

戸建て住宅新築時における住まいづくり支援事業の現状と今後

—その1 ウェブ掲載情報に基づく調査—

建築社会システム—建築社会システム

正会員 ○ 古川 洋子^{*1} 正会員 平田 京子^{*2}
正会員 石川 孝重^{*3}支援事業 戸建て住宅 住宅取得
住まいづくり支援 依頼先探し 住情報

§ 1 はじめに

ライフスタイルの多様化、住宅の安全性や環境との共生への関心の高まりなどに伴い、住まいづくりに対する建築主の要望は幅広い。また住宅取得をめぐる社会環境は、住宅ローン減税・住宅エコポイントなどの優遇制度、長期優良住宅などの充実に加え、リフォーム市場・流通市場の整備もすすみつつある。こうした状況下において建築主は、住まいづくりの様々な段階で多岐にわたる選択肢の中で自分自身のニーズを捉え、意思決定を行う場面に遭遇していると言える。しかしこれに関わる専門知識を十分に持ち合わせてはいないのが実情である。一方、生命保険をはじめとする各種保険の相談・見直しのサポートを保険コンサルタントが行うことがみられるようになった。同様に、住まいづくりや依頼先探しを、依頼先業者とは異なる第三者の立場の専門家が支援する試みが始まり、今後その役割が期待される。

現在、住まいづくり支援事業は、ウェブ上での情報提供、業者検索から対面式のコンサルティングまで、方法・内容ともに多様化しているが、広く一般に浸透しているとはいえない。また、どこがどう機能しているのかも未解明である。そこで本研究では、支援事業の現状を把握することにより、今後に向けて建築主のニーズに合う支援の方向性の模索を目的とする¹⁾。

本報は、図1に示すように、本研究の第1段階として、

建築主ニーズの

抽出を目的とした民間調査の分析と、依頼先探し

支援事業の実状把握のために支援事業のウェブ

調査を行い、両者を比較分析することで、支援事業

全体の概略を把握するものである。

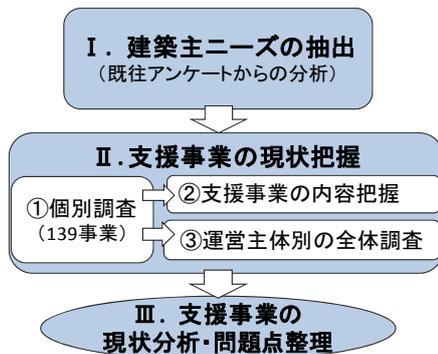


図1 研究の流れ

§ 2 建築主のニーズの抽出

戸建て住宅新築予定の建築主が、土地取得後から依頼先決定までの行動パターンと、その間に必要としている情報や支援の把握を本研究の対象にする。

まず、建築主の行動パターンと行動の各段階のニーズを明確にするため、表1の既存民間アンケートから、建築主行動を時系列順に整理し段階分けを行い、各段階のニーズを拾い出して傾向を把握した。

表1 建築主行動・ニーズ把握のための主要アンケート

アンケート名	調査者	調査時期	調査対象
日経ホームビルダー 建て主1187人のプロ探し ²⁾	日経BP社	2009年2月	1187人の中で3年以内に戸建て住宅を 新築 or 建て替えた人 488人
OZONEマーケティングレポート ³⁾ 新築戸建て住宅の建て主満足度と 家づくりの姿	OZONE	2002年12月	1都3県で1997年以降5年間で 新築戸建て住宅を取得した人 (有効回答数 407人)
「ハウジングナビカウンター」に 寄せられた利用者の声 ⁴⁾	リクルート社	2008年9月～ 2009年5月	リクルート社による無料相談サービス 「ハウジングナビカウンター」の利用者
家づくり情報webマガジン 「イエマガ」掲載の口コミ特集 「失敗しない家づくりのコツ業者選び編」 ⁵⁾	マガソフト 株式会社	2006年 11月28日～ 12月4日	家づくり経験のある イエマガサポーター 41人

次に、建築主のニーズと入手しにくかった情報の具体的な内容把握、それらの定量的な把握のため、表2に示すアンケートの質問に対する自由記述回答を、回答内容ごとに分類し回答数を把握した。

表2 建築主詳細ニーズに関するアンケート

アンケート名	調査者	調査時期	調査対象	有効 回答数	本研究で取り上げた質問 (自由記述回答)
建て主1187人 調査レポート	日経BP社	2009年 2月	戸建て住宅を取得 もしくは取得予定の 全国の男女1187人	240 191	Q104 依頼先探し段階で不安に感じたこと Q106 依頼先探しのプロセスで 入手しにくかった情報

表1のアンケートを中心に分析した結果、建築主が依頼先を1社に絞り込むまでの行動は、図2の3段階に分かれることがわかった。各段階におけるニーズは、イメージづくり段階では、基礎知識を学び全体像を把握し、具体的な流れや効率的な進め方を知りたいというものが多く、依頼先探し段階では、収集した情報の整理と自分に合う方向性の明確化などがあり、依頼先決定段階では、中立的な情報の整理、具体的な依頼先の紹介、業者選定判断のための個別詳細情報を必要としていることがわかった。

表2のアンケートから、依頼先探し中の不安と入手困難な情報との回答を、類似する内容により詳細に分類し、各回答数の概数を把握した。その結果は表3に示すように、

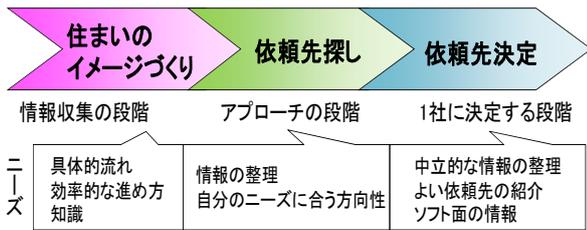


図2 建築主行動パターンとニーズ

依頼先探し
中の不安は
回答数が多い
順に、会社、
金額、住宅、
担当者に関する
もので、入手
困難な情報は、
金額、住宅、
会社となっている。

表3 建築主の具体的なニーズ

(a) 依頼先探し中の不安		(b) 入手困難な情報	
会社 (97)	業績・経営状態 (23) 信頼性 (23) 工事の信頼性 (17) 各社比較 (13) アフタサービス (2) 下請・工事会社情報 (2) その他 (12)	金額 (51)	最終の総額 (9) ローン・税金・支援金 (7) 詳細・内訳 (6) メーカー比較 (6) 坪単価 (4) 諸経費 (3) ランニングコスト (2) その他 (16)
金額 (72)	最終の総額 (23) 予算内 (18) 適正価格判断 (10) 返済・資金計画 (8) わかりにくさ (7) 値上げ・上乗せ額 (6) その他 (8)	住宅 (36)	構造・工法 (11) 材料 (7) アパ・イザ・チリウ (7) 耐久性 (3) 耐震性 (3) 施工例 (2) 断熱性 (1) 環境 (1) その他 (4)
住宅 (31)	希望が叶うか (13) よいものができるか (8) 各社・工法の比較 (3) その他 (7)	会社 (28)	詳細 (5) アフタサービス (5) 信頼性 (4) 工事の信頼性 (4) 業績・経営状態 (3) 実績・施工例 (2) メーカー比較 (2) その他 (3)
担当者 (28)	対応・人柄 (12) 経験・知識・技術 (7) その他 (4)	場所・土地 (10)	土地探し・紹介 (4) 地域情報 (3) その他 (3)
その他 (22)	情報収集・要望整理 (7) 工期 (6) つて (2) その他 (7)		

注：()内は回答数を示す

注：()内は回答数を示す

については経営状態や信頼性、金額については最終の総額や適正価格の判断などに不安を感じている。これらは依頼先探しおよび決定段階のものであり、依頼先の個別情報や、自分のプランに対する専門知識を必要とするシミュレーションに不安や入手困難を感じる特徴がある。

§3 依頼先探し支援事業の現状調査

研究対象とする支援事業を、戸建て住宅取得予定者の依頼先探しまでを支援する事業とする。おもに、ウェブ上で情報提供、セミナー、見学会、相談、業者検索・紹介などが該当し、書籍・雑誌では単独でのマニュアル以外は含むものとした。ただし、企業の単なる営業は除き、建築主と依頼先双方への利益目的事業を含むこととした。

全ての事業は網羅できないが、現在展開されている事業をできる限り把握するため、ウェブ情報をもとに合計139事業の調査を行った。調査対象の運営主体別内訳は表4に示した通りである。主な調査源は、民間事業は「日経ホームビルダー建て主1187人のプロ探し」²⁾の中で建築主が情報源として上位に挙げる住宅雑誌⁶⁾、および新興の先端的な事業が掲載されている専門雑誌⁷⁾である。NPO事業はウェブ検索サイト⁸⁾で、住宅、建築、住まいづくりをキーワードとして検索を行った中から本研究に該当する対象のみを選択した。

調査手順は、まず、表4の全事業についてウェブ掲載内容に基づき個別表を作成し、建築主の各段階に対応する

表4 支援事業調査数内訳

	民間事業	NPO事業	公的事業 (国・地方公共団体・ 社団法人・財団法人)	合計
調査事業数	59	53	27	139

現行の支援事業内容の把握を行った。

その結果が図3の通りであり、住まいのイメージづくり段階の事業は、基礎知識を提供するウェブ情報、ウェブチェックツール、事務所やライブラリーにおける紙媒体の情報提供や展示、専門家によるセミナー・見学会や相談会などであった。依頼先探し段階では、検索サービスによる業者情報提供のほか要望・特徴の整理などが行われている。依頼先決定段階では、コンサルティングによる業者紹介、コンペ実施、会社比較のアドバイスなどが見られた。また、個別相談は全段階に見られる事業である。



図3 各段階における現行支援事業

次に、建築主行動の3段階の流れに沿って、支援事業の調査項目を主に図3に示す現行の事業をもとに設定し、民間、NPO、公的事業の運営主体別に表5の形式で全体調査表にまとめた。調査項目ごとに事業実施状況と費用調査を行い、記号で表記した。

§4 運営主体別支援事業の特徴

表5をもとに運営主体別事業の特徴を整理すると、民間支援事業は、建築主の行動3段階全てにわたり事業が幅広く展開されている。中でも、業者検索・紹介、サポートの割合が高く、半数は業者登録基準を設け、地域や数を絞るケースが多い。また、ウェブ上の一方通行型の情報提供の場合ほとんどが無料であるが、個別対応の双方向型事業では、時間や相談内容に限度がある個別相談のほか、コンサルティングなど的高額事業が多い。一方、建築主・業者双方に利益提供する事業、企業などからの支援を受け第三者的立場で支援を行う事業などで、無料サポートや業者紹介などを行うケースもみられる。

NPO支援事業は、消費者保護を目的とした専門家ボランティアによる無料・安価な事業が多い。ウェブ上で一方通行型情報提供の割合が比較的低い一方、個別相談、セミナー・相談会など対面式の双方向型事業を主な活動としている。中でも無料・安価で専門的個別サポートに近い事業を行うものもあり、民間と異なる点である。地域性が高く小規模事業が多い。調査対象の53事業以外では、事業が途中で断ち切れているものが数多く、NPOが家づくり支援を継続して行う難しさの一端が伺える。

公的支援事業は、有料事業はほとんどなく、個別相談によるサポートに踏み込んだ事業は少ない。ウェブ事業が中心で、業者リストの掲載、業者検索、ウェブチェックツールなどにより、公的な情報を提供する特徴がある。検索では、日本建築家協会の会員検索、住宅保証機構による保険利用や住宅性能表示活用実績のある業者検索を提供する

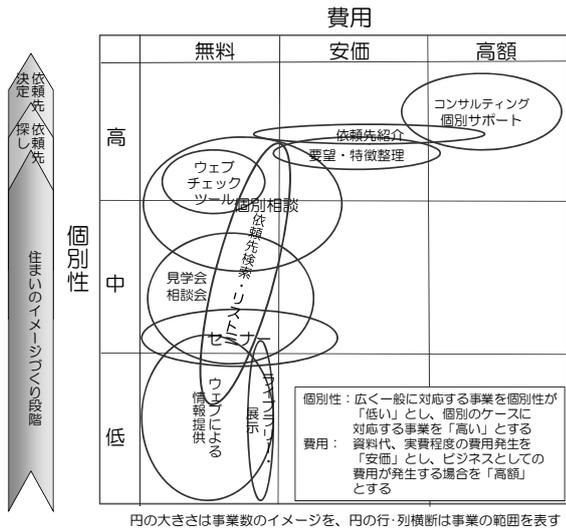


図4 全支援事業の分布

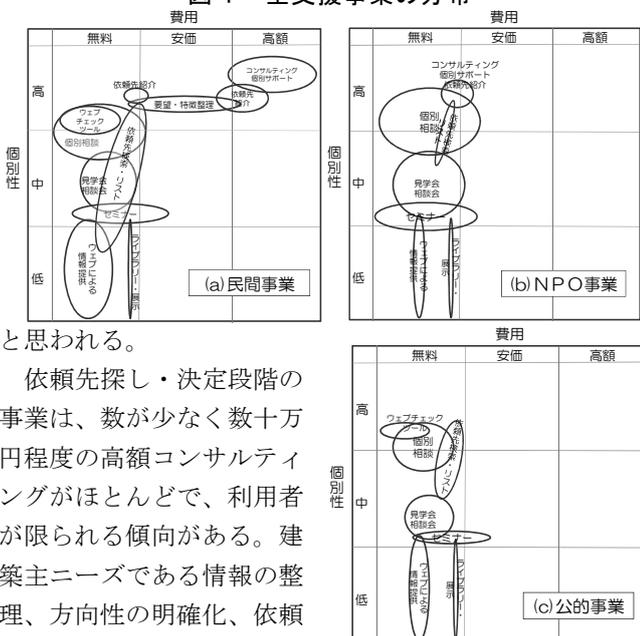


図5 運営主体別支援事業分布

と思われる。
依頼先探し・決定段階の事業は、数が少なく数十万円程度の高額コンサルティングがほとんどで、利用者が限られる傾向がある。建築主ニーズである情報の整理、方向性の明確化、依頼先紹介、依頼先個別情報に対応できる事業の多くは、高額なコンサルティングである。一方で、民間事業での建築主と依頼先双方への利益提供、依頼先と異なる第三者的立場の企業などからの社会貢献的支援により、無料・安価な事業が実現するケースがある。また、事業登録基準の明確な設定や依頼先の詳細情報を開示する検索があり、これは情報開示がキーとなっている。ウェブチェックツールなど、ウェブ上の一方通行型事業ながらも利用度が高いものもあり、今後に期待される。

3段階にわたる利用しやすい一環事業は、139事業の中では民間7社のみである。高額コンサルティングを含む事業のほか新しい取組みとして無料の一環事業もあり、サービス体制を充実・拡大する傾向であることがわかった。

§6 費用と個別性からみる支援事業の役割

現行の全支援事業では、主流は図6で示す右上がりの矢印の通り、個別性が高まるに伴い費用が安価から高額へ推移している。これは、個別性が高まるに従い、コンサルテ

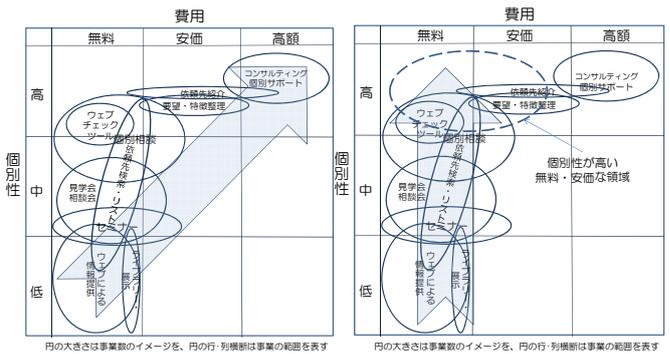


図6 現行事業の主な流れ 図7 利用者拡大の流れ

ィングなどの専門家による時間を要する事業に伴う費用が発生するものである。

個別性が高まる個別サポートは、民間では一部の無料事業も含め単独事業は少なく、個別性が低・中程度の無料・安価事業、例えばセミナー・相談会、無料個別相談なども併せて提供する機会が多い。したがってこれらがコンサルティングへとつなげ、利用者の間口を広げる役割を担う側面があると言える。

一方では、利用者側からはコンサルティングの費用面での敷居は高い。依頼先探しにおけるニーズである個別性の比較的高い事業を、気軽に利用しやすい方向へ導く方策として、図7の点線で示す個別性が高く、かつ無料・安価な領域の事業の充実が望まれる。これを実現しつつある例として、前述の民間による建築主・業者双方への利益提供や社会的企業による無料サポートや業者紹介などを行うケース、NPOの専門家ボランティアによる個別相談、情報開示による信頼性の高い業者域へつながる図7の縦方向矢印の流れは、利用者の数と幅を広げ建築主の底上げに役立つ方向性であると思われる。

§7 おわりに

本報ではウェブ情報からの支援事業の概要、および建築主ニーズとの対比からみる課題を明らかにした。今後は、事業側へのヒアリングを通して、実際の支援内容、利用のされ方を把握していく必要がある。

【引用文献】

- 古川洋子, 平田京子: 戸建て住宅新築時における依頼先探し支援事業のあり方, 日本建築学会大会学術講演梗概集 F-1(北陸), pp. 1417~1418, 2010年9月。
- 日経BP社: 日系ホームビルダー, pp. 39~59, 2009年5月。
- OZONEリビングデザインセンター: OZONEマーケティングレポート Vol.3 Data Book, 2003年3月31日。
- リクルート: ハウジングナビカウンター利用者の声, <http://www.housingnavi.jp/counter/report/>, 2009年5月。
- メガソフト(株): 家づくり情報 web マガジンイエマガ失敗しない家づくりのこつ「業者選び編」, <http://iemaga.jp/kuchicomi/builder/>, 2009年5月。
- 扶桑社: 住まいの設計, 2008年11月号~2009年12月号, 扶桑社: 自分らしい家2~6号, 2004年11月10日~2007年4月1日。
- 新建新聞社: 新建ハウジング, 2008年7月~2009年8月。
- 日本NPOセンター: NPO法人データベース NPOヒロバ, <http://www.npo-hiroba.or.jp/>など, 2009年10~11月。

- *1 日本女子大学大学院 大学院生
- *2 日本女子大学住居学科 准教授・博士(学術)
- *3 日本女子大学住居学科 教授・工学博士