

お客様満足研究会だより

Ｏ Ｍ 研 レ ポ ー ト

第 6 6 号（2020年4月30日）



第 6 6 号の主な内容

- リレー談義
第 5 9 回 カタギ食品株式会社 居戸明利氏
 - 事例研究会
第 1 0 1 回（於：株式会社コンシェルジュ）
 - セミナー
第 8 2 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 9 回）
 - 新聞記事紹介「キレル中高年の客」
 - 事務局からのお知らせ
-

リレー談義



第59回

食品企業は日々綱渡り・・・

カタギ食品株式会社
品質保証部
居戸 明利

カタギ食品(株)は、本社が大阪府北部の寝屋川市にあり、いりごま、すりごま、ねりごまなどのごま製品を製造販売しております。平成29年に、ごま油で有名な、かどや製油(株)のグループ企業となり、昨年創業100周年を迎えさせていただきました。

その中で私は、品質保証部員として、主に個人・法人のお客様からのお申し出に対する、文書やメールによる対応などを業務としております。「お客様」と一言で申し上げましても、弊社お客様室に電話をしてこられる一般消費者の方々から、国内有数の大手流通チェーンご担当の方まで様々です。

・・・と、ここまで偉そうに書いてきましたが、実は私自身、入社が昨年3月、まだまだわからぬことも多く、先輩の皆さんに色々ご指導いただいている毎日です。

私がOM研に初めてお邪魔させて頂いたのは、入社後の研修が一段落した昨年4月のことです。これまでお客様対応部署のパフォーマンスというものは、各社秘密のヴェールに包まれているのが当然、と思っていたのですが、事例研究会において、会員の皆様が個人情報には充分配慮しながら、業種の垣根を越えて真剣かつオープンに討論する雰囲気、大変感銘を受けたことが思い出されます。

私自身、長年にわたり一貫して食品関連企業に奉職して参りましたが、SNSなどの情報が発達した現代、つくづく「食品企業は日々綱渡り」であると実感しております。

一昔前の某国民的歌手による「お客様は神様です。」の時代から今日まで、メディアでは「カ

スタマーファースト」という、読者や視聴者にとって心地よい言葉が独り歩きをしています。その反面、お客様に商品やサービスを提供する企業には、厳しい目が向けられる場合が多く、厳しいだけならまだしも、一たびその企業に何らかの問題が発生すると、格好のネタとして、読者視聴者の感情に訴えるような「ある事ない事オモシロおかしく」報道されるようなことも見られます。リーディングカンパニーと言われる企業や、お客様やメディアへの備えが整備されていない企業に対しては、特にその傾向が強いように感じられます。オールドメディアと言われる新聞、地上波テレビの影響力が低下している現在でも、その威力は企業に壊滅的な打撃を与えるには充分であると思われますし、一般のお客様がSNSにより発信された情報力は、すでにオールドメディアのそれを凌駕しているように感じられます。

これからの時代、お客様のニーズに答えられない企業は淘汰されるしかありませんが、ことお客様対応の分野においては、企業の一員としてどうすればよいのか、OM研において様々な業種の方々のご意見を伺いながら、そんなことを自問自答しております。

今後とも宜しくお願い致します。



事例研究会

■第101回事例研究会

日時：2020年2月19日（水）

11:00～16:40

場所：株式会社コンシェルジュ（大阪いずみ市民生協）

参加者：50名



<発表事例>

株式会社名門大洋フェリーの事例

（発表者：国久正文氏）

40代と思われる女性から「無料送迎バスの2号車に乗ろうとしたら、無理やり1号車に乗せられ窮屈で不快な思いをした。客のことを考えていないのか？」と怒りの入電。

いったん謝罪し、後日お客様の携帯に電話。1号車誘導の事情を説明するも、まったく意に介さず、バスの台数を増やせ、船内でのおしゃべりの時間を制限せよ、カップラーメンの匂いがたまらないので持ち込み禁止にせよ、など身勝手な苦情が留まるどころ知らず。おまけに苦情ではなくアドバイスと言う始末。貴重なご意見に謝意を表し、改善の努力を約し終了。

自己中心的なお客様への対応事例。



検査の結果、表面劣化は6年保証にならないと判断。有償修理になることをお伝えすると、納得されず、消費者センターへ行くとのことのお申し出。

仕方ないと申し上げると、「6年間使用しても安全」という保障を書面でほしいとのこと。

ご意向通りの書面を発送。

現物のまま送り返してほしいとのことでランドセルを変装して終了。

有償修理対応の可否の事例。

アイシン精機株式会社の事例

（発表者：水野芙早子氏）

70代と思われる男性から

「時速6km仕様の車いすをレンタル使用しているがバッテリーの持ちが悪い。4.5kmのバッテリーを使っているからだろう。欠陥品だ」とのお怒りの入電。

4.5km用のバッテリーでもリフレッシュして頂ければ大丈夫と説明するも、「2つのバッ

テリーを搭載すべき」との主張を延々と繰り返すのみ。最後には「他のメーカーは2つのバッテリーをつけている。欠陥商品を作っている会社が、言い訳するな」と激昂して、一方的に切電される。

思い込みが激しく、自分の考えばかりを主張するお客様への対応事例。



コクヨ株式会社の事例

（発表者：脇寛美氏）

30代と思われる女性から、「3年使用した娘のランドセルが紫からオレンジに変色した。また取っ手の部分が緩んできた。女の子なので荒っぽいことはしていない。取っ手部分の無償の交換か修理を希望する」との入電。

代替のランドセルを発送後、間もなく現品が届く。



施設見学レポート

「株式会社コンシェルジュ コープ・ラボ たべるたいせつミュージアム、 コールセンターを見学して」

ピップ株式会社
お客様相談室 野地 直美

2月19日株式会社コンシェルジュ様の本社で開催された、事例発表と見学・学習会に参加させていただきました。

事例発表では、お客様のわがままも取れる要求への対応、保証内容にご納得いただけないお客様や思い込みの激しいお客様への対応を試行錯誤されていることなどを伺い、お申し出の受け取り方や難しい対応への工夫など、私どもとの違いを認識し、大変勉強になりました。現在の世間の情勢やお客様の傾向を考えると、今後も同じようなお申し出が更に増えることが予想されますので、私どもも多種多様な対策を考えなければいけない、と改めて感じています。

見学・学習会では、コープ・ラボたべるたいせつミュージアムと、CSコールセンターを見学させていただきました。

ラボの活動とその変遷を説明いただいた後、私にとっては初めての味覚、糖度テストを体験しました。普段なにげなく感じている甘みの判定を一番難しく感じるとは思いませんでした。お子様だけでなく、大人も楽しめる工夫が凝らされていて、食の安全への取り組みや食べることの大切さ・楽しさなども知ることができ、純粋に楽しんでしまいました。



【味覚テストに挑む参加者たち】



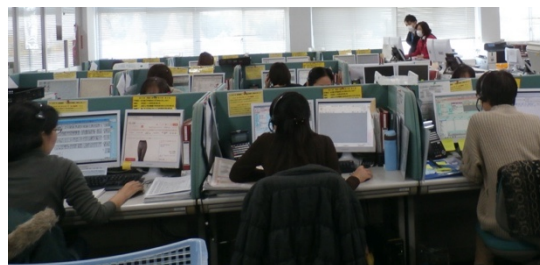
【最新設備の検査室】

今はスマホがあればどこでも簡単に知りたいことを知ることができるネット社会ですが、実体験を基に学ぶことで、より驚きやひらめきを伴って記憶に残るのだと思います。

続いて、コールセンターを見学しながら、お話を伺いました。他社の内部を拝見する機会はほとんどありませんので、見ることも聞くことも全てに驚きと新鮮さを感じ、その背景にあるそこで働く方々への配慮にも感銘を受けました。一番印象に残っていることは、いろいろなことが視覚化され、誰にでもわかりやすくなっていることでした。組合員様のお声、有資格者の掲示、応答率、後処理時間など、アナログとシステムのそれぞれの良いところを取り入れられており、コミュニケーションがお客様に細やかな配慮ができるように、また、コミュニケーションのモチベーションにつながるように工夫されていて、とても参考になりました。

私どもでは、フロアの一角を仕切った部屋で、お客様だけではなく販売店様からの電話やメールなどでの相談も少人数で承っています。一人一人の一日の対応件数はそれほど多くはありませんが、その中でも一次対応者へのフォローを充実させ、よりお客様に満足していただけるように努めています。相談室だけでなく、会社を動かしていく方法に悩み、苦勞することもあります。一人でも多くのファンを作るため、今回参加させていただいたことを参考に、私自身日々精進していきたいと思います。

最後になりましたが、このような機会を設けてくださいました関係者の皆様、参加された全ての皆様へ、心より御礼申し上げます。



【対応に忙しいコールセンター】

セミナー

■第82回OM研セミナー

クレーム対応実戦道場

「失敗事例から学ぶクレーム対応の勘どころマスター講座」

日 時；2020年1月15日（水）

13：00～17：00

場 所；大江ビル13階 会議室

第一部は、世話人が用意した失敗事例について、失敗の要因をグループ討議し、その後ロールプレイングでそれを実戦するというセミナー。

題材として、食品、日用品、アパレルにまつわる失敗事例が用意されました。

まず、各々の事例にそって、世話人がお客様役と対応者役を演じます。業種や対応経験が異なる受講者が1つのグループを組み、それらを聞いて、失敗の要因を討議。失敗ポイントが列挙され、具体的な対応のシナリオ・セリフも考えてもらいました。

改善案が出そろったところで、参加者が対応者役に、世話人がお客様役になってロールプレイング。

最初はお怒りモードだったお客様も、改善シナリオでの対応で穏やかに会話が進み、無事終了。

対応の違いで、お客様と意思疎通がよくなり、失敗しなくなることを実感していただきました。

第二部の質問・相談コーナーでは、会員様から事前に寄せられていた質問に始まり、当日の受講者からの質問に、世話人を代表して経験豊かな朝倉、清水、高城の三名が、わかりやすく丁寧に答えていました。

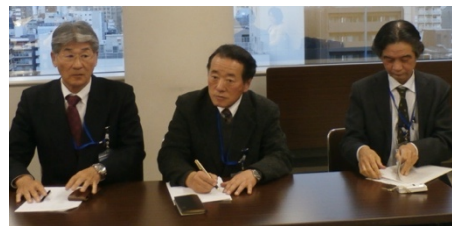
今回は、参加者が少数だったこともあり、中身の濃いセミナーになったと思います。アンケートでも役に立ったとの回答が寄せられました。



【グループで討議する参加者】



【電話対応のロールプレイングをする参加者】



【質問コーナーでアドバイスする世話人】



わが社の相談室 No.9

宝ホールディングス株式会社 お客様相談室



◆業務内容

(宝酒造の事業内容)

酒類、酒精、調味料、その他の食料品及び食品添加物の製造並びに販売など

◆発足年度

1996年1月1日

◆室員数

全5名(室長含む
管理職2名、課
員3名)

◆年間受付件数

総件数:約8,000
件(お問い合わせ76%、苦情9%、その他計12%)

◆受付方法

電話・メール・手紙・営業経由

◆モットー

わが社は2012年3月に「ISO10002」の自己適合宣言をいたしました。
お客様対応の行動指針として下記の5つを掲げて遂行しております。

- ①お客様に対して、誠実、迅速、確実を心がけ、真摯に対応します。
- ②お客様に対して、公平かつ公正な対応に努めます。
- ③お客様に対して、適切でわかり易い情報提供に努めます。
- ④お客様の声は社内でも共有し、商品開発や商品改良に反映します。
- ⑤お客様の個人情報、関連法令や社内規準を遵守し適正に取り扱います。

◆社内でのフィードバック

- ・お客様対応 DB(データベース)に全件入力し、社員全員が閲覧可能なシステムにて毎日情報を公開しています(個人情報除く)。
- ・いただいたお申し出の中から商品・サービスの開発・改良に繋がるような事例についてはお客様相談室から改善提案として関連部署に提出しています。
- ・定期的に「役立つ情報・お客様の声」をまとめた情報を全社員に公開しています。

◆OM 研に参加して

他業種のクレーム対応事例の知見を得て、これまで気づいていなかった対応方法を学び、自社相談室内で共有することでスキルアップに努めています。



大山乳業農業協同組合 品質管理部 品質管理課



大山乳業農業協同組合

◆業務内容

酪農生産、生乳処理、販売を一貫体制で行う酪農専門農協です。「白バラ」というブランドで、「白バラ牛乳」「白バラコーヒー」といった牛乳・乳飲料のほか、ヨーグルト・バター・クリームなどの乳製品、アイスクリームやお菓子の製造販売を行っています。また、酪農生産のための技術指導等も行っています。

◆お客様相談室の概要

2002年にフリーダイヤルを開設しました。お客様相談業務は品質管理課が窓口となっており、お客様相談専門部署は配置していません。職員7名体制でフリーダイヤル、メール、手紙の対応を行っています。

◆年間相談件数

年間約1600件(2019年)

◆モットー

基本理念である、あなたへ贈る「白の一滴、心の一滴」～酪農家の心を食卓へ～を実現するお客様対応を心がけています。

◆組合内でのフィードバック

いただいたお問い合わせ・お申し出内容を、毎日まとめて関係部署に配信し、情報共有しています。お申し出については担当部署と原因究明にあたり、対策・改善に努め、週ごとの会議や月1回経営者と関係部署が出席する会議にて報告・協議を行っています。

◆OM 研に参加して

日ごろお客様対応で苦慮している点について、世話人様と他企業様のご経験から、ご意見・アドバイスをいただくことができるので、大変ありがたいです。また、他企業様のお客様対応をお聞きすることで、自組合のお客様対応方法を内部検討し、より良い対応を目指すきっかけになっています。研究会後は、お客様相談担当者間で情報共有し、スキルアップにつなげています。



KOKUYO

- ・お問い合わせに対する正確・迅速・親切・丁寧な対応

同業他社との情報交換では得られない、様々な知見を得ることができ大変感謝しております。自分たちが常識と思っていたことが実は特異なことであることに気づかされることもあり、勉強になります。今後ともよろしくお願い申し上げます。

かったり、傷つきやすかったりする若手社員の指導や、成果主義への不満などで、中高年のストレスが

高まっていることをあげる。「職場でも家庭でも尊重されていないと感じ、客として王様のように振る舞うことで、うっぷんを晴らしているのでは」と榎本さん。

『暴走老人!』(※2)の著書がある作家の藤原智美さんは、「会社を退職するなどして、人との会話が少なくなると、自分の要望を伝えたり、相手の意図をくみとったりするコミュニケーション能力が低下する。イライラしてちょっとしたことで爆発してしまうのではないかと指摘する。

キレないためにはどうしたらいいか。

怒りを抱いた時の対処法を紹介している「日本アンガーマネジメント協会」(東京)(※3)の代表理事・安藤俊介さんは、怒りそうになったら、15秒かけて息を吸って吐くことを4回繰り返すよう勧める。

また、日頃から他人の言動への許容範囲を広げる習慣づけが必要という。安藤さんによると、問題だと思う他人の言動には、「許せる」「まあ許せる」「許

せない」の3段階があり、キレる人は「まあ許せる」の範囲が狭い。「人が怒っている場面などで、自分であれば3段階のどれに当たるか考える癖をつけると『まあ許せる』が意外に多いことに気づくはず。その範囲も広がっていく」と話す。

(※1)『中高年がキレる理由』

(著者;榎本博明) 文春文庫

駅のホームや病院の窓口など公共の場所で激昂し、キレる中高年が増えている。精神科医が指摘するその哀しい理由とは・・・。

(※2)『暴走老人』

(著者;藤原智美) 平凡社新書

老人特有のコミュニケーション不全を憂い、その原因を考察している。

(※3)「日本アンガーマネジメント協会」

東京都港区芝浦3-14-9

電話 03-6435-2120

安藤俊介代表理事のもと、怒りと上手に付き合うためのトレーニングなどを行っている。

事務局からのお知らせ

※事例研究会とOM研セミナーの今後の実施日程については、新型コロナウイルス感染の鎮静化の状況に応じて判断し、改めて連絡させていただきます。

●事例研究会

1. 第102回事例研究会

2020年4月15日(水)の事例研究会は新型コロナウイルスの感染拡大のため中止とさせていただきます。

2. 第103回事例研究会

2020年6月17日(水)の事例研究会は新型コロナウイルスの感染拡大防止のため中止とさせていただきます。

●難クレーム110番

お困りのこと、相談したいこと、会員の皆様に尋ねたいことなど、遠慮なく事務局までご相談ください。

●セミナー

1. 第83回セミナー

2020年3月11日(水)の『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』は新型コロナウイルス感染拡大のため中止とさせていただきます。

2. 第84回セミナー

2020年5月20日(水)に計画していた電話対応基礎講座『クレーム対応における共感力・質問力・説明力 実践トレーニング』は新型コロナウイルスの感染拡大防止のため中止とさせていただきます。

お客様満足研究会だより(OM研レポート)「第66号」

2020年4月30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>