

## 科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成25年 6月 6日現在

機関番号：82105

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：2010～2012

課題番号：22510052

研究課題名（和文） 木造住宅市場における消費者の満足度向上のための「情報の非対称性」の解明

研究課題名（英文） Analysis of asymmetric information and consumer satisfaction in wooden housing market

研究代表者

宮本 基杖 (MIYAMOTO MOTOE)

独立行政法人森林総合研究所・北海道支所・チーム長

研究者番号：60343779

研究成果の概要（和文）：

木造住宅市場における消費者満足度と情報の関係について、住宅購入者と住宅供給者へのアンケート調査（札幌市、つくば市）をもとに検討した結果、消費者が住宅に関する情報を十分に持つことが、満足のいく住宅づくりにつながることを明らかにした。さらに、住宅購入において消費者が直面する情報の問題として、(1)限られた情報収集方法、(2)情報源の多くが住宅供給者、(3)中立・客観的な情報の不足を指摘した。住宅市場の情報の問題を解消することが、住宅満足度を向上させ住宅市場を活性化させる可能性を示した。

研究成果の概要（英文）：

We examined the relationships between information and consumer satisfaction in wooden housing market, based on questionnaire survey for consumers and suppliers in Tsukuba and Sapporo. The results indicate that when consumers have enough information about housing, they tend to be satisfied with their housing. Furthermore, as problems of information that consumers face in housing market, this study shows the following three points. (1) methods to collect information are limited, (2) most of information source is housing suppliers, (3) neutral and objective information are very few. The findings suggest that solving the problems of the information in the wooden housing market would improve the consumer satisfaction and also activate the housing market.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2010年度	900,000	270,000	1,170,000
2011年度	700,000	210,000	910,000
2012年度	500,000	150,000	650,000
年度			
年度			
総計	2,100,000	630,000	2,730,000

研究分野：総合領域

科研費の分科・細目：環境学・環境影響評価・環境政策

キーワード：住宅満足度、情報の非対称性、施工者、消費者

## 1. 研究開始当初の背景

木造住宅の増加・長寿命化は地球環境保全に有効な方策である。しかし住宅取得希望者の多くが木造住宅を希望しながら、最終的に

はその過半数以上が非木造で建築された住宅を選択している。また木造住宅の寿命は先進国中で最低水準の30年程度と言う現状にある。これを裏返せば、従来の木造住宅や木

造住宅産業に対する不安・不満が現実には必ずしも小さくないことを意味する。従って木造住宅に対する支持を獲得するには、木造住宅に関する情報を消費者に発信することのみならず、木造住宅を取得した消費者が高い満足度を獲得することが重要である。

現在、我が国では様々な木造住宅が市場にあり、消費者に豊富な選択肢が提供されているものの、情報が氾濫し、消費者にとって有効な情報の選別が難しい。住宅の場合は他の財と異なり、「情報の非対称性」の問題が大きいと指摘される。消費者と住宅供給者の情報格差により、住宅寿命が短命に終わり、消費者の満足も得られにくい傾向がみられる。

これまでの報告では消費者と施工者の持つ情報の質・量のギャップに着目した研究は皆無であった。この「情報の非対称性」の現状を念頭に置いた上で、消費者の住宅満足度の向上を図るには、消費者と施工者との間に存在する「情報の非対称性」を検証する必要がある。

## 2. 研究の目的

本研究は、木造住宅市場における消費者と施工者の「情報の非対称性」を検証し、消費者の住宅満足度と情報の関係を明らかにすることを目的とする。

消費者と施工者の双方における情報の有り様、その伝達の仕方、その取り方、そして活かし方という視点により、「情報の非対称性」として定量的・定性的に客観的に捉え、その改善方策を明らかにする。それは消費者の満足度の決定要因を解明することでもあり、それにより住宅の長寿命化へと結びつく。

## 3. 研究の方法

つくば市と札幌市（周辺地域含む）において、住宅購入者へのアンケート調査と住宅供給者への聞き取りおよびアンケート調査を実施した。アンケート調査の実施方法は下記のとおりである。

### (1) 住宅購入者へのアンケート調査

①つくば市周辺の新興住宅地において、一戸建て住宅 1300 世帯に対して、調査票を配布し、199 世帯から回答を得た。

②札幌市周辺の住宅購入者（過去 10 年以内に新築住宅購入）を対象にインターネットによるアンケート調査を実施し、409 人から回答を得た。

### (2) 住宅供給者へのアンケート調査

木造住宅建築を行う施工者（大工工務店、ハウスメーカー、設計事務所）を札幌市 80 社、つくば市 40 社、計 120 社に対して、電話によるアンケート調査を実施した。

## 4. 研究成果

### (1) 住宅購入者の契約の決め手と情報収集

## 方法

住宅を購入するにあたり契約の決め手となった項目を尋ねたところ、1位 住宅見学、2位 営業マン、3位 建築費であった。住宅購入にあたり消費者の情報収集方法として多くあげられた項目は、1位 住宅見学、2位 営業マン、3位 インターネットである。そのうち有効だった方法としては、情報収集方法と同じく、住宅見学、営業マン、インターネットの順で多い結果となった。

さらに、情報収集方法の中で有効性が高い項目は住宅見学と営業マンであり、インターネットや住宅購入希望者向けの雑誌・書籍の有効性は比較的低い。

### (2) 住宅購入者の満足度と情報の関係

住宅満足度別に、住宅自体の情報、消費者の情報収集、住宅供給者の情報提供を比較し、どの要素が住宅満足度に影響したのかを検討したところ、木造住宅を購入した世帯の中で、所有する住宅の木造工法が分からない「不明」と答えた人は満足度が低いという結果が得られた。住宅の最も基本となる工法について知ることが、満足度のいく住宅づくりにつながると思われる。

また、注文住宅の方が建売より満足度が高い傾向も示された。注文住宅の方が消費者のニーズを反映しやすいためだろう。

住宅購入にあたり契約の決め手となった項目を満足度別に比較すると、満足度の高い人ほど決め手となった項目が多い。

さらに、決め手となった項目にも違いがあり、満足度の高い人は住宅見学と営業マンが主要な決め手であるのに対して、満足度の低い人は建築費が最大の決め手となっている。

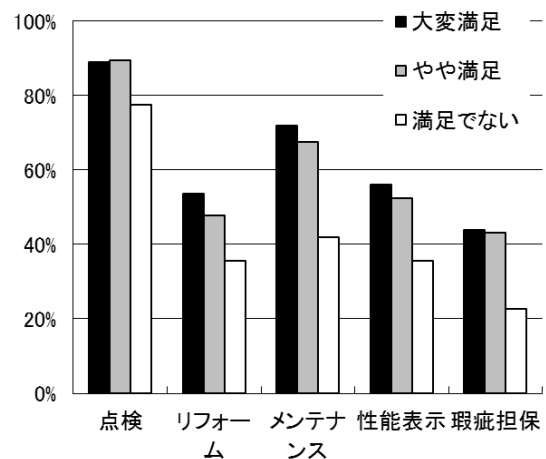


図1 引き渡しまでに説明があった事項（住宅満足度別）

住宅供給者から、点検、メンテナンス、リフォーム、瑕疵担保などの説明を受けている

かを満足度別にみると、いずれの項目も満足度の高い人は説明を受けた割合が高い（図1）。

(3) 満足度の高い住宅づくりに有効な情報収集方法

消費者が満足度のいく住宅づくりに有効な情報収集方法として、次の4点が明らかになった。

①最も有効な情報収集方法は、住宅見学と営業マンである（図2）。

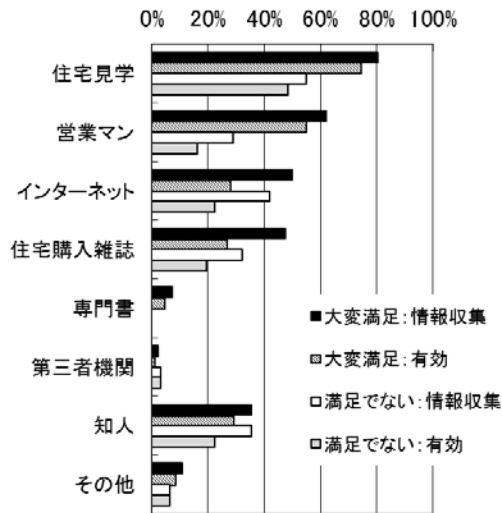


図2 情報収集方法と有効な方法（住宅満足度別）

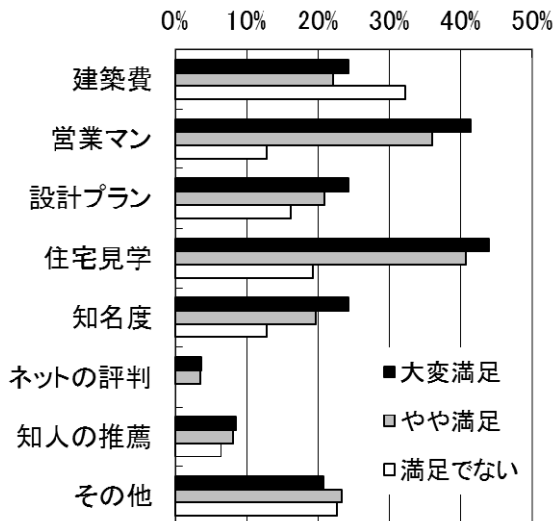


図3 契約の決め手（住宅満足度別）

②住宅の基本的な情報（工法など）を含む多くの種類の情報を収集する。

③契約の決め手として建築費だけでなく住

宅見学や営業マンを含む複数の項目を検討する（図3）。

④納得のいく情報を提供する住宅供給者を選択する。

以上の4点が、消費者の住宅満足度を向上させることを示した。

(4) 住宅購入時に消費者が直面する情報の問題

住宅市場において消費者が直面する問題として次の三点が示された。

①住宅購入において消費者の情報収集方法が限られている（住宅見学、営業マン、インターネット、住宅購入雑誌など）。

②限られた情報の主要なものは住宅供給者の提供するものであり、しかも住宅供給者によって提供情報の質と量にばらつきがある。

③中立・客観的な情報源が不足している。インターネットや雑誌・書籍は中立だが、有効性はそれほど高くない。消費者が信頼して利用できる中立・客観的な情報発信の少ない状況が明らかになった。

(5) 住宅供給者の把握する情報

住宅供給者へのアンケート調査から、住宅供給者が木材や木質建材の情報を必要と考えていない実態が示された。顧客ニーズを高めるために必要な項目として、「顧客とのコミュニケーション能力の向上」を重視し、住宅自体に関する項目は住宅性能以外あまり重視していないなど、住宅供給者が把握し消費者に提供できる情報が必ずしも十分とはいえないことが示された。

(6) まとめ

住宅購入において消費者は中立・客観的な情報源が不足しているため、住宅供給者の提供する情報に多くを依存している。

消費者が、住宅の工法・建材など基本的なことを含めて十分な情報を持って住宅市場に参画していくなら、住宅市場に消費者のニーズが反映されるようになり、それは消費者にとって満足度のいく住宅づくりにつながるとともに、住宅や部材の質の向上にもつながり、適正な住宅市場の形成に寄与すると考えられる。そのためには、消費者が住宅や住宅供給者について十分な情報を得られるような仕組みを構築する必要がある。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕（計4件）

- ① 宮本基杖、住宅にもっと地域材を使ってもらうには、季刊森林総研、査読無、20、2013、pp.7-9  
[http://www. ffpri. affrc. go. jp/pubs/ki](http://www.ffpri.affrc.go.jp/pubs/ki)

kan/

- ② 宮本基杖、国産材拡大策は地域材利用の枠組みづくり、AFC フォーラム（日本政策金融公庫発行）、査読無、2012年2月号、2012、pp. 11-14  
<http://www.jfc.go.jp/n/findings/publish.html>
- ③ 宮本基杖・立花敏・青井秀樹、住宅市場における消費者の満足度向上と情報の関係—秋田県とつくば市のアンケート調査から、木材情報、査読無、244、2011、pp. 11-17
- ④ 立花敏・青井秀樹・宮本基杖、住宅市場における非対称性情報の存在と取引への影響、木材工業、査読有、65(4)、2010、pp. 156-161

〔学会発表〕（計2件）

- ① 立花敏（発表）・宮本基杖・青井秀樹、住宅供給者における情報の役割に関する研究：札幌市とつくば市の施工業者を対象にして、第124回日本森林学会大会、2013年3月27日、岩手大学（盛岡市）
- ② 宮本基杖（発表）・立花敏・青井秀樹、住宅市場における消費者の満足度向上と情報の関係、林業経済学会2011年秋季大会、2011年11月12日、信州大学（長野県上伊那郡）

〔図書〕（計1件）

- ① 宮本基杖、日本林業調査会、第10章第2節 住宅産業の動向『改訂森林・林業・木材産業の将来予測—データ・理論・シミュレーション（森林総合研究所編）』、2012、pp. 223-229

## 6. 研究組織

### (1) 研究代表者

宮本 基杖 (MIYAMOTO MOTOE)  
森林総合研究所・北海道支所・チーム長  
研究者番号：60343779

青井 秀樹 (AOI HIDEKI)  
森林総合研究所・構造利用研究領域・主任研究員 (H22)  
研究者番号：30353551  
(H22年11月まで研究代表者)

### (2) 研究分担者

立花 敏 (TACHIBANA SATOSHI)  
筑波大学生命環境系・准教授  
研究者番号：50282695