

巻頭言

安全のまじな絆

明治大学理工学部 向殿 政男

私たちを取り囲んでいる世界的な大きな変化、例えば、少子・高齢化、グローバル化、IT化等々の制度的、技術的な面での色々な潮流については、言われ久しいものがあります。それに加えて、この度の東日本大震災、すなわち地震・津波・原子力発電事故という未曾有の三重重大災害は、私たち日本人の心情をどのように変えたのでしょうか、または変えるのでしょうか。昔から、最も大事にすべき価値観は、モノを所有することでもなくお金をもつことでもなく、心の安らぎを大事にし、人間同士が信頼観をもって生活することである、とは言われ続けて来ましたが、わが国は決してその方向には向いているとはいえませんでした。今回の大災害を経験して、このような考え方が強くなり、わが国における新しい潮流になってくる、新しい社会制度を築き上げるほどの力になってくる、そういう予感がないわけではありません。未曾有の経験は時代を変えるからです。そう信じたいと思いますし、元へ戻ってしまうほど知恵がないとは思いたくありません。今回、皆が気が付いたことは、わが国がこれまで地域で大切に育んできた絆、繋がりが忘れ去られようとしつつあったが、まだしっかりと残っていて、今回その大切さが改めて分かったこと、及び、これまであまり考えてこなかった安全について改めて考えさせられたという点ではないでしょうか。

絆、繋がりととは本来は心の問題ですが、これを制度的、時間的、情動的、技術的な面からも考えてみましょう。今回の大災害で、改めて、組織としての繋がりが、通信としての繋がりが問題となりました。地域住民同士としては横に繋がりをもちことが出来たかもしれませんが、現場と県とが繋がっていたのか、県と政府とが繋がっていたのか等を考えると、明らかに組織としての縦の繋がりに欠陥があったと言わざるを得ません。政府のトップの人的な決断力と責任感の欠如はもとより、緊急時には足かせとなり、遅々として進まない旧態然の役所の制度等々、残念ながらトップと現場とが繋がっていたとはどうしても思えません。原

子力発電所事故でも、死に物狂いで活動している現場の感覚と、事業者のトップの当事者意識としての感覚の乖離は、社内体制としても心情としても繋がっていた、連携があったとは思えませんでした。また、体験と知恵は歴史的、時間的に繋がっていたのでしょうか。津波の悲劇は繰り返されているはずですが、数百年前からの言い伝えという歴史的、時間的つながりが忘れ去られつつありました。この繋がりを忘れずに助かった例があったことも明らかにされていますので、この重要性を強調しない訳にはいきません。一方、通信としての繋がりは、阪神・淡路大震災でほとんど役に立たなかったインターネットは、今回はツイッターをはじめ緊急時にもその威力を発揮しています。津波の状況や福島原発の現状を世界に発信するインターネットの威力は、世界的な絆と連携に大いに貢献しています。緊急時の携帯や通信システムの在り方には、連携の道具の信頼性として技術的課題のあることも良く分かりました。

さて、ここで安全と繋がりが連携の関係について考えて見たいと思います。安全の分野は、災害防止から製品安全まで幅広いものがありますが、ここでは、住宅関連の製品・部品や設備の安全に限って、各種の繋がりが連携を考えてみましょう。製品や設備の安全は、顧客の要望・望みを十分に把握した後に、技術的な設計から始まります。ここで、使用者の注意による安全よりは、施設・設備側の安全化を優先させること、その中でも最も上流の安全設計を優先させるべきであるという時間的順序は、既に安全に関する世界の常識になっています。安全設計で重要なことは、リスクアセスメントに基づく未然防止策です。特に、スリーステップメソッド、すなわちまず本質的安全設計によるリスクの低減、次に安全防護や安全装置によるリスクの低減、最後が使用上に情報の提供によるリスクの低減、という時間的な順序が重要です。安全に関する常識のもう一つは、絶対に安全であるということはありません、必ずリスクが残り、顧客はそのリスクの存在を

自覚して安全に使う責任があるということです。そのためには、設計者や製造者、及び販売者は、そこに存在する残留したリスクの情報を利用者である顧客に確実に伝える責任があります。しかも、リスクがゼロでない以上、事故は常に起きる可能性はあります。事故や不具合、ヒヤリハットの情報を、時代と共に変わる顧客の要望も含めて、確実に把握するフィードバックの制度を持っていなければなりません。そして、事故があった場合には迅速に、真摯に対応して、社会に通知するとともに再発防止につなげなければなりません。経済産業省では毎年、製品安全対策優良表彰制度を設けて、優れた体制で製品安全対策を施している企業を表彰しています。その評価の視点は、以下の4点です。すなわち、安全な製品を製造・販売するための取り組み、製品を安全に使用してもらうための取り組み、出荷後に安全上の問題が判明した際の取り組み、製品安全文化構築への取り組みです。ここでは、安全を作り、伝え、使ってもらうための連携が、すなわち、安全技術、リスク情報、リスクコミュニケーション等の連携と共にそのための制度が築かれ、実施されているかが問われています。

企業やメーカーは、これまで製品の“安全”の作り込みに重点を置いてきました。安全は客観的に数量的に把握し、科学的に実現することを目標としています。一方、顧客は“安心”を求めているのです。顧客は消費者の目線からものの善し悪しを判断し、心配なく使えるか、心になごむか、誇りを持って使っていけるか否か等々、主として安心を主眼に価値判断をしています。安心とは、ほとんどが主観的判断です。個人により、文化により、時代によって変わっ

て来ます。安全と安心とをつなぐのは、“信頼”以外に道はないでしょう。製品が安全に設計・製造されているということを前提に、その製品を製造し、販売し、設置した人間や組織を信頼することで、初めて安全は安心に結びつきます。信頼は、良い情報も悪い情報を包み隠さず公開し、事故や不具合があった時には、迅速に、真摯に対応して、改善に結び付けて行くという地道な活動を通して、初めて、しかも徐々に勝ち得て行くものです。信頼はブランドそのものです。この時、安全・安心を得るのに大事なことは、サプライチェーン全体、すなわち製品の設計、部品の購入、工場での製品の生産・組み立て、製品の流通・販売、設置という流れのすべて、更には、どのような顧客がどのようなサービスを望み、製品・設備はどのように使用され、どのような保守状態にあり、買い替えや廃棄はいつ頃か等のライフエンドまで把握しておく必要があるということです。そして、主観的で個性を持つ顧客の要望に個別に応えることです。部品の購入先や工場に対する上流へのトレーサビリティ、使っている人の顔が見えるような下流へのトレーサビリティが基本となります。これを安全の絆と呼びたいと思います。ここには、心の絆もあり、情報の絆もあり、時間的、技術的、制度的な絆もあります。幸いなことに、住宅製品関連の業界は製造メーカーと施工業者、及び顧客とが密着に連携することが可能な、共同でそれぞれの個性に合った製品や設備を作り上げて行くことが可能は環境にあります。やろうと思えば安全の絆が築ける有利な業界です。新しい価値観に向けて動きだした世界にいち早く気づき、率先して実施する、そしてそれが最も望まれる業界であると思います。



快適リビングを目指して

For the Comfortable Living

ALIA

3
2012

vol.127

Association of Living Amenity

(社)リビングアメニティ協会

NEWS

