

第6回「住宅部品点検の日」シンポジウム・平成29年10月10日 来場者アンケート結果

当協会では、第1回シンポジウム以来、出席者への配布資料にアンケート用紙を同封し、会場内での記入をお願いして、閉会時に受付にて回収しています。

第6回のシンポジウムのアンケートの有効回収数は、150でした。

※ 出席者212人（来賓、報道、事務局関係者除く）に対し約71%

1. 回答者の属性

アンケートの回答者の立場・職業は、「住宅部品メーカー」が63%と約6割を占めており、これに「団体職員」が21%と続いている（図1-1-1）。参加者は男性の比率が高く（図1-2-1）、年代は50代が39%、60才以上が29%、40代が25%と続いている（図1-3-1）。

前回（第5回）の結果と比較すると、立場・職業、性別は比較的似た結果であった（図1-1-2、図1-2-2）。年代別でみると、第4回以降は50代が減少しておりその分、40代、60代の参加者が増加している（図1-3-2）。

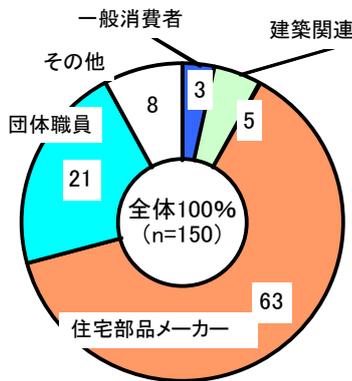


図1-1-1 回答者の立場・職業【第6回】

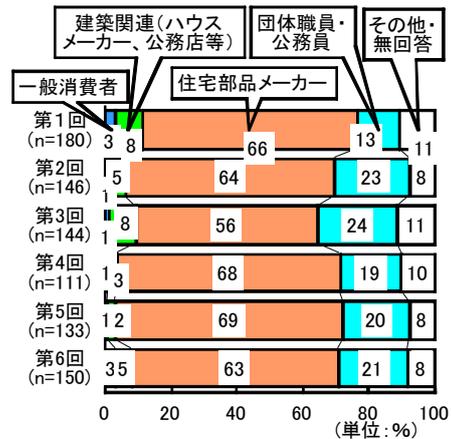


図1-1-2 回答者の立場・職業【経年比較】

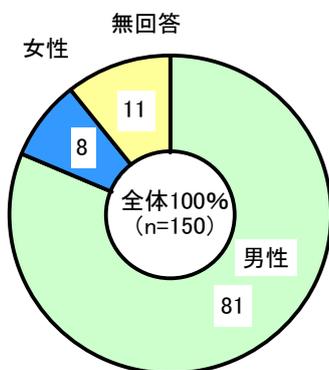


図1-2-1 回答者の性別【第6回】

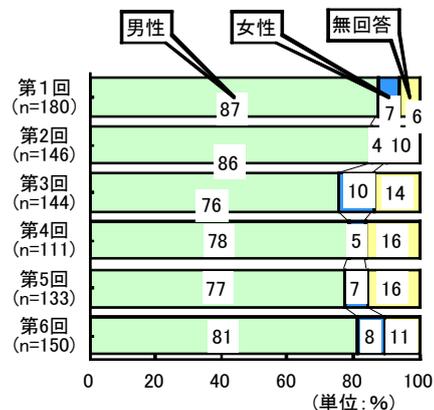


図1-2-2 回答者の性別【経年比較】

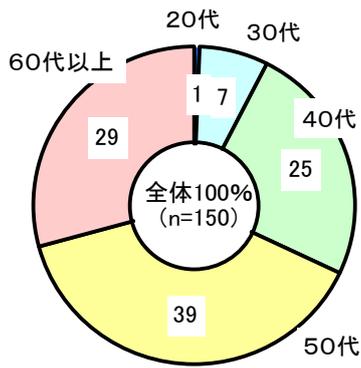


図 1-3-1 回答者の年代【第6回】

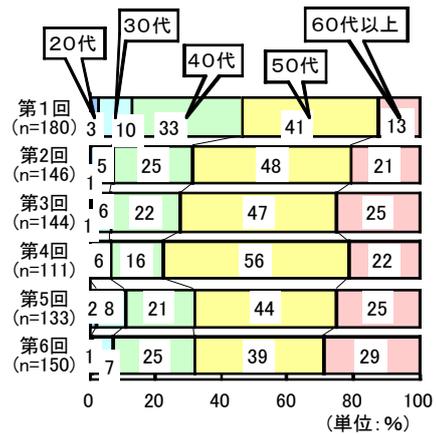


図 1-3-2 回答者の年代【経年比較】

2. シンポジウム全体の印象

今回のシンポジウムの印象を、項目ごとに3段階でたずねた。「良かった」という回答比率は『発表全体内容の印象』が51%、『シンポジウムの全体の構成』が47%、『発表の時間配分』が40%と、いずれも「良かった」が4割を超えているが(図2-1)、前回、前々回に比べると「良かった」の回答比率は、やや低下しており『シンポジウムの全体の構成』を「良かった」と回答した比率は、前回に比べ15ポイント低下した(図2-1、図2-2)。

その他の意見としては、“色々な視点からの話が多く大変よかった”という意見がみられる反面、“活動報告を短くし、パネルディスカッションのパネラーの説明を長くしてほしい”といった意見もみられた。

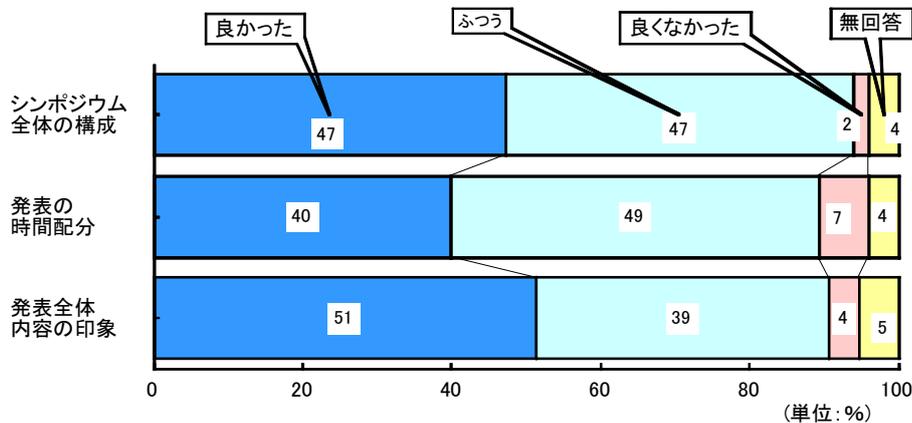
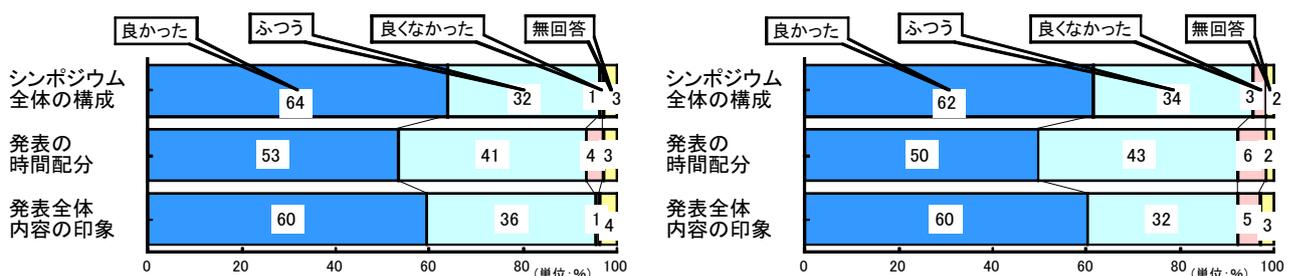


図 2-1 シンポジウム全体の印象【第6回(今回)】(n=150)



【第4回(前々回)】(n=111)

【第5回(前回)】(n=133)

図 2-2 シンポジウム全体の印象【過年度】

3. “住まい手への点検文化を広めること”について

今回のシンポジウム全体を通して“住まい手への点検の文化を広めること”について、全体の91%から「非常に必要だと感じた」との回答が得られた（図4-1-1）。

第1回から第5回までの結果と比較すると「非常に必要だと感じた」比率は、第1回では71%であったが、第6回ではこれが91%となるなど、点検の必要性に対する認識が徐々に高まってきていることがうかがえた（図4-1-2）。

必要性を感じた理由としては、「安全・安心に使うことができるから」（76%）、「正しい使い方やメンテナンスについても関心や意識を高めることができるから」（61%）などが多い（図4-2-1）。第1回～第5回の結果に比べ、選択肢の順位には大きな変化はないが、今回（第6回）は“安心・安全に使うことができるから”の比率が前回よりも10ポイント高くなっており、“製品安全に対する意識”が浸透してきていることがうかがえる結果となっている（図4-2-2）。

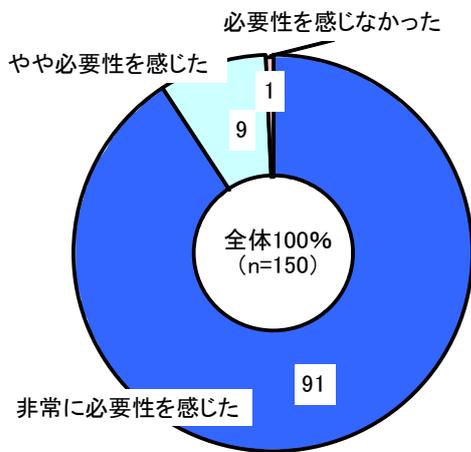


図4-1-1 点検文化を広めることについて【第6回】

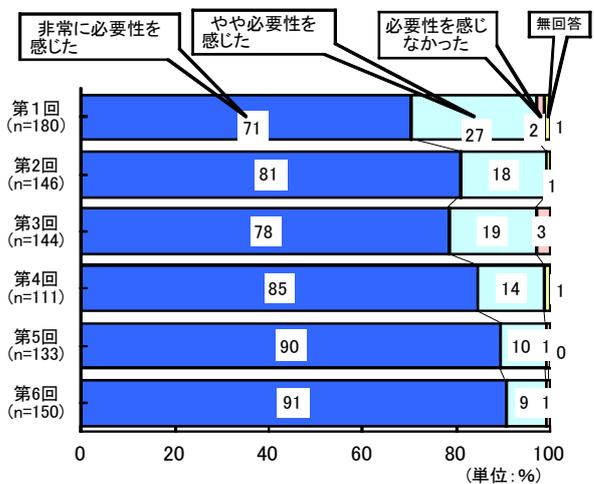


図4-1-2 点検文化を広めることについて【経年比較】

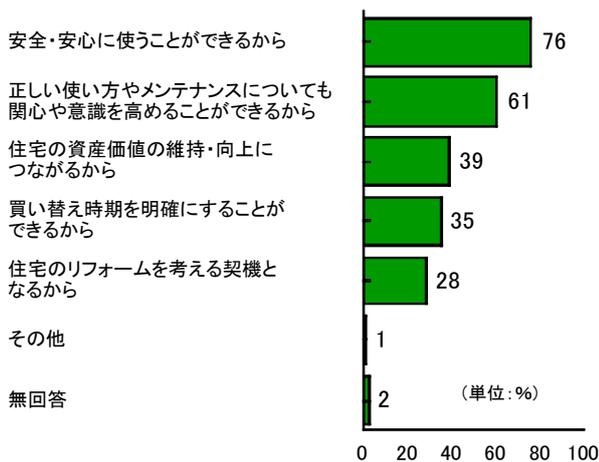


図4-2-1 必要だと感じた理由【第6回】 (n=150)

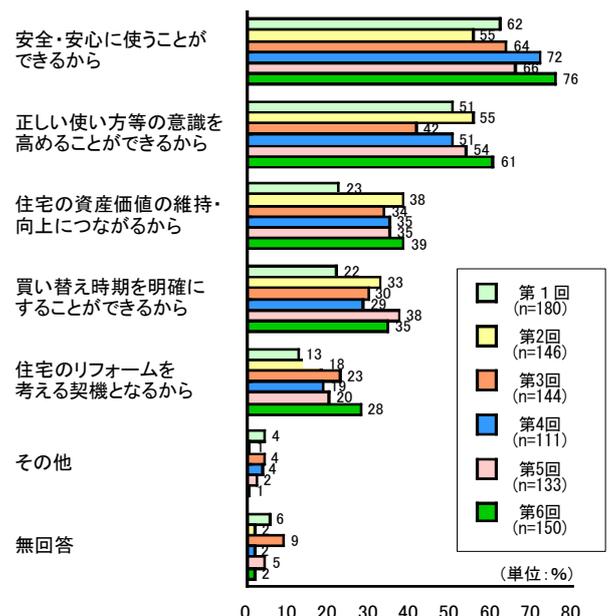


図4-2-2 必要だと感じた理由【経年比較】 (複数回答)

(注) 第1回調査では、“住宅部品を点検する必要性”、第2回調査では、“保守点検の重要性”、第3回調査は“点検の重要性”、第4～5回調査は“点検の必要性を伝えること”について聞いた内容となっている。

“住まい手への点検文化を広めること”に関しての具体的な意見としては、“安全・安心は重要、危険性を広く知らしめる工夫が必要であると感じた”、“家を資産として持たす必要性を感じた”など、さまざまな意見があがっている。

4. “住宅部品点検の必要性や点検文化”を広げていくために

一般消費者の方々に“住宅部品点検の必要性や点検文化”を広めていくために、主導が望ましい組織・団体は、「行政機関」(69%)がもっとも多く、「住宅部品関連の業界団体(ALIA等)」(51%)、「住宅建設関連の業界団体」(36%)などが続いている(図5-1)。

また、有効だと思う方法は、「テレビ・ラジオ」(66%)、「新聞・雑誌」(43%)などが多くなっており(図5-2)、より公共性の高い組織・団体等が、マスメディアを通じて、啓発・広報を行っていくことが期待されている。

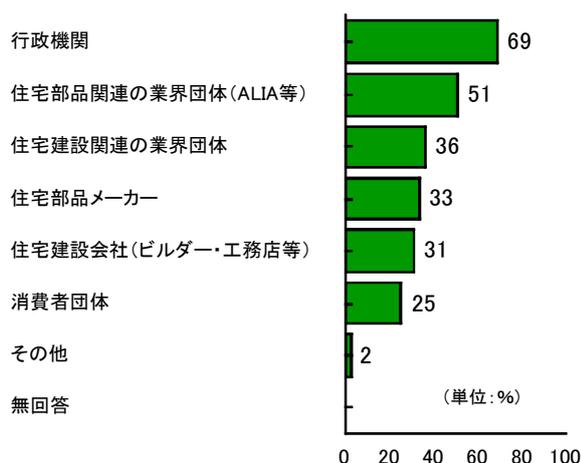


図5-1 主導が望ましい組織・団体等
【第6回】(n=150)(3つまで複数回答)

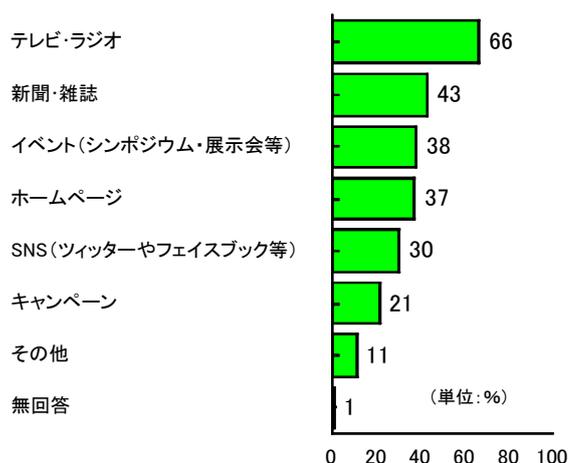


図5-2 有効だと思う方法
【第6回】(n=150)(3つまで複数回答)

5. “製品の情報や修理・交換に関する情報”についての要望事項

“製品の情報や修理・交換に関する情報”についての要望としては、全体の66%が「一般消費者に対する広報、周知を図ってほしい」をあげており、一般消費者への周知が最も重視されている。次いで「点検の必要性の広報や法制化など、行政からの支援がほしい」(47%)、「点検の標準化や連絡窓口の明示など、点検を実施または依頼しやすくしてほしい」(37%)、「今回のシンポジウムのようなイベントで取り上げてほしい」(27%)などの要望が続いている(図6-1)。

過年度との比較をみると“点検の標準化や連絡窓口の明示など、点検を実施または依頼しやすくしてほしい”の比率が、前回よりもアップしている(図6-2)。

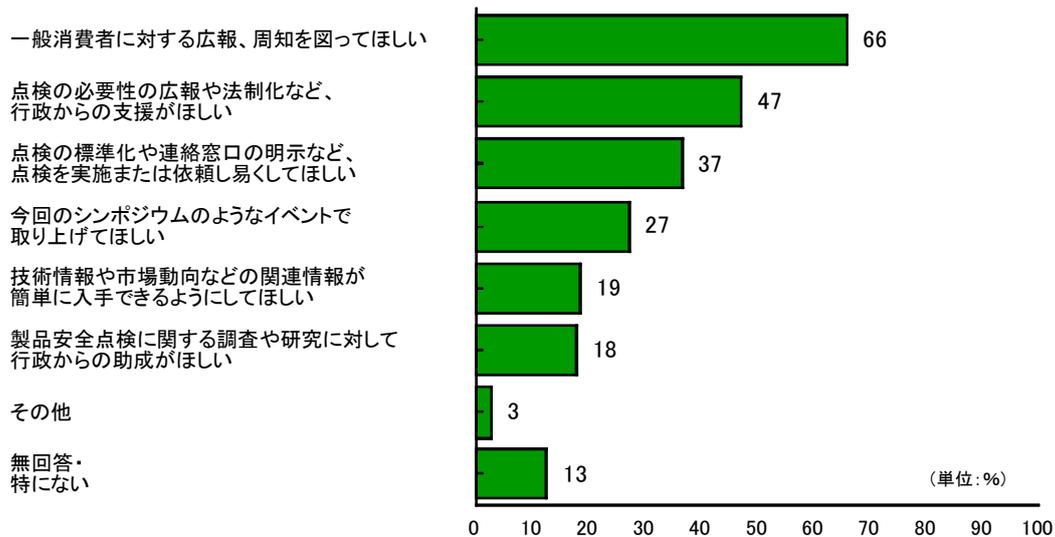


図 6-1 “製品の情報や修理・交換に関する情報” についての要望事項【第 6 回】(n=150) (複数回答)

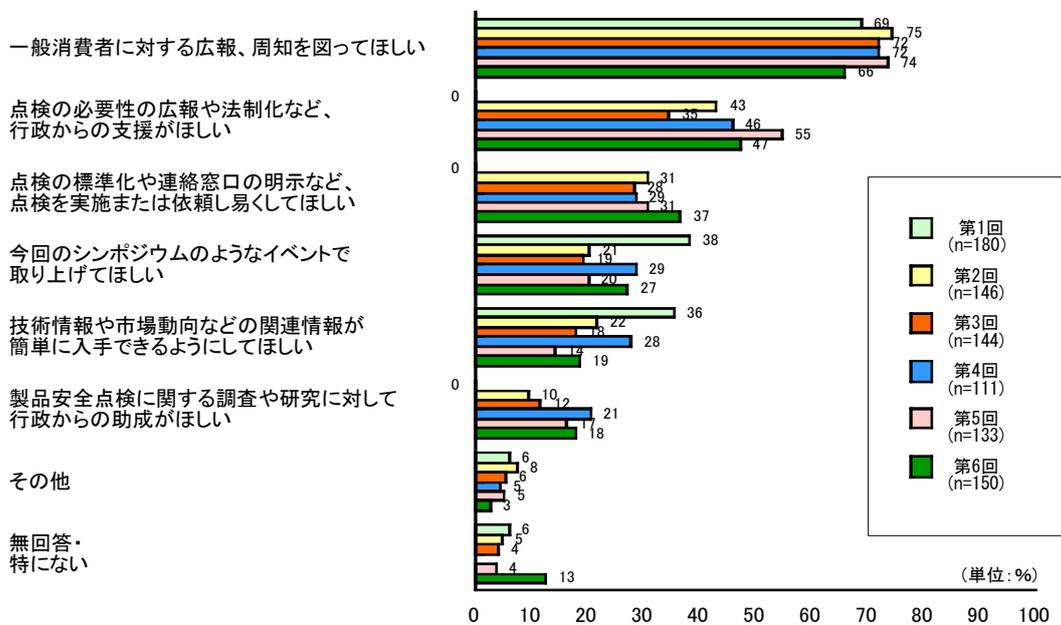


図 6-2 “製品の情報や修理・交換に関する情報” についての要望事項【経年比較】(複数回答)

(注) 第 1 回及び第 2 回、第 3 回調査以降の回答選択肢は、同一ではない。該当する箇所が空白となっているものは、同様の質問が行われなかったものである。

“製品の情報や修理・交換に関する情報” などに関する具体的な意見としては、“点検の義務化”、“点検制度の整備”をはじめ“消費者の意識を変える”といった視点での幅広い意見があげられている。

■ 今回も自由記述の記載が非常に多く、意見の多かった内容の抜粋（自由記述）

- ・ 基調講演では、劣悪な保育環境を知ると共に、少子化と保育所の施設環境の重要性を感じた。
- ・ 定行先生の話しの内容は充実しており面白かったが、住宅部品の関連が低かった
- ・ 面白かった。人選がよかった
- ・ 色々な視点からの話が多く大変よかった
- ・ 研究報告1は実際にアンケートを取った結果の報告だったので参考になった
- ・ ALIA としての役割が明確になってきたと感じた
- ・ 地婦連さんの発表内容が消費者の実態を表していると思う。メーカーと流通はまじめにこの実態の改善に取り組むべきと思う
- ・ 長田氏のいう消費者と川本氏のいう消費者はまったく違う層。消費者層間の情報ギャップの存在が明らかになったのはよかったが、それぞれの層にどう浸透させるか手段が違うと思った
- ・ ディスカッションは毎回興味深い
- ・ 秋野弁護士による点検と法制度の関連の認識・整理が参考になった
- ・ 生活の安全性に直結するため、ぜひ必要な文化である
- ・ 各工業会メーカーが連携して、“製品に寿命がある” →点検・目安年数等を PR、啓発していくべき
- ・ 家を資産としてもたす必要性を感じた
- ・ 点検したら資産価値があげる
- ・ 住宅部品点検の体制化（車検のようなもの）を整備する
- ・ 点検時期・交換目安時期の明確化
- ・ 車には車検があるが、住まいについては、インスペクションのみ。住まいの安全のためにも「家検制度」のようなものを行政主導で行ってほしい
- ・ 製品安全点検は、法制度の中で強制的に可能な方法を。家の健康診断は、10年、15年を制度化する。必要性・認識化を広める。「IoT」の普及が点検、交換部品の価値、実施が可能になるのか。QRラベルを点検のために義務化してほしい
- ・ ハウスメーカー・工務点等が定期的に点検する仕組みは必要で、そのために法令制度等も必要なのでは。法令制度だけでなく、利害関係のない点検機関も必要で、気楽な客観的な評価もしてほしい。
- ・ 点検を伝える時対象者を区分して伝える。点検とIoTでユーザーに近づく
- ・ 気楽に相談できる窓口が欲しい。メーカーや工務店ではなく、自分ならどこに相談するか判らない
- ・ 各工業会、メーカーとALIAが連携して進めてほしい。交換部品の保有期間の指針を示せるような活動をしてほしい
- ・ 点検費用等もきちんと周知して欲しい
- ・ 住宅部品点検の必要性を感じた