

お客様満足研究会だより

OM研レポート

第11号 (2006年3月25日発行)

第11号の主な記事内容

1. トップに聞くお客様満足Ⅲ－摩耶堂製薬株式会社
2. 第11回セミナーが開催されました
3. 事例研究会(第17回)が開催されました
4. 消費者関連法研究会が発足しました
5. 役立つ知識No.10－小額裁判制度
6. 事務局からのお知らせ

トップに聞くお客様満足 Ⅲ ～摩耶堂製薬株式会社～

トップインタビューの第3回は、摩耶堂製薬(株)さまです。2月14日(火)、副代表世話人の岡田英三郎と世話人の野口昌則が、神戸市西区の閑静な住宅地の一角にある同社を訪問・・・39歳という若さ溢れた3代目・古田耕社長に、お客様満足を中心に経営理念をお聞きしました。

Q; 本社も工場も社章も鮮やかなグリーンで統一されていますが・・・?

A; 当社は、製薬会社であり、「永遠の若さ」をイメージしてグリーンをシンボルカラーにしました。社章の緑の菱形は、クコが発芽する姿をシンボライズしています。

Q; ではまず、会社と製品についてご紹介ください。

A; 祖父が、摩耶山の麓で昭和10年から営んでいた薬草一般販売業を、昭和25年に製薬会社に改組し、水道筋で営業を開始したのが、摩耶堂製薬の嚆矢です。また、同年には製薬工場(灘区岸地通)を新設し、製造・卸・小売を一体化した漢方の総合メーカーとしての基礎を築きました。その後、内外の会社と提携・合併をし、漢方・生薬製剤だけでなく一般医薬品や医療用医薬品など幅広く手がけるなど、新製品開発や流通開発に努力して来まし



摩耶堂製薬(株)古田耕社長



摩耶堂製薬(株)の社章

た。

それに対応するため、昭和 59 年に、西区玉津町に GMP (Good Manufacturing Practice) 適合工場を新設し、平成 12 年には、西区二ツ屋に物流機能を持つ営業本部を新設し、今に至っています。

現在の扱い品目は、「金蛇精」(強精・強壯用薬)、「糖解錠」(糖尿病薬)、「ピムロ顆粒」(医療用医薬品) など 101 品目で、医科向けもありますが、一般薬店向けがほとんどです。

Q ; 扱い品目が多くて、管理が大変ですね。

A ; 徐々に整理したいと思っています。しかし、単に増やしたり減らすというのではなく、残すべきは残しながら、将来主力と成り得る製品を、1 年に 1 つ以上は上市していきたいと考えています。

Q ; 薬学部のご出身とお聞きしていますが、商品開発にご興味は・・・？

A ; 実験など実務はしておりませんが、開発には興味もあり、力もいれています。ただ薬は開発から行政の認可を得て上市するまで時間がかかります。安全性など品質管理もおろそかにできません。その間に健康食品メーカーが同様のものを健康食品として売り出してしまうケースがあり、どうしても遅れをとってしまいます。その上、流通段階においても、健康食品との住み分けが難しくなって来ました。

Q ; 流通についてどうお考えですか？

A ; 医薬品業界もユーザー指向になってきました。小売店も分類業といわれているように、ユーザーが買いたいものを買いやすいようにカテゴリーを明確にし、工夫しています。しかし、まだ思うようにいっていないのが現実です。行政も今までと違って、ユーザーを納得させることができるかを認可の重要ポイントとし始めています。

Q ; お客様満足については如何ですか？何か、大きなトラブルはありませんか？

A ; 主力商品の 1 つに「金蛇精」という商品があります。文字通り強精剤であり、以前はよく過激なクレームもありましたが、最近はほとんどなくなりました。ただ、副作用やアレルギーに絡んだクレームはありますね。余程の場合は、弁護士と相談しながら慎重に対応しています。

先ほども申し上げた通り、今、医薬品のマーケットもメーカー志向からユーザー志向になっていることもあり、消費者の生の声を吸収するのは大変大切なことと認識しています。お客様に満足して頂けなくて、わが社はないと思っています。そのため、お客様相談室を設け、直接ユーザーに接するだけでなく、小売店からの情報にも即座に対応し、3 日以内に社内徹底するようにしています。また、お客様からのお申し出に関する対応記録は、安全管理部門に集約し、私はすべて目を通していますし、社内フィードバックしています。必然的に改定薬事法の安全管理情報収集義務を遵守しているという訳です。(参考 ; 平成 16 年度の同社のお客様情報数は 2870 件でした。)

Q ; 品質管理の面は如何ですか？

A ; 十分配慮しています。ISO 9000 は取得していませんが、前述のように GMP のレギュレーションに沿って設立した工場で、品質管理を徹底しています。ハードの面は勿論、ソフト面、例えば工場内外の清掃など日々のルーティンワークの徹底管理を行っています。医療機器は別として、製薬関係は、今のところ GMP で十分と考えています。

Q ; 最後に、どういう会社を目指しておられるかをお聞きしたいと思います。

A ; 最近、新たに経営理念を定めました。それは、「自立的に働き、変化し続ける組織を通じて、HUMAN TOUCH を基本とした ONLY ONE のサービスで、関連する人々の人生の質を継続的に向上させていき、お客様に喜びと感動を提供する」というものです。HUMAN TOUCH が分り難いかもしれませんね。それは、お客様のために「労を惜しまずちょっとした心遣いをする」と思っています。例えばお客様に商品を

お送りする時、そのまま送っても手元に届きます。しかし、自分の名前とちょっとした一言を添えることによってお客様の受け取り方は随分好意的なものになるのではないのでしょうか。ほんの数分の労で良いコミュニケーションが図れるのです。

いずれにしても、安全・安心な製品を通じて、お客様にとって信頼できる不可欠な会社になることが私たちの永遠のテーマです。

Q；どうか目標に向かって、ご活躍下さい。本日は、長時間有難うございました。

(野口記)

摩耶堂製薬㈱さまのホームページ；<http://www.mayado.com/>

2. 第 11 回セミナーが開催されました

「難クレームをいかに切り抜けるか！！」レポート

1. 実施日：平成 17 年 11 月 16 日
2. 会場：大阪薬業年金会館 401 号室
3. 参加者：37 名
4. 内容：

(第 1 部) 講演(私が経験した難クレーム)

山田(元リビバレッジ) 山本(ロート製薬) 森岡(日本ハム) 重富(元ミズノ) 4 講師による体験事例に基づく課題と解決ポイントの解説。

1) 賞味期限切れ缶コーヒーで下痢、腹痛に起因する休業補償の要求事例。

仲間 3 名の同時苦情の形をとり、保健所持込やインターネット掲載を匂わせたり、失言を激昂して追及するなどハードな相手。流通、営業、渉外等、内輪の情報共有化不足、対応方針の一元化不足から当初はもたついたが、弁護士と相談して以降、窓口統一、対応限度を明確に伝えることにより解決した事例。

2) 小銭稼ぎの常習者に安易な対応で付込まれていた事例。

軟膏を 1.5 ヶ月使って背中がむけたとの訴え。交渉過程で当該量販店での常習者であるのに店長止まりの対応に終わっており、本部にも上がっていないことが判明。そのため、毅然とした対応を提案するも、逆に“態度不遜”として窓

口からはずされ、営業サイドで解決。

しかし、2 週間後、同人から再クレームあり店より応援依頼あるも、過去経緯を説明、協力を断り店側に対応をまかせた。安易で姑息な対応への警鐘！

3) 常習者＋代理交渉＋威迫的言辞による休業補償要求の事例。

髪の毛入り弁当を食べ“客人”が下痢したと購入者が代理で交渉窓口立つ。

“網走”“府中”“保健所”等の言葉や激昂した物言いで威嚇。本人も病院悪用の常習者とわかる。警察 OB を交えた事後方針に基き“当社の誠意は尽くした”ことを説明、以降の対応はできないと通告した。その後も何度か架電あるも一切断り終結した。プロクレマーへの典型的な対応事例！

4) いいがかり、不当要求の模擬演技つき対応事例。

大型スーパーの新規開店時の混雑に乗り、店員の台車が足に当たったと大騒ぎ、救急病院へ搬入。その後、夜半遅くまで店舗に居座り、治療関連費、タクシー代等関連費、休業補償、土産・慰謝料等々言いたい放題の不当要求(模擬演技付き)。損保会社、弁護士等とも連携、詐病の確信を得て要求拒否。相手の勢いに負けず腹を据えた対応が肝要との事例。

（第2部） パネルディスカッション （難クレームのさまざま）

コーディネーター角野（コープ品質管理研究所）パネラー各講師により実施。

・診断書の個人情報としての扱い方、ユーザー対応のスピード、販売ルートへの教育、量販店の苦情対応の特徴、長時間面談時の切上げ方や、事前質問のあった
①電話マニアへの対応 ②ダメモト・クレームへの対応 ③“普通の人”からの“誠意”要求への対応などについて各パネラーから意見を聞いた。

・その後、受講者から自由に質問をもらった。

営業との連携の仕方、後継者へのスキル伝達法、医者に聞ける限度や会話録音の念押し法、女性の身体被害への対応法など活発な質疑応答が展開された。

早い時点での各部門との連携、対応方針、窓口の一元化、是は是・非は非とした毅然とした態度と意思表示の重要性等々、難クレーム対応の基本を再認識し、日ごろの“もやもやスッキリ”のセミナーとなった。



第一部講演の講師陣；左から山田光高氏（元キリンビバレッジ㈱）、山本孝男氏（ロート製薬㈱）、森岡修二氏（日本ハム㈱）、重富一紘氏（元ミズノ㈱）



3. 第17回事例研究会が開催されました

2月8日（水）ロート製薬株式会社様の会場をお借りして第17回事例研究会が開催されました。

まず三洋テレホンサービス株式会社様が「想い入れのある壁掛け時計が使用していたアルカリ乾電池のせいで故障したので、修理費を補償して欲しい」という事例について発表されました。製品の液漏れが認められなかったことから、強い補償の要求に対して、お客様宅へ説明のため何度も訪問し対応されていました。液漏れは電池の同極同士で使用すると発生するという電池の特性や、コミュニケーションの指導や取り組み方など、勉強になるお話をしてくださいました。各社様から調査結果報告時に「預けた製品では

ない」といわれる場合があるので、訪問した際、目の前で製品に印をつけて預かる方法や、液漏れについて電池本体に記載をしたほうがいいのか、という意見がありました。

次にオハヨー乳業株式会社様より「①お客様のお申出をどのようにフィードバックしているか？②個人情報についての対応策は？」の2点について問題提議がありました。オハヨー乳業様の現在の対応内容についてご紹介があり、各社様へ対応方法について意見を求められました。業種ごとに会社の方針もあることから、それぞれの対応法が紹介されました。個人情報の取扱いに関しては申出があれば削除したり、また削除しなくても、特定

の人しか見られないようにするなど対策を立てられているなど活発な意見交換が行われました。

弊社ではお客様の申出は週報で役員・各部門長へ月報は全社員へメールにて報告しています。しかし、その報告についてなかなか反応が得られないので苦慮しているのが現状です。報告が社員一人一人の手元に届いたときどのように感じるか、必要な情報が発信できているかなど、せっかく手に入れた情報を活用するためにも原点に立ち返って考えなければならぬと感じました。得られた情報をうまく活用できるよう、社内への確に情報発信をしていくことでお客様相談業務の重要性がさらに増すのではないかと思います。

三番目に丹平製薬株式会社様は「ベビー用洗浄液を詰め替えようとポンプを開けたところ、緑色の異物が容器の底に入っていた」という事例について発表されました。工場内での異物が混入してしまった場合、どのような改善・対応策を行うか社内規定を見直す必要があるのでは、という意見がありました。小さいお子様を持つ母親の心情を汲みながら対応するのはとても苦慮されたと思います。調査結果を電話にて説明しても納得されない方へは、訪問による対応が大切であると学びました。また、異物混入防止策は製造業の日々の課題ですが、異物混入の心配をしなくてもよい状態を目指し、取り組まなければいけないと感じました。

最後にアースバイオケミカル株式会社様からは「飼い猫の腸に異物が詰まり、手術をしたのでその費用を補償して欲しい（製品：猫用爪磨ぎ）」という事例について発表されました。異物のほとんどが製品の繊維ではないことから、製品によって腸を詰まらせた可能性は考えにくいという結果でした。しかし、幾度も調査結果を説明しても納得いただけず、治療費のみ半額補償されたそうです。どのお客様にも平等に話を聞き、平等な対応をすることは、簡単なようで難しいと感じました。自社製品をペットが食べてしまった場合、メーカーにどこまで責任があり、どのような対応をするのかという問いかけをいただき、大変考えさせられました。お客様の了解を得て動物病院へ問い合わせてもよかったのではないかと思います。

新卒入社をしてからすぐにお客様相談業務に携わることになって、もうすぐ 2 年になります。お客様満足研究会に参加させていただいてから、異業種の方々のお話をお聞きすることで、とても世界が広がりました。みなさんの豊富な経験や知識にふれ大変勉強させていただいております。お客様満足研究会で刺激を受け、さらによい相談員に成長できればと思っています。未熟者ではありますが今後ともよろしくお願い致します。（大幸薬品株式会社 品質保証室 佐藤 茜）



第 17 回事例研究会の発表者：左から古谷伊里氏（オハヨー乳業(株)）、佐伯裕美氏（丹平製薬(株)）、石渡武敏氏（アースバイオケミカル(株)）、竹添正一氏（三洋テレホンサービス(株)）

4. 消費者関連法研究会が立ち上がりました

準備の都合で、遅れ遅れになっていた消費者関連法研究会の第1回を2月28日(火)京都生協会館会議室をお借りし、9名の出席者を得て開催されました(登録者は18名)。

最初に当研究会のスタートが遅れた理由について(言い訳)、岡田より説明がありました。

次いで、2004年および2005年に制定あるいは改定された消費者に関連する法律の一覧について、関西消費者協会『消費者情報』よりの記事が紹介されました。

さらに出席者全員から、本研究会に期待することを述べていただき、出席者の意見を反映するかたちで、今後の運営方針が集約されました。すなわち、

- ・年3回開催する
- ・現役の参加者に負担にならないようにする
- ・消費者関連法について最新の情報を提供する(世話人より)
- ・当面参加者共通となる法の復習をする(PL法、表示法、民

- 法と刑法の関係など)
- ・研究会の会場は参加者の会社の会議室などを充てる
- ・研究会に講師を招請する場合は、その謝礼を応分負担とする
- ・研究会は場合によってはオープン形式(ミニセミナー)とする
- ・本研究会が軌道にのるまで岡田が主導する
- ・連絡や情報提供はメールを使う などです。

なお、以上の方針(特に費用発生ケース)について一部事務局(世話人会)とのネゴが必要であるとのことも確認されました。

いずれにしても私の予想以上に多くの方にご参加いただき、参加者の旺盛な意欲を感じました。当研究会にご参加希望の方は事務局にご連絡ください(連絡先メールアドレス必須)。(個人会員 岡田 記)

5. 役立つ知識 No.10—少額訴訟制度

支払い請求額が60万円以内なら、1回で審理を終え、その日に判決が言い渡される「少額訴訟制度」という裁判制度があります。

裁判(訴訟)というと時間や手間がかかるというイメージがありますが、「少額訴訟制度」はそのイメージを払拭する制度です。審理もラウンドテーブルで行われます。1998(平成10)年に制度が導入されて以来年々受付件数が増加しているそうです。

従来の裁判でも本人訴訟(弁護士を立てない)は可能でしたが、本制度では定型の用紙が用意されており、必要事項を記入して提出するので、訴訟を起しやすくなっています。また、窓口でも記入方法のアドバイスを受けることもできます。手数料は請求金額によって違いますが、概ね4~5千円程度までです。

さて、少額といえども、「少額訴訟制度」は裁判ですので、審理をする裁判官を納得させる証拠書類や証人(訴えを起された人は、反論のための証拠書類や証人)を充分に用意しておかないと、判決を有利に導くことになりません。

提訴されたときに本制度での訴訟を望まないときや判決に不服な場合は通常の裁判

に移行することができます。また本制度は通常簡易裁判所で行われますが、簡易裁判所での審理が適当でないと判断された場合は、審理前に地方裁判所に移行されることがあります。

本裁判も通常の裁判と同じように傍聴することができます。一度覗いてみられてはいかがでしょうか。

参考資料：(社) 全国消費生活相談員協会『裁判のススメ』1999

2005年に制定・改正された消費者関連法

2005 年に制定あるいは改定された消費者に関連する法律が、関西消費者協会『消費者情報増刊号』2006 年 2 月発行に掲載されています。一冊 500 円。

6. 事務局からのお知らせ

今後の予定

第 13 回セミナー（公開）

2006 年 5 月 18 日（木）午後 1 時～ 大阪薬業年金会館

坂東俊矢氏 演題未定 および角野久史氏「ちょっと変わってきた最近のクレーム」
および情報交換会

セミナーは事前申し込みが必要です。奮ってご参加ください。

2006 年度総会

2006 年 5 月 18 日（木）午後 1 時～ 大阪薬業年金会館

第 13 回セミナーに先立って、総会を開催します。

第 18 回事例研究会

2006 年 4 月 12 日（水） カネテツデリカフーズ㈱

事例研究会は事前登録が必要です。

次年度会費納入と分科会登録のお願い

事務局より次年度会費納入のお願いがゆきますので、宜しくお願いします。

分科会「事例研究会」および「消費者関連法研究会」では、2005 年度から継続参加される方も、改めての登録をお願いしています。

事務局長交替のお知らせ

2005 年度において、事務局長清水孝彰、事務局長代行岡田英三郎でやってきましたが、諸般の事情により 2006 年 1 月より本会副代表世話人の角野久史が事務局長に就任することになりました。また、事務局の日笠かおり氏が事務局長を補佐します。

ご利用ください!!

難クレーム処理対応110番

難クレームなど難しい対応をせまられたときや相談先がわからないときに、経験の深い人のアドバイスを得るシステムをOM研内に立ち上げました。相談は無料です。

当面メールだけの受付です。メール先：higasa-kaori@kyoto.co-op.jp

お詫び

今号では都合により「リレー談義」を休載します。

編集後記：

私は目下、高齢の方と障害をお持ちの方を対象にパソコンの操作をサポートしている団体で活動しています。もともとパソコン好きの人たちが、最近の進歩に遅れないように楽しくわいわいがやがや言いながら始めたグループです。しかし、高齢者や障害者はパソコン操作に億劫となり、結果的に情報格差の被害を受けないようにすることも大切な目的です。

私自身も加齢とともに、身体機能の低下と社会システムへの理解が難しくなっている（例えばケータイの使用）と自覚しています。

私自身の経験からすれば、ある商品について分からないことがあるので問い合わせたところ、「〇〇については“1”を、△△については“2”を・・・」と音声応答されると、とても緊張してしまいます（私だけかもしれませんが）。ようやく肉声で会い、ホットするまもなく「その件はもう一度かけ直して“3”にご連絡ください」と云われると、気が失せるとともに、もうこの会社と付き合いたくないと思います。

かかるシステムを採用するにはそれなりの理由があるのはよく理解しているつもりですが、やはりファーストインプレッションは良いとはいえないですね。皆さんにはそんな経験をお持ちではありませんか。（〇）

お客様満足研究会だより「OM研レポート第11号」

2006年3月25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