

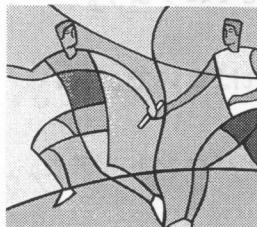
お客様満足研究会だより

O M 研 レ ポ ー ト

第34号(2011年12月20日)

第34号の主な内容

- ・第31回リレー談義＝お客様対応と私
- ・特別寄稿「お客様満足研究会に寄せて」
- ・第51回事例研究会報告(於; ロート製菓株式会社)
- ・第33回OM研セミナー(於; 大阪薬業年金会館)
- ・第34回OM研セミナー(於; 大阪薬業年金会館)
- ・事務局からのお知らせ

第31回リレー談義
「お客様対応と私」株式会社青粒
営業グループ 川内 ゆかり

私が「(株) 青粒・お客様相談窓口」を対応するようになってから、入社後早4年半になります。「健康食品会社の通信販売」でございますので、毎日高齢者のお客様と「日々奮闘」しております。

人生の大先輩から「ありがたいお言葉」を頂く日々でございます。とても勉強になりますし「命の大切さ」を痛感致します。ご指名でお電話を頂くと、とても暖かく非常に嬉しい気持ちになります。お電話の仕事の「醍醐味」だと思っております。顔の见えない接客ですが、お電話口で喜んで頂くと感無量です。

株式会社 青粒(あおつぶ)でございますが、まず「社名」の由来でございますが、青粒(あおつぶ)は、社名も商品名も、同名の「青粒(あおつぶ)」です。

昔から古文書に「野菜の汁＝青汁」と詠われてきました。青汁の健康食品は多くの会社が販売していますが、それら青汁との差別化を図るため、また分かりやすさにこだわり、「野菜の粒＝青粒」と命名しました。緑色なのですが、青(あお)粒でございます。

青粒の創業時は、国産(出雲産)のモロヘイヤを使用していました。その後、より良い素材を求めて、モロヘイヤの原産国であるエジプトに目を向けました。

モロヘイヤは元々熱帯地方の植物であり、国産と比べて「エジプト産」の方が養価が高く、しかも「オーガニックのモロヘイヤ」を見つけました。まさしく、適地適作です。

現在は、弊社の契約農家より「完全無添加」「無農薬」で栽培されたモロヘイヤを直接現地から輸入しています。エジプト大使も、ご家族で弊社に、訪問にられました。

主力商品「モロヘイヤ」について少しご紹介します。

☆☆モロヘイヤの歴史☆☆

エジプトではモロヘイヤは「王様の野菜」と呼ばれ、たいへん古い歴史があり、5000年以上前から栽培され、食べられていました。エジプトには王様と、モロヘイヤで作ったスープの有名な言い

伝えがあります。そこからムルキーヤ（王様たちの物）と呼ばれ、なまってモロヘイヤになったといわれています。また、あのクレオパトラも好んで食べていたといわれています。

わが国にモロヘイヤが登場したのはほんの30年程前。その栄養価の高さから人気は急上昇し、今ではポピュラーな「健康野菜」としての地位を確立しています。

〇〇モロヘイヤに含まれる栄養素〇〇

モロヘイヤは「野菜の王様」と呼ばれるのにふさわしく、豊富な栄養価を誇ります。例えば、β-カロテンがニンジンの約1.4倍、ビタミンEはケールの約4倍、鉄分はなんとほうれん草の約9倍もあるのです。また、あらゆる栄養素がバランス良く含まれているのも見逃せません。

モロヘイヤには他にもポリフェノール、ルテイン、葉酸、ビタミンB12、亜鉛、マグネシウム、カリウム、ムチンなども含まれています。「野菜の王様」の名にふさわしい、まさしく栄養素の宝庫といえるでしょう。

次に注目すべき特徴は、豊富に含まれる食物繊維の量です。食物繊維には不溶性と水溶性の2種類があります。「不溶性食物繊維」は食べ物の体積を増やし、「水溶性食物繊維」にはとどまっている食べ物に水分を与える潤滑油のような働きがあります。この2種類の食物繊維をモロヘイヤは豊富かつバランス良く含んでいます。

粒への製造工程は、神戸市北区の「自社工場」にてジンボルマークの「三角」に打錠して、製造しております。ピラミッド型も意識しているようです。弊社は今年「20周年」を迎えております。

商品は「モロヘイヤ」だけではなく、他にも20品目程取り揃えております。

ご興味ございましたら、是非弊社HP <http://www.831831.co.jp/>まで。ご覧いただければ幸いです。

現在ご注文フリーダイヤル10名、お客様相談窓口4名で対応しております。インバウンド・アウトバウンド中心の「委託業者」が東京に2社ございます。

私どもの社は「自然・人・健康」に関してわたしたちはこう考えます。お客様の健康生活実現への貢献を目的とし、安全性・無公害性・経済性に重点を置き、「品質によってお客様の信頼を得、品質によって会社を伸ばす」品質第一主義の下、お客様に満足される商品を開発・提供する。

どんなに私たち人類が成長・発展を繰り返し、新たな研究分野の開拓を成し得たとしても超えられないもの。それは「自然」。平成7年1月17日、あの阪神・淡路大震災に私たちもこの神戸で遭い、その自然の《力》を思い知らされました。私たちは自然の前では小さな存在であること、そして私たち自身もその自然の一部であることをあらためて教えられたように思います。

私たちの健康は、自然との共存なくしては成り立ちません。私たちが目指す「食を通じての真の健康づくり」を考えた時、悲しいことに添加物や化学合成品といった自然の法則に逆らった食品から逃れることが困難になっています。

日々の食事は化学合成品ではなく、自然が育んだ自然の恵みを摂ることはあまりにあたり前であるにもかかわらず、難しいこととなっています。自然のものを自然のままに。がコンセプトです。

神戸の街があの大震災から学んだのと同じように、私たちも自然への畏敬の念を忘れることなく、常に自然との共存を「商品づくり」の中でも生かしていきたいと考えています。

私は、この会社に入社しまして、本当に自分自身が、恵まれていると思いました。また改めて「健康」について、ありがたさを「再認識」いたしました。

人間は、「健康がいちばん」の財産です。心の底からそう思います。「健康でないと何も出来ない！！やる気が起こらない！！」お客様のお話を聞きながら、しみじみと共感させられます。

「注文して、本当によかった〜」「元気になって、感謝してるのよ〜」などと、お客様に言って頂き、健康についても勉強ができ、これほど「ありがたい職種」はないと思います。日々感謝です。ただ...優しいお客様ばかりではありませんが...しかし、どんな方でも、購入していただいている限り、皆様大切なお客様です。

「お客様満足研究会」に参加させて頂き、とても勉強になります。企業の皆様にも、大変手厚くお力添えを頂き、本当に感謝しております。お客様満足研究会に参加をさせて頂き、本当に心強く、ありがたく思います。

これからも「人様のお役に立つ話題」「安心していただける知識」「クレームをありがたいに変化出来るトーク」を心がけ、日々努力を惜しまず、躍進してまいります。今回このような機会を与えて下さり、本当にありがとうございました。

★★★ 株式会社 青粒 一口メモ★★★

代表取締役会長：永原 靖久 本社：神戸市北区有野町有野3401-1 設立：平成6年3月1日
資本金：3,800万円 従業員：42名(平成23年11月現在) 事業内容：健康食品、自然食品の製造販売
グループ会社：株式会社豊大(食品製造販売、LED製造販売) 株式会社盟千(広告代理店)

特別寄稿「お客様満足研究会に寄せて」

＜OM研で大切な財産(たから)を得ました！＞ 株式会社カイゲン
為廣 直子



私とOM研究会との初めての出会いは、10年前です。

当時、私は開発部という部署に異動になったばかりでした。当社にはお客様相談室という部署はなく、会社の代表電話等で電話を受けた内容を関係部署にて対応するという状況でした。これではお客様に満足頂けないということから、私の異動と同時期に、開発部内にお客様相談対応専用電話機が設置され、その電話を受けることになったのです。私はもちろん、誰もお客様対応についてのノウハウを持たないからの出発で、毎日が戸惑いと不安の連続でした。

そんな中、小林製菓の当時室長・佐伯様より「OM研究会という、医薬品だけではなく色々な業種の相談窓口の方が集まる会を立ち上げる予定である。その目的は、最前線で電話対応をしている方が一番困って悩んでいるはずだから、その方々の為に、比較的参加しやすい年会費で、勉強できる場を設けたいと思っている。貴方もいかがですか？」とのお話を頂きました。これがOM研究会との出会いです。

当初、ようやくお客様相談対応専用電話機が設置されたという状況であり、問い合わせに関する簡単なQ&Aはあったものの、お客様対応のマニュアルはございませんでした。ですので、クレームが発生した場合、その都度、お客様に言われたことをそのまま上司に伝え、指示を仰ぎながら対応していました。ですので、上司の指示を仰ぐことで「あなたじゃ話にならないので上の人に代わって」や「いつまで待たすんや」といったお客様のお怒りを受けることになるのです。マニュアルを作って頂けないものかと当時の上司に申し出ましたが、「全てがマニュアル通りに行くわけではなく、マニュアルを作るのは難しいが、必要であれば自分で作ってみてはどうか」との回答でした。

実際に作ってみようにも未だ対応の経験が少なく、どのように対応したら良いのかも分からなく、なかなか作れません。

そこで、OM研究会に積極的に参加させて頂くことにしました。特に事例研究会では、毎回4社の事例を聞くことが出来ます。年間1000件にも満たなかった当社の問い合わせ状況では想像もつかない事案が多くあり、色々なお客様対応を疑似体験することが出来ました。そのおかげで、上司の指示を仰ぐのではなく、自分で対応する事が出来るようになりました。そして、それが私の「引き出し」にも繋がったのです。また「お客様対応とは」という基本スタンスを持てるようにもなりました。そして何よりも、社内で事例研究会の報告書を回覧することで、電話対応されていない方にも「相談業務」の大変さを分かっていたくこともできたのです。

セミナーや事例研究会は私にとって、勉強できる貴重な時間であり、私を成長させてくれた場所です。「会社の基本姿勢」ともいうべきマニュアルを作り上げることが出来たことは私の仕事に対する責任感を強くするものでもありましたし、何よりも、お客様相談対応の「大切さ・楽しさ」感じることが出来ました。これもひとえに OM 研究会で学ばせて頂いたおかげだと、心より感謝しております。この場をお借りして恐縮ですが、OM 研究会の皆様には、心よりお礼申し上げます。本当に有難うございました。

そして、もう一つ。

OM 研究会で「仲間」という大切な財産（たから）を得ることが出来ました。私のように最前線で電話を受けている者が沢山集まり、同じ悩みを打ち明けることが出来る場はあまりないと思います。会社という壁を乗り越えて「相談業務を受ける一担当者」として、悩みを打ち明け、共感し、助け合う事が出来ることは、とても素敵な事です。心のケアにもつながります。他の部署（営業や研究開発部門等）では、他社との交流がここまで出来るところはないのではないのでしょうか。そういった仲間と巡り会えたことも私の「財産」です。

OM 研究会を発足し、現在も私達に貴重な場を提供し続けて下さる世話人の方々には、心より感謝申し上げます。本当に有難うございました。今後も、私のように「相談業務」と悪戦苦闘しながら、成長し、最後には相談業務に就けて良かったと思えるような、素敵な場を作り続けていって頂きたいと願っております。

最後になりますが、沢山学ばせて頂きまして、本当に有難うございました。

■第5 1 回事例研究会報告■

日時： 平成23年10月12日（水） 13時30分～17時

会場： ロート製薬株式会社

参加者： 44名（世話人含む）



1) 発表者： 京都生活協同組合 長田 安功氏

【お申し出内容】

組合員様からの製品の故障に関して回収のことで・・・

【対応経緯】

- ・ 12月2日、組合員様から、お問い合わせセンターへ故障に関する電話があり、次週配送部門から回収することになる。
- ・ 回収した商品を物流部（修理部門）に送る。
- ・ お客様の申し出は、（2～3年前にハロゲンヒーターを購入し、去年は使用したが、今年になって中央のヒーターランプが点灯しなくなった。）
- ・ 事務局のコメントとしては、（保障期間内のものは無償ですが、使用後1年以上の場合は、苦情として受付できず、修理対応になります。とのこと。）
- ・ 配送事業所は、（お客様は修理という意味合いより、原因を調べてほしい（クレーム品ではないか？）という疑念をもっておられますが・・・等他社内部部門間でのやり取りがあったが、最終的には、原則通りに修理として見積もりと簡単な修理内容だけを伝える対応になった。
- ・ 社内部門間でのやりとり等、又、お客様のお留守で連絡出来ず、期間は3週間ほどかかる。
- ・ お客様へ連絡が出来たが、（購入金額より、修理代が高くなるなら、商品を引き取ってほしい。ハロゲンヒーターって1シーズンしか使えないのか？そんな商品を生協さんは販売するのか？）等の苦情で商品の返却を要望される。

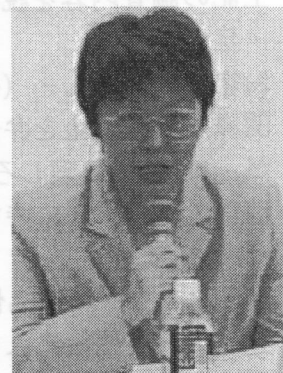
- ・ 社内で、こういった場合は、修理ではなく、苦情として対応すべき。社内間でたらい回ししていた事実もあり、生協から対応不備で謝罪に行く必要がある。という結論に。
- ・ 年末で仕事納めの時期になり、年明け1月4日にお客様（主人）から、メーカーといっしょに来て説明してほしいとの電話があり。
- ・ 配達時に訪問するが、お留守で頼末書と名刺をお母さんに渡す。
- ・ メーカーで原因が判り、1月25日に連絡するが、ご主人さんの都合がつかない。
- ・ 2月2日 ご主人との連絡とれず、結局お姉さんにお話しをさせて頂き、2月11日にご主人からの電話で（かなりの時間が経ち、寒い時期も終わったので無償修理してくれれば良いと）連絡あり、無償修理と調査回答を渡すことで、対応終了となる。

【質疑応答 感想】

- ・ 2週間以上製品を預かる場合は、代わりの製品を用意すべきではないか？
- ・ やはり、保障期間が過ぎていれば、修理内容を事前に説明して有償にすべきである。
- ・ ハロゲンヒーターの故障はよく聞く。初めての苦情でしたか？回収商品ではなかったのですか？（生協としては…修理は2回だけだった。）
- ・ 生協さんの場合は、特に電化製品などの場合は、直接、メーカー対応にしたほうが早いのでは？
- ・ 社内間の部門連絡に手間取り、対応期間が長引き、二次クレームを起こしているのでは？

【世話人】

- ・ やはり対応が遅いように思います。最初の受付で苦情か故障かの判断をまちがったらダメだと思います。
- ・ メーカーからの原因調査をはやくもらうことで、有償修理ができたようにも思います。
- ・ 保障期間が過ぎても、商品見て判断すべき場合もあると思います。
- ・ 現場に行って、現物を確認するのが大切である。



2) 発表者： 大幸薬品(株) 川西 桐美氏

【お申し出内容】

つぶれた丸剤がたくさん入っている。

【対応経緯】

- ・ （責任者を出してくれ。何十年もその薬を愛用しているが、今回はあまりに多くつぶれた丸剤が入っていたので電話した。気持ち悪くて飲むことが出来ない。すぐに来てくれ！子供が飲んだらどうするんだ！大きな事故になる！）
- ・ 製造工程でも検品をしており、考えにくいですが、まずは拝見させていただきたい。宅急便による引取交換を申し出るが、直接、その現場で確認して渡したいとの事。
- ・ 責任者が外出中なので、本日訪問も希望として伝えますと返事。
- ・ 責任者と連絡が取れ、明日午前中に訪問可。
- ・ （折り返しの電話が遅い！）とか（今日来るのが誠意でしょ！）と怒られるが明日10時に訪問を営業者同行で約束する。
- ・ 訪問し、（丸剤に筋が入っていたり、丸剤が潰れていた）とのことで、代替品と交換し調査することになった。調査結果は、改めて訪問してほしいと依頼があり、1ヵ月後に説明に訪問予定。
- ・ <調査結果> 200粒中、187粒使用済。つぶれているのは1粒、筋が入っているのは1粒、残り11粒は正常品だった。製造ライン上で発生することは考えにくい。出荷後の発生と思われる
- ・ 訪問・・・報告書を説明し、原因が特定できなかったことを報告。

【質疑応答 感想】

- ・ 引き取り交換・訪問交換の線引きの判断が必要である。
- ・ 通販の場合は、引き取り交換が主で納得されない場合のみ訪問する。
- ・ 常習者の場合は、ごね得になり、何か良い方法はないのか？
- ・ メーカーの対応は、ことば使いが大切で、先ずはお詫びから入り、その後、当社では考え難い等の説明をする。
- ・ 食品の場合で賞味期間が限定されている場合は、お客様の都合で訪問する。
- ・ 基本的に訪問はしない。(誠心誠意お話しし続ける)
- ・ 宅急便を利用し、訪問しないのが原則。お客様の体調面が悪い場合は訪問。

【世話人】

- ・ 常習者か？前もって情報交換が必要。(各社に問い合わせる等)
- ・ 例えば、現場の営業者から1時間以内に訪問した方が解決が早いと思います。

3) 発表者： 森下仁丹(株) 澤井 和彦氏

【お申し出内容】

玄関扉に除菌・消臭用のスプレーを噴霧し、扉の一部が白くなった。

【対応経緯】

- ・ スプレーを玄関扉(アルミ製)に使用したら、白くなって跡が残った。取る方法を教えてほしいとの電話がある。
- ・ 社内調査で反応変色する可能性があることを確認する。(※塗り直しの可能性が高い。)
- ・ 上記の調査内容を説明するが、現状を見に来てほしいとの申し出に発展し、即答しかねるで一旦保留する。
- ・ お客様にTEL…(使用上の注意を読んで玄関扉に使用したが、未だに回復しないので、玄関扉と商品代金を弁償してほしい)との事。対応としては、商品代金の返金は可能と伝えるが、(自分で処理しろと言うのか！消費者センターに相談する)と主張される。
- ・ 消費者センターに持ち込まれる。(消費者センターより、今回の対応状況の書面回答を要請される。)
- ・ 後日センターに商品情報、対応内容に関する回答書を作成し書類のFAX及び書留にて郵送。
- ・ センターが仲裁に入られ、商品金額の700円を現金書留での処理になる。(お客様からは、会社の事を聞いて、最低な会社だとわかりました。二度と購入しないように気をつけます。料金の返金をお願いします、と同封書面あり。)
- ・ 要求返金金額の差が少しあり、不足分をクオカードで再度発送し、その後、領収書が到着で対応完了。

【質疑応答 感想】

- ・ 現場を確認していないのは、問題である。消費者センターは、中立の立場で良いが、企業イメージを悪くしている。
- ・ 同じ事例がなかったのでしょうか？対象物メーカーとの連携も大切であると思います。
- ・ 説明書の表示方法に非も考えられるのでは…？

【世話人】

- ・ 今回の事例は現場確認の上、お客様に説明が必要であったように思う。
- ・ 消費者センターの相談員にもバラツキがあり、すべての意見が正しいと思っていけない場合もある。

*別にフリーダイヤルの事で質問がありました。



(今回の参加企業様では導入されている所が多いようでした。メリットとして、事前に録音アナウンスを流す事により、いたずら電話が減った。また、何人の方の電話が取れているか等他の情報がとれるといった意見もあったが、長電話が増えた等のデメリットの意見もありました。)

4) 発表者: 小川珈琲(株) 松田 幸恵氏

【お申し出内容】

カフェオレを飲もうとしたら、フタの上の部分が破れている。直ぐに、引き取りに来い。

【対応経緯】

- ・ 購入場所、日時を確認するが、彼女が買ってきたので分からないとのこと。声を荒げ、(こんな商品飲んだら、体がおかしくなったらどうする) … 13時半までに来いと要求。14時半までにと上司と訪問することを約束。
- ・ マンション下に待機しており、申し出者がファミリーレストランに変えようと提案。車で移動する距離がある為、近くの喫茶店に対応。
- ・ クレーム該当品を提出してもらい、代替品とお詫びの目的で同じカフェオレを6本渡す。返金の要求もあったが、購入店のレシートと商品に問題があった場合にと返金に応じられないことを説明。苛立ち初め、タバコも要求されるが応じず。
- ・ タバコ、返金の要求の繰り返し状況が続いた後、(私は、政治団体を知っている。そこに知らされたら、あなたたちはどうなるか知りませんよ) と言い、テーブルに用意された3人分のコーヒーを全部飲み干し、代替品6本の袋を手に店をあとにされました。

【質疑応答 感想】

- ・ 典型的な常習のクレーマーだと思います。
- ・ 通常の代替品は、食品会社の場合は3倍返しが通例です。

【世話人】

- ・ 毅然とした的確な交渉で良かったと思います。
- ・ 事前にクレーマー対応を考えられていたのですか? (返金に応じられない等)
- ・ 企業姿勢として一貫性があり良かった対応と思います。

(記: 溝原 雅仁氏 西川リビング株式会社)



▼▼第33回OM研セミナー▼▼

日時; 2011(平成23)年10月18日 13時~16時30分

場所; 大阪薬業年金会館 参加; 32名(世話人含む)

第一部

講演; 先進企業に学ぶ「顧客対応のスキル」

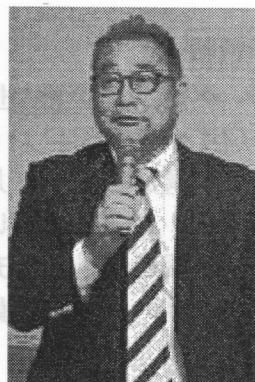
講師; 天野 泰守氏(カルビー株式会社 お客様相談室・室長)

内容; 2度台風で延期になった第33回OM研セミナーが今回やっと実現しました。天野泰守・お客様相談室長の豊富な経験に基づ

いた毅然としたクレーム対応の実態の講演は、説得力がありました。

第二部 パネルディスカッション

パネラー; 天野泰守氏、北島広美氏(小林製薬(株) お客様相談室課長)
朝倉公治氏(ピップ(株) 世話人)



内容；放射能問題、認知症の対応、皮膚トラブル

商品引き取り問題など質問があい次ぎ大変盛り上がりました。

▼▼第34回OM研セミナー▼▼

日時；2011（平成23）年11月18日（金）

場所；大阪薬業年金会館 参加；30名（世話人含む）

第一部 講演；「クレーム対応と法的根拠Ⅱ」

第二部 何でも法律相談

講師；金井 美智子弁護士（弁護士法人大江橋法律事務所）

内容；金井弁護士は2度目の登場です。今回は、クレーム対応と法律との関係を基礎的な所からご講演頂きました。わかりやすく良かったという声が殆どでしたが、もう少し具体例がほしく、物足りなかったという意見も見られました。何でも法律相談ではガラス瓶の割れのクレーム対応、常習者への対応など会員の方が寄せられた質問に対して金井弁護士が丁寧に回答。時間があっという間に過ぎました。



事務局からのお知らせ

- 12月14日（水）、大阪薬業年金会館で行われた第52回事例研究会と情報交換会の模様は次号（平成24年3月発行予定）で紹介します。
- 第35回OM研セミナーは、平成24年1月26日（木）13時より、大阪薬業年金会館において行われます。講師は、過去2度ご講演頂き大好評の玉本美砂子氏を予定しています。テーマは「クレーム対応の極意～心×言葉×サウンド」です。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、下記事務局までご連絡ください。
- 「顧客対応の豆知識」と「今！話題の本」の掲載を見送らせて頂きます。ご了承ください。

訃報 佐伯征慶さん（世話人）ご逝去。

お客様満足研究会の創始者のひとりであり消費者対応の“申し子”のような佐伯征慶さんが去る11月20日（葬儀22日）永眠されました。本当に残念です。会員の皆様の質問に丁寧に適切にお答えをされていた姿が彷彿とします。衷心より御冥福をお祈りいたします。

会員様情報

- 今期、次の8社が新たに会員となりました。有難うございます。宜しくお願い致します。
大阪ウォーターフロント開発㈱、牛乳石鹼共進社㈱、グリコ栄養食品㈱、常盤薬品工業㈱
㈱ときわ商会（以上6月号で紹介済み）、マナック㈱、㈱ロック・フィールド及びワコー㈱

- 引き続き、ご協力お願いいたします！

当会の内容をより一層充実・活発化するためにも、引き続き皆様の仲間を増やす努力をして参りたいと思います。会員の皆様もご存じの企業への働き掛けをお願い致します。

お客様満足だより（OM研レポート）「第34号」 12月20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