

日経アーキテクチュア「採用したい建材・設備メーカーランキング2012」
「住宅用火災警報器」部門で、2年連続の第1位。

設置かんたん、学習機能搭載で確実に作動。 ホーチキの住宅用火災警報器



住宅用火災警報器部門
1位

読者を対象に、建材・設備メーカーの製品採用意向等をアンケート調査
(2012年12月10日号)

日経アーキテクチュアが実施した「採用したい建材・設備メーカーランキング2012」。読者が「採用したい住宅用火災警報器メーカー」第1位に選んだのがホーチキだ。昨年に続く連続受賞となる。読者が評価したポイントはどこにあったのか。

機能性の高さに評価が集まる

ホーチキを「採用したい」とした回答者の内訳をみると、過去に採用経験がある人の割合が高い。

なおかつ、特に機能性を評価する声が多いのが特徴だ。実際に使ったうえで、その機能性の高さを実感しているとみられる。

壁付け・電池内蔵で設置・交換がかんたん

ホーチキが製品開発において心掛けているのは「使う人の立場に立ったものづくり」である。

特徴のひとつは、素人でも簡単に取り付けや設定ができること。一般的な住宅用火災警

報器が天井付けであるのに対し、ホーチキの主力機種は壁掛け。天井から30cmほど下に取り付けられれば、火災を感知できるという。電池は内蔵されているので、そのまま取り付ければOKだ。新築時はもとより、約10年おきの交換時も簡単に交換できる。

また、複数の警報器を無線で連動させる機種は、互いを認識させる設定が意外と手間取る。しかし、ホーチキは音声ガイドに従ってボタンひとつを操作するだけ。機械が苦手な人にも簡単だ。

しかも、親器と子器の区別がなく、すべての警報器に再送信機能があり、最適ルートで安定した無線通信を実現している。

高齢者にも確実に伝わる警報を目指す

もちろん、火災警報機としての基本機能にも力を入れている。そのひとつが、業界でもいち早く取り組んだ学習機能だ。部屋によって異なる環境の変化を学習し、適切な感知に役立てる。誤報を最小限に抑えつつ、いざというときは確実に鳴動させるための工夫だ。また、その警報には周波数が変化するスィープ音を採用。高周波音が聞こえにくい高齢者にも配慮した。

ホーチキは2017年で創業100年を迎える。防災メーカーとして培ったノウハウを、安全・安心・快適・便利に暮らせるよう製品へ展開していきたいとしている。

防災・防犯設備工事

住宅用火災警報器

(有効回答数192、企業数16)

順位	昨年	企業名	採用したい 【経験あり+経験なし】	品質				デザイン			コスト			サポート		
				信頼性 が高い	耐久性 が高い	施工性 が高い	省エネ 性能が高い	耐久性 が高い	寸法や 色などが 豊富	特注に 対応して くれる	コスト(バ ンナー) が安い	納入価 格が安い	価格帯 が広い	中々ど の材料 提供が 充実	設計の 柔軟性 が高い	アフター サービス が充実
1	1	ホーチキ	74.5[60.4+14.1]	49.0	14.7	11.9	2.8	3.5	3.5	2.8	13.3	8.4	6.3	9.8	2.1	10.5
2	2	パナソニック	69.3[59.4+9.9]	47.4	13.5	13.5	1.5	20.3	8.3	1.5	15.0	6.8	6.8	18.8	6.8	9.8
3	3	能美防災	55.3[46.4+8.9]	42.5	15.1	14.2	3.8	2.8	4.7	1.9	19.8	8.5	6.6	12.3	5.7	11.3
4	4	ニッタン(旧・LIXILニッタン)	36.9[28.6+8.3]	42.3	14.1	16.9	2.8	1.4	1.4	15.5	16.9	1.4	8.5	7.0	5.6	
5	5	アイリスオーヤマ	29.7[14.1+15.6]	22.8	3.5	8.8	3.5	1.8	3.5	0.0	26.3	17.5	5.3	14.0	0.0	5.3
6	6	沖電気防災	28.6[15.1+13.5]	34.5	12.7	16.4	3.6	3.6	5.5	0.0	12.7	9.1	3.6	14.5	0.0	5.5
7	9	マックス	20.8[13.5+7.3]	20.0	7.5	12.5	5.0	7.5	5.0	0.0	25.0	15.0	5.0	2.5	0.0	5.0
8	7	矢崎総業	20.3[12.5+7.8]	35.9	17.9	15.4	5.1	0.0	5.1	0.0	12.8	10.3	2.6	12.8	2.6	12.8
9	8	ヤマトプロテック	19.8[12.0+7.8]	34.2	18.4	13.2	5.3	7.9	2.6	5.3	10.5	2.6	2.6	10.5	5.3	7.9
10	10	日信防災	14.1[9.9+4.2]	33.3	14.8	18.5	7.4	7.4	3.7	3.7	18.5	7.4	7.4	14.8	0.0	7.4

ランキングの見方

アンケートでは、UBCI(建築工事標準分類)を参考にして、工事種別・製品分野ごとに5~35社を列挙し、それぞれの企業の製品を採用した経験はあるか、今後採用したいかなどを読者に尋ねた。選択肢がない企業名は回答者が追加記入できるようにした。「採用したい」の各欄の数字はすべて有効回答者数に対する割合(%)、

欄外には製品分野ごとの有効回答者数を記載した。回答者の平均年齢は49.3歳、勤務先は一級建築士事務所(62.1%)、建設会社(15.6%)、住宅メーカー(4.4%)など。仕事で関わっている建物(複数回答)は戸建て住宅(63.9%)、集合住宅(51.6%)、店舗・商業施設(48.6%)などだった。

順位	昨年	企業名	採用したい 【経験あり+経験なし】	品質				デザイン			コスト			サポート		
				信頼性 が高い	耐久性 が高い	施工性 が高い	省エネ 性能が高い	耐久性 が高い	寸法や 色などが 豊富	特注に 対応して くれる	コスト(バ ンナー) が安い	納入価 格が安い	価格帯 が広い	中々ど の材料 提供が 充実	設計の 柔軟性 が高い	アフター サービス が充実
1	1	ノゾワ	56.2[47.0+9.2]	47.1	25.0	24.0	5.8	35.6	22.1	6.7	19.2	4.8	8.7	12.5	4.8	
2	4	昭和電工建材	52.5[42.2+10.3]	37.1	21.6	22.7	1.0	40.2	15.5	3.1	14.4	7.2	3.1	10.3	9.3	5.2
3	3	三菱マテリアル建材	47.6[31.9+15.7]	31.8	20.5	13.6	4.5	23.9	10.2	5.7	10.2	6.8	6.8	11.4	10.2	1.1

順位、企業名

調査対象企業のうち、「採用したい」というポイントが高い順に順位として10位まで掲載した。順位は左欄(太字)が今年、右欄が昨年を示す。表中の「-」は、昨年は入選していなかったことを示す。1位企業のポイント(右の項目)は太字で表記した。なお、企業名は2012年8月時点のもの

採用したい

「採用経験があり、今後も採用したい」と採用経験はないが、今後は採用したい」の回答割合をカッコ内にそれぞれ記載し、それらの合計を「採用したい」ポイントとしてカッコの左側に示した。「採用したい」ポイントが同じ場合の順位については、「採用経験があり、今後も採用したい」ポイントの高い順に並べた

採用したいと考える理由

「採用したい」と考えた回答者に対し、採用したい理由を【品質】4項目、【デザイン】3項目、【コスト】3項目、【サポート】3項目の合計13項目の選択肢のなかから複数回答してもらった。表中の数字は、その企業を選んだ人数を分母として算出した割合。下位では回答自体が小さいので、変動幅が大きくなる傾向がある

調査概要

【調査対象】「日経アーキテクチュア」読者、「日経ホームビルダー」読者、「ケンブリッジ」会員から、一級建築士や住宅建設の実務者を中心に5万1783人を無作為抽出。「日経アーキテクチュア」読者は8296人、「日経ホームビルダー」読者は3000人、「ケンブリッジ」会員は4万487人【調査方法】インターネット調査。調査協力依頼は、雑誌読者には郵便または電子メールで、ケンブリッジ会員には電子メールで行い、回答はインターネットで受け付けた。【調査対象分野】企業数【各種団体・メーカーリストなどに基づき、「日経アーキテクチュア」「日経ホームビルダー」が選定。両誌を合わせると53製品分野、延べ866社【調査期間】2012年9月18日~10月2日【調査項目】(1)その企業の製品の採用経験(2)その企業の製品の採用意向(3)採用したい理由(4)回答者の属性など【回答者】有効回収数は2170件。そのうち、「日経アーキテクチュア」の集計ベースは、「一級建築士」の資格保持者1627人。「日経ホームビルダー」の集計ベースは「戸建住宅」に関わる実務者1423人【調査機関】日経BPコンサルティング

お問い合わせ

ホーチキ株式会社

住宅設備部

03-3444-4192

お問い合わせ受付時間は9時30分~17時
年末年始他、当社が定める休業日を除く

※本広告は日経アーキテクチュア2013年3月25日号に掲載したものです。