

# 11年後半(7~12月) 市場に臨む トータルブレイン

デベロッパーには市場変化に敏感、柔軟な対応力が求められる。

震災前の顧客ニーズは、節電...というように変化。トータルブレイン(久光龍彦社長)は、東日本大震災が首都圏マンション市場のターニングポイントだったと振り返る。

デベロッパーには市場変化に敏感、柔軟な対応力が求められる。震災前の顧客ニーズは、節電...というように変化。トータルブレイン(久光龍彦社長)は、東日本大震災が首都圏マンション市場のターニングポイントだったと振り返る。

デベロッパーには市場変化に敏感、柔軟な対応力が求められる。震災前の顧客ニーズは、節電...というように変化。トータルブレイン(久光龍彦社長)は、東日本大震災が首都圏マンション市場のターニングポイントだったと振り返る。

## 市場変化への対応力が課題

震災の影響で商品選択の基準が大きく変わるとみている。2011年後半(7~12月)の市場に臨むに当たり、デベロッパーにはその変化に敏感、柔軟に向き合う対応力を備えるようにと指摘す

震災の影響で商品選択の基準が大きく変わるとみている。2011年後半(7~12月)の市場に臨むに当たり、デベロッパーにはその変化に敏感、柔軟に向き合う対応力を備えるようにと指摘す

震災の影響で商品選択の基準が大きく変わるとみている。2011年後半(7~12月)の市場に臨むに当たり、デベロッパーにはその変化に敏感、柔軟に向き合う対応力を備えるようにと指摘す

震災の影響で商品選択の基準が大きく変わるとみている。2011年後半(7~12月)の市場に臨むに当たり、デベロッパーにはその変化に敏感、柔軟に向き合う対応力を備えるようにと指摘す

グは地震対策、省エネ、

景気の先行きが見えず、閉塞感が強い経済状況が続けば、顧客は生活防衛を優先した消費行動を取るようになり、結果的に面積を絞った商品が増える。顧客は生活防衛型の消費行動にシフトし、マンション選びにおいても、従来に比べ堅実な判断をするが見通す。無理をせず、必要以上に高級なものも求めないというように、選択の基準が変わりつつある。

景気の先行きが見えず、閉塞感が強い経済状況が続けば、顧客は生活防衛を優先した消費行動を取るようになり、結果的に面積を絞った商品が増える。顧客は生活防衛型の消費行動にシフトし、マンション選びにおいても、従来に比べ堅実な判断をするが見通す。無理をせず、必要以上に高級なものも求めないというように、選択の基準が変わりつつある。

性)の三つのPだった。しかし震災後は、同じ3客してきた湾岸エリアや大規模、タワー物件は、当面は地元中心の集客に注力する。価格が高くと指摘する。

性)の三つのPだった。しかし震災後は、同じ3客してきた湾岸エリアや大規模、タワー物件は、当面は地元中心の集客に注力する。価格が高くと指摘する。

性)の三つのPだった。しかし震災後は、同じ3客してきた湾岸エリアや大規模、タワー物件は、当面は地元中心の集客に注力する。価格が高くと指摘する。

価格が値ごろ感、適正価格を意識し、用地代をマとっているという。

価格が値ごろ感、適正価格を意識し、用地代をマとっているという。

価格が値ごろ感、適正価格を意識し、用地代をマとっているという。

価格が値ごろ感、適正価格を意識し、用地代をマとっているという。