

お客様満足研究会だより

OM研レポート

第22号(2008年12月20日)

第22号の主な内容

- ・リレー談義＝お客様満足と私(第19回)
- ・第22回OM研セミナー(於;大阪薬業年金会館)
- ・第33回事例研究会(於;参天製薬株式会社)
- ・今!話題の本＝「どうすれば食の安全は守られるのか」
- ・事務局からのお知らせ

●第19回リレー談義＝お客様対応で心がけること 土屋 輝美氏

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

弊社のお客様対応業務は品質保証グループに属しており、顧客からの申し出を受け、調査・回答まで一貫して行っています。弊社は殺虫剤のメーカーで、薬剤の販売先は専門の施工業者や市や町の行政、製造工場の環境管理担当者がほとんどで、一般小売店への販売が少ないため、OM研でいつも拝聴しているような一般のお客様からのお問い合わせは少なく、お取引のある業者さん、自治体担当者さんからのお問い合わせが大多数です。問い合わせ数もOM研の皆様と比べて格段に少なく、1ヵ月平均20～30件程度です。問い合わせの内容は、製品の使い方から、害虫の管理技術、殺虫剤の効果、持続期間、薬剤の安全性や毒性、表示内容の確認、薬剤の廃棄方法など多岐にわたり、お答えできることについてはその場で返答させて頂いております。



土屋 輝美氏

ただ、皆様もお聞き及びのように、中国製食品への殺虫剤混入などの事故が多発しており、殺虫剤を取りまく環境は大変厳しくなっております。新聞などのマスコミ報道があった後は殺虫剤の安全性について多くの方が関心を持たれていますので、弊社の製品の安全性についての問い合わせや証明資料の請求を多数頂くこともあります。

殺虫剤という人体に有害な成分を含む弊社製品の性質上、誤使用による人への健康被害を起こすことはあってはならないことから、薬剤取り扱いの専門家である業者さんや、自治体の担当者からの問い合わせの回答でも言葉の言い回しには大変気を使います。誤解を生じることの無い様にわかり易く、具体的にお話して、正確な情報をお伝えするように勤めていますが、電話でのやり取りでご理解いただくことは難しいと常日頃から感じます。ましてや、一般の消費者(薬剤散布をされた自治体の市民やゴキブリ駆除を業者さんに委託された店主など)に対しての対応は大変神経を使います。

また、殺虫剤の使用に関して不安を持っておられる方からの電話対応は、殺虫剤を正しく使えば安全性は確保されていること、製品の安全性には十分配慮していること、メーカーとして正し

い情報をお知らせすること、など薬剤に対する不必要な不安を取り除き、殺虫剤への不信感を取り除くことからお話が始まるケースもあります。

幸いなことに、いわゆるクレーマーといわれる悪意ある苦情はほとんど無く、薬剤についての心配から頂戴するお問い合わせがほとんどですので、誠意を持って説明し申し出者に安心頂けた時は、お客様対応担当としてうれしく思います。

残念ながら、問題がこじれた後に問い合わせを頂戴するケースでは、品質保証グループとして情報を収集し、事実を確認して、関係各部署と連絡しながら事態の収拾に努めなければならない事案もあり、こういうケースは薬剤の最終ユーザーである顧客にどこまで満足頂けているのか考えることもあります。

OM研に参加させて頂くと、私には経験したことの無いような事例が毎回紹介され、いつも驚きながら伺っております。幸い弊社では皆様が紹介されるようなトラブルはほとんどありませんでしたが、申し出者とのやり取りの経緯を皆様と一緒に追うことにより、実際に対応した場合のシュミレーションが出来、何よりも多数のお客様と対応しておられる各社様のご意見や同様な事例での異なる対応方法などを伺うことで、クレームに対する考え方や会社としての対応システムなど、顧客対応の基本的な事から勉強させて頂け、大変有り難く思っております。本会の世話人さんはじめ参加されている皆様に、この場をかりてお礼を申し上げます。貴重な情報を公開して頂き、お客様相談の専門家から忌憚のない意見を伺う機会を頂き、有難うございます。今後ともよろしくお願いいたします。

★★★住化エンビロサイエンス株式会社一口メモ★★★

- ・代表取締役社長；前田 一行 本社；西宮市上甲子園4-3-4 営業開始日；平成19年3月
- ・資本金；4億5000万円 売上高；70億円 従業員数；約130名 営業活動；「社会への貢献と環境への取り組み」をモットーに、環境管理用薬剤・不快害虫防除剤 シロアリ防除剤・アレルギー関連商品 防腐剤・防カビ剤 スライムコントロール剤・木材保存剤 金属石鹸・防虫剤などを製造販売しています。

●第22回OM研セミナー開催！

日 時 2008（平成20）年9月20日 13:00～16:00
場 所 大阪薬業年金会館
参加者 40名（世話人含む）

今回のセミナーの講師は、世話人でありお客様対応のベテラン・朝倉公治氏と清水 孝彰氏が勤めました。聴講者は、二人の経験豊かな講演に、熱心に聞き入っていました。

＜第一部＞「タイプ別苦情対応とクレーマーの分類」

講 師 朝倉 公治氏（ピップフジモト株式会社
開発センター お客様相談室 室長）

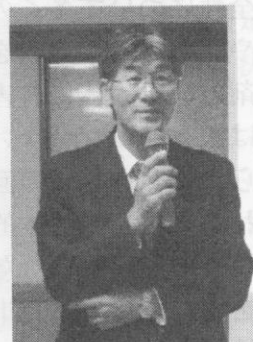
内 容

1) 最近のお客様の傾向

- ・知識が豊富で、対応の難しい人が増加
- ・常識はずれの苦情者の増加・・・

「ブランデーが梅酒に変わった」「魚が生臭い」

「金を払っているのだから絶対にいうことを聞け」



朝倉 公治氏

・パターン化すると

- 1、社会常識欠落型 2、異常潔癖型 3、お節介・正義の味方型
4、教育・説教型 5、被害妄想型 6、王様型 7、異常粘質型
8、時間つぶし型 9、ストーカー型 10、商品オタク型 11、激情型

2) お客様の性格別対応

- ・せっかち型→きびきびと対応
- ・のんびり型→お客様に合わせてゆっくりと
- ・おしゃべり型→お客様が気持ちよく話せるように聞き手に回る
- ・無口型→早くお客様の気持ちを察して、必要なことだけを話す。
- ・横柄型→努めて言葉は丁寧に、言葉を選んで
- ・知ったかぶり型→間違った内容であっても恥を欠かせない配慮を行い、肝心な内容のところはしっかりと対応
- ・内気型→小声で優しく。余計なことは言わない
- ・神経質型→細心の心配りをし、言葉遣い、表現も丁寧にする

3) タイプ・スタイル別対応

<タイプ別> <対応の基本>

- | | |
|---------|---|
| 脅迫型 | 恫喝に負けない。出来ることか否かを明確に対応。文書にして出してもらう(証拠が残る)。 |
| 理詰型 | 反論しない。相手に合わせる。反面教師にする。 |
| 偽善型 | 努めて言葉は丁寧に。鸚鵡返しに繰り返し確認。真意を確かめる。居直りに注意する。 |
| 誤知り型 | 間違っているとしても恥をかかせない。肝心な所はしっかり対応。手のおろし所を考えて対応。正しい情報、数値に弱い。 |
| 高圧型 | 気持ちよく話させるよう徹底して聞き手に回る。 |
| ヒステリック型 | 細心の心配りをし、言葉遣いも丁寧に。時間をかけてストレスを取ってあげれば解決しやすい。 |

4) クレーマーの24の行動パターン

- 1、複数部署への申し出 2、社長(役員)、責任者、上のものを出せのリピート
3、中身が変わり、本来のクレームが忘れられている 4、対応の悪さを執拗に指摘。「社員教育」に言及。5、特別待遇をあえてストレートに主張・要求 6、文書をよこせ「一筆入れろ」との要求 7、本社に言う。マスコミ・役所・議員に言う。00を知っている。インターネット上に掲載する。訴えてやる、のリピート(異常な頻度と長さの電話) 8、「暴力団に言う」「街宣させる」「右翼、同和団体(似非)の役員、会員に言う」「大会で問題にする」 9、「時間はたっぷりある」執拗な行動、電話を切らさない。10、自己責任を棚に上げて要求・主張 11、「以前にしてもらった」「知人がしてもらった」「他社はこうだった」から同様にしろ 12、「そんなこと聞いていない(言っていない)」「A係長が言った」「B課長に聞いた」とあっちこっち。言った、言わない 13、「不手際情報を隠した」「放置した」などとリピートする執拗な行動 14、「誠意を示せ」「社会的・道義的責任は？」 15、店頭、事務所に居座り、大声で非難 16、長時間の軟禁 17、時間、場所を問わず「直ぐ来い」「すぐやれ」 18、不当な損害賠償や迷惑量料など高額金員要求 19、新品との交換要求。全額返金の要求。代金を払わない 20、現品がない、レシートもない、不確かな要求 21、住所、氏名などを教えない 22、要求内容が異常 23、普通の顧客なら受け入れること、理解できることを拒絶 24、その事態に相応しくない内容・態度・頻度等、担当者がとても理解できない事を平然と主張・要求

5) 結論

- ・行き過ぎたお客様至上主義より「お客様平等原則」を貫徹せよ！
- ・クレーマーを特別扱いしたことが明るみ、出ることのほうが、社会的には問題が大きい。
- ・不当要求行為は、法律で簡単に排除できる。もっと弁護士の活用を！

＜第二部＞「当社のお客様対応について」難クレーム事例に見る対応のコツ

講師 清水 孝彰氏（レッドハート株式会社 お客様相談室 室長）

内 容

1) 会社概要

- ・本社 神戸市（事業所；神戸、東京、福岡、名古屋、札幌）
- ・設立 1974（昭和49）年5月
- ・事業 ペット（犬と猫）のフード及び用品の販売

2) ペット関連情報

・ペットについて

飼育率 犬 19～23% 1200万頭 7歳以上50%

猫 11～15% 1300万頭 7歳以上45%

犬、猫ともに、高齢化を迎えている。

ちなみに、熱帯魚の飼育率は4%、亀・小鳥は2%

・ペットフードについて

市場規模 2500億円（輸入品55%、国産品45%）

輸入品については、アメリカ、オーストラリア、タイが主力。

種 類 総合栄養食、間食、その他の目的食

タイプ ドライ、ソフトドライ、セミモイスト、ウェットその他

シェア 犬用60%、猫用34%、その他6%

流 通 専門店、量販店（レッドハートは専門店のみ販売）

関連法規 「動物愛護管理法」、飼料安全法（農水省）⇔食品でなく餌

動物医薬品等の範囲に関する基準（農水省安全局）

愛玩動物用飼料の安全の確保に関する法律（環境省）

ペットフードの表示に関する公正競争規約・施行細則

安全なペットフードの製造に関する実施基準

3) 相談概要

・体制 お客様相談室＜室長＋相談員2名＝3名＞で対応

フリーダイヤル2本

受付時間は、平日の9時30分から17時（土、休、祝祭は除く）

・相談内容

昨年は、年間2400件（月200件）の申し出があり、そのうち4%がクレーム。対応としては、商品交換が殆ど。

クレーム内容としては、①油染み（紙袋お外へ出て）②糊つけ不良

③所未期限の印字不良・・・以上で60%を占める。

4) 難クレーム事例に見る対応のコツ

ショップオーナーからの不当要求（代替品100本よこせ）や、精神障害の婦人からの過度に神経質な要求などに対応した経験を踏まえながら、難クレームに対応するコツをレクチャー。

・自社の製品に愛情と誇りそして自信を持って対応



清水 孝彰氏

・アフターケアの徹底

・仕事を好きになる

・経験が一番・・・ややこしい顧客の対応は素早く、しかし解決は急がない

・公平・公正な対応

・その筋或いはそれに類する顧客の対応は、その性質によって、弁護士、警察、暴走センターに相談する

・呼び出しには、平日の4時までに対応（レッドハートでは）

・「誠意をみせる」については、金品は絶対渡さず、お会いして真摯に対応しているのが誠意という姿勢を崩さない

●お客様満足研究会 第33回事例研究会 報告

実施日：2008(平成20)年10月8日 会場：参天製薬株式会社

司会：アースバイオケミカル株式会社 松本淳一氏

<事例発表>

1. 福助株式会社 外丸 睦夫氏

【申し出内容】

貴社販売車の路上駐車や路上でゴルフの素振りをされて困っている。

【対応経過】

販売車の使用者の上司に報告。また使用者からは常識的な行動をしていることを確認するが、使用者の隣人であり、うつ症状により近隣との折り合いが悪い情報も得る。この情報を基に、上司が使用者を伴って社章の装着なし・名刺・手土産なしでお詫びに来訪するも帰され、訪問時の対応が悪い、更に上の者を出せと何度か連絡が入る。営業部長に上げる前に治める方向で、上司が名刺・手土産を持参し再訪することで終結。

【質疑応答】

①お客様情報は、社内に順序良く流れたのか。

②クレーマーにも通常の対応を行っている。訪問時に通常（社章・名刺・手土産）対応していれば、こじれなかったのではないか。

③個人的な問題（ゴルフの素振り）、会社の問題（販売車の使用）、外出するなら絶対である名刺持参の問題を混合しているのではないか。なお、公用車の運転については、運転者の教育や退社時の使用についての管理が必要。

【世話人意見】

社員や業務上の問題の場合、総務課で対応する。また、申し出の証拠がなければ放っておくしかないケースもある。

2. UCC 上島珈琲株式会社 宇津原 令奈氏

【申し出内容】

PET コーヒー微糖を今朝開けて牛乳を入れて飲んだが、味が変わりおなかを壊し気分も悪い。商品を購入した店舗と同系列の近くの店舗へ持参したいと希望される。

【対応経過】

結果、相談室へ送付いただく。到着した商品を検査に回し、お客様へは了承なしに無糖別商品を代替品として送付する。しかし、お客様は持参されるつもりだった店舗へ返金を希望、また無糖商品は飲めないことが判明した。返金対応は行っていないことを伝えるも



外丸 睦夫氏



宇津原 令奈氏

ご理解いただけずに切断。直ちに店舗へ返金対応の手配を行うが、その後お客様との連絡は途絶えたまま、店舗への来店もなし。

【質疑応答】

① 初期段階で交換か返金かの希望確認、もしくは返金ができないために代替品を送付する旨を伝えたのか？⇒電話を取ってもらえないので、確認せずに代替品を送付した。

※購入金額の返金希望に対しては、ほぼ全社返金対応を実施。

② 体を壊された場合に飲料品の代替品を送付することは気くばりを感じない、返金対応を検討しても良いのではないか。

③ 初期段階で返金希望店舗へ相談しても良かったのではないか。

④ 全部飲んだ後の悪意を感じる申し出の場合には、どこまで返金するのが難しい。

【世話人意見】

悪質な返金希望、レシートがない、商品使用済みの場合には購入店へ行ってもらうのもひとつの方法。

3.コクヨビジネスサービス株式会社 来原 真弓氏

【申し出内容 1】⇒個人情報 イレギュラーな話

什器搬入を請け負う会社の派遣をしている息子を探している、携帯電話は解約されていて連絡が取れないが、警察等には相談していない。備品を扱う会社なのでそのような業者を知らないか、同業他社へも相談済み。

【対応経過】

来原 真弓氏

同業他社と連携しつつ搜索を開始するも お客様には不審な受け答えが目立つ。個人情報 considering 直接本人に実家への連絡を勧める方向で業務委託先等を調査したところ 該当者はあったが既に退社、お客様には見つからなかった回答をする。後日同業他社へお客様から見つかったと連絡あり。

【申し出内容 2】

7/15 に、赤いスティックのりのツマミが破損しており左手親指を切って電話した。その際に担当者から折り返し連絡すると言われたが、9/2 現時点でも連絡がない。

【対応経過】

対応履歴なし。即日訪問、ただし、この件を放置していた相談室ではなく品質管理部との対応を希望される。薬代 5000 円強を請求されるが、該当箇所はハサミのような跡と赤く着色した形跡があった。事前に同業者からクレーム情報を得ていたことからこの場で支払いを拒否し、後程になって薬局の領収書がないため支払いを断る。再度相談室宛に近くの工場へ話を持って行くとの申し出があったが、対応者が決まっていることを伝え、工場では解決しないことを伝える。

【世話人意見】

レシートがないからではなく、傷跡がないため因果関係が不明で支払えないと断る。

4.シュワルツコフヘンケル 藤野 むつみ氏

【申し出内容】

販売店経由で、かぶれる人用の白髪染めを使用したところいつも黒に染まるものが青っぽく染まった。販売店へ指示・対応後にお客様から質問（使用方法、身体への害、成分等）が寄せられ、相談室対応に切り

藤野 むつみ氏

替わる。 高齢で聞きとりにくい方、髪の色味調節の1ヶ月半の間に要求がエスカレートし、度々話が食い違う。

【対応経過】

処方変更に関しては納得いただくも 変更後も今までと同じ処方だと思い使用していたことへの保障として、妻の使用分と合わせて20箱を要求、上司と相談後の回答を希望⇒結果6箱で了承。 その後にも商品の改良や改良できるまでの保障、また使用年数の金額の返金を希望⇒改良については未定、欠陥品ではないため保障は不可、前回6箱で了承済み伝えるが、処方変更の表示については読むことはないと言われ、上司が対応する。 その後も手持ちカラーの交換や宅配便とのやりとり、改良商品のサンプル希望等毎回内容の食い違う連絡が入った。

【質疑応答】

- ① 会社として商品の改良を考えているのか⇒欠陥品ではないため改良予定なし。
その場合には今後の改良なしをハッキリ伝える。自社商品に自信がないと軸がぶれるので、自信を持って対応する。
- ② 認知症の人は増加傾向にある。

【世話人意見】

本来なら1箱に対して1箱の交換だが、今回は〇〇だから〇〇という対応はしない方がよい。

株式会社ユー・エス・ジェイ 山田 一穂氏

〈ちょっと困っていること〉

お客様の声を活かす方法や仕組みについてフィードバック方法としてほぼ全社ネット・ランで閲覧可能（品質管理やマーケティングは自分絡みの商品だけを意識しているようだが・・・）

その他 お客様満足調査を年2回実施、クレームの情報発信、

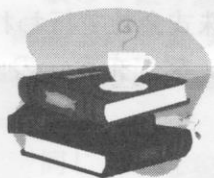
【世話人意見】

- ① トップの理解
- ② 何のためにするのかをハッキリさせることが大切。



山田 一穂氏

（記：株式会社ルシアン お客様相談室 飛永 るずみ氏）



今！話題の本 「どうすれば食の安全は守られるのか」

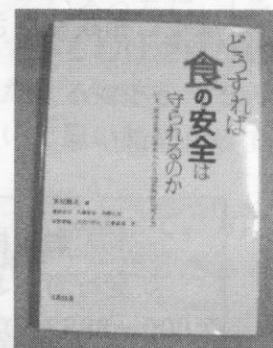
米虫 節夫編（日科技連出版社）

推薦者 野口 昌則（世話人）

ご存知のように、食品企業において、消費者の安全・安心に対する信頼を揺るがす不祥事や事件が相次いでいます。特に、2007（平成19）年以降、食中毒被害者がいない食品不祥事・事件が続発しています。表示偽装や期限切れ原材料の使用などは、その一例に過ぎません。

同書は、このような世の中の変化をとらえ、今食品企業が何をすべきかについて、科学的な知見に基づいた品質保証の考え方を示しています。

また、食の安全・安心を担保するために必要な「正しい食品の表示法」「食品のトレーサビリティ」「法令順守を実践するコンプライアンス経営」



などについて具体的に解説しています。食品企業に限らず一般企業の品質保証やお客様対応に携わっておられる方にとっても大変役に立つ一冊と思います。

編集者 米虫 節夫 (近畿大学農学部環境管理学科 教授)

執筆者 上野 武美 (㈱ハチパン 安全衛生室長)・植松 繁顕 (京都生活協同組合 経営品質部 経営品質担当)・奥田 貢司 (㈱帝装化成 本社技術部 シニアコンサルタント)
衣川 いずみ (㈱Q A-テクノサポート 代表取締役)・佐藤 徳重 (フードテクノエンジニアリング㈱ 技術部 品質保証・食品衛生課 課長)・角野 久史 (㈱角野品質管理研究所 代表取締役)

*お求め方法・・・購入を希望される方は、OM研究会事務局(末尾の住所欄参照)あてに名刺をFAXしてください。価格は、 $1,850円 + 210円(運送費) = 2,060円$ (消費税込み)です。正価は、 $2,310円 + 210円 = 2,520円$ です。本は、出版社から、請求書と一緒に直送されます。

●事務局からのお知らせ

- 1) 第23回OM研セミナーは、第一部「お申し出・事故・事件への危機管理対応～中国冷凍餃子事件、事故米事件などを科学する」(講師; ㈱角野品質管理研究所 代表取締役 角野 久史氏)と第二部「わが社のお客様対応とお客様の声の活用」(講師; 味の素㈱食品カンパニー 食品統括部 お客様相談センター長 長谷川 公彦氏)の二部構成で、11月12日(水)、大阪薬業年金会館において行われました。アンケート結果からもわかるように、大変好評でした。その模様は、アンケートの概要とともに、次号(3月20日発行予定)に掲載いたします。
- 2) 第34回事例研究会は、12月5日(金)、近畿コカコーラセミナーハウスで45名(世話人含む)の参加のもと開催されました。研究会終了後は、恒例の懇親会があり、大いに盛り上がりました。その模様も次号に掲載いたします。
- 3) 特別セミナーを、来年(2009年)の1月21日(水)、大阪薬業年金会館において開催致します。講師は、前回「話し方の基礎」をご講演頂き、大変好評だった北村 幸子氏(㈱NTT西日本一関西 ビジネスマナー主任講師)です。今回は、よりクレーム対応に近いテーマに絞ってご講演いただきます。ご期待下さい。
- 4) 第35回事例研究会は、来年(2009年)の2月4日(水)、ロート製薬株式会社で行われます。発表社は、コカコーラ ウエスト、丹平製薬、日本ミルクコミュニティ、フマキラーの4社です。
- 5) ご活用下さい! 難クレーム処理対応110番(無料)
最近、今までにない難しいクレームが増えていませんか? 何か困ったことがありましたら遠慮なくご相談ください。世話人が誠意を持ってお応えいたします。

連絡先 E-MAIL sumino@ab.em-net.ne.jp

お客様満足だより(OM研レポート)「第22号」12月20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; 075-361-1794