

お客様満足研究会だより

O M 研 レ ポ ー ト

第21号(2008年9月30日)

第21号の主な内容

- ・リレー談義＝お客様満足と私(第18回)
- ・トップに聞くお客様満足；カネテツデリカフーズ株式会社
- ・第31回事例研究会(於；カネテツデリカフーズ株)
- ・第32回事例研究会(於；京都生協せいきょう会館)
- ・TOPICS 裁判官制度⑤
- ・今！話題の本＝「2階で子どもを走らせるな！」
- ・事務局からのお知らせ

●第18回リレー談義＝お客様満足と私 川人 展子氏

アース製薬株式会社
お客様相談室

川人 展子氏

「アース製薬お客様窓口 川人(かわひと)と申します。」

私がお客様相談室に異動になって、10年余りになりました。その間、2度の育児休暇がありましたので、実際はもう少し短いのですが、本当にあっという間の10年でした。皆様と同様、電話でお客様対応をする職場ですが、この10年の間、いろいろなお客様といろいろなお話をしました。お客様だけではなく、販売店の方、社内の営業担当者、当室の中でもいろいろな人と出会い、いろいろな人に助けられてなんとかここまでやってこられたような気がします。

改めて振り返って思うことは、世の中には様々な考えの方がいるのだなということです。同じ商品で同じような現象が起こっていても、お客様によってお申し出の内容はいろいろになりますし、そういう方に同じように対応していても(こちらはそのつもり)、お客様の反応も千差万別です。

同じような現象についての対応の結果が同じにならないことに、初めのころは、「なんでそうなるの？」と考え込んだこともありましたが、何度もそういうことを繰り返しているうちに、「そんなものなのだ」と思えるようになりました。決して対応にあきらめを感じているわけではないのです。当たり前のことですが、多種多様の考えの方すべてに満足していただける対応をするということは、神様でもない限り難しいことだし、それを目標にする必要はないと思い始めたのです。

先にも書きましたが、対応そのものにあきらめを感じているのではないのです。すべての方に満足いただくのではなく、1人でも多くの方に満足していただける対応を目指すことにしたのです。

そう考えることで対応する側の精神衛生上にもメリットがあります。この仕事は、いわずと知れたストレスフルの仕事です。「ある時点で限界がある」と心の隅で少しだけ意識して対応することは、精神的に余裕が生まれ、対応そのものにも余裕が出て来る気がするのです。繁忙期には

1日に数百件とかかってくる電話に、前の対応を引きずらずに明るく次の電話に出られるのです。

と思いながら、お客様とうまくお話がまとまらなかったときには、「ここがその限界なのよ」
と思いながら、「別の担当者だったらこのお客様は満足したかもしれない」と今だに落ち込むときもあります。この場合の「どの時点か」というのが問題で、その満足と不満の境界レベルが少しずつでも上がらないのでは、10年もやっている意味がないですよ。

「1人でも多くの方に満足していただける対応」という目標には限界がありません。満足と不満の境界レベルを上げて、1人でも多くの方に満足していただくための技術を習得するには、1本でも多くの電話に出て、経験することしかないのではないのでしょうか。私の仕事は、電話でいろいろなお客様とお話することです。

1人でも多くの方に満足していただく対応のために、私は今日も明日も明後日も、「アース製薬お客様窓口 川人と申します」と元気に明るく電話にでます。

最後に、お客様満足研究会、特に事例研究会ではいつも大変お世話になり、ありがとうございます。出席させていただく回数を重ねるごとに、親しくしてお声がけをしてくださる方や顔見知りの方も増え、とても楽しく参加させていただいています。この事例研究会では、私が常々電話対応レベルアップに必要な不可欠と考えている「経験」が、擬似ではありますが限りなく生に近い状態で体験ができます。他の会社のまったくジャンルの違う商品ですから、そのままそっくり毎日の業務に持ってこられるわけではありませんが、「その対応を自分がするとしたら、どのようにすればよいのだろう」と、すごく生々しく捉えることができるのです。そういう意味で、こちらの研究会は経験の少ない人も多い人も参考になる会ではないかなと、思っています。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

★★★アース製薬株式会社 1口メモ★★★

代表取締役社長；大塚達也 本社；東京都千代田区神田司町 2-12-1
工場；赤穂、坂越、有田、掛川 創業；明治 25 年 設立；大正 14 年
(大塚グループ参加 昭和 45 年) 資本金；32 億 960 万 売上；705 億
(連結 893 億) 従業員；946 人 主商品；「より上質な生活空間を求めて」、ごきぶりホイホイ、アースノーマット、アースレッド、モンダミン、バスロマン等など医薬品、医薬部外品、医療用品、家庭用品、食品の分野で数々のヒット商品を発売。



研究室壁面の赤穂浪士図

トップに聞くお客様満足 XI カネテツデリカフーズ株式会社

トップインタビューの第11回は、可愛い“てっちゃん”のキャラクターマークでスッカリお馴染み・・・練り製品のトップメーカー・カネテツデリカフーズ株式会社さます。

8月21日(木)、神戸の六甲アイランドにある本社を、世話人の佐伯征慶と野口昌則が訪問。安心・安全でおいしい練り製品作りに、日々邁進されている3代目社長・村上健様にお話をお聞きしました。



代表取締役社長

Q；失礼ですが、「カネテツ」という社名は、デリカフーズがなければ、

村上 健氏

重工業のイメージを感じるのですが・・・？！

A；確かにそうですね。由来は単純なのですよ。創業者夫婦である「鐵雄」と「かなめ」から取ったのです。

Q；成る程。ご夫婦仲も良かったのでしょうか。それでは、会社の歩みについてお伺いしたいと思います。

A；わかりました。1926（大正15）年、今治出身の村上鐵雄が西宮市において練り製品製造業をはじめたのが、わが社の濫觴です。

Q；創業当時は、どんな製品を手がけておられたのですか？

A；かまぼこが主体でした。従って、1944（昭和19）年、戦時企業統制令によって統合された時の社名を「神戸かまぼこ株式会社」にしました。また、1948（昭和23）年、統制経済解除になった時の社名も「かねてつ蒲鉾株式会社」としたように、かまぼこが主力商品でした。勿論、ちくわも扱っていましたが・・・。実質的なわが社の始まりであるこの「かねてつ蒲鉾株式会社」の初代社長には、創業者の村上鐵雄が就任しました。

Q；その後の動きは・・・？

A；営業成績も順調に推移し、1950（昭和25）年には、製造・販売の充実・強化を図るため神戸市内に神戸工場と本社社屋を建設しました。

Q；あの有名な「てっちゃん」の登場は・・・？

A；1951（昭和26）年です。電鉄沿線の屋外広告や新聞広告などで広くアピールするうちに、かまぼこの広告に子供のキャラクターを使った、当時としては斬新なアイディアが注目され、「てっちゃん」の愛称が浸透していったのです。最近の調査でも「てっちゃん」の認知度は、関西では99.8%ということで、名刺を出すと「あ～あの！」と直ぐにご納得頂けます。有難いことです。

Q；そういえば、私も「てっちゃん」のキャラクターと「てっちゃん、てっちゃん、かねてっちゃん♪♪」というサウンドロゴは、子供の頃から知らないうちに覚えていました。このアイディアはどなたが？

A；当時副社長をしていた村上忠雄の発案です。鐵雄社長の子供の頃の顔をモデルにしたそうです。こんなに可愛かったのですかね～？（笑い）

Q；かまぼこ以外の話題商品は・・・？

A；そうですね～。1952（昭和27）年に誕生し、今でも根強い人気を誇る豆ちくわ「ちんぴら」（現在の商標は、珍比良）でしょうか。ネーミングの由来は、呼んで字の如く「珍しく、他に比べようもないほど良いもの」です。

Q；現在の扱い製品はどうなっているのですか？

A；一口で言えば、水産練り製品全般です。シェアで言いますと、かまぼこ22%、揚げ物44%、ちくわ14%、かに風味10%、その他10%です。

Q；わかりました。当時では画期的なシステム導入をされたということですが・・・？

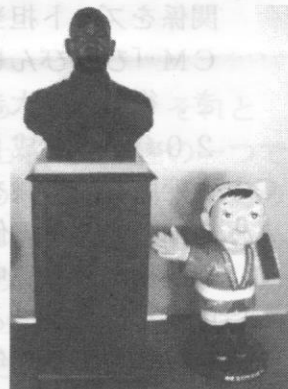
A；その通りです。1955（昭和30）年、自動包装機を導入し、日本で始めて練り製品の大量包装化を実現しました。これによって、雑菌の侵入を防ぎ、より多くのお客様に今まで以上に安心してわが社の製品をお召し上がり頂けるようになりました。それが、現在の品質第一、安全第一、お客様満足指向経営につながっているのです。

Q；素晴らしいです。では、その後の主な出来事をお話し下さい。

A；1961（昭和36）年、カラーテレビ放送開始の時に、わが社も創立35周年を迎えました。「てっちゃん」も、従来の宣伝に加え、テレビでも大活躍。会社も順調に伸張、1967（昭和42）年には、扱い製品の増加に伴い社名を「かねてつ食品株式会社」とし、1971（昭和46）年、それまで副社長だった村上忠雄が、2代目社長に就任しました。

Q；今の社名に変更されたのは・・・？

A；1985（昭和60）年です。社会環境の変化に対応するため、企業イメージのリニューアル



を目的とし、C I の導入を図るとともに、社名を現在の「カネテツデリカフーズ株式会社」にしたのです。

Q ; 村上社長が 3 代目社長にご就任されたのは・・・？

A ; 1989 (昭和 65) 年です。販売地域は、北関東から九州まで網羅していましたが、京阪神・西日本の売り上げが 75% を超えており、拠点が必要と判断し、その年に岡山に西日本営業部社屋を設置しました。工場については、1990 (平成 2) 年に六甲アイランドに六甲工場を設置し、全ての機能を一箇所に纏めました。1995 (平成 7) 年には、本社機能も六甲工場に移し、現在に至っています。



本社及び六甲工場

Q ; その後、ちょっと大変なことがあったようにお聞きしていますが・・・？

A ; そうなんです。1998 (平成 10) 年に、和議を申請しました。その時、わが社の宣伝関係をズット担当してくれていた中島らも事務所が、ボランティアで制作してくれたテレビ CM 「ぴんぴんしているぞ」 を放映したところ、視聴者の方から多くの励ましのお便りを頂き、復活への大きな力となりました。3 年弱、吉岡信明氏に社長をお願いしましたが、私が 2001 (平成 13) 年、社長に復帰させて頂きました。

Q ; 大変厳しい経験をされたと思いますが、現状は如何ですか？

A ; 原油や原材料の価格の高騰などの影響で、ここ数年の実績としては横ばいですね。経済環境の変化が著しい中、まあまあではないかと思えます。そんな中、一昨年、何とか無事創業 80 周年を迎えることができたのも嬉しいことの一つです。売上の的には、年商 115 億 (2007 (平成 19) 年度実績) という所です。流通としては、食品問屋もありますが、50% 強がスーパー直取引です。今後、この傾向は益々強くなると思えます。

Q ; 本当に難しい時代ですが、社長の経営に対するお考えは・・・？

A ; 会社を経営するにあたって、売り上げと利益は確かに重要な要素です。しかし、私は経営効率を求めるだけが企業経営とは思っていません。

Q ; 具体的にお願い致します。

A ; 例えば、1990 (平成 2) 年にコストアップ覚悟の上で、全商品合成保存料無添加に踏み切ったことです。外見は何の違いもないのに、値段は少し高くなっています。しかし、それは安心・安全でしかも美味しい製品をお客様にお届けし、信頼頂けることが最も重要であるというわが社のポリシーが、常に経済効率より上位の判断基準にあるからです。

Q ; そういえば、家内が昔子供の弁当に無添加のかまぼこをよく入れていたのを思い出しました。

A ; それと、私は、全従業員の物心両面の幸福の追求をいつも考えています。会社の規模拡大より、社員一人一人が勤めていて良かったと思える会社になりたいのです。一時、上場の話がありました。それがその時点で本当に社員の幸せにつながるかどうか、という視点に立って真剣に考えた結果、上場は見送りました。ただ、いつでも上場できる体質にはしておきたいと思っていますが・・・。何が言いたいかというと、お客様も従業員も私たちにとってかけがいのない存在であり、今後ともお客様満足そして従業員満足を根幹に据えた経営を行っていききたいということです。

Q ; 全く同感です。企業の存続には、従業員は勿論、お客様の信頼と満足が。お客様の信頼には製品の安心安全が、不可欠。その礎は、品質管理にあると思うのですが？

A ; 当然です。そして、品質管理の原点は、工場です。現在、六甲工場に集約して徹底した品質管理を行っています。ローラー掛けやウオーターシャワーなど基本的なことは言うまでもなく、7S 運動 (整理、整頓、清掃、清潔、躰、洗浄、殺菌) を実施しています。その上、定期的な 7S パトロールにより、より完全を期しています。最近、マンネリ防止のため抜き

打ちで。(笑い)

Q ; そこまで徹底していれば、お客様からのクレームなどお申し出は・・・ ?

A ; それが、結構あるのです。食品の性格上、クレームとしてはやはり異物混入が多いですね。2000(平成12)年には、雪印の影響で、今まで最多の3000件のお申し出(クレームや問い合わせ)がありました。その後徐々に減少しましたが、企業の相次ぐ不祥事のためか、昨年あたりから再び増加の気配を見せています。

Q ; お客様のお申し出に対応される部署は ?

A ; 全て品質保証部の中にあるお客様係り(社員4名、派遣1名)が対応します。消費者問題は良くも悪くも会社の将来を左右する大切な事項です。私は、全て把握するようにしています。また、品質管理の徹底とお客様対応のスキルアップのため、3ヶ月に2回コンプライアンス委員会と品質管理委員会を開き、テーマに沿った講師や弁護士をお招きし、いろんなケーススタディーを勉強しています。2006(平成18)年にはISO22000の認証を取得しました。

Q ; 環境対策はいかがでしょう ?

A ; ISO14000は取得していませんが、基本的なことはちゃんとやっています。それと「日本海がめ協議会」というNPOに協力しています。私たちは、村上水軍の末裔の一つです。昔も今も海の恩恵を受けて暮らしています。海がめが住めないような海になったら海の資源を原料にしている私たちも大変なことになります。環境保全にもつながりますし、いわばお世話になっている海への恩返しのためで支援させて頂いているのです。

Q ; それが本当の環境対策だと思います。さて、最後に今後の展開方針をお聞かせ下さい。

A ; その前に、昨年の10月と今年の2月、2回続けてリコールを経験したことをお話させていただきます。最初は、卵アレルギー表示漏れ事故にまつわる回収です。2回目は、中国毒入り餃子に関わる回収です。2件ともお客様の健康状態把握を最優先するとともに、迷うことなく即座に回収を決断し実行しました。ご存知のように一度回収ということになれば、億を超える経費がかかります。2回も続けて回収に踏み切ったのは、再三申し上げているように、経営効率よりどうすればお客様の為になるかを第一義に考えたからです。

Q ; 本当に考え方と行動が一貫していると思います。

A ; さて、今後の展開方針というか、経営方針ですが、規模拡大を狙うのではなく、社員が勤めてよかったと思う真珠のように慎ましく輝くエクセレントカンパニーにしたいと思っています。全体的なスケールでなく、地域一番あるいは、その商品で一番を目指し、その地域の人に愛される会社になりたいのです。お客様の声をダイレクトに聞き、活かすため、将来はパイロットショップ設置も視野に入りたいと考えています。

Q ; 本日は、長時間いろいろ興味深いお話をお聞かせ頂き本当に有難うございました。

●第31回事例研究会報告

2008年6月11日(水)、カネテツデリカフーズ株式会社において第31回事例研究会が開催されました。会の前には、工場のらい潰、成形、加熱、冷却、包装の各ラインを見学させて頂きました。

第31回事例報告としては、予定の小林製薬株式会社の報告が急遽不参加となりました。

1. カネテツデリカフーズ株式会社 藤井 真紀子氏

【申し出内容】練り製品「遠赤炭焼きちくわ」にカビが生えていると言う苦情対応。内容は酵母であったが、初期対応で済んだかもしれないものが、メーカー対応に対し販売店を巻き込んでのお客さまの



藤井 真紀子氏

不満がエスカレートした事例。

【対応経過】苦情現品を送付していただき、調査結果を報告し、今後の対応策を説明し、代替品（お菓子）を送付する旨を伝え納得していただいたと判断するも、メーカー対応に対し販売店を巻き込んでのお客さまの不満を買うこととなる。

保健所に届ければ営業停止にもなりかねないという不満に対し訪問のお約束をする。

一回目の営業担当者とお客様係りのお詫び訪問に対しても更なる不満が出て、二回目の訪問として上長のお詫びとなったが、納得されている様子は無い。

反省点としては、初期対応でお詫び訪問を打診するべきだったかなど、お客様が望まれているものが読み取れなかったこと、一回目の訪問対応でのお詫びの仕方や時間の問題などがあげられた。

【質疑応答】①流れとしてお客様は本当に酵母であると認識していたのか？カビと思い続けていたのでは？：手紙で酵母であったことは説明。

②保健所へことの成り行きは届けているか？：届けたが特に注意は無かった。

【世話人意見】・初期対応時によくお客様の話を聞いていたら長くはならなかったのでは。・保健所へ届けると言われた場合、否定はしなくても良いのでは、実際に届けている人は少ない。・販売店（スーパー）との連携を深くするべきだったのでは。

2. 京都生活協同組合 細見 信夫氏

【申し出内容】1月30日に行なわれた日本生協連合会とJTフーズ（製造者）の記者会見から「コープ手作り餃子」問題（製品から有機リン系農薬であるメタミドホスが検出）の事の顛末と課題等の報告。

【対応経過】京都生協では、問題となった「コープ手作り餃子」は取り扱っていなかったが、中国の天洋食品製造の関連商品が8品目あったので、全国の生協とともに自主回収を行なった。

自主回収に伴ない京都生協の基本対応として、①被害拡大の防止、②信頼の回復、③適時な対応、④意図的な食品汚染からの保護や品質管理体系の確立をあげられている。

今後の改善対策として、今回の事故以前に他の生協から「異臭事故」の申し出があったにもかかわらず見逃した経緯があったことから、情報管理や危機管理の抜本的な見直しとして、i) 情報提供手段の改善、ii) 業務システム全般の見直し、iii) 危機管理体制の見直し、iv) 商品の製造、流通に関係するすべての取引先に対して、有害物質の意図的混入などの防止するための特別な対策の確立、v) 「食中毒対応マニュアル」について、意図的混入による事故の想定への改訂、以上をあげておられている。

【質疑応答】①自主回収に伴ない会員への返金は？：会員の商品購入が引き落としとなっており、返金はその逆で振込みとした。

【世話人意見】特になし。

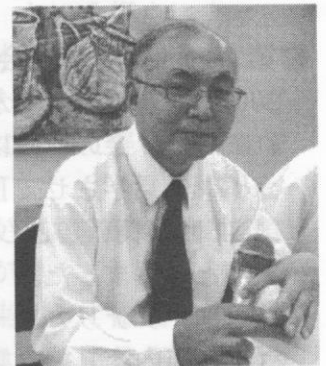


細見 信夫氏

3. 株式会社ナリス化粧品 桶田 善輝氏

【申し出内容】化粧水を使用したお客様より、肌に合わなかったのかアレルギーが出て顔がパンパンに腫れたと販売店（薬局）にお申し出があった。会社対応の不満とその治療代の請求およびその後の再発におけるパッチテスト代の請求ならびに交通費等の請求に対する事例。

【対応経過】お申し出品の回収と返金および内科の治療代、薬代、交通費の保証。該当品使用中止後も完治まで目途が立たず、他の眼科や皮膚科病院での治療お



桶田 善輝氏

よびパッチテストなどの診療代、薬代、交通費等の請求に対し保証。パッチテストの結果、陰性であったため、それまでの諸経費を支払うもその後の費用に関しては、商品との因果関係がはっきりしないため費用の負担はしないことを説明し、納得してもらう。

【質疑応答】①皮膚トラブルにおいて、どこまで費用の負担をするのか？：原因如何によらず医療に関わる費用や公共交通費は負担する。2～3回の診察で肌の改善があるのでパッチテストまでは、支払いをする。②もしパッチテストで陽性が出た場合は一生支払いをするのですか？：陽性が出た場合は症状が固定するまでは支払う。大体1～2年までです。お客様には一生支払うとは言っていない。途中でこの辺でどうでしょうと打診する。③因果関係がはっきりするまで時間がかかるが、実際は治療にどれ位の期間がかかりますか？：使用中止を申し出て通常2～3週間で皮膚トラブルは治まるケースが多い。④お客様が仕事を持っていて、皮膚トラブルにより収入が得られない場合の負担は？：陰性であれば負担はしないが、陽性であればある程度は負担します。⑤皮膚トラブルで傷は治ったが、アザが残っている場合、整形したいと申し出があった場合はどうされますか？：因果関係がはっきりした場合は支払いしますが、・・今までの経験（6年）では、因果関係がはっきりしたことはありません。

【世話人意見】・あまりテストの結果による支配条件は言わないほうが良い。もし陽性であっても、その商品に欠陥がなければ支払う必要はない。・早く医師の判断を確認することが、早く解決する。因果関係を立証することが先。・訪問での決め事として、病院へ行くレベルかどうか判断する。・診断で陽性が出た場合には、支払う保険があるようです。

＜過去の例＞シャンプーで頭が禿げた。カツラ代が欲しい。：メーカー対応としてパッチテストで陽性が出たら支払いしますと対応。結果、陽性が出て、250万円支払ったケースがあった。

・商品に欠陥があるかどうか、因果関係があるかどうか、因果関係があれば治療代は支払うにしても、メーカーに責任があるかどうか、アレルギー体質であれば商品に欠陥がなく、慰謝料などは支払う必要はない。PL法では、因果関係が無ければ支払いはされない。

＜最近情報／ちょっと困っていること＞

○コクヨビジネスサービス株式会社：お客様との通話内容の録音について

・通話内容の録音について、事前案内をしないことは法的に問題になるわけではないが、国民生活センターでは、書面（HP等）による事前明示に準じた取り扱いが望まれるとしている。詳しくは http://www.kokusen.jp/pdf/n_20080508_4.pdf

○株式会社カイゲン：お客様が来社され、「商品カイゲンを送ったがその後何も連絡が無いがせめて郵送代は返して欲しい。」と言われ、「証明書がないと返金できないと断る。」も、執拗に言われ郵送代の返金に応じた。その後の調査でお客様の住所がデタラメであったことが判明。

（記；日本薬品開発株式会社 お客様さま相談室 大石 好成氏）

●お客様満足研究会 第32回事例研究会 報告

実施日：2008年7月30日 会場：京都生協・せいきょう会館 参加者：37企業40名

司会：西川リビング株式会社 羽生佳永子氏

事例発表

1. 宝酒造株式会社 清水 弘子氏

【申し出内容】

消費者向けキャンペーンに対し飲みきらないと応募できない。

【対応経過】

当初はキャンペーン応募方法への問い合わせであったが、

清水 弘子氏



応募レシート撮影の為の来訪希望、キャンペーン景品へのクレームに至り、この間の電話・面談でのやり取りが問い合わせ事項以外の話題により長時間を要し、対応に苦慮した。クレームは景品の代替を提示することで収束した。

【質疑応答、意見】

・ 対応窓口が相談室員、営業員、キャンペーン事務局、広告代理店員などバラバラで、一本化した方がよかったのでは。

⇒キャンペーンの性質上、通常の製品対応と異なるのは致し方ない。また、本人が自ら調査して色々な部署に電話をかける。

・ 申し出者はどんな人物か。クレームというより話し相手を求めているのではないか。

⇒60代女性。マンション住まい。

・ 対応が長すぎる。当社では他の業務に差し支えるとして無駄話は続けない。

・ 面談前に相談室員と広告代理店員で事前シナリオをつくり対応の申し合わせをされたのはよかったと思う。

2. アース製薬株式会社 川人 展子氏

【申し出内容】

トイレ芳香剤、ダニ用殺虫剤（4月）、殺鼠剤（5月）、トリガー式殺虫剤（6月）防虫剤（6月）に対して包装不備・効力不足・使用不全などの製品不良クレームを申し出る。

【対応経過】

商品クレームに対し当該申し出品を確認できないまま代替品要求に応じた。立て続けの要求に対して前回の対応者がクレーム品の返品が未着であることを告げると、態度が変わる。

【質疑応答、意見】

・ 同人物と思われる同様のクレームを受けた経験あり。現品と交換の約束は守られなかった。

・ 当社では、常習者カードを作成し過去の情報を管理している。

・ クレーム現品との引き換えが代替品提供のルールであることを伝えるべき。クレーム品を回収しないと商品不良が解決できず、メーカーとして有益でない。

・ 言えば物が取れると思われたのではないか。弊社ではクレーム品：代替品 1：1を厳守しており、故意に作られたと思われる工程上ありえない不良についても、代替品を出さない。

3. 参天製薬株式会社 大澤 由希子氏

【申し出内容】

目薬をさしたら吐き気がした。他の高級品と交換し、お勧め商品とともに送ってほしい。

【対応経過】

担当営業が訪問し返金分を郵便受けに投函しておいたところ、怒りの電話あり。他の企業情報で常習者とわかり、以後営業では対応しないことするが、その後連絡ない。常習者対応として、マニュアル通り正論で対応できたので、営業にこれ以上拡大させずに済んだ。

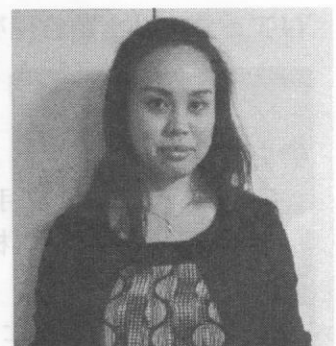
【質疑応答、意見】

・ 小額とはいえ現金を置いていくのはいかがか。

・ 毅然とした態度がよかったのでは。



川人 展子氏



大澤 由希子氏

4. 明治乳業株式会社 樋口 孝一氏

【申し出内容】

自販機購入のカフェオレがドロドロしており味がおかしい。

最初からぬれていたようだ。飲んだ後気分が悪い。

【対応経過】

ベンダー会社担当が面談し、製品を回収。検査の結果 傷、ピンホールあり、一般細菌数の増加を確認。食中毒菌は検出されず。訪問での謝罪に対し、申し出者は診察費、診断書費用の他に診断書に記載の1週間の休業補償を要求した。お見舞金として3万円を提示するが、話し合いは決裂となり、弁護士と相談の上、お見舞金3万円を書留送付し、不良現品も申し出者に返送する。



樋口 孝一氏

【質疑応答、意見】

- ・ 当社では因果関係が明確でない場合 迷惑料の意味でお見舞い金を出し、休業補償金は出さない。この際了解した旨の文書を交わしている。
- ・ 商品の不良から診断書が発行されているので、消費者の立場からみれば、休業補償の要求は尤もと思われる。3～4日の補償金は考えてもよいのでは。
- ・ 当該不良品をメーカーが回収した際に商品代金を支払っているのであれば、当該品の権利はメーカーにあり、返送する必要はないのでは。
- ・ 診断書については、医師は要求に応じて出す傾向があり、当社では医師に直接確認している。修正されたケースもあった。

(記；住化エンビロサイエンス株式会社 薬事管理室 品質保証グループ 土屋 輝美氏)

●TOPICS！裁判員制度「最場人制度をご存知ですか？」⑤

裁判員候補 352 人に 1 人

29 万 5000 人登録へ。地域差 3.6 倍。(読売新聞 8 月 26 日朝刊より)

来年 5 月に始まる裁判員制度で、全国地裁が作成する裁判員候補者名簿に登録される人の数が計約 29 万 5000 人に決まったことが、読売新聞の取材でわかった。昨年の有権者数を基に試算すると名簿に載る確立は全国では 352 人に 1 人。候補者は、今年末までに郵送で通知を受け、この名簿から事件ごとに 6 人の裁判員が選ばれる。全地裁が 1 事件当たり 100 人の候補者を登録する計算をしており、仕事や家事を理由とした辞退者が出る事態に備えた形だ。

裁判員候補者名簿は、裁判員制度を実施する全国 60 箇所の地裁が作成する。各地裁は候補者の抽選を行う管内の区市町村に対し、必要な候補者数を確定し、来月 1 月までに伝える。

読売新聞が各地裁に取材して集計したところ、全国では有権者約 1 億 385 万人(昨年)に対して候補者 29 万 4960 人が名簿に掲載されることが決定した。ただ、4 地裁は「今後数が若干変わる可能性もある」としている。

いずれの地裁も、管内で発生する裁判員制度の対象事件数を推計した上で、1 事件当たり 100 人が必要として計算した。事件数については、過去 3～5 年間の平均値で推計した地裁が多いが、「事件の多発に備えて平均の 24 件よりも多い 27 件と見積もった」(山形)もあった。

来年は 5 月 21 日からの制度実施になるため、通常の年に比べ 6 割程度の候補者で足りる可能性が高いが、殆どの地裁は通常の 8 割と見込んで最終的な候補者数を算出した。

名簿登録の確率は、千葉(220 人に 1 人)や大阪(245 人に 1 人)などが高かったのに対し、秋田(790 人に 1 人)、福井(685 人に 1 人)などが低く、最大で 3.6 倍の開きが生じた。地域によっ

て、事件発生数が異なることが主な原因だ。

今後、各区市町村の選挙管理委員会が、指定された人数の候補者を選挙人名簿から抽選し、これを基に各地裁が候補者名簿を作成。11月～12月に、候補者本人に郵送で通知される。制度が始まる来年5月21日以降、事件ごとに名簿の中から50～100人程度が裁判所に呼び出される。



今！話題の本 「2階で子どもを走らせるな！」 橋本 典久著（光文社新書）

推薦者 野口 昌則（OM研世話人）

顧客だけでなく、学校においては生徒の親、行政窓口では市民、近隣関係においては隣人などから、不合理なクレームや嫌がらせをしつこく受けるという事例が最近やたら目に付くと思われませんか？そうした人々の心理を解りやすく解説・・・消費者対応に日々苦慮している担当者の方にも役立つ一冊です。

書評（春日 武彦氏・精神科医） 読賣新聞より

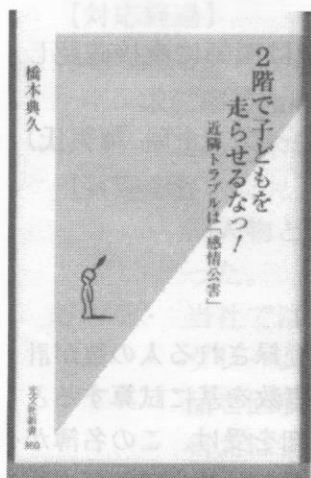
人間を動物から区別する特徴の一つに、「被害者意識を抱きやすい」といった性質がある。動物はたとえ警戒的にはなっても、被害者意識に取り憑かれるようなことはない。

妄想もその基盤は被害者意識にある。それが高じて被害妄想となり、そのバリエーションとして多彩な妄想が生じてくる。精神病理の根本には、被害者意識が横たわっている。

本書は、騒音トラブルを中心に、所謂隣人同士で生じる「いがみ合い」をテーマとしている。この本が注目し値するのは、感情的なぶつかり合いが核となったケースについて、米国をモデルに近隣トラブル解決センターの設立を提案していることである。「公的な第三者が、無料でトラブル解決の調停をしてくれないとだめなのです」といった論調で、あくまでも具体的・実証的に語っていくところが重要で、またボランティアの調停員には団塊の世代が期待されると述べるあたりも興味深い。

孤独感と被害者意識とのあいだの相関性を指摘する箇所も、大いに納得がいく。言いつ放しのレポートに終わらないところに、本書の重みがある。

★橋本典久氏のプロフィール 工学博士。八戸工業大学大学院教授で騒音ジャーナリスト。現在「近隣トラブル解決センター」設立に携わっている。他の著に、「近所がうるさい！」等がある。



●事務局からのお知らせ

- 1) 9月10日（水）、大阪薬業年金会館において行われた第22回OM研セミナーの様子は、次号（12月20日発行予定）に掲載致します。
- 2) 10月8日（水）、参天製薬株式会社で行われる第33回事例研究会の報告も、次号掲載予定。
- 3) 第23回OM研セミナーは11月12日（水）に開催予定です。テーマ及び場所は未定。決まり次第連絡します。
- 4) ご活用下さい！難クレーム処理対応 110番（無料）

連絡先；E-MAIL sumino@ab.en-net.ne.jp

お客様満足だより（OM研レポート）「第21号」9月30日発行

発行者；お客様満足研究会事務局 発行所；株式会社角野品質管理研究所

〒600-8833 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；075-361-1795 FAX；075-361-179