

# 戸建住宅購入者を対象としたホームページによる情報提供の分析

久木ゼミ 信太千裕

## はじめに

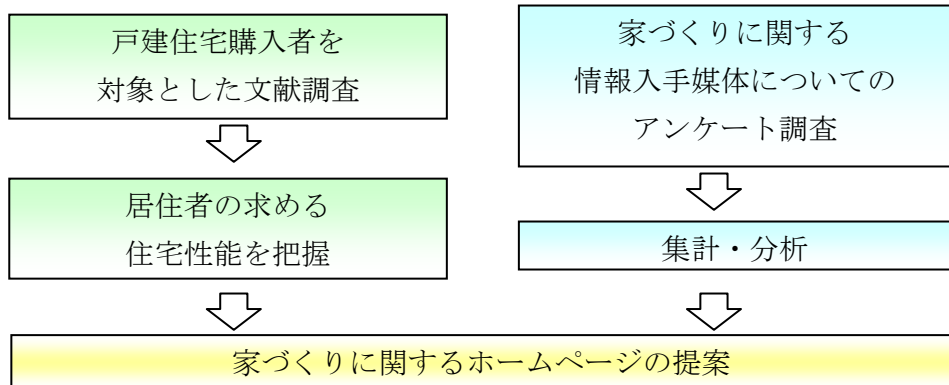
一昨年、分譲マンション、ホテル等において耐震強度偽装という問題が数多く発覚した。この事件は、構造という生命にかかわる安全面で住宅購入者に大きな不安と恐怖を与える結果となった。一般市民の多くが住宅性能や構造等の詳細を知らないことを利用する業者がいるのも現状であり、安全な住宅取得のためには、住宅購入者自身が住宅に関する知識を学び、確認等を行い、自己責任を負うことも考える必要がある。

本研究では戸建住宅購入者（注文住宅）を対象とした家づくりに関する情報提供について、現代のインターネット社会に対応したホームページという形での提案を試みる。

<目的>・住まい手にとっての家づくりに関する不安や疑問を解消  
・家づくりにおける住まい手の積極的な参加

## 調査方法

調査は下記の手順で実施した。



## 住宅に関する情報媒体の現状

家を建てる際には、建築基準法等の法規を遵守する必要があるが、任意で加入できる「住宅の品質確保の促進等に関する法律」の住宅性能表示制度などの利用も可能である。しかしこの制度の認知度は低い。このように住宅購入者へ必要な情報が届いていない現状をふまえ、改善案としてインターネット社会を活かした家づくりに関する情報提供について考える。

40歳以下の世代では住宅取得時の情報収集にインターネットを利用する率が高く、徐々にその需要も増えると考えられる。しかし家づくりに関するホームページは専門的でわかりにくいことも多く、住まい手を対象としたホームページ情報には改善の余地も大きい。そこで問題点を探り、今後の住情報に関するホームページで何が必要かについて、一般居住者11名と文化女子大学学生27名を対象にアンケート調査を行った。わかりやすさ、みやすさなど、いくつかの視点からホームページ評価を行い、比較した。

## 既往調査による住宅購入時の重視項目

過去の卒論調査からわかった以下の結果も分析に活かすこととした。

- ① 年代別で求める住宅性能が異なる
- ② 地域によって求める住宅性能が異なる
- ③ 提供する情報の深さに気をつける必要がある
- ④ 戸建住宅を購入する予定の人は音環境に対する重視度が高い
- ⑤ 耐震性や地盤の安全性、構造の安全も重要視されている

上記の住宅購入時に重視する項目の結果を参考に、ホームページ掲載項目を検討した。また情報の深さについては、ニーズに合わせて「浅いがわかりやすい」「やや難しいが詳しい」の2種類の必要性があることもわかる。

## 家づくりに関する情報媒体についての調査

現在、インターネット配信されている家づくりの情報ページについてアンケート調査により一般居住者による評価を得た。文字の大小、情報量、ホームページの表示におけるスタイル等が異なる5つのホームページを選び、比較・分析を行う。比較したホームページの特徴と画面の例を下記に示す。

- H① 情報量：多 文字：小 スタイル：ぎっしり・図あり・表あり
  - H② 情報量：多 文字：中 スタイル：項目分け・絵あり・検索付き
  - H③ 情報量：中 文字：小 スタイル：ぎっしり・図なし
  - H④ 情報量：少 文字：小 スタイル：絵あり
  - H⑤ 情報量：中 文字：中 スタイル：項目分け・写真あり
- それぞれのページの一部を図1に示す。



図1 調査に使用した5種類のホームページ（一部）

これらの5つのホームページで、下記の3項目を指定し、それを調べるまでのクリック数と所要時間について測定した。

- 「基礎の種類」 H①②
- 「木造と鉄筋コンクリート造の違い」 H①③
- 「ツーバイフォー」 H①④⑤

## 1. 調べる項目へたどり着く所要時間とクリック数について

基礎についてH①のホームページによる調査結果を図2、図3に示す。

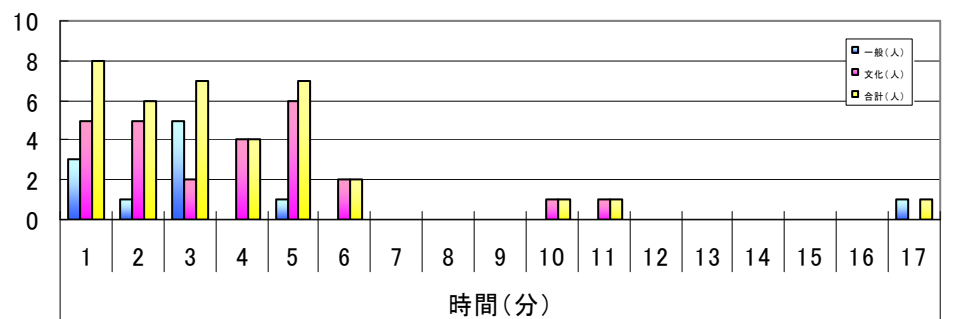


図2 調査項目へたどり着くまでの所要時間

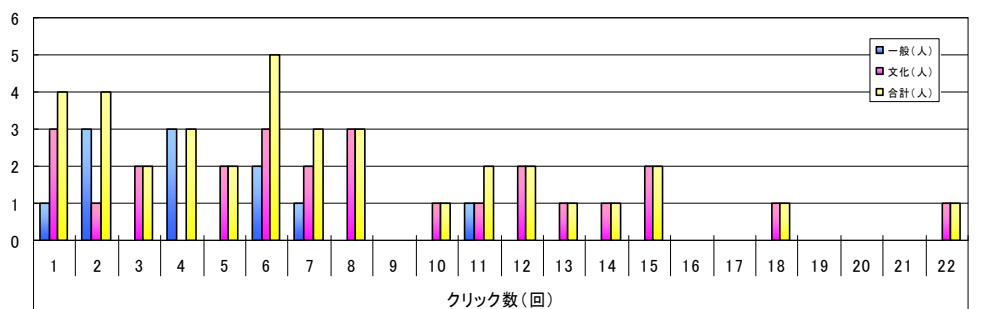


図3 調査項目へたどり着くまでのクリック数

検索所要時間は、自由記述で「内容が難しい」と感じていた人の方が時間がかかる傾向にある。知識を得る気持ちを持続するためには、調べる項目へたどり着くまでの時間の短縮が必要であると考えられる。

## 2. ホームページのわかりやすさについての評価

基礎についてH①のホームページによる、「わかりやすさ」についての評価結果を図4に示す。

説明内容に用いる図がビジュアルなもの、文字だけでは得られない理解度がビジュアル資料から得られるものと考えられる。またH②では説明に絵や表が多用され、「内容を理解しやすかった」と評価されている。

一方、図表が掲載されていても、鮮明さが低いもの、文字が多いものなどが「わかりにくい」と評価される。

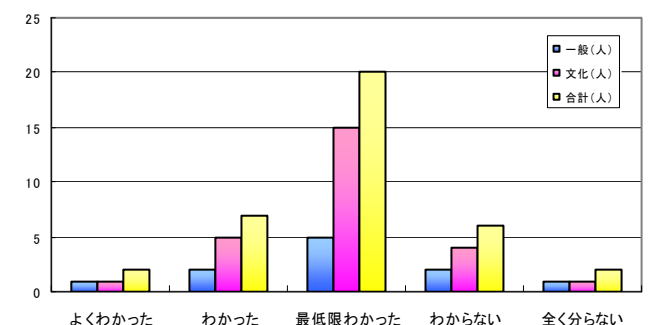


図4 わかりやすさの評価

### 3. ホームページの見やすさについての評価

基礎に関するH①の「見やすさ」の評価結果を図5に示す。文字が多いページは「図や絵がほしい」といった意見が挙げられた。H④はデザインが良いという評価があり、字の大きさや色、配置の表記が重要で、表なども使用し情報をまとめ閲覧者への配慮の必要性がわかった。

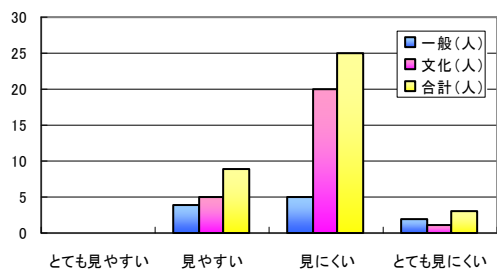


図5 見やすさの評価

### 4. 同じ項目における別ホームページでの調査比較

調査項目について、情報量が欲しいという要求はあるものの、詳しくすぎる専門的な内容になると居住者の理解度は減少する傾向にある。また情報量の多少についての評価を比較すると、「見やすさ」「情報の深さ」「信憑性」に影響される。これらのバランスが良いことも重要なポイントとなる。

### 5. ホームページ評価比較

同一の項目を調べた場合、どのHPがわかりやすいかについての評価結果を表1に示す。○はわかりやすかった、×は評価に値しない、-は未記入である。

基礎の種類については、大部分がH②の方がわかりやすいと評価した。ツーバイフォーについては、評価に個人差が大きくなり、「詳しく知りたい」と考える人に情報量が少ないと評価されたページも、簡潔なわかりやすさを求めている人は、「よくわかった」と回答している。

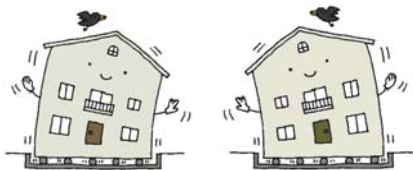


表1 家づくりに関するホームページの比較一覧

分類	名前	基礎の種類			木造とRC造の違い			ツーバイフォー		
		H①	H②	H③	H④	H⑤	H⑥	H⑦	H⑧	H⑨
一般	1	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	2	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	3	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	4	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	5	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	6	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	7	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	8	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	9	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	10	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	11	○	○	○	○	○	○	○	○	○
学生	A	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	B	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	C	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	D	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	F	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	G	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	H	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	I	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	J	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	K	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	L	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	M	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	N	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	O	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	P	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	Q	○	○	○	○	○	○	○	○	○
R	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
S	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
T	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
U	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
V	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
W	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
X	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
Y	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
Z	○	○	○	○	○	○	○	○	○	

### 6. チェックテストの調査

調査の最後に実際に理解できたのかを測定するため、簡単なチェックテストを実施した。内容は「基礎の図と基礎名を合致させる問題」「説明文が木造の説明かRC造の説明かを選択する問題」「ツーバイフォーに関する説明文の正誤問題」である。結果を表2に示す。「よくわかった」と回答した人でもチェックテストで間違っていることも多い。その時は理解しても、記憶に残らない情報であるとも考えられる。要点を簡潔にした文章で、理解しやすく記憶に残る工夫も重要である。

### 7. 今後の家づくりに関するホームページに対する意見

人はホームページを検索している時、情報が載っているページを見た段階で即時

に読みた  
いか読み  
たくない  
かを判断  
する。そ  
のため、  
TOPペ  
ージは特に見  
やすさが非常  
に重要であ  
る。

また見やす  
くすること  
に加え、見  
つける手間  
を軽減およ  
び短縮する  
ことも重要  
であり、検  
索機能も必  
須である。ま  
た、用語が  
分からない  
と説明内容  
を理解でき  
ないため、  
専門的な  
内容の場合  
は用語辞典  
のような機  
能があると  
さらによい  
。その他の  
意見を図6  
に示す。

また、情報  
が大量だと  
閲覧者は必  
要な情報を  
理解しきれ  
ない。簡潔  
な一文を説  
明した場合  
、頭には入  
るが内容を  
十分理解し  
たとは思え  
ないという  
意見もある  
。適度な情  
報量にも個  
人差があり  
、どのよう  
にわかりや  
すく説明す  
るかも非常  
に重要であ  
る。なお求  
める情報に  
は個人差が  
大きく、ど  
のホームペ  
ージでも、  
不満がでる  
可能性はあ  
る。不満の  
声を少なく  
し、多くの  
人に情報提  
供できるように  
するため  
には、情報  
の深さを分  
けて作成し  
、段階ごと  
に情報を掲  
示していく  
ことが望ま  
しい。また  
地域性によ  
る影響も大  
きいため、  
これらを配  
慮した工夫  
もあると良  
いと思える  
。さらにe  
ラーニング  
など動画配  
信も取り入  
れると、よ  
り幅広い情  
報提供も可  
能となる。

### ■おわりに

今回調査を行って得た結果をもとにしたホームページで、家づくりに関する不安や疑問を解消し、少しでも理解を深め、自分の家づくりに興味を持って欲しい。わからないことは、用語検索において解決し、理解度を深めることを望む。説明の表記においても、みやすさを重視したことにより、読み深める意志を促す。一人でも多くの人に、家づくりに興味を持ってもらい、専門的だからといって家づくりに参加することを恐れずに積極的に参加していくことを期待している。今後、益々インターネット上において家づくりに関する情報媒体が有効活用され、戸建住宅購入者が自分の家づくりに関して、しっかりと取り組んでもらえることを期待している。

表2 チェックテストの結果一覧

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Q1	C	-	B	B	C	B	B	B	B	B	A
	B	-	C	A	A	C	C	C	C	C	C
	A	-	A	C	B	A	A	A	A	A	B
Q2	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
	A	B	B	A	A	A	B	B	A	A	B
	A	A	A	B	B	B	A	B	B	A	A
	B	A	B	B	B	B	B	B	B	B	B
Q3	○	○	x	○	x	○	○	○	x	○	x
	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	○	○	○	○	○	○	○	x	○	○	○

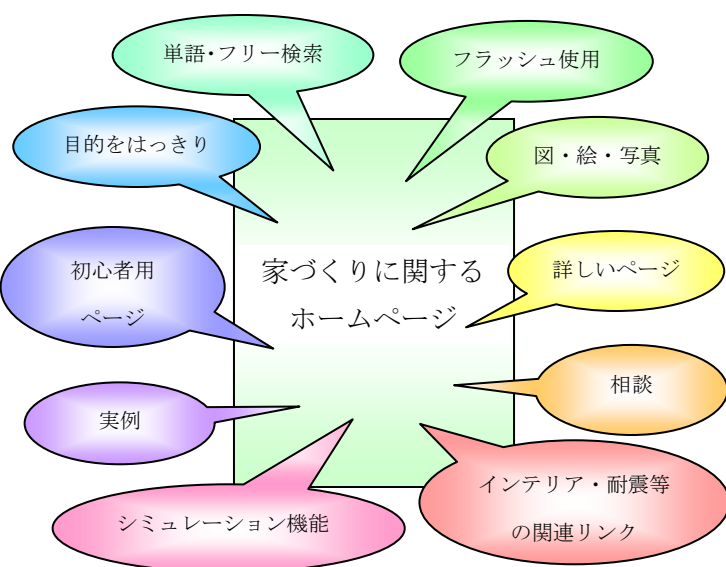


図6 家づくりに関するホームページに必要とされている内容

### ◇戸建住宅購入者を対象としたHPの提案例◇

調査を参考にしたホームページの一例を示す。



目的をはっきりと延べ  
みやすく、  
わかりやすく。

文字で情報が混ざら  
ないように、みやすく分  
類し、絵を必ず入れる。  
コンパクトにまとめる。

書いてある内容を書く  
ことで、クリックした先  
に書いてある内容を知  
る。検索機能もつける。

相談をブログのよう  
におこなうことによっ  
て、小さな悩みも  
解消することができる。