

契約金額別注文住宅購入実態調査報告

～消費税が上がってから注文住宅を購入した人は、どのような選択をしたのか？～

最近の注文住宅購入者はどんな選び方をしているのだろうか？そんな疑問から調査をしてみました！

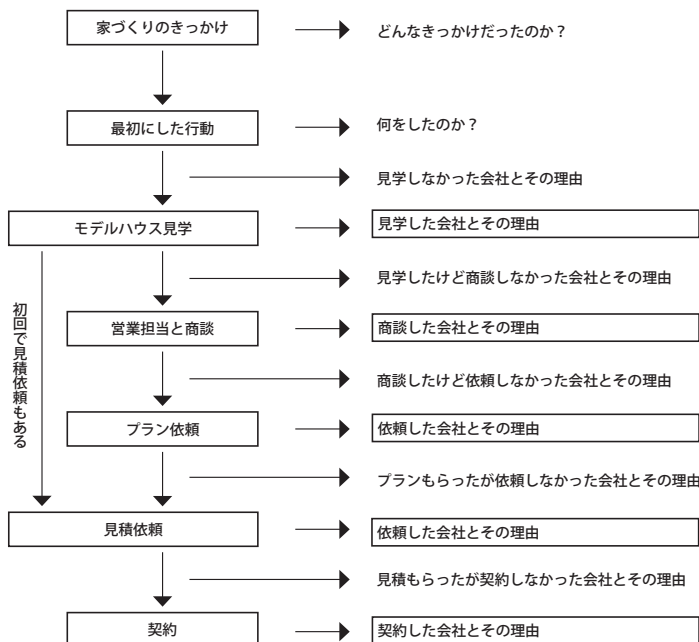
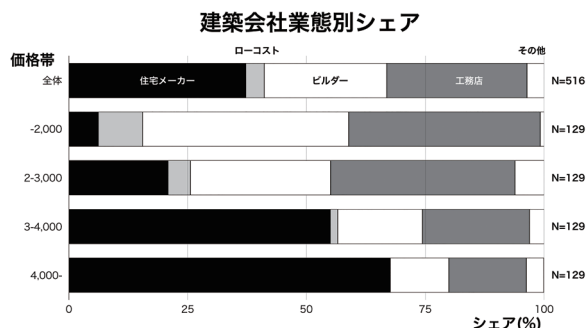
消費税が上がってから注文住宅を購入した人を、4つの価格帯別に129人ずつ、合計516人集めアンケートを実施しました。(下の表参照)

アンケートは、右のフローにしたがって行いました。これで最近のお客様の会社決定要因が分かります

また会社別の特徴は、来場率、冷やかし率、本命率、商談率、間取り商談率、間取り後失注率、概算見積率、契約率という8つの指標で比較しました。各社の商談の強み、弱みが分かり、競合対策にもなります(詳細は2枚目参照)

注文住宅の販売戦略立案に役立ちます。

ぜひお買い求めください



2枚目に本資料の詳しい内容を載せました！

お申込みはこのまま FAX で ⇒ 03-3358-1429
メールでも申し込めます ⇒ info@tact-jsk.co.jp

お申込み後、請求書と本資料を発送します。ただし発送は、9月末日以降になります
9月末日までに、請求書が必要な場合は、下記の「事前請求必要」の欄にチェックをお願いします

資料名			
契約金額別注文住宅購入実態調査報告		各種会員 80,000 円 (税別)	必要冊数 冊
		非会員 90,000 円 (税別)	
貴社名	申込ご担当者様		
お電話番号	FAX 番号		
Email	@	事前請求必要	
ご住所	〒		
会員種別 (○で囲む)	各種会員 (TACT・エクスプレス・e カウンセリング・ハウスメーカーレポート・JSK テレビ)		・ 非会員

※弊社とのお取引が初めての場合は事前入金をお願いします。申込書受領後に請求書を送付、ご入金確認後資料を発送します

※この資料の内容に関するお問い合わせは、音地 (おんじ) までメールでお願いします onji-t@tact-jsk.co.jp

※それ以外のお問い合わせは、黒木 (くろぎ) まで、お電話でお願いします 03-3358-1407

本書の構成

	章タイトル	内容
1章	調査概要	<input type="checkbox"/> 調査概要（調査目的・調査方法） <input type="checkbox"/> サンプル属性（年齢、男女比、地域、未婚、子供の有無、世帯年収、職業、建築依頼会社）
2章	全体分析	<input type="checkbox"/> きっかけは、家族 + 建物 + お金の変化から <input type="checkbox"/> 営業と打合せをするまで ・ 出会う場所によって対応を変える（総展、単展、見学会、ネット、知人、親族） ・ 会社別モデルハウス見学、非見学理由から告知活動の結果が分かる ・ イベント参加率（誘致率）から、各社のランクアップ活動の結果が分かる <input type="checkbox"/> 具体的な商談経過（出会いから契約まで） ・ 初回から次回アポへの誘導率と次回アポの理由、初回で打合せ終了理由 ・ 本命率（打合せ目的での来場率）と冷やかし率（最初から見るだけ） ・ 間取り依頼の積極的理由とこの段階での会社決定割合 ・ 間取りからの失注率と概算見積率（初回での提案） ・ 契約・非契約理由 差別化が難しくなっている <input type="checkbox"/> 契約内容 時期、満足度（全体・金額・大きさ・住宅ローン・設備利用） <input type="checkbox"/> 今後は 紹介意向、次回もし建てるなら？
3章	価格帯別分析① ～ 2,000万円	<input type="checkbox"/> 契約者分析「若い人 +60 歳以上」 ・ メーカー系は 6.2%しかない ・ 若い人が多いが、意外と 60 歳以上も多い ・ 年収は 200 から 600 万円 ・ きっかけは、お金関係 + 老後の暮らし ・ 最初は、単展見学と親族への相談から ・ モデル見学は、「広告」からがやや多い <input type="checkbox"/> 商談経過分析「もちろん価格がポイント」 ・ 安い価格帯との商談率が高いがアキュラは意外？ ・ 商談理由「価格が妥当」、間取り依頼も「価格興味」 ・ 鉄骨系メーカーは、概算見積の説明はしている ・ 見積からの契約率は高い。契約理由も「価格」 <input type="checkbox"/> 契約状況とそれ以後「建物への愛着は？」 ・ ローンを使わない人が多い ・ 満足度、次回意向、紹介意向はやや低い
4章	価格帯別分析② 2 ～ 3,000万円	<input type="checkbox"/> 契約者分析「子育て世帯中心」 ・ メーカー系 20.9%、工務店が 38.8%でトップ ・ 20 代、30 代の一次取得者中心 ・ 年収は 400 から 800 万円 ・ きっかけは、お金関係 + 子供 ・ 最初は、ネット。その他の情報収集源が？ ・ モデル見学は、「広告」からが少ない！ <input type="checkbox"/> 商談経過分析「いろいろ調べるが最後は価格」 ・ トヨタ、一条との打合せが多い、少ない会社は？ ・ 商談理由、間取り依頼とも「価格」少ない ・ 住林、ヤマダは、概算見積の説明はしている ・ 見積からの契約率はやや。契約理由は「価格」 <input type="checkbox"/> 契約状況とそれ以後「購入することが目的？」 ・ ローン利用率、変動金利利用率が最も高い ・ 満足度、次回意向、紹介意向はやや低い
5章	価格帯別分析③ 3 ～ 4,000万円	<input type="checkbox"/> 契約者分析「建替層が増える」 ・ ここからメーカー系が 5 割を超える ・ 全体構成とほぼ同じだが、50 代はやや多い ・ 年収も全体構成とほぼ同じだが、1-2,000 万円 ・ きっかけは、ローン金利と住まいの老朽化 ・ 情報収集活動は、いろいろ ・ モデル見学は、「性能興味」からがやや多い <input type="checkbox"/> 商談経過分析「じっくり検討」 ・ いろいろな会社と商談をして、間取りはもらう ・ 商談理由、間取り依頼理由は、全体と同じ ・ 概算見積はやや少ない ・ 契約理由も全体と同じ <input type="checkbox"/> 契約状況とそれ以後「選択に満足」 ・ ローンを使わない人がやや多い。固定もやや多い ・ 満足度、次回意向、紹介意向はやや高い
6章	価格帯別分析④ 4,000万円～	<input type="checkbox"/> 契約者分析「50 歳以上と建物補強」 ・ メーカー系が、2/3。鉄骨系の方が多い ・ 40 歳以上が 3/4。50 代、60 代の割合が高い ・ 年収は 1,000 万円を超える人が多い ・ きっかけは、老後の暮らし + 建物補強 ・ 最初は、総展と知人への相談から ・ モデル見学は、「CM」と「ネット」からが多い <input type="checkbox"/> 商談経過分析「会社信頼と設計力」 ・ 商談率は高いが、スウェーデンとアイフルが？ ・ 商談理由「会社」メーカーへの間取依頼率が高い ・ メーカーの概算見積は少ない。ローコストは？ ・ 見積からの契約率は高い。契約理由に「設計担当」 <input type="checkbox"/> 契約状況とそれ以後「とても満足、紹介も」 ・ ローンを使わない人が多い ・ 満足度、次回意向、紹介意向は高い
7章	会社別分析	<input type="checkbox"/> 鉄骨系メーカー比較 ・ 積水、大和、旭化成が高価格帯。来場率は積水、冷やかし率はトヨタ、本命率は旭化成、間取失注は？ <input type="checkbox"/> 木質系メーカー比較 ・ ミサワ、住林が高価格。来場率は住林、冷やかし率はスウェーデン、本命率はミサワ、間取失注は？ <input type="checkbox"/> ローコスト系比較 ・ アキュラがやや高価格。来場率は、タマ、冷やかし率はアイフル、アキュラは概算見積も多いが？