

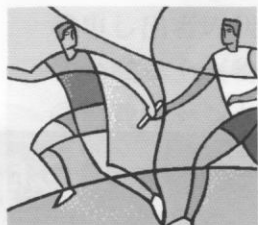
お客様満足研究会だより

OM 研 レ ポ ー ト

第25号 (2009年9月25日)

第25号の主な内容

- ・リレー談義＝お客様満足と私 (第22回)
- ・特別企画セミナー
- ・第37回事例研究会 (於；ユーエスジェー)
- ・第38回事例研究会 (於；せいきょう会館)
- ・顧客対応の豆知識① 「示談」(1)
- ・今！話題の本「プロ法律家のクレーマー対応術」
- ・事務局からのお知らせ



●第22回リレー談義 「わが社のお客様対応」

宮崎 稔子氏

四国化工機株式会社
お客様相談室



四国化工機と言われてもピンと来ない方が多いかと思います。弊社は機械事業、包装資材事業、食品事業の3事業がございまして、私は食品事業部に属しております。食品事業部は豆腐をはじめとした大豆加工食品の製造をしており、「さとの雪」というブランドで販売しております。

弊社お客様相談室は2007年4月にでき、私も同時に配属となりましたので早2年が過ぎました。現在は、事業経営企画室の営業企画グループに属しております。

弊社お客様相談室では一般のお客様からのお問合せ・お申し出等をフリーダイヤルにて対応しており、営業部を通したお取引先様(生協様、量販店様等)につきましては、営業担当に連絡が入るようになっております。このため、お客様相談室での対応件数は10数件/日となります。

お客様相談室が設立されたと同時に配属となったこともあり、当初は右も左も分からず、お客様対応まるの本を熟読し、マニュアルや回答例作成、OM研セミナーでの基本対応の習得、他社様の相談室訪問等から得た知識で対応スタートし、現在に至っております。

まだ2年少しと経験の浅い私ですが、お客様対応にはマニュアルや回答例も必要ですが・・・やはり「経験」が一番の成長に繋がると感じております。対応件数や様々な内容を経験する度に、良い意味で「慣れる」ことができ、極度の緊張という状態は少なくなりました。また、お申し出対応では私の対応がさらにお客様をご立腹させ2次クレームに繋がることもあり、都度、反省と共に次回へ活かせるよう努力しております。

私が初任者時に参加した研修で、講師の先生から「高い物を買ってお申し出があるのは当たり前、それより豆腐のような100円位の物にお申し出を言うてくるお客様の気持ちを考えて・・・」という言葉が心に残っています。豆腐はみそ汁や冷やっこ等、日々の生活で利用頻度の高い食材であり、弊社にお電話

いただくお客様も「いつも利用しています」というご愛用者の方が大半です。いつも愛用して頂いているからこそ、僅かな風味や硬さの変化にも敏感にお気づきいただけますし、その声が元で製品の改善にも繋がるケースがございます。ですので、「弊社基準内だから・・・」とは考えず、毎回新鮮な気持ちでお客様のお話を伺うことで、こちらの話にも熱心に耳を傾けて下さり、ご納得いただいた時や、お礼の言葉を頂戴したときは大変嬉しく思います。

弊社では、1年程前によくお客様相談室での受付内容を社内システムを利用して関連部署で閲覧できる体制が整い、またお客様相談室が営業企画に所属変更となり、お客様からのご要望やお申し出を製品の改善・改良に繋げやすい体制となりました。これからも、私達が消費者の代表としてお客様の声を社内に伝え、より良い製品作りに繋げていきたいと思っております。

いつもOM研究会では、他社様の相談室概要や事例発表について受信件数の多さと難しい対応事例を驚きながら伺っております。対応件数の少ない弊社では、多数のお客様対応をしておられる皆様の事例内容や各社様での対応内容、あらゆる角度からのご意見を伺い、お客様対応の中で活かしております。また、事例研究で皆様からお教えいただいた情報を元に製品引取りや代替品基準を作成し、弊社内での対応統一化を図ることができました。この場をかりてお礼を申し上げます。

今後も、OM研で皆様の貴重な事例内容やご意見を伺い、スキルアップを図りたいと思っております。どうか、今後とも、よろしくお願い申し上げます。

★★★四国化工機株式会社 一口メモ★★★

代表取締役社長：植田 滋

本社：徳島県板野郡北島町太郎八須字西の川 10 の 1

設立：1961 年 5 月 資本金：1 億 4,500 万円 従業員数：700 名

事業案内：機械事業（充填包装システム、前処理装置、CIP装置、外包装システムの設計／製造、プラントエンジニアリング）、包装資材事業（カップ、ボトル、フィルム、アルミ箔等の食品用包装資材の企画／販売、食品事業（豆腐をはじめとする大豆加工食品の製造）



●第37回OM研事例研究会 報告



第37回の事例研究会は、USJで行われました。USJさんのご厚意で、発表会に先立って、セキュリティーシステムなど、同園の心臓部を見学させて頂きました。

1、ピップフジモト株式会社 発表者 小池 一氏

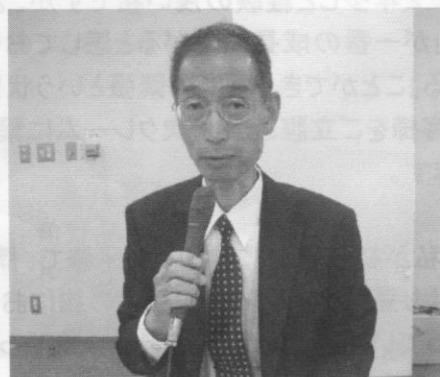
対象商品：不織布マスク 7 枚入り

対象期間：08, 03, 28～12, 26

申し出者：Y様（男性 奈良県在住）

申し出内容：1日の使用で毛羽立って気分が悪くなった。

対応者：相談室～室長、相談員



〔対応経過〕

- ◎2月下旬に買ったマスクを1日使用し4時間後に息苦しくなり、呼吸困難となったとの申し出に、お詫びし着払い返送と返金を申し出たが、納得されず、医者へ行くほどではないと言いながらも対応の不満から消費者センターへ行くとの申し出を受け了承した。
大和郡山市の消費者センターより問い合わせがあり、改善改良を検討中と伝える。
- ◎3ヶ月後センターから、テスト結果による改善推進の要請があり、改良品を今秋発売と伝える。又、1週間後、文書提出を要求された為、報告文書を郵送にて提出する。
- ◎4ヶ月後、Y様より（センターの報告を受けて弁護士に相談）代金返金だけでは納得されず、素材原因を持ち出し、診断結果（診断書送付）による回答を要求される。
- ◎室長より、センターへの状況確認をした上で、Y様へお詫び、医者との面談を了承頂き、診断内容を確認（マスクとの因果関係なし）、1週間後、開発担当者同行にて訪問。
- ◎Y様宅訪問、改良品発売と原因究明説明、ご心労、ご不便へのお詫びと診断書代を含めたお見舞金「3万円」送金を説明、承諾書確認後にお見舞金を書留送金し、対応終了。

〔質疑応答〕

- ◎初期対応での言葉使い、訪問対応（身体症状の発言あり）の検討はしなかったのか。
⇒申し出者の発言から、申し出内容を軽く見たようで、丁寧さ、配慮に欠けた。
- ◎申し出者の状況（使用状況及び頻度）と、同様の申し入れ状況の確認はしたのか。
⇒職業上（物流従事）の使用を確認、市場動向から改良・改善を検討中であった。
- ◎消費者センターからの連絡後、経過確認及び申し出者への症状確認等はしたのか。
⇒センター、申し出者共に未確認、同様の申し出を含めて製品の改良等の検討のみ。
- ◎使用マスクとの因果関係は無いのに、見舞金3万円を決定した背景はどこにあるのか。
⇒初期対応の拙さ、心労等をかけたことへのお詫びの気持ちと諸費用を検討して決定。

2、タイガー魔法瓶株式会社 発表者 上原 明子氏

対象商品：ミルミキサー～M電化オリジナル製品

対象期間：08、10、22～09、04、28

申し出者：Kさん（女性～姫路市在住）

申し出内容：①1ヶ月前に現品限りの製品を安く購入、
使用2回で動かなくなった。

②製品交換したプロパー製品の中に虫が入っていた。

対応者：オペレーター（OP）、相談室長、U（相談室員）

〔対応経過〕

- ◎製品交換の申し出だったが、修理点検を案内、すぐに使用の要求が強く、自社のプロパー製品（同等機種、色柄の相違、付属品の相違）との交換（廃番のM電化オリジナル品の為）を案内、返金の申し出には納得されず、カタログ送付での確認連絡を依頼。
- ◎返金は固辞され製品交換（含む新製品）をあくまでも要求の為、機種の違い、付属品使用の有無から、交換を断り、再度、返金の申し入れをしたが、交換要求を優先される。
- ◎ユーザー対応の長期化に悩み、「世話人～角野先生」へ相談、返金又は修理対応へのアドバイスを頂き、プロパー製品と交換、故障の原因を究明（Kさんの無理な使用）。
- ◎交換後、付属品の未添付等の説明不足から、再クレーム、電話料負担の不満もあって、誠意を見せろとの要求、対応者を交替し、これまでの説明不足を含めてお詫びする。



◎お詫びと原因説明後、虫が入っていたとの新たなクレームで付属品を要求されるが、お断りする、その時点でKさんの本来の要求主旨を確認出来ないままで切電となる。

◎営業時間終了後M電化から入電、お客様対応での指摘あり、製品の販売価格を確認、Kさんの製品交換に拘る理由が判明、翌日電話でお詫びをしたが上司対応を希望される。

◎社内検討の結果、室長対応が決定、原因説明と図書カード（二千元）を送付、その後、Kさんより製品故障の連絡があり、販売価格（8500円）返金にて対応終了とる。

〔質疑応答〕

◎初期の段階でM電化を含めて訪問対応を検討し、修理の申し入れは出来なかったのか
⇒販売店との力関係で販売店対応は難しく、交換要求をそのまま受けてしまった。

◎M電化への製品の販売状況（在庫・価格等）を含めて情報の確認不足であったのでは
⇒プロパー品との相違部分を含めて、説明・確認不足がことを大きくした原因はある。

◎お客様情報の確認不足もあり、お客様へ振り回されて、後手に回ったのではないか。
⇒情報不足は反省材料、初期段階を含めて対応の不味さから無駄に時間と金を使った。

3、株式会社アンデルセンフーズ 発表者 林 敬二郎氏

対象商品：菓子パン（大きさ 12cm×8cm×5cm）

対象期間：09, 04, 09～04, 17

申し出者：男性A（20才代ホスト風）、男性B（Aの仲間）

申し出内容：「パンに黒いものが付着している」

対応者：営業担当者 1名、製造担当者 2名

〔対応経緯〕

◎店舗へ現品持ち込み（店舗より返金）にてAより申し入れ（連絡先・氏名不明）があり、販売店バイヤーより営業担当者へ連絡が入り、製造工場へ店舗からの回収を指示。

◎メーカー連絡の要望から、訪問対応を申し出たが、「慰謝料の要求があり」支払を拒否したところ、「マスコミ通報」を匂わせ、仲間のBからも「慰謝料の要求」があった。

◎Aの自宅訪問を約束したが、Bからの連絡で、自宅近辺のCVSで面談（双方3名）、無理な要求との交渉中店舗及び通行者より警察に通報、仲介を受け翌日訪問となる。

◎訪問前の事前連絡で先方の要求を確認、現状の対応方針に変更はないことを伝えると声を荒げて威嚇され一方的に切電となり、その後静観とする。

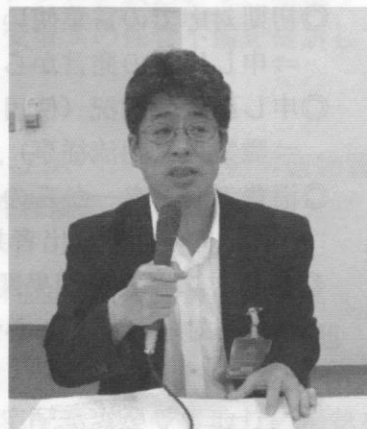
◎Aが店舗に訪問、バイヤーからの連絡で社内の対応方針を再検討、対応内容に変更がないことを伝え、警察への相談、報告の結果、翌日、再度方針説明、その後の連絡なし。

〔質疑応答〕

◎従来の同様の申し入れ状況（異物混入の頻度）、身体的な被害状況の有無の実情は
⇒異物混入の頻度は高い（製造工程上）が、植物性油脂の為、身体被害はない。

◎初期対応の段階で、申し出者の状況確認（要求）が判っており、拒否出来たのでは
⇒販売店への嫌がらせを考慮、面談対応での誠意と企業姿勢を示せた。

◎身体異常（医師受診）の場合や、実際に商品欠陥があった場合の対応については
⇒診断書確認と医者面談にて因果関係を確認、トレイサビリティを徹底検証。



4、森下仁丹株式会社 発表者 畑 勲氏

対象商品：耳かき～D社販売（OEMの竹製品）

対象期間：09, 02, 09～03, 25

申し出者：1次申し出 F様（男性）

2次申し出 H様（女性）F様の奥様？

申し出内容：耳の中で、耳かきが折れて怪我をした。

対応者：D社、M社 E（営業部）S（相談室）

〔対応経過〕

- ◎耳かきが折れたとの苦情で、F様がD社店舗へ持参、
- ◎怪我はないが、商品の販売、起きた事態（原因究明）での申し立てで回答を求められる。
- ◎D社より素材が竹で「過乾燥で折れやすくなる場合あり」と今後の改善策を回答したが、回答に不満を持たれた、又、被害者が奥様と判明、対応も製造元のM社へ要請した。
- ◎M社Sより状況確認をしないまま原因説明したことで「消費者センター行く」と激怒される、約2週間後、H様より仕事に支障があるため医師受診を希望され、了承する。
- ◎H様より診断書、領収書が届き、「難聴」との診断と「耳かきとの因果関係はない」との記載はあったが、顧問弁護士と相談の上、お金と簡潔な回答文書送付を決定する。
- ◎回答文書と診断書費用等を郵送手配し、H様へその旨説明、その後の連絡はなし。

〔質疑応答〕

- ◎耳かきの強度、過乾燥の実態（検査データ等）を販売社、申し出者への説明不足では
⇒中国での生産にて、社内連絡不足から、発生当初は対応出来ていない（説明不足）。
- ◎初期対応の段階で、申し出者の状況確認（折れた時の状況）を怠っていたのでは
⇒使用頻度、使用状況を初期対応時に確認していれば、早期解決に繋がったはず。
- ◎医師受診の要望があった時点で、申し出者へ直接、面談を申し込むべきではなかったか
⇒その通り費用は掛ったが、因果関係を確認出来、直接面談の重要性が認識出来た。

（記；佐田 文則氏 明治乳業株式会社 関西・四国お客様相談室係長）



●OM研特別企画セミナー

2009年7月22日 13:30～16:30

大阪薬業年金会館

演題：Eメールでのクレーム対応

講師：(株)JBM コンサルタント 代表取締役 玉本美砂子氏



まず冒頭にコールセンター白書2008を引用してメールでの問い合わせが増えてきていること、それに対応するオペレータの数も年々増加していることを指摘されメール対応の重要性を示唆され、Eメール対応の本論は以下のようなお話の内容であった。そして最後にロープレの講座も設けてくださり、実践的な文章力を養うことができた。

クレームを言うてくるお客様が求めているものに物理的なニーズと心理的なニーズがあるが、これについてはメールでも電話でも基本は同じである。しかし電話ではお客様と会話ができ声でのコミュニケーションがとれるがメールでは単に言葉、文章だけのコミュニケーション手段しか使えない。逆にいえば言葉だけが主張力や存在感を持ってしまうため、1回の返事での解決が基本とすればその言葉の能力に大きく左右されることになる。またEメールは時間や場所の制約がない、複数の人と同時に情報を共有できる、受信の記録が残る、などの特徴があってこれらのこ

とがEメールでの対応をより一層難しくし悩ませているといえる。

これらの悩みを解決する手段として、1. 返信は早く、2. 文章力を養う、3. 相手視点で書く、4. ストーリーを考える、5. 返信前に読み直す、これらのことがポイントとなってくる。

1の返信は早くに論は待たない、文章力では言葉遣いに十分注意しわかりやすく伝えることが大切、そのため漢字の使用は20%くらい、20~25文字/1行、2~5行で改行して見やすくする。相手の状況に応じて言葉を選び、お詫び言葉も正しく用いる。命令口調、否定語、あいまい語、専門用語、カジュアル表現などのNGワードは使わない。お断りの言葉もクッション言葉を用い、お客様のデメリットを訴求した言葉と誠意を感じるクロージングを心掛けるようにする。

そして相手視点で書くことが重要で、お客様のニーズには顕在しているものと潜在しているものがあるから、この2つを満たすことが大切となる。とりわけ後者はお客様の気持ちをどれだけ受け止められるかにかかってくることになる。心をこめて文章を作り、言葉と心を一致させることが大切でEメールを単に情報伝達的手段と見ているとクレームを一層大きくしてしまうから注意が必要だ。

文章を作成するときにはストーリーを考えることが不可欠で、自社に非がある場合、商品破損等の場合、人に対してのクレームの場合、お客様に非がある場合、などで少し異なる。しかし、日頃のお礼、お詫び、事象に驚き、発生理由と反省、対処法、再発防止を基本に文章を組み立てると、うまくまとまる。少し実践してみましょう。

メールによるお申し出で苦勞されている相談窓口の方が多いこともあり、参加会員は熱心に実習に臨み、講師の一言一句に耳を傾けていた。終了後のアンケートでも大変役に立ったという意見が殆どで、再度バージョンアップしたセミナーをとの声があった。

(記; 栢田 和則氏 お客様満足研究会世話人)

●第38回OM研事例研究会 報告

1. アース製薬株式会社 渡瀬 学氏

テーマ①: 営業(一次訪問者)への指示

【お申し出内容】

60代の女性が、屋外に撒く害虫用殺虫剤(粉剤)を使用して、救急で病院に運ばれた。

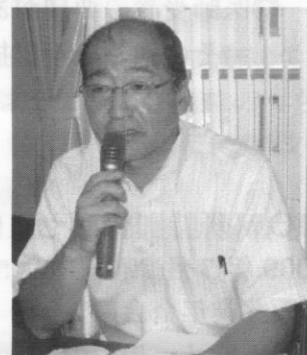
【対応経過】

5/24(日)に、大手ドラッグチェーン本部より北日本支店営業課長の携帯留守電に入電があり、詳細を確認すべく店舗に連絡すると、店長はお客様宅を訪問中。客相室長補佐から店舗にて詳細を把握し、その足で病院へお見舞いに伺いご本人に詳細と要求を、医師から症状や原因について聞いておくよう指示を出した。18時過ぎに病院でご本人と話ができ、「風が強く、撒いた粉剤が目や口に入り、嘔吐を繰り返した。注意書きにマスクや手袋の使用が書かれてなかった」というのがお客様の主張。この時点で長期戦を覚悟。翌日客相から担当医に電話で話を聞く。繰り返しの嘔吐という事で診察し経過観察したが一度帰宅。よだれが出てきたということで一晩入院。退院後ご本人と直接会話。元々アレルギー体質で、薬剤には非常に敏感で心配性とのこと。お見舞いとして商品券(JCB)3000円分とアース製品(上代2000円程度)を送ると伝え、6月1日にお礼の葉書が到着し終了。

【質疑応答・意見】

① 休日中の対応(緊急事態)について、各社どうされているか?

・ (A)ややこしくなれば相談室が出ることもあるが、営業が最後まで対応するのが基本。



・ (B)営業が24時間対応する。相談室に任せられるのはなしで、あくまで顔をあわせた営業が最後まで対応する。

・ (C)本社近辺なら相談室が対応するが、遠隔地は一番近い出先で対応。お客様に対応する(話をする)場合はなるべく相談室が対応する。

② 第二報で営業課長がお客様の家に電話をしたとあり、客相補佐の指示と違うのでは？
→チェーンドラッグの店長以外はこの件を誰も知らなかったため

③ 因果関係が重要で、診断書等をもらうべきではなかったか。

【世話人意見】

入院費はお客様本人が払っているのか？ → 本人が支払っている

※この点が大きな問題となる

テーマ②：データの要求にどこまで対応するのか

【お申し出内容】

ゴキブリホイホイを置いて3日、ゴキブリが入っていない。

【対応経過】

金曜日の11時に豊島区の男性より、事務所にゴキブリが出たのでホイホイ2個とゴキブリ殺虫スプレーを買い、ホイホイを1枚を置いたが、3日たっても入ってない。何故入らないのかを説明せよ。デザインも気に入らないし、逆さまに通ったらくっつかないことくらいわからないのか、目の前でゴキブリが誘引されるのかテストするまで納得しないとのこと。設置枚数を増やして欲しいとお願いし、ご意見は参考にさせていただきますが、テストは出来ないと断る。(2時間以上経過) 17時前に再度電話が入り、室長が対応するも自分の前でテストしろ、出来ないと同じ内容の繰り返しで1時間半経過。データをお送りすると伝えるも、「詐欺のような会社だ。本社に行って返金要求する」と一方的に切電。翌週月曜日に入電あり、先日の電話の後ゴキブリが出てきてスプレーで駆除。ホイホイの意味がないし、スプレーも表示に問題があり、本社に行くから金を返せとのこと。本社に行かれても返金は出来ない、データを送るので納得いかない場合はどこへ出られても結構と伝える。翌日宅急便で発送するも、1ヶ月後受け取り拒否で返送され、終了。

【質疑応答・意見】

① 効果のデータを出したことがあるか？

・ (A)出せるものがあれば出すし、ないものは断る。

・ (B)健康食品で、痩せたというデータを出せといわれたことあり。(書面で提出した)

② 表示に合わせた効果のデータを出すのは必要か？

③ アースさんの送ったデータとは？ → 50匹くらいのゴキブリを、誘引剤のあるものとないものの2つを置いてどうなるかという1枚もの。

【世話人意見】

データは、差し支えなければ出すほうが良い。ただ掘り下げてくる人には限度があるが。

2. 桐灰化学株式会社 布川 博氏

【お申し出内容】

「天然の小豆を使った温熱具(おなか用)」に異物混入(先の尖った突起物が出てきて掌を突いて痛みを覚えた)

【対応経過】

10月29日11時にお客様(N様)より、当製品の内部に先の尖った2cm程のプラスチック棒が入っており、掌を突かれて痛みを覚えたとのこと。しかるべき人の訪問を要求。



12:00に東京の課長が当日の16:30に訪問することをお客様と約束する。

14:00頃にS市消費者センターより、N様の件で進展ある毎に連絡が欲しいとのTELあり。マーケティング部内で緊急ミーティングを召集し、対応の役割分担を決める。

16:30にN様方訪問し、発生経緯や対応への不満を聞き、現品の確認を行う。19歳の娘さんが使用したとのこと。原因となった異物を確認したが、消費者センターからは、メーカーに渡さないように言われているとの事で回収できず。が、課長は原因解明して報告する約束をする。翌30日課長がN様へ電話、N様は現品は消費者センターに持込んでいるのでそちらと話をし、自分の方はもういいとのこと。同日午前中に対応と原因の緊急ミーティングを行い、極めてまれな事案であり回収は行なわない事で合意、午後に社長へ報告。

14:00頃消費者センターより「いつ止めるのか」経過報告を求められ、相談員が確認中と回答。11月5日に消費者センターと面談して原因や対策、危険性、社内対応を説明し納得してもらう。この際にN様の要求は販売中止であること、また現品は持込まれていないことが判明。その日の夕方に消費者センターより営業課長に電話があり、消費者センターが商品回収しない点について疑問を持ち、国民生活センターに相談したとのこと。商品回収しないと結論付けた理由書の提出依頼があり、その文書から必要と有らばN様保管の異物を検査して危険性をみる。その後理由書を作成し、法務グループや弁護士事務所と相談、内容の確認をお願いし、11月10日に消費者センターに提出(経由して国民生活センターへ)。11月17日に国民生活センターで納得、お客様対応も完了という消費者センターの連絡が入り、終了。

【反省点】相談員及び営業課長の対応について、もっと別の対応がなかったかと思う

【質疑応答・意見】

- ① なぜここまでの苦情になったと考えますか？ → お客様が買って娘さんが被害にあったので、もっとおおごとにならぬのか？という気持ちからではないかと考える
- ② 終了したが現品は？ → 現品の回収は出来ていない
- ③ 突起物だが、本当にクレームになるものなのか？ → 20mm×幅5mmで先は尖ってチクッとはするものの、相当無理をしない限り突き出してはこない。4億粒のうち、10粒程度発生するが、プラ棒成形時の終わりに出来るので、目視検査することで改善した。
- ④ 課長がお客様対応の中で、「一つ間違えば大変な事態」と陳謝したり、現品が回収できないのに「原因解明して報告する」と約束したりと、対応に問題があるのでは？
→ その通りです。

【世話人意見】

業者には現品を渡さないようにというのは、普通は言わないが、東京・神奈川では言うことがある。これは悪徳業者に証拠品を渡さない為である。

会社の中の危機管理で、ここまで大丈夫なラインを早く決めてしまえば、後はそれで押し通すこと。

現品はどんなことがあっても預かるのが原則。(預かり証を出してでも)

3. 株式会社 池田模範堂 溪 史子氏

【お申し出内容】

冷却シートを使用したら、子供のオデコがえらいこと(火傷)になった。

【対応経過】

4月3日(2007年)に、「冷却シートを使ったところ、



子供のオデコでジェルが当たった部分が火傷状態になった」との入電あり。
営業が即日訪問し詳しい状況を確認する。他社の冷却シートでは何ともなかったが、3/30に1枚目を6時間貼り、2枚目を貼ろうとしたらすぐに剥がれシートを貼っていた部分が赤くなっており、翌朝たくさんの水疱が出来たために病院で受診し、塗り薬をもらう。病院では火傷と診断。とりあえず様子を見ることとして、今後は電話で症状を確認する。その後何度か電話を入れたが、徐々によくはなっているが何故こんなことになったのかを知りたいとの要望あり。その後何度か電話連絡を入れ、4月16日に調査結果・他社との違い・かぶれの説明の資料を依頼される。4月20日に資料を持って訪問、他社には入っていないメントールか基剤が合わなかった可能性ありと説明。メーカーとしてはかぶれと認識しているが、お客様は医者が言う火傷と思っており、この時点で認識の違いが発覚する。何故火傷したか、また予測できたことかの回答を求められる。4月25日に3回目の訪問をし、前回の回答をするも納得されず、外部機関での調査を依頼される。原因特定の為のパッチテスト実施を提案するが拒否される。5月15日の4回目の訪問で、お客様の方で弁護士と相談しているが、かなり回復したことや再発もない事から通院が終わり次第、商品代・治療費等を紙面で請求するとのこと。5月24日に、お客様から請求があった金額プラス見舞金を支払いに訪問するも、金額に不満があるとのことと受け取っていただけず。明確には教えていただけなかったが、桁が一つ違うとのこと。5月29日に、社内検討した結果の治療代・商品代・見舞金としての明細なし金額を伝えて承諾をいただき、5月31日に金額どおりを支払い終了。

〔反省点〕お客様が火傷だと思われていることに気付くのが遅れ、説明や対応に手間取った。医薬品のかぶれ対応の経験が少なく、医薬品と同じ対応をしてしまい、お客様との気持ちに開きがあった。弁護士に相談するタイミングが遅れた。

【質疑応答・意見】

- ① 医薬品と雑品との違いの説明は？ → 医薬品は副作用が明示されているので、その辺りを説明するが、雑品は副作用が起こるという前提がない
- ② 通院の確認を取っているか？ → 病院名も教えてもらえず、確認できていない。長引けば勿論病院の話聞くつもりでいた。薬には病院名が入っていた。症状については写真撮っており、シートと同じ大きさの症状が写っている。
- ③ 医薬品と同じ対応をしたというが、どう違うのか？ → 説明の内容を変えたと思う
- ④ 表示では「かぶれたら相談」だが、かぶれる予防をしなければまた起こるのでは？
→ このシートでのかぶれは今回が初めてのケースで、ここまでのことは考えていなかった。いい表示があれば教えて下さい。
- ⑤ 5/31時点で領収書を回収しているが、示談書を交わしたか？ → 一筆書いて頂きました（これで終わりという内容）

【世話人意見】

薬は必要なもので、効果が大きいなら副作用も仕方ないが、雑品はこの世になくてもいいといわれる物なので難しい。

かぶれの原因は接着剤ではないか（メントール）。

※ 金額の算出について差し支えなければ

- ・ 弁護士の資料に入院費の概算表があったが、入院していないがその辺りを考慮して
- ・ 今回は、弁護士によれば5～10万円の範囲に入ると思われる
- ・ 実際には1万円ちょっとを提示した
- ・ お客様は50万円近くを考えておられた

4. サンヨーテレホンサービス株式会社 谷川 善彦氏

【お申し出内容】

お客様より宅配便着払いで、ブラウン管 14 インチ型テレビが届く。

(目的が不明)

【対応経過】

1. 個人情報の対応履歴、商品情報の 3 ヶ月以内の対応履歴を調べ
2. たが、該当なし。
3. 現品を開梱するも送付理由の書面等はなく、商品の状況を調べたところ、分解修理不可のリモコンが分解されていた。
4. 差出人の調査で、携帯電話番号は住所で書かれた県ではなく、東京都の関係ない方のものであり、住所の確定は出来たが住人氏名の表示なし。差出人宛てに事情伺いの文書を配達記録郵便で送付するも、宛所に該当者なしの配達不能郵便で返送となる。
5. 宅配便の受付店と郵便配達局に、状況説明の上個人情報の調査依頼をするも、特定できず。

【考察】

何故偽名にて送付してきたかについて、修理費用負担回避、アナログ放送終了、家電リサイクル方による処理方法を知らないまたは費用負担の回避、受取人の保管不備を提訴しての見返り要求等が考えられる。

【課題】

- ・ 現品の保管管理のリスク (管理・場所・腐敗・劣化・損傷・アスベストなどの有害物質)
- ・ 着払い運送料負担のリスク (この手のものが、年間約 120 件程度ある)
- ・ 第三者による事実確認と内容の保管 (警察への相談)
- ・ 自己負担でのリサイクルや、廃棄物処理品・廃棄方法不案内などでの送付拡大

他

【質疑応答・意見】

- ① ずっと保管は出来ないと思うが？ (廃棄とかは?) → 宅配業者が受け取りの伝票を廃棄するのが 5 年なので、それを目処に考えている。(受け取った証拠が無くなるので)
- ② 「お宅の商品が捨てられている、取にこい」といわれたら? → 不法投棄なので警察へ届出する。自分の敷地から半分以上外 (道の方) へ出すこと。
- ③ 自社でも同じことが起こっているが、何かいい方法はないか? → 行政には期待できないので、正しい処理方法を指導していくしかないと思う。

《最近ちょっと困っていること》

・ 賠償について

基準は一日通院で 4,200~8,400 円だが、4,200 円が目安となる。勿論治療の内容や部位、性別、年齢等にもよるが。弁護士の基準も無数あり、保険会社にも色々な基準があるが、和解に向けて動くので。

※慰謝料はこちらに非があるときに出すもので、非がなければ見舞金となる。ただ見舞金よりは解決金にした方がよいとの指導あり。またお金を払ったら、必ず示談書を取ることが必要である。

・ 裁判について

20~30 万円くらいの金額にならないと、裁判にはならない。まず着手金とその位は必要なので。100 万円以上でないと無理ということを頭に入れておくこと。

・ 通信販売について (ワダカルシウム製薬)

いたずらが多い。ネットでは 4 分の 1 がいたずら。条件が揃っていれば送るが、届け先より注文していないとのお叱りを頂くことが多い。何かいたずら防止の工夫はないです



か？ → フリーメールは受け付けない、怪しいと思われる注文の場合、電話で確認をしている（抜けている項目を聞くとか、電話番号が確認できないものとか）

・アース製薬さんの1年越しの懸案事項

化学物質過敏症の方の例を紹介される

（記；吉井 元康氏 オハヨウ乳業株式会社 品質保証部お客様相談室）

●お客様対応基礎知識① 「示談」(1)

酒井氏（元ベルシステム24所属）のレポートから抜粋
損害賠償について紛争が生じたとき、その紛争を解決するには・・・

- 1) 示談 当事者の話し合いで解決する
- 2) 調停 簡易裁判所の調停機関による斡旋により、当事者の合意で解決する
- 3) 裁判 裁判所が当事者の言い分を聞いたうえ、裁判で解決する

・・・の3通りの方法がある。

示談とは？

民事上の損害賠償について当事者が私的に話し合い、解決条件を取り決めて解決する民法上の一種の和解契約とされている。

示談の効果は、示談内容（示談書の内容）について当事者双方が責任を負うということ、そして示談内容にないことは一切請求出来ず、又、負担を受けないこと。

示談が成立すると、加害者は被害者と合意した示談内容の金品などの支払い、又は、役務の提供をする義務を確定的に負う。その事件に関してそり以外に被害者に何らの義務を負わない。又、それ以後再び請求を受けないことが認められる。

被害者は、合意した金品、又は役務の提供を受ける権利を確定的に取得し、それ以外に二度と請求することは出来ないことを認めることになる。

示談の当事者は、加害者と被害者の両者である。但し、未成年者の場合は両親、死亡の場合は相続人が当事者となる。

相手方の代理人と称する人が正式の代理人かどうか不明瞭な場合は、必ず委任状の提出を求めること。大きな金額の賠償金の場合は、弁護士が代理人となる場合が多い。

示談は、当事者の間の合意で解決するものであるから方式や規定はなく、自由です。

しかし、紛争を解決したことを後日に残すために、示談の書類を作成する。

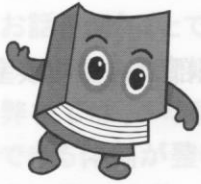
特に後日紛争の起こる可能性があるときは、簡易裁判所に「和解」を申し立て、「和解調書」を作成することが出来る。（即決和解）

示談が成立して解決した場合は、後日の証拠とするために、それを証明する書類を作成するが、書類は事件の大きさ、複雑さなどにより、示談書、合意書、念書、覚書などがある。

（協定書、約定書、誓約書、確認書という例もある）

- 1) 念書、誓約書は一方に差し入れる形式の文書。
- 2) 覚書、協定書は、話し合いで解決した旨の後日の証拠のため作られる。当事者の双方が署名、捺印する文書。

* 小額の金銭で解決の場合は、領収書に必要事項を記載して証拠書類としてもよい。



今！話題の本 「プロ法律家のクレーマー対応術」 横山 雅文著

(PHP新書)

推薦者 野口 昌則 (お客様満足研究会世話人)

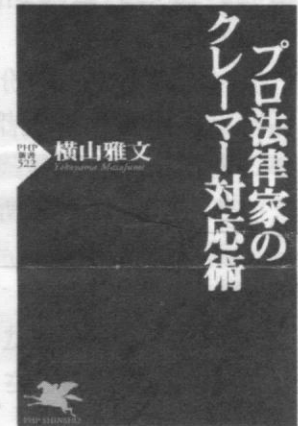
ご存知のように「悪質クレーマー」と呼ばれる人々が激増しています。彼らは、苦情・クレームに名を借りて、企業や行政、はては教育機関にまで、執拗に不当な要求や嫌がらせを繰り返します。

人格・精神面に問題を抱え、合理的な説得も通じない・・・そうした「悪質クレーマー」に対しては、「顧客」とははっきり区別し、「法的対応」をとることが、有効な解決策となります。

本書は、クレーマーに遭遇した時、その見分け方、弁護士との連携、従業員の保護など、具体的な実例を示しながら、対策を詳説しています。

実務者の皆様の役に立つ一冊と、推薦します。

＜横山 雅文氏＞ 1963 (昭和38) 年生まれ。弁護士。中央大学法学部法律学科卒。平成3年4月弁護士登録 (東京弁護士会)。国内法律事務所の勤務弁護士を経て、平成10年に表参道法律事務所設立。顧問先企業の民事介入暴力、悪質クレーマー対応の経験から、悪質クレーマーを分析し、その対応のノウハウを企業セミナーなどで公開して好評を得ている。東京弁護士会住宅紛争処理委員。



●事務局からのお知らせ

- 1、加藤 絵美氏 (ジュピターショップチャンネル株) と高城 正光氏 (花王株) を講師に迎え、9月16日 (水)、13時30分から16時30分にかけて大阪薬業年金会館において行われた第26回OM研セミナーの様子は、次号 (12月末発行予定) に掲載します。
- 2、第36回OM研事例研究会は、10月14日 (水)、ピップフジモト株において、開催されます。発表社は、京都生活協同組合、明治乳業関西支社、宝酒造、コクヨビジネスサービスの4社です。
- 3、第27回OM研セミナーは11月18日 (水) に開催される予定です。場所並びにテーマは未定です。決まり次第ご案内いたします。奮ってご参加ください。
- 4、ご活用ください！難クレーム処理対応110番 (無料)。

連絡先；TEL 075-351-1795 FAX 075-351-1794

お客様満足だより (OM研レポート) 「第25号」 9月25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；075-351-1795 FAX；075-351-1794