

お客様満足研究会だより

OM研レポート

第15号 (2007年3月20日発行)

第15号の主な記事内容

1. リレー談義—お客様満足と私 (第12回)
2. 女性担当者交流会を開催
3. トップに聞くお客様満足 VI: 大山乳業農業協同組合
4. 第16回セミナーが開催されました
5. 第22回/23回事例研究会が開催されました
6. 事務局からのお知らせ

1. リレー談義 —お客様満足と私—第12回 野口 昌則氏 ～出会いを大切に～

私が、デサントのお客様相談室の責任者に就任したのは、忘れもしません、PL法が施行される1年前の平成6年の4月でした。

それまでは、広報を担当していたのですが・・・1月の或る日突然、社長に呼ばれました。PL法のことには知っていましたし、ぼちぼち人事異動の時期なので、直ぐピンと来ました。

案の定、「君、PL法を研究してみないか!？」とのお言葉。そして、「君広報やろ。会社や商品のことはよく分かっているやろ」と、さらなる追い討ちが・・・。

お客様相談室というと、誠にソフトなイメージですが、その厳しい実態は・・・「OM研レポート」を読んでおられる皆様は、日々身をもって体験され、よくご存知のことと思います。

内心、「えらいことになったな～! どないしょう」と思いました。しかし、社命です。新設の部署であり、ある意味では遣り甲斐があるのではと、腹をくくりました。「やらせてもらいます。その代わりシステム作りに半年下さい」と、答えました。

辞令が出たら、なんと環境保全推進室の室長というおまけまで付いていました。が、取り敢えず大阪2人、東京2人(最終的には、大阪4人東京4人)でスタートしました。当分は、大切なお客様対応に追われることが予想される相談室業務を優先させることで経営の承認を頂きました。そして、同年の9月、相談室は実質的に発足しました。



野口 昌則氏

曲がりなりにも半年で立ち上げることが出来たのは、ミズノさんやワコールさん、そしてポーラさんやサントリーさんなどを訪問し、色々ご教授頂いたお陰です。本来なら丸秘事項のはずが、とても丁寧に教えて頂きました。これは、相談業務に携わっている者同士の仲間意識であり他の部署では考えられないことです。本当に有難かったです。

もう一つ有難かったのは、ACAPに入会出来たことです。同じ痛みを持つ仲間と集うことで、精神的に救われました。無体なお客様にてこずって暗い気持ちで ACAP の会合に出かけても、皆と話しているうちに、いつの間にか癒されていました。勿論、難クレーム対応方法や消費者関連法規などの勉強も大いに役立ちました。

とにかく、相談室を担当して退社するまでの5年間、一生懸命頑張りましたが、沢山の失敗もしました。

しかし、何とか業務を全う出来たのは、社外の仲間の皆さんや室員のお陰です。

私は、一応室長という立場にありましたので、一次対応は殆ど室員が当たってくれました。そのストレスは大変なものだったでしょう。私は、常に室員の健康状態、特に精神面に気を配りました。週に何回か飲みに行き、その後はカラオケです。家内は言いました。「お金残れへんわ!」と。

けれど、人脈が残りました。退職後も、元 ACAP の仲間のお誘いで「OM 研究会」のお手伝いをさせて頂いています。有難いことです。会員の皆さんも、OM 研究会での出会いを大切に頂ければと思います。

(お客様満足研究会世話人、元株式会社デサントお客様相談室 野口昌則)

2. 第2回女性担当者交流会

2月14日第23回事例研究会終了後、第2回女性担当者交流会が開催されました。

出席者は、女性11名と、世話人として岩沢、藤原両氏とアドバイザーとして奥田氏(当日会場会社)の14名でした。なお、リーダーに為廣直子さん(㈱カイゲン)、副リーダーに佐伯裕美さん(丹平制約㈱)が推挙されました。

本会は、セミナーにおけるアンケート調査に寄せられた要望に基づいて設置されたものです。

当日は、テーマ1：責任者として女性担当者がでた場合の「男性はいないの?」発言について(内容：派遣さんや後輩が電話対応で責任者や上司を求められ困っている時、代わりに貴方が出たら「男性はいないのか?」「役職は何だ」と、落胆された物言いをされることはないですか?そんな時、どうやって対応し・お答えしたらいいのでしょうか。)、テーマ2：切るに切れない電話の対応について(内容：相談室の電話は大抵が女性の方。女性とのお話を目当てにかけてくる異常な人(?)、健康相談、世間話など、切るに切れない電話相談はあるはず。そんな相談電話に遭遇してしまった場合の対処法は)の二点について意見交換されました。

女性担当者交流会は当面特別に開催日を設定せず、事例研究会開催日に合わせて催します(ただし毎回ではありません)。

女性担当者の方は奮ってご参加ください。日頃のうっぷんをはらしましょう!!

トップに聞くお客様満足 VI ～大山乳業農業協同組合～

トップインタビューの第6回は、白バラ牛乳でお馴染みの大山乳業農業協同組合さまです。

1月30日（火）、事務局長の角野久史と世話人の野口昌則が鳥取県東伯郡にある協同組合本所を訪問。

日々、美味しくて安心の牛乳・乳製品作りに邁進しておられる代表理事組合長の幅田信一郎様にお話をお聞きしました。



大山乳業農業共同組合
代表理事組合長

幅田信一郎氏

Q；工場の「白バラ」マーク、とても清潔な印象ですね！

A；有難うございます。「白バラ」のように純粋で純良な牛乳や乳製品をお届けすることを原点として、少しでも人々の健康な暮らしのお役に立てればとの願いを込めて、当組合のシンボルマークに採用したのです。

Q；先ず、組合の歩みについて伺いたと思います。

A；昭和21年に、3人の酪農家が、任意組合である「伯耆酪農組合」を立ち上げ、現在地（本所）に処理加工施設を建設し、市乳、バター、乳飲料の製造販売を始めたのが、当組合の嚆矢です。昭和26年には、「伯耆酪農農業協同組合」として法人組織の認可を受けました。



製品展示場にあるブランド
「白バラ」も看板

その後、周辺の酪農組合を併合しながら、漸次組織と施設を拡充整備し、昭和34年には、販売強化のため傍系会社「伯耆酪農商事株式会社」を設立しました。

良質な乳製品の製造販売への地道な努力が認められたのでしょうか……。昭和39年に朝日農学賞を受賞し、翌40年には昭和天皇・皇后両陛下の行幸を賜るなど、名誉なことが続きました。

Q；「大山乳業農業協同組合」として発足されたのは・・・

A ; 昭和41年です。伯耆・美保・東部の3つの酪農組合が合併して発足し、同時に鳥取県指定生乳生産者団体に指定されました。初代組合長は、桑本太喜蔵で、私は4代目（平成12年就任）になります。

Q ; その後の主な動きは・・・

A ; 平成15年には、県内の酪農生産者は全員組合員となり、名実共に鳥取県の酪農生産者団体となりました。これは、全国でも珍しいことです。一方、市乳工場、アイスクリーム工場、菓子工場そしてヨーグルト工場など近代設備を持つ工場を次々と改造・新築し、組合のモットーである安心・安全な製品の製造販売に傾注してきました。

平成16年に、畜産大賞を戴き、現在に至っています。

Q ; さて、話は変わりますが、製品の構成はどうなっていますか？

A ; 製品の総売上は、約141億円（平成18年）です。構成比率としては、牛乳が約43%、乳飲料が約17%、ヨーグルトが約11パーセント、残りが菓子・乳製品となっています。

Q ; 販売地域は如何ですか？

A ; やはり関西方面が主力で、約46%、次いで山陰が27%、山陽が20%の順となっています。東日本や中部・九州・四国は、合わせて7%です。

Q ; 流通はどうなっているのですか？

A ; 販売業務を行う支所・営業所・流通センターが鳥取、米子（指導業務がメイン）、倉吉、京都、神戸、岡山、津山、広島、江津、北九州にあります。また販売傍系会社が大阪、姫路、鳥取、米子にあり、各々で営業活動をしています。販売先は、デパート、スーパー、生協、コンビニ、併売店などがあります。

Q ; 牛乳や乳製品はデリケートで、品質管理は大変と思いますが・・・

A ; その通りです。営業・開発・生産すべて大切ですが、品質管理は私が経営する上で特に重要事項と捉えています。先程も申し上げましたように、消費者の皆様に安心して美味しい牛乳・乳製品を召し上がって頂くのが何よりと考えているからです。

Q ; 具体的には、どのような方法で・・・

A ; 生産した生乳は全て、酪農専門農協ならではのノーハウを持つ自社工場で責任を持って処理販売をしていることです。

自社工場は、食品を扱う上で必要なHACCPやISO22000:2005の認証を受けております。さらに、(株)コープ品質管理研究所所長の角野さんのご指導で7Sも実施し、厳しい品質管理に立ち向かっています。

Q ; 7Sとは、整理・整頓・清掃・清潔・躰・洗淨・殺菌のことですね？

A ; そうです。操業当初は、異物混入、特に小さい虫や毛髪などが入っているというクレームが多く寄せられました。しかし、HACCPやISOの認証を取得し、7S運動推進後は激減し、お客様に安心してご購入頂いています。

Q ; いくら工場管理がしっかりしていても生乳の品質にばらつきがあれば・・・

A ; よくご存知ですね。私どもは、生乳の品質安定化を図るため獣医師6名を含む22名からなる「酪農指導部」を設置し、土・草・牛作りを基本に厳し

い生産指導をしています。牛に給与する餌の安全性はもちろん、牛の健康管理から搾乳衛生まで、日夜農家に出向いて指導しています。11,000頭の牛がいるのですから大変です。専門部隊を設けて、ここまで徹底しているのは他に類を見ないのではないのでしょうか。

Q；素晴らしいですね。しつこいようですが、クレームは・・・

A；本当に少なくなりましたが、皆無と言うわけではありません。問題が発生した時は、流通さんに、特に生協さんはしっかりされていますので、大抵対応をお願いしています。もちろん必要なデータは提供させて頂いております。しかし、重大なクレームや直接持ち込まれた苦情にはどんな些細なものでも、私どもで対応しています。品種管理部が中心となって原因を追究し、営業部門と共に誠意をもってお客様にお応えしています。

Q；よく分かりました。工場を、見学コースから見させて頂きました。きちんとローラーをかけて工場に入場する従業員さんをお見かけしました。工場内も整理整頓されており、清潔にされているのが一目瞭然でした。環境対策の方は如何ですか？

A；ゴミの分別回収など基本的なことは実施しています。大切な地球を守るためにも環境対策は不可欠だと思います。3月中にはISO14000の認証を取得すべく準備を進めています。

Q；では最後に、今後の課題についてお話下さい。

A；牛乳は、中学生までは、学校給食で飲んで頂けるのですが、高校生以上になると段々飲む人が減ってきます。ペットボトル化などが考えられているようですが、兎に角たくさん若い人に牛乳を飲んで頂く・・・これが課題と言えるでしょう。

Q；私事で恐縮ですが、長男・次男とも30台前半ですが、家でも幼い時から牛乳を飲ませてきました。それも当時大阪では珍しかった白バラ牛乳です。お陰さまで今も健康で働いています。父親は93歳で亡くなるまで牛乳が好きでした。これからの日本を背負う若人に牛乳の魅力をアピールして下さい。本日は長時間有難うございました。

大山乳業農業協同組合様のホームページは

<http://www.dainyu.or.jp/>

4. 第15回OM研セミナー

2006年11月29日大阪科学技術センターで、第15回OM研セミナー「わが社の難クレーム対応Ⅱ」が開催された。

諸般の事情で、当初予定の開催日・会場の変更で混乱し、過去に比較して少ない参加者となりました。講師はピジョン(株)曾我金造氏(講演①)とオハヨー乳業(株)荻野剛氏(講演②)、さらに両講師に司会の佐伯征慶(代表世話人)と増永和彦氏(株)コープ品質管理研究所)が加わって、パネルディスカッションが開催されました。

ここでは、当日実施したアンケート調査の結果について、自由意見・感想を中心にご紹介します。

講演①について、・事例が具体的で良かった ・社内での取り決め事項が参考になった ・現場での対応は、電話では分からない苦労があることが非常によく分かった ・訪問対応時、どの程度お客様のお声を受け入れなければならないのかの度合いが大変参考になった。

講演②について、・豊かな経験談が非常に参考になった ・様々な事例が参考になった ・全体を改めて理解できた ・相談室の対応の説明が、当社マニュアルや指導と同じであったことが、今後の自信に繋がった。

パネルディスカッションについて、・回答にバラエティがあり良かった ・他社のいろいろな意見が聞けて参考になった ・実際にある身近な事例のディスカッションが参考になった ・不安に思っていたお客様対応で、納得のいく回答が得られて安心した。

などでした。なお、今後のセミナーテーマについてもいくつかご意見をお寄せいただきました。参考にさせていただきます。

5. 第22回／23回事例研究会参加報告

第22回事例研究会レポート

12月8日(金) コカ・コーラウエストホールディング(株)様の近畿コカ・コーラセミナーハウスをお借りして、第22回事例研究会が開催されました。

また、恒例の情報交換会も研修終了後多数の方が参加され、和気藹々とした中にも貴重な情報交換が行われました。

1. 明治乳業関西支社様

お客様が自分で購入した牛乳が8月23日にドロドロになっていたのを、店頭に行き、商品の賞味期限を確認すると9月3日までのものが販売されていたため、「これはおかしい」ということで電話してこ

られたが、対応した新任課長の初期対応のまずさで、商品より対応という二次クレームに発展した事例と考えます。

対応のまずさとして「対応途中で電話を切った」事が以後のクレームの要因ではなかったかと思えます。また、お客様と面談した時に承諾を得ずして録音した事が更に拍車をかけたようで、会話を録音する場合は条件に関わらず、承諾を得て録音すれば、場合によってはそれがトーンダウンに繋がる事もあり、「録音させていただきます。」というお断りの重要性を再確認すると共に初期対応が如何に大切であるか、最初の対応で「こんな事が

あったよ。」と、お客様より貴重な情報の申し入れだったものが、クレームへと発展して行く良い事例ではないかと思いました。

2、丹平製菓（株）様

洗剤倉庫に保管していた教務用塩素系漂白剤（一斗缶）から液が漏れて、洗剤倉庫が漂白剤びたしになるとともに保管していた洗剤や絨毯がだめになった。その補償を含めた対応に関してのクリーニング店よりの申し出に対して、現物を確認する前に液漏れの事実、可能性を説明した事は結果として不適切な対応と言えるが、実際面ではこのような対応にならざるをえないだろうと思います。

商品（現物）回収の為、現場確認に訪問され、面談した時に内容が記録されていない為、双方の思いの違いがその後の対応が難しくなったと考えられ、色々と難しい場合もありますが、面談の場合は録音という手段は以後の対応に不可欠なものだとその重要性を知りました。

原因調査結果（容器底部の2ヶ所からにじむ程度の液漏れ）をA氏（社長）が確認した後、急に解決に至っていますが、なぜ急に解決に向ったのか疑問が残ります。

推測になりますが、B氏（社員）は以前から液漏れ（塩素の臭いより）知っていて、何らかの原因で漂白剤をこぼし、洗剤をだめにした事の隠れ蓑として、短時間に漂白剤が漏れたとA氏に報告していたのではないのでしょうか？

2、ジェクス株式会社様

2004年7月12日に「搾乳器の1つの付属品、哺乳瓶の乳首が購入した時に濡

れていることより不良品と思い、購入店で商品交換を行ったがそれも同じ状態で不良品と思って使用しなかった。」と販売店より連絡を受けた。（乳首の濡れは粘着防止剤が塗布され、乾燥しにくいもので、濡れている状態が正常。）

留守が多くなかなか連絡が取れず8月3日にご本人と連絡が取れ、「搾乳器が使用できなかった為、母乳が溜まり乳房が張って痛い」との申し出を受ける。体の事でもあり、病院の診断を勧め、落ち着いた時点での連絡とお願いと病院の領収書の送付を依頼後、2005年10月に58,909円の領収書が届き、その内16,709円が病院代で、その代金のみを支払う事を伝えた所より全額支払えのクレームになり、消費者生活センターが介入するも解決せず、2006年10月販売店にお客様よりクレームの電話があり、その電話があった旨を代理店経由で連絡を受けた後、検討結果鶴の一声で全額を支払い、解決に至る。

「乳首が濡れているのが正常」とパッケージまたは取り扱い説明書に記載がなかった事がお客様の判断ミス、購入店の判断ミスを招いた要因と思いますが、どこまで記載するかは難しい面があり、弊社の商品でも記載ないとお叱りを受ける事が多々あります。

発生から解決まで、2年以上の期間を要し、途中より急変し、消費者生活センターの介入も無視した点などより、手馴れた第3者のクレーマーがアドバイスなどを行っていたのではないかと感じました。

3、 コカ・コーラウエストホールディング (株) 様

「午後9時ごろ中庭にストックしていたジンジャーエールの壺を取り出した際に壺と壺が接触し破裂した。その破片が頬をかすめ、もう少しで目に当たるところであった。こんなことってあるのですか」という申し入れに対して、翌日訪問し、現状確認の上、破裂の要因説明及び現物回収で訪問者より「了解をいただきました。」の連絡があった。

一見これで解決したように見えたものが、現物を回収した折にお客様に検査結果の報告をする、しないの確認をしなかった事で「当然検査結果の報告があるものと思っているお客様」と「解決したと思っている訪問者」に温度差があり、以後の対応が遅れてしまった。

クレームそのものの内容は検査報告書の内容とその説明に納得いかないというのですが、日々のお客様との対応の中で、これだけはミスしてはならないというものがあります。

検査結果報告の有無の確認は、お客様

のお名前や電話番号などのように基本的に確認すべき項目の一つに該当する項目であり、この事例を教訓にうっかりミスを如何に防ぐかが早期解決への糸口であり、また、お客様の気持ち（真意）を汲み取る事の難しさをあらためて知らされた思いです。

最後に質疑応答の中で、説明書や回答文章などには難しい言葉は使用せず、小学5年生が理解出来る言葉にするよう心がけているとのご発言がありましたが、解り易い言葉で対応する事がお客様とのコミュニケーションを円滑にする方法だと日々感じていた事であり、早速社内ですべて使わせて頂きました。

(三洋テレホンサービス (株))

浜口晴夫)



22 回事例研究会の発表者：(左から) 小林・・氏 (明治乳業(株)関西支社)；山本敏男氏 (ジェクス(株))；佐伯裕美氏 (丹平製菓(株))；鷹家・・氏 (コカ・コーラウエストホールディング (株))

第23回事例研究会報告

第23回事例研究会が2月14日、大阪市生野区のロート製薬様で開催されました。

事例1 ナリス化粧品様より「日焼けオイル使用による皮膚トラブル」についての報告がありました。北海道在住のお客様が製品をご使用后ひどい皮膚障害を起こされ、病院にいくのですぐ見に来てほしいとのこと。

すぐに訪問、面談し症状の確認をされました。仕事に助手を雇う必要が生じたので、その分の費用1日2万円で2日分を負担してほしいとのこと。医師の診断では因果関係は分からないとのことであったが、翌日、新千歳空港で5万円を支払い、和解書に署名捺印をしてもらい終了。発生から2日間でのスピード解決でした。

反省点としても述べておられましたが、因果関係がはっきりしないなかで安易に金銭で解決してしまった点、北海道の遠隔地を考慮しても少し残念と感じました。ただ化粧品と皮膚トラブルはどのメーカーも対応が非常に難しく、苦慮しているのが現実と思います。

事例2 日本ミルクコミュニティ様。「異物混入の検査結果に納得がいかない。対応も悪い。」状況が詳細よく分からない時点で、しかも激怒型の初期対応の大切さを再認識させられました。クレマーの疑いを持つも、はっきりクレマーと分からず善意の人として対応されたとのこと。結果的にはこれが良かったと思います。クレマーの見極めは難しく参考となりました。また面談が膠着状態になった時の「沈黙」もひとつの作戦。最後の「混入はゼロではない」の本音も誠意として受け取られたのではな

いでしょうか。

事例3 福助様。「4年前のクレームが未解決のままなので確認」

明らかなクレマーに対する対応。前2回の8年前と4年前の対応の隙を突かれた感じ。今回は終始毅然とした対応ができたと思います。会社の混乱の事情があり、止むを得なかったとおもいますが、せめて前2回目にクレマーと確認できていたらと思います。

消費者センターの紹介については世話人の方の「第3者機関へご相談されるのも……」というお話しは参考になりました。また賞味期限(使用期限)の書いてない商品の対応、目安として3年というのは妥当ではないでしょうか。弊社でも原則3年で対応しています。

最後に世話人の方より「F社事件」を参考にお話をいただきました。

いまさらながら、危機管理体制とリスクマネジメントの重要性が身にしみました。

毎回、各社の事例発表をお聞きして、結果はどうあれ各担当者の人たちが、必死で取り組んでおられる様子が本当によく分かります。

冒頭、ロート製薬様のお話の中でお客様相談室の役目として「企業不信が多いなかで会社の信用を高めていく必要がある」「難しいが、おもしろくもあり、貴重な仕事である」「自信と誇りを持って取り組んでほしい」とのお話をいただきました。

今回も刺激と元気をいただいた事例研究会でした。

(ジェクス株式会社 山本 敏男)



23回事例研究会の発表者：(左から) 桶田善輝氏 (株)ナリス化粧品)；上原果弥氏 (福助株)；徳永英児氏 (日本ミルクコミュニティ株)

5. 事務局からのお知らせ

今後の予定

第17回セミナー (公開) および第5回総会

2007年5月16日 (水) 午後1時～ 大阪薬業年金会館

講師：大森幸子氏 (サントリー株)

講演会終了後交流会を予定しております

第25回事例研究会 2007年4月11日 (水) カネテツデリカフーズ株

旧年度に事例研究会に登録されている会員は、新年度の登録は不要です。

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などに、経験の深い人のアドバイスを得的システムがOM研内にあります。相談は無料です。

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

お詫び

- ・ 今号も「役立つ知識」は休載します。
- ・ 諸種の事情により分科会「消費者関連法研究会」は休会となりました。

編集後記：

創刊号より「OM研レポート」の編集を担当しておりましたが、今号をもって次の方にバトンタッチすることとなりました。長らくのお付き合いありがとうございました。少しでも、会員の皆様にお役に立っていたかと慙愧にたえません。(岡田)

お客様満足研究会だより「第15号」

2007年3月20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