

お客様満足研究会だより

Ｏ Ｍ 研 レ ポ ー ト

第54号（2017年1月10日）



第81回事例研究会の会場・株式会社明治の会議室からの眺望

目次

第 5 4 号の主な内容

- ・ 年頭のご挨拶
- ・ 第 4 8 回リレー談義
- ・ 第 8 1 回事例研究会（於；株式会社明治）
＜感動事例＞
- ・ 第 6 3 回 OM 研セミナー（於；大阪薬業年金会館）
- ・ 第 8 2 回事例研究会（於；大阪薬業年金会館）
＜VOC が改善につながった事例＞
- ・ 高城正光の推薦本
- ・ 事務局からのお知らせ

年頭のご挨拶

お客様満足研究会会員の皆さま、あけましておめでとうございます。

アメリカで既成の概念を打破すると公言した異質の大統領が間もなく就任します。ヨーロッパでも東南アジアでも同じような流れが広がってきています。ソフトバンクの社長はいち速く次の大統領に会って新たな事業の展開を狙っています。

経済活動のみならず日本の社会や生活にもいろいろな影響が出てくるかもしれませんが、私たちの消費生活の基本は同じです。丁寧な地に足のついたお客様対応は、企業の発展の原点であることに変わりはありません。このための研鑽を怠ってはいけないことも変わらないでしょう。

丁度今年は OM 研究会を設立して 15 年の節目の年です。皆さまには長い間ご厚誼ご協力を賜りまして厚くお礼申し上げます。記念すべき年ということで特別記念講演や一泊研修をとり上げたいと思います。また、これまでの事例研やセミナーに加えて新しい試みも模索しています。皆さまからも希望や要望などご意見をくださいますようお願いいたします。

ところで、事例研究会やセミナーもいろいろと改善改良を加えて運営していくことに変わりはありますが、これまで会場として利用してきました「大阪薬業年金会館」の廃館が決定し、4 月からは利用できません。現在何ヶ所かに打診して折衝していますが、利便性や会場費などで会員の皆さまにご迷惑をおかけすることになるかもしれません。ご理解くださいますようお願い申し上げます。

私たちはこれまでのご厚情に感謝しつつ更なる 20 年、25 年に向けて活動を続けてまいります。皆さまのご意見をたくさんいただいて、より活発な活動ができるように頑張りますので、本年もご指導ご鞭撻よろしくお願い申し上げます。

世話人代表 栢田 和則



第 4 8 回リレー談義

「OM 研との出会い、そしてお客様対応を通じて学ぶこと」

ワコー株式会社
商品企画室
堀内建作



水だけで汚れを落とす“白いスポンジ”をご存知ですか？ご家庭に一つはあるのではないかと思います、正式名は“メラミンスポンジ”と言い、弊社ではブランド名「ピカ王」として製造・販売しております。本社のある和歌山県海南市は、こういった清掃用品を中心とした日用雑貨メーカーが集まる一大産地となっており、昔か

ら企業とお客様との関係は比較的身近であり、お客様から様々なアイデアやご指摘を頂きながら生活を便利で豊かにする商品を開発・販売して参りました。しかし、比較的単価で消耗品という性質の商品が多い為、大量生産&大量販売を優先する時代が長く続き、苦情やお申し出に対する消費者対応の面ではあまり重要視されてこなかった傾向がありました。

私が入社したのは1996年の春。ちょうどバブル期が終わり日本の消費にも陰りが見え始め、PL法施行などもあって、企業責任のあり方と企業に対する消費者の目が変わり始めた頃でしたが、我々の業界ではまだまだ販売が好調で、“モノ作り重視”の風潮は続いておりました。

私は商品企画室に所属し、商品作りの様々なことに関わってきましたが、その中で消費者対応に関わり始めたのは入社して2年目くらい、商品知識が少しずつ身に付いて来た頃。企画業務の傍ら、会社に届くお客様からの手紙やはがきへの対応(回答文作成)を指示されたのが最初でした。

当初は商品に対するご意見や要望、アイデア投書と言った内容が中心で、届く件数も少なかったのですが、少しずつ商品とお客様との間で起こるトラブル(使用上の問題や品質に関する不満、問合せ、交換要求等)といった内容が増えていき、現品確認や調査・検証といった対応にも時間が掛かるケースが増えて行きました。今では手紙より電話での問合せが圧倒的に多く、また内容も多種多様です。

弊社ではお客様対応の専任部署はなく、商品企画室で対応、兼任しておりますが、お客様からの電話は当然ながら突然やってきます。電話では顔が見えない状態でのやり取りですから相手がどんな方かも分からず、こちらの業務状況に関係なく即座に対応となります。その後も次第に件数が増えていくにつれ、対応の重荷と苦手意識が増幅し、悩みは膨らんでいきました。

そんな頃、OM研に出会いました。今から5年前に初めて事例研に参加した時、参加されている皆さんの積極性や熱い討論、互いへの指摘等々全てに前向きで一生懸命な姿にただただ驚かされました。会社では自分一人が対応に苦慮していると思っていた頃、実際にお客様対応をされている方々から聞く“生の声”(経験談・体験談)は非常に興味深く、お客様の声を聴く姿勢や、お客様の声を活かしてより良い商品に変えていこうという姿勢が真剣であったことなど、得られたものは非常に大きいものでした。

それからOM研への参加を決め、世話人の方々をはじめ沢山の会員の方に相談し聞いて頂き、沢山のアドバイスを頂きました。また自分が悩み抱えていた問題も皆様と共有することが出来たことで私自身の視野が広まったばかりか、人としての成長をさせて頂ける仕事ではないか、と思えるようにもなりました。

OM研に参加して以降、最初に変えた事は「クレーム」から「お申し出」、「処理」から「対応」と自分自身が発する言葉でした。それによって電話対応においてもしっかりと相手の声を聴き、出来る出来ないをはっきり伝える事、時には相談と捉えて耳を傾ける事など、気持ちの面での変化がありました。

お客様からの問合せは年々増えており、且つ対応に時間のかかる事も増え忙しさは増すばかりですが、逆に言えばお客様と直接関わる機会が増えたことで、この商品の何が良くて何が悪かったのか、何処で買ってどんなふうに使っているのか等々、見えないことが見えるようになりました。また当初ご不満を抱いていたお客様でも、数10件に1件くらいは対応後にお礼のお電話やわざわざお葉書を書いて送って頂ける方があります。このような経験は何よりも代えがたいものです。

お客様対応の経験値としてはまだまだ“ひよっこ”だと思いますが、お客様とのコミュニケーションを大切に、対応を通じて企業と商品との架け橋になりたい、そして「満足」とはいかなくとも少しでも共感頂ける対応が出来るよう自分自身を磨いて行きたいと思っております。今後ともご指導ご鞭撻の程、宜しくお願い致します。

★★ワコー株式会社 一口メモ★★

本社:和歌山県海南市大野中 512 **代表者:**代表取締役 石田 侃

創業:1946(昭和21)年6月／設立:1949(昭和24)年11月 **営業所:**東京、福岡、仙台

事業内容:食器洗いやお風呂洗いのスポンジ、メラミンスポンジ(「ピカ王」ブランド)、お風呂マット、押入れ・タンス・食器棚・流し台などに敷くシートなど、発泡プラスチック素材を中心とした家庭日用品の製造・販売を行う。その他、キッチン・バス・リビングの清掃用品をはじめ、ボディタオル、洗濯ネット、浴用品、収納用品、洗車関連用品などを取り扱う。

■■第81回事例研究会■■

日時；2016年10月19日（水） 13：00～17：00（感動事例含む）

場所；株式会社明治 参加者数；50人（世話人含む）

<発表事例>

ミズノ株式会社（発表者；江森正氏）の事例

「天然皮革のウォーキングシューズを使用したら、手足がかぶれた。パッチテストの結果、“皮革なめし”に反応が出たので、シューズの成分を調べてほしい」と、体育施設の直営店へお申し出。直営店担当者が本社シューズ担当に確認。「なめしに三価クロムを使用しているが、直接肌に触れる仕様になっていないので、原因は特定できない」との結果をお伝えするも納得されず、返金を要望。「もし返金出来ないのなら消費者センターへ訴えに行く」と強談判。その後相談室対応となる。再度、シューズが原因であることは考えにくいことを伝え、現品を送って頂くことを提案したが、拒否され、今後対応しないことで、一旦終了。その後、消費者センターをから、このお客様の件で相談室へ入電。「これ以上の調査となれば、その費用はご自身の負担になる」ことを、センターからお伝えいただところ、「今後、このメーカーの商品は、買わない」とのお言葉があり終了。因果関係ははっきりしないお申し出への対応の事例。



小林製薬株式会社（発表者；高田美弥氏）の事例

「シミ対策クリームを使用したら、シミが濃くなり、痒みが出た。今やめているがおさまらない。どうしたらよいか？今すぐ来い」と、70歳代の男性から怒りの電話。営業職2名が訪問し、病院へ同行。診断名は“老人性色素斑”。老人性に激怒。「メーカーに責任はないのか。金も払いたくない。俺の保険を使うな」と大騒ぎ。「症状を改善したいから10日以内に今後の方針を出してほしい」と要望。預かった商品代金の受け取りも拒否。医師より因果関係なしと聞いたので、今後の対応は出来ない旨架電。お客様は、「それはどういうことや。文書持ってすぐ来い。ひどい目にあったとコピーをばらまくぞ。医師とあの時来た社員を連れてこい」と息巻く。対応を終了するという手紙、預かった現品を簡易書留で送付。受け取り拒否のまま、その後連絡なし。



西川リビング株式会社（発表者；小原奈津美氏）の事例

自称科学者とおっしゃる女性から「御社の座布団には有機リン酸エステル系薬剤が含まれる“難燃性ウレタン”が使われていますね。私はアレルギーがあり、その素材が使われていると顔が赤くなりピリピリするので分かります。調べてほしい」とのお申し出。現品は購入先のデパートが引き取りに来るので苦情を言っているのではないとのこと。ウレタンメーカーのZ社に確認し使用していないことをお伝えする。しかし、納得されず、同素材について延々と説明。一応終了と関係者に報告。



その後、お客様はZ社に電話。その結果、同素材が使われていると主張。相談室としては、あくまでも、同素材を使っていないが、今後の商品開発の参考にする旨お伝えする。お客様は、商品担当者とは直接お話ししたいとのこと。商品担当者から、同素材は他の商品に使われているが、当該商品には使われていないというZ社の報告を改めてお伝えする。「空气中に浮遊することもあるから、それかもしれないですね。もう電話することないと思います」とおっしゃっておられたとのこと。その後も相談室とのやりとりがあったが、納得はされなかった。しかし、「忙しいので結構です。もう争うつもりはありません」とのお言葉で終了。

株式会社マンドム（発表者；松家浩二氏）の事例

「化粧品のキャップの周りに白い粉のようなものが付いている。また臭いも変化しているようで心配。交換してほしい」と男性からの非通知電話でのお申し出。現品をヤマト運輸（着払い）で送って頂くようお願いするも、郵送を希望。二次対応者に代わるも、前の対応者の対応を問題視し、名前も住所も言わず、代替品の郵送を主張。

「交換が駄目なら結構です。使い続けて、健康被害（皮膚トラブル）がでたら対応してくれるのですか？」と居直る。「商品調査と代替品送のため返送方法をご提案しましたが、ご納得いただかず、「使用をお続けになるというのでしたら、お客様のご判断にお任せします」と通告。「誰にも制約されませんからね！僕の責任で使いますけどね！」とのお言葉で終了。前歴のあるお客様へと非通知電話のお客様への対応のあり方を学ぶ良い事例。



<感動事例！>

CS文化の定着を目指して
年一回のCS全社大会

YKK AP 株式会社
お客様センター
カスタマーサービス部
金子 章氏



お客様に寄り添うステキなコミュニケーションをエントリーしお客様センター内に掲示。月一回優秀者を表彰し、その結果を社内告知。一年の成果を年一回の全社大会（1月）で発表。最優秀者を決定。その時悔し涙を流した社員も、喜びの涙を流した者も、感動の渦に巻き込まれ、さらなるCS対応の高揚を誓う。最近の感動事例としては、暗証番号を記したものをなくして郵便ポストが解錠出来なくなりお困りのお客様のため、工場と連絡を取り、暗証番号をメールで素早くお知らせし、大変喜んでいただいたことなどがある。

▼▼第63回OM研セミナー▼▼

日時；2016年11月16日(水) 10時～16時30分

場所；大阪薬業年金会館 参加者；25名（世話人含む）

テーマ；「先進企業から学ぶ～わが社のクレーム対応とお客様の声の活用～」

●第一部「お客様対応とVOCの活用」

講師 原田 明氏（サンスター株式会社お客様相談室 マネージャー）



原田 明氏

●第二部「相談センターの概要と取り組み」

講師 乙葉 宗宏氏（株式会社レナウンお客様相談センター センター長）

講師のお二人とも、各社の対応の流れ、お客様の声の社内配信内容や方法、社内のモチベーションアップのための「おほめの言葉の」共有、CSマインドの育成や全社的なレベルアップに向けて実施している研修会・お客様対応セミナーの内容など、豊富な事例と共に盛り沢山ご紹介頂いた。



乙葉 宗宏氏

●第三部 質問コーナー（回答者；原田明氏、乙葉宗宏氏、朝倉公治氏）

SMSの活用は、難しいお客様の見切りは・・・など多くの質問がなされ大いに盛り上がった。



今回のセミナーのアンケートもヒントになる事項が沢山あって大変役に立ったと好結果に。数字的にも期待以上が約70%、期待通りが約30%となり、参加者の満足度も非常に高くなったと思われる。

■■第 82 回事例研究会■■

日時；2016年12月21日（水） 13時～16時30分（VOC事例含む）

（情報交換会 16時45分～19時）

場所；大阪薬業年金会館

参加者；47名（世話人含む）

＜発表事例＞

株式会社ワールド（発表者；狩集浩氏）の事例

「一ヶ月半位前に購入したブラウスが、2回の着用で毛羽立ち、解かれたようになっている。今夜日本を離れるので、間に合う様に連絡してほしい」という海外在住のお客様から店舗へお申し出。店舗からどうしたらとの相談が入る。お客様とお話ができ、お知り合いの方から現品を送って頂けることに。瑕疵が認められたので代替品を用意。お客様は6月帰国されており、何度も連絡するがなかなかつながらず。「7月に入って店舗にご来店になり交換で対応終了した」との報告が店長より入電。国際化に向けての対応の事例。



アイシン精機株式会社（発表者；堀之内和夫氏）の事例

2台あるベッドの不具合のお申し出。一台目（20年使用）はサイドフレームの不具合で、床板が落ちそうで、2台目（10年位仕様）は床板と床板の間があいていてマットレスが破損したというもの。一台目の不具合は、センターワイヤーがないためと思われるので、それを止める穴があるかご確認頂いたが、ないとのこと回答。2台目のほうは複雑なので現品を見に訪問を提案。奥様が寝室を見られたくないとのこととで断念。その後色々やり取りがあったが、一台目のベッドに穴があることが判明。そこでお客様は「センターワイヤーを送って頂ければ自分で直す。二台目はサイドフレーム側に取り付けるストッパーを送って頂ければこれも自分で取り付ける」と入電。その後、「双方ともちゃんと直りました。有難うございました」とのお言葉で終了。



ピップ株式会社（発表者；瀬戸九美氏）の事例

「日本で買った御社製品を痛い所に7～8枚貼ったら、痒くなり全身が麻疹のように真っ赤になった。病院にいったら、それが原因と言われ、全部剥がしてもらった。今は回復に向かっているが、まだ皮膚が赤い」と、サンフランシスコにお住まいのアメリカ人女性から入電。「当該製品の影響とは考えにくい。絆創膏アレルギーでは？」とお答えすると、「アレルギーはない。使っている人が同じ症状になっては大変だから連絡した」とのお言葉。その後の対応は、英文のメールで。製品をはずすと効果が残らないので製品が原因とは考えにくく、別の病気の可能性もあるので通院をお勧めする。



「血液検査の結果、絆創膏とクランベリーソースが高いレベルで体に影響していることが分かった。多くの個所に一度に使用することを薦めない方が良いと思う。早く元の状態に戻ることを期待している。また連絡します」とのメール後、連絡なし。海外在住の方の人身トラブル対応の事例。

アース製薬株式会社（発表者；榮井彰成氏）の事例

「御社の動物忌避を使ったところ、臭いがきつい。従業員が体調を壊し通院したほどだ。すぐに臭いを取ってほしい。また休業による売り上げダウンを補償してほしい」と、飲食店経営者から入電。当該製品は臭いで嫌がらせるものでだが、こういった所で使わないよう表示していないことをお詫び。

お客様は、「24時間たったら臭いが消えると言っていたが、消えない。確認しに来ないのか」とおっしゃる。訪問し臭いが残っていることを確認したが、それはこの製品の本来の状態であることをお伝えし、対応方法を後日連絡することを約す。検討の末、消臭作業を実施することに。空気清浄機も



設置。それでもなお100%の消臭ができず、お客様は、「はじめて経験する経営の異常事態。対応が長引くならマスコミなど別の対処も考えたい」と。商品本来の機能を発揮しており、弁護士に相談。最終的に営業利益の目減りに見合った見舞金で決着。取扱説明書の不徹底によるクレーム発生の事例。

<VOCが改善につながった事例>

タイガー魔法瓶株式会社
お客様相談室
上原 明子氏



お客様から、「コーヒーメーカーとサーバーを頂いたが、別々に梱包されていて、しかもサーバーが固定されず保温板に乗っていたため取り出すとき落として割ってしまった。今回は怪我しませんでしたその恐れは多分にある。商品の梱包の仕方は輸送だけでなく顧客が使うまでを考えねばならないのでは。今後再発防止策が必要と思う」との、丁寧なお手紙が届いた。早速お礼のお手紙を出し、必ず可能な時期から改善することをお伝えする。担当部署と協議し、本体にサーバーをきちんとセットしてから全体を袋に入れ、他の必要部品もしっかり固定するようにした。VOCが梱包仕様の改善につながった事例。クレームととられても事故防止の為、長文でご意見をお寄せ頂いたお客様に感謝！

●事例研究会、VOCが改善につながった事例発表など全てのスケジュールがスムーズに終了した後、12月恒例の忘年会を兼ねた**情報交換会**が行われた。参加者は、三々五々、自社の対応事例や最近の状況など、忌憚なく話し合い、時間ぎりぎりまで、楽しんでいた。

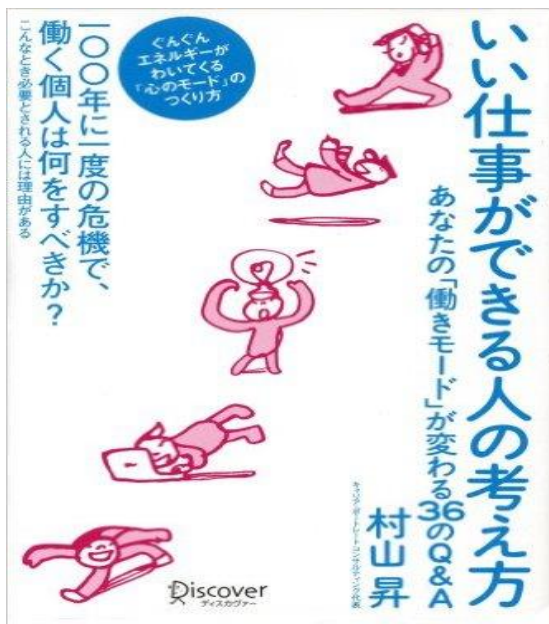


高城正光の推薦本

いい仕事ができる人の考え方 **村山昇** ディスカヴァー21

私たちは誰しも良い仕事がしたいと考えて働いています。仕事を実践する過程で苦労やストレスを乗り越える鍵は「考え方」です。働き人には「悶々人」と「快活人」の二種類があり、疲モード=目の前の仕事が「ツライ、しょうがない」閉モード=自分の知識・能力が「行き詰っている」重モード「職場の人間関係が重い・つながらない」暗モード=キャリア・人生の先行きが「不安・不透明」のモードの「悶々人」、一方嬉々として自分の仕事に打ち込んでいる「快活人」の心理モードは活モード=目の前の仕事が「面白い・感謝したい！」開モード=知識能力が「どんどん開けてゆく！」軽モード=人間関係が「軽やかにつながっていく！」明モード=キャリア・人生の先行きに「楽観・期待できる！」の4つのモードがありこのようなモードの人の差は「働き観」を強くはっきりもっているかで生じると筆者は語っています。4つのモードの変換の考え方、疲→活、閉→開、重→軽、暗→経、弱→強等への変換への36のQ&Aを中心にいい仕事ができる人へのヒントが得られ、ぐんぐんエネルギーがわいてくる「心モード」のつくり方へのヒントが得られる書籍です。私たちの消費者とのコミュニケーションは時にはストレスが溜まり、「疲れモード」になったり、「悶々人」になったり、様々です。

「働きモード」が変わる36のQ&Aを是非体験していただけたらと考え、推薦図書としました。



(参考)

(※) 6つの条件

- 【1】 分からないことは分けること
- 【2】 自分の頭で考えて考えて考えぬくこと
- 【3】 客観的に眺め不合理な点を見つけられること
- 【4】 危機をもって企業のチャンスに転化すること
- 【5】 身の丈に合った成長を図り、事業リスクを直視すること
- 【6】 世のため人の為というという自発性の企業文化を埋め込んでいること

事務局からのお知らせ

●2017年1月26日(木) 12時45分から大阪薬業年金会館で行われる第64回OM研セミナー「電話応対実践道場～難クレーム対応を学ぶ～」の様子は、2017年4月発行のOM研レポートに掲載します。

●第83回事例研究会は、2017年2月15日(水) 13時より明治なるほどファクトリア大阪で行われます。発表社は小林製薬株式会社(通販)、小川珈琲株式会社、株式会社ミルボン及び東洋アルミエコプロダクツです。1時間の工場見学も予定しています。

●第65回OM研セミナーは、2017年3月3日(金) 13時より大阪薬業年金会館で行われます。内容は、「弁護士から学ぶ～クレームに対応する法的対処法～」です。講師は、お馴染み松田恭子弁護士(光風法律事務所)です。事例も豊富!魅力満載のセミナーです。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。巻末に記載の事務局の電話、携帯、FAX 又はメール宛て、お気軽にご連絡ください!

●OM研ホームページに会員様専用のコーナーを設けております。パスワードは個々にお知らせしております。大いにご活用ください。

お客様満足研究会だより (OM研レポート)「第54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

