

D 17 住宅の消費者問題調査 その2 住宅入手にともなう諸行動
広島女学院大短大の畠田亮子 京都府大 吉野正治、上野勝代 兵庫教
育大 菊沢康子 桃山学院短大 佐々木ひろみ 広島工大 西川加弥

目的 本報は消費者が住宅入手に際して準備した内容、程度など、入手にともなう諸行動についての調査結果と分析、検討したものである。

方法 調査時期、調査対象は第1報と同じである。調査内容は永住意志、入手までの準備内容、行動のわかるものとした。

結果 1. 現住宅への永住意志、また、「非常に満足」、「まあまあ満足」をあわせた満足度はそれぞれ過半数みられる。

2. 入手に際し心掛け準備したものとしては「新聞広告やチラシをみる」、「売り出している建売住宅をみて歩く」が最もよく行なわれ、「設計士や大工などの専門家に相談」、「行政の相談窓口を利用」及び「住宅雑誌などを利用」は少なく、情報収集に片よりがみられる。

3. 売地・住宅などの物件の所在は「新聞広告」、「チラシ・売り出しののほり」また、「メーカーのセールスマン」など、業者の提供した情報によって知ったものが多い。業者の信用性の確認は「業者の建てた住宅をみる」、「名の通ったメーカーである」、「知人などから聞いた」などで行っている。

4. 入手時には契約書と交換しており、半数は図面一式を受取っている。

5. 準備を行った人とみると、資金づくりや住宅会社などの交渉は夫が中心に、間取り・設備・内装の選択・決定には夫婦共に行っている。