

第7回「住宅部品点検の日」シンポジウム・平成30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7回のシンポジウムのアンケートの有効回収数は、151でした。

※ 出席者210人（来賓、報道、事務局関係者除く）に対し約72%

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71%と約7割を占めており、これに「団体職員」が15%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33%、60代が28%、40代が27%と続いている（図1-3-1）。

前回（第6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）。

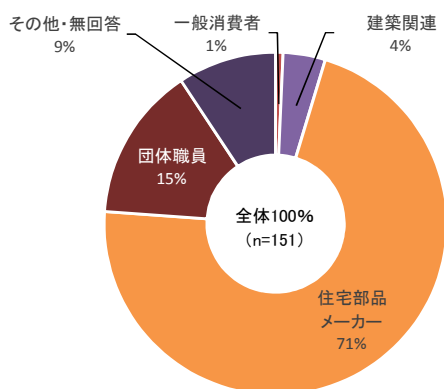


図1-1-1 回答者の立場・職業【第7回】

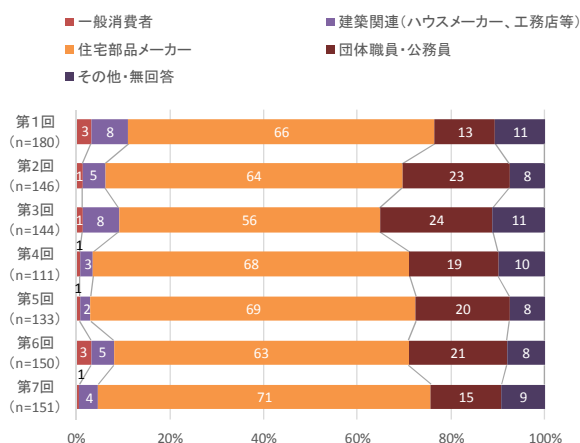


図1-1-2 回答者の立場・職業【経年比較】

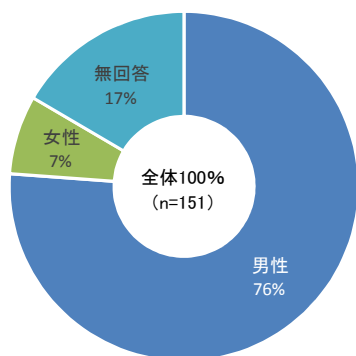


図1-2-1 回答者の性別【第7回】

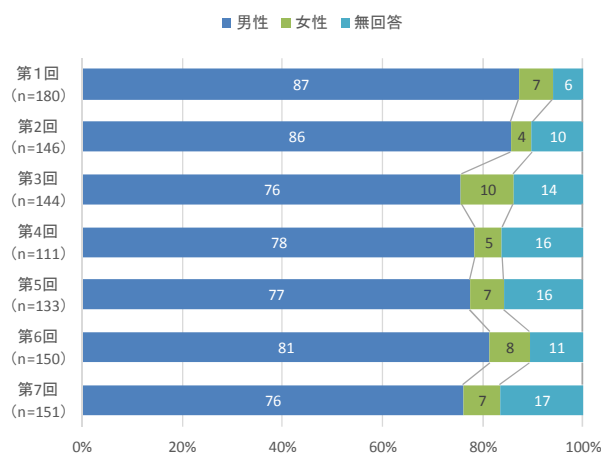


図1-2-2 回答者の性別【経年比較】

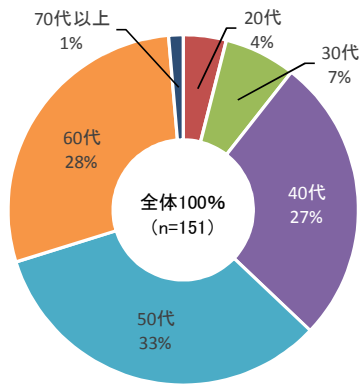


図 1-3-1 回答者の年代【第7回】

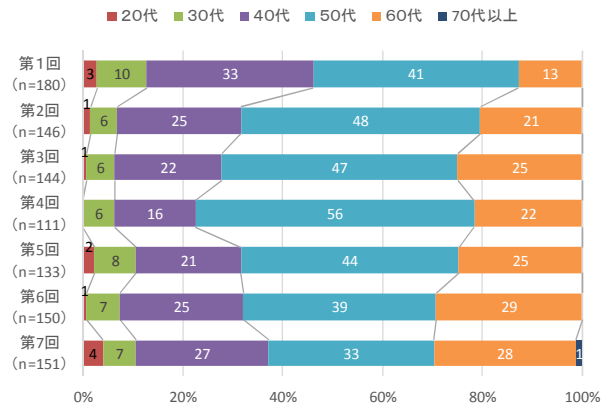


図 1-3-2 回答者の年代【経年比較】

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57%、『シンポジウムの全体の構成』が65%、『発表の時間配分』が63%と、いずれも「良かった」が5割を超えている(図2-1)、前回と比べると「良かった」の回答比率は、向上しており『シンポジウムの全体の構成』は18ポイント向上、『発表の時間配分』は23ポイント向上した(図2-1、図2-2)。

その他の意見としては、“昨年より印象は地味だが、内容が重要な段階に近づいた様な予感を思わせた”、“初めての参加で参考になった”などの意見があった。また、研究発表は“内容は良かったが、資料が見にくい”といった次回に向けて配慮すべき意見もみられた。

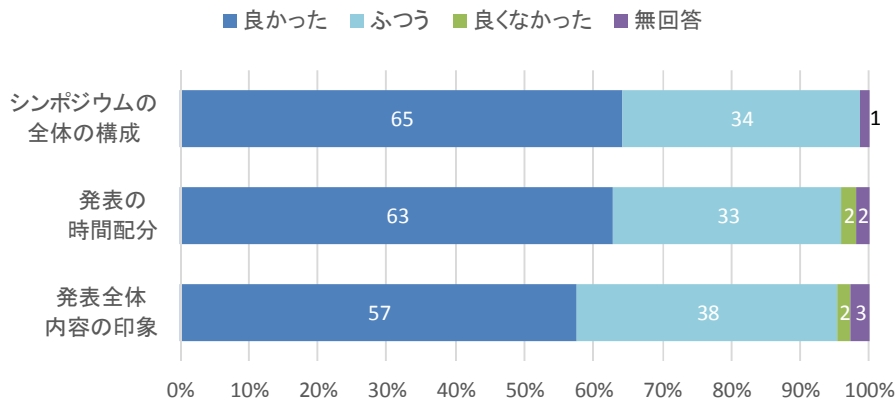


図 2-1 シンポジウム全体の印象【第7回(今回)】(n=151)

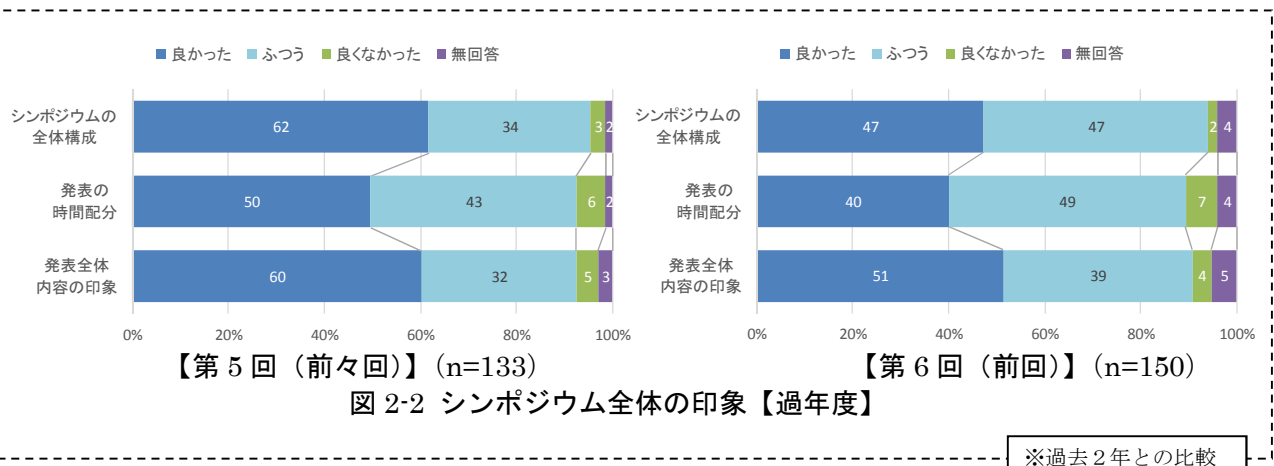


図 2-2 シンポジウム全体の印象【過年度】

※過去2年との比較

3. 参考になったプログラム

各プログラムで「参考になった」という比率は、“基調講演：『消費者参加型の点検文化の醸成に向けて』”が87%、“研究報告1：『住宅部品経年劣化事故防止のための買い替え促進の可能性を探るアンケート』”が82%、“研究報告2：『集合住宅における住宅部品の定期点検・交換を推進する枠組のあり方について』”61%、“パネルディスカッション：『住まいの安全と点検のすすめ』”が76%と、前回に続き全体としては好意的にうけとられているものの、プログラムの中では、研究報告2に対する評価がやや低かった(図3-1)。

プログラムの内容についての具体的な意見としては、基調講演は、“消費者からの投稿が参考になった”という内容が多数あった。また、研究報告1では“経年劣化事故防止のための買い替えは必要だということがわかった”、研究報告2では“お手入れ、点検の必要性が理解できた。”という意見があった。パネルディスカッションは“具体的な話が多く参考になった”、“各方面の現状を知れた”といった好意的な意見が多かった(次頁～次々頁)。

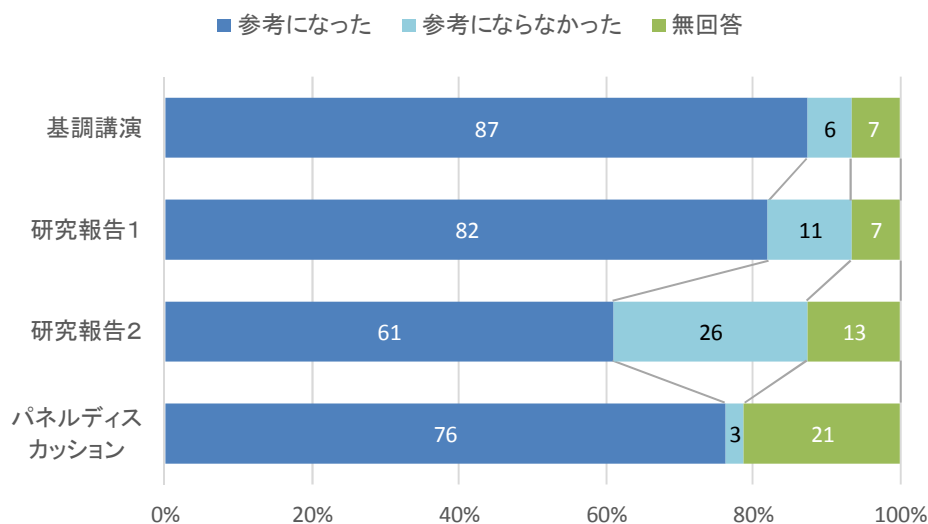


図3-1 特に参考になった内容【第7回(今回)】(n=151)

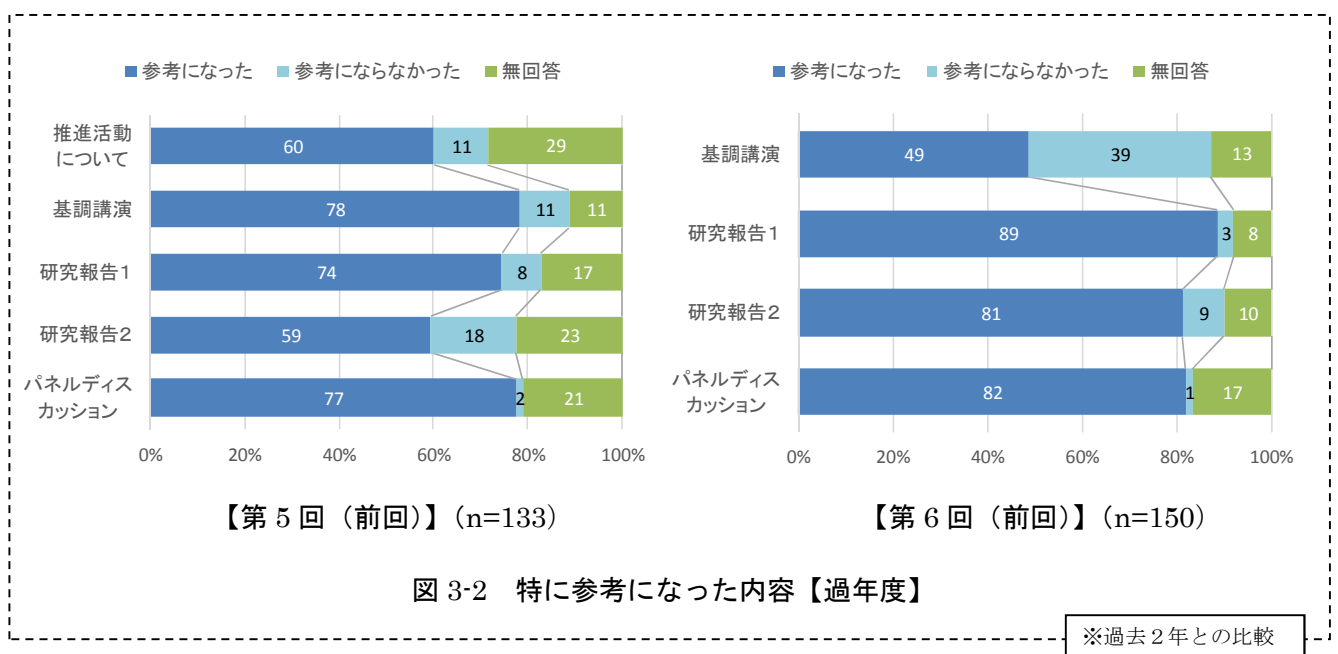


図3-2 特に参考になった内容【過年度】

※過去2年との比較

4. “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75%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6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6回では91%であったが、第7回では75%に減少する結果となってしまった。（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」（70%）、「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」（50%）などが多い（図 4-2-1）。第1回～第6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7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6ポイント減少したが、“製品安全に対する意識”が高い水準で浸透していることがうかがえる。また「買い替え時期を明確にすることができるから」が今までの中でも最高で、研究報告2の内容を反映する結果となっている（図 4-2-2）。

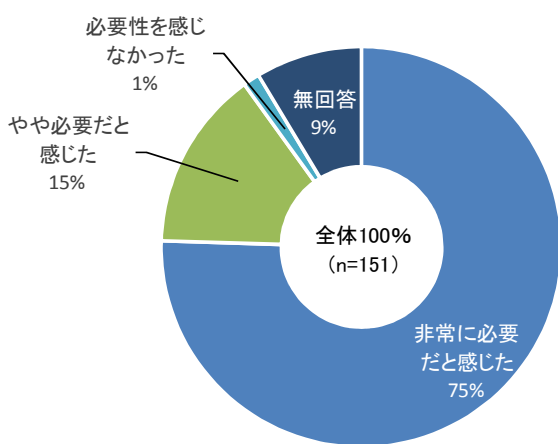


図 4-1-1 点検文化を広めることについて【第7回】

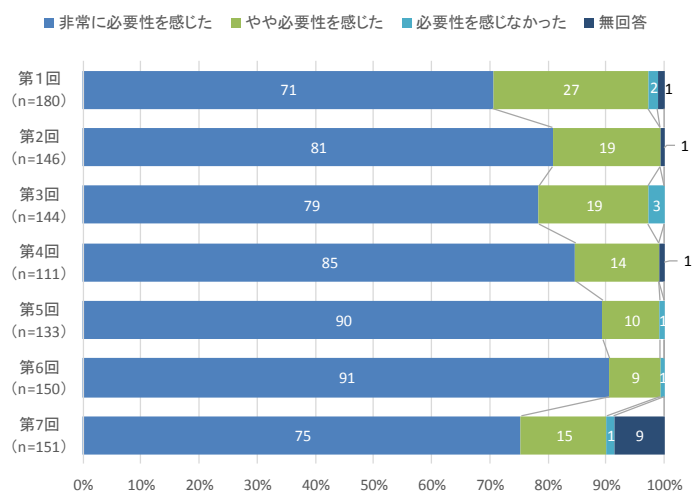


図 4-1-2 点検文化を広めることについて【経年比較】

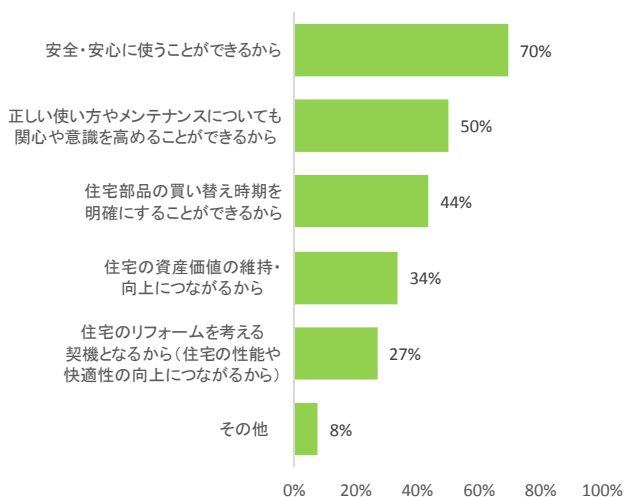


図 4-2-1 必要だと感じた理由【第7回】 (n=151)

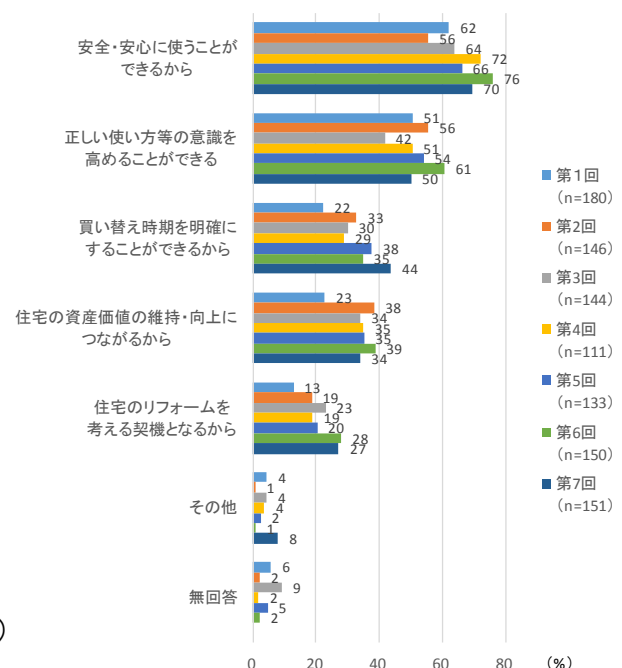


図 4-2-2 必要だと感じた理由【経年比較】 (複数回答)

(注) 第1回調査では、“住宅部品の点検する必要性”、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”に関する具体的な意見としては、“業界内のシンポジウムに止まらず、一般消費者を対象にしたシンポジウムの開催を検討して欲しい”、“プロの点検業者の点検システムを確立させて、消費者にとっても安心安全な点検が受けられる環境を整備してはどうか”など、さまざまな意見があがっている。

5. “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」(74%)がもっとも多く、「住宅部品関連の業界団体(ALIA等)」(52%)、「消費者団体」(31%)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」(73%)、「新聞・雑誌」(46%)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。前年度と比べ、2項目とも上位2つについては大きな変化はないが、主導が望ましい組織・団体等については「住宅建設関連の業界団体」が3位から4位に落ち、「消費者団体」が6位から3位に上がった。有効だと思う方法については、「SNS(ツイッターやフェイスブック等)」が5位から3位に上がる一方「イベント」が3位から5位に転落する結果となっている。

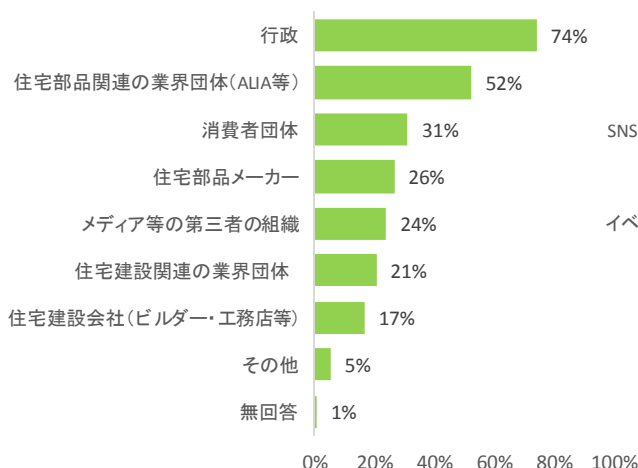


図5-1 主導が望ましい組織・団体等

【第7回】(n=151) (3つまで複数回答)

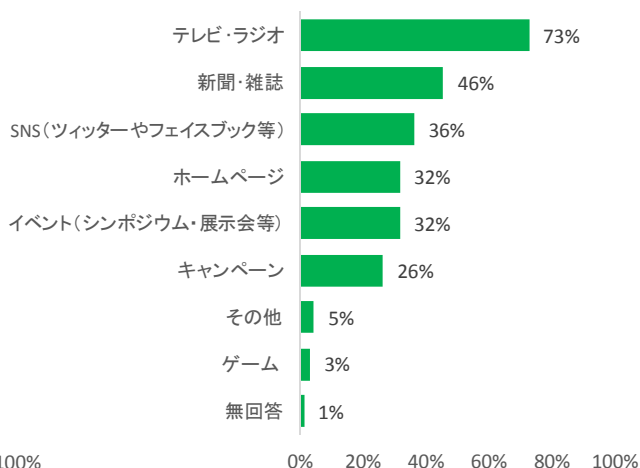


図5-2 有効だと思う方法

【第7回】(n=151) (3つまで複数回答)

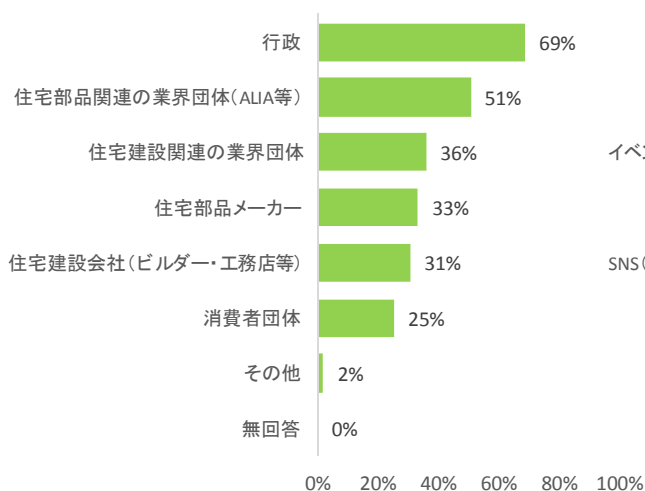


図5-3 主導が望ましい組織・団体等【前年度】

【第6回】(n=150) (3つまで複数回答)

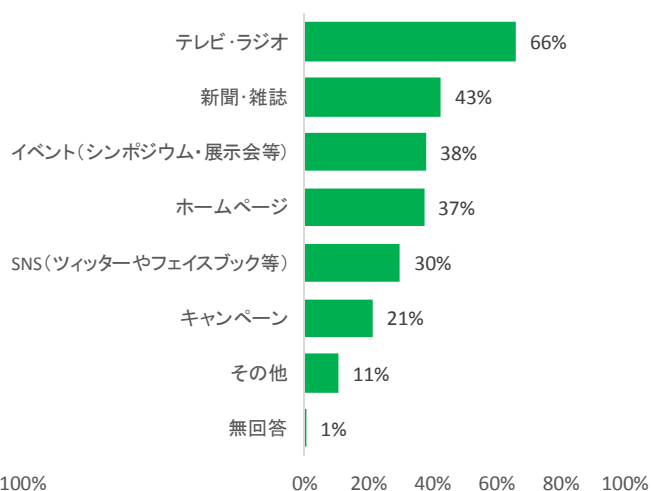


図5-4 有効だと思う方法【前年度】

【第6回】(n=150) (3つまで複数回答)

6. “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 69%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」(48%)、「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」(35%)、「製品安全点検に関する調査や研究に対して行政からの助成がほしい」、「技術情報や市場動向などの関連情報が簡単に入手できるようにしてほしい」(19%) 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“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”の比率が、前回より 10 ポイント減少し、無回答、その他を除くと最下位となった (図 6-2)。

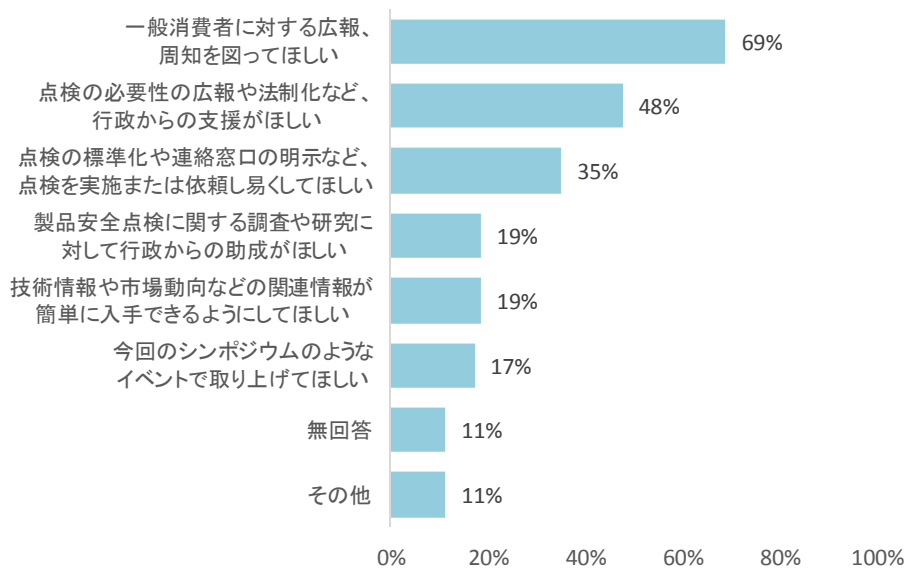


図 6-1 “製品の情報や修理・交換に関する情報” についての要望事項【第 7 回】(n=151) (複数回答)

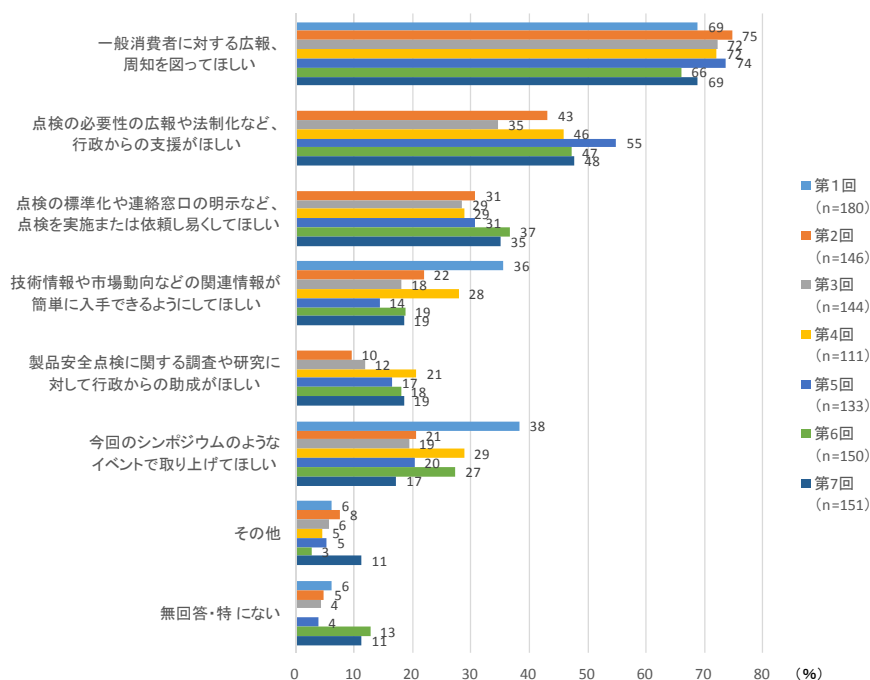


図 6-2 “製品の情報や修理・交換に関する情報” についての要望事項【経年比較】(複数回答)

(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。

■ 今回も自由記述が非常に多く、意見の多かった内容を抜粋し掲載

< 基調講演に関して >

- ・点検を普及させる為の様々なアプローチを紹介して頂き、従来とは違った発想で点検を考える参考になった。
- ・学生投稿の意見には、気付かされる事があった。今までのシンポジウムの中で一番参考になる点が多かった。
- ・点検を個人ではなく、周囲を巻き込んで行っていく仕組み作りについての発表が良かった。
- ・面倒である点検・交換についてポイントを付与し、やりたくなる仕組みを考えられたのは面白い。
- ・3Dスキャン+BIM等活用の可能性に期待。中古住宅流通にも貢献できる。
- ・BIMで使われている部品情報とそのメーカーの推奨点検項目、点検頻度が一度に見れば点検に繋がると思う。
- ・メーカーとユーザーに距離間があるのが分かった。(リスク、サービス)

< 研究報告に関して >

- ・住宅部品経年劣化事故防止のための買い替えは必要です。いくら点検を進めてもなかなか点検しないので。
- ・部品交換の勧めのCMをALIAで作って流せたらいいですね。
- ・お手入れ、点検の必要性(どの様な部品があるのか勉強になり、良い使い方も身につく)が理解できた。

< パネルディスカッションに関して >

- ・修理点検に対する考え方が消費者と製造業者、設置業者でどんな差があるか、理解を深めることが出来た。
- ・パネルディスカッションは様々な立場の方を交えての具体的な話が多く、参考になりました。
- ・NACS、JBNの方の考え方や課題が参考となりました。また、IEMANEサービスがおもしろい。
- ・IEMANEというメディア系からの提案が旬。建築以外の業界からの提案は業界の点検の発展に繋がる。
- ・昔は入居者と大工による点検の体制が取れていたとのこと。現代だからできる体制作りの必要性を感じた。
- ・本日挙がったパネルディスカッションでのご意見をALIAとして、前向きに取り組んで頂きたい。
- ・くらし工房鈴木様の話は説得力があった。紹介頂いた書籍の、早期一般者へのリリースをお願いします。
- ・釘宮氏の家庭経営の観点からの点検文化をどのように盛り上げるか、もう少しくわしい話が聞きたかった。

< 全般 >

- ・昨年より印象は地味ですが、内容が重要な段階に近づいた様な予感を思わせた。
- ・ユーザーに点検の必要性を訴え続ける必要性を感じた。
- ・消費者にとって点検はお金や時間もかかるが、消費者投稿やIEMANEは点検の可能性を感じました。
- ・点検とはユーザーがする点検とメーカーがする点検を分けて考える必要あり。
- ・プロの点検業者の点検システムを確立させて、消費者にとっても安心安全な点検が受けられる環境を整備してはどうか。
- ・点検を学校(小学校、中学校)の一般知識として教えてはいかが？
- ・自動車は有料の定期点検が定着しています。住宅も同じように普及して欲しいと思います。
- ・マンションは修繕や検査ができています。これが戸建てでも実施されれば大きな市場になります。

- ・機能維持や安全性だけではなく効率（燃費）にとっても、点検が有効であることをアピールしてはどうか。
- ・点検を推進するには、「掃除」が大事。整理整頓すれば、点検もするし取替えもしたくなる。
- ・定期点検の実施が安心して長く住宅を使うことができ、コストメリットもある事をもっとアピールしよう。
- ・点検しなければ、発生する可能性のある危険又は費用を分かりやすい表にする。メリットを明確にする。
- ・消費者は使える間は使わないともったいないという心理が働くもの。経年で発生した事件事例集を公開しては。
- ・9/1の防災の日の様に10/10を、住宅設備を1年に1回見直そうというキャンペーンとしてはどうか？
- ・住宅部品ハンドブック～点検編～と～掃除編～の2本立てを作成するのはいかがでしょうか。
- ・何でもネットで検索する時代なので、ネットでいろいろな点検内容が出てくると点検やリフォームにつながる。

<次回への要望等>

- ・行政側（国土交通省など）の施策に関する話もあって良いのではないかと？
- ・業界内のシンポジウムに止まらず、一般消費者を対象にしたシンポジウムの開催を検討して欲しい。
- ・リフォームと点検の切り口をテーマにしてはどうか。
- ・点検の取組み事例等（マンションの管理、ハウスメーカーのサービス等）