

お客様満足研究会だより

O M 研 レ ポ ー ト

第50号 (2016年1月10日)

第50号の主な内容

- ・ 新年のご挨拶
- ・ 第44回リレー談義
- ・ 第75回事例研究会 (於 ; カネテツデリカフーズ株式会社)
「てっちゃん工房体験記」
- ・ 第57回 OM 研セミナー (於 ; 大阪薬業年金会館)
- ・ 高城正光の推薦本
- ・ 事務局からのお知らせ

新年のご挨拶

お客様満足研究会会員の皆様、あけましておめでとうございます。

企業の業績は少しずつ回復して昇給やボーナスに反映してきていると新聞等で報じられていますが、まだまだ先行きは不透明というのが現状ではないでしょうか。そういった難しい時代ではありますが、気を緩めないで、お客様第一に、会社の業績に貢献していただきたいと思います。

お客様満足研究会の活動も、何かと大変ななか、いろいろとご協力をいただき、少しずつではありますが回復、活性化の傾向にあるといえます。皆様のご支援に心よりお礼申し上げます。

事例研究会では多くのご参加をいただき、更に多くのご参加をいただくと会場の確保に苦慮することにもなると嬉しい悲鳴(?)・・・いや、そうなってほしいとも願っていますので、どんどんとご参加いただき、盛り上げてくださいますようお願いいたします。

一方、セミナーは少し苦戦しています。私たちの企画が皆様の要望に答えられていないのではないかと、と世話人一同でいろいろと悩み、意見を出しあっています。皆様の要望に答えられてこそその「セミナー」です。忌憚のないご意見を賜りますようお願いいたします。また、新たな企画などアイデアがございましたら、どしどしご提案いただければ有難いです。

皆様と共にこの研究会をなお一層充実してまいりたいと思っております。本年もどうかよろしくお願い申し上げます。

お客様満足研究会
世話人代表 栢田 和則



第44回リレー談義
「お客様相談と私」

株式会社アンデルセンサービス
お客様相談室
松本悦子



(株) アンデルセンサービスが所属するアンデルセングループは、小売直売店舗「アンデルセン」を全国的に展開する(株)アンデルセン、「リトルマーメイド」などのブランドで、ベーカリーやカフェの

フランチャイズ展開を行う㈱マーメイドベーカリーパートナーズ、スーパーやコンビニエンスストアなどの店舗で販売されるパンやパンの冷凍生地製造・卸販売を中心とした㈱タカキベーカリー、ホテル・レストラン・カフェチェーンなどへ業務用卸を行う㈱タカキフードサービスパートナーズが中心となっています。その中でもお客様相談室が属する㈱アンデルセンサービスは、アンデルセングループ各社のスムーズな業務遂行を支援するため、総務や人事、財務、会計、品質保証室、お客様相談室、システム開発などの役割を担っています。現在、総勢9名のお客様相談室は、広島市内のオフィスで、フリーダイヤルの電話受付と、ホームページ上からのWEB問い合わせ窓口、お客様から頂くお手紙を中心に、グループ各社の全てのお客様対応を行っています。そして、頂いたお声を、各社にフィードバックすることが主な担当となっています。電話受付は朝9時から17時半まで、年中無休で365日対応しています。

私は入社後、店舗販売や営業職の経験を経て、2年前にお客様相談室に配属されました。お客様相談室の業務は、想像以上に多岐に渡っており、電話対応のスキル以外にも製品に関する専門知識や、製品の流通状況の把握など、膨大な情報量に着任直後は驚きの連続でしたが、明るくチームワーク良い職場のメンバーに助けられ、学びの多い毎日にやりがいを感じています。

本年度よりお客様相談室のメンバー全員で、お客様の声から新たな視点での気づきや課題を出し、改善提案をしていくためのミーティングを毎月実施しています。電話受付時間内に実施するため、一度に全員が参加できないので、2回に分けて行っています。先日は、ホームページに掲載しているお客様相談室の「よくあるご質問」の内容について取り上げました。追加・修正が必要な部分もあれば、全体を確認することで気付いた課題もあり、ホームページは細かなメンテナンスが必要であることも再確認できました。日々の業務に追われる毎日ではありますが、このミーティングを通じてこれまで手付かずの課題にも取り組めるようになりましたので、引き続き継続していきたいと思っています。

OM研では様々な事例を伺いながら、『もし自分が対応していたらどんな返答ができるだろう』と、思いを巡らせながら参加させていただいています。他業種の事例紹介では普段知り得ない解決方法を伺うこともでき、大変勉強になります。今後もしっかりと学びを深めていきたいと思っています。これからもよろしくお願いいたします。

■■第75回事例研究会■■

日時：2015年10月21日（水）

「てっちゃん工房」体験及び工場見学 10:00～12:00

事例研究会 13:00～16:00

場所：カネテツデリカフーズ株式会社 参加者：50名（世話人含む）



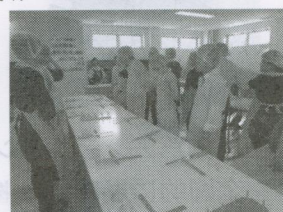
●カネテツてっちゃん工房体験記

小林製菓株式会社 江村 千佳子

おでんに入れてもそのまま食べても美味しいちくわ。今回カネテツデリカフーズ様のご好意で事例研究会の前にちくわ作りを体験させていただきました。

あのちくわ、もともとはかまぼこの原形だということを皆さんご存知でしょうか。ちくわが初めて作られたのは平安時代。魚のすり身を棒に付けて焼いた形が蒲の穂に似ていたことから、かまぼこ（蒲鉾）と名づけられたそうです。名前はかまぼこだけど形はまさに今のちくわ。ずっと後世になり、現在の板かまぼこが誕生してから、それと区別するためにちくわと呼ばれるようになったということです。

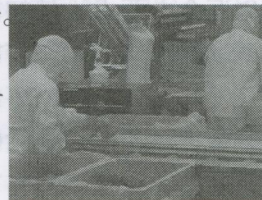
そういった豆知識を教えてもらいながら、ちくわ作りに初挑戦しましたが、スケウダラのすり身を竹の棒に巻きつけて成形するのは難しく、講師の方がお手本をみせてくださったとおりににはできません。私を含め何人かの参加者の皆さんの焼く前のちくわはちょっといびつな形になっていましたが、すり身は



あぶると膨らんでくれ、最終的には全員が丸々とした美味しそうなちくわを完成させることができました。

社員食堂でお昼ごはんを頂いた後は工場見学をさせていただきましたが、感想は「大変素晴らしかった」の一言に尽きます。

美しく成形された白いかまぼこが整然と加熱工程のラインに入っていく様子。きつね色に上がった揚げ物がぱたんぱたとひっくり返されて、余分な油分が飛ばされていく様子。また、作業員の方が製品を4個ずつ素早くトレイに載せていく動作には一切の無駄がなく、製造ライン全てがすでに「完璧」と感じましたが、案内をしてくださった美馬さんが、「賞味期限を伸ばすためにさらに改良を試みている」とおっしゃっていたのが心に残りました。本当に素晴らしいことだと思います。



今回、ちくわ作り体験や工場見学をさせていただいたおかげで、スーパーに並んでいるカネテツ製の練り物に親近感を覚えるようになりました。見学の際にちょうどラインで作られていた“ほぼカニ爪”という製品を購入し、おでんにして食べましたが、とっても美味しく、スープの方にもいいお出汁が出て大満足のお味でした。日本の冬はやっぱりおでんと熱燗。そしておでんにはカネテツの練り物が欠かせないですね。

この度、カネテツデリカフーズ様のおかげで貴重な体験をさせていただいたことに心から感謝いたします。ありがとうございました。

●事例研究会

宝酒造株式会社（発表者；清水弘子氏）の事例は、酒を飲み終えたお客様から「空容器に黒い異物が付着しており、体に害はないか調べてほしい」との依頼があった、という店舗からのもの。当該商品をお預かりし調査した結果、黒い異物はカビが増殖したものと判明。お客様と店舗にメールで報告。その後、店舗担当者とお客様を訪問し説明するも、今一つ納得されず。再度いろんな条件に合せて精密な調査。その結果を持ってお客様と対面。これ以上の対応は無理な事を告げるも、納得されず、平行線のまま終了。



摂津製油株式会社（発表者；梶野猛氏）の事例は、「小分けして使用している業務用中性食器洗剤がボトルの中で異臭がするので調べてほしい」という、食品工場からのお申し出。小分けボトルに入った現物を入手。使用状況の確認と現物の分析調査を行った結果、お申し出通り異臭がし、浮遊物も見られ、多数の菌が検出されたが、原因は特定できなかった。お客様に調査結果を報告し、小分けボトルの定期的な洗浄をお勧めし、また6か月に一度のボトル交換（ボトルは同社の提供）をお願いし、ご納得頂き終了。

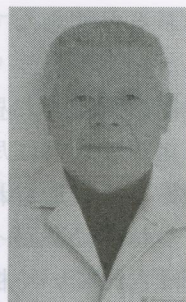


カイゲンファーマ株式会社（発表者；朴琴順氏）の事例は；「事業所向け風邪薬を購入したが、8包入りのはずが7包しかなく、残りの1包は別の所に入っている、どうなっているのか？」というもの。現品をご返送いただき、代替品を発送。現品を調べるも、原因の特定に至らず、しかも6包しかなかった事を報告するや、「再調査すべきではないか！6包とはごまかしているのでしょうか。社長さんから電話して」と激怒される。何度電話するも社長を出せの一辺倒。調査結果報告書をまとめ直し、部長名で郵送。



お客様から部長に入電。「社長を出せ。今すぐ謝罪に来い」と要求される。対応を室長に代わりお客様に架電。当初今まで同様の主張をされていたが、最後には「お宅の会社の進め方に怒っている。クレマーでない。事実をきちんと伝えてほしいだけ。もう訪問もいらない。今後はきちんと作って下さい」とご納得頂いた。様々な不手際を丁重にお詫びし、ご意見を今後活かすことをお伝えし終了。

元アース製薬株式会社（発表者；栢田和則氏）の事例は、「蒸散殺虫剤をたくさん使ったが、何個かが蒸散しないので、メーカーから薬局で代替品を貰って言われた」と薬局数店に申し出たというもの。この申し出者は、ある時はO建設のK、またある時はK建設のIと名乗り蒸散殺虫剤の不具合を申し出て代替品や返金を要求。最初は同一人物と解らなかったが、途中で気付かれた時点からトーンダウン。販売店には弱いメーカーの弱点を突かれ、現物がなくても要求に応じてしまった古い事例。（欠席社の代理発表）



●●世話人ミニ講話●● 講師；小幡 宏政世話人

企業にとって、そしてお客様と直接お話することのできるお客様相談部門にとって顧客満足度は気になることであり、明日につながるとても大切なことです。いかにしてお客様満足度をわが手にするか、そしてそれをどう測り活用するかを分かりやすく説明。

▼▼第57回 OM 研セミナー▼▼

日時：2015年11月18日(水)10時00分～午後4時30分

場所：大阪薬業年金会館 参加者：24人（世話人含む）

内容

- ・講演「クレーム対応 E メール文書作成」
- ・講師：中尾 知子氏（株式会社JBM コンサルタント専属部長講師）



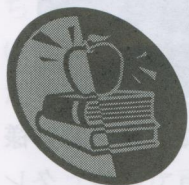
Eメール対応は、電話対応のようなノウハウの構築がされていないため、いつも不安を抱えながらの対応になってしまいます。「メール対応の恐さ」はよくご存知、そのうえ年々、メールによる件数も増え、その内容も多岐にわたってきています。

そこで、今回、メールの恐さを知った上で、状況設定にそったメールを実際に作成し、実践形式で対応ノウハウを吸収していただくコースを昨年に引き続き第二弾として設定し、受講者に臨んでいただきました。

中尾講師からは、文書作成のポイント・フレーズや、メールからお客様の気持ちを読み取る方法、お詫びメール作成、わかりやすい文書のポイント、電話対応とは異なるメール対応の違い、メールのメリット・デメリットなど、多岐にわたりお話しをいただきました。受講者からは、「基本自体なかったと改めて感じた。メール対応が社内で同レベルに統一されてないのでぜひ共有する。」「お客からのメール文面についてお客様の気持ちをくむということをしたことがなかったので、ためになった。」などの感想がありました。

さらに、事例にもとづく文書作成の演習を充分時間をとって作業指導していただきました。グループでの回答作成のための検討にも一緒になってアドバイスくださり、「聞くだけでは作れないが、実際に作成することでほかの人のことも知ることができてすごくよかった。」「実際のメールを作成し、わかりやすかった。」と受講者にも大変プラスになった様子がうかがえました。

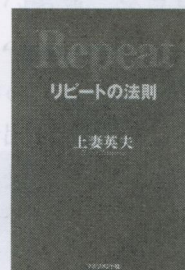
今回初めての受講者の方が多かったのですが、前回に引き続きの受講者もあり、どちらもEメール作成スキルの格段の向上に役立ったと大好評でした。



【高城正光の推薦本】

『リピートの法則』

著者；上妻 英夫（マネジメント社）



10月21日、カネテツデリカフーズ様での事例研究会で、世話人の小幡さんから「顧客満足度調査」の講話をいただきました。これからの企業にとって大切なことの一つに、顧客の支持率を上げる、長期継続購入をしていただくことが、企業の成長につながるとのお話でした。

「モノは簡単に売れない」時代に、一度購入いただいた商品を継続して購入していただくことが、メーカーとしての願いです。そのためには、他社にない高品質製品であり、その製品の特徴が十分に消費者に伝わるのが大切です。しかしながら、ゼロからイチを生み出すのは膨大なエネルギーとコストを要しますが、リピートの仕組み・仕掛けがあれば、新規開拓に比べて効率良く、顧客に喜ばれながら半永久的に繁栄し続ける事できる、と筆者は強調しています。顧客を貯める戦略、リピートこそが繁栄への王道であり、顧客適応、顧客対応の戦略が求められる時代にあつて、着手すべき最重要課題は、リピート対策です。

顧客志向に立った独自の商品開発において、顧客ニーズをつかむのは正直言って難しいが、アンケートや苦情などから生の声を聞き取ることで、商品開発活性化が始まります。また、「口コミの大切さ」や「売れる POP づくり」についての費用対効果の高い販促として、本書では解説されています。

現場が生んだ、客を集める5つの法則①「いつも何か得させる」②「商品の徹底した絞り込み」③「意外性のあるアピールで成熟商品に再注目」④「情熱の集まるところに人は集まる」⑤「テーマを明確にアピールする材料をつくれ」・・・は興味深く感じました。

㈱タニタの囲い込み作戦、「安全・安心」を追及する商品開発の石井食品㈱、お菓子の置き薬方式で販売ほぼ100%のお客様満足研究会会員でもある江崎グリコ㈱等、41の企業の事例は大変参考になりました。

最後に、大切な事は顧客が見えているか。顧客に優越感を提供しているか。顧客の差別化を図っているか。アフターフォローとファンづくりが、リピートづくりの対策のポイントであることが、本書から理解できました。最前線でお客様とのコミュニケーションを遂行している私たちの業務の大切さ、お客様の顔をみながら会社に提言していくことから、リピート戦略が始まり、顧客が貯まり、企業の繁栄につながると考えています。素晴らしいヒントが得られる一冊です。

事務局からのお知らせ

●2015年12月16日(水)13時より大阪薬業年金会館で行われた第76回事例研究会とミニ講話の詳細は、4月末発行のOM研レポートに掲載させていただきます。

●第58回 OM 研セミナーは、2016年1月21日(木)13時より大阪薬業年金会館で行われます。難クレームの事例をあげて、その対応方法をロールプレイングで学びます。世話人が心をこめて対応致します。開催が木曜日となっておりますのでご注意ください。

●第77回事例研究会は、2016年2月17日(水)、パナソニック株式会社・彦根工場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。ご期待下さい。

●第59回 OM 研セミナーは、2016年3月16日(水)13時より大阪薬業年金会館で行われます。テーマは、「クレーム対応と法律」。講師は、実際に消費者対応を行っており経験事例も豊富な松田恭子弁護士です。また新たな事例を持つでの登場です。奮ってご参加ください。

●難クレーム対応110番 今までも多くの皆さまにご活用頂いております。下記事務局の電話、携帯、FAX 又はメール宛て、お気軽にご連絡ください！

●OM 研ホームページの会員様用パスワードをお知らせ致します。大いにご活用ください。

・ユーザー名 omken ・パスワード omken0528

お客様満足研究会だより (OM 研レポート)「第50号」 1月10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