

2012年12月19日 No. 202

ブリヂストン「建造物の地震対策に関する意識調査」を実施

株式会社ブリヂストンは、これまで20年以上にわたって免震事業を展開し、業界のパイオニアとして、マンション、高層ビルから戸建住宅にいたるまで豊富な実績と信頼を積み重ねて参りました。

今回当社は、東京駅丸の内駅舎への免震ゴム納入（全352基）を機に「建造物の地震対策に関する意識調査」※を外部の調査機関に委託し行ったところ、多くの方が歴史的・文化的建造物や公共建造物について地震対策が必要であると考えていることがわかりました。

また、マンション購入に関しても同様に調査を行ったところ、多くの方がマンション購入の際に建物の耐震性を意識する一方で、大半の方が「免震」・「耐震」・「制震」の違いを十分に理解されていないことがわかりました。

これらの調査結果を踏まえ、当社は、大切な生命と財産を守る免震ゴムの、より多くの皆様に身近に感じて頂くと共に、その普及に努めることが当社に課せられた社会的な使命であるとの認識に立って、今後とも、積極的な普及活動を進めて参ります。

<調査結果概要>

～歴史的・文化的建造物、公共建造物の地震対策に関して～

- 東京駅丸の内駅舎のような歴史的・文化的建造物の地震対策は必要 93.8%
- 歴史的・文化的建造物の地震対策、解体より元の姿活かして 88.6%
- 身近な歴史的・文化的建造物の地震対策、十分出来ている 8.5%
- 公共建造物（官庁・学校・病院）の地震対策 当然必要 49.8%
- 公共建造物の地震対策、国や地方公共団体の補助 積極的に推進するべき 51.8%

～マンション購入と地震対策～

- 東日本大震災以前と比べ、マンションの耐震性重視 88.9%
- 「免震」・「耐震」・「制震」の違いを理解していない 51.8%
- 「耐震等級」の等級や「免震建築物」で地震保険割引に差がある 認知3割
- 免震建造物で購入予算UPの場合の許容額
1位 100万～300万円未満（29.1%）、2位 300万～600万円未満（18.1%）
→購入予算とのクロス分析より、購入予算の6～11%が許容範囲

※調査概要

- ・調査手法：インターネット調査（株式会社マクロミル）
- ・実施期間：2012年10月3日～8日
- ・母集団：本人または配偶者が過去2年以内に新築マンションを購入し、または今後3年以内に新築マンションの購入を予定している国内在住の20代～50代の男女832名（男性421名、女性411名）

調査結果の詳細については、次項をご覧ください。

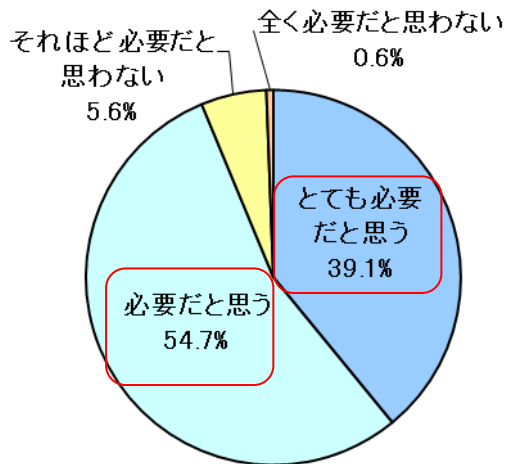
《意識調査の考察 及び データ》

1. 歴史的・文化的建造物等の保全について

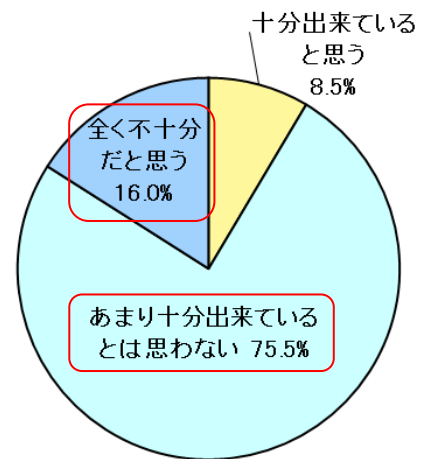
(1) 歴史的・文化的建造物の後世への継承と保全

9割が地震対策の必要性を認識。一方で、回答者の身近にある歴史的・文化的建造物の地震対策が十分なされているという認識は8.5%にとどまり、多くの建造物の地震対策が不十分であると認識。

あなたは東京駅のような歴史的・文化的建造物を後世に伝えて行く取組みをどう思われますか？
(有効回答数=832)



あなたの身の回りの歴史的・文化的建造物に関して、地震対策は万全だと感じますか？(有効回答数=832)

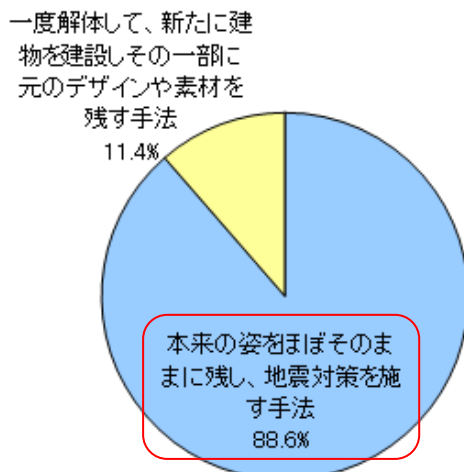


(2) 歴史的・文化的建造物の保全方法、公共建造物の地震対策の必要性

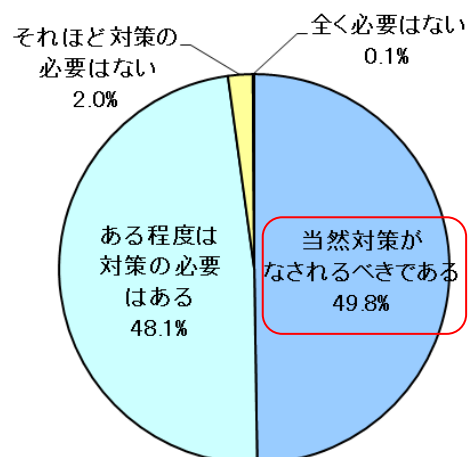
一度解体を行って新たな建物を再建する手法と、東京駅丸の内駅舎の様に既存の建物を活かしつつ地震対策を施工する手法では、8割が後者の方が好ましいと回答。

さらに、学校や病院、官庁などの公共建造物は、地震対策について「当然対策がなされるべき」49.8%と、その必要性への関心の高さが伺える。

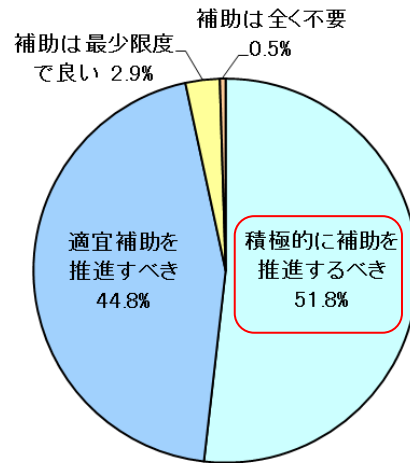
歴史的・文化的建造物の地震対策として代表的な2つの手法のうちどちらが望ましいと思いますか？お考えに最も近い方をお選びください。(有効回答数=832)



公共建造物(官庁・学校・病院等)の地震対策の必要性に関してのお考えをお聞かせください。(有効回答数=832)



公共建造物の地震対策に関して、国や地方公共団体などが補助をして推進する必要があると思いますか？(有効回答数=832)

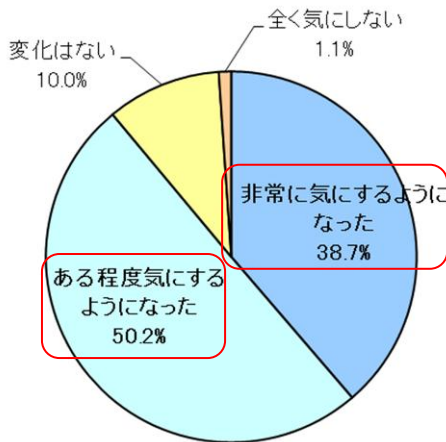


2. マンション構造の地震対策について

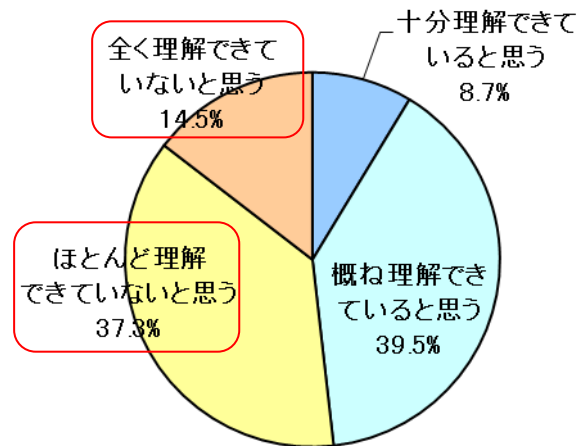
(1) マンション購入時の地震対策及び「免震」構造への関心と理解度

東日本大震災以降、マンション構造の地震対策について、88.9%がより関心を示すようになってきているものの、建物の地震対策として用いられる「免震」・「制震」・「耐震」の違いに関して「全く理解できていない」「ほとんど理解できていない」と答えた回答者は5割を超えている。

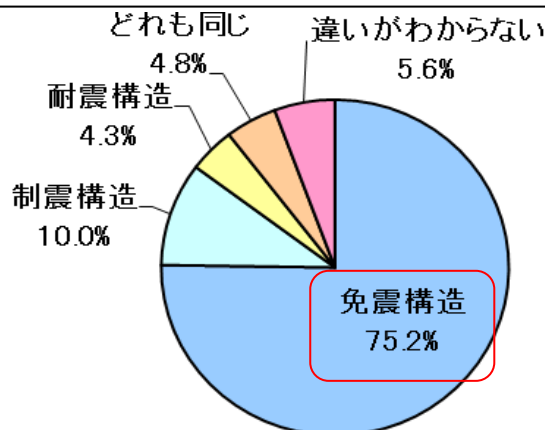
マンションの購入検討する際に、東日本大震災以前に比べてマンション構造の地震対策を気にするようになりましたか？※震災以前に購入した方は、もし今購入するならばと仮定してお答えください。(有効回答数=832)



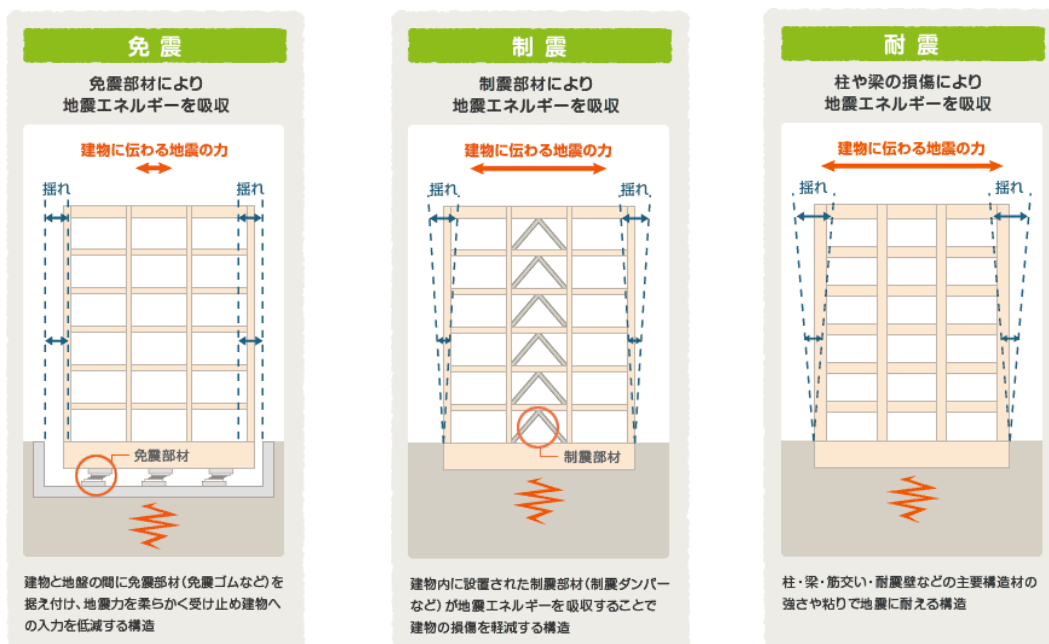
マンションの地震対策構造として用いられている、「免震」・「制震」・「耐震」の違いを理解出来ていると思いますか？(有効回答数=832)



「免震」・「制震」・「耐震」の構造の違いを説明した図があります。これをご覧になって、どの構造が建物の損傷を最小限にし、安全性を保つのに最適だと思われますか (有効回答数=832)



●参考：「免震」・「制震」・「耐震」の説明図

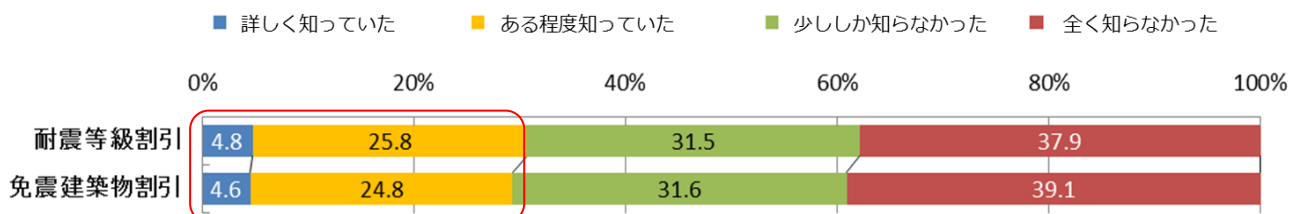


※なお調査実施時には補足を入れておりませんが、上記説明図内の「揺れ」は、地震が発生した場合の実際の揺れ幅を表すものではありません。

(2) 「免震建築物」の地震保険割引率の認知

「地震保険」に関し、住宅の品質確保の促進等に関する法律等の定める「耐震等級数」や「免震建築物」であるか否かにより地震保険割引に差が生じることの認知は3割にとどまる。

耐震・制震建物は耐震等級数により、免震建築物は地震保険でそれぞれ割引になることを知っていましたか？それぞれについてあてはまるものをお答えください。(有効回答数=832)



●参考

<地震保険の割引制度>

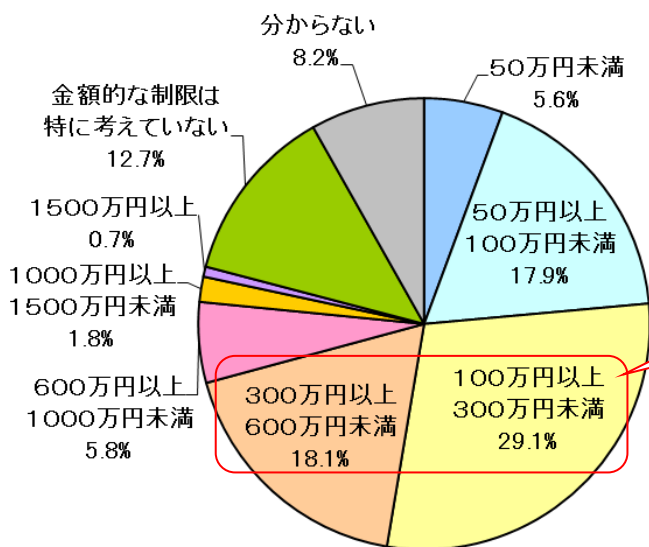
制度	割引の説明	保険料の割引率	参考
耐震等級割引 (ご契約開始日が平成13年10月1日以降)	対象建物が、「住宅の品質確保の促進等に関する法律」に規定する日本住宅性能表示基準に定められた耐震等級(構造躯体の倒壊等防止)または国土交通省の定める「耐震診断による耐震等級(構造躯体の倒壊等防止)の評価指針」に定められた耐震等級を有している場合	耐震等級1	10%
		耐震等級2	20%
		耐震等級3	30%
免震建築物割引 (ご契約開始日が平成19年10月1日以降)	対象物件が、「住宅の品質確保の促進等に関する法律」に基づき「免震建築物」である場合	30%	地震時に免震装置が地震の揺れを吸収することで建物に地震の揺れが伝わりにくい

(財務省ホームページ「地震保険制度の概要」より抜粋)

(3)「免震建築物」のコストアップの許容範囲

「免震建築物」は、地震保険割引率において耐震建築物の最高評価「耐震等級3」と同等の評価を得ているが、国内新築マンションの多数を占める「耐震等級1」と比較して購入金額がアップする。そのコストアップの許容範囲については「100万円以上300万円未満」が約3割、次いで「300万円以上600万円未満」が約2割であり、マンション購入予算とクロス集計してみると購入予算の約6~11%が購入予算UPの許容範囲となった。

建築基準法が定める最低基準の「耐震等級1」と、「耐震等級3」以上に相当する「免震建築物」では性能差に比例して費用差があります。マンションの購入をするにあたり、あなたは構造の性能の差に対して、最低限度のものと比較してどれくらいの差であれば「免震建築物」を購入してもいいと思いますか？
 ※すでに購入している方は、もし今購入するならばと仮定してお答えください。(有効回答数=832)




マンションの購入予算とクロス集計したところ、購入予算に対して約6~11%が免震構造の差異による購入予算UPの許容範囲。

以上


<免震ゴムに関連するお知らせ>

- ・新テレビコマーシャル「TAIYA CAFE 免震ゴム篇」放映開始
 タイヤカフェシリーズで初めてタイヤ以外の製品をテーマに取り上げました。免震ゴムの積層構造を洋菓子のミルフィーユに例えて店長が説明します。
 コマーシャル動画は「TAIYA CAFE WEB」でもご覧いただけます。
<http://www.bridgestone.co.jp/sc/taiyacafe/>
- ・免震ゴム352基を納入したJR東日本「東京駅丸の内駅舎保存・復原工事」が完成
<http://www.bridgestone.co.jp/corporate/news/2012100401.html>



地球のために、ひとつになる。

ブリヂストンが世界共通の環境メッセージとして掲げた「One Team, One Planet」。その意志は、グローバルに展開する一企業として、またその枠をこえてあらゆる人々と、地球のために、ひとつになること。未来のすべての子どもたちが「安心」して暮らしていくために。



ブリヂストンが推進する環境経営活動を表すマーク
 Ecologyの頭文字「e」を環境活動の土台として位置付け、そこから生まれた活動の成果（芽）を「澄み切った空」や「生い茂る木々」としてシンボライズしています。

本件に関するお問合せ先

<報道関係>	広報部	TEL：03-3563-6811
<お客様>	お客様相談室	TEL：0120-39-2936