

(3)お客様の動向

特集②20歳代・30歳代の住意識調査

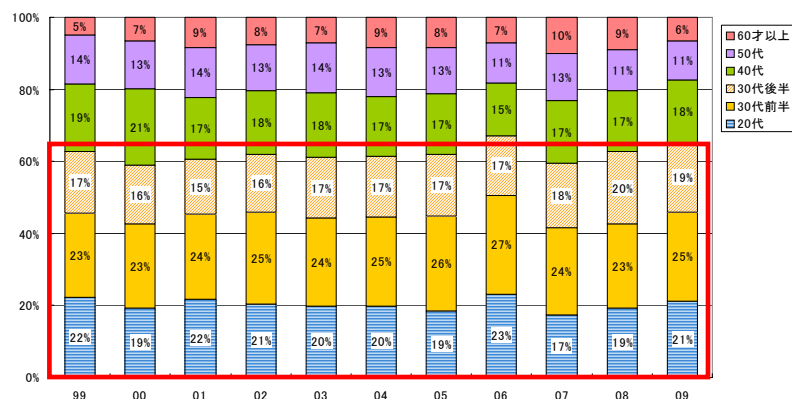
～これからのマンション市場を牽引～

◇はじめに

昨今、若者の『車離れ』『海外旅行離れ』『酒(ビール)離れ』など若者の消費意欲の低下が各業界で取り沙汰されています。

住宅業界においても、20・30代が主な購入層となっていることから、その世代の住宅に関する志向性について検証し、今後20・30代の志向にあう商品、販売戦略を考え、促進していくための材料として今回の調査を実施いたしました。

【長谷工アーベスト購入者推移】



◇INDEX

20・30代のアンケート回答者プロフィール

- 1) 20・30代 購入意欲・時期について
- 2) 20・30代が考える親と子の住まいのあり方 ①
- 3) 20・30代が考える親と子の住まいのあり方 ②
- 4) 20・30代 立地の志向性 都心/立地
- 5) 20・30代 価格が高くても優先する項目 ①
- 6) 20・30代 価格が高くても優先する項目 ②
- 7) 20・30代 【世帯年収別】でみた価格が高くても優先する項目
- 8) 20・30代 【家族構成別】でみた価格が高くても優先する項目
- 9) 20・30代 住居形態の志向性 マンション/戸建て
- 10) 20・30代 【男女別】でみた住居形態の志向性
- 11) 20・30代 消費志向・消費行動
- 12) 「20歳代・30歳代の住意識調査」まとめ

調査概要

■ 期間: 2009/5/29～6/1

■ 手法: インターネット

■ 有効件数: 1,593件

① 来訪者(2004/1/1以降に弊社販売の物件に来訪された方) 246件(返信率4.5%)

② 近畿圏モニター 1,347件(返信率12.9%)

※①来訪者とは、長谷工アーベスト販売物件に来訪された方。

※②モニターとは、事前にWEB上で各種アンケートに協力することを承諾し登録している一般の方です。