

IV. アンケートの結果

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70%と約7割を占めており、これに「団体職員」が16%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40%、60才以上が38%、40代が15%と続いている（図 1-3-1）。

前回（第7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、20代、40代が減少しておりその分、50代、60代の参加者が増加している（図 1-3-2）。

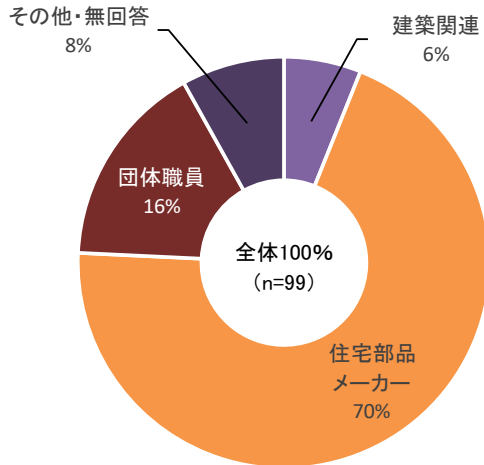


図 1-1-1 回答者の立場・職業【第8回】

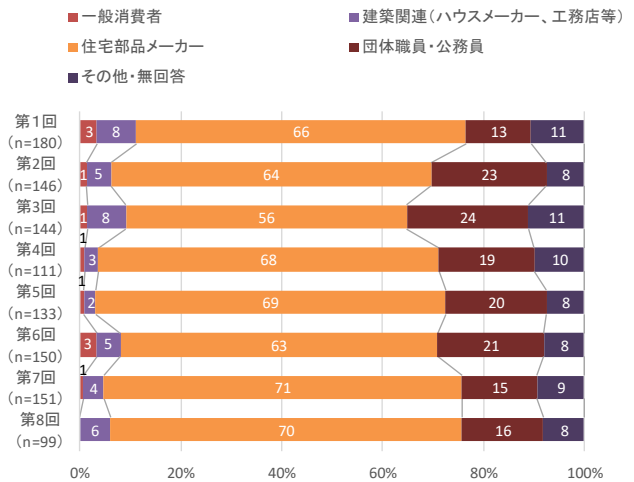


図 1-1-2 回答者の立場・職業【経年比較】

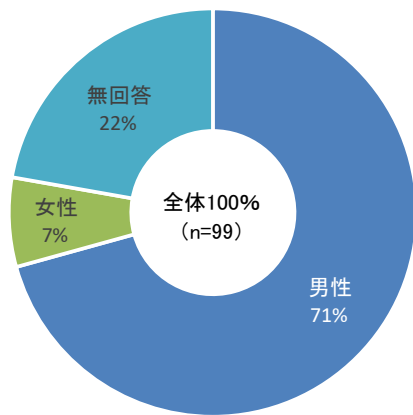


図 1-2-1 回答者の性別【第8回】

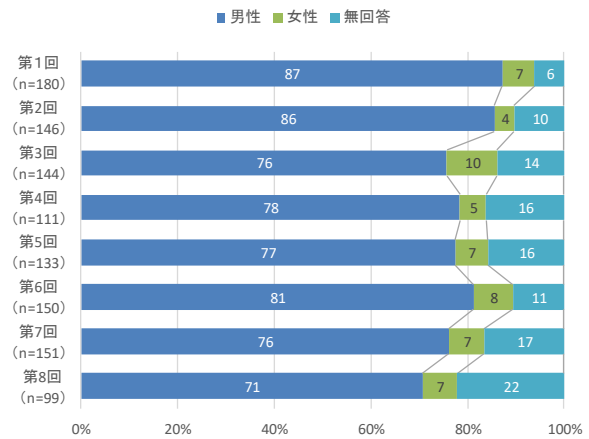


図 1-2-2 回答者の性別【経年比較】

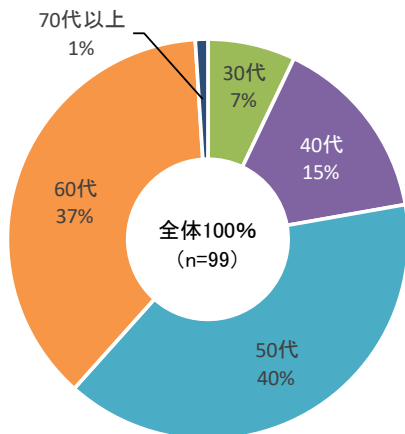


図 1-3-1 回答者の年代【第8回】

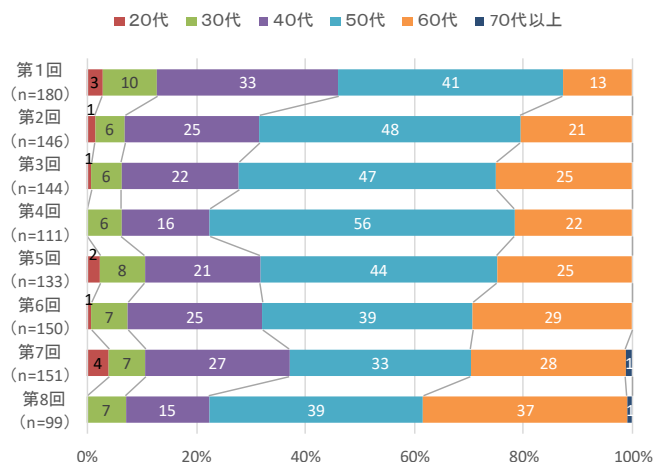


図 1-3-2 回答者の年代【経年比較】

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70%、『シンポジウムの全体の構成』が71%、『発表の時間配分』が67%と、いずれも「良かった」が6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』を「良かった」と回答した比率は、前回に比べ17ポイントも向上した(図2-1、図2-2)。

その他の意見としては、“基調講演やパネルディスカッションが長い”という意見や“研究テーマの発表時間が短い”などの意見があった。

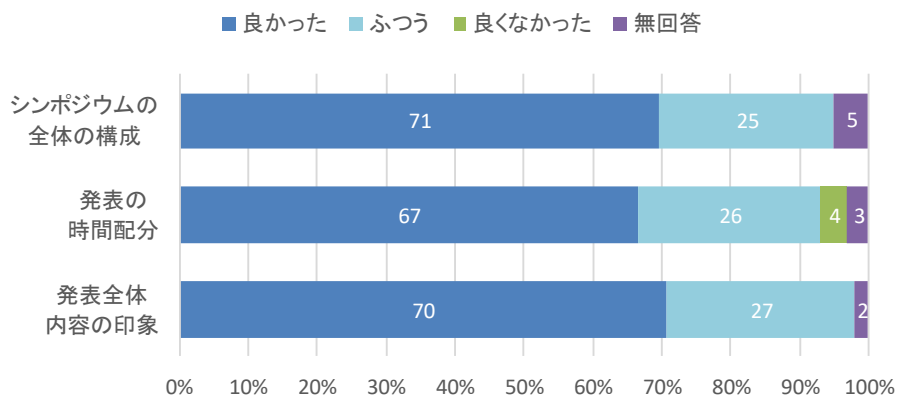


図 2-1 シンポジウム全体の印象【第8回(今回)】(n=99)

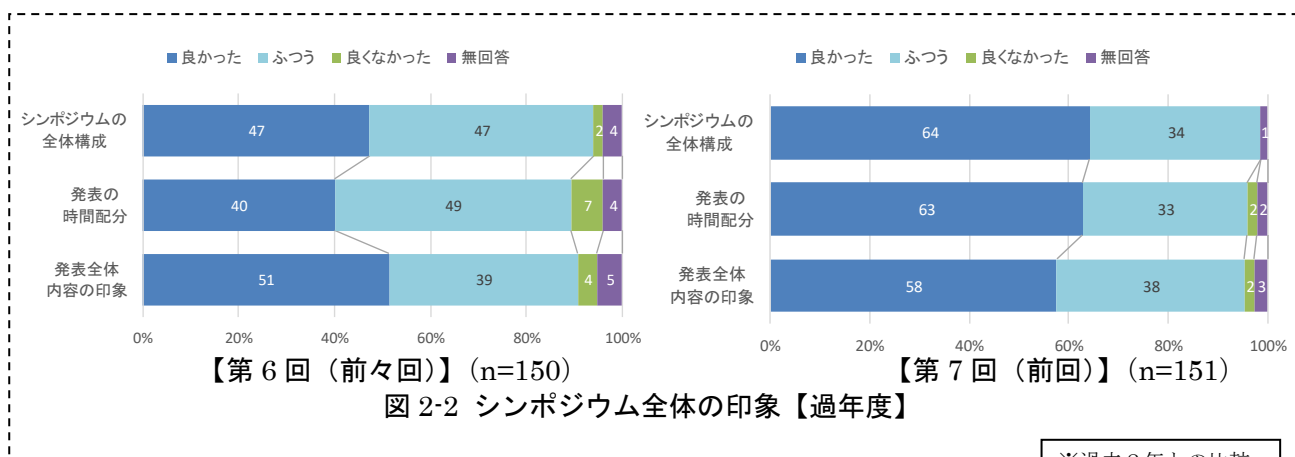


図 2-2 シンポジウム全体の印象【過年度】

※過去2年との比較

■ シンポジウム全体の印象・その他の内容(自由記述)

Q2. 今回のシンポジウムの印象をお聞かせください

- ・パネルディスカッションはもう少し短くてもよかった。
- ・動画の音が聞き取れなかった。研究発表が時間的に無理があったのでは…。
- ・基調講演に時間をとり過ぎて、研究テーマが15分では伝わらない。パネルディスカッションも80分程度にしてほしい。
- ・住まいの点検、リフォームの必要性は良くわかったが、テーマは部品の点検ということでは？
- ・発表内容は充実しているが、議題を詰め込み過ぎで全体に時間が長すぎる。
- ・スムーズな運営は良かったが、淡々と進んで逆に聴講者の反応というのが、どんなものか感じにくかった。
- ・ALIA 吉原氏の発表が特に良かった。
- ・研究報告は興味深く、為になったが発表時間が短すぎる。

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：『長期住宅維持管理による自宅の優良資産化』”が95%、“研究報告1：『2018年度リフォームに対する生活者の意識把握調査』”が84%、“研究報告2：『住宅部品の点検普及に向けての点検ツールについて』”76%、“パネルディスカッション：『点検から安全で快適な住まいへ』”が65%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、パネルディスカッションに対する評価がやや低かった(図3-1)。これはパネルディスカッションの前に退席された方も多く、無回答が34%もあったためである。

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、“自宅の資産化をどのようにするか参考になった”という内容が多数あった。また、研究報告は“とても参考になった”という意見や“詳細が知りたい”という意見があった。パネルディスカッションは“「IEMANE」”についての意見が多かった(次頁～次々頁)。

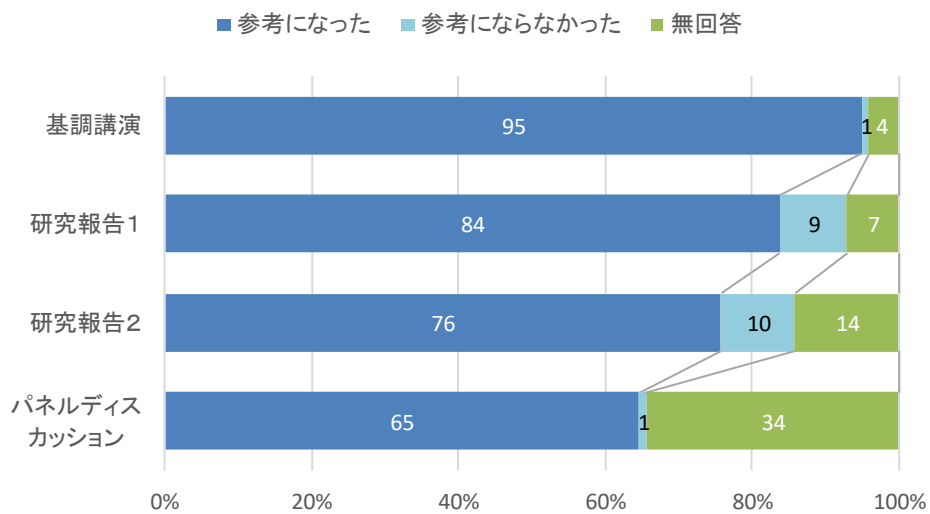


図3-1 特に参考になった内容【第8回(今回)】(n=99)

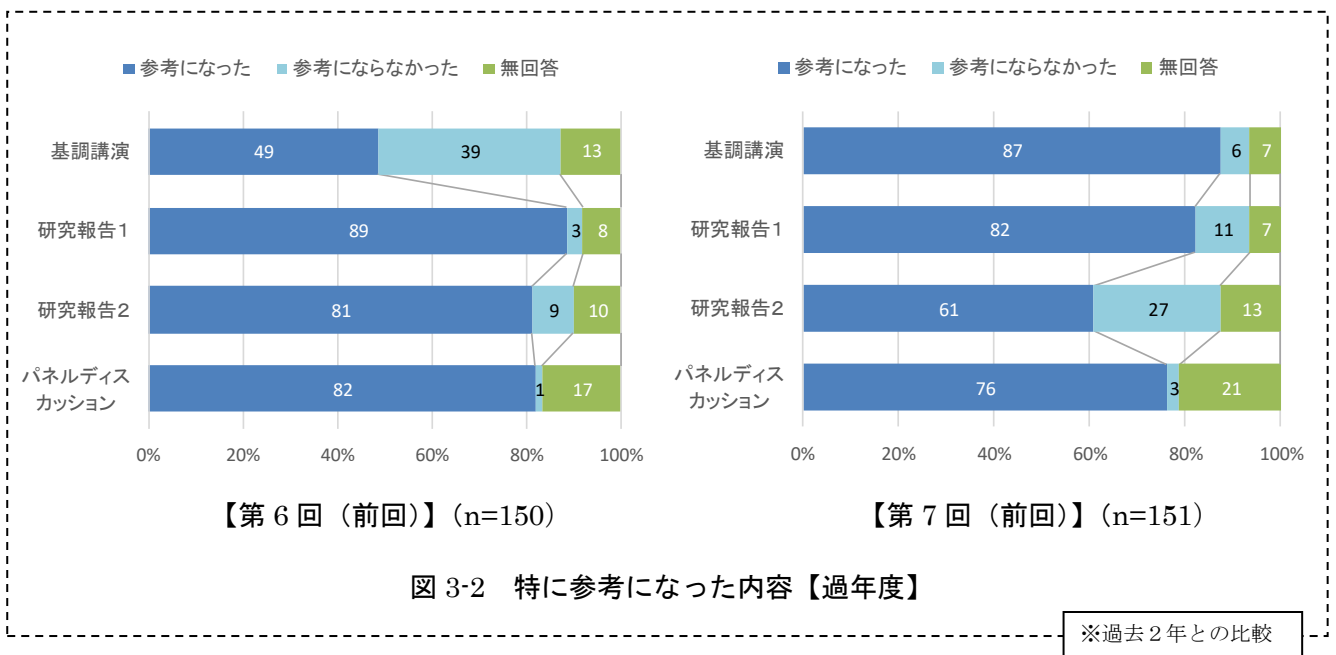


図3-2 特に参考になった内容【過年度】

※過去2年との比較

■ シンポジウムの内容についての具体的な意見（自由記述）

Q3. シンポジウムでは、どの内容が特に参考になった（良かった）とお感じになりましたか。また、参考になった理由・ならなかった理由など、ご意見をお書きください。

< 基調講演に関して >

- ・基調講演の住宅メンテナンスすることで住宅価値・資産を上げることができる。
- ・基調講演の住宅の資産化の考えと方法。
- ・人生最大の買物といわれる自宅が購入後負債となると、買い替えできない、失敗できないという状況が続いていたのはおかしいと改めて思った。私もし家売る時も、買った額で売れると嬉しい。
- ・自宅の資産化をどのようにするか参考になった。

< 研究報告に関して >

- ・特に研究報告は両方ともとても参考になった。もう少し丁寧にお話ししてほしい。
- ・研究報告については詳細を知りたい。
- ・研究報告1の企画は面白いが、まとめ部でもう一步踏み込んだものが聞ければより良かった。
- ・研究報告1に関しては、一般ユーザーのヒアリングという観点で現実に近い結果を聞くことができました。
- ・研究報告1でユーザーからもアナウンスが欲しいという話があるということがわかった。現状の点検はハウスメーカー依存だが、設備メーカーが自ら行える事は何かをもう少し深く検討すべきではないかと思った。
- ・研究報告1のビデオ音声聞き取れなかった。内容に新しさが無い。
- ・研究報告2の家の点検のデータは、賃貸住宅より始める方が良いと思う。
- ・研究報告2のスライドが見えにくかった。
- ・研究報告2の一般ユーザーの点検意識調査の結果が面白かった。

< パネルディスカッションに関して >

- ・山口氏のIT活用は為になった。
- ・パネルディスカッションでは、消費者の率直な意見を聞くことができたため。
- ・凸版の「IEMANE」とても便利なツール、消費者の方に利用してもらおうと点検時期への啓発につながる。
- ・IEMANEがおもしろい。
- ・IEMANEで特定保守製品の登録ができる良い。点検文化についての討議が良かった。
- ・特にパネルディスカッションはそれぞれの立場から点検・リフォームに対する考え方が交わされて、非常に有益だった。
- ・適正な時期での設備更新とすべきではないか？
- ・時間がなく、パネルディスカッションは参加できませんでした。
- ・まだまだこの業界は駄目なことが良くわかった。悪徳業者を無くす対策を検討いただきたい。

4. “住まい手に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79%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7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7回では75%であったが、第8回では79%に増加した。（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」（67%）、「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」（53%）などが多い（図 4-2-1）。第1回～第7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8回）は“住宅の資産価値の維持・向上につながるから”の比率が前回よりも19ポイント増加し、“資産価値の維持・向上”が高い関心をしめしていることがうかがえる結果となっている（図 4-2-2）。これは今回のシンポジウムで狙ったテーマで、狙い通りの評価であった。

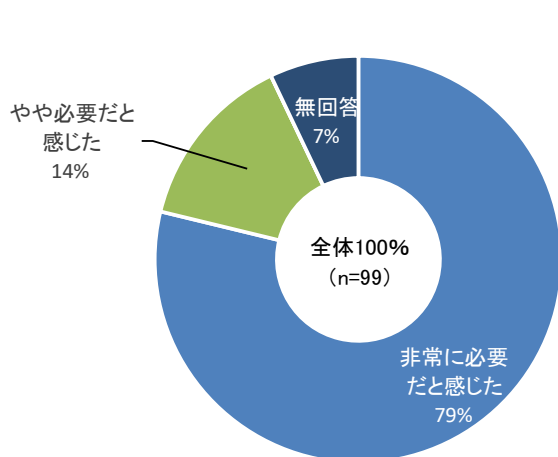


図 4-1-1 点検文化を広めることについて【第8回】

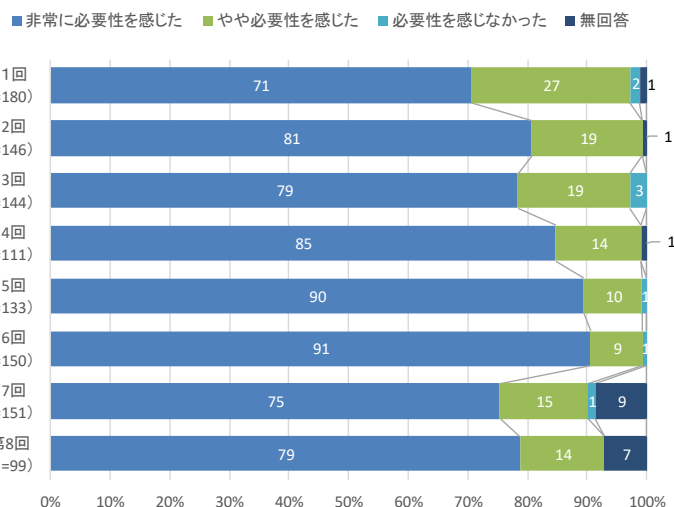


図 4-1-2 点検文化を広めることについて【経年比較】

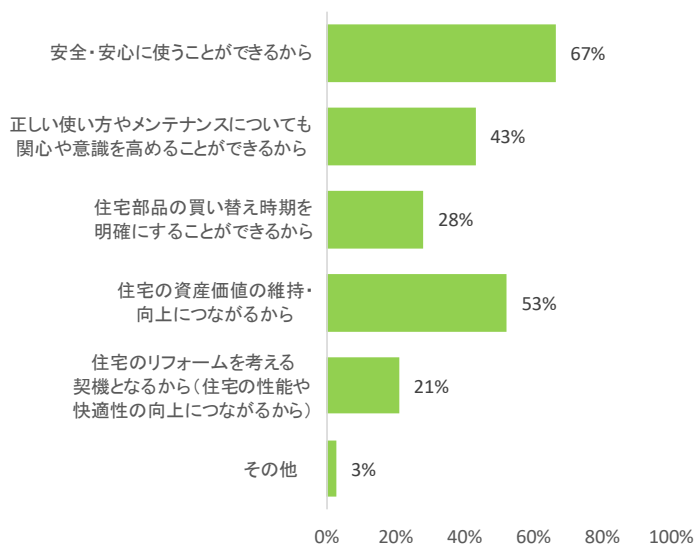


図 4-2-1 必要だと感じた理由【第8回】 (n=99)

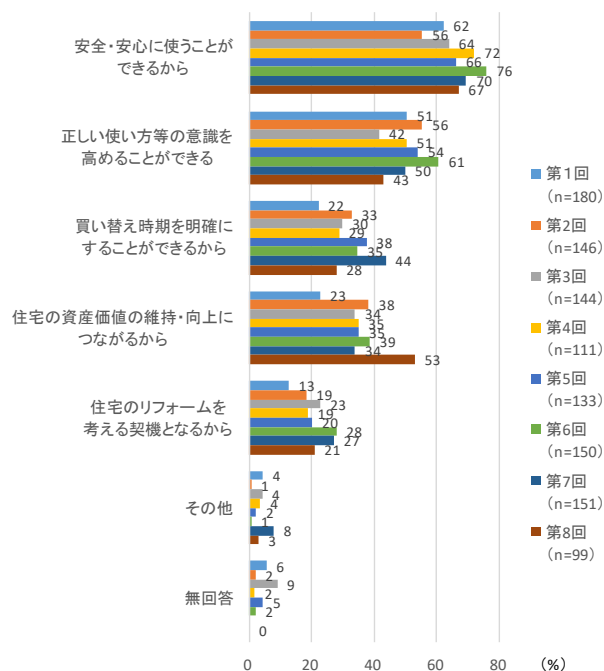


図 4-2-2 必要だと感じた理由【経年比較】 (複数回答)

(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” に関しての具体的な意見としては、“点検のメリットや点検手法を広めることが必要”、“地域のコミュニティの中で点検して良い街作りを行う様なアプローチが必要” などの意見があがっている。

■ その他の具体的な内容（自由記述）

Q4. シンポジウム全体を通して、“一般消費者に点検をすすめることとすすめ方” についてどう思われましたか。

また、その理由も併せてお聞かせください。

- ・その通りだが、日本はまだ時間がかかる気がする。我々が点検をすることで点検のメリットを広め、また消費者でできる点検手法の開発も必要と思う。
- ・地域のコミュニティの中で点検して良い街作りを行う様なアプローチが必要と思う。
- ・お客様の不安解消になる。
- ・住宅の資産価値の維持・向上にならない、今のままでは。

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」（69%）がもっとも多く、「住宅部品関連の業界団体（ALIA等）」（52%）が続いているが、昨年6位だった「住宅建設関連の業界団体」（34%）が3位となっている（図5-1）。

また、有効だと思う方法は、「テレビ・ラジオ」（71%）、「新聞・雑誌」（44%）などが多く増えており（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13ポイント増加した。有効だと思う方法については、「キャンペーン」の割合が減少しており、「SNS」、「ホームページ」、「イベント」については前回から大きな変化がない。

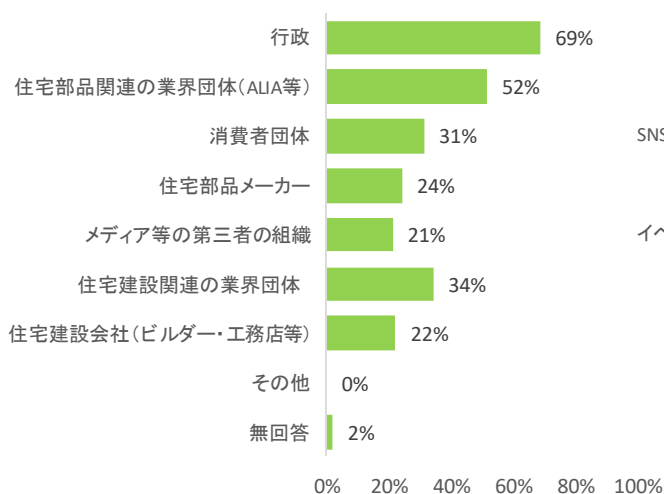


図5-1 主導が望ましい組織・団体等
【第8回】(n=99) (3つまで複数回答)

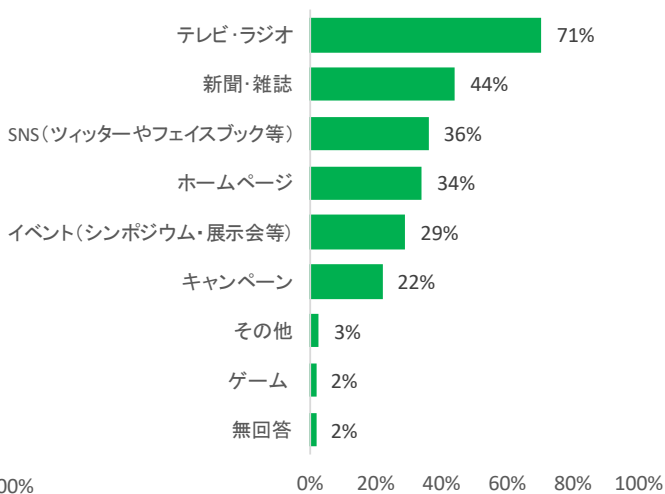


図5-2 有効だと思う方法
【第8回】(n=99) (3つまで複数回答)

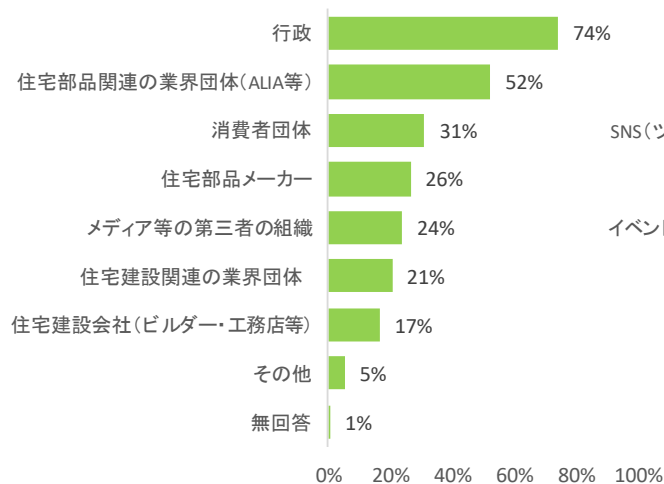


図5-3 主導が望ましい組織・団体等【前年度】
【第7回】(n=151) (3つまで複数回答)

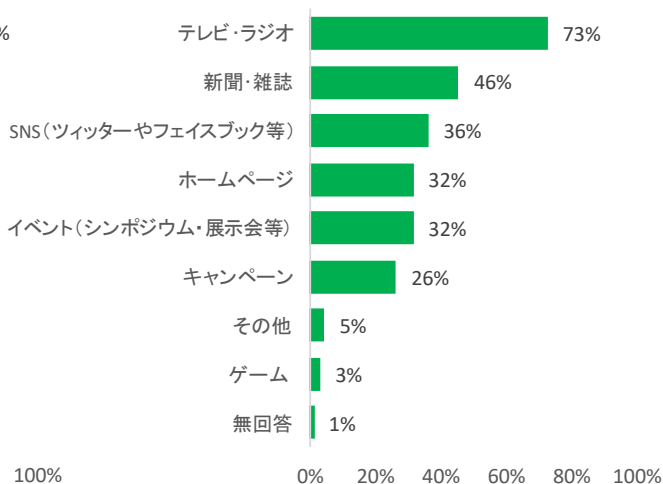


図5-4 有効だと思う方法【前年度】
【第7回】(n=151) (3つまで複数回答)

■ その他の内容（自由記述）

Q5. 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”には、どこが主導して、どのような方法で行うのが有効だとお考えになりますか。

主導が望ましい組織・団体等	有効だと思う方法
<ul style="list-style-type: none"> ・インフルエンサーの SNS、動画などを通じて。 ・業界団体はパワーが小さいと思います。 ・業界団体では 100%カバーできないので、行政が中心になる必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・例えば NHK「あさいち」で取り上げていただければ如何でしょう。生活テーマを良く紹介されています。 ・消費者がメリットをかんじるものがあると良い。 ・自ら点検し、リフォーム・買い換えに対して、補助金活用など。 ・動画サイト (YouTube)。 ・行政の補助金。 ・教育 (学校)。

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62%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」(29%)、「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」(22%)、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5ポイント増加し、“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”が7ポイント減少した。(図6-2)。

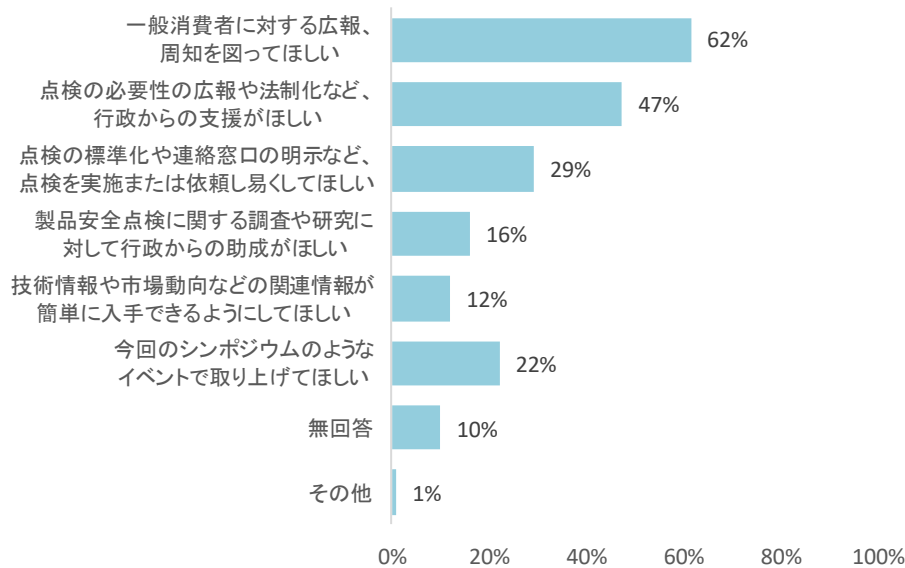


図 6-1 “製品の情報や修理・交換に関する情報”についての要望事項【第8回】(n=99)(複数回答)

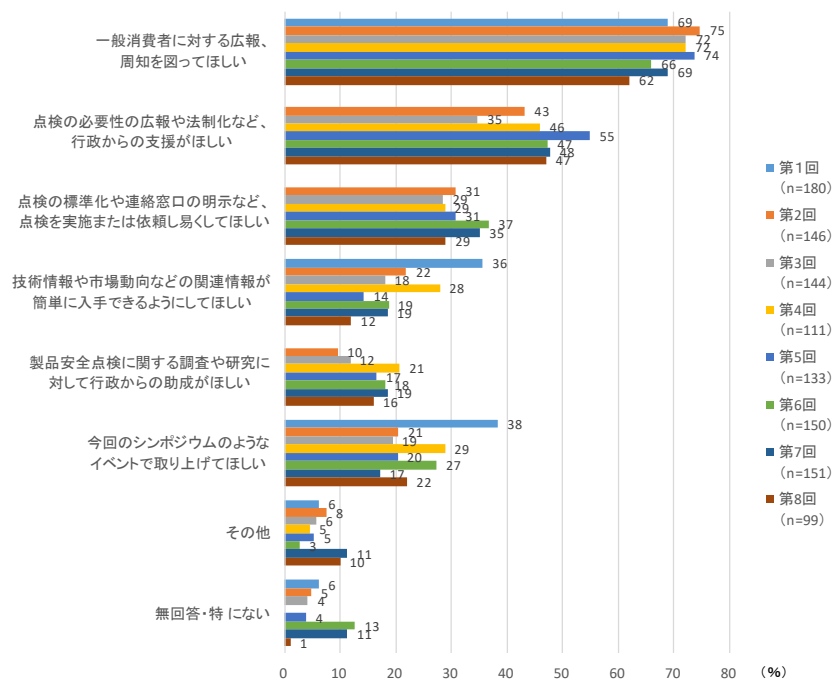


図 6-2 “製品の情報や修理・交換に関する情報”についての要望事項【経年比較】(複数回答)

(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、“リフォーム事業者団体登録制度（マーク）の周知”、“住まい手への周知（修理、交換をしないとどうなるかを周知）”など、周知についてこれまで以上に必要があるという意見があげられている。

■ “製品の情報や修理・交換に関する情報”等についての意見（自由記述）

Q6. “製品の情報や修理・交換に関する情報”（部品消耗目安や交換部品の有無等）について、ご意見・ご要望がございましたらお聞かせください。

（ 義務化や法制度に関して ）

- ・ 特定保守製品で1度点検し、安全が確認された後の点検頻度、費用など、その後の情報が皆無。

（ 体制整備、業界連携などに関して ）

- ・ リフォーム事業者団体登録制度（マーク）の周知は、各地方公共団体の仕組みと併せて、地域へのお知らせ（県だより、市区町村の広報）に載せていけるよう、国交省や総務省に申し入れてはいかがでしょうか。
- ・ 点検イメージが悪くならないように、点検商法、業者などについては正しく報道が必要。まずは信頼構築からか。
- ・ 今回のパネルディスカッションのように、行政の方が入っているのは良かったと思う。消費者教育は利害関係にない、消費者団体側や第3者、行政がやった方が効果的だと思う。

（ 消費者へのアピール、意識改革などに関して ）

- ・ TV、マスコミ取材を受けて広報に努めてほしい。
- ・ 住まい手への周知が一番重要。知らなければ、何もしない。お金がかかれば交換等もできない。修理、交換をしないとどうなるかを周知しなければ点検しない。
- ・ 住宅設備機器の寿命は永遠だと思っているエンドユーザーが多い。点検、修理が必要なことと、費用がかかることを周知する必要がある。→家の資産価値を維持することで支払った分が、家を売る際に取り戻せることが当たり前になれば理想。
- ・ 以前に比べると進んできてはいるが、消費者の意識やアクションはまだまだ。

■ 基調講演、研究報告、パネルディスカッションに関するご意見・質問

- ・タイムスタンプについて……設計上の耐用年数が住宅内の各部品ごとにどれぐらいなのかを一覧にすること、その上で安全上の優先順位づけが必要なのでは？タイムスタンプでお知らせ後、点検・メンテをしたら部品の寿命があと何年伸びるのかも次のステップとしては必要だと思う。IEMANEの方が有効なツールになるような気がします。
- ・基調講演「長期住宅維持管理による自宅の優良資産化」についてですが、①スケルトン6：インフィル4とのことですが、これはどういう風に決められたのですか？②インフィルで、配管系統（上下水道）も経年劣化すると思うのですが、これらは、インフィルに入るのでしょうか？③古い住宅の価値を認める（評価する）文化の醸成が先の様な気がします…。研究報告2「住宅部品の点検普及に向けての点検ツールについて」今後タイムスタンプ機能をつけた方が、良いと思われる。住宅部品は何か教えて頂きたい（タイムスタンプ機能は有効）。
- ・基調講演について、いろいろと参考になる内容であったが、肝心な部分について触れていない。
- ・登録事業者団体制度のPRが重要、国交省の力が必要。
- ・パネルディスカッションは自然に意見交換ができておられ、向殿先生のコーディネーターとしてのスキルの高さ、ご人徳。あるいはパネリストの皆様の的確さ（各々の立場で本当に日々、動いている方だからこそその意見ばかりでした）によるものと思いました。とてもよかったです。
- ・基調講演→研究報告1、2の流れが今一つピンとこなかったです。特に基調講演のインパクトが強く、研究報告の2のタイムスタンプの話との関連性が理解し難い所がありました。最後のパネルディスカッションの進行は良かったと思います。
- ・点検のインセンティブとして、消費者側が求めることが多いと毎回感じる。CSとのバランスがますます困難だと思った。危険や壊れるということ伝えるという意見を聞くことができたが、部品メーカー側には、まだPL法ができた当時の基準ガイドラインが生きていて、なかなか表示や伝えることには（危険等のネガティブな情報）消極的な気がします。伝えることがインセンティブになるということが立証され、一般的になると企業としても伝える方向に行くことができるのではないかと思います。日本の産業構造が点検で資産価値を上げて、スクラップ&ビルドを止めることを許さないのでは？と思いました。伝える方向で間違いないことを確認できてよかったです。
- ・当シンポジウムは毎年業界関係者の来場がほとんどだと思いますが、消費者の参加数を増やすべきと感じます。10月10日は平日になることも多いので、当日開催に拘らず、周辺の休日にもっと消費者向けコンテンツを増やして開催してみるのはいかがでしょうか。団体、国、企業の取り組みを伝えたい一方で、消費者がどのように受け取るか、という情報意見を集めるべきだと思います。
- ・消費者には多くの情報が届いているので、点検の情報を届けるだけでなく意識を変えるのは至難の技です。HPに情報を載せても、消費者が自ら見に行くことはないと思います。取説も見ない。本当に消費者のことを考えるならば、行政がまじめに本気で取り組んで欲しい。法制化も必要です。車の車検が良い手本だと思います。住宅設備にもよりますが、最悪の場合消費者の命に係わる問題です。真剣に取り組みましょう。
- ・知っていると知らないでは大違いであるが、住宅関係だけでも知るべき情報がたくさんありすぎるので、知ってもらうことは不可能とまで思ってしまう。優先順位をつけて一つずつ世に浸透させていくしかないと思った。終の住み家でも死亡した時には処分（売ってしまう）必要があると考えると義務として資産価値を維持しないといかん、という考えは大事だと思った。
- ・中林氏の基調講演は、大手ハウスメーカー出身者の目で具体的であった。特に戸建住宅が20年で価値がなくなることを改善しなくてはいけない。計画的なメンテナンスやリフォームで価値を維持し、流通の意識を変えなくてはいけない。
- ・研究報告2：BLでタイムスタンプのユーザー調査をしていることを知らなかった。情報共有化し

ていきたい。

- ・寿命、点検の必要性、明確化、周知を業界あげてしていく必要がある。
- ・いつまでも業界内でシンポジウムをやっても仕方がない。点検文化は法規制か資産価値向上にならないと育たない。点検やリフォームの大成功例を紹介するシンポジウムを消費者むけにやると良い。壊れて困った事例も。突然壊れたら困ることは分かっているけどやらない、少しずつ壊れるような壊れ方をしていくと、完全に壊れるまでにリフォームする。

■ 次回シンポジウムで取り上げて欲しいテーマ・講師等のご希望

- ・IoT のモニタリングによる故障の未然予防、点検・交換時期のお知らせ。
- ・消費者から見た住宅部品点検のあり方、望まれる方向性。
- ・他業種の実状など。
- ・全体のテーマ名が抽象的、具体的なテーマにして各講演名がそれにミートするようにした方が良い。
- ・健康快適住宅（長寿命）のあるべき姿、現状の問題点。
- ・住宅の優良資産化にもっとフォーカスを当てて、点検との関連性をあぶり出せれば興味深くなるのではないのでしょうか。
- ・畑村洋二郎先生「住宅部品メーカーや社会的責任とユーザー側の責任について」
- ・経産省の製品安全課が何をやってどんな成果を出しているのか、一度話を聞いてみたいものです。
- ・海外は日本より DIY 含め、個人がメンテナンスする文化がある。その事例等日本との比較を含めた文化の紹介をしていただきたい。「やらなければいけない」よりも「やってみたい、やりたい」と思っただけの環境作りができれば理想。
- ・消費者（団体）をパネリストとして呼んでいただきたい（女性が望ましい）。

V. アンケート結果のまとめ

1) 今回のシンポジウムの内容に対する参加者の評価

「住宅部品点検の日のシンポジウム」は、平成 24 年から毎年実施しており、今回（令和元年）は、第 8 回目の開催となるものである。来場者には、「住宅部品メーカー」（全体の 71%）、「団体職員」（同 15%）など、関連する工業会の関係者が多く含まれている。

シンポジウムの印象は、全体的には好意的にとらえられていて、「IEMANE」などは非常に興味を持つ人が多かった。

2) 今回のシンポジウムについての問題点（次回開催に向けての課題・検討事項）

■ 建築関連や消費者などの参加

来場者の属性は、50 才以上の層が増加したものの、今回のシンポジウムでも、これまでと同様に女性の参加者の比率は低い水準にとどまっている。シンポジウムの性格上「住宅部品メーカー」としての参加者が中心となるが、他との連携強化のためにはさまざまな分野の参加者を増やしていくことが引き続きシンポジウム運営上の課題であると考えられる。

■ 研究報告は、“非常に興味深いが時間が短い”という意見があった

各プログラムとも、これまでと同様に「参考になった」という回答比率が高かったが、研究報告は、“時間が短い”という意見も多く、逆に基調講演やパネルディスカッションは“時間が長い”という意見があった。来場者が満足できるような、スケジュールの作成が必要であると考えられる。

3) “住宅部品の点検”を推進していくための課題

■ 安全・安心への関心と、点検の必要性に対する意識をさらに高めるような周知が必要

今回のシンポジウム全体を通して“住まい手への点検文化を広めること”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。第 7 回の結果と比較すると「非常に必要だと感じた」比率は、減少しており、点検の必要性に対する認識をさらに周知することが必要と考えられる。

■ 点検文化の醸造・浸透が望まれている

“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 62%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、これまでの結果と同様に一般消費者への周知が最も重視されている。

また、“住宅部品点検の必要正や点検文化”を広げていくためには、行政など公共性の高い機関・団体が主導し、テレビなどのマスメディアを通じて情報発信を行っていくことが昨年同様に期待されている。

■ 点検の必要性の法制化、行政の支援

関連する情報に対しては、これまでの来場者アンケートの結果と同様であるが、今回のアンケートでも、“一般消費者への広報・周知”に次いで、“点検の必要性の広報や法制化など、行政からの支援”を求める声が高く、引き続き行政の支援を求めていくことも必要である。

「住宅部品点検の日シンポジウム」来場者アンケート

本日はご参加いただきありがとうございました。アンケートにご協力をいただきますようお願い致します。

Q1. あなたの性別、年齢、お立場・ご職業について、あてはまるものに○をおつけください。

- | | | | | |
|----------------|--|---|----------------------------------|-------------------------------|
| 1. 男性
2. 女性 | 1. 10代
3. 30代
5. 50代
2. 20代
4. 40代
6. 60代
7. 70代以上 | 1. 一般消費者
4. ゼネコン
7. 住宅部品メーカー
10. その他 () | 2. ハウスメーカー
5. 設備工事業
8. 公務員 | 3. 工務店
6. 設計事務所
9. 団体職員 |
|----------------|--|---|----------------------------------|-------------------------------|

Q2. 今回のシンポジウムの印象をお聞かせください。()に○をおつけください。

- | | | | |
|-----------------|------|-----|--------|
| | 良かった | ふつう | 良くなかった |
| 1. シンポジウムの全体の構成 | () | () | () |
| 2. 発表の時間配分 | () | () | () |
| 3. 発表全体内容の印象 | () | () | () |
| 4. その他 | () | | |

[]

Q3. シンポジウムでは、どの内容が特に参考になった(良かった)とお感じになりましたか。○をおつけください。また、参考になった理由・ならなかった理由など、ご意見をお書きください。

- | | | |
|---------------------------------------|--------|-----------|
| | 参考になった | 参考にならなかった |
| 1. 基調講演 :『長期住宅維持管理による自宅の優良資産化』 | () | () |
| 2. 研究報告1 :『2018年度リフォームに対する生活者の意識把握調査』 | () | () |
| 3. 研究報告2 :『住宅部品の点検普及に向けての点検ツールについて』 | () | () |
| 4. パネルディスカッション :『点検から安全で快適な住まいへ』 | () | () |

理由 []

Q4. シンポジウム全体を通して、“住まい手に点検をすすめることとすすめ方”についてどう思われましたか。また、その理由も併せてお聞かせください。

- | | | |
|---|--------------|---------------|
| 1. 非常に必要だと感じた | 2. やや必要だと感じた | 3. 必要性を感じなかった |
| ・その理由(あてはまるものにすべて○をおつけください) | | |
| a. 安全・安心に使うことができるから | | |
| b. 住宅の資産価値の維持・向上につながるから | | |
| c. 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 | | |
| d. 住宅部品の買い替え時期を明確にすることができるから | | |
| e. 住宅のリフォームを考える契機となるから(住宅の性能や快適性の向上につながるから) | | |
| f. その他 [] | | |
| 必要だと感じなかった理由 [] | | |

Q5. 住まい手の方々に“住宅部品点検の必要性”や“点検文化を広めていく”には、どこが主導して、どのような方法で行うのが有効だとお考えになりますか(それぞれ主なものを3つまでお選びください)。

- | | |
|---|--|
| [主導が望ましい組織・団体等] | [有効だと思う方法] |
| 1. 行政
2. 住宅建設関連の業界団体
3. 住宅部品関連の業界団体 (ALIA 等)
4. 住宅建設会社 (ビルダー・工務店等)
5. 住宅部品メーカー
6. 消費者団体
7. メディア等の第三者の組織
8. その他 | a. テレビ・ラジオ
b. 新聞・雑誌
c. ホームページ
d. SNS (ツイッターやフェイスブック等)
e. イベント (シンポジウム・展示会等)
f. キャンペーン
g. ゲーム
h. その他 |

[] []

裏面にお進みください

Ⅶ. 参考資料 — 集計表

Q1. 回答者の属性※ ()は、全体を100とする構成比(%)

① 性別

	第1回 (H24年)	第2回 (H25年)	第3回 (H26年)	第4回 (H27年)	第5回 (H28年)	第6回 (H29年)	第7回 (H30年)	第8回 (R1年)
全体	(100) 180	(100.0) 146	(100.0) 144	(100.0) 111	(100.0) 133	(100.0) 150	(100.0) 151	(100) 99
男性	(87.2) 157	(85.6) 125	(75.7) 109	(78.4) 87	(77.4) 103	(81.3) 122	(76.2) 115	(70.7) 70
女性	(6.7) 12	(4.1) 6	(10.4) 15	(5.4) 6	(6.8) 9	(8.0) 12	(7.3) 11	(7.1) 7
無回答	(6.1) 11	(10.3) 15	(13.9) 20	(16.2) 18	(15.8) 21	(10.7) 16	(16.6) 25	(22.2) 22

② 年代

	第1回 (H24年)	第2回 (H25年)	第3回 (H26年)	第4回 (H27年)	第5回 (H28年)	第6回 (H29年)	第7回 (H30年)	第8回 (R1年)
全体	(100.0) 180	(100.0) 146	(100.0) 144	(100.0) 111	(100.0) 133	(100.0) 150	(100.0) 151	(100) 99
20代	(2.8) 5	(1.4) 2	(0.7) 1	-	(2.3) 3	(0.7) 1	(4.0) 6	-
30代	(10.0) 18	(5.5) 8	(5.6) 8	(6.3) 7	(8.3) 11	(6.7) 10	(6.6) 10	(7.1) 7
40代	(33.3) 60	(24.7) 36	(21.5) 31	(16.2) 18	(21.1) 28	(24.7) 37	(26.5) 40	(15.2) 15
50代	(41.1) 74	(47.9) 70	(47.2) 68	(55.9) 62	(43.6) 58	(38.7) 58	(33.1) 50	(39.4) 39
60代	(12.8) 23	(20.5) 30	(25.0) 36	(21.6) 24	(24.8) 33	(29.3) 44	(28.5) 43	(37.4) 37
70代以上							(1.3) 2	(1.0) 1

③ 立場・職業

	第1回 (H24年)	第2回 (H25年)	第3回 (H26年)	第4回 (H27年)	第5回 (H28年)	第6回 (H29年)	第7回 (H30年)	第8回 (R1年)
全体	(100.0) 180	(100.0) 146	(100.0) 144	(100.0) 111	(100.0) 133	(100.0) 150	(100) 151	(100) 99
一般消費者	(3.3) 6	(1.4) 2	(1.4) 2	(0.9) 1	(0.8) 1	(3.3) 5	(0.7) 1	-
ハウスメーカー	(5.0) 9	(3.4) 5	(1.4) 2	(0.9) 1	-	(1.3) 2	(2.6) 4	(3.0) 3
工務店	(0.6) 1	(0.7) 1	(0.7) 1	-	-	-	(0.7) 1	-
ゼネコン	(0.6) 1	-	-	-	-	(0.7) 1	-	-
設備工事業	(1.7) 3	(0.7) 1	(0.7) 1	(1.8) 2	(2.3) 3	(2.0) 3	(0.7) 1	(1.0) 1
設計事務所	-	-	(4.9) 7	-	-	(0.7) 1	-	(2.0) 2
住宅部品メーカー	(65.6) 118	(63.7) 93	(55.6) 80	(67.6) 75	(69.2) 92	(62.7) 94	(71.5) 108	(69.7) 69
公務員	(2.8) 5	(1.4) 2	(1.4) 2	(1.8) 2	(0.8) 1	-	-	(1.0) 1
団体職員	(10.0) 18	(21.2) 31	(22.9) 33	(17.1) 19	(19.5) 26	(21.3) 32	(14.6) 22	(15.2) 15
その他・無回答	(10.6) 19	(7.5) 11	(11.1) 16	(9.9) 11	(7.5) 10	(8.0) 12	(9.3) 14	(8.1) 8
その他の内容	・不動産会社・エネルギー会社							

Q2 シンポジウム全体に対する印象

	第1回 (H24年)	第2回 (H25年)	第3回 (H26年)
全体	(100.0) 180	(100.0) 146	(100.0) 144
とても 良かった	(20.6) 37	(25.3) 37	(21.5) 31
まあまあ 良かった	(60.6) 109	(63.7) 93	(62.5) 90
あまり 良くなかった	(2.8) 5	(2.7) 4	(7.6) 11
まったく 良くなかった	(0.6) 1	(0.0) -	(0.7) 1
無回答	(15.6) 28	(8.2) 12	(7.6) 11

・シンポジウムの印象

	第4回(H27年)			第5回(H28年)			第6回(H29年)		
	1. シンポジウムの全体構成	2. 発表の時間配分	3. 発表全体内容の印象	1. シンポジウムの全体構成	2. 発表の時間配分	3. 発表全体内容の印象	1. シンポジウムの全体構成	2. 発表の時間配分	3. 発表全体内容の印象
全体	(100.0) 111	(100.0) 111	(100.0) 111	(100.0) 133	(100.0) 133	(100.0) 133	(100.0) 150	(100.0) 150	(100.0) 150
良かった	(64.0) 71	(53.2) 59	(59.5) 66	(61.7) 82	(49.6) 66	(60.2) 80	(47.3) 71	(40.0) 60	(51.3) 77
ふつう	(32.4) 36	(40.5) 45	(36.0) 40	(33.8) 45	(42.9) 57	(32.3) 43	(46.7) 70	(49.3) 74	(39.3) 59
良くなかった	(0.9) 1	(3.6) 4	(0.9) 1	(3.0) 4	(6.0) 8	(4.5) 6	(2.0) 3	(6.7) 10	(4.0) 6
無回答	(2.7) 3	(2.7) 3	(3.6) 4	(1.5) 2	(1.5) 2	(3.0) 4	(4.0) 6	(4.0) 6	(5.3) 8

	第7回(H30年)			第8回(R1年)		
	1. シンポジウムの全体構成	2. 発表の時間配分	3. 発表全体内容の印象	1. シンポジウムの全体構成	2. 発表の時間配分	3. 発表全体内容の印象
全体	(100.0) 151	(100.0) 151	(100.0) 151	(100.0) 99	(100.0) 99	(100.0) 99
良かった	(64.2) 97	(62.9) 95	(57.6) 87	(70.7) 69	(66.7) 66	(69.7) 70
ふつう	(34.4) 52	(33.1) 50	(37.7) 57	(25.3) 25	(26.3) 26	(27.3) 27
良くなかった	(0.0) -	(2.0) 3	(2.0) 3	(0.0) -	(4.0) 4	(0) -
無回答	(1.3) 2	(2.0) 3	(2.6) 4	(5.1) 5	(3.0) 3	(2.0) 2

Q3 特に参考になった内容

	第1回 (H24年)	第2回 (H25年)	第3回 (H26年)
全体	(100.0) 180	(100.0) 146	(100.0) 144
住宅部品点検推進活動について	(0.0) -	(15.1) 22	(13.9) 20
基調講演	(72.8) 131	(46.6) 68	(15.3) 22
研究報告1	(18.3) 33	(70.5) 103	(66.7) 96
研究報告2	-	-	(57.6) 83
プレゼン+パネルディスカ	(46.7) 84	-	-
事例報告セッション	(0.0) -	(31.5) 46	(27.8) 40
その他	(2.2) 4	(5.5) 8	-
無回答	(4.4) 8	-	(2.8) 4

・参考になった内容

	第4回(H27年)				第5回(H28年)			
	全体	参考になった	参考にならなかった	無回答	全体	参考になった	参考にならなかった	無回答
住宅部品点検推進活動について	(100.0) 111	(55.9) 62	(13.5) 15	(30.6) 34	(100.0) 133	(60.2) 80	(11.3) 15	(28.6) 38
基調講演	(100.0) 111	(73.0) 81	(12.6) 14	(14.4) 16	(100.0) 133	(78.2) 104	(10.5) 14	(11.3) 15
研究報告1	(100.0) 111	(86.5) 96	(3.6) 4	(9.9) 11	(100.0) 133	(74.4) 99	(8.3) 11	(17.3) 23
研究報告2	(100.0) 111	(77.5) 86	(3.6) 4	(18.9) 21	(100.0) 133	(59.4) 79	(18.0) 24	(22.6) 30
パネルディスカッション	(100.0) 111	(84.7) 94	(0.9) 1	(14.4) 16	(100.0) 133	(77.4) 103	(1.5) 2	(21.1) 28

	第6回(H29年)				第7回(H30年)				第8回(R1年)			
	全体	参考になった	参考にならなかった	無回答	全体	参考になった	参考にならなかった	無回答	全体	参考になった	参考にならなかった	無回答
基調講演	(100.0) 150	(48.7) 73	(38.7) 58	(12.7) 19	(100) 151	(87.4) 132	(6.0) 9	(6.6) 10	(100) 99	(94.9) 94	(1.0) 1	(4.0) 4
研究報告1	(100.0) 150	(88.7) 133	(3.3) 5	(8.0) 12	(100) 151	(82.1) 124	(11.3) 17	(6.6) 10	(100) 99	(83.8) 83	(9.1) 9	(7.1) 7
研究報告2	(100.0) 150	(81.3) 122	(8.7) 13	(10.0) 15	(100) 151	(60.9) 92	(26.5) 40	(12.6) 19	(100) 99	(75.8) 75	(10.1) 10	(14.1) 14
パネルディスカッション	(100.0) 150	(82.0) 123	(1.3) 2	(16.7) 25	(100) 151	(76.2) 115	(2.6) 4	(21.2) 32	(100) 99	(64.6) 64	(1.0) 1	(34.3) 34

Q4. “点検の重要性”について

	第1回 (H24年)	第2回 (H25年)	第3回 (H26年)	第4回 (H27年)	第5回 (H28年)	第6回 (H29年)	第7回 (H30年)	第8回 (R1年)
全体	(100.0) 180	(100.0) 146	(100.0) 144	(100.0) 111	(100.0) 133	(100.0) 150	(100) 151	(100) 99
非常に必要性を感じた	(70.6) 127	(80.8) 118	(78.5) 113	(84.7) 94	(89.5) 119	(90.7) 136	(75.5) 114	(78.8) 78
やや必要性を感じた	(26.7) 48	(18.5) 27	(18.8) 27	(14.4) 16	(9.8) 13	(8.7) 13	(14.6) 22	(14.1) 14
必要性を感じなかった	(1.7) 3	-	(2.8) 4	-	(0.8) 1	(0.7) 1	(1.3) 2	-
無回答	(1.1) 2	(0.7) 1	-	(0.9) 1	-	-	(8.6) 13	(7.1) 7

● “保守点検”の必要性を感じた理由

(複数回答)

	第1回 (H24年)	第2回 (H25年)	第3回 (H26年)	第4回 (H27年)	第5回 (H28年)	第6回 (H29年)	第7回 (H30年)	第8回 (R1年)
全体	(100.0) 180	(100.0) 146	(100.0) 144	(100.0) 111	(100.0) 133	(100.0) 150	(100) 151	(100) 99
安全・安心に使うことができるから	(62.2) 112	(55.5) 81	(63.9) 92	(72.1) 80	(66.2) 88	(76.0) 114	(69.5) 105	(66.7) 66
住宅の資産価値の維持・向上につながるから	(22.8) 41	(38.4) 56	(34.0) 49	(35.1) 39	(35.3) 47	(38.7) 58	(33.8) 51	(52.5) 52
正しい使い方等の意識を高めることができる	(50.6) 91	(55.5) 81	(41.7) 60	(50.5) 56	(54.1) 72	(60.7) 91	(50.3) 76	(43.4) 43
買い替え時期を明確にすることができるから	(22.2) 40	(32.9) 48	(29.9) 43	(28.8) 32	(37.6) 50	(34.7) 52	(43.7) 66	(28.3) 66
住宅のリフォームを考える契機となるから	(12.8) 23	(18.5) 27	(22.9) 33	(18.9) 21	(20.3) 27	(28.0) 42	(27.2) 41	(21.2) 43
その他	(4.4) 8	(0.7) 1	(4.2) 6	(3.6) 4	(2.3) 3	(0.7) 1	(7.9) 12	(3.0) 3
無回答	(5.6) 10	(2.1) 3	(9.0) 13	(1.8) 2	(4.5) 6	(2.0) 3	-	-

Q5. 点検文化を広めていくために

● 主導が望ましい組織・団体等

(複数回答)

	第6回 (H29年)	第7回 (H30年)	第8回 (R1年)
全体	(100.0) 150	(100) 151	(100) 99
行政機関	(68.7) 103	(74.2) 112	(68.7) 68
住宅建設関連の業界団体	(36.0) 54	(20.5) 31	(34.3) 34
住宅部品関連の業界団体(ALIA等)	(50.7) 76	(52.3) 79	(51.5) 51
住宅建設会社(ビルダー・工務店等)	(30.7) 46	(16.6) 25	(22.2) 22
住宅部品メーカー	(33.3) 50	(26.5) 40	(24.2) 24
消費者団体	(25.3) 38	(31.1) 47	(31.3) 31
その他	(2.0) 3	(23.8) 36	-
メディア等の第三者の組織	-	(5.3) 8	(21.2) 21
無回答	-	(0.7) 1	(2.0) 2

● 有効だと思う方法

(複数回答)

	第6回 (H29年)	第7回 (H30年)	第8回 (R1年)
全体	(100.0) 150	(100) 151	(100) 99
テレビ・ラジオ	(66.0) 99	(72.8) 110	(70.7) 70
新聞・雑誌	(42.7) 64	(45.7) 69	(44.4) 44
ホームページ	(37.3) 56	(31.8) 48	(34.3) 34
SNS(ツイッターやフェイスブック等)	(30.0) 45	(36.4) 55	(36.4) 36
イベント(シンポジウム・展示会等)	(38.0) 57	(31.8) 48	(29.3) 29
キャンペーン	(21.3) 32	(26.5) 40	(22.2) 22
その他	(10.7) 16	(3.3) 5	(3.0) 3
ゲーム	-	(4.6) 7	(2.0) 2
無回答	(0.7) 1	(1.3) 2	(2.0) 2

Q6. “製品の情報や修理・交換に関する情報”についての意見・要望

(複数回答)

	第1回 (H24年)	第2回 (H25年)	第3回 (H26年)	第4回 (H27年)	第5回 (H28年)	第6回 (H29年)	第7回 (H30年)	第8回 (R1年)
全体	(100.0) 180	(100.0) 146	(100.0) 144	(100.0) 111	(100.0) 133	(100.0) 150	(100) 151	(100) 99
今回のようなイベントで取り上げてほしい	(38.3) 69	(20.5) 30	(19.4) 28	(28.8) 32	(20.3) 27	(27.3) 41	(17.2) 26	(22.2) 22
一般消費者に対する広報、周知を図ってほしい	(68.9) 124	(74.7) 109	(72.2) 104	(72.1) 80	(73.7) 98	(66.0) 99	(68.9) 104	(61.6) 61
点検の標準化や連絡窓口の明示等点検の容易化	-	(30.8) 45	(28.5) 41	(28.8) 32	(30.8) 41	(36.7) 55	(35.1) 53	(29.3) 29
関連情報が簡単に入手できるようにしてほしい	(35.6) 64	(21.9) 32	(18.1) 26	(27.9) 31	(14.3) 19	(18.7) 28	(18.5) 28	(12.1) 12
点検の必要の法制化など、行政からの支援がほしい	-	(43.2) 63	(34.7) 50	(45.9) 51	(54.9) 73	(47.3) 71	(47.7) 72	(47.5) 47
製品安全点検に関する研究等に対する行政からの助成	-	(9.6) 14	(11.8) 17	(20.7) 23	(16.5) 22	(18.0) 27	(18.5) 28	(16.2) 16
メーカーや型式などによる差異で混乱が生じないよう配慮	(17.8) 32	-	-	-	-	-	-	-
公的な助成や補助金など、行政からの支援への働きかけ	(17.8) 32	-	-	-	-	-	-	-
その他	(6.1) 11	(7.5) 11	(5.6) 8	(4.5) 5	(5.3) 7	(2.7) 4	(11.3) 17	(1.0) 1
無回答・特になし	(6.1) 11	(4.8) 7	(4.2) 6	-	(3.8) 5	(12.7) 19	(11.3) 17	(10.1) 10