

お客様満足研究会だより

OM研レポート

2023 年 1 月

No.

77



《目 次》

- 新年のごあいさつ
- 事例研究会
 - 第125回 (2022年10月19日)
 - 第126回 (2022年11月16日)
 - 第127回 (2022年12月21日)
- わが社の相談室 No.19
ジェクス株式会社
- 私の趣味・特技・活動
江崎グリコ株式会社 井畑 岳様
- 事務局からのお知らせ

新年のごあいさつ

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

昨年の新年のご挨拶に、令和4年はお客様満足研究会（OM研究会）設立20年目のメモリアルな年となりますので祝賀の記念式典等を行いたい、と記載しましたが、新型コロナの猛威は留まるどころを知らず式典を開催することは叶いませんでした。

令和5年は設立から満20年となります。新型コロナの感染者は減少し収束に向かっているとはいええない状況ですが、ワクチン接種の拡大や重症化の減少、そして経済の活性を取り戻すといった観点からいろいろな社会活動が再開されてきています。もちろん感染対策を十分に行っている活動ですが、OM研究会も21年目に入った5月に上記の念願の記念式典を行いたいと思っています。世話人と会員の数名の方にもお手伝いいただき準備に入っていますが、多くの会員みなさまにもお助けいただかなければならないこともあります。20周年をみなさまと一緒に祝えるようご協力賜りますようお願い申し上げます。

正直ここ3年間は新型コロナに振り回された感じです。しかし、当初は感染症が収まるのを待ってほぼ休止の状態でしたが、オンラインで事例研を開催したところみなさんの評価は高く、その後セミナーも含めてオンラインで開催してまいりました。みなさんへのアンケートでもリアルとオンラインを併用してほしいといったご意見も多くありました。

昨年12月、本当に久しぶりにいつもの会場を借りてリアルで事例研を開催しました。どれくらいの方の会員の方が出席してくださるか心配でしたが、思いの外多くの方の出席をいただきました。会場でのみなさんの顔と顔をつきあわせての会話は、本当に心地良いものでした。もちろんみなさんのお顔が生き生きとしていたのも非常に印象的でした。人はやっぱり顔を合わせて意見交換することが重要だと改めて認識しました。

このような会員様のお顔を拝見していますと、5月に予定しています記念式典等は開催できるのではないかと世話人一同心強く感じたものです。

OM研究会は20年を目の前にして最大の難局に遭遇するなど、いろいろな問題もありましたが、それらを乗り越えることができましたのも、偏に会員みなさまのご努力と会社様を含めてのご協力があったこと、これらが基本です。厚くお礼申し上げます。

私たち世話人もかなりの高齢になってまいりましたが、もう一踏ん張りして更なる継続に努め、かつ次の世代の方々に継承していただけるよう頑張っています。

みなさまのご支援をよろしくお願い申し上げますとともに、みなさまそして会社様のご多幸、ご発展を心よりお祈り申し上げます。

2023年（令和5年）正月
お客様満足研究会
世話人一同



事例研究会

第125回事例研究会

日時：2022年10月19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



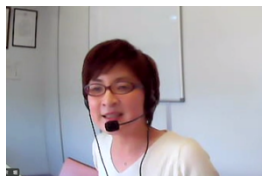
参加者全員の様子

<発表事例>

菊正宗酒造株式会社の事例

（発表者：堀 栄子氏）

女性のお客様が、化粧品についての知識を振りかざしデータ開示の要求をしてきた。データ開示は企業秘密に属することで、開示はなかなか難しい旨説明するも、一方的に自分の意見を述べ続ける事例。



この様なお客様には、反論せず、上手く聴くことに徹するのの一つ。「勉強させていただきました、またお教えてください」と持ち上げるのもよいのでは…との意見が寄せられました。

データの開示については、できる範囲で開示するという会社が多かったです。

株式会社名門大洋フェリーの事例

（発表者：太田 年喜氏）

60代と思われる男性から「取り消し手数料が2度引き落とされている。200円のことだが悩んで連絡した」とのお手紙が。お客様本人が予約サイトと旅行社の両方で予約したことにより2件分の取り消し手数料が発生したことが判明。お客様に架電し、その旨説明するも、なかなか納得いただけず。



お客様は、「予約は一度だけ」と主張し続けたが、最後に「もういいわ」と切電。その後連絡なし。

堂々巡りのお客様の対応について、30分程度は我慢するが、「次のお客様お待ちですので」と切電するという会社が多くありました。

<情報交流会>

テーマ「在宅勤務の状況と課題について」

メール対応は会社とつながっているのが在宅でも行っているようですが、電話対応は会社内で行うという会社が殆どでした。

第126回事例研究会

日時：2022年11月16日（水）

14:00～16:30

場所：オンラインミーティング

参加者：38社 49名



参加者全員の様子



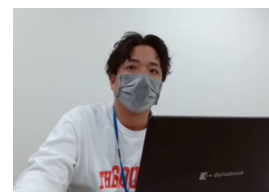
司会進行する世話人の高城氏

<発表事例>

アース製薬株式会社の事例

（発表者：富山 博章氏）

商品の異常の申し出で、代替品を送り、同時に現品を引き取る手配をしたが、受け取りに手間どり、受け取ってもらえず。送り直しの手配をするが配達日の約束がお客様と会社側でちがっていてまたトラブル。配



達日の指定をしておいたが、1週間ほどかかってようやく受け取ってもらえたという事例でした。

会社側は代替品発送と同時の現品引き取りの際にお客様にお手間をかけないように返送の伝票なども用意してその手順もしっかり案内した上で発送しているのですが、お客様にうまく伝わっていなかったのかもしれない。

コロナ禍で難しいこともありますが、訪問引き取りをしてもよかったのでは、などの意見が寄せられました。

川本産業株式会社の事例

（発表者：井田 珠実氏）

女性のお客様から「お宅の製品で顔がかゆくなった」という申し出。個人情報をお教えたくないというお客様で、最寄りの店舗を通じての代替品の提供と現品の引き取りをした案件でした。代替品でも同じように顔がかゆくなったと販売店より連絡があり、お客様からの電話連絡に対してていねいにお話を聞き続け終了したという内容でした。

個人情報と言ってくれないお客様には、しっかりした対応もできず、お話を聞くだけになってしまいますが、自分の主張を曲げないお客様のお話をしっかり聞くことが終了のポイントでした。代替品でも皮膚のトラブルが出るようなら、病院でのアレルギー検査をおすすめしては…との意見が寄せられていました。

＜話題提供・質問事項＞

株式会社ヤマザキ様からの話題提供でした。フリーダイヤルにかかってきた電話はアナウンスを流し多くの企業で録音しているが、会社側からお客様にかけた電話の録音をお客様の了解なしにしてよいか？との質問が寄せられた。

法律上問題ないとの回答でした。

＜情報交流会＞

情報交流会は今回おやすみしました。

＜新入会員の紹介＞

11月に新しく入会された株式会社ドンクの津田様を皆様にご紹介し、ご挨拶をしていただきました。



第127回事例研究会

日時：2022年12月21日（水）

13:00～17:00

場所：大江ビル13階会議室

参加者：26社 36名

第101回事例研究会（施設見学会）で、株式会社コンシェルジュ（大阪いずみ市民生協）で行って以来2年10か月ぶりに、会場に集まって事例研究会を開催しました。

受付で検温とアルコール消毒をすませた会員が、次々とこやかに会場へ。



検温を受ける会員



発表マイクもアルコール消毒

事例発表に先立ち、株式会社ドンクの津田氏が入会の挨拶をされました。



＜発表事例＞

森下仁丹株式会社の事例

（発表者：森永 健氏）

年齢不詳の男性から、20年近く前に販売中止している商品について、製造不良でケガをした、商品を交換して欲しいとの電話。電話連絡の時にもお客様の電話番号は告げてもらえず、現品が届いた時も電話番号の記載がなく、名前もアルファベットのみ。届いた商品にも異常は確認できず。その旨、記載の住所に特定記録郵便で発送するが返信なし。1か月の間に返信のない場合、申出品を返却する旨書留郵便で発送。受領確認。1ヶ月たっても連絡なし。申出品を送り返すが不在で返品される。1年間自社で保管予定。

20年前の商品であり、PL法上も責任がなく、対応拒否も可能では…などの意見が寄せられました。



株式会社パンジーの事例

（発表者：藤高 比佐志氏）

女性のお客様から「ルームシューズで転倒し怪我をした。サイズ設計に問題があると思う。改善してほしい」とのメールが届く。まずお詫びし、自社での検証のため、データ提供のご協力を依頼し、返品交換を申し出る。すると「返品も交換も望まない。そのためにもぜひ改善を」とのご返信。



綿密な情報交換をして改変した試作品をお送りして評価をしていただくが、まだ改良点があるとのこと。しかし、お客様は丁寧な対応に感謝され、お菓子を送ってこられた。その返礼としてクオカードをお送りして終了。

丁寧な対応はよいと思うが、すべての人にこの対応ができるか？クオカードも単に送るだけでなく、お見舞いにしては…などの意見が寄せられました。

牛乳石鹼共進社株式会社の事例

（発表者：丹葉 敬一氏）

30代と思われる女性から、外箱が潰れている商品について「良品を送ってほしい」とのメール。お詫びして、着払いでの現品発送を依頼するが、お客様は交換商品を先に送ることを要望。商品の確認の際に、商品の種類、入り数が二転三転。交換品を先に送ってとの希望には対応できない旨お伝えする。現品が届いたが、凹みもたいしたことなく、石鹼自体も良品だった。他社にも類似の申し出をしているとの情報があったが、交換品をお送りし終了。



代替品の送付と現品を同時引き取りという会社もありますが、緊急を要する場合以外、交換品は基本的には現品が届いてからの対応という意見が多く出されていました。

お客様の電話番号などで、他社にも苦情申し出がないかをネットワークや個人的なルートで確認することは我々の業種ではこれまで内々に行われてきていますが、個人情報保護法に抵触するので今後はやめていくべきとのアドバイスがありました。

UCC上島珈琲株式会社の事例

（発表者：三宅 萌氏）

30代と思われる女性から、「豆を直接ミルに入れて挽き、別の容器に移したら、針金が出てきた。一杯分飲んだが…」と入電。現品が届く。自社の異物除去機能の説明をし、ミルの状態をお伺いしたうえで、調査させていただきたい旨ご了承いただく。代替品は、お申し出品とは異なる製品をお送りすることでご納得いただく。ところがお客様は、メーカーから外的要因などと言われて不信感しかないと販売店にも申し出。販売店から様子が知りたいと電話が入る。



お客様と販売店に、製造工程で針金が混入する可能性は低いですが、経路の特定はできなかったとの調査結果を報告。お客様は「混入経路はわからないということか。ミルのメーカーも同様だった。調べてくれてありがとう」との言葉で終了。

より精度高く調べるためにも、ミルの音などもう少し突っ込んでお聞きしてもよかったのでは…との意見が寄せられました。

<情報交流会>

最近行政でも大きく取り上げられている「カスタマーハラスメント

（カスハラ）」について、6つのグループに分かれて、熱心に討議をしました。



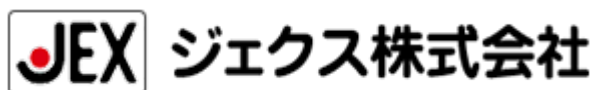
電話や店頭で声を荒げ、人格を否定するなど暴言を吐くお客様が増えています。代表的なのは、上司を出せ、男子に代われ、日本語のわかる者を出せという人や、理屈の通らない自分なりの理論をふりまわす人です。

企業側の対策として、組織やルールで対応する、対応困難なお客様対応時に手を挙げて仲間知に知らせる、モニタリングで見守る、恐怖を感じたら対応終了を宣言する、などのルール化を図る…などが求められています。また、くじけないためにもメンタルケアが大切で、リフレッシュルームを設けている企業もありました。

カスタマーハラスメントに関する文献が一般書籍だけでなく行政からも多く出ているので参考にしたいとのアドバイスがありました。

わが社の相談室 No.19

ジェクス株式会社 お客様相談室



◆会社概要

設立 1960年12月7日

当社は創業以来、「無限の創造、逞しい開拓、感謝の生活、社会に奉仕」を社是および企業理念とし、皆様の健康生活をサポートする総合医療品メーカーです。

◆事業内容

医薬部外品・医療機器・化粧品・育児用品・生活関連用品等の製造販売

◆お客様相談室の体制

人員 3名

◆年間相談件数

お問い合わせ 3500件

お申し出 200件

その他 400件

相談手段別

電話 3200件

メール 500件

手紙その他 一件

◆顧客対応のモットー

常にお客様目線で対応を！

◆お客様情報の社内フィードバック

クレーム情報の分析による設計部門へのフィードバック

ご意見を上げて欲しいとの情報は設計部門・企画部門へフィードバック

◆お客様満足研究会に参加して

他業種様の事例や対応方法等をお聞きし、自身の対応についても考えさせられる事もあり、毎回、学ばせていただいております。OM研で学んだことを、お客様対応向上に役立てて参ります



私の趣味・特技・活動

珈琲の世界

江崎グリコ株式会社
グリコお客様センター
井畑 岳 様



今年の7月頃から、セブンイレブンのカップコーヒーが「軽め」「ふつう」「濃いめ」と選べるようになりました。同じコーヒー豆にもかかわらず、飲み比べると素人の私にもはっきりと違いが判りました。

「なんでやろう??」
このことがきっかけとなり、私は「珈琲の世界」にはまってしまいました。

最初はコーヒーを入れる道具がどこに売っているのかもわかりませんでした。とりあえずダイソーに行ってみると、豆を挽くコーヒーミルとドリッパーそしてペーパーが売られていました。珈琲豆もどこで買ってよいかわからず、スタバに行ってみたら売っていたので豆を購入。早速、家に帰ってデビューすることとなりました。

自身で入れたものは自己満足もありおいしいのですが、数日すると気付き始めます。

「同じスタバの豆やのに毎回味がちがうのはなんでやろう??」

このころから色々調べ、独学を始めます。お湯の温度や入れる時間、豆の挽き目など様々な要素が絡み合って味が決まることを知りました。このことから温度計とタイマー付きのスケールを購入します。

ブラジル・ケニアなどの産地と珈琲豆の等級などに違いがあり、それぞれに味が違うことは頭ですぐに理解できるのですが、また別のことに気づき始めます。

「産地も等級も同じブランド豆やのにショップによって味が違うのはなんでやろう??」
各ショップに豆の焙煎のレシピがあり「浅煎り～深煎り」と焙煎度合いの違いで個性を出されていることを知りました。

今では、旅先にある「地域で焙煎有名店」を探し、土産に家に持って帰って個性の違いを味わうことを楽しんでいます。

皆さんは、コーヒーを飲んだ時の味や香りがフルーツに例えられていることをご存じですか？

「独り占めしたい！極限の甘さはまるで桃のコンポート」

凝縮した葡萄や柑橘フルーツなどの黒果実の熟れた香りがふわっと立ちのぼります。赤いリンゴやナシをかじったときのような口の中が潤うようなみずみずしさと、シロップや蜂蜜を連想させるクリーミーさ、コンポートした桃を感じる極限の甘さがあと引く余韻を残します。

最近、私が購入したエチオピアの珈琲豆のパッケージに書かれていた一文です。まるでワインを飲んだ時に例えられるような豊かな表現です。おそらく皆さんの頭の中は「?????」

となっていてこのコーヒーの味が全く想像できないのではないのでしょうか。

少し興味を持ってこのコーヒーを飲んでみたいと思われたあなたは「はまったら抜けられないコーヒーの沼」に片足をいれてしまったかもしれません。

ようこそ！「珈琲の世界」へ。

※弊社は、珈琲を販売しておらず、宣伝ではありません（笑）

※OM研には珈琲のスペシャリストの方々がいらっしゃるにもかかわらず、お恥ずかしい限りです。

事務局からのお知らせ

●今後の予定

《事例研究会》

1. 2023年1月
第128回事例研究会
1月18日（水）14：00～
2. 2023年2月
第129回事例研究会
2月15日（水）14：00～
3. 2023年3月
事例研究会はお休みです。
4. 2023年4月
第130回事例研究会
4月19日（水）14：00～
大江ビルでの集合研究会を予定。

《セミナー》

1. 第101回セミナー **開催中止**
2023年1月25日（水）
13：00～17：00
クレーム対応実践道場
ロールプレイングで学ぶ難クレーム対応
2. 第102回セミナー
2023年3月22日（水）
13：00～17：00
弁護士から学ぶ
実際のクレーム対応事例から、難クレームの法的判断と対応実践を学ぶ

●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。

■20周年記念行事・記念企画のお知らせとおねがい

企画：20周年企画委員会

本年5月、お客様満足研究会設立から満20年となります。

20周年を記念して、5月に記念の祝賀会を開催することが決定しました。

それに先立ち、会員の皆様に現在のお客様対応部門でのしごとの取り組みについてアンケートを実施します。アンケート回答にぜひご協力をお願いします。

さらに、みなさまからお客様対応にまつわるOM研川柳も募集します。優秀作品は祝賀会当日に表彰いたします。多数の応募をお待ちしています。

●20周年記念式典 開催日 2023年5月17日（水）

●お客様対応意識調査 調査期間：2023年1月18日～2月15日

●OM研川柳募集 募集期間：2023年1月18日～2月15日

応募資格：会員企業お客様相談部門所属の全員が対象

以上 会員企業様のご協力とご参加宜しくお願い致します。

お客様満足研究会だより

OM研レポート

第77号

2023年1月10日発行

発行者：お客様満足研究会

T E L：080-2488-7349

F A X：0721-28-1672

E-mail：omken.jimukyoku@gmail.com

ホームページ：https://www.omken.org