

お客様満足研究会だより

OM研レポート

第6号（2005年1月15日発行）

第6号の主な記事内容

1. リレー談義—お客さ満足と私（第4回）
2. 第7回セミナーが開催されました
3. 第9回および第10回事例研究会が開催されました
4. トップに聞くお客様満足 第1回—陶青粒
5. 役立つ知識No.5—交渉相手は誰か
6. 事務局からのお知らせ

1. リレー談義 ～顧客満足とはなにか～ 第4回 佐伯征慶氏



顧客満足を達成するためには、企業のトータルシステムとしての顧客サービスの具体的な展開が必要です。

なぜ企業は顧客満足を追求するのか。それは企業の利益、時には企業の存続までを左右するからです。

顧客満達が、利益を拡大するため、企業が生き残るための最後の決め手であるという認識が必要です。

マーケティングの目的は顧客ニーズを満たすことですが、このニーズは企業が勝手に、これは顧客が必要としているものと判断したいわば企業の論理であり、企業のコトバによるニーズで顧客（消費者）の論理によるものではありません。

顧客満足はあくまで顧客の判断であって、企業サイドがそれを判断したり、指示することはできません。いろいろな方法でどうしたらお客が満足するかを、企業は情報を集め、その方向でお客にサービスを提供する方法を考え、全社を挙げて実行する。これが顧客サービスです。

ですから、顧客満足を企業が追求するならば顧客の論理に立って顧客サービスを提供しなければならないことになります。その意味で顧客満足も顧客サービスも同じと考えてさしつかえありません。

顧客満足のためには、商品・サービスに関する情報に容易にアクセスできること。苦情・問い合わせの回答が迅速であること。商品が簡単に手に入ること。お客に過大な期待を抱かせない（顧客が求めているものと企業が顧客の求めているものと考えているものの間には往々にして乖離・隔たりがあることが多い）ことを心がけなければいけません。

（お客様満足研究会世話人代表、元小林製菓(株)）

2. 第7回セミナーが開催されました

平成16年11月12日(金)、大阪科学技術センター405号室において、第7回セミナーを35名の参加をいただき、開催致しました。

今回のセミナーは、ビップフジモト(株)商品開発センターお客様相談室長、朝倉公治氏の講演と、パネルディスカッションの2部構成で実施致しました。

第1部の朝倉氏の講演は、「処理困難なクレーム対応」という現場で最も頭を痛めているテーマでお話をいただきました。特殊クレームと不当請求への対応について、ご自身の14年間にわたる体験談をまじえて、熱のこもった内容を展開していただき、参加者も自身の問題として、一つ一つうなずきながら、熱心に聞き入っている姿が印象的でした。

「体験に優るものはなし」ということを強く感じた内容であったと思います。

どんなクレームでも、また誰からのクレームでも、原則は、「因果関係を明確にすること」である。その姿勢を貫けば、どんなクレームにも自信を持って対応出来るようになるという将来像を描けたのではないのでしょうか。



朝倉公治氏 (ビップフジモト株)

第2部のパネルディスカッションは、「処理困難なクレームにいかに対処すべきか」というテーマで、佐伯氏(元小林製薬)が進行役となり、朝倉氏(ビップフジモト)、奥村氏(高島屋)藤原氏(カネテックリカーズ)の現在現場で対応されている3氏により、進められました。

参加者から事前にいただいている質問(下記)を中心に、各々の会社での対応を具体的に、また丁寧に説明がなされ、現場の参加者としては、大変参考になったという声が多く聞かれました。今、自分達が困っていること、直面しているトラブルの解決方法としては、キャリアのあるパネラーの方々のお話は、羅針盤として今後の対応での大きな力になるでしょう。

パネルディスカッションで取り上げられたテーマは次のようなものでした。

1. お金目当てのクレーム対応について
 - ・ 要求額によって対応に差があるのか。
 - ・ 支払いの基準はどうなっているのか
 - ・ 誠意、慰謝料の要求についてはどうしているか
2. クレームの代品について
 - ・ 代品の数は同数か、倍返し。他のサンプルとか粗品とかをつけるのか
3. 企業対象の暴力についての対応
 - ・ 無言電話の繰り返し、迷惑千万な申し出など電話での迷惑行為
 - ・ 突然押しかけてきて受付で大声を上げるなど迷惑な行為
4. 情緒不安定な人の対応について
5. 異物の調査および相手への対応について
 - ・ 虫、毛髪のカタラーゼ結果で「非加熱」と断言できるか
 - ・ プラスチック混入防止対策はどうすればよいか

- ・ エックス線異物検出器では限界がないか
- 6. 社内での事例の共有化策について
 - ・ データベースや対応事例集など、どのような取り組みをしているのか

個人情報保護法とからめて気をつけていること、対策をしようとしていること
(小林製薬㈱ 小幡宏政)



パネルディスカッション風景（左から佐伯氏、奥村氏、藤原氏、朝倉氏）

3. 第9回および第10回事例研究会が開催されました

第9回事例研究会に参加して

今回、初めて「お客様満足研究会」の事例研究会に参加しました。株式会社ユー・エス・ジェイ様、日本ミルクコミュニティ株式会社様、大山乳業農業協同組合様、ビップフジモト株式会社様の4社からの発表でしたが、業種が違えば、お客様からの苦情内容もここまで違う事を改めて感じたと同時に、対応者の皆様のご苦勞がひしひしと伝わってくる事例ばかりでした。

特に、株式会社ユー・エス・ジェイ様から6000名近い従業員の接客態度に関する苦情はもちろんの事、責任範囲が難しいケースやゲストの不注意によるケースまでも1件1件真摯に対応しておられるとお聞きし、業種は違ってもお客様

の信頼を得る為に誠意を持って対応する姿勢はどの企業でも同じだなと感じました。

また、日本ミルクコミュニティ株式会社様・ビップフジモト株式会社様からの発表では悪質事例を時系列に詳細にまとめてありましたので、両社様とも毅然と対応されている様子が手に取るように分かり、まるで自分が対応しているかのような感覚で聞く事ができて良かったです。

事例発表後の質疑応答中には電話の録音についての意見が交わされました。弊社では録音機能の付いた電話機を使用しているものの、個人情報等の諸問題を考慮し、録音はほとんど行っていません。今回、対応を振り返る時に録音していると便利であるとの意見を聞く事が出来ましたので、弊社でも参考にさせて頂いた

いと考えています。

今後もこのような業種を超えて本音で意見交換ができる事例研究会には積極的に参加していきたいと考えています。事例研究会に参加する事で、自社の対応で参考になる所は早急に社内へフィードバックして改善する事ができますし、さらなる自分自身のスキルアップを図る事もできます。また、同じ相談業務に従事されている方々とのネットワークを広げる

いい機会にもなりそうです。

今回は初めての参加で大変緊張しましたが、今後は積極的に意見交換にも参加していきますので、よろしくお願い致します。

最後になりましたが、会場をご用意下さいました参天製薬株式会社様、本当にありがとうございました。

(丹平製薬㈱ 佐伯裕美)



(第9回事例研究会でご発表いただいた方：左から山田一穂氏(㈱ユ・エス・ジエ)、小池一氏(ビップフジモ㈱)、小峰雅雄氏(日本ミルクコミュニティ㈱)、樋口修一郎氏(大山乳業農協))

第10回事例研究会に参加して

先日は、第10回お客様満足事例研究会に参加させていただき有難うございました。事例研究会の参加は初めてでしたので、大変緊張していましたが、いざ発表が始まると、とても活発な議論で、緊張を忘れとても興味深く聞くことが出来ました。また、今回の発表では、同業者の方の発表が3事例あり、そして常習者の事例ということもあって、内容の濃い1日となりました。

まず、丹平製薬株式会社様の事例では、「製品検査をした上で異常がなければ対応できない」とお客様にキッパリとお伝えできる社内体制(マニュアル)に、感銘を受けました。そして、社内体制がハッキリしていることの大切さを改めて感

じることが出来ました。また、フマキラー株式会社様や参天製薬株式会社様の事例では、同じ人・同じ会社からの申し出であっても真摯に受け止め、無理難題な要求には確固たる態度で対応されるといった姿勢は大変勉強になりました。実際、私もついつい「同じ人＝あやしいのでは？」と色メガネで見ってしまうのですが、今後は、同じ人であっても常習者と確定するまでは真摯に受け止めて対応して行かなければならないと思いました。

コクヨビジネスサービス株式会社様の事例では、私は一度も対応時に聞いたことのない単語(過失相殺・賠償責任・示談書等々)が続々と出てきて、議論も白熱しており、正直、ただただ驚くばかりでした。今後は、私もその議論の内容に驚くだけでなく、参加出来るように、

勉強していききたいと思います。

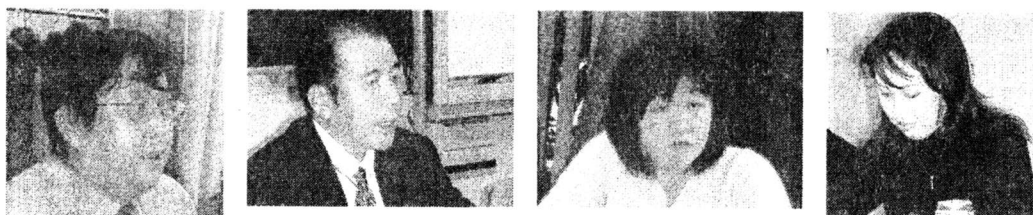
懇親会では、色々な方とお話することができ、とても有意義な時間を過ごすことができました。特に異業種の方とはなかなかお話しする機会がありませんので、こういった場でお知り合いになり、情報交換が出来ることは、貴重な「宝の場」だと思っています。

これからも積極的にこの事例研究会に参加し、数多くの事例を参考にさせて頂き、懇親会などでは多くの方との輪を広

げていききたいと思います。

最後になりましたが、今回発表していただきました、フマキラー株式会社様、コクヨビジネスサービス株式会社様、丹平製薬株式会社様、参天製薬株式会社様、また会場をご提供していただきました近畿コカ・コーラボトリング株式会社様、そしてお世話係の皆様、本当に有難うございました。今後とも宜しくお願い致します。

(株)カイゲン 前浦直子



(第10回事例研究会でご発表いただいた方：左から柴田光信氏(フマキラー株)、脇寛美氏(コクヨビジネス株)、佐伯裕美氏(丹平製薬株)、大澤由紀子氏(参天製薬株))

ご注意！！

事例研究会は分科会となっていますので、参加には、事前の登録(無料)が必要です。一度登録していただければ開催日程・会場などの案内をお届けします。登録の無い場合は、案内をお届けできません。登録申し込みは、事務局へ！

催しものご案内

大阪府消費者センターでは、(財)関西消費者協会の企画で、「企業向け消費者問題セミナー」を開催します(無料)。希望の回だけの出席が可能です。

第1回 1月21日 京都産業大学教授 坂東俊矢

ー消費者基本法に見る企業の姿ー

第2回 2月3日 弁護士・東京経済大学教授 村 千鶴子

ー特定商取引法改正に見る企業の姿ー

第3回 3月10日 麗澤大学教授 高 巖

ー公益通報者保護法の制定に見る企業の姿ー

申込み先・問合せは、(財)関西消費者協会

電話：06-6945-1100；ファックス：06-6945-1375

HP：hppt://mic.e-osaka.ne.jp/kansyokyo/

トップに聞くお客様満足 ～株式会社青粒～



法人会員トップインタビューの第1回として、世話人代表の佐伯征慶と副代表の岡田英三郎が、(株)青粒さまを訪問した。

12月中旬としては、ほかほかと暖かい陽気な日でした。訪問した本社は、神戸電鉄の田尾寺駅の直ぐ近くにある、黄色い外壁が印象的な建物でした。

お迎えいただいたのは、取締役社長の永原歳雄氏です。

(株)青粒 取締役社長

Q：青粒という会社と商品についてご紹介ください。

A：建築関係の仕事をしていた弟が、生家の島根県で栽培されていた栄養価のきわめて高いモロヘイヤという野菜を事業化しました。その後、生ではなく、いつでもお飲みいただける粒食品を製造し販売しました。事業拡大に伴い、会社組織をしっかりとするために、当時(株)リコーの品質保証部門の課長をしていた私が退職しこの会社に移りました。

商品は、モロヘイヤをメインにした商品が、売り上げの約60%、そのほかにきのこ類やコラーゲンなどの健康食品やダイエット食品を中心に販売しています。

モロヘイヤはもともとエジプトで7000年にわたって食べられていた野菜です。

エジプト産は日本での栽培品に比べて栄養価が2割(全ての栄養価を平均)ほど高く、現在はエジプト産の手摘みした若葉のみを原料として使用しています。私は品質保証の仕事をしていたので、この食品分野でもいかに添加物を使用しない品質のよい商品を、お客様にご提供できるのかを考えています。

健康食品は、効能をうたえないので、商品の良さを知っていただくために苦勞をしています。このために、提携している大学の研究室で新しい科学的な評価方法で、効用の裏づけデータを出す研究をお願いしています。

Q：お客さま満足という点ではいかがですか？

A：品質という点では、ご満足いただいていると思いますが、販売・流通などでのお客様満足はこれからかと思っています。

商品の青粒は、モロヘイヤ自身の粘着性を利用し粒状にしているために、やや割れやすいという欠点があります。添加物を入れれば、割れというトラブルは解消されるでしょうが、自然のままの良さにこだわりたいと思います。



Q：お客様と大きなトラブルになったことはありますか？

A：今まではそれほど大きな問題はありませんでしたか？

A：今まではそれほど大きな問題はありませんでした。問題が深刻になったときは、私

自身が手書きのお手紙を差し上げると

いう

ようなことはしたことがあります・・・。
相談窓口と受注窓口は、電話を分けて対応しています。

インタビュー風景

Q：本日は長時間ありがとうございました。

(インタビューを通じて、「お客様に自然のままの良さを知っていただきたい」という

ことばが何度も出てきたのが印象的でした。岡田記)

(株)青粒のホームページ ; <http://www.831831.co.jp/>

5. 役立つ知識 №4 - 苦情の申し出をされた方は誰？

お客様の対応部門において、もっとも困るのはいわゆるクレーマーからの申立てです。クレーマーからの申立てを含め、申し出られた苦情が極めて重大なことで、“最悪の場面を想定”終わってみれば“小さく解決していた”ような対応をしようというコトバがあります。

最悪の場面とは、司法判断にまかせる、すなわち裁判になるということです。

さて、よくあるクレーマーの事例で、例えば「私の妻があんたところの台所洗剤を使って皮膚障害を起こした。どうしてくれるのか。」というような苦情があります。訪問すると夫と称する人が、ああでもないこうでもないと言い立てます。

ここで大切なことは、当事者は被害に遭ったという人であることを忘れてはいけません。もちろん「あなたは当事者でないから、お話をする相手でない」などというと、話し合いはできなくなります。同席してもらっていてもかまわないのですが、話し相手はあくまでも被害に遭ったという人を念頭においておくことが大切です。当事者が同席していないような場では話し合いを断ってよいのですが、「事実確認ができない」と話を聞き置くという態度でよいでしょう。

家族以外の第三者であれば、弁護士以外は代理人と認めない方がよいでしょう。

弁護士の場合でも、身分確認や委任状の確認をするくらいの周到さが必要でしょう。

当事者でない人と話を進めていて、後になってから当事者だけと話をしたいと言っても、「ではなぜ以前は当事者でない私と話し合いをしたのだ」と聞き直られることがあります。

もちろん、年少者、高齢者、障害者など当事者能力にかけ人の代わりに、家族や身近の人とお話をさせていただくのは当然です。

交通事故の場合は、当事者に代わって保険会社が交渉することがあります。これは例外的に法律で認められているからです。

どのようなケースの場合でも、当事者への事実確認が基本であることを忘れないようにしましょう。

5. 事務局からのお知らせ

☆ 以下の方が入会されました。

- ・ 企業会員

川本産業(株)、(株)カイゲン、(有)薬師庵、(株)丸漬、小川珈琲(株)

- ・ 個人会員 (敬称略)

野中健二、能美茂、小幡宏政、藤本正明
なお、小幡宏政氏は当研究会世話人に推挙されました。

☆ 今後の予定

第11回事例研究会 2005年2月9日(水)
第9回セミナー(公開) 2005年3月18日(金)
 テーマ: 講演 高城正光氏(花王㈱消費者相談センター部長)
 「花王㈱における苦情処理とその生かし方」
 および グループミーティング
第12回事例研究会 2005年4月(日にち未定)
総会及び第9回セミナー(公開) 2005年5月17日(水)

奮ってご参加ください。セミナーは事前申し込みが必要です。セミナーはオープンです。お知り合いの方にご紹介ください。

また、事例研究会は事前登録が必要です。

編集後記:

第10回の事例研究会で、参加者の皆さん全員から簡単な自己紹介をしていただきました。回数を重ねたこともあったのでしょうか、数名の方からこの研究会に参加していて良かったというお話ができました。世話人をしていた私は本当にとてもうれしくお聞きしました。

飲み会は楽しいものです。

日本酒好きの私があるチェーン店で二合注文しました。さて実際にサーブされたのは300mlに満たない量です。私はそういうものだと思っていましたが、このとき参加した世話人のほとんど方から「これは不当表示でないか!」との声が挙がりました。

一合=180mlということは、この業界の常識ではないのです。

私たちは、その業界の中だけで行動していると、その行動が常識だと思っていることが、実はそれは外からみると極めて非常識なことも多々あるものです。

お客様満足研究会にはさまざまな業態の方が参加されています。また、世話人は多くの業界と接してきています。外から自分の行動を見つめる良い機会にしたいものです。

(O)

お客様満足研究会だより「OM研レポート第6号」

2005年1月15日発行

発行所 お客様満足研究会事務局

〒601-8382 京都市南区吉祥院石原上川原町1-2

(株) コープ品質管理研究所気付 電話: 075-671-6852 ファックス: 075-681-3300