

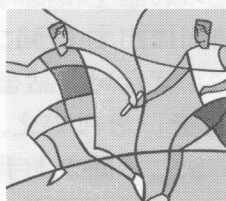
お客様満足研究会だより

O M 研 レ ポ ー ト

第38号 (2012年12月20日)

第38号の主な内容

- ・ 35回リレー談義
- ・ 第38回 OM 研セミナー報告 (於 ; 大阪薬業年金会館)
- ・ 第57回事例研究会報告 (於 ; ドーンセンター)
- ・ 創立10周年記念・特別企画一泊研修 (花王(株)有田研修所)
- ・ 第39回 OM 研セミナー報告 (於 ; 大阪薬業年金会館)
- ・ 事務局からのお知らせ
- ・ 会員様情報



第35回リレー談義

「お客様対応について思うこと」

株式会社ルシアン
マーケティング部
お客様センター
木村理香



<前列中央が筆者>

弊社はレースを輸入・販売する会社として1933年に京都で創業いたしました。現在は拠点を大阪に移し、女性用のインナーアパレル商品、手芸用品(プリント生地や刺しゅう用品など)、レース素材(企業様向け)の製造・販売を主に行っております。また、長年にわたり収集された稀少なアンティークレースの数々は非公開の「レース資料館」に保存されておりますが、近年はそれらのレースデザインを活用し、アパレル商品・手芸商品の開発・販売も行っております。

なお、経営理念として掲げております会社の目的は「衣文化の向上をおよび私達の活動を通して、一人でも多くの女性を美しく幸せにします」です。2009年8月には、株式会社ワコールホールディングスの完全子会社となりました。

現在お客様センターは部長1名(男性)、部員3名(全て女性)で、実務者の女性3名にて電話・メールへの返答やお申し出(※クレーム)対応を行っています。件数は1日あたり10件前後と多くはありませんが、インナー商品・アパレル商品・手芸用品・直営オンラインショッピングサイトへのお問い合わせを、電話2回線・メールで受け付けております。

問い合わせの傾向としては、商品の取扱店舗に関するものが大半を占めますが、手芸用品、特に刺しゅうキットの場合には、具体的な作り方や説明書の内容について、電話口で細かな説明をすることが求められます。また、お申し出の性質も異なります。とりわけインナー商品は肌に直接触れるものですので、かぶれ・痛み・傷など、お客様の健康を気遣う対応が多くなります。これに対し、手芸用品は生活必需品ではございませんが、趣味の世界で美意識やこだわりを追求されるお客様も多く、商品のわずかな誤りや不具合にも慎重な対応が求められる場合があります。商品知識が多岐にわたるため、私自身、入社当初はお客様の質問の意味さえ分からないことが多々ありましたが、6年後の今では、持っているインナーがいつの間にか自社商品ばかりだったり、休日には刺しゅうキットを趣味で刺したりするようになっていました。

最近よく考えるのは、「お客様は何のために弊社へ電話をかけられるのか」ということです。

無論、「分からないことを質問したい」という動機からでしょうが、「かけて欲しい言葉があるから」という場合もあるのではないかと、お客様自身も意識されていない、ねざらい・心遣い・慰めなど、心を軽くする言葉を求めて、電話をされているのではないかと考えています。

きっかけとなったのは、対応中にお客様が態度を急変させたり、取りつく島もなくなったような事態が続いたことがあったからです。それは、決してお客様が特殊な考えの持ち主というわけではなく、受け手である私の不用意な一言や、応対時の態度に原因があったケースの方が圧倒的に多かったと思います。解決方法を求めて、クレーム対応の本や心理学の本、上手な話し方の本などを各種読んだこともありましたが。

読み続けるうちにおぼろげながら分かってきたのは、一般のお客様が企業へ質問するという行為は、ある程度の緊張を伴うものだという事です。電話を受けているこちらでも緊張して臨んでいます。お客様の大部分も、多かれ少なかれ「意を決して」電話をかけられているのではないかと思います。その気持ちを先回りして、お客様へ対応できるようにと心がけています。「何年も使っているんだけど」→「長年ご愛用くださいまして、ありがとうございます」、「この下着が体に合わなかった」→「せっかくお求めくださいましたのに、ご期待に添えず誠に申し訳ございません」、「このキットはどうやって作るの?」→「説明書が分かりにくいようで、申し訳ございません」など、具体的な事柄について言葉を添えたり、「私はあなた（お客様）のお話を積極的にお聞きしますよ」「理解しようとしていますよ」という気持ちをできるだけ前面に出すように努めています。そういった姿勢が伝わったかな?と感じた時に、たとえご希望に添えないお話をしているとしても、お客様から案外辛らつな言葉を頂戴せずじ終了したことがありました。とはいえ、お客様の話をされている途中に、我慢できずつい口を挟んでしまうこともあり、決して聞き上手とはいえません。

今後、世相の変化に伴い、予想もしなかったようなお問い合わせやお申し出が発生することもあるかもしれません。更にお客様の高齢化が進んでいることも身をもって感じられますので、ご年配の方に向けた話し方や対応方法も、検討する必要があると思われます。高齢者のお客様は、とりとめもないお話から始まったり、要点が不明なこともしばしばありますが、それを「嫌だ、面倒くさい」と受け止めず、「このお客様のお困り・疑問はなんだろう」と積極的に耳を傾けるようにしたいと思います。日々勉強であると、肝に銘じています。

OM研は、まだまだ経験の少ない弊社にとって、様々な事例や対応方法を学べる大変貴重な機会です。今後も事例研究会やセミナーなどを通じ、学び・交流を深めていきたいと思っています。どうぞよろしくお願い申し上げます。

★★株式会社ルシアン会社概要★★

本店；京都市南区吉祥院中島町29 管理本部；大阪市西区新町1-28-3 創業；1933年
設立；1946年 資本金；9000万円 親会社；株式会社ワコールホールディングス
事業内容；インナーウェア、アンダーウェア、手芸用品及びレース素材の製造販売
経営理念；衣文化の向上。一人でも多くの女性を美しく幸せにする。

▼▼第38回 OM研セミナー▼▼

実施日；2012年9月19日(水) 13時～16時30分

会場；大阪薬業年金会館 参加者；22名(世話人含む)

テーマ；「メンタルフィットネスセミナー 笑顔でメンタルヘルス」

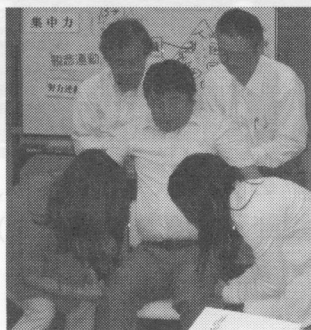
講師；下口 雄山氏(日本メンタルヘルスフィットネス協会理事)

内容

昨年の5月にご講演頂き好評を博した下口雄山先生再登場です。お客様対応は大変厳しい仕事です。自信を持って対応するには、精神的な安定、



即ち笑顔とリラックスが必要です。そのためには、自分を知ることが大切です。今回は「エゴグラム」という自己分析する方法をご教授頂きました。



先生の一言「“エゴグラム”で自分を知り、前回お教えした自律訓練法や自己暗示を駆使してコミュニケーション力をアップし、お客様対応の達人になってください」。

今回の受講者は12名と少なかったが、先生のご令嬢が作曲されたリラックスミュージックを背景に、参加された方は全員、楽しくメンタルヘルスを学べたとの感想でした。

←最初は重くて持ち上げられなかったが、“出来る・出来る”の暗示をかけると、なんとサッと持ち上がりました。

■第57回事例研究会報告■

実施日；2012年10月17日 会場；ロート製薬株式会社 参加者；48名（世話人含む）

内容；いつもの通り、4社から対応事例の発表がありました。

小林製薬株式会社（発表者；佐藤健太郎氏）の事例は、育毛液（医薬部外品）が目に入り、右目の視力が戻らないというもの。病院で検査を受けて頂くなどきっちりと対応。交通費や休業補償を請求されるも、商品に瑕疵はなく、治療費のみを支払い、対応終了。

キリンビバレッジ株式会社（発表者；金子享美氏）の事例は、野菜ジュースに異物（ホルモンの皮みたいなもの）が入っていたというもの。当該品を返送して頂いた。調査の結果、カビと判明。お詫びと報告のため、お客様を訪問。納得されず、返金処理。その上、毒性がないか再度カビの調査を依頼される。一般的なカビで毒性がないことが分かった。その報告に上司と再度訪問するも、物別れに。公共機関への発送を依頼される。

常盤薬品工業株式会社（発表者；腹巻友美氏）の最初の事例は、清涼飲料水のビンの底抜けによる車のシートの汚染。原因などの説明で奥様は納得されるも、車の所有者夫がクレーム。シートの取り換え費用を支払って終了。2件目は、のど飴のスティック包装が破れていたとのクレーム。店頭で騒いでいるとのことで、営業が急行。商品クレームから対応のクレームへ。お詫びとタクシー代支払いで一度決着するも、後日再度申出。故意に包装紙を破ったような形跡あるも、対応クレームにすり替わり、タクシー代支払う破目に。

株式会社マンダム（発表者；壺井正輝氏）の一件目は、コロン製品のトラブル。匂いがしないとのお申し出。異物を混入させた形跡あり。警察に届ける可能性があり協力を依頼するとトーンダウン。購入代金返金で決着。リピートクレマー（住所と名前を変えていた）。二件目は脱色剤で染まらないとのトラブル。脱色剤で染めるものではない旨説明。未成年らしいので、徹底して保護者に連絡させてもらうことを告げると、その後連絡なし。

いずれの事例に対しても、受講者と世話人が真剣に意見交換し、身のある討論となりました。



佐藤健太郎氏

（小林製薬株式会社）



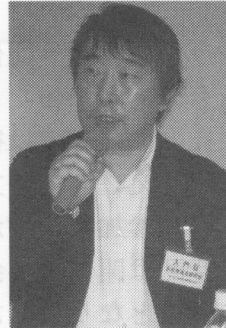
金子享美氏

（キリンビバレッジ株式会社）



腹巻友美氏

（常盤薬品株式会社）



壺井正輝氏

（株式会社マンダム）

お客様満足研究会

創立10周年記念特別企画

一泊研修会（花王エコラボ見学と特別セミナー）！！

お客様満足研究会は、今年の5月で創立10周年を迎えました。その記念として、10月19日（金）から20日（土）にかけて、初めて一泊研修会を開催しました。



初日は、花王株式会社の環境デモンストレーション施設「エコラボ」の見学が、2日目は、同社の有田研修所で特別セミナー「難渋案件対応時の基本と心構え」（講師；朝倉公治世話人）が行われ、大変好評を得ました。参加人数は17名。4名の方に感想文を寄せて頂きました。

「一泊研修」、ぜひ次回も開催を

アース製薬株式会社・お客様相談室

（担当者） 高嶋 伸夫

まず冒頭に、宿泊研修の様式についてですが、時間割・金曜日から土曜日にかけての日程・費用など全てにおいて適正で問題がないと思います。

内容については、まず初日にお伺いした花王さんの「エコラボミュージアム」は、全ての面でとても勉強になりました。最先端の考え方である「花王のエコ」を、最先端の技術を使い、「地球環境」から今すぐ出来る「エコ家事」まで、わかりやすく、楽しく、リアルに体験させていただきました。博覧会のパビリオンであれば人気スポットになるのは間違いないと思います。

またお客様対応の観点からも、説明頂いた方々の対応が大変勉強になり、参考となりました。入館する前のバスから降りる時から、退館してバスが発車して見えなくなるまで、よくない言い方かもしれませんが、対応に全く隙がなく、全てのお客様が笑顔で帰られる内容でした。このように「進んだ企業」の考え方や施設に接することは、個人的にも会社的にも大いに勉強となります。OM研究会がこういった機会をセレクトしてセッティングしていただくことは大変有難く、価値あることだと思います。

次に、今回の一泊宿泊のセミナーの大きな特徴は「泊る」ということだと思います。「泊る」ことは、ただ単に親睦を深めるだけではなく、参加者が食事を共にし、前日は終了の時間を気にすることなく、本音で意見を言える・聞ける機会が得られることだと思います。講義内容もさることながら、出席されている、それぞれの企業の方の、率直な意見をうかがえるのは大変有意義な事だと思います。

以上、前準備は誠に大変のことと思いますが、次回開催を期待申し上げます。

今回不参加の皆さん、次回はぜひご参加を！

福助株式会社・お客様相談室

上原 果弥

今まで、社外団体での宿泊を伴う研修に参加したことがなかったので、非常に新鮮で、また得るものも多かったと思います。

社内や組合では宿泊研修はよくありますが、社内の人ではなく、お客様相談室という同じ立場とはいえ、他社の方々との宿泊研修はめったにない機会です。また、金曜から土曜の一泊というのも、参加しやすかった条件の一つです。土日になると会社では休日出勤扱いを嫌いますし、特に今回は開催地が会社から近かったので金曜は入社してからの出張という扱いになり、参加OKの運びとなりました。

費用面では、年間予算に組み込まれていないとのことで、参加後2回のセミナーと引き換え条件でとなってしまうしましたが、それでも価値のある参加であったと思います。花王様の環境の大

変整った施設をご提供いただき、一泊2食と特別セミナーまで含んでの参加費は、かなりご苦労頂いたのではないかと思います。

宿泊研修の醍醐味は、職場を離れ仕事を離れた後に聞ける本音の意見と普段は隠された人間性です。次回があるなら、今回不参加だった方に、是非ともお薦めしたいと思います。

楽しく有意義だった一泊研修

丸三産業株式会社

岩本 昌之

私は今年の6月から「お客様満足研究会」に参加させていただいているのですが、世話人の方や参加者の方々の名前と顔が一致しない状態で、この数カ月セミナーに出席しておりました。今回の宿泊研修のお話をいただいたときは、みなさんとコミュニケーションをはかる絶好の機会だと思い、参加させていただきました。

初日の見学コースとなっていた花王(株)和歌山工場内にある「花王エコラボミュージアム」では、【花王の3つの“いっしょにエコ”】(お客様と、パートナーと、会社と“いっしょにECO”)では、実演を交えた見学をさせていただき、花王さんの取り組みが大変わかりやすい形となっており感銘を受けました。

懇談会では、普段のセミナーでは発表できないような仕事の悩みや、困っていること事などを話しあったり、とても有意義で楽しい時間でした。

二日目は「難渋案件対応時の基本と心構え」の講座を受け、基本的な事から文書化することにより、色々な事が再確認できて、より理解が深まったように思います。

費用も安くはなかったですが、良い経験をさせていただいたと思います。またの宿泊研修の機会があれば、是非出席したいと思います。

気持ちを新たにしてくれた一泊研修

UCC 上島珈琲株式会社

堀 由美子

日常の業務から離れ、普段のセミナーではない何かを習得出来ればという想いで、今回10周年特別企画セミナーに参加させていただきました。

まずは、花王様のエコラボミュージアムの見学。花王様の環境活動や展示物を通して、お客様と企業の距離の近さを痛感しました。もちろん、花王様の製品が身近に浸透しているということもありますが、わかりやすく伝えることがお客様との距離を縮めている要因と感じ、非常に勉強になりました。それとともに、子供のように楽しませていただきました。

また、セミナー「難渋案件対応時の基本・心構え」では、日頃の業務を一旦理論化することにより、日々の業務の整理が出来たような気が致します。

今回のセミナーでは、他社様の風土に触れたり、一泊二日という時間の中で参加された皆様と意見(日常業務の「あるある話」等を含めて)交換、共有することができ、それが通常の事例研究会とは異なり、最大の収穫だったように感じます。気持ちを新たに作る機会ともなり、今後もこのようなセミナーがあれば、是非参加させていただきたく思います。

▼▼第39回 OM 研セミナー▼▼

実施日 ; 2012 年 11 月 14 日 (水) 13 時~16 時 30 分

場 所 ; 大阪薬業年金会館 参加者 37 名 (世話人含む)

講 師 ; 玉本 美砂子氏 (株式会社 JBM コンサルタント・代表取締役)

テーマ ; 「クレーム対応の実践道場—クレームの本質と対処法—」

内 容

●第一部 講演「クレームの意味と対応方法」“クレーム対応は“心×言葉×サウンド”

玉本先生は「きちっとしたクレーム対応をするには、先ずクレームの意味、種類をよく理解し、お客様の心理状態を読み取ることが重要。そうしてクレーム対応のプロセスを把握し、使ってはいけない言葉など NG ワードマスターすることが必要。しかし会話術という技術的な面だけでなく、お客様を思う心を声（サウンド）で誠実にアピールすることがとても大切」と、強調されました。

●第2部 ロールプレイング

受講者が7つのグループに分かれ、そこに一人ずつ世話人が入り、客の立場で一人一人に電話で申し出をする。申出の内容は1) 盛んに CM している玩具がどの店に行っても入手できない。2) 野菜ジュースに異物が入っている。状況説明に社員をよこせ・・・の2つ。

世話人が客の立場でロールプレイングに参加する方式は初めて。対応者は、実戦さながら必死に受け答えしていました。アンケートの結果も、臨場感、緊張感があり、勉強になって大変良かったという方が大半を占めました。



3 回目の登場・玉本先生



グループに分かれて熱心にロールプレイング

事務局からのお知らせ

●2012年10月24日(水)、海南市商工会議所で行われた「苦情セミナー」(主催;海南特産家庭日用品協同組合)に、当会の世話人3名(栢田、朝倉、清水)が、パネリストとして参加しました。株式会社アイセン顧問で世話人の高城さんが司会を務めました。

●2012年11月29日(木)、金井美智子弁護士の発案で、弁護士との座談会が行われました。テーマは「お客様目線の対応」。我々にとって大変有意義な座談会となりました。当会の出席者は、栢田、大和、朝倉、岩澤、清水及び角野の6人の世話人でした。

●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。

*10月4日、東洋アルミプロダクツ様から110番に相談があり、世話人で対応させて頂きました。

会員様情報

●6月、東洋アルミプロダクツ株式会社・品質保証部の小埜知之様にご入会頂きました。有難うございます。

●引き続き、新会員の獲得にご協力お願い致します!!

お客様満足だより (OM 研レポート)「第38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