

イー・ウーマン調査

安全性と安心感に関する調査

株式会社 イー・ウーマン
<http://www.ewoman.co.jp/>

エレベーターや自動ドア、アミューズメント施設の設備などの事故、自動車や家電製品のリコール情報など、近年、企業が提供している製品や設備に関する事故の情報が多く聞かれます。そうした中、企業の安全性に対する意識は高まっているように思われますが、消費者は、それをどのように受け止めているのでしょうか？企業が「安全性」を高めることと、消費者が「安心感」を感じることは、比例するのでしょうか？イー・ウーマンリーダーズに「安全性と安心感に関する調査」と題して聞きました。

■ 「安全性」を確認したい、という意識 …… グラフ1 グラフ2

製品や施設・設備の利用・購入にあたって優先するポイントを聞いたところ、「機能」が最も多く32.2%、次いで「品質」26.8%、「利便性」12.8%、「安全性」は4番目で10.8%という結果でした。しかし、具体的な製品・設備について安全性を確認するか否か聞いたところ、「医薬品・医薬部外品」、「飲食物」、「自動車・自転車などの乗り物」については、5割前後の人人が「必ず確認する」と回答。また、「飛行機・電車などの交通機関」、「絵本・おもちゃなどの玩具」、「トイレ・お風呂などの住宅設備」についても、約半数が「可能な範囲で確認したい」と答えています。製品や施設・設備の利用・購入にあたっての「安全性」の優先度は低いようですが、「安全性」を確認したい、という意識は高いと言えます。

■ 「安全性」を確認できる、確かな裏づけと客観的評価 …… グラフ3 グラフ4

では、「安全性」をどのように確認しているのでしょうか。「安全性を確認する」という人たちに聞いて見ました。9割以上が、「それに付随している情報（商品パッケージ、説明書など）を読む」と回答。次に多かったのが「インターネットで検索して評判を調べる」で62.2%でした。また、「安全性」を確認する上で最も重視することを聞いたところ、最も多かったのが「安全対策の方法」で30.2%、次いで「検査の結果データ」19.3%という結果でした。「安全性」を確認する上で、それを提供している企業が発信している情報はもちろんですが、やはり確固たる裏づけとなるデータや客観的な意見を重要視していると言えます。

■ 企業の対応に満足した人は56.3% …… グラフ5 グラフ6

実際に、「安全性」を脅かされた経験の有無を聞いたところ、32.4%が「ある」と回答。その方たちに、どのような行動をとったか聞きました。最も多かったのは「提供している企業にクレームを言った」で66.0%、次いで「施設や設備があるところ（店舗など）にクレームを言った」33.5%という結果に。更に、そうしたクレームを言った方々に、その際の対応について満足したかどうか聞いたところ、「満足した」と回答した人は56.3%でした。かろうじて半数を超えてますが、まだまだ企業の対応に消費者が満足していない、と思われます。「満足しない」方にその理由を聞いたところ、「対応が事務的」、「自分たちは悪くないという言い方」といった内容の他、対応には満足したが、「対策が明示されずに不安感が残った」、「根拠となる検査が科学的かどうか疑問だった」という声がありました。

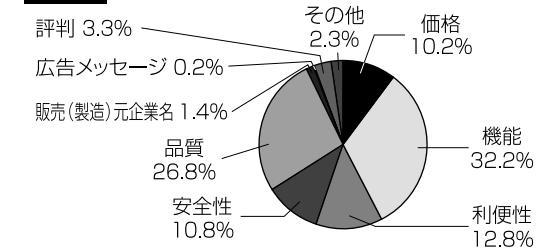
■ 「安全性」が高まても、「安心感」は高まらない …… グラフ7

今、製品や施設・設備などに関する「安全技術」、また、企業の「安全管理の人的体制」や「安全管理に対する意識」が高まっていると思うかどうか聞いて見ました。結果は、「高まっている」「どちらかというと高まっている」を合わせて、「安全技術」が58.7%、「安全管理の人的体制」と「安全管理に対する意識」が48.7%でした。一方、製品や施設・設備などを購入・利用するにあたっての「安心感」についても同様に聞いたところ、「高まっている」「どちらかというと高まっている」を合わせて29.4%という結果に。「安全性」は高まっていると思っていても、「安心感」は高まっていないようです。

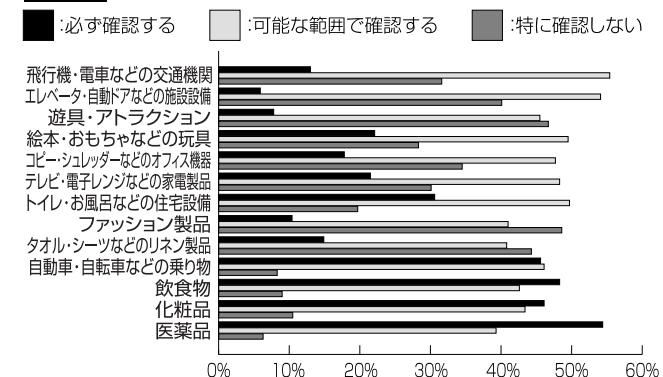
■ 迅速な「誠意ある謝罪」「継続的な情報開示」「具体的な対策の提示」 …… グラフ9

企業は、何か事故を起こしてしまった場合、どのような対応をすべきなのでしょうか。多く見られたのは、被害者に対する「誠意ある謝罪」、何があったか、何が原因か、今どのような状況か、という「情報の“継続的な”開示」、そして今後どうするかという「具体的な対策の提示」という回答でした。更に、それらにスピードが求められています。また、提供している企業側だけではなく、それらを購入・利用する消費者としても、安全に注意して利用すること、また、何か事故に遭った際にそれを伝えることも消費者としての責任である、という意見も見られました。近年の事故のニュースを見て、何か行動に変化があったかどうか聞いたところ、「多少価格が高くて、安全性が高いと思われるものを選ぶようになった」という回答が最も多く44.4%でした。安全性を確保するには費用がかかる、という認識が出てきていると考えられます。

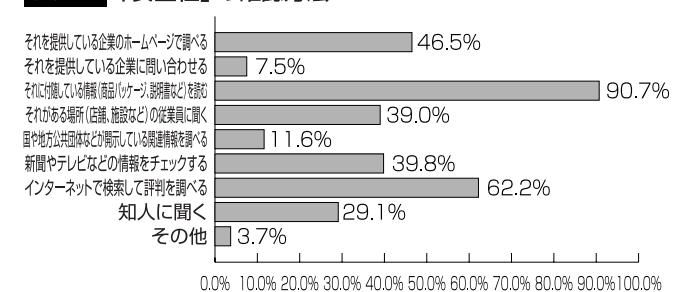
グラフ1 製品や施設・設備の利用・購入にあたっての優先ポイント



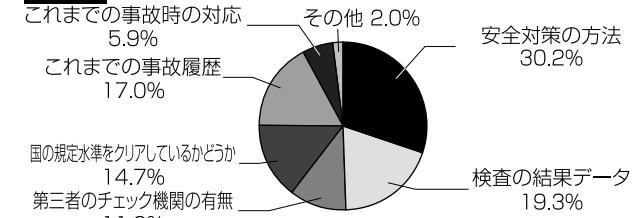
グラフ2 「安全性」の確認



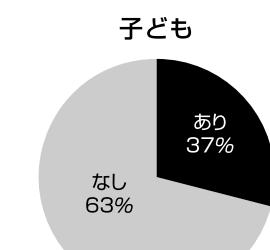
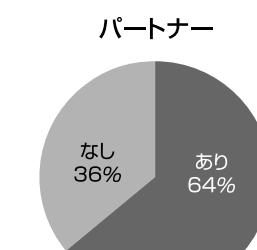
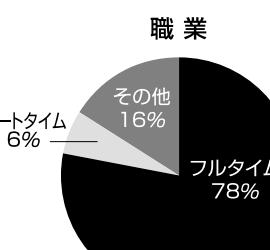
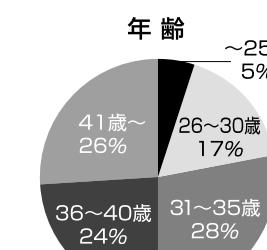
グラフ3 「安全性」の確認方法



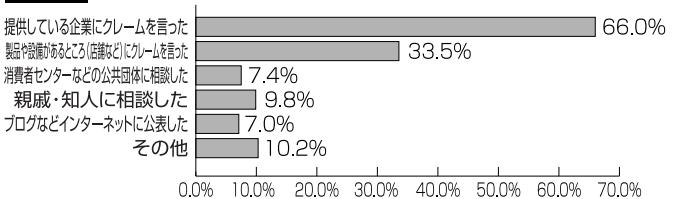
グラフ4 「安全性」の確認上、最も重視していること



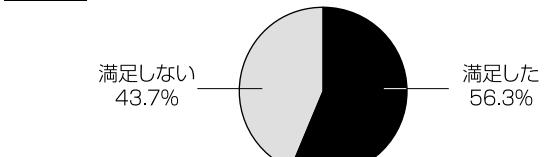
LEADERS DATA



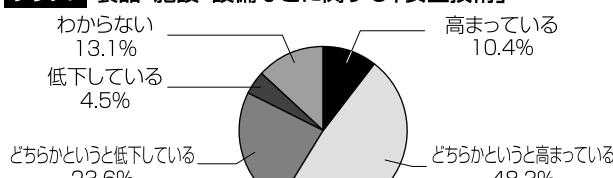
グラフ5 「安全性」を脅かされた時の対応



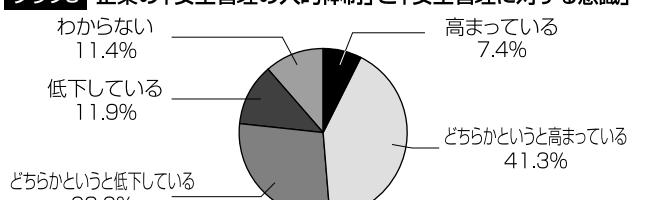
グラフ6 企業の対応への満足度



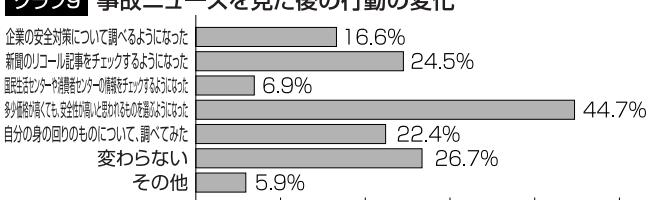
グラフ7 製品・施設・設備などに関する「安全技術」



グラフ8 企業の「安全管理の人的体制」と「安全管理に対する意識」



グラフ9 事故ニュースを見た後の行動の変化



<実施概要>
調査実施：2007年5月17日（木）～5月22日（火）
調査方法：インターネットによる自記入式アンケート
対象：イー・ウーマンリーダーズ
有効回答数：664名