

お客様満足研究会だより

OM研レポート



《目 次》

●リレー談義

第 70回 森下仁丹株式会社 森永 健さま

●私の趣味・特技・活動

東洋アルミエコープロダクツ株式会社 福山 安紀子さま

●事例研究会

第133回 (2023年7月19日)

第134回 (2023年9月20日)

●セミナー

第104回 (2023年7月20日)

●わが社のイチオシ商品 No.3

株式会社近江兄弟社

小川珈琲株式会社

オハヨー乳業株式会社

カタギ食品株式会社

●事務局からのお知らせ

リレー談義



第70回

森下仁丹株式会社
信頼性保証部 お客様相談室
森永 健



弊社は医薬品・医療機器・化粧品・健康食品・明らかな食品（飴、カレーなど）といった広範な製品を取り扱っています。

お客様相談室は男性 3 名という体制で運営していますが、少し他社と異なるのは、弊社の製品パッケージに入っている問い合わせ電話番号が、通信販売の受注コールセンターのフリーダイヤルだということです。そのため製品に関する問い合わせ、クレームの一次対応はコールセンターのオペレーターが対応します。幅広い製品群にもかかわらず通販以外の製品知識も習得したオペレーターのおかげで、一次対応で完結する案件が殆どです。一次対応からエスカレートで上がってきたものが相談室の対応する案件となります。相談室で対応する案件は年間約 3000 件でそのうちクレームは 10%ほどになります。

私が配属されたのは 2020 年 4 月でちょうど新型コロナウイルスが大流行しはじめた当時。マスクの着用やパーティションの強化、受付時間の短縮、在宅勤務へのシフトなどこれまでに勤務形態に大きな変化が出始めたところでした。お客様のデータベースはリモートで共有しないルールがあるため相談室は原則出勤でしたが、私はまだ実務経験がないため在宅勤務の対象とされ、製品知識の習得やお客様への

手紙の執筆などを行っていました。業務スタイルにも変化がありました。製品の変質や異物混入などの申出があれば必ず訪問というルールがあったそうですが、コロナ禍で原則訪問は行わないというルールに変更されました。コロナウイルスが 5 類に落ち着いた今もそれは変わりません。

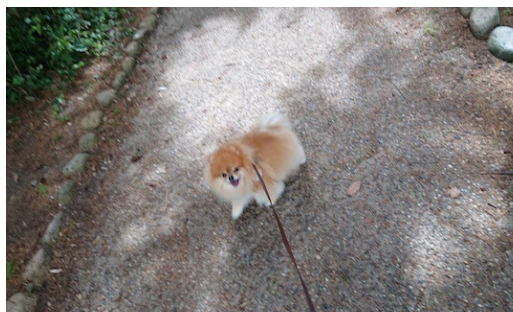
お客様にも変化が出ているように感じます。製品の原材料に対する関心は年々高くなっています。産地や天然由来原料であるか、またアレルギーの種類も増加しており特定原材料の 28 品目だけでなく香料なども気にされる方が増えています。要求されるものも変わってきて、悪質クレマーは減ったものの、返品や返金だけでなくプラスアルファを求めてこられる方が増えているように思えます。

そのようなことも含め、カスタマーハラスメントに関する対策を講じていく必要を感じています。現場の状況を経営層にも把握してもらい、従業員の保護、ケアの意識を持ってもらうべく活動を始めています。こういう考えに至ったのも OM 研で各社の状況を把握できたからだと思っています。お客様対応事例を含め、様々な情報を共有できる OM 研は貴重な存在です。今後ともよろしくお願いいたします。

私の趣味・特技・活動

励ましてくれる言葉

東洋アルミエコープロダクツ株式会社
品質保証チーム
お客様相談センター
福山 安紀子



- ・趣味：飲酒、愛犬を見つめること
- ・特技：利きビール
- ・活動：枝豆の食べ比べ、
愛犬に慕われるための努力
- ・属性：泣き虫

以上、もうこれだけで私を作る全ての要素の説明が終わってしまいました。

毎号発行される度このコーナーがとても楽しみなのですが、まさか、私も交えていただけるなんて光栄の極みです。

このままあまり自堕落な話を続けるのはよろしくない気がしますので、ここは私が好きな言葉をお伝えします。

『どんな1日でも、それは映画になる』

この言葉、曲名なんです。曲の歌詞内容より、タイトルそのものが心に残っています。

特に、気持ちが沈んでいるなぁと感じる日にこれを思い出すと、その薄暗い場所から心を逃がせるようで、前向きな気分になれます。

私なりの解釈は、他愛のない1日、何もこれといって笑うことがなかった1日、朝から人の優しさに触れて心が温かくなった1日など、どんな日だって振り返ればそれは映画のように面白い、と感じています。

映画にはアクションやロマンス、喜劇など、人生との比ではないですが様々なジャンルがあって、例えば今のこの状況を映画に当てはめると、このくさくさした気持ち、状況はどんな映画になるのか、と途端に面白くなってくるんです。

もしそれが悲劇だとしたら、OK、とことん主人公を演じてやろう。ずっとこの辛さは続かない、いつかはこのシーンも終わる。思い返すと“こんな日もあったよな”と、思える気がして。

私はそう思い込むことで、状況を俯瞰で捉えている気がします。主に社内で気持ちを切り替える時に浮かべる言葉ですが、決して日々悲観しているわけではないので、私は大丈夫です（汗）。

ちょっとしたおまじないのように、皆さんもぜひ一度思い浮かべてみていただきたいです。しんどい状況であっても永遠には続かない、自分か周囲かはたまた時間が解決してくれる。場面は変わる。

消費者対応において、口調や声の高低、速度に音量などその場にあわせ使い分けられることが多いです。演者のように、少し大胆に賢く立ち振る舞っていただき、どうか主人公（皆さん）がハッピーエンドで在るように願います。

事例研究会

第133回事例研究会

日時：2023年7月19日（水）

14:00～16:30

場所：オンライン

参加者：34社43名



<発表事例>

オハヨー乳業株式会社の事例

（発表者：三澤 裕美氏）

●20代の女性から「3個買ったアイスの一つの中身が箱から漏れてべとべとになった」とのメール。お詫びの上、商品情報を教えていただくことを



依頼。購入店はモール〇〇店ですが、あとは処分してわからないとのこと。商品が確認できない時は対応できない旨お伝えすると、お客様は「購入したものに不備があったのだから何とか対応してほしい」と主張し、箱の映像を送ってこられた。商品情報が確認できたので、お詫びの手紙とクオカードを発送。その後も商品の数とクオカードの金額の不一致などのやり取りがあり、クオカードの追加で決着。今回は特別で、つぎは同じ対応ができないことを申し上げ、了承をいただく。

●お客様から「アイスを購入後すぐ食べようとしたら、溶けていた。箱はあるが、中身はない。」と画像添付のメールが送られてきた。相談室から「HPにも、商品がない場合は対応できないと記載している。出先で保管できない場合は購入店に申し出ていただきたい」と返信。その後、お客様から連絡なし。

アイスクリームは溶けるもの。お客様の保存の仕方はどうだったのか？ クレーマー的なお申し出で

は？この対応でよかったのか？などの意見が寄せられました。

四国化工機株式会社の事例

(発表者：倉本 美津子氏)

50代と思われる女性から「みそ汁の中の豆腐に黒い虫みたいなものが入っていた」との入電。お詫びして返送していただくよう依頼するも、営業担当がお引き取りに行くことに。



引取り時の状況について、お客様から「営業の方が黒い物だけ持って帰られた。名刺も出さなかった。検査結果は必ず報告を。その時は別の人に来てほしい」とのお申し出。調査結果報告の際に営業部長が伺い、納得いただき終了。

発表者からの相談・質問への回答：

名刺を渡すか否かは会社の方針で決めているが、窓口専用の名刺を作っている会社もありました。

訪問時、部屋に上がるかどうかは、現場や状況の確認が必要な場合や、申し出内容により必要な場合には上がるとのアドバイスがありました。

<質問コーナー>

- ・森下仁丹株式会社
健康被害に関して保健所への報告基準は？
重大であれば社告もし、保健所へも報告するという会社が多かったです。
- ・東洋アルミエコープロダクツ株式会社
企業電話応対コンテストに参加するにあたり、参加経験のある会員に感想やアドバイスを求める相談があり、長年審査に関わってきた玉本世話人から具体的なアドバイスがありました。

<情報交流会>

注意書き等製品表示へのお客様相談室の関わり方についてや今後セミナーで取り上げてほしい内容について、熱心に討議されました。

第134回事例研究会

日時：2023年9月20日(水)

13:00～17:00

場所：大江ビル13階会議室、オンライン配信

参加者：会場参加 23社31名

オンライン聴講 17社20名

<発表事例>

カネテツデリカフーズ株式会社の事例

(発表者：森本 大貴氏)

71歳の女性から数回にわたり長時間の電話。その内容は、1)品薄や価格への不満、2)男性や老人用商品開発の提案、3)全く無関係の話の3つ。自社のファンと考え都度対応してきた。しかしお客様は毎回同じ対応にお怒りになり切電。その後連絡なし。



同じ内容なら3回以上は対応しないし、時間も30分を超えればお断りするという会社が多かった。また話が広がる長電話のお客様には、お客様が簡単に答えることができる質問(クローズ質問)をするのも効果的というアドバイスがありました。

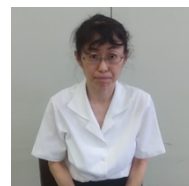
お申し付けください」と案内しているが、お客様に伝わりきっておらず、お弁当類を購入されたお客様から「お箸が入ってなくて食べられない」というお申し出が多発。お箸をご指定の所へお届けしたり、返金するなどの対応をしている。方針変更の予定もない。

駅テナント店や駅隣接店で販売にはお箸をつけてはどうか、POPの表示に写真を付加し注目しやすくしては、などの提案が寄せられました。

ワダカルシウム製薬株式会社の事例

(発表者：服部 美子氏)

84歳の女性から「お試し商品でお腹が痛くなった。取りに来てほしい」との入電。本来は未開封に限るが、今回は体調のことなので、返品をお受けすることに。ただし送料はお客様負担でと伝えると、お客様は「配送業者の所までタクシー代がかかるので、商品代を振込み商品は捨てます」とのこと。振込を確認し終了。



体調のことなので、検査をしなかったのかとの質問が寄せられました。

株式会社ロック・フィールドの事例

(発表者：松山 圭子氏)

企業環境配慮の一貫として、全員に提供していたお箸を希望者のみに配布するように方針が変わった。店頭で「ご入用の方は



江崎グリコ株式会社の事例

(発表者：井畑 岳氏)

30～40代と思われる男性から「チョコレート菓子の持ち手の部分が折れていて、袋の中にない」との入電。ご迷惑をお詫びし、お送りいただき調査することに。



商品到着後、「返送の際、運送会社から包装してなくてはだめといわれ、贈答品の外箱に入れて渡した。不要の箱でないの返してくれ。100万円くれと言っているのでない」と要求あり。

送られてきた外箱はすでに廃棄済み。その旨伝え、お客様は、「箱がいる。新しい同じ箱を用意してくれ」と主張。箱代を含めた金額のクオカードでの解決を伝えると、「大事な箱が戻ってこないのは納得できないが。とりあえずこれでいい」と終了。

商品クレームから箱の話題にすり替え、金銭要求をちらつかせるなど、クレマーの要素がズンズンとしたユーザーへの対応の事例。箱の所有権については弁護士に相談してはとの意見がありました。

<質問コーナー>

- ・大山乳業協同組合の質問
原材料・添加物の内容表示の開示について。
企業秘密にかかわることが多いので表示法に従って開示する、という企業が多かった。
- ・赤福株式会社の質問
1.相談室の定休日？
株式会社ダスキンは基本的に 365 日対応。

その他は国の祝祭日に沿って定休日になっている企業が殆ど。

2.商品に相談室の対応時間を入れているか？
ほとんどの企業が入れている。

3.休日回収は？
なるべく別の日にしていただくが、緊急性の場合には対応するという企業が多かった。

<情報交流会>

6つのグループに分かれて、1)難クレームとは、2)苦手なお客様、3)グループごとの自由テーマについて熱心に討議されました。

難クレームについては、何を求めているかわからず落としどころがわからないお申し出や認知症の方からのお申し出などが出ていました。

苦手なお客様については、無反応な人、早口な人や上げ足をとる人、意見がころころ変わる人などが挙げられていました。

グループごとのテーマでは、お客様相談室の今昔の違いやカスハラ、また対応で嬉しかったことなどが取り上げられていました。

セミナー

第104回セミナー

電話対応ホットトピック講座
～カスタマーハラスメント対策
組織対応と対応のポイントを学ぶ～

日 時 2023年7月20日(木)
13:00～17:00
場 所 オンライン
参加者 15名
講 師 中尾 知子氏
(株式会社JBMコンサルタント
主席講師)

クレームとカスタマーハラスメントの判別の基準は、要求内容と要求手段。不当な要求か、要求の仕方が不当かによる。例えば、タクシーが道を間違えた時の客の対応で、大声で怒鳴りしかも料金を支払わない、や、支払ったがSNSなどで嫌がらせをするなどは典型的なカスタマーハラスメントにあたる。カスタマーハラスメント対応にもクレーム



対応の基本をしっかり身に付けることが大切であることも力説された。

講義による学びを実践経験するため、2人1組で、お客様役と対応者役を交互に務めてロールプレイングを行いました。カスタマーハラスメントを掲げる以上、消費者役がかなり激しく無理難題を突き付ける演技が必要でしたが、少しおとなしく物足らなかったペアが多かったようです。

今回のセミナーは、会員各社にとって、カスタマーハラスメント判断基準や対応マニュアルを作成する際の参考になったでしょう。



【熱心に聴講する参加者】

第105回セミナー

先進企業から学ぶ
わが社のクレーム対応とお客様の声の活用

9月に計画していた第105回セミナーは都合により中止となりました。

わが社のイチオシ商品 No.3

株式会社近江兄弟社



近江兄弟社
メンタム
OMi

薬用

メディカルリップスティック Mn

5つの有効成分を配合した、指定医薬部外品の薬用リップスティックです。

唇の皮むけ、ひび割れ、口角の切れ、ただれ等のひどい唇の荒れをケアします。また口唇炎、口角炎にも効果があり、一般的な乾燥対策リップとは一線を画します。



メントールタイプ、無香料タイプの他、バームタイプも取り揃えております。

唇トラブルにお悩みの皆さまと向き合った、確かな効果を実感できる、わが社イチオシの商品です。

■会社概要

業種：医薬品・医薬部外品・化粧品製造販売

創業：大正9年12月6日（1920年12月6日）

本社：滋賀県近江八幡市

代表：代表取締役社長 辻 昌宏

お客様窓口：事業推進本部・お客様相談室

人数：7名（専任2名、兼任5名）

年間件数：約3,000件（内クレーム5%）

概要：

創業者ウィリアム・メレル・ヴォーリズを継承する株式会社近江兄弟社では、事業を通じて社会奉仕をしていくという経営方針のもと、医薬品・医薬部外品・化粧品の製造販売メーカーとして歩んでまいりました。

私たちの商品開発の理念は、薬用性を重視した親しみやすいスキンケア商品の提案です。その実現のために、多彩な視点から商品開発に臨み、肌そのものをきめ細かく探求。商品を通して、みなさまが健やかで生き生きとした毎日を過ごせることを願いながら研究を重ねています。

小川珈琲株式会社

OGAWA

期間限定

秋珈琲 ドリップコーヒー

季節に合わせた味わいをコーヒー鑑定士がブレンドし、日本の豊かな四季を「目」と「味」で楽しむコーヒーです

秋珈琲は厳しい暑さの夏が終わり、山粧う（やまよそう）季節に想いを馳せて、華やかな香りとやわらかな甘さを活かしたブレンドに仕上がっています。

繊細な花木のイラストは社員が手書きで丁寧に描いており、紅葉の鮮やかさと、夜に向かって燃えるような夕焼けの美しさ、そして秋の夕暮れに感じる少しの寂寥感を感じてもらえるように描いています。

ドリップコーヒーの個包装パッケージにはメッセージ欄を設けており、

一言を添えてちょっとしたプレゼントとしても活用いただけます。



■会社概要

業種：コーヒーの製造および紅茶、コーヒー器具、輸入食品、喫茶材料の卸、販売

創業：1952年（昭和27年）

本社：京都府京都市

代表：小川 秀明

お客様窓口：

品質保証部品質保証課（人数：5名）

年間約1,400件

（ご意見10%、ご指摘10%、問合せ80%）

概要：

私たちは、社員全員が珈琲職人。

その技術力とおもてなしの心で美味しい珈琲を届けるのはもちろん、珈琲づくりの基盤である地球環境や生産者の暮らしを守る取り組みを通して、珈琲文化を未来につないでいきます。

わが社のイチオシ商品 No.3

オハヨー乳業株式会社

ホンモノは、おいしい。

OHAYO

生乳ヨーグルト 100g
生乳ヨーグルト 80g × 3個

原材料は生乳と砂糖のみ！生乳から水分を抜いて濃縮しているので、乳のおいしさがギュッと詰まっています。

8月放送の朝の情報番組のヨーグルトランキングで1位を頂き、ちょっとだけお問い合わせが増えています！

私個人も朝食には欠かさない、わが社のイチオシ商品です。



■会社概要

業種：牛乳、乳飲料、ヨーグルト、アイスクリーム、プリン等の製造販売
創業：昭和28年6月
本社：岡山本社：岡山県岡山市
東京本社：東京都千代田区
代表：代表取締役社長 野津 基弘
お客様窓口：
営業ユニット（お客様相談室）
人数 4名
年間件数 3,200件
（苦情 800件 質問・意見 2400件）
※2022年度実績

概要：

1953年、現在のグループ企業の「カバヤ食品」に、キャラメル原料の練乳を供給する為に、「大日本乳業」を設立。1956年より、瓶入りの「オハヨー牛乳」の製造販売を開始し、翌1957年には、社名を「オハヨー乳業」に変更。アイスクリーム、ヨーグルト、のむヨーグルト、焼プリン、ミルクプリンと製造品目を増やし、現在に至る。

カタギ食品株式会社



いいもの・いつも・いつまでも

カタギ食品株式会社

有機いりごま白 70g

カタギ食品は産地で踏み込んだ原料施策を強みとするごま専門メーカーで、業界で初めて有機ごまを立ち上げました。

シリーズの豊富なラインアップは我が社の強みでもあり、有機ごままでは全国シェアナンバーワン（日経 POS 調べ）を誇っています。



■会社概要

業種：加工ごま製品の製造販売
創業：大正8年(1919年)
本社：大阪府寝屋川市
代表：代表取締役社長 ^{みかわ} 参河 浩司
お客様窓口：お客様室及び品質保証部
品質保証部人数 6名
年間相談件数：約750件
（お問合せ/約80%・お申し出/約5%・その他/約15%）

沿革

大正8年	滋賀県大津市に片木商店設立、食品・酒類卸業を営む
昭和38年	寝屋川市にごま加工工場設立、移転
平成8年	有機ごまの取り扱いを開始する
平成13年	有機農産物加工食品事業者として製造工場が有機 JAS 認定を受ける。 有機 JAS 認証の初代有機いりごま白を発売する。
平成29年	食品ごま事業のさらなる成長と発展を目指し、かどや製油株式会社のグループの一員となる。

事務局からのお知らせ

●今後の予定

《事例研究会》

1. 2023年10月
第135回事例研究会（オンライン）
10月18日（水）14:00～
2. 2023年11月
第136回事例研究会（オンライン）
11月15日（水）14:00～
3. 2023年12月
第137回事例研究会（大江ビル）
12月20日（水）13:00～

《セミナー》

1. 第106回セミナー（大江ビル）
11月8日（水）10:00～17:00
苦情対応ステップアップセミナー
「にがて克服の実践スキルを学ぶ」

●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。



お客様満足研究会だより
OM 研レポート
第80号

2023年10月7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