

ベターリビング相談年報 2013

2012（平成 24）年度の相談受付状況報告書

一般財団法人 ベターリビング
カスタマーセンター



はじめに

「ベターリビング相談年報 2013」は、一般財団法人ベターリビングお客様相談室において、最近の10年間及び2012（平成24）年度に受け付けた相談について相談者や相談内容等の項目によりデータを分析し、相談受付け状況としてまとめました。

また、具体的な相談事例として、B L 部品のアフターサービスに関する相談、B L 部品の認定情報や認定制度に関する相談を一部取り上げ掲載しました。

当財団では、相談業務を通じ入手したユーザー等からの貴重な意見や考え方を、新規部品開発や認定基準の見直し、試験方法の改正など、さまざまな形でフィードバックしていきたいと考えております。

本報告書が、住宅及び住宅部品に係る方々のお役に立つことができれば幸いです。

2014年1月
一般財団法人 ベターリビング
カスタマーセンター

目 次

1	相談受付の動向	ページ
1-1	年度別受付件数の推移	1
1-2	相談内容の推移	2
1-3	相談者の推移	3
2	2012（平成 24）年度の相談受付状況	
2-1	相談内容の内訳	4
2-2	相談者の内訳	5
2-3	相談者と相談内容の内訳	6
2-4	アフターサービス相談の内訳	7
2-5	アフターサービス相談の受付形態	8
2-6	対応処理	9

3 2012（平成 24）年度の相談事例

No.	相談者	相談内容	品目	
1	エンドユーザー	アフターサービス	ガス給湯機	10
2	エンドユーザー	アフターサービス	物置ユニット	
3	エンドユーザー	認定情報	キッチンシステム	11
4	中間ユーザー	アフターサービス	郵便受箱	
5	中間ユーザー	アフターサービス	暖・冷房システム	12
6	中間ユーザー	認定情報	サッシ	
7	中間ユーザー	認定制度		13
8	メーカー	認定制度		

2012（平成 24）年度相談受付状況報告

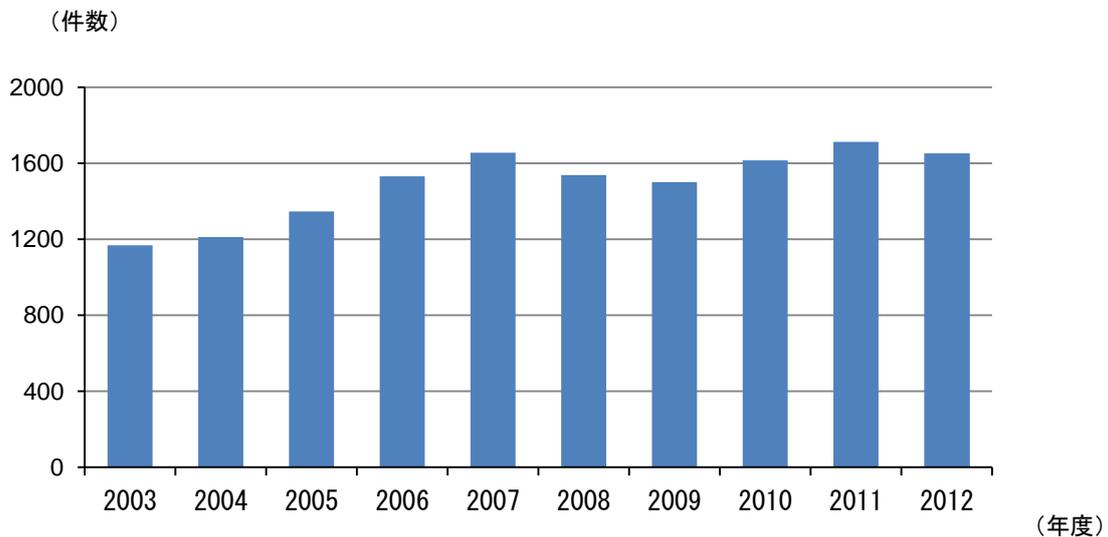
1. 相談受付の動向

当相談室において 2003（平成 15）年度から 2012（平成 24）年度の 10 年間に受け付けした相談について、各年度の相談件数を相談内容または相談者の属性で分析しました。

1-1 年度別受付件数の推移

2006（平成 18）年度以降、1,500～1,700 件の横ばい

2006（平成 18）年度以降の年間相談件数は 1,500～1,700 件内で推移しています。2012（平成 24）年度の相談件数は 1,653 件、月の平均相談件数は 138 件でした。



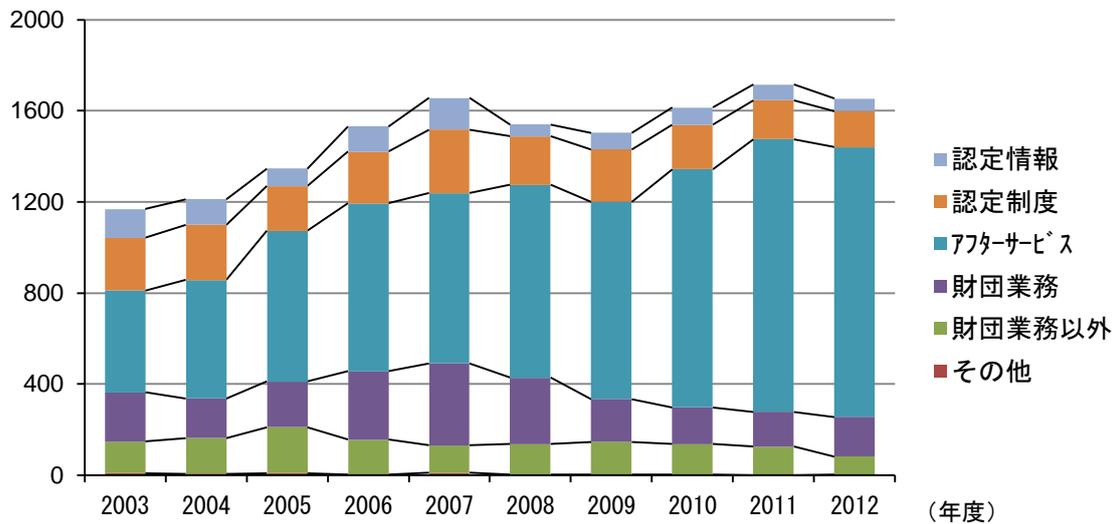
年度 件数	2003 (H15)	2004 (H16)	2005 (H17)	2006 (H18)	2007 (H19)	2008 (H20)	2009 (H21)	2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)
相談件数	1168	1212	1346	1532	1656	1540	1503	1615	1715	1653
月平均件数	97	101	112	128	138	128	125	135	143	138

1-2 相談内容の推移

「アフターサービス」相談が増加傾向

相談内容別では、「アフターサービス」に関する相談が最も多く、増加傾向にあります。これは、2000年以降のBLマーク証紙にお客様相談室の電話番号を表記したことから、製品の不具合等の際にBLマーク証紙を手がかりに当財団に電話をする件数が増加していると推察されます。「認定情報」、「認定制度」については減少傾向にあります。

【相談内容】	
・ 認定情報	BL部品の認定等に関する問合せ、部品選定の相談など
・ 認定制度	BL制度及び認定基準等に関する問合せ、認定申請など
・ アフターサービス	BL部品の不具合による修理・点検、パーツ入手に関する問合せなど
・ 財団業務	BL認定制度以外の財団の業務に関する問合せ
・ 財団業務以外	上記以外のもの
・ その他	個人情報に係る問合せ、苦情



内容 年度	認定情報	認定制度	アフターサービス	財団業務	財団業務以外	その他	合計
2003 (H15)	126	231	447	216	139	9	1168
2004 (H16)	112	243	520	174	158	5	1212
2005 (H17)	76	197	662	201	202	8	1346
2006 (H18)	111	228	737	300	154	2	1532
2007 (H19)	138	280	747	361	120	10	1656
2008 (H20)	52	213	847	292	133	3	1540
2009 (H21)	73	230	866	188	144	2	1503
2010 (H22)	76	195	1047	161	135	1	1615
2011 (H23)	69	171	1197	153	125	0	1715
2012 (H24)	54	158	1186	174	80	1	1653

1-3 相談者の推移

「エンドユーザー」からの相談が増加傾向

相談者別では、「エンドユーザー」からの相談が最も多く、増加傾向にあります。

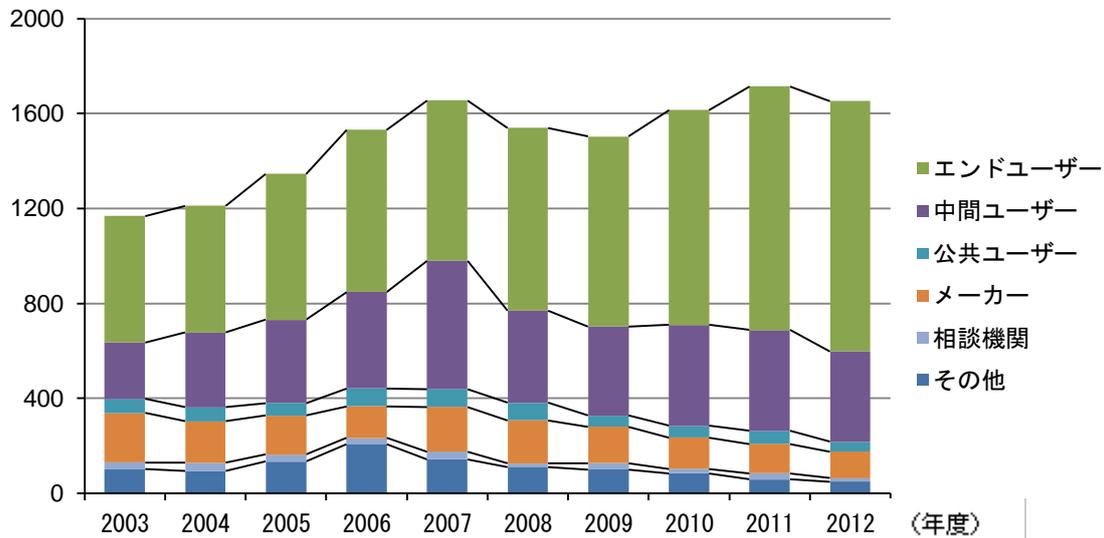
「エンドユーザー」が使用している住宅部品に貼付されているBLマーク証紙を手掛かりにして製品の不具合や取り扱いに関する相談が増加していると推察されます。

「メーカー」からの相談は減少傾向にあります。

【相談者】

- ・ エンドユーザー 消費者（住宅部品を使用しているユーザー）
- ・ 中間ユーザー 設計事務所、建設会社等（住宅部品を発注する立場のユーザー）
- ・ 公共ユーザー 公団、地方自治体など（公共住宅等を供給する事業主体）
- ・ 相談機関 国民生活センター、地方消費者センターなど（公共相談機関）
- ・ メーカー 住宅部品メーカーなど
- ・ その他 住宅部品および住宅の関連団体、マスコミなど上記以外

（件数）



相談者 年度	エンド ユーザー	中間 ユーザー	公共 ユーザー	メーカー	相談機関	その他	合計
2003 (H15)	533	238	59	208	28	102	1168
2004 (H16)	534	316	59	174	36	93	1212
2005 (H17)	615	351	52	165	29	134	1346
2006 (H18)	684	406	76	133	27	206	1532
2007 (H19)	676	541	75	188	33	143	1656
2008 (H20)	770	389	73	182	15	111	1540
2009 (H21)	800	375	47	154	27	100	1503
2010 (H22)	906	425	49	132	19	84	1615
2011 (H23)	1027	425	55	124	25	59	1715
2012 (H24)	1055	381	42	111	15	49	1653

2. 2012（平成 24）年度の相談受付状況

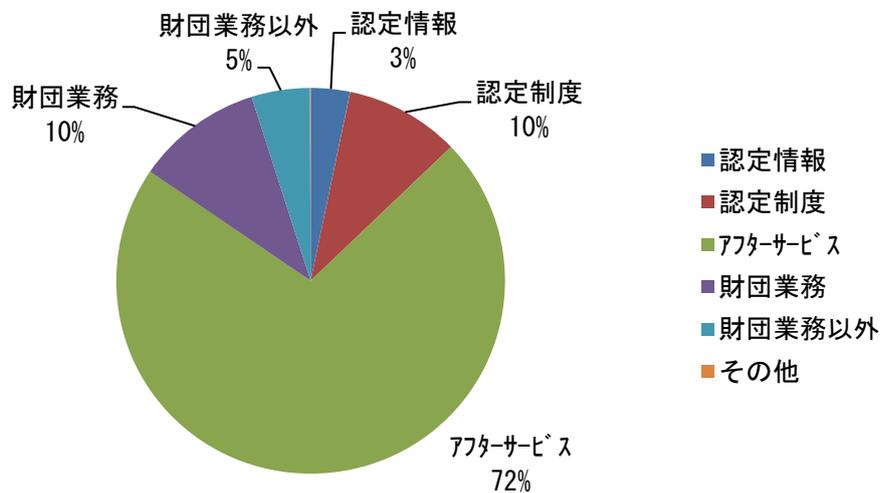
2012（平成 24）年度に受け付けた相談について、相談内容、相談者等について集計・分析し、また、最も多いアフターサービス相談については詳細な分析をしました。

2-1 相談内容の内訳

「アフターサービス」相談が7割

相談内容では、「アフターサービス」相談が最も多く7割を占めました。

次いで、「認定制度」、「財団業務」が各々1割となりました。



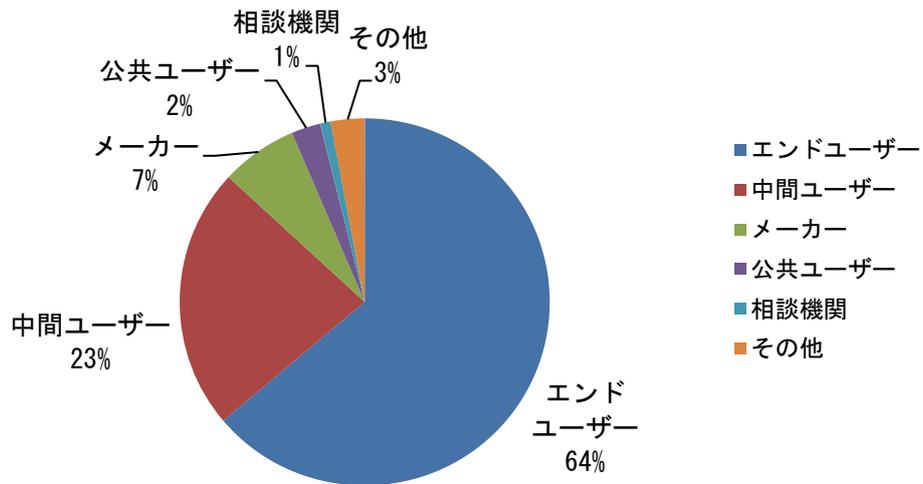
相談内容	件数	%
認定情報	54	3%
認定制度	158	10%
アフターサービス	1186	72%
財団業務	174	10%
財団業務以外	80	5%
その他	1	0%
合計	1653	100%

2-2 相談者の内訳

「エンドユーザー」からの相談が6割

相談者では、「エンドユーザー」からの相談が最も多く6割を占めました。

次いで、「中間ユーザー」からが2割、「メーカー」、「公共ユーザー」の順でした。



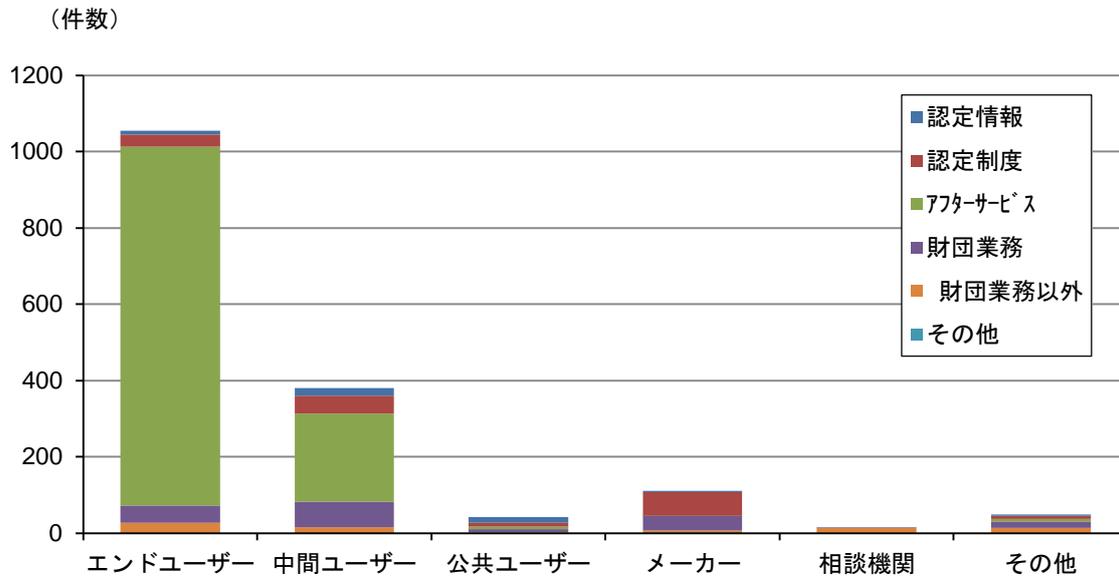
相談者	件数	%
エンドユーザー	1055	64%
中間ユーザー	381	23%
メーカー	111	7%
公共ユーザー	42	2%
相談機関	15	1%
その他	49	3%
合計	1653	100%

2-3 相談者と相談内容の内訳

『「エンドユーザー」からの「アフターサービス」相談』が全体の半数を超える

相談者と相談内容をクロス集計してみると、「エンドユーザー」からの「アフターサービス」に関する相談が最も多く、相談全体の半数を超えました。

次いで「中間ユーザー」からの「アフターサービス」に関する相談が1割ありました。



相談者 相談内容	エンド ユーザー	中間 ユーザー	公共 ユーザー	メーカー	相談機関	その他	合 計
認定情報	11 (1%)	21 (1%)	15 (1%)	4 (0%)	0 (0%)	3 (0%)	54 (3%)
認定制度	32 (2%)	47 (3%)	10 (1%)	61 (4%)	0 (0%)	8 (0%)	158 (10%)
アフターサービス	940 (57%)	230 (14%)	7 (0%)	1 (0%)	0 (0%)	8 (0%)	1186 (72%)
財団業務	44 (3%)	68 (4%)	8 (0%)	37 (2%)	1 (0%)	16 (1%)	174 (10%)
財団業務以外	28 (2%)	14 (1%)	2 (0%)	8 (0%)	14 (1%)	14 (1%)	80 (5%)
その他	0 (0%)	1 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (0%)
合 計	1055 (64%)	381 (23%)	42 (2%)	111 (7%)	15 (1%)	49 (3%)	1653 (100%)

2-4 アフターサービス相談の内訳

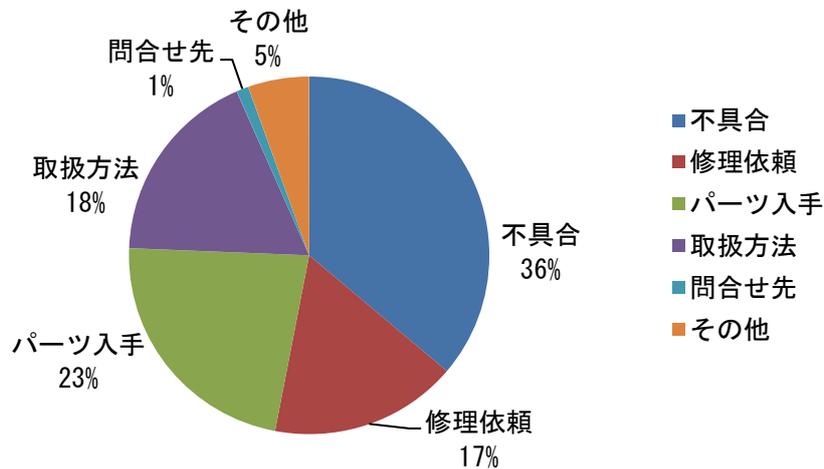
BL部品の「不具合」や「修理依頼」の相談が半数

「エンドユーザー」から8割、「中間ユーザー」から2割

「アフターサービス」相談の内容は、製品の故障等の「不具合」と「修理依頼」をあわせるとアフターサービス相談の半数を占めます。具体的な相談内容等については、「3.2012（平成24）年度の相談事例」（P.10～）を参照下さい。【事例 No.1】

製品を構成する一部を取り寄せしたい等の「パーツ入手」相談が2割【事例 No.2, 5】、操作方法などの「取扱方法」相談が2割ありました。【事例 No.4】

また、相談者の内訳は、「エンドユーザー」からが約8割（940件）、「中間ユーザー」からが約2割（230件）でした。



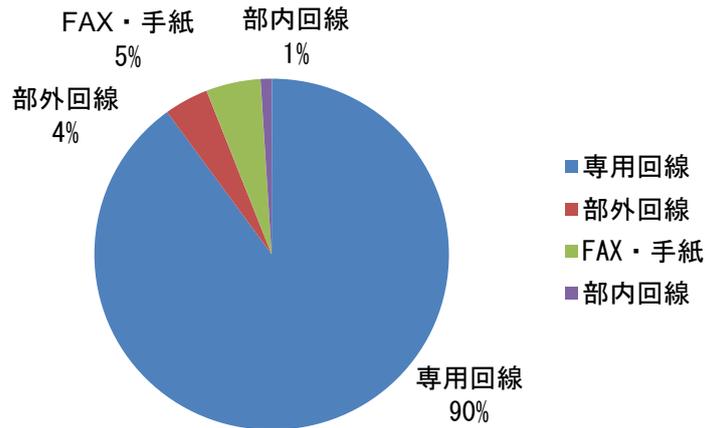
相談内容内訳	件数	%
不具合	429	36%
修理依頼	200	17%
パーツ入手	268	23%
取扱方法	211	18%
問合せ先	13	1%
その他	65	5%
アフターサービス相談 合計	1186	100%

2-5 アフターサービス相談の受付形態

ほとんどが「BLマーク」を手掛かりに「専用回線」で受付

アフターサービス相談の対応の際に、何を手掛かりに電話をかけたのかたずねたところ、BLマーク証紙を見て電話をかけたと確認できたものがほとんど（1156件、97%）でした。

よって、「専用回線」であるBLマーク証紙に記載されているお客様相談室の電話番号（03-5211-0680）で受け付けした相談が9割ありました。



受付形態	件数	%
専用回線	1067	90%
部外回線	48	4%
FAX・手紙	59	5%
部内回線	12	1%
アフターサービス相談 合計	1186	100%

BLマーク証紙の表示例

【BLマーク証紙】



【BL-bsマーク証紙】



- 1 : BL-bs 部品の特長を端的に表す語句
- 2 : BL-bs 部品の特長に関する具体的な性能等を表す語句
- 3 : 品名 (BLマーク証紙の区分等を表す名称)

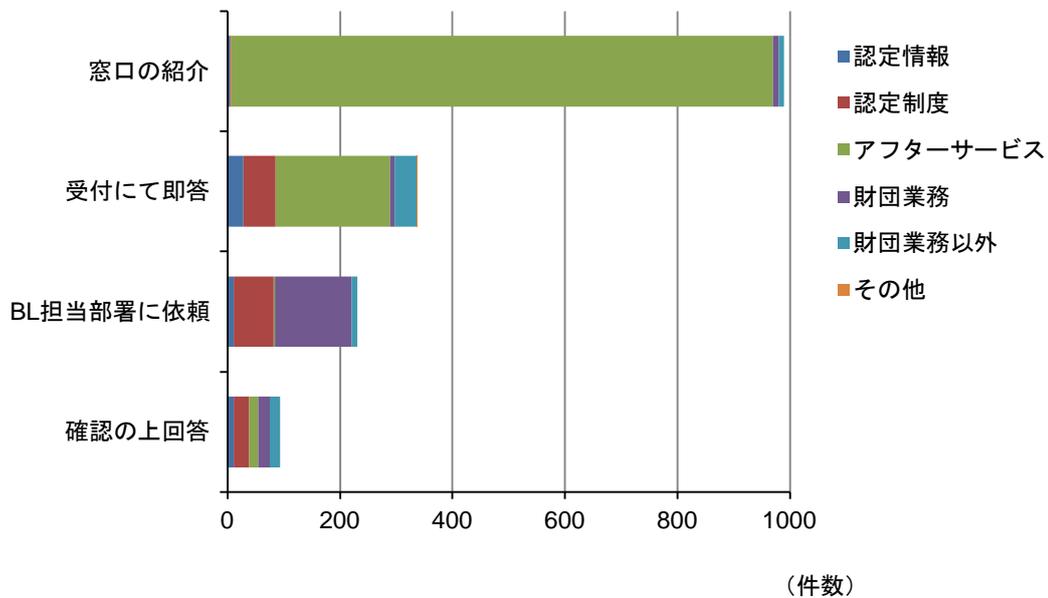
2-6 対応処理

「窓口の紹介」が全体の6割

当相談室にて受け付けした相談について、その対応・処理方法について4に分類しました。最も多い対応は、主に「アフターサービス」相談に対応するもので、対象製品のメーカーの相談窓口等の紹介をする対応「窓口の紹介」が6割ありました。

上記の「窓口の紹介」以外で相談室の受け付け（ワンストップ）での対応「受付にて即答」が2割ありました。

次いで、当財団内の各業務について問合せ等で各部署の担当者に対応を依頼したもの「担当部署に依頼」、相談室にて即答することが難しく調査等を実施し確認してから対応したものの「確認の上回答」の順でした。



相談内容 対応	認定情報	認定制度	アフター サービス	財団業務	財団業務 以外	その他	合計
窓口の紹介	4	3	963	10	10	0	990 (60%)
受付にて即答	28	57	204	8	40	0	338 (20%)
担当部署に依頼	11	71	2	136	11	1	231 (14%)
確認の上回答	11	27	17	20	19	0	94 (6%)
合計	54	158	1186	174	80	1	1653 (100%)

3. 2012（平成24）年度の相談事例

当相談室にて受け付けした相談事例として、以下の8件を掲載します。

相談者	エンドユーザー	相談分類	アフターサービス 不具合	ガス給湯機	No. 1
相談内容	<p>2階にある台所のリモコンから1階浴室の浴槽にお湯が貯められるが、浴室のリモコンはスイッチを押しても表示が出ず、お湯を貯める操作ができない。 給湯機の寿命は10年くらいと聞くと、もうだめなのか。</p>				
対応等	<p>台所のリモコンから操作ができるのに浴室のリモコンから操作できないのであれば、浴室のリモコンに寿命がきていて交換や修理が必要であることを伝えた。</p> <p>当財団（ベターリビング）は優良住宅部品を認定している組織であり、不具合等があった場合にはメーカーに直接問合せできるよう連絡先を紹介していることを伝え、リモコンにあるメーカーロゴマークを確認してもらい、そのメーカーの連絡先をお知らせして相談するよう伝えた。</p> <p>また、給湯機本体の設計耐用年数は10年とされている場合が多いため、あわせて給湯機本体を点検されることをすすめた。</p>				

相談者	エンドユーザー	相談分類	アフターサービス パーツ入手	物置ユニット	No. 2
相談内容	<p>物置のカギをなくしたので入手したい。 〇〇というホームセンターに問合せしたところ「メーカーに注文してください」と言われた。 シールにそちらの名前と電話番号があったのでメーカーと思って電話した。</p>				
対応等	<p>当財団（ベターリビング）は優良住宅部品を認定している組織であり、メーカーでないことを伝えた。</p> <p>通常は、鍵の取り寄せは、当該メーカーの製品を扱っている販売店に、錠に書いてある番号と物置のおおよその寸法、商品名などを伝えれば対応してもらえるが、そのホームセンターは対応していないようなので、メーカーの連絡先をお知らせして鍵の取り寄せについて相談するよう伝えた。</p>				

相談者	エンドユーザー	相談分類	認定情報	キッチンシステム	No. 3
相談内容	<p>賃貸に住んでいて〇〇（メーカー名）の△△（商品名）というキッチンを使っているが、手入れがしやすく大変気に入っている。今度、実家の建て替えするので、同じキッチンを入れたい。当該メーカーの製品カタログを取り寄せたいが、メーカーの連絡先が分からない。キッチンに貼ってあるシール【BLマーク証紙】を見て電話した。</p>				
対応等	<p>当該メーカーの連絡先をお知らせして、直接問合せするよう伝えた。</p>				
備考	<p>当財団ホームページ「BL部品をさがす」で認定品の情報を掲載中 (http://www.cbl.or.jp/bldb/)</p>				

相談者	中間ユーザー 不動産会社	相談分類	アフターサービス 取扱い方法	郵便受箱	No. 4
相談内容	<p>郵便受箱の錠のダイヤル番号がわからないため扉を開けられない。メーカーの名前はわからない。オーナーチェンジで新しいオーナーに代わったが、ダイヤル番号の引き継ぎをしていない。</p>				
対応等	<p>郵便受箱の解錠操作方法については、セキュリティを考慮しつつメーカーが対応していることを伝えた。当該製品のつまみの形状等を確認してもらったところメーカー名が特定できたのでメーカーの連絡先をお知らせして直接相談するよう伝えた。</p>				
備考	<p>郵便受箱のアフターサービス相談において製品にメーカー表示がない場合が多くあったため、当財団では2002（平成14）年度に郵便受箱の社名表示について協議した結果、BL認定企業の協力のもと、翌年度からメーカー名を必ず表示することとなった。</p> <p>また、当財団ホームページでは各メーカーの郵便受箱の画像等を掲載し、メーカーの相談窓口等の情報提供を行っている。 http://www.cbl.or.jp/cs/index.html</p> <p>なお、平成24年には全てのBL部品にメーカー名等の表示を義務付けており、平成27年度から出荷されるBL部品には必ずメーカー名等が表示されることとなる。</p>				

相談者	中間ユーザー 管理組合	相談 分類	アフターサービス パーツ入手	暖・冷房システム	No. 5
相談内容	浴室乾燥機の吹き出し口のルーバーが変色してしまっている住戸がある。10年くらい使っているため新しい物に取り替えたいということだ。製品には「〇〇ガス」とある。				
対応等	<p>当該製品に表示があった「〇〇ガス」というガス事業者が、給湯機と浴室暖房を給湯・暖房システムとして供給していることを伝えた。</p> <p>当財団（ベターリビング）が優良住宅部品を認定しているところであり、パーツ入手等に対し直接メーカーに問合せできるよう連絡先を紹介している旨を伝え、当該ガス事業者の連絡先をお知らせし、直接相談するよう伝えた。</p>				

相談者	中間ユーザー	相談 分類	認定情報	サッシ（RC造住宅用サッシ）	No. 6																																										
相談内容	ベターリビングの認定を受けているサッシの寸法について、大きさはどのくらいのものまであるか知りたい。現在使う予定のサッシは、〇〇社のアルミサッシで△△という型式だ。																																														
対応等	<p>BL部品のサッシの寸法は、各認定企業の認定された内容により異なることを説明した。</p> <p>〇〇社の製品については、当財団ホームページの認定情報のページ（BL部品をさがす） (http://www.cbl.or.jp/bldb/) から性能表示書が確認できることをご案内し、性能表示書には認定された型式ごとに開閉型式と最大製品寸法が掲載されていることを説明した。</p>																																														
備考	<p>サッシ 性能表示書 (例示)</p> <p style="text-align: right;">年月日 一般財団法人 ベターリビング 理事長 那珂正</p> <p>優良住宅部品認定規程第16条第3項に基づき、認定されたサッシの主要な性能等を以下に表示する。</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>認定企業名</th> <td>〇〇〇〇株式会社</td> <th>認定番号</th> <td colspan="4">BLWD***** (より良い社会の実現を先導するBL-bs*部品としての認定)</td> </tr> <tr> <th>名称</th> <th>型式</th> <th colspan="2">開閉形式</th> <th>最大製品寸法 (W×H)</th> <th>材質</th> <th>枠見込寸法</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="5">〇〇シリーズ</td> <td rowspan="5">別紙(1/1)参照</td> <td rowspan="2">引き形式</td> <td>引違い</td> <td colspan="2">2,000×2,400 (mm)</td> <td rowspan="5">アルミニウム</td> <td rowspan="5">70mm</td> </tr> <tr> <td>内倒し</td> <td colspan="2">800×800 (mm)</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">開き形式</td> <td>すべり出し</td> <td colspan="2">800×800 (mm)</td> </tr> <tr> <td>片開きドア</td> <td colspan="2">900×2,000 (mm)</td> </tr> <tr> <td>FIX(固定)</td> <td colspan="2">2,000×2,400 (mm)</td> </tr> <tr> <td colspan="7" style="text-align: center;">詳細は別紙(1/1)参照</td> </tr> </tbody> </table>					認定企業名	〇〇〇〇株式会社	認定番号	BLWD***** (より良い社会の実現を先導するBL-bs*部品としての認定)				名称	型式	開閉形式		最大製品寸法 (W×H)	材質	枠見込寸法	〇〇シリーズ	別紙(1/1)参照	引き形式	引違い	2,000×2,400 (mm)		アルミニウム	70mm	内倒し	800×800 (mm)		開き形式	すべり出し	800×800 (mm)		片開きドア	900×2,000 (mm)		FIX(固定)	2,000×2,400 (mm)		詳細は別紙(1/1)参照						
認定企業名	〇〇〇〇株式会社	認定番号	BLWD***** (より良い社会の実現を先導するBL-bs*部品としての認定)																																												
名称	型式	開閉形式		最大製品寸法 (W×H)	材質	枠見込寸法																																									
〇〇シリーズ	別紙(1/1)参照	引き形式	引違い	2,000×2,400 (mm)		アルミニウム	70mm																																								
			内倒し	800×800 (mm)																																											
		開き形式	すべり出し	800×800 (mm)																																											
			片開きドア	900×2,000 (mm)																																											
		FIX(固定)	2,000×2,400 (mm)																																												
詳細は別紙(1/1)参照																																															

相談者	中間ユーザー 設計事務所	相談 分類	認定制度		No. 7
相談内容	<p>公営住宅の設計をしている者だ。よくB L部品を指定させてもらっている。 発注者に「なぜB L部品がいいのか」と聞かれた時にどう答えればよいか。</p>				
対応等	<p>「B L部品ガイドブック」の「消費者のメリット」と「施工者のメリット」のページから、 B L部品のメリットを次のとおりお知らせし、「B L部品ガイドブック」を送付した。</p> <p>消費者のメリットとしては、優良住宅部品として必要な性能が評価・認定されたものであり、 製品保証（保証期間が通常1年間のところを2年間以上）やアフターサービス（取替えパーツ 保有期間が通常7年間のところを10年間以上）が手厚く、安心して使えることなどをお知らせ した。</p> <p>施工者のメリットとしては、B L部品であれば第三者に品質が確認されているものであり、 品質確認はB Lマーク証紙の有無を確認するだけで行えることや、据付工事に施工瑕疵があっ た場合は補修費を保険でカバーしてもらえることなどをお知らせした。</p> <p>また、公共住宅建築工事共通仕様書に「B L表示により品質や性能証明資料の提出が省略で きる」と記載されており、事務手続きが省けることをお知らせした。</p>				
備考	<p>「B L部品ガイドブック」は当財団ホームページ (http://www.cbl.or.jp/guide/index.html) からダウンロード可能</p>				

相談者	メーカー	相談 分類	認定制度		No. 8
相談内容	<p>B L部品に関する勉強会などの機会があれば紹介してほしい。</p>				
対応等	<p>現在、当財団で行っている勉強会はないが、不明点等あればいつでも部品担当者やお客様相 談室にお問い合わせいただくよう伝えた。</p> <p>「B L部品ガイドブック」と当財団のパンフレットを渡して概要を説明した。</p> <p>また、住宅設備及び建材に係る企業・団体で構成される一般社団法人リビングアメニティ協 会（A L I A） (http://www.alianet.org/) の会員になると部品別の委員会などでB L部品に 関する情報が入手できることを説明した。</p>				