

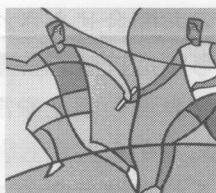
お客様満足研究会だより

O M 研 レ ポ ー ト

第44号 (2014年7月31日)

第44号の主な内容

- ・リレー談義「お客様満足について」(2)
- ・第48回 OM 研セミナー (於; 大阪薬業年金会館)
- ・第67回事例研究会 (於; ロート製薬株式会社)
- ・第49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

リレー談義
お客様満足について (2)

ミズノ株式会社

品質保証部お客様センター 加藤 健



私がお客様のお問合せ、特にゴルフのご相談を承る現在の業務に従事してから約1年が経過しました。ミズノでは MUSIC (Mizuno User Service Information Center = ミュージック) と称する「お客様相談センター」で2回目の春を迎えようとしています。ここ、ミズノお客様相談センターは MUSIC の名の如く、毎日毎日がとても賑やかで刺激的な部署でもあります。

MUSIC には、日々、さまざまなお客様から様々なお問合せを頂戴しています。1年間に承るお問合せは約40,000件(2013年度実績)で、ほぼ昨年並みでした。うち苦情のお申し出については約5,000件で、昨年から比べると10%以上も増加しています。苦情件数の増加にどのような原因や傾向があるのか? この辺りは弊社のみならず、OM研究会での分析を待ちたいところでもあります。

MUSIC では、電話によるお問合せが大半を占める事と、競技種目やお問合せ内容が広範囲に亘っている関係上、一次対応者であるコミュニケーターには、製品やサービスに対する「お問合せ」・「ご相談」・「ご意見」・「苦情」の区別を、競技種目別に、しかも瞬時に聴き分けるコミュニケーション能力が必要です。更に、お問合せの製品を特定させる為の商品知識が不可欠となります。これらの能力は定期的な勉強会や日々の教育の中で培われていくものですが、忘れてはならないのは、その能力が最大限に発揮される為の環境整備(カタログや資料の整理・社内問合せ窓口の明確化)のメンテナンスを欠かさない事です。

私の責務は、コミュニケーターの能力向上を目指した教育の実施と環境整備に注力し、組織としての対応力を高める事。また、苦情対応は勿論、コミュニケーターでは対応しきれないお問合せに対して二次対応者として更に深く傾聴し、お客様の期待以上のサービスや情報を提供する事。更に、お客様に製品の使い方や手入れ方法・保管方法を正しく理解して頂けるような分かり易い「取扱説明書」の編纂による消費者啓発を通じて「スポーツの楽しさ・素晴らしさ」を広くお伝えしていく事であると考えています。

確かに、スポーツが空腹を満たしてくれる事も、寒さを凌いでくれる事もあります。しかし、人々に感動や勇気をもたらす、明日を担う子供たちに夢と希望を与える事ができるのが「スポーツが持つ力」であると確信しています。

自身、17歳から始めたゴルフの経歴は優に30年を超え、特に大学時代は体育会のゴルフ部に所属

し、ゴルフのプレーやキャディの経験を通じてゴルフの素晴らしさや奥深さを身を以って知りました。言わばゴルフの虜(とりこ)となった私は、当時のゴルフ用品業界ではトップのシェアを誇っていたミズノに入社した訳です。以来 26 年間、一貫してゴルフ畑を歩むかたわら、母校の付属中学において 11 年間に亘り、土曜講座の非常勤講師として学生たちに「ゴルフの楽しさ・素晴らしさ」を伝える授業を担当させて頂ける機会にも恵まれました。腕前の方はさておき、ゴルフに関する知識は社内の誰にも負けないつもりで情報の収集に励み、お客様からのお問合せやご相談に役立てています。

電話対応の現場では、お客様の立場になって真摯な態度で傾聴する姿勢が大切です。自身、他社のお客様相談センターに問合せをした経験がなく、そういったお客様の心理を慮るのは難しいのですが、「こんな質問をして笑われないかな?」「クレーマー扱いされないかな?」等々、お客様は不安の中、相当な覚悟や決心をしてお問合せをされているのであろうと想像を膨らませています。そう言った思いを払拭させるためにも、まずはスポーツ用品メーカーらしく、明るい第一声で対応を始め、話し易い雰囲気を作るよう心掛けています。お客様に安心感と親近感を持って頂く事で、単なるお問合せに留まるのではなく、楽しいひとときを味わって頂こうと考えています。特にゴルフのお問合せをされるお客様は年齢も社会的地位も高い場合が多く、他人から物事を教わる事に少なからず抵抗感を持たれる傾向が強いような印象を受けます。よって、専門用語の使用は出来るだけ避け、表現の例えや言い換えによって、分かり易い言葉で会話を進めるよう心掛けています。「謙虚に傾聴し、心から共感し、親身になって考え、相手の立場になって提案する!」こうした姿勢が満足を得られるお客様対応であると信じています。

とは言え、現場では頭を痛める苦情が多いのも事実です。時代の流れと共に消費者の意識にも変化が現れ、悪徳と言わざるを得ない事業者による消費者被害が拡大する一方で、悪意に満ちた消費者が、権利を盾にとってモンスタークレーマーへと進化する兆候も見え始めています。

最近の動きとしては、消費者庁の発足に続き、悪徳商法などに巻き込まれないような自立した賢い消費者を育てようという目的で 2012 年 12 月に「消費者教育推進法」が施行されました。この法律は、消費者基本法が消費者に対する教育の機会を提供することを基本理念とし、国や地方公共団体に消費者教育を充実する施策を講ずる事を求めるものでありますが、願わくは、前述のような悪意に満ちた消費者を生まない教育も同時に推進して頂く事で、公正な消費活動が貢献。更に活発化されることを期待します。 <完>

▼▼第 48 回 OM 研セミナー▼▼

日時 ; 2014 年 5 月 21 日 13 時 ~ 17 時

場所 ; 大阪薬業年金会館 参加者 ; 34 名 (世話人及び未加入企業含む)

内容

<前半> 講演「電話対応の基本」

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)

企業が期待以上のサービス・対応を提供した時に、お客様は満足される。それを CS (お客様満足) という。メールでのお申し出が増えているが、今でも大半は電話。きちっとした電話対応が基本であり大切。

●電話対応の基本マナー

電話機を丁寧に扱う。大切な第一声 (明るくさわやか)。周囲の人も笑い声を立てないように配慮。対応時は正しい姿勢と笑顔を忘れない。用件は復唱しメモをとる。わかりやすい表現を心がける。受話器はお客様が切られてから静かに置く。

●対応のスキルアップに努める

1) 常に笑顔の練習をしたり、滑舌を明瞭にするトレーニングをする。



2) 感情表現のトレーニングも大切・・口をしっかり開けて、明るくさわやかで、適度なスピードで話すことを心がける。そうすればお客様に良い印象を与える。

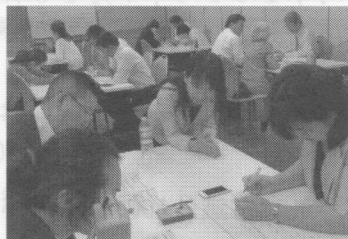
3) 敬語を習得する。

4) コミュニケーション・テクニックを磨く・・相手の言うことをよく理解し、伝えたい事を確実に伝えるため、傾聴・質問・確認のスキルをしっかり身につける。

<後半> ロールプレイング 指導；玉本 美砂子氏（株式会社JBM コンサルタント代表取締役）

『購入したお茶のペットボトルの底に小さい粒のようなものが沈んでいる。飲んでも大丈夫なのか？』『雑好きなキャラクターが今日から全国販売されると雑誌に載っていた。近くの店になかった。どこで買えるのか』という二つの事例をグループごとに、お客様と相談員に扮して、ロールプレイングを実施。最後に代表者が玉本先生に挑戦。

玉本先生の厳しい突っ込みに必死に対応する実戦さながらのロールプレイングは大変迫力があつた。



■■第67回事例研究会■■

日時；2014年6月18日 13時～17時

場所；ロート製薬株式会社 参加者；60名（世話人含む）

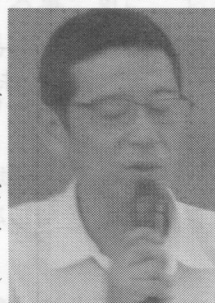
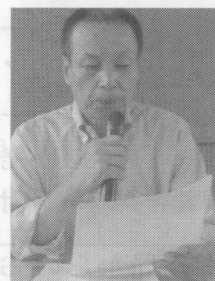
<発表内容>

西川リビング株式会社（発表者；溝原 雅仁氏）の事例は、ベビー用湯上げタオルのタオル地とガーゼの間に虫が入っており、一緒に購入した布団セットともども代金返却（商品券）を要求してきたというもの。送られてきたタオルには確かに虫が入っており、混入経路等を調べることをお伝えする。訪問を提案するも拒否。タオルについては返金するが布団セットについては、現物発送拒否のため無理なことをお伝えし、近々虫の調査結果が Outcome 報告をすることを約束する。渋々納得。

牛乳石鹸共進社株式会社（発表者；丹葉 敬一氏）の事例は、一週間前に買ったボディークリームソープの泡が立たないというもの。問題のボディークリームソープは6年前に販売中止となったもの。購入したという販売店に確認するも販売実績も扱い自体もなし。その旨お伝えし、廃盤商品であり、対応出来ない事を伝える。また古いので健康上使用を控えて頂くよう進言するも、強い口調でもう牛乳石鹸の商品は一切買わないとの捨てゼリフで終了。

株式会社ロックフィールド（発表者；榎本 ユリ子氏）の事例は、惣菜に箸が付いていず、新幹線での移動中2時間も食べられなかったというもの。店舗に確認したところ、該当事例あり。お詫びし返金を申し出るも、それが目的ではないので、今後二度と同じ過ちをしないよう気を付けてほしいとの要望。お客様の希望ですべてメール対応。3年後、同じお客様から、また箸が入っていなかったとのお申し出。再三再四の事なので、丁重にお詫びし、訪問を申し出るも、互にメリットがないので、必ず改善して下さいとのお言葉に感謝し終了。

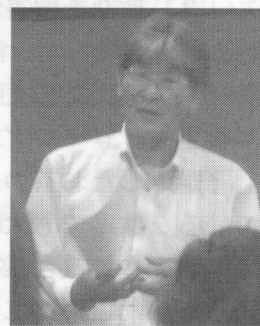
株式会社ワールド（発表者；狩集 浩氏）の事例は、ショッピングセンターで購入した合皮バッグの臭いが気になるというもの。その臭いが中に入れていた財布にも移染したので、臭いを取る方法を教えてほしい。方法がなければ返品したいというお申し出。ショッピングセンターに申出内容を報告。臭いを除去する方法はなく、健康被害に及ぶ可能性があるため、現品確認の上、重々お詫びし、返金対応をして頂くよう依頼。お客様が現品を持って来店されたので、臭いについて説明をし



て頂き、返金対応して頂き終了。商品自体に瑕疵はなく、個人の感受性の差によるお申し出への対応の良い事例となった。

＜世話人による講和：豆知識＞ 野口 昌則世話人

企業を取り巻く様々なリスクとその対応方法について簡潔に説明された。



▼▼第49回 OM 研セミナー▼▼

日時；2014年7月16日（水） 13時～17時

場所；大阪薬業年金会館 参加者；25名（世話人含む）

内容

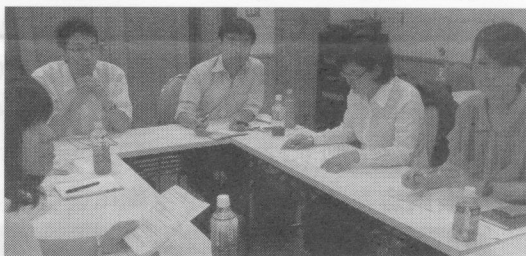
＜前半＞ 講演「難渋するお客様のタイプ別対応方法」

講師；朝倉 公治（お客様満足研究会事務局長、ACAP 研修部会長）

最近常識外れの苦情者が増加している。その対応策として、お客様の性格やタイプを把握することが必要。しかし、どうしても納まらない悪質なお客様には退場頂くか、弁護士の力を借りる。行きすぎたお客様至上主義より平等原則を守ることが大切。

＜後半＞ グループ討議「失敗事例に学ぶ」

「移染」と「異物混入」の二つの対応失敗事例を基に、まず3つのグループに分かれ、その中で消費者と相談員を決めロールプレイング。その後悪悪かった点、良かった点を徹底的にグループで討議。それを文書にまとめて、各グループの代表が発表。最後に3グループの討議結果を一枚にまとめて終了。アンケートの結果も講義とグループ討議は、斬新で中身が濃く、大変役立ったと好評だった。



事務局からのお知らせ

- 2014年8月20日（水）、13時より、大阪薬業年金会館において第68回事例研究会が行われます。終了後、恒例の情報交換会（費用4,000円）が同館2階のレストラン門において行われます。
- 2014年10月15日（水）、13時30分より、株式会社明治において第69回事例研究会が行われます。会場が変わります。ご注意ください。
- 2014年9月17日（水）、9時15分から15時にかけて、大阪薬業年金会館において第50回 OM 研セミナーが行われます。講師は(株)JBM コンサルタント（代表；玉本美砂子氏）の主任講師である中尾知子氏です。対応に困っている方が多い E メールを中心にクレーム対応文書の書き方についてお話しいただく予定です。奮ってご参加ください。

●難クレーム対応110番 気軽にご相談ください！

連絡先；下記事務局の電話 or FAX 又は メール；omken.jimukyoku@gmail.com

会員様情報

- 新たに、トーラク株式会社にご入会頂きました。厚くお礼申しあげます。
- フクナガエンジニアリング株式会社が、今期から退会されました。長年有難うございました。

お客様満足だより（OM 研レポート）「第43号」 7月31日発行

発行者；お客様満足研究会事務局

〒584-0072 大阪府富田林市寺池台4丁目1-305-401

TEL；080-2488-7349 FAX；0721-28-1672

E-mail；omken.jimukyoku@gmail.com

ホームページ：http://omken.org