

OM研レポート



《目 次》

●リレー談義

第65回 カネテツデリカフーズ株式会社 大井 直樹氏

●事例研究会

第113回 (2021年7月14日)

第114回 (2021年9月15日)

●セミナー

第92回 (2021年7月21日)

第93回 (2021年9月22日)

●わが社の相談室 No. 15

UCC上島珈琲株式会社

株式会社ロック・フィールド

ワダカルシウム製薬株式会社

株式会社ワールドビジネスサポート

●事務局からのお知らせ

リレー談義



第65回

お客様対応、喜びと苦しみ

カネテツデリカフーズ株式会社
品質保証部 部長
大井 直樹



私は、カネテツデリカフーズ株式会社の品質保証部の責任者をしている大井直樹です。私の部署には13名の社員が働いていますが、そのうちの一人がお客様対応の担当者として、日々寄せられるお申し出相手に奮闘しています。

数あるお申し出の中でも、私に回ってくるのは、紛糾しそうな難しい案件です。先日も激昂するお客様からのお申し出への対応が回ってきました。お話しするうちに落ち着かれるどころか、ますますヒートアップされ、早口で何をおっしゃっているのかまったく聞き取れず、何度も聞き直し謝り続けました。切電後もしばらくは茫然自失。責任者として反省です。本当に苦しいことです。

しかし、嬉しいこともあります。電話やメールで「流石カネテツさん、とても美味しかった」という声を聴くと、思わず笑みがこぼれます。

最近も「初めて買ったので食べ方を教えてください」というお電話があり、その翌日に「美味しかった。これからも買わせていただきます」という報告をいただきました。やり甲斐を感じる一瞬です。

お客様満足研究会につきましては、創立当初から参加させていただいています。最近

は、コロナのおかげでリモートでの参加でしたが、「お申し出対応を日々されている方々」と同志のような気持ちになり、短くとも時間を共有できてよかったと思いました。お申し出事例に対して様々な意見が飛び交い、「なるほど」と頷くことも多く、今後もこの仕事を続けるうえで、とても参考になる意見や考え方がありました。

当社にも、お客様対応の簡単なマニュアルはありますが、お客様満足研究会のようにリアルなお申し出から解決に至るまでのストーリーは、大変参考になり、企業同士が情報を共有できるのは良いシステムと感じました。今後とも機会があれば、積極的に参加したいと思います。



事例研究会

第113回事例研究会

日時：2021年7月14日（水）

14:00～16:30

場所：オンラインミーティング

参加者：40社 49名



<発表事例>

株式会社明治の事例

（発表者：内藤英介氏）

20代と思われる男性から「カップアイスに入っていた石を噛んで歯が欠けた。毛髪も混入していた。歯は捨ててしまった。容器は家族が捨ててしまったかもしれない」と怒りの入電。



先ずはお詫びし、体調をお伺いする。容器が残っていることが確認でき、引取り訪問することとなる。翌日の訪問では母親が対応され、毛髪とカップの中の異物を確認。検査結果の報告まで3週間が必要な旨ご理解をいただく。また病院に行ってくださいことをお勧めする。

1週間後、調査の進行具合を報告。病院にはまだ行っていなかった。

2週間後、調査結果報告の電話。当人は病院に行っていないようだったが、異物混入の特定はできなかったという検査結果を口頭で報告し、その文書をお送りすることで了解を得て終了。

結局、要求が何なのかわからなかった事例。

発表者は、商品引き取り訪問の際に3人体制で訪問したのが過剰体制であったか意見を求めていましたが、参加者からは批判的な意見もなく、訪問時の担当者の感覚で3人体制が必要と判断するならその判断で良いと感じる参加者が多いようでした。

常盤薬品工業株式会社の事例

（発表者：北川真由美氏）



50代と思われる女性から「化粧水の中に黒い沈殿物がある。交換してもらえるのか？」との入電。ご心配をおかけしたことをお詫びし現品が到着次第交換品をお送りする旨お伝えする。

10日後に現品到着。黒い沈殿物は確認できず。到着時での沈殿物が確認できなかったことを伝え、交換品を送る。約40日後に調査終了。異物の確認もできなかったが、異物の特定や混入原因が不明と電話で報告。一旦終了。

更に2週間後「交換品にも沈殿物がある。見に来てほしい」と入電。コロナのこともあり訪問は難しいので、写真をメールでお送りいただくよう依頼。返信メールで届いた画像では沈殿物は認められるが、現物がないと確かなことがわからないので、お送りいただくよう要請。すると「購入店で返金してもらった。お店では現品を処分するので持って帰って今手元にある。結果報告も書面でもらえず見にもこないというので、現品を送るふんざりがつかない」との返答。

現品はお送りいただけず、調査もご信用頂けないなら、今後の対応はできかねること、ご家族との相談で連絡をいただくのを待ち、こちらからの連絡も控えることをお伝えし、ご了解をいただき終了。

訪問するかどうかの基準をはっきりしておくこと、異物については、写真や現品を送ってもらうときでも訪問引取り時でも、お客様との間で異物の照合が大切とのアドバイスがありました。

<その他の質問>

「間違った案内をしてしまい切電した場合」のかけ直しをしても良いかどうかという相談が参加者からありました。そのままかけ直しをせずにおくという意見も出ましたが、窓口への電話で番号通知をお願いしている場合は気にせずかけなおせば良いと世話人からアドバイスがありました。

<情報交流会>

「意見交換ミニ交流会」という名前を「情報交流会」に変更。参加する人が限定されてきたのが気がかりです。

事例研究会

第114回事例研究会

日時：2021年9月15日（水）

14:00～16:30

場所：オンラインミーティング

参加者：37社 42名



<発表事例>

トーラク株式会社の事例

（発表者：宇田尚純氏）

動物愛護にかかわりがあると思われる複数のお客様から、電話やメールで「原材料の卵は、平飼いの鶏が産んだ卵か？」

「ユーザーの健康にもかかわるので情報開示をするべきでは」「平飼いの鶏が産んだ卵を使ってください」との問い合わせやご依頼が相次いでいる。

はじめの頃は、お申し出にお礼を言い、ご意見を担当部署に伝えることで対応。

弁護士との相談で、「原材料の情報について、違法行為をしていない限り消費者への開示義務なし」との見解が得られ、電話では「非開示」をお伝えし、メールは返信しないことと応対方針を決める。以降の来信に対してもその方針で対応している。

参加の食品メーカーにも同様の内容の問い合わせがあると紹介がありました。そのメーカーではメールの返信はしているようでした。類似の問い合わせで、動物実験の実施や毛皮の使用について、医薬・化粧品メーカー、アパレルメーカーにも問い合わせがあると紹介があり、回答しない企業、簡単な回答だけを返す企業と対応は別れていました。

返信するかどうか気になるところですが、判断の背景とその基準をもっていれば良いのでしょうか。世話人から、ホームページのメール問い合わせフォームについて、回答を求めない意見だけを入力するフォームを別に用意している企業の紹介が

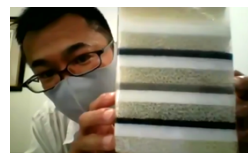


ありました。ご意見メールのフォームを用意することで今回のようなメールはそちらに入ってきて煩わされることも半減するのではないかということでした。

ワコー株式会社の事例

（発表者：堀内建作氏）

60代と思われる女性から「生協で5個組のキッチンスポンジを購入したが、使用してすぐに剥がれた。日本製なのになぜ？」との入電。



ご迷惑をお掛けしたことをお詫びし、「前例がないので、ぜひ調べたい」と現品を着払いでお送りいただくよう依頼するも、お客様は「日本製なのに」を繰り返し切電。

翌日お電話し、現品を送っていただくことになるが、送り先の住所を伝えるのもうまく伝わらず、FAXで送り先を連絡する。

届いた現品は、変色・へたり・縮みが見られ、かなり使い込まれたもの。原品受け取りの報告書とお申し出品とは別のスポンジ品を添えて、お客様に発送。その後連絡なし。

自己主張ばかりで聞きたいことを話してくれないお客様でじゅうぶんにコミュニケーションが取れず欲求不満になる対応となった。

販売店がはっきりしている場合、販売店経由の対応にすることも選択肢になるという意見も出されました。同様の素材の別商品で、7～8年使用して剥がれたという申し出の紹介もあり、使用状況の確認の大切さの指摘がありました。フリーダイヤルになっていない場合は、早めの電話かけ直しでお客様の負担を少なくし、じっくりお客様に話していただくことが必要だったかもしれません。

<質問コーナー>

コロナの感染者や濃厚接触者で、全員が在宅勤務になった場合の相談室の対応について質問がありました。相談室の場合、在宅での電話対応は難しく、出勤・在宅のローテーションで出勤者が対応している企業が大半でした。

<情報交流会>

研究会参加37社中13社の参加でした。

セミナー

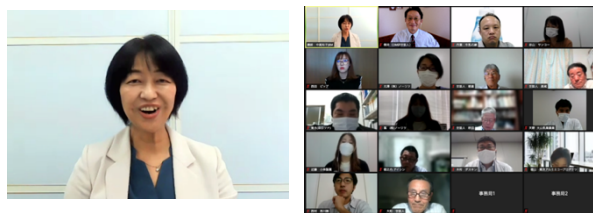
ここ数年来、お客様対応部門では基本的な対応のレベルが確実に上がっています。その一方で、年々頻度が多くなり、しかもその対応に苦勞する担当者が多いテーマが二つあります。メールでの苦情対応と高齢者との電話対応です。

今シーズンのセミナーの企画では、その二つのテーマをそれぞれ基礎と応用のコースに分けて計画しています。7月と9月にはそれぞれの基礎編のオンラインセミナーを開催しました。講師にはどちらも、中尾知子先生（株式会社JBMコンサルタント 主席講師）をお迎えしました。

第92回セミナー

クレーム対応 返信メール作成 基礎講座
「Eメールで返信するときのクレーム対応方法」

日時：2021年7月21日（水）
13:00～17:00



返信メール作成の基礎講座では、お客様満足についての考え方、クレームに対するメールと電話での対応の違いを振り返ってから、メールの文面からお客様の気持ちを読み取る演習です。メール文を1行ずつに分けて、文章から読み取れる事実・お客様の感情・要望を考えていきます。

苦情メールの読み取り手順をトレーニングした後はメール文の作成です。

簡単な返信メール見本を修正するワークを行ってから、お客様からのメールに対して返信メールを作成する仕上げる実践トレーニングでした。返信メールの中にどのような要素を盛り込むか、基本のストーリーを用意しておくことも教わりました。

全員がパソコンでの参加ですから、メール文の作成もパソコンで入力して、作成文を画面共有で提示して意見交換を行ないました。



今回の返信メール作成講座では、手書きの作業になってしまう対面でのセミナーより、パソコンで

メール文の作成・修正・提示ができるオンライン開催のメリットにも気付かされました。

パソコンの画面越しにうかがえる参加者の表情が充実した半日だったことを示していました。

第93回セミナー

ハートフル苦情対応
高齢者対応研修【基礎編】

～高齢者対応に必要なスキルを学びます～

日時：2021年9月22日（水）
13:00～17:00

高齢者対応の基礎編では、3割以上が高齢者という現状を振り返ってから、高齢者の聞こえ方、見え方を体験しました。

高音域をカットした音源を再生して、高齢者がどのように聞き取りにくくなっているかが体感できました。

目のレンズが褐色や黄色くなり、また白内障が進んできた高齢者にとって色の区別がしにくくなってきていることを画像で紹介されました。

高齢者の聞こえ方、見え方を体感したことで、お客様へ説明する話し方や言葉づかいを振り返り、工夫が必要なことに気づかされたようです。

高齢者の電話対応は苦手・面倒・時間がかかるというマイナスのイメージがあります。自分の身近な高齢者を思い浮かべ、敬意をもって相手を受け入れ、ペースを合わせてサポートするというように、高齢者への視点を変えることがなければ、具体的なスキルを身につけたとしても冷たい対応になってしまいます。

そのテクニックについては、聞くスキルや話すスキルの具体的な対応方法についても講義を聞き、仕上げるロールプレイングでそのスキルを使う練習も行いました。参加者は2人または3人のチームに分かれ、高齢のお客様役と対応者役の両方をすべての参加者が実演しました。模擬体験と



とはいえ、高齢者の立場も体験し、対応者として伝えることの難しさも認識できたようです。



わが社の相談室 No.15

UCC上島珈琲株式会社
品質保証室お客様担当



◆業務内容

コーヒー・紅茶・ココア輸入並びに加工販売、缶コーヒー等の飲料の製造・販売等。
1933年に、本社所在地である神戸に上島忠雄商店として創業しました。

◆お客様担当の概要

品質保証室内の一部門として、男性4名、女性5名、合計9名でUCCグループ6社のお客様からの声を受付・対応しています。

◆年間受付件数

約17,000件（2020年度）
（お問い合わせ68%、ご指摘18%、ご意見その他14%）

受付方法：

電話・ホームページ問合せフォーム・メール・手紙・営業経由等

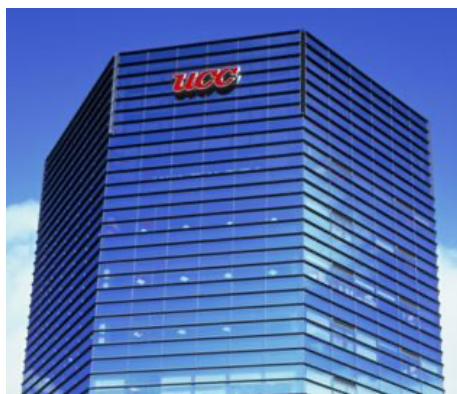
◆モットー

「Good Coffee Smile」

お客様の笑顔のために、お客様に信頼され、喜んでいただけるよう、お客様とのコミュニケーションを大切に、お客様の声を企業活動に反映できるよう心がけています。

◆社内へのフィードバック

お客様からの「お褒めの声」をグループ全社員へWEB発信・社内サイトでの紹介。



株式会社ロック・フィールド
品質保証部 お客様相談室

The Mirai Salad Company

ROCK FIELD

◆業務内容

「そうざい」の製造および販売。
いわゆる「デパ地下」を中心とした対面販売の他、オンラインショップ等でも販売しています。

◆お客様相談室の概要

メンバーは現在5名。
2000年の開設から年中無休10時～20時で電話受付していましたが、自然災害やコロナ禍の対応を経て、昨年7月から平日10時～19時に変更。土日祝は留守番電話での受付と、WEB対応のみとしました。
直接寄せられる声は2020年度実績で約4,100件。その他店頭への声も含め、年間約5,500件を確認して改善に繋げています。

◆対応方針

お客様が「聞かなくてもわかる」ことを目指して2019年に導入したFAQシステムで「聞かないとわからない不満」の解消に努めています。
お問い合わせのお客様には「聞かれた・答えた」以上のコミュニケーションをはかり、当社のファンになって頂ける対応を心掛けています。

◆社内へのフィードバック

月に一度「全社CS推進会議」を開催、社長初め関連部門からもメンバーが集まってお客様の声からの問題点を共有、解決にむけた協議を行っています。
また、お客様に配る印刷物などは制作段階で共有し、お客様目線でのサポートを行っています。

◆お客様満足研究会に参加して

メンバーが交代で参加しています。
他社ご担当者様との貴重な交流の場であり、外からの目線で業務を見直すきっかけを頂いています。特にこのコロナ下での積極的なWEB運営への対応力には感謝の一言です！



わが社の相談室 No.15

ワダカルシウム製薬株式会社 お客様相談室



◆業務内容

医薬品、医薬部外品、健康食品の製造及び販売

◆お客様相談室の構成

2名

◆年間相談件数

約 660 件（2020 年度）

主に電話やメールでのお問合せです。

◆経営理念

「THE WELLNESS COMPANY（人々の身心の健康に貢献する企業）の実現を目指します。」

対外的には最高の品質を、社内的には最大の効率を追求します。

◆お客様対応の基本姿勢

- ①「感謝」の気持ちをもって丁寧にお応えします
- ②明るい声と「笑顔」でお話します
- ③話し上手より聴き上手「傾聴力」を高めます
- ④間違いのないように「確認」をします
- ⑤適切で「素早い対応」を心がけます

◆社内へのフィードバック

お客様相談室で対応した概要を Customer's Voice として、月に 2 回社内配信することで情報共有しています。

◆コロナ禍で増えたお問合わせ

不要不急の外出自粛の要請では病院への通院も控えるべきだと勘違いされて、病院の薬の代わりなるものはありませんかというご相談が増えました。

◆お客様満足研究会に参加して思うこと

事例研究会後、必ずお客様相談室内で情報を共有しています。他社様の事例やアドバイスをいつも自分に置き換えて考えています。そして、同様な場面では、落ち着いて対応するよう心がけています。

事例発表の時には緊張しますが、皆様から沢山のアドバイスと応援の言葉を頂き、今後の励みにさせていただいています。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。



株式会社ワールドビジネスサポート CS 支援課 カスタマーセンター



◆業務内容

アパレル・雑貨の企画、製造、販売のブランド事業、および、直営店舗の小売事業、EC 販売のデジタル事業など

◆カスタマーセンターの概要

事業所：東京・神戸

一次受付 東京：5 名

二次対応 東京：2 名（センター長含む）

神戸：5 名 合計 7 名

◆年間問合わせ件数

約 11,000 件

受付方法：電話（フリーコール、代表電話）、メール、手紙、商品直送など

◆モットー

お客様に心からの「ありがとう」の言葉をいただける対応を目指しています。問題解決を通じて、お客様を当社のファンに導くこと、また、お客様の代弁者として、『声』を社内にも共有し、不満足の原因防止に努めることを心がけています。

◆社内へのフィードバック

お客様からのお申し出に関しては、商品系、サービス系それぞれに分類し、関係部門担当者へ即時連携を行なっています。また、集計した内容を、各関係部門の責任者に週次で共有し、再発防止、改善に努めています。

◆OM 研に参加して

様々な業種の企業様の事例を検討させていただく機会に接することができ、とても良い勉強をさせていただいております。特に、当社で取り扱いが少ない、食品、化粧品などの企業様の事例研究は、今後の対応に際し参考になることが多く、有意義に参加させていただいております。



事務局からのお知らせ

●今後の予定

《事例研究会》

1. 10月 第115回事例研究会
10月20日(水) 14:00～
2. 11月 第116回事例研究会
11月10日(水) 14:00～
3. 12月 第117回事例研究会
12月15日(水) 14:00～
4. 2022年1月 第118回事例研究会
1月19日(水) 14:00～

※12月の第117回は会場での集合研究会を予定していますが、コロナウイルス感染の状況により、オンラインでの開催になる可能性もあります。

《セミナー》

1. 第94回セミナー

2021年11月17日(水)
13:00～17:00
クレーム対応 返信メール作成講座 応用編
講師 株式会社JBM コンサルタント
主席講師 中尾知子氏

2. 第95回セミナー

2022年1月26日(水)
13:00～17:00
高齢者対応研修 【応用編】
講師 株式会社JBM コンサルタント
主席講師 中尾知子氏

●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。

～情報交流会へのお誘い～

新型コロナウイルス感染症との戦い2年目も3/4が過ぎました。ワクチン2回接種率も9月末にはほぼ60%となり、行動制限要請の解除に向けて検討が進み始めています。一方でブレイクスルー感染も話題になり、ワクチン接種が済んだからと無条件に安心もしてられません。

たとえ行動制限が緩和されても、いつになったら事例研究会の会合を皆さん集まって開催できるのか目処が立ちません。開催できたとしても、皆さんの会社では、40～50人が集まる勉強会は自粛するという方針は続くかもしれません。

事例研究会の趣旨は、皆さまが対応した実際の事例を討議して、自社の対応に活かすということです。それだけでなく、参加する会員同士が顔を合わせて意見を出し、話し合い、参加者のネットワークを作ってもらおうという側面もあります。事例研究会では尋ねにくかったことや現在の悩み事を研究会終了後に雑談しながら話し合っただけ意見を聞き、困っている対応方法を尋ねて解決したことがありませんか。

オンラインでの開催では、残念ながらこのようなコミュニケーションがとれません。

オンラインでもそれを補えないかと始めたのが「ミニ交流会」「情報交流会」です。任意の参加にしていますが、毎回15人前後の参加で、残念ながら2/3近くの方には参加していただけていません。参加されている顔ぶれも固定されてきています。

もっと多くの方に利用していただきたいのです。事例の発表と「情報交流会」と合わせて事例研究会と考えていただき、会員の皆さま同士がもっと親しくなれるよう、「情報交流会」にぜひご参加ください。

お客様満足研究会だより (OM研レポート)
「第72号」

2021年10月8日発行

発行者：お客様満足研究会
TEL：080-2488-7349
FAX：0721-28-1672
E-mail：omken.jimukyoku@gmail.com
ホームページ：http://omken.org