

「火災警報器普及促進に向けたLPガス販売事業者の役割確認のための調査」調査結果概要

1. 実施者

久慈エルピーガス事業協同組合

2. 調査概要

(1) 目的

改正消防法により設置が義務化されている火災警報器について、火災警報器の普及促進に対する課題の把握とLPガス事業者が担うべき役割、具体的活動の検討を目的とする。

(2) 実施方法

文献調査

各種文献やホームページから火災警報器設置義務化の背景等を確認する。

顧客アンケート調査：5,000件配布、有効回収件数846件、回収率16.9%

当組合の顧客に対して、火災警報器の設置義務化・設置場所についての認知度や現状の設置状況、LPガス事業者からの購入の可否とその理由等を確認する。

ヒアリング調査

当組合商圏内の自治体・消防機関、集合住宅の大家、不動産管理会社、工務店に対して、現状の実態や普及に向けた阻害要因等を確認する。

モニター調査：4件

当組合顧客の住居に火災警報器を集中監視システムと連動させてモニター設置し、実際に鳴動、電話連絡、現場出動を行い、火災警報器設置に際しての課題確認と対策検討を実施する。

3. 調査結果概要

文献調査

住宅火災による死者の状況は、近年、増加傾向にあり、平成15年においては17年ぶりに1,000人を超え1,041人となっている。このうち、過半数が「65歳以上」であり、高齢化の進展により、今後更に増加することが懸念される。

顧客アンケート調査

火災警報器の「設置義務化の日付まで知っていた」との回答は5.6%に止まっている。また、火災警報器自体や設置場所、交換期限などの認知度も10%前後と、不十分な結果となっている。

火災警報器の設置率は回答者全体で19.0%となっているが、この中にはガス漏れ警報器等を火災警報器と錯誤している回答も含まれていることが推測され、留意が必要となる。

設置義務化の認知経路については「マスメディア」が上位に挙げられているが、「設置義務化の日付まで知っていた」回答者の認知経路としては「市の広報やチラシ」(46.8%)や「LPガス事業者」(25.5%)などの地域からの情報発信によるものが挙げられている。

購入先や購入希望先としては、50%程度が「LPガス事業者」と回答している。また、「LPガス事業者」からの購入(希望)理由としては、「利便性」や「信頼性」に基づくものが挙げられており、火災警報器の普及促進に向けた「LPガス事業者」への幅広い役割期待の大きさがうかがわれる結果となっている。

現状、1万円/台が主流となっている火災警報器の価格については、「高い」との評価が67.3%を占めており、低価格化が望まれる結果となっている。

「火災警報器の取り付け」等の火災警報器の設置に付随するサービスのサービス料については、各サービスとも1,000円前後がサービス料の目安と考えられる。

「火災警報器作動時の自宅への連絡」等の集中監視システムとの連動による付加価値サービスのサービス料については、各サービスとも500円/月前後がサービス料の目安と考えられる。

ヒアリング調査

設置義務化についての認知度は低く、一般の消費者のみならず、集合住宅の大家からも今回のヒアリングで初めて知ったとの意見が聞かれている。

火災警報器の設置促進の阻害要因として価格面での問題が挙げられている。また、消費者の防災に対する意識の低さも阻害要因として挙げられている。

モニター調査

火災警報器の低価格化が図られれば、火災警報器を設置するとの意見が多くなっており、他の調査同様に低価格化への要請が強くなっている。

火災警報器作動時の顧客宅への電話連絡や、現場確認の出動といった集中監視システムとの連動によるサービス提供は、安心感や利便性の提供の観点で各顧客から非常に高い評価を得ている。その一方で、上記サービス提供の対価として許容できるサービス料の水準については、「わからない」との回答が多く、サービスの提供が収益拡大に貢献するか否かの判断は困難となっている。

4. 調査結果から得られた効果

当組合商圏内における火災警報器設置義務化の認知度や実際の設置率は不十分であり、また、周知や普及促進に向けたLPガス事業者への期待の大きさが確認されている。

火災警報器を購入する際にLPガス事業者へ期待する点として「利便性」や「信頼感」が挙げられており、上記の点に留意して普及促進に向けた効果的な活動を行う必要がある。

火災警報器鳴動時の「電話連絡」や「現場出動」等の集中監視システムとの連動による付随的なサービス提供は、消費者からの評価は高いものの、火災警報器の設置率や要求されるサービス料の価格水準が低いことから、設置率の向上を第一の目標とし、次のステップとして付随的なサービスの実施を検討する事が現実的であると思われる。

5. 調査結果の今後の活用、調査結果を踏まえた今後の取り組み

火災警報器に関する認知度向上や認知の固定化を図るために、本調査事業に止まることなく、チラシ等で継続的に周知することが必要となる。周知内容としては設置義務化の背景・効果や設置場所などについても理解が得られるものとし、消費者の火災警報器設置に対する意識を高めるものとする必要がある。

各調査において価格面の問題が挙げられていることから、火災警報器メーカーに対して、本調査結果のフィードバックを実施し、今後の火災警報器の低価格化についての協力を仰ぎ、顧客ニーズを満たす努力を行っていく必要がある。また、リース制度等の導入を検討し、消費者が火災警報器を設置しやすい環境の整備にも努めていく。

6. 補助金確定額

15,587,735円

以上