 3.1 | 3.8 | 4.0 | 4.0 | 3.8 | 3.8 | 4.4 | 3.6 | 4.1 | 4.4 | 3.9 |
| 300戸未満 | 3.6 | 3.5 | 4.1 | 5.7 | 6.4 | 5.6 | 6.3 | 5.4 | 5.1 | 8.2 | 10.8 | 6.0 | 7.3 |
| 500戸未満 | 5.8 | 4.8 | 5.5 | 7.2 | 8.4 | 10.4 | 10.5 | 9.0 | 9.3 | 10.6 | 13.7 | 13.4 | 11.0 |
| 1000戸未満 | 7.1 | 7.0 | 5.8 | 10.8 | 12.7 | 15.8 | 14.1 | 15.1 | 14.8 | 18.8 | 31.4 | 19.6 | 29.1 |
| 1000戸以上 | | 4.7 | 13.3 | 4.0 | 12.2 | 18.4 | 12.8 | 35.4 | 17.1 | 12.5 | 22.8 | 32.8 | |

発行
リリース日

株式会社 東京カンテイ
2011年10月27日(木)

本記事の無断転載を禁じます。

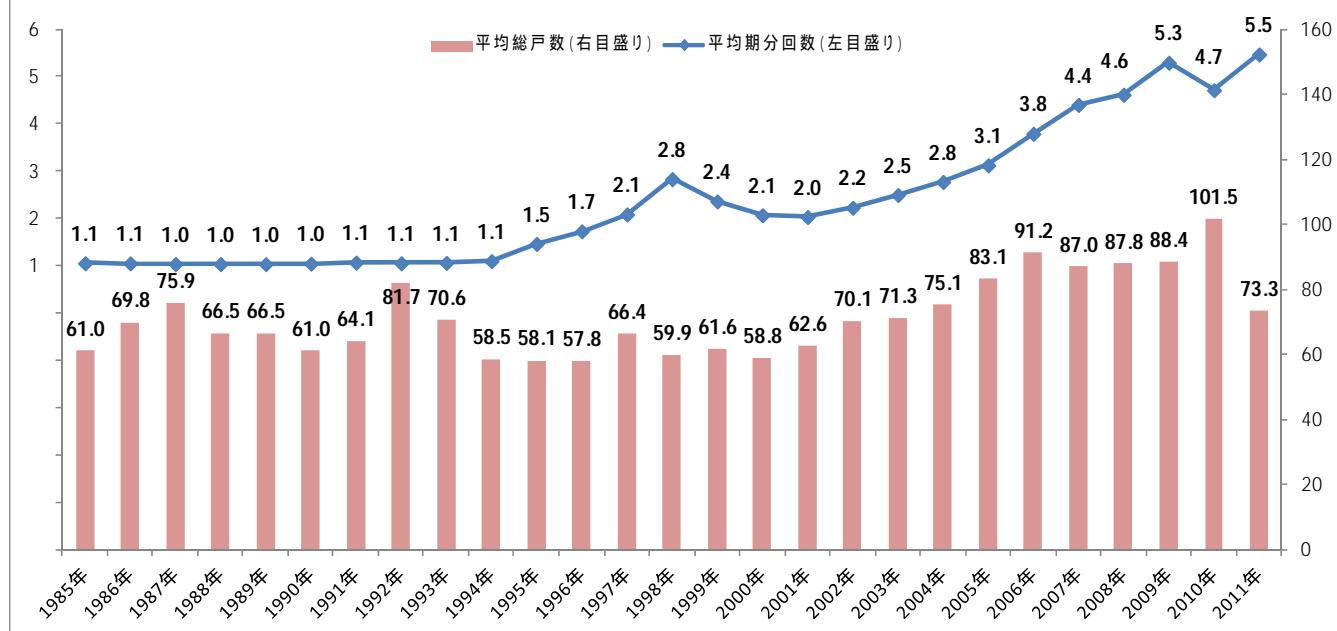
東京カンテイ 近畿圏の新築マンションの「期分け分譲」回数の現状を調査

2011年 新築マンションは平均 5.5 回の期分け分譲 2010年の 4.7 回から増加
90年代末以降、期分け回数が増加傾向 ネット集客など分譲手法の合理化が要因

大規模物件や大阪市のタワー物件の増加により90年代末から「期分け分譲」が盛んに、回数も急増

85年から96年までは「期分け分譲」自体は皆無ではなかったが、ほとんど1回の分譲期で完売している。1998年には2.1回と初めて2回を上回った。この時期は景気の先行きが不透明であったことから、販売戸数を減らして期ごとに完売を目指す販売手法が一般化し、平均期分け回数が急増した。この頃から総戸数500戸を超える超大型物件やタワー型物件が増え分譲期間が長期化し、期分け分譲に拍車がかかった。2005年には3.1回と3回を超え、2007年以降は不況の影響で総戸数が拡大していないにもかかわらず、期分け回数が増え、2009年に5.3回、2010年には4.7回、2011年(1～9月)も5.5回と5回を超えている。

近畿圏 新築マンション平均期分け回数推移



ウェブサイトの活用により販売手法が効率化、販売コストの抑制により分譲期間の長期化に対応

以前のマンション分譲は分譲期間を明確にして効率的に集客を行うことを重要視していたが、現在はインターネットの普及によってマンションごとにウェブサイトが作られるようになり、いつでも集客可能となっている。また、モデルルームの来場も予約制を採用する企業が多くなっているが、期分け分譲が進み販売期間が長期化しても効率良く案内できるため、戸数規模が大きくなっても結果的に販売の合理化を実現している。

| 戸数規模 | 1999年 | 2000年 | 2001年 | 2002年 | 2003年 | 2004年 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2008年 | 2009年 | 2010年 | 2011年 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 50戸未満 | 1.2 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.2 | 1.3 | 1.3 | 1.2 | 1.2 |
| 100戸未満 | 1.7 | 1.6 | 1.6 | 1.5 | 1.7 | 1.8 | 2.0 | 2.0 | 2.1 | 2.2 | 2.4 | 1.8 | 2.3 |
| 200戸未満 | 2.5 | 2.3 | 2.6 | 2.5 | 2.7 | 3.3 | 3.1 | 3.6 | 3.7 | 4.0 | 4.4 | 3.3 | 4.3 |
| 300戸未満 | 5.6 | 3.3 | 4.1 | 4.3 | 4.5 | 5.5 | 5.5 | 5.8 | 6.8 | 6.9 | 8.0 | 6.1 | 9.5 |
| 500戸未満 | 6.2 | 7.3 | 8.0 | 4.8 | 10.1 | 8.6 | 4.3 | 8.8 | 9.2 | 10.0 | 12.9 | 11.6 | 13.6 |
| 500戸以上 | 12.7 | 10.9 | 12.9 | | | 6.1 | 9.6 | 10.7 | 17.6 | 18.3 | 16.9 | 24.4 | |

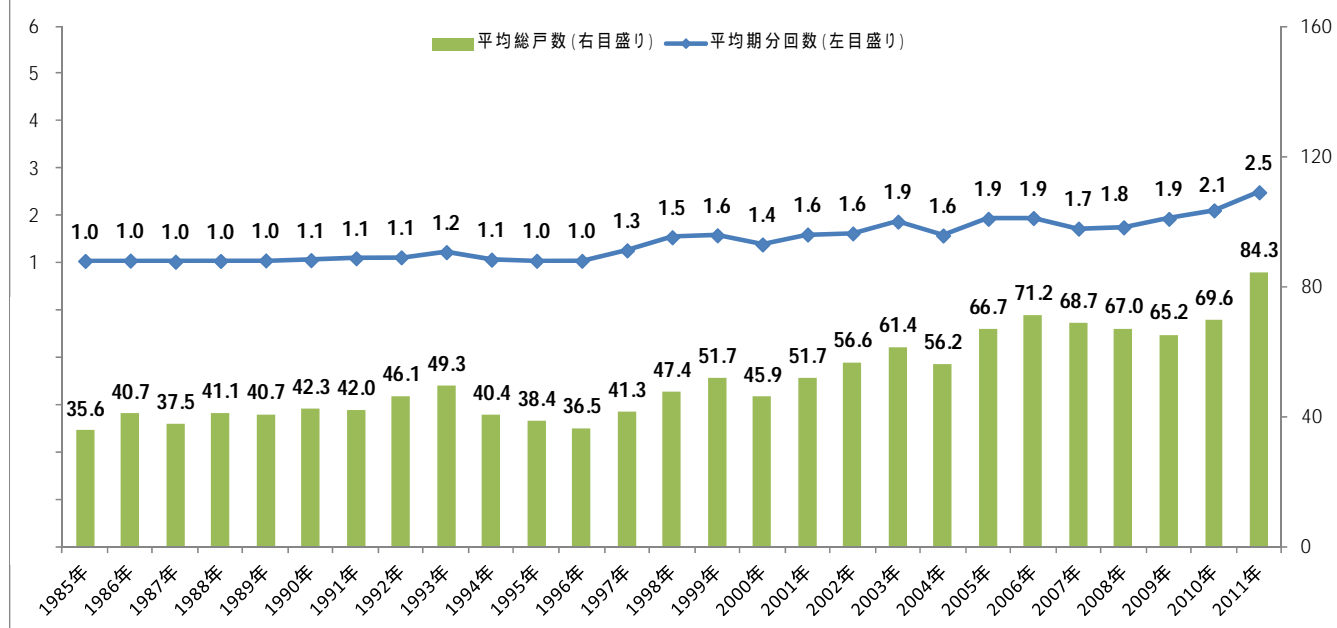
東京カンテイ 中部圏の新築マンションの「期分け分譲」回数の現状を調査

2011年の新築マンションの平均で2.49回に分けて分譲 2010年の2.11回より増加
90年代末以降「期分け回数」が増加傾向に ネット集客など分譲手法の合理化が要因

大規模物件や大阪市のタワー物件の増加により90年代末から「期分け分譲」が盛んに、回数も急増

85年から96年までは「期分け分譲」自体は皆無ではなかったが、ほとんど1回の分譲期で完売しているケースが多かった。2001年以降には1.6回と初めて1.5回を上回った。この時期には長期のデフレによる景気の先行きが不透明感から、販売戸数を減らして期ごとに完売を目指す販売手法が一般化し、平均期分け回数が徐々に増加する傾向となった。また、2000年以降に中部圏では従来あまり例がなかった総戸数300戸を超える大型物件やタワー型物件が増えて分譲期間が長期化し、期分け回数が増加した。2010年には2.1回とはじめて2回を超え、2011年には平均総戸数(=戸数規模)の拡大も影響し、期分け回数は2.5回となっている。中部圏では2011年には1000戸を超えるマンションが分譲されており、期分け回数は今後も増加するものと思われる。

中部圏 新築マンション平均期分け回数推移



ウェブサイトの活用等により販売手法が効率化、販売コストの抑制により分譲期間の長期化に対応

以前のマンション分譲は分譲期間を明確にして効率的に集客を行うことを重要視していたが、現在はインターネットの普及によってマンションごとにウェブサイトが作られるようになり、いつでも集客可能となっている。また、モデルルームの来場も予約制を採用する企業が多くなっているが、期分け分譲が進み販売期間が長期化しても効率良く案内できるため、戸数規模が大きくなっても結果的に販売の合理化を実現している。

| 戸数規模 | 1999年 | 2000年 | 2001年 | 2002年 | 2003年 | 2004年 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2008年 | 2009年 | 2010年 | 2011年 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 50戸未満 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.2 | 1.2 | 1.1 | 1.2 | 1.3 |
| 100戸未満 | 1.5 | 1.5 | 1.8 | 1.7 | 2.0 | 1.8 | 2.1 | 1.6 | 1.4 | 1.8 | 1.8 | 2.1 | 2.2 |
| 200戸未満 | 2.9 | 3.1 | 2.6 | 2.9 | 3.0 | 4.0 | 4.7 | 2.9 | 2.8 | 2.2 | 4.4 | 4.0 | 4.5 |
| 300戸未満 | 8.0 | 3.8 | 6.7 | 7.5 | 13.0 | 2.0 | 4.0 | 6.3 | 7.7 | 2.7 | 4.4 | 3.2 | 5.8 |
| 300戸以上 | | | | | | | 2.9 | 6.4 | 7.4 | 8.9 | | 8.7 | 11.3 |