

構造安全性能に関するリスクコミュニケーションのあり方
—その2 耐震偽装問題にみる消費者が求める建築—

正会員 ○ 石川 孝重*1
正会員 竹俣 祐佳*2

耐震偽装問題 消費者 専門家
国 被害者 リスクコミュニケーション

§ 1 はじめに

前報で抽出したデータベースをもとに発言内容に着目して分析し、図式化を深めた。このような考察から社会が建築をどう捉えているのか、消費者の建築に対する要求の一端を明らかにしたい。

§ 2 内容別意見の分析

意見内容に着目すると、全体を図1のような図式化することができる。大枠の内容ごとに一つの項としてまとめた。線のつながりは項目内容の関係性を示している。例えば、公的支援の賛否について項目立てしたものは「被害者救済」としてまとめている。

全体として「事件発生時の問題点」、「安全性の確保」、「被害者救済」、「信頼回復」と項目立てした。表1は例示であるが、各項ごとに立場の意見とも比較できるような模式図に示した。各項ごとの特徴は以下のである。

「事件発生時の問題点」では、事件発生段階での国や行政の対応の評価が述べられている。専門家が多くの問題を指摘しているのに対し、消費者や被害者は発言が少ない。国や行政のもつ情報が、消費者にきちんと伝達されていない段階である。

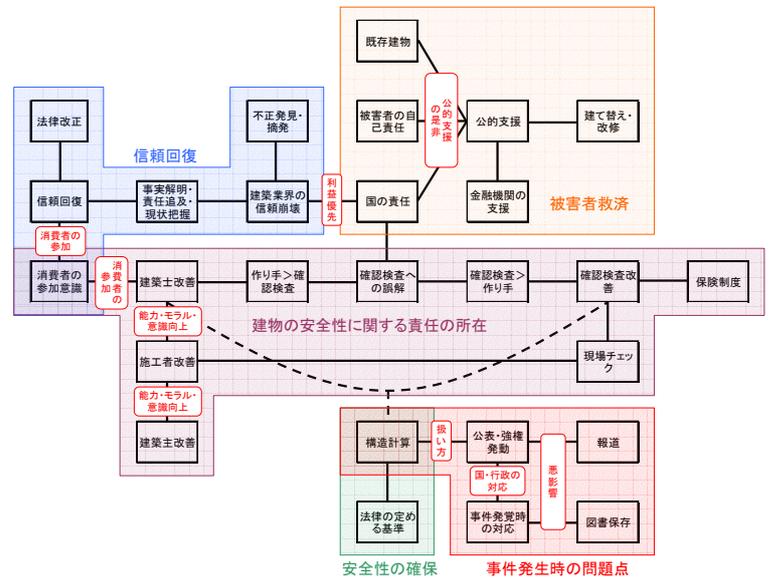


図1 意見項目の全体像

「安全性の確保」では、構造計算と法律の基準値の側面から建物の安全についての考え方を探った。専門家は作り手側の理論から建物の安全性が確保できるものと考えているが、消費者は作り手側のモラルの向上や質の改善を推進するよりも法律での保証を求める傾向が強い。

表1 「被害者救済」についての意見の比較

	事柄					
	国の責任	被害者の自己責任	既存建物	公的支援	金融機関の支援	建て替え・改修
意見者	専門家	消費者や被害者と同様、制度の欠陥や建築業界の問題について、国の責任を求める傾向がみられる。	既存建物について問題視する意見が数多く見られる。	被害者への支援は当然必要であるが、国が最初に支援策の明確な意味や理由を伝えなかったことで、消費者の支援に対する批判や誤解を生んでしまったとして、国を非難している。	セーフティネットを設けるため、保険制度の導入を提案している。しかし、実際に保険制度を導入するには、リスクが大きすぎることや審査する人材がいらないことなど、実効性がないことを指摘する意見も述べられている。	建て替えや改修については専門家に任せるときであると述べている。
	国	耐震偽装問題に対する国の法的責任は認めていない。		支援に反対する消費者に対して、支援策の意味や理由をいくつか述べている。	金融機関の支援の協力を求め、保険制度の導入を図っている。	建て替えや改修については専門家に任せるときであると述べている。
	消費者	制度の欠陥や建築業界の問題について、国の責任を求める傾向がみられる。確認検査の意味を誤解していることで、国の責任を求める意見がより過剰なものになっていると考えられる。	被害者に自己責任なし…支援賛成被害者に自己責任あり…支援反対に結びついている。	既存建物の問題が、支援の反対に結びついている。	公的支援に賛成…被害者の安全が大事。国にも責任がある。被害者には責任はない。公的支援に反対…安易に税金を使わないでほしい。被害者にも責任がある。震災や欠陥住宅被害では支援されていない。	金融機関にも責任があることを前提として、金融機関が被害者を救済することを求めている。
特徴	被害者	制度の欠陥や建築業界の問題について、国の責任を求める傾向がみられる。確認検査の意味を誤解していることで、国の責任を求める意見がより過剰なものになっていると考えられる。		多くの被害者が、国の支援策に不満を言っている。	金融機関にも責任があることを前提として、建物の偽装や欠陥が発覚した場合、金融機関も責任を負うシステムの構築を求めている。	
	特徴	どの立場においても、耐震偽装問題に対する国の責任を求める意見が数多く見られる。		消費者は支援賛成派と反対派にほぼ半分に分かれている。消費者の支援反対派に対して、国は支援策の意味や理由をいくつか述べているが、専門家が指摘するように、最初に支援策の意味や理由を伝えなかった結果、消費者の批判や誤解を招くことになったと考えられる。	消費者と被害者は、金融機関が価値のない物件に融資していたとして、その責任を訴えているが、金融機関は抵当権を設定しているだけで、建物の安全を保証しているわけではない。	専門家や国が、建て替えや改修については専門家に任せるときであると述べているのに対し、消費者や被害者からは、専門家に任せようとする意見が述べられていない。

建物の安全性に関して誰が責任をもつべきだと考えるのかは「建物の安全性に関する責任の所在」にまとめた。消費者は、第三者として建物をチェックする側が責任をもつべきであると考えている。これは、確認申請によって建物の安全性が担保されるものとの認識に基づいたものである。一方、専門家は作り手の能力・モラル・意識の向上を図り、作り手の責任によって建物の安全を確保すべきとの認識である。この認識のギャップを埋める方策が必要になる。

「被害者救済」では次のことが明らかになった。消費者は、耐震強度の低い価値のない物件に金融機関が融資したとして責任追求している。建て替えや改修についても消費者は国の保証を頼りにしているが、全体的に国の支援策は受け入れられておらず、どちらかといえば否定的である。被害者救済となると消費者だけでなく専門家も国に頼る傾向が垣間みられる。

「信頼回復」の内容分析から、信頼崩壊から信頼回復への流れを読み取ることができるが、消費者の建築行政への参加意識は低い。消費者保護をとる消費者が多く、法律による庇護を強く求めている。対して専門家は、どちらかといえば建築業界の保護に目が向いており、業界保護の観点から脱却できていない状況がある。

以上から概括すると、消費者の立場では、消費者の安全は第三者、特に国によって守られるべきであり保証されるものと考えている。一方、専門家は、建物の作り手が能力・モラル・意識を備えることが大切であると考えてはいるが、業界の働きやすい体制作りへの関心が強く、責任論になると国を頼る発言が多くなる。

両者はそれぞれ自分の立場の擁護を基本としてそこから抜け出せておらず、この度の耐震偽装問題をきっかけとした建築のあり方を根本的に考え直してみることにつながっていない。職能としての自己啓発が求められる現代において、これを放置すれば建築界の信頼回復の道程は遠いと言わざるを得ない。

§ 3 消費者の自己責任意識と建築に対する要求

消費者と被害者の意見に注目し、建築に対する要求を抽出し表 2 にまとめた。ここでは、自己責任意識レベルに注目して整理した。

自己責任意識が高い消費者は、自己防衛意識・自己責任意識の大切さを認識し、今後、消費者も参加できる建築行政のあり方を求めている。これらの消費者の要求は、消費者の建築行政への参加意識を求める一部の専門家の見解と一致している。

自己責任意識がやや低い消費者は、信頼できる建物の購入を望んでいる。各建設企業のいっそうの対応が求められる。さらに自己責任意識が低い消費者は、建物の安全が保証されるシステムの構築を求めている。専門家の考える建築業界の信頼回復の内容は、消費者の建築行政への参加を促し、社会に開けた建築業界にすることであ

表 2 消費者の自己責任意識と建築に対する要求

消費者の要求	自己責任意識レベル
建築行政に参加したい。	5
自分の住まいは自分で守りたい。	4
賢い消費者になりたい。	
自ら建物の安全をチェックしたい。	3
専門家に建物の安全をチェックしてもらいたい。	
信頼できる建物を購入したい。	2
建物の安全を保証するシステムを構築してほしい。	1
長期にわたって建物を使用したい。	例外
作り手のモラルや責任感を向上させてほしい。	

↑ 自己責任意識大
↓ 自己責任意識小

るが、建物の安全の保証が要求されていることも無視できない。しかし、自己責任意識が低い消費者からは、確認申請の意義や金融機関の役割に対する過大な期待が見受けられる。消費者に正しい理解を促した上で、再度消費者の建築に対する要求を明確にする必要がある。

§ 4 おわりに

以上述べたように、消費者が安全の保証を求めているのに対し、専門家は作り手の論理による制度の改正を求めている傾向にあることが分かる。消費者と専門家の立場の違いが明らかになり、自己責任意識が低い消費者の要求は実現されにくい現状にある。確かに、消費者は建築に対して無知であり誤解している部分も多い。この無知や誤解を前提とした意見は正当なものにはなりにくい。まず消費者に正しい理解を促すことが求められるが、専門家はもっと消費者の意見に耳を傾けるべきである。専門家はプロとして消費者の現状を包み込むだけの巨視的な観点をもつ必要がある。それが、信頼回復につながり、建築をゆるぎなく市民社会に認めてもらう唯一の方法である。

上記したように、消費者は建築基準法や確認申請などの知識も希薄で正しく理解しておらず、自己責任意識や建築行政への参加意識も低い。消費者と専門家がリスクに関する正確な情報を共有し、互いに意思疎通を図ることがまず求められる。

消費者の誤解を解き、意識を芽生えさせるには、国や専門家による啓発教育が重要である。建築は専門的な知識を要する分野であるが、消費者が抵抗を感じることなく建築知識を学ぶためには、消費者に理解しやすいものでなければならない。これには、消費者の正しい理解をやさしく導き、消費者にとって参加しやすい建築行政をはじめ制度作りやその工夫が求められる。その実現の一步として、消費者と専門家間のリスクコミュニケーションが重要になる。建築業界に消費者の意見を反映することが建築界の活性化にもつながることになる。今後はリスクコミュニケーションを通して、より消費者の求める建築が社会に位置づけられることを期待してやまない。

*1 日本女子大学住居学科 教授・工学博士
*2 トヨタホーム東京株式会社

*1 Prof., Dept. of Housing and Architecture, Japan Women's Univ., Dr. Eng.
*2 TOYOTA HOME TOKYO corporation.