

住宅取得における消費者意識・行動に関する調査

有川 智¹⁾、眞方山美穂²⁾、小島隆矢³⁾、平手小太郎⁴⁾、宗方 淳⁵⁾、高橋正樹⁶⁾、大久保恭子⁷⁾

概 要

本研究資料は、住宅取得における消費者の意識や取得プロセスにおける考え方や行動等の実態、および問題の所在や構造を把握することを目的とし、住宅取得者・住宅取得予定者を対象に実施した調査に関するものである。この調査は、(独)建築研究所の個別研究開発課題「住居取得における消費者不安の構造分析および対策技術に関する研究」の一環として実施され、研究開発を進める上での基本的なベースとなっている。

調査・分析の計画にあたっては、まず、この調査で把握したい実態や仮説を表す7つの方針を設定し、それらを把握・検討できるように項目設計および集計分析を実施した。

以下、それぞれの方針に対して得られた結果の概略を記す。

- ・方針1；したい暮らし、住みたい住まいの明確さは、満足度に影響するのか
→目指す住宅像・そこでの生活像の明確さは、実現に向けてのこだわりを介し、実際にそれと近い住宅・住生活の実現を促し、入居後の満足につながる。
- ・方針2；検討の初期・後期で「気になること」は変化しているか
→住宅取得様態によっては変化する。「賃貸」など手軽に意思決定できる住宅取得様態においては検討の初期・後期という区分は意味をなさない。「建替え」「新築」などでは「デザイン」「設備」「防犯性」などの項目は検討後期に気になってくる。
- ・方針3；チェック項目（気になること）について、十分に納得して取得しているか
→十分な確信はないまま、自分を納得させている様子
- ・方針4；チェック項目（気になること）の「納得の仕方」は、合理的なのか
→必ずしも合理的ではない。納得の根拠を自由記述させた設問の回答によれば、「担当者の人柄」「会社の信用度」「なんとなく」など、必ずしも合理的ではない根拠も多い。
- ・方針5；会社・物件を依頼する際の「決めた理由」と、候補であったが「やめた理由」は異なるか
→異なる。「建替え」「新築」などでは、「デザイン」「間取り」など（一見）見ればわかる理由によって「やめる」、「耐震耐久性」「欠陥がなさそう」「快適性」など本来は知覚しにくい性能を根拠に「決める」といった、意思決定の様子がうかがえる。
- ・方針6；検討プロセスにおける問題点・ニーズは何か
→知識や情報収集、業者とのコミュニケーション、イメージの具現化など、各種の問題点が把握された。また、検討プロセスにおける支援サービスに対するニーズは高く、例示したいいずれのサービスにおいても「(とちらかといええ) 利用したい」が過半数であった。
- ・方針7；「参考とした情報」について、どんな影響力をもったか
→検討プロセスの進行状況により、どんな情報を参考にしているかが明確になった。

¹⁾ 国土総合政策研究所住宅研究部 住宅生産研究室長 (H19-20 当時、住宅・都市研究グループ)、²⁾ 国土総合政策研究所住宅研究部 住宅ストック高度化研究室長 (H18-20 当時、建築生産研究グループ)、³⁾ 早稲田大学人間科学学術院 准教授 (H18 当時、建築生産研究グループ)、⁴⁾ 東京大学 教授、⁵⁾ 千葉大学 准教授、⁶⁾ 文化女子大学 准教授、⁷⁾ 株式会社 風 代表

Research on Consumer's Anxieties' over Housing Acquisitions

Satoshi Arikawa¹⁾, Miho Makatayama²⁾, Takaya Kojima³⁾, Kotaro Hirate⁴⁾, Jun Munakata⁵⁾,
Masaki Takahashi⁶⁾, Kyoko Ohkubo⁷⁾

Abstract

This document summarizes the results of research conducted to study consumer awareness when acquiring housing, their thinking and behavior during the acquisition process, and an outline and structure of associated problems. This research was conducted as part of an important research topic of the Building Research Institute, entitled "Structural Analysis of Consumers' Anxieties over Housing Acquisition and Study of Related Control Technologies". The obtained results are being utilized as the basis for promoting R&D activities.

As part of our research and analysis planning, we first established seven research objectives to define the assumptions and actual situations we wanted to discover, and then designed individual evaluation items so that those assumptions and actual situations could be understood, and finally conducted tallying and analysis.

The following is a brief summary of the results derived from each research objective.

· Research Objective 1: Does the clarity of desired housing and lifestyle influence the level of satisfaction?

→ Having a clear image of desired housing and lifestyle facilitates realization of one's desired type of housing and lifestyle along with effort put into realizing this image, thereby leading to satisfaction after moving in.

· Research Objective 2: Are there differences in items of concern between the early and later stages of housing acquisition?

→ This depends on the type of housing acquisition. In the case of rental housing, which is easy to decide, making a distinction between the early and later stages of consideration is meaningless. In the case of renovation and new construction, however, items such as design, equipment, and security have an important place in later stages of consideration.

· Research Objective 3: Are consumers acquiring housing after fully confirming and consenting to the check items (items of concern)?

→ They tend to convince themselves without sufficient conviction.

· Research Objective 4: Is the way of consenting to the check items (items of concern) rational?

→ Not necessarily. According to open questions about the reasons for consent, many are not necessarily rational reasons, such as "the sales representative has a good personality", "company creditworthiness", or "just decided for no clear reason".

· Research Objective 5: Is there any difference between the reasons for deciding on a company or housing and the reasons for rejecting that applicant?

→ There is a difference. For renovation and new construction, consumers decided to reject for (seemingly) obvious reasons such as design or floor plan, but at the same time they decided to acquire for almost imperceptible performances such as earthquake-resistance, appearance of being defect-free, and comfortableness.

· Research Objective 6: What are the problems and needs in the consideration process?

→ A variety of problems were identified, such as gathering of knowledge and information, communication with companies, and embodiment of image. Additionally, a strong need was found for support services during the consideration process. More than half of the respondents said that “they wanted to receive (would rather receive)” those services.

· Research Objective 7: What effect did reference information have?

→ From the development of the consideration process, it became clear that what kind of information was referred to by consumers.

¹⁾ Housing Department, National Institute for Land and Infrastructure Management (2007-2008, Dept. of Housing and Urban Planning, BRI) , ²⁾ Housing Department, National Institute for Land and Infrastructure Management (2006-2008, Dept. of Production Engineering, BRI), ³⁾ Associate Prof. Faculty of human sciences, Waseda Univ. (2006, Dept. of Production Engineering, BRI), ⁴⁾ Prof. , University of Tokyo , ⁵⁾ Associate Prof., Chiba University , ⁶⁾ Associate Prof., Bunka Women's University , ⁷⁾ Kaze Corp.