

**近畿圏マンション「買い時感」高まる
来訪者はく販売が好調であった2007年水準まで回復>
～長谷工アーベスト『顧客マインド調査(4月)』より～**

(株)長谷工アーベスト(本社:東京都港区、関西支社:大阪市中央区 社長:岡 正徳)は、近畿圏で受託販売したマンションのモデルルームへの来訪者(以下来訪者)および近畿圏居住者(以下モニター)に対し、2010年4月にWEBアンケート『顧客マインド調査』を実施し、住宅の「買い時感」について分析を行いました。

その結果、「買い時感DI」(※)は来訪者で前回調査(2010年1月調査)より上昇。「住宅の買い時感」は、来訪者・モニターともに堅調に推移していることが確認できました。

買い時だと思ふ理由は、「金利が低水準」「価格が低水準(価格が下がってきている)」「税制のメリットがある」といった、現在の『買い易い市場環境』が前回調査に続き上位となっています。また、お客様からは「住宅版エコポイントが始まったので魅力。新居に揃える家電もエコポイントが使える」などの声が聞かれ、エコポイント政策についても「買い時感」を後押しする要素の一つになっていると考えられます。

(※) 買い時感DIの算出方法:「買い時だと思ふ」の数値から「買い時だと思わない」の数値を差し引いて算出

■住宅の「買い時感DI」について(グラフ①)

前回調査(2010年1月調査)に比べ、来訪者は7ポイント上昇、「買い時感」は更に高まる結果となりました。また、約3年ぶりに20ポイントを超え、販売が好調だった2007年水準となりました。モニターについても、2010年1月調査と同等の数値で推移。「買い時感」は堅調に維持しています。

■住宅の「買い時感」について(グラフ②)

【来訪者「買い時だと思ふ」が40% 「買い時だと思わない」が19%に減少】

「買い時だと思ふ」と回答した方の割合は、2008年4月調査を底に、上昇傾向。今回調査では40%となり、2007年3月調査以来の40%台となりました。一方、「買い時だと思わない」と回答した方の割合は、2008年10月調査の48%をピークに下降傾向となっています。

【モニター「買い時だと思ふ」が25% 「買い時だと思わない」が27%】

「買い時だと思ふ」と回答した方の割合は、2008年10月調査を底に、上昇傾向。今回調査では、2010年1月度調査と同様の数値で推移し、「買い時感」は堅調に維持しています。

■住宅を「買い時だと思ふ」理由について(グラフ③、グラフ④)

【“現在の金利が低水準だから” “価格が低水準” “税制のメリットがあるから” が上位】

年収別の「買い時感DI」をみると、年収1000万円以上の層の回復が顕著となっており、そうしたお客様が購入される物件の動きが良くなっていると考えられます。

また、「買い時だと思ふ」と回答した方の理由は、来訪者・モニターともに「現在の金利が低水準だから」が最も多く、「現在は価格が低水準だから」、「現在は、税制のメリットがあるから」が引き続き上位となり、現在の『買い易い市場環境』が買い時感上昇の要因となっています。

【この件に関するお問い合わせ先】

(株)長谷工コーポレーション
部長 長尾 正彦
TEL 06-6203-1501

【長谷工アーベスト 顧客マインド調査】

【調査概要】

調査対象 ①来訪者：長谷工アーベストが受託販売したマンションのモデルルームに2004年1月以降に来訪された方（近畿圏在住）
 ②モニター（近畿圏在住）

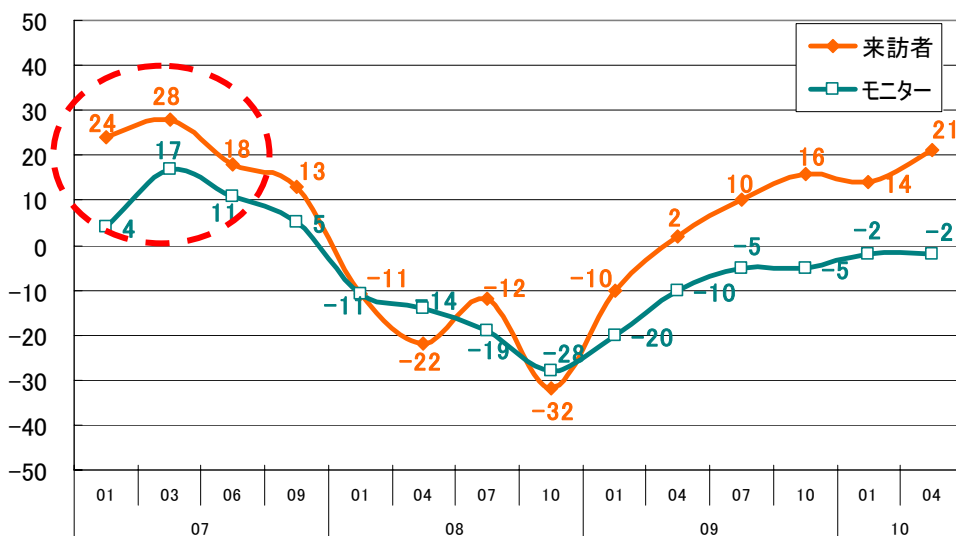
調査手法 WEBアンケート

調査実施日 2010年4月1日アンケートメール配信、4月5日締切

有効回答件数 来訪者：176件、モニター：1,156件

■住宅の「買い時感DI」について

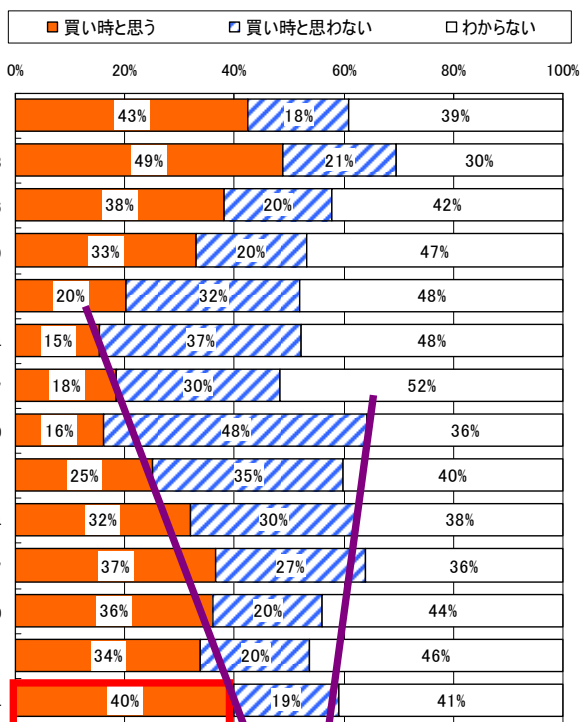
(グラフ①)



■住宅の「買い時感」について

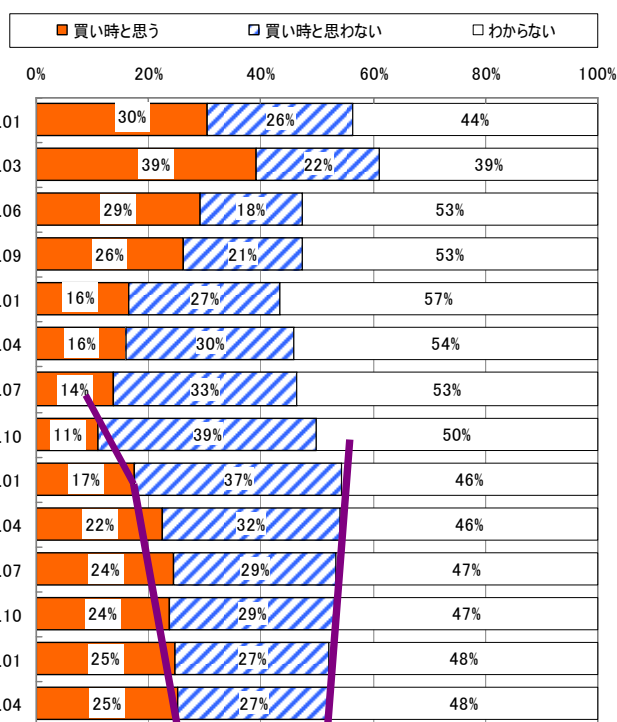
(グラフ②)

【来訪者】

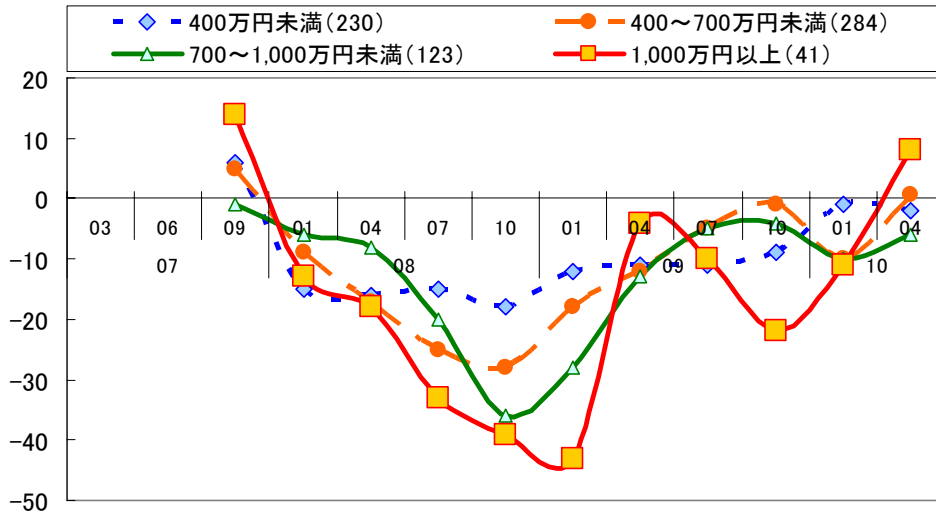


「買い時だと思う」が2007年3月以来の40%台に

【モニター】



「買い時だと思う」が2009年7月以降約25%前後で推移



年収別前回DI値からのアップ幅

1,000万円以上	18.8P上昇
700~1,000万円未満	3.5P上昇
400~700万円未満	10.1P上昇
400万円未満	1.3P下降

※2007年3月、6月については、本人年収を調査していない為、データなし。

■住宅を買い時だと思う理由 [複数回答]

(グラフ④)

【来訪者】

【モニター】

