

お客様満足研究会だより

O M 研 レ ポ ー ト

第59号（2018年8月1日）



ミズノ株式会社・スポーツロジーギャラリー（第91回事例研究会会場）

目次

第59号の主な内容

- ・第53回リレー談義
- ・第72回OM研セミナー（於；大江ビル・13階会議室）
- ・第91回事例研究会（於；ミズノ株式会社）
- ・第73回OM研セミナー（於；大江ビル・13階会議室）
- ・第2回 わが社の相談室
- ・推薦本 「被害者ぶる人」
- ・事務局からのお知らせ



第53回リレー談義 「お客様対応の仕事を通じて」

株式会社ワールドビジネスサポート
CS 支援課 カスタマーセンター
小林 倫夫



私は、当社グループのカスタマーセンターに配属となり 4 年経過しました。主な業務は、お客様のお申し出の対応と、直営店舗の消費者問題の相談になります。

着任した当初は、カスタマーセンターにご連絡いただくお客様の問題解決に四苦八苦する日々を送っておりました。そのような中で店舗から相談を受けるのですが、対応の経験も、店舗運営に関する知識も無く、「なんとかしたい」という気持ちだけが先行し、途方に暮れる自分に不甲斐なさを感じていました。

当社は元々ブティック等の専門店様に商品を卸す業態が主で、私も入社時の配属は卸事業の営業担当でした。時代と共に顧客起点の小売事業に転換しており、現在は直営店舗、オンラインストアを通じてお客様に商品を販売する割合が大半を占めるようになりました。それに伴い、お客様が購入店に商品等のお問い合わせをされることが多いです。当社直営店舗のスタッフは、商品知識もあり、コミュニケーション能力もあるので、お客様のお申し出にも感じよく対応できますので、ほとんどのお客様に、気持ちが伝わり、円満に解決できます。しかし中には、難しいお客様もいらっしゃるので、店舗スタッフが提案する対応に納得されず、感情的に大声を張り上げたり、執拗に言い募って、無理な要求を迫られることがあります。店舗スタッフは日々多くのお客様と接していますが、一人の難しい消費者に悩まされると疲弊し、本来向き合うべきお客様の応対に集中できなくなります。店舗の相談を受ける私は、いかに店舗スタッフの消費者問題の負担を軽くするかが課題になっています。

私はカスタマーセンターのポジションで、様々なお客様のお申し出対応をおこなっておりますが、日々経験を積み重ねていくことで、難しい問題にも、効率的に対処できることが増えてきました。しかし、まだまだ物事の捉え方が狭いので、視野を広げて考えて判断していくことが重要だと痛感しております。

OM 研では、様々な業種の企業様の事例を題材に意見交換をおこないますので、皆様の考え方を知ること、自分の考え方を見直すことができ、今後の対応を深める機会になっています。これからも、OM 研での学びを深めて、結果として店舗スタッフをはじめ社内において頼れる存在になっていきたいと思っています。

▼▼第72回OM研セミナー▼▼

日時；2018年5月23日（水） 13:00～17:00

場所；竹澤ビル・リンク大阪会議室

内容 ～電話対応基礎講座～

「クレーム対応でお客様と心が通いあう電話対応力を身につける」

講師；玉本 美砂子氏（株式会社 JBM コンサルタント 取締役社長）

電話対応で最も大切なのは、お客様との親密なコミュニケーションづくり。

その技法として、聴くスキルと3つのフィードバック、1) 事実のフィードバック 2) 要約のフィードバック 3) 感情のフィードバックについて、具体的な表現方法とともに詳しく説明された。また、話すスキルとしては、和み効果がある「クッション言葉」が大切であり、その使い方も丁寧に紹介された。

今回のセミナーでは、2つの事例についてロールプレイングの時間がたっぷり取られ、自分の対応について直接指摘を受けたり、他社のメンバーからも感想が聞けるなど、貴重な体験となったようである。



ロールプレイング



グループ討議

■■第91回事例研究会■■

日時；2018年6月20日（水） 13:00～17:00

<事例発表前に、スポーツロジィギャラリー見学>

場所；ミズノ株式会社 参加者；46名（世話人含む）

●「ミズノ株式会社 大阪本社 施設見学 （1F スポーツロジィギャラリー）」

福助株式会社
お客様相談室
南 かおる



ミズノ本社ビル 1F 来客者専用入り口を入ると、まず目に飛び込んでくるのは誰もが知っているトップアスリートの等身大パネルと共に展示されている商品の数々でした。『ミズノスポーツロジィギャラリー』ではミズノの物作りやスポーツ用品の歴史、アスリートに関する事柄が、私の様な素人にも分かりやすく展示されていて大変興味深く拝見させて頂く事が出来ました。

特に印象に残っているのは、今まで見たことも無いような形の昭和初期の牛革グラブや、メジャーリーグに在籍していた両利き選手の要望を受け製造された6本指グラブなどです。それは単なる“商品”ではなく歴史を大切にしながら進化を遂げているミズノの“作品”であるように思えました。また、現代でも世界各国に様々なスポーツ分野で契約選手がいる事や、契約選手でな

くても好んでミズノを選んでいるアスリートが多数いる事をお聞きし、これぞミズノ創業 112 年の歴史の中で築き上げられてきた信頼と技術の実績であると感じました。

また、それと同時に少子化や超高齢化、ライフスタイルの多様化など、スポーツを通して人々がより豊かで快適な生活を送れるよう未来に向けた研究開発にも取り組んでおられました。その中で障害を持っておられる方用の義足も展示されていましたが、今回生まれて初めて実物を拝見し感動致しました。

世界のトップアスリートから一般ユーザーまで、幅広い人々に向けた商品作りへのこだわりと責任・高い技術力を、長い歴史の中で維持・進化させ続けてきたからこそ、誰もが知っている“ミズノ”の今があるのだと改めて実感致しました。

2020 年東京オリンピックでもミズノの商品が大活躍するのだろうと楽しみになってきました。

最後に、スポーツロジギャラリーを案内して頂いたご担当者の方にお礼申し上げます。

お忙しい中、どうもありがとうございました。



※事例発表終了後、参加会員の方から、ちょっと困っていることなど、質問が寄せられた。世話人だけでなく、参加者みんなで討論しあって、解決案を導き出し、大いに盛り上がった。

●事例内容

菊正宗酒造株式会社（発表者；堀栄子氏）の事例

動物愛護に携わる方や、動物好きの方から、年数回、手紙やメールで「御社の化粧品開発にさいして動物実験をしているか否か？」とのお問い合わせがある。また、それに関して、J A V A（動物実験の廃止を求める N P O）からもアンケート依頼があった。当社製品は、外部委託も含め、動物実験を行っていないとお答えしているが、他社の現状が知りたい。

株式会社アイケイ（発表者；永井麻衣氏）の事例

30 代のファッションモデルと思わしい女性から何度も入電。その都度、新商品やお気に入りの商品、メイクの仕方そしてモデルの仕事の話に。その内、窓口担当者の S が気に入られたようで、ついに「スーさん出して」と言うまでに。少し度が過ぎるので、S が声を落として話すと、やっと気づかれたようで、「忙しいのね。また・・・」というお言葉で終了。

U C C 上島珈琲株式会社（発表者；小堀恵子氏）の事例

愛飲者という女性から「コーヒーに異物らしいものが入っていた。長年愛飲しているのに大変残念。ぜひ原因を調べてほしい」という手紙とともに、現物が送られてきたが、異物は見当たらなかった。その旨お知らせすると、異物の写真が送られてきた。それをもとに現物を検査したが、やはり何も見つからず原因が特定できなかった。ご迷惑をお掛けしたことをお詫びし、このことは、しっかり担当部門に申し伝え、品質管理を徹底していくことをお伝えすると、「決して悪意があったのではありません

ん。ご縁がありましたらまた」というお言葉で終了。代替品は受け取り拒否で戻ってきた。

タイガー魔法瓶株式会社（発表者；上原明子氏）の感動事例

当社の除湿乾燥機のヒーター接続部の不具合により、長時間の使用で、発火に至る可能性があることが判明。生産終了後10年以上経過しているが、事故防止のため、自主回収することを決定。お客様への徹底を図った。すると、クレームどころか、製品への愛着の声、自主回収への感謝の便りがたくさん届いた。その旨、社内SNSに乗せると、社員の間にも、「お客様の恨みつらみでなく、感謝の言葉」に、感動の輪が広がった。



堀栄子氏



永井麻衣氏



小堀恵子氏



上原明子氏

▼▼第73回OM研セミナー▼▼

日時；2018年7月18日（金） 10：00～17：00

場所；大江ビル13階会議室 参加者；27名（世話人含む）

内容 ～Eメール通信術マスター講座～

「Eメールによるクレームの対応方法」

講師；中尾 知子氏（株式会社JBMコンサルタント部長講師）

クレームとお客様満足の考え方、電話対応とEメール対応の違いを分かりやすく整理した講義が行われた後、お客様から届いたEメールの行間に含まれる気持ちを読み取る演習が行われた。

好ましくない返信メール例が用意され、グループごとにそれをもとに、より好ましいメールに修正する作業を通じて、お詫びメール、リピーターを生むメールの書き方の基本を学んだ。

仕上げるに、クレームメールに対するお詫びメールの作り方の実習が行われた。参加者一人一人が、講義と実習で学んだことを思いだしながら、お詫びメールを作成し、グループごとにまとめた。それをグループの代表が発表し、大いに盛り上がった。

最後に、講師の中尾氏が、それぞれの発表メールについて、評価・解説。これからも増えるであろうメールによるクレーム対応を楽しく学べたと、参加者に好評だった。



グループの意見を発表する代表者



グループ討議にアドバイスする中尾講師

わが社の相談室（第2回）



アイシン精機株式会社 お客様相談室

わが社は、トヨタグループ会社で、主に自動車部品の製造販売をしておりますが、家庭用シンやベッド等の住生活関連および車いすなどの介護商品の製造販売も行っております。お客様相談室は、室長はじめ、カタログなどの販促物や取扱説明書等を審査するチーム（4名）と、お客様からのお問合せを対応するお客様相談チーム（5名）で構成されています。

昨年の受付件数は 4000 件、問合せ相談が 70%、苦情や要望、提案が 30%でした。主な相談内容は、家庭用シンが 60%。シンの購入相談、使い方や故障診断等、お客様に電話口にシンをご用意いただき、実際に操作をしていただきながら対応を進めております。

ご高齢者の方からのお電話も多く、お客様のペースに合わせ、対応を進め縫えるようになった際は、「電話してよかった。」「修理に出さなくて直ってよかった。」「長い時間、色々丁寧に教えてくれてありがとう。」等とお喜びの声もいただき私達の活力になっています。

お客様相談室の方針は、『お客様と会社の架け橋としてお客様の声に耳を傾け、社会環境変化を察知し、より良い商品づくりサービス向上に貢献する』です。お客様に寄り添った対応とスキルの向上を目指し、「お客様第一」を日々実践しています。

お客様の声（VOC）は、日報として日々関連部署、関係役員に配布し、緊急な内容については関連部署と連携を取り、迅速に対処しています。また、製品不具合ではないお客様の要望や意見についても「改善要望検討書」として関係部署へ発行し、製品サービスの改善を行っています。

わが社の製品をお使いいただいている方々に、喜んで頂けるよう室員一同、研修会や勉強会に積極的に参加し、お客様対応のレベルアップを図ってまいります。



株式会社 アイセン 品質保証ユニット

弊社は、台所用品、浴用品、洗濯用品、その他清掃用品を取り扱っております家庭日用品のメーカーです。

弊社工場（現：本社工場）が 2001 年に ISO9002 を取得し、2003 年に ISO9001 に移行を機に、2004 年に 2 名で品質管理室が発足致しました。現在は、品質保証ユニットとして部長、顧問を含め 4 名で対応しております。

品質保証ユニットの方針は、お客様の立場に立ち正確にスピーディに、また、三現主義に基づき行動する事です。

2017 年度のお問い合わせ件数は約 1,300 件。内訳は商品の使い方、直販を含む購入方法は約 60%、お申し出約 20%、その他 20%でした。また、お問い合わせ方法は、電話約 80%、メール・おハガキ等 20%でした。お客様からの声は、月 1 回社内報で配信。お申し出内容によっては、月 1 回の商品開発会議にて協議し、改良・改善に繋げております。これからも、お客様からの生のお声に耳を傾け、1 人でも多くのお客様にアイセンファンになって頂ける様、誠意をもって対応をしていきたいと思っております。



推薦本

『被害者のふりをせずにはいられない人』

著者名：片田 珠美（青春出版社）

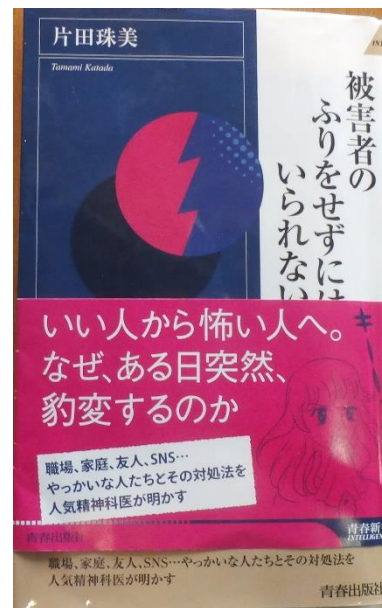
多数の著作を持つ人気の精神科医・片田珠美が、今回取り上げたのは、最近、ちまたに目立ち始めた「被害者ぶる人」である。

「必ずしも被害者ではないのに、被害を受けたとウソをついたり受けた被害を過度に強調したりして、誰かを攻撃する人である」

例として、職場で遅刻を繰り返す社員に注意したところ、パワハラだと逆ギレされたケースなどが挙げられている。

自分でこぼしたコーヒーの代金が返金されなかったといって、コンビニのオーナーに頭突きした男もいる。

こうした「被害者ぶる」典型がクレーマーだ。今や働く人の7割がサービス業の従事者だが、その90%は悪質なクレームにストレスを感じており、1%は、精神疾患になっている。社会としてもほっておけない被害が出ているのだ。



「被害者ぶる人」が目的とするのは、経済的な利得ばかりではない。組織なら保身といったこともあるわけで、上司が部下に責任を押し付けるケースをはじめ、我々の身近にも多々見受けられる。

彼らが厄介なのは、理屈が通じず、事実のねつ造も平気で、自分の都合の悪いことは認めない。そして、本人は本気で被害を受けたと信じていることが大半だ。被害を言い立てる能力にも長けている。そのうえ、彼らは被害感情からくる怒りを無関係な人に向けることも珍しくない。

そうした人が増えた背景には、小泉政権以降広がった格差や自己責任社会がある。そのことをアベノミクスの影響などにも触れながら解説していく著者の手際は見事だ。しかし、本書のみそは、なんといっても、「被害者ぶる人」への対処法がきちんと記されていることだ。反論はすぐにと、丁寧な言葉を使うこと、その他も実践的で役に立つことが満載である。（西日本新聞より）

▼片田珠美氏について▼

昭和36年（1961）生まれ。大阪大学医学部卒業後、京都大学大学院で、『分裂病者における象徴化と攻撃性』で博士号取得。またフランスに留学し、精神分析学を学びDEA（専門研究課程修了書）を得る。人間環境大学准教授、神戸親和女子大学教授、京都大学非常勤講師を歴任。『一億総うつ社会』『賢く「言い返す」技術』など著書多数。

事務局からのお知らせ

●朝倉公治事務局長、＜名門大洋フェリー＞で講演

今年度4月にご入会頂きました株式会社名門大洋フェリー様より講師派遣のご依頼があり、当会事務局長・朝倉公治が4月21日～22日の2日にわたり、研修を担当し、好評を博しました。

4月21日：新門司港大洋フェリー様会議室・3時間1回・約25名

4月23日：大阪南港大洋フェリー様会議室・3時間2回・約30名（午前・午後）

対象：フェリー乗組船長はじめ乗組員全員と一部事務職

研修内容：講座1・事例を基にした相対交渉ロールプレイング

講座2・お客様とのコミュニケーションとタイプ別お客様対応講演

所感：名門大洋フェリー様にとって今回のような内容の研修は初めての試み。皆さま非常に熱心で緊張感のある姿勢で臨んでおられました。初の体験で失敗は色々ありましたが、その失敗から多くの事を学んでいただけたと思います。非常に好評であり機会があればまたお願いしたいのとお言葉頂きました。（朝倉公治事務局長談）



●第92回事例研究会は、2018年8月29日（水）、13：30より、株式会社マングラムにおいて行われます。発表社は、ワダカルシュウム製薬株式会社、ワコー株式会社、カタギ食品株式会社そして川本産業株式会社です。終了後、情報交換会が行われます。奮ってご参加ください。

●第74回OM研セミナーは、2018年9月19日（水）、13：00より、大江ビル13階会議室で行われます。テーマは、「先進企業から学ぶ、わが社のクレーム対応」です。詳細が決まり次第ご案内いたします。ご期待ください。

●第93回事例研究会は、2018年10月17日（水）、13：30より、アース製薬株式会社大阪支店で行われます。発表社は、伸栄商事株式会社、株式会社ロックフィールド、株式会社クボタそして四国化工機株式会社です。

●難クレーム110番

多くの会員様のお役に立っています。下記事務局の電話、FAXまたはメールでご相談ください。

お客様満足研究会だより（OM研レポート）「第59号」
8月1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