

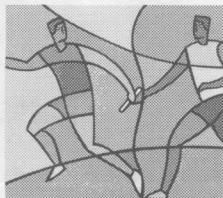
お客様満足研究会だより

O M 研 レ ポ ー ト

第40号 (2013年6月20日)

第40号の主な内容

- ・第37回リレー談義
- ・第41回 OM 研セミナー (於; 大阪薬業年金会館)
- ・第60回事例研究会 (於; 大阪薬業年金会館)
- ・第42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37回リレー談義
「お客様相談と私」ワダカルシウム製薬(株) お客様相談室
若井 真理子

弊社は1856年初代(和田)卯助が大阪道修町に「鍵屋卯助商店」を設立したのち1911年二代目政治郎が大阪府立高等医学校(現大阪大学医学部)の協力を得て

「ワダカルシューム」の製造を開始したことに始まります。1921年、新聞雑誌に広告を開始、このころから戦前戦後を通じて「安産のために」のキャッチフレーズが浸透し、カルシウム剤の代名詞となります。以来100余年、日本で初めてカルシウムの錠剤を開発した会社、カルシウム剤製造のパイオニアとして「カルシウムひと筋」にこだわり、様々な製品を提供し続けてきました。2008年、ピップ(株)(現フジモトHD(株))の子会社となり、ピップグループの一員として新たなスタートを切りました。

私がお客様相談室の仕事に就いてまだ数ヶ月、その前は9年ほど調剤薬局の薬剤師をしていました。薬局では患者様との会話は日々の仕事のひとつでしたが、お客様相談室の仕事に就くようになって最初に感じたのは、お顔の見えないお客様とお話しする難しさでした。どう感じておられるのか、何をお知りになりたいのか、どんな方なのかなどのお客様情報をお声、口調、間合いの取り方などから感じ取り、迅速に対応しなければなりません。

年間の受電件数は600件ほどで、お問い合わせの内容は多岐にわたります。一番多い項目は医療用医薬品との飲み合わせの質問です。カルシウム剤が主力製品ということもあり、高齢の方からの問い合わせが大部分ですが、お子様向けの製品もありますのでお子様が様々なアレルギーをお持ちのお母さまからの問い合わせも増えてきております。最初の段階では聞き役に徹し、お困りの状況、質問の内容を把握してからお答えするように努めています。また、専門的な質問をされる方もいらっしゃるため、即答できない場合はお時間をいただき改めてお答えをしております。当初は、「お客様相談室」≡「クレーム対応」というイメージがあり、不安な気持ちもたくさんありました。しかし、「お客様満足研究会」に参加させていただき、多くの同じ仕事をしておられる各企業の先輩方の事例や経験のお話を聞き、また世話人の方々から「お客様からの生の声を聴ける面白い部署、会社にも貢献できるよ」とのお声もいただき、徐々に「やってみよう」という気持ちが高まってまいりました。

幼いころ電話が大の苦手な「リーン」となるたびに泣き、祖父母が一生懸命受話器の向こうから話

しかけてくれても泣いてばかりで何一つ話せなかった私が、お客様相談室の仕事をしているなんて、天国の祖父母はさぞ驚いていると思います。

これからも日々の経験をコツコツと積み上げていながら、「お客様に満足していただける対応」を心がけていこうと思っております。皆様方、今後ともご指導のほどよろしくお願い申し上げます。

★★★ワダカルシウム製薬株式会社一口メモ★★★

会社名；ワダカルシウム製薬株式会社 業態許可；第二種医薬品製造販売業、医薬品製造業
設立年月日；昭和23年7月2日 操業；明治44年(1911年) 資本金；9800万円 従業員；90名
系列；フジモトHD株式会社 経営理念；「カルシウム剤のパイオニア」として、人々の骨と健康に
こだわり、生きる喜びを支え続けます。

▼▼第41回OM研セミナー▼▼

実施日；2013年3月29日(金) 13時～16時30分

場 所；大阪薬業年金会館 参加者；32名(世話人含む)

講 師；松田 恭子弁護士(フロンティア弁護士事務所)

内 容

難クレーム対応経験豊富な実戦派・松田恭子弁護士、3度目の登場です。
先ずクレームの定義に始まって、その対応の手順を、**初期対応**(A・対応を決定する材料集め B・相手の感情の鎮静化)→**具体的交渉**(A・対応策の決定 B・交渉)→**終息**(一般通常のクレーム)⇒**終息しない**=**悪質クレーム**(最終対応=縁切り状)という流にそって、多様な事例を基に分かりやすく、熱心に解説頂いた。

また、実際の事例検証(ケーススタディ)では、①対応困難な顧客(例えば身障者、同性愛者など)に対する入店あるいは宿泊拒否が問題になった事案 ②侮蔑の言葉や暴言を続ける顧客への対応 について、聴講者に対応方法などを質問しながら、その回答に法的解釈を加え丁寧にご説明頂いた。特に、身障者や同性愛者など社会的弱者には、差別の問題をよく検討し慎重に対応することや、権利団体の圧力に屈しないだけの理論武装と覚悟が必要と強調されたのは、そうした対応に困っている担当者の方には大変力になったのでは！3度目の講演でしたが、新しい内容が盛り込まれ、一方的な説明だけではなく、全員で考える楽しく有意義なセミナーとなった。アンケートの結果でも松田先生の人気は素晴らしく、定期的開催を望む声が多かった。



■■第60回事例研究会報告■■

日時 平成25年4月17日(水) 13時～17時

場所 大阪薬業年金会館 参加者 54名(世話人含む)

第一部 「2012年度活動実績及び2013年度活動計画報告」

先ず、1月に逝去した山田光高の後任として新たに事務局長に就任した朝倉公治が新任の挨拶とともに2012年度の活動実績を報告。次いで会計担当世話人の大和明夫が2012年度の経理実績と2013年度予算について説明。引き続き、事例研担当世話人・高城正光が2013年度の事例研究会の計画について、セミナー担当世話人・清水孝彰が2013年度のセミナー計画について説明。最後に朝倉事務局長より「お客様満足研究会会則」の変更の報告がなされた。



朝倉公治・新事務局長

第二部 「第41回事例研究会」

タイガー魔法瓶株式会社（発表者；上原明子氏）の事例は、圧力 IH 炊飯ジャーの音と振動が気になるので、正価で引き取れというもの。販売店への申し出もしない、現物を送るのも潔よしとしない、レシートの有無も定かでなく、無茶な謝罪文を要求し、自分の説を押し通そうとする常習者の顧客への対応。最初は顧客のペースで進んだが、同業者に照会し、暴走センターに相談した結果、顧客の性質が分かり、内容証明を送るなど、断固とした対応で最小限の出費で解決。

麻耶堂製薬株式会社（発表者；茶谷展安氏）の最初の事例は、エキス散剤をアルミシールにより分包されたものを服用したところ、固まっていて、口中で溶けないと、薬店を通じて申し出があったトラブル。二つ目の事例は、同じくエキス散剤をアルミシールに分包されたものを開封したところゼリー状になっていたが、溶かして飲み、気持ちが悪く今後飲む気がしないと、お客様から直接申し出があったというもの。双方とも現品がなく、未開封の分包品を検査した結果、発生原因は確認できなかったが、正常品と判明。薬店（最初の事例）とお客様にご迷惑をお掛けしたお詫びをするともに、原因調査報告書をお出しし、代替え品と返金で対応。

丸三産業株式会社（発表者；岩本昌之氏）の事例は、マスクによる肌トラブルで、お客様の症状を聞いていない、自分が責任者と言っておきながら他に相談し相手を待たせる、面会を申し出していないなど、初期対応のまずさでお客様を怒らせ決裂したもの。

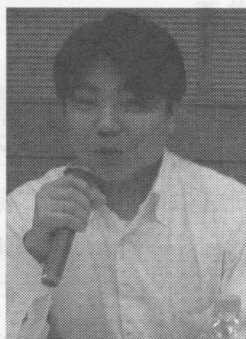
ピップ株式会社（発表者；岡野誠氏）の事例は、圧力タイプのサポーターによる鬱血と皮膚障害発生によるトラブル。治療費などの要求があったが、通院の履歴がなかったことが判明。商品も正常品であったため、見舞金と商品代返金で対応。金額に不満を示すも、その後連絡なし。



上原 明子氏



茶谷 展安氏



岩本 昌之氏



岡野 誠氏

第三部 特別講演「消費生活アドバイザーへの道」

講師；藤原 以久子氏（公益社会法人日本消費生活アドバイザー
コンサルタント協会西日本支部 支部長）

樋口 容子氏（ “ 副支部長）

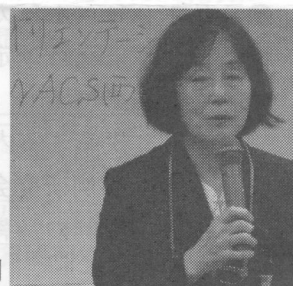
内容 お客様相談の担当者は勿論、一般の会社員にとっても、消費生活
アドバイザーは大変役に立つ資格です。その概要と試験の要領に



樋口 容子氏

ついて藤原支部長と樋口副支部長に丁寧にご説明
頂きました。

今年の試験日は一次が10月6日(日)、二次が11月
30日(土)そして面接が12月1日(日)です。
是非挑戦してください。



藤原 以久子氏

特別講演終了後、情報交換会が行われ、藤原・樋口両講師にもご出席頂
き有意義で楽しい会となり、大変盛り上がりしました。

▼▼第42回OM研セミナー▼▼

実施日：2013年5月16日（木）13時～16時30分

会場：大阪薬業年金会館 参加者：22名

テーマ：電話応対実践講座；基本編

講師：北村 幸子氏（株式会社NTTマーケティングアクト）⇒

アシスタント：依藤 由香氏（ “ ” ）

内容

お客様対応の基本は的確な対応（わかりやすく、話し言葉で）と好印象な対応（感謝の気持ちが伝わる）であると冒頭に説明され、言葉づかいができていない（自分ではいいと思っていでも先方からみるとよくない）、復唱確認ができていない、対応姿勢がよくない、などが多いといわれる。

笑顔でやさしく、姿勢よく対応し、お客様を大切にすることを基本に、以下のカリキュラムに沿ってお話があり、ロールプレイングを含めた実習もあって、参加した会員のみなさんの表情は安堵感と笑顔で終わることができた。

参加した皆さんのアンケートの結果も、楽しく学ぶことができた、勉強になったと好評であった。

1. マナーとは 2. 顧客満足とは 3. 電話応対とは
4. 効果的なコミュニケーション 5. クレーム対応の基本
6. 言葉づかい 7. 笑声の応対 8. 電話応対ロールプレイング

*北村幸子氏プロフィール

日本電信電話公社入社後、コミュニケーター、営業などを経て人材開発担当課長としてマインド力育成など人材教育に従事。電話応対、接客応対、コミュニケーター等の研修に限らず、営業課長及びNTTグループ会社支店長としての経験を生かし、営業基本研修、クレーム対応研修、問題解決力研修などの幅広い研修を担当。NTT西日本一関西主任講師として社内研修に従事する傍ら、社外研修では各企業の相談室等のテレコミュニケーターへの研修等、多方面で活躍中。感謝の気持ちをしっかり持つ「心」の部分を強調し、業務に活かせる研修を心がけている。



事務局からのお知らせ

●6月19日（水）カネテツデリカフーズ株式会社で行われた施設見学及び第61回事例研究会の様子は、9月末発行予定の「OM研レポート」（41号）に掲載致します。

●第43回OM研セミナーは、7月17日（水）13時から大阪薬業年金会館で行われる予定です。詳細が決まり次第ご案内させていただきます。

●第62回事例研究会は、8月21日（水）、13時から大阪薬業年金会館において行われます。研究会終了後、恒例の情報交換会が催されます。奮ってご参加ください。

お客様満足だより（OM研レポート）「第40号」 6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