

～今月の概要～

特集① 首都圏版:お客様意識調査 (2024年10月調査)
～変動金利上昇、価格上昇局面の中、今後の購買行動は如何に?～

P.1～14

- 【1】 ①・②各種定点項目結果ダイジェスト
③居住エリア別/【マンション価格動向】/【住宅の検討状況】

◆今後、『金利』・『マンション価格』が上昇した場合の影響

- 【2】 金利が上昇した場合の影響:①・②・③・④
- 【3】 マンション価格が上昇した場合の影響:①・②・③ :居住エリア別
- 【4】 23区居住者の来場比率が高い23区以外物件事例
- 【まとめ】

特集② 住宅購入層のターゲット・暮らし方の変化から考える
～若年層のニーズ・トレンドを反映した商品企画～

P.1～12

- 【1】 過去から見た“ターゲット・暮らし方”の変化

◆最近の暮らし方・所有家電

- 【2】-①自宅での「調理の頻度」・「夫婦の料理スタイル」/②③所有している家電
- 【3】 『インテリアオプション・リフォーム』からみる商品ニーズ-①・②

<TOPICS> 若年層のニーズ・トレンドを反映した商品評価～物件事例より～

- 【4】 長谷工オリジナル商品:『アトリエキッチン』-①・②
- 【5】 物件事例:『イニシア池上パークサイドレジデンス』(借地)
- 【6】 物件事例:『クレヴィア等々力』

【まとめ】

◇参考資料◇

- ・『コンセントの数・設置場所の工夫』/『ロボット掃除機』の収納・充電場所に関する商品』他

<TOPICS>

2024年:首都圏 秋商戦～年末にかけての供給スタート物件

■ ■ 2024年10月:特集レポートダイジェスト ■ ■

特集① 首都圏版:お客様意識調査 (2024年10月調査)
～変動金利上昇、価格上昇局面の中、今後の購買行動は如何に?～

2024年10月調査は、新政権発足や住宅ローン変動金利の上昇等の変化がある中での調査となり、前回調査(7月)に比べて、各種項目で今後の先行き不透明感に強まりがみられる結果となった。

本レポートでは、今後更に金利・マンション価格が上昇した場合の影響について、以下項目について確認。

居住エリア別の分析から、今後のお客様の動向について考えました。

<分析項目>

・金利が上昇した場合の影響:

「購入のタイミング」「住宅ローンの金利選択」「購買行動に影響する金利水準」

・価格が上昇した場合の影響:「予算・希望条件の変更」等

特集② ターゲット・暮らし方の変化から考える
～若年層のニーズ・トレンドを反映した商品企画～

過去からみると、新築マンション購入層のターゲット・暮らし方は大きく変化してきている。またマーケットにおいては、住宅価格の上昇・面積の縮小など商品企画の難易度も高まってきている。

本レポートでは、購入の主力となる若年層、共働き層の最近の暮らし方やインテリアオプション・リフォーム事例から、最近の傾向・トレンドを確認。

実際に若年層のニーズ・トレンドを反映した商品が採用されている、新築マンションの物件事例より、採用住戸の評価や進捗、事業メリットを調査し、今後の商品企画のポイントについて考えました。

～次号(2024年11月)の予定～

◆特集レポート

- ・(仮)2024年首都圏新築マンション市場まとめ
- ・(仮)住宅需要調査