

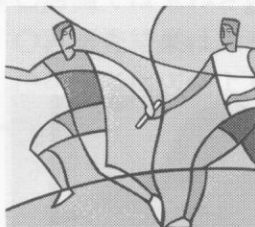
お客様満足研究会だより

OM研レポート

第29号 (2010年 9月30日)

第29号の主な内容

- ・リレー談義＝お客様満足と私 (第26回)
- ・第43回事例研究会報告 (於；ユー・エス・ジェイ株式会社)
- ・OM研特別セミナー (於；大阪薬業年金会館)
- ・第44回事例研究会報告 (於；京都せいきょう会館)
- ・山田一穂の推薦本 (2)
- ・事務局からのお知らせ



第26回リレー談義

「お客様満足と私」

＜UCCのお客様対応＞

UCC上島珈琲株式会社

品質保証室お客様担当

堀 由美子



昨年4月、現在の「品質保証室お客様担当」に着任となり、日々のお客様対応に追われ、気づけば早1年半近く経ちました。入社以来、量販店等への家庭用製品の営業歴が長く、その後「販促企画部」、そして「お客様担当」となりました。

初め当部署への異動の話があった時は、「クレームを受け付ける部署か。人と会って話すのは苦ではないけれど、いきなり怒る人と電話で話すのは苦手だなあ。」という思いが強かったことを覚えています。

弊社お客様担当は1994年に創設され、現在お客様からのお申し出を年間約20,000件受け付け対応しております。お申し出内容は、着任前の予想と異なりご意見・お問合せが7割強、ご指摘は2割弱という状況です。当部署では、食品メーカー事業のUCC上島珈琲(株) (以下UCC) を初め、「UCCフーズ(株) (業務用卸事業)」「UCCフードサービスシステムズ(株) (店舗運営事業)」「日本ヒルスコービー(株) (ヒルスブランド製品取り扱い)」の4社に電話・インターネット・文書・営業経由にて入ってくるお申し出を、UCC神戸本社で一括して受け付け、各社担当にて対応しております。

営業時代は個人の感覚を含めてお答えしていたことが、今の立場では会社の窓口としてお答えしなければいけないということに初めは戸惑いがありました。本当はどちらも会社の代表としてお話しすることには変わらないのですが、営業時代はその意識が甘かったように思います。

そして、今でもお客様のお申し出の意図をうまく聞き取ることができず、お問合せをご指摘に変えてしまった、長時間のお電話となってしまったなどと失敗することもあります。お客様からの「ありがとう」というお言葉を励みに、日々勉強させていただいています。

コーヒー、特にレギュラーコーヒーは農作物であるコーヒー豆を焙煎したものであるため、製品規格を数値管理していても、「毎日飲んでいるけれど、今回ののはいつもと味が違う」というご指摘があります。確かに、コーヒーの淹れ方(お湯の温度、蒸らし時間等)によって、同じコーヒーを使用して淹れても味は異なってきます。しかし、当部署にいと、このようなヘビーユーザーの方の声に勝る

ものはないと痛感致します。

今後はこのような小さな声を積み上げていき、お客様の期待にお応えできる製品、お客様にとってわかりやすい製品の実現につなげていくことができる情報発信部署となれるよう、尽力していきたいと考えています。

いつもOM研究会では、様々な事例発表で、弊社である同じような事例でも様々な解決方法があり、勉強させていただいています。お客様の声も同様、たくさんのお声を聞くことは日々勉強、そのお声を反映した製品やお客様へのサービスとしてお客様に返せるよう努めていきたいと思っています。

★★★UCC上島珈琲株式会社一口メモ★★★

代表取締役社長/グループCEO；上島豪太

本社；兵庫県神戸市中央区港島中町 7-7-7

設立；1933（昭和8）年

資本金；1,033億円（2010年3月期）

従業員；761人（2010年7月30日3月末現在）

事業内容；「一杯のコーヒーから生まれる笑顔を、すべえての人に届けたい」をスローガンにコーヒー、紅茶、ココアの輸入並びに加工、販売を行っている。その他各種食材の仕入、販売にも従事している。



■■第43回事例研究会報告■■

日時：平成22年6月9日（水） 13:30-17:00

会場：株式会社ユー・エス・ジェイ

参加者：52名（世話人含む）



1. 株式会社カイゲン 為廣 直子氏

＜お申出内容＞ 瓶入り医薬品の内容液が無い

【概要】瓶入り小児用感冒液を7本購入した顧客より、1本の中身がなかったと連絡。瓶を回収し、調査したところ瓶の中には内容液付着の形跡があり、その内容を説明するが、不承にて面談説明するも、納得いかないながら対応終了。

＜対応経緯＞

○購入した小児用感冒液の中身が入って無かった。知り合いからもらったとのことで入手時期不明で、調査依頼の為、引取り交換。

○調査結果から瓶内に薬液が入っていた形跡あることが判明、顧客に調査結果を電話で報告するも顔に蕁麻疹が出たと主張され、調査を第三者機関にも依頼した。

○顧客訪問して説明するも不承、再度、顧客訪問し第三者機関の同様の調査結果を報告した。

○調査結果と製造工程上、未充填品が出荷される可能性は極めて低い旨を説明し、不承ではあるがわかって頂き、対応終了。

＜質疑応答＞

○瓶の中に薬液の有無の調査は、瓶の内側とフタの裏側に薬液が付着していたことを確認した。

○中身が無いのに飲んだら蕁麻疹が出たと言うのは、瓶に口をつけた為に気分が悪くなり、蕁麻疹が出たとのことで、服用していないことから副作用とは考えていない。

○他社の類似事例紹介で、まったく中身が入ってないという苦情は一度も無く、説明時には製造工程表やウェイトチェッカーでの管理をしている事を説明している。

＜世話人意見＞

○説明にウェイトチェッカーの使用や製造工程表を用いるのがよい。

○今回の申出に対して、回答は製造上ありえないことと断言し、出荷以後はわからないがと、つけ加える事。

2. 京都生活協同組合 松尾 紀彦氏

＜お申出内容＞ 加工食品に異物（ビニール片）

【概要】顧客が現品を持って来店し、お弁当用肉団子を食べたところ、中からビニール片が出てきた。異物混入の調査を取引先や外部検査機関にて行うも、異物の混入経路及び原因特定に至らず、調査結果報告を行うと共にお詫びにて対応終了。

＜対応経緯＞

○申出者が肉団子を食べビニール片1つが出たと来店、副店長が対応して調査要望を聴く。

○ビニール片は長さ約20mmが1本で、ねじれがあり。白色で汚れている様子無し。

○取引先に調査を依頼し、顕微鏡検査で玉ねぎの一部と判断し、その混入原因は、取除き不良とした。

○店舗では玉ねぎの一部ではないとのことから再検査（同定検査）を依頼。

○再調査結果はポリエチレンの材質の破片と判明するも混入原因の特定に至らず。

○申出者に店舗より再検査結果報告をし、謝罪し了解を得た。

＜質疑応答＞

○初回、取引先に調査依頼した際、回答を玉ねぎであるかのような先入観を誘導するような行為はしていない。

○回答に時間が掛かり過ぎて、回答に時間がかかると、顧客が申出した事自体を忘れてしまったり、また、怒らせたりする事があるので早く返すことが重要。

○現状、調査期間は約2週間（全体の75%程度）前後で対応。長くかかる場合は、中間報告する事が大事。

○店舗からの再調査依頼の割合は殆ど無い。

○1回目の回答と2回目の回答が大きく違う事については、正直に1回目の調査回答では納得できなかったの、時間を頂戴して再調査し、回答をさせて頂いたと書いた。

＜世話人意見＞

○時間がかった（長すぎる）ことが大きな反省点。



3. タイガー魔法瓶株式会社 上原 明子氏

＜お申出内容＞ 炊飯器の誤使用による対応

【概要】購入して1ヶ月以内の炊飯器の蓋が押しても開かないこと、

ご飯が好みの硬さに炊けないことで入電。顧客の強い要望

により、上位機種と交換した。その後も、

内蓋がおかしいとのことで数度にわたり申出があり、最高

機種と交換するもディスプレイがおかしいや内蓋にキズとの事で、報告書や返金を要求されるも対応。最終的に窓口を一本化し、一貫した対応に切り替え、現在は収束。

＜対応経緯＞

○炊飯器の蓋が開かず、炊飯設定を調節してもやわらかくしかならない。保証期間内に付、無償修理。

○修理品返却の際のご飯の炊き上がりの硬さ調整は、水加減で調節頂くことを説明したことから苦情に発展。硬さ設定通りに炊飯できず、何度か米を捨てたと顧客主張。最高機種への交換要求が



あり、上級クラスの炊飯器と交換。

- 無償交換した内蓋の塗装がはがれたとの連絡があった。再度内蓋の塗装がはがれた件につき調査内容を要求され、説明し改めて無償交換を案内。本来届くべき交換部品が手配ミスにより、異なった部品をお客様に送付していた事が後に判明。お客様が憤慨した為、当時同社の最高級炊飯器に交換。
- 炊飯器のディスプレイ（表示部）の異常を申し出るも、異常無との見解を連絡。
- 炊飯器の内蓋塗装がはがれたとの連絡。内蓋を交換対応した。
- 再三にわたり、炊飯器の内蓋を解析するため時間を頂くことを案内。
- 解析結果連絡が無いことから、返金を要求。返金は最初に受けた炊飯器代金と案内すると報告書の要求をされた。また、報告書の出来る日を案内することを約束。
- 返事が無いことで顧客から入電、「やる気が無いならいいよ」と切電。
- 炊飯器の内蓋塗装がはがれた報告書が顧客に送付された。報告書の内容は、内蓋の表面の塗装とその母材にキズがあった。その原因は手入れ時に研磨剤の使用又は何らかの硬いものに接触したことが考えられるが、正常品と判断した。また、内蓋から削れたものは体内に入っても、そのまま排泄される樹脂であることを説明。
- お客様の手に報告書が届き、内容について入電。自分の使い方が悪いようにされているが、内蓋の洗浄は、手洗いを行っている。報告書の指摘行為は行っていないことから、返金を要求。
- お客様を訪問し、これまでの対応経緯を説明。お客様より入電があり、最高責任者と話がしたいとの要望。様々な事情から、返品（商品引上）返金対応をした。
- （顧客→新たに炊飯器購入の様子）炊飯器の蓋をあけると露が溜まり、内側に入ることであったが、上蓋にはヒーターがないので露は仕方ないことを説明し納得。
- お客様よりメールを受信。炊飯器の内鍋のフッ素がはがれたとのことで、内鍋を無料交換した。原因は、フォークやナイフ等でのキズが付いたものと考えられた。
- 過日、内鍋の報告書のフォロー連絡が無いことを指摘され、謝罪するも納得されない様子だったが、前回2回訪問した事などを説明するうち、ご容赦頂いた。

<質疑応答>

- 60歳代前後の方には対応が困難で時間を要することがあり、本件の申出者は、他社にも同様の申出をしているとの情報もあった。
- 同社では修理内容や見積りは、修理部門の社員から説明連絡のため顧客対応するが、困難な場合は相談室で対応している。
- 本件、同社における炊飯器の交換や返金の判断基準は、顧客対応は「話がつけばいい」というようなところがあり、臨機応変で対応している。また、今回は担当社員が申出者をクレーマーと判断していた。
- 交換は同等品かまたは1ランク上くらい迄で対応し、それ以上は顧問弁護士に相談する。顧問弁護士判断による対応でも不満がある場合は、消費生活センターに申出るよう促す。その場合、消費生活センターに予め、経緯説明等をしておいて、消費生活センターをうまく利用する。このような第三者機関から、過剰な要求は犯罪になってしまう場合がある事を、顧客に知らしめてもらうという方法もある。
- 製薬業界は現物レベルを超える事はなく、原則、現状の回復。
- 本来、苦情の場合、電話オペレータはまず修理案内を行い、交換は同等もしくは1ランク上迄とされているが、社員が対応して、本件のようになった。

<世話人意見>

- 納得が得られない場合は、第三者機関、例えば「消費生活センター等」に申出てもらう。これ以上の対応はできない事をハッキリと言い、断るべき。毅然とした態度で、第一段

階で譲るべきではなかった。

- 申出者の話をよく聞き、できない事はことわる。長い話の場合、文書で申出てもらう。ヤマシイ場合は文書を送って来ない。
- 申出者を見極め、お客様ではないと判断した場合、同じ回答を繰り返し行い、一人での応対を通し、相手が嫌気を起こすまで一貫した対応を続けることも重要。
- 対応者により、対応内容が変わるのはよくない。社内できちんと基準を設ける事が必要。

4. ロート製薬株式会社

大橋 伸宏氏

＜お申出内容＞ ニキビ用医薬品使用した際の肌（顔）のトラブル

【概要】30代の男性。ニキビ用医薬品ローションを顔に使って

すぐに蚊に食われた様な感じで何ヶ所もかぶれ、使用を中止したが症状の改善がみられない。見舞いや返金の要求に対し、医師診断を案内。医師所見では製品使用による「接触性皮膚炎（顔）」と診断され、初診料金を支払った。その後、自身で通常実施している美容皮膚外科治療に関わる投薬（注射代金）とお見舞いを要求。受診時同席を要請するも、医師不承の為かなわず。注射代金領収書が届き、記載金額を支払い、対応終了。



＜対応経緯＞

- ニキビの予防目的で使用し、肌（顔）がかぶれたと入電。使用中止と医師の診察を案内するも、お見舞いを要求。診察を受け、診断書と初診領収書を送付するので、会社で今後の対応を判断するよう入電。
- 診断書と初診領収書が届き、診断書には、本件製品使用による「接触性皮膚炎（顔）」の記載。
- お客様へ電話をして、製品＋受診費用を送付することを案内。
- 状態は良くなったが、未だ肌が荒れているので、美容皮膚外科治療に関わる注射代の領収書を送るとの連絡。今後の治療に関して、治療の方向性と状況確認するために同意書のサイン（許可）をお願いすると憤慨。改めて、次回受診時の同席の同意をお願いした。
- その後、お客様より入電。ステロイド薬があるので、しばらく様子を見るとの事で終話。
- お客様より注射代の領収書が届き、現金書留にて支払う。その後連絡無。対応終了。

＜質疑応答＞

- 治療と症状が治まってからの美容治療との境目の判断が難しいケースであった。
- 自己判断で薬品を買って、症状が悪化する場合もあるが、医薬品には効果と副作用があることを説明書にも記載しており、副作用が出た場合は、使用を中止して医師に相談する事としている。場合によっては初診料負担などを支払うこともある。
- 診断書は断定的な内容だったが、裁判になった場合には、診断書（根拠）の提出が求められる。今回は根拠が無い診断書だと判断している。医師が受診の同席を受け入れなかった事などから推察。
- 本件の医師はおそらく顧客志向で、普通は品名などが入った診断書は出ない。
- 類似事例紹介として…皮膚トラブル対応で、顧客が重篤な副作用だと思っている場合は、積極的に面会の申し入れを行い、必要なら受診に同行する。後ろめたい人は面会をことわってくる。苦情は増えているが、面会する回数は前年より減っており、速やかに解決している事がわかる。初診料は負担し、2回目以降は因果関係が証明されれば、負担する場合もあることを顧客に説明している。
- 因果関係の証明は医師とメーカーが話して詰める。

<世話人意見>

- 因果関係の証明は商品に欠陥の有無がポイントで、欠陥が無ければ賠償責任はないが、その場合、メーカーの誠意ある対応が重要。品質に問題が無ければ、表示上で問題の有無が争点になる。
- 以前、皮膚トラブルで対応し、裁判で診断書を書いた医師を証人として呼んだが、来なかった。負けないとは思っていた。見舞金 10 万円の要求をされた。裁判では些少のお見舞金を提示した事で、なぜこの金額を提示したのかを問われた。どんな対応も根拠や事実背景を持っていることが大切。説明できる論拠を持って何事にもあたる。
- 対応は商品異常の有無を調べ、商品に欠陥がない場合でも皮膚トラブルなどの身体に障害が発生している場合は、まずは医者に行き同行する。同行すると医者はこの商品が原因と断言しない。同行しない場合は、消費者が商品でなったと言え、商品が原因での可能性はあるという診断書になり、消費者はその商品だと決めつける。まずは最初医師に行き同行するということが肝心。

5. 最近の情報/ちょっと困っていること

【酸素ボンベの悪臭】

- 酸素ボンベで異臭がする。ゴムっぽい臭いがするとの申出があり、これは、ボンベの中のラバーのゴム臭である。これは毒性が無く、現在は中の質を変えている。
- 神経質な顧客で対応に苦慮している。中の成分の FT-IR (フーリエ変換赤外分光光度計) 検査をした場合、いろんな成分が検出されるが、そのひとつひとつの説明を求められており、このような場合、どう対応したらよいか聞かせて欲しい。
- ラバーを作っている専門家を連れて行ったり、話を聞いて説明してはどうか。香料については混合物なので、説明が難しいと思う。原料メーカーなどから資料や話を聞いたりまたは同行してもらったり、危険情報はなるべく省いた説明で対応してはどうか。

(右写真; 事例研前に U S J さんのご好意で園内見学の会員諸氏)
(記; 澤井 和彦氏 森下仁丹株式会社 お客様相談室)



■ 特別企画セミナー ■

日 時 平成 22 年 7 月 28 日 (水) 13:00~17:00
場 所 大阪薬業年金会館
参加者 43 名 (世話人含む)
内 容

- 第一部 <前半> 講演「お客様対応の棚卸」
<後半> ロールプレイング

講師及び指導 玉本 美砂子氏

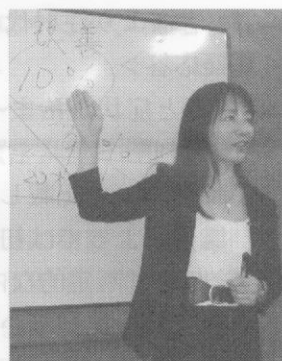
(株式会社 JBM コンサルタント代表取締役)

昨年 7 月 22 日のセミナーで「メール対応」についてご講演頂き、非常に好評 (アンケート結果; 100% の参加者が大変満足・満足と回答。また異なったテーマの講演希望多数) だった玉本先生に、今回は、「お客様対応の棚卸」というテーマで講演頂き、その後その趣旨に沿ったロールプレイングをご指導頂きました。

終了後のアンケートでも、大阪弁の迫力ある講演とロールプレイングは実践に役立つ、大変参考になったと好評でした。

●講演の概要

- ・クレームは、お客様の主張。怒りの度合いで判断するのではなく、お申し出内容でクレームか相談あるいは問い合わせかを慎重に聴き分けて対応することが必要。
- ・CS (顧客満足) とクレームは表裏一体。企業のサービスないし商品に不満を感じて



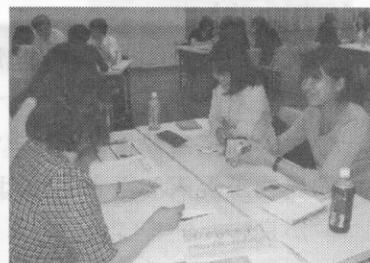
もクレームを言う人は10%。この人たちは、企業の対応に満足すれば殆どリピーターとなる。あとの90%の人たちは、クレームを言ってこない代わりに、その不満を友人、家族に吹聴する(グッドマンの法則)。従って、企業の顧客対応担当者は、クレームを言ってくれるお客様に「あなたなら納得するは」とご満足いただける応対力=人間力を身につけることが肝心。

・間違った初期対応は、二次クレームにつながります。決して使ってはならないNGワードとしては、①否定語・拒否語(～ません、違います)②不安語(多分、さあ)③専門用語・社内用語・業界用語の乱用④省略語⑤流行語・クセ語などが代表的なもので、お客様の怒りを誘発し、二次クレームにつながる要因となる。お客様の心理(爆発する心理、話したい心理、誤ってもらいたい心理、責任を持ってもらいたい心理)を理解しなおかつ言葉遣いに細心の注意を払って、ハッピーゴールを見据えて応対しましょう。

●ロールプレイング

「クレーム対応のノウハウについてお話してきましたが、知っていることと出来ることは違うと思います。実践に即したレクチャーが必要です。それにはロールプレイングが最適です。では始めましょう!」との玉本先生の掛け声で、グループごとに次の3つのテーマを決めてロールプレイングが始まりました。

- ① 約束の時間を過ぎていのに、営業担当者が来ない
 - ② マグカップを買って帰ったら、ひびが入っていた
 - ③ 問い合わせの電話を入れているのに返事がない
- 各グループの代表者が、上記のクレームの電話に应对。講演の効果か、皆いきいきと大変立派にやり遂げ、先生にお褒めの言葉を頂きました。



第二部 パネルディスカッション

パネラー 岡 里恵氏(コニシ株式会社

ボンド事業本部 営業戦略室 大阪技術グループ リーダー)

朝倉 公治氏(ピップフジモト株式会社・世話人)

苦情品の保管期間(ジェクス)、流通での事故・欠陥・瑕疵(カネテツ)難しいグレーの対応(赤福)、初心者の方の心持ち方(グリコ栄養食品)、IT化が遅れ在庫や商品の問い合わせに十分対応できない(ルシアン)、担当者によって回答が違う(ノーリツ)等会員の方からの質問に、パネラーが懇切丁寧に回答。よく理解できたと好評のうちにパネルディスカッションも終り、特別企画セミナーが終了しました。



■■第44回事例研究会報告■■

実施日:2010年8月4日 水曜日

会場:せいきょう会館

参加者 47名(世話人含む)

1. 株式会社 帝装化成 奥田 貢司氏

【お申し出内容】

○不動産からの業務委託物件の事例

ケース1:フローリングの床にワックスがけをしてあるところに足跡がついている。

ケース2:押入れの中に斜めにシミがついている。

○炊飯に毛と思われるものが混入。



○食品保存用フィルムに異物が混入。

○医療用テープに異物混入跡。

【対応経緯】

○ケース1：業務内容には問題がなく。必須事項の連絡がなかったため、対応せず。

○ケース2：押入れのベニヤ板の交換を行い、作業代金を負担。

○炊飯の検体中に8本混入していた。観察の結果、人毛であると同定。どこで混入したかの同定まではせず。

○食品保存用フィルムに混入していたのは、チャバネゴキブリと同定。混入していた状況(殆ど形が残っていた)及び製品状態から製品完成後の流通過程以降に外箱の隙間からしたと推測。フィルムの製造工程での混入の場合、このような状態では発見されない。このような場合は家庭での混入の可能性が高い。

○医療用テープ及び製品内側の状態からゴキブリの齧り痕であると推測。製品の状況痕跡及び製造工場内の状況から、製造工場内で加害の可能性は低いと推測。

【質疑応答】

○医薬品メーカーではGMPにより殺虫剤を使うなどと言われる。しかし、どうやって駆除するのか？

【世話人意見】

○虫の同定は非常に難しい。どこで混入したかを特定するのは困難。

○異物が混入したときには、きちんとした機関に調査を依頼するのが良い。専門家にも相談するのが良い。

2. 小林製薬株式会社 安藤 利治氏

【お申し出内容】

○初めて芳香剤の詰め替え用を購入したが、そのままだと使えない。

小さく表示はしてあるが誤解を与える表示ではないか？

【対応経緯】

○手元の詰め替えと本体との交換を申し出。

○交換では納得せず、迷惑を被っていること、製品を購入するのに交通費もかかっているということで、製品を送るよう要望。

○宅配で製品を送った際に詰め替え用を渡していただくことで、手間をかけない旨を伝えるが、交換には応じず、本体を送るよう再度要望。

○製造番号を尋ねると、実在の番号であった。

○通常は交換が大原則だが、表示に関しては社内でも問題に上がってきていること、製造番号が把握できたことから、今回は交換ではなく製品を送る対応とした。

【質疑応答】

○お客様の申し出は筋が通っていないのでは？ どうして交換するのか？ やりすぎではないか？

○「生まれて初めて買った」というのはおかしいのではないか？

○レシートなど、何処で購入したかなど詳細を確認すべき。

○お客様はいい人ではないか？ 社内でも「詰め替え用」というのがわかりにくいといわれていたときに、裏付けするような申し出があったのではないか。

○対応策としては難しいが、100円違いであればやむを得ない

○1日で対応が終わっているが、この方はしばらくしてから別の申し出があるのではないか。

【世話人意見】

○この対応で良かったのではないか。社内でも問題提議されているので、2回目があれば毅然とした対応をすれば良い。



○毅然とした対応とは、会社の論理ではなくお客様がリピートしていただける対応。リピーターになっていただける可能性あるならこの対応で良い。

○いろんな商品で詰め替え用が出ていてわからないことはないかもしれない。ひょっとしたらあわよくばとおもったかもしれない。

3. 大山乳業農業協同組合

【申し出内容】

○乳飲料(瓶)が飲んだら酸っぱい味がする。→代替品の商品のキャップが浮いている。

【対応経緯】

○現物を引き取り調査することを伝えるが、キャップを捨ててしまった、不在を理由に、宅配便で及び駐在員での訪問による引き取りを断られ、代替品送付のみ要望。

○代替品は現品との交換が原則であることから、連絡先を訪ねたが、個人情報なので言いたくないとのことで、A様から再度連絡することのこと。→後日同様の申し出で、代替品を送付。

○宅配業者より、A様から荷物の転送依頼が入っているので転送することの連絡あり。

○転送した先で、現品との引き換えを強く伝えたが、既に代替品は大山乳業に送ったと言われ、大きな声で騒がれたため、代替品を渡す。

○代替品のキャップが浮いているので、再度代替品の送付の要望。しかし、現品が送られてきていないので、これ以上の対応はできない旨を伝える。→直接会うことになった。

○これまでのやりとりについて確認したが、双方の内容が食い違っていて話にならず、大山乳業としては、代替品は1回送っている、これ以上の対応はしない事を伝える。

○後日、A様から代替品送付の要望と、消費者センターにも相談したこと、現品の写真があるとの連絡を受けたが、写真の送付については難色を示した。

○A様が相談された生活情報センターに助言を求めた、業者の相談には答えられないとのこと。

○A様より現品の写真が送られてきて、宅配業者と対応について協議したが、クレームとしては受け付けないとの回答。この旨をA様に伝え、これ以上の対応はしないことを伝える。

○その後、A様より連絡が数回あったが断り、保健所でも受け付けてくれることを伝え、保健所の担当者名と電話番号を伝える→以降A様から連絡なし。

【質疑応答】

○インターネットの販売をしているのか?→している。

○乳飲料の場合、現品を営業が持って行ける場合のみ対応。それ以外は商品券で対応している。

○飲んで、酸っぱい味という申し出に対して、身体的被害の心配はなかったのか?→一口飲んで捨てたとのこと。

○卸した実績から製品は特定できなかったのか?

○お客様に対して被害拡大を防ぐことが大事。住所など連絡先を聞くべき。

→体の状態も尋ねたが、そんなことは関係ないと言われた。

○レコーダーを使うことに迷っていたが、今後必要性があるのではないか。

○どこかで、毅然とした対応を取ることが出来なかったのか?クレーマーだと思う。

→宅配業者の話では、ここの住所・番号が転送が多いとのこと。

○毅然とした対応とは何処で切れればよかった?

→現品を送っていないのに送ったと嘘をついたとき。こちらがきちんとしたつもりでもお客様が言うてくるので、個人情報が開示されない以上難しい。



【世話人意見】

- まず、現物が無い、氏名・住所を言ってくれない。このような方はまじめに対応する必要はない。言えない人はクレーマーが多い。
- レコーダーもクレームの量が少なければ必要はない。会社によっては全自動レコーダーありとしているところもあるが、レコードして必要なければあとで消せるタイプが良いのでは。
- 転送や私書箱を使う人はクレーマーが多い。宅配業者は良く知っている
- お客様が消費生活センターに申し出て、センターがメーカーと話し合うようにいった場合は、センターはメーカーに落ち度はないと判断している。
- クレーマーの場合は各部署に伝達し、対応は集結する旨を伝達しておくことが必要。

4. ジェックス株式会社 楠本 英司 氏

【申し出内容】

- 赤ちゃんが哺乳瓶でミルクを飲んでいるときにキャップで唇を切った。

【対応経緯】

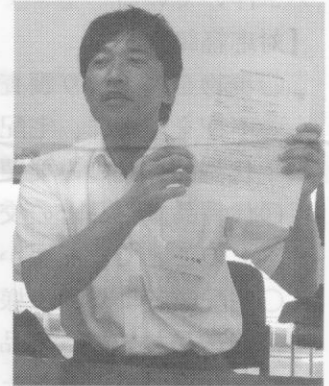
- 怪我の様子を伺い、謝罪を伝える。上長外出中の為折り返し電話する旨伝える。
- 管理者 K より、I 様へ連絡。改めて、お子様のご様子を伺い、謝罪し。まずは、お医者様に診ていただくことをお勧めするが、それほどでもないとの事。本日、16:30 頃にご訪問することをご了承いただく。
- I 様宅訪問し、お詫びを申し上げ、お詫びの品(1,000 円の菓子折)をお渡しする。再度詳しい状況を伺うと、唇が乳首とキャップの間に挟まり、血が出ていたとのこと。再度、病院での診察をお勧めするが、怪我もたいしたものではないので、問題ないとのこと。お子様の様子は確認できず。
- 調査するため、現品をお預かりし、別の哺乳瓶をお渡しする。翌日再度ご訪問の約束。
- 現品を調査したが、製品に特に問題はなかった。
- 翌日 I 様より、怪我をしたことへの補償やこの情報を週刊誌や新聞に売り込むことも考えてるとの連絡が入る。声の様子などが、前日と変わっていた。
- I 様宅へ 2,000 円分の菓子折を持って訪問。怪我は治ってきているとのこと。製品には不具合は見つからないが、お子様を傷つけてしまったこと、ご両親に心配をおかけしたことを謝罪し、お見舞金として、5,000 円をお渡しし受領書をいただく。
- 最後に、奥様にも直接お詫びし、念のため哺乳瓶のセット方法を確認したところ、セット方法が間違っていることが判明。正しいセットの仕方をご説明し、セットの説明文書がなかったことを謝罪し、改善に繋がった事へのお礼を述べる。
- セット方法について次回製造分から別紙を同封するよう改善(役員指示により 2 週間で実施)

【質疑応答】

- 顧客目線から外れているのでは？
- 製品に不具合がないと言っているが、説明書がないこと自体不具合ではないか。
- お客様の様子は企業側の思い込みがあるよう。
- 赤ちゃんが使うものにこういうことが絶対あってはいけない。
- その日にすぐに対応したのは良かった。どうしようというときにでも、訪問することにより和らぐことがある。

【世話人意見】

- 他社に説明書があり、自社にはない。このような状況の場合は PL 法で裁判をしたら明らかに負ける。
- クレームが入ったら、ケースによっては必要で、現場に行って現物確認することが大事。



【申し出内容】

○水枕を使用中(二回目)水漏れが起こり、ソファが水浸しになった。

【対応経緯】

○現品を返送頂き製品確認。一次対応者がソファの状況を聞かなかったこと、お客様の申し出に対して、「どうしましょ」と言ってしまった為か、弁償問題に発展。

○お客様宅へ訪問し、状況確認。お客様にはご理解いただき、弁償はなし。後日調査結果を報告して終了。調査結果は経時劣化によるものと判断(製造から約5年経過)

【質問】

○今回は弁償せずに済んだが、お客様からの請求があった場合にはどのような対応をするべき？

【意見】

○弁償しなければならないのではないかと。販売店での保管状態も問題になる。

○弁償という形をとるのではなく、お見舞金又はお見舞い品を送る。

○くつ、水着など劣化しやすいものなど、いろいろな条件にもより、何年でだめかはわからないので、ケースバイケース。

○最悪の事態を想定して、保険に入っておくことも必要では。

○不具合を大きな事故とみて小さく収める。

【質問】

○お客様起因で鼻水吸引器のキャップを破損。ノズルのクレームと合わせて一緒に送るよう要望。キャップについては断りを入れるが、結果、製品をおくることとなったが、このような場合でも、交換対応はすべき？

キャップ：50円

【世話人意見】

○消費者対応というよりは、顧客満足度という観点から送って上げればよい。

【連絡事項】

○9/15 特別セミナー：実務的なものに変えていく。公演とグループ研修

○次回、第45回事例研究会 10/13(水) 場所：ロート製薬㈱

(記；三浦 美江氏 ワダカルシウム製薬株式会社・お客様相談室)



山田 一穂の“私の推薦本”(2)
「ホスピタリティ学のすすめ」

著者 服部勝人

発行 丸善株式会社



人類は、高度な科学技術を駆使した生活(消費経済の成長)を際限なく求め続けた結果、わずかここ100年余りで共生バランスを失ってきた。現代社会においては、バランスという矛盾のない一貫した均衡のとれた状態が喪失し、不一致、不適合、不均衡を生じさせる不快な緊張状態を醸し出している。いわばあらゆることに対する不満から、心理的な感情的葛藤が出ている、一種のヒステリー状態に陥っているといっても過言ではない。また、自分だけ良ければ、わが校だけよければわが国だけ良ければといったように「～だけ」という閉塞された部分的な考えは、自己中心的な

利己主義、つまり自己を第一に考え、自己の利害だけを行為の基準とするもので、社会のひずみも生じさせている。

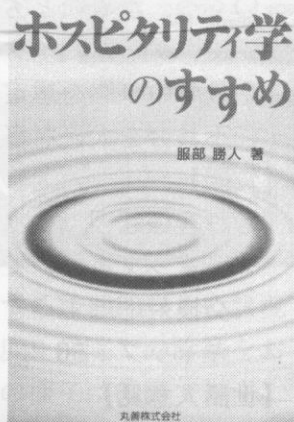
そこには、社会一般や他の利害を考えないという「片利共生」および「寄生」があるが、こうした考えは、社会性を拒否し孤立的、自閉的、非社会的、緘黙的といった社会に背を向けた現象として現れている。そしてその行動は社会に対しての攻撃、破壊、盗み、虚言、ひきこもり、パラサイトといった情緒不安定（不安、恐怖、孤独感、神経質等）な状態を引き起こし、自己に対しては、劣等感、自信過剰、自己防衛といった態度として現れる。このような不透明、不安、不健全で混迷した世の中から、何とかして脱出したいと心の底から誰しもが願っている。社会における均衡への方角転換は急務である。

筆者は、ホスピタリティこそ社会倫理の言語的概念、ホスピタリティともてなしの相違、ホスピタリティとサービスの概念的比較、相互主義から多元的最適共創主義へ、ホスピタリティからウエルビーイングへの連動。

私たちの業務上の問題解決に当たっては・・・

相手の考え、主張、意見を十分に聴き、認め、尊重して、双方向の意思疎通があり、快い気持ちの通い合いがあることが望まれます。まず、傾聴するという受容と伝達のピンポイント対応の中で、理解、納得してもらい、互いの合意点を探します。其の合意点とは社会一般に、法的にも、倫理的にも、精神感情的にも受け入れられるものを目指します。相手と同じ立場になって、共に回答や解決案を考えようとする姿勢を感じ取ってもらうよう努力します。

ホスピタリティ・マインドを持って接し解決に向かうとは、このような姿勢なのだと思います。



事務局からのお知らせ

- 9月16日（木）、大阪薬業年金会館で行われた第30回OM研セミナーの様子は、12月末日発行予定のOM研レポートに掲載致します。
- 第45回事例研究会は、10月13日（水）13時より、ロート製薬株式会社の会議室をお借りして行われます。
- OM研特別セミナーは11月18日（水）13時より、大阪薬業年金会館において、金井弁護士（交渉中）をお招きして行われる予定です。決まり次第ご連絡致します。ご期待下さい！
- 第46回事例研究会は、12月8日（水）13時より、大阪薬業年金会館で行われます。終了後恒例の懇親会があります。奮ってご参加ください。
- 難クレーム処理対応100番！連絡先・・・wdbsg119@ybb.ne.jp（山田事務局長のメール）あるいは、下記事務局あてご連絡ください。
- 「顧客対応の豆知識⑤」は、スペースの都合で、今回は見送らせて頂きます。ご了承ください。

お客様満足だより（OM研レポート）「第29号」 9月30日発行

発行者；お客様満足研究会事務局

〒530-0001 大阪市北区梅田1-11-4-1100

TEL；06-4799-9271 FAX；06-4799-9011