

# 地方戸建住宅居住者の住宅選択行動に関する研究(第1報)

## － 新築戸建住宅取得者の施工業者選択 －

渥美正子・新田米子

### 1. 緒言

近年、地方部にも大手住宅産業が進出し「商品化」住宅が増えてきたことにより、住宅の全国的な画一化が進行し、地域性継承の重要性や地元大工・工務店の独自性が見失なわれていくものと危惧される。松村<sup>1)</sup>は、住宅生産の全体像は、大工・工務店による木造住宅一色であった1960年代前半から、わずか30年余りの間に激しく変化し、その中での大工・工務店の位置づけは想像以上に変化していると、指摘している。

東海3県(岐阜・愛知・三重)においても、住宅金融公庫の融資を受けた新築注文戸建住宅について工法別割合の推移<sup>2)</sup>を見ると、在来木造は1993年に63.0%占めていたが、1998年には47.5%まで減少している。一方、プレハブ・ツーバイフォーは36.9%から47.6%に増加し大手メーカー型住宅の増加を物語っている。その後、若干ではあるが在来木造回復の兆しがみられ、2001年には在来木造が55.8%、プレハブ・ツーバイフォーが44.0%となっている。居住者の住宅選択行動においても、そもそも住宅の構造や工法にこだわりをもたない居住者が多くなっている。<sup>3)</sup> こうした背景には、洋風化の進展や共通の住宅部品・材料が全国的に流通するようになってきたことにより、外観からはもはや工法・構造の特性が現れにくくなっていることも1つの要因と言えよう。

在来木造住宅供給の主役を担っている地域の工務店・大工は、現在様々な課題をかかえているが、大手住宅メーカーは住み手のニーズを反映した新規商品開発を行うことで消費者の購買意欲を高め供給量を伸ばしている。今後住み手がプレハブメーカーを代表とする大手メーカーの住宅を選択する傾向はより強まっていくものと想定される。しかしながら一方で、住宅建材が健康に及ぼす悪影響が社会問題化し、伝統的な自然材が改めて評価されている。さらに、住生活様式における「和」への回帰、循環型社会への関心の高まりを背景に伝統的住み方や日本の建築文化を見直そうという動きもみられる。本来、こうした傾向には、在来木造住宅建設を中心に取り組む地域の工務店・大工が積極的に対応すべきであろう。秋山<sup>4)</sup>は、住宅建築は地域の風土・生活・慣習を理解した主体が、地域産出材を利用して行うことが、地域経済振興のうえでも重要であることを指摘している。特に、東海3県には有数の木材生産地があり、住宅金融公庫の調査<sup>5)</sup>によると、土台や柱に国産材を使用する比率や土壁を採用する比率が全国と比較して高いという結果も報告されており、全国的にも伝統的な様式を維持している地域と位置づけられる。そうした点からも、東海地域では地域の材料を積極的に用いて伝統文化を現在の居住者ニーズに見合うかたちで継承した住まいづくりを行っていくことの意義を居住者側・業者側双方が認識する必要があると考える。

こうした視点にたち、本研究は、東海地域居住者の住宅選択行動を施工業者選択に焦点をあてて、意識及び実態を明らかにすることにより、地方戸建住宅における住まいづくりの課題を探ることを目的とする。すなわち、住宅を新築しようとする居住者が、どのような業者に、どのようなことを期待して施工を依頼するのかを考察するものである。施工業者は、大手住宅メーカーと地元系建築業者に分類している。さらに、後者については、一般の地元大工・工務店に加えて、良質な県産材を使用して比較的安価な在来工法の木造住宅供給を目指す産直住宅業者<sup>9)</sup>も調査対象として設定した。

地方戸建住宅のあり方に関する既往研究としては、住宅平面における地域性や住まい方を明らかにした計画系の研究は数多くの蓄積がある。さらに、造り手側からの課題を考察した住宅生産・供給システムに関する研究<sup>7) 8)</sup>もある。しかし、地方居住者の住宅選択行動に重点をおいた研究はみられない。施主の業者選択に関する研究としては、関東地域での調査が行われており、住情報入手との関わりが報告されている<sup>9) 10)</sup>が、東海地域を対象とした調査や産直住宅に言及したものはみられない。

以上、本研究では、施工業者別に居住者の特性を明らかにすることにより、地域の優れた特性を継承した住まいづくりの課題を検討する。

## 2. 研究方法

### (1) 調査対象の選定

調査対象は、注文戸建住宅を新築した居住者である。初めて新築した居住者と建替えにより新築した居住者（部分的な増改築は含まない）の両者が含まれるが、いずれも施工業者の選定にあたっては何ら条件がなく、自由に選ぶことが可能であった居住者のみ抽出している。調査地は、愛知県名古屋市長久手町・その他尾張地域の市部、及び岐阜県美濃地域・中濃地域の市部・郡部である。産直住宅については、全国の産直住宅建設団体のなかで最大規模の組織力をもつ岐阜県産直住宅<sup>11)</sup>を対象とした。岐阜県産直住宅業者の中で協力の得られた業者から居住者リストを入手して調査票を配布した。なお、築後15年程度以内の住宅を対象とした。

### (2) 調査方法

世帯主または主婦を対象にアンケート調査を実施した。調査方法は直接配布・郵送回収の留置自記法である。産直住宅居住者についてのみ、郵送配布・郵送回収である。配布数は432票、有効回収数は224票、有効回収率は51.9%であった。表1は施工を依頼した業者別のサンプル数である。調査時期は2001年6月～7月である。

表1 施工業者別サンプル数

大手住宅メーカー <大手>	地元工務店・大工 <地元>	産直住宅業者 <産直>	その他 <その他>	不明	計
94	81	29	12	8	224

本報告の分析に用いた調査項目は、1.居住者属性、2.持家回数、3.施工業者決定者、4.計画当初本来希望していた工法・構造、5.住宅入手までに得た情報、6.施工業者決定理由、7.住宅建設時にこだわったこと、8.建設準備期間、9.住まいづくりの反省、など居住者の施工業者選択の過程に関する項目である。第2報<sup>12)</sup>では、現住宅及び施工業者に対する評価についての分析を報告する。

### 3. 結果及び考察

#### (1) 施工業者別プロフィール

##### 1) 施工業者別住宅特性

調査対象住宅の施工を依頼した業者は、表2に示すように大手住宅メーカー、一般の地元建築業者(工務店・大工)、産直住宅業者、その他の4つに分類している(以下<大手><地元><産直><その他>と表示)。なお、地元建築業者については多様化しているため、本来は経営規模によって分類すべきであるが、居住者調査からそれらの正確な情報を把握することは困難なため一括した。<その他>については、輸入住宅業者がほぼ半数を占めている。

住宅の工法・構造は、<大手>はプレハブ及びツーバイフォーが71.2%、在来木造が20.2%である。<地元>は70.4%が在来木造である。<産直>は、すべて在来木造、<その他>はすべてツーバイフォーである。自らの住宅の工法・構造が「わからない」と回答したのは、<大手>に1%だけであった。

延床面積は、平均値をとると<大手>155.9㎡、<地元>154.5㎡、<産直>154.2㎡、<その他>144.4㎡である。愛知・岐阜両県の住宅金融公庫融資住宅(マイホーム新築)の平均延床面積<sup>2)</sup>が、最近10年間に150㎡前後で推移していることと比較すると、調査対象住宅の規模は、ほぼ平均的な水準にあると言えよう。

建築年は、住宅選択に対する住み手の意識が変化する一つの契機となった阪神大震災(1995年)以前と以後とではほぼ二分されている。

設計と施工の業者が同一か否かを見ると、<大手><その他>は、ほぼすべてが同一業者である。<地元>は、同一(53.2%)の居住者と設計は設計事務所等(46.9%)に依頼した居住者に分かれる。<産直>は、設計事務所等に依頼した居住者は24.1%である。持家回数は、<産直><その他>には、現住宅が初めての持家となる居住者が60%以上であるが、<地元><大手>では約半数である。

##### 2) 施工業者別居住者特性

表3に示すように、回答者の年齢は、<地元>は分散傾向にあるが、<大手>は40歳代、<産直>は50歳代が4割を占める。平均年齢は、<大手>51.4歳、<地元>52.7歳、<産直>51.7歳であり類似している。<その他>は、30歳代以下の若年世代に偏っている。

家族型は各業者共に、核家族が最も多く半数を占めるものの、相対的に見ると<大手>に三世代家族が、<産直><その他>に夫婦のみ(59歳以下)の比率が高くなっている。職種は、事務職・専門職が6割以上占めるなかで、<産直>には自営業が、<地元>には、

その他の業種が他業者と比べて多い。

出身地を18歳まで主に過ごしたところとしてたずねたところ、〈大手〉は4割が名古屋市で都市出身者が最も多い。〈地元〉は名古屋市以外の愛知県(34.6%)、〈産直〉は岐阜県市部(37.9%)の出身が高率である。〈その他〉は、愛知・岐阜県外に最頻値がある。

業者決定に誰の意見が最も優先したのかをみると、どの業者においても夫が6～7割を占め高率である。特に〈産直〉に高く7割を超えている。〈地元〉と〈その他〉で親の意見が16%と相対的に高いことが特徴である。

表2 施工業者別住宅特性

						(%)
		大手住宅 メーカー	地元 工務店・ 大工	産直住宅 業者	その他	全体(N)
工法・ 構造	在来木造	20.2	70.4	100.0	0.0	50.5 (109)
	プレハブ	55.3	9.9	0.0	0.0	28.7 (62)
	2x4	14.9	7.4	0.0	100.0	11.6 (25)
	RC他	8.5	12.3	0.0	0.0	8.8 (19)
	わからない	1.1	0.0	0.0	0.0	0.5 (1)
	計	100.0 (94)	100.0 (81)	100.0 (29)	100.0 (12)	100.0 (216)
延床面積	132㎡未満	22.2	25.0	27.6	33.3	24.6 (52)
	132～165㎡	23.3	35.0	34.5	33.3	35.1 (74)
	165～200㎡	28.9	13.8	17.2	25.0	21.3 (45)
	200㎡～	13.3	26.3	20.7	8.3	19.0 (40)
	AV.	155.9㎡	154.5㎡	154.2㎡	144.4㎡	155.1㎡
	計	100.0 (90)	100.0 (80)	100.0 (29)	100.0 (12)	100.0 (211)
建築年	1989年以前	10.8	13.8	7.1	8.3	11.2 (24)
	1990、1991年	10.8	11.3	7.1	8.3	10.2 (22)
	1992、1993年	8.6	16.3	17.9	16.7	13.1 (28)
	1994、1995年	14.0	17.5	17.9	8.3	15.4 (33)
	1996、1997年	17.2	16.3	7.1	8.3	15.0 (32)
	1998、1999年	22.6	17.5	28.6	25.0	21.5 (46)
	2000、2001年	16.1	8.6	14.3	25.0	13.6 (29)
	計	100.0 (93)	100.0 (81)	100.0 (28)	100.0 (12)	100.0 (214)
設計 施工の 別	同一業者	96.8	53.2	75.9	83.3	77.0 (164)
	設計は設計事務所	3.2	43.1	20.7	8.3	20.7 (44)
	設計は家族他	0.0	3.8	3.4	8.3	2.3 (5)
	計	100.0 (93)	100.0 (79)	100.0 (29)	100.0 (12)	100.0 (213)
回持 数家	初めて	52.7	51.9	62.1	75.0	54.9 (118)
	2回以上	47.3	48.1	37.9	25.0	45.1 (97)
	計	100.0 (93)	100.0 (81)	100.0 (29)	100.0 (12)	100.0 (215)

(不明回答を除く)

表3 施工業者別居住者特性

(%)

		大手住宅 メーカー	地元 工務店 ・大工	産直住宅 業者	その他	全体(N)
年齢	20・30歳代	9.5	13.6	17.2	45.4	14.0 (30)
	40歳代	40.0	24.7	20.7	27.3	31.2 (67)
	50歳代	31.9	28.4	41.4	9.1	30.7 (66)
	60歳代以上	18.0	26.0	20.6	18.1	24.2 (52)
	計	100.0 (94)	100.0 (81)	100.0 (29)	100.0 (11)	100.0 (215)
	AV.	51.4歳	52.7歳	51.7歳	40.0歳	51.8歳
家族型	単身	1.1	2.5	0.0	0.0	1.4 (3)
	夫婦のみ(～59歳)	6.4	2.5	17.2	16.7	7.0 (15)
	夫婦のみ(60歳～)	8.5	11.3	13.8	16.7	10.7 (23)
	夫婦+子ども	43.6	48.7	44.8	50.0	46.0 (99)
	三世代	35.1	27.5	17.2	16.7	28.8 (62)
	その他	5.3	7.5	6.9	0.0	6.0 (13)
	計	100.0 (94)	100.0 (80)	100.0 (29)	100.0 (12)	100.0 (215)
	家族人数(AV.)	4.1人	4.1人	3.5人	2.8人	3.9人
職種	事務職	43.6	26.7	22.2	40.0	33.3 (53)
	専門職	38.7	38.3	44.5	40.0	40.0 (63)
	自営業	4.9	15.0	22.2	10.0	11.2 (19)
	その他	12.9	20.0	11.1	10.0	15.1 (24)
	計	100.0 (62)	100.0 (60)	100.0 (27)	100.0 (10)	100.0 (159)
出身地	愛知県(名古屋市)	39.4	23.5	6.9	41.7	29.2 (63)
	愛知県(名古屋市以外)	27.7	34.6	17.2	8.3	27.8 (60)
	岐阜県(市部)	3.2	17.3	37.9	0.0	13.0 (28)
	岐阜県(郡部)	0.0	2.5	17.2	0.0	3.2 (7)
	愛知県・岐阜県以外	29.8	22.2	20.7	50.0	26.9 (58)
	計	100.0 (94)	100.0 (81)	100.0 (29)	100.0 (12)	100.0 (216)
依頼業者決定者	夫	65.2	56.3	71.4	66.7	62.7 (133)
	妻	19.6	17.5	7.1	16.7	17.0 (36)
	親	8.7	16.3	3.5	16.7	11.3 (24)
	その他	6.5	10.0	17.9	0.0	9.0 (19)
	計	100.0 (92)	100.0 (80)	100.0 (28)	100.0 (12)	100.0 (212)

(不明回答を除く)

(2) 住宅選択の過程

1) 計画当初の工法・構造へのこだわり

住宅の新築を計画した当初、本来はどのような工法・構造を望んでいたのかをみると、図1に示すように、「特にこだわらなかった」が全体の1/3存在することに注目できる。工法・構造へのこだわりは、年齢との相関が明らかであり、20・30歳代といった若年世代にこだわらない居住者が多く43.3%と約半数を占める。年齢が高くなるにつれ減少し、60歳以上では16.1%になる。居住者が工法・構造の違いを理解したうえでこだわらないと答える場合と、そもそも理解していない場合があるが、若年世代を中心に工法・構造へのこだわりがなくなっていることが確認される。一方、在来木造志向は、年齢が高くなるほど高率となる(図2)。

本来建てたかった工法・構造、現住宅の工法・構造、現住宅施工業者を一覧にしたものが図3である。「特にこだわらなかった」居住者が結果的に建てた工法は、「在来木造」と「プレハブ・ツーバイフォー」に二分され、施工業者選択においても<大手>と<地元><産直>に二分されている。本来「在来木造」「プレハブ・ツーバイフォー等」を志向していた居住者の8~9割が現住宅においてもそれぞれ同一構造を選び、前者の7割が<地元><産直>を、後者の7割が<大手>を選択している。

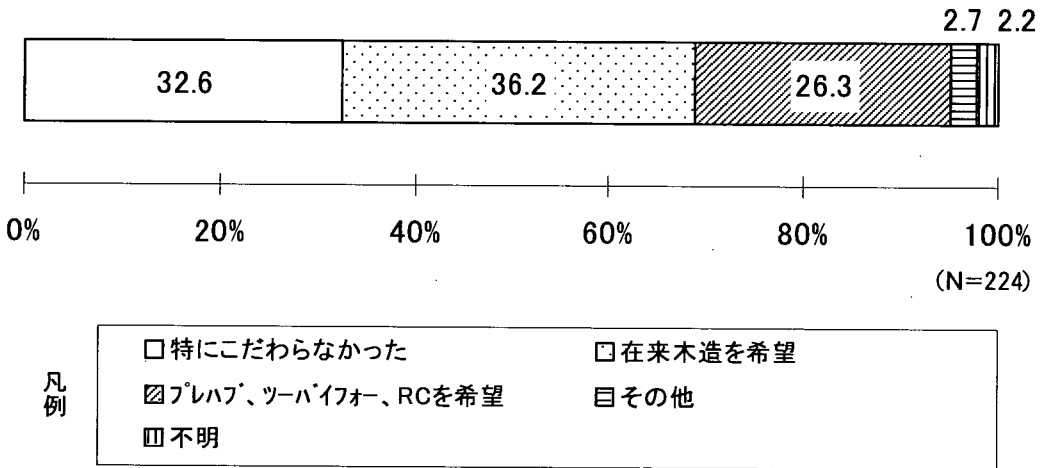


図1 計画当初本来希望していた工法・構造

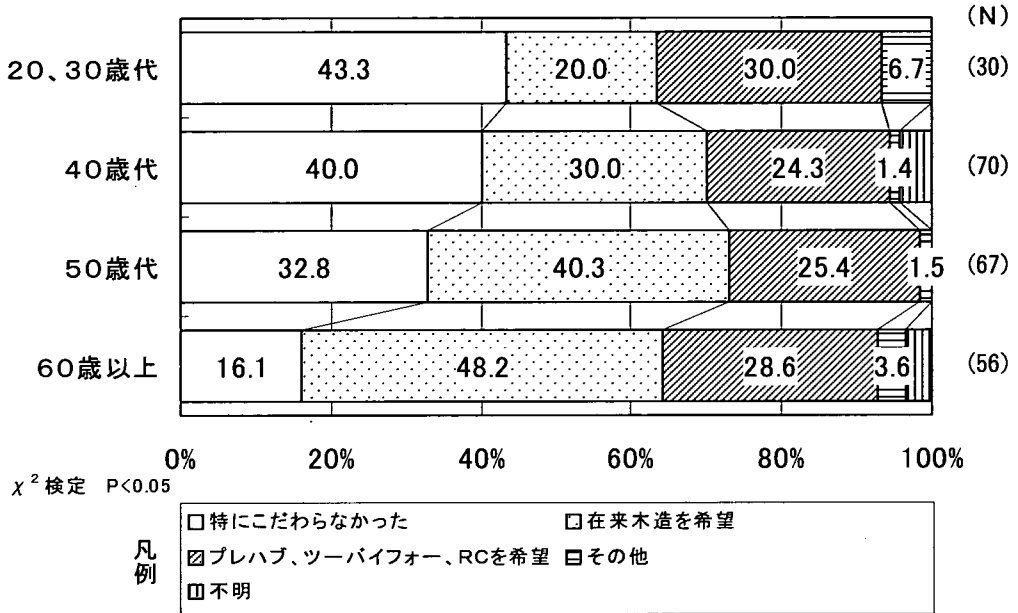


図2 計画当初本来希望していた工法・構造 - 年齢別 -

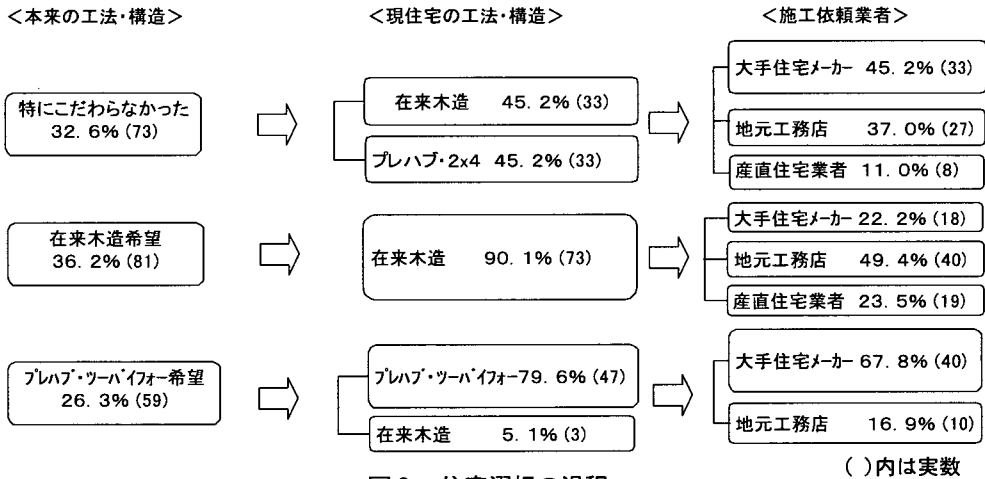


図3 住宅選択の過程

2) 住宅入手までに得た住情報

以下、一定のサンプル数が得られた大手住宅メーカー<大手>、地元の工務店・大工<地元>、産直住宅業者<産直>に依頼した居住者について分析を行い、それぞれの住宅選択行動の特性を明らかにしていく。

現住宅の工法・構造や施工業者を決めるにあたって得た情報(図4)を複数回答で把握し、その内最も役立ったと思う情報の回答を求めた。どの業者においても「住宅展示場、モデルハウス」の比率が高く最も身近で入手しやすい住情報であることがわかる。特に<大手>を選択した居住者では97.9%に達し、その内71.3%が最も役立った情報と位置づけている。加えて、<大手>は半数が「ショールーム」もあげていることから、ビジュアルな情報を得ようとする傾向が明らかである。「建築士等専門家に相談」はわずか9.6%

と3者中最も少ない。

<産直>も、展示住宅で情報を得ている比率が8割と高く、5割が最も役立ったと回答している。しかし「ショールーム」「広告・チラシ」はかなり低率で、「住宅・インテリア関連の本」が<地元><大手>を上回り6割を占める。

<地元>を選択した居住者は、「知人・友人の話」(37.0%)、「建築士等専門家に相談」(32.1%)が相対的に高く、耳から情報を得るパターンをとる。最も役立った情報源としても、住宅展示場は28.4%にとどまり、専門家への相談が22.2%と他業者より高率であることが特徴である。

「インターネット」は、<大手>や若年世代には高率になるものと予測したがすべての業者で5%未満であり、若年世代にとっても住情報入手手段としての位置づけは低かった。

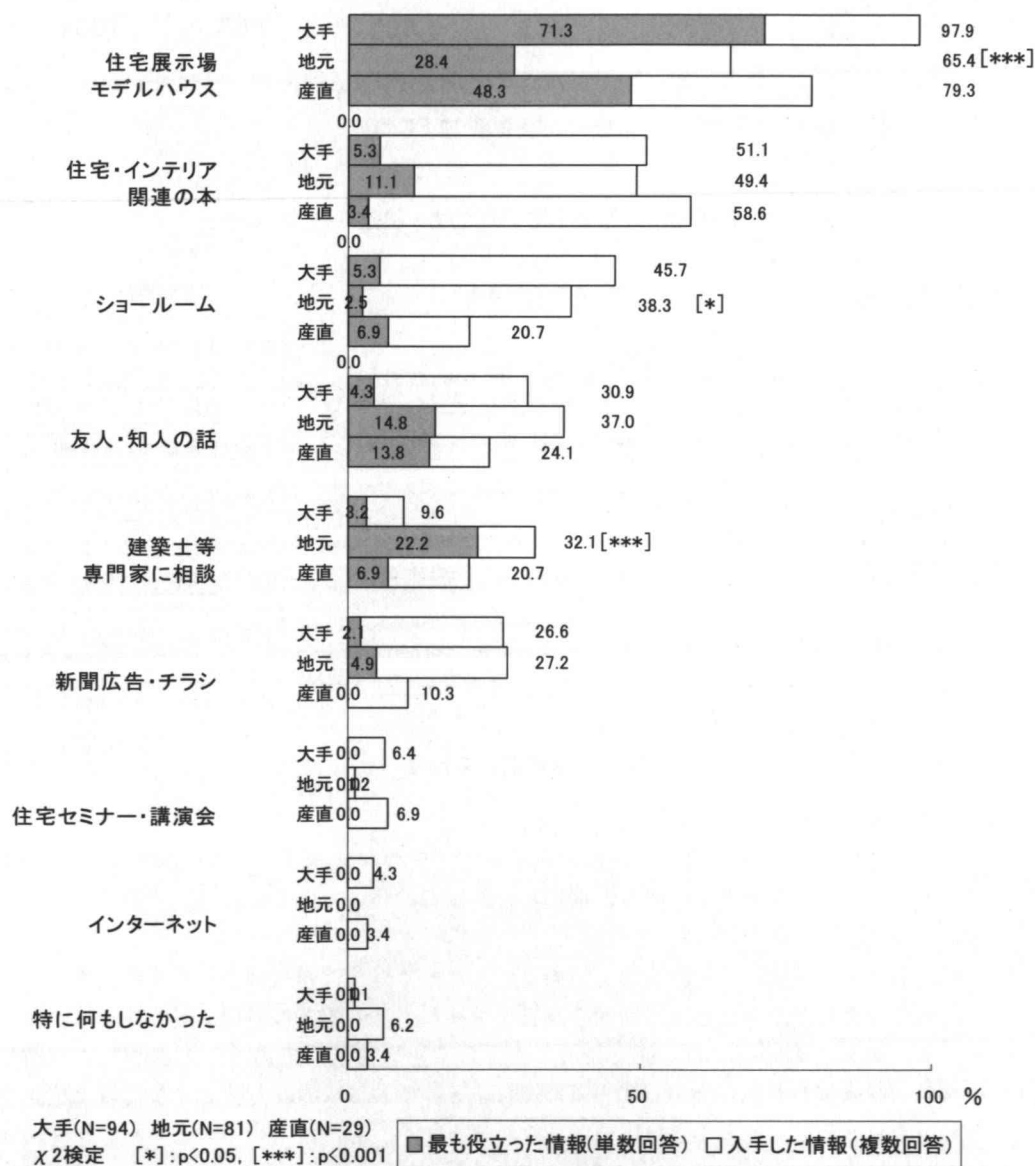


図4 住宅入手までに得た情報 - 施工業者別 -



### (3) 依頼業者選択の要因

#### 1) 業者決定理由

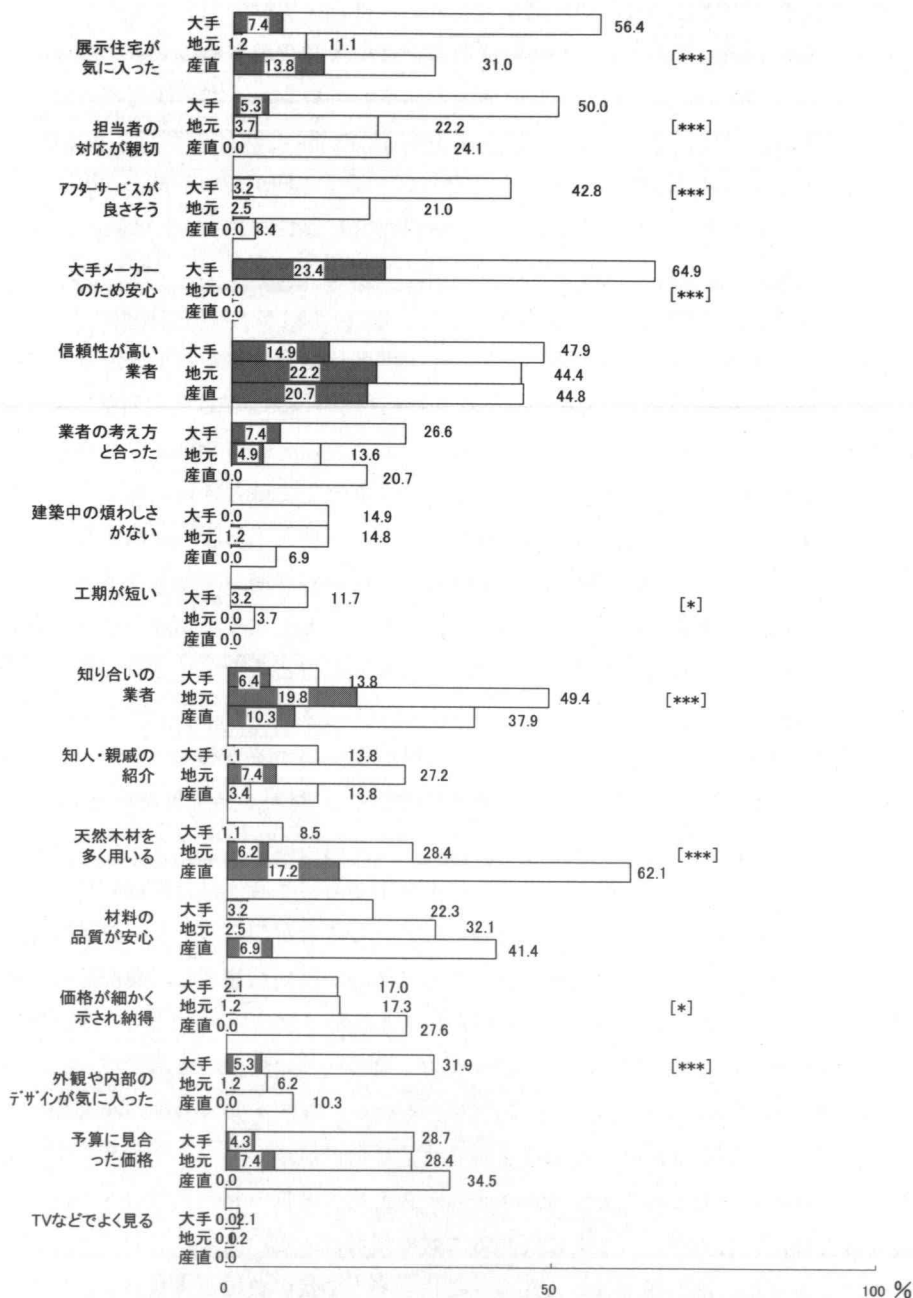
依頼する業者を決定した理由を図5にみると、〈大手〉は、「大手メーカーのため安心」(64.9%)が第1位にあげられ、その内23.4%は最大理由である。「展示住宅が気に入った」(56.4%)、「担当者の対応が親切」(50.0%)、「アフターサービスが良さそう」(42.8%)も〈地元〉〈産直〉と比べてかなり高率であり、これら4項目は大手住宅メーカーへの依頼を決定する代表項目であることが確認された。どの業者を選ぶにしても、自らが選んだ業者を「信頼性が高い」と判断していることが示されているが、大手住宅メーカーは資本力が信頼の決め手となっている。〈大手〉は「外部や内部のデザインが気に入った」(31.9%)も他業者より上回る。「建築中の煩わしさが無い」や「工期が短い」は、大手プレハブメーカーの特徴でもあるが、いずれも低率で、選択理由としてのウェイトは低かった。

〈地元〉は、「知り合いの業者だった」(49.4%)が半数を占め、「材料の品質が安心できる」(32.1%)、「天然木材を多く用いる」(28.4%)、「知人・親戚の紹介」(27.2%)が続く。知り合いであったことや口コミといった人間関係を介して業者を決定している比率が高いことが他業者との違いである。地元の大工・工務店は、地域社会の崩壊によって地縁・血縁による受注が困難になってきてはいるものの、宣伝・広告や営業のための経費を割く余裕がないため、人間関係を介した受注はウェイトとしては大きい。おそらく、知り合いの業者があり、地縁的つながりを重要視する施主が、地元工務店に決めるわけであり、換言すれば、知り合いがいない施主は、知名度や展示住宅を判断基準にして大手住宅メーカーを選択する以外に業者を選ぶ方策が存在していないとも言える。知り合いや紹介がなくても、住み手が地元工務店・大工についての情報を知り得ることができる何らかの手段が検討される必要がある。

〈産直〉業者に決定した要因は、「天然木材を多く用いる」へのウェイトが62.1%ときわめて高く、〈大手〉の8.5%とは大差をつけている。「材料の品質が安心できる」(41.4%)も高率に位置し、地元系業者は〈大手〉と比較して材料面へのウェイトをおく居住者がかなり多いものの、そうした傾向が地元系業者の中でも〈産直〉に特に顕著であり、産直住宅業者がもつ特徴が施主に積極的に評価されていることが明らかとなった。表面的なデザインや業者の知名度よりも、材料の質に対して関心が高い居住者が、意識的に産直住宅業者を選択しているものとみられる。〈地元〉ほど高率ではないが、「知り合いの業者」(37.9%)も選択理由の一つである。さらに〈産直〉は「予算に見合った価格だった」(34.5%)、「価格が細かく示され納得できた」(27.6%)といったコスト面での理由が〈地元〉〈大手〉より相対的に高率であり、産直住宅業者が、材料の流通面でコスト低減の努力をしていることが評価されていることがうかがえる。施工業者選択の判断にはコスト面が大きく影響すると想定されるが、コストに関する両者の項目は、どの業者においても上位には位置していなかった。地方部では、大都市部と比べて土地代の負担が少ないため建物のコスト意識が相対的に低下することが一因であるとも推測できる。

また、〈産直〉の31.0%が「展示住宅が気に入った」を業者決定理由としてあげている

ことにも注目できる。地元の産直住宅業者は、大手住宅メーカーのように数多くの展示住宅を常設することは不可能であるが、各地域で展示住宅を開放し、地域によっては見学会等も企画している。住み手にとっては、最も分かりやすい情報源である展示住宅を今後増やしていくことや、完成住宅の内覧会を活性化することで産直住宅の認知度を高め、供給量を増加していくことが期待できる。



大手(N=94) 地元(N=81) 産直(N=29)  
 $\chi^2$ 検定 [\*]: $p<0.05$ , [\*\*\*]: $p<0.001$

■最も重視した理由(単数回答) □重視した理由(複数回答)

図5 施工業者決定理由 - 施工業者別 -

2) 住宅を建てるにあたってこだわったこと

現住宅を建てるにあたってこだわった項目を業者間で比較したものが表4である。〈大手〉と〈産直〉の間で、回答した項目に顕著な相違が認められる。まず、〈大手〉が〈産直〉より大きく上回り、且つ過半数を占めた項目は「耐震・耐久性」(83.0%)、「収納」(75.5%)「高気密・高断熱」(50.0%)である。〈産直〉で高率となった項目は「壁、柱、梁など構造材の材料」(55.2%)、「天然素材を使用」(55.2%)、「健康に良い材料を使用」(51.7%)である。〈大手〉は、「天然素材を使用」へのこだわりは11.7%にとどまり、前述の傾向ともあわせこうした自然素材への関心はかなり低いことがわかる。個別の項目を表のようにグルーピングして比較を試みると、〈大手〉は「内装、家具、設備」といったインテリアに関わること及び「性能」への比率が高い。特に「性能」へのこだわりは〈大手〉が〈産直〉の2倍である。一方、〈産直〉は、「材料」への支持率が〈大手〉の2倍に達し、〈大手〉と〈産直〉では住まいに対して求めている質に違いがあることがわかる。

〈地元〉は、「トイレ、浴室等の設備」(64.2%)、「家相・方位」(35.8%)のみ3者中最も高くなり、他の項目はすべて〈大手〉と〈産直〉の中間になった。

表4 住宅を建てるにあたってこだわったこと - 施工業者別 - (複数回答)

		大手住宅 メーカー (N=94)	地元 工務店・大工 (N=81)	産直住宅 業者 (N=29)	χ <sup>2</sup> 検定	全体 (N)
材料	壁・柱・梁等構造材の材料	40.4	46.9	55.2		45.1 (101)
	健康に良い材料	33.0	34.6	51.7		35.7(80)
	天然素材を使用	11.7	34.6	55.2	***	62(27.7)
内・外部の デザイン	外観のデザイン	62.8	50.6	55.2		57.6(129)
	間取り	75.5	70.4	65.5		73.2(164)
	壁床のインテリア	38.3	34.6	24.1		35.3(79)
内装 家具 設備	収納が多いこと	75.5	59.3	48.3	**	65.6(147)
	家具・建具の色・デザイン	33.0	25.9	24.1		31.3(70)
	K設備のグレード	45.7	43.2	31.0		42.4(95)
	トイレ・浴室の設備	57.4	64.2	44.8		57.6(129)
	照明	29.8	21.0	20.7		25.0(56)
性能	耐震・耐久性	83.0	60.5	41.4	***	69.2(155)
	高気密・高断熱	50.0	33.3	24.1	**	41.1(92)
	省エネ	21.3	24.7	13.8		22.8(51)
	防音性	35.1	27.2	17.2		29.0(65)
通風 採光	自然の光が充分入ること	59.6	58.0	48.3		58.0(130)
	風が通る窓の配置	67.0	49.4	72.4	*	61.2(137)
	結露がないこと	37.2	30.9	24.1		35.3(79)
その他	高齢化対応	41.5	37.0	37.9		38.8(87)
	坪単価が値打ち	18.1	19.8	27.6		20.5(46)
	周辺環境に馴染む	9.6	17.3	17.2		13.8(31)
	家相・方位	21.3	35.8	27.6		27.7(62)

χ<sup>2</sup>検定 [\*]:p<0.05, \*\*]:p<0.01, [\*\*\*]:p<0.001

## (4) 住宅を建てるまでの準備期間

住宅を建てるまでに準備した期間を、「何年も前から準備してきた」「建築の1.2年前から準備した」「建築の少し前から準備した」「あまり準備する時間がなかった」の4段階で把握した(図6)。全体の、4割が「少し前から」或いは「時間がなかった」と回答しており、納得いくまで時間をかけていない居住者が、少なくないことをうかがわせる結果である。業者別に見ると、<地元>に「あまり準備する時間がなかった」が多く、<産直>に「何年も前から準備をしてきた」といった充分時間をかけている居住者が相対的に多いことから、地元系業者でも、<地元>と<産直>では、居住者の住まいづくりへの取り組み方に違いがあることがわかる。準備期間に影響を与えるであろうと考えられる年齢、持家回数、業者決定への親の関与度との関わりを見たが、いずれも有意な差は認められなかった。

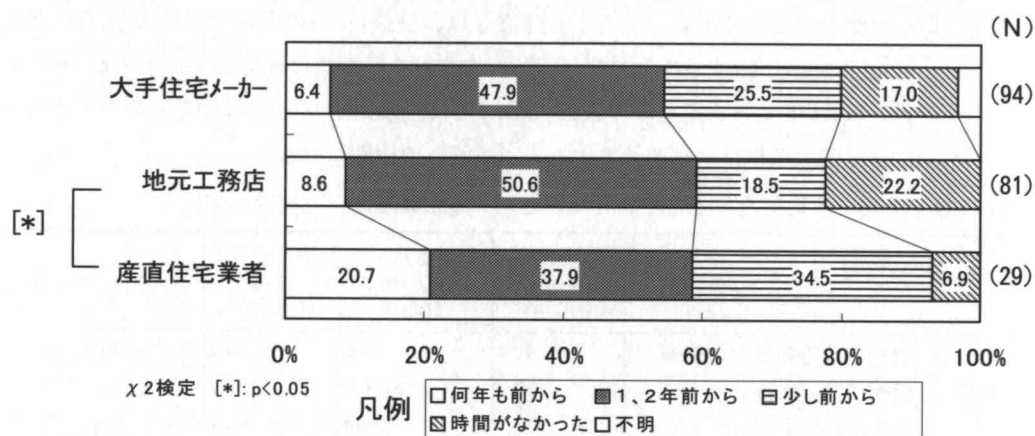


図6 住宅を建てるまでの準備期間 -施工業者別-

## (5) 本来の構造・工法志向と現状の業者選択のタイプ別特性

住宅建設にあたって本来望んでいた構造・工法と実際に施工を依頼した業者を表5のようにタイプ化して、各タイプの特性をみてみたい。工法には「特にこだわらなかった」が大手住宅メーカーを選んだ居住者([こだわらない大手])、こだわらずに地元工務店・大工や産直住宅業者を選んだ居住者([こだわらない地元系])、本来在来木造を希望していて地元工務店・大工や産直住宅業者を選んだ居住者([在来地元系])、本来プレハブ等を希望して大手住宅メーカーを選んだ居住者([プレハブ大手])の4タイプに分類した。

[こだわらない地元系]は、30歳代以下が5割を占め最も若年のタイプである。準備する時間が無かったとする比率、業者決定に親が関与する比率がやや高い。「知り合いの業者だった」「予算に見合った価格」以外に、現在の業者を決定した積極的な理由は特に存在していない。工法に特にこだわりのない若年世代が、口コミと価格面で地元工務店に依頼したものが多くことがうかがえる。[在来地元系]は、50歳以上が74.6%を占め最も高年齢のタイプである。地元系業者に対して、知り合いであることによる安心感だけではなく、「天然木材を多く用いる」「材料の品質が安心」等品質面に対しても積極的に評価している。このタイプは時間をかけて準備する居住者が他より多く、4タイプ中住まいづくりには最も熱心な居住

者と言える。[こだわらない大手]は、三世代家族が42.4%と他よりかなり高いことが特徴である。大手メーカーを選んだ居住者には展示住宅を見て業者を決定した比率が高いが、中でも工法にこだわりのなかった三世代家族の居住者が、二世帯向けの展示住宅を見学した結果、依頼するケースが多くなったとも推測できる。しかし、この点に関してはさらに詳細な分析が必要である。また[こだわらない大手]の業者決定理由は、[プレハブ大手]と比べ「知人、親戚の紹介」が高くなっていった。

表5 本来の構造・工法志向と現状の業者選択のタイプ別特性

		(%)				
		I (N=33)	II (N=35)	III (N=59)	IV (N=40)	X <sup>2</sup> 検定
		特にこだわらなかった	特にこだわらなかった	在来木造が建てたかった	プレハブ等が建てたかった	
		↓ 大手住宅メーカー	↓ 地元工務店・産直住宅業者	↓ 地元工務店・産直住宅業者	↓ 大手住宅メーカー	
		[こだわらない大手]	[こだわらない地元系]	[在来地元系]	[プレハブ大手]	
年齢	20・30歳代	18.2	51.4	10.2	7.5	[***]
	40歳代	39.4	28.6	15.3	30.0	
	50歳代	36.4	17.1	39.0	37.5	
	60歳～	6.1	2.9	35.6	25.0	
	(AV. 47.7歳)	(AV. 40.7歳)	(AV. 55.2歳)	(AV. 53.3歳)		
家族型	夫婦のみ	3.0	8.6	25.4	25.0	[*]
	夫婦と子供	48.5	57.1	37.3	40.0	
	3世代	42.4	22.9	27.1	27.5	
	その他	6.1	11.5	10.2	7.5	
依頼業者の決定者	夫	60.6	62.9	61.0	67.5	
	妻	15.2	8.6	15.3	20.0	
	親	12.1	17.1	8.5	7.5	
	その他	12.1	8.6	13.6	2.5	
持家回数	初めて	66.7	51.4	55.9	50.0	
	2回目～	30.3	48.6	44.1	50.0	
建築までの準備期間	何年も前から	3.0	2.9	16.9	10.0	
	1、2年前から	51.5	42.9	45.8	50.0	
	少し前から	27.3	31.4	20.3	17.5	
	時間がなかった	15.2	22.9	16.9	20.0	
依頼業者決定理由 (複数回答)	展示住宅が気に入った	51.5	17.1	15.3	50.0	[***]
	担当者の対応が親切	48.5	22.9	23.7	45.0	[*]
	アフターサービスが良さそう	39.4	17.1	15.3	40.0	[**]
	大手メーカーのため安心	57.6	0.0	0.0	75.0	[***]
	信頼性が高い業者	42.4	22.9	57.6	47.5	[*]
	建築中の煩わしさが少ない	21.2	17.1	13.6	17.5	
	工期が短い	9.1	2.9	0.0	17.5	[**]
	知り合いの業者	15.2	34.3	54.2	17.5	[***]
	知人・親戚の紹介	24.2	25.7	23.7	7.5	
	天然木材を多く用いる	0.0	22.9	49.2	2.5	[***]
	材料の品質が安心	18.2	17.1	45.8	20.0	[**]
	価格が細かく示され納得	18.2	11.4	23.7	17.5	
	デザインが気に入った	21.2	5.7	6.8	40.0	[***]
	予算に見合った価格	36.4	34.3	20.3	22.5	

X<sup>2</sup>検定 [\*]: p<0.05, [\*\*]: p<0.01, [\*\*\*]: p<0.001

## (6) 住まいづくりを振り返っての反省

住み手である施主が、自らの住宅の計画・建設過程に積極的に関与することは、居住後の満足感を高めるうえできわめて重要なことである。そこで、居住者が住宅完成後に計画・建設過程を振り返り、完成までの過程でどの程度住まいづくりに関わったと思うかを把握した。情報収集の方法、家族での話し合い等の6項目をあげ、それぞれについて「大いに感じる」「少し感じる」「感じない」の3段階評価で回答を求めた。

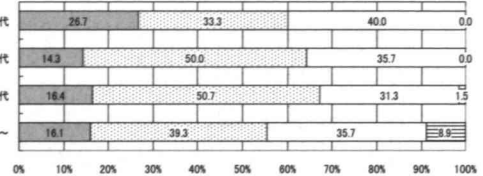
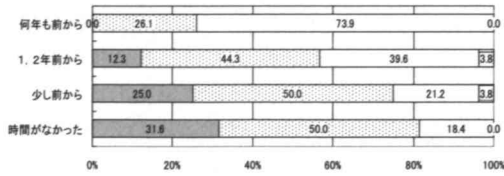
準備期間別、年齢別、依頼業者別に分析を行ったところ、前二者との有意な関係が認められた(図7)。特に準備期間の長ささと後悔を訴える比率の高さとの関係は明らかであり、準備期間が短い居住者ほど、「1.検討するための時間が足りなかった」「2.もっといろいろな家を見学すべきだった」「3.もっと情報を集めるべきだった」「4.もっと家族で話し合うべきだった」について「大いに感じる」「少し感じる」の比率が高く、後悔の訴えが強い。何年も前から準備してきた居住者の7割以上は、これらすべての項目に対して「感じない」と回答し、十分な準備期間が後悔の少ない納得のいく住まいづくりにつながることを示す傾向として注目できる。

年齢別にみると、「3.もっと情報を集めるべきだった」について有意差が認められ、30歳代以下の若年世代で「大いに感じる」比率が40歳以降の世代より高くなっている。その他の項目についても、30歳代以下の世代は「大いに感じる」比率がそれ以上の世代よりも高く、若い世代に安易な住宅取得を反省するケースが相対的に多いことを示す結果である。住宅建設過程を通しての全体的な感想として、「7.住まいづくりは楽しかった」また「8.住まいづくりは大変だった」と思う程度をたずねた。年齢と相関があり、若年世代ほど「大変だった」との感想が高率で、30歳代以下の8割は「大いに感じる」と回答している。さらに、準備期間別でも感想に違いがあり、準備期間が長い居住者ほど「住まいづくりは楽しかった」と答える比率が有意に高く、逆に「大変だった」は低率となる。準備に十分な時間をかけた居住者ほど、住宅完成後感じることは、建設過程の大変さよりも楽しいという印象として残ることが示された。以上、時間をかけて住宅建設に取り組むことは入居後の満足度を高めるうえでの重要な条件であることが確認できた。

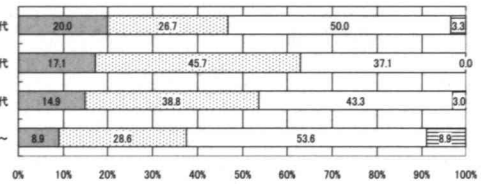
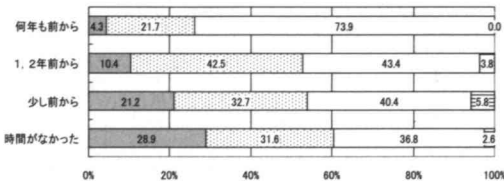
<準備期間別>

<年齢別>

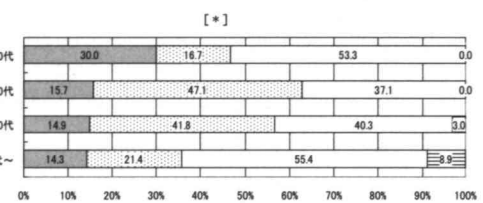
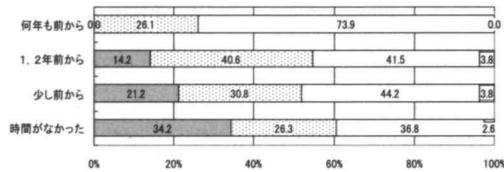
1. 検討するための時間が足りなかった [\*\*\*]



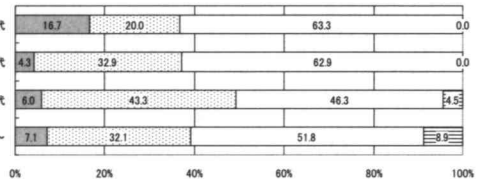
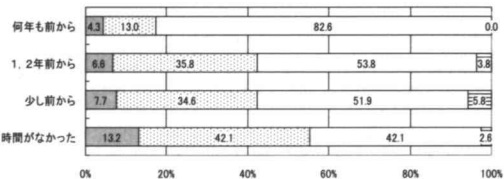
2. もっといろいろな家を見るべきだった [\*\*]



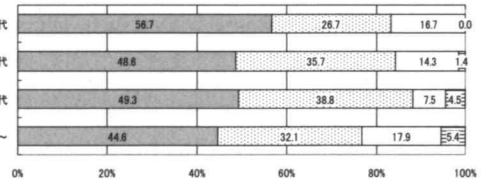
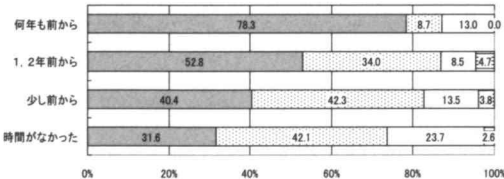
3. もっと情報を集めるべきだった [\*\*]



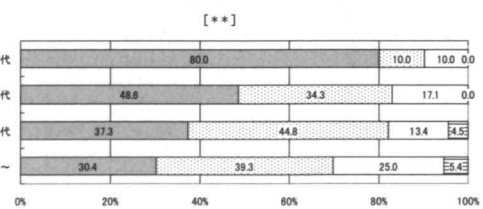
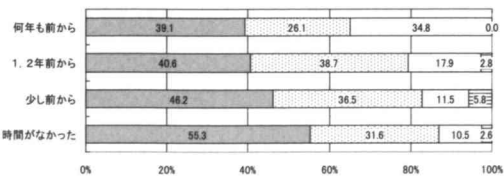
4. もっと家族で話し合うべきだった



5. 住まいづくりは楽しかった [\*\*]



6. 住まいづくりは大変だった [\*\*]



□1. 大いに感じる □2. 少し感じる □3. 感じない 目4. 不明

□1. 大いに感じる □2. 少し感じる □3. 感じない 目4. 不明

何年も前から (N=23)、1.2年前から (N=106)、  
少し前から (N=52)、時間が無かった (N=38)

~30代 (N=30)、40代 (N=70)、50代 (N=67)、60代~ (N=56)

χ<sup>2</sup>検定 [\*]: p<0.05, [\*\*]: p<0.01, [\*\*\*]: p<0.001

図7 住まいづくりを振り返っての反省

#### 4. 要約

愛知県・岐阜県で戸建注文住宅を新築した居住者の住宅選択行動を、施工業者選択に焦点をあてて意識及び実態を明らかにすることにより、地方戸建住宅における住まいづくりの課題を検討した。結果は以下に要約できる。

- (1) 住宅の新築を計画した当初、工法・構造について、「特にこだわらなかった」居住者が全体の1/3存在する。年齢との相関が明らかであり、20・30歳代といった若年世代の約半数がこだわらない居住者であり、年齢が高くなるにつれて減少する。在来木造への志向は、年齢が高くなるほど高率となる。
- (2) 住宅入手までに得た情報は、どの業者を選ぶにしても住宅展示場のウエイトが高い。特に〈大手〉に顕著であり、7割が最も役立った情報と位置づけている。〈大手〉はショールームも多く、ヴィジュアルな情報入手が主となる。展示場以外の情報では、〈産直〉は住宅関連の本が、〈地元〉は、友人や専門家等の話といった耳からの情報入手が主となる点が〈大手〉と異なる傾向である。
- (3) 依頼業者決定理由は、〈大手〉の場合は資本力が信頼の決め手となり、さらに展示住宅、担当者の対応、アフターサービス、内・外部のデザインが上位を占める。〈地元〉は、知り合い・紹介等人間関係に重きを置いて依頼先を決定している。業者への人的つながりをもたない居住者は、知名度や展示住宅を判断基準にして大手住宅メーカーを選択する以外に業者を選ぶ方策が存在していないとも言えるため、住み手が広く地元工務店・大工についての情報を知り得ることができるよう、地域での情報提供のあり方を検討していくことが今後必要である。
- (4) 〈産直〉に依頼することを決定した理由は、〈大手〉のように業者の知名度や表面的なデザインではなく、天然木材を多く用いることや材料の品質が安心といった材料面での優位性及び価格面でのメリットが上位となる点が特徴である。〈産直〉は住宅を建てるにあたってこだわったことにおいても、構造材、天然素材、健康に良い材料といった項目を過半数が指摘し、〈大手〉を選択した居住者とは住まいに対して求めている質が異なっていた。材料の質に関心が高い居住者が、産直住宅のもつ特徴を積極的に評価して依頼業者として選定していることが明らかである。現在、人々の住宅建材への関心が高まる傾向があるため、産直住宅の活動内容を広く認知させていくことで産直住宅の普及につながると考えられる。また、デザイン面が〈産直〉の依頼決定理由としてのウエイトが低いという結果は、換言すればそうした点での魅力に欠けることを示すとも捉えられる。今後はデザイン力の向上も求められていると言えよう。
- (5) 〈産直〉に依頼を決定した理由として、展示住宅が一定の効果を果たしていることが確認された。展示住宅は、住み手にとって完成品の姿をイメージしやすい最もわかりやすい情報である。今後展示住宅を地域外にも増やしたり、完成住宅の内覧会を活発化することにより産直住宅の認知度を高めていくことが期待できる。地元業者は、大手住宅メーカーと比べるとPR面で劣ることはやむを得ないが、供給者側も口コミだけに頼るのではなく、インターネット等の媒体も利用し、良質な地元木材を使った在来木造住宅の普及に努めて



いくことが必要である。

- (6) <地元>と<産直>では、住宅を建てるまでの準備期間に違いが認められ、<地元>に「あまり準備する時間がなかった」が多く、<産直>に「何年も前から準備してきた」といった充分時間をかけている居住者が多かった。<産直>を選ぶ居住者は、住まいづくりへの取り組みが熱心であることがうかがえる。
- (7) 住宅の計画当初から在来木造を明確に希望して、<地元><産直>に施工を依頼した居住者は、50歳以上が7割占める。何年も前から準備していた居住者が一定数存在し、業者決定理由としても知り合いであることに加えて、天然素材を用いる等材質面を積極的に評価する傾向にある。一方、工法・構造には特にこだわらなかったが、結果的に地元系業者を選んだ居住者は、40歳代以下といった若年世代への偏りが大きい。若年世代は、住宅取得後の反省点として情報収集不足だったことを訴える比率が高く、このことは、住宅の新築を考える若い世代への住まいづくりの教育が重要であることを示す結果である。施主は、大手住宅メーカー・地元系業者がもつそれぞれの特性を客観的に把握したうえで、施工依頼先を決定できる力を養うことが求められている。
- (8) 住まいづくりを振り返って感じる反省点は、住宅を建てるまでの準備期間と関わりがあり、準備期間が短いほど情報収集不足、見学不足、家族との話し合い不足等を訴える比率が高い。準備期間が長いほどそれらの訴え率が低く、全体の感想としても住まいづくりは大変だったと感じるよりも楽しかったという印象が強く残ることが確認された。十分に時間をかけ検討したことによって得られた納得が、結果的に居住後の満足感につながることを示された。

#### 註

- 1) 松村秀一：『「住宅ができる世界」のしくみ』、彰国社、12-13 (1998)
- 2) 住宅金融公庫：『公庫融資利用者調査報告 マイホーム新築融資編』、(1993-2001)
- 3) 渥美正子、新田米子：独立住宅居住者の住宅選択行動に関する研究—その2 地方都市居住者の住宅選択プロセス—、日本建築学会大会学術講演梗概集、1999年度E-2、97-98 (1999)
- 4) 秋山哲一：住宅生産・供給システムの地域的再編に関する検討、『現代ハウジング論』(巽和夫編)、学芸出版社、243-245 (1986)
- 5) 地域住宅特性検討委員会：東海圏のこれからの住まいを考える、住宅金融公庫名古屋支店 (1998)：1996年に同支店で設計審査または現場審査に合格した東海3県の木造住宅419戸に対するアンケート調査によると、柱・土台にひのきを使用する比率は東海3県は79.0%・62.1%であり全国の32.3%・30.9%を大幅に上回る。中でも柱では愛知県が全国3位、土台で三重県は全国4位である。また、国産材使用割合も東海3県は70.1%で全国の58.0%を上回り、中でも三重県は第5位である。

- 6) 岐阜県産業経済振興センター：岐阜県産直住宅の現状と今後の展望について『岐阜県の景況調査』、43-85 (2001)：産直住宅は、全国各地で国産材の需要拡大や流通短絡化によるコスト低減を目指して設立された。1980年以降に設立されたものが全体の75%を占め、1996年時点で33都道府県99団体が設立されている。地域別に見ると東海地域が41団体で一番多い。
- 7) 大垣直明：住宅生産の地域性、『現代社会とハウジング』（巽和夫編）、彰国社、(1993)
- 8) 秋山哲一：地域型住宅設計システム、『現代社会とハウジング』（巽和夫編）、東京、(1993)
- 9) 金川久子、田中勝：住宅取得における業者選びの実態－在来工法住宅とハウスメーカー住宅の比較－、日本建築学会大会学術講演梗概集、2000年度F-1、1225-1226 (2000)
- 10) 金川久子、田中勝：住宅取得における住宅展示場の利用実態－南関東5県のケーススタディー、日本建築学会大会学術講演梗概集、2002年度F-1、1211-1212 (2002)
- 11) 岐阜県では、産直住宅を「木質部材のうち県産材を60%以上使用し建設した住宅で、産直住宅建設団体または、その構成員が直接建設したもの」と定義している。岐阜県産直住宅協議会の構成団体は、2000年度末現在で28団体（参加企業は約320社）存在し全国一の団体数である。建設戸数は、1986年～1999年までの間に24,944戸で、その内県内が69.3%、県外30.6%である。県外の82%が愛知県である。
- 12) 新田米子、渥美正子：地方戸建住宅居住者の住宅選択行動に関する研究（第2報）新築戸建住宅取得者の住宅と施工業者に対する評価、岐阜聖徳学園大学短期大学部紀要36号、1-17 (2004)