

3章 調査結果の分析

3-1. 分析方針

調査結果の分析にあたり、次に示す方針を設定した；

- 方針1；「したい暮らし」、「住みたい住まい」の明確さと、満足度との関係
- 方針2；住居取得の検討初期段階・後期段階での「気になること」の要点
- 方針3；チェック項目（気になること）について、納得の程度
- 方針4；チェック項目（気になること）の「納得の仕方」の合理性
- 方針5；会社・物件を依頼する際の「決めた理由」と、候補であったが「やめた理由」の違い
- 方針6；住居取得の検討プロセスにおける問題点・ニーズ
- 方針7；「参考とした情報」の影響
- 方針8；住宅・業者に対する不満点と住宅取得時における重視点

調査内容を分析方針とともに表5に示す。

なお、方針3および方針4の「チェック項目（気になること）」、表5の中に記載しているチェック項目（気になること）とは、次の表6に示す項目である。

表6 「気になること」の項目

1.	広さや間取り
2.	デザイン面（外観・内装）
3.	設備について
4.	どんな暮らし方ができるか
5.	立地や周辺地域について
6.	耐震性・耐久性について
7.	快適性（断熱性・採光・遮音性等）について
8.	防犯性について
9.	光熱費や環境性能について
10.	欠陥住宅を取得しないかどうか
11.	よい業者を選ぶこと
12.	自分や家族の要望をまとめること
13.	予算面
14.	その他

表5 分析方針と調査内容

分析方針と調査内容	
方針1	<p>「したい暮らし」、「住みたい住まい」の明確さと、満足度との関係</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 最初から明確な場合と検討を経て明確になった場合があるのではないかな。 ・ 「生活像」・「住まい像」の明確さと、検討プロセスでの「気にすること」の違いと、最終的な「満足度」との間に何らかの関係があるのではないかな。
方針2	<p>住宅取得の検討初期段階・後期段階での「気になること」の要点</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 検討の初期・後期で「気になること」は異なるのではないかな ・ 検討プロセスの中で、ポジティブチェック（生活像・住まい像の実現）から、ネガティブチェック（問題や心配事の解決・納得）へ移るのではないかな ・ ネガティブチェックに終始する人はどの程度いるのか ・ 満足度等へ影響はどの程度あるのか
方針3	<p>チェック項目（気になること）について、納得の程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 十分に納得して取得しているのか
方針4	<p>チェック項目（気になること）の「納得の仕方」の合理性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ イメージや雰囲気ですぐに「たぶん大丈夫に違いない」と自らを納得させているのではないかな ・ 生活像・住まい像の実現へ向けたポジティブな取り組み姿勢と、問題や心配事を解決することが主体的になっているネガティブな取り組み姿勢とで納得・確信の仕方は違ってくるのか ・ 納得の仕方、納得度が違うのではないかな
方針5	<p>会社・物件を依頼する際の「決めた理由」と、候補であったが「やめた理由」の違い</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「現物を見て買う・借りる」の場合、間取り・内装・設備など、目に見えるものや雰囲気ですぐに決める場合が多いのではないかな ・ 「建築予定」を買う場合、何で決めているのか
方針6	<p>住宅取得の検討プロセスにおける問題点・ニーズ</p>
方針7	<p>「参考とした情報」の影響</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ネットの評判は「やめる理由」として影響するのか、など

3-2. 「したい暮らし」、「住みたい住まい」の明確さと、満足度との関係

3-2-1. 分析方針と関連設問

本節で検討するのは表5 (pp.14) で示した「方針1」である。

【方針1】「したい暮らし」、「住みたい住まい」の明確さと、満足度との関係

- ・最初から明確な場合と、検討を経て明確になった場合があるのではないか。
- ・生活像・住まい像の明確さは、検討プロセスで「気にすること」の違いを介して、最終的な「満足度」に関連するのではないか。

「したい暮らし」「住みたい住まい」の明確さ等をリアルに測定するための調査方法上の工夫として、取得者については、「理想の住宅、および暮らし」「検討中に目指していた住宅、および暮らし」「実現した住宅、および暮らし」について「定義法」による自由記述形式の設問に回答した後、明確さ、こだわり度、実現度などを5段階評価させるという方法をとった（取得予定者は、住宅取得前なので「実現した住宅、および暮

らし」や実現度などの項目はない）。関連する設問を表7に示す。

なお、「定義法」とは、「あなたにとって※※とはどのようなものですか。どのようなことでも構いませんので、思いつくままに自由に適宜してください」といった教示で、調査対象である※※を単語や短い文章で簡単に定義してもらった定型自由記述法である。回答欄は、「()」で、()で、()で、()というものです」といった形式で分けて用意するのが一般的である。今回の場合、※※は「理想の住宅・住みたい住宅」「検討中に目指していた住宅」などであり、「定義法」の最初の設問の前に記入例を示している（図13）。

本節では、まず「定義法」の自由記述回答を定量データ化して分析する（3-2-2）。次に、住宅像に関する5段階設問と総合満足度を用いて構造方程式モデリング（以降、SEMと記す）による分析を実施し（3-2-3）、方針1に関する因果モデルを検討した。

記入例)

あなたにとって、理想の自動車とは？

【 乗り心地がよいもの 】で

【 事故の時に安全性が高いもの 】で

【 6人以上乗れるもの 】で

【 カーナビがついているもの 】で

…という自動車です。

図13 定義法の記入例

表7 方針1と関連する設問

「理想の住宅」とは？	Q5	定義法	「理想の暮らし」とは？	Q16	定義法
いつから持っていたか？	Q6	3段階評価	いつから持っていたか？	Q17	3段階評価
実現のためにこだわったか？	Q7	5段階評価	実現のためにこだわったか？	Q18	5段階評価
実現したか？ *	Q8	5段階評価	実現したか？ *	Q19	5段階評価
「検討中に目指した住宅」とは？	Q9	定義法	「検討中に目指した暮らし」とは？	Q20	定義法
最初から明確だったか？	Q10	5段階評価	最初から明確だったか？	Q21	5段階評価
実現のためにこだわったか？	Q11	5段階評価	実現のためにこだわったか？	Q22	5段階評価
実現したか？ *	Q12	5段階評価	実現したか？ *	Q23	5段階評価
「実際に実現した住宅」とは？ *	Q13	定義法	「実際に実現した暮らし」とは？ *	Q24	定義法
最初の理想と変化したか？ *	Q14	5段階評価	最初の理想と変化したか？ *	Q25	5段階評価
検討中の理想と変化したか？ *	Q15	5段階評価	検討中の理想と変化したか？ *	Q26	5段階評価
現在の住宅に満足しているか？ *	Q45	5段階評価	期待通りの住宅を取得できたか？ *	Q48	100点満点

* 印：取得予定者にはない項目

3-2-2. 「定義法」形式の設問に関する自由記述の分析

(1) 分析作業方針

分析対象となる定義法の設問は、表7に示した取得者対象の6問(Q5、Q9、Q13、Q16、Q20、Q24)と、取得予定者対象の4問(Q5、Q9、Q16、Q20)の計10問である。各設問には各々10箇所の記入欄があるので、取得者では1人につき合計60箇所、取得予定者では1人につき合計40箇所の記入欄があるということになる。

ただし、どの欄に書かれる内容も「※※で、※※という住宅」または「※※で、※※という暮らし」に当てはまる語句である。設問が違っていてもこの点は共通なので、自由記述の文章を分析できるデータにするために行うアフターコーディングの作業は全記入欄共通で行った。

(2) 定量的データの作成

まず、形態素解析ソフト「茶筌」を用いた形態素解析を実施した。

形態素とは、単語より少し短い言語の構成単位を指し、形態素解析とは、文章を形態素に分解した上で、それぞれの形態素の基本形、品詞、活用形等の情報を得ることを指している。例えば、「住んでいる」という文章は、「住ん・で・いる」と分解され、「住む(動詞・自立)」「で(助詞・接続助詞)」「いる(動詞・非自立)」といった基本形・品詞の情報を得ることができる。

形態素に分解したら、まず、助詞・助動詞・非自立語・固有名詞など、分析考察対象とする意義が乏しい品詞を除外する。そうすることで、分析対象とする「基本形」の形態素のみを得る。

今回、得られた「基本形」の形態素の種類は計4,540語、データ数は合計123,532であった。

表8 「定義法」形式の設問における自由記述の形態素解析「基本形」度数上位60位

基本形	度数	累積度数	累積%
1 ある	4,095	4,095	3%
2 する	3,262	7,357	6%
3 広い	2,710	10,067	8%
4 家族	2,397	12,464	10%
5 家	2,320	14,784	12%
6 良い	2,075	16,859	14%
7 できる	2,050	18,909	15%
8 よい	1,702	20,611	17%
9 環境	1,615	22,226	18%
10 便利	1,582	23,808	19%
11 日当たり	1,444	25,252	20%
12 駅	1,313	26,565	22%
13 近い	1,306	27,871	23%
14 部屋	1,291	29,162	24%
15 静か	1,131	30,293	25%
16 リビング	1,029	31,322	25%
17 収納	966	32,288	26%
18 安全	950	33,238	27%
19 明るい	938	34,176	28%
20 快適	922	35,098	28%
21 場所	883	35,981	29%
22 性	880	36,861	30%
23 安心	875	37,736	31%
24 近く	870	38,606	31%
25 間取り	852	39,458	32%
26 いい	850	40,308	33%
27 暮らし	814	41,122	33%
28 庭	795	41,917	34%
29 住む	783	42,700	35%
30 生活	759	43,459	35%

基本形	度数	累積度数	累積%
31 ない	707	44,166	36%
32 多い	700	44,866	36%
33 くつろげる	687	45,553	37%
34 子供	677	46,230	37%
35 ゆったり	676	46,906	38%
36 よく	652	47,558	38%
37 楽しい	627	48,185	39%
38 空間	627	48,812	40%
39 キッチン	619	49,431	40%
40 的	604	50,035	41%
41 人	598	50,633	41%
42 住宅	595	51,228	41%
43 駐車	583	51,811	42%
44 交通	565	52,376	42%
45 買い物	560	52,936	43%
46 のんびり	514	53,450	43%
47 高い	510	53,960	44%
48 場	499	54,459	44%
49 自分	495	54,954	44%
50 スペース	493	55,447	45%
51 使う	473	55,920	45%
52 通勤	473	56,393	46%
53 暮らせる	473	56,866	46%
54 なる	472	57,338	46%
55 自然	446	57,784	47%
56 暖かい	437	58,221	47%
57 便	416	58,637	47%
58 風呂	401	59,038	48%
59 時間	398	59,436	48%
60 落ち着く	396	59,832	48%

(3) 同義語等の統一

4,540 語の「基本形」の形態素には、たとえば「良い」「よい」「いい」、「あたたかい」「あったかい」「暖かい」など、単に表記の仕方が違うものや、「安い」「安価」「割安」「格安」「安め」などの同義語が混在している。これらを、出現度数の高いものを中心に再整理し、同義語等の統一を行った。

結果、「基本形」の形態素の種類は合計 3,760 となっ

た。計 780 語の減である。

参考までに、度数上位 80 位までの「基本形」の形態素を表 9 に示す。表で示したとおり、度数 80 位まででデータ数全 123,532 のうち 64% も網羅している。この後の対応分析では、この 3,760 語を基本に、度数の少ない語句を適宜カットして実施することとする。

表9 「定義法」形式の設問における自由記述「基本形」度数上位 80 位（同義語等統一後）

	基本形	度数	割合	累積	累積%		基本形	度数	割合	累積	累積%
1	良い	4767	3.9%	4,767	4%	41	居心地	639	0.5%	62,110	50%
2	ある	4169	3.4%	8,936	7%	42	地震・耐震	617	0.5%	62,727	51%
3	する	3262	2.6%	12,198	10%	43	的	604	0.5%	63,331	51%
4	家	3071	2.5%	15,269	12%	44	通勤通学	603	0.5%	63,934	52%
5	広い	3061	2.5%	18,330	15%	45	価格・費用	585	0.5%	64,519	52%
6	家族	2616	2.1%	20,946	17%	46	使う	583	0.5%	65,102	53%
7	場所・空間	2502	2.0%	23,448	19%	47	交通	565	0.5%	65,667	53%
8	できる	2483	2.0%	25,931	21%	48	集まる	562	0.5%	66,229	54%
9	生活・暮らす	2266	1.8%	28,197	23%	49	過ごす	547	0.4%	66,776	54%
10	近い	2219	1.8%	30,416	25%	50	感	541	0.4%	67,317	54%
11	くつろぎ	2194	1.8%	32,610	26%	51	近所	530	0.4%	67,847	55%
12	便利	1768	1.4%	34,378	28%	52	高い	510	0.4%	68,357	55%
13	環境	1615	1.3%	35,993	29%	53	ゆとり	507	0.4%	68,864	56%
14	日当たり	1539	1.2%	37,532	30%	54	自分	495	0.4%	69,359	56%
15	部屋	1407	1.1%	38,939	32%	55	浴室・入浴	494	0.4%	69,853	57%
16	駅	1352	1.1%	40,291	33%	56	防犯・治安	476	0.4%	70,329	57%
17	静か	1295	1.0%	41,586	34%	57	なる	472	0.4%	70,801	57%
18	安全	1208	1.0%	42,794	35%	58	学校	458	0.4%	71,259	58%
19	住む	1164	0.9%	43,958	36%	59	きれい	452	0.4%	71,711	58%
20	リビング	1085	0.9%	45,043	36%	60	安い	450	0.4%	72,161	58%
21	買い物・店	1027	0.8%	46,070	37%	61	音	434	0.4%	72,595	59%
22	楽しい	989	0.8%	47,059	38%	62	方角	429	0.3%	73,024	59%
23	収納	966	0.8%	48,025	39%	63	便	416	0.3%	73,440	59%
24	明るい	965	0.8%	48,990	40%	64	職場・仕事	402	0.3%	73,842	60%
25	快適	923	0.7%	49,913	40%	65	時間	398	0.3%	74,240	60%
26	庭	886	0.7%	50,799	41%	66	立地	396	0.3%	74,636	60%
27	性	880	0.7%	51,679	42%	67	季節	392	0.3%	75,028	61%
28	安心	875	0.7%	52,554	43%	68	しっかり	383	0.3%	75,411	61%
29	間取り	856	0.7%	53,410	43%	69	団欒	375	0.3%	75,786	61%
30	ない	855	0.7%	54,265	44%	70	徒歩	373	0.3%	76,159	62%
31	子ども	843	0.7%	55,108	45%	71	たくさん	372	0.3%	76,531	62%
32	駐車・車庫	734	0.6%	55,842	45%	72	設備	370	0.3%	76,901	62%
33	落ち着く	732	0.6%	56,574	46%	73	ペット	352	0.3%	77,253	63%
34	多い	725	0.6%	57,299	46%	74	大体	346	0.3%	77,599	63%
35	周り・近辺	721	0.6%	58,020	47%	75	オール	342	0.3%	77,941	63%
36	人	709	0.6%	58,729	48%	76	階	326	0.3%	78,267	63%
37	自然	702	0.6%	59,431	48%	77	いる	323	0.3%	78,590	64%
38	あたたかい	697	0.6%	60,128	49%	78	電気	323	0.3%	78,913	64%
39	キッチン	691	0.6%	60,819	49%	79	友人知人	317	0.3%	79,230	64%
40	よく	652	0.5%	61,471	50%	80	健康	294	0.2%	79,524	64%

(4) 取得者データに関する対応分析

同義語等の統一を行った計 3,760 語の「基本形」、全 123,532 のデータのうち、取得者データのみを用いて、住宅取得様態別に自由記述の内容（「基本形」の形態素）を検討する。取得者データのみだと、「基本形」の種類は計 3,050 語、データ数は 80,547 である。

1) 取得者の「理想・現実・目指した住宅」像

住宅取得様態×「住宅」に関する回答欄（理想の住宅、目指した住宅、現実の住宅）と、記述内容（「基本形」の形態素）とのクロス集計に基づき対応分析を行った。なお、記述内容数が多いので、最初から出現度数の上位 200 語（200 語目で出現度数 63、累積度数は

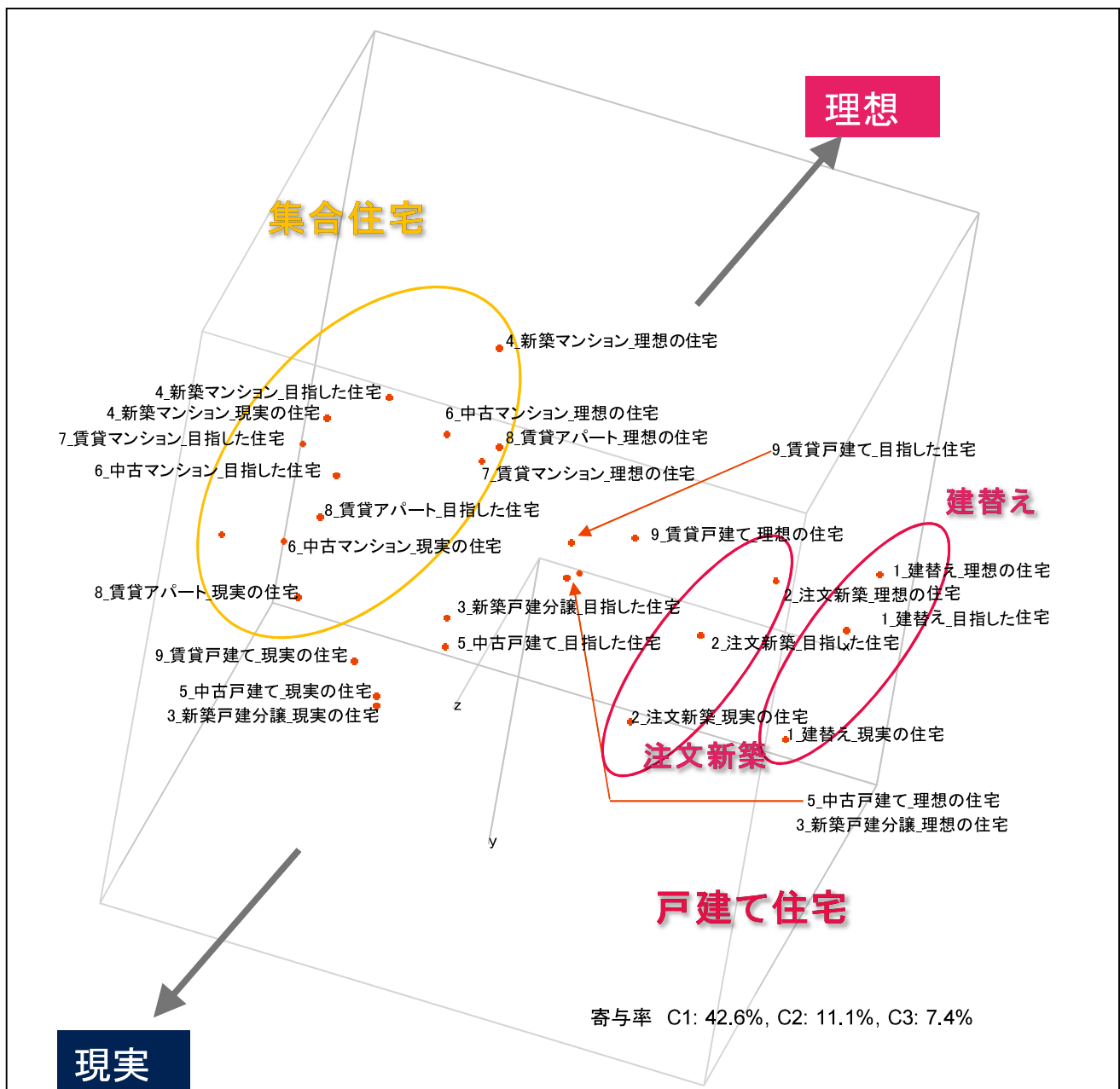


図 14 取得者「住宅取得様態」×「理想・現実・目指した住宅」の対応分析結果
*「住宅取得様態」の布置図

80%) のみに絞って分析した。さらに、分析の過程で、度数の少ない語句や外れ値を削除するなどした。

結果の 3 次元布置図は、住宅取得様態×回答欄と、記述内容とに分けて各々示す (図 14、図 15)。

以下にこれらの図より主に考察される内容を示す。

① 「集合住宅」か「戸建住宅」かで、表現する語句が大きく分かれた。

◆ 集合住宅

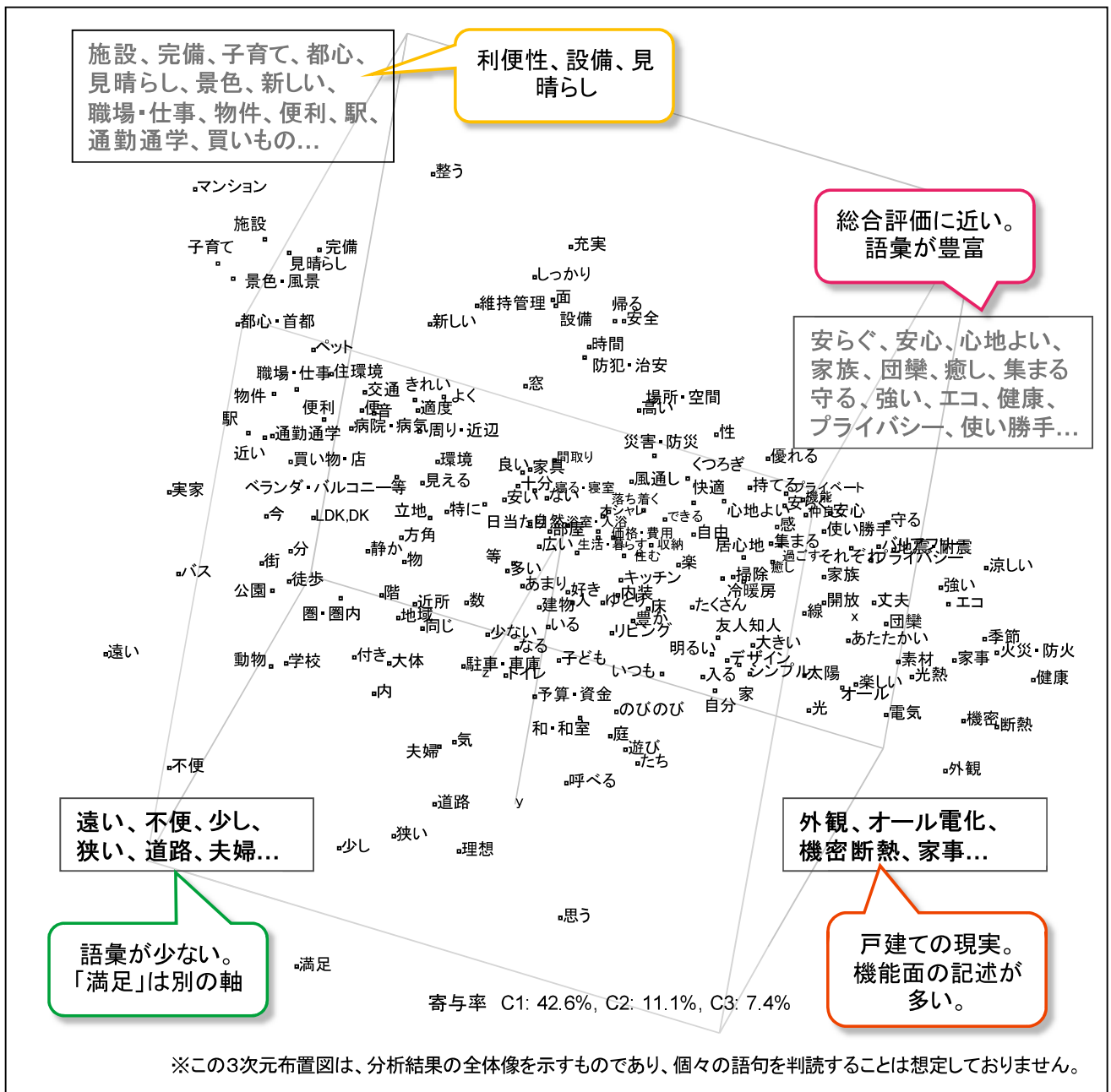
- ・ 利便性、設備、見晴らしなどに関する語句が多

い。

- ・ 新築マンション、賃貸アパートなどの違いによる語句の違いは大きくは現れなかった。

◆ 戸建住宅

- ・ 安らぐ、安心、心地よい、家族、団欒、癒し、集まる、守る、強い、エコ、健康、プライバシー、使い勝手など、語彙が豊富。
- ・ より総合評価に近い言葉が得られている。
- ・ 住宅取得様態の違いも大きい。上記は、主に「戸



※この3次元布置図は、分析結果の全体像を示すものであり、個々の語句を判読することは想定しておりません。

図 15 取得者「住宅取得様態」×「理想・現実・目指した住宅」の対応分析結果
*「理想・現実・目指した住宅」記述内容の布置図

建注文（建替え）」「戸建注文（新築）」の特徴ともいえる。

- ② 「理想」・「目指した」・「現実」の軸も顕著だった。
- ◆ 「理想」側
 - ・ 「現実」側より語彙が豊富。
 - ◆ 「現実」側
 - ・ 語彙が少なく、機能に関する記述が多い。

2) 取得者の「理想・現実・目指した暮らし」像

住宅取得様態×「暮らし」に関する回答欄（理想の暮らし、目指した暮らし、現実の暮らし）と、記述内容（「基本形」の形態素）とのクロス集計に基づき、対応分析を行った。pp.18 の 1)と同様に、記述内容は、最初から、出現度数の上位 200 語（200 語目で出現度数 63、累積度数は 80%）のみに絞り、さらに、分析の過程で、度数の少ない語句や外れ値を削除した。

結果の 3 次元布置図は、住宅取得様態×回答欄と、記述内容とに分けて各々示す（図 16、図 17）。

この図からの主な考察を以下に示す。

- ① pp.18 の 1)の「住宅」に関する記述の対応分析と同じように、取得した住宅が「集合住宅」か「戸建住宅」かで、表現する語句が大きく分かれた。
- ◆ 「集合住宅」「戸建住宅」を各々表現する語句の

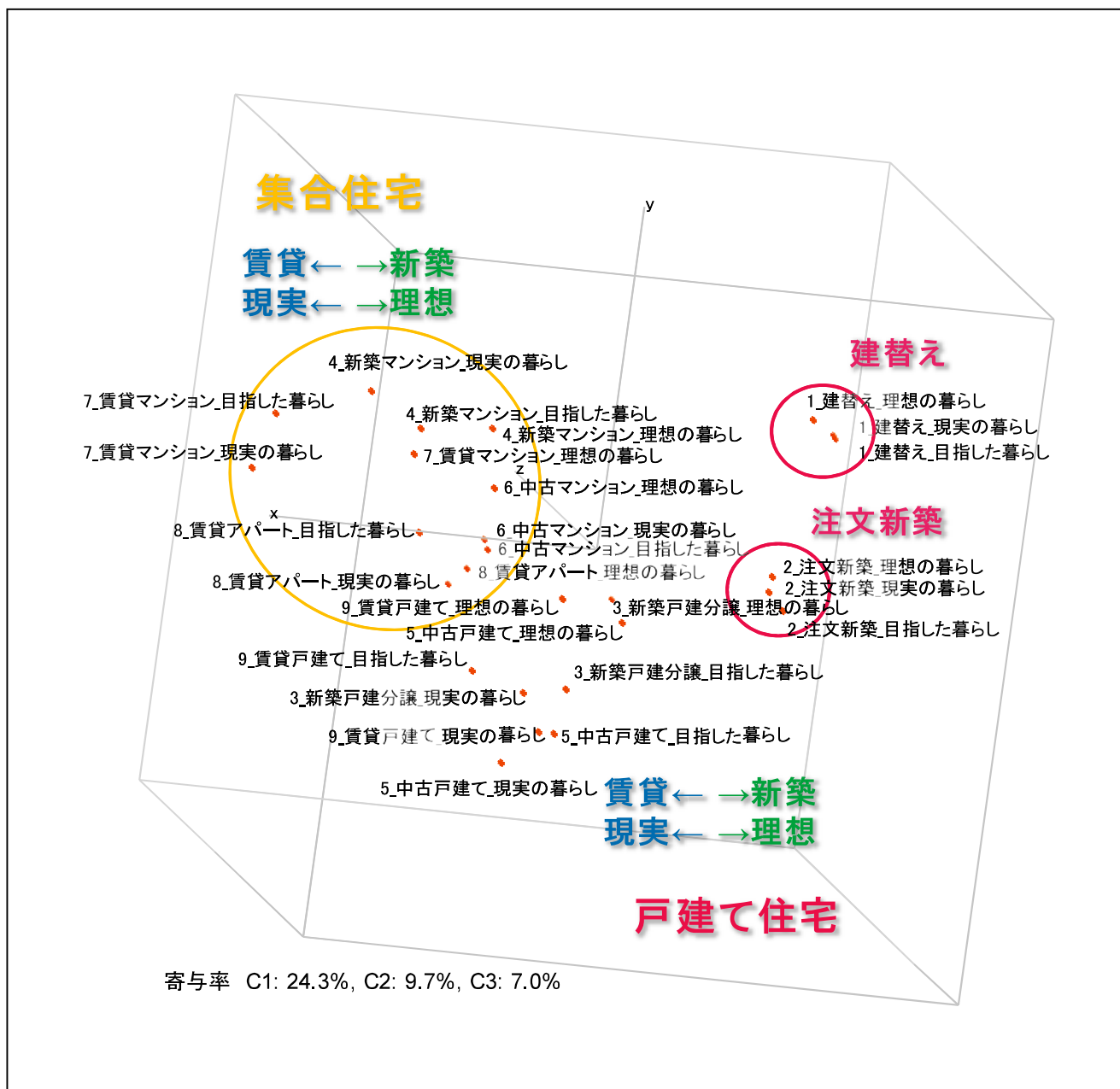


図 16 取得者「住宅取得様態」×「理想・現実・目指した暮らし」の対応分析結果
*「住宅取得様態」の布置図

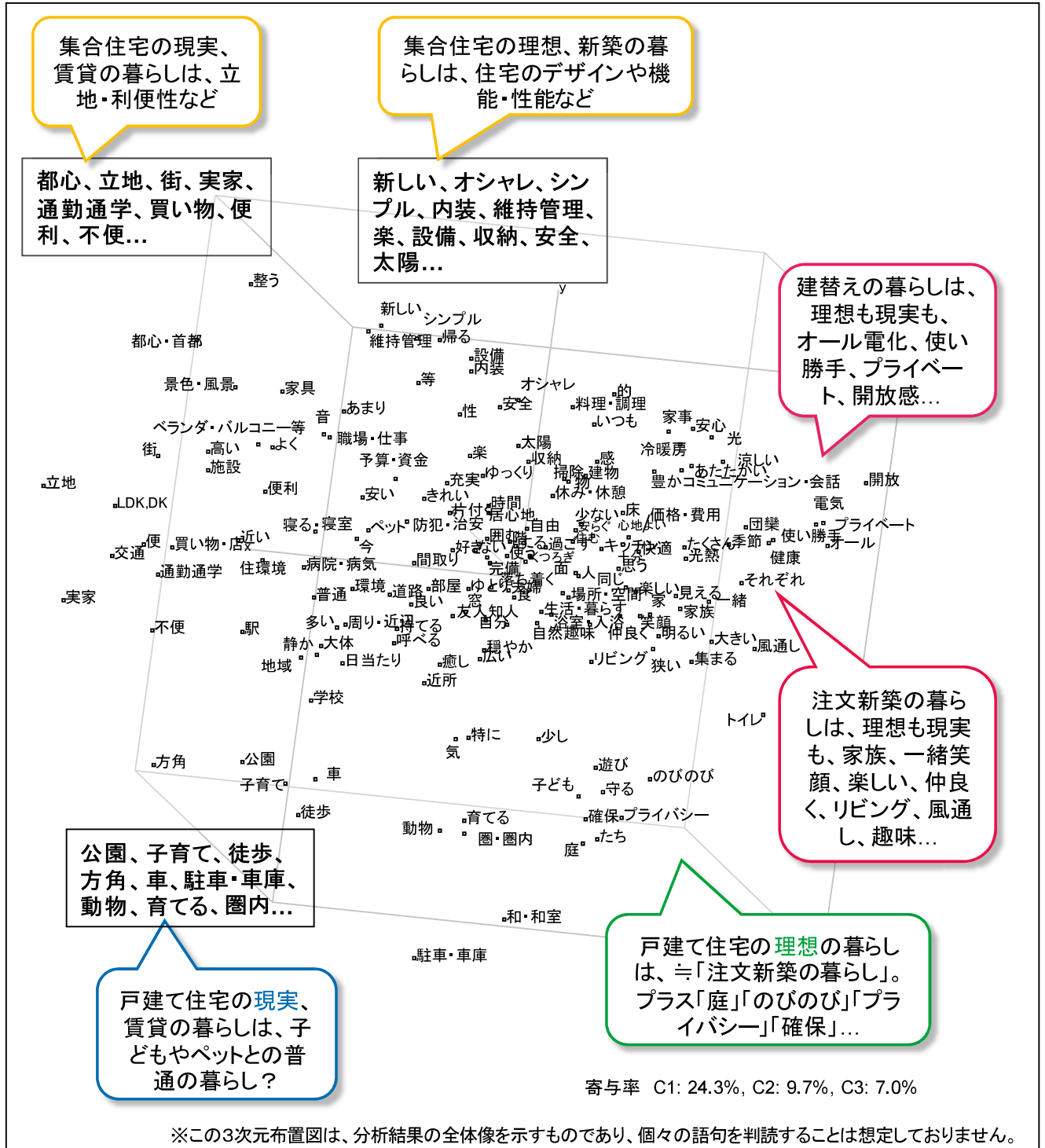
特徴も、「住宅」の場合とよく似ている。

② pp.18 の 1)の「住宅」に関する記述の対応分析と異なり、「理想」・「目指した」・「現実」の軸はそれほど鮮明ではなかった。住宅取得様態ごとにコンパクトにまとまって布置されている。

◆ 集合住宅の理想の暮らしではデザインや機能・性能が上げられるが、現実には立地・利便性である。

も、家族、一緒笑顔、楽しい、仲良く等の言葉が並ぶ。

◆ 戸建て・分譲住宅の場理想の暮らしでは「庭」、「のびのび」、「プライバシー」等、現実には子供やペットとの普通の暮らしという言葉があげられている。



※この3次元布置図は、分析結果の全体像を示すものであり、個々の語句を判読することは想定しておりません。

図 17 取得者「住宅取得様態」×「理想・現実・目指した暮らし」の対応分析結果

*「理想・現実・目指した暮らし」の布置図

pp.18 の(4)の取得者と同様の検討を、予定者データでも行った。取得予定者は、取得者より 2 問少ないので、「基本形」の種類は計 2,329 語、データ数は 42,985 と少なくなっている。

1) 取得予定者の「理想・現実・目指した住宅」像

住宅取得様態×「住宅」に関する回答欄（理想の住宅、目指す住宅）と、記述内容（「基本形」の形態素）とのクロス集計に基づき、対応分析を行った。前節と同様に、記述内容は、最初から、出現度数の上位 198 語（198 語目で出現度数 32、累積度数は 81%）に絞り、さらに、分析の過程で、度数の少ない語句や外れ値を削除した。

結果の 3 次元布置図は、住宅取得様態×回答欄と、

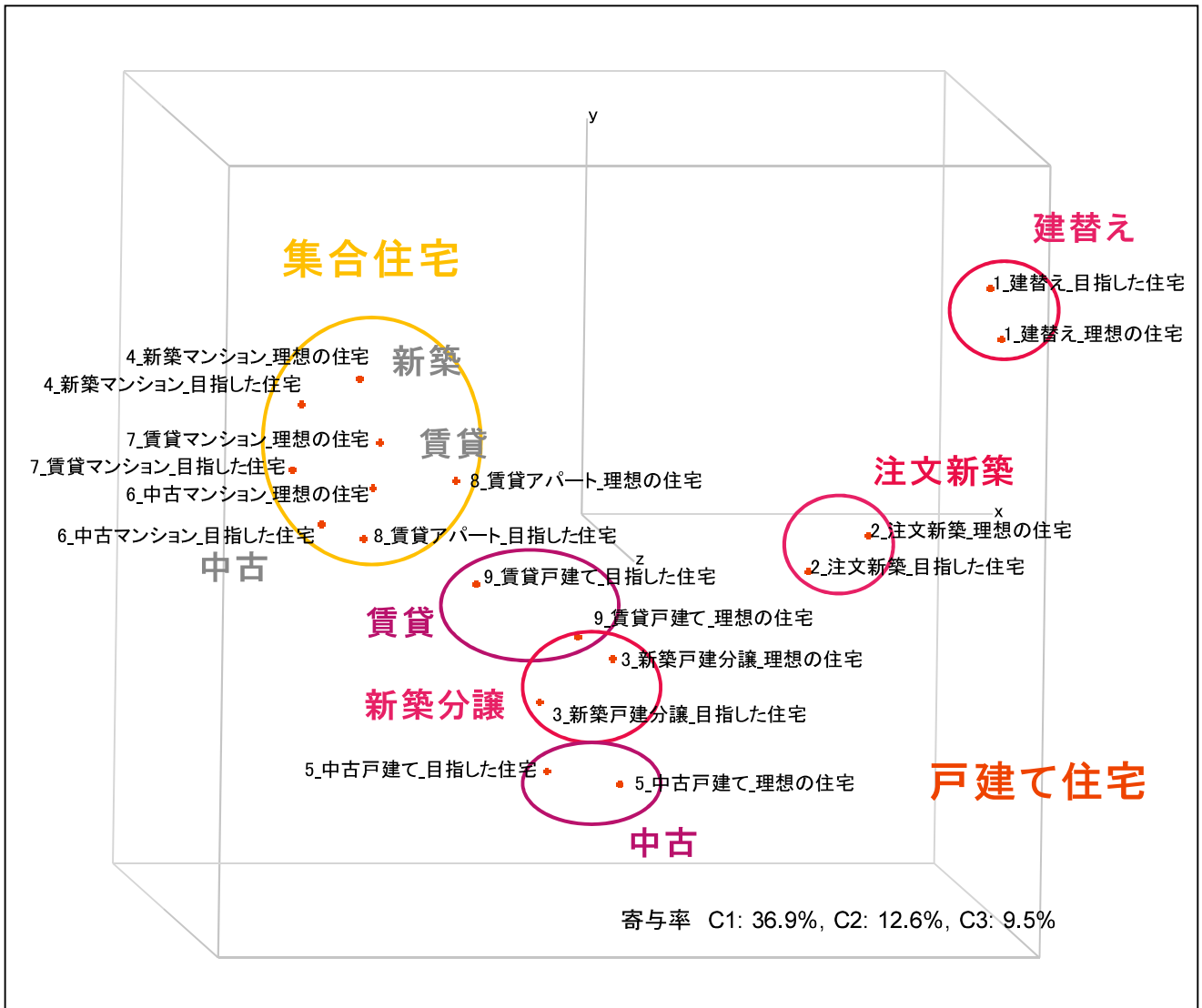


図 18 取得予定者「住宅取得様態」×「理想・目指す住宅」の対応分析結果

*「住宅取得様態」の布置図

記述内容とに分け各々示す (図 18、図 19)。

pp.21 の(4)の取得者の結果とよく似たものとなった。

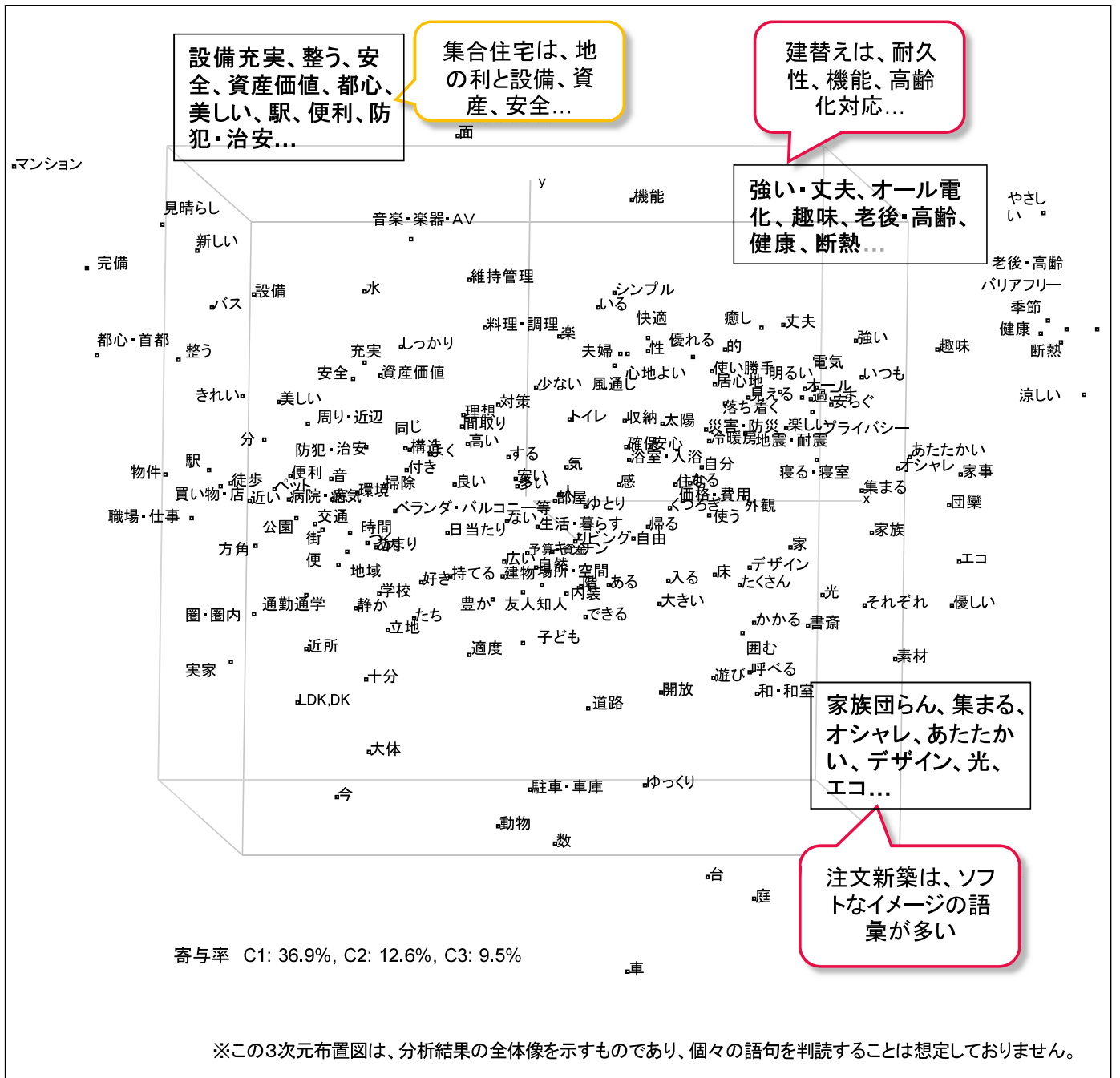


図 19 予定者「住宅取得様態」×「理想・目指す住宅」の対応分析結果

*「理想・目指す住宅」の布置図

2) 取得予定者の「理想・目指す暮らし」の対応分析

住宅取得様態×「暮らし」に関する回答欄（理想の暮らし、目指す暮らし）と、記述内容（「基本形」の形態素）とのクロス集計に基づき、対応分析を行った。度数の少ない語句や外れ値などの削除の措置は、取得者の分析プロセスと同様である。

結果の3次元布置図は、住宅取得様態×回答欄と、記述内容とに分け各々示す（図20、図21）。

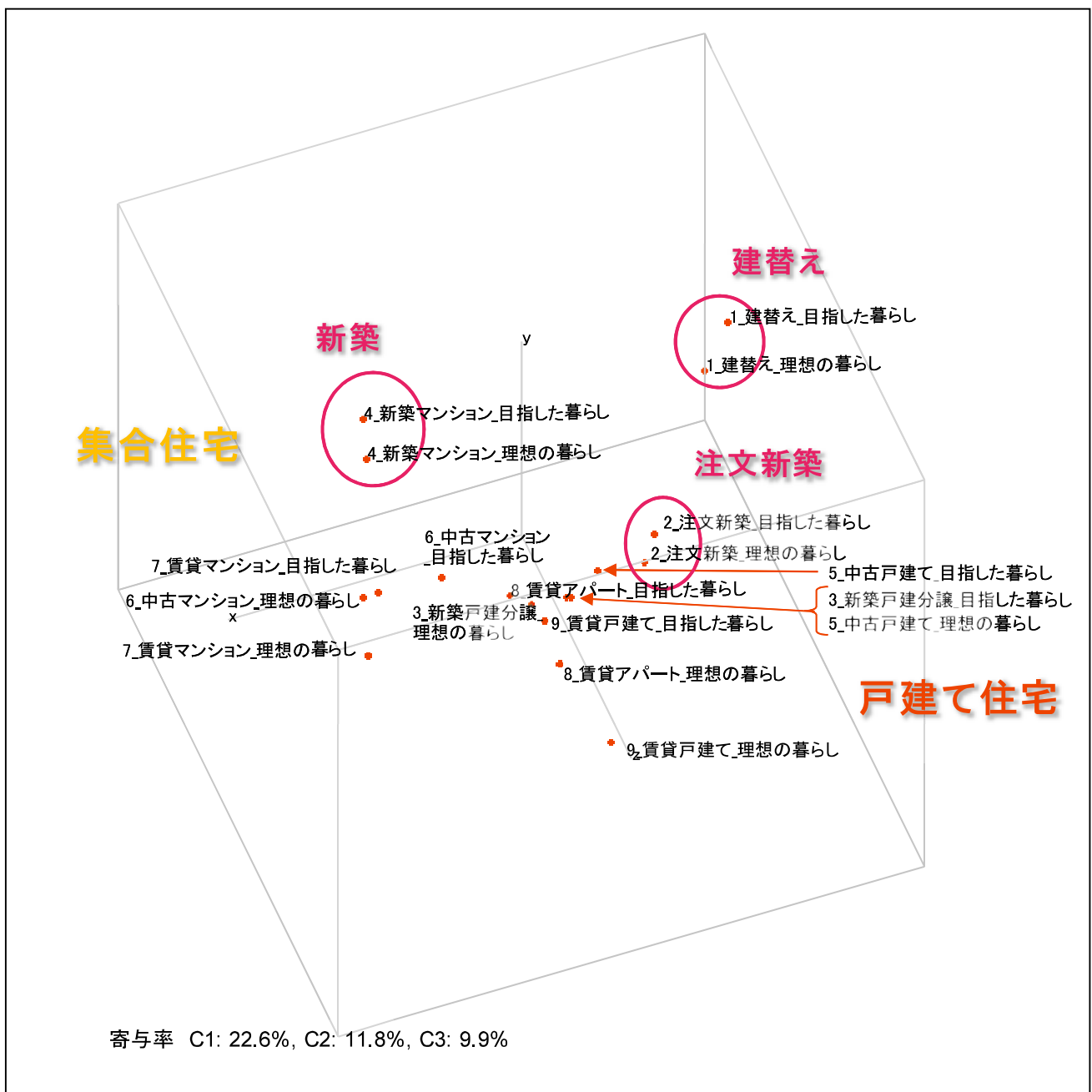


図20 取得予定者「住宅取得様態」×「理想・目指す暮らし」の対応分析結果
*「住宅取得様態」の布置図

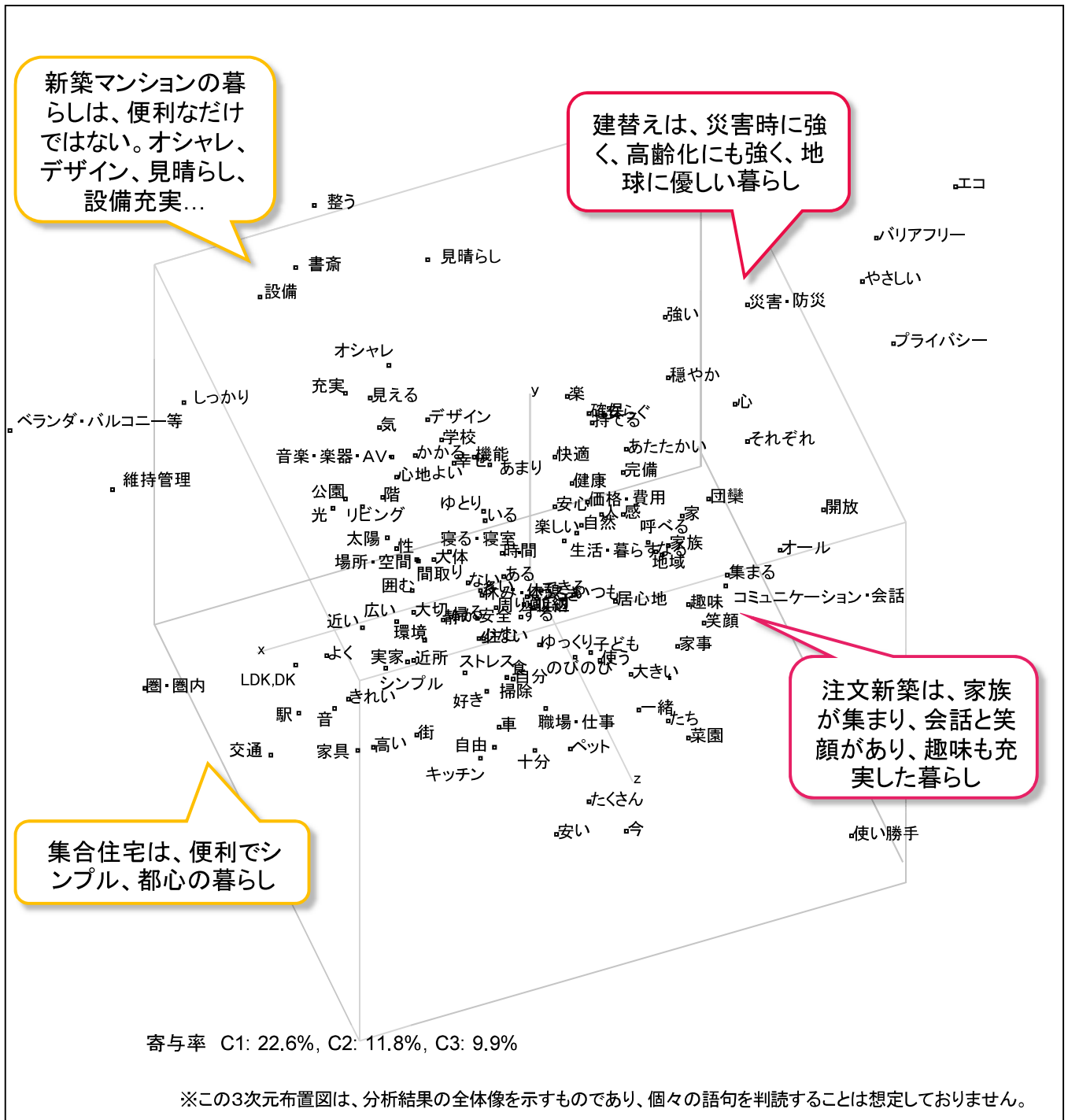


図 21 予定者「住宅取得様態」×「理想・目指す暮らし」の対応分析結果

*「理想・目指す暮らし」の布置図

3-2-3. 統計的因果分析

住宅像に関する5段階設問と総合満足度 (pp.15 の表 7 を参照) を用いて SEM による分析を実施し、方針 1 に関する因果モデルを検討した。

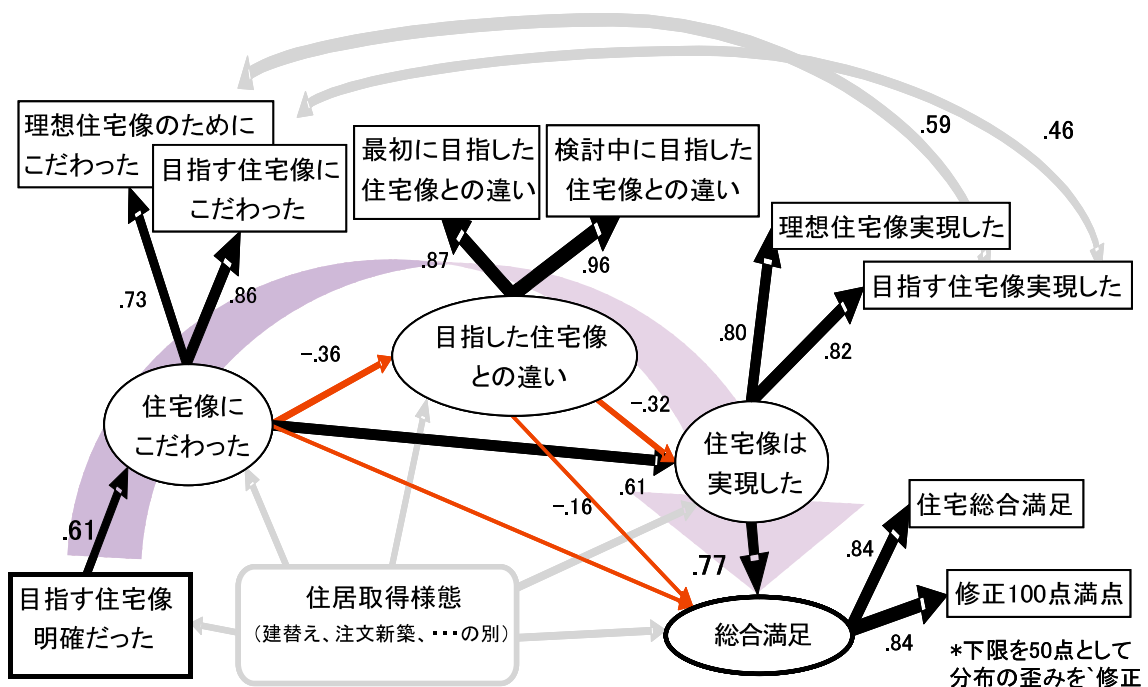
分析対象としたのは、取得者のみである。少数であり、他と回答傾向が異なる「賃貸アパート」「賃貸戸建て」は除外し、最終的に 1,758 名のデータを分析した。

満足度としては、表 7 に示した「現在の住宅に満足しているか」(住宅総合満足度,Q45)、「期待通りの住宅を取得できたか」(100 点満点評価,Q48) の 2 項目を用いたが、後者については、まず事前処理として 50 点未満を 50 点に統一して、分布の改善を行った。

住宅取得様態 (Q1、ただし「賃貸アパート」「賃貸戸建て」は除外) をダミー変数として、SEM による分析を実施し、図 22、23 に示す因果モデルを得た。

表 10 総合満足への総合効果 (標準解)

Q10_目指す住宅像明確だった	0.306
住宅像にこだわった	0.497
目指した住宅像との違い	-0.406
住宅像実現した	0.765

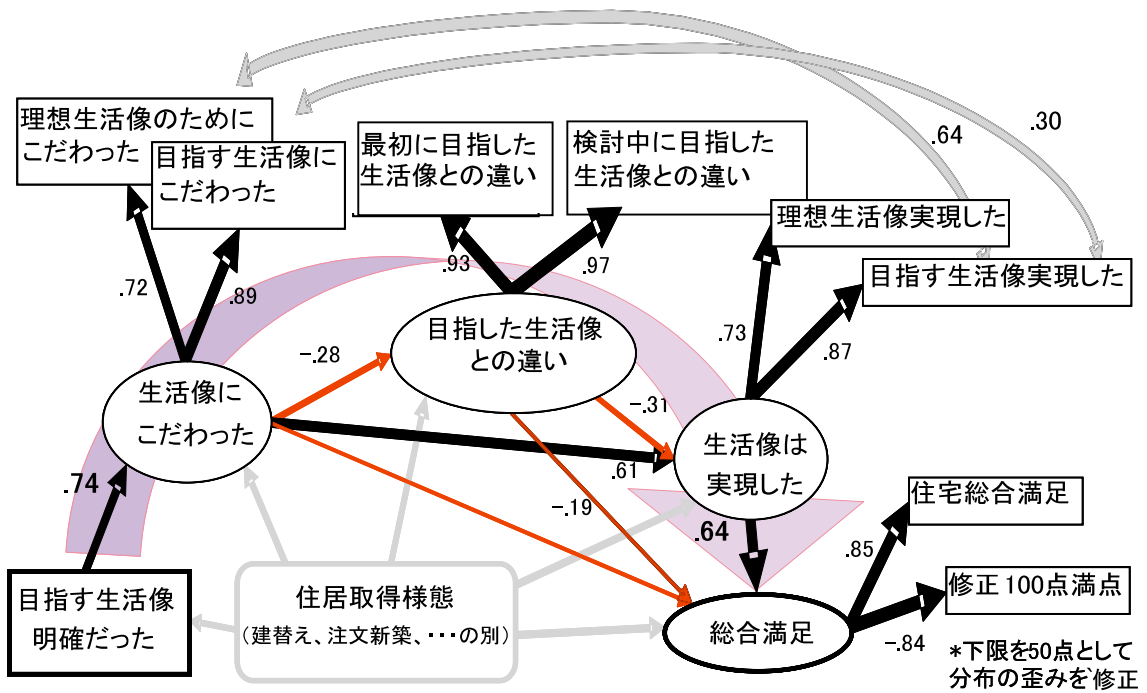


※ベクトルの数値は、関係の度合いを示す。

図 22 取得者「住宅像」の因果モデル(概要)

表11 総合満足への総合効果(標準解)

Q21_目指す生活像明確だった	0.206
生活像にこだわった	0.502
目指した生活像との_違い	-0.391
生活像実現した	0.643



※ベクトルの数値は、関係の度合いを示す。

図 23 取得者「生活像」の因果モデル(概要)

図 22 および図 23 中に記載された四角枠で囲まれたものは「観測変数」といい、調査によって直接的に測定されたものである。同じく楕円で囲まれたものは「潜在変数」といい、直接的に観察されていない仮説上の変数を意味している。矢印に示されている数値はパス係数とよばれるもので、影響の度合いを示す (-1~1)。

図 22 の「住宅像」モデルでは、目指す住宅像の明確さは、実現に向けてのこだわりを介し、実際にそれと近い住宅の実現を促し、入居後の満足に

つながるといふ因果関係が示されている。「こだわり」から「総合満足」へは弱い負の直接効果があるが、これは実現度が同じという条件のもとでの効果を示す(こだわって、実現しなければ不満増大)。しかし、総合効果はかなり大きい正の値(0.497(標準解))となる。

図 23 の「生活像」モデルは、「明確」「こだわった」からの矢線が「住宅像」モデルと若干異なるが、モデルの骨格・基本的な解釈はほぼ同様であった。

* 参考文献

小島隆矢, 眞方山美徳, 有川智「住居取得プロセスの実態に関する調査研究」日本建築学会大会梗概集 D-1 分冊, 2008 年 9 月

図 24 は、以上のモデルのもとでの、住居取得様態の直接効果をグラフ化したものである。縦軸は各結果変数の回答スケールで、「1 建替え」を基準としたダミー変数である。したがって、「1 建替え」に比べたときの相対効果が表されている。

図 24 からは次のことがわかる。

- ◆ 総合満足の項目より、住宅像・生活像関連項目の項目の方が住居取得様態による意識の違いの方が大きい。

これらの分析結果から、方針 1 については、したい暮らし、住みたい住まいの明確さは、満足度に影響するということが明らかとなった。また、目指す住宅像・そこでの生活像の明確さは、実現に向けてのこだわりを介し、実際にそれと近い住宅・住生活の実現を促し、入居後の満足につながるという因果関係が把握された。

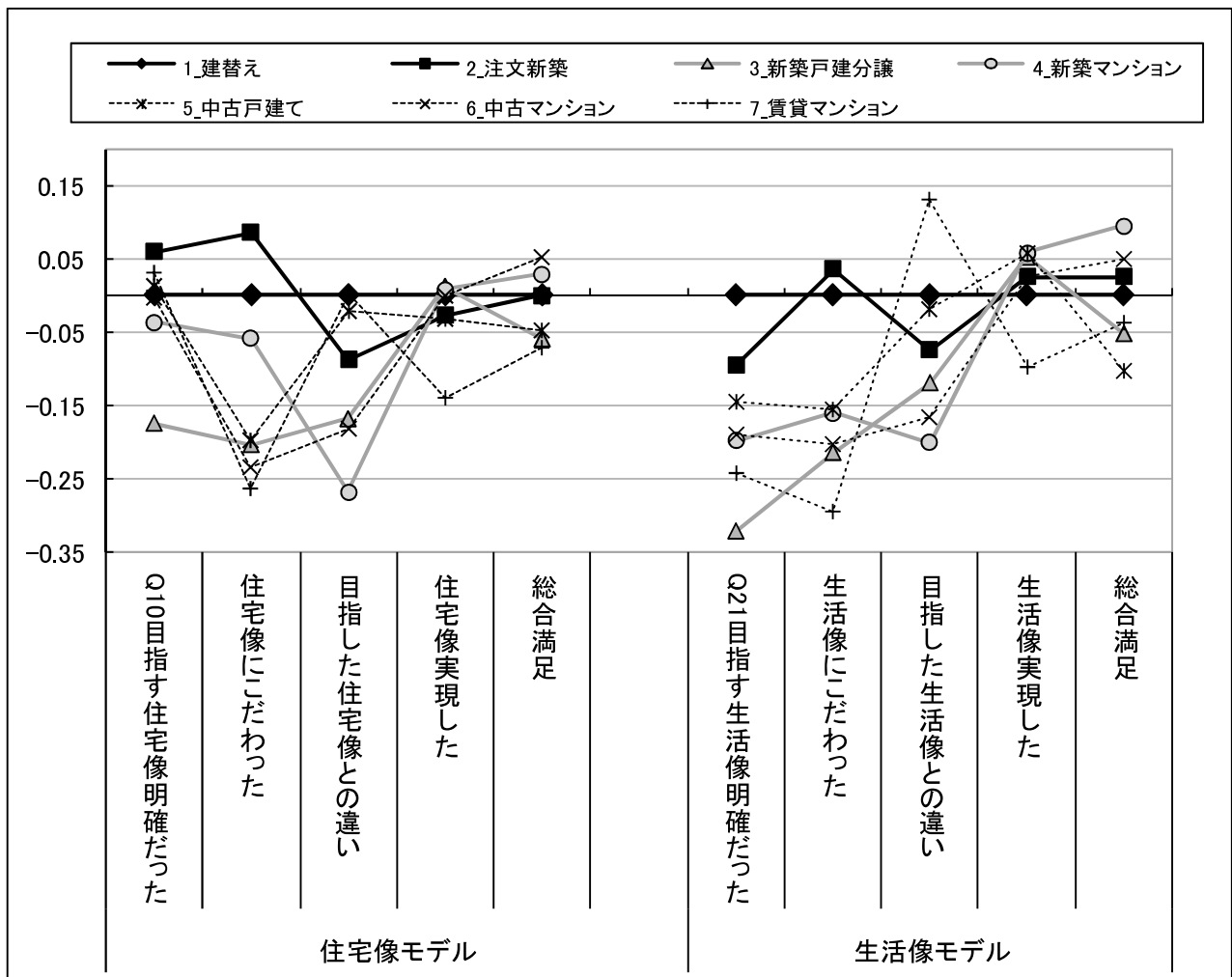


図 24 取得者「住宅像」「生活像」の因果モデルにおける住宅取得様態の直接効果

3-3. 住居取得の検討初期段階・後期段階での「気になること」の力点

本節で検討するのは表 5 (pp.14) で示した「方針 2」である。

【方針 2】住居取得の検討初期段階・後期段階での「気になること (pp. 14 の表 6)」の力点

- ・住居取得を検討する初期段階・後期段階で「気になること」は異なるのではないか。
- ・ポジティブチェック (生活像・住まい像の実現) から、ネガティブチェック (問題や心配事の解決・納得) へ移るのではないか。
- ・ネガティブチェックに終始する人もいないか。
- ・これらの状況は、満足度等へ影響するのではないか。

この検討に関する主な設問は以下のとおりである。

- ◆ 新しい住宅を取得するまでに、どのような点にどのくらい力を入れたかを 100 点満点で記入させる (取得者 Q27)。
 - ・取得予定者は「どのくらい力を入れたいか」という希望を記入 (Q17)。
- ◆ 力を入れた点はどのような点かを、検討の前半・後半に分けて、マルチアンサー形式で回答させる (取得者 Q28~29)。
 - *取得予定者は、前半・後半に分けず「力を入れて検討したい」項目を回答 (Q18)。

分析は、取得者のデータを用いて行った。ただし、Q27 の 100 点満点評価に関しては「最も力を入れたものを 100 として、0~100 点まで」という指示通りの回答をしていない回答者も多かったため、今回は Q28~29 のみを用いた。

検討の前半と後半で「力を入れた点 (気になること)」がどのように異なるかをみるために、横軸を「前半の選択率」、縦軸を「後半の選択率」とした「力を入れた点」の散布図を作成した (図 25)。

「気になること」を回答してもらう際、“生活像・住まい像の実現へ向けたポジティブな意識での対応だったのか”、もしくは“問題や心配事の解決や納得が主となったネガティブな意識での対応であったのか”という観点についても調査する予定であったが、設問のワーディングにこれらの意図を反映できていなかったため、想定していた結果を分析することはできなかった。しかしながら、検討の前半と後半の意識の違いは大まかには把握されたと考えられる。

図 25 からは以下のことがわかる。

- ◆ 住宅取得の前半の方が後半よりも選択率が総じて高い。
- ◆ 手軽に意思決定できる住宅取得様態になるに従い、検討の力点に前半・後半という区分は意味をなさなくなってくる。
- ◆ 「賃貸」などでは前半と後半ではほぼ差がなかった。
- ◆ 「間取り」「予算」は、どの住宅取得様態でも選択率は高い。とくに「間取り」の前半選択率は、いずれも 7~8 割と非常に高い。

表 12 住居取得様態別の Q27-28 単純集計

住居取得様態	戸建注文 (建替え)		戸建注文 (新築)		戸建分譲 (新築)		新築マンション		中古戸建て		中古マンション		賃貸マンション		賃貸アパート		戸建て賃貸		
	N	254	329	262	256	253	261	143	61	31									
項目	時期	前半	後半	前半	後半	前半	後半	前半	後半	前半	後半	前半	後半	前半	後半	前半	後半	前半	後半
間取り		80%	48%	78%	44%	72%	51%	78%	53%	72%	54%	76%	48%	85%	68%	75%	62%	74%	48%
デザイン		41%	58%	45%	59%	34%	37%	36%	28%	26%	25%	24%	26%	30%	34%	26%	28%	19%	13%
設備		46%	52%	37%	64%	32%	39%	48%	43%	26%	31%	28%	33%	39%	36%	38%	26%	26%	23%
暮らし方		45%	36%	45%	34%	36%	32%	40%	41%	47%	43%	40%	34%	33%	36%	36%	41%	48%	48%
立地・周辺		17%	7%	64%	22%	75%	47%	75%	49%	69%	53%	66%	46%	66%	57%	66%	49%	61%	52%
耐震耐久		66%	35%	51%	31%	30%	34%	42%	36%	22%	21%	24%	24%	12%	11%	7%	10%	10%	0%
快適性		55%	41%	45%	36%	29%	28%	41%	37%	23%	23%	33%	28%	29%	22%	20%	26%	13%	16%
防犯性		27%	38%	24%	35%	17%	25%	36%	39%	11%	18%	26%	26%	21%	28%	13%	20%	10%	13%
環境性能		36%	39%	32%	37%	16%	21%	15%	27%	16%	17%	12%	15%	15%	16%	16%	26%	19%	13%
欠陥住宅回避		45%	20%	47%	20%	34%	32%	26%	23%	28%	23%	17%	18%	8%	10%	3%	10%	13%	3%
良質業者選択		56%	14%	53%	14%	33%	16%	29%	18%	23%	14%	18%	12%	15%	10%	13%	11%	10%	10%
要望とりまとめ		50%	28%	50%	24%	40%	24%	30%	19%	38%	24%	28%	18%	27%	19%	21%	11%	42%	23%
予算		56%	46%	67%	55%	63%	60%	62%	61%	70%	62%	61%	63%	62%	55%	61%	54%	58%	48%
その他		2%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	2%	1%	0%	0%	0%	6%	6%

- ◆ 「立地・周辺」も、「新築戸建分譲」「新築マンション」では前半選択率が75%と非常に高い。
- ◆ 後半選択率が高いものに、「デザイン」「設備」「防犯性」がある。とくに「建替え」「新築」で顕著である。

これらの分析結果から、方針2については、検討の初期と後期で「気になること」は住居取得様態によっては変化するということが明らかとなった。

「賃貸」など手軽に意思決定できる住居取得様態においては検討の初期・後期という区分は意味をなさず、「建替え」「新築」などでは「デザイン」「設備」「防犯性」などの項目が検討後期に気になってくるということがわかった。

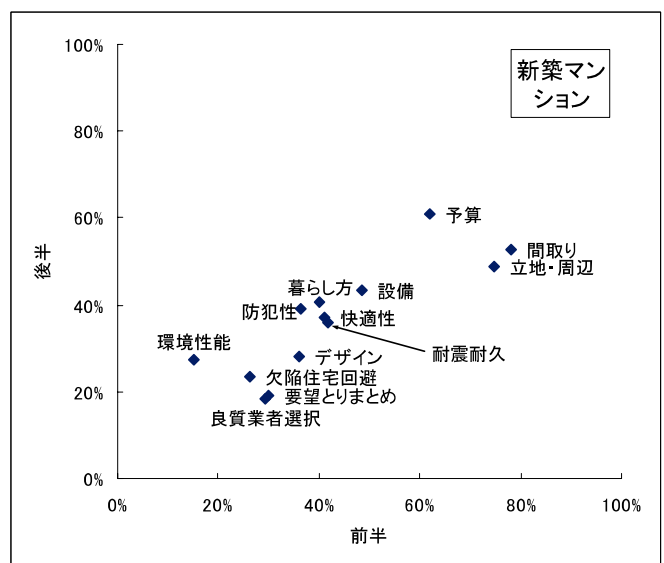
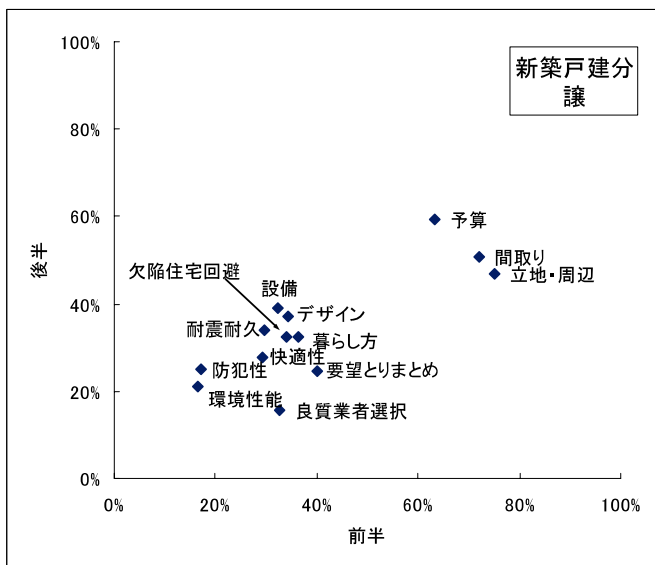
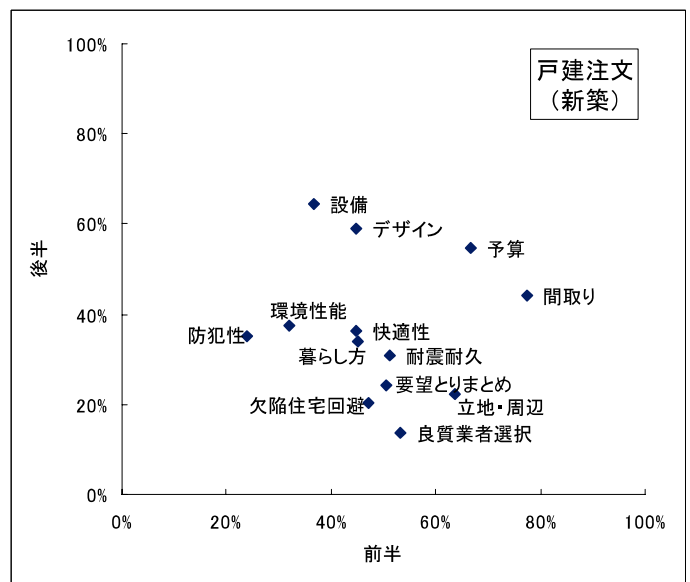
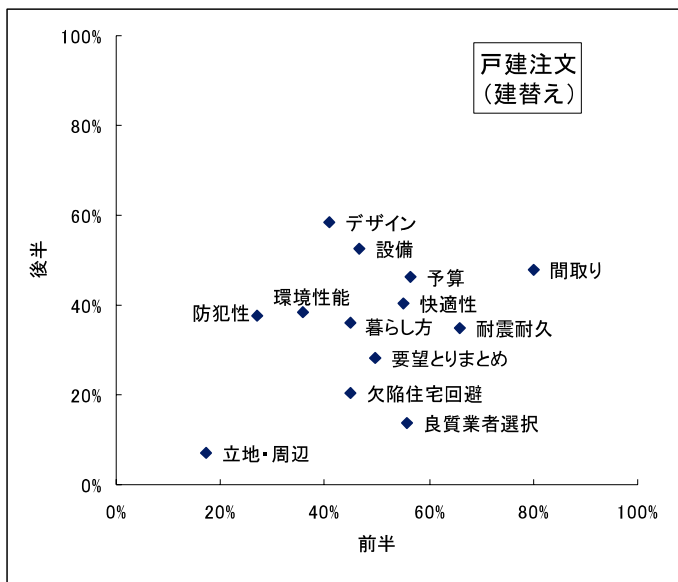


図 25 前半選択率を横軸、後半選択率を縦軸にとった「力を入れた点」の散点図 (その 1/2)

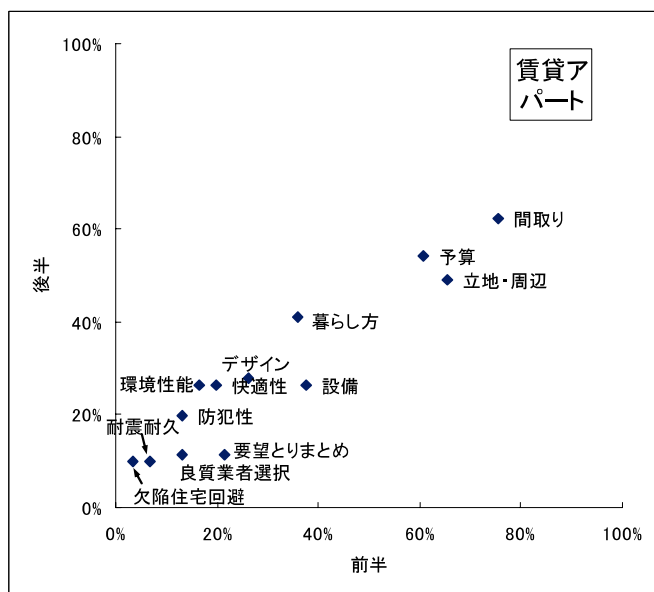
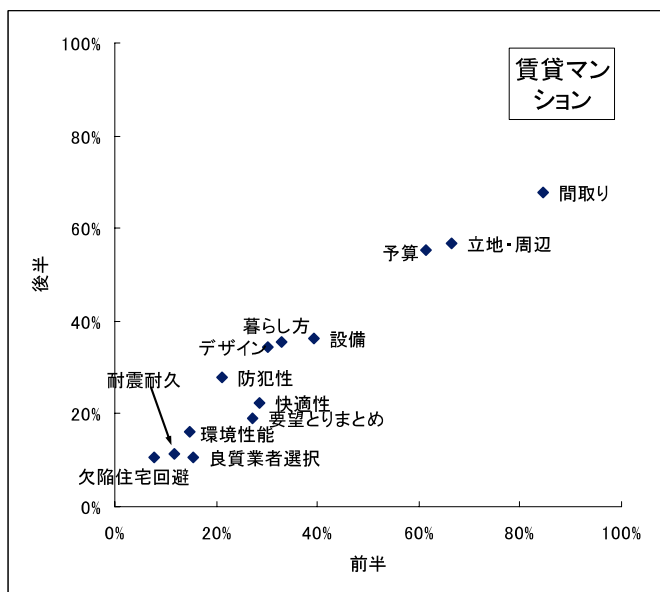
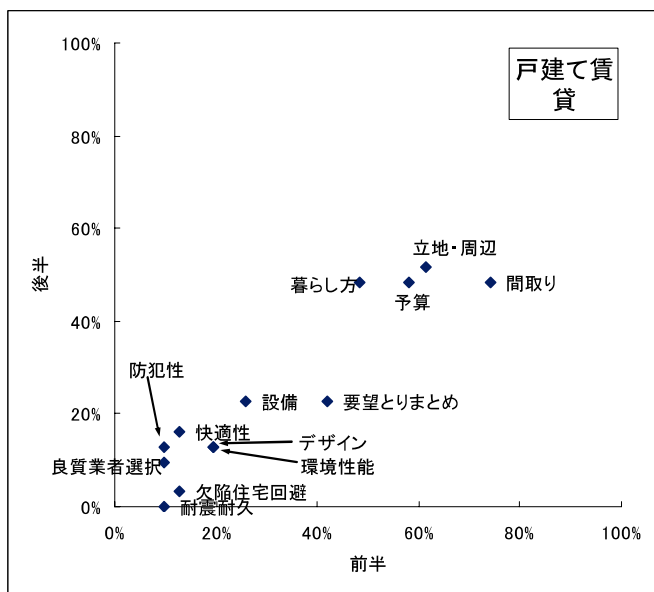
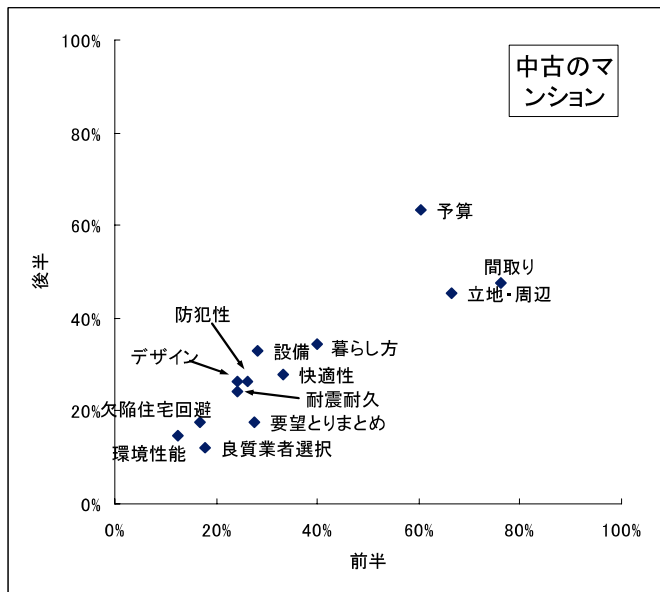
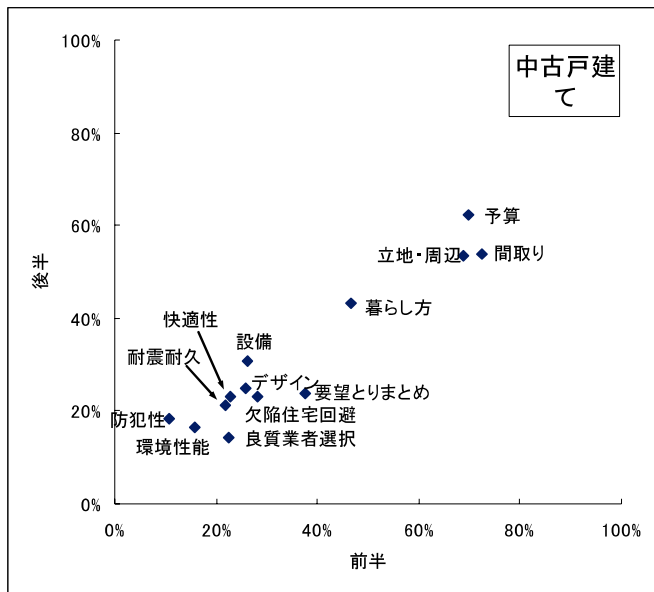


図 25 前半選択率を横軸、後半選択率を縦軸にとった「力を入れた点」の散布図 (その 2/2)

3-4. 住宅取得プロセスでの「気になること」の納得度とその理由

本節で検討するのは表5 (pp.14) で示した「方針3」と「方針4」である。

【方針3】 チェック項目（気になること）について、納得の程度

【方針4】 チェック項目（気になること）の「納得の仕方」の合理性

- ・イメージや雰囲気で「たぶん大丈夫に違いない」と自ら納得させているのではないか。
- ・生活像・住まい像の実現へ向けたポジティブな取り組み姿勢と、問題や心配事を解決するということが主體的になっているネガティブな取り組み姿勢とで納得・確信の仕方は違ってくるのか。
- ・納得の仕方、納得度が違うのではないか。

これらの検討に関する主な設問は以下のとおりである。

- ◆ pp.14 の表6 に示すチェック項目（気になること）

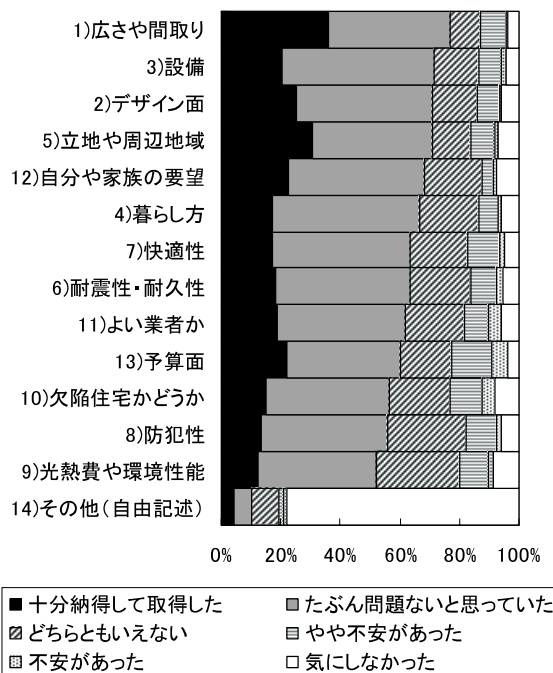


図26 住宅取得者の気になったこと

について、最終的に納得できたか、それとも不安があったかを5段階で評価させる(取得者Q30)。

- ・取得予定者は「現在、納得できているか、不安があるか」を5段階で評価(Q19)。

- ◆ 上記で「納得した」「たぶん問題ない」と答えた人に「なぜ納得できたか(なぜ納得しているか)」をチェック項目(気になること)ごとに自由に記入してもらおう(取得者Q31、取得予定者Q20)。

3-4-1. 「気になること」の納得度

取得者では、いずれの項目でも「たぶん問題ないと思っていた」が最多であり、「十分納得して取得した」も少なくない(図26)。比べると、取得予定者ではこれらの割合が若干小さい(図27)。

項目による差は、取得者と取得予定者とも類似した傾向にある。「納得」度をもっとも高いのは、両調査とも「広さや間取り」であった。次いで高いのは「設備」「デザイン面」「立地や周辺地域」「自分や家族の要望」などである。一方、「納得」度が低めなのは「光熱費や環境性能」「防犯性」「欠陥住宅かどうか」「予算面」「よい業者か」などの項目であった。

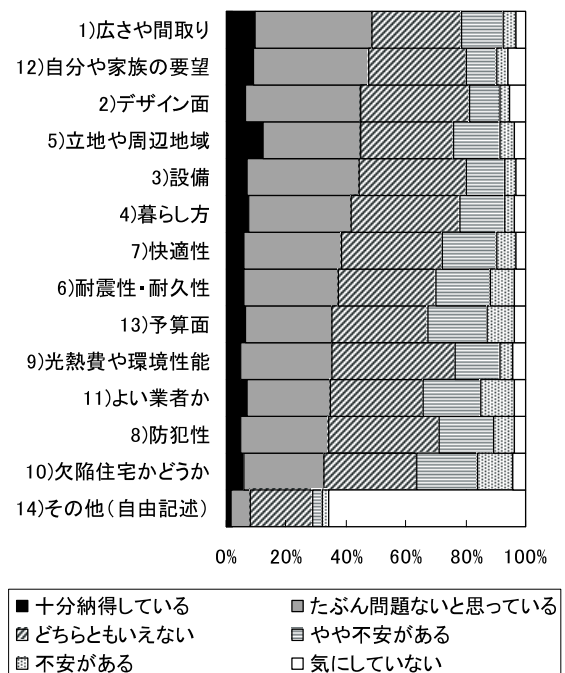


図27 住宅取得予定者の気になること

ただし、「納得」度が低いほど「不安」度が高いとは必ずしもいえない。たとえば「光熱費や環境性能」や「防犯性」では「どちらともいえない」が、「予算面」などでは「不安」度が若干高くなっているのが分かる。

次に、住宅取得様態ごとの納得度をみる。取得者と取得予定者で違いはほとんどないので、両者を合わせた結果を図 28 に示す。

図 28 からは以下のような傾向がみえる。

- ◆ 持ち家・分譲の方が賃貸より、中古より新築の方が、どの項目についても「納得」度が高めである。
- ◆ 「間取り（広さ・間取り）」はどのような様態でも非常に納得度が高い。

- ◆ 「耐震耐久」の納得度は、「建替え」では一番高いが、その他の様態では高くない。とくに「賃貸マンション」「賃貸アパート」では非常に低い。
- ◆ 「予算」の納得度はその逆である。「建替え」「注文新築」ではもっとも低いですが、賃貸や中古では中程度である。
- ◆ 「立地・周辺環境」の納得度もほぼ同傾向である。「建替え」では最下位、「注文建築」でも低いですが、中古や賃貸では非常に高い。
- ◆ 「設備」の納得度は、新築、とくに新築マンションで高いが、中古では高くない。

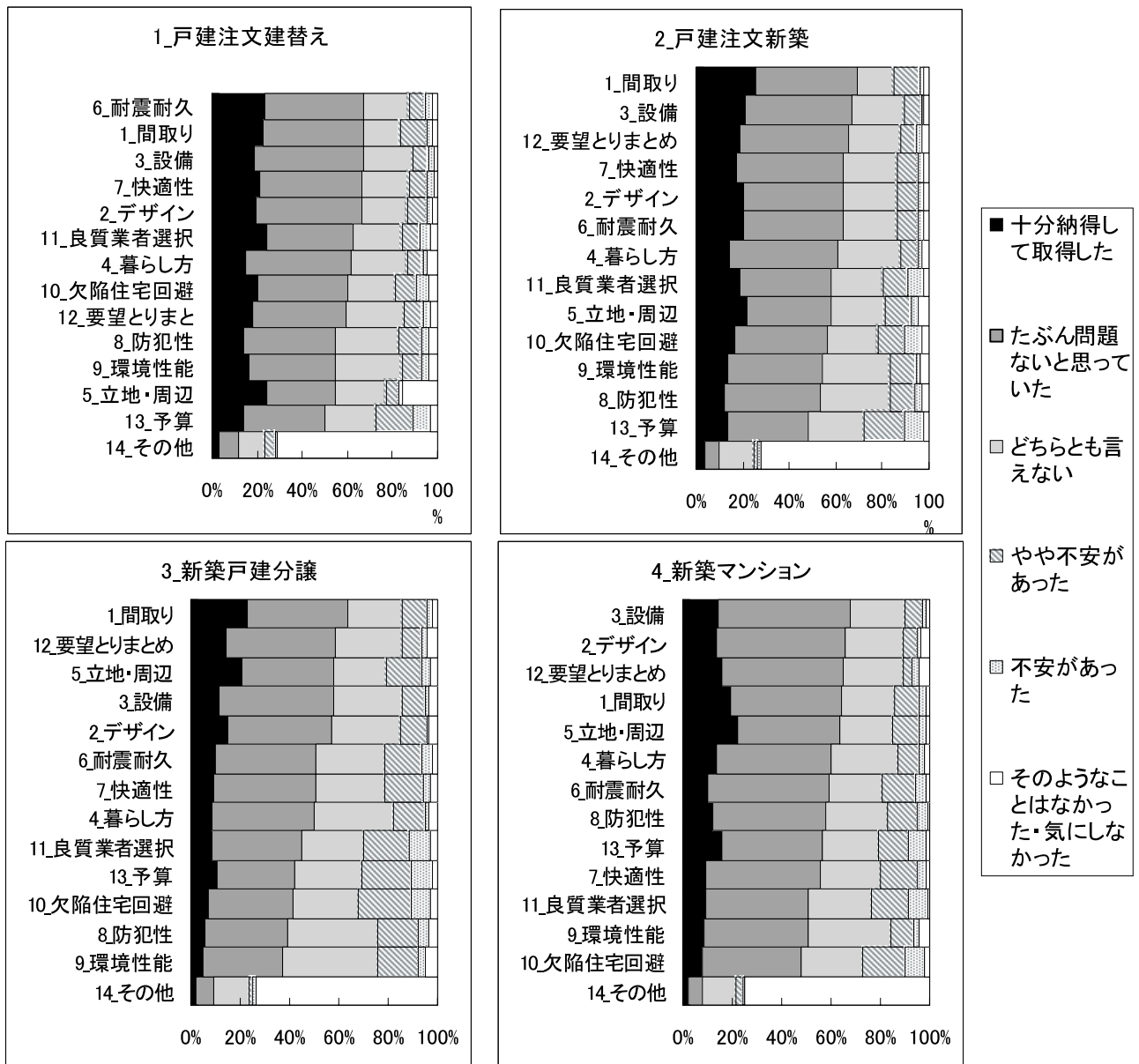
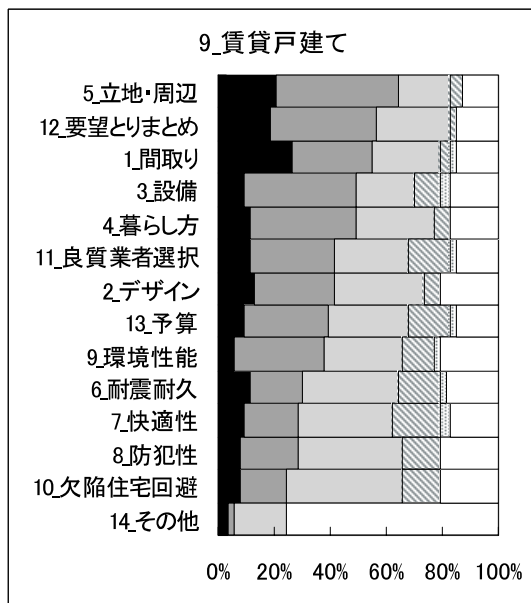
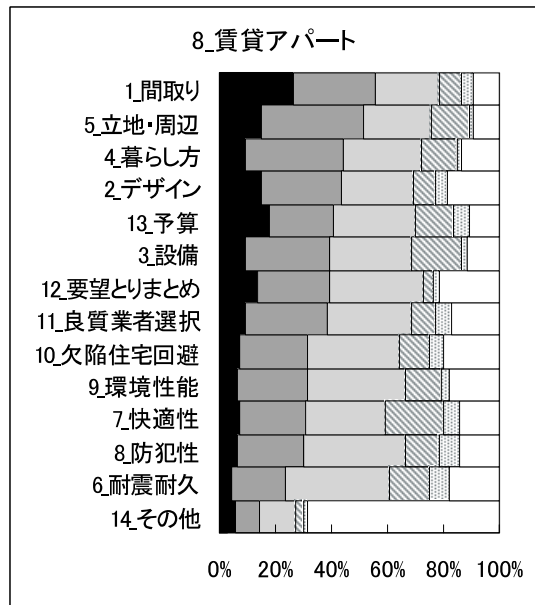
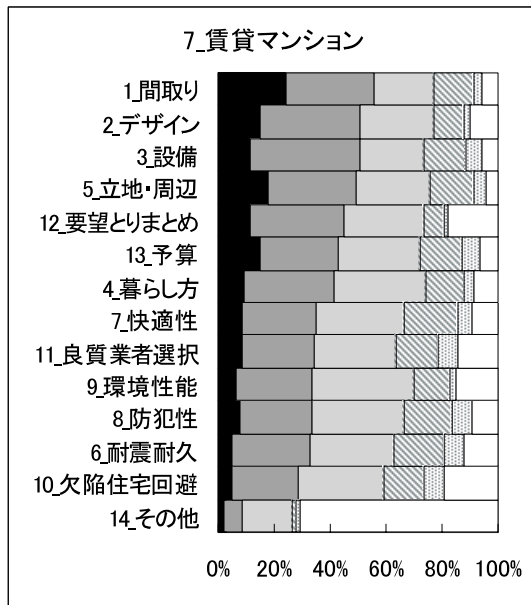
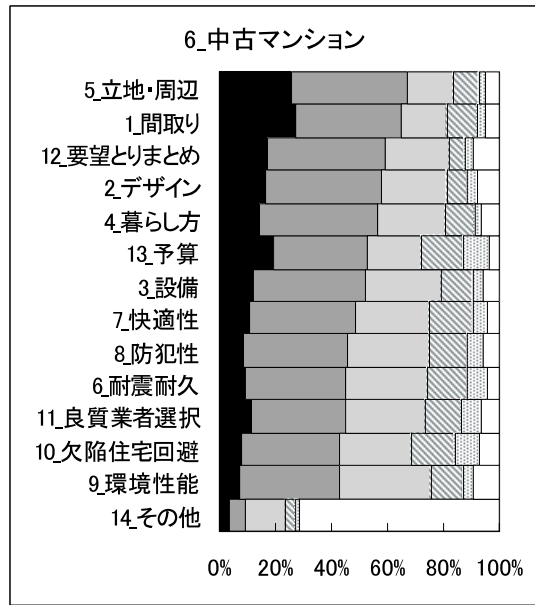
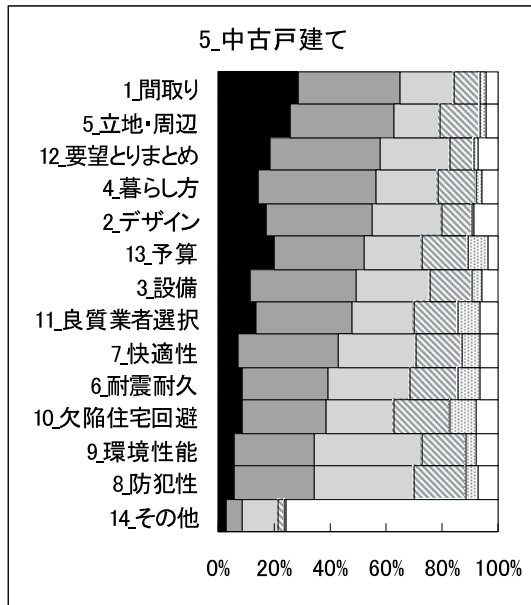


図 28 住宅取得様態ごとの項目別「不安-納得度」(その 1/2)



- 十分納得して取得した
- たぶん問題ないと思っていた
- どちらとも言えない
- やや不安があった
- 不安があった
- そのようなことはなかった・気にしなかった

図 28 住宅取得様態ごとの項目別「納得度」(その 2/2)

3-4-2. 「気になること」を納得した理由 (自由記述の分析)

(1) 分析作業方針

対象となる設問は、表6の「気になること」14項目について「納得した」「たぶん問題ない」と答えた人に、「なぜ納得できたか(なぜ納得しているか)」を自由に記入してもらうというものである(取得者 Q31、取得予定者 Q20)。

自由記入欄は取得者1人につき最大14、取得予定者1人につき最大14あるが、どの欄に書かれる内容もいずれも「納得した理由」である。そこで、自由記述の文章を分析できるデータにするために行うアフターコーディングの作業は全記入欄共通で行った。

(2) 定量的データの作成

1) カテゴリライズ

分析対象となる設問の記入対象者の内訳は表13のとおりであり、該当記入欄の合計は取得者・取得予定者合わせて計23,545件(表13合計欄の総計)であった。

表13 分析対象の設問への記入対象数

	取得者	予定者
1) 広さや間取り	1,423	724
2) デザイン面(外観・内装)	1,314	668
3) 設備について	1,319	709
4) どんな暮らし方ができるか	1,236	618
5) 立地や周辺地域について	1,311	665
6) 耐震性・耐久性について	1,173	556
7) 快適性について	1,175	569
8) 防犯性について	1,033	508
9) 光熱費や環境性能について	969	481
10) 欠陥住宅を取得しないか	1,041	519
11) よい業者かどうか	1,143	523
12) 自分や家族の要望をまとめる	1,261	661
13) 予算面	1,114	521
14) その他(自由記述項目)	189	122
合計	15,701	7,844
	23,545	

ただし、該当記入欄に記入をしない人も少なくなかった。無回答は全23,545件のうち3,759件(16%)である。その他、「a」「?」などの無意味な語句、「不満足」「不安」などの非該当、「とくになし」等を加えた全4,505件(19.1%)が内容のないデータであった(表14)。

表14 内容のないデータ、あるデータ数

内容のないデータ件数	無記入	3,759	16.00%
	無意味な語句	120	0.50%
	非該当(「まだこれから」等)	88	0.40%
	非該当(「気にする」「不安」等)	179	0.80%
	「とくになし」	274	1.20%
	「分からない」	85	0.40%
内容のあるデータ件数		19,040	80.90%
合計		23,545	100%

次に、内容のあるデータ19,040件の自由記述内容をカテゴリライズした。内容がほぼ同じで表現が異なる記述や、単なる表記の違いなどを抽出して、同じカテゴリーに統合、整理し、そこに適当なラベル名をつけた。

なお、1つの記入欄に明らかに2つ以上の内容が書かれている場合は、基本的に複数データとした(マルチアンサー扱い)。その数は計1,299件、内容のある全データの7%であった。

以上の作業で作成したカテゴリー数は、「その他」を含め計178となった。「その他」は度数が非常に少ないものをまとめたものであり、総度数は1,021である。全てのカテゴリーの中で、一番度数が多いものは「チェック、確認」で2,182、最小は「個性的」「道路に面している」等で5である。

2) 集計表の整理

カテゴリライズした結果の集計表を次頁以降に示す。

表15の「分類」は、カテゴリーごとの内容を大きく分類したものである。「確認・情報源」がもっとも多いが、これは表13の14項目の多くに関わる内容に関するものであったためこのような結果となったと考えられる。また「積極的な理由なし」も少なくないのが注目に値する。

表15 納得した理由・気にならない理由 集計表 (その1/3)

分類	カテゴリー名	内容備考	取得者 合計	予定者 合計	総計
住居の種類 ・構造 (計 452)	中古	-	44	13	57
	丈夫・耐震免震	丈夫・しっかり・耐震・耐久・免震	45	9	54
	リフォーム	リフォーム 済・した・予定	48	2	50
	建て替え	-	19	8	27
	新しい	-	17	9	26
	建売住宅	-	21	3	24
	新築	-	16	8	24
	築浅	-	15	4	19
	広い敷地	土地・敷地が広い	12	6	18
	公社・公団	公社・公団・行政がらみ	13	5	18
	RC造	鉄筋コンクリート構造	12	4	16
	2×4	ツーバイフォー	9	6	15
	賃貸だから	-	6	9	15
	MH・MRを購入	モデルハウス・ルームを購入	11	3	14
	マンション	-	7	7	14
	注文住宅	-	7	7	14
	角地・角部屋	-	12	2	14
	S造	鉄骨造	10	2	12
	一戸建て	一戸建て	11	0	11
	地盤	地盤良好・地盤調査・改良	8	2	10
間取り・広さ・ デザイン・印 象など (計 1,171)	広さ十分	広い・十分な広さ	134	32	166
	保証・証明	保証・証明書・JIO・補償	77	19	96
	日当たり良・明るい	日当たり良好・明るい・採光よし・天窗	83	12	95
	間取り	-	63	11	74
	安全・治安よい	-	40	27	67
	デザイン	-	43	18	61
	安心・災害危険小	-	44	16	60
	広さ・間取り適度	家族数に十分・丁度な間取り・広さ	52	7	59
	きれい	-	44	5	49
	落ち着き・ゆったり	落ち着いている・ゆったりとした・くつろげる・のびの	39	8	47
	暖かい・高断熱高気密	暖かい・断熱性よし・外断・気密性	38	8	46
	省エネ・光熱費安	省エネ・経済的・光熱費安い	36	6	42
	快適・住みやすい	-	26	12	38
	外観・外装	-	27	9	36
	管理人・警備員	-	26	2	28
	シンプル・飽きない	-	20	6	26
	管理・メンテ	管理・メンテナンスが行き届いている・管理組合	18	5	23
	家族団欒・子ども	楽しく暮らせる・家族団欒・子どもによい	18	4	22
	南向き・南側道路	南向き・南側道路	18	3	21
	内装	-	19	2	21
	オシャレ	オシャレ・スタイリッシュ・モダン	13	1	14
	エコ	-	3	10	13
	広さ・間取り優先	-	7	4	11
	通風・空調・防湿	通風・風通し・空調・防湿	10	1	11
	眺望・死角なし	眺望・見晴らし・死角がない	9	2	11
	ペット可・ピアノ可	-	10	1	11
	高級感	高級感・豪華・ぜいたく	2	8	10
素材・材料良い	-	5	3	8	
個性的	-	4	1	5	
設備・機能 (計 633)	オール電化	オール電化・IH・エコキュート	107	25	132
	サッシ	サッシ、ガラス、シャッター、カギ、格子、雨戸	84	22	106
	セキュリティ	セキュリティ(充実・システム・契約)	59	28	87
	オートロック	-	43	7	50
	最新技術	最新のもの・技術	25	16	41
	設備充実	設備充実・十分	32	5	37
	水回り	-	31	4	35
	今のもの	最近のもの、今時のもの	5	24	29
	防音・遮音	-	19	7	26
	使いやすい	-	17	6	23
	防犯カメラ	防犯カメラ・カメラ付きインターフォン	13	4	17
	暖房	暖房(床暖房・薪ストーブ)	14	3	17
	オールガス	オールガス・ガスレンジ・エコウィル	12	1	13
	太陽光	太陽光発電・太陽光温水器	11	2	13
	収納	-	6	1	7

表15 納得した理由・気に入らない理由 集計表 (その2/3)

分類	カテゴリ名	内容備考	取得者 合計	予定者 合計	総計
情報収集・検 討・決定 (計 1,474)	検討	検討した・する・しっかり検討した・する	334	198	532
	自分で決定	自分で決めた・決める	255	101	356
	情報収集	勉強・情報収集・調べる・調べた	187	122	309
	自分で設計管理	自分で設計・プラン作成・管理・監理	57	47	104
	比較検討	比較検討した・する	63	27	90
	妻夫一任	妻に(夫に)任せた・任せる	35	13	48
	業者一任	業者に任せた・任せる	13	11	24
	自分を信じる	自分を信じた・自信あり	5	6	11
確認・情報源 (計 5,117)	チェック確認	チェック・確認した・する	1,464	718	2,182
	現地で確認	見て確認・現地で確認	794	262	1,056
	説明で確認・納得	説明で確認・納得	545	138	683
	MH・MR確認	モデルハウス・ルームで確認	150	52	202
	カタログ等確認・検討	カタログ・パンフで確認・検討	107	27	134
	図面確認	図面・地図で確認	110	23	133
	内覧で確認	内覧(・体験宿泊)で確認	106	26	132
	業者に確認	担当者・業者に確認	64	22	86
	周辺住人に聞いた	先住人・周辺住人に聞いた	75	7	82
	親戚知人に聞いた	人に聞いた(親・友人・知人など)	58	12	70
	既存物件確認	既存物件・オープンハウスで確認	62	7	69
	ネットで確認	インターネットで確認	56	10	66
	資料・書類確認	資料・書類・データで確認	49	14	63
	SR確認	ショールームで確認	35	2	37
	見学会・工場確認	セミナー・見学会・工場・実験で確認	28	6	34
	イメージ図・写真確認	イメージ図・写真・ビデオで確認	29	4	33
	模型確認	-	15	4	19
	異なる時間帯確認	異なる時間帯で現地確認	13	2	15
サンプル確認	-	8	3	11	
本・雑誌確認	本・雑誌で調べた	7	3	10	
話し合い・シ ミュレーショ ン・知識など (計 1,727)	話し合い・相談	話し合い・相談・打ち合わせ	583	301	884
	意見が一致・類似	意見が一致・考え似ている	110	102	212
	専門家に相談	専門家(建築士・FP等)に任せた・相談・提案や対応 が良かった・信頼	114	49	163
	想像イメージ	想像・イメージした・できた	109	45	154
	家族合意	家族まとめた・まとまる	71	54	125
	自由設計・選択可	選択可能・選択肢豊富・自由設計・変更可	55	12	67
	知識経験	知識があるから・これまでの経験から	25	29	54
	シミュレーション	シミュレーションした	30	7	37
	目途がついた	-	10	16	26
こだわり・要 望・納得 (計 1,982)	暮らし方優先	どんな暮らし方ができるかを優先	2	3	5
	要望どおり	希望・要望・理想どおり	633	188	821
	納得・満足	納得・満足・気に入った・良い	436	253	689
	要望明確化	要望明確化・要望伝えた	82	67	149
	予想どおり	予想通り・予定内	91	12	103
	こだわり	こだわった・こだわる	42	26	68
	要望貫く	希望・要望を貫く	16	30	46
	最低限クリア	必要なものを絞り込んだ、最低限でよしとした	32	11	43
	家族の要望反映	家族の要望を採用・反映	24	13	37
予想以上	-	26	0	26	
業者 (計 2,842)	有名業者	有名な会社・メーカー・ブランドイメージ	493	242	735
	信用信頼	信用・信頼できる業者・担当 信用・信頼した・する・するしかない	400	253	653
	対応・担当の人柄	業者・担当者の対応・人柄	308	78	386
	知人の会社	友人・知人・知人の会社	145	121	266
	一流業者	しっかりした会社・一流の会社・実績ある会社	120	66	186
	大手業者	大手業者・メーカー	133	48	181
	なじみの業者	取引あった会社・なじみの会社・地元の	119	38	157
	知人の紹介	知人の紹介	64	22	86
	評判口コミ	評判・口コミ	57	17	74
	親族の設計施工等	家族・親族・親族の設計・施工	30	25	55
	業者のウリ部分	業者のウリ、力を入れている部分だから	20	11	31
	業者・担当者の提案	業者・担当者の提案	20	5	25
	アフターケア	アフターケア・アフターサービス	7	0	7

表15 納得した理由・気に入らない理由 集計表 (その3/3)

分類	カテゴリ一名	内容備考	取得者 合計	予定者 合計	総計
立地・周辺環境 (計 1,314)	土地勘あり	地元・土地勘あり・よく知っている所・実家の近く	445	200	645
	駅近	-	72	17	89
	静か	-	69	10	79
	好立地	いい場所・立地よし	48	9	57
	居住経験有	よく知っている・居住経験あり(建物)	49	5	54
	良環境	環境がいい	44	8	52
	買い物便利	買い物に便利・店近い	45	6	51
	便利にぎやか	-	39	10	49
	学校環境良	通学に便利・学校近い・学区が変わらない	42	3	45
	立地優先	-	16	10	26
	通勤に便利	-	18	5	23
	交通の便良	-	17	3	20
	自然・緑・海	-	17	1	18
	NT・住宅街	ニュータウン・住宅街	12	3	15
	知人居住	知人が住んでいる	11	3	14
	公園近接	公園が近い	10	3	13
	近所づきあい	-	11	1	12
	田舎	-	5	6	11
	医療環境良	病院が近い	8	2	10
	大通り面していない	-	7	1	8
	好きな場所	-	5	2	7
2階以上	-	4	2	6	
交番等近い	-	3	2	5	
道路に面している	-	5	0	5	
予算・価格 (計 723)	価格優先	価格を優先・上限を設定・無理をしない・予算内	145	78	223
	貯蓄あり	貯蓄あり・用意あり・計画的に貯蓄	56	69	125
	安い・お買い得	安い・お手ごろ・お買い得・値引き有	95	16	111
	価格相応	お金次第・適正価格・価格相応の質・質相応の価格	33	24	57
	無理ない資金計画	無理ない資金計画	41	14	55
	計算・数字	計算した・数字的に明らか	28	9	37
	融資OK	ローンOK・融資OK・条件よし・銀行との折衝	25	11	36
	親等援助	親等からの援助有り	21	8	29
	予算厳しい・頑張る	予算ぎりぎり・きびしかった・がんばった・がんばるしかない	19	6	25
	お金をかけた	お金をかけた	11	2	13
見積り	見積もりをとった	9	3	12	
積極的理由 なし (計 1,751)	大丈夫・問題なし	大丈夫・問題なし・不安なし	378	203	581
	こだわらない	こだわりなし・気にしない・しょうがない・どれでも似たようなもの	259	216	475
	なんとなく	なんとなく・感性で・感覚で	82	104	186
	普通・無難	普通だから・ほどほど・それなり・無難	80	45	125
	まあ納得	まあまあ納得・こんなもん	81	17	98
	自分達次第	自分達次第・自分次第	21	58	79
	なんとかなる・運	なんとかなる・なるようになる・運	33	39	72
	住まないと分らない	-	19	28	47
	選択の余地なし	-	19	25	44
	妥協	妥協した・妥協できる	23	11	34
業者間大差なし	どれでも似たようなもの	0	10	10	
その他 (計 260)	以前より充実・向上	-	81	21	102
	以前と変わらない	-	29	7	36
	1人暮らし	-	16	18	34
	2-3人暮らし	-	18	14	32
	耐震問題発覚後	耐震問題発覚後なので	9	11	20
	後対応可	後からの対応が可能・対応した	10	8	18
対応済	自分で対応・対策した・する	14	4	18	
その他(未分類)	その他	(未分類)	696	325	1,021

(3) 住宅取得様態と納得理由との対応分析

1) 取得者のデータを用いた対応分析

取得者のデータについて、納得した理由に関する自由記述（定量化したデータ、ただし「その他（未分類）」を除く）と住宅取得様態とのクロス集計に基づき、対

応分析を行った。分析の過程で、度数の少ない語句や外れ値、住宅取得様態とかぶるカテゴリ（一戸建て、建売、中古、マンション、新築等）を削除した。

結果の3次元布置図を図29に示す。この図からの主な考察を下記する。

◆取得した住宅が「新築」だと、情報収集に努力し、

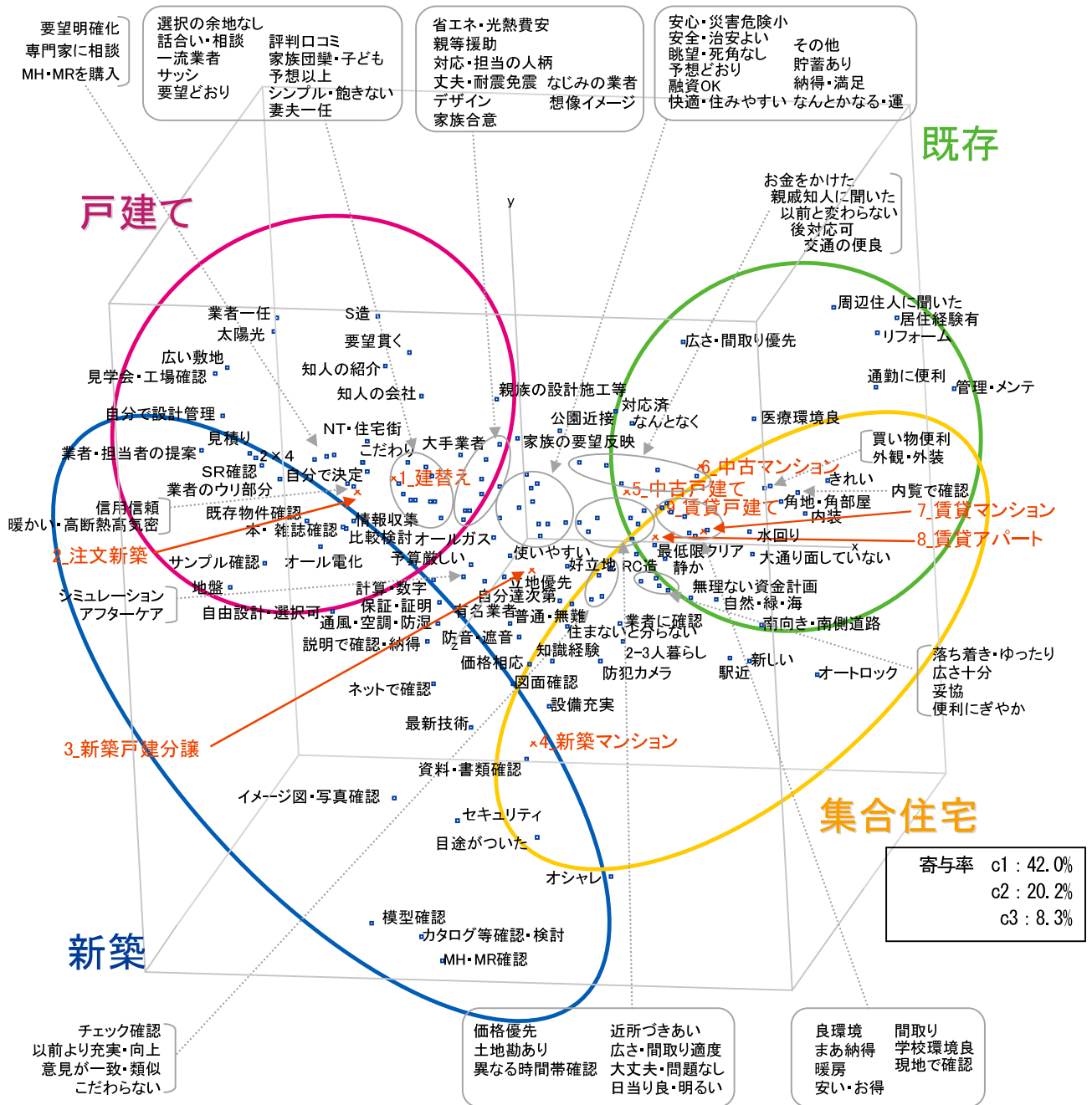


図29 住宅取得者に関する「住宅取得様態」×「納得した理由（自由記述データ）」の対応分析結果

比較検討した上で、納得している傾向がある。

- 模型、カタログ、資料、写真、本・雑誌、図面など、さまざまな資料を自分の目で見て、調べて確認、納得
 - 説明を受けて確認・納得
 - 比較検討、情報収集、シミュレーションなど
- ◆ これに比べて「既存」は、「広さ・間取り」や立地（とくに利便性）、「なんとなく」などの理由が目立ち、新築ではないことによる品質等への割り切り感が働くためか、新築に比べると「お手軽感」が漂う。

- ◆ 「集合住宅」だと、設備、セキュリティ、最新技術、利便性などの納得理由が目立つ。
- ◆ 一方「戸建て」は、広い敷地、自分で設計または決定、こだわりなどが多く、設計の自由度の高さを反映した結果といえる（とくに「戸建注文新築」や「戸建注文建替え」。「新築戸建分譲」は「新築マンション」に近い）。

2) 取得予定者のデータを用いた対応分析

上記と同じように、取得予定者のデータについても対応分析を行った。結果の3次元布置図を図30に示す。

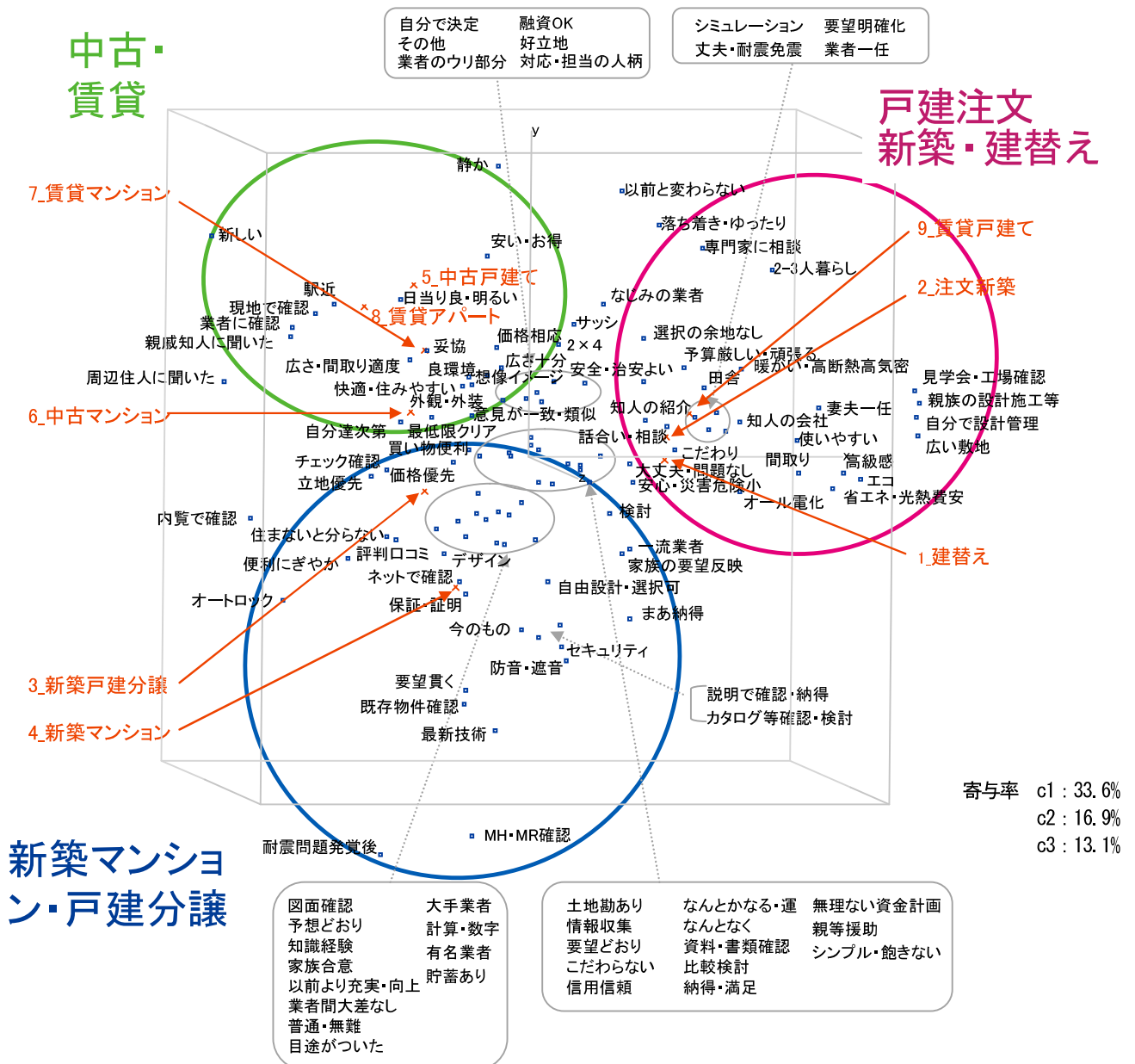


図30 住宅取得予定者に関する「住宅取得様態」×「気に入らない理由(自由記述データ)」の対応分析結果

取得予定者では納得理由を具体的に書く人が少なかったこともあり、取得者よりも若干曖昧な結果といえる（傾向がそれほど明確でない、寄与率が若干低い等）。但し、特徴的な住宅取得様態である「新築マンション・新築戸建分譲」「戸建注文新築・戸建注文建替え」「中古・分譲」については、取得者と同じような傾向を見てとれる。

- ◆ 「新築マンション・新築戸建分譲」で特徴的なのは、最新技術、今のもの、セキュリティ、便利にぎやかなどである。
- ◆ 「戸建注文新築・戸建注文建替え」で特徴的なのは、広い敷地、高級感、エコ・省エネ・オール電化、自分で設計管理などである。
- ◆ 「中古・分譲」で特徴的なのは、お得・価格相応、立地条件（日当たり、駅近など）、妥協、最低限クリアなどである。

これらの分析結果から、方針3の「チェック項目（気になること）について、十分に納得して取得しているか」については、十分な確信はないまま、自分を納得させている住宅を取得している実態が明らかとなった。いずれのチェック項目（気になること）に対しても、「たぶん問題ない」という回答が最多であった。

また、方針4の「チェック項目（気になること）の「納得の仕方」は、合理的なのか」については、必ずしも合理的に判断されていないということが明らかとなった。納得の根拠を自由記述させた設問の回答によれば、「担当者の人柄」「会社の信用度」「なんとなく」など、必ずしも合理的ではない根拠も多く見られた。

3-5. 会社・物件を依頼する際の「決めた理由」と「やめた理由」

本節で検討するのは表5 (pp.14) で示した「方針5」である。

【方針5】会社・物件を依頼する際の「決めた理由」と、候補であったが「やめた理由」の違い

- ・「現物を見て買う・借りる」の場合、間取り・内装・設備など、目に見えるものや雰囲気で決める場合が多いのではないかと。
- ・「建築予定」の決め手は何か。

この検討における主な設問は以下のとおりである。

- ◆ 何社（何物件）比較検討をしたかを段階尺度で答えてもらう（取得者 Q35、取得予定者 Q22）。
- ◆ 戸建注文建替え、戸建注文新築について、ある会社に決めた（依頼したいと思った）のはなぜか、その理由をマルチアンサー形式で回答してもらう（取得者 Q38、取得予定者 Q25）。
 - ・取得者には、さらに会社を決める上での「決め手」を一つ選んでもらう（Q39）。
- ◆ 戸建注文建替え、戸建注文新築について、検討したが結局依頼しなかった業者がある場合、その理由をマルチアンサー形式で回答してもらう（取得者 Q40、

取得予定者なし）。

- ◆ 分譲、賃貸（戸建注文建替え、戸建注文新築以外）について、住宅（物件）を決めたのはなぜか、その理由をマルチアンサー形式で回答してもらう（取得者 Q41、取得予定者なし）。

・さらに住宅（物件）を決める上での「決め手」を一つ選んでもらう（Q42）。

- ◆ 戸建注文建替え以外について、住宅の立地はどんな点が気に入って選んだのかをマルチアンサー形式で回答してもらう（取得者 Q43、取得予定者 Q26）。

3-5-1. 会社・物件・立地選択理由

(1) 「建替え」「注文新築」の会社選択理由

その会社に決めた理由の選択肢選択率を縦軸、やめた理由の選択肢選択率を横軸にとった散布図を、「建替え」「注文新築戸建」で各々作成し、決めた理由とやめた理由の比較を行った（図31）。

やめる理由としては大きいのは「予算」だが、これは当然といえる。図31からは、「間取り」「デザイン」など、見ればわかる理由で「やめる」、「快適性」「環境性能」など本来知覚しにくい品質を理由に「決める」、と解釈できる。3-4で検討した「納得理由は合理的でない」という問題との関連も示唆される。

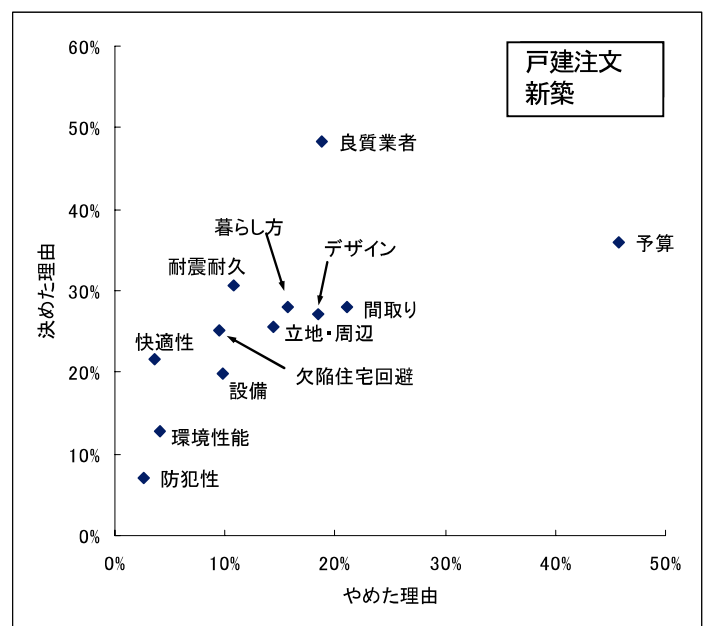
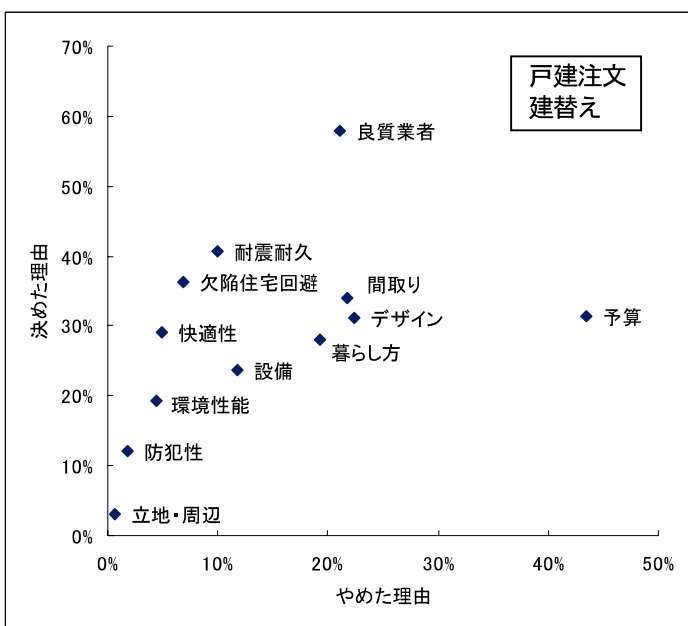


図31 その会社をやめた理由・その会社に決めた理由(取得者 Q38,Q40/MA)

ただし、決めた理由を単独でみると、「よい業者だと思ったから」が顕著に大きい(図32)。一番の決め手になったものを一つ選んでもらうと、「建替」と「戸建注文」の差が出てくる(図33)。「新築注文」では、「業者」だけでなく「立地」も最重要という結果となった。

(2) 分譲(新築戸建、新築マンション、中古物件)、賃貸の住宅選択理由

分譲、賃貸については、「会社」ではなく「住宅(物件)」を決めた理由を聞いた。どの住宅取得様態でも、

「間取り」「立地・周辺」そして「予算」が、決めた理由として顕著である(図34)。「新築分譲マンション」では、この他、「設備」や「防犯性」も重視していることがわかる。なお、「戸建注文建替え」「戸建注文新築」では顕著に大きかった「良質業者」は、今回はほとんど関係していない(とくに中古と賃貸)。

一番の決め手になったものは「希望条件に合う住宅だったから」がトップ、「立地」が二番目、「予算」が三番目である(図35)。住宅取得用大別に大きな差はないが、「新築戸建分譲」では「立地」重視の傾向が見え

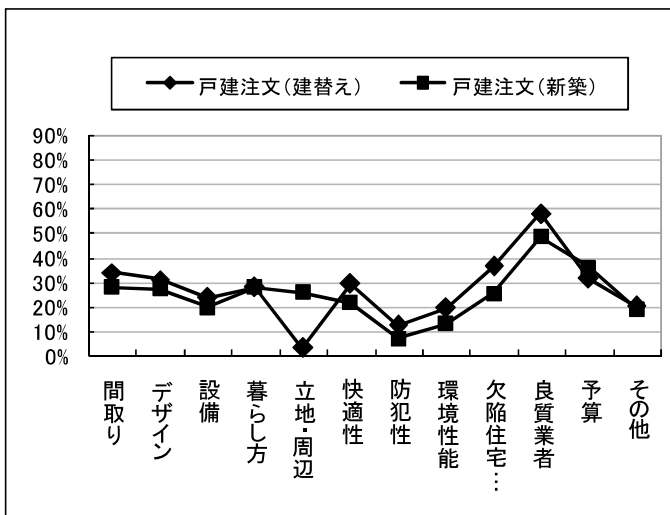


図32 その会社を決めた理由(取得者 Q38/MA)

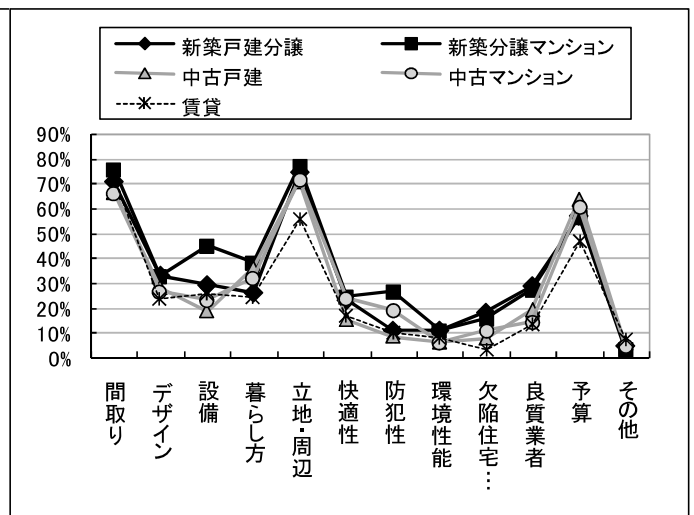


図34 その住宅を決めた理由(取得者 Q41/MA)

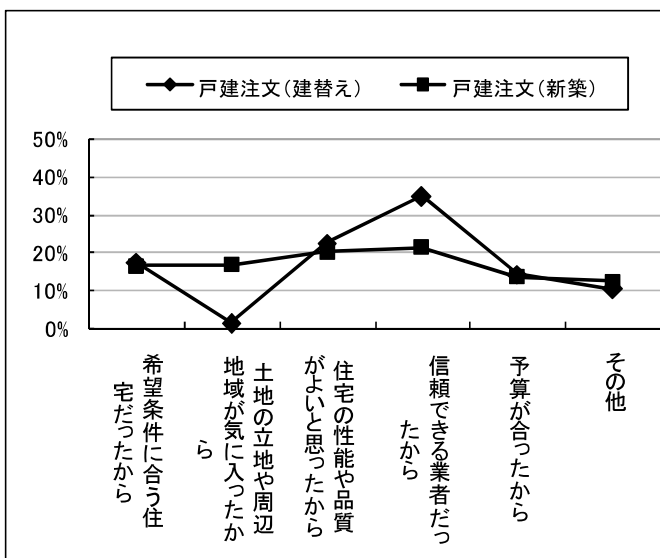


図33 その会社を決めた「決め手」(取得者 Q39/SA)

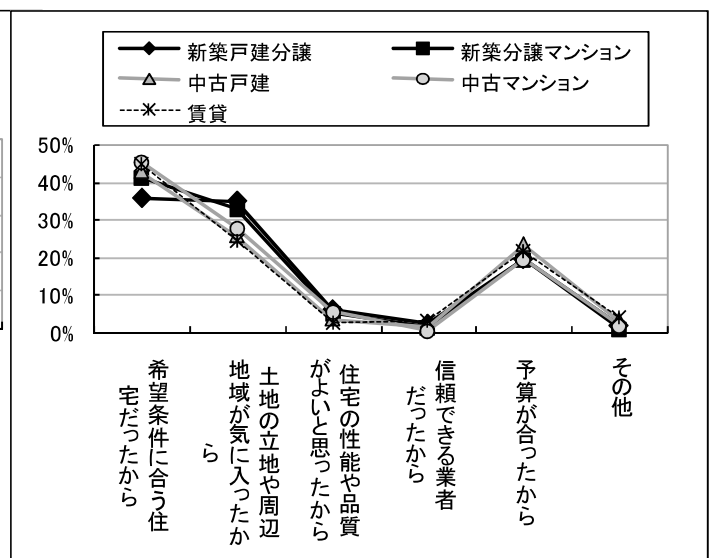


図35 その住宅を決めた「決め手」(取得者 Q42/SA)

る。

分譲、賃貸は「物件選択型」の住宅取得様態といえるが、決め手はモノ（希望の物件、とくに間取り）と場所（立地）とお金（予算）というシンプルな結果といえる。

(3) 「戸建注文建替え」以外の立地選択理由

「住宅の立地はどんな点が気に入って選んだのか」をマルチアンサー形式で聞いた結果を図 36 に示す。

立地選択理由は、大きくは、戸建と集合住宅で分かれているようである。戸建は、環境のよい場所が志向されており、もっとも選択された理由が「閑静な住宅地」である。「親・子ども宅に近い」「自然環境良好」も集合住宅より選択されている。

集合住宅は、利便性が高い場所が明確に志向されており、もっとも選択されたのが「駅に近い」である。その他、「商業地域に近い」「医療施設等が近い」「大都市中心部」なども選択されている。

(4) 比較検討した会社・物件数

参考までに、住宅取得までに比較検討した会社・物件数をグラフ化した（図 37）。

注文住宅、分譲住宅、中古・賃貸に分け、さらに「カタログを入手した会社数/物件数」「見学したモデルルーム数/物件数」など何をしたかに分けて聞いているため、結果はさまざまである。ただし、「営業マンに話を聞く（注文・分譲の場合）」「実際に見学に行く（中古・賃貸の場合）」レベルの会社・物件数は、いずれも 6～10 程度という人が一番多いことがわかる。注文住宅は会社数、分譲住宅と中古・賃貸住宅は物件数と、図っている対象の違いはあるが、比較的じっくり検討するイメージがある注文住宅でも、その反対のイメージがある中古や賃貸でも、比較検討する候補の数にはあまり違いはないといえる。

これらの分析結果から、方針 5 については、会社・物件を依頼する際の「決めた理由」と、候補であったが「やめた理由」は異なっていることが明らかとなった。

「建替え」「新築」などでは、「デザイン」「間取り」な

ど（一見）見ればわかる理由によって「やめる」、「耐震耐久性」「欠陥がなさそう」「快適性」など本来は知覚し

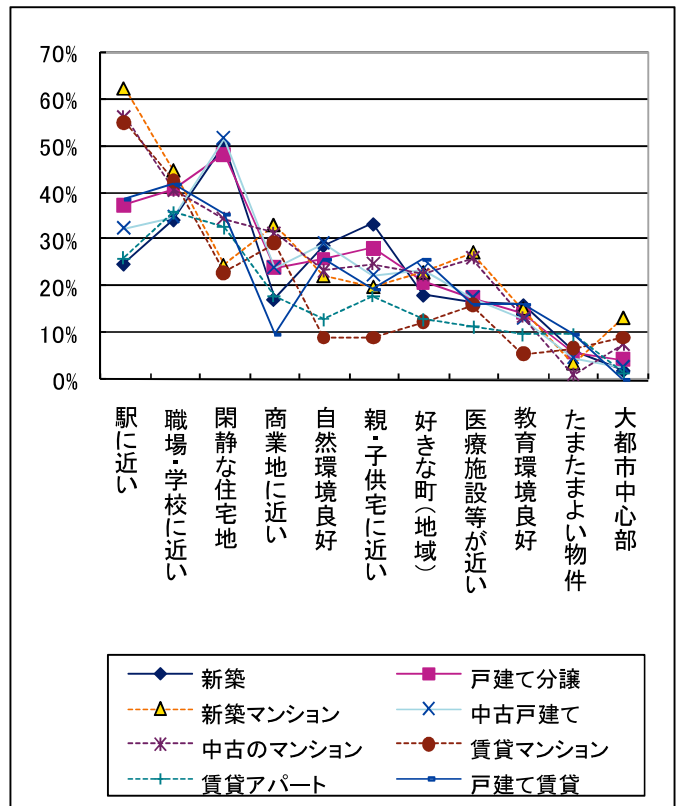
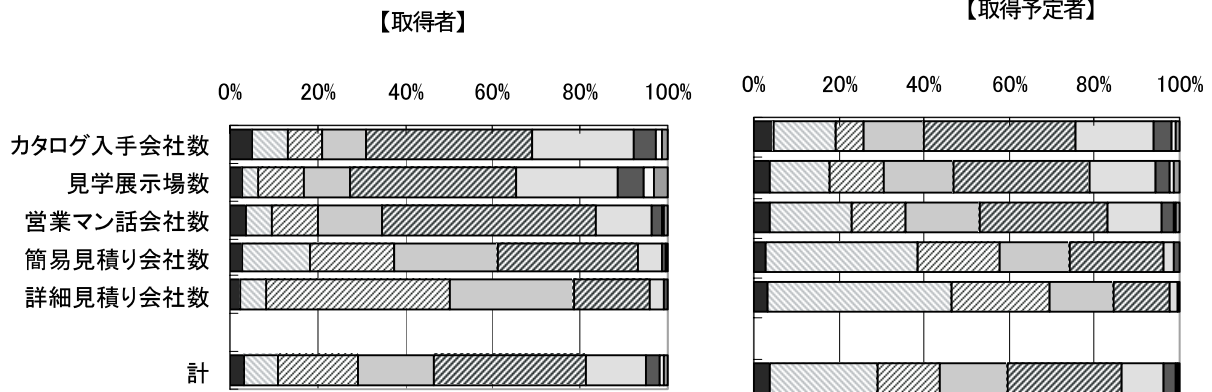


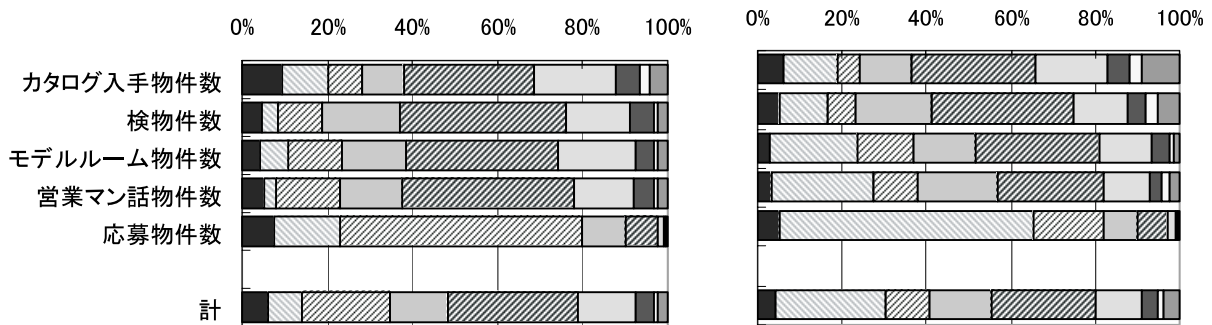
図 36 立地選択理由(取得者 Q43/MA)

にくい性能を根拠に「決める」といった、意思決定の様子がうかがえる。

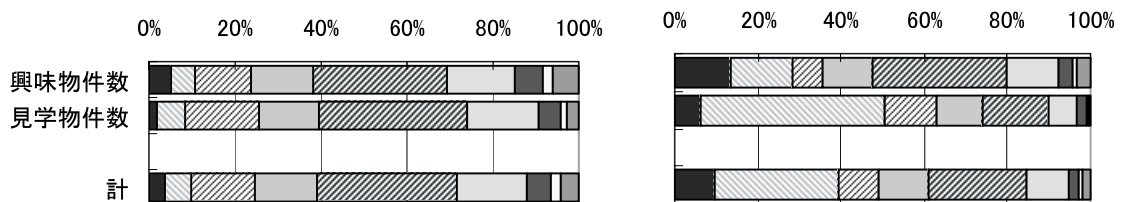
注文（「戸建注文・建替え」「戸建注文・新築」）



分譲（「新築戸建分譲」「新築分譲マンション」）



中古・賃貸（「中古戸建」「中古マンション」「賃貸」）



■ 0件 □ 1件 ▨ 2件
 □ 3~5件 ▩ 6~10件 □ 11~15件
 ■ 16~20件 □ 21件以上 □ わからない

図 37 比較検討した会社・物件数(取得者 Q35,取得予定者 Q22)