

第14回「住宅部品点検の日」シンポジウム 聴講者アンケート結果 (2025年10月10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14回目の開催となる。2025年10月10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、113件であった。（ウェビナー参加者227名、回答率50%）

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は、基調セミナー・ALIA プレゼン・パネルディスカッションとともに概ね高評価

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」20%、「団体職員・公務員」19%、「消費者・その他」3%、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と、「基調セミナー」「ALIA プレゼン」「パネルディスカッション」というプログラム構成それぞれについて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

■建築関連事業者の割合はあまり多くない

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、本シンポジウムでは建築関連事業者を主たるターゲットとして開催したが、申込総数292名中84名（28.8%）で、更なる集客策の検討が必要である。

■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

■ツール類の活用に向けて更なる情報発信が必要

今回のALIAプレゼンの中で、「自分で点検！ハンドブック」や「お手入れ・点検ポータル」について紹介したが、時間的な制約もあり、「もっと中身を見たかった」といった声も多く、ALIAとしての情報発信をより積極的に展開する必要がある。

■点検文化の醸成・浸透は望まれている

“居住者が自分で点検すること”の必要性には強く賛同を得られており、また“その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していくことが期待されている。消費者への情報発信については、ALIA の提供価値を高めながら、建築関連事業者とともに浸透を進めていく必要がある。

4) “WEB 開催”について

WEBによるオンライン開催については、聴講の自由度等から継続を望む声が多い。また、行政からの情報提供を望む声もあった。

＜参考＞シンポジウムの開催案内

リビングアメニティ協会(ALIA)からのお知らせ

第14回「住宅部品点検の日」シンポジウム

知って得する！「自分で点検」がもたらすビジネスヒント

～居住者×事業者の良好な関係を実現するスマートな情報発信～

ALIAでは、居住者による住宅部品（住宅設備・建材）の点検の文化醸成を行っており、10月10日を「住宅部品点検の日」と定め、毎年シンポジウムを開催しています。

今回は、居住者自らによる点検のメリットや、ビルダー様や他業種の方々によるOB顧客との関係構築やコミュニケーションに関する成功実例などをご紹介します。皆さまのビジネスのヒントが得られる充実のプログラムとなっておりますので、ぜひご参加ください！

◆日 時：2025年10月10日(金)14:00～16:30

◆会 場：WEBによる配信 ◆参 加 費：無料

◆お申込みは下記URLまたは右のバーコードから。

後日、参加Zoomアドレスをお送りします。
<https://forms.office.com/r/pDbvDPcBB9>

家族みんなでしっかり点検！

10月10日は

ショウラン

住宅部品点検の日

◆登壇者ご紹介

株HITOWA

企画部長 尾崎 真氏

㈱家守り代表取締役

富永 寿乃氏

㈱キタセツ代表取締役社長

北川 拓氏

㈱リフォーム産業新聞社

専務取締役報道部長 福田 善紀氏

ハウスクリーニングチェーン「おそうじ本舗」の商品・サービス開発責任者。専門的なプロの技術だけでなく、家庭で簡単にできるお掃除などの知識を活かして、テレビなど多くのメディアで活躍中。

全国で住宅の保養メンテナンス、定期点検を請負う㈱家守りの社長として、これまでにない暮らしのサービスや保険を、住宅会社様を通じて安心とともにご提供することを目指している。

キッチンの取付けに始まり、お客様の期待以上を目指して真面目に取組み25年。地域密着のリフォーム会社として絶大の信頼を得てリピート率70%。「家族のようなおつきあい」で地域の皆さんに貢献したい。

住宅リフォーム市場唯一の経営専門紙の編集長として、全国のリフォーム店・工務店取扱件数1,000件を超える豊富な知識から住宅業界の今とこれからを見据えた情報発信には定評がある。

プログラム(予定)

14:00 開会

14:05 基調セミナー

「居住者への情報発信のポイント」

㈱HITOWA 企画部長

「おそうじ本舗」 尾崎 真氏

14:45 ALIAプレゼン

「点検文化の醸成」「お手入れポータルサイト」

住宅部品点検推進部会長

近藤 秀介

15:10 パネル
ディスカッション

「居住者との関係構築を実現する

スマートな情報発信」

㈱家守り代表取締役

富永 寿乃氏

その成功事例と今後の展望

㈱キタセツ代表取締役社長

北川 拓氏

ファシリテーター

㈱リフォーム産業新聞社

専務取締役報道部長

福田 善紀氏

16:30 閉会

主 催 ALIA 一般社団法人
リビングアーティスティックス会員後援 国土交通省 薩摩産業省 消費者庁 住友金融支援機構 nite
一般社団法人日本住宅産業団体連合会、一般社団法人住宅リフォーム推進協議会、一般社団法人JEN、全国工務店連盟、小笠財團法人住宅リリーム
粉争議支援センター、公益社団法人全国消費生活相談援助協会、一般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ハウスフォーラム
一般社団法人マーケットリリーム推進協議会、一般社団法人日本住宅リリーム産業連合会、一般社団法人住宅瑕疵担保保険協会
一般社団法人住宅瑕疵担保保険協会、一般社団法人住宅瑕疵保険協会、一般社団法人住宅瑕疵保険協会
一般社団法人人ソーシャルシステム協議会、厚生労働省用紙部標準化指導監修会、アトクワーア工芸会、一般社団法人エクスクリプト工芸会
日本ロックムービー協会、日本映画協会、日本シネマエニックス工業会、一般社団法人日本ハム文化・情報第二工芸会、一般社団法人日本ハムガラス工芸会、一般社団法人日本ハムガラス工芸会
一般社団法人日本シャンティードラマ会、一般社団法人日本新明開拓会、一般社団法人日本新明工芸会、一般社団法人日本書籍工業会、一般社団法人日本書籍システム工芸会
一般社団法人日本リリーム会、日本新美工芸会、一般社団法人日本業界別連合会、一般社団法人日本冷蔵加工業連合会、一般社団法人日本ロールーム工芸会、日本ロックム
問合せ先は:一般社団法人リビングアーティスティックス会員 E-mail:tenken101@olive-net.or.jp TEL:06-5211-0640 (平日9:00~17:30)



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 20%、「団体職員・公務員」が 19%と続いている（図 1-1）。

これは前回（第 13 回）までの結果とほぼ同様の傾向であり、前々回から建築関連事業者を中心とす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）。

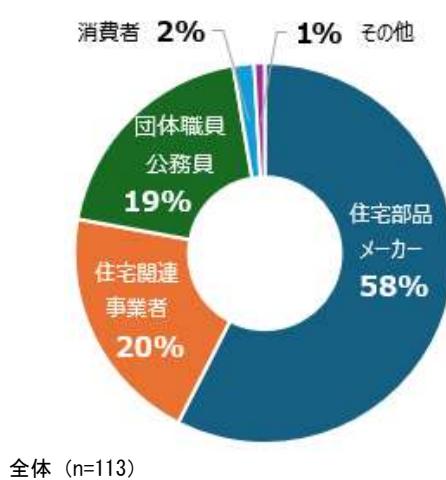


図 1-1 回答者の属性【第 13 回】

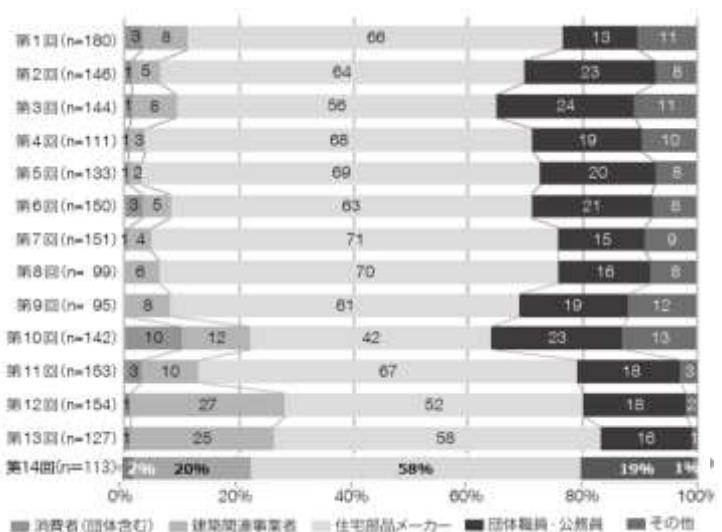


図 1-2 回答者の属性【経年比較】

建築関連事業者の内訳を見ると、ハウスメーカー 52%、リフォーム業 30%、設計事務所 13%、工務店 4%、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）

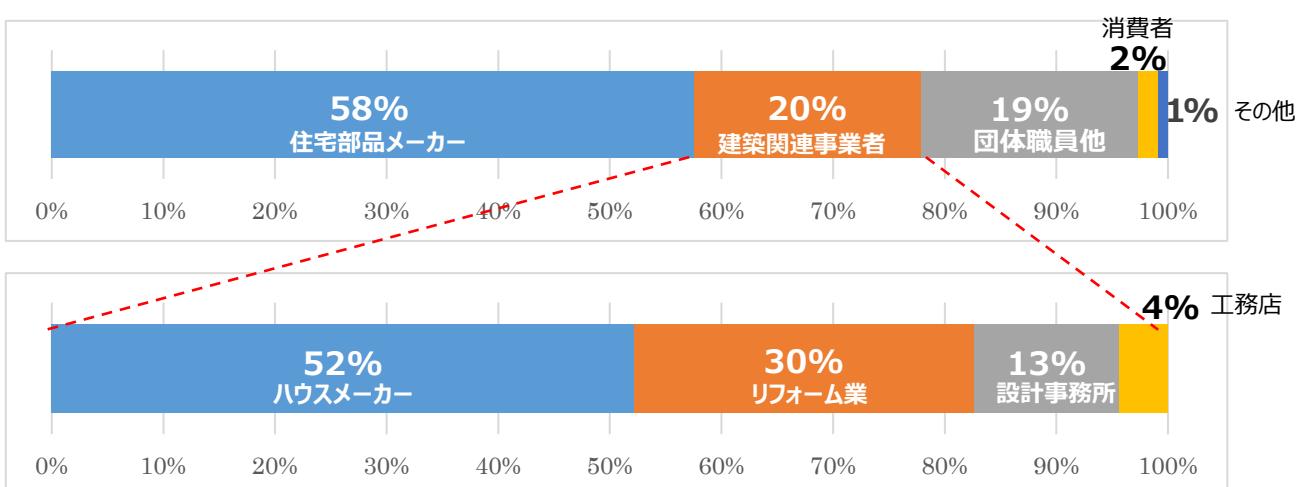


図 1-3 回答者の属性【建築関連事業者内訳】

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 73%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、「ALIA か

ら」は 57%と全体よりは 16 ポイント低く、逆に「社内・同僚から」が 22%と全体より 14 ポイント高くなっているのが特徴的。(図 2)。

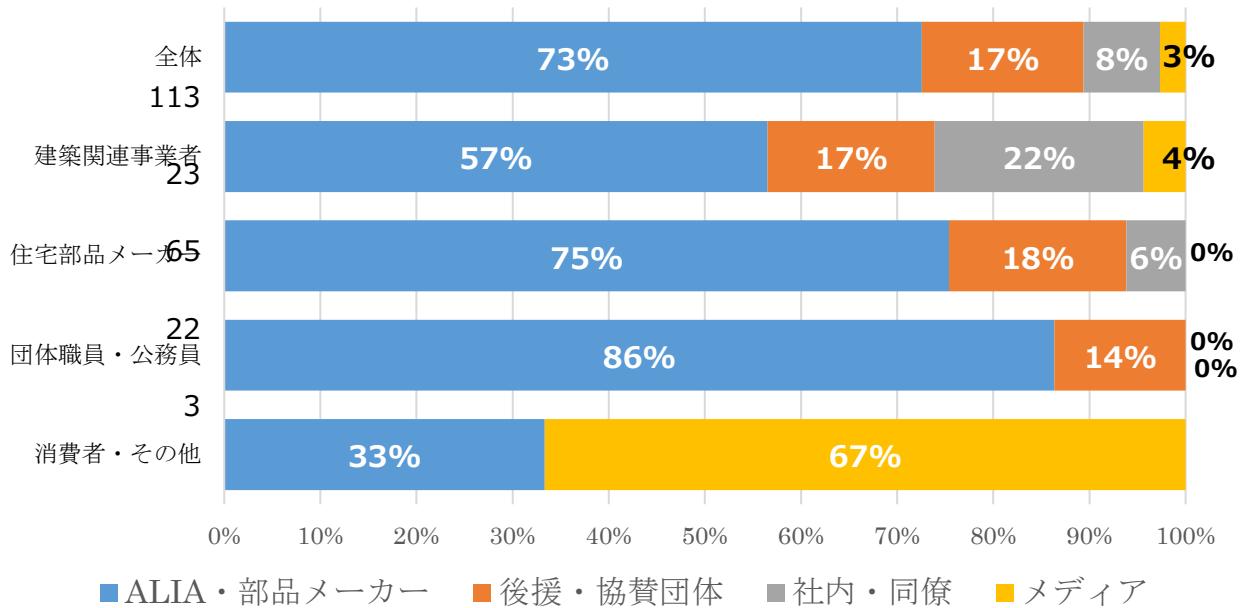


図 2 視聴のきっかけ【属性別】

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、「全体の印象」「時間配分」「発表内容の印象」ごとに 4 段階で尋ねた。どの項目も前回（第 13 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印象」が計 91%（前回と同率）、「発表の時間配分」が計 85%（前回比 +8 ポイント）、「発表全体内容の印象」が計 87%（前回比△2 ポイント）、とほぼ前回同様の極めて高いスコアだった。

今回のシンポジウムは基調セミナー、ALIA プレゼン、パネルディスカ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。

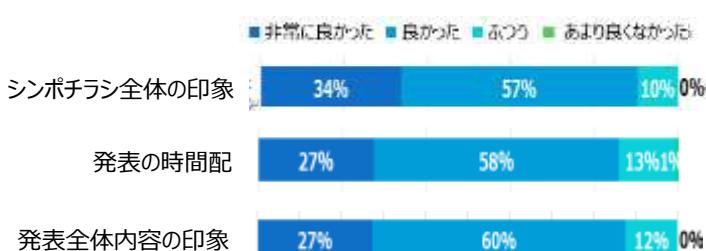


図 3-1 シンポジウム全体の印象【第 14 回（今回）】

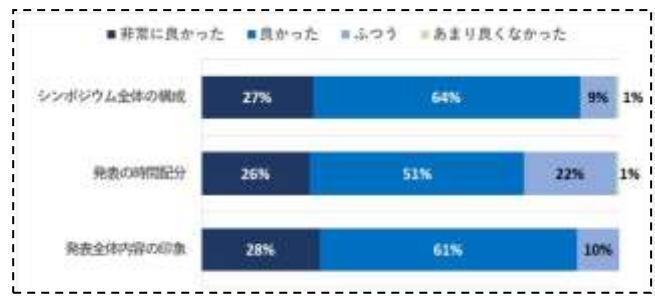


図 3-2 シンポジウム全体の印象【第 13 回（前回）】

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」が計 96%、「ALIA プレゼン」が 94%、「パネルディスカッション」が 92%といずれも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「プ

「レゼンセッション」と今回の「パネルディスカッション」で比較すると△2 ポイントだった。

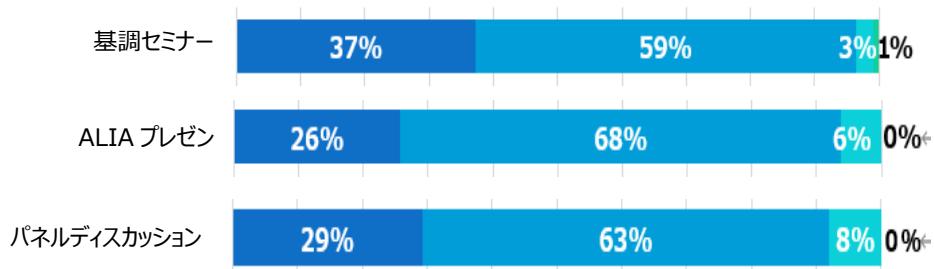


図 4-1 特に参考になった内容【第 14 回 (今回)】(n=113)



図 4-2 特に参考になった内容【第 13 回 (前回)】(n=127)

プログラムの内容についての具体的な意見として、「プレゼンがそれぞれ違う業界からの視点で顧客との関係構築の話だったので有意義だった」という意見があった。また、「ツール類について消費者にもっと周知出来ると良い」「点検ハンドブックの簡易版があると良い」といった声が寄せられた。

5. 参考になった理由・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
建築関連 事業者 (設計・施工・流通・サービス等)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 点検した際に、建具の丁番やサッシの戸車などの不具合・故障を見つけたときの対応をどのようにしているのか知りたかった。 ・ 自己点検がリフォームにつながっているという事実 ・ 2012 年に「住宅部品点検の日」(10 月 10 日)を制定し、毎年シンポジウムを開催し普及促進されていることは大変素晴らしいです。 ・ 参考になりました。やっている内容きいて納得できました。ありがとうございました。 ・ (株)HITOWA の独自研究成果などとても勉強になりました。 ・ (株)家守り の訪問時間などの話などは共感できる内容でした。簡単なようで出来ていないところ。 ・ お話を聞きやすかったです。お客様とのトラブルの要因や、お客様に喜ばれることについては参考になりました。 ・ 難しい部分がありましたが、徐々に勉強していきます。

住宅部品 メーカー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 点検ハンドブックの活用事例、ポータルサイト構築について ・ 尾崎部長が発言されていた認定制度の話は良い発想だと思いました。能動的に活性化を図らなければ業界全体の底上げは難しいと思います。 ・ お客様からの信頼をいかに得られるかを各パネラーよりお聞かせ頂いた点 ・ 住宅関連業者の点検に関しての考え方方が聞けて良かった。 ・ ユーザーの点検の重要性とこれからも推進していかなければならないことがよくわかつた。 ・ 製品等の標準使用期間を過ぎた故障など ・ お客様に対しても、報連相がいかに大事かということを改めて考えさせられました。 ・ 基調セミナーはお掃除本舗の業務内容になりすぎていた ・ パネリストの方々の選出が良かったと思います。顧客との接点が違う3社の方々から、それぞれの切り口からお話を伺えたことは、非常に有意義でした。 ・ お客様に本当に喜んで頂くために徹底的に考えて動くことは参考になった ・ ユーザーと直接接している業界の方との連携を密にすることで、有効に点検の必要性を広めていくことができそうだと感じた。 ・ 事業者にとって点検を提案することはリフォームに繋げる第一歩(背中を押す)であり、消費者にとってはリフォームへの気づき(関心度を持つ)と改めて感じました。 ・ お客様とのつながりを作るための信頼関係構築に工夫されている内容の一部を聞けたこと。 ・ 基調セミナー各社の考え方や取組みが参考になった。 ・ まだまだお客様へのアピールが難しいみたいでそこを乗り越える手段があればいいのですが、参考になりました ・ お客様との信頼関係を構築することの手段や重要性について参考となりました。お客様による住宅点検の重要性も理解できました。 ・ 清掃業、点検業、リフォーム業共に「人と接する際のマナー」は共通しており、新人営業マン研修を思い出しました。 ・ 住宅部品メーカーでも汚れに対する製品開発を訴求しているが基調セミナーでおそうじ本舗の尾崎部長様のお客様の悩みである汚れに対する説明が参考になった。またパネルディスカッションで皆様のお話で失敗も含めて、お客様との信頼構築の大切が重要であると感じた。 ・ 基調セミナー:聞いたことのある内容で、新しい情報がなかった。パネルディスカッション:1つの意見に賛同する、しない、その理由はこうだから、私だったらこうするというディスカッションを期待していたが薄かった。 ・ 実際のお客様とのやり取りをされている方のお話は参考になります。 ・ お客様の期待を上回ることが出来れば「価格」より「作業」「印象」が重要 ・ ホームページ等のITに誘導するアログも必要 ・ 基調セミナーには間に合いませんでした ・ 業界が違っていたのと弊社がBtoBに対してBtoCの違い有り ・ 自分で点検の方向性とお手入れ・点検ポータルの価値、意義に賛同が得られて活動に自信が持てた ・ 内容と近しいことを業務にしているため、参考になるところが多くかったです。今後の企画検討に有益でした。 ・ 株式会社HITOWA 尾崎様の具体的な事例からの事業展開が参考になりました。 ・ 一方、全体的に住宅部品に関する情報に乏しかったところが残念と感じました。 ・ お客様と直接会話をする方々のお客様の信頼を得るところが大変参考になりました。 ・ 「おそうじ本舗」様は、近年大きく成長されている企業を感じています。メディア(テレビ)でも、宣伝等にも力を入れているのか、消費者にも知名度が上がっていると感じていました。又、一番 消費者が、かゆい所に手が届かない所に上手く着目して、特化していると感じます。 ・ HITOWAさんやキタセツさんの話は実際に実務をされている方のはなしなのでとても参考になりました。 ・ お客様との信頼関係をどう築いていくか課題。 ・ お客様自身で点検ハンドブックを見てもらうとか、気づきを持ってもらうとか考えていたが、
--------------	---

	<p>家守りさんのような診断する会社に情報を共有することも一つの手法と感じました。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 点検を業務にしている、点検を契機に事業拡大できる等、参考になった。 ・ 誰に対して、何を伝えたいかをより明確にしたほうがよいと思いました。 ・ 点検文化を消費者に広めるということであれば、ダイレクトに消費者に意義や方法等を伝えることだと思いますが、消費者に伝えるために消費者と接点のある関係者に伝え方や内容を伝える、および接点ある関係者間での意見交換で出た結論やアイデアを次につなげる、試行や実践する等。(聞いている人の多数は業界関係者だと思いますので後者と理解しています)そういうことからすると、シンポジウムで何らかの方向性や結論があるとよかったです。 ・ 参考になったが、結論として丁寧な接客が大事というようにまとまっているように感じた。 ・ 活動は工務店を通す形になるのかもしれないが、一般ユーザーの点検に対する意識の向上策についても深く論じて頂ければと感じました。 ・ パネルディスカッションの時間配分は長いかなと思いました。
団体職員 ・公務員	<ul style="list-style-type: none"> ・ パネルディスカッションで点検普及について有用と思われるアイデアを聞くことができた。特にキタセツさんの発言はリフォーム工事業者経由での普及の可能性を感じた。 ・ おそうじ本舗さんの内容がおもしろく役に立ちました。 ・ 住宅業者とお客様の間を取り持つ点検業者の意見は参考になった。 ・ アドバイザー資格について参考になった。 ・ 実際に成功している現場の生の声を聴けると為になります。 ・ ご参加されてた各企業様、それぞれ特徴のある運営をされていてとても参考になりました。点検を業務にされている企業様、ユーザー様に実際清掃をさせ、大変さを実感していただいてから依頼してもらう企業様、いろいろなやり方があります。 ・ お客様との接点の作り方や維持の仕方について、大変参考になりました。 ・ 実際の事業者の認識や取り組みを知ることができた。パネルディスカッションでは前向きな意見が多く出ていた印象だった。 ・ わかりやすく良かったと思います。 ・ おそうじ本舗の現地で対応している具体的な内容が、点検に結び付く手掛かりになるのではないかと感じた。
消費者 その他	

6. ALIA からの情報提供や、「点検ハンドブック」、「お手入れ・点検ポータルサイト」等のツールについてのご意見

※1. のアンケート回答者層別にて記載

回答者属性	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"> ・ 自社で実施している点検と比較を行ってみたいと思います。 ・ 非常に良いツールだと思います。 ・ ハンドブックの中身がわからなかつたのが残念です。もう少し早くデータを送っていただきたかったです。 ・ 昔は用紙で見るのが当たり前でしたが、現在ではスマホのアプリ対応などが必要なのかもしれません。 ・ ポータルサイトの中身をもっと見てみたかった ・ 初めてでしたのでまずは活用してみます。
住宅部品 メーカー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今後のお手入れ・点検ポータルサイトの拡充、啓蒙を期待しています ・ もっと一般ユーザーの目が届きやすい場所にあれば良いと思いました。 ・ 今回のシンポジウムで初めて知ることができたため、今後内容について詳しく拝

	<p>見させていただきます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ パネルディスカッションの中でも議論がありましたが、エンドユーザーにこれらのツールをどう知らせるかが難しいと思いました。 ・ まずは、一般消費者への認知拡大を進めていただけたらと思います。きっと取扱説明書を読む流れが出てくるように思います。 ・ お手入れ・点検ポータルサイトを普及させるための周知手段を検討する必要がある ・ 点検ポータルサイトは親しみやすく作られており、存在することを広めることができれば点検の必要性が広く周知されていく思う。 ・ ALIA として事業者向けのセミナーの素材として活用できたらよいと思いました。 ・ 色々な不具合状況をいれてみてはいかがでしょうか、そこからどういった点検をすればいいかを説明する等 ・ 本日の登壇者のご意見同様、ツールの活用をお客様に周知させるには何か工夫が必要と感じました ・ 消費者の目に触れる仕組み作りが大変ですね。 ・ パネラーの方から意見もありましたが点検ハンドブックの簡易版があれば、使ってもらう幅が広がるのかもしれません。 ・ ツールは消費者が使っているのか？役立っているのか？流通がツールを使って消費者とどのような交流をしているか？していない理由は何か？ ・ とても素晴らしい ・ 特にありませんが、部品交換の必要性を啓蒙することは大事ですし、長く使ってもらうことで、環境的にも貢献につながると思いますので、引き続き留意していきたいです。 ・ 地域毎に差があるが、十分に活用させて頂いて居ります。 ・ 広く認知させていくことが必要かと思いました。
団体職員 ・公務員	<ul style="list-style-type: none"> ・ お手入れをすれば、必然的に点検もしていることになるので、お手入れに注力するのがよいのでは。 ・ 5分間点検など、ごく短時間でできる 1次点検としての方法を紹介することで、普及させる。 ・ いかに多くの消費者に情報提供できるかが課題。 ・ 点検ハンドブック等が、住まい手にもっと知られると良いなと思った ・ 非常によくできており参考になった ・ 「点検ハンドブック」、「お手入れ・点検ポータルサイト」活用していきたい。 ・ 各企業様 広報は苦慮されている様子。ユーザー様側もアナログを手放せてはいないのとデジタルだけでは検索に引っかからない（情報が多すぎる）ため入口はアナログも必要とのこと ・ 一般消費者の方にも周知していただけるよう働きかけていただきたい。 ・ 費用がかかることではあるが、点検ハンドブックをおそうじ本舗に提供し、配布してもらうのはどうかと思った。
消費者 その他	

7. “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」(79%)「やや必要だと感じた」(20%)で回答者のほぼ全員が必要ある」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)

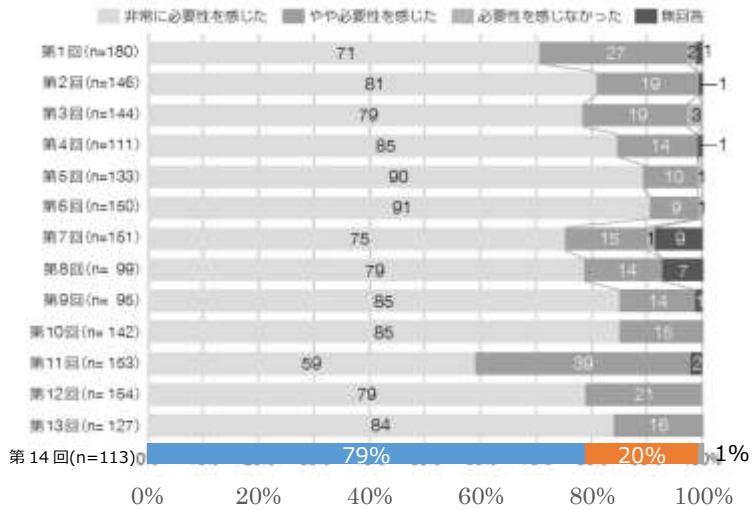
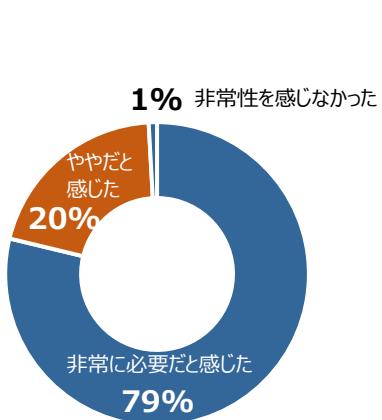


図4-1 点検文化を広めることについて【第13回】　図4-2 点検文化を広めることについて【経年比較】

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」22%（前年17%）、「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」17%（15%）、「住宅のリフォームを考える契機」15%（17%）、「住宅の性能や快適性の向上につながる」15%（15%）、と続いている。（図4-3、4-4）。

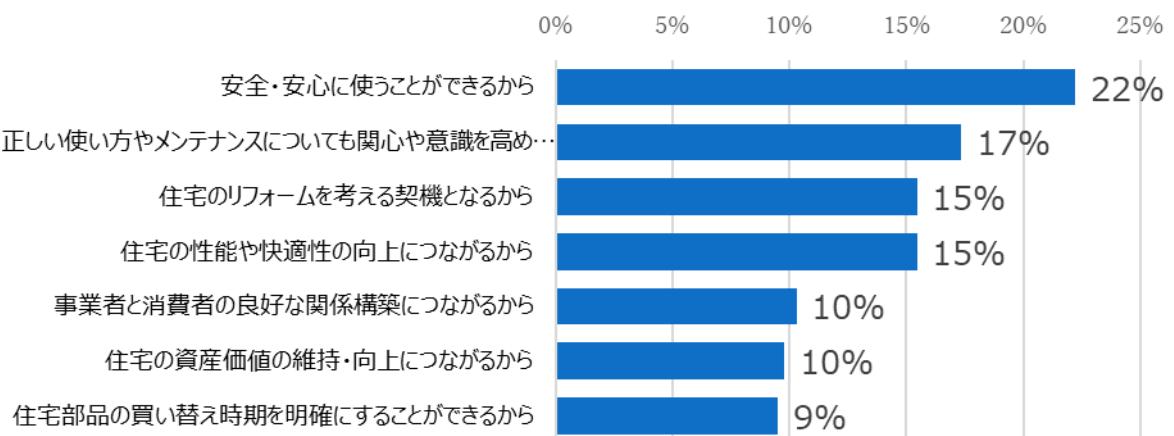
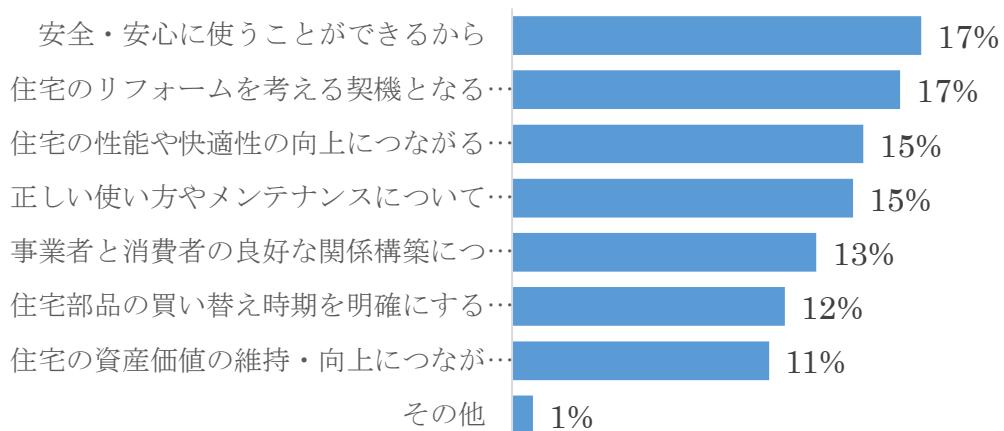


図4-3 必要だと感じた理由【第14回（今回）】（複数回答）



8. ““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”のに、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」23%（前年22%）、「住宅部品関連の業界団体（ALIA等）」15%（22%）「住宅建設会社（ビルダー・工務店等）」16%（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」26%（前年23%）、「SNS（X=旧TwitterやFacebook等）」25%（23%）と非常に多く、次いで「イベント（シンポジウム・展示会等）」16%（20%）、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。

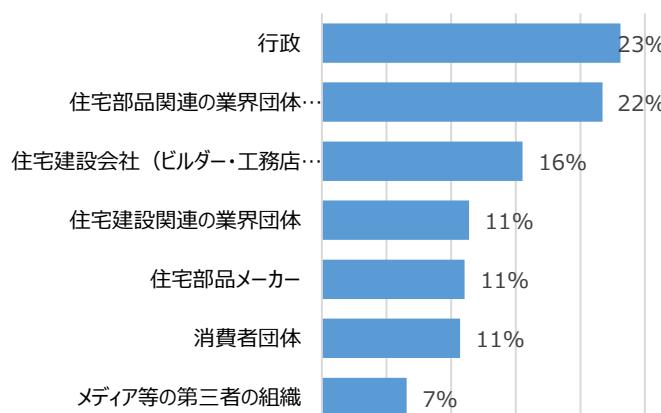


図5-1 主導が望ましい組織・団体等
【第14回(今回)】(n=113) (3つまで複数回答)



図5-2 有効だと思う方法
【第14回(今回)】(n=113) (3つまで複数回答)

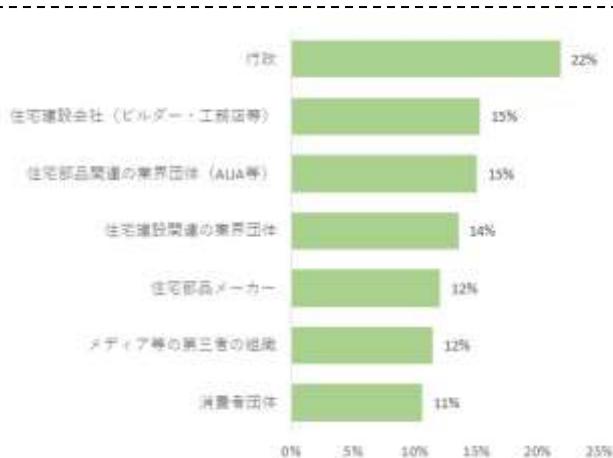


図5-3 主導が望ましい組織・団体等【前年度】
【第13回(前回)】(n=127) (3つまで複数回答)

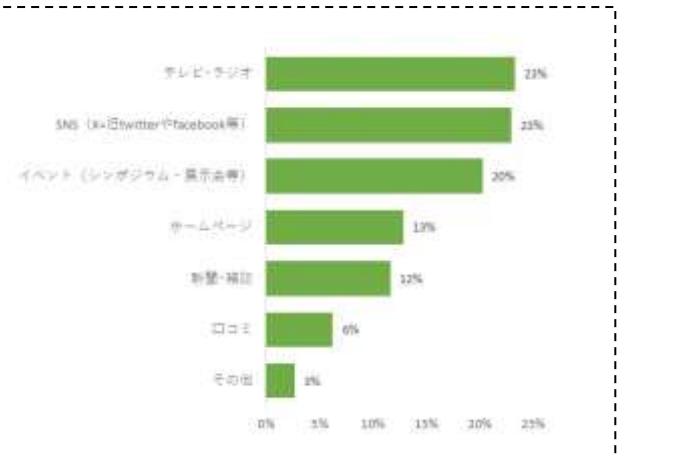


図5-4 有効だと思う方法【前年度】
【第12回(前回)】(n=127) (3つまで複数回答)

9. 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

回答者属性	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"> ・ 大変勉強になりました。 ・ WEBによる開催があるため仕事との調整ができ参加しやすかったです。 ・ 良かったです。ありがとうございます。 ・ 自社でもたまに起きる事ではあるが、画面共有の失敗などで視聴側が少々萎える
住宅部品 メーカー	<ul style="list-style-type: none"> ・ オンライン開催だと業界全体の盛況感が分からないので、数年に一度くらいは（昔の様な）リアル開催を実施して盛り上がっている様子を体感したいです ・ 難しいと思いますがパネラーに国土交通省の方も参加して欲しい ・ せめて2時間以内にまとめていただけると助かります ・ 今後もWEB開催の継続を希望します。 ・ 基本的にハウスメーカー等の建設会社が行う点検は建物自体（構造）であり、住宅設備の点検は含まれていないと思います。確かに建設会社の点検員は専門家ではないので、詳細な点検はできないでしょうが、本日も話になっていた容易な資格で簡易的な設備点検ができる点検員を育成し、定期点検時に建設会社で設備点検ができるようになると良いと感じました。 ・ 少し画面が消える等の不具合が多くあった ・ 今回は、テーマを含め、非常に充実していた様に思います。 ・ 資料共有が円滑でなかった部分は対策を講じて欲しい ・ Web開催であれば移動時間がなく気軽に参加できて良い。 ・ PCの切替え操作がスムーズになればより良いシンポジウムになると思います。 ・ 全体構成、時間配分などはよいと思います。 ・ 機器の買い替え時期は、使用実態により変わるためお客様の点検が大事だと思います。 ・ 本来は点検レス、つまり、ガス警報器のように設備機器そのものが異常を知らせることができるように思っています。 ・ シンポジウム開催ありがとうございました。内容、時間配分など適切だと思います。WEB配信は通信のトラブルなどありうることですが以降もWEBでの開催していただけたらと思います。 ・ ALIAのツールを使った消費者に使用感等のアンケート調査を実施して課題を抽出し、ALIA関連団体に登場願い課題解決に向けたディスカッションを実施。これ一本のシンポジウムにすることの検討をぜひ。 ・ 点検による性能低下の評価や修理・補修と取り替えの線引き ・ 安全な使用の推奨と営業活動の差別化 ・ 点検を文化とすることに必要性が現場の第一線の方々の話しを聞き十分に理解できた ・ WEBは、参加が容易で参加しやすいです。 ・ 大変難しいということは承知の上で。このシンポジウムも14回目でかなり長く行われてきていると思います。その間の点検文化の拡がりや醸成、つまり効果はどのようになっているのか？と考えてしまいます。何か見える化できるとよいですね。それと関連しますが、点検は安全安心を第一に、メーカー立場としてはリフォームの契機にという「思惑」があったと思いますが、このご時世は変わってきているのか。つまりリフォームを「思惑」に点検文化の醸成を団体としてこのまま続けていくのか？ということは立ち止まって考えてもよいのかなと思いました。（この活動を続けていくことは点検の重要性を知っている、または伝わっている消費者にはメリットはあると思いますが、メーカーとしては結局どこまでメリットがあるか、出ているか）

団体職員 ・公務員	<ul style="list-style-type: none"> ・ WEBによる開催で外出することなく有益な講演を聴けことはとても素晴らしい。 ・ とても参考になりました。 ・ 現在 点検商法が問題となっているため、そととの違いをどう表すか（資格、登録等）も課題課と思われます ・ 現地にパネラーの方が集まる形のため、話者ごとの交代に時間がかかっている印象でした。他のウェビナーで、パネラーが別の場所から各自オンラインで参加していたものがあったのですが、画面投影を入れ替えるだけで切り替えがとても速かった記憶があります。
--------------	---

10. 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

回答者属性	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"> ・ 住宅におけるアフターメンテナンス部品の在り方について ・ 行政の考え方・方針などがあれば取り上げてほしい。 ・ テーマ「車検制度のようなものが住宅にも必要か否か」
住宅部品 メーカー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 行政（国交省、消費者庁、NITE 等）の方のお話を伺いたいです ・ 省エネ促進など ・ 「住宅部品点検の必要性」や「点検文化」を一般消費者に広めるにはどうしたらよいか？国・消費者団体・業界団体での議論などは、聴講者の質問も多く出て、面白いかと思います。 ・ 「消費者↔事業者」間の永続的な信頼関係に繋がる接点機会（点検を軸とした・・・） ・ お手入れ・点検ポータルに関係するテーマを希望します ・ 行政の次年度の予算等に関して情報。
団体職員 ・公務員	<ul style="list-style-type: none"> ・ 工務店、ビルダーのAI活用事例集

以上