

このレポートは、住宅市場の把握に欠かせない各種データや経済指標により親しみを感じていただくためのものです。気軽にお読みいただければ幸いです。

### 3.11 東日本大震災後の住生活の変化シリーズ②

#### 「生活意識への影響」

住宅市場研究室 小間幸一

[kouichi-koma@toshinjuuken.co.jp](mailto:kouichi-koma@toshinjuuken.co.jp)

—3月11日に発生した東日本大震災により被災された東北地方の方々に対し、心からのお見舞いを申し上げますと同時に、被災地の日も早い復興を心より祈念致します。—

3月11日に発生した東日本大震災は、国内外にさまざまな影響を及ぼしていることはいままでの間でもない。住まいや生活に対する消費者の考え方も確実に変化していると思われる。当研究室では、愛知県の消費者の住生活に対する考え方の変化について緊急のアンケートを実施した。このシリーズでは消費者の住生活への思いがどのように変化したのかを紹介したい。今回はその第二回目で、生活意識の変化を取り上げる。

愛知県で一戸建住宅を最近購入した人、数年以内に購入を検討している人達に対し、3.11 東日本大震災以後、生活意識がどのように変化したのかを尋ねた。

最初の間は「震災後、節電・省エネを心がけるようになったものは？」である。すると、水道・光熱費が73.06%で最も多くなった。次いで食品30.59%、家電製品26.48%が続く結果となった。（表1参照）水道・光熱費に対する節電・省エネ意識は、ほぼ常識といってよいレベルである。住宅会社も節電・省エネ住宅を常に意識して提供することが本格的に求められるようになったといえるだろう。

2番目の間は、「電力不足に対応するための休日変更やサマータイム制導入が生活に与える影響は？」である。（表2参照）回答結果で特に注目したいのは、収入に影響する（減る）20.09%、購入先との打合せの曜日、時間帯に影響すると思う13.24%、購入時期に影響する5.02%の3つだ。

これらがなぜ注目すべきかといえば、収入が減少したり、購入先との打合せの日時がうまく合わなければ、購入時期の延期に即つながりかねないからだ。住宅会社には収入にやさしい価格設定や、購入者に配慮した打合せ方法や日時設定等の努力が多いに求められることになるだろう。

ここまでを総合すると、消費者が更なる商品開発や販売努力を求めていることは間違いがないようだ。暑い夏、住宅会社は消費者に一層鍛えられそうだ。

以上

※ 本ページの内容はあくまで執筆者の個人的見解に基づくもので、当社としての正式見解と必ずしも一致するものではありません。予めご了承願います。

表1.

節約・省エネを心がけるようになったもの(M.A.)

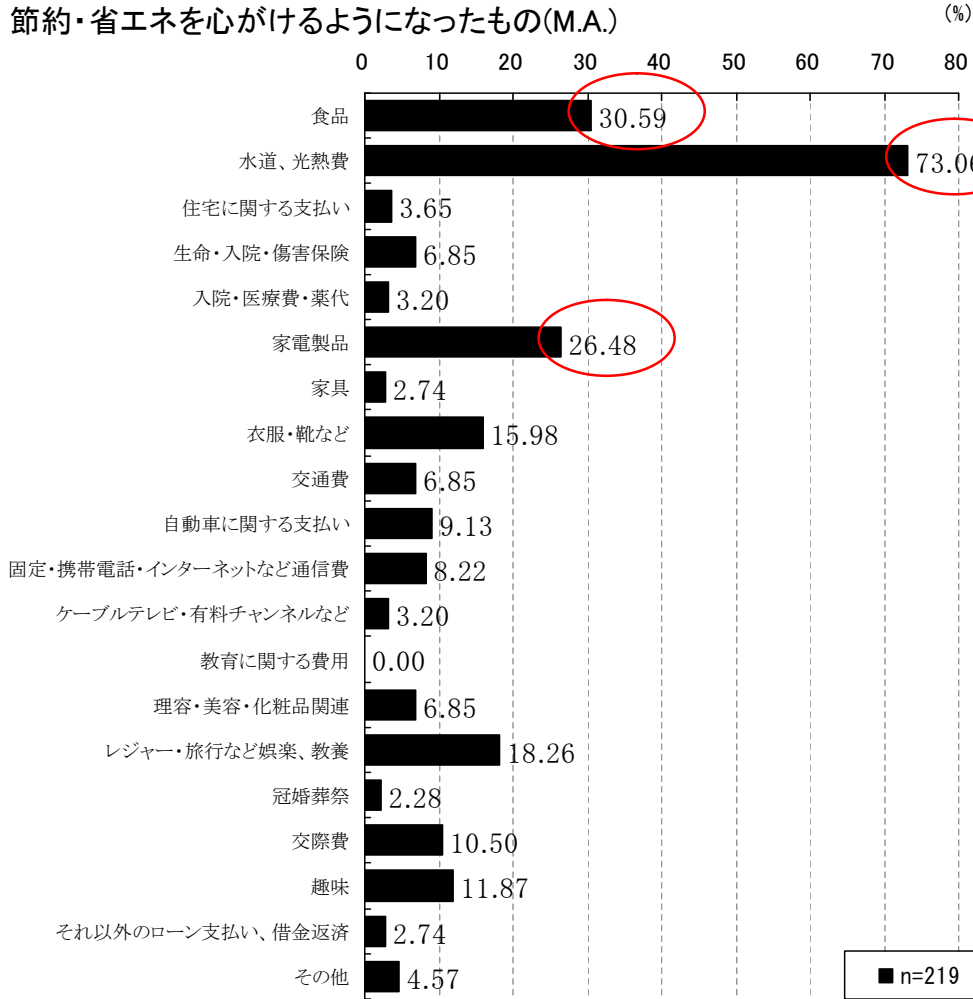
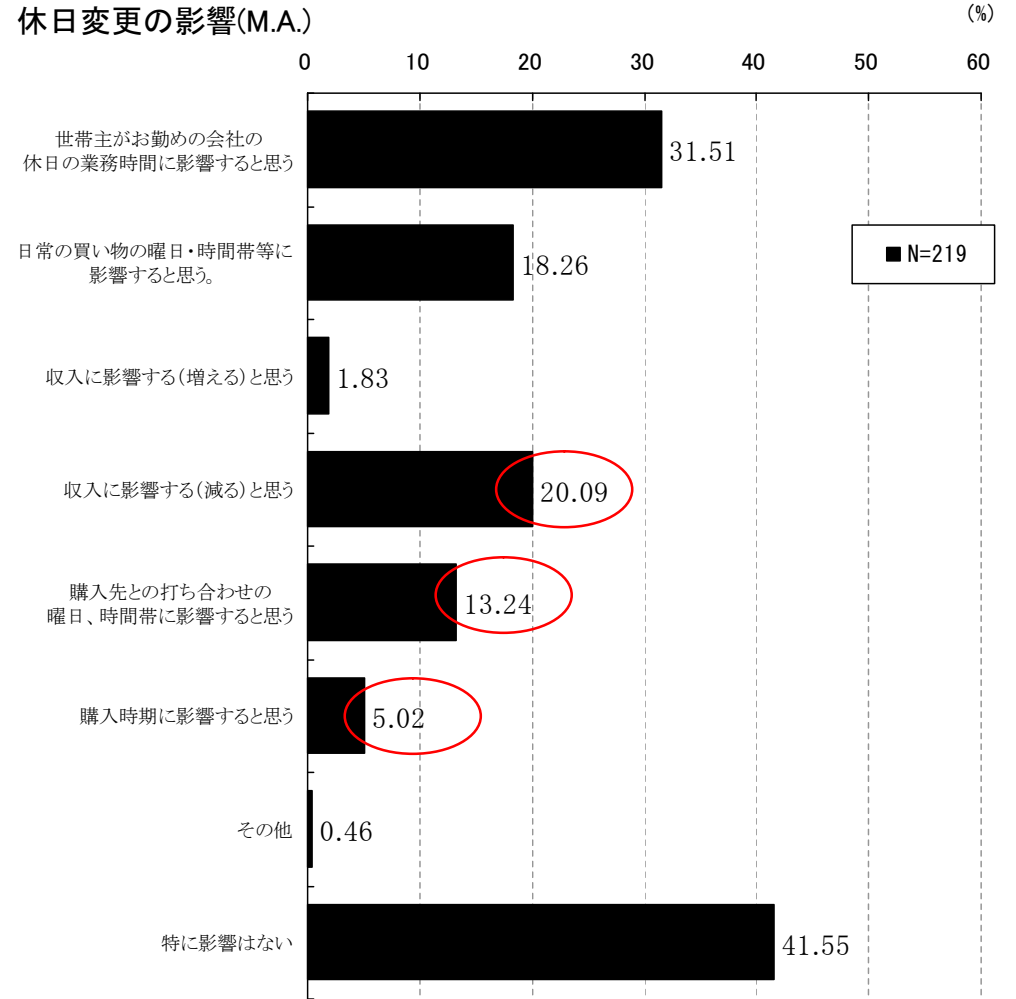


表2.

休日変更の影響(M.A.)



- (1) 調査対象: 愛知県在住で、既に一戸建住宅を購入した人、これから購入をしたい人
  - ・注文住宅を3年以内に建てた、又は3年以内に建てたい人(113名)
  - ・分譲戸建住宅を5年以内に建てた、又は5年以内に購入したい人(106名)
- (2) サンプル数: n=219
- (3) 調査期間: 2011年6月10日(金)~6月15日(水)
- (4) 調査会社: gooリサーチ <http://research.goo.ne.jp/>
- (5) 企画・立案・作成: 東新住建株式会社住宅市場研究室