

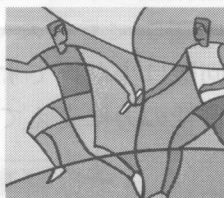
お客様満足研究会だより

OM 研 レポ ー ト

第41号 (2013年9月20日)

第41号の主な内容

- ・第38回リレー談義
- ・第61回事例研究会 (於; カネテツデリカフーズ株式会社)
- ・第43回 OM 研セミナー (於; 大阪薬業年金会館)
- ・第62回事例研究会 (於; 大阪薬業年金会館)
- ・事務局からのお知らせ



第38回リレー談義 「お客様相談と私」



株式会社アイケイ
商品管理チーム CSC グループ
永井 麻依

「昨日お休みだった？」そう聞かれるのは、どうも声が大きいからのようです。声がフロアに響くので、声が聞こえないと「いないのかな？」と思われるようです。そう言われるとちょっとにんまりしてしまうのが、我が社のお客様サービスセンター(略して CSC)。「オープニングトークは元気よく！」「笑顔が見えるご案内」を目指している為「声が響く」＝元気がいい！！嬉しい一言なわけです。

そんな我が社のお客様サービスセンターは、男性1名・女性3名の計4名で対応しております。月間の受電件数は、800～1200件。専任は4名ですが、コール数が多い時・コールが重なってしまう時は、どうしても取りこぼしが発生します。その為の二次対応者として、同部署の品質管理グループの皆さんにマニュアルをお渡しし研修しており、簡単な内容であればその場で回答いただけるように、難しい内容であれば「担当者より折返し」としていただき、専任の私たちから折返しをさせていただくようになっております。

我が社の業務内容は少し説明しにくいのですが、「BtoBC」「BtoC」と両方の業態を持っており、BtoBCでは全国の生協様・通販会社様に、商品やカタログ企画を提案したり、その受注業務から出荷作業・アフターフォローに至るまで通販に関する様々なノウハウを切り取って行えるようになっております。そのノウハウを以って BtoC でも通販を行っており、主には WEB での通信販売を行っております。

我が社のお客様サービスセンター最大の特徴は、6種類の回線を使い分けて受電していること。「BtoBC」業態と「BtoC」業態の両方があるため、「BtoBC」の取引先様による回線分け、自社通販の対応回線、自社販売品の対応回線、グループ会社の対応回線、全部で6回線あり、8月からは更にもう1回線増える予定です。販社により回答の仕方が異なり、取扱商品は食品から雑貨品(アパレル・日用品・化粧品・家電品等)まで30000点越。とても煩雑になりやすい状況下ですが、情報を取りまとめた対応一覧表を作成し、また4名の対応者は日々知識を増やしていきながら、お客様対応をしております。唯一の男性対応者(50代後半)も、当初は「化粧品のことは分からない」と化粧品に関するご質問について倦厭しておりましたが、簡単な化粧品のことであれば自分で対応出来るようになり、最近ではオールインワン化粧品で肌のカサカサ感がなくなったなどと、自分自身でも様々な

商品に触れ楽しみながらやっているようです。

フリーコールの受電対応の他に、当部署では社内へのご申告内容の発信、商品パッケージやカタログを「お客様目線でチェックする」業務などがあります。それぞれの部署担当者は、やはり重要視するところが異なる為、例えば営業であれば「売上」、商品開発担当者であれば「買ってもらえる商品」、商品調達担当者であれば「潤沢な在庫管理」。私たちお客様サービスセンターは「お客様目線」と、それぞれの考え方で意見が食い違うこともよくあります。私たちは「エンドユーザー様と直接お話出来る」社内で唯一の部署。他部署の皆さんと意見を交わす時によくお伝えするのが「当たり前はありません」ということです。知っていると「当たり前」になってしまうことが、お客様にとっては当たり前でなかったりします。営業や商品開発担当者は知識も経験も豊富である為、どうしても「当たり前」であることが多くなります。でも、それでいいんだと思います。「売上を作る」これは会社として絶対に必要なこと。その為に知識や経験が増えることはとても大切なことです。だからこそ、私たちが声をあげないといけないんだと思っています。私たちも商品案内や様々なご質問にお答えする為には知識が必要です。臨機応変なお答えをする為には経験が必要です。でも、絶対に忘れてはいけないのは、お客様目線。お客様立場。それを忘れずに社内・社外に対して対応することがお客様サービスセンターの役目だと思っています。

自社だけでは学べない経験や知識を学べる場所がお客様満足研究会。参加出来る回数は少ないですが、これからも皆さまの事例研究や聞かせていただける様々なお話を、自分の、我が社の力に変えていきたいと思っています。これからも元気と笑顔でお伺いします。今後ともよろしくお願い致します。

★★株式会社アイケーロメモ★★ 名古屋市中村区名駅3-26-8 KDX名古屋駅前ビル5F

設立；昭和57年 代表者；代表取締役社長・飯田裕 資本金；4億174万円 売上；約123億円
従業員；251人 扱い商品；食品、家庭用品、服飾品、化粧品、健康食品等多岐にわたる 経営理念；メーカーベンダーとして商品ジャンル・販売チャネルの垣根を越えた情報とノウハウでお客様の「？」を「♪」に変える商品を提供する。

■■第61回事例研究会報告■■

日時：平成25年6月19日（水） 12時～17時

場所：カネテツデリカフーズ株式会社

参加者；54名（世話人含む）

工場見学；12時～13時 カネテツデリカフーズ株式会社さんのご好意で事例研究会開催の前に同社の工場を見学させて頂いた。衛生管理がしっかり行われており、商品の安心安全に最善を尽くす同社の姿勢がうかがわれた。（参加者；27名）



<発表内容>

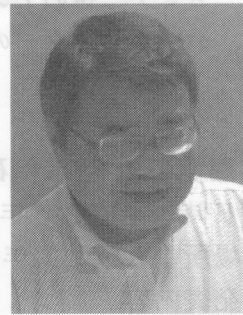
アース製薬株式会社（発表者；高嶋伸夫氏）の事例は、虫よけ剤を設置し1週間しても効果が認められないというもの。代替品を先に送り、検査のため現品を送って頂くことに。現品に異常がないことが判明し、その旨を伝えるも、納得されず。その後捕まえて虫と代替品が送り返され、4項目の質問状が添付されてきた。虫の特定をし、質問に対して商品特性や対応法を出来る限り丁寧に回答。その後連絡なし。

カネテツデリカフーズ株式会社（発表者；田野岡理恵氏）の最初の事例は、商品に歯が入っていたというもの。息子さんから父親が食べていた商品から人の歯が出てきたとの怒りの電話。お詫びと事情聴取を兼ねて申し出者を訪問。製造過程で歯が入る可能性は少ないことを説明するが、納得頂けず、保健所に持ち込んで頂いても良い旨お伝えし辞去。保険所にも報告しておいたが、その後申し出者からも保健所からも連絡なし。

二つ目の事例は、蒲鉾に虫が入っていたというもの。女性から蒲鉾を食べようとしたら虫が入っていたとの電話あり。早速責任者が訪問し、詳しく検査するが、生きた虫が混入する可能性が極めて低いことを説明。その後ご主人から名乗りもせず一方的に説明だけして、訪問者の態度が悪いと怒りの電話。再度訪問。ご主人もクレーム対応の仕事をしており、対応についてご指導を頂く。責任者の対応の良否を言われた時と可能性が低い時の対応の方法についての良い事例。

株式会社アイセン（発表者；中谷美和子氏）の事例は、角ハンガーに傷が入っているというもの。数回代替品を送るが、運賃ばかりかさみ、要求がエスカレートするばかり。しかも最終的に何を要求しているのが分からないうちに、連絡がなくなった。

株式会社明治（発表者；佐田文則氏）の事例は、缶入りミルクを買ったが、底がへこんでおり、気持ち悪いので交換してほしいというもの。代替品を送り終了と思っていたら、蓋がゆるくて閉まらず、孫がミルクをこぼしてしまったので何とかしてほしい、とのお申し出。代替品を送る。送ってもらった現品を検査したが異常はなく蓋もチャンと閉まった。訪問しその旨説明したが、その後も申し出が続き、最終的に交換品は36缶となった。途中クレマーと思われるようで不愉快との発言があり、誤解を生じた事はお詫び。



高嶋 伸夫氏 田野岡 理恵氏 中谷 美和子氏 佐田 文則氏
＜世話人による講和：豆知識＞ 柿田和則

お客様対応の基礎と心構えを具体的に分かりやすく講義。まず大切な事は相談業務を好きになること。そのためにも、顧客になってほしい人、ほしくない人をキチット峻別することができれば、悩まずに効果的な対応ができる。リピーターになってくれる人が多くなればなるほど、売り上げにつながり、会社に貢献している意識が高まり、相談業務が面白くなってくる。

▼▼第43回 OM 研セミナー▼▼

日時：平成25年7月17日（水）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）

内容

第1部「難渋クレームにおける失敗しない対応のポイント」

講師：越島 次郎氏（パナソニック株式会社エコソリューションズ社
CSグループお客様関連チーム参事）

まず、同社のお客様対応の組織の説明に始まり、いかにお客様を大切に
対応しているかの実際を詳しく講演。そして本題である難渋クレームの失敗
しない対応法については、弁護士マターになった事例や、消費者センターが
絡んだ事例など、豊富な体験に基づいて丁寧に説明された。

特別なお客様への対応には、①現場・現実・現物の3現主義 ②社内窓口の
一元化 ③組織で対応（一人で抱え込まない） ④ちゃんとした対応にも
拘わらず解決しない場合、弁護士相談、弁護士移管・・・が必要であることを
力説された。



PIO-NET とは、国民生活センターと全国の消費生活センターを結ぶネットワークで、消費生活情報の収集を行うシステム。地方公共団体の消費者政策の企画・立案や国民・住民への情報提供も行う。

セミナー後のアンケート；両講演とも事例も豊富で、内容も解りやすく、大変有意義だったと好評。消費者センターの方のお話は、また聞きたいとの意見が多く寄せられた。

発表内容

株式会社赤福（発表者；山本寿氏）の事例は、友人からもらった赤福を食べていたら、金歯のようなものが出てきたというもの。郵送されてきた現物を責任を持って調べる事を伝える。調査の結果、現物は銀歯と判明。自社では X 線異物検出器を使用しているので事前検出が可能だが、混入経路については特定できなかった旨お伝えし、改めてご迷惑をお掛けしたお詫びをするお詫びとお知らせ頂いたお礼として代替品を送り終了。

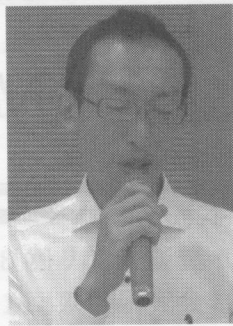
株式会社ミルボン（発表者；森田雅之）の事例は、シャンプーを買ったところ、中身が1cm位減っている、美容室が使ったのでは、というもの。ご迷惑をお掛けしたお詫びに同じシャンプーをお送りする。申し出者は現物と代替品を美容室に持参し比較後、同社に送ることを約す。目下返却品待ち。商品の中身が減っている場合の対応方法を知りたい。

- 4 -

るいは改変されてきた消費者関連法規および創設された関連団体」について、分かりやすく講義。



川西 桐美氏



山本 寿氏



朴 順琴氏



森田 雅之氏

発表後、沢山の意見が出、大いに盛り上がった。また、大幸薬品株式会社への申し出者は、かなり多くの企業に同様の申し出をしていることが判明。有益な情報となった。17時から2階のレストランで恒例の情報交換会が行われ、生き生きと情報交換を楽しんでいた。

事務局からのお知らせ

●平成25年9月10日(火)、大阪薬業年金会館で行われた第44回 OM 研セミナー「クレーム応対実践道場」<講演とロールプレイング>(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)は、大変迫力があり有益だったと好評を博しましたが、その模様は12月発行の OM 研レポート42号に掲載致します。

●第63回事例研究会は平成25年10月16日(水)13時より、宝酒造株式会社で行われます。久しぶりの京都での開催です。発表社は森下仁丹(株)、ワコー(株)、ワダカルシウム製薬(株)及び(株)ルシアンの4社の予定です。奮ってご参加ください。

●第64回事例研究会は平成25年12月18日(水)13時より、大阪薬業年金会館で行われます。発表社は、オハヨー乳業(株)、ジェクス(株)、ロート製薬(株)及び宝酒造(株)の予定です。なお研究会終了後恒例の情報交換会が行われます。多くの会員様の参加を期待しています。

難クレーム対応110番 事務局あて、メール又は電話でお気軽にご相談ください!

※先月、タイガー魔法瓶株式会社から、事務局に相談が寄せられました。

お客様満足だより (OM 研レポート)「第41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