

お客様満足研究会だより

OM研レポート

第27号(2010年 3月20日)

第27号の主な内容

- ・リレー談義—お客様満足と私(第24回)
- ・第40回事例研究会報告(於;近畿コカコーラセミナーハウス)
- ・第41回事例研究会報告(於;大阪薬業年金会館)
- ・今!話題の本「あなたが担当でよかった!」
- ・顧客対応の豆知識③ 「最近の消費者関連の講演会で思うこと」
- ・事務局からのお知らせ



第24回リレー談義 「お客様満足と私」

溪 史子氏

株式会社池田模範堂
研究所 くすり情報室



池田模範堂と言われても、ご存知ない方が多いと思います。いつも、自己紹介では、「夏の虫さされ、かゆみの薬、ムヒを販売しております池田模範堂の・・・」と社名より先に商品名を紹介しております。商品名を先にお伝えすると、「あのムヒの」とお声をかけていただくことが多く、あらためて、多くの方々に知っていただいている商品を販売していると嬉しくなります。

早いもので、研究所のくすり情報室にてお客様相談窓口を担当するようになり2年半が経ちました。その間に、相談窓口の業務内容や環境が大きく変化しました。私が電話を担当するようになった当時は、部屋の片隅に2台電話がおかれ、電話がかかってくると週の当番の方がその席まで行って、電話の対応をするという形でした。記録は、手書きで記入していました。また、製品の品質に関わる相談のお客様対応は、工場の品質管理課が行っていました。しかし、年々お客様からの問合せ件数は増え続け、このような体制や記録方法では、お客様をお待たせし、再度お電話いただいたお客様も対応者が直ぐにわからない状況となり、お客様に満足できる対応ができなくなってきました。

そこで、2年前に、お客様対応記録のシステム化の話が持ち上がりました。しかし、システム化と一口にいても、どういった部分に注目し、何を基準に選んだらよいのか全くわからず、まずは実際にシステムを使用している会社様の見学を行うことにしました。幸い、快く2社の会社様が引き受けていただき、システムでの対応状況やシステムをバージョンアップした際の苦労話を伺うことができました。また、話の中でOM研究会の存在も教えていただき、昨年の2月から入会しました。その後も、様々な会社様の状況を事例研究会や情報交換会を通じて、教えていただき、やっと今年9月より、システムを稼働させることができました。システムを稼働させるに先立ち、お客様対応の体制も見直し、品質関係のお申出もお客様対応はお客様相談窓口に一本

化し、部屋も小さいですが電話を受ける部屋とスタッフルームを別にさせていただきました。

このような対応の体制の変化を通じて、お客様が満足していただけるように、準備することは大切だと感じました。システム化にあたり、お客様へどのようにお答えするか全製品の見直しをかけていますが、そういったディスカッションの中に、今まで自分の感覚で答えてしまっていた、曖昧な部分が整理され、整理されることでより、お客様へも正確に伝わりやすくなったように感じています。また、今回の体制見直しの際、たくさんの会社様に教えていただきましたが、このような人と人とのつながり、人の輪を広げていくことが、やがてお客様への満足につながるような気がしました。

毎回、OM研究会で多くの方々より、事例の発表や様々な意見を伺うことができ、大変勉強になっております。先ほども準備は大切だと書きましたが、お客様対応のために自分が準備を整える場所のように感じています。一口に対応と言っても、その時その時により、刻々と変化していく中、皆様の対応を教えていただくことで、自分の準備が少しずつ整っていくように思います。まだまだ、経験も浅く未熟ですが、少しずつ成長していきたいと思っておりますので、引き続きよろしくお願いいたします。



★★★株式会社池田模範堂一口メモ★★★

代表取締役社長；池田嘉津弘 本社；富山県新川郡上市町神田16
創業；1909（明治42）年 設立；1948（昭和23）年
資本金；9516万円 売上；109億円（2008年） 従業員；252名
事業内容；ムヒでお馴染みの外用薬のトップメーカー。近年、「変身への挑戦」のスローガンもと健康・福祉の新しい分野にも挑戦。

■第40回事例研究会報告■

実施日：2009年12月11日

会 場：近畿コカ・コーラセミナーハウス

参加者：52名（世話人含む）

1、フマキラー株式会社 柴田 光信氏

【お申出内容】

蚊取り線香の「巻き」が外れない

【対応経緯】

○電話にて大声で騒ぐ為二次対応者に交代、先ずは現品交換を了承していただき宅配業者にて現品交換するも悪天候の為受け取らず返金を希望する。悪天候での配達に対し大声で騒ぎ、直接の返金要望あった為「しかるべき所」への連絡を示唆。

○対応者によって言葉の起伏が激しく、代替製品をメーカー持参の要求や営業支店への連絡等があったが最終的には再度日程確認を行い送付。

○事前連絡が無いとの事で再度受け取らず。不在票にても連絡ない為引き上げ。

○消費者より兵庫県生活科学総合センターに連絡が入った為、同センターに経緯の説明を行う。消費者からは「社長宛てに手紙を出す」との事。

○経緯説明し、状況次第で当局への通報も検討するが現段階ではしない旨を伝える

○以後手紙含め連絡なし。

【質疑応答】

○製品自体に実質的な不具合の可能性はあるのか？事実あるのであれば、クレーマー的対応をしすぎ



でないのか？

○「しかるべき所」との発言のタイミングと状況は妥当なのか？

○「製品」のクレームから「対応」へのクレームになっていないか？

【世話人意見】

○返金や持参の要望であり具体的な金銭の要求が無いので「しかるべき所」は好ましくないのではないか。対応者の交代は致し方ないが、消費者の言葉を「じっくり」聞くことにより解決がスムーズに行えたのでは。

2、株式会社ユー・エス・ジェイ

加納 康生氏

【お申出内容】

パレード中にキャストの不注意でお客様に演出用ティーポットをぶつけた

・【対応経緯】

○パレード後救護室に来訪、外傷ないためクーリング処置にて帰宅していただく。

○翌日に状況確認の予定をしていたが、対応に対し既に当日 HP に母親からの非難書き込みあり翌日に電話連絡あり。

○病院への同行依頼（お断りする）や文書作成の要望（対応）があり、病院での検査でこの件に関して「外因性」受傷は治療費等保証する旨の文面も作成。

○数回連絡するも繋がらなかったが、2カ月強後に「検査は行っていないが問題ない」との事で終了

【質疑応答】

○「演出用の為軽いので怪我はない」と云う認識が姿勢に出ている。怪我の「痛み」でなく気持ちの「痛み」に対してのケアが必要。

○「夢」を求めて楽しみに来られたのに初期対応（キャストや周囲のスタッフ）が「夢」を壊している。

○「怪我」の大小でなくポットが当たった事に対しての対応が出来ていないのでは？

【世話人意見】

○流れ的には要求が多いが金銭的な要求が無かったので良かったのでは

○今回の事例だけではないが、当日や第一段階で終了したと認識している件が急変するケースは多い



3、日本ミルクコミュニティ株式会社

徳永 英児氏

【お申出内容】

蓋付き飲料の蓋内側にゴキブリがいた

【対応経緯】

○電話にて連絡あり、虫の混入の可能性が低い事と店頭での「イタズラ」の可能性もある事を説明。

○その後、対面で応対。店舗側と工場長や社長からの謝罪要求と暗に金品の要求。

○店舗側が来られ謝罪を頂き、担当が直接工場に当該製品を持参し調査する事とする。

○調査日程と初期対応に関しお客様の不快感へのお詫びが出来ていなかった事に対しての反省を伝える事により、お客様から納得は頂いたが金品要求の撤回はなかった

○調査を完璧に行った事により工場での不具合が無い旨は理解頂いたが、不快感に対しての謝罪としてクオカードを渡す。店舗側としても被害者であるので被害届を出す旨を伝えたが、届けに関しては保留とのこと。

○謝罪の要求（現品1ケース）があるが、こちらに非が無い事を貫き断る。その後連絡なし。



【質疑応答・感想】

- 工場に自ら赴き、調査報告を完璧にした事が良かった。
- 初期対応に対しての謝罪が功を奏した。

【世話人意見】

- 良い対応をしている。



4、丹平製菓株式会社 佐伯 裕美氏

【お申出内容】

ポンプが固くなり泡が出なくなった（ベビー用洗淨料）

【対応経緯】

- 半分使ったところ上記不具合。電話が繋がらない事と不具合に対し感情的になっていた。
- 代替え製品の提案をするが、到着まで使用出来ない事に対してのお怒りと、当該品の不具合を確認し開発等の参考にするのは会社側の勝手ではないかとのお怒りで理解頂けない。
- プラスアルファの要求であるとの社内見解に基づき現品のみの代替郵送と返却の旨強引に了承頂く。
- 結果的には回収出来ず、その後連絡なし。

【質疑応答・感想】

- 現品の確認もせず代替えを送っているとの見解であるが、ロットが明確である等の場合は問題ないのでは？
- プラスアルファを要求している可能性も十分あるが、一日使えないのは事実であり不具合の可能性も非常に高いと思われるので詰替え品等のプラスアルファは必要ではないか？
- 以前のロットであるので、現時点での製品改良等の材料にならないかもしれないが、今後の研究材料としては回収必要である。その点を考慮しても「訪問」もしくはプラスアルファは必須では？

【世話人意見】

- あくまで各企業の方針であるが、ある程度のプラスアルファは状況により必要
- 人員の問題等もあるが、「訪問」に優るものはない。
- 食品系等では1個に対し2・3個は常識である。ただし、クレーマーかどうかの見極めは消費者教育の点においても必要である。

5、最近の情報／ちょっと困っている事

【布団カバーのファスナー不具合に関し】

- 使用期間・状況を確認のうえ製造メーカーでの検査が必須。その回答に基づき再度検討すべきではないか？

【ナビダイヤル・フリーダイヤルに関し】

- 本日参加企業においてお客様対応窓口でナビダイヤル採用企業は無し。意見を頂く門戸を開く意味においてはフリーダイヤルに移行している企業が増えている。

【代替え製品送付時の送付状に関し】

- 委託倉庫で代替え製品の送付を行う場合は書面等をデータ送信し委託倉庫へ依頼する。しかしながらマニュアルの徹底等を行っていないと二次クレームに発展する為注意。

事例研究会終了後、恒例の年末懇親会が行われました。美味しい料理を肴に、会員相互と会員と世話人の間で、ハードな事例等の話題に花が咲き、終了まで大いに盛り上がりしました。

(記；楠本 英司氏・株式会社ジェクス お客様相談室)



■第41回事例研究会報告■



日時 平成20年2月10日(水)

場所 大阪薬業年金会館

参加者 48名(世話人含む)

1. カネテツデリカフーズ株式会社 上川 千明氏

<お申し出内容①>正月蒲鉾が硬い。硬すぎて食べられない。

【対応経過】

2010年1月1日

- ・ 13:50 お客様Aよりフリーダイヤルに「お正月用蒲鉾が硬すぎる。普通の硬さではない。他の蒲鉾も同様で硬すぎて食べられない」と入電があり、「正月用の蒲鉾は普段の百円均一のような蒲鉾とは異なる」旨等ご説明したところ、お客様が「とにかく硬い」と怒鳴り、現物確認のため、お客様Aをご訪問することとなる。
- ・ 14:00 量販店Aのデیلیー担当マネジャー様よりお客様からの苦情情報がフリーダイヤル入電。マネジャーと一緒にお客様Aを訪問することとなる。
- ・ 16:00 量販店Aでマネジャー様と事前打ち合わせしたところ、お客様Aはクレーマーであることが判明

- ・ 16:30 お客様A宅を訪問。その場で試食し、製品説明。未開封品をお預かりし返金。500円のお菓子を渡す(量販店Aもお菓子を渡す)。帰り道、預かった製品は未開封なのに「硬い」というのはおかしいことに気づき、再度お客様A宅を訪問。レシートを確認の上、購入個数分の金額を返金。その時、お客様Aは量販店Aに「返金額が少ない」と電話をいれるところだった。

【質疑応答・ご意見】

- ・ 食品業界ではお客様を訪問時、お菓子を持っていくのが通常ですか。
- 1) 代品の代わりにお菓子をもっていく(500円もしくは1,000円程度)。
- 2) お体の異常を訴えられる案件に関しては考慮するが、通常は何も持っていない。
- 3) 世話人様
何をっていくか、持っていないかは、基本的には会社の方針。
但し、通常クレーマーとわかっている人には何も持っていない。万が一、持っていくとしても自社製品は避けたほうがよい(2次クレーム防止)。通常のお客様に迷惑をかけていることが分かっている時は、持って行ったほうがよい。
- ・ クレーム品はすべて回収していますか
→ できるだけ回収し、製品の確認をしている。

<お申し出内容②>串天を食べて、食あたりをした。

【処理経緯】

2008年9月26日

- ・ 20:20 お客様Bから生産管理室に「串天を食べて、食あたりをした。電話ちょうだい」と留守番電話にメッセージが入電。

2008年9月27日

- ・ 7:50 夜勤責任者からお客様係へ入電。
- ・ 8:30 ミーティングを実施し「お客様Bからお電話があったら、対応せずお客様係に連絡するよう」社内各部署と営業所に連絡を入れる
- ・ 12:00 お客様宅に何度か連絡したのち、電話がつながったがご本人様不在。母親より「息子は今いない。下痢もたいしたことないので息子に伝えておく」とのこと。
- ・ 18:00 フリーダイヤルにご本人様より入電。「病院へ行ったら、食あたりと言われた」

とのことで、製品詳細を確認のうえ、お客様宅を訪問することとなる。

・ 19:00 お客様係2名でお客様B宅を訪問。お客様Bはお酒を飲んでいる様子。体調詳細を確認した際に「吐きそうになったので、トイレに行こうとしたらガラス戸のガラスを2枚割った。トイレで吐いたらめがねを落とし割れた。治療費は請求しないので、ガラス代・メガネの修理費を弁償してくれ」とのお申し出あり。その要求はこの場で応じかねる旨を告げ、クレーム現品の袋をお預かりし、商品代を返金、1,000円のお菓子を渡して帰る。

【既読お校】

・ 20:00 お客様の購入店、量販店Bを訪問。事情を説明し、店頭在庫品を確認したが同ロットは完売していたため、別ロットしかなかったことを確認。

・ 20:45 担当役員に電話報告し、お客様の要求に応じないことで了承を取る。

・ 20:45 お客様Bにお電話し「要求に応じられない」旨をお伝えすると「インターネットに載せてやる。もう電話してくるな」とのこと。

2009年8月

量販店Bパイヤー様より営業担当者にお客様Bが逮捕されたことの連絡があり、お客様係から警察に連絡し、資料を提供。但し被害がないので被害届は出さないこととなる。

【質疑応答・ご意見】

・ お客様宅に訪問時は、決裁権を持っている人が行ったほうがよかったのでは？当社では社長の下にお客様係責任者がおり、そのような場合はその責任者が訪問し、全て決裁する。

→ 1) 初めてののお客様訪問時、決裁権がある人は行かないほうがいい。クレマーであった場合、事情がわからないうちに判断してしまう可能性があり、リスクが高いので。お客様に嫌がられても案件を一度持ち帰るほうがよいと思う。

2) お客様訪問前に、上司と対応の上限等を打ち合わせをしたうえで訪問する。

3) 世話人様

基本的に誰が訪問しても答えは一つであるべき。お客様の損害を補填するための訪問という考え方で訪問すること。一般的には、担当役員には連絡せず、自分の上長（室長等）の判断での対応が多いかと思われる。

・ 体調不良のお申し出であったが、お客様に現品調査報告はしなかったのか？お客様訪問前に製造記録等確認しなかったのか。
→ 通常だったら実施するが、お客様から調査は不要との1点ばりのお答えであったので今回は実施していない。

2. 大幸製薬株式会社 佐藤 茜氏

【お申し出内容】下痢止め薬の中に異物が入っていた。

【処理経緯】

2009年11月12日

・ 18時30分 公的機関より相談係に「下痢止め薬に異物が入っていたと相談があったため、現品を預かっている。手渡しをしたいので取りにきてほしい」との電話が入る。その際、下記の通り、お申し出の経緯連絡があった。

11/9 お客様が薬を服用したところ、飲み込んだ際に違和感があった。3時間半後異物を吐き出す。その異物は最初から入っていたと思われるとのことのお申し出であった。

11/10 お客様は耳鼻科を受診したところ「のどに異物が詰まったままだったら、手術が必要だった」と言われたとのこと。その後ものどの痛みが続き、食事がとれなく保健所へ連絡。その後、公的機関に連絡が入る。



11/12 現品を保健所→公的機関へ。公的機関は地方庁へ連絡。

【料外要領】

相談係より総括製造販売責任者に第一報を連絡。

相談係よりお客様にお電話し、詳細を確認したところ「今でも喉が痛い。開封後は何回か主人と使用していたがそのようなことはなかった。病院の先生から消費者センターに連絡したほうがよいといわれ消費者センターに連絡したら、保健所に申し出るようにと言われたので申し出をした。」とのことで、現品を預かり原因究明することを約束する。

・19時00分 相談係から公的機関にお電話し11/16現品を引き取りにうかがうことになる。また、地方庁にもお電話し、公的機関との話し合い結果を報告し、今後の対応方法を確認したところ、現品をみてから考えればよいのではとの提案を受ける。

11/13～15 生産部担当者にて製造工程の資料を作成。

11/16 (10:00) 公的機関を訪問し、製造工程を説明。

11/17 午前 異物同定検査を実施

11/20 (17:00) 地方庁を訪問し、今までの経緯を説明。

11/25 (10:00) 公的機関を訪問し、異物は製造工程由来でないことを説明し納得いただく。同日のお客様宅を訪問し、製造工程での異物混入は難しい旨を説明し納得いただく。

11/26 地方庁にお客様との面談結果について電話にて報告。お客様宅にお電話の上、代品を送付し、対応終了。

【質疑応答・ご意見】

・お申し出からお客様宅への訪問まで、時間があいているが(11/12→25)、もっと早く行ったほうがよかったのではないかと。

→お客様都合により訪問日は決めた。

・外部機関にて異物同定検査を実施されているが、会社で検査予算は決まっているのか。

→特に予算というのは決まっていないが、今回スピード優先で委託機関を決めた。今回は約3万円かかった。

・お客様に連絡する際、家庭内でのプライバシーについて気を付けていることがあれば聞きたい。

→1) お呼び出しする際、要件を言う前に、できるだけ下の名前まで確認するようにしている。

2) 漠然と「製品についてのお問い合わせがあったので、」と言ってご本人様にとりついでもらうようにしている。中学生のお客様に関しては、親と話すようにしている。

(ケースによって異なることもあるが)

3) お申し出のお客様、息子がクレーマーであった場合、親に伝言をしたら「なんで、親に言ったんだ!」と怒られ、そのまま終了した事例がある。

4) 世話人様

お電話の際、ご家族等に伝言をすると2次クレームを引き起こす可能性があるため、ご本人様とお話するのがベスト。

・クレーム現品をお預かりする際、「現品は調査のため、破壊する可能性がある」旨のご了承を得ていたら、もう少し踏み込んだ異物同定分析ができたかもしれないですね。

・今回は大丈夫でしたが、お客様に調査結果が納得いただけない場合は、検査費を惜しまず、調査は徹底して行うべきと思う。

3. オオサキメディカル株式会社 高橋 美妃氏

【容内出】申は

【お申し出内容】

ウェットコットンがすっぱい(腐ったような)臭いがする

【処理経緯】

2008年12月11日～12月24日



12/11 ・お客様より「精製水100%、無香料と書いているが、すっぱいような臭いがする。腐っているのではないかな？国産ではないけど大丈夫？」というお申し出内容が入電。

・日本人スタッフがいる関連工場で製造しており、国内で出荷判定をしている旨を説明し、現品を着払いにて送付依頼する。

12/17 ・S薬局本部より「お客様より異臭がするとウェットコットンを店に持ち込まれたので現品を送付する」との連絡が入る。

12/22 ・S薬局店舗より現品到着。品質保証部門で確認したところ原料及び滅菌による臭いはするが異臭は確認できず、社内及び製造工場にて調査することとなる。

・店舗にお電話し「通常品と臭いの差異はなく、微生物汚染等による臭いではない」ことをお伝えしたところ、「店舗での現品確認でも特に感じることなく、お子様が未熟児で病院に母乳を届けていると伺っているので、過敏になっている可能性がある」との情報をいただく。

・S薬局本部より、製品到着確認のお電話があり、お客様対応の依頼を受け、お客様への調査報告は当社から直接することとなる。

12/24 ・お客様に2度お電話するが不在のためつながらず。品質保証部門で相談し、お電話での方向であるとお客様を怒らせてしまう可能性があるため、報告書と類似品（国内製造品）を送付し、S薬局本部にお客様へ報告書と代品を送付したことを報告する。

その後、お客様からの連絡はなく、対応終了。

【質疑応答・ご意見】

・「怒らせてしまう可能性があるため報告書を送付した」とのことですが、なぜ電話対応をしなかったのか。→通常は製品交換のみで対応を終了している内容なので、今回は報告書・代品送付で対応を終了した。

・文書での対応は誤解を与えやすく難しい。特に官能に関するクレームの説明は難しいのでお電話での対応の方がよかったのではないかなと思う。

・報告書と代品を送付するだけの対応でよかったのか。その後のフォローは大切だと思う。

・当社では、必ず物を送付した後はフォローの電話をいれている。

・当社ではこのような場合、1日3回朝・昼・晩の電話を徹底している。尚、ご迷惑がかかると思われるPM6：00以降の電話は避けるようにしている。最終的にお電話でお客様に連絡が取れない場合のみ、文書を送付することはある。

・「日本人スタッフがいるから大丈夫」と言っておられたが、日本人スタッフがいないれば過ちがあるかもしれないとお客様にとられかねないので、その辺りの表現は気をつけた方がいい。



4. オハヨー乳業株式会社 三澤 裕美氏

【お申し出内容】

莓果肉入りドリンクヨーグルトを飲んだら、喉に何か引っかかるような感じがした。その後、喉が痛くなった。

【処理経緯】

4/2 ・お客様よりフリーダイヤルにお申し出あり。
「昨日、商品を飲んだ後のどに何かがひっかかったが飲み
込んだ。今朝起きるとものすごく痛かったので、勤務中病院へ行ったところ炎症を起
こしているとの診断を受けた」とのこと。

・営業担当者がお客様を訪問し、お客様症状詳細をうかがったところ「こんな
短期間で炎症を起こすのは珍しい」と言われたとのことで、主治医に症状の詳細を当
社から直接伺う旨のご了承をいただく。現品は空の状態であったため賞味期限・ロッ
トを確認したのみで回収せず、手土産のお菓子をお渡し、後日連絡する旨を申し上げ
る。

4/3 ・営業担当者が病院にお客様症状詳細を確認。
「のどの一部が腫れている。何らかの異物でのを傷つけたのは間違いない。思い当
たるものがドリンクヨーグルトしかないというのであれば、それが原因となるでし
ょう」とのこと。

・営業担当者が相談室長に報告し、診察料のお支払いはやむを得ないと判断する。

・営業担当者がお客様にお電話したところ

「ご指摘の異物の因果関係は確認できないが可能性もあるため診察料をお支払いす
る」と申し伝えた。お客様より「当日、発熱のために夜間のアルバイトを欠勤した」
とのことで休業補償を要求された。対応しかねる旨は伝えたものの強い要求があった。
その際、4/6に再診を受けることの報告もあり。

・営業担当者が相談室長に報告し、必要書類を全て揃えて提出いただけるなら検討する
こととなる。

4/7 ・営業担当者からお客様にお電話し、休業補償の対応を伝える。

「症状は回復しつつある。翌日書類は用意できる」とのこと

4/12 ・お客様より営業担当者にお電話頂き、訪問したうえで書類をお預かりする。

4/15 ・営業担当者がお客様を訪問し、合計11,243円お支払いし、対応終了。

【質疑応答・ご意見】

・「のどの傷」と「発熱」の関係は？その関係が判明した上で、休業補償対応をしたのか。

→休業証明書には「のどの傷」ということで「発熱」との因果関係に関する不明であったが、
必要書類はそろっており、クレーマーでもないと感じたため対応した。

・いい対応をとられたと思う。これが過剰な要求をするお客様であれば、違った対応をされたと
思うが、その場合考えられるトラブル等がありますか。

→過去に「会社を経営しているので、50万円/日の損失を生じる。どうしてくれる？」とい
ったお申し出を受けたことはあったが、このように具体的に書類を揃えて要求されたこと
はない。先方の態度が過度になってきたら、弁護士・裁判での話になるかと
思う。

・今回、お申し出に関する確認書（示談書等）をとっているか。もし、とっていないのであれば、
とるべきではなかったか。（後から、「交通費とか休んだ日がまだあった」等、追加での損害お
申し出が入る可能性があるため）

→この件に関しては特に書面での確認を取り交わしはしていない。
また今まで、慰謝料というようなものを含めて支払ったことがなかった。

（上限3000円の手土産対応まで）。以前、「製品を飲用し下痢をした。数日忙しかったので、4日後医者に行った」というこ

とで初診料を要求された。このお客様は明らかにクレーマーであったため、初診料のみ支払い「もうこの件では連絡しない」と言う内容の一言をとったことはある。

→世話人様 因果関係があったのかは確認する必要がある。

通常4,200円/日×2倍程度が休業補償の請求妥当金額の目安。今回は金額としては、いい対応をされていたと思う。但し、通常はお見舞金という名目にする事が多い。また、現金の受け渡しをするときは、示談書等の書面をとっておくべき。

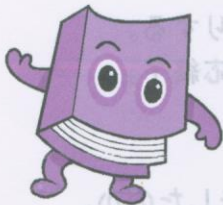
・以前、お客様との間に示談書を交わさなかったことで、クレーム発生の1年後に裁判になったことがあるので、書面は交わしておくべき。お客様にお支払いする金額より、裁判費用の方が高くなることもあるので、要注意。
・示談書を交わすことを嫌がるお客様には領収書の但し書きにその旨を記載すれば、何かあった時には、書面として通用するか。また、書面は「示談書」以外でも大丈夫か。

→世話人様

領収書の但し書きでも通用します。また、書面にするときは「同意書」「覚書」等でも大丈夫。

・以前、休業補償を求められた時の対応事例
「クレーン車操縦者から薬を使用したことにより、10日間休んだ」とのお申し出があり20,000~30,000円/日×10日要求された。当社は通常、お見舞金の上限は5,000円であるが、10,000円にて対応解決。その際、「病院にお見舞いに行くとき、20万~30万円持っていく人はいない」と伝え、納得いただいた。

(記：堀 由美子氏・UCC上島コーヒー株式会社 品質保証室 お客様担当)



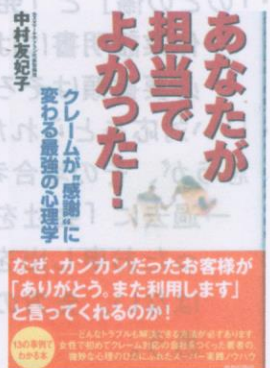
今！話題の本「あなたが担当でよかった！」

クレームが“感謝”に変わる最強の心理学

著者：中村 友妃子（青春出版社）

今回の話題の本は、お客様満足研究会の会員の方から推薦頂いた中村友妃子氏の「あなたが担当でよかった！」です。
怒り狂っていたお客様が、あなたの対応で納得され、「あなたが担当でよかった」と感謝の言葉をかけてくれた時こそ・・・この厳しい仕事をしていたよかったと思える瞬間ではないでしょうか。しかしこの感動を味わえるまでには、その何倍の苦労やつらい経験をしなければならないこともよくお分かりのことと思います。

近年、お客様の企業に対する期待は大きく、幅広くなってきています。深みも増しています。それに対応する側も、ますます大変です。この本は、著者の経験豊富な事例をもとに、苦労を乗り越え、トラブルを解決に導く方法を分かりやすく解説しています。ぜひ一読を！そして、「あなたが担当でよかった」と言われるよう、頑張ってください。
＜中村 友妃子氏プロフィール＞
有限会社カスタマーケアプラン代表取締役。兵庫県出身。大手洋菓子製造販売企業にて、お客様相談を皮切りに商品企画・開発、広報宣伝、人材教育、接客教育など多岐にわたる業務を担当。



その経験を生かし、2000（平成12）年に、有限会社カスタマーケアプランを設立。

クレーム対応に関する講演をはじめ、テープ診断やロールプレイングなどにより企業のお客さま対応担当者のスキルアップ指導を行うなど、全国をまたに八面六臂の活躍をしている。クレーム対応の著作は勿論、コメンテーターとしてテレビ出演も多数。OM研セミナーの講師を務めて頂いたことも記憶に新しい。本著のほか、「クレーム対応のプロが教える・最善の話し方」「クレーム対応のプロが教える・心を疲れさせない技術」などがある。DVDも用意している。

書籍の注文、講演の依頼は > nakamura@c-c-p.jp（中村氏のメールアドレス）まで。



<中村 友妃子氏からの一言>

クレーム対応は「誠意だけ」で解決するものではありません。①「誠意」と②「商品に関する知識」と③「スキル（対応の技能）」と④「ネットワーク（自分の相談相手）」の4つが必要です。

③の「スキル（対応の技能）」を高めるためには、様々な学びを受け続けることです。また、④の「ネットワーク（自分の相談相手）」を広げるためには、様々なグループに関わることです。

そのようにして、自分の対応の引き出しを増やしていかないと、多様化するお客さまのお声に対しての返答はすぐに枯渇し、つまりは対応に失敗するということになります。クレーム対応がうまくなるには、勉強と活動です。

顧客対応の豆知識③ 「最近の消費者関連の講演より」

（Ⅰ）最近の相談内容の傾向

- 1) 高齢化に伴う相談が増えた。また、年配のお客さまからの相談が増えた。例えば、大人用オムツの相談、食品配達依頼、食品の品揃えに対する苦情、電気機器操作法の相談・苦情
- 2) グローバル化
インターネット、E-MAILによる海外からの相談、質問
売り込みなどの増加（電機、スーパー、精密機械、食品）
- 3) 環境問題・健康志向への関心が高まってきた
環境ホルモン、リサイクル関連質問、健康食品への関心、新型インフルエンザ



（Ⅱ）相談の中で消費低迷を感じる時

- 1) 低価格商品に対する苦情の増加
- 2) 返金・返品要求の増加
- 3) 新規購入や買い換えの相談の減少
- 4) 修理相談の増加。「長期使用してでも修理したい。修理費が高い」
- 5) 購入相談では、慎重な選定のための質問が増加
- 6) 特売品の買いだめによる賞味期限切れ商品の問題多発
- 7) 経済性を求める品物への問い合わせが増えてきた。（詰め替え用、特大品）
- 8) 社会的な視点ではなく、自分自身の利益・不利益の視点からの相談・苦情が多い

（Ⅲ）規制緩和と競争促進の相談内容への影響

- 1) 成分表示や表現方法についての意見の増加
- 2) 商品価格、配送、据え付け費用、修理費用、引き取り費用などが店によって異なることを理解できない消費者の苦情が増加

（Ⅳ）社会変化に即応した相談体制

1) 専門性を高める

2) 一人一人のお客様に時間をかけてコミュニケーションする必要性

3) 相談員の資質向上、人員の強化が必要

（Ⅴ）消費者の自立の必要性

1) 核家族化が進み、「常識」に類するようなことの伝承がなくなり、ベテランの主婦でも意外なことを知らない事が多い

2) ライフスタイルの多様化で、食品に詳しい人でも衣料品については知らない、といった偏りも大きい。基本的な事柄についての情報提供が必要

事務局からのお知らせ

●2010年3月17日（水）、大阪薬業年金会館で行われた「第28回OM研セミナー」は、失敗事例をテーマにしたグループ討議と、その後のパネルディスカッションで大いに盛り上がりました。その模様は、次号（6月末発行予定）に掲載致します。

●2010年度お客様満足研究会総会は、5月19日（水）、大阪薬業年金会館で13時30分から開催されます。同時開催のセミナーは、黒木理恵氏（消費者庁勤務）をお迎えし、現状をお話しいただく予定です。いまホットな話題！ぜひご参加ください。

●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

* ジェクス株式会社様から、佐伯世話人あて下記の相談がありました。

Q；「医院でカテーテル挿入時に、当社のゼリーで患者がアレルギー状態となった。医者から公的機関に届け出るよう指示された。その必要があるか否か？商品に欠陥はない」

A；「PLがらみか、もしくはそれに相当する重大な事故でなければ、いしも商品に欠陥がなければ、なおさら届け出る必要ありません。」

●「OM研レポート」アンケートご協力のお礼

会員の皆様、「OM研レポート」のアンケート（2月10日実施）にご協力頂き、有難うございました。ご回答頂きました皆様の殆どの方（35名中30名）に、お目通し頂いていることを知り感激しています。同時に、貴重なご意見を多数頂き、ささやかなレポートですが、今後とも参考にして頂ける良いものにしないと、責任感を新たにしております。

また、ご推薦いただきました書籍に関しましては、出来る限り取り上げさせて頂きたいと思えます。今後とも「お客様満足研究会」宜しくお願い致します。

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；075-361-1795 FAX；075-361-1794