

お客様満足研究会だより

Ｏ　Ｍ　研　レ　ポ　ー　ト

第 6 3 号（2 0 1 9 年 8 月 1 0 日）

目次

第 6 3 号の主な内容

- ・ 第 5 6 回 リレー談義
- ・ 事例研究会
 - 第 9 7 回（於：カネテツデリカフーズ株式会社）
- ・ OM研セミナー
 - 第 7 8 回（於：大江ビル 1 3 階会議室）
 - 第 7 9 回（於：大江ビル 1 3 階会議室）
- ・ 第 6 回 わが社の相談室
- ・ 事務局からのお知らせ

リレー談義



第56回

私とお客様対応

株式会社名門大洋フェリー
旅客営業部
古峨 唯理子



弊社は、波穏やかな瀬戸内海をナイトクルージングで、大阪南港と北九州新門司港をおよそ12時間30分の所要時間で毎日上下2便を4隻で運航しています。夜出航し朝に目的地に着くので、移動ホテルのような公共交通機関です。

弊社には、お客様相談室やカスタマーセンターなどを設けていないため、私が所属する旅客営業部を中心に問い合わせやクレームなどの対応を行っています。私は弊社ホームページの問い合わせフォームから頂くメールの対応を担当しています。この業務を担当するようになったのは2019年1月からで、まだまだわからないことが多く、過去の返信履歴を確認したり、返信に困ることは上司と相談したり日々勉強中です。

メール対応は電話対応と違い、一度考えてから返事することができるため、焦りやパニックになることはあまりありません。また記録が残るため「言った言わない」などのトラブルを防止できるのがメリットだと考えています。

しかし、メール対応は、お客様が何を伝えたくて問い合わせをしているのかわからない時、直接聞き返すことができないため困ってしまいます。お客様の伝えたいことを把握しないまま返信はできないため、弊社から質問のメールをすると返事がこないケースが何度かありました。また、文章だと堅苦しく捉えられてしまい、さらにクレームに繋がるケースもあります。どちらもお客様の立場に立って返信ができていなかったため、同じことを繰り返さないよう心がけています。

先程メリットで記録が残ることを挙げましたが、これはデメリットでもあります。SNSが普及する現代では、当社からのメールをSNSに投稿される可能性があります。記録がお客様の元に残ってしまうため、難しいお客様は特に細心の注意を払って文章を作成するよう心がけています。

メール対応を担当し始めた頃は、厳しい言葉や執拗な問い合わせに落ち込んでいましたが、焦らずお客様の立場にたって考えることで、少し気持ちが落ち着くようになりました。

今年の春よりOM研に参加させていただき、様々な業種の意見や情報を共有することができ、大変勉強になっています。皆様の経験や知識などをこれからたくさん吸収し、お客様に満足していただけるようスキルアップしていきたいと思っています。

事例研究会

■■第97回事例研究会■■

日 時：2019年6月19日（水）

13:30～16:00

場 所：カネテツデリカフーズ株式会社

参加者：46名（世話人含む）



今なお愛されるてっちゃんマーク



てっちゃん工房



てっちゃん工房でショッピングを楽しむ会員

<発表事例>

宝ホールディングス株式会社

（発表者：戸井田晃次氏）の事例

「料理酒パックの栓口元に黒カビが発生していた。賞味期限は十分にあるので検討していただきたく筆をとりました」と、80代と思われる女性から、社長あてにハガキが届く。

代品送付時に、「アルコールが含まれるうちはカビは発生しない」との説明と「交換させていただくので、お手元の現品を着払いで送っていただきたい」旨の手紙を添付。

現品到着したことをお客様に連絡すると、「私は、口の周りは必ずふき取っている。ちゃんと検査してください。他の会社は商品の詰め合わせを持って来たわよ」とのお申し出。

交換終了ではなく、調査することに。「成分に異常ないが、口周りに残ったお酒が原因でカビが繁殖したものと思われるが、保管状態が不明なため、これ以上の原因究明は不可能」という検査結果をお客様に口頭で説明。あまり納得いかない様子だった。その後、お客様に報告書とアンケートハガキを添えて送付。ハガキが返送されてきたが対応にご不満で、今後あまり買いたくないとの回答であった。



小川珈琲株式会社

（発表者：福原光代氏）の事例

店頭における、クレジット決済の間違いと修正に時間がかかり長時間待たせたことによるクレーム。

エリアマネージャーから引き継いでお客様係が対応したが、このような事態になったことの説明と本社から連絡が欲しいというお客様の要望に応えられず、お詫びと言い訳に終始したように受け取られ長引いたケース。

いろいろやりとりがあったが、個人情報を出さないまま、今までの経緯をメールでお送りするもその後連絡なし。



株式会社ダスキン

(発表者：上木康弘氏) の事例

店頭での出来事へのクレーム。

お客様とそこご家族の前で、突然外国のお方と思われる別の男性客が倒れこんだ。子供が怖がるなか、お客様は、「私は救急車を呼べ！AEDを用意しなさいと声を荒げて訴えたのに、無事救急搬送されるまで従業員は何をしていたの・・・？全員バイトで社員はいないとはどういうこと？また割れ飛んだドリンクで妻のコールハウンの靴にシミができた。責任は取ってくれるの？」などに疑問を覚え、それらに関する質問メールを送ってきた。



<同社の回答>

倒れたお客様には、事前にお声掛けさせていただき、大丈夫とのお返事をいただいている。お倒れになった後も、他のお客様が救急連絡をしているのを確認し、AEDの保管場所へ急いでいる。いろいろご指示いただいたお客様には本当に感謝している。

ご指摘の正社員不在の件は、全営業時間に正社員を常駐させるのは難しいため、所在自治体の条例や営業許可等に抵触しないよう配慮している。完全と言えないまでも、その場における適切な対応はできたとの自負は持っている。

また、責任者不在の件ですが、代行者が緊急対応やそれに準じる任に当たることは許され、問題はないと考えている。



フジッコ株式会社

(発表者：花田周吾氏) の事例

70代と思われる女性が、SチェーンS店に、髪の毛が入った商品を持ちこまれる。代替品を受け取り、個人情報は何も言わず立ち去る。

Sチェーン相談室より、営業担当に、現品引取りと調査の依頼が寄せられ、報告書の準備を依頼される。

調査の結果、毛髪の混入は開封後であることが判明。しかし混入経路は特定できなかった。その旨の報告書をSチェーンに提出。Sチェーンが対応することに。

数か月後、同じお客様と思われる方から入電。Sチェーンが対応することをお伝えし、ご了承ください。

ところが数日後、そのお客様から「御社からの連絡がない。メーカーとして直接詫げるべきでは？販売店に責任転嫁するのはどうかと思う」との電話。

不愉快な思いをお掛けしたことのお詫びと経緯を手紙でお送りする旨お伝えする。すると、「手紙以外どう対応するのか？」と強談判。

販売店から申し出があった時点ですべきことはしたので、これ以上の対応はできないことをお伝えすると、お客様は「腑に落ちない。それなりの機関に申し出る」と切電。

その後お客様からも第三者機関からも連絡はなく終了。



セミナー

▼▼第78回OM研セミナー▼▼

～電話応対基礎講座～

『クレーム対応における共感力・質問力・説明力を身につける』

講師：玉本 美砂子氏

(株式会社JBM コンサルタント
代表取締役社長)

日 時：2019年5月15日(水)

13:00～17:00

場 所：大江ビル13階会議室

参加者：25名(世話人含む)



毎年、5月には、新しくお客様対応部門に配属された方を対象の「電話応対の基礎講座」を実施している。今回も、お馴染みの玉本美砂子氏を講師にお迎えし「～電話応対基礎講座～クレーム対応における共感力・質問力・説明力を身につける」というセミナーを行なった。

最初に、企業がお客様の期待を裏切ったことにより、クレームが発生することを学んだ。次いで、起こったクレームに対応するスキルを学んだ。クレーム対応のもっとも重要なことは初期対応であり、それがしっかりできていれば、失敗することはない。

そして、正しい敬語を使い、適切な相槌をうち、間違いのないように傾聴し・復唱し・説明し、しかも相手に寄り添う共感の表現ができるスキルを身につければ、鬼に金棒ということも学んだ。

締めくくりに、用意された題材・シナリオに基づいてロールプレイングが行なわれた。聴講者は、3人から4人のグループに分かれ、お客様役と企業応対者役、ロールプレイングの評価役となつて、全員がすべての役割を受け持ち、実演し、その内容について真剣に意見を出しあっていた。

玉本先生のアドバイスだけでなく、聴講者同士の評価や意見が聞けたことも、聴講者にとって貴重な体験となったようだ。

セミナー終了後のアンケートでも、とても参考になったと高評価だった。



ボイスレコーダーを駆使して
頑張る聴講者

▼▼第79回OM研セミナー▼▼

～ハートフル苦情対応～

(高齢者対応 応用編)

高齢者対応に必要な実践力向上セミナー

「高齢者のパーソナリティ・個性に合わせた応対手法を学びます！」

講師：中尾 知子氏

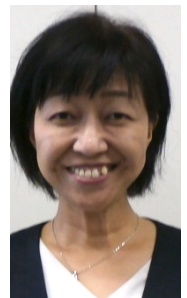
(株式会社JBM コンサルタント
主席講師)

日 時：2019年7月17日(水)

13:00～17:00

場 所：大江ビル・13階会議室

参加者：27名(世話人含む)



OM研セミナーでは、これまでに第70回(2018年1月17日)と第76回(2019年1月16日)で、高齢者の特性(見えにくくなる、聞き取りにくくなる・・・)を知り、思いやる気持ちをベースに基礎的な高齢者対応を学んだ。

今回、そのステップアップとして、高齢者対応の「応用編」セミナーを行った。

今回の応用編では、まず基礎編で学んだことを振り返った後、アメリカの心理学者・ライチャード氏による高齢者のパーソナリティの5つの分類とそれらに対応するポイントを学んだ。

また、齢とともに『頑固になる』『愚痴っぽくなる』『怒りっぽくなる』『くどくなる』など性格が変化する高齢者のタイプごとに具体的な対応ポイントやトークスキルを学んだ。

ケーススタディでは、電話応対事例を題材に、応対者側の課題・改善点をグループ討議し発表した。その後、聴講者は同じ題材で、イヤーマフをつけた高齢者役と応対者役を受け持ち、ロールプレイングを行なった。

聴講者の方々は日ごろ高齢者対応には苦慮しているようで、今回のセミナーも、高評価であった。





わが社の相談室 No.6



カネテツデリカフーズ株式会社
品質保証部（お客様相談係を含む）



◆業務内容

主に魚肉練り製品の製造販売

◆相談室の概要

品質保証部の中にお客様相談係が含まれています

電話対応専任 1 名

品質保証部 11 名



◆年間相談件数

約 1000 件

◆相談内容

製品のアレルギー情報や食べ方、原材料の産地についての問い合わせやお申し出

◆社内へのフィードバック

電話対応を行った品質保証部員が、直接調査を行い工場の責任者や担当者にフィードバックを行っております。お客様の声をすぐに担当部署に伝えることができるのが、私どもの強みです。また同時に社内ホームページに内容を掲載し、社長や各営業所、出張先からも情報が分かるようになっています。

◆OM 研に入会して

様々な業界の方と知り合うきっかけとなり、また多種多様な事例を学ぶことができ非常に勉強になります。また事例研究会に参加した際には内容をレポートにしてまとめ、部内で回覧しております。

カタギ食品株式会社
お客様室



◆業務内容

おいしいゴマを世界各地から輸入し、家庭用、業務用として、「いりごま」、「すりごま」、「ねりごま」などに加工して、販売しています。ごま製品で有機 JAS 認証を初めて取得し、多くのお客様から、ご支持をいただいています。

◆お客様室の概要

①商品に記載しているフリーダイヤルの受電（お問合せ、お申し出対応）

②近隣のお客様へ自社商品の販売、購入が困難な方への自社商品の通信販売、ギフト商品などの販売

◆室員数

専任者 2 名、

責任者（品質保証部長が兼務）

文書での回答、業務用製品についてのお申し出については品質保証部（6 名）で対応

◆年間相談件数

約 1,200 件（月平均約 100 件）

◆相談室のモットー

いいもの・いつも・いつまでも
（会社スローガン）

◆お客様対応と社内へのフィードバック

お問合せ内容、お申し出内容を一覧表にし、分類、解析して、月例の品質会議で工場、営業、商品開発などの責任者と共有しています。

お客様からの改善要望については、商品の開発の参考にストックしています。

お申し出内容、お問合せの解析結果を経営会議で報告し、経営判断に活用しています。

◆最近の傾向

お問合せの件数については減少傾向にあるようですが、e-メールでのお問合せが増えてきています。



牛乳石鹼共進社株式会社
お客様相談室



ずっと変わらぬ やさしさを。

牛乳石鹼

◆業務内容

主に化粧石鹼、化粧品製造販売

◆わが社のお客様相談室

室長：1名(男性) 課長：2名(男性)

室員：2名(女性)

発足年度

1995年に、総合研究所に消費者窓口として
お客様相談室が設置される。

2001年に、本社から安田工場に移転。

◆年間相談件数

総件数約7000件(2018年度)

商品等のお問い合わせが88%、お申し出が
9%および提案やご意見が3%

相談方法では電話が80%、メールが16%、手
紙が1%、その他が3%となっている。

ここ数年は総件数が減少している。

◆モットー

「迅速・丁寧に誠実な対応」

◆お客様対応方法とその活かし方

主に室員2名が中心となって対応に当たり、
お申し出の内容によっては、相談室全員で連
携し、ともに解決にあたる。

お客様の声(VOC)は、経営層には週報で報告
し、毎月の品質管理委員会や部門間月報でも報
告している。また、若手世代を中心としたQC
委員会においても報告している。

緊急事態は、担当役員を中心に、品質保証委
員会にて協議する。

◆OM研に入会(参加)して

さまざまな業種の企業で起こっているお客様
対応の事例を知ることができ、またその事例
に対して討論することで、反省点や改善点を
共有することができるので、自身の業務に対
して参考になっている。



京都生活協同組合
品質保証部 組合員の声対応事務局

KYOTO
COOP



◆業務内容

宅配事業、店舗事業、共済事業、福祉事業、
葬祭事業、

◆組合員の声対応事務局

専従職員3名とパート職員3名

◆年間相談件数

2018年のお申し出件数 2429件

2018年の声の件数 1209件

◆お申し出方法

フリーダイヤル、宅配配達時や店舗での受付等
※フリーダイヤルの受付は別部署で担当

◆めざすこと

商品を安心して利用したいという組合員の期
待に応えます。生協を利用して良かったという
声を広げ、組合員の声から改善につなげていき
ます。

私たちの職場の事業方針

1. 「組合員のお申し出と声」に対して、迅速で、
正確な、わかりやすい回答作成を行います。
2. 「組合員のお申し出と声」を集約・整理・分
析し、京都生協全体に情報を発信します。
3. 「組合員のお申し出と声」から発見された改
善課題を、商品改善と運営改善につなげます。
4. 危機管理対応(リスクマネジメント、クライ
シスマネジメント)を強化します。
5. 難苦情対応の現場アドバイスを強化します。
6. 京都生協内の関連部局、及びコープきんき事
業連合との連携を強化します。

日々の業務として、お申し出(商品の異物混入
や包材不良等)は、現品を確認し、取引先に調
査依頼をしています。また、取引先の報告書を
点検し、組合員に解りやすい回答書を作成して
います。

声は、商品やご提供する中での様々なご意見、
要望から商品改善と運営改善につなげていま
す。

◆OM研に参加して

事例研究会に参加して、企業様(製造元)のご
対応の方法や考えを日々の仕事の参考にさせ
ていただいております。今後も勉強させていた
だき、組合員対応のレベルアップにつなげてい
きたいと思っております。

《事務局からのお知らせ》

●セミナーのお知らせ

1. 第80回 OM 研セミナー

クレーム対応実践道場 1 **新企画**

「クレームの訪問対応はここが肝心」

～訪問対応のイロハを学ぶ～

訪問対応のスキルが解決へのキーを握る！お客様と直接向かい合える絶好の機会を有効にするスキルを学ぶ初めてのセミナー！奮ってご参加ください。

講師及び進行：世話人

日時：2019年9月18日（水） 13：00～17：00

場所：大江ビル 13階会議室

2. 第81回 OM 研セミナー

クレーム対応実践道場 2

「ロールプレイングで体験する難クレーム対応の実践セミナー」

講師及び進行：世話人

日時：2019年11月20日（水） 13：00～17：00

場所：大江ビル 13階会議室

●事例研究会のお知らせ

1. 第98回事例研究会

日時：2019年8月21日（水） 13：30～16：00

*記念館見学 16：00～17：00

*情報交換会「すし半」 17：30～

場所：江崎グリコ株式会社

2. 第99回事例研究会

日時：2019年10月16日（水） 13：30～

場所：タイガー魔法瓶株式会社

●講師派遣

朝倉公治事務局長＜四国化工機株式会社で訪問対応研修う＞

6月5日大阪支店・6月6日東京支店の営業担当者及び管理者向けに

「訪問対応の基本とロールプレイング」を各々4時間の構成で研修を行った。大変好評でした。

●難クレーム 110 番

常に数社からご相談が寄せられていますが、直近では西川株式会社様から、預かり品の処分についての相談が寄せられました。

お困りのことがありましたら下記事務局あて、お気軽にご相談ください。

お客様満足研究会だより（OM 研レポート）「第63号」

2019年8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>