

お客様満足研究会だより

OM研レポート

2022年4月
第74号



《目次》

-
- リレー談義
第67回 小林製薬株式会社 寺田亜以氏
 - 事例研究会
第118回 (2022年1月19日)
第119回 (2022年2月16日)
 - セミナー
第95回 (2022年1月26日)
第96回 (2022年3月16日) 開催中止
 - わが社の相談室 No.17
加藤産業株式会社
 - 最近の話題から
 - 事務局からのお知らせ
-

リレー談義

第67回



変化するお客様、変わらない喜び

小林製薬株式会社
信頼性保証本部 お客様相談室
お客様対応1グループ
寺田 亜以

弊社は医薬品・健康食品・オーラルケア製品・芳香剤・衛生雑貨品・温熱製品など幅広い製品を取り扱っており、電話・メール・手紙のお申し出に対応しています。対応する相談員は23名、私は医薬品グループに所属しています。

相談室に来てもうすぐ12年になりますが、お客様対応はますます難しくなっていると感じます。弊社では製品の不具合や製品を使って何らかの症状が出た場合、製品の交換対応をしています。以前は製品を交換すると感激してくださるお客様が多かったのですが、今では交換は当たり前、交換ではなく返金して欲しい・治療費・慰謝料を要求するお客様が増えています。

また、定期的に入電があるお客様の中には、いつも怒っているお客様やこちらの一言一言を否定するお客様もいらっしゃる、電話を受ける相談員の精神的疲弊を考えるとどこまで対応すべきか迷うことも多いです。

医薬品グループでは昨年末より飲み合わせのチャット対応が始まりました。飲み合わせ

のお問い合わせには「飲み合わせが悪いという報告はない」とは回答できますが「併用しても問題ない」と回答することはできません。しかし、アンケートのコメントには「安心した」「助かった」「便利でありがたい」とほとんどが肯定的な意見で、難しいお客様が多い中でも救われるような気持ちになります。コメントは自由記入なのに残してくださる気持ちが嬉しいですし、私も日常生活で接する接客業の方や掃除の方など誰かが落ち込んでいるかもしれない時に積極的に感謝を伝えよう、いい消費者になろうと思えるのです。

私は2020年よりお客様満足度研究会の事例研究会に参加させていただいています。製品は違っても皆さん苦勞されているのだと励みになったり、自分では思いつかなかった対応についてのアドバイスをいただいたりと大変勉強になります。今後も機会があれば参加させていただきたいと思いますので、よろしくお願いいたします。



事例研究会

第118回事例研究会

日時：2021年1月19日（水）

14:00～16:30

場所：オンラインミーティング

参加者：39社 45名



参加者全員の様子

<発表事例>

カイゲンファーマ株式会社の事例

（発表者：永長 正樹氏）

2事例の紹介がありました。

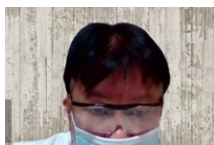
●60代と思われる男性から

「息子と使っている点鼻薬の匂いが気になる。調べてほしい」との電話。当該品の送付を代替品先送りで納得。

調査の結果、性状には問題なかったが汗のにおいはしていたことが判明。その結果と貴重な情報への謝意をお伝えすると、お客様は無言で切電。

発表後、「無言の切電では、お客様が納得されたかどうか分からない。こちらから電話をかけ直せば了解いただけたかを確認でき、対応終了と考えて良いのかどうか、もやもやがなくなったのではないか」との意見が寄せられました。

●50代女性から、「風邪薬で、服用間隔が短いのですが大丈夫ですか？」「熱はないがのどが痛くて飲んだが大丈夫ですか？」「他の薬を併用しても副作用など大丈夫ですか？」など同じような内容の電話が複数回かかってきた。



その都度お応えしてきたが、こうした何度も同じような内容の電話をしてくる人への対応方法が知りたい。

受講者からは、お名前をちゃんと調べておいて、「何度もお電話いただいておりますがなにかご心配事でもおありですか？」と、こちらから話しかけることも必要との意見が寄せられました。

フジッコ株式会社の事例

（発表者：富田 沙織氏）

高齢と思われる女性から「賞味期限が4日過ぎた商品は食べることができるか」とのお問い合わせ。



「匂いや味を確認し、お客様自身でご判断いただきたい」とお応えすると、お客様は、「私の責任でたべてもよいということか。もっと責任ある回答をしてほしい」とのこと。「お召し上がりはやめてほしい」と申し上げると、それに対して、お客様から「捨ててよということか。お金がかかっている。前は自分で判断といった。返金などいらない。もっと客の立場に立って答えてほしい。賞味期限であれば大丈夫で、3日過ぎた消費の品質はわからない、では納得いかない。もういいです」と言って切電。

発表後、参加者から「乳製品の場合食べないでほしいと答えている、その他の場合賞味期限が切れた商品の保存状態がわからないのでお答えできないと案内している」という実例の紹介がありました。

賞味期限や消費期限についてはその意味合いも含めて、どのようにお客様に回答するかをどの会社でも決めているはずです。この事例は答える内容をどのような言葉・文章表現で伝えるかで、対応トラブルになってしまうという事例でもありました。

<情報交流会>

事例研究会終了後、情報交流会が行われました。参加は14社でした。

第119回事例研究会

日時：2022年2月16日（水）

14:00～16:30

場所：オンラインミーティング

参加者：39社 44名



参加者全員の様子

<発表事例>

小川珈琲株式会社の事例

（発表者：藤本真弓氏と福原光代氏）

男性のお客様から「購入して2～3週間経ってから開封して飲んだコーヒーで、私も家族も体調が悪くなった。1年ほど前のこと。飲んだ時は賞味期限内だった。現在は賞味期限が切れているが、調べて、調査結果を書類で送ってほしい」との電話。翌日、当該品と一緒に開封済みの他社アイスコーヒーや梅干しの入ったパック、柑橘系の皮、賞味期限切れの豆腐、などが送られてきた。

お客様に数度電話するもつながらず。

申し出品から商品とロット番号を特定し調査。調査結果は異常なし。「製造記録より問題はなく、他に同様のお声はいただいていない。預かり品をお返ししたいので連絡が欲しい」旨の回答書を発送。受け取りは確認。

何回電話してもつながらず。やむなく預かり品を返送したが、受け取り済みは確認できたものの、その後も連絡なし。

発表後、「体調が悪いとのことで、検査をお勧めした方がよかったのでは」との声が寄せられました。お客様から送られてきた品を返却する場合、写真を撮って保存しておく企業がほとんどでした。



加藤産業株式会社の事例

（発表者：辻野 光信氏）

60代と思われる男性から小売店に「瓶詰商品を開栓しようとしたら、瓶が割れて手を切った。今、絆創膏で血を止めている」との電話。



翌日小売店副店長が商品の交換・現品の引き取りのため訪問する際に自社営業部員が同行。ケガをしたことに謝罪。自社ジャム商品を渡す。その時点ではお客様は、「血は止まっている。様子を見て具合が悪ければ明日病院へ行く。ありがとう」と言われた。

一週間ほど経ったころ、お客様が多額の請求書（感謝料、診療費、交通費）をもって小売店に来店。

瓶メーカー、商品メーカーでの瑕疵はなく、流通以降の段階での衝撃による破瓶と判断されるが原因の特定には至らず。

それを受けて、メーカー、自社及び小売店でオンライン打ち合わせ。自社サイドに瑕疵がないこともありお見舞金の支払いを提示するが、小売店はおお客様の要求の満額支払いを希望。小売店の希望のとおり自社が全額お支払いすることに。

発表後、「これは手慣れている。次もやる」「小売店は早く解決したいと思うが、診断書をとるなどもう少し慎重に対応できたのでは」との意見が寄せられました。

お客様の申し出が、商品の製造元、販売元、卸売店、小売店と複数の企業に関連することがあります。お客様対応の主体はどこか明確にして、それ以外の企業はお客様との対応をせず、対応の主体企業が主導で最終対応を決めることが必要であるということが再認識される事例でした。

<情報交流会>

事例研究会終了後、14社の参加で交流会が行われました。

セミナー

第95回セミナー

ハートフル苦情対応

高齢者対応研修【応用編】

～高齢者の性格タイプ分類別の対応方法を学びます～

日時 2022年1月26日(水)

13:00～17:00

場所 オンライン

講師 中尾知子氏

(株式会社JBM コンサルタント
主席講師)



【講師の中尾先生】

お客様相談窓口にとって高齢者対応は避けて通れない重要な問題です。昨年9月22日に開催された【基礎編】に続いて、今回は【応用編】を開催しました。



【参加者のみなさま】

●講義

セミナーは、【基礎編】を受講したことを前提として進められ、「認知症とは?」「対応時の自己コントロール」「基本的な対応スキル」などの【基礎編】の振り返りは最小限でした。

今回の【応用編】は、高齢者の性格に応じた対応方法がテーマ。「高齢者のパーソナリティの類型」「適応型と不適応型の区分」「適応型3つのパーソナリティの対応ポイント」「不適応型2つのパーソナリティの対応ポイント」「対応が困難な高齢者の行動特性と対応ポイント」などを、わかりやすく解説していただきました。特に、「自己中心的で頑固」「話がくどい」「すぐに怒る」などという高齢者独特の行動は、受講者にとっても日々対応に苦慮されていることですが、それ

ぞれの対応ポイントについて丁寧に説明していただきました。すぐに役立つと思います。

●ロールプレイング

電話対応では、知識を実際の言葉で対応できるかが重要です。受講者は1グループ3～4人に分かれ、本日学んだことを適切にアウトプットできるかをロールプレイングで確認しました。

対応が難しい「不適応型」の2つのパーソナリティからのお申し出が題材として用意されていました。

受講者は、高齢者役、対応者役、チェック役に分かれ、全員がすべての役を受け持つようローテーションしながら、ロールプレイングを繰り返していきました。

ロールプレイング終了後、グループ内で感想、指摘、アドバイスなどを討論する時間がとられました。その雰囲気からも、またセミナー終了後の感想からも、大切なことを学んだという充実感・満足感が伺えました。



第96回セミナー (開催中止)

ケーススタディから法的対応方法を学ぶ
「弁護士から学ぶ、

難クレーム対応の法的判断と対応実践」

開催予定日 2022年3月16日(水)

開催予定場所 大江ビル(集合セミナー)

講師 岩永 智士氏

光風法律事務所 弁護士

新型コロナウイルス(オミクロン株)の感染第6波で感染者数の減少が進まず、2月下旬で解除予定のまん延防止等重点措置も延期される状況をふまえ、3月開催予定のセミナーを中止することにいたしました。参加を予定して下さっていた皆様には、せっかくの研修機会をご提供できず、お詫び申し上げます。また改めて開催ができる時期になり、ご案内できるようになることを願っています。

わが社の相談室 No.17

加藤産業株式会社 品質保証部



◆事業内容

1945年（昭和20年）飲料水卸売業加藤商店として創業し、1947年（昭和22年）に株式会社へ改組し、加藤産業㈱を設立致しました。総合食品卸売業を主業務とし、メーカー各社の商品（ナショナルブランド）を仕入れ、小売業様に商品を販売しています。また、自社商品（プライベートブランド）の開発、製造・販売、輸入販売なども行っています。



◆主要自社商品

「カンピー」「グリーンウッド」ブランドとしてジャムや缶詰・乾物商品及びパスタやオリーブオイルなどの輸入商品等から構成しています。

◆グループ指針

「豊かな食生活を提供して、人々の幸せを実現する」を当社グループのミッションとし、そのミッションを達成するための長期ビジョン（未来像）として

「食のインフラになる」

「食のプロフェッショナルになる」

「食のプロデューサーになる」

を掲げています。

◆お客様対応

お客様対応は各商品グループの業務担当がお問合せやお申し出の一次対応を行っています。その後の内容調査、報告書等の作成は品質保証部で行う流れになります。お客様対応について勉強させていただきたく、お客様満足研究会に入会しています。

◆年間お申し出件数

約480件



最近の話題から

成年年齢の引下げとお客様対応

2018年6月に「民法の一部を改正する法律」が成立し、この4月1日から施行されました。これにより民法上の成年年齢が20歳から18歳に変更されました。18歳になれば「大人」です。

従来は未成年だった18歳、19歳の人たちも父母の同意がなくてもさまざまな契約ができるようになります。

「契約」ができる例で紹介されているのは、携帯電話の購入、自動車購入時などのローン契約、クレジットカードの作成、アパート・マンションなどの賃貸契約などです。映像・音楽配信のサブスクリプション契約、教材の購入契約、サプリメントの定期購入、暗号資産の購入なども含まれるでしょう。

「契約」の他にも、10年有効のパスポートも持つことができるようになりましたし、公認会計士・司法書士の国家資格を取得してその職業に就くこともできるようになりました。

ただし、飲酒、喫煙、競馬・競輪・競艇などのギャンブルは今までと変わらず20歳になってからです。

今回の成年年齢の引下げで懸念されているのは、18歳、19歳の若者が契約によるトラブルに巻き込まれ、消費者被害が増えるのではないかとことです。今までなら父母の同意がなく18歳、19歳の人々が契約したものは、未成年が契約したのだからと取り消すことができていたものが、今月から取り消せなくなります。

高校3年生や大学生になったばかりの若者、高校卒業後に就職した人たちも、仕事やアルバイトで得たお金でいろいろな商品・サービスを自分で購入する機会も増えます。悪徳商法・マルチ商法などのトラブルで被害に遭わないためにも、この年代の人が「契約」についてしっかり考え、契約するときには契約内容について詳細に目を通し、内容を理解してから契約することが求められます。とはいえ、細かい字で書かれている約款や書かれている言葉も難しく、契約内容をよく理解してから、というのも簡単なことではないと感じます。

では、自社の商品・サービスに関するお客様対応をしている私たちには何か変化はあるのでしょうか。

悪質な事業者ではない私たちの会社は、お客様が成人であるかどうかに関わらず、正常な商品・サービスを提供しますし、その利用の中でトラブルがあればきちんと対応しています。通販サイトを運営している企業や輸送サービスを提供している場合でも、売買契約・チケット予約などの利用契約にあたって年齢の確認あるいは支払い方法の確認のときに成年かどうかをあえてチェックすることはないようです。

ネット通販での定期購入や航空券の予約などで年齢を17歳と入力しても、最後の「購入」までたどり着きます。

そのことから、成人年齢の引下げに伴い、私たちのお客様対応に何か変化がありそうには思えません。

自社商品・サービスの販売（売買契約）を小売店でだけ行っている企業ではお客様との「契約」には関わっていません。ですから18歳、19歳のお客様との契約のことを気にする必要はないでしょうが、この機会にお客様との「契約」に関わる業務があるかないか、「契約」がある場合はどのような内容・案内になっているか、何らかの修正が必要ないかの確認をしておくことは無駄ではないでしょう。

乗車・乗船チケットの販売や直営店で商品を販売している企業、一般ルートでの販売とは別にネット通販サイトも運営している企業の場合は、18歳・19歳のお客様に限らず、注文・予約にあたっての手順や案内を確認してみてもいいのでしょうか。注文・予約の手順をもっとわかりやすくしたり、案内内容を見直したり、定期購入の契約にあたっての注意点などがわかりやすくなっているか、誤解を与えないかなど気づくところがあれば、収穫です。消費者啓発の一助になるよう、何ができるか考えてみてもいいのではないのでしょうか。

若い世代のお客様はあまり電話をかけてきません。ご自身でホームページを調べたり、ネット上の相談サイトで他の人から（たとえ回答内容が間違っていたとしても）アドバイスを得ています。企業に直接相談するのも、チャットポットサイトなら利用してくれる頻度が高いようです。

高齢者の電話対応と合わせて若い世代向けの相談ツールの整備もこれからの相談業務の課題になりそうです。

（世話人 榮井）

事務局からのお知らせ

●今後の予定

《事例研究会》

1. 2022年4月
第120回事例研究会
2021年度活動報告及び
2022年度活動計画
4月20日(水) 14:00～
2. 2022年5月
第121回事例研究会
5月18日(水) 14:00～
3. 2022年6月
第122回事例研究会
6月15日(水) 14:00～
4. 2022年7月
第123回事例研究会
7月20日(水) 14:00～

《セミナー》

1. 第97回セミナー
2022年5月25日(水)
13:00～17:00
電話対応基礎講座
～クレーム対応の基礎を学ぶ～
講師 中尾 知子氏
(株式会社JBM コンサルタント
主席講師)
2. 第98回セミナー
2022年7月27日(水)
13:00～17:00
クレーム対応 電話対応の実戦講座
講師 榮井 彰成氏(当会世話人)

●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。

■ホームページのセキュリティ対応 (SSL 対応) のお知らせ

遅ればせながら、この4月にホームページのセキュリティ対応を行いました。お客様満足研究会のホームページのURLも

<http://omken.org> から

<https://omken.org> に変わりました。

当会では皆さまからクレジットカードや銀行口座の情報を入力していただくことはありませんので、みなさまの個人情報が盗まれる可能性は少ないというものの、事例研究会・セミナーの申し込みではメールアドレスや電話番号などを入力していただいていますので、SSL対応は懸案事項になっていました。今回のSSL対応で、ブラウザのアドレスバーに、「安全ではありません」「⚠️保護されていない通信」「セキュリティ保護なし」などの表示がされなくなりました。

ウェブサイトのお気に入り登録にいただいている場合は、従来のままでも新しいサイトにアクセスできるようになっていますが、お気に入りの登録の更新をお願いします。

お客様満足研究会だより
OM 研レポート
第74号

2022年4月20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：<https://omken.org>