

お客様満足研究会だより

OM研レポート

第64号（2019年11月15日）



目次

第64号の主な内容

- リレー談義
第57回 フジッコ株式会社 小林 俊幸
- 事例研究会
第98回（於：江崎グリコ株式会社）
施設見学レポート 江崎記念館を見学して
- 保存版 お客様対応 法律相談豆知識
- セミナー
第80回 OM研セミナー（於：大江ビル・13階会議室）
- わが社の相談室（第7回）
- 事務局からのお知らせ

リレー談義



第57回

私とお客様対応

みなさま、こんにちは。この6月からフジッコのお客様相談室に所属しております、小林と申します。お客様相談室でのお仕事は、今回2度目となります。

あれは、20年ほど前になるでしょうか、長年使っていた動物のマークの入ったホットプレートが、コンセントを挿しても鉄板がまったく熱くならず、使えなくなっていました。古いし、買い替えしなきゃいけないかなあと思いつつも、駄目もとでメーカーのお客様センターに電話をしました。

電話をする前は、きっと「もう古いので修理はできません」と簡単にあしらわれるのだろうと思いつつ、受話器を取りました。つながった相手様は、40代ぐらいの男性の方だったと思うのですが、「長く大切にに使っていただいていたのですね、ありがとうございます。ちょっと古いのでどうなるかわかりませんが見てみましょうか」と言ってくれ、なんと修理に応じていただけるじゃないですか。期待していなかったもので、とてもびっくりしたのを覚えています。しかもその引取りの手配から返送

フジッコ株式会社
お客様相談室
小林 俊幸



までこちらの事情を聞いていただいた上ですべて段取りを組んでいただき、翌日には配送業者が取りに来て、3日後には新品のコンセントに取り替えていただき、本体も綺麗になって帰ってきました。今でこそ宅配業者の配送サポートサービスなどありますが、そのころ電気製品の修理お願いするといえば、大きな電気屋さんに行っていか、メーカーの修理センターに直接持ち込むかという方法しか私は経験が無かったため、この時の担当の方の言葉や、配送手配の対応にはえらく感動しまして、その時からずっとこんなにお客様のことを大事にしてくれる会社だから、どれもよい商品に違いないと大ファンになりました。

私の仕事といえばそのころは、佃煮や惣菜などの品質管理の仕事をしており、管理していた商品を今日は美味しく出来ているかな、きれいに出来たかなと思いながら仕事をしており、それなりには愛着はあったのですが、今思えば、長年日々の業務をこなしていく中で、商品と対面するばかり

で、これがお客様に届いているという感覚も薄れていた気がします。

そんなときに、ホットプレートの体験があり、お客様にこのようなうれしい気持ちにさせることができる仕事は良いなあと思い、仕事の希望を会社に申請する機会に、お客様相談室を希望しました。

それから10年ほどは品質管理の仕事をしていたのですが、私が希望していたことも忘れていたころに、お声をかけていただき、(珍しいことを言う人間がいたと、会社の上の方が覚えていてくださっていて印象に残っていたそうですが) 晴れて！お客様の近くでお仕事をさせていただくことになりました。

現在はコミュニケーターさんフォローをしつつ、お怒りのお客様へ謝罪や説明をして、時にはお客様に諦めていただくしかないようなことで数時間お話してもご納得いただかず、お客様も自分自身も疲弊して終わることもありました。逆に心が通じ合って喜んでいただけたことを実感できたときは、とても幸せな気持ちをお客様からいただく事ができました。そのような時は、私はこの仕事が好きだなあとしみじみ思っています(笑)。

今の私の課題はこの仕事を通してお客様とコミュニケーターが仲良くなり、ともに幸せな気持ちで終話出来ること。できればあの電機メーカーさんのように期待値よりちょっぴり何か良いものを渡せて、感動をもらえるような。

それを実現するために、コミュニケーターのスキルをどうやって向上させていくかということやお客様との心の通わせ方を日々考えて言葉をかけています。教育の具体的な仕組みづくりなどはまだまだ取り組めていませんが、これから力を入れていきたいと思っています。私自身もそのようなスキルが十分備わっているわけではありませんので、しっかり勉強したいと思っています。

私は、わざわざお客様相談室にお電話をかけて来てくださるお客様は、やはり相当なエネルギーを持っておられるのだと思います。

疑問に思ったり不満に思ったりしておられることに、ただ答えるだけでなく、それぞれ抱えている事情、背景や、想いに寄り添って、なぜ聞いてこられているのかの気持ちがあれば、そこから当社の商品をどう改善すれば喜ばれるかが、見えて来ると思います。

その様な対応ができれば理想的だと思います。

そして、いつかまた商品を購入いただいた際に「私が話したことをほんとにやってくれたんだね」と思っていたいただければ最高です。

そんな言葉をいただけるように日々頑張っていこうと思います。

私もいつかOM研究会さんへ参加する機会があると思いますので、その時はどうぞよろしくお願いいたします。



事例研究会

■■第98回事例研究会■■

日 時：2019年9月18日（水）
13：30～16：00

場 所：江崎グリコ株式会社

参加者：47名

江崎記念館見学 16：00～17：00

情報交換会 17：00～20：00



<発表事例>

大幸薬品株式会社の事例

（発表者：青木恵理子氏）

20歳代と思われる女性から「スプレーが液漏れし、子供の大切な体操教室の記録が載ったノートが濡れて大変なことになった」とのお申し出。謝罪し粗品のタオルを入れ引き取り交換をお願いする。すると、お客様から「タオルが届いたが、これでおしまいですか？明日使う記録のノートはどうしてくれるのですか？」との入電。



その後、返金や弁償のことなどいろいろやり取りがあったが、現品の調査を確認したうえ、お詫びと報告のため、手土産をもって上司と訪問。お客様は、ノートの弁償としての3,000円をお渡ししようとする、「子供の大切な記録をこんな形にされて納得できない。菓子折りも持って帰って」とお怒りに。帰社後、責任者に交渉決裂と報告。

しばらくして、お客様からその後どうなったのかとの連絡。「ノートを弁償する方法として、入会金8808円をお支払いします。その際サインをいただくこととなります」と申し上げると、お客様は主人と相談しますとのこと。

ご主人のアドバイスで、3000円の弁償でご了承。振込完了で終了。母親の気持ちに寄り添えなくて長引いた事例。

株式会社アイセンの事例

（発表者：湯川克彦氏）

『スポンジの中に針金が入っていて、指をけがした』と連続3件のお申し出

① 関西在住の50代男性から「スポンジに針金が入っていて、指を突きけがをした」との入電。

お詫びを申し上げ、現品を着払いで送っていただくことに。

到着した現品を県の工業試験場で検査。その結果、安価なステンレス素材ということが判明。

結果報告にお客様の会社へ、代替品と手土産を持って、お客様の会社へ訪問。「針金の混入経路は特定できなかったが、シンクのざるに似ているのですが・・・」と申し上げる。すると、お客さんは急に不機嫌になり「自分で入れるぐらいなら、こんなにけがはしない」とお怒りに。「ざるなどを洗われたときに紛れ込んだ可能性をお聞きしただけで、故意にとは思っておりません」とご説明すると、ご納得。

② 宮城県と西東京のお客様から①と同様のお申し出あり。

検査の結果、①と同じ安価なステンレスだった。お客様には謝罪で済んでいるが、3点とも製造工場がことなり、不可解な事象。原因は「迷宮入り」。



カイゲンファーマ株式会社の事例

(発表者：永長正樹氏)

男性のお客様から「目薬を点眼すると、白目が充血し、ヒリヒリし涙が止まらなくなった。返品したいが、受け付けてくれるのか？購入店へ持ち込んだ方がよいのか？」とのメールを受信。

架電するも出られなかったの
で、弊社製品がご期待に沿えな
かったことをお詫び、電話をさせ
ていただくのに都合の良い日をご連絡いただける
ようメールを送る。同時に眼科での検診をお勧
めする。数日後、「今も症状は変わらない。何の
ために購入したかわからない。眼科での受診の
助言は結構。捨てようと思うので、今後連絡は
結構」とのメール。お詫びのメールを送信し、
商品代金相当のクオカードと返信用封筒を送る
も、返信なし。未解決に終わった事例。



株式会社ミルボンの事例

(発表者：酒井佐代氏)

『潔癖症で、何度も同じ内容
の問い合わせをするお客様』

最初のお問い合わせは2011年6月、その後、通算8年
で、76件のお問い合わせ。1
日に数回のこともある。また、
最近はお気に入りのオペレー
ターを指名。対応としては指名を
受けたオペレーターが、他の対
応を終えた段階で対応。

L O T 番号について、特に購入品がすべて新
しいか知りたいというお問い合わせが何回も。
それに対しては、L O T 番号の読み方を伝え、
概ね使用期限は製造年から約3年とご案内して
いる。



「江崎記念館を見学して」

常盤薬品工業株式会社

お客様相談室 北川 真由美

今回初めて江崎記念館を見学させて頂きました。階段を上がってすぐのところに、現在発売されている江崎グリコ様のお菓子や食品などがたくさん展示されており、まず商品数の多さに驚きました。次に目に飛び込んできたのは、グリコのキャラメルや大阪の道頓堀のグリコネオンでもお馴染みの“ゴールイン・マーク”です。もともとは子供が元気に走り回る情景からデザインが決定され、その後、時代とともに何代にも渡ってマークが変更していることなどの話をお伺いしました。

また、現在でも発売されているビスコやプッチンプリン、アーモンドチョコなどの開発経緯、発売当時の商品も展示されており、何度も商品がリニューアルされて現在に至っていることを展示物を通して見ることができ、時代とともに今でも愛されているお菓子にはうらやましくも感じます。江崎記念館には、戦前から現代に至るまでの販促物や広告もきれいな状態で展示されていました。懐かしさとともに、お客さまに商品を知ってもらい手に取って頂くには、広告や販促が大変重要であることを改めて感じました。



そのほかにも、江崎記念館ではグリコのキャラメルについている“おまけ”も戦前のものから展示されていました。年代ごとや男の子のおもちゃ、女の子のおもちゃ、また木のおもちゃについては人気があったそうです。そういえば、私自身もおまけが欲しくて買ってもらっていたように記憶しております。

創業者の“おいしさと健康”の想いを、今も求め続けて商品開発されていること、江崎グリコ様の歴史が学べてとても勉強になりました。

最後に江崎記念館を案内して頂きましたご担当者の方にお礼申し上げます。有難うございました。



【保存版】お客様対応 法律相談豆知識

お客様満足研究会

【会員企業外秘】

預かり品（クレーム申し出の現品）の取り扱いについて

弁護士 岩永智士先生（光風法律事務所）
にアドバイスをいただきました

お客様から引き取った苦情の現品は、引取の際に返金あるいは代替品の提供をしていない限り所有権はお客様にあります。対応の過程で、お客様からお電話で「廃棄しておいて」と申し出があった場合でも、そのまま廃棄して良いかどうか悩みます。また交換や返金などの対応ができず、お客様に現品を返送しても受取拒否されて戻ってきってしまう場合もあります。そんな時、あなたの企業ならどうしますか。

1 会話録音があれば廃棄してもよいか

お客様から明確に「所有権を放棄する」旨の発言が得られれば、その録音データは廃棄して良いことの十分な根拠となります。

その内容として、上記の「もう使いたくないから捨てておいて」とお客様から言われた場合は勿論、会社から「お引き取り頂けないと当社で処分することになりますますがよろしいですか？」といった問いに明確に了承する旨の返答を得られた場合などでも十分です。

なお、仮にそのような明確な所有権放棄の意思表示を得られた場合でも、下記2以下のとおり一定の保管期間を設けた上で処分した方がより万全でしょう。

2 返送した預かり品が受け取り拒否になった場合の扱い

お預かり品の受け取り拒否をされた場合、「所有権を放棄したと解釈できる合理的期間」を置いた後であれば、会社において処分して問題ありません。

この「所有権を放棄したと解釈できる合理的期間」としては、例えば警察に届けられた逸失物や埋蔵物について、持ち主の所有権が放棄さ

れたとみなされる期間が参考となります。

逸失物法では、逸失物（落とし主がわからなかったり取りに来なかった落とし物）については3か月間、埋蔵物については6か月間警察において保管し、その期間を経過すれば持ち主は所有権を放棄したとみなされ、その所有権は拾い主や都道府県に帰属します。

これらに準じて、安価な物であれば3か月程度、数万円以上するような比較的高価な物でも6か月～1年程度の期間を経過すれば、所有権を放棄したとみなして処分しても、法的に責任を問われる可能性はまずないと考えられます。

3 お客様と連絡が取れない場合の扱い

2と同様です。事案に応じて、3か月ないし6か月～1年程度の期間保管すれば十分です。

4 廃棄後返せと言われた場合の対応は？

「○か月間連絡が取れないことをもって所有権を放棄したとみなし廃棄した」と説明することで問題ありません（仮に損害賠償請求などを起こされても、その請求は法的にまず通りません）。

なお、1～4に共通する話ですが、預かり品を返還する際に受け取り拒否された場合に「廃棄同意書」と取り交わすよりも、予め商品をお預かりする段階で「お受け取りを拒否した場合、又は○か月間ご連絡が取れない場合には、所有権を放棄したものとみなして処分致しますのでご了承ください」といった文言を付した預かり証を交付しておくことで、より処分はしやすくなります。

5 商品交換あるいは返金した場合の扱いは

交換対応や返金対応をした場合は、その物の所有権は会社（メーカー）に明確に移転します。メーカーにおいて、すぐに処分しても法的に問題ありません。

セミナー

▼▼第80回OM研セミナー▼▼

クレーム対応実戦道場

～クレーム対応はここが肝～
「訪問対応のイロハを学ぶ」

日 時；2019年9月18日（水）

13：00～17：00

場 所；大江ビル13階 会議室



お客様と直接お会いできることにより、クレーム解決へのカギを握る重要な訪問対応・・・今まで取り上げられなかったこのテーマに、当会が初めて挑戦しました。

まず、18名の参加者は、3人ないし4名のグループに分かれ、自己紹介と進行役を決めることからセミナーは始まりました。

進行役が決まったところで、朝倉公治世話人の「苦情対応の基本」に関する講義がスタートしました。対面対応の場合「見た目が大事」「話し方による情報伝達力が大切」また、電話対応の場合、「最初の15秒の対応で決まる」など、訪問対応と電話対応の基礎を学びました。



次いで、「大事なお客様を招待した食事が、食材への異物混入で台無しになった」という題材をもとに、1) 現品の引き取り訪問 2) 調査結果報告の訪問 3) 解決交渉のための訪問の3つのシチュエーションで、ロールプレイングが行われました。

1と2の場面は全員が、企業の訪問担当者役、お客様役及び批評者役すべての役割を順番に受け持ちました。そうすることでお客様の気持ち、訪問者の難しさが体験でき、また対応を批評することで双方の気持ちを把握する事ができたようです。

3の場面では、お客様役を朝倉世話人が担当しました。グループの代表が企業担当者役を演じましたが、かなり苛烈な申し出に、訪問対応の難しさ、大切さを実感したようです。



訪問対応を取り上げた初めてのセミナーでしたが、参加者からも「とても参考になった」と高評価を得ました。



わが社の相談室 No.7

桐灰化学株式会社 お客様相談室



◆業務内容

主に、使い捨てカイロや一般医療機器の製造販売

◆室員数

室長：1名
室員：4名
(冬季の繁忙期は
プラス短期派遣3名)



◆年間相談件数

約8,000件
受付方法 電話・インターネット・メール・
手紙・営業経由

◆モットー

迅速で誠実な対応を心がけています。

◆社内でのフィードバック

- ・毎日、関係部署へ配信
- ・月例会議での報告
- ・月別「お客様の声」社内掲示板へ掲載

日々のお問合せやお申し出は、関係部署へ毎朝配信し、共有しています。

また、月別にまとめたお申し出は、経営者と関係部署が出席する会議にて報告をしています。この会議ではお客様に代わって、相談室が直接、関係部署に声を届けることができるため、その場で経営者が判断を下し、製品の改良が即決されることもあります。そんな仕組みが弊社の強みです。

その他、発生したお申し出は、関係部署と連携し、原因追及と対策をおこない問題解決に取り組んでいます。

◆OM研に参加して

様々な業界の方と知り合うきっかけとなり、感謝しております。

また、同じお客様対応にあたる方々とお話をさせていただく事は、とても勉強になります。

事例研究会の後は、各企業様の事例とご意見を、室内で共有しています。

株式会社サンコー お客様相談室



◆業務内容

本社所在地の和歌山県海南市は古くから家庭用品の町として栄え、当社も1962年に創業以来、時代の変化に合わせ様々な生活用品を企画製造しています。

◆わが社のお客様相談室

専任 女性2名 アドバイザー男性 1名
1982年「消費者サービス課」として商品パッケージにフリーダイヤル番号を記載して、お客様からのお問い合わせ対応をスタートする。

お問い合わせ件数

2018年度 総件数 4,222件
(問合せ 64% 注文 33%
お申し出 2% 他 1%)

◆モットー

わざわざお金を出してご購入いただいた大切なお客様として、相手の立場に立った対応をしていきます。



◆お客様対応方法とその活かし方

主に専任の女性2名が対応に当たり、内容によっては専任のアドバイザーに電話を代って対応していきます。お問い合わせやお申し出は毎週の社内ニュース (Web 配信) あるいは商品企画室との月1回の定例会議で情報を共有して、商品の顧客満足度の向上に活かしています。

◆OM 研に参加して

他業種の方や世話人の方の経験やご意見が毎回参考になります。困り事も気軽に相談できる雰囲気、たくさんの知恵をお借りでき、とてもありがたいです。研究会に参加させていただいた内容はレポートにまとめ、関係部署に回覧しています。

小林製薬株式会社
信頼性保証本部 お客様相談室



◆業務内容

医薬品、健康食品、芳香・消臭剤、スキンケア製品、オーラルケア製品、衛生雑貨品、家庭用品など幅広い製品を取り扱っています。お客さまの立場にたって"あったらいいな"をカタチにし人と社会に素晴らしい「快」を提供することをモットーに活動しています。

◆お客様相談室

1993年に発足し、現在、室長以下お客様対応グループ45名、情報分析グループ9名



◆年間相談件数（電話、手紙、メール他）

2018年度 約92000件 ご指摘率約30%

◆モットー

お客様対応基本方針に以下の2点をあげています。

- ①私たちはお客さまひとりひとりのお声に耳を傾け、誠実に一生懸命対応します。
- ②お客さまからいただいたお声を活かし、製品やサービスを向上し続けることで、お客さまに小林製薬でよかったと思っていただけるよう努めます。

◆社内へのフィードバック

お客様からのお申し出は、毎日お客様相談室で一覧にまとめ、「気になるお客様の声」として社長、役員を始め社内関連部署に配信し、情報提供しています。またマンスリーレポートの配信や製造・開発の品質に関わる部署を交えた会議にて、お客様からのお申し出状況を共有し、製品品質の改良・改善に努めています。



◆OM研に参加して思うこと

様々な業種の企業のお客様対応を共有することで、自社の対応を振り返ると共に、いただいたアドバイスを今後の対応に活かすことが出来ています。何より、社外の方とのコミュニケーションが仕事の励みになっています。

小林製薬株式会社 通信販売部
薬剤師お客様相談室



◆業務内容

通信販売業務の相談・受注業務全般
取扱商品は医薬品、医薬部外品、化粧品、食品（サプリメント全般）

◆発足年度

日々変化する生活環境の中で、「お客様の健康づくりのお手伝いをしたい。お客様の身近なパートナーとして、より充実したサービス・製品を提供したい。」という思いを形にすべく「小林製薬の通信販売」は1999年5月に誕生しました。

◆相談室の概要

通信販売部門のお客さま相談室として、通販製品に関する相談～受注をマルチに対応。お客様にお手間をとらせない”スワンストップ対応”を担っています。また、より詳しいご相談にも対応できるよう、薬剤師、登録販売者、サプリメントアドバイザー、毛髪診断士を始めとする多くの専門相談員が、確かな知識に基づいて分かりやすく丁寧にお応えします。
室員数：36名（2019年9月末現在）



◆年間相談数

8.5万件（2018年度実績）

内訳	お問い合わせ	35%	その他	65%
媒体	電話	94.8%	FAX	0.1%
	手紙	0.1%	メール	5.0%

◆お客様相談センターのモットー

お客様に愛されるコンタクトセンター
お客様に応じたサービスを各人が考え提供することが「当たり前」である

◆社内でのフィードバック方法

- ①デイリーレポート：お客様からの問い合わせ内容を担当者が都度選別し、事業部全体に配信しています。
- ②ウィークリーレポート：DMやキャンペーンの反響、品質クレームなど、製品ごとに分析した結果を取り纏め、事業部内関係者にメール配信しています。
- ③マンスリーレポート：お客様の声を分析し、QA部門主催の品質会議で通販事業部報告しています。必要に応じて対策を講じた結果など、適宜報告します。

◆その他

Q&Aシステムや電子マニュアル、お薬との飲み合わせ検索システムなど、オペレーターへのサポート体制を充実させ、その先にあるお客様の満足度をVOC評価で数値化し、日々向上を目指しています。新たなチャレンジとして、お電話しづらいお客様のご質問にお応えするAIチャットボットの導入を検討しています。

◆お客様満足研究会に参加して思うこと

他社の対応状況やお悩みを聞ける機会はそんなに多くありません。疑問点が共通している時には「あるある」と安堵し、対応の是非を考える際には、「挙手」の割合が非常に参考になります。
個人的には「何のためにそうするの？お客様は何をしてほしいの？」と問われる度に気持ちをリセットできるので、大変感謝しています。

《事務局からのお知らせ》

●セミナーのお知らせ

1. 第81回セミナー

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」

日時：2019年11月20日（水） 13:00～17:00

場所：大江ビル 13階会議室

2. 第82回セミナー

クレーム対応実践道場3 「失敗事例から学ぶ」クレーム対応の実践セミナー

日時：2020年 1月15日（水） 13:00～17:00

会場：大江ビル 13階会議室

●事例研究会のお知らせ

第100回事例研究会及び記念講演

記念講演

講演 「今と昔、対応の変遷」 世話人 朝倉公治

講演 「落語記念演目」 夢屋風六

日時：2019年12月11日（水） 13:30～17:00

場所：大江ビル 13階会議室

※事例研究会終了後、情報交換会を予定しています。

●お客様満足研究会だより（OM研レポート）

第99回事例研究会（2019年10月16日、タイガー魔法瓶株式会社にて開催）の様子は、2020年1月発行予定のOM研レポート第65号に掲載いたします。

お客様満足研究会だより（OM研レポート）「第64号」

2019年11月15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>