

マンション契約者600人調査2015

2014年は湾岸エリアの「買い増し」購入が大幅増。

今回の調査では湾岸エリアの「買い増し」による購入が19.0%と、

前々回調査の10.0%、前回調査の11.9%と比べて大幅増。

東京オリンピックの決定により湾岸エリアの資産性に再度注目か。

※「買い増し」とは、既に住居を保有している場合にその住居を売却せずに追加で住居を購入することを指します。

株式会社読売広告社(本社:東京都港区、代表取締役社長:中田安則)都市生活研究所では、住生活分野における各種調査研究活動を継続的に行っております。

このたび「マンション契約者600人調査2015」を実施しましたので、その結果の一部をご報告いたします。この調査はマンションのマーケティング・販売促進活動の基礎データとして活用します。

【マンション契約者600人調査2015 調査概要】

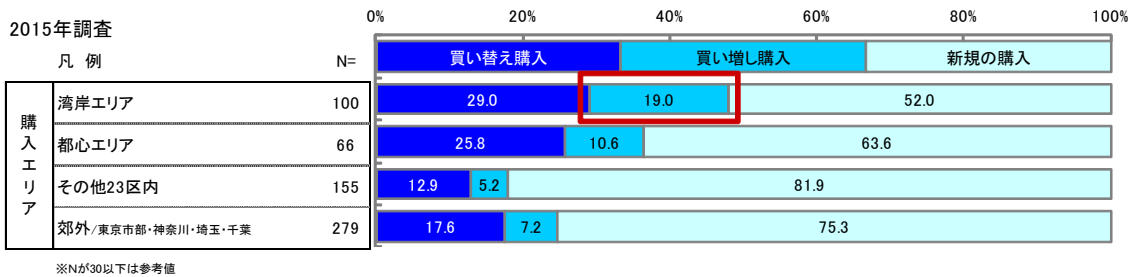
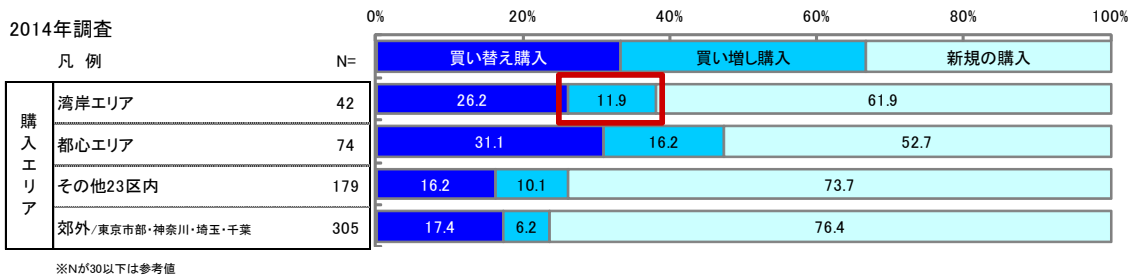
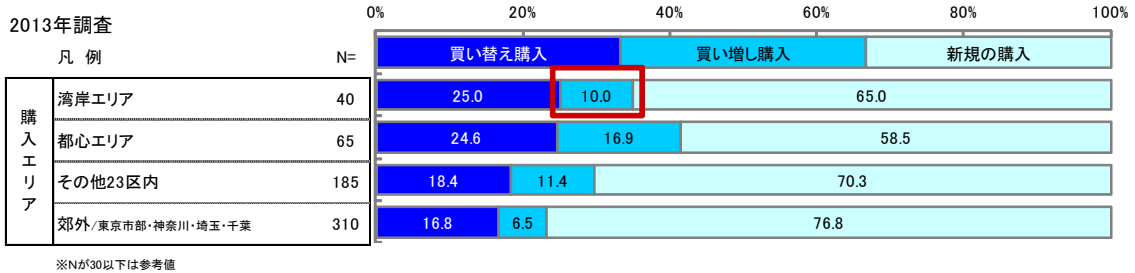
調査対象者:	・30代以上の男女 ・2013年4月～2014年12月に新築分譲マンションを契約した「契約者本人」もしくは「その配偶者」 ・首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉)でのマンション契約者
有効回収標本数:	・600サンプル(男300s/女300s)
調査方法:	・インターネット調査
調査期間:	・2014年12月29日～2015年1月16日

◎湾岸エリアの「買い増し購入」が前回の11.9%から19.0%に大幅増。

マンション購入者に「新規購入」か「買い替え購入」か「買い増し購入か」を聞いたところ、『湾岸エリア』の購入者で「買い増し購入」が前回調査の11.9%から19.0%に大幅増。

東京オリンピックの決定を契機に湾岸エリアの新築マンションの資産性への注目度が高まっているものと推察される。

●今回のマンション購入は、「新規購入」ですか、「買い替え」ですか、「買い増し」ですか？



【本件についてのお問い合わせ】

◇リリースについて

総務局

乗杉 03-5544-7104

◇調査について

都市生活研究所

永山/栗岡 03-5544-7223