

ユーザーアンケート結果概要

1. ユーザーアンケート実施について

リコールや点検整備などについて、国民、ユーザーの意識を調査するために、アンケート調査を実施した。

2. アンケート実施概要

(1) 「国土交通行政インターネットモニター制度」を利用。

国土交通行政インターネットモニター制度は、広く国民一般を対象として、国土交通行政の課題に関しインターネットの利用による質の高い意見・要望等の聴取を図り、国土交通行政の施策の企画及び立案並びに実施のための参考に資することを目的として、平成16年度から実施している制度。

(2) 調査対象者

1,198名。

(3) 調査票

別紙1

(4) 調査実施時期

平成20年7月15日～平成20年7月29日

(5) 回答率

81.2% (973名)

3. アンケート結果概要

<モニター属性>

(男女別)

男性	女性	計
529人	444人	973人

(年代別)

20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
96人	253人	262人	169人	149人	44人	973人

(地域別)

北海道	東北	関東	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州	計
76人	88人	225人	68人	111人	153人	79人	67人	106人	973人

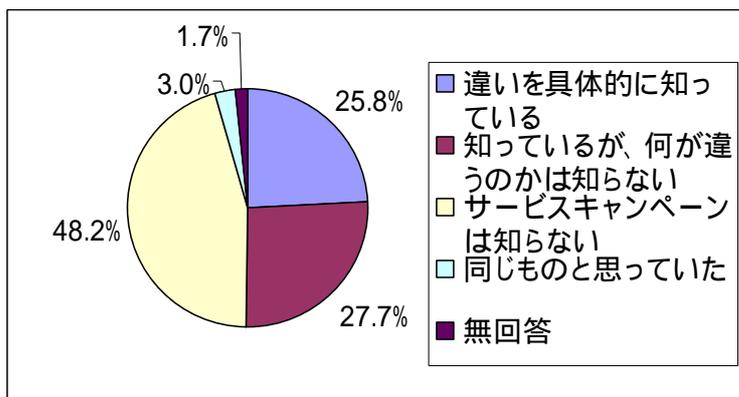
(職種別)

自営業主・ 家族従事者	管理・専門 技術職	事務職	販売・サービス・ 労務職	主婦	無職	計
112人	209人	169人	102人	240人	141人	973人

< アンケート結果の概要 >

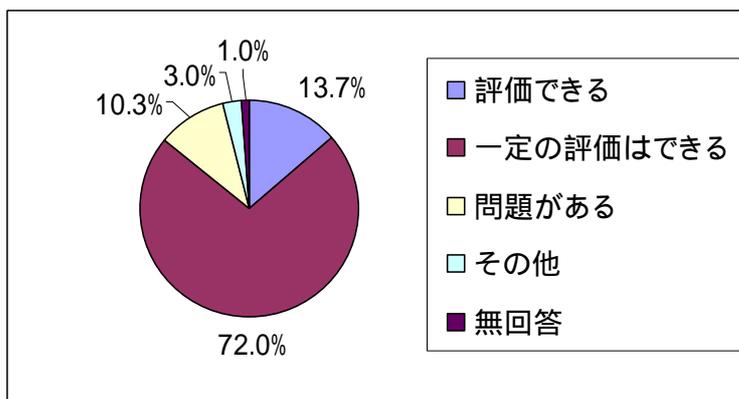
・ リコールの認識度【課題 1】(問 26)

リコールとサービスキャンペーンの違いについては、「違いを具体的に知っている」と回答した方が 25.8%、「知っているが、何が違うのかは知らない」と回答した方が 27.7% とほぼ同数になった一方、「サービスキャンペーンは知らない」と回答した方が 48.2% となり、ほぼ半数の人はサービスキャンペーンが何かを知らない。



・ リコールのイメージ【課題 1】(問 27)

リコールを発表したメーカーに対するイメージについては、「不具合を積極的に直してくれるので、評価できる」と回答した方が 13.7%、「リコールを実施するような不具合があることは問題だが、事故が未然に防止されるという点では一定の評価はできる」と回答した方が 72.0% となり、リコールを発表したメーカーに対しては一定の評価はする方が多い。

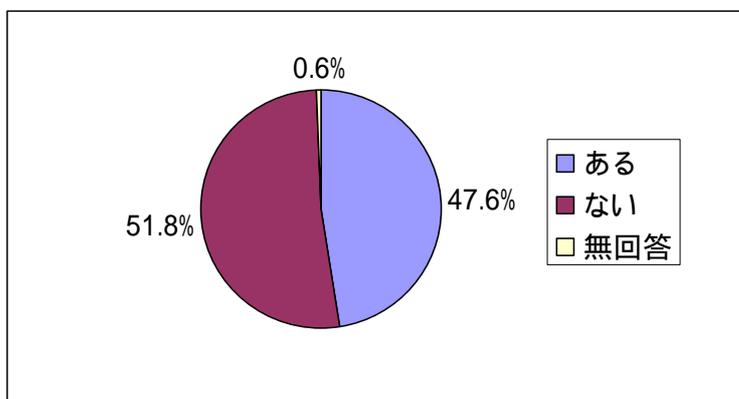


・ リコール措置の際の情報提供について【課題 2】(問 19～問 21)

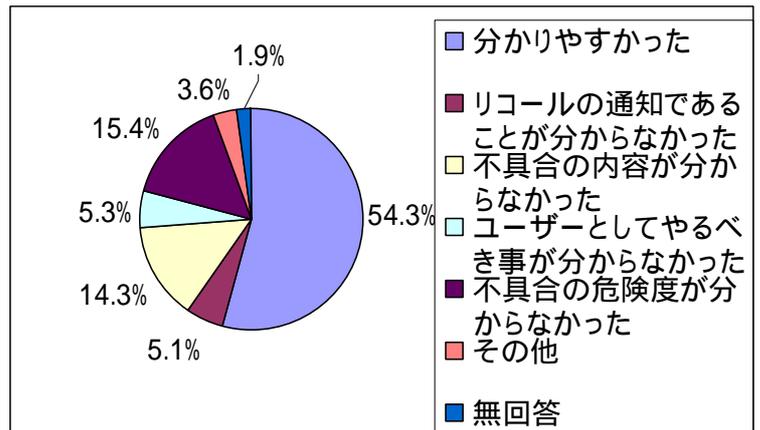
リコールの通知を受け取ったことがあるかどうかについては、「ある」と回答した方が 47.6%、「ない」と回答した方が 51.8% とほぼ半数で分かれた。

通知の内容については、「リコール」と回答した方が 80.1%、「改善対策」と回答した方が 24.1%、「サービスキャンペーン」と回答した方が 20.1% の順番となった。

通知の内容のわかりやすさについては、「分りやすかった」と回答した方が 54.3%

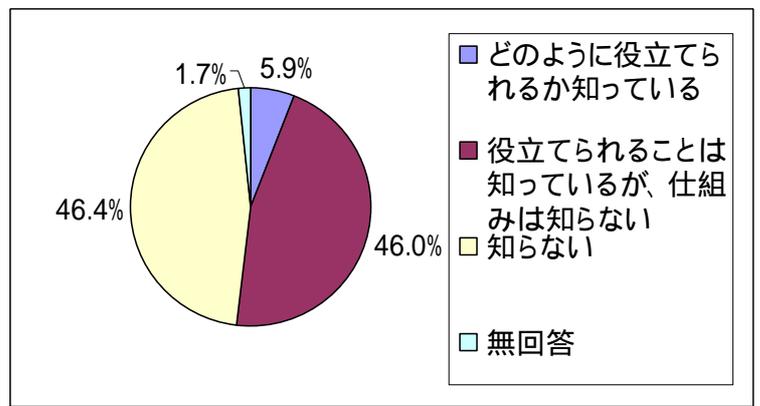


と半数となったものの、「不具合の内容が分らなかった」と回答した方が14.3%、「不具合の危険度が分らなかった」と回答した方が15.4%と、分りにくいところがあると考えている方もいる。



・ 不具合情報について【課題2】(問18、問25、問36～問38)

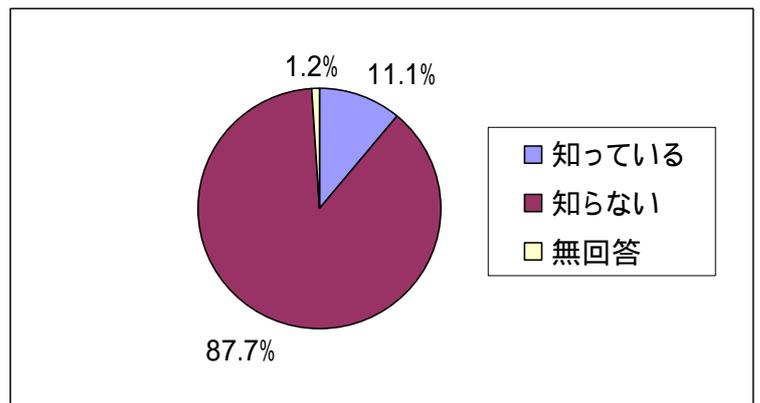
故障や不具合の情報がメーカーの設計改善やリコールにどのように役立てられるかについては、「役立てられることは知っているが、仕組みは知らない」と回答した方が46.0%、「知らない」と回答した方が46.4%と大きく2つに分かれた。ディーラーの故障修理や不具合の相談の情報が自動車メーカーの設計基準やリコールにどのように役立てられるかについては、あまり知られていない。



また、自動車が故障等を起こした場合の連絡先については、「保険会社」と回答した方が64.6%、「ディーラー(自動車販売店)」と回答した方が60.2%となった。

(自動車不具合情報ホットラインについて)

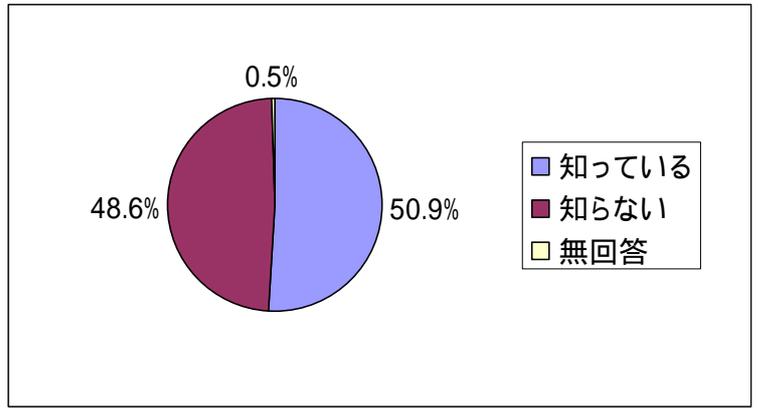
自動車不具合情報ホットラインの認知度については、「知っている」と回答した方が11.1%と低い割合となった。



また、国土交通省がより良い情報をより多く頂けるように改善すべきところについては、「ユーザーへの周知」と回答した方が67.6%と半数を超え、より一層ユーザーへの周知をする必要がある。

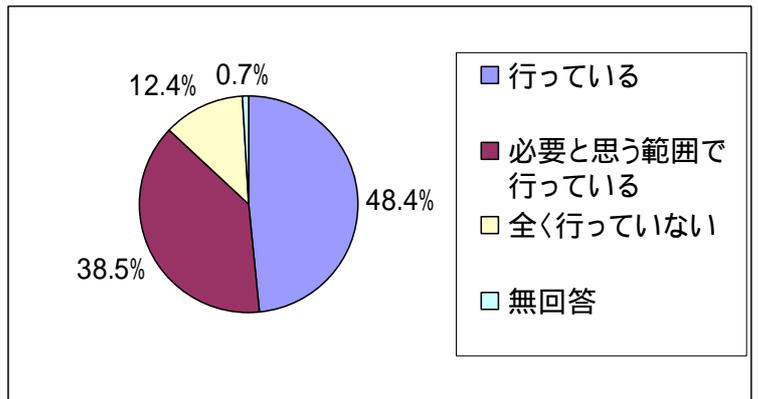
(メーカーのお客様相談窓口について)

メーカーのお客様相談窓口については、「知っている」と回答した方が50.9%に止まり、半数は超えているものの、あまり知られていない。

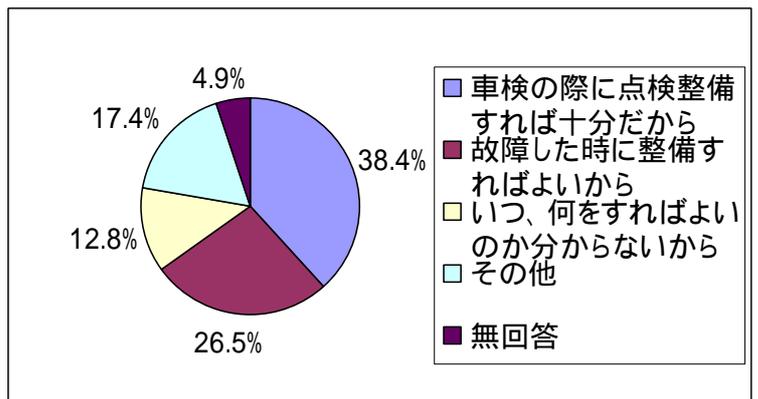


・ 点検整備意識及び実態【課題4】(問8～問9)

車検時以外の点検整備については、「行っている」と回答した方が48.4%、「必要と思う範囲で行っている」と回答した方が38.5%、「全く行っていない」と回答した方が12.4%となった。

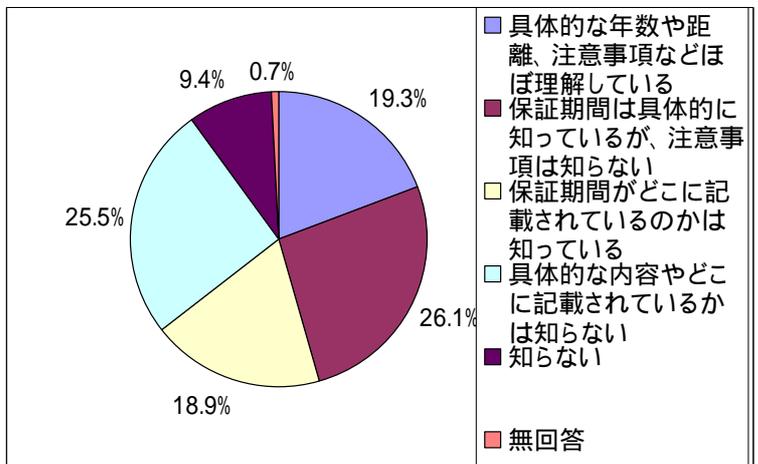


車検時以外の点検整備を行わない理由については、「車検の際に点検整備すれば十分だから」と回答した方が38.4%、「故障した際に整備すればよいから」と回答した方が26.5%、「いつ、何をすればよいのか分からないから」と回答した方が12.8%となった。

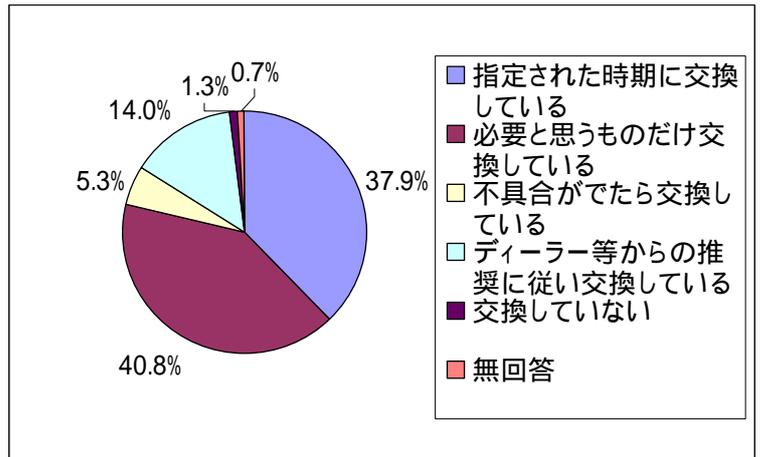


・ 保証修理・定期交換部品の認識度や実態【課題4】(問10～問11)

保証期間については、「具体的な内容やどこに記載しているかは知らない」と回答した方が25.5%、「知らない」と回答した方が9.4%となり、約3分の1の方が保証期間の具体的な内容を知らない。

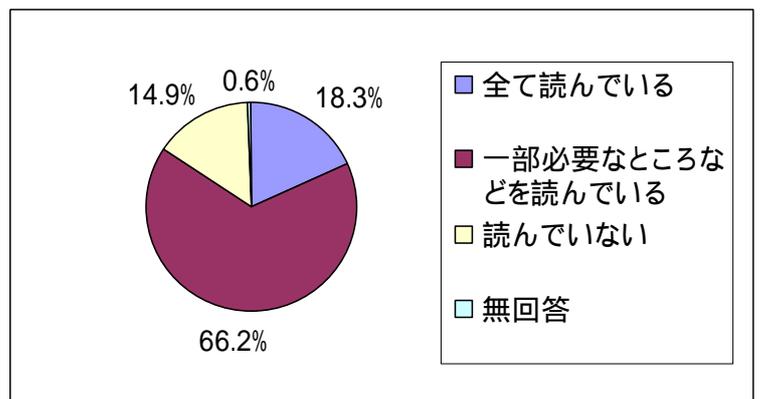


定期交換部品、オイル等の油脂類の交換については、「指定された時期に交換している」と回答した方が37.9%、約4割の方が適切に定期交換部品、オイル等の油脂類の交換をしている。また、「必要と思うものだけ交換している」と回答した方が40.8%、「定期交換部品、オイル等の油脂類を知らないが、車検、定期点検時にディーラ(自動車販売店)等からの推奨に従い交換している」と回答した方が14.0%となり、ほとんどの方が何らかの形で定期的に交換している。

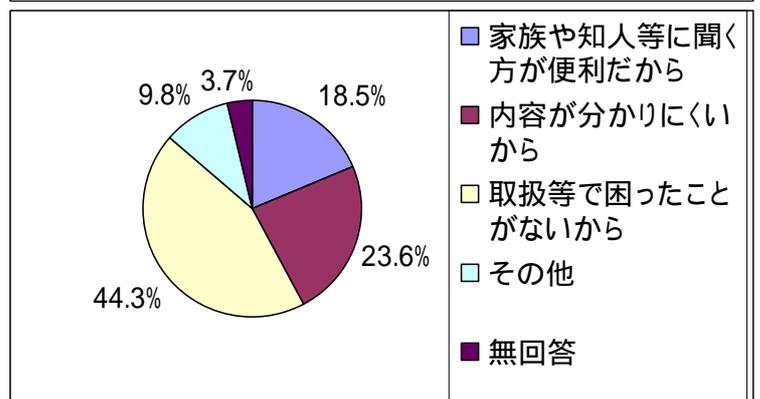


・ 取扱説明書、メンテナンスノート等について【課題4】(問12～問14)

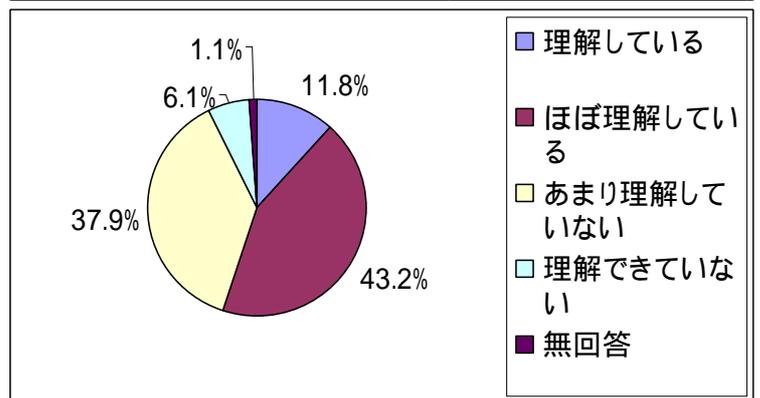
取扱説明書、メンテナンスノートについては、「全て読んでいる」と回答した方が18.3%、「一部必要なところなどを読んでいる」と回答した方が66.2%となり、多くの方が、一部必要なところのみ読んでいる。



全てを読んでいない理由については、「取扱等で困ったことがないから」と回答した方が44.3%と他の理由に比べて多くなった。



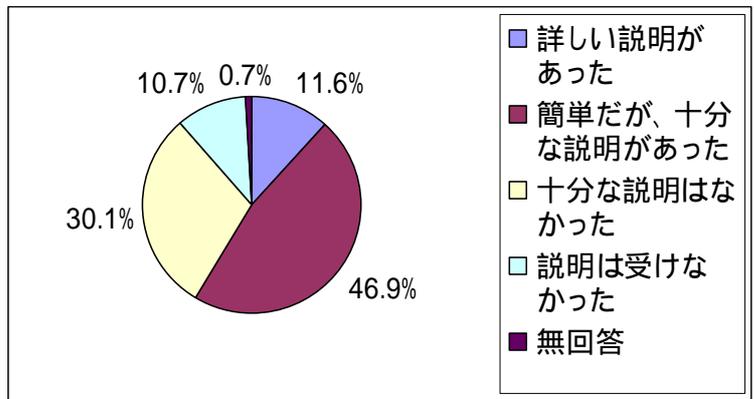
また、取扱説明書及び点検記録整理簿(メンテナンスノート)の理解については、「理解している」と回答した方が11.8%、「ほぼ理解している」と回答した方が43.2%と半数は理解しているものの、「あまり理解していない」と回答した方が37.9%



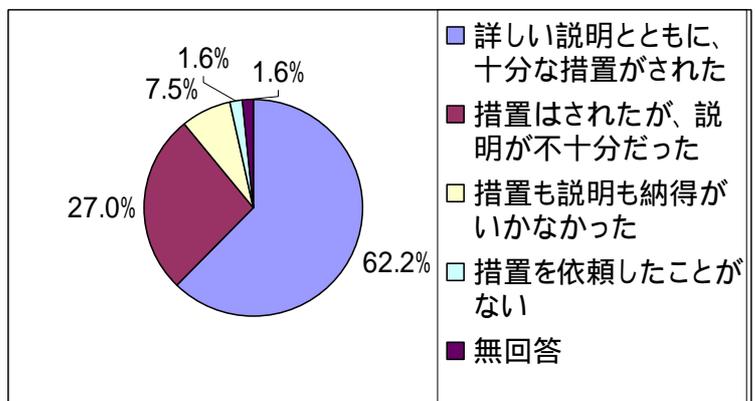
37.9%となり、理解していない方も多い。

・ ディーラーの説明等について【課題4】(問15、問17)

購入時のディーラーからの自動車の取扱いや保守管理についての説明については、「詳しい説明があった」と回答した方が11.6%、「簡単だが、十分な説明があった」と回答した方が46.9%となり、ディーラーからの取扱いや保守管理について十分な説明があったと認識している方が半数に止まる。



故障や不具合に対して、措置を依頼した際のディーラー(自動車販売店)の対応については、「詳しい説明とともに、十分な措置がされた」と回答した方が62.2%であり、「措置はされたが、説明が不十分だった」と回答した方が27.0%に上り、説明不足と感じている方も少なくない。



・ 不具合への対応でのメーカーや国の役割【課題4】(問28～問35)

(メーカーの責任範囲について)

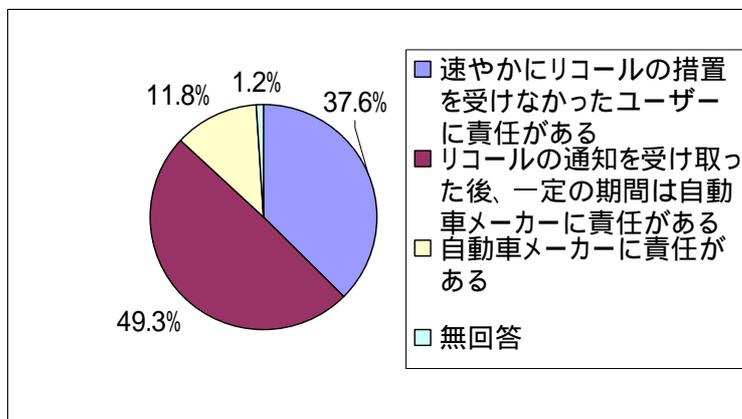
故障や不具合が起こったときのメーカーの責任がない場合は、「ユーザーが改造していた場合」と回答した方が90.9%と多数であり、「ユーザーが自動車メーカーの想定しない使用方法をしていた場合(悪路等の厳しい条件や積載超過)」と回答した方が64.1%、「ユーザーが点検整備をきちんと行っていなかった場合」と回答した方が54.6%、「ユーザーが純正でない部品を使っていた場合」と回答した方が47.7%となった。

また、ユーザーが長期に使用している場合と回答した方(17.0%)のメーカーの責任がないと考える目安の年数は、平均で、重要部品8.9年、その他部品8.8年となった。これらの方は約9年はメーカーの責任で、その後の使用については、ユーザーの責任だと考えている。また、逆に83.0%の方は使用年数に関わらず永久にメーカー責任があると考えている可能性がある。

さらに、ユーザーが長距離使用している場合と回答した方(12.4%)のメーカーの責任がないと考える目安の距離は、平均で、重要部品118,000km、その他部品でも

116,000kmとなった。これらの方は約 120,000kmまではメーカーの責任で、それ以上の使用については、ユーザーの責任だと考えている。また、逆に 87.6%の方は使用距離に関わらずメーカー責任があると考えている可能性がある。

リコール措置を受けなかった場合の責任については、「速やかにリコールの措置を受けなかったユーザーに責任がある」と回答した方が37.6%、「リコールの通知を受け取った後、一定の期間は自動車メーカーに責任がある」と回答した方が49.3%となった。一定の期間については、平均7.3ヶ月。(回答としては6ヶ月が多い。)



(メーカーがリコールを実施すべき場合)

メーカーがどのような場合にリコールを実施すべきかについては、以下のような回答があった。

「全ての場合」

- ・ すべての不具合。(岐阜県、自営業主・家族従事者、40代、男性)
- ・ どんな場合でも必要です。(兵庫県、無職、60代、男性)
- ・ 欠陥部分があればすべて。(東京都、販売・サービス・労務職、70代、男性)

「安全や環境に支障がある場合」

- ・ 自動車の安全運転、運行に支障をきたすと認められた場合速やかに実施すべき。(福島県、無職、70代、男性)
- ・ そのまま放置していれば、いずれ大きな不具合を起こすような場合。(兵庫県、主婦、30代、女性)
- ・ メーカー側が少しでも危険だと思った時。(岡山県、主婦、30代、女性)
- ・ 安全・環境負荷に対する技術的・社会通念上重大な瑕疵がある場合。(長野県、管理・専門技術職、40代、男性)
- ・ 安全、人の命に係るところ全てにおいて。快適性は、対象外。(岡山県、主婦、40代、女性)
- ・ 安全運転に支障がある場合。(山形県、管理・専門技術職、50代、男性)
- ・ 重大な事故につながる恐れが予測される場合。(静岡県、管理・専門技術職、60代、男性)
- ・ 通常の使用方法で自動車を使用しているにも関わらず、事故につながる重大な欠陥があったとき。(福島県、主婦、30代、女性)

「一定数故障や不具合が生じた場合や特定部位に不具合が生じた場合」

- ・ 一定期間に一定件数の故障、不具合が発生した場合。件数は少なくても、人身事故に直結しそうな故障、不具合が報告された場合。外部情報はなくても、自社内の継続検査により今後故障、不具合が発生する可能性が高い場合。(東京都、自営業主・家族従事者、60代、男性)
- ・ エンジン、ブレーキ、トランスミッションなど、自動車の基本構造に関する部品に問題がある場合。(東京都、自営業主・家族従事者、50代、女性)
- ・ 5台以上で同じ箇所不具合が生じた場合。(神奈川県、主婦、20代、女性)
- ・ 経年経過による損耗ではなく、素材や機能に重大な瑕疵並びに欠陥があった場合。(神奈川県、自営業主・家族従事者、60代、男性)

(リコール制度が適切に機能するために必要な取組み)

リコール制度が適切に機能するために重要なのは誰の取組みが必要かについては、1番目に挙げられたものとしては、「国土交通省」と回答した方が22.5%、「自動車メーカー」と回答した方が65.1%となり、メーカーに主な取組みが期待される中、国土交通省に対しても取組みが期待されている。

また、どのような取組みが大切かについては、以下のような回答があった。

「メーカーの取組み(リコールを正確に発表する、品質向上)」

- ・ 自動車メーカーが事実を隠蔽しないこと。(兵庫県、主婦、40代、女性)
- ・ 発生した事例に対して迅速に正確に発表する取組みが必要である。(広島県、管理・専門技術職、40代、男性)
- ・ まずはリコールがおきるような製品を作らない。リコールが起きた場合は隠さずすぐに発表する。(岡山県、主婦、30代、女性)
- ・ 品質保証と安全性の保証。(東京都、無職、70代、男性)

「国の取組み(メーカーやディーラーの監視)」

- ・ 省庁の関与が今以上に必要。(長野県、事務職、30代、女性)
- ・ 当然メーカーが正直にリコールを言い出すのが第一歩ですがそれを促すのも、リコール車をディーラー等へ積極的に持ち込み改善するよう消費者へ働きかけるのも、大切だと思いますが、そういう仕組みを作る！そうするように以って行く！のは国の仕事だと思います。(兵庫県、事務職、40代、女性)
- ・ 管理する国土交通省がしっかりメーカーやディーラーを監視しないとリコール制度はないがしろになる。(宮崎県、自営業主・家族従事者、60代、男性)
- ・ 国土交通省の指導、メーカーの技術の向上。(青森県、販売・サービス・労務職、30代、女性)

「国、メーカー、ユーザーの協力など(それぞれ責任と意識を持つ、協力関係)」

- ・ メーカーはリコール隠しをしない。ユーザーは面倒くさがらずに車を修理に出す。(熊本県、販売・サービス・労務職、20代、男性)

- ・ それぞれの責任と意識を持つ。(島根県、販売・サービス・労務職、40 代、男性)
- ・ 国土交通省とメーカーの綿密な協力体制。(北海道、自営業主・家族従事者、50 代、女性)

「情報提供、情報公開」

- ・ 積極的な周知。(埼玉県、自営業主・家族従事者、60 代、男性)
- ・ 情報公開等の徹底。(福島県、自営業主・家族従事者、30 代、男性)
- ・ ユーザー全員に確実に連絡すること。(新潟県、事務職、40 代、女性)