


Mansion Market Research

2009.6 マンスリーレポート [首都圏版]

本レポートは、長谷工アーベストマンション・マーケットリサーチ会員(有料制)向けに作成されたレポートとなります。
つきましては、会員以外の企業・個人への無断配布、利用を禁止します。

 長谷工 アーベスト
HASEKO

2009年6月

※禁無断転載

■■ INDEX ■■

1) 6月の出来事・6月の数字	P.1
2) 首都圏マンション市場動向	
1. 2009年5月の新規マンション市場(首都圏)	P.2
2. 2009年5月の中古マンション市場(首都圏)	P.3
3) 長谷工アーベストのお客様動向	
1. 長谷工アーベスト 2009年5月の集客状況	P.4
4) カスタマーズView	
1. 健康についての意識	P.5～7
5) 商品のお客様評価 ～ ディスポーザ ～	P.8
6) データファイル	
1. 各社の動き	P.9～P.10
2. 新規マンション市場データ(エリア別)	P.11～P.15
3. 中古マンション市場データ(エリア別)	P.16～P.21
4. 新設住宅着工データ	P.22
5. 首都圏分譲マンションの流れ	P.23

■■ 2009年6月のダイジェスト ■■

テーマレポート1) 2009年春デビュー物件TOPICS

- 2009年春は各社とも在庫販売に注力しており、未だに厳しい市場環境が継続。しかしながら、新規供給物件においては好調なスタートを切った物件も見られ、一部では明るい兆しも感じられる。そうした物件の商品・お客様評価について検証。
- 物件の付加価値として環境配慮を前面に打ち出した物件も見られる。その中から、4物件を紹介。

テーマレポート2) ヒット商品からみたマンション企画へのヒント

- 景気の先行き不透明感や収入ダウン等から、消費者の財布の紐は固く、個人消費の回復が遅れている。
- しかしながら、そうした中、時代の要請や顧客視点にたったサービスや商品を提供することで売り上げを伸ばしているものも見られる。
- そうした「モノ」「コト」に注力して、何が消費者に受け入れられたのか検証しマンション企画へのヒントを探る。