

お客様満足研究会だより

OM研レポート



《目 次》

-
- 事例研究会
 - 第120回（2022年4月20日）
 - 第121回（2022年5月18日）
 - 第122回（2022年6月15日）
 - セミナー
 - 第97回（2022年5月25日）
 - わが社の相談室 No.18
 - 東洋アルミエコープロダクツ株式会社
 - トーラク株式会社
 - 会員インタビュー
 - 株式会社サンコー 山崎雅史様
 - 事務局からのお知らせ
-

事例研究会

第120回事例研究会

日時：2022年4月20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

<活動報告>

新年度最初の事例研究会にあたり、枡田和則代表から「この5月で創立20周年を迎えることになりました。これも会員の皆様のおかげです」と、報告とお礼の言葉がありました。



次いで、大和明夫会計担当世話人から、2021年度の経費実績と2022年度の予算が報告されました。



最後に朝倉公治事務局長から、2021年度の事業実績と2022年度の事業計画の発表並びに創立20周年記念事業の概要説明と協力依頼がなされました。

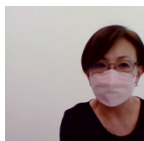


<発表事例>

井藤漢方製薬株式会社の事例

（発表者：木山 明子氏）

突然、ダイエット粒5袋が簡易書留で届く。何度電話するもつながらず、購入先やご希望を知りたいので、ご連絡いただけるようお手紙を送付。その後も連絡がないので商品返送。受取人不在のため戻ってきてしまう。



一年後またダイエット粒18袋がゆうパックで送られてきた。「返金は要らない。送り返さないでほしい。アマゾンには解約できず困ります」という内容の手紙が入っていた。

ヤマト便で、アマゾン解約法を記載した手紙とともに商品返送。その後連絡なし。

発表後、一方的に送られてきた返品への対応やアマゾンの解約法などについて、熱心に討議されました。

株式会社ダスキンの事例

（発表者：木村 誠氏）

「保険会社からクーポンが届いた。期限があるのは知っていたが、コロナで使えないまま期限が過ぎてしまったので、何とかしてほしい。発行元は御社なので対応してほしい」と入電。クーポンを発行しているのは保険会社なので、そこに相談してもらうよう説明するも、お客様は納得されず。しかも調査を希望されたので後日連絡することに。



保険会社の相談センターと交渉し、連絡を取ってもらえることになったが、個人情報の開示を了解とるために何度も電話をするがつながらず。保険会社からも電話をかけてくれたが同様につながらないまま、対応終了とする。

この事例の場合や他社製品の知識が必要な場合に、他社の相談センターと協力して対応するのは必要、ただしお客様情報の開示はお互いに慎重に、などの意見が寄せられました。

<情報交流会>

参加14社が2つのグループに分かれ、「お客様情報の活用と共有方法」について活発な討議がなされた。社内会議の場で定期的に発表している会社や必要に応じて関連部署に伝えている会社が多かったです。



第121回事例研究会

日時：2022年5月18日（水）

14:00～16:30

場所：オンラインミーティング

参加者：40社 47名



参加者全員の様子

<発表事例>

株式会社アイセンの事例

（発表者：湯川 克彦氏）

30代と思われる女性から「御社のボディタオルに巻き爪が引っかかって痛い。引っかかって出てきた糸を切ったらタオルに穴が開いた。購入店に相談したらメーカーに相談するように言われた」とのお電話が。お手数をお掛けしたことをお詫びし、編み物なので糸を切ると穴が開く旨を説明。交換を申し出るも、お客様は巻き爪のことばかり説明。



交換品でも同じことが起こることを心配されたので、返金をご提案。しかしお客様はそれにはお応えにならず、「痛い思いをして、嫌な思いをするのなら、電話しなければよかった」と切電。

発表後、お客様の巻き爪の痛さにもう少し寄り添った対応が必要だったのではという意見や商品を調べる姿勢も示すことでお客様の安心につながるというアドバイスがありました。



宝ホールディングス株式会社の事例

（発表者：詫間 彩氏）

50～60代と思われる女性から「通販で耐ハイを購入したら賞味期限が迫ったものが届いた。交換してほしい」との入電。ご購入されたお店で相談していただくよう依頼するも、お客様は「交換できないなら送るから処分してほしい」と主張。所有権の問題もあり、お断りすると「上司と相談せよ」とのこと。上司と相談の上、お断りの電話をすると、お客様は「仕方ないですね。もう通販では買わない」と一旦は終了。



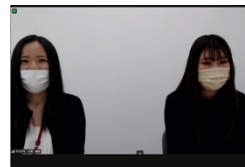
ところが1週間後、「賞味期限内は大丈夫とおっしゃったので、飲んでみたがスーパーで買った新しいものとは味が違う。全部送るので調べてほしい。返却は不要です」との入電。着払いで2ケース届く。

数日後、調査結果報告の催促と分析している人から電話が欲しいとの電話が入る。調査結果が出る前の対応で対応トラブルに発展。最終的に上司から「商品には異常なかったが、時間の経過とともに変化するわずかな風味差をお感じになった可能性があります」とご報告し、お手数おかけしたお詫びにチューハイ1ケースをお送りして終了。

発表終了後、購入店で対応するのがセオリーではないか、担当者と上司の対応が違うのが気になる、統一した対応が必要だったのでは、との意見が寄せられました。

<新入会員紹介>

6月から正式に入会される株式会社ヤマザキの小林様と森田様が、体験参加の形で初めて事例研究会に参加してくださいました。



<情報交流会>

22社が参加。3グループに分かれて、「交換品の対応」をテーマに意見交換しました。

会社のルールを決めて例外は作らない、同じ商品を送る場合再クレームにならないよう相手の希望を聞く、違う商品を送る場合値段は少し高めのものを選ぶ、などの意見が出ていました。

第122回事例研究会

日時：2022年6月15日（水）

14:00～16:30

場所：オンラインミーティング

参加者：41社 48名



参加者全員の様子

司会進行の高城世話人



<発表事例>

株式会社マングムの事例

（発表者：壺井 正輝氏）

20歳代と思われる男性から「御社のボディペーパーを額に20分ほど張ったら火傷した。誤った使用法ですがそんなことあるのでしょうか？」とメールで問い合わせが入る。メールのみの回答を望まれていたが、火傷なのでご様子をお聞きするため架電。留守だったので、ご心配をおかけしたことのお詫びとご質問の件はメールで回答する旨のメッセージを残す。



お客様から、連絡へのお礼と電話に出なかったお詫び、電話に出られる時間帯の連絡が返信メールで届く。

何度か電話をかけるが連絡取れず、今後の対応に困っていたが、事例研究会当日までによりやく連絡が取れ、「ペーパーを貼ったまま昼寝して目覚めると赤くはれていた。翌日通院して火傷と診断された」ことが判明。誤使用を認め、何の要求もなかったが、自社の規定通り、商品代金と初回治療費をお支払いして終了。

発表後、メールのみの連絡を希望するお客様への対応法と、誤使用への対応や治療費・診断書の領収書は現物を提供してもらうか否かについて討議されました。

コクヨ株式会社の事例

（発表者：脇 寛美氏）

70歳代と思われる男性から「ダイヤルを止めてあったテープが外れ金庫が開かなくなった。御社の金庫と思う。何とかしてほしい」と入電。金庫に貼られた社名やマークを見てもらったところ他社のロゴが入っており、自社のものではない旨を説明。しかし、お客様は聞き入れず、同じやりとりが何度も続くので、「他にお話しできるご家族もおられないようですし、これ以上私どもでご案内できることはございません」と切電。



高齢者対応として、少し寄り添いが足りなかったのでは、との意見が寄せられました。

<ちょっと困ったこと>

- ①「古くなったコーヒーを飲んだらおなかが痛くなった」とテレビ番組で放送されたら、問い合わせが殺到した。（飲料メーカー）
他の飲料・食品メーカーから同様の例が紹介されました。
- ②女性客を増やすため「レディースルーム」を設けアメニティサービスも充実させたが、男女差別との苦情が届いた。（旅客運送会社）
参加者から、特定の性に限定した表現をやめた化粧品の事例、外観と性自認の異なるお客様の入店に配慮している事例、性別を無くした履歴書の事例などが紹介されました。今後ジェンダーに関わる応対方法に注目していく必要があります。

<情報交流会>

参加16社が2グループに分かれ、「ストレス解消法」について討議しました。会員の皆様も日ごろから結構ストレスを抱えておられるとみえて、時間が足りないほど活発にアイデアが飛び交っていました。お酒での解消が最も多かったようです。



セミナー

第97回セミナー

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』

日時 2022年5月25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）

新着任者が多い年度はじめてのセミナーは電話対応の基礎講座です。昨年まで玉本美砂子先生にお願いしてきましたが、今年は中尾先生によるセミナーです。



【講師の
中尾先生】



【参加者のみなさま】

●講義

電話対応の基礎のふりかえりで、クレーム対応に不可欠な敬語・丁寧語・謙譲語やクッション言葉について、個人ワーク、グループワークを交えて学びました。「ふりかえり」となっていますが、お客様相談経験が浅い参加

者が多かったので、初めて聞く内容で有益だったでしょう。

傾聴スキルでは、事実のフィードバック、要約のフィードバックを、さらにはお客様への共感については感情のフィードバックを、グループワークで実践練習を行いました。

「真意を把握する質問のスキル」では、オープン質問とクローズ質問の違いを学び、お客様に伝わりやすい話し方を学びました。

●ロールプレイング

参加者は2～3人のグループに分かれて、全員が持ち回りで対応者役、お客様役、チェック役を受け持つ実践トレーニングです。用意された事例をもとに、あいづちや事実・要約・感情のフィードバック、質問の仕方など、学んだばかりのスキルを駆使して、模擬電話対応を参加者同士で行いました。



【ブレイクアウトルームでグループに分かれた参加者】

終了後の参加者のアンケートでも、とても役に立つ満足度の高いセミナーと、高い評価でした。



わが社の相談室 No.18

東洋アルミエコープロダクツ株式会社 コーポレート統括ユニット 品質保証チーム お客様相談室



- ◆事業内容及び取り扱い商品
日用雑貨品（アルミホイル、レンジフードフィルターなどのキッチン用品）、食品用容器などの製造・販売
- ◆企業理念 【気が付けば暮らしのそばに】
～当社は生活シーンのあらゆる分野で徹底した生活者指向のもと、もっと便利に、もっとおしゃれに、もっとおいしく、もっと健康に、もっと快適に、もっと環境に優しくありたいという願いを解決し、より豊かなアメニティーライフを演出する事で社会に貢献する会社を目指します～
- ◆お客様相談室の概要
日々チーム一丸となり、様々な案件にワイワイキャッキョと奮闘しています。
・室員数：5名（マネージャー1名含む）
・年間相談件数：お問合せ 約6,000件
うちクレーム、苦情など 約1,300件
・相談方法：電話90% メール手紙など10%
- ◆モットー
・お客様とのコミュニケーションを大切にし、お客様一人ひとりのお声に耳を傾け『ありがとう』の気持ちを伝えます。
・そのお声を商品やサービスの向上に活かすことで、お客様に喜びと感謝を提供します。
- ◆お客様情報の社内フィードバックと活かし方
クレームやご意見などは『商品改善提案シート』に記載し、毎月関連部署に提出。またクレーム内容は毎月の経営会議にて上層部と共有。
- ◆お客様満足研究会に参加して
様々な業種の方々が集まりそれぞれの事例をお聞かせいただけることで、皆さまも日々お客様対応に悩みながら切磋琢磨されている、と励まされることが多く、同士の様な気持ちで参加させていただいています。
事例の共有だけでなく、セミナー開催、また悩みに対してアドバイスやご意見を伺えることで



知見を広めることができ、毎回とても有意義な時間を過ごしています。現在はオンラインでの開催がメインではありますが、今後実際にお会いでき直接意見交換ができる日を心待ちにしています。今後ともよろしくお願いいたします！

トーラク株式会社 安全・品質保証部



- ◆事業内容
1960年創業以来、「もっと美味しく」「もっと楽しく」「もっと気軽に」を基本に、さまざまなスイーツの開発に取り組んできました。これからは「こんなスイーツがあったのか」と誰もが驚き、笑顔になれるモノづくり、コトづくりに取り組んでいきます。ロゴマーク「Tree of TORAKU」はトーラクのこれからの可能性を表現しています。「TORAKU」の「T」から芽吹き、いきいきと成長し、新しい「美味しさ（果実）」が実る。そして、木の下に人々が集い、「ときめき（輝き）」「喜び（ハート）」を分かち合う。スイーツを通じて「人々の楽しく幸せな暮らし」を実現したいという願いを込めています。
- ◆お客様対応
安全・品質保証部のメンバーが担当しています。 人員 専任1名、兼任3名
(一次受付：外部委託)
弊社商品が家族の思い出の商品になっています、ふるさと神戸での生活を懐かしく思い出しました、などのお喜びのお手紙・メールに励まされながら日々奮闘しています。
- ◆年間相談件数 (2021年度)
お問い合わせ 717件
お申し出（クレームなど）116件
- ◆相談方法
＜電話＞714件 ＜メール＞126件
＜手紙その他＞14件
- ◆お客様情報の社内フィードバックと活かし方
毎日/「お申し出」を役員・管理職に共有
月1回/「お客様の声」として抜粋して社内掲示、開発部門へ月間集計を共有
年1回/年間のお問合せを集計し、開発部門と共有会議を開催
- ◆お客様満足研究会に参加して
事例研究発表での、皆さんのご経験にもとづきご意見は大変参考になります。『お客様の困りごとに寄り添う気持ち』を常に心がけながら、日々対応しています。



神戸プリン



神戸シェアラブ
ロイヤルカスタード
プリン



らくらく
ホイップ



大阪チーズ
ブリュレ

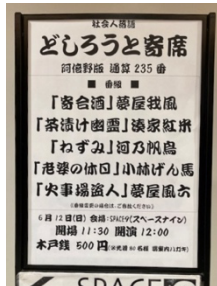
会員インタビュー

私の特技 『落語』

株式会社サンコー
専務取締役・山崎雅史様

6月12日の日曜日、阿倍野近鉄百貨店の9階にある「スペース9」で行われた『社会人落語・どしろうと寄席』に出かけました。目的は、そこに夢屋風六の芸名で出演されている株式会社サンコー専務取締役の山崎雅史様をインタビューすること。

山崎様は株式会社サンコーの屋台骨を背負っているのみならず、ご多忙の中「お客様満足研究会」にもほぼ毎回出席され、消費者問題にも熱心に取り組まれています。しかも、がちがちの仕事人間かと思えば、「落語工房・小素人連」の代表として『どしろうと寄席』を主催し、たくさんの人を楽しませ続けています。その落語会も今年で52年になるとのこと、まさに継続は力なり……です。



山崎様との一問一答

野口「落語を生涯の友とするきっかけになったのは……？」



山崎「私と落語との出会いは50数年前の中学生時代に遡ります。ある日、祖父が「えんげい会」に行こうと言い出しました。なぜ中学生が園芸会に？と思いながらついていくと、なんと、手品や漫才や落語などを行う演芸会でした。中でも私の心を鷲掴みにしたのが笑福亭松鶴さんの落語『相撲場風景』でした。それからは寝ても覚めても落語のことばかり。高校に進学してもやはり落語のことが頭から離れません。そこで仲間を募り「落語研究会」設立を担任の先生に申請。熱意に打たれたのか割とすんなり正式に研究会として認められました。まさに天にも昇る気持ちとはこのこと。高校、大学そして社会人になっても落語への情熱は変わらず、現在に至っています。」

野口「落語の良さとは……？」

山崎「単なる笑いでなく、その先に人生を表現しているところが、何とも言えないのです。奥深いのです。また、阿呆がよく出てきますが、馬鹿にするのではなく、愛すべき人として愛情をもって描かれています。すなわち人間皆同じというのが落語の一貫した精神です。それらが落語の良いところと思っています。また心許せる仲間ができることも、その一つだと思います。」

野口「お仕事のなかで、落語をしていてよかったと思うことは……？」

山崎「落語の呼吸で相手のことを思って話せるので、人との対話がスムーズに運びます。また、落語で培った独特の話し方が話題となり、説得力が増すだけでなく、あの人は面白い、あの会社は魅力的だななど、お得意様がPRしてくれることもよくあります。ありがたいことです。」

野口「落語の素晴らしさ、奥深さがよくわかりました。本日はご講演で大変な中有難うございました」



インタビュー終了後、山崎様のご厚意で、落語を心行くまで楽しませてもらいました。とりをとられた山崎様をはじめ、あと4人の演者の方々それぞれ素人とは思えない技量で、満席のお客さんも抱腹絶倒でした。

（OM研レポート担当世話人 野口）

事務局からのお知らせ

●今後の予定

《事例研究会》

1. 2022年7月
第123回事例研究会
7月20日(水) 14:00～
2. 2022年9月
第124回事例研究会
9月21日(水) 14:00～
3. 2022年10月
第125回事例研究会
10月19日(水) 13:00～
大江ビルでの集合研究会を予定
4. 2022年11月
第126回事例研究会
11月16日(水) 14:00～

●難クレーム110番

080-2488-7349

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)
2. 第99回セミナー
2022年9月28日(水)
10:00～17:00
クレーム対応 Eメールセミナー
基礎から応用まで、返信メール作成講座
講師 中尾 知子氏
(株式会社 JBM コンサルタント
主席講師)



■インタビュー協力をお願い

今回、会員の皆様の仕事を離れて続けている趣味・特技について、インタビューの記事を掲載しました。

「私もこんな特技があるよ」「こんな趣味でリフレッシュしている」など紹介いただける会員の皆様をお待ちしています。

お客様満足研究会だより
OM 研レポート
第75号

2022年7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://www.omken.org