

お客様満足研究会だより

OM 研 レ ポ ー ト

第24号(2009年6月10日)

第24号の主な内容

- ・リレー談義＝お客様満足と私(第21回)
- ・第24回OM研セミナー(於;大阪薬業年金会館)
- ・第36回事例研究会(於;カネテツデリカフーズ株式会社)
- ・女性担当者交流会(於;カネテツデリカフーズ株式会社)
- ・TOPICS! 裁判員制度⑥
- ・事務局からのお知らせ

●第21回リレー談義＝顧客満足とは何でしょう

上原 明子氏

タイガー魔法瓶株式会社

お客様相談室

禅問答のようなタイトルになりましたが、私がOM研に参加させていただくようになってから、もうすぐ1年になります。出席させていただくたびに、落ち込んだり、ほっとしたり、いろいろな感情が複雑にからみあって、なんともいえない気持ちで帰途についております。

弊社お客様相談室は、品質保証グループの中のカスタマーサービスチームに属しており、同じチームに、パーツセンター(部品受注業務)、アフターサービスセンター(修理業務)があります。私がお客さま相談室に配属になって、丸5年になります。組織としても、配属当初のお客さま相談室は、社員、派遣社員含めて数名ほどの、こじんまりしたチームでしたが、今ではその当時の3倍の人数になり、大所帯になりました。全国からのお申し出をこの大阪お客様相談室でうけておりますので、受信件数も、1年の中で、繁忙期と閑散期がありますが、平均して、1日550件～600件となります。

OM研に参加されている企業様のほとんどが、食品、薬品という業界の中、弊社は家電業界に属しており、炊飯ジャー、電気ポット、ホットプレートなどの調理器具、加湿器、エアーポット、ボトルなどを扱っております。ご飯のことでは、日本人がほぼ毎日食するものですので、これが炊けなかったりすると、怒り心頭。「今すぐ来い!」と怒鳴られますが、弊社では、販売店経由の申し出でない限り、営業担当がお客様の元に訪問することはありません。お客様相談室、アフターサービスの限られた人数の中で、業務を行っておりますので、お客様の元にうかがうシステムが確立されておられません。結果、お客様には、平に謝り、貸し出し用(修理対応の場合)や、交換用の炊飯ジャーを宅急便にてお送りし、同じ便にて、お客様のジャーを引取って確認させていただく、というシステムになっております。しかしなお、お客様のお怒りは、容赦はございません。宅急便で貸し出し品をお届けする日にちは、どうしても最低1日かかります。そうすると、「その日のご飯はどうするのか? 外食代を支払ってくれるのか! お米が無駄になった! 炊き込み御飯の具の代金はどうなるのか!」など、次から次へと、クレームが発展していきます。もちろん、すべてのお客様がこのようなことにはなりません、日々、緊張しながら対応をさせていただいております。



また、食品や、薬品と違って、電気製品には、消費期限を製品に表示しておりません。特に、非電気製品であるエアーポット、ボトルは、対応にとっても苦慮しております。10年以上前の製品でも、「欠陥なので、交換してください」というお客様からのご要望も少なくありません。確かに、エアーポットやボトルは、上手にお使いいただくと、永くお使いいただくことができますので、どれくらいが寿命か、という質問にもとても苦しい思いをしております。

食品、薬品会社様は、製品に問題があると、それこそ大変なことになりますので、OM 研での事例でも、お客様にははっきり証明することが可能で、きっぱりとお客様にもご説明、お応えができる、ということが私にとっては、感動、と同時に、弊社でも何とか、そのような製品づくり、環境づくりができれば、と考えております。お客様の言い分が叶った対応において、「無料で修理してもらってありがとう」や、「無料で部品を送ってもらってありがたい」とか、「交換してくれて、すばらしい対応だ」とお声をいただくことがございますが、時には素直に受け取れないことがあります。「無料」なので、お客様が喜ぶのは当たり前なのではないか、これが顧客満足なのか、日々、悶々としております。ですので、OM 研で、何かつかんで会社を持ち帰りたい、というモガキがあり、OM 研でのお話は一言一句逃さず耳を傾け、会社に戻ってすぐに、できるだけ臨場感のある報告書を作成しております。皆様からの事例も同僚たちは、熱心に拝読いたしております。

家電、といっても、私どもはご飯や、お茶など、半分食品に関わるようなものですので、今後も、OM 研で得た知識を元に、食の安全に対する危機感と、責任感、またそれが現れる製品づくりができるよう、日々精進したいと思っています。どうか、今後とも、どうぞよろしくお願い申し上げます。

★★★タイガー魔法瓶株式会社 一口メモ★★★

代表取締役社長: 菊池 嘉聡(よしさと) 本社: 大阪府門真市速見町 3 番 1 号
設立: 1923 年(大正 12 年)2 月 資本金: 8,000 万円 従業員数: 約 600 名
事業案内: 魔法瓶、炊飯ジャー、電気ポット、電気調理器具、カセットコンロ、アウトドア用品、環境快適製品など生活用品の総合メーカー



●第 24 回 OM 研セミナー

日 時 2009 (平成 21) 年 3 月 4 日 (水) 13 時 30 分 ~ 17 時
場 所 大阪薬業年金会館
参加者 34 名 (世話人含む)

<第一部> 「お客様対応担当者のためのメンタルケア」

講 師 高橋 敏達氏

(カルビー株式会社 CRM グループ 心理相談員)

内 容

世界的経済不況を背景に、お客様からのお申し出はますます厳しくなり、多様化しています。日々その対応に携わっておられる担当者の方々の苦勞とそれに伴うストレスは、筆舌に尽くしがたいと思います。

このままでは、ノイローゼに・・・ということになっては大変です。そこで大切なのは、メンタルヘルスケア。カルビー株式会社でお客様相談をはじめ、人事労務、営業、生産など数々の業務を担当され、その豊富な経験をもとに現在お客様相談室で心理相談員として活躍されている高橋敏達氏に、お客様対応担当者のためのメンタルケアについてご講演頂きました。

(その主な内容)

- ・メンタルヘルスケアでまず大切なのは、自分自身を知り、しっかりした姿勢を持ち、自信を



持ってお客様対応すること。自我の状態を意識的にコントロールすればひととの交流が円滑になる。自己分析の代表的な方法として、投影法と交流分析法（エゴグラム活用）がある。聴講者対象に実施されたが、大変奥が深く、実際に取り組むのは相当の覚悟が必要。

・お客様対応でストレスをためないためには、カウンセリングと同じように・・・

- 1、パーソナリティ分類と各タイプの特徴を知る。
- 2、傾聴こそ最大のストローク・・・相手の言うことを真剣に慎重に聴く。

例えば、うなずく、共感する（共感的な言葉を返す）、話の要点を繰り返す、明確化する、沈黙を待つなど。

（終了後のアンケートの主な内容）

- ・社内メンタルケアの重要性を考えさせられた。
- ・自己分析をした上での講義であり、実務にも近くわかりやすかった。
- ・もう少し具体例があればよかった。奥深いテーマであり、時間が不足だったのでは。

<第二部>「わが社のお客様対応」

講 師 田所 里絵子氏

（株式会社ワコール お客様センター 課長）

内 容

株式会社ワコールのビジョン（理想・目的）は、「世の女性に美しくなってもらうことによって広く社会に貢献することであり、すべての社業は、それに基づいて推進されている。

その中でのお客様相談センターの役割は、お客様からのお申し出に真摯に向き合い、可能な限り満足して頂ける対応をすること、そしてその声をより良い商品づくりに活かすこと。

そのため、カスタマーボイスを作成し、誰でも見ることができるようになっている。週報、月報も作成し、必要部署に届けている。品質管理委員会（毎月）や品質保証審議会（2か月に1回）に出席し、お客様の声を報告、提案している。

また、相談センターは、お客様対応を通して、宣伝販促活動や販売活動を担っているという気構えで業務に邁進している。目下、年約27、000件のお申し出がある。単価5、000円で換算すると1億円3千万円程になる。即ち、1億円強の売り上げに貢献していることになる。これは、相談員の大きな励みになる。

終了後のアンケートによると、100%の人が参考になった、と回答している。その主なものを紹介します。

- ・CS改善を進めるに当たり大変参考になった。
- ・一歩進んだ相談室という印象を受けた。会社が成長するのもうなずける気がした。
- ・自社も聞き出しメモを作ってみようと思う。



●第36回事例研究会 報告

2009（平成21）年4月22日（水）に、カネテツデリカフーズ株式会社にて、第36回事例研究会が50名の参加者で行われ、4社より事例が発表されました。また、会の前には、工場見学が行われ、らい潰、成形、加熱、冷却、包装、梱包の各ラインを見学させて頂きました。

<事例発表>

1. キリンビバレッジ株式会社 寺本 賢 氏

【お申出内容】

ミルクティーのペットボトルを開栓して飲んだら味が酸っぱくいつもと違う味がした。ミルクティーはよく飲んでいる。体調は大丈夫だが、中身は問題ないか。何が原因なのか知りたい。

【対応経過】

お詫びし、商品を預かり調査。検査の結果、製品の内容液は微生物に汚染され腐敗していた。調査結果は訪問の上、同じ会社の方である男性（同僚？）が同席という形で報告。工場出荷後に何らかの理由（悪戯？）で混入した可能性が考えられるが原因が特定できなかったと説明。しかし、お客様よりカチッと音がした（未開栓）と指摘される。さらに、男性は食品でない安全管理部門の方で、自社の報告スタイルと違うことから通常の範囲を超えた報告を文書で求められる。文書を郵送後、電話で確認。男性は内容が報告になっていないと細かい対応を要求。その上、友達に消費者センターに持っていったらと言われた、対応が開き直っていないかなどと発言。最後に調査品の容器、内容液の変換を確認したが要らないと言いつつ話の途中であったにもかかわらず電話を切られ、終了。

【質疑応答・意見】

- ① この男性は、製品が少なく追跡可能な業界ではないか。何が原因か、誠意をもって公平な対応となると、どこかで線引きが必要だった気がする。
- ② 消費者からみたら 100%、でもメーカーからみたら何十万分の一で線引きをするところが今回あったのでは。後は、1.なぜ起きたのか、2.どう対応したのか、は今後求められることだと思う。

⇒そのとおりだと思う。最初は販売店も不明、未開封の話もだいぶ経ってから出てきた。

事実確認が不十分での平等な対応となると、返金または代替品+お口直し（2〜3本）になる。

【世話人意見】

1 番難しい場合は、消費者側に問題があった場合に、どのように消費者側に伝えるか。やはり「わからない」ということになってしまうのではないかな。後は誠意でしょう。

2. ロート製薬株式会社 奥田 昌功 氏

【お申出内容】

1 回目：ソフトコンタクトレンズ（2 週間使い捨て）を 10 日間程使用（毎日夜にはずして指でこすり洗い）していたが、昨日こすりあらいしているとずれているようにして 2 枚にわかれた。
2 回目：2008 年 9 月に購入し、1 組目は問題なく使用。2 組目を開封し、見え方がおかしかったが、使用を続け、翌朝液につけたレンズを見ると左右共に 2 枚ずつに分離していた。何度もあるのは問題だ。

【対応経過】

1 回目：現物を直接引き取り、代品と交換し調査。電話で、レンズ自体に異常がなく原因不明を告げると、以前にも同じ事があって今回 2 回目と怒り出される。洗浄後にケースに 2 枚入ってしまったことはありませんか？の言葉で憤慨。上司と交代対応したが、納得されず、お客様は製造ミスと決め付けて電話切断。電話の内容の報告書を送付。2 回目：申出に対し、1



回目と同様の調査結果と製造元（海外）に注意喚起する旨を報告したが納得されず、監督官庁へ連絡される。再度、製造元に調査を依頼、同様の報告を受ける。監督官庁に報告し了解。お客様には訪問の上、報告書を手渡ししながら、お客様と同じ立場に立って強く調査要求し、報告があがってきたこと、および内容を詳しく説明。報告には納得いかないが、また製品を使っていただけるとのお客様からの言葉あり。終了。

【質疑応答・意見】

① 1回目や2回目のようなケースはよくあることなのか？

⇒気づくのはこの1、2回目のパターンになる。例えば2週間使い終わり、ケースに戻し、新しいコンタクトレンズを箱からだし、その夜保管するとこのような状況になることが考えられる。

② お客様への確認は各社どうされるか。

●コミュニケーションや失礼にあたらないようにという前提で確認する。

●聞いたらいけないと思う。

③ 海外の製造元では時間がかかるのでは。

⇒官庁からの要請もあったので、大至急でお願いし、また、別件もあったが飛行機で直接出向いた。通常で1ヶ月程度、クリスマス休暇等になるともっとかかる。

④ 行政にいますよ。消費者センターに～というお客様への回答方法は

●もっとやわらかく言うが、どうぞご自由に持って行ってくださいのスタイル。お客様が弱みだと感じないようにすること。

●お客様が安心のためのご意志ですので、と伝える。

【世話人意見】

第三者機関に持って行ってはいけないと言うと怪しいと思われるので、お客様の自由意志に任せる。逆に持って行ってもらった方が解決しやすい場合が多い。

3. 摩耶堂製薬株式会社 三浦 美江 氏

【お申出内容】

生薬エキス剤を服用しようとして開封して、口の中に入れるときになかなか落ちてこなかった。団子のような固まりで服用しにくかったと、購入薬局に申出があった。

【対応経過】

薬局で、多少湿気ていても大丈夫と説明したが、お客様は納得されず。メーカーより電話で、固まっていると感じられることについて説明するも納得されず、固まっているものを販売するのかの一点張りであった。現物をお客様の目の前で開封しないと収まらないと判断し、薬局了承のもと、お店で待機するも、お客様が来店せず、終了した。

【質疑応答・意見】

① 「多少湿気ていても大丈夫だから」との薬局での説明が誤解を生んだのでは。

⇒薬局に説明の仕方を伝えているが統一は難しい。片栗粉っぽいので、固まっているとお客様が思われたと思う。ピンホール試験で2週間でも固まらないことは確認している。

② 固まっている粉の実物はみたのか。⇒返品された品の2包は確認した。

③ 申し出たお客様がその後1度も来店されていない。店のお客様を逃したと感じる。この点では、各社対応もあると思うが反省する部分もあったのでは。



④ 事前の表示はあったのか。その後の表示はどのようになったのか。

⇒クレーム件数は他の商品より多く、その後、県の薬務課より表示について指導があり、2007年以降の添付文書に2行で記載したところ、その後、クレーム数が減った。

⑤ 商品自体は正常品だけどお客様にとっては不都合な場合、どのように意思の疎通をされているか。

⇒何度か説明し返金はしていないが、交換または代替品になる場合がある。

⑥ こういった場合の対応はどうしているか

●会社として正常だと対応をしている。ただし、一部のお客様が不満足とわかったら、設計部門に、設計自体がお客様の思考に沿わないとの情報をフィードバックしている。お客様へは、いついつとは言えないが、その方向で取り組んでいると伝える。

●正常品のかわりに弊社規格適合品という言葉を使っている。関係部門にフィードバックし、お客様が不合格品と受け止めることが多くなれば、開発に活かしていこうとの考え。

●規格の件で、以前、実際にお客様に目の前で行ってもらい、研究所に持ち帰り規格の幅を狭めたことがある。その後、申出は減った。自分でやってみる、見直してみる必要があるのでは。

【世話人意見】

皆さんのおっしゃると通り、規格が広すぎるということもあるのでは。

4. 小林製薬株式会社 安藤 利治 氏

【お申出内容】

鯖で蕁麻疹が出る体質で、7/18日も出た。連休で病院が休みのため、薬局で商品を購入し使用。夜になって赤く腫れ、病院で治療を受けた。その後、お盆前に虫さされに使ったら、また腫れた。体質に合わないのか。もう使えないのか。色素沈着もあり。



【対応経過】

病院に同行、お客様の希望で製品パッチテストを別の病院で行う（費用は会社負担）。当日、男性が付き添っていた。パッチテスト結果は陽性。お客様の希望で、成分パッチテストも行うことになる（費用は会社負担）。お客様より色素沈着についても対応を強く希望される。病院の医師は、テストは陽性であったが、この値では色素沈着にはならないとの見解。因果関係不明で、色素沈着について対応できないと伝えるとお客様がお怒りになる。ただし、原因究明のためのパッチテストに協力する旨伝え了解。結果1つの成分に陽性。前回付き添った男性から、補償等を要求されるも、製品使用に関する治療費以外対応できないことを伝えると、弁護士を入れて告訴する。また、取材と一緒にやらせていただくとの話しなる。その日の午後に副作用で身体が腫れたと聞いている。お客様から情報はもらっていると新聞記者（ブラックジャーナル系）から電話があり、来社の取材の申込がある。来社前に社内ミーティングで対応者および、対応方法のシナリオを作成し、面談。マスコミとしての申入れであることを確認の上、取材は文書で受け付けていること、また、その内容について取材を受ける受けないは個別で判断していること、個人情報についてはプライバシーの問題があるので、回答に制限がある旨伝える。文書到着後、お客様の具体的な内容については公開できない旨回答。その後、記事への掲載および連絡なし。

【質疑応答・意見】

① 怪しいマスコミと聞いたが、もし、記事にのせられた場合、こういった認識ですか。

⇒1500 部なので掲載されても、しょうがないと思う。掲載されない方がよいと思うが。

② もし、消費者の代理人だったら記事の掲載はできないのか。法律的にはどうか。

⇒通常は載せられないが、載せられることもある。法律的にはわからない。過去に掲載されたことがあり、30 部ほど会社にも送付されてきたが、社内ミーティングで静観することになった。

【世話人意見】

完璧な対応だったと思う。とくに、取材の来社前に、対策を立てたこと、面談の際に、マスコミか消費者か確認したのがよかったと思う。

記；溪 史子氏（株式会社池田模範堂 研究所 くすり情報室）

●女性担当者交流会議事録（第 36 回事例研究会終了後）

日時：2009 年 4 月 22 日（水） 16：00～17：00

交流会担当者 佐伯 裕美氏（丹平製薬株式会社） 飛永みずみ氏（株式会社ルシアン）

出席者：19 名（16 社）

OM研究会の大きな特徴は、女性会員が多く、積極的に参加活動していることです。そこで、2 年前女性ならではの悩みや問題を忌憚なく話し合うことを目的に始まった女性担当者交流会が、久々に開催されました。その内容は次の通りです。

■相談室人員について

相談室専任者がいる 13 社

兼務者が行っている相談室 3 社

■昼休みについて

子機を持ち歩いて対応している 1 社

メッセージを流している 3 社

交替で業務を行っている

■新任者の悩み

対応はこれでいいのか、自信が持てない。

言葉遣いに誤りがないか不安。

マニュアルが存在しないことに驚いた。

■対応マニュアルについて

対応マニュアルは整備されていない、FAQ やポイントをまとめたものを活用している⇒
全社（内 現在マニュアルの作成中 3 社）

なぜ、マニュアルがないのか？

- ・マニュアル作成を試みたが⇒微妙に対応が異なっていくためマニュアル作成が難しく、ポイントだけを押えている状態。
- ・マニュアルがあったらあつたで読んでしまい、冷たい対応だと言われるため。
- ・新鮮さを失わないように、今日は表現や言葉を変えてみるとかの小さな努力をしている。
- ・失敗することで成長するのだから恐れないように。

■過去の失敗談

お客様に言ってはいけない禁句を言ってしまった。

早く終らせようと急ぎ過ぎたばかりに・・・。

かぶれの対応時に、

『それはしょうがないですよね・・・』

『この製品によってかぶれたとは言えないですね・・・』と言ってしまった。

エスカレーション対応

実施している なし

外部へ委託→営業→相談室へ 1社

女性担当者交流会は、会員の方の要望も多く、今後、年2回開催していく予定です。

●TOPICS！ ⑥ 「裁判員制度がいよいよスタートしました！」

対象

刑事裁判に国民が参加する裁判員制度が5月21日（木）、スタートした。同日以降に起訴された死刑か無期懲役を法定刑に含む事件や、故意に人を死なせた事件が対象だ。

施行初日には、千葉、青森、秋田の3地検が、殺人未遂や強盗致傷の罪などで計4人を起訴した。近畿では、大阪地検が26日に覚せい剤取締法違反（営利目的輸入）罪などで男2人を起訴したのが初めてだった。

対象事件については、裁判官と検察官、弁護人による公判前整理手続きが行われ、審理計画が決まる。第一号事件は、早ければ7月下旬に開かれる見通しだ。

確率

今年、裁判官になる可能性がある人には、すでに最高裁から通知が送られている。これらの人の中から、事件ごとに50～100人がくじで選ばれ、裁判所に出向くよう求められる。裁判官との面接を経て、辞退が認められた意図などを除いた上で、再び、くじで6人の裁判員2人程度の補助裁判員が選ばれる。

昨年1年間に対象事件は全国で2324件起訴された。読売新聞の試算では有権者5593人に1人が裁判員に選ばれる。都道府県ごとの確率は、近畿では、大阪が3545人に1人でトップだ。

課題

読売新聞の4月の世論調査では、刑事裁判が「良くなる」「どちらかといえば良くなる」と思う人が48%だった一方、「参加したくない」という人も79%に上った。「自信がない」「人を裁くことに抵抗を感じる」といった理由が多い。

死刑の是非を判断することや、守秘義務への負担感が指摘され、迅速な裁判と真相解明をどう調和させるという課題もある。

裁判員法は、付則で「施行3年後に見直す」と定めている。最高裁や法務省は有識者らの意見を踏まえ、制度見直しの是非などを検討する。（読売新聞 5月30日朝刊）

●事務局からのお知らせ

- 1、7月22日（水）、メール対応をテーマに玉本美砂子氏（JBMコンサルタント 代表）をお迎えし、特別企画セミナーを開催する予定です。
- 2、第38回事例研究会は、8月6日（木）、せいきょう会館（京都）で行われます。研究会終了後、恒例の懇親会が予定されています。奮ってご参加、ご交流ください。
- 3、今期から、新世話人として高城正光氏（元花王株式会社相談センター部長）と佐伯裕美氏（丹平製菓株式会社 品質保証部）が加入しました。ご期待ください。

お客様満足だより（OM研レポート）「第24号」 6月10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