

お客様満足研究会だより

# OM研レポート

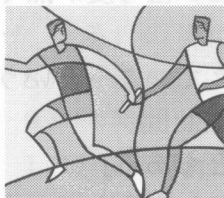
第39号 (2013年 3月31日)

## 第39号の主な内容

- ・ 36回リレー談義
- ・ 第58回事例研究会報告 (於; 大阪薬業年金会館)
- ・ 第40回 OM研セミナー (於; 大阪薬業年金会館)
- ・ 第59回事例研究会 (於; カネテツデリカフーズ株式会社)
- ・ 事務局からのお知らせ
- ・ 会員様情報

### 第36回リレー談義

#### 「お客様相談と私」



オハヨー乳業株式会社  
品質保証部お客様相談室  
小野 浩治



他社様では社長直轄であったり独立部署であったりすることも多い「お客様相談室」ですが、弊社では品質保証部の一部となっています。それはお客様から寄せられる様々な問い合わせやご指摘のうち、より緊急性の高い「ご指摘」について迅速・緊密に製造工場と情報共有し、お客様の声を第一義には商品の品質確保に活かしていこうという意図によるものです。お客様相談室は現在室長以下4名で、電話での一次対応窓口は現在外部に委託しており、またお客様の直接対応は各地区の営業担当者が担っておりますので、お客様への二次対応、ご指摘品の調査、製造工場の調査補助、報告書のマネジメント管理、営業担当者への説明・助言、ご質問・ご意見・ご要望の関連部署への橋渡し、一次対応窓口の指導・運用が主な業務になっています。

入社以来企画開発部で約18年過ごした私がお客様相談室へ異動してから3年余りになりますが、お客様相談室と私の関わり自体はもう少し長くなります。

入社当時、既に商品にお客様窓口の電話番号は記載されていましたが、当時は有料電話で、繋がる先は「品質管理課」になっていました。入社2年目の頃フリーダイヤルに切り替わった際に、「商品についての問い合わせ」が増えるのではとの予想から、受電機は企画開発部内に移設されました。この時点では「お客様相談室という名前の電話」が設置されただけで「お客様相談室」という部署が出来た訳ではありませんでした。当初は女性開発部員3名が窓口対応していたのですが、「電話が鳴ったらお客様をお待たせしない」の成り行きで私も電話に出ることが多く、そのまま対応担当者に組み込まれて行きました。結局それは97年に「消費者相談室 (その後お客様相談室に改称)」という部署が新設されてお役御免になるまで続いたのですが、消費者相談室新設の際には、それまでの入電傾向と内容の緊急性から品質保証部の一部署として開設されることになり、現在に至っています。

お客様相談室に異動して痛感するのは、企画開発部とお客様相談室は「商品を紹介してお客様と接する」という意味では同じですが、企画開発部はお客様を『マス』として捉えるのに対し、お客様相談室はお客様『個人』と接する部署だということです。そしてその『個人』に対する責任を負わなければいけない部署だということです。なので、日々『お客様相談室』業とは」とい

うことを意識しながら業務に取り組んでいます。別の言い方をすれば、直接的に生産にもセールスにも関わらない「お客様相談室」は「サービス業」そのものですが、「業」である以上、無償提供では成立しません。お客様が相談室にお支払いくださる『報酬』は、大雑把に括れば「① お客様が前払いで商品にお支払い下さった金額とおお客様の期待値との（＋と－両方の意味での）差額」、「② 相談室が提供したサービス自体に後払いで払って頂ける、お客様の満足」だと思っていますが、これを如何にして頂戴するかを意識するということです。この辺りのスタンスは、他の弊社お客様相談室メンバーやお客様満足研究会の各位とちょっと違うかもしれません。

とはいえサービス業の実務経験もノウハウもない身なので、某サービス業コミックからいくつか行動の目安にしている言葉があります。言葉同士に矛盾もあり、少しブラックな部分もありますが、いくつか紹介させていただきます。

「あそこで腹を立てるなんて素人でも出来ます。接客のプロの『最高の見せ場』なのに腹を立てる必要なんて少しありません」

「お客様は神様だが、神様の中には貧乏神も疫病神もいる。両方揃って人間だ」

『お客様は神様です』ではなく、対等な人間としてのサービス」

「お客様は感情のある人間ですから、クレームを無くすことは絶対に出来ません。落ち度が無くてもお客様の虫の居所が悪ければクレームは発生します。」

「クレームを『失敗』ではなく『お客様のこうして欲しいというご要望』と考えていこうという話です」

「時にはお客様のご要望にお応えしないことがお客様にとって最善の方法なこともある」  
クレーマーに対して「感情的になるまいなるまいと思うと却って感情的になってしまうものです。クレーマーのパターン分けに意識を持っていくことでお客様を冷静に観察し、解決法を探っていく余裕を持たせる」なんて手法も出てきて、結構役に立っています。

勿論これらは紙上の話ですから、実際のお客様対応がこんなにシンプルに方針付けできる訳もなく、言うは易く行なうは難し、なことは少なくありません。それに、実地に勝る教材はありません。お客様満足研究会の事例研で皆様からお聞かせ頂く難クレームの追体験や、日々お客様から学ばせて頂いている諸々に感謝しながら、少しずつ何かを掴んで行きたいと思っています。

最後に某コミックからもう一つ。「報酬も無しにプロの仕事が出来るのかしら？」。

報酬も貰えないような仕事はプロではありません。そして報酬を期待しているようでは同様にプロではない筈です。先ほど「報酬を意識しながら仕事をしている」と述べました。いつか「報酬を期待せずとも報酬が付いてくる」ようなお客様対応が出来るようになりたいものと思ひながら、日々を過ごしております。まだまだ未熟な私ではありますが、ご指導・ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

#### ★★オハヨー乳業株式会社一口メモ★★

代表；野津 喬 本社；岡山市中区神下 565 設立；昭和 28 年 6 月 資本金；1 億円

売上；448 億円 従業員；751 名 事業内容&経営理念；「お客様のもとへ、おいしい笑顔をとどけよう」をモットーに、牛乳、乳製品を製造販売している。

#### ■■第 58 回事例研究会報告■■

実施日；2012 年 12 月 19 日(水) 13 時 30 分～16 時 30 分

場 所；大阪薬業年金会館 参加者；45 名（世話人含む）

内 容

アースバイオケミカル株式会社（発表者；岸明德氏）の事例は、店頭展示販売会で行われた美容ドリンクの購入者プレゼント企画で、プレゼント商品が入っていなかったというもの。相談室で対応するも、展示会の



販売ブースで有無も把握しておらず、また対応者の経験不足で解決に手間取った。

お客様には、プレゼント商品をお送りし、ご理解いただき、巻き込み迷惑をお掛けした流通には詫び状を送って、今後も取引継続を約して頂き、対応終了。

備後漬物有限会社（発表者；新原浩之氏）の事例は、和風キムチに絆創膏が入っていたというもの。相談室よりお客様に電話でお詫びと説明をし、納得して頂き、代替品を発送して終了。

しかし、肝炎ウイルスの検査がされていないと、再びお申し出が。その後、量販店、保健所と綿密な連携のもと、ルミノール検査をし、陰性であったことを立証し、誠意をもって対応。「血液が付着していないことが分かったので終了します」と言って頂け、手土産も受け取って頂き完全に終了。因果関係が判然としない場合の対応のよい例となった。

西川リビング株式会社（発表者；溝原雅仁氏、谷村和子氏）の事例は、枕の中に針が入っていたというもの。購入先のKデパートと話し合い、西川で対応することに。先ず電話でお詫びし、お怪我がなかったか否かの確認をした後、調査のため針をお預かりに訪問。調査の結果、中国製の家庭用縫い針で、西川では使用していないことが判明。お申し出頂いた奥様にそのことを報告。納得頂き、消費者センターへの報告を依頼され終了。しかし、その後御主人がKデパートに現れ、

「西川とKデパートの今後このような事が起きない防止策」を聞きたいとのお申し出。再度訪問し、御主人に今回の調査の内容と西川の今後の安全に対する方針を説明。また、Kデパートからは防止策を記した封書を発送。今回の対応に納得された旨の葉書が届く。対応の経過書をKデパートに提出し、終了。

カネテツデリカフーズ株式会社の田野岡理恵氏より「放射能対策」について会員社への質問がありました。放射能検査をしているが、そのことは問い合わせがあれば開示しているが、積極的にはアピールしていないという企業が殆どでした。

最後に、高城正光世話人（株式会社アイセン顧問）が、㈱アイセンの経営理念＜消費者視点の経営＞やドラッカーの言葉を交え、最近の消費者対応についての講演がありました。高城世話人は、「新しい消費者対応とはCD（Customer Delight）、即ちお客様に感動して頂き、喜んで頂くだけでなく、CSV（Creating Shared Value。マイケル・E・ポーター教授＜ハーバード大学＞が提唱）、即ちお客様も企業もお互いにWIN-WIN（共に満足）になる対応である」と強調していました。



#### 情報交換会

事例研究会終了後、大阪薬業年金会館2F・シェモンに於いて恒例の情報交換会が行われました。会員の皆様は、名刺交換に始まり、終了まで、和気藹藹と情報交換を楽しんでいました。



## ▼▼第40回OM研セミナー▼▼

実施日：2013年1月30日（水）13時～16時30分

会場：大阪薬業年金会館 参加者：36名（世話人含む）

テーマ：「もう悩まない！抑え込みのテクニック」

講師：中村 友妃子氏（有・カスタマーケアプラン 代表取締役）

内容

クレーム対応には「感謝やいたわりの気持ちそして誠意は必要だが説得できるテクニックが大切」という心構えをもとに、今回は特にメールへの対応のテクニックについて、詳しくお話し頂きました。

メールへの対応に悩んでいるという相談室の担当者が多いなか、アンケートの結果も、大変タイムリーで解り易かったという意見が殆どでした。

**\*中村 友妃子氏プロフィール\***兵庫県出身。大手洋菓子製造販売企業においてお客様相談室、商品企画、広報宣伝、人材教育など多岐にわたる業務を担当。その経験を活かし平成12年有限会社カスタマーケアプランを設立。お客様対応に関する講演を始め企業の指導や著作活動など八面六臂の活躍をしている。主な著作；「あなたが担当者でよかった」「クレーム対応のプロが教える・最善の話し方」など。



## ■■第59回事例研究会■■

実施日：2013年2月20日（水）13時30分～17時

場所：カネテツデリカフーズ株式会社 参加者：42名

内容

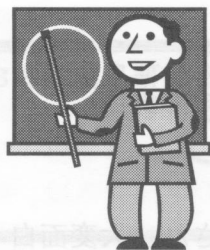
小林製薬株式会社（発表者；中本正也氏）の事例は、タンク洗浄剤による移染のクレーム。お客様は、洗浄剤でタンクが青くなり、色の付かないものとの交換を要求。代替品を送るも、又便器の水たまり部分が汚れたので、汚れの付きにくいトイレにせよとの要求。サイド代替品を送るも整流スポンジが汚れた。タンクと便器の交換を申し出。訪問者の歩いた床も張り替えよとエスカレート。再度訪問した際、便器にピンクの付着物を発見。調査の結果カビと判明。自腹でも便器の交換をしたい。安くなるよう交渉してほしいと要求。見積書を送るも連絡なし。

福助株式会社（発表者；上原果弥氏）の事例は、キャミソールお洗濯後のほつれによるクレームで、Eメールと電話のやり取りで二次クレームに発展したもの。同一商品がないため返金で処理。その後電話対応が悪いと再度クレーム。室長対応となる。当該商品は返却せず調査回答書、商品代金（普通為替）、お手間代のストッキング（¥525円を佐川便にて送り、到着確認もでき、終了となる。

株式会社ロック・フィールド（発表者；松山 圭子氏）の事例は、複数回、それも100回を越すお申し出への対応。会社とその商品のファンで悪意がなく、しかも株主にまでなって、会社のためを思って申し出てくれているので、きちんと対応するが、必要以上の事はしないよう務めた。

今回も3社の発表だったので、高城正光世話人が「お客様対応」の基本についての講演を行った。また、アイセン株式会社と株式会社サンコーから常習クレーマーに関する情報提供があった。質疑応答が多く、盛り上がった。





## お客様対応一口知識！

深沢直之弁護士が提唱する

「こんな行為・セリフが出たらイエローカード」

(週刊ダイヤモンド)

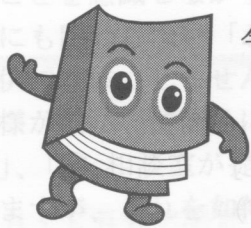


- 1) 複数部署へのクレーム
- 2) 社長（役員）を出せ、責任者を呼べ、上の者を出せのリピート
- 3) クレームの中身が次々に変わり、本題のクレームが忘れられている
- 4) 対応の悪さをいつまでも執拗に指摘、社員教育委に言及
- 5) 叶いそうにない要求や特別待遇をあえてストレートに主張
- 6) 「文章をよこせ」「一筆入れろ」との要求
- 7) 「本社に言う」「マスコミ・役所・議員に言う」「インターネットに掲載する」「訴えてやる」のリピート。（異常な頻度と長さの電話）
- 8) 「暴力団に言う」「街宣させる」「大会で問題にする」
- 9) 「時間はたっぷりある」と執拗な行動
- 10) 事故責任を棚に上げて要求・主張し、企業や他人の責任を追及
- 11) 「以前にしてもらった」「知人がしてもらった」から「同様にしろ」
- 12) 「そんなこと言っていない（聞いていない）」「A係長が言った」「B課長からそう聞いた」  
ぎっこんばったん、言った言わない
- 13) 「不手際情報を隠した」「放置した」などとリピートする執拗な行為
- 14) 「誠意を示せ」「社会的・道徳的な責任は？」と執拗な行動
- 15) 長時間の軟禁
- 16) 事務所・店頭に居直り、大声で非難
- 17) （何時であろうと）「すぐ来い」「すぐやれ」
- 18) トラブル間に得たかもしれない利益を損害賠償しろ「迷惑料よこせ」高額金品の請求
- 19) 新品との交換要求。全額返金の要求、または代金を支払わない
- 20) 苦情のもととなる現品が存在しない。レシートもない不確かな申し出
- 21) 氏名・住所など教えない
- 22) 要求内容が異常値
- 23) 普通の顧客なら受け入れること、理解できる内容を拒絶
- 24) その事態に相応しくない内容・態度・頻度など、担当者がとても理解できないことを平然と主張

深沢弁護士は、以上のようなクレーマーの24の行為の種類のうち、2項目が該当するようであれば「イエローカード」を出して関係者に注意を促し、一般クレーム対応手順から特異クレーム対応手順に移行するように提案しています。

また明らかに悪質なケースは最寄りの警察や暴力追放センターや弁護士に相談したり、場合により対応の全てを弁護士に委任することを検討することも大切と言っています。

いずれの場合も、進捗状況を時系列で正しく、出来るだけ詳しく記録（または録音）しておき後日の紛争に備えるのが重要ではないでしょうか。



## 今！話題の本

### 「妻の病気の9割は夫がつくる」 (マキノ出版会)

著者；石蔵 文信 (大阪大学大学院医学系研究科准教授)

今年の ACAP の新春講演会 (1 月 11 日) で「ストレス」に関する講演をされ、大変面白く興味深かったと、好評を博した石蔵先生の最新刊です。以前出版され、特に女性に人気の高かった「夫源病」の続編。

定年後、奥様から突然離婚を迫られたり、関係がぎくしゃくし、その原因が分からず悩んでいる男性が多いようです。老後の生活を明るく楽しいものにする良きバイブル。

#### <著者プロフィール>

1955 年生まれ。三重大学医学部卒。国立循環器センター、メイヨークリニック (米)、大阪警察病院を経て、現在大阪大学大学院医学系研究科准教授で循環器科専門医。また男性更年期外来も担当。

「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。テレビ出演や講演活動及び執筆活動と大活躍中。

石蔵文信



### 妻の病気の9割は夫がつくる

医師が教える「夫源病」の治し方

その頭痛、耳鳴り、めまい、  
高血圧、うつ、不眠は……  
夫が原因の疑いあり!

600人の夫婦を診た専門医が解決法を伝授  
★最も悩まれている夫婦の悩みを解決する  
★「夫源病」を治すための具体的な方法を伝授

## 事務局からのお知らせ

- 1月4日、当会事務局長として頑張ってまいりました山田光高氏が、逝去いたしました。生前の御厚誼に感謝申し上げますとともに、御弔意を賜りました皆様に厚く御礼申し上げます。合掌。  
後任の事務局長を朝倉公治が務めさせていただきます。ご高配のほどよろしくお願い致します。
- 3月29日(金)13時より、大阪薬業年金会館において、松田恭子弁護士を招いて第41回 OM 研セミナーが行われました。その模様は次号(6月発行)に掲載致します。
- 4月17日(水)13時より、大阪薬業年金会館において、活動報告と活動計画及び NACS の特別講演を兼ねた第60回事例研究会が行われます。情報交換会がありますので、奮ってご参加ください。
- 5月16日(木)13時より第42回 OM 研セミナーが行われます。講師は話し方のプロ北村幸子氏(株 NTT マーケティングアクト)。会場は、大阪薬業年金会館です。奮ってご参加ください。
- 難クレーム対応110番！ 気軽にご相談を！

連絡先 下記事務局あてに御連絡ください。

## 会員様情報

- 1月、株式会社フクナガエンジニアリングの野村 景様にご入会頂きました。有難うございました。
- 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39号」3月31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