

お客様満足研究会だより

# Ｏ Ｍ 研 レ ポ ー ト

第65号（2020年1月10日）



## 目次

---

### 第65号の主な内容

---

- 年頭所感（お客様満足研究会代表世話人 枘田和則）
  - リレー談義  
第58回 三河屋製菓株式会社 山本涼香
  - 事例研究会  
第99回（於：タイガー魔法瓶株式会社）  
第100回（於：大江ビル13階会議室）
  - セミナー  
第81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8回）
  - 事務局からのお知らせ
-

## 年頭所感

お客様満足研究会（OM 研究会）会員のみなさま、  
あけましておめでとうございます。

昨年元号が「令和」に変わって新たな時代に入りましたが、今年は2年目です。新しい天皇のいろいろな儀式は12月をもってほぼ完了したということですが、昨年みなさんが立てられた計画や企画などは今年も続いていくことでしょう。新しい時代にふさわしい企業、そしてお客様との接点をどのように見直し構築していくか、みなさまの手腕に期待したいところです。

消費者関連で昨年の特筆すべきは、地球温暖化の問題ではないでしょうか。「主要国首脳や企業はCO<sub>2</sub>の削減には目もくれず利益を得ることばかりに先走っている」とのスウェーデンの少女、グレタ・トゥンベリさんの「涙ながらの訴え」は全世界の眼差しを釘付けにしたといっても過言ではないでしょう。企業の社会的責任は、良い商品を作り使用者の利便性を図り、その結果売り上げを増大し雇用を拡大して社会に還元するということです。が、一方で、地球的な問題となっている温室効果ガスの削減に主眼を置いて温暖化を防止し、安全安心な社会基盤を永続させることも非常に重要です。これは消費者が永久に普通の消費者であり続ける基本です。もちろん企業だけではなく、想像を絶するような森林の大規模火災や伐採による植生の減少などが引き起こすCO<sub>2</sub>吸収能力の低下、そして消費者自体もエネルギーを大量に使いあるいは利用するとそれだけCO<sub>2</sub>の放出を招くと全世界でいろいろな警鐘を鳴らしています。

お客様相談に携わっている私たちは、このような消費者問題に真摯に目を向け、お客様満足、企業満足、そして消費者満足に気を配らなければならないのではないのでしょうか。

OM 研究会の活動は今年で18年目を迎えることになります。みなさまのお客様対応力は年々確実にスキルアップしていることを実感していますが、この対応力アップに完結はありません。これからも一緒になって勉強して参る所存ですが、消費者問題を俯瞰して真のお客様満足、消費者満足をとらえていけたらと思っています。

みなさまのご健康とご活躍、そして会社様のますますのご発展を心よりお祈り申しあげますとともに、OM 研究会の活動によろしくご協力くださいますようお願い申しあげます。



令和2年正月  
お客様満足研究会  
世話人一同

（代表世話人 枘田 和則）

## リレー談義



### 第58回

### お客様相談室について

三河屋製菓株式会社  
商品開発部  
山本 涼香



弊社は、えびせんべい発祥の地、愛知県西尾市一色町で1948年創業し、70年以上えびせんべいなどを製造・販売してきました。「えび満月」や「えびみりん焼」は、懐かしい素朴な味わいで50年を超えるロングセラーとなっております。

弊社のお客様相談室専用電話は、大阪の本社に設置しております。専用電話は私と事務の女性の複数名で対応しております。私は、電話対応やハガキ・お手紙の対応、弊社ホームページの問い合わせフォームからいただくメールの対応などを行っています。

近年メールでのお問い合わせやお申し出の件数が増えておりますが、メール対応は電話対応と違い、記録が残ってしまうためSNSなどで拡散される可能性もあります。また、文面だけではお客様のお伝えしたいことの把握が難しい場合もありますし、堅苦しく感じられたり、誤解を招いて二次クレームになってしまう場合もありますので、返信する内容には特に注意が必要です。迅速な対応が必要になりますが、丁寧なご返信を心がけております。また、弊社ではメールでのお申し出の場合でも、できるだけお電話もしくは直接ご訪

問させていただいてご対応するようにしております。

また、私は商品企画開発とお客様相談室の兼任になりますので、問い合わせ・ご意見・お申し出の記録を残し、社内で情報共有するだけでなく、貴重なご意見を参考に商品開発も進めております。なかなか全く新しい商品開発は難しいですが、現行品の袋の表示や材質の変更などできることから進め、見やすく分かりやすい表示になるよう心がけております。

お客様相談室業務を担当し始めた頃は、慣れないこともあって嫌な気持ちが強かったのですが、困っているお客様を助ける仕事だと気づき、今では嫌な気持ちはほとんど無くなりました。

弊社は今年度からOM研に参加させていただきました。OM研では様々な業種の方と情報を共有することができ、毎回大変勉強になっております。皆さまの経験や知識などをこれからたくさん吸収し、お客様にご満足いただけるようスキルアップして行きたいと思っております。

# 事例研究会

## ■第99回事例研究会

日 時：2019年10月18日（水）  
13：30～16：00  
場 所：タイガー魔法瓶株式会社  
参加者：50名

<発表事例>

### アース株式会社の事例

（発表者：當山 博章氏）

40代と思われる男性から「長期間使用していなかった寝具スプレーのボトルに亀裂が入っていて、中身がみんな出てしまい、テーブルの表面がブヨブヨになった」とのお申し出。

「落とした記憶がないならヒビが入ることは基本的でない」ことをお伝えしたうえで、お詫びし、調査のため現品とテーブルの写真をお送りいただくようお願い。到着した現品を品質保証部で検査。異常はなかったが、170cmの高さから落とすと底面に亀裂が入った。

お客様にその旨を報告。すると、お客様は「購入店で落としたのでは？」とおっしゃったが、その可能性は薄いことを説明。とにかく、ご不審な思いをさせたことに変わりはないため、商品の詰め合わせをお送りし終了。

原因がわからず、商品に瑕疵がなかった場合の対応について、参加者で論議された。



### 株式会社マンダムの事例

（発表者：佐野 量士氏）

事前連絡なく、「ヘアワックス異常につき代替え品希望」という申出書と現品が届く。

記載の電話に架電するもつながらず。申し出内容不明のため、現物は触らず保管。調査も保留。

翌日、事前連絡なく「ガスなしデオドラントスプレーがガスばかり。交換希望」との申出書とガスも中身もない申し出品が到着。双方とも筆跡が同じ。

社外履歴を調査。

その結果、代替え品が受けとり拒否で戻ってくることや、空き缶をメーカーに送りつけたりすることで、運送業者間でも有名であることが判明。

履歴があった企業の対応状況を参考に室内で対応検討。それに従って、先ず電話。間違い電話であった。次いで書簡で電話をくださるよう依頼。全く連絡なし。二つの申し出品を、状況を説明した手紙を添えて、簡易書留郵便で郵送。しかし戻されてきた。特定日までにご連絡ない場合処分させていただく旨の手紙を送付。その後連絡ない場合廃棄を行う予定。



※送りつけ品の保管・処分については、『OM研レポート・64号』の『お客様対応・法律の豆知識』（岩永智士弁護士）の項をご参照ください。

## ピップ株式会社の事例

(発表者：野地 直美氏)

50代と思われる女性から  
「御社の着圧ソックスを履いているが、膝下まで上げて、動いているうちに下がる。何度も同じことを繰り返している。仕様ミスでは？返品したい」

とのメールが届く。しかし、このは迷惑メールホルダーに入っていて確認できてなく、お客様から確認のメールが入って、初めて気づく。

返事が遅れたことをお詫びし、着払いでの現品の送付をお願いします。

関連部署で現品を確認したが、規定内品であった。その旨お伝えし、改めてご不便をおかけしたことをお詫びし、返金のご希望には添えないが、他の着圧ソックスとの交換ならできることを説明。お客様は、「私の意に沿わない商品はいりません。返品しか望みはありません」と切電。

「商品はお客様と販売店との間で売買契約が成立。従って当方では返品処理ができない。交換は可能。商品は良品のため返却する」旨をメール。

期限までに返答がなく、預かり品を返却。

その後も連絡なく、お互いに消化不良のまま未解決に終わった事例。



## 小林製薬株式会社（通販）の事例

(発表者：前部 和氏)

男性のお客様から、関節によい製品を紹介してほしいとの入電。グルコサミン＆コラーゲンのセットを提案すると、定期購入の申し込みをされる。

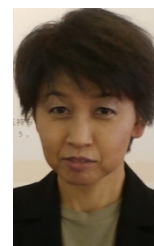
1年後、「お勧めのセットを飲んでいるが、一向に効かないし、階段から転がり落ちた。ほかに何か良いものはないか？」とのお申し出。運動アミノ酸をお勧めするも、粉末は面倒と拒否。定期購入も停止。

これで終わりかと思えば、別の製品を紹介するも応じず、手を変え、品を替えいろいろな事象を挙げ、薬剤師までも指名し、質問と非難を執拗に繰り返し、部長からの詫び状を要望。

消費者センターに連絡したらしく、センターから入電。できる限りきちんと対応している旨ご説明。部長からの詫び状も手配する旨お伝えする。その写しを送付することで、センターの方はご納得。

その後もひと悶着あったが、部長名で詫び状を送付。それでも治まらず、自分の病状についての対応をくどくど求める。いまだ継続中。

執拗で怒りっぽいお客様への対応の難しさの事例。



※事例研究会終了後、今困っていることとして、  
＜メルカリ＞で購入した製品のクレームへの対応について、参加者の間で討議された。「企業と消費者の正規の取引でないのも、しかも一度持ち主から手放されたものであり、メルカリに申し出て頂くのがよいのでは」という意見が多かった。



## ■第100回事例研究会■

日 時：2019年12月11日（水）  
13：00～16：00

場 所：大江ビル13階会議室

参加者：55名

記念講演会 16：00～17：00

1. 講演 「今と昔、対応の変遷」 講師：朝倉 公治氏（お客様満足研究会事務局長）
  2. 落語 演者：夢屋 風六（株式会社サンコー 専務取締役 山崎 雅史氏）
- 情報交換会 17：30～

### <発表事例>

#### 丸三産業株式会社の事例

（発表者：岡崎 貴裕氏）

30代と思われる女性から「病院で処方された御社のアルコール消毒綿の枚数が半分ほどしか入っていなかった」とのお申し出。

ご不便をおかけしたことをお詫びし、現品を着払いでお送りいただくよう依頼。

送ってしまうと、交換品が届くまでに在庫がなくなる心配があるとのことなので、社内で相談の上、第3類医薬品で一般の販売店での入手が困難ことを考慮し、交換品を先に送ることに。到着が遅れたら、現品をご使用いただけることもお伝えした。お客様から病院へ報告されないことでも了承する。

数量不足とパッケージのミシン目の剥離の調査結果、双方とも自社のミスの公算が高いことを報告。今後、検品強化に努めることをお伝えすると、この度の対応に非常に満足したとお言葉で終了。

発表後、医薬品でもあり、医者に確認をとった方がよかったのでは、との意見が寄せられた。



#### フマキラー株式会社の事例

（発表者：柴田 光信氏）

60代の男性から「スプレー缶を50cmほどの高さから落としたら破裂し、白い液で汚れた。耐久性や安全性はどうなっているのか？調べてほしい」との入電。

商品を交換し、現品を調べる旨申し上げると、お客様は「代替え品がほしいわけではない。

心外だ。人事部から電話がほしい」とのお申し出。しかし、現品は送っていただいたようで、到着。

現品調査の結果、突起物に刺さるようにぶつかったような裂け目が。その旨報告すると、「納得できない。現場を見に来い」とお怒りに。訪問し、調べた結果と製缶メーカーの見解も踏まえて、再度結果報告。それでもご納得頂けず、これ以上の対応は無理なことをお伝えすると、現品と調べるための見本用に新品を送ってほしいとのこと。発送。

一か月ほどたって、お客様は「販売店や卸店及び店頭営業に、メーカーの今までの対応に納得できないので、再度調査してほしい。このような商品は安心できないので、店頭からの撤去や販売中止を望む」と連絡。販売店に、「落下現場に小石類があり、それが突き刺さることがある。これは偶発性の強いアクシデントである」ことを説明。

以後、どこからも連絡なし。

※この対応について、参加者間で討議され、多くの意見が寄せられた。



## 大山乳業農業協同組合の事例

(発表者：鈴木 知夏氏)

F様から「牛乳パックの外側にシミがあるし、容器が全体的に膨らんでいる。中身に影響があるのか？」とのメールが届く。「容器外部の汚れが中身に影響を及ぼすことはない。容器も何らかの衝撃や圧力で膨らむことがある。詳しいことは現品を調べ、報告したいので送っていただきたい」とメールで返信。



同日、Y様から「A牛乳を買ったが、B牛乳とどう違うのか」との問い合わせのメールが。

お名前は違うが、F様とY様は同じメールアドレスであった。

メール記載の電話に架電するも、別人につながったため、フリーダイヤルにお電話いただくようメール送信。すると、Y様から「メールで答えられる内容でしょう。多忙につき電話は控えてほしい。こんな単純なことで時間を取られて憤慨です」とお怒りの返信。

「A牛乳とB牛乳は生乳産地と販売エリアが異なっている。今回はメール対応をさせて頂いたが、電話対応の必要性もご理解いただきたい。時間がかかったことは申し訳ない」とのメールを送信。その後連絡なし。

また、F様から、現品の発送方法や、返金の方法についての問い合わせのメールが届く。着払いで発送いただき、当方からは現金書留での送金（レシート必要）になるが、いずれも個人情報が必要な旨お伝えする。現品調査の結果、問題はなかった旨お伝えする。レシートは確認できなかったが、F様ご自身の住所・名前は言わず、ご家族の住所・名前をご指定。指定の所に現金書留発送し終了。

今回無事終了したが、トラぶった場合を考えれば、個人情報は把握すべきとの意見が寄せられた。

### 100回記念講演

## 記念講演

### 『今と昔、対応の変遷』

講師 朝倉公治

(お客様満足研究会事務局長)



1991年、自身が相談室配属されてから最近に至るまでのクレーム対応の流れを要領よく講演。その内容は・・・

1991年ごろは、暴対法がまだ制定されておらず、暴力団や右翼のどの対応で苦慮していた。金銭を渡すなどある意味では何でもありの時代だった。

1995年、製造物責任法（PL法）が制定されると、すべての商品に企業の連絡先を記載したり、取扱説明書の改定がすすみ、消費者対応も速やかで毅然とした対応が求められるようになった。しかし、暴力団などに代わって、一般人のハードクレマーが増え始めた。

所謂、モンスタークライアントやモンスターペイシェントそしてモンスターペアレントなどである。それは未だに継続している。

そうした中、2003年、「お客様満足研究会」が発足した。

今後の対応のポイントは、ハードクレマーや団塊の世代への対応。またSNSやインターネットなどへのケアである。

自己中心型のカスタマーハラスメントが益々横行すると思われる。お客様満足研究会で対応のスキルアップを目指してほしい・・・というものだった。

## 記念落語

演者 夢屋風六様  
(株式会社サンコー  
専務取締役の山崎雅史様)



まず、落語の「あいうえお」で、観客をひきつけ、次いで一口小咄でほぐし、とりの本咄で満足させる、まさに100回記念にふさわしい爆笑公演だった。

ちなみに、落語の「あいうえお」の  
「あ」はあくびをしない、  
「い」は居眠りしない、  
「う」はうろうろしない、  
「え」は笑顔で、  
「お」は面白くない話でも笑う  
とのこと。

また、本咄「極道のお爺さんに育てられた子供の咄」では、学校のテストの珍回答の中に、現代人が失ったものを面白おかしく表現し、風刺していた。

## 情報交換会

事例研究会終了後、恒例の情報交換会が「鶏バル」で行われ、お開きまで全員退出することなく、大いに盛り上がった。





# セミナー

## ▼▼第81回OM研セミナー▼▼

### クレーム対応実戦道場

### ロールプレイングで体験する難クレーム対応セミナー

日 時：2019年11月20日（水）

13:00～17:00

場 所：大江ビル13階 会議室

参加者：20名

ゲスト：（お客様役及び

パネルディスカッション講師）

服部 清隆氏（モロゾフ株式会社）

堤 一正氏（株式会社リブドゥコーポレーション）



## ●ロールプレイング及び模擬電話体験

20名の参加者は、5人が一組となりA、B、C及びDの4チームに所属。最初に、各グループで進行役、書記、電話対応役及び他チームの評価役及まとめの発表役を決めた。

次に、各グループにクレーム対応の題材（Aグループ～Dグループ）が与えられ、その対応策を検討。

### 【対応題材】

#### A グループ

日用品を使ったら、事故が起きたという申し出。身体被害と物的拡大被害への対応。

#### B グループ

お菓子の中の異物？による口中の異常の申し出。治療費対応の可否。

#### C グループ

知人に勧められた運動用のテーピングによる皮膚トラブル。パチテストの可否。

#### D グループ

何度も問い合わせ。また特定の対応者が気に入る贈り物をしたいし、直接話したい。

そして、メインイベントのロールプレイング。対応題材にそって、各グループ順番に電話模擬体験。お客様からの厳しく想定外の申し出に戸惑うシーンが続出したが、電話対応の基本スキルは皆しっかりしていた。



模擬電話体験終了後、他グループからの感想、応対者本人の感想、世話人のコメントが発表された。

また、お客様役から実際の対応内容と結末が紹介された。その判断基準や背景の説明は、参加者の糧となったことでしょう。

## ●「パネルディスカッション」 （質問及び相談コーナー）

「話の長い人への対応は？」

「返答がない人への対応は？」

「個人情報消せへの対応は？」など、

参加者からの質問に、お客様役を熱演した服部清隆氏、堤一正氏そして朝倉公治氏が、自己の経験を踏まえた実例を挙げながら、丁寧に回答していた。





## わが社の相談室 No.8

### 四国加工機株式会社 品質保証部（お客様相談室を含む）



- ◆事業内容  
機械事業、包装事業、食品事業  
食品事業では主にお豆腐を製造しており、「さとの雪」というブランドで販売しています。
- ◆お客様相談室の概要  
2007年4月発足  
食品事業生産本部品質保証部の中にお客様相談室が設置されています。  
品質保証部 7名  
お客様相談室担当 2名(うちパート1名)
- ◆年間相談件数  
2018年度問合せ件数 約3000件  
フリーダイヤル、メール、手紙にて受付
- ◆相談室のモットー  
「正確、迅速、丁寧、公平な対応」
- ◆社内へのフィードバック  
お客様からいただいたお申し出につきましては、製造工場の工場長や品質管理課へフィードバックし、原因を調査し、今後の対策と改善に努めています。ご要望につきましても、関連部署へ対応内容を共有しています。また、毎月の会議ではお問い合わせ項目をグラフ化し、お問合せ内容、お申し出内容を纏めて報告しています。
- ◆OM研に参加して  
事例研究会では、他社様の様々な事例の対応に対して討論することで、とても参考になります。事例研で勉強したことは部署内で回覧し共有しています。また、同じ職種の方と悩みなどをお話すると同じような悩みを抱えている方もおられ、同じ職種だからこそ分かっていただけることでモチベーションアップにも繋がっています。

### タイガー魔法瓶株式会社 お客様相談室



- ◆業務内容  
1923年の創業より、ガラス製魔法瓶に始まり、電子ジャー、炊飯ジャー、電気ポット、調理器具などを製造販売。
- ◆定員数  
社員8名・オペレーター20名
- ◆年間お問合せ件数  
約110,000件（2018年度）
- ◆受付方法  
電話・メール・WEB修理・有人チャット・手紙他
- ◆モットー  
弊社ビジョン「世界中に幸せな団らんを広める」を実現する、お客様対応を心がけています。
- ◆社内へのVOCのフィードバック  
日々のお客様からのお申し出は様々ですが、重要な案件は即日に関係部署への連絡し問題解決に取り組んでいます。定期配信は週報（品群・品番別に件数・内容）をメールにて配信し、関係部署と情報共有しています。  
お客様の声（お申し出）、製品品質の向上・改善に努めています。
- ◆OM研に参加して  
様々な業種の企業のお客様対応が大変参考になり勉強になります。  
研究会での内容はレポートにまとめ、部署で共有させていただいています。  
又、OM研のセミナーにも多くのメンバーが参加させて頂き個々のスキルアップに活用しています。

**住化エンバイロメンタルサイエンス株式会社**  
RC 部、品質保証・環境管理部

**SES** 住化エンバイロメンタルサイエンス株式会社

◆業務内容

殺虫剤（家庭用、業務用、ペット用）、シロアリ防除剤、畜産用殺虫剤、動物用医薬品、工業用抗菌・抗カビ剤などを開発、製造販売している総合メーカーです。



◆担当部署の概要

2014年に弊社が発足し、現在に至るまでお客様の直接の窓口は営業部門の担当者であり、お客様相談専門部署は配置していません。但し、対応の難しいお問い合わせや薬剤に関する健康被害等に関する案件は、品質保証の責任者やRC部がフォローし、時にはお電話等で直接お客様にお答えすることもあります。

◆相談件数と対応の概要

販売先が代理店や専門業者であったり、工業用途（原料）が製品の多くを占めますので、一般の消費者様からの直接のお問い合わせは年間数十件程度です。

その内、品質保証の責任者やRC部のフォローが必要な件数は年間数件です。殺虫剤や抗菌剤など使い方を誤ると健康に影響がある物質を扱っていますので、健康被害の訴えなどには定められた用法・用量や安全性情報など専門的な知識や対応が要求されるため、製剤技術を担当する開発部署や法務担当者とも協力して対応しております。

◆モットー

当社のモットーは、パッション・ミッション・アクションで、開発から上市のみならず、お客様対応においてもスピード感をもって対応するよう努めています。

◆OM研に参加して

OM研には前身である有恒薬品工業として2005年頃から参加させて頂いています。その間、組織や担当部署が変わり、必ずしも熱心に参加させて頂いたとは言えませんが、年間数千件ものお客様対応を経験されている皆様から、直接具体的な事例を伺うことができ、難クレームの対応策を体感できる機会は、本当に貴重だと考えています。

今後も、直接窓口としてお客様の対応をする営業担当者を中心に、クレーム対応の疑似体験をさせて頂き、スキルアップにつなげたいと考えています

**攝津製油株式会社**  
営業部 営業推進グループ

2020年4月社名が「セッツ株式会社」に変わります。

キレイと安心の、その先へ。



新コーポレートロゴ

◆業務内容

【衛生管理事業】

外食店舗や食品加工工場などでの、食にかかわる様々な衛生管理はお任せください！現場の実態調査により原因を抽出し、疫学的手法（※）によりお客様の「不」を解消いたします。

（※）疫学的手法とは、科学的根拠に基づいて原因を探り、それを解決するための手段・対策を合理的に提案する手法です。

【主な商品】食器用洗剤、厨房用洗浄剤、除菌用アルコール、除菌漂白剤 など

◆カスタマーサービスの概要

営業部営業推進グループが担っております。

◆年間相談件数

約 400 件

◆相談内容

商品の特長や使用方法、使用上の注意、安全性情報など

商品の購入ルート（卸の紹介）



◆モットー

弊社が保有する「衛生微生物制御技術」と「界面活性剤技術」を最大限に活かし、単に「モノ」を売るのではなく「モノ」と「コト」を合わせたトータルサニテーションをご提供します。

◆OM研に参加して

事例検討会やセミナーに参加するたびに新しい気づきや発見があり、お客様の満足向上のために勉強させて頂いています。また、さまざまな業界の方と交流ができることで多角的な情報が得られ、問い合わせの対応方法など、とても参考になります。

OM研で学んだことを、今後のカスタマーサービス向上に役立ててまいります。

## 《事務局からのお知らせ》

### ●セミナーのお知らせ

#### 1. 第83回セミナー

ケーススタディから法的対応方法を学ぶ

『弁護士に聞く！難クレーム対応の法的判断と対応実戦セミナー』

講 師：岩永 智士弁護士（光風法律事務所）

日 時：2020年3月11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101回事例研究会

日 時：2020年2月19日（水） 13：00～16：30

場 所：株式会社コンシェルジュ（大阪いずみ市民生協グループ）

商品検査センターとコールセンター見学も予定しています。

#### 2. 第102回事例研究会

日 時：2020年4月15日（水） 13：00～17：00

場 所：大江ビル13階・会議室

2019年度活動報告と2020年度活動計画案内があります。

研究会終了後、情報交換会を予定しています。

### ●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。

お困りのことがありましたら、巻末に記載の事務局あてに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65号」

2020年 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](mailto:omken.jimukyoku@gmail.com)

ホームページ：<http://omken.org>