

# 第11回「住宅部品点検の日」シンポジウム 来場者アンケート結果 2022年10月4日

## I. アンケートの目的

2022年10月4日、Zoom ウェビナーでオンライン開催した第11回「住宅部品点検の日」シンポジウムに対する評価を確認するとともに、今後のシンポジウムを計画する際の参考となる情報の収集を目的とした。

## II. アンケートの方法

シンポジウムのZoom ウェビナー参加者に終了後WEBアンケートを実施した。

## III. アンケートの回収数

アンケートの有効回収数は、153件であった。(回収率60.5%)

### <参考>シンポジウムの開催概要

**第11回 「住宅部品点検の日」シンポジウム**

10月10日は ジュウテン 住宅部品点検の日

点検から消費者が快適なリフォームへ  
～健康的な暮らしを目指して～

2022年10月4日(火)  
時間：14:15～16:50  
定員：300名 (WEB募集)  
申込み期間：9月6日(火)～  
※定員に達した時点で申込受付を終了する場合があります。

申込み：住宅部品点検スペシャルサイト「ジュウテン」よりお申込みください。

**プログラム**

受付	13:30～14:15 (45分)
1. 開会	14:15～14:20 (05分) 一般社団法人リビングアメニティ協会 専務理事 加藤 永
2. 来賓ご挨拶	14:20～14:30 (10分) 国土交通省 住宅局 住宅生産課
3. 基調講演	14:30～15:20 (50分) テーマ：点検をきっかけとしたリフォームの可能性 ～一般消費者とともに点検を文化に昇華していくためには～ ルームクリップ株式会社 (RoomClip) 代表取締役 高重 正彦 氏
休憩	15:20～15:30 (10分)
4. パネルディスカッション	15:30～16:45 (75分) テーマ：点検から省エネリフォーム、健康的な暮らしに繋げるには？ コーディネーター 明治大学 名誉教授 顧問 向殿 政男 氏 パネリスト ルームクリップ株式会社 (RoomClip) 代表取締役 高重 正彦 氏 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 理事 村上 千里 氏 有限会社 メイクアップ 代表取締役社長 荒口 仁 氏 一般社団法人リビングアメニティ協会 住宅部品点検推進部会 部長 近藤 秀介 氏
5. 閉会	16:45～16:50 (05分) 一般社団法人リビングアメニティ協会 イベントWGリーダー 豊原 直章 氏

主催：ALIA 一般社団法人リビングアメニティ協会 後援：国土交通省 経済産業省 消費庁 住宅金融支援機構 nite  
 協賛：一般社団法人ベターリビング、一般社団法人住宅生産団体連合会、一般社団法人住宅リフォーム推進協議会、公益財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センター、  
 公益社団法人全国消費生活相談員協会、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会、一般社団法人ベターライフローム協会、一般社団法人  
 マンションリフォーム推進協議会、一般社団法人日本住宅リフォーム産業協会、一般社団法人日本建材・住宅設備産業協会、板橋子協会、一般社団法人イクター・アース工業会、  
 ガス情報工業会、キッチン・バス工業会、一般社団法人建築開口部協会、住宅産業協議会、一般社団法人ソーラーシステム振興協会、長期使用住宅部材標準化推進協議会、  
 ドアクローザ工業会、日本アルミ手摺工業会、日本LPガス団体協議会、日本屋外取掛ユニット工業会、一般社団法人日本火災報知機工業会、一般社団法人日本ガス協会、  
 一般社団法人日本ガス石油機器工業会、日本金属サイディング工業会、一般社団法人日本サッシ協会、一般社団法人日本シャッター・ドア協会、一般社団法人日本照明工業会、  
 一般社団法人日本電機工業会、一般社団法人日本花障システム工業会、一般社団法人日本バルブ工業会、日本床暖房工業会、一般社団法人日本窯業外装材協会、一般社団法人  
 日本非常災害工業会、一般社団法人日本レストルーム工業会、日本エコ工業会  
 問い合わせ先：一般社団法人リビングアメニティ協会 TEL 03-5211-0540 FAX 03-5211-0546 (平日9:30～17:30)

## 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67%と2/3を占めており、これに「団体職員・公務員」が18%と続いている（図1-1-1）。

前回（第10回）以前の結果と比較すると、立場・職業は「住宅部品メーカー」が大幅に増加し、「建築関連」「一般消費者」が減少した（図1-1-2）。

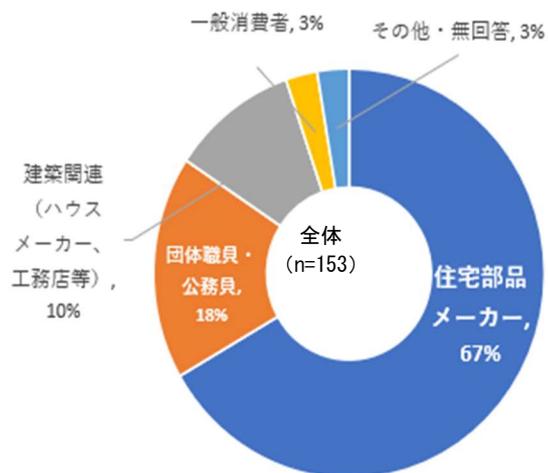


図1-1 回答者の立場・職業【第11回】

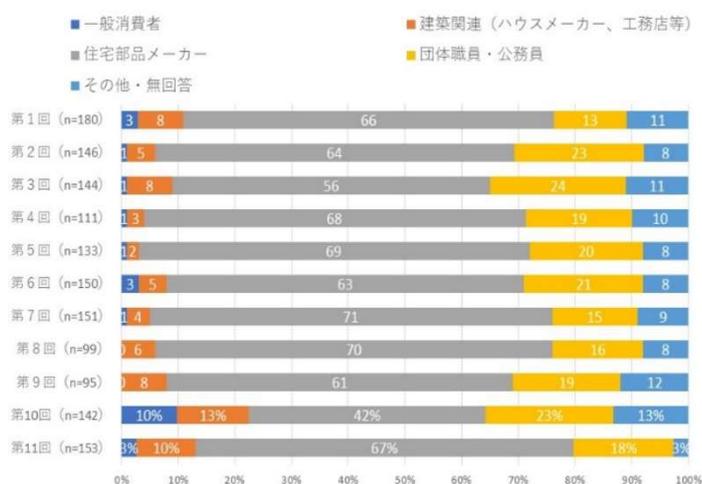


図1-2 回答者の立場・職業【経年比較】

### 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5段階でたずねた。「非常に良かった」「良かった」という“良い評価”の回答比率は『シンポジウムの全体の構成』が計83%（前回比+7%）、『発表全体内容の印象』も計83%（前回比+11%）といずれも8割を超え、『発表の時間配分』も63%（前回比+5%）となった。どの項目も前回より評価された回答をいただいている。（図2-1、図2-2）。

今回はALIA報告を省き、基調講演、パネルディスカッションとし、パネルディスカッションをコンパクトに実施し、開催時間も前回より1時間ほど短縮したが、後述する自由記入意見として構成、時間とも評価する意見を多くいただいた。

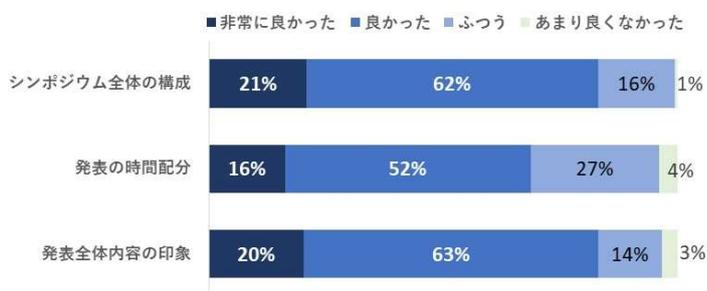


図2-1 シンポジウム全体の印象【第11回 (今回)】

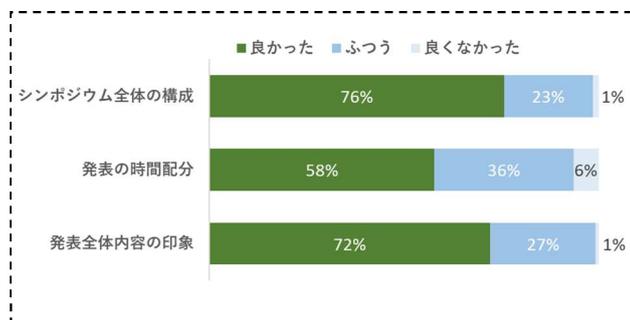


図2-2 シンポジウム全体の印象【第10回 (前回)】

### 3. 参考になったプログラム

プログラムで「非常に参考になった」「参考になった」という良い評価の比率は、“基調講演：『「点検」を文化にするための道筋一点検をきっかけとしたリフォームの可能性―』”が計89%（前回比▲8%）、“パネルディスカッション：『点検から省エネリフォーム、健康的な暮らしに繋げるには？』”が91%（前回比+3%）と、全体としては好意的に受け取られている評価であった（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、“消費者の視点、消費者の行動が非常に参考になった”“これまでになく斬新な切り口であった”という意見が多数あった。

また、パネルディスカッションは“多様な立場からの意見が参考になった”“点検すべきではなく、点検を楽しむという考え方の切り替えの視点は面白かった”との意見があったが、一方で、パネルディスカッションで議論が拡散し、シンポジウムとしての結論（方針提示）がまとめられていなかったとの意見もあった。（4頁～6頁）。

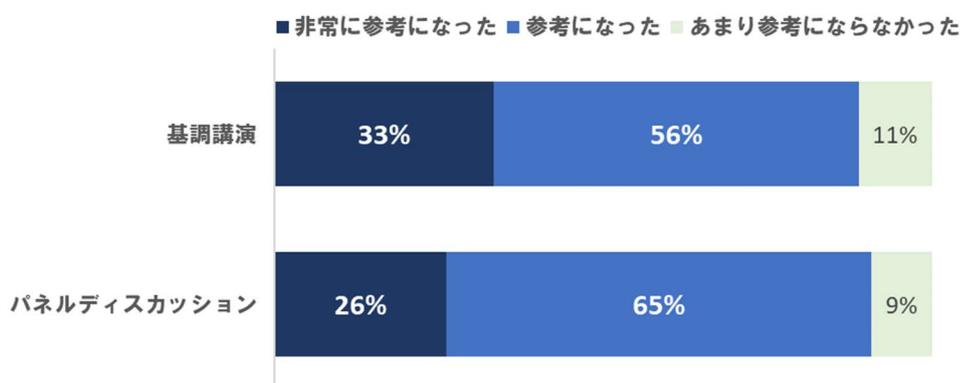


図3-1 特に参考になった内容【第11回（今回）】（n=153）

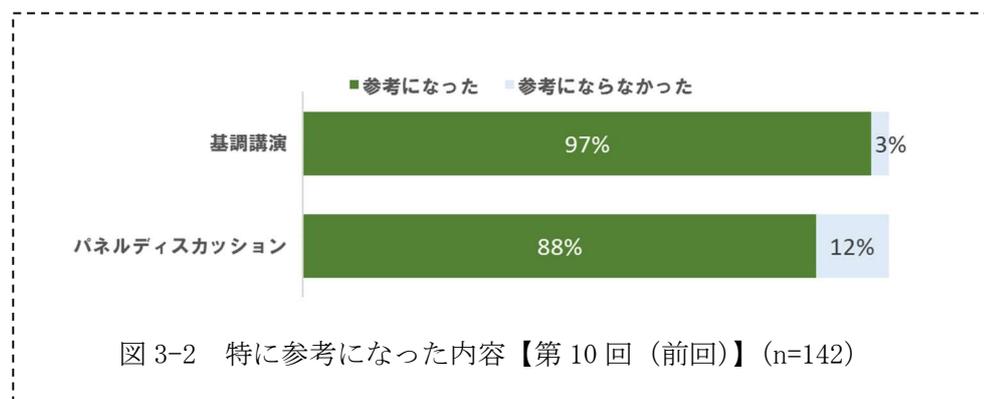


図3-2 特に参考になった内容【第10回（前回）】（n=142）

## ■ Q シンポジウムの内容で参考になった理由・参考にならなかった理由(自由記述)

- ・興味を持たせる方法について考えさせられた。
- ・消費者視点で考えてみるということ。
- ・両方を通じて SNS を使った点検文化の盛上げ、拡散という視点は新鮮だった（思い付きレベルかもしれませんがアイデアとしては面白かった）
- ・登壇された方々における点検の重要さが伝わってきて、一使用者として非常に有益な内容。
- ・SNS の中でのユーザーの関心対象の変化が参考になった。
- ・SNS の使い方。
- ・高重様の考え方はとても参考になった。
- ・点検が重要、いいことだということは分かっているけど、やらない。義務的なイメージを変えないといけないのだろうと感じた。
- ・点検文化定着のための方法について手詰まり感があつたが方向性を示していただけた。
- ・人の行動を愛着・こだわり・タグ付けなどで説明した所に共感を持てた。
- ・戸建て住宅に住んでいますが、点検について改めて考える機会を持て。
- ・点検からリフォームにつなげる具体例の有無
- ・普段お伺いできない話を聞く事ができた。
- ・基調講演で、この 10 年間で「掃除」「住宅設備メーカー」を SNS で発信される方が増えている ROOMCLIP での事実は勇気を貰った。同時に、10 年間点検をすすめても消費者の意識が変わらない A L I A での事実との対比が印象に残った。しかし、ココに課題解決のヒントがあると分かり大きな気づきを得られるシンポジウムであった。
- ・点検と情報発信することはメーカー側からすると難しいがお家時間が定着し、SNS 等の利用により消費者に参画してもらいまだまだ情報発信できることは期待できると参考になった。また基調講演での「小掃除」やウェルビーイングという考えも含めて、「楽しい点検とは」と考えさせられる機会にもなった。
- ・点検についての消費者の捉え方がわかり、今後仕事をする上で役立つ知見が得られた。
- ・「点検を行うこと、推奨すること」の難しさを改めて認識できた。
- ・思い入れがある物は日々点検している事は共感をえました。メーカーとして点検文化の定着へ向け、こだわりのある人と繋がることの必要性について参考になった。
- ・点検の重要性ばかり言い続けていては人は動かない。楽しいことがなければ定着しないという意見は腹に落ちた。
- ・企業紹介ではなく、SNS を使ったさまざまな普及方法を期待した。
- ・エンドユーザーが行う点検について、エンドユーザー側の視点とメーカー側の視点が違う事、それに伴い、名称や点検項目を変える必要があるとのご意見が参考になった。一戸建てについての、定期点検（半年、一年、二年…など）をエンドユーザーがどのように思い、捉えているかをもっと知りたかった。
- ・基調講演：画像専門 SNS という、いわゆる「映える」投稿が重要で、その並びに「掃除」や「メンテナンス」など「映えない」投稿があるのは違和感があった。自分がいちユーザーと仮定した場合、ルームクリップなどでは「映えない投稿はするべきじゃないかなあ」とさえ思う。しかし、SNS の主体はコミュニケーションであり、そこから新たなムーブメントが発生することもあることは目からウロコだった。つまり、表面上の面白さ、その SNS らしさの枠を超えて、文化が生まれること自体、新たな「映える」の認識を生むことにさえつながるということで、先述の「映えない投稿はするべきじゃないかなあ」という認識は非常に早計だと反省した。
- ・パネルディスカッション：べき論からスタートする普及啓発活動については自分も記事を多く書いてきたが効果があるのか疑問に感じるものがあった。自分が経験してきたメディアおよび新聞社では「訴求力」といって、ユーザーに届くことを重視する傾向にあるが、「訴求力」に加えて「動かす力」が重要だと感じた。そもそも両者は相反するもので、欲求は合理的な判断に基づかない。ゲームでも趣味でも、身にならないことに膨大な時間や費用をかけるように、「動かす力」は「訴求力」を考えるアプローチとは最も遠いところにある。全く新しい考え方が必要だと思う。ちなみに以下はパネルディスカッション中に自分が思いついた話で参考にして頂ければ幸いです。  
※掃除はすると必ずリターンがあるという楽しみがある。仕事ではなかなかそうもいかない（私は点検マニアではないが、掃除は大好きである）。このため、欲求や「動かす力」につながりやすいと考える。※家電への愛着の話→糸井重里が過去に「動眼運動」というものをやっていた

- ・基調講演は点検にフォーカスした内容と思っていたが、点検に触れる内容が少なかった。
- ・点検を促進する啓発活動は、消費者個人の個性によって実施の有無が異なるため、100%実施を期待するのは難しいことが参考になった。でも、繰り返しの啓発活動を続けることが故障回避に留まらず、事故防止に重要と考える。また、点検の定義付けは議論を深堀するのに必要と思う。
- ・データを元に示して頂き、説得力があり、より理解が深まった
- ・今回は、点検すべき論から点検を楽しむ論に視点を変えたことが非常に参考になった。
- ・小掃除という言葉とても印象に残りました。些細な小さなことでも感動を共有できる人がいると、苦役な掃除も楽しくなりそう。その延長でなにかの気づきが芽生えて点検まで持っていけたら良いと考える。
- ・パネラーの皆様の発想や考え方に共感することができた。
- ・それぞれのお立場からお話を聞くことができた
- ・思いの外柔らかな内容が自身の発想の転換にもなると思った。
- ・基調講演では、ユーザー視点での「点検」に対する捉え方が再確認できた気がする。但し、まだまだ住宅の外装など定期点検や補修がある程度定着している分野に限られているのかな、という印象があった。一方、パネルディスカッションでは、「点検」に向き合うハードルをいかに引き下げ、ある意味楽しんでもらいながら行っていただけるかについて興味深い意見交換があったと思う。SNSの世界では、何らかのきっかけで「点検」行為が広がる可能性はまだあると思う。そのきっかけを見つける、あるいは試す・仕掛けることが今後トライしていかねばならないことかと思う。
- ・当会でも同様の課題意識を持っている。
- ・自分で点検文化を作るには賛同。
- ・点検については「べき論」と「消費者の自主性」とのギャップについて、皆が各部品の知識を正確に持つことが、点検実施に重要と思う。
- ・本音の所の意見が良かった。
- ・消費者、事業者、プラットフォームといったそれぞれの立場の意見を聞くことができたため。
- ・斬新な講演だった。
- ・ルームクリップに興味を覚えた。
- ・点検が身近になる可能性の示唆。
- ・ルームクリップを聞いたことがあったが中身を聞かせて頂き、大きな興味を持った。
- ・点検をネガティブなものではなくポジティブなものにしていくことが必要
- ・点検に限らず、メーカーと消費者の考え方のギャップを埋めることに対して、正しい／間違っている、という合理的な理由を伝えるだけでは限界があることに気づかせていただいた。
- ・楽しめる仕組みづくり。
- ・SNSを活用しての活性化の可能性が参考になった。
- ・“ルームクリップでの取り組み事例が参考になった。一部メーカーにおいてはSNS活用の動きがみられるものの、まだマーケティング的活用までは至っていないと思う。ALIAでの取り組みにおいてSNSはされていないので、まず一步踏み出す活動をされてみるのが良いのではと感じる。パネルディスカッションでの発言ありましたように、必ずいるコアユーザーの声を聴き、次へつながるヒントを発見するところからだと思う。大変興味深い内容。”
- ・色んな意見、考え方を聞いて良かった
- ・点検の大事さよりも便益明示が重要であること。
- ・高重氏のライフスタイルの変化からの省家事ニーズと防災タグ投稿率の推移。
- ・『点検・お手入れ』は、分かっているけどやらない。やりたくなる手法を提供することもメーカーの役割であると考えさせられた。
- ・SNSの使い方。
- ・点検の重要さを伝えるだけでは普及しない、との発言が良かった。掃除を例に挙げていたが、健康診断の重要さを伝えるだけでは健康向上にはならず、色んなアプローチがあり得るとの示唆だと思う。住宅部品の点検は、はじめは住宅内事故防止（体で言えば疾病の早期発見や発症防止）を主眼にしていたが、そのことは既に理解され得ることでもはやアピールポイントではなく、次のステージとして何かの言葉（体で言えば、健康に良いとして色んな人が色んなタグで盛り上がる様子）を探すと良い、と受け止めた。引き続き、ALIAの活動に期待する。
- ・投稿イベント等の有効性を知った。
- ・点検は良いことと理解はしているが、それだけでは点検の普及にはつながらない。新たな視点が必要であることが分かった。

- ・ハロウィンのように!!思いをつなげていくと文化になる！点検を文化に！という言葉にグッと引張られた。あらゆる面から思いがつながり、点検が文化になる未来の実現を見たい！と感じた。自分でもそのための動きが始められたらと思う。
- ・パネルディスカッションにおいてユーザー視点での点検についてのトークがとても参考になった。
- ・”家に関するコミュニティの中で点検を話題にする人がいることがいることで、単に一部のマニアだけでなく一定数こだわりをもつ人がいることがわかった。これは修理についてだけに言えることではないと思い参考になった。”
- ・新しい視点の考え方と、やはりどの立場の方も消費者と捉えると同じ考えなのだなと思った。
- ・消費者とメーカーとの距離感。
- ・高重さんの発想、考え方は仕事柄もありますが楽しかった。点検を楽しく、工夫してやっている方の話を聞いて、SNSなどで配信していく、そんな時代なのだろうか。自然由来の物、本物は、愛着も含めて大事にするに共感した。”
- ・普段自分が考えない目線での話を聞く事が出来たので面白かった。
- ・ルームクリップなどの消費者の動向。
- ・点検に対する気持ち前向きにすることが最終的な方向になったこと。
- ・リアルなユーザーの話題が多いのは良かった
- ・基調講演は、とても興味深い内容だった。
- ・点検が、想像以上に消費者（住まい手）に身近なものであるという認識が出来た。
- ・弊社の抱える課題感に共感できる部分が多かった。
- ・消費者啓発に携わる立場として、住居についてまず関心を持つことが第一であり、そこから生活についての問題意識や解決に向けて取り組む姿勢が生まれると思っている。その点でヒントが得られた。
- ・点検を習慣化することがとても難しいことが良く分かった。
- ・基調講演で、消費者への点検アンケート結果の分析があり、住宅部品メーカーとして今後役に立つ。
- ・点検を文化にするためにどうすれば良いかの視点でのお話为中心となり興味深く拝聴した。
- ・率直な意見が聞けた。
- ・”点検の文化にという発想はすごいなと思ったが、専門的な部分へ入り込むことになるので難しいことが分かり、消費者としての点検は、お手入れまでなのかと考えた。そのお手入れだけでも広がりにくい部分であるので点検は消費者ではできないと改めて感じた。まずは、お手入れから広げればよいのかと思う。そこで見ていておかしいと気づくのが消費者の点検になるのではないかと思う。
- ・ルームクリップ社の活動が参考になった。
- ・点検からリフォームへ繋げる効果的な手段・プロセスのヒントもなかったのは残念。おそらく参加者はそれが知りたかったのではないかと思う。
- ・講演については、ルームクリップ社のやっていることの紹介が多く、点検を文化にするための道筋がよく分らなかった。また、講演者の方の話し方が早すぎて聞き取りにくかった。パネルディスカッションでは、話が拡散し過ぎて、答えらしきものが見つけられなかったように感じる。住宅部品に名前を付ける、点検をした人がSNSで発信するなどが挙げられていたが、そもそも、点検をしている人が殆どいないというのに、どうやってSNSで発信するのかが分からなかった。
- ・「住宅部品」がどの部品なのか家全体のことなのか住設機器なのか設備なのか家電の事を言っているのかよくわからなかった。ただ点検・点検と言っていたように思えた。
- ・ディスカッションでは、結論までたどり着かなかった。（点検について）根本から見直さなくてはいけないんだろうとは思った。
- ・パネルディスカッションでの方向性として、SNSでのコミュニティ作りの話もありましたが、ALIAの展開としては、難しいと感じた。
- ・情報内容として中期的な視点でタイムリーであった。

#### 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、「非常に必要だと感じた」(59%)「やや必要だと感じた」(39%)で計98%が必要であるとの回答が得られた(図4-1)。

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」(28%)、「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」(21%)が上位である。(図4-3)。直近5か年の結果と比較すると、この上位2つの理由は変わらないが、「住宅のリフォームを考える契機」(17%)が3番目の理由に上がってきている(図4-4)。

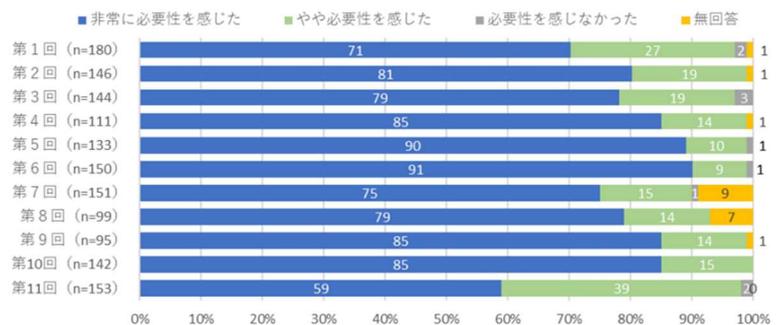
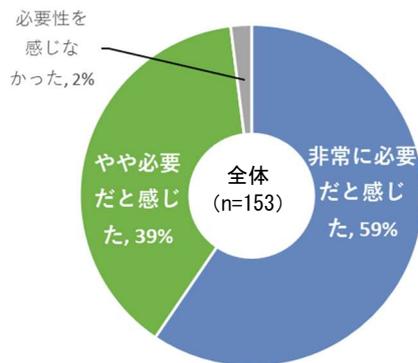


図4-1 点検文化を広めることについて【第11回】

図4-2 点検文化を広めることについて【経年比較】

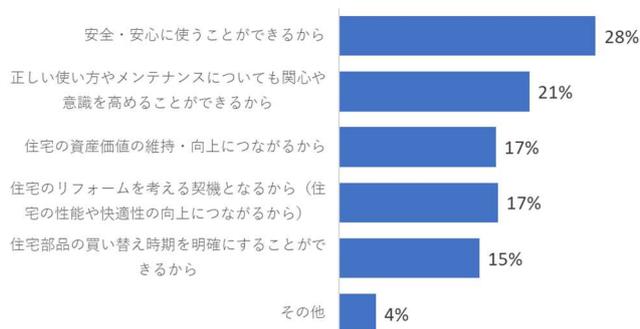


図4-3 必要だと感じた理由【第11回】(n=153)  
(複数回答)

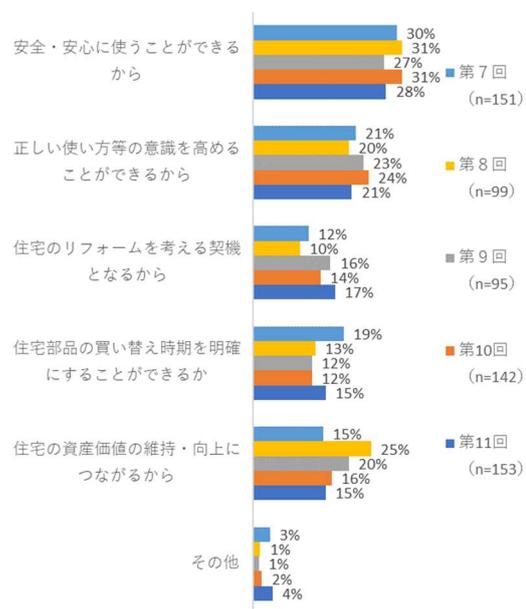


図4-4 必要だと感じた理由【経年比較】  
(複数回答)

■ 「必要性を感じた」と回答した方の「その他」の具体的な内容（選択肢以外の自由記述）

Q. 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。「非常に必要と感じた」「やや必要だと感じた」その理由をお聞かせください。

- ・「お手入れ」として、安全だけでなく省エネ観点からやる価値観を向上させ、普及させる必要があるから。
- ・モノに対する愛着、生き甲斐を感じてもらえる可能性があるから。
- ・住宅・設備に愛着を持ってもらえるから。
- ・消費者自身の満足度向上になるから。
- ・様々な住設や建材を駆使して生活できている暮らしを実感するためには、それらの道具を手入れする楽しさを取り入れることが重要でクオリティ・オブ・ライフの向上につながるのではないかなと思うから。
- ・住生活の充実につながる話題になり得るから。
- ・点検をすることで自らの生活や住まい方を見つめなおす機会になるかもしれないから。

■ 「必要性を感じなかった」と回答した方の理由（自由記述）

- ・この10年間の事実をお聞きしたため

つまり基調講演で、この10年間で「掃除」「住宅設備メーカー」をSNSで発信される方が増えているROOMCLIPでの事実は勇気を貰いました。同時に、10年間点検をすすめても消費者の意識が変わらないALIAでの事実との対比が印象に残りました。でも、ココに課題解決のヒントがあると分かりました。大きな気づきを得られるシンポジウムでした。

・点検というものがこの場合どこまでを指しているかによるが、専門的な部分に入り込むと思われる住まい手が点検となると必要性を求められないと思った。日頃、住宅部品を見てもらい異変変化に気付けることが消費者の点検になると思うので求めるとしたらお手入れになるのかなと思う。しかし、トイレ等もお掃除しなくていいのを売りにしている商品も有りますので、これもまた難しいとも思う。

・今回の講演やディスカッションでは、「必要性を感じない」という答えしか導き出せなかった。  
(実際には、点検が必要な部品もあると思っている)

5. “住宅部品点検の必要性”や“点検文化を広めていく”には

一般消費者に“住宅部品点検の必要性”や“点検文化を広めていく”には、主導が望ましい組織・団体は、「行政機関」(21%)がもっとも多く、「住宅部品関連の業界団体 (ALIA等)」(17%)、「メディア等の第三者の組織」(16%)などが続いている(図5-1)。

また、有効だと思う方法は、これまでの傾向と異なり、「SNS(ツイッターやフェースブック等)」(32%)がトップとなり、「テレビ・ラジオ」(23%)、「イベント(シンポジウム・展示会等)」(16%)、「新聞・雑誌」(13%)の順になっている(図5-2)

より公共性の高い組織・団体等が、ソーシャルメディア(SNS)、マスメディアを通じて、広く啓発・広報を行っていくことが期待されている。前年度と比べ、主導が望ましい組織・団体等については「メディア等の第三者の組織」が+8ポイントとなっているが、有効だと思う方法については、「SNS」が+15%と大幅に増加、「テレビ・ラジオ」「新聞・雑誌」というマスメディアが各々▲4ポイント減少していることより、スマートフォン所有率拡大も踏まえソーシャルメディアを利活用する必要性の意識が高いと思われる。

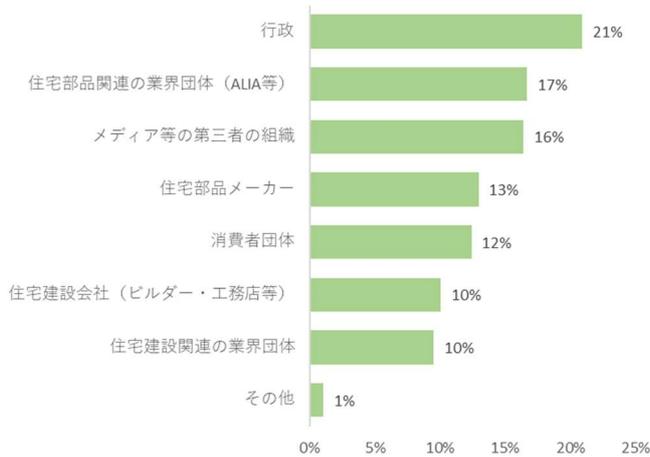


図5-1 主導が望ましい組織・団体等  
【第11回】(n=153) (3つまで複数回答)

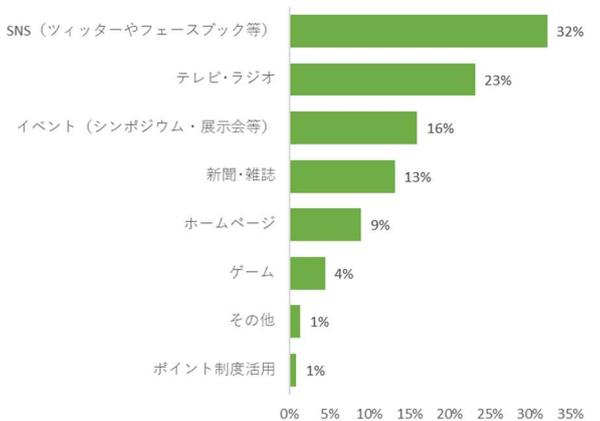


図5-2 有効だと思う方法  
【第11回】(n=153) (3つまで複数回答)

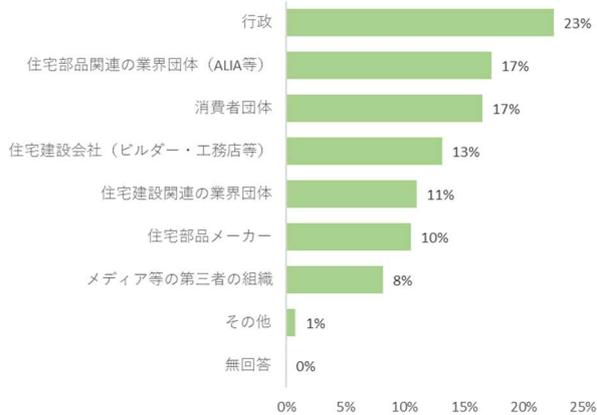


図5-3 主導が望ましい組織・団体等【前年度】  
【第10回】(n=142) (3つまで複数回答)

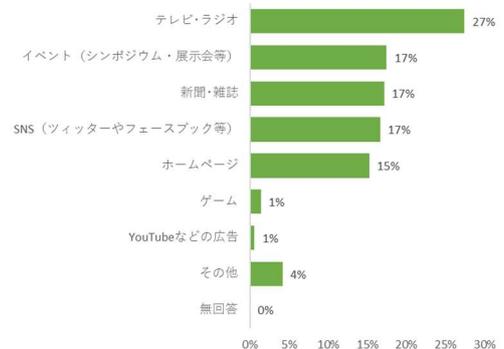


図5-4 有効だと思う方法【前年度】  
【第10回】(n=142) (3つまで複数回答)

## ■その他の内容（自由記述）

Q 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”にはどのような方法で行うのが有効だとお考えになりますか。

- ・アナログ的な国の推進、地域密着の業者の育成
- ・定期点検の仕組み構築
- ・学校教育の場
- ・部品メーカー共通の点検ポイント制度（楽天Pなど）
- ・（点検を行うことで）ポイントを集めてちょっと得する企画の開催
- ・製品自体での対応（セルフ点検機能、点検告知機能等の機器への搭載）
- ・大型電気店の無料保証に点検を付帯する
- ・点検を行うことで住み替えや住宅売買に有利になる仕組みづくり（不動産流通）
- ・発信方法の問題ではないと考える

## 6. 今回のシンポジウムに関するご意見・質問

- ・ルームクリップ高重さんの話が面白かった。点検を文化にすることは重要なことだと思うが、不具合発生時の情報が充足していないと感じている。メーカーの取扱説明書を見てもセルフメンテナンスできず、業者に依頼せざるを得ない。メンテナンス情報をオープンにすることで、点検やメンテナンスは勝手に盛り上がるように感じる。更に点検やメンテナンスで効率や寿命が延びる情報は、喜ばれると思う。”
- ・現状では点検を文化とすることについては法改正等がない限り困難ではないかと感じる。
- ・Web 開催ならではのバーチャルな見せ方ができないか？例えば現地へ直接訪問した様子を紹介するなど。リアリティーが出ると思う。
- ・基調講演の題材が良かった。
- ・テーマに対してパネリストがミスマッチと思った。本日の内容なら SNS やメディアに精通したプロが高重氏以外に2～3名いて欲しかった。本日のパネリストの方々にとっては専門外で気の毒であった。
- ・WEB 開催する場合、開始前や休憩中に著作権フリーのBGMを流した方が良い。
- ・今回非常に参考になるシンポジウムであった。今後もWEB開催含め検討頂きたい。
- ・まずは、住宅部品メーカーが、「点検してください」と声を上げることが第一だが、消費者からすれば、どうやって点検したらよいか分からない、何をどうすれば良いかが分からないということだと思うし、本当に点検が必要な住宅部品が何かが分かっていると思う。「何のために点検を行うのか、点検を行わないとどのようなこと（事故等）が起こるのか」という恐怖を煽らない限り、点検は文化にならないのではないと思う。
- ・W 活舌の良い方でないと聞き取れにくいことがあった。パネリストの方も真剣みがない様な風に見えたのが残念。WEB開催はどこにいても参加できるので良いと思う。
- ・今回はやや「住宅部品の点検はどうせ広まらない」と言ったトーンの見解が多かったように思う。もう少し建設的な意見や提案が欲しかった。
- ・これからも続けて行ってほしい。
- ・パネルディスカッション冒頭のパネラー紹介の際、発言者以外のマイクをOFFにしてほしい。他の方の音を拾っており発言が聞き難かった。
- ・点検と言うものは根本的に面倒な行為であり、好きにさせる、習慣化させるということについて、ルームクリップ様の講演の掃除のように愉しみに出来る一定層はそうなるかも知れないが、全員にさせるのは難しいと感じた。自己点検しないと商品保証を受けられないとか、保険が適用されないなどある程度リスクを与える必要はあるのではと思う。
- ・全体的にもう少し時間がコンパクトだと参加しやすいと思う。点検を文化とする、は消費者にとっても、住宅部品メーカーにとっても有益であり、まだ広まっていない文化として是非広めたいと思った。
- ・定期的な点検は時期も含めてきっかけが大事だと思うので、年末の大掃除などと組み合わせることができるような提案をこの時期にできるとよいと思う。

- ・色々な講演があるので毛色の違う方の登壇は興味深かった。
  - ・高重さんのお話は、非常に面白かった。
  - ・Web 開催であれば移動時間もなく参加できる可能性も高まるので良いと思う。
  - ・とても良かった。
  - ・シンポジウムを通じて点検の契機になると思われるメリットや方法などを周知すること（遊びとしては歌を作るなどもあるかと思いますが）、修繕も含めてサブスクやパック料金などの設定により小規模、低価格で実施できるなど身近なものにしていくことが必要と思う。
  - ・リフォーム喚起のテーマとシンポジウムを多く開催頂きたい。
  - ・勉強になった。
  - ・以前に続いてのオンライン開催で音声・映像ともに良好で聞きやすかった。時間的にも聞き手側としては問題なし。会場に設定ではあるが今までとは違う形で登壇者が気兼ねなしに本音路線で議論できていたように感じており良かったとも思う。
  - ・点検が必要な事は理解できるが、一方で本人がやる気になる方向にもっていかなければ点検を意識しているユーザーはまだ少ないと思われる。ユーザーとメーカーとの思いにギャップをどのように埋めるのかは永遠のテーマのように感じる。
  - ・面白いものになってよかった。
  - ・すまい・るホールでの開催等リアルと WEB のハイブリッド開催も視野に、更なる点検文化の普及に尽力してほしい（SNS の活用等）
  - ・30 年サイクルと言われている戸建て住宅の文化をどのように変革できるか、点検という視点から今後も重要になってくるのではと感じた。
  - ・パネルディスカッションの時の、プレゼン用マイクが聞き取りにくかった。
  - ・点検をゲーム感覚でできるような仕組みを考えては。例えば、不具合をゲーム感覚でさがし正解すると得点できるとか。
  - ・WEB の方がアンケートに答えやすいので良い。
  - ・今回、適切であったかと思う。
  - ・家事や掃除の合間に点検するのは、良い発想と思った。古い物でも、愛着があって、多少壊れていても、使うことで喜びがある。そんな部品と一緒に生活したく部品情報を欲しているのかもしれない。
  - ・1.5 時間のシンポジウムであると良い。
  - ・電気系や燃焼系などの住設は、メーカー点検を有償で受けるという視点も加えてほしい。また Web 講演は継続して頂きたい。
  - ・人それぞれの考えでやっているのので地道な努力でやっていく必要があると思った。
  - ・アフターコロナを迎えてもハイブリッドでもオンライン開催を期待している。
  - ・初めて拝聴したが非常に良かった。
  - ・パネルディスカッションの時間配分を増やした方が良いと感じた。
  - ・“点検”という言葉が、メーカー・業者の言葉だと思いますので、是非替えてほしい。資料はもう少し大きく映してほしい。開催に感謝。
  - ・WEB での参加は初めてでしたが、久しぶりに参加できて興味深く視聴できた。継続して向殿先生に関与して頂けていることに感謝。
  - ・基調講演のテーマは新たな視点で興味深かった。
  - ・点検を根付かせるのに、決定打はないと思う。国を含めた従来の手法、SNS を使った現代的な取り組み、村上氏がおっしゃったように安心のリフォーム店も必要。またその業者が地域密着でリフォームをベースにしながら点検まで含めてフォローすることも必要と考える。あらゆるものを融合させて取り組んでいく必要性を実感した。最終的にはあらゆる手段で、できることを地道に行うことが重要と考える。
  - ・コロナ収束後も、会場とWEB のいずれかで参加できるとありがたい。
  - ・講演者以外の何方かの会議参加者のマイクが ON になっており、紙をめくる音などが大きく入って大変聞きづらかった。
  - ・住まい手が、自分の持ち物である住宅部品に、もっともっと責任と興味を持つことが大切だが、そうはいつでも義務でやらせることは効果がない。楽しくできる工夫が必要という方向だったがその通りで、ただ具体化が難しいですね。それを関係者で協力して考えていきたい。
  - ・今回のシンポジウムは、お堅い感じではなくとても良かったと思う。
- ・水漏れなど給排水管の劣化や温水便座やガス給湯器の寿命などセンサーを取り付けることで通

知してくれるシステムがあれば、買い替え時期や修理時期が分かって良いのではないかと？

・楽しく点検している消費者を探し出し、点検の何が楽しいかにフォーカスして、SNSなどで情報提供して、同意者を増やし点検文化の醸成をはかる。

・今回非常に参考になるシンポジウムであった。今後もWEB開催含めご検討頂ければと思う。

## 7. 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

・次回は、点検自慢、点検マニアの話を聴かせてほしい。

・今回のテーマを掘り下げた話が聞きたい。

・ふわちゃんみたいに現地の様子をレポートできる人。

・住宅点検が不十分で、事故が発生した事例紹介

・実際に点検を行っている方（メーカー・メンテナンス業等）

・点検・安全につながる顧客接点と消費者の行動変容

・事例をもとにしたケーススタディ

・賃貸住宅における点検実施について、貸し手が定期点検を行う仕組みを作るようなテーマ

・これからの省エネ住宅に求められる設備。

・特に点検を必要とする場所や設備（消費者が困っているもの）などの共有。

・環境、SDGs等を重視したリフォームについて

・消費者が、結果として点検を依頼するきっかけに繋がる「商品を見る・触る・聞く・磨く・愛する・感じる...行為で、消費者が住宅部品の変化に気づく」きっかけになりうるテーマ（掃除、節電、片付け、衣替え）の検討をして、そのテーマで、結果として点検依頼に繋がっている商売としての方に講師を依頼すると、気づきを得られるのではないかと。

・「掃除」をキーとした点検としてマニアを探す意味でもハウスクリーニングしている企業や団体にパネルディスカッションに参画いただいたらどうか？

・点検へのアプローチについて

・エンドユーザーが行う定期点検について

・省エネ設備への切り替えを推進するには業界としてどうすればよいか

・楽しんで点検ができるツールを検討するような企画

・住宅部品の日常の小掃除、小点検について

・長期使用における安全性・隠れた危険などについて

・住宅（設備）と防災

・カーボンニュートラルという世界方針について

・点検のその先にあるものは?を作り上げて行く企画の紹介

・何度も同じ内容で進めて行くことが良い。

・点検の具体的便益とSDGsを希望

・車検制度による点検が進んでいる自動車メーカーの話

・住宅の資産価値向上に関するテーマ、など

・住まい手の高齢化に伴う注意喚起

・点検を実際に行っている動画と修理が必要なケースの動画の紹介を希望。ハンドブック等冊子のイラストもわかり易いが、実際の劣化や不具合は実物の方が伝わるかと思う。

・点検、お手入れを楽しんでいる消費者にスポットをあてたシンポジウム。

・今回同様点検を文化にするために参考となるテーマ・公演等

・NITEの製品安全、広報

## 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、2012年（平成24年）から毎年実施しており、今回（2022年/令和4年）は、第11回目の開催となるものである。参加者には、「住宅部品メーカー」（全体の67%）、「団体職員・公務員」（同18%）、「建築関連」（同10%）など、関連する住宅部品や建築関連業界の関係者が多く含まれている。

アンケートでは『点検についての考え方の変革（べき論から消費者が楽しむ）』を立ち止まって考えさせられたプログラム構成であったことを高く評価いただいております、本シンポジウム開催により住宅部品の点検文化の醸成に向けたマインドセットが必要であることを示すことができたと考えます。

### 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

シンポジウムの性格上「住宅部品メーカー」など業界関係者が参加者の中心となったが、ALIAが目指しているお手入れ・点検の文化醸成を広く広めていくためには、シンポジウムを通じて情報発信し、そして消費者が何を考えておられるかの情報を入手し、分析し新たな対策を打っていく必要がある。そのため、他業界、他団体との連携を強化しさまざまな分野の参加者を増やしていくことが、引き続き運営上の課題と考えられる。

#### ■プログラムの時間配分 構成など

昨年に続き、WEBによりオンライン開催したが、時間をコンパクトにしたことは評価されている。今後点検について、参加者へわかりやすく、映像などを活用して何を伝えていくのか、ポイントを絞ったプログラム構成にしていくことも必要である。

### 3) “住宅部品の点検”を推進していくための課題

#### ■点検の必要性に対する住宅部品メーカーと消費者のマインドギャップを正しく把握する

今回「点検すべき」というメーカー視点ではなく、「点検を楽しむ」というユーザー視点の文化醸成という切り口でシンポジウムを実施したが、このアプローチへの評価も高く、これまでの蓄積（スキル）を基に、オピニオンリーダーの意見や消費者の実態をより深く把握することも反映し、ALIAとして意識と行動変化（ステップアップ）していく必要がある。

#### ■点検文化の醸成・浸透が望まれている

“住宅部品点検の必要性や点検文化”を広めていくためには、行政など公共性の高い機関・団体が主導し、ソーシャルメディア（SNS）やマスメディアを通じて情報発信と情報交換を行うことが期待されている。特に消費者と共に、消費者間のコミュニケーションによる浸透を研究する必要がある。

#### ■点検の法制化、行政の支援

“住宅部品点検の必要性や点検文化”を広めていく手段として、住宅購入時での周知や点検制度の法制化（強制化）の声もあり、住宅関連のさまざまな制度に住宅部品の点検が盛り込まれていくよう引き続き行政の支援を求めていくことが必要である。

### 4) “WEB開催”について

コロナ禍の中WEBによりオンライン開催したが、WEB開催の評価は高く今後もWEB開催を望む声が多い。またWEBとリアル会場併用開催を望む声もあり、シンポジウムでの講演者、パネラー、聴講者との一体感を創るために、時間配分を含めたプログラム構成とWEBシステム運用について引き続き十分な検討と準備が必要である。