

豪・米における住情報の利用実態と有効性評価の特徴

戸建住宅所有者の維持管理行動の推進に関する研究

○一棟宏子 (大阪樟蔭女大) 中野迪代 (岐阜女大)

目的: 住宅を改善しつつ長持ちさせるためには、居住者自らの改善意欲と維持管理能力が要求され、それを支援するのが住情報の役割である。今回、中古住宅売買が盛んで居住者の改善意欲が比較的強い、豪・米の住情報の利用実態と有効性評価の特徴を報告する。

方法: 1997年、豪・ブリスバン市および米・フルズノ市において、戸建住宅所有者を対象にアンケート調査を実施した。有効回収件数はそれぞれ291件(87.4%)、100件(50.0%)。

結果: ①両国とも住宅の質(工事の質、構造)を最も重視している。次いで米国では近隣関係や周囲の環境、住宅価格を重視しているのに対し、豪では住宅価格、立地、管理しやすさ、安全を確認できることをあげ、住宅のみかたは異なる。②全体に住宅の売買には不動産業者、マステイア、モデルハウスの情報利用率が高い。米国では知人情報の利用も多い。改装には住宅雑誌、ショールム、カタログから情報を獲得。住宅を借りる・貸す場合はマステイア、知人の情報が中心だが、豪州では不動産業者の利用が圧倒的に多い。③住宅の売買では不動産業者の情報が最も有効性評価が高く、次いで米国ではモデルハウス、知人、マステイアを、豪州ではアクション、マステイアを有効としている。④全般に、立地・敷地・環境や価格・ローン・契約・手続きは不動産業者が、性能情報(材料、構造、修理、防音・断熱)や業者に関する情報(建設業・建築家・インテリア・デザイナー)は専門家の情報が評価されている。間取り、インテリア、外観、設備器機はモデルハウス、ショールム、住宅雑誌、カタログを有益とし、各分野で有益性は異なる。⑤米国では不動産業者、知人といった人を介した情報を、豪州では住宅雑誌、カタログ等の刊行物情報を重視するという傾向が認められる。⑥今後の情報ニーズは価格・契約が高い。米国では価格、インテリア、景観等にニーズが集中、豪州は住宅の幅広い情報が求められている。