

第13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 (2024年10月11日開催)

I. アンケートの目的

「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、今回は、第13回目の開催となる。2024年10月11日、Zoom ウェビナーでオンライン開催した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. アンケートの回答数

アンケートの有効回答数は、127件であった。（ウェビナー参加者196名、回答率65%）

IV. アンケートの結果（ポイント）

1) シンポジウム全体の印象、基調セミナー・プレゼンセッションともに概ね高評価

今回の参加者（アンケート回答者）の属性は、「住宅部品メーカー」が全体の58%、「建築関連事業者」25%、「団体職員・公務員」16%、といった構成であった。

アンケートではシンポジウム全体の印象、「基調セミナー」「プレゼンセッション」というプログラム構成、それぞれともに参考になる内容であったことを高く評価いただき、また、「住まい手に点検をすすめること」（点検文化の醸成）については「非常に必要」という回答が多かったことから、シンポジウムの目的は概ね達成されたと考える。

2) 次回シンポジウム開催に向けての課題・検討事項

■建築関連事業者の集客アプローチが重要

ALIAが目指しているお手入れ・点検の文化醸成のためには、建築関連事業者による居住者への働き掛けがポイントであることから、本シンポジウムも建築関連事業者を主たるターゲットとして開催したが、アンケート回答者における割合は25%と決して多くなかった。「視聴のきっかけ」を見ると、他の属性に比べて「後援・協賛団体から」「メディアから」が多かったことから、次回に向けてはそうしたアプローチへの注力が有効との知見を得た。

また、基調セミナーへの評価が高かったことから、セミナーについては建築関連事業者が興味を持ちそうな講師・内容・タイトルの工夫が重要と考える。

■各プログラム内容の更なる充実を志向

シンポジウムの印象や参考になった度合いとして、「非常に良かった」と「良かった」の合計、また、「非常に参考になった」「参考になった」の合計はいずれも9割前後と極めて高い評価だが、「非常に・・・」よりも「良かった」「参考になった」の回答の方が多かったことから、更なる内容の充実を図る余地があると考えられる。

3) “住宅部品の点検”を推進していくための課題

■点検文化醸成に向けてさらなる情報発信が必要

今回、建築関連事業者（流通含む）向けの視点でシンポジウムのプログラムを構成・実施したが、「こんなツールがあったのか」「こんな情報があったのか」という声も多く、ALIAとしての情報発信がまだまだ不足していることが認識できた。これまでの活動の蓄積を基に、消費者の実

V. アンケートの結果（詳細）

1. 回答者の属性

アンケートの回答者の属性は、「住宅部品メーカー」が 58%と半数強を占めており、これに「建築関連事業者(流通含む)」が 25%、「団体職員・公務員」が 16%と続いている（図 1-1）。

これは前回（第 12 回）の結果とほぼ同様の傾向であり、前回から建築関連事業者を主たるターゲットとして実施したことによる効果は表れているが、まだ十分とは言えない。（図 1-2）。

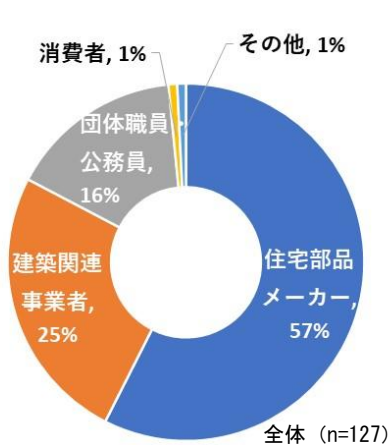


図 1-1 回答者の属性【第 13 回】

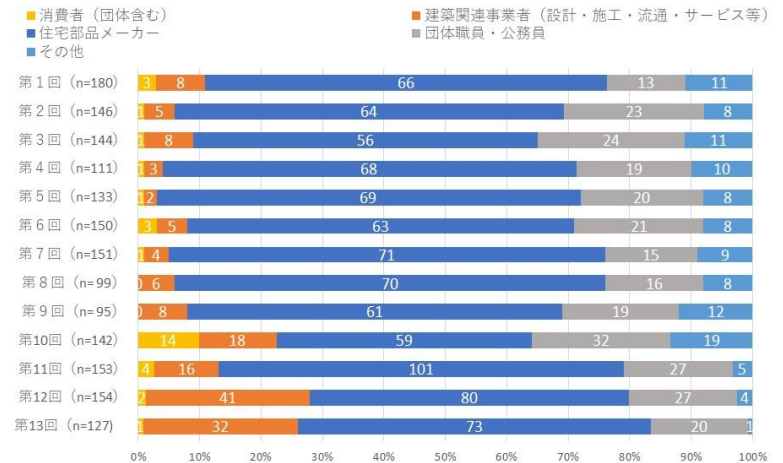


図 1-2 回答者の属性【経年比較】

建築関連事業者の内訳を見ると、ハウスメーカー41%、工務店 19%、リフォーム店 13%、ゼネコン 13%といった構成で、ハウスメーカーもリフォームに力を入れていることがうかがえる。（図 1-3）

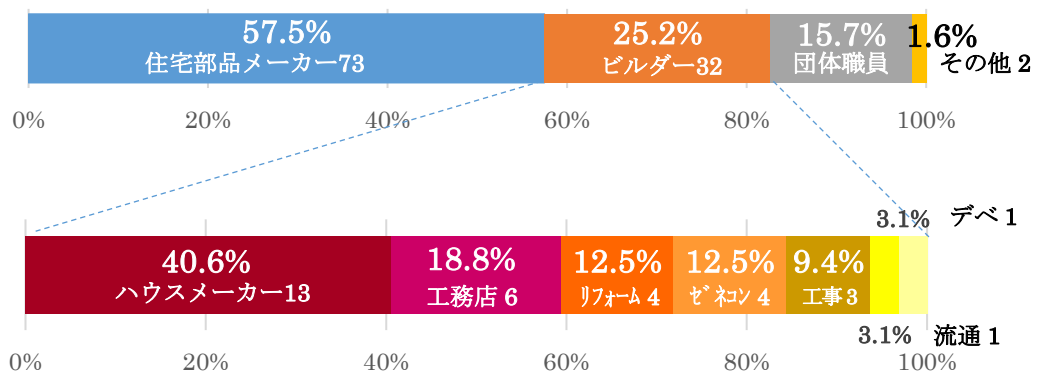


図 1-3 回答者の属性【建築関連事業者内訳】

2. 視聴のきっかけ

回答者全体では「ALIA から（ALIA NEWS、ALIA メルマガ、ALIA ホームページ、部品メーカーからの案内）」が 70%と圧倒的に多いが、属性別で見ると建築関連事業者の場合、「後援・協賛団体から」が 34%、「メディアから」が 9%と、全体や他の属性より高いことから、建築関連事業者への集客アプローチの方向性の参考となる（図 2）。

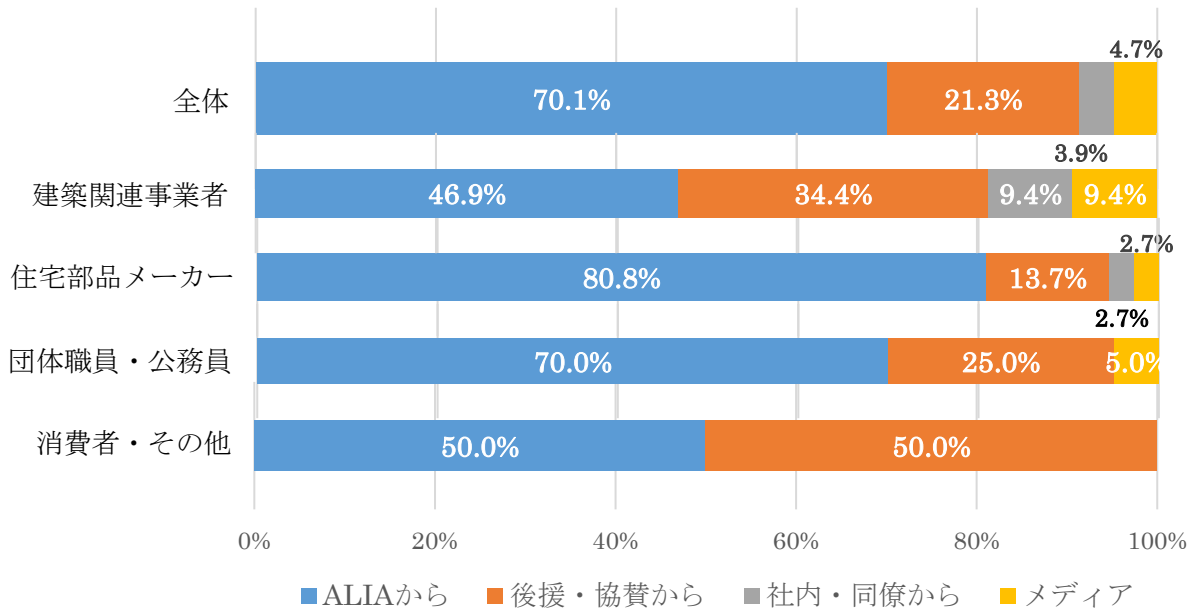


図 2 視聴のきっかけ【属性別】

3. シンポジウム全体の印象

今回のシンポジウムの印象を、「全体の構成」「時間配分」「発表内容の印象」ごとに 4 段階でたずねた。どの項目も前回（第 12 回）とほぼ同様の傾向（図 3-1、図 3-2）。「非常に良かった」「良かった」という“良い評価”合計の回答比率は『シンポジウムの全体の構成』が計 90%（前回比+2 ポイント）、『発表全体内容の印象』が計 89%（前回比+4 ポイント）と前回をも上回る極めて高いスコアだったが、『発表の時間配分』においては 77%（前回比△4 ポイント）と若干低い評価となった。

今回のシンポジウムは基調セミナー、プレゼンセッションという構成で実施したが、後述する自由意見として構成、内容、時間とも評価する意見を多くいただいた。

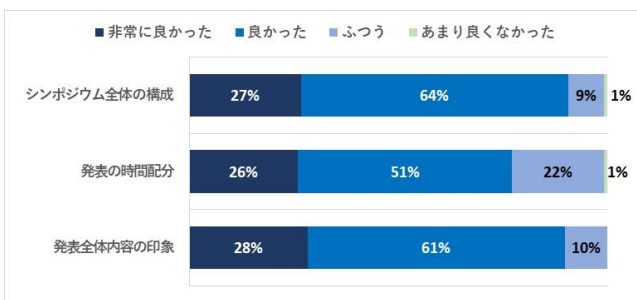


図 3-1 シンポジウム全体の印象【第 13 回（今回）】

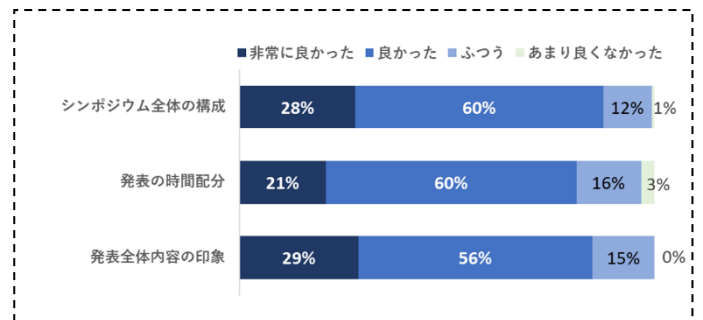


図 3-2 シンポジウム全体の印象【第 12 回（前回）】

4. 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」という良い評価の合計比率は、“基調セミナー：『1000社の取材でわかったリフォームのための顧客との関係強化の方法』”が計98%、“プレゼンセッション”が94%と極めて高い評価であり、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4-1)。

昨年とは構成が若干異なるが、「セミナー」については昨年比+2ポイント、また、昨年の「パネルディスカッション」と今回の「プレゼンセッション」で比較すると+6ポイントだった。

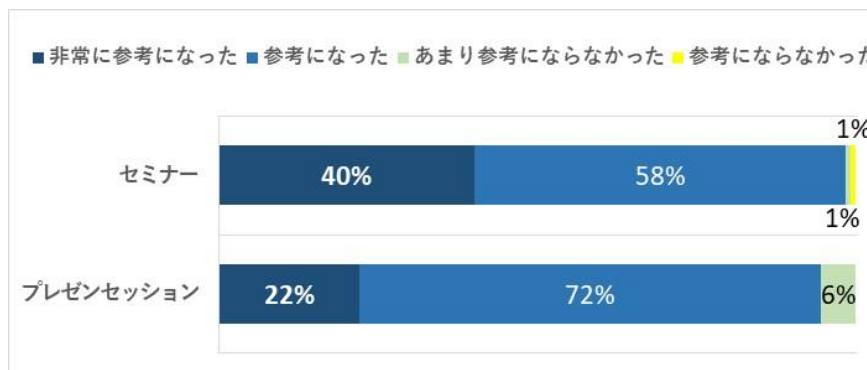


図4-1 特に参考になった内容【第12回(今回)】(n=154)

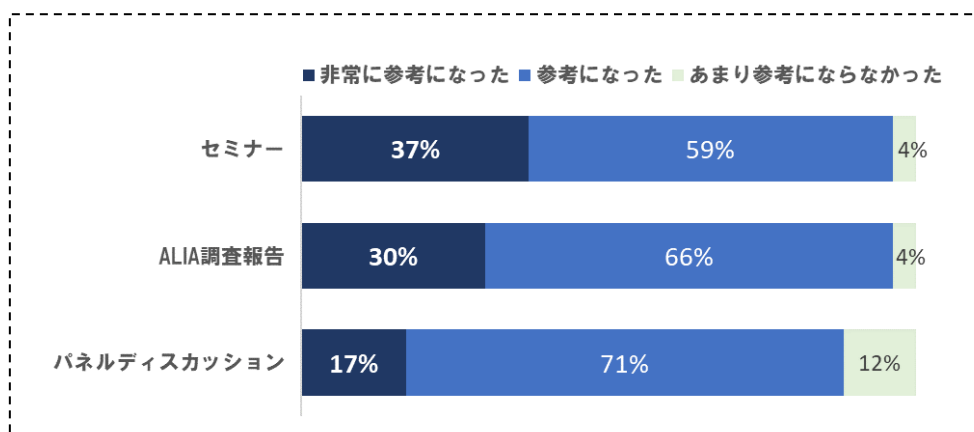


図4-2 特に参考になった内容【第12回(前回)】(n=154)

プログラムの内容についての具体的な意見として、「基調セミナー」については、“リフォーム業界のトレンドを理解した”“リフォームのトレンドが参考になった”“顧客を能動的に動かすなど参考になった”といった意見が多数あった。「プレゼンセッション」については、“現場の実例が参考になった”“顧客との接点が大事ということがよくわかった”“SNS等の活用事例が参考になった”“実践的事例は説得力があった”“地域密着の取組みが参考になった”といった意見が多く寄せられた(6頁～8頁)。

■ 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)

※ 1. のアンケート回答者属性別に記載

回答者属性	自由回答内容
<p>建築関連事業者 (設計・施工・流通・サービス等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客との接点は2回/年 必要であり自主点検がポイントである事。 ・セミナー内容は大変興味深く参考になりました。 ・「自分で選ぶ、自分の住宅」施主様へのご提案だけでなく、一緒に考え、施主様自身が納得できるまでお付き合いできるような営業力、知識を付けなければならないと強く感じました。 ・価格だけで決めない。連絡・対応が大切に具体例を交えて話されていてわかりやすかった。 ・今後の営業の参考になった。 ・居住者向けツールを知れたのが良かった。 ・「お客様」との接点が、会社の大小にかかわらず重要であると、参考になりました。 ・業界のアフターの様子分かった。 ・参考会社の具体的な施策を知れたから。 ・アフターサービスやリフォームの目線で参考になりました。 ・各会社さんの事業内容。 ・人が直接会う接点が非常に大切だと感じました。 ・お客様がご自身で点検できるツール(ハンドブック)は参考になりましたので、今後利用させていただきたいと思いました。 ・アフターサービスの部署なので、いつ頃交換が必要なのか。 ・居住者と事業者の良いつながり方、点検を通じたりフォームの受注UPにつながる考え方が参考になりました。 ・施主に点検させるというところ。 ・当社でも設備交換など推進しているため。 ・リフォーム産業新聞社：福田部長様のご講演は、実例に基づき、かつ具体的な内容で自社の取り組みに参考にしたい点が多々あったので。 ・施主様がされる自主点検で「自分の物」という認識が強くなるということ。
<p>住宅部品メーカー</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・現場の状況、施主のメンテナンスの認知度が低いこと等参考になりました。 ・リフォーム需要の今後の動向など貴重な情報提供が参考になった。 ・設備機器に繋がる内容があまり無かったので実践例は説得力が感じられた。 ・市場動向が参考になった。 ・ビルダーからのプレゼンは有益な情報でしたが、去年までのようなパネルディスカッションの方が聞きごたえがあると思います。 ・ビルダー2社に関し、業務のプロセスと今後の活動の講話が参考になった。 ・部品の交換の際の不満点データが参考になった。 ・ハウステック佐藤さん、創建有村さんとも地域密着型でOB客を大切にしていることとともに社員を大切にしていることに感銘受けました。 ・福田さんの「関係性の話」はとても重要だと思いました。ただ、ここにデジタルの要素を乗せないと小さな工務店等はコストが膨らみ、生き残っていけないように感じました。 ・市況や、発表者の皆様が感じておられる事を聞くことができ大変参考になりました。 ・凡そ様々な情報ソースから得られるような内容でしたが、整理された内容での発表は、頭の整理にもなり有意義でした。 ・建材メーカーに所属するものです。自分達がつくったもののお客様にご使用頂き次の世代につながるまでに多くの出来事があることを改めて認識しました。しっかりとしたものづくりを心がけていきたいです。 ・情報収集になりました。 ・プレゼンセッションのパネラーの2社様の具体的な取り組みが大変参考になりました。 ・ビルダー様の地域に密着した地道な取り組みを聞く事が出来て参考になりました。

	<ul style="list-style-type: none"> ・福田様：リフォーム全体感を理解しやすい構成・話し方でした。相手を能動的に動かすと言うキーワードは重要と思いました。工務店社長様：実情が言葉の節々から感じられました。人と人とのつながりが大切の言葉は、意識していきたい。 ・リフォーム市場をどう活性化し掴んでいくことができるのか、またお客様自身で点検してもらうことを広げる重要性が再認識できたと思います。 ・リフォーム業界のトレンドや、実際に現場の実態等が理解できた。 ・リフォーム産業新聞社報道福田様のお話は、数字や事例を含めてなるほどと思いました。大工の減少は、現在でも3Dプリンターで家を建てるではなく作り、増々機械、ロボットが未来の家を作ることになるのかと想像させられました。 ・修繕・メンテナンスは切り離すのが主流だと思っていたが、そこからの収益を生み出すやり方もあることがとても参考になった。 ・リフォーム市場活性化に向けた住まい手とのコミュニケーションのあり方や、地域に密着した工務店の営業スタイル等を知ることができてよかった。 ・講師からALIAに対する提言・要望について検討し、実現に向けたアクションが必要と感じた。 ・工務店様の現場の状況が大変参考になりました。 ・2社のビルダーさんの活動実態を説明頂き、参考になった。 ・今日的に顧客の囲い込みや繋がりを重要視するところはどこもしっかり問題意識もちやっている点。 ・リフォーム産業新聞社のセミナー、市場動向やトレンドが分かったから。 ・点検に結びつける施策、情報。 ・創建様のプレゼンでの増進増益には弛まぬ努力と気配りが不可欠と改めて認識できた。 ・具体的な説明が多かったこと。 ・今後リフォームが増えていく、顧客とのつながりが大切であることなど発表いただけたのは有益な情報であった。 ・今後のリフォーム市場規模と動向について。 ・リフォーム環境を定量的にご説明いただき、参考になりました。 ・実務に役立つ内容であったため、参考になった。
団体職員 ・公務員	<ul style="list-style-type: none"> ・現場からの事例が大変よくわかりました。点検から受注につなげることの実例がわかりました。 ・リフォームに関する新しい知見が得られました。 ・最近のリフォーム事情がわかった。 ・リフォーム産業新聞社報道部長 福田様の講演でリフォームの実態が良く理解できた。 ・大工の養成に向けての取り組みやシステムについてのお話しが今後の業界の進歩につながる事例だと思い参考になった。OB顧客へのアプローチは繋がりが大切なことはもちろん実感できたが、一側面的に感じたので、建設会社以外からのお話も聞いてみたいと感じた。 ・リフォーム顧客のOBの重要性を確認できた。 ・メディア目線、データを用いたリフォーム需要の発掘について。 ・点検が、リフォームの気づきになっている重要な要素であることがわかって参考になった。 ・工務店の顧客管理活動。 ・資料で提示されたデータ内容について。
消費者 その他	<ul style="list-style-type: none"> ・施主との信頼関係を継続する努力をしている会社があることが知れて嬉しかったです。

■Q. ALIA の点検に関する実態調査について、さらに深く知りたい情報や点検ハンドブックの活用についてご意見があればお聞かせください。

※1. のアンケート回答者層別にて記載

回答者 層別	自由回答 内容
建築関連 事業者 (設計・施 工・流通・サ ービス等)	<ul style="list-style-type: none"> ・自主点検表な展開。 ・点検ハンドブックのツールがほしいです。 ・ハンドブックをぜひ活用したいと思いました。 ・弊社でも活用していきたい。 ・高齢化で2階建てでもホームエレベーター需要が増えているのでその掲載。 ・自社でもサイト制作を企画している。 ・特になし。 ・参考になりましたので、使用していきたいと思います。 ・今までALIAからの情報発信を見れていないのでこれから確認し生かせるものは業務に生かしたいと思いました。ポータルサイトができましたらリフォーム新聞やメール等でお知らせ頂けると助かります。 ・特にありません。 ・点検ハンドブックの活用を検討したいです。
住宅部品 メーカー	<ul style="list-style-type: none"> ・点検ハンドブックや塗り絵などを活用させていただきたいと思います。 ・特にありません。 ・特になし。 ・特にありません。 ・ぜひやるべき。 ・特になし。 ・点検についての情報発信を続けて欲しい。 ・ポータルサイト構想を詳しく知りたいです。 ・類似な取り組みをされている団体との共同出典などは如何でしょうか。いろいろな団体から似たようなものが沢山出ていても、消費者は迷うと思います。 ・商品が利用される現場から得られる知見を得てリフォームそのものの価値を高めていけたらよいと思いました。 ・ハンドブックを活用させていただきます。 ・特にございません。 ・もっと積極的に社会に露出して頂き、公的な立場で啓蒙を強化して頂けたらと思います。 ・近所を見ても、壊れたから交換したと言う話は聞くが、点検という話は全く出てこない。事故予防の観点からも、自主点検の大切さの情報発信は継続して頂きたい。ALIAが業界関係者でない人々に認識度が上がると、信頼できる団体として、発信する情報の重要度も認識されると思います。PRに頑張ってください。 ・難しいかもしれませんがお客様が楽しんで自分で点検するように導くハンドブックやポータルサイトに出来ればと思います。 ・どれほどの必要性があるのか、また活用されるのか、現時点では想像できない。 ・ネット社会とは言え、点検ハンドブックの紙の媒体も残っていた方が、いろいろな人の目に留まることになると思います。 ・ユーザーへの方向付けとしてとても良いと思います。 ・今回のツールというわけではなく、メーカー目線ではなく、ビルダーさん目線でのツール制作が大事である、と感じた。 ・特に無し。 ・コンテンツボリュームの強化。 ・特にありません。

団体職員 ・公務員	<ul style="list-style-type: none"> ・是非進めていただきたい。 ・ALIA 斎藤委員の説明にもありましたが、JGKAの点検チラシを持って、点検に来たとの問い合わせが殺到しております。ガス事業者や国民生活センターでも開発しています。ALIA、建産協、JGKA 連携しながら啓発したいと存じます。 ・特になし。 ・点検ハンドブックなどのツールをまず知っていただくことが重要と思いました。 ・期待しています。
消費者 (団体含む) その他	

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」(84%)「やや必要だと感じた」(16%)で回答者全員が「必要である」と回答している(図4-1)。

経年変化を見ても「非常に必要だと感じた」が極めて高い傾向が続いている。(図4-2)

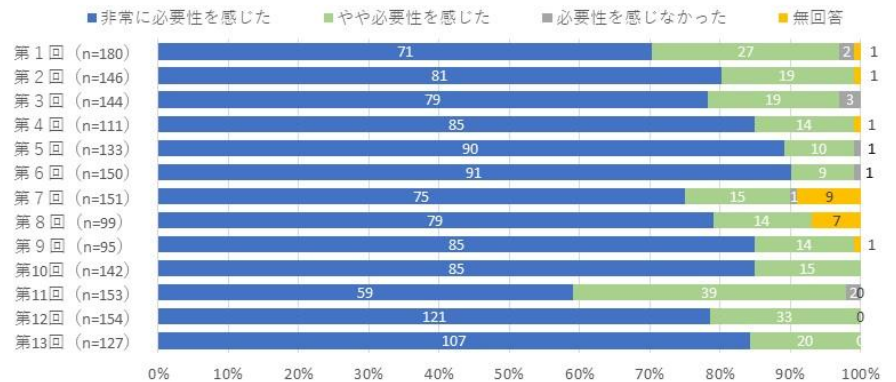
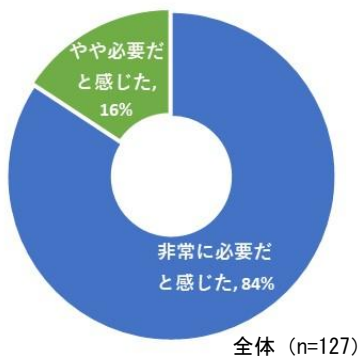


図4-1 点検文化を広めることについて【第13回】 図4-2 点検文化を広めることについて【経年比較】

必要性を感じた理由は、複数回答の結果で「安全・安心に使うことができるから」(17%)、「住宅のリフォームを考える契機」(17%)、「住宅の性能や快適性の向上につながる」(15%)、「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」(15%)、と続いている。(図4-3)。

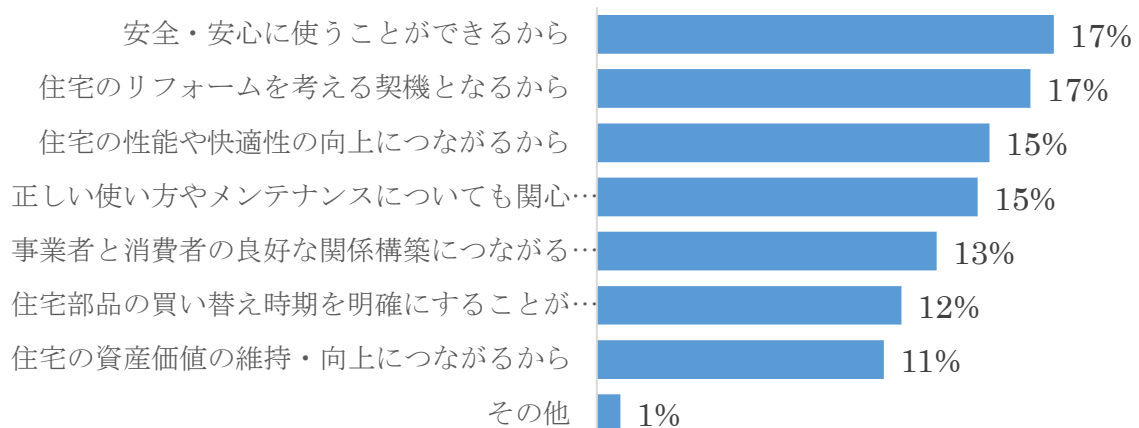


図4-3 必要だと感じた理由【第13回】(複数回答)

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・団体についての複数回答では、「行政機関」（22%）、「住宅建設会社（ビルダー・工務店等）」（15%）、「住宅部品関連の業界団体（ALIA等）」（15%）と続いている。（図5-1）。

また、有効だと思う方法についての複数回答は、「テレビ・ラジオ」（23%）、「SNS（X=旧TwitterやFacebook等）」（23%）と非常に多く、次いで「イベント（シンポジウム・展示会等）」（20%）、「ホームページ」（13%）の順になっている（図5-2）

行政や住宅関連業界等が、マスメディアやソーシャルメディア（SNS）、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。また、「SNS」という手段が消費者とのコミュニケーションで大きな役割を果たすことということも特徴的と思われる。

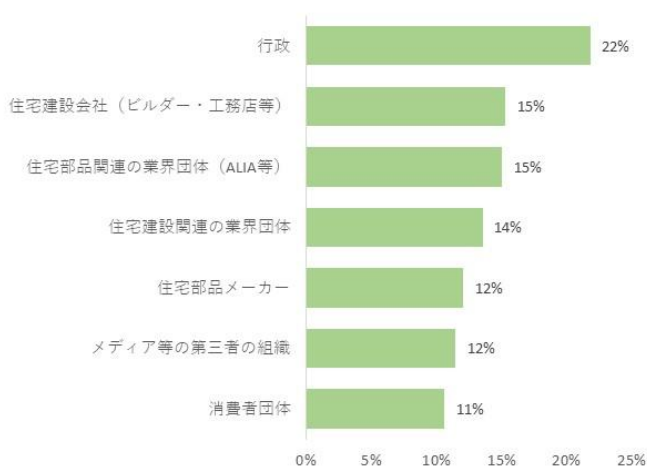


図5-1 主導が望ましい組織・団体等
【第13回】（n=127）（3つまで複数回答）

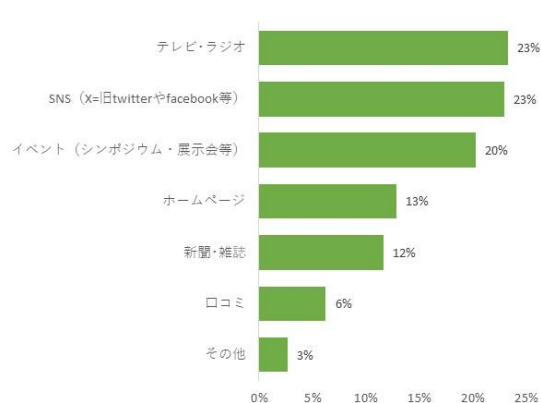


図5-2 有効だと思う方法
【第13回】（n=127）（3つまで複数回答）

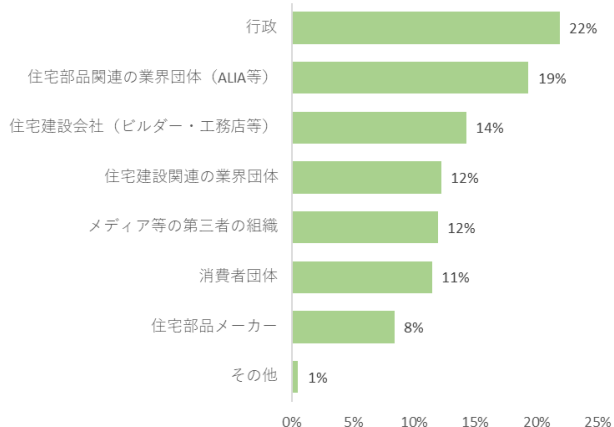


図5-3 主導が望ましい組織・団体等【前年度】
【第12回】（n=154）（3つまで複数回答）

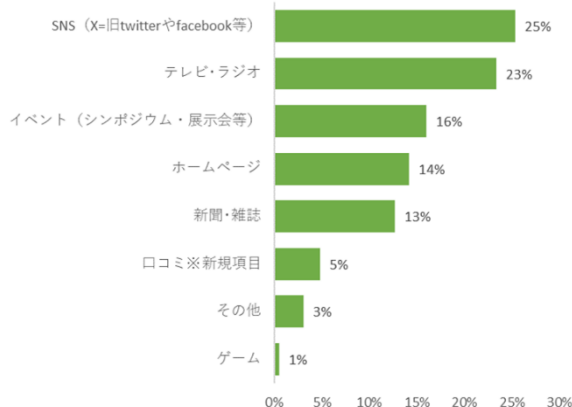


図5-4 有効だと思う方法【前年度】
【第12回】（n=154）（3つまで複数回答）

6. その他シンポジウムに関するご意見・質問

Q シンポジウムについてご意見があればご記入ください。(講演内容、構成、時間配分、WEBによる開催、点検を文化とすることについてのご意見、など)

※1. のアンケート回答者層別にて記載

回答者層別	自由回答内容
建築関連事業者 (設計・施工・流通・サービス等)	<ul style="list-style-type: none"> ・プレゼンターの点検に対しての意見が少なかった。 ・Web開催は簡単に参加できても有難いです。 ・また、拝見させていただきたいです。 ・今回の講演内容でも大変勉強になりましたが、マンションリフォームや点検にも触れて頂けると弊社の業務により近くなります。 ・戸建てでは居住者=オーナーが多いですが、マンションは居住者≠オーナーがほとんどなので、オーナーにも居住者にも点検の重要性の理解が広まってほしいと思いました。 ・特にありません。
住宅部品メーカー	<ul style="list-style-type: none"> ・全体の時間構成(2時間30分)は良かったと思います。 ・特になし。 ・このテーマについて継続して取り組んでいただきたい。 ・特になし。 ・今回くらいの配分で良いと思います。 ・最後の挨拶は前に立ちすぎて圧迫感があった。 ・WEBによる開催だと、どこでも参加できるので来年以降も続けてほしいです。 ・ビルダー経営者の講話は説得力も有るし勉強にはなるが、点検やリフォームを実際に行ったエンドユーザーの声、「大変良かった事(事例)や、逆に全然だめだった失敗談等々の声」も資料等に織り交ぜられればシンポジウムに深みが増すのでは、と感じた。 ・構成がよく、時間配分も申し分なかったです。イベント企画WGの皆様、事務局の皆様の努力に敬意を表します。 ・消費者団体様側からのご意見などもあれば聞きたいと思います。 ・特にございません。 ・コロナ以前の様にリアル開催を復活し、協賛団体の配布物も用意して欲しい。 ・今回も良いお話を聞かせて頂きました。次回も参加させていただきます。 ・講演内容は今までのパネルディスカッションからのプレゼン形式での開催とされましたが、パネルディスカッションだといろいろな価値観や考えとか気づくことや関心させられることもあったため、テーマによってディスカッション形式でも開催していただけたらよいと思います。異業種同士とかです。時間配分とWEB配信はgoodです。もう少し時間がかかってもよいと思います。 ・シンポジウム当日の都合もあるため、一定期間、動画配信をしてはどうか。 ・WEB開催のお陰で参加できています。 ・プレゼンはメイン会場からだけでなく、ZOOM活用で全国各地からの参加に期待したい。 ・特にございません。
団体職員 ・公務員	<ul style="list-style-type: none"> ・特になし。 ・特になし。 ・地域に根ざした工務店等から点検の重要性を発信してもらおうと消費者に伝わると思う。(BLR協会との連携強化等)
消費者 (団体含む) その他	<ul style="list-style-type: none"> ・このままだと、将来、大工さんがいなくなってしまうというお話、とても不安になりました。

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

※1. のアンケート回答者層別にて記載

回答者層別	自由回答内容
建築関連事業者 (設計・施工・流通・サービス等)	<ul style="list-style-type: none"> ・東京大工塾についてもっと詳しく知りたいです。 ・水廻り点検を重点としたテーマ。 ・消費者の体験談(失敗・成功)など。 ・弊社でも、お声がけいただけるように精進いたします。 ・Q12のようにマンション(特に賃貸)リフォームを取り上げて頂けると嬉しいです。 ・特にありません。
住宅部品メーカー	<ul style="list-style-type: none"> ・リフォームに関する税制優遇制度の活用等について。 ・特にありません。 ・特になし。 ・特にありません。 ・点検意識を高めるための行政の活動などについて。 ・同様の内容で良いかと思います。 ・講師というかゲストはやはり地域密着型の工務店が良いと思います。 ・住宅部品点検文化の普及にあたり、他団体の協業を含めたネタも良いかと思います。 ・具体的なイメージまでには至っていませんが、建築以外でもメンテナンスやレストアをして使い続けるものやことから得られることがあるように思います。まとまっていなくてすみません。 ・点検後の買い替え、交換に繋げるには?などのテーマ。 ・海外のメンテナンス事情について話を聞いてみたいです。 ・福田様の話は分かり易いです。リフォームは今後も一定の需要があると言われる中、その需要拡大の入口は、ユーザーの住宅部品点検にあると考えます。そこから信頼できる所へリフォーム依頼。取材を通じて浮かびあがったユーザー目線の課題の深堀、対応の方向性の提言等。工務店様も知りたい所かと思います。 ・次回も楽しみにしています。思いつかず特にございません。 ・女性の方を講師にお招きするのも良いかと思います。 ・住宅部品、点検商法に関わる悪徳業者の実態、一般消費者向けへの注意喚起方法。 ・多くの失敗事例を取り上げて欲しい。 ・特にございません。
団体職員 ・公務員	<ul style="list-style-type: none"> ・高効率給湯機への取替え促進(CN関連)。 ・特になし。 ・点検情報の発信先、発信方法について。 ・点検等について情報発信しているYouTuberを呼んで、情報発信等の効果的なやり方等について聞いてもいいのではないかと考えます。
消費者 (団体含む) その他	

以上