

お客様満足研究会だより

O M 研 レ ポ ー ト

第37号(2012年 9月20日)

<お客様満足研究会設立10周年記念号>

第37号の主な内容

- ・34回リレー談義
- ・総会ならびに記念講演会(於;大阪薬業年金会館)
- ・第55回事例研究会報告(於;大阪薬業年金会館)
- ・第37回OM研セミナー(於;ドーンセンター)
- ・第56回事例研究会報告(於;ピップ株式会社)
- ・私の推薦本!
- ・事務局からのお知らせ
- ・会員様情報

第34回リレー談義
「お客様相談室と私」西川リビング株式会社
品質保証部 お客様相談室
溝原 雅仁

我が西川リビング(株)の歴史は古く、創業は1566年、今年で446年目を迎えます。(ちなみに、1560年は室町時代で桶狭間の戦いがあった年代になります。)お客様相談室としましては、1987年に品質管理室が設立され、翌年から業務を開始していましたが、その10年後にPL法の制定に伴い、お客様相談室を設立し独立しました。

現在、男性、女性各2名の計4名で、年間約6800件(2011年度)のお問い合わせ、クレーム等の対応をさせて頂いております。弊社には、社員全員がリアルタイムに、相談室にかかってくる電話のやりとり、対応が詳細に見られる受付情報システムがあります。

私は、この職務に携わって今年で3年目と経験は浅いのですが、その前にいた営業部時代に時間があれば、自分のパソコンで興味本位にこの受付情報を見たものでした。お客様と相談部員の、まるで実況中継のような電話内容を見て…大変な部署やなあ、こんな細かい面倒なややこしい仕事を毎日よくやっているなあと感心しながらまるで他人事のように思っていたのですが、今、まさにその仕事をしている自分を不思議に思うことがあります。

“クレーム対応は当然お客様相談室だけで解決できるものではない。”“社員全員が共有化するものである。”ことをアピールする意味でも、弊社では品質管理室、お客様相談室主催の「クレーム品と品質情報展」と称して、年1回、(今年は7月22・23日)社内でイベントを開催しています。会社の役員、社員はもちろんのこと、商品を作っている工場、加工先関係の多くの人も来社します。お客様相談室としては、実際にクレームになった代表的な商品を何点か並べて、その商品毎にお客様との対応詳細や原因、改善点をパネルにして展示し、商品の品質管理について再度見直しを徹底し、ひとつの商品クレームがこのような結果を招く事を公表しています。



(左から二人目が筆者)

また、日々の業務に出来るだけストレスを少なくする工夫として、相談室内では、意見も愚痴も冗談も自由に言える環境作りが大切だと思い実行しています。というより、部員全員が明るい性格もあってか、自然にそのようになってしまいます。相談室は部屋が独立し隔離？されている為もあってか、笑わない日がない位、声を出して笑っていると、他部署の人に、「ちょっとストレス発散しすぎとちがうか！」と注意されることもあります。「この部署はそんな環境でバランスをとっているのです！」と言い返したこともありました。

年間総受付件数の内、問い合わせに関しては商品アイテムが多岐にわたっており、営業時代の商品知識、話し方等は生かしてはいますが、それでもかなり細かい事まで質問され、一回の電話で終わらず、調べ直す事も多くなってきました。本来、寝装・寝具の商品特性から、女性からの質問が多いはずなのですが、最近の傾向としては男性、特にリタイアされて時間がたっぷりある方、または、以前、繊維関係のお仕事をされていた方からのお電話をいただく事も多くなり、その為か詳細にわたって専門的な事を聞かれる場面が多く、逆に、我々が試されているように思うこともあります。

また、受付総件数全体のおよそ 16% (2011 年度) がクレームの対応になります。私の机の上には、“落ち着いた声で、ゆっくり、常に冷静に！”と今までの実戦で学んだことを自筆した自分自身への心得を貼っています。様々なお客様がおられるので、その場のお客様の環境を判断し、そのお客様に沿ったお話しが、機械的にならず常に自分の言葉で、相手にわかり易く話しができればとの思いからです。

商品クレームに対する一般的な対応としましては、最初に、お客様から商品の不備を指摘され、その商品を弊社に送って頂き、社内検査室で検査をし、その結果、商品に問題があれば、お詫びをするとともに、原因等の見解もお話し、最終的には、代品とお詫び状、粗品をお送りさせて頂くということで対応を終えています。しかし、最近はそのような事では済まない事例も多くなってきています。今年に入って弁護士事務所に相談した事例も数件ありました。私が営業時代からも感じていましたが、消費者の対応の難しさはいつまでも変わらない課題かと感じます。

私自身、お客様満足研究会に参加させて頂き、他社様の事例をお聞きすると、＜俗にいうややこしい人＞＜一般常識が通用しない人への苦勞されている対応＞の事例発表が多いように感じます。各社、それぞれの経験で積み重ねられたノウハウを生かされ、うまく解決の方向にもっていかれた事例は、私にとっても生きた教材として非常に良い勉強になっています。

昨今、学校でのいじめが、テレビ新聞等で連日大きく報道され、ひとつの大きな社会問題になっています。こういった現象により、いままで繰り返されていた陰湿ないじめ問題も、今後少しは減る傾向になるのではないかと期待しています。これと、同様に、我々の任務で常に悩まされている、いわゆる一部の非常識クレマー族の行ないも、マスコミ等の報道により取り上げられ、一つの大きな社会問題であると注目視されることが、一部の理不尽な消費者への対応に関して、大きな解決の近道になるのではないかと思います。

これからも、日々の経験で学んだことを生かしながら、「お客様に満足して頂ける対応」が出来るように努力して参りますので、皆様方のご指導の程よろしくお願い申し上げます。

★★★西川リビング株式会社一口メモ★★★

社名・西川リビング株式会社 代表取締役社長・中村 栄太郎

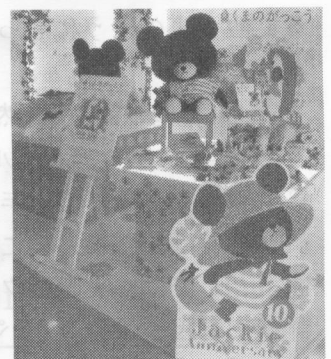
本社・大阪市中央区本町1丁目3番15号

創業・永禄9年(1566年) 設立・昭和16年(1941年)

資本金・4億円 従業員352名

経営理念 我々が創り出す製品・サービスを通じて、“ホームファッション”と健康”を提供し、社会に貢献する。“西川品質”商いとは信用である。信用は安心である。

事業内容 繊維商品および健康寝具・機器の製造販売



2012年度お客様満足研究会

10周年記念総会及び講演会

2012（平成24）年5月23日（水）、13時から、大阪薬業年金会館において、お客様満足研究会発足10周年記念の総会ならびに講演会が行われました。当日は、会員の方々はもとより、発足当時からご協力頂いた懐かしい方々もご参加いただき、また日刊わかやま新報と日本消費経済新聞の取材も入り、大変盛り上がった。参加者は41名（世話人含む）

●10周年記念総会 13時～13時30分

杓田和則・代表世話人の議長のもと、議事が進められ、2011年度の事業実績、経理内容が報告され、承認されました。引き続き、2012年度の事業内容（事例研究会、セミナー、交流会、OM研レポート作成）と予算案が提案され満場一致で承認された。

同時に承認された2012年度の世話人とその職能は次の通り。

代表世話人	杓田和則（元アース製薬㈱）
副代表世話人・会計担当	大和明夫（元近畿コカコーラボトリング㈱）
事務局長	山田光高（元キリンビバレッジ㈱）
事務局長補佐・セミナー担当	朝倉公治（ピップ㈱）
世話人・セミナー担当責任者	清水孝彰（元サンスター㈱）
	小幡宏正（元小林製薬㈱）
事例研担当責任者	高城正光（元花王㈱）
	岩澤清秀（元・現パナソニック電気㈱）
広報・事例研担当	野口昌則（元㈱デサント）
顧問・監査役	角野久史（㈱角野品質管理研究所）



●講演会 13時45分～16時30分

（I）「お客様対応の基本」

講師 清水 孝彰氏（お客様満足研究会世話人）

内容

1993年から10年間、サンスターでお客様対応業務に従事したことや、「誠意を見せろ」という本を出版したことなど、豊富な経験をもとに、クレーム対応の基本を分かりやすく講演。

主な内容は・・・

- 1、相手の話をよく聞いているか（クレームか相談かの判断、相手への共感、相手の申し出は事実との認識からスタート）
- 2、声の大きい人に余分な対応をしていないか。公平に対応しているか。
- 3、対応のタイミングを失っていないか。電話のタイミング。訪問のタイミング。回答のタイミング。
- 4、ちゃんとしたお詫びの言葉は言えているか。お詫びは、お金でなく気持ちで誠心誠意。
- 5、会社、商品に愛情を持っているか。
- 6、理不尽な要求には毅然とした対応をしているか。すぐ来い。社長を出せ、誠意を見せろ、マスコミに公表する、公的機関に言うなどへの対応は出来ているか。

ということですが、最後に「どんな目にあおうと、命までは奪われない」「この人が私を成長させて下さっている」「私がこの人の将来を握っているかもしれない」「経験に勝るものはない」などお客様対応の基本となる姿勢が大切ということで、講演の幕を下ろした。



(II)「生活視点の企業経営」

～存在意義のある会社を目指して50年～

講師 雑賀 慶二氏(株式会社東洋精米機製作所
代表取締役社長)

内容

戦後の苦しかった食糧難の時代を「わずか1、2年の間だったが、自分にとっては感受性が一番育った時期。長い年月だったと思うくらい強烈に心に残っている」と、自分の思考・行動の基礎が出来た時期と位置付けている。

食料を調達するために、ウナギなど捕獲する対象の立場に立った捕獲道具を考え出したことに触れ「人間必死になったら何でもできる。知識よりも智恵が大事」と強調。父親が個人経営していた個人会社を一代で和歌山県を代表する企業に育て上げた。

また、「自分が正しいと思ったことは、どんなことがあっても貫いてきた」とし米の中に混じっている石を取り除くための「石拔機」や河川や海の水が汚れている一因に米のとぎ汁があると気づき、水質環境改善のために考え出した「BG 無洗米」さらに人間の健康に着目し、糠と白米の境にある栄養価の高い亜糊粉層を残した「金芽米」開発の経緯を熱く語った。

その上で「人間が社会に出て、何を目指して競争するのか。真の競争とは、困っている人のために何とか頑張ろうとすることだ。社会の役に立つことを考えていれば企業の存在価値が生まれてくる」と、社長の人生・経営哲学を結びに講演を締めくくった。経営そして人の生き方を示唆する立派な講演だった。(日刊わかやま新報より)

お客様満足研究会 10周年記念総会



■第55回事例研究会報告■

実施日；2012年6月20日 会場；大阪薬業年金会館

参加者；48名(世話人含む)

1、雪印メグミルク株式会社 西下 義幸氏

事例1

【お申し出内容】

紙パック飲料での底モレ

【対応経緯】

- 「紙パック飲料を開封したら底漏れした」との申し出に訪問対応するが、訪問時に担当者のひじがご自宅玄関の壁に当たったことにより壁の損害賠償を要求された。
- 翌日再訪問、紙パック飲料の代替品を渡す。壁の修理は必要性がなく、対応しない旨伝えた。
- その後お客様からお客様センターへ不平不満のメールがあるが、その後連絡なく終了と判断。

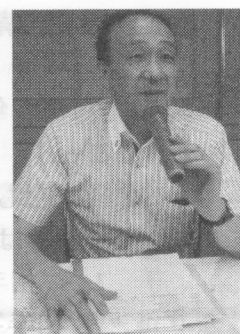
【質疑応答】

- 申し出品の入手方法は通常引取りか返送か→お客様に選んでいただくが返送が多い。
- 無茶な客への弁護士対応事例が多いか→ほとんど弁護士対応の事例はない。1件/年程度
- 実際に紙パックの底モレはあったか→漏れていたが交換品がないので1度目の訪問で回収できず。

事例2

【お申し出内容】

紙パック飲料で下痢をした



【対応経緯】 管理期間は行政と相談する方法もある。社内ルールを決めるとよい。

- 販売店を通じ「紙パック飲料を飲んだら下痢をした。」との申し出あり。製品の空パックのみで中身なし。
- 通院していない。誠意ある対応をしてほしいとの要望あり。販売店にも見舞金の要求あり。販売店に対し過去に数回苦情申し立てがあり、常習者の可能性大とのこと。
- 訪問して代替品のクオカードを渡し受診をお勧めし、製品が原因であれば治療費は支払う旨伝えた。製品は保健所へ持っていく。病院の診断書をもらうとのこと。
- 翌日クオカードについて質問があり、500円分使用できることを伝えた。その後連絡がなく終了と判断。

【質疑応答】

- 健康被害の場合、受診されたか等フォローを行わないのか。→通常はフォローを行うが、今回の場合は常習者と判断し追跡しなかった。
- 乳製品の場合体質などで下痢の可能性はある。現品はなくても診断書があれば対応するか。→アレルギーを確認し、同ロットで同様の申し出がないことを確認した上で対応している。

【世話人意見】

- よくある事例。事例1は2度訪問されたが、1度で完結できるとよかった。食品は迅速に対応することが求められており、今回は迅速に訪問されていて良かった。「対応は迅速に、結論は慎重に」することが大事。

2、カタギ食品株式会社 吉田 和司氏

【お申し出内容】

黒すりごまの袋にきな粉が入っていた。

【対応経緯】

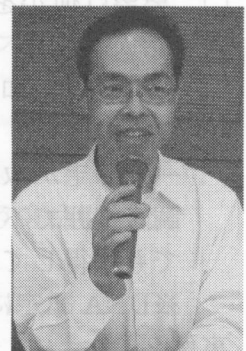
- 販売店を通じて「黒すりごまの袋にきな粉が入っていた」との申し出あり。現品は申し出通りほぼきな粉。
- お客様へ調査結果と、製造工程中きな粉を使っていないことを伝えたが納得されず、自分が入れたというのかと憤慨された。当該製品はお嬢様が購入し、自宅へ持ってこられたとのこと。
- 営業が店舗へ調査結果を説明。再度お客様へ同様の申し出がないことを説明し一旦ご納得いただく。
- 再度お客様より、「最初からきな粉が入っていた。自分が入れていない」との電話があり、ご納得いただけないまま終了した。

【質疑応答】

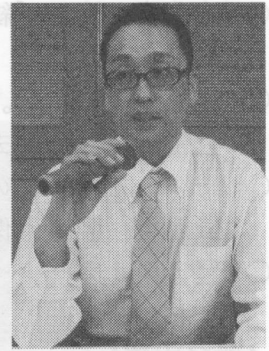
- お嬢様への状況確認はしたか→感情的にこじれたため、状況確認できていない
- 再利用できる袋か→ジッパーが付いている袋で再利用可能
- お客様の勘違いが前提で対応。善意の方でなら勘違いに気づくような対応が良かったのでは

【世話人意見】

- 最初からきな粉が入るはずがないことを前提で対応。→お客様との溝が埋められない場合が多い
→「驚かれたでしょう」等、お客様に寄り添った言葉が必要。お店でのいたずらの可能性もある等どこで入ったかわからないが共感することが必要
- 工場内の調査しか出来ない。工場出荷後手元に渡るまでのことはわからない旨を伝えることで、納得される場合が多い



3、牛乳石鹸共進社株式会社 山下 卓也 氏



事例1

【お申し出内容】

石鹸を使用していたら毛髪が出てきた

【対応経緯】

- 石鹸に毛髪が入っていたと申し出あり。交換を申し出たが、交換だけで済ますつもりかとお立腹。
- お客様より行政へ申し出があり、来所要請あり。訪問し経緯を報告。
- お客様額へ訪問し詳細を伺う。調査報告を約束。
- 製造工程内で混入する可能性がないことの調査結果に納得されず、再度行政より連絡あり。行政を訪問し調査結果を説明。行政はお客様とメーカーの話し合いで解決してほしいとの意向。
- 再度お客様へ調査結果を連絡するがご納得いただけず、使用時に入ったというなら DNA 鑑定してもよいとのこと。行政に対し対応の経緯と、これ以上対応できないことを伝えた。
- 後日行政を通じて調査不要の連絡あり。当該製品の処分の申し出あり。(意図不明)

【質疑応答】

- (山下氏より) 行政部門とのコミュニケーションはどの部署がしているか?
- 製薬 A 社、製薬 B 社 (どちらも同様)

相談室＝消費者センターと対応 品質保証部＝薬務課との対応

- 要望は何かを確認したほうが良かったと思う

【世話人意見】

- 管轄省庁を知っていることから知識のある方。一本だけ取れなかったことについて事実が知りたい
- 髪の毛が取れなくなる仮説を立てる必要がある。どれだけ仮説を立てられるかが重要。
- 調査範囲で不明な場合の結論は「わからない」。プロセスが理解できれば結論は「わからない」でも納得していただける

※DNA 鑑定についてはセンシティブな情報も明らかになる可能性があるので実施できない

事例2

【お申し出内容】

海外に持っていったボディソープがポンプ不良で使えなかった。交換してほしい。

【対応経緯】

- 2007 年 他部門で実施したアンケートはがきに、ボディソープ 3 本のポンプ不良について記載あり。(職業：客室乗務員との記載あり)で、他のメーカーと情報交換をする。
- 2008 年 不良品を送付したが対応がない由申し出あり。当該品は確認できなかったが返金に応じた。
- その後他社でも履歴がある方と判明。常習者と判断した。
- 2011 年 9 月 12 本がポンプ不良と申し出。全数の交換希望の手紙と、空ボトル 8 本が届く。残りは海外の空港で没収されたとのこと。対応時、お仕事柄知識をお持ちではどうかうと、個人情報の不当使用と激怒された。
- 送付中 1 本に長期使用が原因と思われる吐出不良があったため、代替品として新製品を 1 本のみ送付。

【世話人意見】

- クレーマーとの判断後は対応の必要なし。

○ 現品の保管期間は行政と相談する方法もある。社内ルールを決めるとよい。

※時間の都合上、世話人意見のみ

4、四国化工機株式会社 宮崎 稔子 氏

【お申し出内容】

アンケートサイトで当選した商品が未だ届かない

【対応経緯】

- サイト管理会社を通じて、懸賞品が届かない旨の連絡あり。
- メール便で送った旨伝えるが、届いていないので代替りの製品を送ってほしいとのこと。メール便は信用できない。また、忙しくて日中電話に出られないとのこと。メールでの対応を承る。
- サイト管理会社宛てに、メーカーの対応不満の申し出メールあり。サイト管理会社には対応状況を説明。
- 代替品を宅配便にて送付し、対応終了

【質疑応答】

- (宮崎氏より) メール便を使用しているか。信用性はどうか
メール便使用：2社 郵便使用：1社 他は宅配便を使用
A社＝メール便の場合届かない場合もあるが費用対効果を考えて使用することもある。いったんは探していただき、ない場合は再送するルール。
B社＝メール便は届かない場合が多い。不確実性を逆手に取ってメール便だと未着を申し立てる常習者もいる。
- 代替品のないプレゼントの場合は最初から少し多めに用意することがリスク管理になるのでは。

【世話人意見】

- メール便は本支店間の利用等にとどめるのがよいのでは。
- 相手が勤務時間内に連絡が付かない場合は、管理職から夜に電話してもらう方法もある。

▼▼第37回 OM 研セミナー▼▼

日時 2012(平成24)年7月27日(金) 13時～15時

場所 ドーンセンター 参加者 41名(世話人含む)

第一部 「花王生活者コミュニケーションセンターの活動」

～よきモノづくりと対応事例～

講師 丸山 明夫氏

花王株式会社生活コミュニケーションセンター・技術渉外部部長

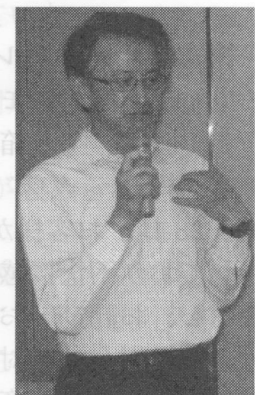
内容

- 1、花王の紹介と花王ウェイ
- 2、花王の消費者対応の歴史と現在の体制
 - ・オーストラリアの人からのヘアカラーにまつわるお申し出や消臭スプレーによる国内の事故など豊富な対応事例を紹介。
 - ・難渋クレームに見る人格障害の実態
 - 妄想的人格障害
 - 境界性 “ 見捨てられることに恐怖を持つ
 - 自己愛性 “ 自分は特別である
 - 反社会性 “ 犯罪者など

第二部 パネルディスカッション

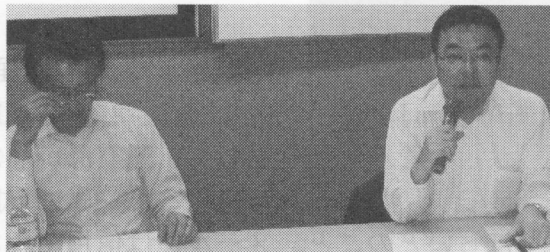
パネラー 丸山 明夫氏

岩井 清治氏 ハウス食品株式会社 お客様相談室・お客様センター所長



内容

- 1、現品ないがレシートはある、現品あるがレシートがない、両方ともない時の対応方法。
 - 2、商品対応の年数の問題（食品などは中毒を起こす可能性が・・・）
 - 3、運送会社が商品を紛失。
 - 4、調査の回答。書面で出すか否か。
 - 5、わび状を出すか否か。
 - 6、お客様原因のクレームへの対応。
 - 7、クレーム品の保管期限について。
- など、会員の方から寄せられた質問に
両パネラーは熱心に、丁寧に答えていた。



■第56回事例研修会報告■

実施日：平成24年8月8日水曜日

会場：ピップ株式会社 本社 参加者：50名（世話人含む）

1. 宝酒造株式会社 清水 弘子 氏

【お申し出内容】清酒からゴミのようなものが出てきた。

【対応経緯】

○6月4日、お客様から入電、お客様相談室から当該品を調査するため
お預かりすることを伝え、代替品2本をお客様に発送。翌日新しく開封
した製品から異物が出たので代替品を3本送って欲しいとの依頼、先に
発送した商品がお手元に届く旨をお伝えし、開けられた清酒は、透明な
グラスに入れ、ご確認していただきたいとお願いした。

○6月6日、お客様より返送された当該品が到着したので、調査をすることを伝える。

○6月20日、調査結果が出たので、お客様へ調査報告書をお送りすることを伝えた。

○7月5日、お客様より報告書に対しての手紙が到着。翌日、いただいた手紙の解答として、異
物混入は製造工程ではないと伝えしたが、納得しなかった。

○7月9日、お客様相談室からお客様に架電、代品が2本しか無いと言われ、1本送ることをお
客様に伝えたところ『もういい』とお客様より電話を切られた。

○対応に掛かった費用 清酒 1.8L×3本

【世話人意見】

○製品に問題無いと、こちら側だけで判断している。 ○外部機関に依頼はしないのか。

○なぜ3本目をすぐに送らないのか。 ○お客様の健康面に問題無いか確認していない。

○お客様の対応費用が高額になる場合もあるので、他のメーカーと情報交換をする。



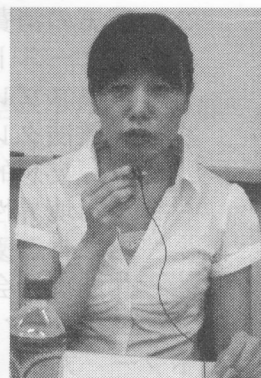
2. 株式会社アンデルセンサービス 上本 理絵 氏

【お申し出内容】レモンケーキの下に敷いているセロハンがずれている。

一箱に入っている8個全て同じ状態。

【対応経緯】

○6月28日、お客様から入電、レモンケーキの下に敷いてあるセロハンが
ズレており不快に感じた。お客様に工場で製造していること、梱包方法を
説明し、お詫び。お客様から何かしらの対応を求められたが、現品が確認
できない場合は、対応致しかねることと、包装作業を再度徹底することを
伝える。翌日、再度、お客様から入電。商品が1個残っておりセロハンが



ズレているので送ると申されたので、送付をお願いした。

○7月2日、お客様から個包装の包装紙、トレーと箱が届く。お詫びの手紙、図書カードを送付。

翌日、お客様から入電。お客様から対応が違う、製品を1箱返すのが通常、リピーターにこのような対応は不誠実と繰り返される。お話しをお伺いしたが、次第に論点がずれてきて、突然電話を切られた。その後、再度お客様から入電、⑧会社では、対応してくれないので、④会社で対応して欲しいと申されたので、先程対応した対応者と電話を替わると、突然電話を切られた。 ※他社に同じ申し出の履歴があった。

【世話人意見】

○セロハンがズレているのは、不良品ではない。 ○今回は、入電時、現物が無いとのことで訪問対応していない（通常はエリア担当者が訪問） ○報告書を作成してお客様へ送付。

○他社での対応を確認してみる。

○買ったクッキーが1年前のものがあり、クレームをいれたが、社長直筆で毛筆のお詫び文が届いて感動した。○お客様の気持ちを感じて対応できていない。（マニュアル的になっている。）

○クレーム対応は全てがハッピーエンドになる解決ではない。自然消滅でも解決である。今回はよしで良いのでは。

3. 株式会社アイセン 中谷 美和子 氏

【お申し出内容】 スポンジを使っていたら喉が痛くなり、息苦しくなった。

【対応経緯】

○4月6日、お客様から本社代表に入電。『スポンジを使っていたら、喉がすごく痛くなった。有毒ガスが含まれていないか？』お客様に有毒ガスが含まれているような事は無いことと、直ぐに係から折り返し電話をすることを伝える。約10分後、再度入電。『電話が無い』。品証部がお客様へ電話するが話し中。お客様から3度目の入電。『電話が遅い。会社の対応はどうなっているのか』と言い一方的に切られる。品証部が直ぐに電話を入れ謝罪を行い説明しようとしたが途中で切られる。4度目の入電。スポンジを会社に送ることと、対応が悪いことを一方的に言われ電話を切られる。上司からお客様に電話。体調不良を訴えているため救急車を呼ぶようにお願いします。お客様の友達から経緯を説明。病院の予約を入れた事を聞き、営業マンを自宅に向かわせることを約束した。自宅、そして病院へ行ったが、入れ違いになり再度自宅を訪問し、旦那様に治療費を支払いスポンジを受取った。（営業マンからの謝罪がなかった。）

○品証部上司からお客様に再度電話。営業マンの対応が悪かったことと、アナフィラキシー症候群のことを言われ、責任者をご自宅行き謝罪することを伝えた。

○4月9日、福岡営業所から該当商品のスポンジが届いたので、試験機関に調査を依頼。

○所長と営業マンが自宅に行き、対応の悪さを謝罪。

○4月19日、品証部責任者が訪問、調査結果を見せ安全なものと理解していただいた。また、スポンジで使用していた接着剤も有機系から無機系への変更を説明し了承していただく。お客様からアレルギー体質の方への注意表記の希望があった。お客様に理解していただき、御見舞金を渡した。

【世話人意見】

○接着剤を有機性から無機性に変えた判断は、このクレームと関係ありますか。→有機性を過去40年間使用しているがアレルギー等の問題が無かった。以前からにのびのびな無機性の接着剤にシフトしていた。



○お昼休みは、電話対応する人はいないのか。

→電話当番がいます。お昼休み電話当番がある企業は出席者の7割程。

○見舞金の金額は、上司判断によるもの。○見舞金は、いらないのではないか。菓子折り程度で良い。

○所長が謝罪に行く時に対応が悪かった営業マンを行かせるとお客様を怒らせる要因となるので一緒に行かせないほうが良い。○アナフィラキシーアレルギーは、持っている方の責任で注意しないといけない。

○アレルギーに関する問題は、食品関係が多い。

○原因はお客様にあるが、何かしらの事で重大な事になれば、企業イメージが悪くなる。

○初期の対応は悪いが、その後の対応が良く、このような対応をする部署が必要。

4. ピップ株式会社

【お申し出内容】尿器から尿が漏れる。返金・交換しろ、無償で送れ。

【対応経緯】

○2月28日、父親のために買ってきた尿器について使い方などの説明依頼が

あり商品の特性、使用方法、お手入れ方法を説明。翌日、同じお客様から

入電あり。『容器の継ぎ目から尿が漏れる。買った薬局で返金してもらった。

薬局がメーカーに伝えると言っていたが不安だったので直接電話した。』ご

不便とお手数をお詫び、必ず開発担当者に伝えることを言い対応を終える。

○3月14日、再度お客様から入電。『容器の空気穴から尿が出た。販売店に言ったらメーカーに言えと言われた。お金はいらぬ。メーカーから商品の一つ貰えと言われた。』→ご不便をお詫び、折り返し架電すると約束する。

○お客様へ架電し、販売店で返金してもらったお話を伺ったことを説明。

○販売店に内容を確認。販売店にも何度もお店に来られる難しい方と聞く。

○3月22日、お客様から入電。ドラッグ店で買った商品が壊れた。尿が漏れるので商品を捨てたがもう一度同じ尿器を使用したいので商品をタダで送って欲しい。→お客様へ架電。商品の状況確認。説明するが聞いて頂けず同じ話の繰り返し。購入した商品がお客様の手元にないため対応できない旨を伝えるが、お客様は納得しない。

○この対応の期間内に他の部署にも同じお客様からクレーム対応していることがわかり、交換品を送ったことを知る。

○5月8日、お客様から入電。クレーム内容は同じなので、ご要望にお応えできない事を伝え対応終了。

【世話人意見】

○お客様からクレームの電話があったら、わかりやすい説明書を作成するため、一旦折り返し電話している。

○週報で社内であったクレーム事案を回覧して情報を共有している。

○最近、暇つぶしでクレームの電話をしてくる方が多い。特に年配の方。年配の方へは書面で対応している。

○クレーム常習者の場合は、お客様扱いしない。そう判断できるように学んで欲しい。

○違う対応をする可能性があるので電話対応を一本化する。

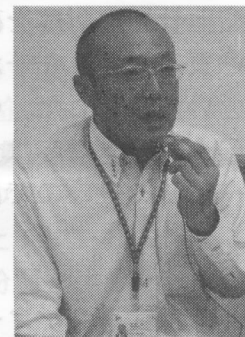
5. 最近困っていること／最近の情報

【お申し出内容】

半年前の薬の副作用のことで最近クレーム事案があり、どこまで対応したら良いか。

【世話人意見】

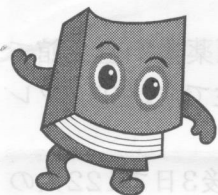
○事実確認をして因果関係をしっかり調べる。



○他のメーカーに聞いて同じ事例がないか、どのような対応をしたか聞いてみる。

○お客様側から副作用を証明できるものを提出してもらう。

事例研究会終了後、研究会会場であるピップ株式会社の近くの小料理屋さんで、毎夏恒例の情報交換会が行われました。文字通りあちらこちらで盛んに情報交換が行われ、2時間という飲み放題の時間がアツと言う間に終わった。



私の推薦本

「夫源病」

「男のうつ・治らなくても働ける」

著者;石蔵 文信(大阪大学大学院医学系研究科准教授)

「夫源病」 大阪大学出版会

奥様のいらいら、ストレスの源は、夫にある・・・という男性にとって大変耳の痛い本です。～が、家庭平和のためにも、一度読んでおく必要のある本です。特に定年後はその傾向が顕著になるようです。お互いに気をつけましょう。

「男のうつ・治らなくても働ける」 日本経済新聞出版社

～目からうろこの復職マニュアル～

～名医が説く「福音の書」～

～夫を支える家族、職場関係、医療・支援者に朗報～

うつは、「克服するのは大変なエネルギーが必要です。命に別条はないので、生活習慣病のようにコントロールすれば大丈夫、無理に治す必要ありません」と、筆者の石蔵文信准教授は言い切ります。

最新の医療知識をもとに、著者独自の専門領域・臨床体験を活かし、うつ病対策の斬新なアプローチ法を基本から実践までわかりやすく解説しています。お客様相談は精神的にも肉体的にも大変負担のかかる仕事です。ぜひご一読をお薦めします。

主な内容

「うつ病でも出社するのは。頑張りましょう」「男らしさの幻想が・男うつを招く」「男性うつ病の特徴」

「メンタルインタビューという方法」「ワークライフバランスと定年後を考える」・・・

<著者プロフィール>石蔵 文信氏

大阪大学大学院医学系研究科准教授、循環器科専門医。男性更年期外来も担当。

「ここが聞きたい！名医に Q」(NHK)、「たけしの家庭の医学、などテレビ出演多数。週刊朝日などの名医特集などに登場。毎日新聞の連載に登場など、大活躍中。

来年1月11日の ACAP 新年特別講演会・賀詞交歓会に講師として出演予定。

1955 年生まれ。三重大学医学部卒。国立循環器センター、大阪警察病院などを経てメイヨークリニック(米)に留学後現職。また、(社)大阪精神科診療所協会・会長の渡辺洋一郎と共に「一般医・精神科医ネットワーク」を立ち上げ、大阪中心に自殺者を減らす活動をしている。



事務局からのお知らせ

- 下口雄山先生をお招きし、9月14日(水)大阪薬業年金会館で行われた第38回 OM 研セミナー「メンタルフィットネス・マネジメント」の内容は、次号(12月15日発行予定)で紹介します。
- 第57回事例研究会は10月17日(水)に行われる予定です。皆様のご参加をお待ちします。
- 創立10周年記念「花王エコラボ見学及び研修会」は、10月19日(金)～20日(土)にかけて行われる予定です。宿泊は花王㈱さんのスバラシイ施設・花王有田研修所です。現在参加希望を表明しているのは15社です。エコラボでは、商品のエコ、企業のエコそして地球環境のエコのことを学びます。当分一泊研修は行われなと思います。セミナーでは「難渋案件対応時の基本と心構え」と題して世話人が直接に担当します。奮ってご参加ください。
- 第39回 OM 研セミナー「クレーム対応の実戦」は、11月14日(水)13時から、大阪薬業年金会館で行われる予定です。講師は、過去二度ご登場いただき好評だった玉本美砂子先生です。さらにグレードアップした内容です。ご期待下さい！
- お客様満足研究会のホームページを8月20日(月)にオープンしました。オープン後3日で122人のアクセス数がありました。今後会員専用ページを設け、セミナーなどの案内も行う予定です。また会員拡大のツールとしても期待しています。
- 難クレーム対応110番！ 気軽にご相談を！
連絡先 wdbsg119@ybb.ne.jp(山田事務局長のメール) あるいは
下記事務局にご連絡ください。
- 今回、「顧客対応の豆知識」は、都合で休載させていただきます。

会員様情報

- 下記の3社のご入会がありました。有難うございます。
株式会社ダスキン(4月)
株式会社クボタ(6月)
東洋アルミエコープロダクツ株式会社(6月)
- 株式会社ナリス化粧品、東洋産業株式会社、グリコハム株式会社の三社が退会されました。
有難うございました。いつの日か復帰されるとともに学べることを期待しています。
- ご協力お願い致します！
会員の皆様により一層ご満足いただけるよう、当会の内容を一層充実・活性化するべく、会員を増やす努力をして参ります。会員の皆様も、ご存じの企業へ入会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37号」 9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