

2007年 2月 22日

2006年首都圏マンション市場の動き
「団塊Jr」・「団塊Jrネクスト」が約50%と購入の主役に
～長谷工アーベスト顧客分析より～

株式会社長谷工アーベスト（本社：東京都港区、社長：安永雄一郎）は、首都圏（東京、神奈川、千葉、埼玉）で受託販売したマンションのモデルルームへの来訪者を対象としたマイナード調査の回答者（以下来訪者）及び、購入者の2006年の傾向について分析を実施しました。

来訪者の購入意欲については、金利や価格の先高感が高まる中で「できるだけ買いやすい価格で購入したい」という意欲が高まっており、特に価格上昇の影響を受けやすい「団塊Jr」・「団塊Jrネクスト」※にその傾向が強いことが分かりました。また購入者については、全体の約50%を「団塊Jr」・「団塊Jrネクスト」が占めており、首都圏のエリア毎に見ても同様の傾向が表れています。今後は更に「団塊Jrネクスト」がマンション購入の適齢期（30代）に入ってくることから、増加傾向は続く見通しです。

※「団塊Jr」・・・1970～1974年生まれ、「団塊Jrネクスト」・・・1975～1979年生まれ

【住宅価格上昇時の購入意欲】（グラフ①）

来訪者の内「価格上昇前に購入したい」と回答した人は、2006年1月調査の38%から増加し、9月には54%と半数を超えました。

【「価格上昇前に購入したい」と回答した比率の世代別推移】（グラフ②）

更に世代別にみると、「価格上昇前に購入したい」という回答は、どの世代でも上昇傾向となっていますが、2006年9月には「団塊Jr」・「団塊Jrネクスト」は共に60%を超え、「団塊Jrより上の世代」と比較して16ポイント高い数値となりました。価格上昇の影響を受けやすいことが要因の一つと推測されます。

【団塊Jr・団塊Jrネクストの購入比率】（グラフ③）

「団塊Jr」・「団塊Jrネクスト」の購入比率は年々増加し、2006年には両者を合わせた購入比率は48.2%（前年比6.8ポイント上昇）となりました。特に「団塊Jrネクスト」の動きが顕著で、購入比率は20.9%（前年比6.2ポイント上昇）となりました。

【団塊Jr・団塊Jrネクストのエリア毎の購入比率】（グラフ④）

「団塊Jr」・「団塊Jrネクスト」の購入比率をエリア毎に見ると、どのエリアでも概ね50%前後を占めており、エリアの偏り無く首都圏の全エリアで「団塊Jr」・「団塊Jrネクスト」がマンション購入の主役になっていることが分かりました。

またマンション購入のきっかけについて質問したところ、「家賃よりローンが得」がどのエリアにおいても最も多い回答となり、購入のポイントになっていることが分かりました。

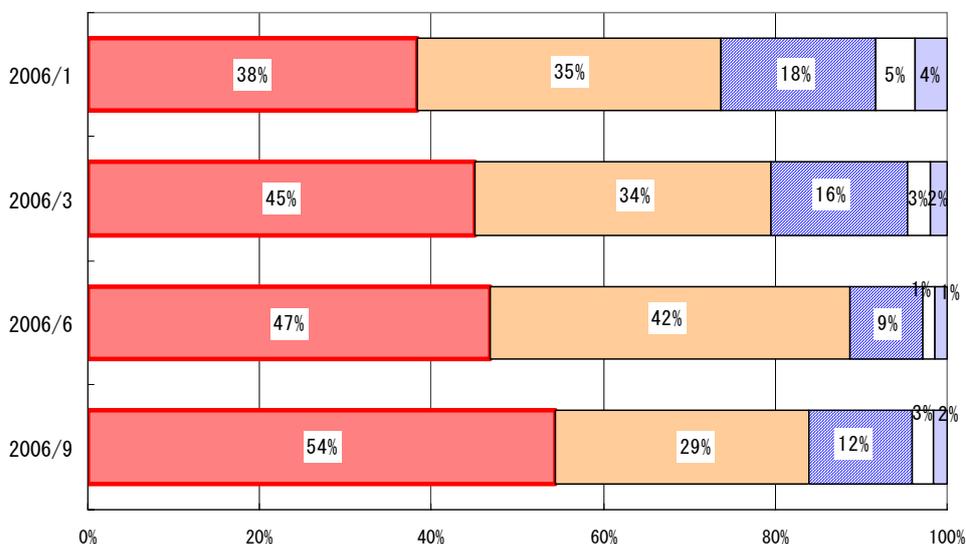
【長谷工アーベスト 顧客マインド調査】

【調査概要】

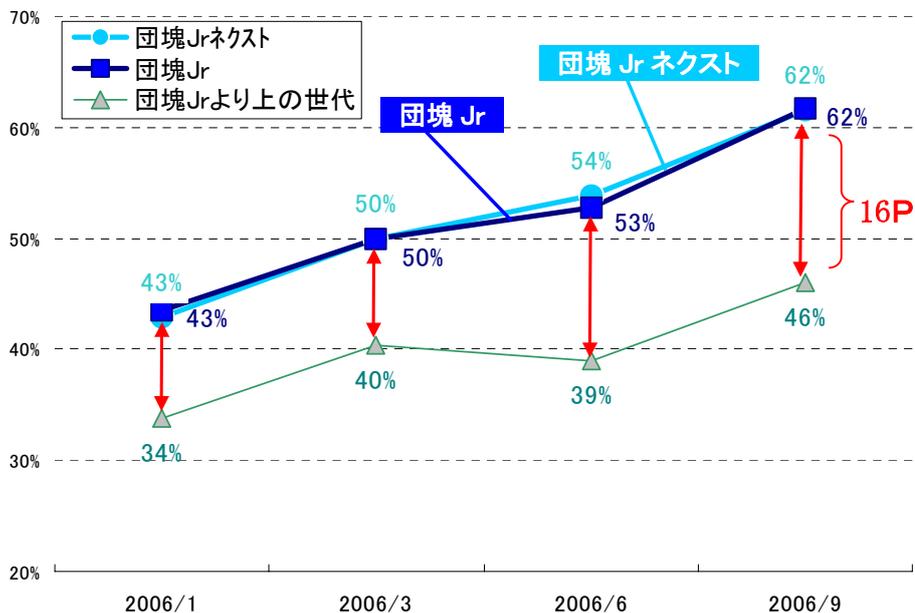
調査対象 当社モデルルーム来訪者（首都圏在住）
 調査手法 インターネットアンケート
 調査実施月 2006年1月～9月
 有効回答件数 292件（1月）、314件（3月）、347件（6月）、298件（9月）

■住宅価格上昇時の購入意欲（グラフ①）

■ 価格上昇前に購入したい □ 価格の上昇に関わらず、買いたい時に購入したい ■ 購入を延期し、しばらく様子を見る □ 住宅購入を中止する □ その他

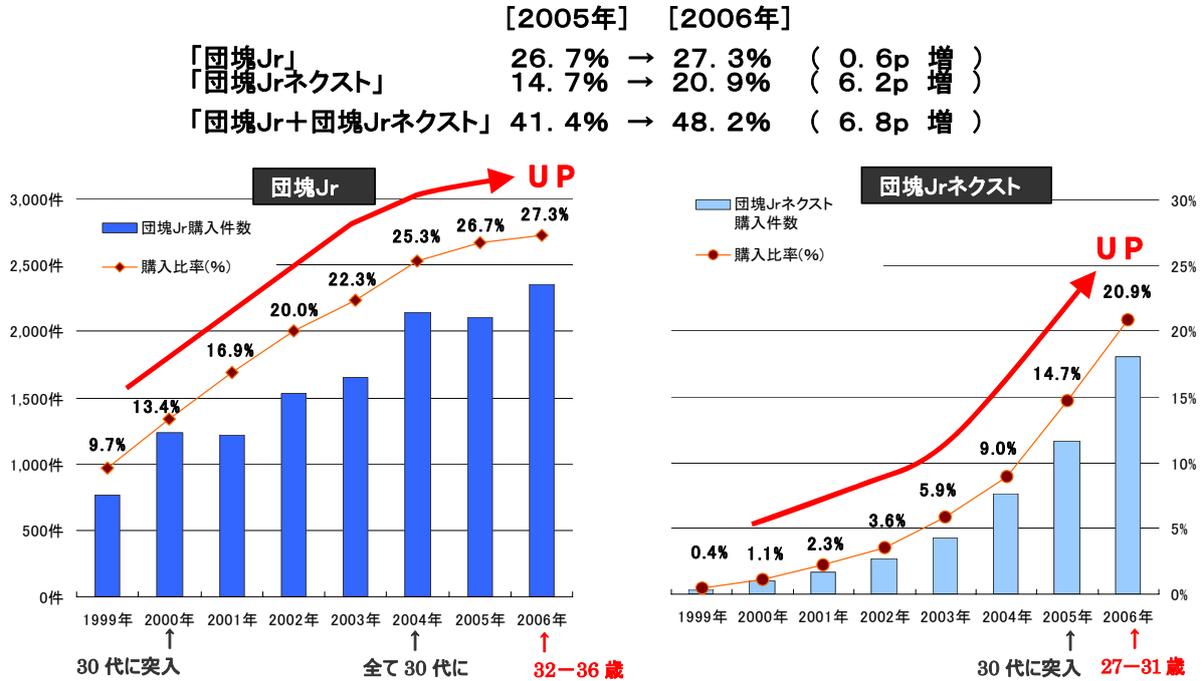


■「価格上昇前に購入したい」と回答した比率の世代別推移（グラフ②）



【長谷工アーベスト 「団塊Jr」・「団塊Jrネクスト」購入動向】

■ 「団塊Jr」・「団塊Jrネクスト」の購入比率（グラフ③）



■ 「団塊Jr」・「団塊Jrネクスト」のエリア毎の購入比率（グラフ④）

