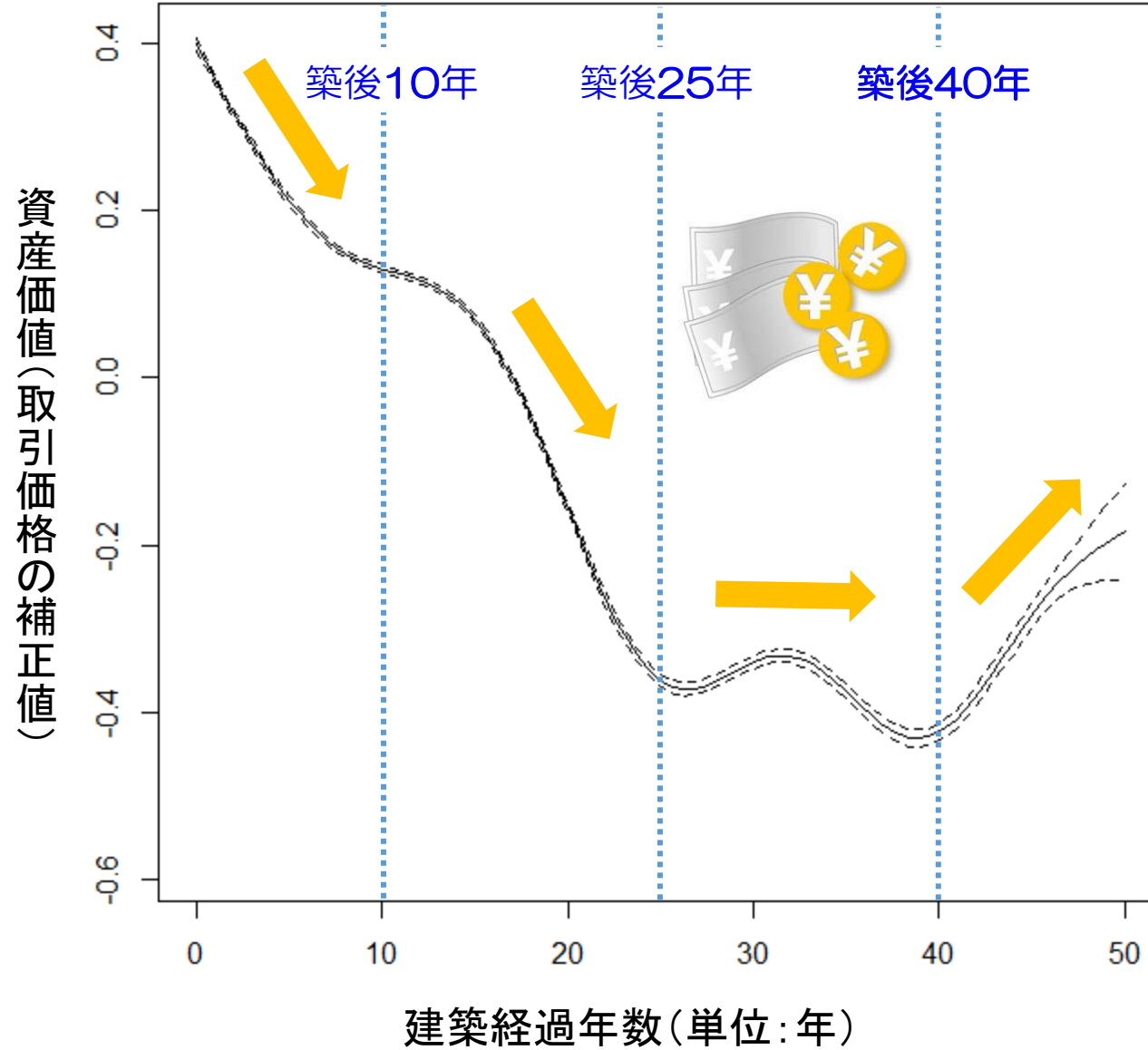


小松ゼミの”不動産学研究”メソッド

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)

○ 価格各が適切だったから
戸建56.0% マンション67.1%

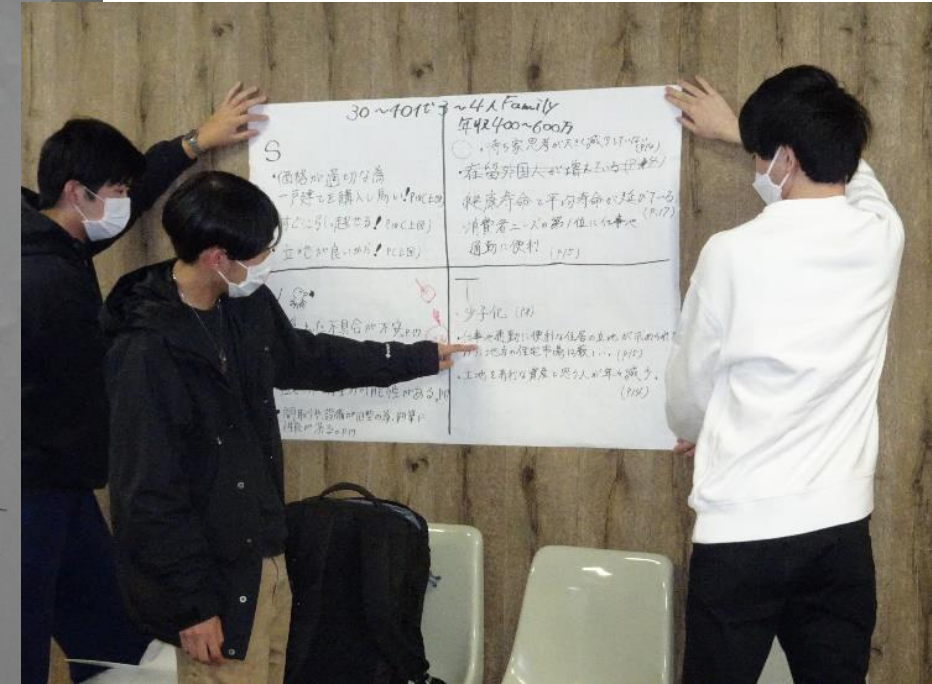
広さを決め手にした人が分譲より中古の方が多いから
戸建10% 大軒11. マンション20.2% 大軒

W
新築のほうが気持ちいいと思う人が
戸建73.7% マンション64.5%
リフォーム費用などで割高になる
戸建31.4% マンション28.3%
隠れた不具合が心配だったため
戸建31.4 マンション24.5

○ 高齢者単独世帯の増加が顕著
2015-2030で625万→796万世帯

○ 空き家の増加・老朽化
2008~2013で1217km²→1554km²

T
人口減少 2030年11900万人
2065年8800万人
自然災害 30年以上 M8-9
南海トラフ 70-80%
首都直下 M7 70%





⑤事例・コードマトリックスを用いた情報整理法(後期)

	I 目的	II 方法	III 結果
高田 趙 (2015)	購入住宅とリフォームの特徴を明らかにする。	アンケート分析とヒアリング	既存住宅購入者はリフォームに関心している
浅見 定行 (2013)	リフォームの課題・役割	ヒアリング!	住まいの専門家がかかわるリフォームの重要性
番場 竹田 (2006)	マンション・シルバーステージ	アンケート・訪談	高齢期を考えたリフォーム
高木 相原 (2002)	リフォームと建替の関係	アンケート調査・役職	リフォーム(物)と寿命長い♡
崔 浅見 (2004)	居住期間と満足度	公団の定調	不満が高い人居7年後
山崎 (2005)	日本の中古住宅の問題	地区から抽出	中古化・相続の連鎖
山崎 陣内 (2002)	住居意識の特徴を明らかにする。	調査♡票	日本は住宅保全評価低
浅見 定行 (2012)	耐震性能とリフォームの関連性	ヒアリング	住まいに関心を持ち不具合に気づくこと
加茂 高田 (2006)	子育てに関するリフォーム	アンケート	近所づき合いの安全性!
大庭 中国 (2009)	2DKの住み方の適合性	アンケート (17世帯)	食寝分離志向強
藤本 新井 (2006)	自立リフォームのニーズ	アンケート	小学リフォームのニーズが求められる
前田 岩岡 (2010)	3タイプのリフォームの特徴	ヒアリング	柔軟なリフォーム対応
堤 小松 (2002)	長寿命化に影響を与える要因	アンケート	メンテナンスは増改築や建替に影響を与える
八木 相原 (1999)	設計者の意識と建築の長寿命化	アンケート	長寿命化技術の開発
山崎 陣内 (2002)	寿命感と住宅保全	アンケート	保全に関心は低い
沢田 曾根 (2013)	スタンインフル長寿命住宅の計画	アンケート・ヒアリング	住み方変化がインフル変更につながり

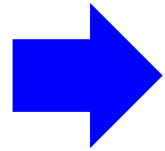


	マンション	戸建て
中古 (既存)	前田 (2010) 八木 (1999) 藤本 (2006) 趙高田 (2006)	浅見 定行 (2013) 浅見 (2012) 堤 小松 (2002) 山崎 陣内 (2001) 山崎 (2005)
子育て	加茂 高田 (2006) 沢田 (2013) 高木 (2002)	
高齢者		山崎 陣内 (2002) 大庭 (2009) 浅見 (2012) 番場 (2006) 崔 浅見 (2004) 山崎 陣内 (2002) 山崎 (2005) 高木 (2002)
新築	八木 (1999) 趙高田 (2015)	



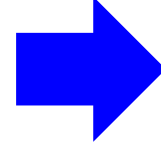
A4用紙1枚

①要約



I.目的
II.仮説
III.方法
IV.結果

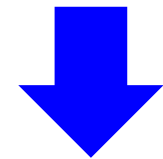
②集約



「表」に情報を集約

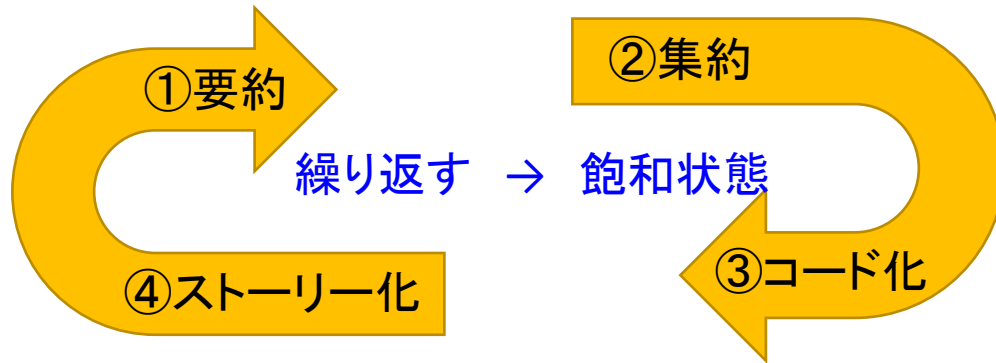
	I.目的	II.仮説	III.方法	IV.結果
論文A	○○	-----	-----	-----
論文B		○○	-----	-----
論文C			○○	-----
論文D				○○

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

