

お客様満足研究会だより

O M 研 レ ポ ー ト

第19号 (2008年3月20日)

第19号の主な内容

- ・リレー談義＝お客様満足と私 (第16回)
- ・第28回事例研究会 (於；近畿コカコーラセミナーハウス)
- ・OM研特別企画セミナー (於；アピオ大阪)
- ・第29回事例研究会 (於；ロート製薬㈱)
- ・TOPICS 裁判官制度③
- ・事務局からのお知らせ

※今回、都合により「トップに聞くお客様満足」はお休みします。

●リレー談義＝お客様満足と私＝第16回 安藤 利治氏

「お客様相談室かあ。ここにだけは転属したくないな。」10年前、私はそう思っていました。

当時はマーケティング部門で製品開発やCM作成を担当しており、その近くにお客様相談室があったのですが、近くて遠い存在でした。苦情を聞いて謝るだけの連続。そんなイメージでした。

「お客様相談室への移動を希望します。」それから数年後には役員や人事の前でこう言っている私がいました。我ながら心変わりの激しさに感心します。マーケティングを続けているうちに「お客様の声をもっと活かしたい」という思いが強まっていたのだと思います。そして念願 叶ってお客様相談室に着任し、もうすぐ3年になります。



安藤 利治氏

お客様に満足していただくためには、まず対応です。お客様相談室に移動して最初の仕はお客様対応でした。お客様対応といっても二次対応です。一次対応でこじれた電話ややこしい案件ばかりがまわってきます。回答困難な訴えや不当要求、恫喝。何でもありです。最初は不安もありましたが、OM研の事例研究会に参加してからは気が楽になりました。OM研に参加している企業の方にとって、悪意をもった人物の不当要求を断ることは、たいして困難なことでもなくなっているのではないかと感じます。プロの暴力団員と電話で話すことも「貴重な経験ができた」と喜んでいませんか。(会うのは怖いですが・・・)

少し前までの心配事は悪意のある人物への対応でしたが、最近は本人に悪意はないが対応困難な人に対する接し方に関心がシフトしているようです。

お客様対応部門の仕事は機械相手ではなく、人間の心が相手の仕事です。お客様からの訴えは色々で、マニュアル通りのものではありません。1件1件、そのお客様に合った対応が必要です。だから、うまく解決できたときや、最後にお礼の言葉を頂戴したときの喜びがあるんですね。これからも、OM研で皆さんの貴重な経験談や意見を聴かせてもらい、教えていただきながら、お互いに成長できればと思います。

(小林製薬株式会社 お客様相談室情報分析グループ)

●第28回事例研究会報告

2007年12月7日(金)、近畿コカコーラセミナーハウスにおいて第28回事例研究会が開かれました。会の終了後、和気藹々の中、今年を締めくくる、情報公開間が行われました。

1. 株式会社カイゲン 為廣 直子氏

【申し出内容】 妻が動けなくなった。お薬の特性を教えてください。

病院には行きたくない。薬局からの電話で、せき止め液を服用したお客様が、体に力が入らず動けないと言っているのでメーカーで対応をお願いしたいと薬局から電話でお客様対応の依頼。

【対応経過】 状況の把握のためお客様に電話をすると、奥様がせき止め液を服用したら体が動かなくなった。ご主人も服用したが立ち上がる力が無く、薬が何か影響しているのではないかと。病院で診てもらう様に勧めるが、病院には行きたくないと。時間も遅く、会社からの直接対応が難しいので、薬局に状況の報告をした。

結果的には、奥様が前日に足をひねり、捻挫を起し、帰宅後半日トイレに居たことで、ご高齢なご主人(90歳代)も一人で奥様を移動できず、非常に困った状況で薬局の方が夜間に訪問し、対応できた。翌日に薬局と営業社員が奥様を病院に入院させた。病院に行くことを勧めるばかりでなく、すぐに訪問すればよかったと反省された。

【質疑応答】 薬局に動いてもらうことも時と場合によってはプラスになるが、このように薬局の手を借りる例がほとんどなかったことで、大変参考になる事例でした。

また、対応に関しては道義的な問題、お客様のセルフメディケーションとしても自己責任など、お客様相談の担当者としても今後の対応で考えさせられる問題でした。

【世話人意見】 夜間であっても訪問することが適切な対応と考えられる。電話内容からは重篤な場合も予測され、副作用報告義務の観点からも訪問して確認するという姿勢が求められる。



為廣 直子氏

2. オハヨー乳業株式会社 古谷 伊里氏

【申し出内容】 いちご大福バー(アイス)が酸っぱい

苦情証拠を持たない、常習と考えられる方に図書カードを発送することでの対応

【対応経過】 お客様から大福バーを食べたら酸っぱい味がして、まずかったと電話がある。証拠のアイスは融けてしまい、箸(バー)は捨ててしまったと回答され、お詫びの図書カードを送ろうとしたが、個人情報には教えないと暴言のみの返答。



古谷 伊里氏

翌日、図書カードの請求の電話。問題はあったが今回のみの措置として

図書カードを送ることにしたが、宅配便で送ろうとしたが、個人情報で種々と注文があり、最終的には個人情報には教えられないと。その後、数十回の無言電話がかかる。

【質疑応答】 ①お客様相談の第一次対応は外部委託をしているが、委託受電者はどの程度まで回答権限を与えるか、各社の対応は

:第一次は申し出内容のみを聞いて、複雑な事例は後で担当者から電話する

:今回のような異常質問に対しては権限を与えるべきでない

:名前と住所を言わないお客様には対応をしない

【世話人意見】 定型的な範囲はマニュアルを設定して権限を与え、逸脱する内容に関しては、担当者と相談して回答するようにマニュアルに設定しておく。今回の事例は常習者と疑われるが、お詫びの物品は社内規定では常習者には送らないという規定ではなく、証拠のものが無い場合は送らないと規定する。

3. フマキラー株式会社 柴田 光信氏

【申し出内容】 コバエ駆除剤の商品提案

霊能者からの商品提案、さらには雇用要請まであった事例

【対応経過】 メール文書でコバエ駆除剤の商品提案が入り、会社からは技術的に難しい不採用の回答をした。

ところが、不採用は納得できず、社内体制の不備が不採用の原因ではないのかと、自ら霊能力者と名乗り、社内不備を補うためにパートでの採用要請の申し出がある。その後、霊能力者のご主人という方から、妻には妄想癖があるので、メールではなく文書できっぱりと断った文書を送ってくださいと依頼があり、文書を送る。

【質疑応答】 特に社外からの技術提案の取扱いについて

①以前から社員からも同様な提案があり、……と500円の図書券をお送りする。

②外からのアイデアは全て門前払いをし、社内での回覧、検討も行わない。

メール受信については、住所、名前、電話を入れないとメールできないようにして、不確実なメールに対しては対応する必要が無いようにする。



柴田 光信氏

4. 株式会社ユー・エス・ジェイ 山田 一穂氏

【申し出内容】 ボートのスプラッシュダウンで水飛沫で毛皮が濡れ、着れなくなった80万円の毛皮が濡れてしまい、子供が風邪を引いたと申し出。この対応として退職間近の担当社員が10万円で即決対応したが、毛皮を回収せず、領収書に但し書が未記載で、11か月後も明確な解決に到らず、初期対応の重要性を暗示する事例。

【対応経過】 ボートのスプラッシュダウンは水がかかることを大きく掲示し、高級な洋服などは預かることにしているが、担当者は注意をし、毛皮は脱いでもらったが膝の上に置かれたことを見逃した。お客様から毛皮が濡れて着れないと苦情の申し出、毛皮は38万円の高級品と申告したので、ゲスト相談室員は早く解決した方が得策と10万円での金銭解決案を提示し、毛皮はお客様が持ち帰り、領収書を受理した。ところが2日後、子供が風邪を引いて病院に行くと言があり、6日後に夫妻で来社し、毛皮の価格は38万円ではなく80万円だったので、当日受け取った10万円の解決金では納得できないと再度の申し出があった。さらに子供が風邪を引いた慰謝料の要求して来た。1月に発生した問題が12月まで交渉が続き、解決には到っていない。

【質疑応答】 ①水がかかった場合の補償責任はどのようにしているか？

本人過失は大きいですが、保険会社とも相談し、ある程度の補償を行うことにしている。

②預かった毛皮はどうすべきか

最初に解決金を払った時に、毛皮は持ち帰り、再度の申し出の時に預かった。補償金を支払っているので保険会社が預かるのが妥当であろう。

毛皮の原価は、表示価格の約5%程度と考えるべし。

【世話人意見】

①子供風邪は因果関係が明確でないので、支払いの必要が無い

②毛皮など高級品は保険会社に鑑定を依頼するのが妥当である

③クリーニングは痛むので、元に戻らないことを念頭に置いて考える

④示談書を作成し、小額であっても支払い目的の明細を記載しておくこと

⑤この事例は弁護士に相談し、あるいは依頼し、内容証明で返答すべきである

(記;摩耶堂製菓株式会社 お客様相談室 大平 一夫氏)



山田 一穂氏

● OM研特別企画セミナー好評理に終了！

平成20年1月23日(金)、午後1時から5時にわたって、アピオ大阪(森之宮)において、北村幸子氏(NTT日日本一関西 ビジネスマナー講師)を講師にお迎えし、OM研特別企画セミナー「電話対応の基礎実践研修」(お客様との電話対応、あなたは間違っていないか)が開かれました。

シビアな申し出の多いNTTにおいて、豊富な消費者対応を経験され、今も現役で頑張っておられる北村先生の一語一語は説得力があり、受講者の方々(28名)から、即役立つとの声が聞かれ、大いに盛り上がりました。

北村先生からセミナーの報告が寄せられましたので、以下の通り掲載させていただきます。

＜電話対応基礎実践研修報告＞

- ・研修で強調した点は、お客様に満足頂くには「好印象な対応」と「的確な対応」の両方が必要なこと。
- ・「好印象な対応」が、お客様満足度が高い傾向にあること。
- ・今回の研修では、心(感謝の気持ち)＋形(言葉遣い・音声表現等)の2つが伴ってお客様満足につながることを説明し、特に「形」のテクニック部分が重要であることをデーターで示すとともに講義と実習を通じて勉強しました。

座学・ロールプレイングの概要

今回は、「電話対応の基礎実践研修」で、基礎の部分のマナー、電話対応が会社にとってどれだけ重要なことであるかを、受講者から意見を出して頂く方法で意識づけをしました。

敬語では、使い方と、3分類と5分類における敬語の使い方を説明しました。

ロールプレイングで受講者毎に強み・弱みを指導し、明日からでも弱みを改善するよう勉強しました。

【強調した勉強内容】

1、マナーとは・・・受講者の意見

①マナーとは何ですか

礼儀 一般常識 思いやり 相手のために行うこと けじめ 最低限しないといけないこと

②マナーの良い人と仕事をすると

安心 清しい気持ちになる 嬉しい 仕事がはかどる 好感が持てる

③マナーのよくない人と仕事をすると

安心できない 嫌な気持ち 効率が悪くなる 重い気分になる 空気が悪い 不安

④会社にとって、マナーの良い人はどうですか

イメージアップ 誇りである 必要不可欠 大事な財産 信用度アップ

⑤会社にとって、マナーの悪い人はどうですか

イメージが悪い 信用にかかわる お客様が減る 会社の雰囲気が悪い 気持ちがよくない

2、電話対応とは・・・受講者の意見

①感じの良い対応

丁寧 声のトーンが高い 的確な応えが出る 言葉遣いが良い 滑舌が良い 落ち着いて話す

②感じの悪い対応

横柄 語尾が長い ボソボソ話す けだるい 相槌がない

③電話対応で何が伝わりますか

真摯な姿勢 教育レベル 努力 商品の購買意欲が伝わる 会社の質 会社の雰囲気

お客様の希望に沿おうとする意欲

3、コミュニケーションを図る時の伝わり方

◎五感では……3秒で伝わる

◎情報伝達力……

対面 6秒で伝わる

言葉の内容……7%

話し方……38%

態度……55%

電話 15秒で伝わる

14%

86%



熱心に指導する北村 幸子氏

この数字は何を伝えるのか……電話は声のみのコミュニケーション。「声」に表情をつけて心のこもった応対をすることが重要だということです。

4、顧客満足 (CS) とは

- ①一つ一つの電話応対が顧客の信頼を積み上げるのです。
- ②人間を人間として大切に思うことが、全ての基本です。
- ③お客様の5つの思い(声を聞いてほしい、専門的な応対をしてほしい、一生お客様でいたい……)をかなえる努力をする。

5、笑顔の応対では、表情訓練をしました。

6、クレーム対応の電話の受け方について、強調した点⇒誠意が大切。体全体で対応することが大切。

- ①お詫びの言葉も工夫する。「申し訳ございません」だけでは、誠意が通じない。
- ②相槌を打ちながら、時々要点を復唱して、最後にまとめる。
- ③聞きたいことは、その後で聞く

7、言葉遣い

①敬語の種類・使い方について

- ・「尊敬語・謙譲語・丁寧語」の基本的な3つの使い方を勉強しました。
- ・二重敬語、「お・ご」のつけすぎに注意する
- ・敬語の⑤分類について勉強しました。

丁寧語が美化語と分けられた。

謙譲語も相手にかかわる時の使い方Ⅰ 自分のことを丁寧に言うⅡ

- ・尊敬語は同じですが、特に「れる られる される」については、余りきれいでないので控えること。
- ・二重敬語、言葉の後に「れる られる」をつけるのは間違いということを勉強しました。

②クッション言葉を使うと、柔らかい話し方になるので、できるだけ使う方がよい。

③最後に、「お ご」の尊敬語・謙譲語でのつけ方について。

- ・簡潔で要領のよい応対は最後につけることで、敬意も十分表現できる。

8、発声・発音練習と滑舌の練習を、腹式呼吸で大きい口を開けてしました。(感じの良い話し方)

①笑顔(語尾まで)

②腹式呼吸

③大きく口を開ける⇒ゆっくり話せる。明るい声が出る。

④お辞儀をする⇒抑揚がつく

笑顔・お辞儀を添えて、お腹から声を出し、大きく口を開けて、ゆっくり表情をつけて話す練習をしまし

た。肘はつかないで、お辞儀は深くすると抑揚がつく。

9、ロールプレイング結果

- ①研修の場ということもあって、全体的に少し硬かった。
- ②少しづつ大きい声で、笑顔で話せるようになりつつあります。

北村先生からのコメント

全員質問にも一生懸命答えて頂きました。ロールプレイングでは、繰り返しの練習にも熱心に取り組んで下さいました。お陰様でスムーズに研修を進めることが出来ました。有難うございます。職場での実践を期待しています。



● 第29回事例研究会報告

2008年2月13日午後、ロート製薬株式会社様に会場をご提供いただき、第29回OM研事例研究会が開催されました。今回の参加者数は約30名で、以下の4社の方からの事例発表がありました。

最初に、丹平製薬株式会社 佐伯裕美氏より、【子供用は磨き剤A】「子供が誤って飲み込んだ翌日、アトピーがひどくなった。」に関する対応例が紹介されました。誤用での肌トラブルでの事例でしたが、お客様からのパッチテストの申し出にも、根気強く対応されました。また、パッチテストについては、多額の費用が必要なこと、体調によっても結果が変わること、お客様の試験依頼にお答えすることの判断や結果についての考察が難しいと感じました。全体的な流れの中で、良い対応が出来たとの参加者からのご意見でありました。



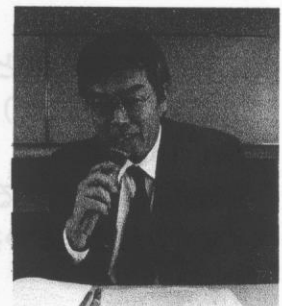
佐伯 裕美氏



山下 宏子氏

2番目に、ジェクス株式会社 山下宏子氏より【プラスチック (PPSU:ポリフェニールサルフォン樹脂) 哺乳瓶】「側面に黒いゴミのような異物がついていて取れない、交換して欲しい。」に関する対応例が紹介されました。PPSU樹脂は、成形時に焦げが生じ、最終製品に残ってしまうとのことで、大きい物は生産工程で除いているとのことです。今回は、お客様からのご指摘に対して、小さいものとして決め付け、お客様の安心・安全の気持ちに添えなかったとのことです。このような一方的な決め付け・先入観にそった対応について、日頃の自分自身の姿勢について反省いたしました。お客様の目線に立って対応すべく、心を新たにしました。製品への表示についても議論されました。このような場合、多くの参加企業様は、出来るだけ早く改版するよう努めているとの事でした。発送ミスによる2次クレームについても、日頃から気をつけているとの事でした。

3番目に、日本ミルクコミュニティ株式会社関西事業部 徳永英児様より【雪印コーヒー】「昨日購入して飲んだら味がおかしい。今もペットボトルに移し変えて飲んだけどおかしい。」に関する対応例が紹介されました。お客様からは、住所（連絡先）を覚えていただけなかったとのことです。告知していただいた携帯電話でも十分連絡がとれず、ずるずると1年を経ている事例でした。住所・氏名を明らかにしないお客様には、早い段階で、宿題をもらわないようにして、最後通告を行うべきであるとの多くの参加者から発言がありました。



徳永 英児氏

4番目に、近畿コカ・コーラウエストホールディング株式会社 中信進様より【製品オレンジ】「自販機で購入した期限切れ2ヵ月後の製品を飲んで、気分が悪くなって嘔吐した。」に関する対応例が紹介されました。まず、ご自宅に訪問、お詫びし、検査のため該当品を回収しました。製品検査の結果を報告するため再訪問、その際、商品の管理体制の説明、休業補償を求められました。また、最初に女性担当者が訪問したことについて、軽ろんじているのではとの苦情を受けました。品質管理の徹底とお詫びを繰り返し行い、最終的には、賞味期限についての法的な説明を行い、理解を求めました。現時点では、お母様の理解を得ましたが、ご本人との直接面談はなく、次回の約束もなく様子見となっているとのことです。自動販売機の管理について、どこに責任があるのかの議論がありましたが、本来、管理外にある店舗で運用されていたにもかかわらず、メーカーの責任ということで最後までお客様に対応されていました。休業に関して、お客様の面子を立てるために、お客様が所属する関係に出向き、お詫びすることも一つの方法であるとのご意見がありました。担当者が、夜半に単独でお客様宅を訪問することは、トラブルを招く恐れもあり、考えるところがありました。



中信 進氏

最後に、佐伯様から、新規加入として、株式会社池田模範堂様、株式会社アンデルセンサーサービス様のご紹介がありました。また、3月12日開催予定の30回OM研セミナーの案内がありました。また、昨今の餃子問題に関して、企業間の経営にも影響を及ぼすに至った例をあげられ、社内で迅速に情報発信を行っていく必要性を強調されました。

(記；アース・バイオケミカル株式会社 品質管理室 松本 淳一氏)

●TOPICS！裁判員制度③「裁判員制度をご存知ですか？」Q&A NO. 2

裁判員制度については、国民の間では、反対する人が多いようですが、来年の5月にはスタートします。

Q；辞退することはできますか？

A；原則として辞退できないことになっています。但し、次のような人は、申し出をして、裁判所から事情が認められれば、辞退することができます。

- 1、70歳以上の人
- 2、地方公共団体の議会の議員（但し、会期中に限ります）
- 3、学生または生徒
- 4、過去5年以内に裁判員、検察審査員などを努めたことのある人
- 5、過去一年以内に裁判員候補者として裁判所に行ったことのある人
- 6、一定のやむを得ない理由があって、裁判員の職務を行うことや裁判所に行くことが困難な人（重い病気・怪我 同居親族の介護・養育 事業に著しい損害が生じる懼れがある 父母の葬式・・・）

Q；仕事を休むことはできますか？また、仕事を休んだことで会社を解雇されることは・・・？

A；裁判員となるために必要な休みを取ることは法律で認められていますし、裁判員として仕事を休んだことを理由として、会社が解雇などの不利益な取扱をすることは、法律で禁止されています。

Q；裁判員の守秘義務とは、どのようなものですか？

A；裁判員は、「評議の秘密」を守らなければなりません。評議の秘密とは、非公開の評議で、

誰がどのような意見を言ったかということなどです。後で公にされるのでは、批判等を恐れて、自由な意見交換が出来なくなる恐れがあるからです。また、裁判員の仕事をする上で知った、事件と関係のない個人のプライバシーなどの秘密も、守らなければなりません。これらの秘密を漏らす行為については罰則があります。

Q；トラブルに巻き込まれますか？

A；裁判員の名前や住所などは公にされません。評議の際にどの裁判員がどんな意見を述べたかは、明らかにされません。裁判員の皆様の安全を確保するために、裁判員やその親族に対し威迫行為をした者を処罰する規定が設けられています。なお、裁判員やその親族に危害が加えられる恐れがあり、裁判員の関与が非常に難しいごく例外的な事件は、裁判員が加わらず裁判官だけで裁判を行う場合があります。

●事務局からのお知らせ

- ① 3月12日（水）、午後1時30分から石川豊子氏（有限会社石川企画代表取締役）とカネテツデリカフーズ株式会社の岡澤康夫氏（品質保証部長）と江川永氏を講師にお迎えし大阪薬業年金会館で行われた第20回OM研セミナーの様子は、次号（6月20日発行予定）に掲載致します。
- ② 第30回事例研究会は、4月9日（水）、午後1時から、大阪薬業年金会館・601号室で行われます。発表社は、ロート製薬、ルシアン、ピップフジモト及びキリンビバレッジです。
- ③ 2008年度総会と第21回OM研セミナーは、5月14日（水）に開催を予定しています。セミナーの講師として、関西テレビのコンプライアンス室推進室室長の服部恵一氏をお迎えする予定です。詳細は、案内状をご参照下さい。
- ④ 「リコール社告」統一化 経産省方針 5月にもJIS制定 <読売新聞 1月9日 夕刊>

欠陥や不具合のある製品の回収や無償修理などを新聞広告で知らせる「リコール社告」について、経済産業省が日本工業規格（JIS）として標準化するための素案が9日、明らかになった。製品トラブルが相次ぎ、社告掲載数が急増しているため、各社様々で「わかりにくい」と不評の表記内容を統一する。経産省は、5～6月をめどにリコール社告のJIS制定を公示する方針だ。

経産省所管の財団法人・日本規格協会と消費者団体の主婦連合会が2007年12月からJIS原案作成委員会を開き、消費生活用製品のリコール社告に関する指針案をまとめた。

指針案には、記載する項目として①製造・販売業社名②製品名と型式③事故の状況とその原因④製品の販売数や販売時期⑤消費者が取るべき対応策⑥業者の連絡先⑦製品の概要（イラストや写真）・・・など10項目を挙げ、具体例も示した。

現在のリコール社告には、「謹告」や「おわび」などの文言が冒頭に使われることが多い。社告礼ではいきなり「回収」と記し、文中におわびの言葉はなく、簡潔なものとなっている。

JIS規格には法的強制力はないが、「伝えるべき4じょうほうを最低限盛り込める」（日本規格協会）ため企業がひな型として活用することが期待できる。消費者団体などは、工業製品だけでなく食品など他の分野にも普及させたい意向だ。

経産省の独立行政法人・製品評価技術基盤機構によると、いわゆるリコール社告は年々増加傾向にあり、'07年は194件と'06年より36件増えた。ただ、体裁や内容には統一基準がなく、企業に任されているのが現状だ。

お客様満足だより(OM研レポート)「第19号」

2008年3月20日発行

発行所；お客様満足研究会事務局

株式会社角野品質管理研究所

〒600-8834 京都市下京区和気町13-1

グランスイート京都梅小路公園603号

電話 075-351-1795 FAX 075-351-1794