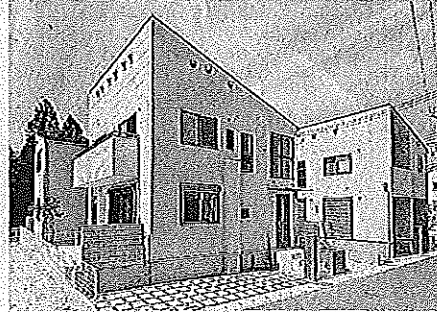


2009年(平成21年)8月20日(木曜日)

### 中部の住宅各社



販売価格の見直しで今年度の販売計画を大幅増に設定した(サンヨーハウジング名古屋の物件)

# 販売戸数 2ケタ増狙う

## 価格引き下げ 個人需要喚起

今年度

宅販売を強化し、計画達成を目指す。同社の住宅は高級感を持たせたデザインが特徴。平均販売価格は約3900万円だが「価格を下げれば購入層が広がり、需要増が期待できる」と(管理部)としている。注文住宅のサンヨーハウジング名古屋は10年8月期に1000戸超と、今期予想比20%増の販売を計画している。公募増資などで調達した資金を物件用地の仕入れに充てる。地価下落で住宅価格に値がる感が出ており、

借家住まいの世帯などの購入需要を取り込む。「中部地域は転勤が少ない製造業に勤務する人も多く、住宅需要は底堅い」と(経営企画室)としている。

トヨタホームは今年度に16%増の4900戸

中部地域の住宅会社の間で、2009年度の販売戸数計画を前年度比2ケタ増とする動きが目立つ。景気低迷で今年度の全国新設住宅着工戸数は94万戸と10%減(民間調査会社の予想平均)が見込まれる中、各社とも販売価格を引き下げることで、個人の需要を喚起する戦略だ。

戸建て分譲のウッドフレンズは10年5月期の販売戸数計画を前期比62%増の600戸に設定し

た。不動産業などの経験者や中途採用し、営業担当を増員する。ビル管理を手掛ける子会社でも住

と、3年ぶりの販売増を見込んでいる。資材調達など業務全般を見直し、販売価格を1割前後抑えた新商品を投入。20〜30歳代の顧客を重点的に開拓する方針だ。名鉄不動産は主力のマンション販売について、今年度に1600戸と29%増を計画する。このうち名古屋は500戸と200戸増を予定している。物件の値下げなどにも取り組み、計画達成を目指す。