

お客様満足研究会だより

Ｏ Ｍ 研 レ ポ ー ト

第60号（2018年11月9日）



第92回事例研究会の会場を提供いただいた株式会社マンドム

目次

第60号の主な内容

- ・第54回リレー談義
- ・第92回事例研究会（於；株式会社マンドム）
- ・第74回OM研セミナー（於；大江ビル・13階会議室）
- ・第3回 わが社の相談室
- ・事務局からのお知らせ
- ・会員様情報



第54回リレー談義 「準備が8割と改めて感じた100km」

攝津製油株式会社
営業部営業推進グループ
梶野 猛



攝津製油株式会社は来年2019年に創立130周年を迎えます。食用油脂の製造販売で創業し、現在は業務用洗剤や除菌剤の製造販売と業務用食用油脂の販売を主に行っております。業務品が中心のため、弊社ではお客様相談室などのセクションは設けておらず、私が所属する営業部営業推進グループ（営業企画部門）を中心に卸店やユーザー様からのご要望や苦情などに対応しております。

幸い、クレマーからの理不尽な要求に時間を割くことがほとんどないため、本リレー講義に相応しいような劇的なクレーム対応をご紹介できないのが残念です。それでも日々、商品の未着や使用方法の説明などの対応のため折り返し電話でご回答することが多く、こちらの準備不足から何度も掛けなおして不快な思いをさせてしまうことがあります。

そのような準備がどれだけ大事か身を持って実感したのが、今年初めて挑戦した「サロマ湖100kmウルトラマラソン」でした。いきなり突飛なことをいうと思われるかもしれませんが、少しおつきあください。フルマラソンは何度か完走していますが、100kmは私にとっては未知の世界です。私はその100kmウルトラマラソンの完走を今年の最大の目標に掲げ、1月から大会当日6月24日までの半年間、200km/月を超えるランニングや「100km挑戦本」に基づくトレーニングを重ねてきました。

さらに1ヵ月前より、大会当日を想定したより具体的な準備を始めました。完走実績のある先輩を訪ね、100kmをどのようなペース配分で走るのか、服装はどうするのか、途中で取るエネルギーはどのようなものをどれだけ用意するのかなどなど、日々積もる不安を紛らわすために様々なアドバイスをもらいました。

そしていよいよ当日を迎えました。周りのペースに惑わされず、7分/kmペースをスタートから守り、10km毎にエネルギーゼリーを計画どおりに取り、レース前と50km地点で足つり防止の薬もしっかりと飲みました。その結果、12時間48分55秒で完走することができました！完走の喜びもさることながら、85km地点で用意した最後のエネルギーゼリーを飲み終えた時に、全ての準備したことを思い通りできたという、これまでにない達成感・充実感を味わうことができました。

さて仕事の話です。

あれから3ヵ月、「準備がどれだけ大事か」身を持って体験した私はその経験を活かしているでしょうか。営業企画業務も、お客様対応も、もっと早く着手していればとか、あの資料も用意しておけばと感じる日々が続いています。まさに仕事の成功は『準備が8割』です。

以上

■■第92回事例研究会■■

日時；2018年8月29日（水） 13：30～15：00

場所；株式会社マンドム 参加者； 41名（世話人含む）



事例研究会の始まる前に、記念館をご案内いただきました。丹頂からマンドムへ・・・華麗な変身を遂げた同社の歴史が、商品を中心に整然と紹介されていました。

素晴らしい記念館です。次の機会には、是非会員の方々にもご披露いただければと思いながら、じっくり見学させていただきました。



<発表事例>

ワダカルシウム製薬株式会社（服部美子氏）の事例

「インターネットのA店で購入した御社の錠剤にフローラルの強い臭いがした。香料アレルギーなので、炎症反応を惹起する恐れがある。購入店に連絡しても返金できないとのこと。理由を聞いても返答がないので、御社で何とか返金してほしい」と、50代と思われる女性から入電。こうした場合、購入店での対応になり、当社では対応できない旨お伝えする。

その後、お客様は消費者センターや薬事PLセンターに相談し、理解を得たことを背景に、商品の交換を申し出られてきたが、やはり、当社では対応できないので、購入店へご相談いただきたい旨お伝えする。「経験上、お店は返事してこないと思う。もし返事がきたら、報告します」と、おっしゃった後連絡なし。社長に相談せずに担当者だけで対応したことにもご不満だったようだが、自分が対応を任されているので、相談しても結果は同じということで終始した。参加会員からは、事実がわかるまで、もう少し寄り添ってもよかったのではという意見がでた。

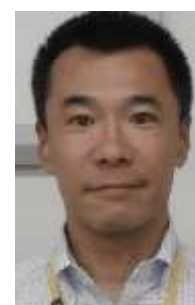


株式会社ワコー（発表者；堀内健作氏）の事例

50代と思われる青森の女性から、防ダニシートについてのお問い合わせの電話が入る。内容をお聞きすると、衣類はタンスに使用できるのは当社の商品Bが当てはまると思い、商品Bのホームページを見て頂くようお勧めし、ネットショップもご紹介した。すると、お客様は「ネットショップでは個人情報が必要なので使いたくない。販売店を紹介してほしい」との要求。

弘前市周辺での取扱店が見つかったので連絡すると、お客様は「自分の家の近くです。自分の分はそこで買います。神戸の友人の分は、あなたの説明でネットが安心と思ったので、それでやってみます」とのこと。

その後、いろいろやり取りがあったが、入金が確認でき、神戸のお友達にも無事到着したことも確認できた。希望通り事が運んだことへのお客様のお礼のお言葉で終了。



カタギ食品株式会社（清水満章氏）

お客様から、卸店を通じて、「スタンドすりごま(白)にいりごまが混入している」とのクレームが、営業担当者のもとに入った。現品はなく、写真3枚が送られてきた。写真から判断すると、白いりごまと思われる。袋に印字されている製造ロットから、製造記録を確認したがどこにも異常はなかった。また、2つのごまの製造室は別で、混ざり合うことは皆無。その後、現品を確認すると、チャック部分に当社のものとは異なるすりごまが付着していた。

それ以前も以後も同様の事例はない。慎重に精査した結果、内容物が空になってから挿入されたものと推測される。したがって「当社では対応できる対策はございません」と報告すると、どこからも連絡なく、不本意ながら終了。



川本産業株式会社（井田珠美氏）

「御社の鼻テープをはがしたら、粘着力が強く、鼻が真っ赤になり、ヒリヒリする。返金してほしい」と、70代と思われる男性から入電。まず、お詫びし、返金は購入店をお願いしている旨をお伝えし、商品交換を申し出ると、お客様は「それはおかしい。体調への気遣いもなく対応が悪い。弁護士と相談する」と激怒。明日上長から連絡する旨伝え切電。

上長よりお客様へ架電。不快な対応をお詫びし、鼻の様子をお伺いする。血が滲んでおり病院へ行くところなので、夕刻電話がほしいとのこと。電話をすると、お客様は「お宅の対応が遅いので、A薬局で返金してもらった。どちらにしても粘着力が強すぎる。商品調査の結果を報告してほしい」と、まくしたてた。調査の結果、当該商品は基準内であること報告し、商品の改良・改善に取り組むことをお伝えすると、「今回の件では、お宅からは何もしてもらっていない。会社としての対応を決めてほしい」との要求を。その後、訪問しお話をするうちに、「水にぬらしてはがすと書いてあるのは知らなかった。治療費はいらない。初めに返金してくれていたなら、問題はなかった」と、だいぶ柔らかな雰囲気。菓子折りと商品券をお渡しして退出。その後はエリア営業担当者が訪問対応。治療が進み、跡もだいぶ薄くなり表情も穏やかになられた様子。治療費をお支払いすることを提案したが、現在も対応継続中。



ちょっと困った事例

カイゲンファーマ株式会社・永長正樹氏

お客様から「のどが痛くて飲むのに、重篤な副作用にのどが痛くなると書いてあるが矛盾している。治療費はどうなるのか」というお申し出の葉書が。のどの痛みについてと治療費について文書で説明するも、全くポイントをついていない、企業責任から逃げているとけんもほろろ。その後、企業責任についてなどを説明した手紙を出すも受取拒否で、しかも同様の内容の叱責が。今も対応に苦慮している。

この対応について、参加会員が数人のグループに分かれ、討議。状況をよく把握して、要望を的確につかんでから連絡したほうがよいなど、活発に意見が出された。



!!盛り上がった情報交換会!!

株式会社マンダムでの事例研究会終了後、恒例の情報交換会が前回と同じ谷4の「鶏バル足音」で行われました。あちらこちらでいろんな情報が飛び交い、楽しい中にも、仕事への情熱を感じさせる交換会となりました。



▼▼第74回OM研セミナー▼▼

日時；2018年9月19日（水） 13：00～17：00

場所；大江ビル13階会議室 参加者；16名（世話人含む）

内容 先進企業から学ぶ「わが社の苦情対応とVOC」

講演1 「高齢者対応の事例と考察」

堤 一正氏

（株式会社リブドウコーポレーション・リフレお客様相談室室長）

まず堤講師の掛け声で、いつまでもボケない体操（健脳体操）から始まるという異例の出足。講演では大人用紙おむつ・介護用品を扱うメーカーとしての経験から、高齢者のクレーム対応のポイントについて紹介・解説がなされました。受講者にとって、高齢者対応の難しさを学ぶ良い機会となったようです。

VOC活動の事例として、電話の一次受付者が、お客様との会話の中で、これは大切と思ったことを情報発信メモに書きとめ、それを社内に配信していることが紹介されました。これで随分お客様の声が活かされやすくなったとのことでした。



講演2 「クレーム対応とVOC活用」

多田 和代氏（株式会社サクラクレパス お客様相談室課長）

アイテム数の多い文具・画材を扱うメーカーならではのクレーム対応の苦労が、失敗事例を交えて紹介されました。また、多田氏は、様々な対応事例を文字に書き起こし、相談室で検討することが室員の対応のレベルアップに繋がっていることを強調された。

従来商品化が難しいといわれていたものが、お客様のお声を熱心に関係部に伝えたことにより発売されるに至ったことや、お客様のお声で、表示が改善されたことにふれ、VOCの活用の重要性を熱弁されました。



グループ討議

「紙おむつへのクレーム」など具体的な題材をもとに、その対応法をグループに分かれて徹底討議。グループごとの意見を発表者に選ばれた受講者が発表。本研究会には、多種多様な業種の方が参加されておられ、お互いに参考になる意見が活発に出されました。



質問コーナー

質問コーナーでは、受講者からたくさんの質問が寄せられ、堤室長、多田課長及び朝倉世話人が、一つ一つ真剣に答えていました。



堤室長

多田課長

朝倉世話人



わが社の相談室

<NO3>



愛麺株式会社

- ・業務内容…主に調理麺の製造販売
- ・わが社のお客さま相談室
品質管理室：9名、商品開発部：2名、営業部：3名が担当しています。
- ・相談内容について
商品の不具合、表示内容について、アレルギーについて、栄養成分についてなどの電話の対応やお客様に直にお会いしてご説明に伺うことも有ります。
- ・モットー「お客様の言葉に真剣に耳をかたむけ、クレームをチャンスに」
- ・社内へのフィードバック
お客様からのお申し出内容を聞き取り表に記入し、社内掲示板にて従業員と共有します。
苦情の場合はクレーム報告書として詳細に経緯や決められた項目を記述し、原因を追及し、対策を細かく書いて部署責任者に回覧します。また品質管理室が対策どおりできているか現場を検証します。
またマニュアルの変更も行います。変更が有る場合は衛生会議を開き、各部署で発表します。
- ・OM研に参加して
いつもレポートを拝見させて頂いています。皆様が苦勞されている内容には非常に共感を覚え、また参考にさせて頂いています。セミナーにはなかなか参加できておりませんが、レポートを楽しみにしております。



株式会社アイケイ

お客様サービスセンター

- ・相談室の概要

室員数：3名

発足年度：1998年

年間相談件数：800～1,000件



我社はB to B to Cの業態を主としており、取引先である「生協ルート」「通販ルート」等の顧客様、アイケイの直接顧客様等、それぞれに対応ルールが異なるため、取引先種別、パッケージ記載等6種類の入電回線を使い分けています。

それぞれのお客様に対し、問合せ対応（商品・配送・返品交換等）、お申出回答書作成、注文受付等を行っています。前述の通りお客様により対応が異なるため、まずは「どこのお客様なのか？」を特定してから、それぞれのルールに従った内容で回答します。

取扱い商品は食品・飲料から化粧品、日用品、靴、アパレル、服飾雑貨、インナー類、家庭用品等多岐に渡っており、1,000 アイテムを超える扱いがあります。そのため、商品資料をデータベース化することで、すぐにお答え出来る環境作りをしています。

また、お客様と直接お話をする社内唯一の部署であることから、お客様のお声を活かす活動もしています。商品そのもの、商品案内、サービスの改善は、日を待たず該当部署へ提案出来るようになっており、お客様よりいただく嬉しいお声はひと月分をまとめて月初めに全社に展開しています。それにより、担当者だけでなくどの業務をしている者でも、自分たちがお届けした商品でお客様が喜んでくださったことを感じる事が出来、また喜んでいただこう！という励みになるようです。

会社の理念「ファンづくり」が私たち相談室のモットーです。お客様に気持ちよく電話を置いていただだけ、ご満足いただけることで私たちも元気をいただきます。これからも、お客様に寄り添った対応、また日々の情報共有や対応のスキルアップを切磋琢磨することで、「アイケイファン」を増やしていきたいと思ひます。

なかなかお伺い出来ない OM 研究会ですが、お伺い出来る時にはたくさんの情報や考えさせられる事例等に頭を回すことで、一つずつ学ばせていただいております。また、皆さまより元気をいただいております。いつも本当にありがとうございます。これからもよろしくお願いいたします。



赤穂化成株式会社 お客様相談室



弊社は無機工業薬品や豆腐凝固剤等の業務用商品、海洋深層水を使用した清涼飲料水、「赤穂の天塩」をはじめとした調味商品の製造販売を行っております。その中でもお客様相談室では一般小売商品に関するお問い合わせに対応するため、フリーダイヤルにて受付しています。業務用商品については各関連部署にて別途対応しています。お客様相談室は品質保証部の中にあり、4名で構成されています。

2017年の対応件数は約1,500件で、その内訳は、使用方法、販売店や購入方法に関する問い合わせが約65%、その他の問い合わせが約30%、苦情・ご意見は約5%でした。夏期は「熱中対策水」をはじめとした清涼飲料の販売量増加に伴い問い合わせ件数も増加します。

お客様の声は日報および月報として取りまとめて関連部署へ報告し、より良い商品づくりのために役立てています。最近では、にがり商品の「キャップの目盛りが見えづらい」とのお声に対し、表示が見えやすいようにキャップ素材の変更を行いました。また、販売店舗やメディアに関する問い合わせにも迅速に対応できるよう、営業部やマーケティング部をはじめ各部署との情報共有を行い、積極的な連携に取り組んでいます。

まだ知名度が低い商品が多いのですが、お問い合わせくださったお客様に今後もご愛顧いただき喜んでいただけるよう、1件1件を大切に、丁寧な対応を心がけています。

事務局からのお知らせ

●2018年10月17日（水）、13：30から17：00まで、アース製薬株式会社大阪支店で行われた第93回事例研究会の結果は、2019年1月に発行予定のOM研レポート第61号で紹介させていただきます。

●第75回OM研セミナーは、2018年11月21日（水）、13：00から17：00まで、大江ビル13階会議室で行われます。テーマは「クレーム実践道場・ロールプレイングで学ぶ難クレーム対応セミナー」です。世話人がいろいろな経験をもとに実施する恒例のセミナーです。これまで参加された方々からは、「すぐに実践に役に立つ」と好評です。奮ってご参加ください。

●第94回事例研究会は、2018年12月5日（水）、13：00から17：00まで、大江ビル13階会議室で行われます。事例研究会終了後、会員様同士の親交を温め友好の場である情報交換会が、谷4の「鶏バル足音」で行われます。

●第76回OM研セミナーは、2019年1月16日（水）、10：00から17：00まで、大江ビル13階会議室で行われます。テーマは、「高齢者からの苦情の対応スキル 習得セミナー」です。今どこの会社でも悩ましい高齢者対応のノウハウを学ぶ絶好のチャンスです。お見逃しなく。

●難クレーム110番

名門大洋フェリー様から、国土交通省を巻き込んだ難クレームの相談をはじめ、いろんな相談が寄せられています。お困りのことがありましたらお気軽に、事務局（巻末に連絡先表示）にご相談ください。電話、メールおよびFAXいずれでも大丈夫です。

会員様情報

●摂津製油株式会社の梶野猛様の後任として、営業推進グループ課長の斎田利典様が入会されました。

お客様満足研究会だより（OM研レポート）「第60号」
11月9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>