

# 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調査

— 支援事業の概要および個別性の高い事業の状況 —

# A SURVEY ON CONSUMER SUPPORT SERVICES WHEN SEEKING DETACHED HOUSE BUILDERS

— Summary of the client support services and the status of private housing consulting —

古川洋子 — \* 1      平田京子 — \* 2  
石川孝重 — \* 3

Yoko FURUKAWA — \* 1      Yoko HIRATA — \* 2  
Takashige ISHIKAWA — \* 3

キーワード:

住まいづくり支援, 住宅取得, 戸建て住宅, 依頼先探し, 支援事業

Keywords:

Housing support, Housing acquisition, Detached house, Searching for detached house builders, Housing consulting

This paper aims to summarize the client support services and the status of private housing consulting available currently. This study found that clients needed personalized supports and information to select one out of the several builders, they searched for. However, only a few consumers actually receive consulting services, which are mostly highly priced. Moreover, these types of services are not widely known to the general consumers. Therefore, majority of the consumers need to utilize other means to ensure that they optimize the benefits from any housing situation.

## 1. はじめに

### 1.1 研究の背景と目的

近年は、住宅の構造安全性への関心の高まり、環境問題や資源・エネルギー問題の深刻化、生活スタイルの多様化などに伴う国民意識の変化を背景に、住まいづくりに対する建築主のニーズは幅広く広がっている。また、より豊かな住生活を目指して住宅の量から質へ転換する時代に入り、住宅取得をめぐる社会環境は、住宅ローン減税、長期優良住宅の普及促進の制度に加え、リフォーム市場・流通市場の整備もすすみつつあり、大きく変化している。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いえる。しかしこの判断を適切に行う専門知識を建築主が十分に持ち合わせてはいないのが実状である。一方保険の選定においては、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っている。住まいづくりや依頼先探しにおいても、依頼先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、多くが2000年以降に始まっている。

現在の支援事業は、ウェブ上での情報提供から対面式のコンサルティングまで、方法・内容、費用面でも多様なものがみられる。また、第三者の立場による支援の中でも、運営主体のスタンス、支援の方向性、設立の目的なども様々な事業が存在している。しかし、これらが広く有効に活用されているかについては定かでない。そこで、筆者らのこれまでの研究<sup>1,2)</sup>に基づき、本研究では、事業者側に対する調査により支援事業の概要を把握する。特に建築主の要望である個別性の高い事業把握を行い、建築主が主体となって意思決定を行う住まいづくりにおいて、支援事業がより多くの建築主に対して有効に機能するための方向性の模索を行う。

なお研究対象とする支援事業は、戸建て注文住宅の新築時におい

て建築主が住まいづくりを思いついてから依頼先を決定するまでの段階を支援する事業（以下、支援事業）とする。具体的には第三者としての立場から行われるウェブ上での情報提供、セミナー、見学会、個別相談、依頼先検索サイト、依頼先紹介などである。データの質をそろえるため、主にウェブ掲載情報による概要調査を行うことに統一し、紙媒体の書籍・雑誌類は対象外とした。事業運営の主体では、民間、NPO、公的事業を対象とする。個別相談や依頼先紹介などでは、建築主側へ手数料や業者側への成功報酬、業者登録料などが発生する場合でも、客観的立場から住まいづくり支援を行っているかと判断される事業は対象とした。

### 1.2 先行研究調査

近年の住まいづくり支援に関する研究は、小林らにより支援の担い手側に関連する調査<sup>3-6)</sup> および住まい手側に関連する調査<sup>6,7)</sup>の両側面から行われてきた。支援事業側に関しては、眞方山ら<sup>3)</sup>は建築主の合理的な意思決定を支える仕組みの必要性、これを担う民間事業の課題に言及している。また西岡ら<sup>4)</sup>はNPOやボランティア団体による住宅管理支援の可能性について、妹尾ら<sup>5,6)</sup>は生活協同組合、NPOなどを学習支援の担い手の1つとして捉えた報告を行っている。一方、住まいづくりの経験などに関する住まい手への調査<sup>7)</sup>では、住まい手自身の情報選択能力の必要性などが指摘され、ニーズに対処しうる情報提供・支援のあり方や課題が提起されている。しかし、民間を含む支援事業全体に踏み込んで言及されていない。

先行研究からは、多様な観点からの指摘がなされており、表1に示す課題があげられている。これらを整理すると、支援の方法や内容、利便性、事業のスタンスの主に3点に分類することができる。

調査項目を決定する際には、表1の課題を反映させた。これを表2の4点の切り口に集約し、支援事業調査内容に反映させることとした。「関わり方」は、住まいづくりに直接的に関わる支援、新築・

<sup>1)</sup> 日本女子大学 学術研究員・修士 (家政学)  
(〒112-8681 文京区目白台2-8-1)

<sup>2)</sup> 日本女子大学住居学科 教授・博士 (学術)

<sup>3)</sup> 日本女子大学住居学科 教授・工博

<sup>1)</sup> Researcher, Japan Women's Univ., M.H.E.

<sup>2)</sup> Prof., Dept. of Housing and Architecture, Japan Women's Univ., Ph. D.

<sup>3)</sup> Prof., Dept. of Housing and Architecture, Japan Women's Univ., Dr. Eng.

リフォーム・維持管理などで直面するトラブル回避・解決、長期的視点にたつ学習支援などの目的の違いである。「立場」は、運営の形態、費用発生の有無、個人・多人数を対象とするものか、建築主や依頼先との関係などの違いによるものであり、「専門性」は、事業や相談員の専門とする範囲である。「使いやすさ」は、認知度・情報やサービスのネットワーク・利用の度合いなどによる利便性であり、これらを調査の内容・項目、分析に反映させることとした。

表1 先行研究における支援事業の課題

|       |  |
|-------|--|
| 方法や内容 | ①第三者的な立場の専門家による学習機会提供・助言の必要性<br>②行政や企業による適切なアドバイスの必要性<br>③初期段階における建築主ニーズの明確化の重要性<br>④トラブル発生時のセカンドオピニオンの必要性<br>⑤支援の質の向上 |
| 利便性   | ①アクセスのしやすさ<br>②認知度を高める取り組み   |
| スタンス  | ①長期的な市民教育を視野にいれた学習支援の必要性   |

表2 調査の項目

| 調査項目  | 関連事項                           |
|-------|--------------------------------|
| 関わり方  | 住まいづくり支援、学習支援、消費者保護(トラブル解決)    |
| 立場    | 運営形態、費用の発生、個別性、客観性             |
| 専門性   | 建築、法律、金融、不動産、コンサルティング          |
| 使いやすさ | 認知度、情報・サービスの事業間ネットワーク、利用者の参加度合 |

## 2. 支援事業全体の概要調査

### 2.1 調査の方法

本報では、支援の担い手側の調査として、支援事業の概要把握を目的とし、各支援事業が運営する消費者向けウェブサイト情報による調査を2009年10月から12月に実施した。その結果、合計139事業が抽出された。

なお、筆者らの研究<sup>1)</sup>で既存アンケート調査をもとに建築主行動を整理したところ、建築主が依頼先を1社に絞り込むまでの行動は、住まいのイメージづくり段階、依頼先探し段階、依頼先決定段階の3段階に分類されることがわかった。そこで、概要調査においてはこの流れに沿って情報の整理を行っている。

### 2.2 調査対象の選定

調査対象139事業の運営主体別内訳は表3に示す通りである。調査対象は、民間事業は「日経ホームビルダー建て主1187人のプロ探し」<sup>8)</sup>の中で建築主が情報源として上位に挙げる住宅雑誌<sup>9)</sup>、および新興の先端的事業が掲載されている専門雑誌<sup>10)</sup>から抽出した。NPO事業はウェブ検索サイト<sup>11)</sup>で、住宅、建築、住まいづくりをキーワードとして検索を行い本研究に該当する対象のみを選択した。

表3 支援事業調査数内訳

| 運営主体別事業 | 民間事業 | NPO事業 | 公的事业<br>(国・地方公共団体・<br>社団法人・財団法人) | 合計  |
|---------|------|-------|----------------------------------|-----|
| 調査事業数   | 59   | 53    | 27                               | 139 |

### 2.3 調査の内容と手順

調査手順は、まず、表3の全事業について、各事業が運営するウェブ掲載内容に基づきそれぞれの支援内容を書き出す形で現行事業の把握を行った。各支援内容を、建築主行動の3段階の流れに沿って分類すると、図1に示す支援の項目に整理されることがわかる。これを全支援事業の概要調査項目として設定した。支援事業の実施状況と費用、個別性調査を行い、運営主体別に集計することで運営主体別、さらに全体の傾向を探った。

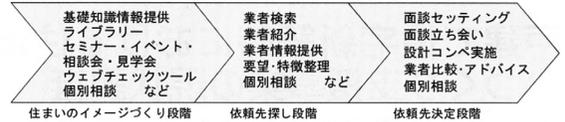


図1 各段階における現行支援事業

## 3. 運営主体別支援事業の特徴

支援事業の実施状況と費用、個別性調査を行い、運営主体別に支援事業の実施数を表4に示す。なお本研究における個別性は、専門的事項に関する個人への対応可能性を指すものである。また、費用、個別性は、概要調査を行う過程で大きく3段階の区分が明らかになり、以下の基準で表5に示す分類を行った。

費用では、資料代、実費程度の費用発生を安価、それ以上の場合を高額とする。調査の結果、安価・高額の境がどの項目でも5000円であると判断されたため、これを区分の基準とした。

個別性では、専門的内容に関し個別のケースに対応可能な事業を高とし、その他のうち双方向型支援が可能な事業を中、一方通行型の支援を低とした。同じ事業項目の中で個別性の程度に開きがある場合には、個別相談では一般相談、専門相談により、依頼先検索・リストでは登録基準の有無により分類した。

民間事業は、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おり、依頼先検索・紹介、サポートの割合が高い。また、ウェブ上の一方通行型の情報提供の他、イメージづくり段階における事業の多くは無料であるが、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の高額事業が多い。一方、建築主・依頼先双方に利益提供のある事業、企業などからの支援を受け第三者的立場で支援する事業などで、無料サポートや依頼先紹介などを行うケースもみられる。

NPO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・安価な事業が多く、個別相談、セミナーなど対面式事業を主としている。なかでも無料・安価でコンサルティングに近い事業を行うものもあり、その点で民間と異なる。また、地域性が高く小規模事業が多い。調査対象以外では、事業が途中で断ち切れているものが数多く、NPOが支援事業を継続する難しさの一端がうかがえる。

公的事业では、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む例は少ない。ウェブ事業が中心で、依頼先リスト・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などの特徴がある。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など、登録基準が明確で信頼性が高い。また、少数だが関西における地方公共団体による施設がある。地域における住まいの総合拠点として情報管理・発信を行い、市民へのすそ野の広い事業展開がみられる。

## 4. 支援事業の現状

### 4.1 建築主の行動段階からみる事業の特徴

運営主体別に事業の実施状況を示し全体像をつかむため、表4を整理して表6に示した。なお本章で言及する建築主ニーズは、筆者らの研究<sup>1)</sup>において利用者の声を整理し傾向を把握したものである。

図1に示す住まいのイメージづくり段階の事業は、表6ではどの運営主体をとっても多くが無料である。一方通行型のウェブ上の情

表4 運営主体別の実施事業数

| 運営主体別        | 建築主の行動段階 |            | 住まいのイメージづくり |                           |           |     |                        | 依頼先探し       |               |       | 依頼先決定   |       |                 |            |          | あらゆる段階に対応可能な事業 |          |    |   |
|--------------|----------|------------|-------------|---------------------------|-----------|-----|------------------------|-------------|---------------|-------|---------|-------|-----------------|------------|----------|----------------|----------|----|---|
|              | 支援事業     | 中分類<br>小分類 | 展示・ライブラリー   | ウェブ上の基礎知識提供<br>構造・工法・性能など | セミナー・イベント | 見学会 | ウェブツール<br>要望・特徴整理<br>他 | 要望・特徴整理(面談) | 依頼先リスト・検索サービス | 依頼先紹介 | 面談セッション | 面談立会い | 設計コンペ・プレゼンテーション | 会社比較・アドバイス | アフターサービス | 個別相談(一般・専門)    | コンサルティング |    |   |
|              |          |            |             |                           |           |     |                        |             |               |       |         |       |                 |            |          |                |          | 高  | 中 |
| 民間事業 (n=59)  | 高額事業     | 個別性        |             |                           |           |     |                        | 7           | 7             | 1     | 1       | 7     | 7               | 7          | 7        | 1              | 1        | 11 |   |
|              | 安価事業     | 個別性        |             |                           | 4         | 4   | 1                      | 1           | 2             | 2     |         |       | 1               | 1          |          | 2              | 2        | 4  |   |
|              | 無料事業     | 個別性        | 5           | 38                        | 13        | 13  | 6                      | 6           | 17            | 17    | 2       | 2     | 37              | 15         | 22       | 7              | 7        | 2  | 2 |
|              | 費用の記載なし  | 個別性        |             |                           | 4         | 4   | 3                      | 3           |               |       | 2       | 2     |                 |            | 1        | 1              | 4        | 4  |   |
|              | 事業数合計    |            | 5           | 38                        | 21        | 10  | 17                     | 13          | 38            | 18    | 11      | 11    | 10              | 15         | 13       | 33             | 23       |    |   |
| NPO事業 (n=53) | 高額事業     | 個別性        |             |                           |           |     |                        | 1           | 1             |       |         |       |                 |            | 1        | 1              | 3        |    |   |
|              | 安価事業     | 個別性        |             |                           | 12        | 12  | 2                      | 2           |               |       | 1       | 1     |                 |            | 5        | 5              | 7        |    |   |
|              | 無料事業     | 個別性        | 5           | 16                        | 16        | 16  | 4                      | 4           | 1             | 1     | 10      | 4     | 6               | 3          | 3        | 36             | 13       |    |   |
|              | 費用の記載なし  | 個別性        |             |                           | 9         | 9   | 1                      | 1           |               |       | 1       | 1     |                 |            | 9        | 2              | 7        |    |   |
|              | 事業数合計    |            | 5           | 16                        | 37        | 7   | 1                      | 2           | 10            | 7     |         |       | 2               | 2          | 51       | 18             |          |    |   |
| 公的事業 (n=27)  | 高額事業     | 個別性        |             |                           |           |     |                        |             |               |       |         |       |                 |            |          |                |          |    |   |
|              | 安価事業     | 個別性        |             |                           | 4         | 4   | 1                      | 1           |               |       |         |       |                 |            | 1        | 1              |          |    |   |
|              | 無料事業     | 個別性        | 4           | 17                        | 6         | 6   | 1                      | 1           | 4             | 4     | 13      | 10    | 3               |            | 8        | 8              | 2        |    |   |
|              | 費用の記載なし  | 個別性        |             |                           |           |     |                        |             |               |       |         |       |                 |            | 2        | 2              |          |    |   |
|              | 事業数合計    |            | 4           | 17                        | 10        | 2   | 4                      | 13          | 1             |       | 1       |       |                 |            | 9        | 2              |          |    |   |
| 全業種 (n=139)  | 高額事業     | 個別性        |             |                           |           |     |                        | 8           | 8             | 1     | 1       | 7     | 7               | 7          | 7        | 2              | 2        | 14 |   |
|              | 安価事業     | 個別性        |             |                           | 20        | 20  | 4                      | 4           | 2             | 2     | 3       | 3     | 1               | 1          | 8        | 8              | 11       |    |   |
|              | 無料事業     | 個別性        | 14          | 71                        | 35        | 35  | 11                     | 11          | 22            | 22    | 60      | 29    | 31              | 10         | 10       | 70             | 39       |    |   |
|              | 費用の記載なし  | 個別性        |             |                           | 13        | 13  | 4                      | 4           |               |       | 3       | 3     | 5               | 5          | 2        | 2              | 13       |    |   |
|              | 事業数合計    |            | 14          | 71                        | 68        | 19  | 22                     | 15          | 61            | 25    | 12      | 11    | 12              | 17         | 13       | 93             | 43       |    |   |

費用、個別性の分類は表5に基づく 事業数は2009年10～12月の調査に基づく ※1,3は個別性分類不可事業を含む ※2は個別性分類が複数にわたる事業を含む

表5 費用・個別性の分類

| 費用 | ウェブによる情報提供 |   | ライブラリー・展示 |   | セミナー |   | 見学会 |   | 要望整理 |   | 依頼先検索・リスト |   | 依頼先紹介 |   | 個別相談(一般・専門) |   | コンサルティング |   |
|----|------------|---|-----------|---|------|---|-----|---|------|---|-----------|---|-------|---|-------------|---|----------|---|
|    | 高          | 中 | 高         | 中 | 高    | 中 | 高   | 中 | 高    | 中 | 高         | 中 | 高     | 中 | 高           | 中 | 高        | 中 |
| 高  | ○          | ○ | ○         | ○ | ○    | ○ | ○   | ○ | ○    | ○ | ○         | ○ | ○     | ○ | ○           | ○ | ○        | ○ |
| 中  | ○          | ○ | ○         | ○ | ○    | ○ | ○   | ○ | ○    | ○ | ○         | ○ | ○     | ○ | ○           | ○ | ○        | ○ |
| 低  | ○          | ○ | ○         | ○ | ○    | ○ | ○   | ○ | ○    | ○ | ○         | ○ | ○     | ○ | ○           | ○ | ○        | ○ |

○: 該当事業がある場合 —: 該当事業がない場合 依頼先決定段階の事業は、コンサルティングの一部であるため本表では省略した

報提供に加え、対面型の見学会・相談会・セミナー、個別相談により、この段階の建築主ニーズである基礎知識習得、全体像・具体的流れの把握に対応できる状況であると言える。しかし、どこがどのような支援を行っているかの情報は不十分であり、建築主が必要な支援に到達しにくいと考えられる。

図1に示す依頼先探し・決定段階の事業は、表6では依頼先検索サービス以外の数は少なく高額コンサルティングがほとんどで、利用者が限定される傾向にある。この段階の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事業である。一方、民間事業での利用者と依頼先双方への利益提供、第三者の立場の企業などからの社会貢献としての支援により、無料・安価な事業が行われる場合がある。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重要な点である。ウェブチェックツールなど、一方通行型事業でありながら個別事例に対応できるものもある。

表6 運営主体別の実施事業と事業数  
(a) 全事業

|     | 費用             |                 |               |               |
|-----|----------------|-----------------|---------------|---------------|
|     | 無料             | 安価              | 高額            |               |
| 個別性 | 高              | コンサルティング (8)    | コンサルティング (11) | コンサルティング (14) |
|     |                | 個別相談 (39)       | 個別相談 (8)      | 個別相談 (2)      |
|     |                | 依頼先紹介 (10)      | 依頼先紹介 (3)     | 依頼先紹介 (7)     |
|     | 中              | 依頼先リスト・検索 (29)  | 依頼先リスト・検索 (1) | 依頼先リスト・検索 (1) |
|     |                | 要望・特徴整理 (2)     | 要望・特徴整理 (2)   | 要望・特徴整理 (8)   |
|     |                | ウェブチェックツール (22) |               |               |
| 低   | 個別相談 (37)      |                 |               |               |
|     | 依頼先リスト・検索 (31) |                 |               |               |
|     | 見学会 (11)       | 見学会 (4)         |               |               |
|     |                | セミナー・イベント (20)  |               |               |
|     | ウェブ情報提供 (71)   |                 |               |               |
|     | 展示・ライブラリー (14) |                 |               |               |

(b) 民間事業

|     | 費用             |                 |               |               |
|-----|----------------|-----------------|---------------|---------------|
|     | 無料             | 安価              | 高額            |               |
| 個別性 | 高              | コンサルティング (5)    | コンサルティング (4)  | コンサルティング (11) |
|     |                | 個別相談 (19)       | 個別相談 (2)      | 個別相談 (1)      |
|     |                | 依頼先紹介 (7)       | 依頼先紹介 (2)     | 依頼先紹介 (7)     |
|     | 中              | 依頼先リスト・検索 (15)  | 依頼先リスト・検索 (1) | 依頼先リスト・検索 (1) |
|     |                | 要望・特徴整理 (2)     | 要望・特徴整理 (2)   | 要望・特徴整理 (7)   |
|     |                | ウェブチェックツール (17) |               |               |
| 低   | 個別相談 (7)       |                 |               |               |
|     | 依頼先リスト・検索 (22) |                 |               |               |
|     | 見学会 (6)        | 見学会 (1)         |               |               |
|     | セミナー・イベント (13) | セミナー・イベント (4)   |               |               |
|     | ウェブ情報提供 (38)   |                 |               |               |
|     | 展示・ライブラリー (5)  |                 |               |               |

(c) NPO事業

|     | 費用             |                |              |              |
|-----|----------------|----------------|--------------|--------------|
|     | 無料             | 安価             | 高額           |              |
| 個別性 | 高              | コンサルティング (1)   | コンサルティング (7) | コンサルティング (3) |
|     |                | 個別相談 (13)      | 個別相談 (5)     | 個別相談 (1)     |
|     |                | 依頼先紹介 (3)      | 依頼先紹介 (1)    |              |
|     | 中              | 依頼先リスト・検索 (4)  |              | 要望・特徴整理 (1)  |
|     |                | ウェブチェックツール (1) |              |              |
|     |                | 個別相談 (23)      |              |              |
| 低   | 依頼先リスト・検索 (6)  |                |              |              |
|     | 見学会 (4)        | 見学会 (2)        |              |              |
|     | セミナー・イベント (16) | セミナー・イベント (12) |              |              |
|     | ウェブ情報提供 (16)   |                |              |              |
|     | 展示・ライブラリー (5)  |                |              |              |

(d) 公的事業

|     | 費用            |                |          |  |
|-----|---------------|----------------|----------|--|
|     | 無料            | 安価             | 高額       |  |
| 個別性 | 高             | コンサルティング (2)   |          |  |
|     |               | 個別相談 (8)       | 個別相談 (1) |  |
|     |               | 依頼先リスト・検索 (10) |          |  |
|     | 中             | ウェブチェックツール (4) |          |  |
|     |               | 個別相談 (6)       |          |  |
|     |               | 依頼先リスト・検索 (3)  |          |  |
| 低   | 見学会 (1)       | 見学会 (1)        |          |  |
|     | セミナー・イベント (6) | セミナー・イベント (4)  |          |  |
|     | ウェブ情報提供 (17)  |                |          |  |
|     | 展示・ライブラリー (4) |                |          |  |

( )は実施事業数を示す 費用・個別性の分類は表5に示す通り

#### 4.2 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、個別性が低または中の場合、無料事業が大部分を占める特徴がみられ、個別性が高い場合にのみ高額な費用が発生する(表6)。これはコンサルティングなどの専門家による時間を要する業務に伴う費用が発生することによる。

個別性が最も高いコンサルティング、依頼先紹介は、民間では一部の無料事業も含め単独実施は少ない。個別性が低・中の対面型事業、例えばセミナー、個別相談を無料・安価で実施し、これと併せてコンサルティング、依頼先紹介を提供する機会が多い。したがってこれら無料・安価な事業が利用の入り口となり、必要な場合にはコンサルティングへとつなげ、利用の閘口を広げる役割を担う側面がある。

#### 5. 個別性に着目した民間事業へのヒアリング調査

筆者らの研究<sup>1)</sup>では既存調査による建築主の声を整理し、建築主は個別性の高い情報・支援を必要としていることを明らかにした。そ

こで、建築主の要望である個別のケースに対応可能な双方向型支援に焦点を絞り、実際の支援内容と利用状況、また、支援を行う側の視点から現状・問題点を究明する。

#### 5.1 調査の方法

主に個別性の高い事業を提供する民間事業へのヒアリング調査を2010年8月から11月に実施した。支援事業の利用に関わる条件として、費用、手軽さ、個別の対応などの側面が考えられる。

調査内容は、表2の調査項目を反映させ、事業内容に関しては方法・目的・対象範囲・スタンス、利用状況に関しては利用者タイプ・傾向、支援事業全体に関して認知度・利用率・コストへの考え方などとした。問題の手掛かりをさらに掘り起こすことを目的に、自由意見を求めた。

#### 5.2 民間事業調査対象の選定基準と調査対象の概要

調査先選定においては、運営主体の違いが事業分類の判断材料となるのが予測される。そこで先に概要調査を行った139事業の中から表7の分類で異なるタイプをとり混ぜ、ウェブ情報によりセミナー、相談、依頼先紹介などの実施状況が活発であると判断した事業を選定した。なお、主な民間事業タイプは、概要調査での各事業データ作成過程において、提供する事業の形態、発生するコストの費用負担者や金額、事業目的が、事業により異なることが明らかになった。

表7 民間事業タイプの分類

| 分類の項目 | 事業タイプ                   |               |
|-------|-------------------------|---------------|
|       | 形態                      | 事務所型・ウェブ型・その他 |
| 収益構造  | 利用者費用負担                 | 無料・安価・高額      |
|       | 業者費用負担                  | 登録料・成功報酬      |
|       | その他                     | 別事業・その他       |
| 目的    | 住まいづくり支援・消費者教育・紛争処理・その他 |               |

民間事業には、形態により事務所を構え、対面型の相談やセミナーを行うタイプ、ウェブ上で情報提供や相談事業を行うタイプがあり、これらの複合型もみられる。費用負担はウェブ調査からは把握できない場合もあるが、利用者ばかりでなく依頼先負担のタイプなど幅広い。事業目的は民間では直接的な住まいづくり支援が中心であるが、消費者教育、紛争処理も一部みられる。これらのタイプをとり混ぜ、特徴が異なる6事業を調査し、事業内容、利用傾向を広く捉えることが、課題を探る上で有用であると判断した。

調査対象6事業のタイプは表8の通り、A・B・Cはコンサルティングを柱とした事業を行い、実施事業、利用者側の費用負担が異なる。一方D・E・Fは、無料の依頼先紹介を柱とし、住宅雑誌発行、地域活性化を目的とするなどの特徴がある。

表8 調査対象のタイプと特徴

| 事業名 | 対象者                         | 形態                  | 目的       | 主な実施事業・特徴                               | 利用者の費用負担(個別相談) | 設立時期  |
|-----|-----------------------------|---------------------|----------|---|----------------|-------|
| A   | 事業統括本部長(常務取締役)              | 事務所型                | 住まいづくり支援 | コンサルティング(業者紹介含む)、セミナー、ウェブ情報提供           | 高額             | 2004年 |
| B   | 家づくりサポート担当者(プロセシググループ)広報担当者 | 事務所型<br>展示型<br>ウェブ型 | 住まいづくり支援 | コンサルティング(業者紹介含む)、セミナー、展示・ライブラリー、ウェブ情報提供 | 高額             | 1993年 |
| C   | 住生活事業部部長                    | 事務所型<br>展示型<br>ウェブ型 | 住まいづくり支援 | コンサルティング(安価)、セミナー、展示・ライブラリー             | 安価             | 2001年 |
| D   | 注文住宅相談カウンター事業企画チームリーダー      | 事務所型<br>ウェブ型        | 住まいづくり支援 | コンサルティング(業者紹介含む)、ウェブ情報提供、住宅関連誌発行        | 無料             | 2005年 |
| E   | 取締役                         | 事務所型<br>ウェブ型        | 住まいづくり支援 | マッチングサービス、セミナー、ウェブ情報提供                  | 無料             | 2000年 |
| F   | コンサルティング部相談担当主任             | 事務所型                | 住まいづくり支援 | マッチングサービス、自社鉄道沿線の活性化が目的                 | 無料             | 2010年 |

6. 個性に着目した民間事業の支援事業内容

調査により把握した各事業の実施状況、支援事業に関する意見等を表9に、また個別相談の利用傾向、収益構造を表10に整理した。

6.1 支援事業の認知度

表9の特徴・意見等の欄に示す通り、A・B・C・Eは自社もしくは支援事業全体の認知度が低いと捉えている。これは相談の内容やメリットが理解されていないことがひとつの要因であるとCは回答しており、特にコンサルティングの利用は難しい状況である。一方で依頼先紹介は、Dでの要望は高く、Eの利用者は増加傾向にある。また全体的に利用者拡大、事業の認知度向上を目的として、無料セミナーを位置づけていることも確認された。

6.2 支援事業の信頼性に対する取組み

表9特徴・意見等の欄に示すように、A・D・Eは事業の質、中立的立場が利用者にとって重要と捉えている。表10の収益構造にあるように、事業のコスト負担の構図は各事業により異なることが明らかになった。このコスト負担を含める依頼先との関係が不透明な事業が多く、これが不信任を招く一因であると指摘する事業者もある。対策として、図2に示すように支援事業本体の信頼性、提供する情報の信頼性を高める取り組みが行われている。

本体の信頼性確保の取り組みに関しては、相談・依頼先紹介を行う際の事業者自身の立ち位置や業者側への課金のシステムについて公開する事業は少ない。一方で、ウェブ上での積極的な情報公開を行う事業もある。ヒアリングからもこれらは信頼性の獲得のために行われていることがわかった。またCの回答からは、公正中立を保つために依頼先紹介を積極的に進めていないことが確認された。

表10 支援事業の利用状況・収益構造（抜粋）

| 個別相談の利用の傾向 |   | 収益構造   |         |         |  |
|------------|---|--|---------|---------|--|
| 運営団体・事業名   | 利用者タイプ                                    | 特徴   | 業者      |         | 特徴   |
|            |   |  | 利用者への課金 | 別事業での収益 |  |
| A          | 住まいづくりの初期段階に<br>住まないで低利用タイプ<br>住まいるが高いタイプ | ・平均で約2時間の利用<br>・家づくり失敗経験者が多い<br>・インターネットやセミナーが入り口になる場合が多い  | ○       | ○       | ・個別相談は、住生活エージェントとして<br>請負金額の一定割合をユーザーから<br>対価として得る<br>・セミナー 無料<br>・業者側への成功手数料は発生し<br>・ポータルサイト、フリーペーパーの広告収入が<br>収益の柱  |
| B          | 住まいづくりの初期段階に<br>住まないで低利用タイプ<br>住まいるが高いタイプ | ・意識レベルが高い人が利用<br>・家づくりを具体的に検討する<br>前段階の相談が全体の約半数に<br>増加している印象(サポート<br>利用を考慮する前の段階)                         | ○       | ○       | ・スタッフが丁寧に説明する場合(家づくり<br>サポートなどはユーザーに費用が発生<br>・スポット的業者紹介は入り口での<br>つまづきがないようサポートするため、<br>ユーザーは無償で、成約した場合に<br>業者へ協賛金が発生 |
| C          | 住まいづくりの初期段階に<br>住まないで低利用タイプ<br>住まいるが高いタイプ | ・男手がないなどで家づくりを<br>一人で進む者を得ない人<br>・背中を押してほしい人<br>・リーマンショック以降は住宅<br>一次取得者は減少                                 | ○       | ○       | ・住まいの計画書づくり2000円/約5時間<br>・法律・資金相談 無料/約60分<br>・セミナー 無料  |
| D          | 住まいづくりの初期段階に<br>住まないで低利用タイプ<br>住まいるが高いタイプ | ・1時間半～2時間の利用が多い<br>・依頼先紹介が多い<br>・専門家に専中を押しつけてほしい<br>タイプの利用者が多い(業者と<br>の面談を除く)<br>・住まいるが低いタイプ<br>のある積極度も少ない | ×       | ○       | ・セミナー 無料<br>・エンドユーザーへの課金は考えていない<br>・リフォームの相談カウンターは新築と同じ<br>仕組みではビジネスとしては難しい  |
| E          | 住まいづくりの初期段階に<br>住まないで低利用タイプ<br>住まいるが高いタイプ | ・具体的な依頼先を探して<br>いる人<br>・家づくりは積極的な人が多い<br>・利用者数は増加傾向にある   | ×       | ○       | ・住宅に限らず情報・サービスに対する<br>価値はなかなか認められない<br>・セミナー 無料<br>・建築家へは成約の場合に監理料の12%の<br>手数料が発生<br>・成約の場合、工務店へ紹介手数料発生              |
| F          | 住まいづくりの初期段階に<br>住まないで低利用タイプ<br>住まいるが高いタイプ | ・住まいや住宅に興味がない通<br>りかかりの立ち寄り客が大半<br>・利用者数の増減傾向はない   | ×       | ○       | ・個別相談の有料化は難しいと考える<br>・法律相談などを除き基本的にはユーザー<br>への費用負担なし   |

注 ヒアリングもしくはウェブ情報により把握した主な実施状況を記載  
利用者タイプでは ○:主な利用者に該当する場合、空欄:主な利用者ではない場合(利用者なしではない)  
収益構造では ○:費用発生があることを把握した場合、×:特殊なケースを除き費用発生がないことを確認した場合  
空欄:費用発生を未確認の場合

表9 事業の実施状況および支援事業に関する意見（抜粋）

| 運営団体・事業名 | 双方向型支援  |  |  |           |  |                                  | 特徴・意見等           |  |
|----------|---|--|--|-----------|--|----------------------------------|------------------|--|
|          | セミナー  | 個別相談(面談・メール・電話)                                    |  |           |  |                                  |                  |  |
| A        | ・コンサルティングを普及<br>させってもらうための<br>1つの方法として実施                                  | 資金計画<br>住まいづくり<br>の初期段階                            | マッチング<br>サービス<br>の初期段階                                   | 手話の<br>利用 | コン<br>コ<br>ン<br>サ<br>ル<br>テ<br>ィ<br>ン<br>グ | 契約<br>成<br>立<br>後<br>の<br>課<br>金 | トラブル<br>解決       | ・支援事業全体の認知度は高まっていない<br>・コンサルティング費用はユーザーに発生<br>・依頼先紹介の成功報酬をユーザーに明確にしない事業があることは大きな問題と捉えている   |
| B        | ・2か月1クールで25項目<br>の講座がある<br>・色々な人に気づきかけ<br>、広く多くの人に<br>知ってもらうための教育<br>のひとつ | 住まいの計画書<br>づくりが事業の主<br>(金3回約5時間)<br>資金・法律相談<br>も実施 | ハウスメーカー・設計事務<br>所の紹介要望が高い<br>ことから始めたが<br>積極的には行っ<br>ていない |           |  |                                  | 処理セ<br>ンター<br>紹介 | ・設立当初の理念は住宅環境の底上げ<br>・支援事業の認知度は低い(自社の)知名度も低い<br>(スポット的な)個別相談は知識を与える教育的側面、相談相手としての側面がある<br>・一連のコンサルティングのサポートは、家の完成までの仕組みづくり<br>・スタンスは、自己責任をとれるための考え方を教える自分ではじめるためのサポート<br>・スポット的な依頼先紹介を除く個別相談は有償で実施<br>・意識の高い人だけでなく、ユーザーを広げていきたい<br>・新生活戸数の減少しており、リフォームを意欲が高まること(エンドユーザーの底上げ)を期待している  |
| C        | ・事業を知って使ってもら<br>うための1つとして実施   | 住まいの計画書<br>づくりが事業の主<br>(金3回約5時間)<br>資金・法律相談<br>も実施 | ハウスメーカー・設計事務<br>所の紹介要望が高い<br>ことから始めたが<br>積極的には行っ<br>ていない |           |  |                                  | 処理セ<br>ンター<br>紹介 | ・(自社)サービスの認知度は一般に広まっていない<br>・いいストックをどれだけ運ぶかが必要であり、建築家が満足できる住まいづくりを手伝いたい<br>・住まいの計画書づくりサービスを主とする<br>・個別相談単独ではビジネスとして成り立たせるのは難しい<br>・個別相談は手間がかかる上に内容が理解されずおらず、利用・認知が一般に広まることは難しい<br>・ハウスメーカーではプラン作成まで無料でやっている、これとの違いは一見わからない<br>・新築戸数が減少しており、リフォームを意欲が高まること(エンドユーザーの底上げ)を期待している        |
| D        | ・個別相談のプロモーション<br>の一環として実施   | 住まいの計画書<br>づくりが事業の主<br>(金3回約5時間)<br>資金・法律相談<br>も実施 | ハウスメーカー・設計事務<br>所の紹介要望が高い<br>ことから始めたが<br>積極的には行っ<br>ていない |           |  |                                  | 処理セ<br>ンター<br>紹介 | ・中立的立場から相談を行い依頼先を紹介、成約時に依頼先から手数料を受け取るビジネス<br>・ベストマッチング、中立的立場が重要で、アドバイザーの信頼度は不可欠<br>・依頼先紹介の要望は高い<br>・各店舗で約50～100社の登録会社がある<br>・設計事務所は契約金額の5%の成功報酬支払いが難しく、現在は扱っていない<br>・成約後の相談には対処するがサービスメニューとしてはない   |
| E        | ・家づくりの初期段階に<br>おける知識の補助   | 住まいの計画書<br>づくりが事業の主<br>(金3回約5時間)<br>資金・法律相談<br>も実施 | ハウスメーカー・設計事務<br>所の紹介要望が高い<br>ことから始めたが<br>積極的には行っ<br>ていない |           |  |                                  | 処理セ<br>ンター<br>紹介 | ・成約は設立から約10年で900件<br>・建築家へ成約の場合に監理料の12%の手数料発生<br>・ユーザーへの費用発生なし<br>・建築計画には直接タッチしないが、契約成立後もサポート体制あり<br>・支援事業の認知度・利用率が低いのは、支援側の品質が問題。透明性・中立的立場に対する<br>姿勢は(利用者から)理解される   |
| F        | ・個別相談を使ってもら<br>うために実施<br>(保険コンサルティング<br>、防犯セミナーなど)<br>・どんどん行ってきたい         | 住まいの計画書<br>づくりが事業の主<br>(金3回約5時間)<br>資金・法律相談<br>も実施 | ハウスメーカー・設計事務<br>所の紹介要望が高い<br>ことから始めたが<br>積極的には行っ<br>ていない |           |  |                                  | 処理セ<br>ンター<br>紹介 | ・自社の執業継続の旨の活性化が目的(地域性が高い)で、駅に相談窓口を設置<br>・町の活性化のための相談窓口は理解され易い<br>・事業の認知度は高まっている<br>・実績、透明性、事例紹介(成功・失敗)が信頼につながる<br>・目的その他、住宅に興味のない人に気づいてもらうことを考えている<br>・住まいと暮らし関連全般がサービスの対象で、個別相談が一番の強み<br>・登録業者に登録料と成功報酬が発生<br>・法律相談などを除き基本的にはユーザーへの費用負担なし<br>・高齢者(駅利用頻度が低い)宅を直接訪問して利用を促進しようとする流れがある |

注 ヒアリングもしくはウェブ情報により把握した主な実施状況を記載 ×:実施なし □:主なサービスの範囲 □:消極的に実施もしくは利用率が低いサービスの範囲

A・Fからは、信頼性は実績が最も重要であること、また大手企業のブランド名が支援事業全体の認知度・信頼性の獲得に役立っていることが明らかになった。

提供する情報の信頼性の取り組みでは、依頼先検索・紹介の質を明示するために、登録業者情報、登録の選定基準などを公開していることが見て取れる。また相談員の質の確保、相談などの事例公開により信頼性を獲得しているとの回答も得られた。これら表9特徴・意見等の欄に記載の活動状況の具体例、および各事業のウェブ情報を整理すると、図2のように分類できる。明確な基準設定による質の確保、情報開示による透明性の確保を行っていることがわかった。

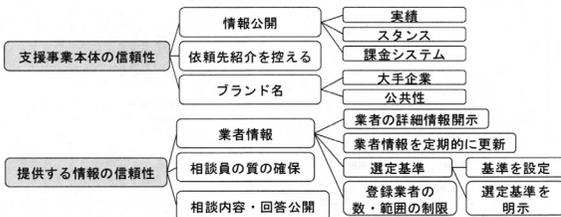


図2 支援事業の信頼性を高める取組み

### 6.3 利用者の3タイプ

表10の個別相談特徴欄に示す利用者情報からは、利用者タイプは事業ごとに特徴がみられる。また、ウェブ掲載の住宅相談事例ではトラブル対応が多数を占める事業も多い。これから現段階までの利用者タイプを分類すると、図3の3タイプに整理できる。住まいづくりへのモチベーションが高いタイプ、住まいづくりの問題を抱えるタイプ、住まいに関する問題意識が低い多数派と思われるタイプである。高いモチベーションタイプは要因により、こだわり型、失敗経験型、単独担当型、専門家への依存型の4種類に分類できる。ヒアリングからは、この高いモチベーションタイプが現在の民間事業の主な利用者であり、問題意識が低いタイプが利用する事業は一部のみであることが明らかになった。

民間事業利用者の中でも、事業ごとに住まいづくりの段階、利用の目的、意識などに偏りがあることが明らかになった。このことから、今後利用者タイプは、多様な要望への支援事業の対応を解明する上で1つの判断材料となると思われる。さらに、支援事業利用に至らない幅広い消費者の潜在的要望究明が支援事業の課題を見出す糸口となり得る。したがって、住まいづくりへの問題意識が低い多数派の動向へも目を向けていく必要がある。

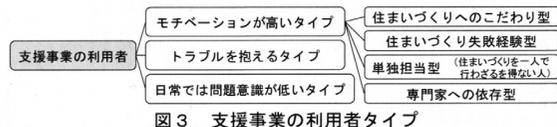


図3 支援事業の利用者タイプ

### 6.4 コンサルティング、依頼先紹介を主とする事業

コンサルティングを主とするA・B・Cは、利用者が費用を負担し、依頼先紹介には必ずしも結びつかない幅広い個別相談を行っている。しかし、このタイプのニーズは高いとはいえず、表10の収益構造欄に記載のように、3事業とも別事業による収益を主としている。

一方で、D・Eは依頼先紹介が事業の中心である。Fも含め、依頼先側に成功報酬などが発生し、利用者への費用負担は大きいと捉え

ている。依頼先紹介に付随するコンサルティングは、紹介希望者が対象であり、相談範囲が狭い傾向がある。依頼先紹介の要望は高く、無料セミナーからの利用割合も高いことがわかる。

### 7. おわりに

建築主が個性性の高い情報・支援を求めているのに対し、支援事業概要調査からは、これに対応する事業は主に民間によるコンサルティングであり、多くが高額である現状が明らかになった。このコンサルティングを含む個性性の高い支援を行う民間事業に着目したヒアリング調査を通して、利用の状況、事業の現状把握を行った。その結果、個性性の高い事業の利用者は、住まいづくりへのモチベーションが高い一部の層に限られ、問題意識が低い多数派へは、支援事業の利用が浸透していない現状が明らかになった。これらの対策として、民間では支援事業本体や提供する情報の信頼性を高める取り組みとともに、利用者への費用負担なしでのコンサルティング・依頼先紹介を可能とするシステム構築などの試みがなされている。しかし利用者層の拡大には至っておらず、利用に至らない消費者層へのさらなる働きかけが必要であることが確認できた。

今後、支援が有効かつ適切に機能するには、質の高い支援とともに、現状での建築主ニーズに即した支援の取り組みが必要である。

### 謝辞

本研究の調査にあたり、民間支援事業の関係各位には多大な御協力をいただいた。末筆ながら記して深く謝意を表す。

### 参考文献

- 古川洋子, 平田京子, 石川孝重: 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—, 日本建築学会関東支部 2010 年度研究発表会研究報告集 II, pp. 439~442, 2011. 3
- 古川洋子, 平田京子, 石川孝重: 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2 ヒアリングに基づく民間支援事業調査—, 日本建築学会関東支部 2010 年度研究発表会研究報告集 II, pp. 443~446, 2011. 3
- 眞方山美穂, 有川智, 小島隆矢: 住宅取得における消費者支援に関する研究その1, 日本建築学会大会学術講演梗概集 F-1(東北), pp. 1295~1296, 2009. 8
- 西岡恵美子, 横田隆司, 吉村英祐, 飯田匡: 個人の住宅管理を支援する市民活動団体の活動の実態—大阪府課下で活動する団体を対象として—, 日本建築学会計画系論文集, 第 615 号, pp. 165~172, 2007. 5
- 妹尾理子, 平井なか: 生活協同組合における学習支援活動の現状と課題—成人教育としての住教育に関する研究—, 日本建築学会大会学術講演梗概集 F-1(近畿), pp. 1481~1482, 2005. 9
- 妹尾理子, 小林文香: インターネット建築相談の現状から見る住情報提供のあり方に関する研究その1~2, 日本建築学会大会学術講演梗概集 F-1(九州), pp. 1343~1344, 2007. 8
- 小林文香, 妹尾理子: 住まいづくりに取り組む生活者が求める住情報に関する研究—住まいづくり経験者に対する聞き取り調査から—, 日本建築学会大会学術講演梗概集 F-1(中国), pp. 1495~1496, 2008. 9
- 日経 BP 社: 日経ホームビルダー 建て主 1187 人のプロ探し, 2009. 5
- 扶桑社: 住まいの設計, 2008. 11~12
- 扶桑社: 自分らしい家 2~6 号, 2004. 11~2007. 4
- 新建新聞社: 新建ハウジング, 2008. 7~2009. 8
- 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/>等, 2009. 10~11

[2011 年 10 月 19 日原稿受理 2011 年 12 月 13 日採用決定]