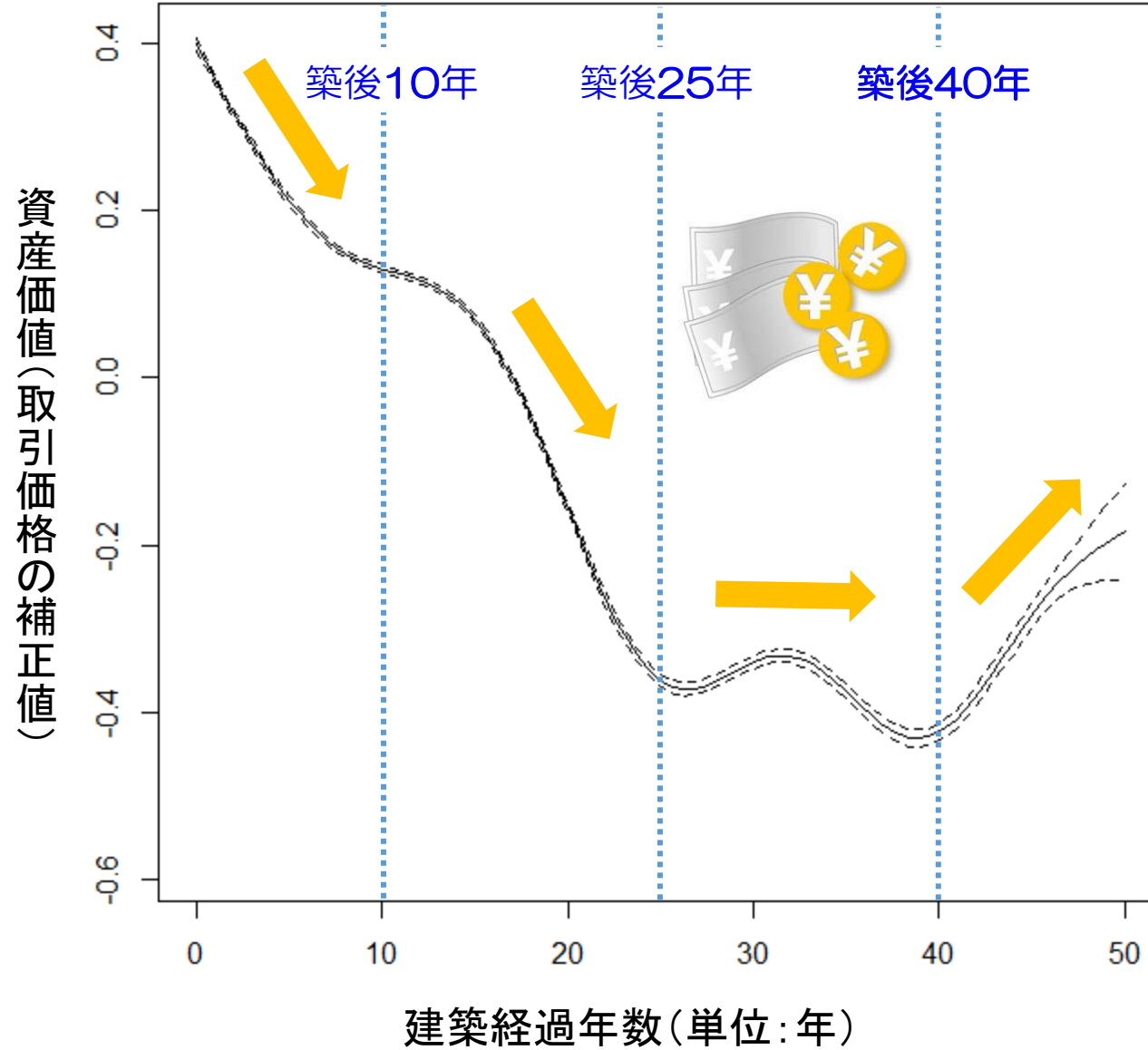


小松ゼミの”不動産学研究”メソッド

不動産マーケティング・リサーチ技法



既存マンションの取引価格における経年減価の推移



注) 取引事例における対象地域別、取引年次別の調整前の推移

ゼミの目的

不動産のプライシングへの理解を深める



ゼミの内容



どのような好み・行動の特徴があるのか？

消費者の意識構造分析(前期)



不動産事業戦略立案(後期)

①BS法・②KJ法・③ラダリング

④SWOT分析・⑤事例-コードマトリックス

論文要約(前期8本(一人2本)・後期8本(一人2本))・発表・情報共有化





①BS法・②KJ法・③ラダリングによる消費者の意識分析法(前期)





④SWOT分析による事業戦略立案方法(後期)

ターゲット: 30代シングルマザー(子2人)

- ・返済中のDIYを利用して子に工作の楽しさを教えられる。
- ・伝統的母系+既婚不適格。家賃低額で税金安く入手できる。

(内部要因)

- ・耐久性に不安がある。
- ・情報の閉鎖性
- ・担保価値が低い
- ・間取りのゾーンに限界がある

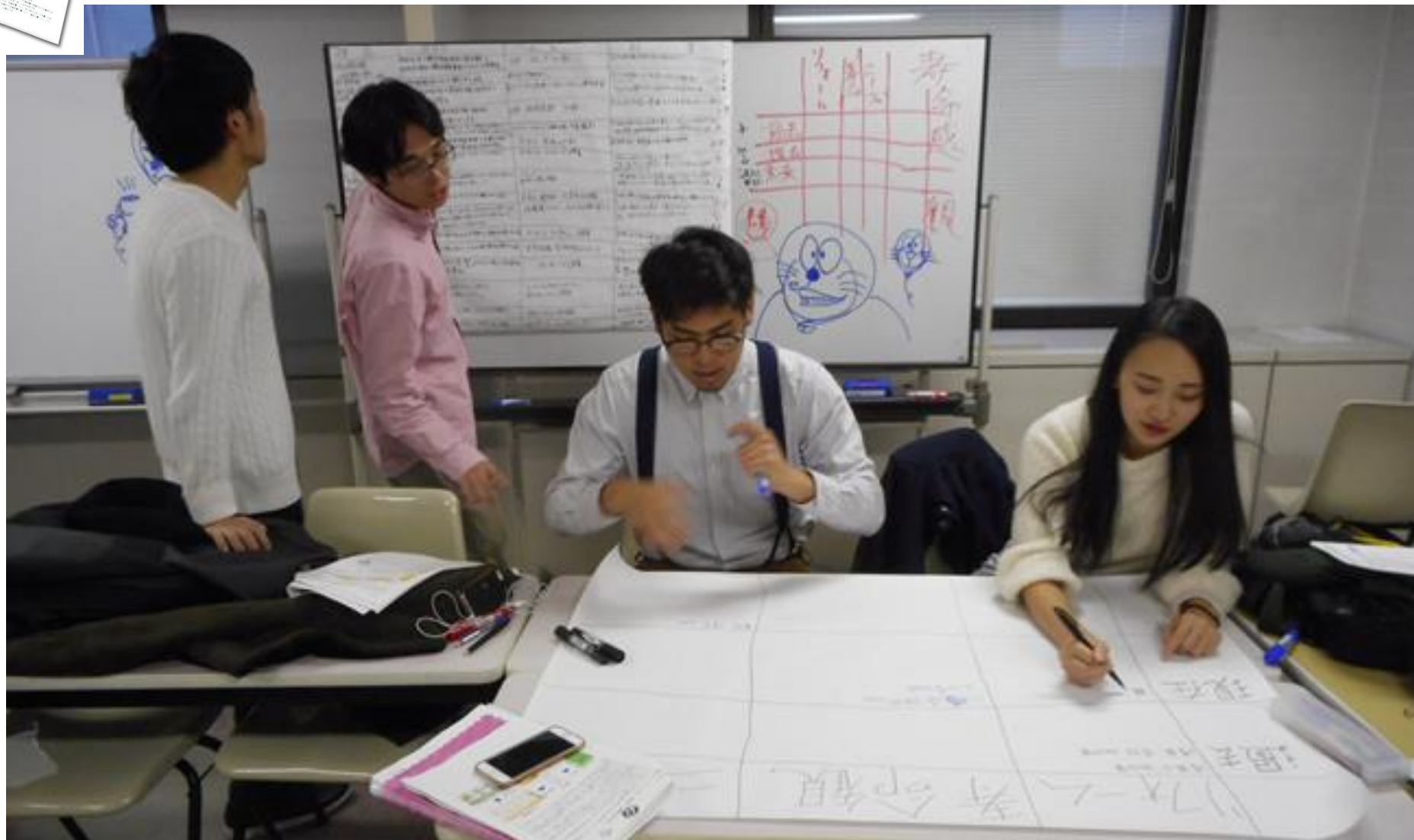
SWOT

(外部要因)

- ・中古住宅購入時の補助制度
- ・中古住宅の検査の透明化
- ・新築物件の高騰
- ・中古住宅は新築より安く買える者もいる
- ・平均年収の低下
- ・非正規雇用率が高い
- ・ホームインスペクタの選別による安全性の低
- ・相場価格の不明瞭さ
- ・将来的資産価値を保持し
- ・リフォーム出来ない部分もある(法的・規約的)



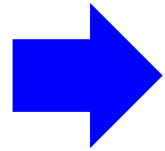
⑤事例・コードマトリックスを用いた情報整理法(後期)





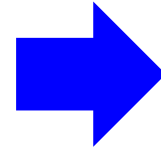
A4用紙1枚

①要約



I.目的
II.仮説
III.方法
IV.結果

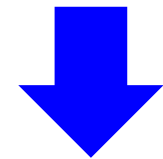
②集約



「表」に情報を集約

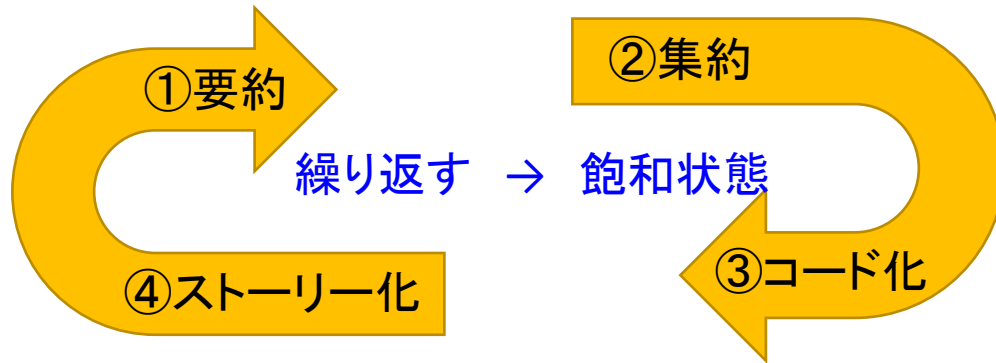
	I.目的	II.仮説	III.方法	IV.結果
論文A	○○	-----	-----	-----
論文B		○○	-----	-----
論文C			○○	-----
論文D				○○

③コード化
(分析)



コード化: 札・名前・ラベルなどをデータの切片につける

	コードA (keywords)	コードB (keywords)	コードC (keywords)
コードX (keywords)	・論文A ・論文Y	・論文B ・論文V	・論文D
コードY (keywords)	・論文T	・論文C	空白地帯 (研究なし)
コードZ (keywords)	・論文I	・論文O	・論文E ・論文F



- これまでの研究の蓄積
→ どこまで研究されてきたのか。
- 取り組むべき研究テーマ
→ 何を明らかにする必要があるか。

④ストーリー化

