

製品の潜在不満トラブルの顕在化・解決方法に関する研究

クオリティマネジメント研究

3605R036-1 庄司雄一

指導 棟近雅彦 教授

A Study on the Actualization and Solution for Latent Dissatisfaction Troubles of Products

by Yuichi SHOJI

1. 序論

企業間の競争に勝ち残るためには、顧客満足の上が必要である。そのために、企業は製品にトラブルが生じた際に、顧客にその解決策を提供し、製品の継続的な使用を保証していかなければならない。

しかし、製品使用時のトラブルに対する顧客行動は様々である。顧客はトラブルに対して、問い合わせや修理によって必ず企業にコンタクトをとるわけではない。よって、潜在している顧客不満があり、それにつながるトラブル(以下、潜在不満トラブル)が存在する。よって、潜在不満トラブルを顕在化し、解決していくことが必要である。しかし、それに対する具体的な指針は存在しない。

本研究では、潜在不満トラブルを把握し、顕在化する方法を検討する。また、解決策を立案し、効果を検証する。それにより、潜在不満トラブルの顕在化と解決方法に関する指針を提案する。

2. 本研究のアプローチ

2.1 従来研究

従来は、顧客に対して直接アンケートやグループインタビュー^[1]を行い、潜在不満トラブルを顕在化する方法が一般的である。しかし、これらの方法はコストや手間が掛かるという問題がある。よって、企業内で得られるデータから、推測する方法が求められる。

中條ら^[2]は、製品に対して顧客の持つ不満の種類と顧客行動との関係を示している。その結果、潜在不満トラブルが多いことや、そのほとんどの顧客は、我慢して製品を使用しているということがわかっている。しかし、潜在不満トラブルを企業内のデータで推測し、解決する方法は確立されていない。

2.2 分析方法とアプローチ

潜在不満トラブルは、そのトラブルが故障ではないことが多いため、顧客が我慢して製品を使用していると考えられる。これと同様の原因で起きていると考えられる問題に、未修理の問題がある。未修理とは、製品が修理に出されたが、トラブルの指摘内容の症状がでないなど、故障ではなかったものを示す。つまり、潜在不満トラブルと未修理トラブルの根本原因は同じであると考えられる。

そこで本研究では、3章で潜在不満トラブルと未修理トラブルを把握する。潜在不満トラブルは、企業内のデータで把握することができないので、調査を行い抽出する。そして、4章で潜在不満トラブルと未修理トラブルの関係性を分析し、未修理トラブルで潜在不満トラブルを推測できるか検討する。そして、その要因を分析し、解決策を立案する。5章で提案する指針を示し、6章でその効果を検証する。

2.3 トラブルの定義と対象製品

本研究では、トラブルを「顧客がトラブルと感じたもの」として扱う。よって、トラブルには故障であるものと、故障でないものが含まれる。後者が未修理トラブルで潜在不満トラブルを推測できると考えられる。

また、対象製品は一般消費者向けの家電製品とする。特に、動画の記録や再生を目的としたK製品と、静止画の記録を目的としたL製品を中心とする。

3. 潜在不満トラブルと未修理トラブルの把握

3.1 顧客行動プロセスの把握

潜在不満トラブルを把握するためには、顧客行動を明らかにする必要がある。そこで、トラブルに対する顧客行動の把握のために、(1)自分で解決を試みる、(2)問い合わせる、(3)修理に出すに分類し、その順序と理由を調査した。回答者は19名である。

その結果、顧客行動は分類した順序で把握できることがわかった。また、ほとんどの回答者は、修理に出さずに、トラブルを解決することを望んでいた。それは、修理に出している間は製品を使用できないことや、修理に出す作業の面倒さからである。

3.2 トラブルと顧客行動に関する調査

トラブルと顧客行動を把握する目的で調査を行った。調査は39000名に対してスクリーニング調査を行った後、対象者をトラブル経験者に絞って実施した。調査概要は以下の通りである。

- 対象者:トラブル経験者(2年以内購入者)
- 調査方法:クローズド方式のWEB調査
- 調査製品:K製品(A社, B社), L製品(A社, B社)
- サンプル数:各製品300件程度
- 調査内容:トラブル内容, 顧客行動, トラブル解決状況, 修理に出さない理由, など

3.3 潜在不満トラブルの抽出

調査結果から、A 社の K 製品におけるトラブル内容 230 件を KJ 法で分類した。そして、トラブル解決率が平均より低く、企業にコンタクトをしていないものを、潜在不満トラブルとして抽出する。まず、「リモコンがきかない」でトラブル解決率が 38.9%、「電子番組ガイド(以下、EPG)が受信できない」で 45.5%、「フリーズする」で 59.4%など、合計 4 つのトラブルを抽出した。

また、L 製品においても、同様に「レンズトラブル」など合計 4 つのトラブルを抽出した。これらのトラブルにおいて、ほとんどの顧客が企業にコンタクトをしておらず、製品を我慢して使用していた。よって、これらのトラブルを潜在不満トラブルとして抽出した。

3.4 未修理トラブルの抽出

A 社内にある修理データより、未修理トラブルを把握するために、K 製品の未修理トラブル 244 件を KJ 法で分類した。その結果、「EPG が受信できない」で未修理トラブル割合が全体の 29.1%と最も多く、また「リモコンがきかない」で 8.2%、「フリーズする」で 7.4%と多くなっていた。「EPG が受信できない」は設定の問題により生じているトラブルであり、「フリーズする」は使用方法の問題により生じているトラブルであると考えられる。これらを含めた 5 つの未修理トラブルを抽出した。

また、L 製品においても同様に、未修理トラブル 131 件を KJ 法で分類した。その結果、「レンズトラブル」など 5 つの未修理トラブルを抽出した。

4. 潜在不満トラブルの顕在化と解決方法の検討

4.1 潜在不満トラブルと未修理トラブルの関係性

K 製品と L 製品において抽出した潜在不満トラブルと未修理トラブルの関係から、潜在不満トラブルを推測できるか検討した。その結果を表 1 に示す。

表 1 未修理トラブルによる推測の検討

	潜在不満トラブル	未修理トラブル	推測
K 製品	EPGが受信できない	EPGが受信できない	可能
	フリーズする	フリーズする	可能
	リモコンがきかない	リモコンがきかない	可能
	DVDに録画できない		不可
L 製品		画面表示に不具合がある	
		HDDの動画を再生できない	
	レンズトラブル	レンズトラブル	可能
	電源トラブル	電源トラブル	可能
	画面表示トラブル	画面表示トラブル	可能
	仕様トラブル		不可
		異常トラブル	
		充電トラブル	

表 1 より、K 製品と L 製品において、4 つの潜在不満トラブルの中 3 つが未修理トラブルと一致している。よって、未修理トラブルによって潜在不満トラブルを推測できると考える。

4.2 潜在不満と未修理につながる要因

(ア)潜在不満につながる要因

潜在不満トラブルは顧客が我慢して製品を使用している。そこで、なぜ修理などに出さずに我慢して使用しているかを、得られた潜在不満トラブルと修理に出さない理由などから、その要因を分析した。その結果、以下のような要因があることがわかった。

- ・他機能で代替できる(その機能を使わなくてもよい)
- ・何とか使用できる
- ・未使用、買い替えをしている

例えば、K 製品の「EPG が受信できない」では、動画の記録の際に EPG の機能を使うことになるが、他の方法でも動画の記録は可能である。つまり、その機能が他機能で代替できることにより、製品を修理に出さず、その不満が潜在することになる。

(イ)未修理につながる要因

未修理トラブルは故障でないトラブルである。そこで、A 社の問い合わせデータや修理データから未修理につながる要因を分析した。その結果、以下のような要因があることがわかった。

- ・設定の問題によるトラブルである
- ・使用方法によるトラブルである
- ・原因は不明だが、解決策が存在するトラブルである

例えば、K 製品の「EPG が受信できない」では、顧客が行う設定にミスがあったため未修理となっている。つまり、設定に 1 つでもミスがあると、その機能は使えず、顧客はトラブルと認識してしまう。しかし、それは故障ではないので、未修理となる。

このように、潜在不満につながる要因から、ほとんどの顧客は修理に出していない。その一方で、トラブルは故障でないため修理に出した場合、未修理となっている。以上のことから、抽出したトラブルは潜在不満トラブルにも未修理トラブルにもなっている。

4.3 解決策の立案

4.2 節の分析結果から、潜在不満トラブルは修理対応でトラブルを解決するのではなく、顧客自身でトラブルを解決すること(以下、自己解決)が必要であると考えられる。そして、その際に未修理につながる要因を活用することにより、解決策を立案することができる。と考える。

しかし、現状では、自己解決に対して十分に検討されておらず、自己解決率が低くなっている。そこで、自己解決の際に用いられる取扱説明書や WEB に記載されている解決策の問題点を抽出し、記載すべき内容を明確にする。

(1)問題点の抽出

各トラブルにおいて、取扱説明書やWEBにおける解決策の内容を調査した。そして、自己解決率が低い原因を抽出するために、自己解決率が51.4%の「フリーズする」と、自己解決率が33.3%の「EPGが受信できない」において、解決策の内容を比較した。

その結果、「フリーズする」においては、解決策が2件しか記載されていないが、トラブルの際に行うべきことが明確であった。それに対して、「EPGが受信できない」においては、解決策が20件も記載されているが、原因と解決策が混在しており、トラブルの際に行うべきことが明確ではなかった。また、WEBに関しては、解決策が存在していなかった。

(2)自己解決策の立案

自己解決率の低い原因は、トラブルの際に行うべき解決策の手順が明確でないことが考えられる。よって、解決策を手順化して明確にすることが必要である。また、情報の更新が可能であるWEBへの展開も有効であると考えられる。よって、解決策の手順化やWEBへの展開が自己解決において必要な内容であると考えられる。また、いかなる顧客にも実施できるように、それを具体化することが必要である。

5. 潜在不満の顕在化と解決方法の提案

本研究では、潜在不満トラブルの顕在化と解決方法に関する指針を提案する。特徴としては、企業内で把握できない潜在トラブルを、企業内で把握できる未修理トラブルで推測することである。また、解決方法として自己解決を用いることである。一連の手順を以下に示す。

STEP1:未修理トラブルの抽出

企業内で把握できる修理データから、未修理となっているトラブルを抽出する。そして、割合の高いものを未修理トラブルとして抽出する。

STEP2:潜在不満トラブルの顕在化

未修理トラブルの中から潜在不満につながる要因に当てはまるものを、潜在不満トラブルとして推測する。

STEP3:トラブルの原因の把握

未修理につながる要因や修理データから、トラブルの原因を把握する。

STEP4:自己解決策の立案

得られたトラブルの原因を基に、自己解決策を手順化し、取扱説明書やWEBに記載する。はじめに確認項目を設け、その後に絵などを用いて解決策を具体化して記載するのがよい。

6. 効果の検証

6.1 自己解決の有効性

本研究で得られた解決策を、未修理トラブルの削減を目的に、A社のK製品の次期モデルのK2製品で実施している。そこで、3.2節と同様の調査をK2製品について実施し、K製品とK2製品の比較を行う。

自己解決の有効性を示すためには、解決策を実施したことで自己解決率が上がっていることを示す必要がある。そこで、K製品とK2製品の各トラブルにおいて、自己解決率を比較した結果を図1に示す。

図1より、K2製品ではK製品に比べて自己解決率が向上していることがわかる。つまり、実施された解決策は、自己解決を向上するのに効果があり、有効であるといえる。

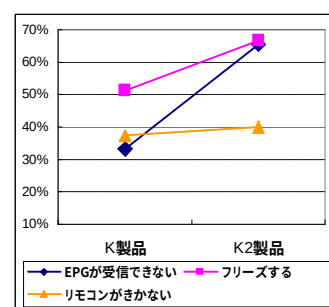


図1 自己解決率の比較

6.2 潜在不満トラブルの顕在化の妥当性

未修理トラブルによる潜在不満トラブルの推測の妥当性を示すためには、未修理トラブルの削減を目的とした解決策で、潜在不満が削減できていることを示す必要がある。そこで、K製品とK2製品において、各トラブルの潜在不満の割合を比較した。その結果を図2に示す。

図2より、K2製品ではK製品に比べて潜在不満の割合が低くなっていることがわかる。つまり、潜在不満トラブルと未修理トラブルは一致していたといえる。

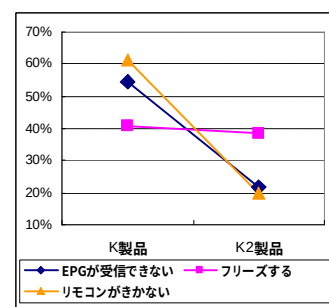


図2 潜在不満の比較

また、未修理トラブルを用いた推測と修理トラブルを用いた推測を比較した。各々の方法により抽出された潜在不満トラブルを表2に示す。

表2 推測方法による比較

	未修理トラブルによる推測	修理トラブルによる推測
潜在不満トラブル	EPGが受信できない	
	フリーズする	フリーズする
	リモコンがきかない	

表2より、未修理トラブルの方が潜在不満トラブルを多く抽出できていることがわかる。以上より、未修理トラブルによる潜在不満トラブルの推測が妥当であるといえる。

6.3 他社製品への適用可能性

本研究で提案した方法の汎用性を示すためには、A 社以外の製品においても潜在不満を顕在化できることが必要である。そこで、3.2 節の調査結果から B 社の K 製品においても、潜在不満トラブルを抽出した。そして、A 社の潜在不満トラブルと比較した結果を、表 3 に示す。

表 3 潜在不満トラブルの企業による比較

潜在不満 トラブル	A社	B社
	EPGが受信できない	EPGが受信できない
	フリーズする	フリーズする
	DVDに録画できない	DVDに録画できない

表 3 から、B 社においても A 社と同様に「EPG が受信できない」、「フリーズする」などのトラブルが潜在不満トラブルとなっていることがわかる。これらのトラブルには、未修理につながる要因も含んでいるため、B 社で未修理トラブルとなっていると考えられる。よって、A 社と同様に B 社でも、未修理トラブルにより潜在不満トラブルを推測できるといえる。

7. 考察

7.1 潜在不満トラブルの顕在化方法の意義

潜在不満トラブルとは、トラブルが解決しておらず、顧客は不満を抱えているが、それを企業が把握できないトラブルである。よって、潜在不満トラブルを解決できなければ、顧客満足の低下につながる。製品に不満を持った顧客は、その企業の製品を購入しないことが多くなることが一般的に知られている。よって、企業は潜在不満トラブルを把握し、解決していくことが必要である。しかし、従来の顧客に対してアンケートやグループインタビューを用いた手法では、コストや手間が掛かり、企業にとって実用的ではない。

本研究では、アンケートなどの調査を行うのではなく、企業内で得られる未修理トラブルにより、潜在不満トラブルを推測する方法を提案した。これにより、潜在不満トラブルを容易に把握できるようになり、解決策を講じることが可能となる。

7.2 未修理トラブルで推測する意味

家電製品はデジタル化し、多様化している。その中で、トラブルも複雑になってきており、故障でないトラブルも増加している。よって、潜在不満トラブルにも故障であるものと故障でないものが含まれている。

トラブルが故障であれば、顧客は製品を我慢して使用することができないと考えられる。よって、我慢して使用する顧客が多いということは、故障でないトラブルが多いことを意味する。また、未修理トラブルも

故障でないトラブルが多いため、未修理トラブルで潜在不満トラブルを推測することができると考えられる。よって、未修理トラブルによる潜在不満トラブルの推測は、このような背景を考慮したものとなっており、他のデータによる推測より妥当であるといえる。

7.3 自己解決の必要性

一般消費者向けの製品でも、車といった高価な製品では、顧客に対して 1 対 1 のサービス対応が必要と考えられるが、家電製品においては、コストの観点からそれはできない。よって、故障でないトラブルは自己解決してもらい、故障であるトラブルだけを修理に出してもらおうといったサービス対応が必要となる。しかし、自己解決の重要性は認識しながらも、その効果がわかりにくいいため、十分に検討されているとはいえないのが現状である。

本研究では、潜在不満トラブルの解決方法として自己解決策の立案方法を提案した。そして、その効果を示した。これにより、自己解決によるトラブルの解決方法やその効果が明確になり、自己解決を含めたサービス対応を検討できる。

7.4 効果の違い

「リモコンがきかない」では、自己解決率があまり向上しなかった。その原因は、他のトラブルに比べて自己解決率を試みる割合が低く、自己解決ではなく修理に出すことでトラブルを解決していたからである。修理に出す割合が高いのは、リモコンは持ち運びが容易であるからであると考えられる。

また、「フリーズする」では、潜在不満の割合があまり削減できていなかった。その原因は、「フリーズする」の特性によるものであり、自己解決はできているが、トラブルがなくなるわけではないので、潜在不満として残ってしまっていると考えられる。よって、顧客にその特性を理解してもらうことが必要である。

8. 結論

本研究では、未修理トラブルと潜在不満トラブルの関係性を明確にすることで、潜在不満トラブルを顕在化する方法を提案した。さらに、解決するための自己解決策の立案方法を示し、その効果を検証した。

<参考文献>

- [1] 安気良平ら(2004), “情報開示による潜在ニーズの顕在化に関する研究”, 日本品質管理学会第 74 回研究発表要旨集 pp.169-172
- [2] 中條武志ら(1995), “製品に対する不満と顧客行動に関する調査研究”, 日本品質管理学会第 25 回年次大会研究発表要旨集 pp.87-90
- [3] バード・ヴァン・ローイら(2004), 『サービス・マネジメントー統合的アプローチ(上)』, ピアソン・エデュケーション