

ベターリビング相談年報 2014

2013（平成 25）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 2014」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2013（平成25）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。

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6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

	ページ
1 相談受付の動向	
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 2013（平成 25）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

2013（平成 25）年度相談受付状況報告

1. 相談受付の動向

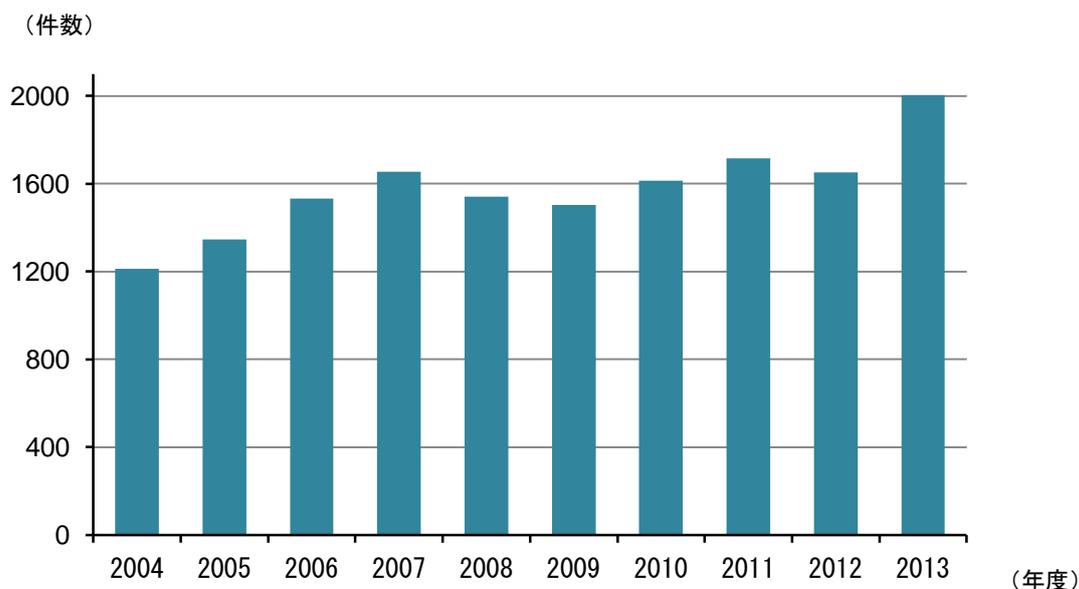
当相談室において2004（平成16）年度から2013（平成25）年度の10年間に受け付けした相談について、各年度の相談件数を相談内容または相談者の属性で分析しました。

1-1 年度別受付件数の推移

2013（平成25）年度は従来の3割増で2,000件を超える

2004（平成16）年度から2012（平成24）年度までの9年間の各年の相談件数は1,200～1,700件内で推移し、平均年間相談件数は約1,530件でした。

2013（平成25）年度の相談件数は2,003件となり、初めて2,000件を超え、過去9年間の平均相談件数と比して3割増で最高となりました。月の平均相談件数は167件でした。



年度 件数	2004 (H16)	2005 (H17)	2006 (H18)	2007 (H19)	2008 (H20)	2009 (H21)	2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)
相談件数	1212	1346	1532	1656	1540	1503	1615	1715	1653	2003
月平均件数	101	112	128	138	128	125	135	143	138	167

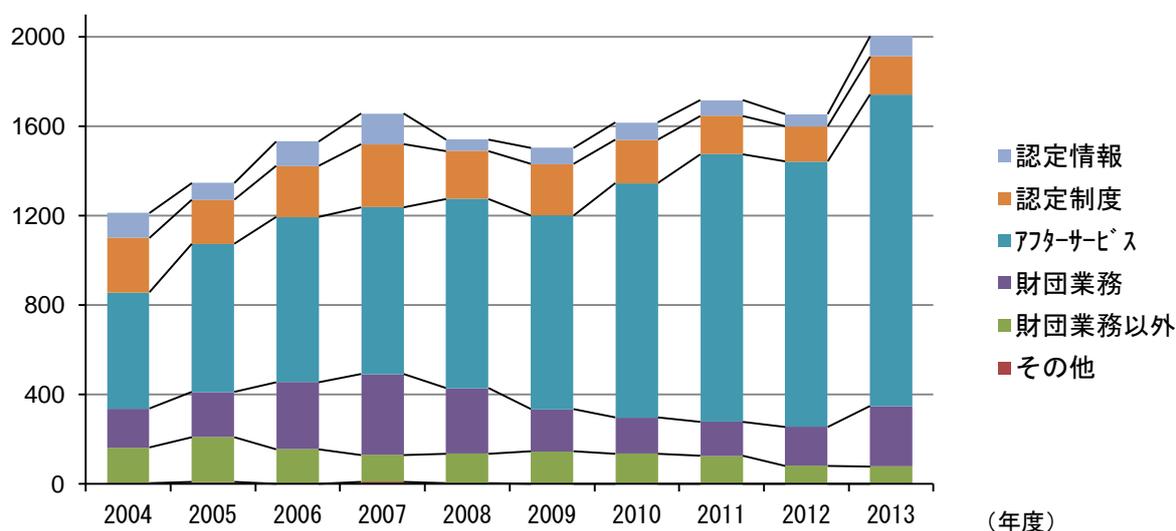
1-2 相談内容の推移

「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。2000年にBLマーク証紙にお客様相談室の電話番号を表記し始めて十数年が経過し、当初に供給した住宅部品が故障、修理を必要とする時期になり、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。

【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 |



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
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
2013 (H25)	92	170	1393	269	79	0	2003

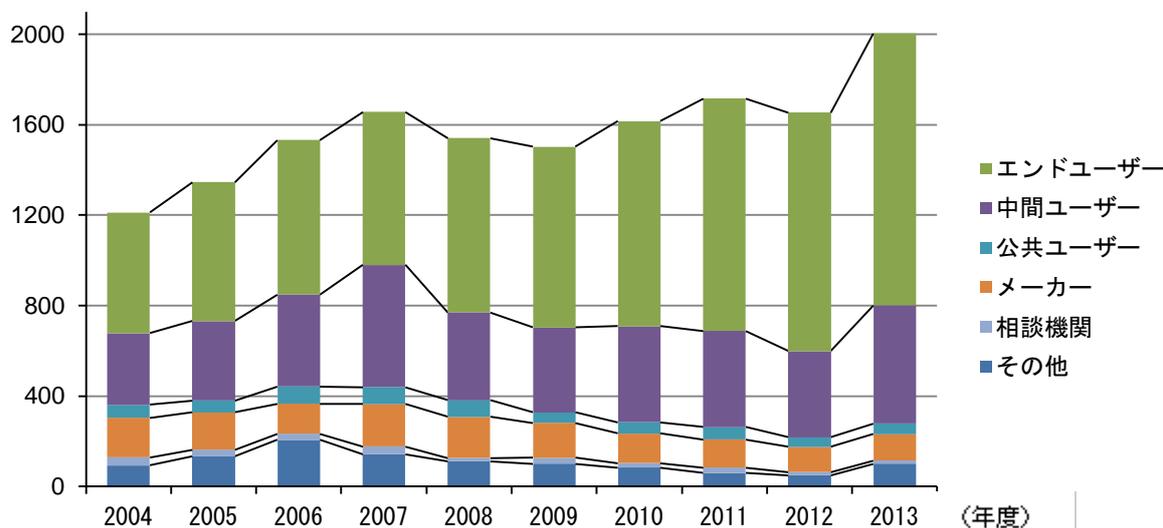
1-3 相談者の推移

「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。一方、メーカー、品目によっては、リモコン等に自身の連絡先（コールセンター等）を表示するようになってきましたが、多くの場合、コールセンター等の連絡先は、取扱説明書やメーカーのホームページを見ないと分からない状況にあります。このためB Lマーク証紙を手がかりにエンドユーザーが当財団に電話をするのだと推察されます。

【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）
- ・ メーカー 住宅部品メーカーなど
- ・ 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）
- ・ 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



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
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
2013 (H25)	1202	523	46	118	14	100	2003

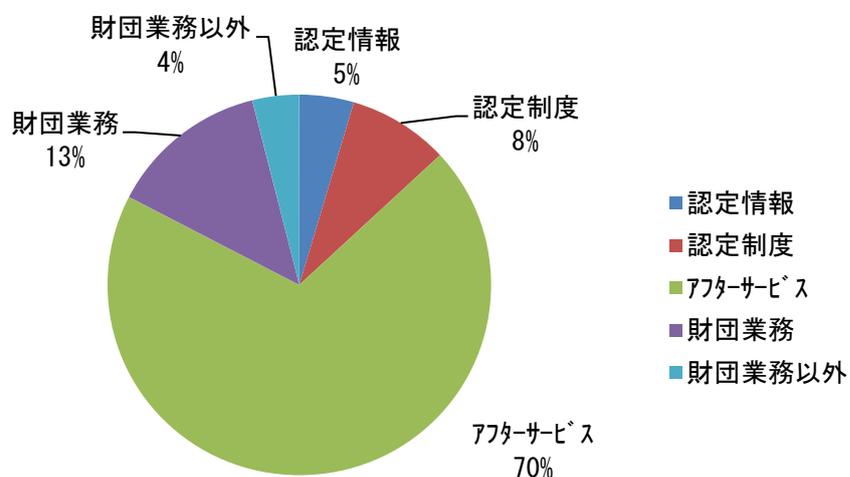
2. 2013（平成 25）年度の相談受付状況

2013（平成 25）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・分析しました。また、「アフターサービス」相談については、2-4、2-5（P7～）に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、「財団業務」が1割、「認定制度」、「認定情報」の順でした。



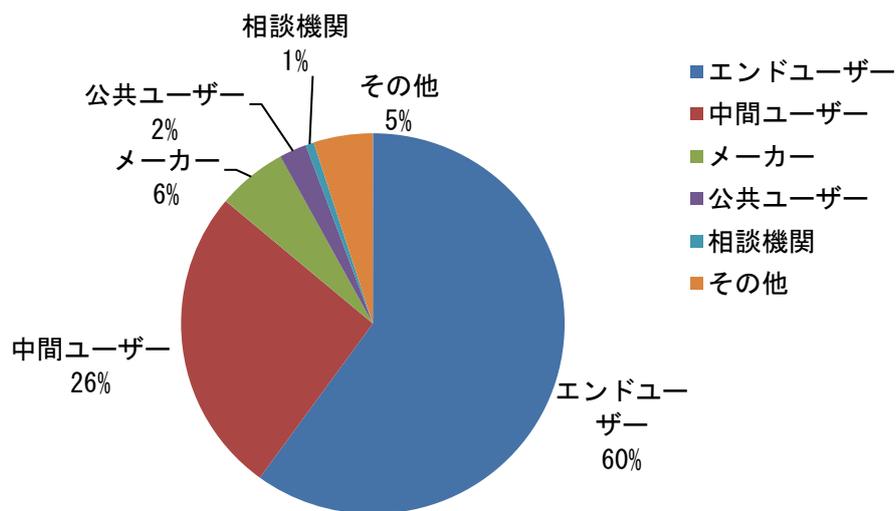
相談内容	件数	%
認定情報	92	5%
認定制度	170	8%
アフターサービス	1393	70%
財団業務	269	13%
財団業務以外	79	4%
合計	2003	100%

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。



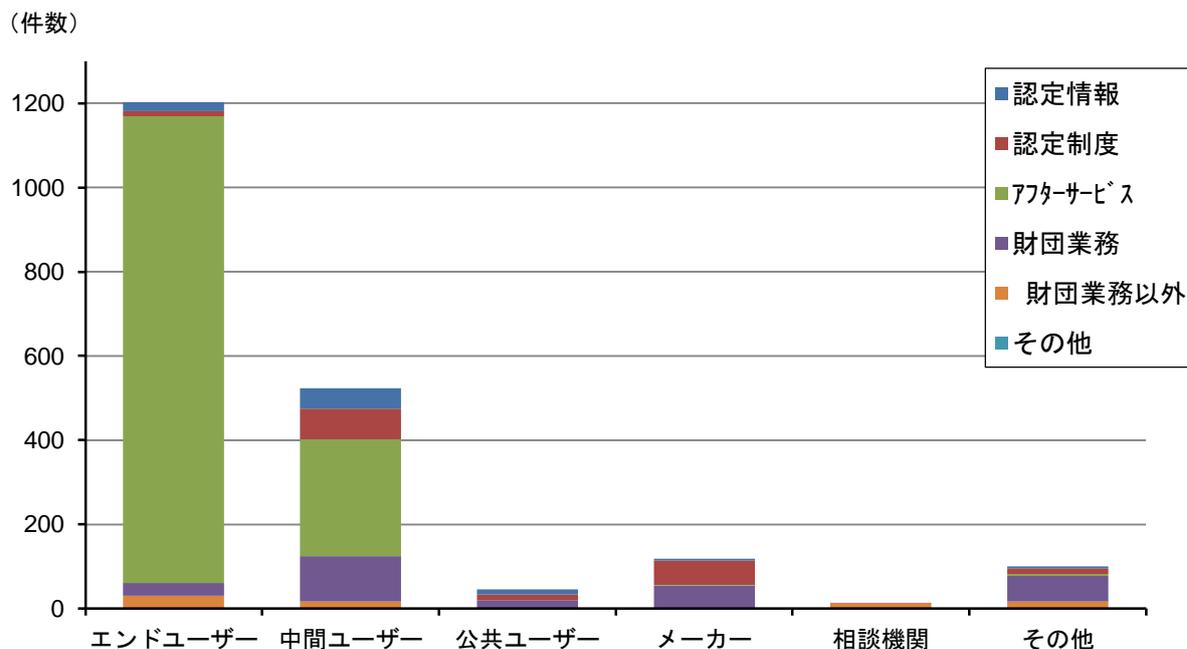
相談者	件数	%
エンドユーザー	1202	60%
中間ユーザー	523	26%
メーカー	118	2%
公共ユーザー	46	6%
相談機関	14	1%
その他	100	5%
合計	2003	100%

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1110件と最も多く、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2割近くありました。

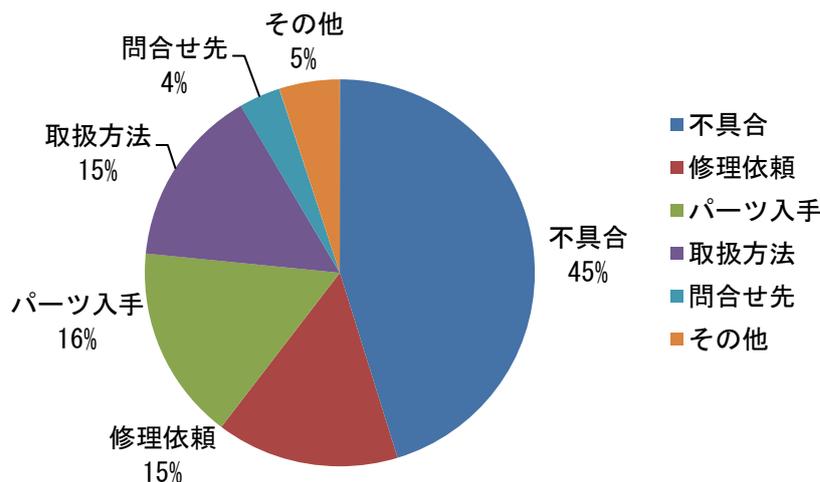


相談者 相談分類	エンド ユーザー		中間 ユーザー		公共 ユーザー		メーカー		相談機関		その他		合 計	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
認定情報	21	1%	49	2%	13	1%	5	0%	0	0%	4	0%	92	5%
認定制度	11	1%	72	4%	14	1%	57	3%	2	0%	14	1%	170	8%
アフターサービス	1110	55%	277	14%	0	0%	1	0%	0	0%	5	0%	1393	70%
財団業務	29	1%	109	5%	18	1%	53	3%	0	0%	60	3%	269	13%
財団業務 以外	31	2%	16	1%	1	0%	2	0%	12	1%	17	1%	79	4%
その他	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合 計	1202	60%	523	26%	46	2%	118	6%	14	1%	100	5%	2003	100%

2-4 アフターサービス相談の内訳

BL 部品の「不具合」と「修理依頼」の相談が6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6割を占めました。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、操作方法などの「取扱方法」相談が各々2割弱ありました。具体事例等は下表のとおりです。



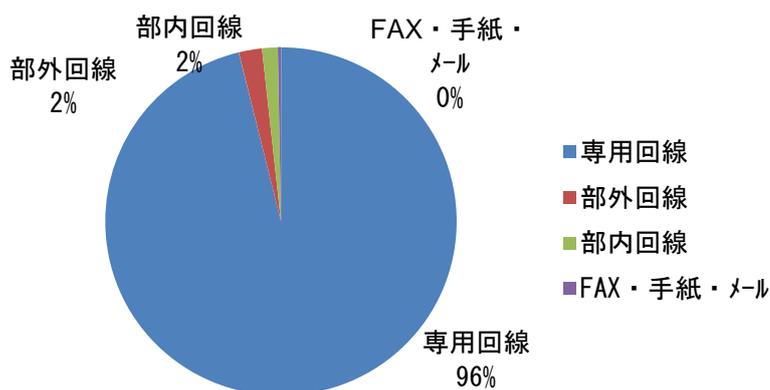
相談内容内訳	件数	%
不具合	630	45%
修理依頼	211	15%
パーツ入手	226	16%
取扱方法	208	15%
問合せ先	48	3%
その他	70	5%
「アフターサービス」相談 計	1393	100%

相談内容	具体事例（抜粋）	対応例
不具合	<ul style="list-style-type: none"> ・給水ポンプのモーターが止まった。ランプが点滅している。 ・給湯機のお湯が途中から水になる。自動湯張りができない。 ・ドアクローザーからオイルが漏れている。ビスが取れた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・お問合わせの対象となった製品のメーカーの相談窓口を紹介し、直接ご相談していただく。 ・相談者宅の住宅を管理する管理事務所や管理会社などにご相談するようお勧めする。
修理依頼	<ul style="list-style-type: none"> ・故障しているので自宅に来て修理してほしい。 	
パーツ入手	<ul style="list-style-type: none"> ・物置の鍵を作りたい。棚を追加したい。 ・浴室換気扇のフィルターを交換したい。 	
取扱方法	<ul style="list-style-type: none"> ・郵便ポストの解錠番号がわからない。 ・浴槽の掃除のことで聞きたい。 	

2-5 アフターサービス相談の受付形態

ほとんどが「専用回線」で受付

アフターサービス相談では、「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96%ありました。



受付形態	件数	%
専用回線	1339	96%
部外回線	30	2%
部内回線	20	1%
FAX・手紙・メール	4	0%
「アフターサービス」相談 計	1393	100%

BLマーク証紙の表示例

【BLマーク証紙】



【BL-bsマーク証紙】



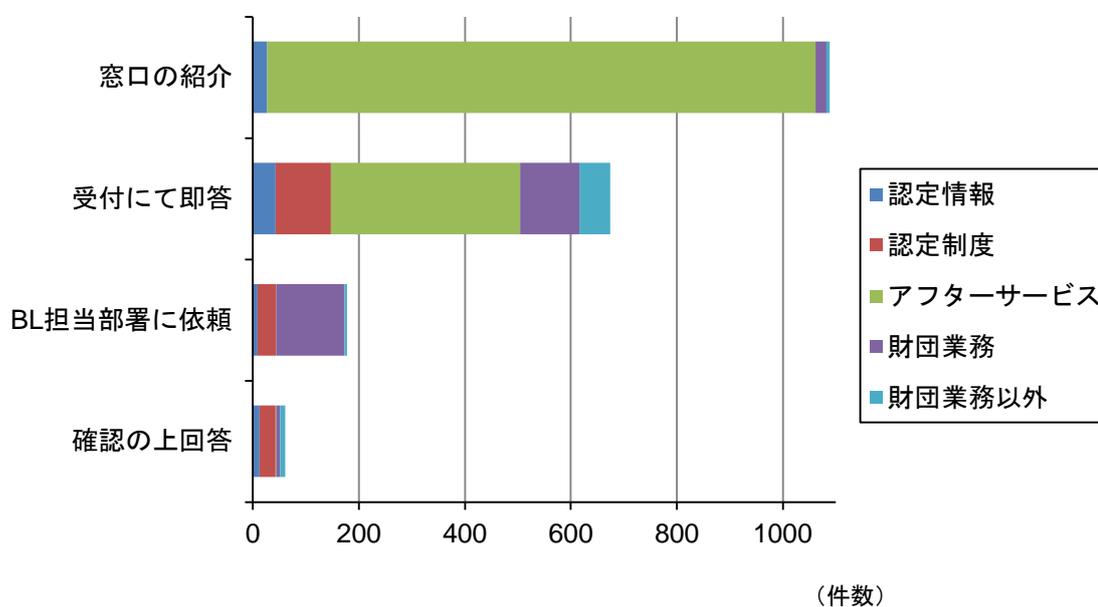
- 1 : BL-bs 部品の特長を端的に表す語句
- 2 : BL-bs 部品の特長に関する具体的な性能等を表す語句
- 3 : 品名 (BLマーク証紙の区分等を表す名称)

2-6 対応処理

「窓口の紹介」が全体の半数

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」が半数を占めました。

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」が約3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、「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	27	0	1035	21	6	0	1089	54%
受付にて即答	43	105	357	111	59	0	675	34%
担当部署に依頼	9	35	0	129	5	0	178	9%
確認の上回答	13	30	1	8	9	0	61	3%
合 計	92	170	1393	269	79	0	2003	100%