

住宅における循環型社会実現のための消費者意識の向上に関する研究 —インターネットによる啓発手法の提案とその有効性—

正会員 ○ 辻野真貴子*1

正会員 平田 京子*2

サステイナブル 注意識 消費者教育
循環型社会 啓発ツール インターネット

§ 1 はじめに

既報¹⁾において、ストック循環型の住宅社会に対する消費者意識について調査し、それらを類型化する試みを行ったが、日本人に根づく新築住宅への欲求は強いものがあり、今後、既存住宅を社会全体で住み継いでいくことの重要性を消費者の意識に浸透させるために「啓発活動」の必要性が考察された。本報では、インターネットを媒体に、消費者に対してストック循環型社会の必要性を訴える啓発プログラムを作成し、サンプリング調査を行った結果から、その有効性について報告する。

§ 2 消費者啓発プログラムの作成

2. 1 啓発手法のテーマとツールの選択

現代の消費者啓発においては、時間的な制約を嫌ったり、画一的なものではすぐに飽きられる傾向にある。そこで、「多様な個人に対応できる啓発」をテーマとして、WEBページによる啓発プログラムの作成を行った。

啓発ツールとしてインターネットメディアを採用する利点については、第一に本プログラムのテーマである「個人対応が可能であること」が挙げられる。消費者啓発の手法としては、双方向での意思疎通が可能である「一対一」での会話形式が最も適していると考えられるが、この形式では時間的・場所的な制約が大きく、多数に向けた情報発信は難しい。また、啓発手法として一般的な講演会方式では、多数に向けた情報発信が可能な反面、個人に対応できないという問題点を孕んでいる。しかし、インターネットというツールを選択することで、

場所的・時間的制約の少ない中で不特定多数に発信しながら、個人の思考傾向に対応し、ある程度の双方向性を保つことが可能になると考えられる。加えて、動画・音声等により消費者の興味を高められること、消費者自身が必要な情報を拾取選択することができること等の点も合わせ、啓発ツールとして有効であると考えた。

2. 2 プログラムの全体構成

プログラムの全体構成を図1に示す。本プログラムは大別して、(1)タイプを判別するためのアンケート、(2)タイプ別の解説(情報提供)ビデオの2つからなる。

前回調査の結果¹⁾から、消費者の注意識が、

- ・ タイプ1：住み継ぎ意識・行動への意欲が共に高い
- ・ タイプ2：住み継ぎ意識はあるが行動が伴わない
- ・ タイプ3：新築住宅への欲求が強い

の3タイプに分類できることが分かっており、こうした異なる住宅志向をもつ人それぞれに応じた啓発を行うために、プログラムの最初にタイプ判別のためのアンケート7問を行うことにした。アンケートが終了すると、即時に類型結果を示す画面を表示させ、それぞれの評価タイプごとの解説ページに分岐して進むようになっている。

解説ビデオは、図1の③に示すような、左上部分に音声付きの動画映像を組み込み、右側のテキスト画面を連動させて動かすVOD(Video on Demand)方式である。所要時間は、タイプ1：24分、タイプ2：20分、タイプ3：8分であり、意識・嗜好が高いほど長く詳細に、低いほど短く簡潔に構成した。住み継ぎ意識の高いタイプ1には

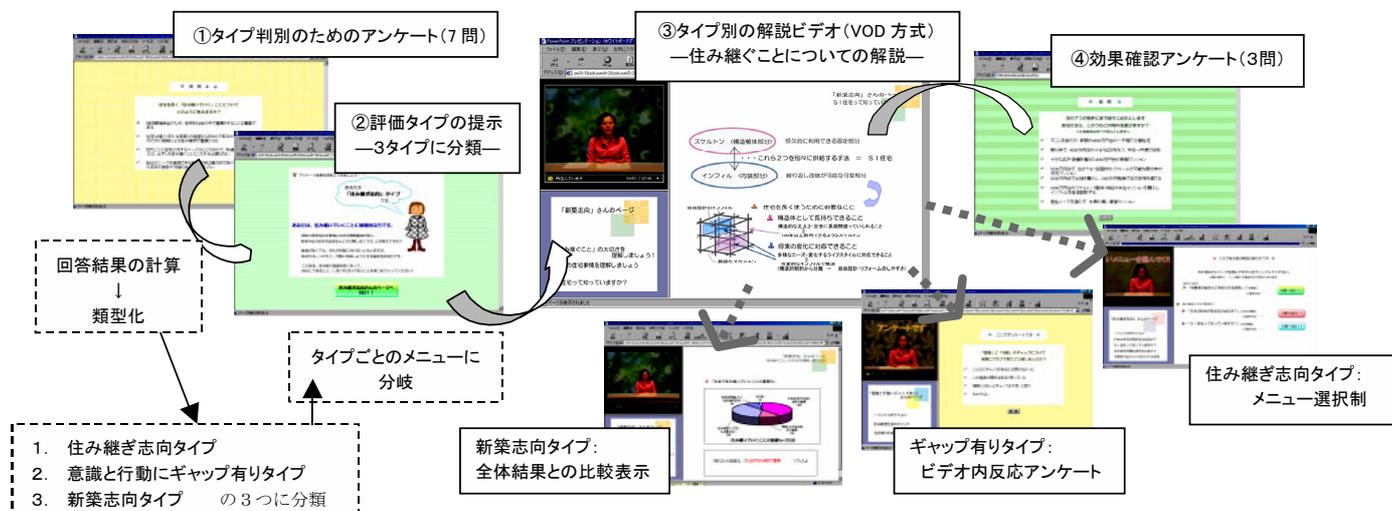


図1 プログラムの構成

Improvement in Consumer Mind for Realizing Recycling-based Society on Houses

— A Proposal of the Educational Method by Internet and Its Effectiveness — TSUJINO Makiko and HIRATA Kyoko

より詳しい情報の提供、行動の伴わないタイプ2には住み継ぐことで得られるメリット、新築志向のタイプ3には現在の状況の問題点を語る内容となっている。

また、8～24分という長時間に対し、ユーザーを飽きさせないための工夫を、以下に示すタイプごとに施した。

・ **タイプ1** —メニューの自由選択制

住み継ぎ意識・行動への意欲が共に高いタイプ1には、興味のあるテーマについてより深い知識が得られることを目的に、3つのメニューを自由選択するシステムを採っている。3つすべてを選択した場合に24分となり、一部選択することにより、時間的負荷の軽減を図っている。

・ **タイプ2** —ビデオ内反応アンケート

タイプ2では、ビデオ中にアンケートを組み込むという形式を採っている。1つのテーマについての解説が終了すると、その解説内容への反応や感想を問うアンケートに回答する。20分のビデオ中に5箇所のアンケートを設け、回答者の気分転換を図ると共に、解説に対する理解度や意見の調査を試みている。

・ **タイプ3** —自分の回答と全体結果との比較

新築志向のタイプ3には、判別アンケートの問題「社会で住み継いでいくことへの意識」の回答結果を、全体の集計結果と比較させて再表示させる。これにより、回答者が全体における自分の位置を知ることができ、意識啓発を促すきっかけとなる。

タイプ1・2については、ビデオをただ見続ける状態ではなく、途中でパソコン操作をさせる仕掛けをすることで、気分転換になる要素をもたせている。この啓発ビデオの後に、啓発効果を問うアンケート3問があり、プログラムは終了となる。全体で30分程度となっている。

§ 3 啓発プログラムのサンプリング調査

作成したプログラムに対するサンプリング調査を、2002年9月～2003年1月に、一般消費者46名に対して実施した。対象者にプログラムを試行させた後に、啓発手法としての有効性と意識啓発の効果を問うアンケートに回答させる形式で行い、うち9人についてはヒアリング調査も合わせて実施し、より詳細な意見を得た。

3.1 啓発手法としての有効性

作成時に想定した、インターネットツールの妥当性、「アンケート+解説」形式の効果などの、啓発手法としての有効性について得た評価をまとめたのが表1である。

プログラムのコンセプトは一律に「効果的である」との評価を得、制作側の意図が回答者側に伝わる形となっている。「啓発」という、消費者にとってはやや重く仰々しいものが、インターネットという身近な道具を使って「参加」しながら「手軽」にできるという点に高い評価を得たといえる。

指摘を受けた点は時間的な問題が最も多く、30分を越

表1 プログラムに対する評価

＜評価できる点＞	＜改善すべき点＞
① 手法としての斬新さ・目新しさ →アンケート+解説ビデオ、アンケート+タイプ評価のかたちが興味深い →音声・動画を使った解説が新しい	① 時間がかりすぎる(とくに解説ビデオ) →全体で15～20分が許容範囲か ② 解説ビデオをより具体的に分かりやすく →全体的に散漫でインパクトに欠ける
② インターネットを使った手軽さ →時間的・場所的な制約が少ない →回答者側に直接リアクションが戻ってくる →効果が個別対応・双方向性	③ 効果確認アンケートは必要か →同じ設問を繰り返されることに違和感(反復することが興味深いとの意見もある) ④ 解説では、見る側に操作機能を与えるべき →巻戻し・早送り機能・メニューの選択制など →全体の中の現在地表示があると親切
③ 「参加型」であることが飽きさせない	
④ 難易度が操作・内容とも問題ない	

えることには苦痛感が伴うため、とくに解説ビデオの短縮化と内容の簡素化を図る必要があるとされた。ユーザーの「飽き」を防ぐ工夫については、それぞれの手法は効果的とされたが全体としてはまだ不十分であり、より多くの工夫を仕掛け、「参加」の度合いを上げていくことが時間的な負荷を低減することにつながると考えられる。

3.2 意識啓発の効果

意識変化の有無やその度合いを定量的に測ることは難しいため、プログラム内の効果確認アンケートで冒頭のアンケートと同じ設問を反復し、その回答の変化を見たところ、35%の回答者が住み継ぎ志向側へと考え方をシフトさせた結果となった(表2)。また、図2に示す消費

表2 意識啓発の効果

効果確認アンケート	タイプ判別アンケート				総計
	社会的住み継ぎが重要	相続での住み継ぎが重要	住み継ぎにこだわる必要はない	住み継ぎたくない	
社会的住み継ぎが重要	14	2	7	2	25
相続での住み継ぎが重要		4	1		5
住み継ぎにこだわる必要はない			12	4	16
総計	14	6	20	6	46

□□□□ : 意識が向上した人

者自身の意識変化に対する自覚についても、「少し変わった」とした人が44%を占めており、プログラムによって消費者意識に何らかの働きかけができたと評価することができる。

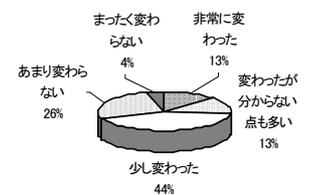


図2 啓発効果に対する自覚 (n=46)

§ 4 おわりに

現段階では、本プログラムが、住宅の社会循環化に向けた消費者に対する即効的な解決策にはなりえていないが、住み継ぐことについて考える機会やきっかけを与えたという意味で、消費者啓発の第一段階となったと考えている。

WEBページによる啓発プログラムの作成にあたっては、日本女子大学「生涯学習総合センター(LCC)」の協力を得た。アンケート協力者各位とともに謝意を表す。

【引用文献】

1) 辻野真貴子, 平田京子: 住宅における循環型社会の実現に向けた消費者意識の向上に関する研究—消費者意識の類型化とそれを反映した啓発手法の提案, 日本建築学会大会学術講演梗概集(北陸)(建築経済・住宅問題), pp.1201～1202, 2002年9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 助教授・博士(学術)

*1 Graduate Student, Division of Housing and Architecture, Japan Women's Univ.

*2 Assoc. Prof. Dept. of Housing and Architecture, Japan Women's Univ., Ph.D.