

お客様満足研究会だより

OM研レポート

2024年4月
No.
82

《目 次》

●事例研究会

第137回 (2023年12月20日)

第138回 (2024年1月17日)

第139回 (2024年2月21日)

体験・工場見学報告

株式会社池田模範堂

医薬情報グループ くすり情報チーム 中村 完菜さま

●セミナー

第107回 (2024年1月24日)

第108回 (2024年3月19日)

●わが社のイチオシ商品 No.5

牛乳石鹼共進社株式会社

京都生活協同組合

コクヨ株式会社

小林製薬株式会社

●私の趣味・特技・活動

株式会社アイセン 品質保証ユニット 湯川 克彦さま

●世話人 あいさつ

●事務局からのお知らせ

事例研究会

第137回事例研究会

日 時：2023年12月20日（水）
13:00～17:00
場 所：大江ビル13階会議室
（Zoomによるオンライン配信も）
参加者：会場参加 22社27人
オンライン参加 21社23人



<発表事例>

福助株式会社の事例

（発表者：西川 寿一氏）

「以前購入したストッキングが3足出てきたが変形していた。劣化ですか？交換か返金してほしい」とのお申し出。5年以上たっている商品の対応はできない旨お伝えすると、お客様は、「高い商品だし、消費者センターにもメーカーと相談するように言われた。上司に相談して何とかしなさい」と主張。あらかじめ経年劣化に対する弁護士の意見を確認の上、とりあえず現品を送っていただくことに。



劣化であるとの回答書と代替品をお客様に送付。するとお客様から「劣化としか書いてない。もっと詳しく検査してほしい。また代替品もサイズもカラーも気に入らない。送り返すので、要望に沿った商品を」とお怒りに。そこで公的機関と原料メーカーに検査を依頼。

2機関で検査したが劣化であることと、ご希望の商品を1足送ることをお伝えすると、お客様は、「わかりました。しかし今回の対応はおかしい！もういいです」と切電。残試料とお詫びの品をお送りし終了。

ポリウレタン素材の商品に関して、経年劣化を商品不良と考えるお客様で、お客様側の情報不足・思い違い・思い込みに加えて、説明が伝わらないことで、商品交換や不良品の検査の要求といったしつこい申し出になった事例でした。

お客様の誤解や情報不足が要因だとしても、正しい情報をいかに伝えるか、伝え方や説明のことは選び、表現方法の工夫など、お客様とのコミュニケーション力の大切さに気付かされました。

株式会社サンコーの事例

（発表者：松本 祥典氏）

「ペット用マットを子供が踏んだら針金のようなものでケガをした。どうしたらいいのか」との入電。おケガの様子をお伺いしお詫びし、検査のため現品をお送りいただくことに。代替品は不安なので不必要とのこと。



検査結果では家庭から出たものと考えられるが工場での発生の可能性も残るため、返金対応でご納得いただき、終了。

常盤薬品工業株式会社の事例

（発表者：北川 真由美氏）

「眉墨のペンシルが出てこない。聞き取りにくいので消費者センターの人から連絡してもらおう」と入電。その後センターから入電。使用量は個人差があるが、当該商品は使い終わりに近いと思われることを説明。するとお客様から「センターの説明は納得できない。調べてほしい」とのお手紙と現品が到着。検査によって、ペンシルの出てこないのは、落下などにより芯が折れたことが判明。そのことをお伝えするも、お客様は納得されず、同じ内容の手紙を何度も送ってこられた。



最終的には、「自分の言うことがわかってもらえない。客をどう思っているのか。もういいです」との言葉で終了。

聴力に障がいをもつお客様の対応について、対聴覚障がい者専門の代行業者を使うのも一方法では、との意見が寄せられた。

ミズノ株式会社の事例

（発表者：玉谷 直之氏）

対応事例ではなく、お客様の声（VOC）の社内発信について、お客様相談センターでの取組みの紹介でした。



VOCの効果的活用や、多様なコミュニケーションツールの駆使を通して熱く説明されました。

ミズノ株式会社の顧客対応システムの素晴らしさがよく理解できました。

株式会社明治の追加報告

（発表者：森永 伸之氏）

昨年11月の事例研究会で事例発表の予定でしたが、欠席のため概要だけの代理紹介でした。発表予定の事例のおさらいと商品回収の実態についての説明をしていただけました。



＜情報交流会＞

各社のVOC活動について自社の活動と工夫点、悩みどころなどの紹介とともに、OM研で企画してほしいセミナーのテーマについて話し合われました。



＜情報交換会＞

会の終了後、希望者の任意参加でしたが久しぶりに情報交換会（懇親会）が行われました。2019年12月11日（水）の100回記念・事例研究会終了後に行われて以来4年ぶりです。お互い顔を合わせての親睦で、席のあちこちで人脈が広がっていました。



第138回事例研究会

日時：2024年1月17日（水）

14:00～16:30

場所：Zoomミーティングによるオンライン

参加者：33社48人



＜発表事例＞

株式会社池田模範堂の事例

（発表者：竹田 真梨子氏）

高齢のお客様から「薬局に勧められて今までとはちがうかゆみ止めを使ったが、かゆみが止まらない。病院には行きにくい。代替品を送ってほしい」との入電。「病院に行けないなら、もう一度薬局に相談して、お客様に合ったものをお探しいただければ」とお伝えし終了。



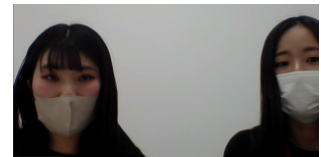
以前に使用していた他社商品を自社品と誤っていたお客様でしたが、他社品の場合にそのことをそのまま伝えたほうが良いというアドバイスや過去にも関連の相談があったお客様の場合は、その時の対応履歴もお客様に伝えたほうがスムーズな対応になる場合があるという意見が出ていました。

今回のお客様の場合、お客様の悩みの解決にむけた相談に応じてあげられれば、より誠意のある対応になったかもしれません。

株式会社ヤマザキの事例

（発表者：森田 優佳氏と
小林 美笛氏）

高齢の女性から「御社のサラダでアレルギーを発症し死ぬかと思った。調べてほしい」との入電。詳しい事情をお伺いするも上司に連絡させよと切電。その後もお客様から何度も製品クレームがあったが、アレルギーの問題は話題にせず、訪問対応を、しかも駅まで迎えに来るよう要請される。営業が訪問すると、自宅に届いた荷物の運び入れや外出の送迎を頼んでくるなど身勝手な要求も。現品を持ち帰り検査することで訪問終了。



検査結果を報告すると、お客様は「問題ないという事でしょう。もう御社の商品は食べたくない。残りを取りに來い。返金しろ」とお怒りに。訪問はできない旨お伝えし、返送用包装材料セットを送り、残りの商品を引き取り。Q U Oカード発送で終了。

申し出に関係ない要求は断り、すべき対応だけで終了したことは適切な対応でした。

＜情報交流会＞

研究会の終了後に、新年度の企画として、自主勉強会の企画を案内しました。情報交流会でも勉強会のテーマについて意見交換をしていただきました。また、カスハラ対策についても熱心に討議されました。

第139回事例研究会

日時：2024年2月21日（水）
13:00～16:00
10:00～（体験・見学参加者）

場所：カネテツデリカフーズ株式会社

参加者：会場参加 20社26人

オンライン参加 20社22人



小川珈琲株式会社の事例

（発表者：清原 孝啓氏氏）

自社に起因しない案件を含む3件の事例

●「B社から依頼していない御社の商品が送られてきた。B社の連絡先が分からない。何とかしてほしい」との入電。当方からB社に連絡できないことをお伝えし、B社の連絡先をお教えた。お客様がB社に電話され終了。

●「限定商品を毎年一年分まとめ買いしている。今年の分は香りがしない。何とかしてほしい」との入電。現品を検査するも正常品。クオカードとの交換で対応して終了。

●男性のお客様から「X社で買った製品が曲がったまま届いた。飲めるのか？X社は交換しないといっている」との入電。その後いろいろ食い違いがあるためX社と連携をとりながら対応。最終的にはお客様がX社と交渉することで終了。



加藤産業株式会社の事例

（発表者：辻野 光信氏）

高齢の男性が「缶を開けると内容物に変色していた、こんな商品売ってよいのか」と商品を店舗に持ち込まれる。現品は内容物が黒く変色し、また缶上部に穴が貫通しており、ラベルも変色していた。店舗責任者は、入荷後1週間でこんな状態になることはないが、製造日からの逆算ではないとは言えないので、対応に苦慮。

いたずらの可能性もあるので警察に報告。店舗責任者と担当で流通段階での発生の可能性がある



が、特定できていない旨の検査報告書をもってお客様を訪問。お詫びの商品券と手土産を渡して終了。

販売店が商品単価以上の商品券の提供し、さらに輸入元でもお詫びの菓子折りを持参したことは一考の余地があると感じました。

気づかずにたべたらどうなったかとか、ネット上で言いたがる人もいるので気を付けるようにとの発言もあり、悪意のある人であった場合を考慮すると、さりげなく警察に相談していることを伝えておくのは効果があったのでは、という意見も寄せられました。

フジッコ株式会社の事例

（発表者：能登原 理彩氏）

高齢の男性から販売店に「ヨーグルトが固まって、スプーンが入らない」とのお申し出。販売店員が訪問してお詫び、代替品を渡して現品引取り。生産工場で検査した結果、品質に問題ない旨販売店に伝え、販売店からお客様に報告。報告に納得できないお客様はお客様相談室に、「販売店から、冷蔵庫の吹出し口に置いてあったのでは、今まで事例はない、これ以上検査できないと言われた。責任者と話したい。でなければ公の場でF社の商品はおかしいと話す」とのお申し出が。

上席からお客様に架電。ご迷惑をお掛けしたことや、販売店との連携不十分をお詫びし、書面をもって原因を報告させていただくことを伝える。お客様からは「上席の方が直ぐに連絡くれて好印象です。問題ないです」とのお言葉で終了。

販売店と情報の共有を徹底することが大切であるという事例でした。



<質問コーナー>

相談窓口担当者個人の目標や個人の評価基準のあり方、チャットボット・ChatGPTへの取り組みなどについて質問があり、全員で討議しました。

4年ぶりの施設見学付きの事例研究会でした。

事例研究会に先立ち、午前中にカネテツデリカフーズ株式会社様の「てっちゃん工房」での手づくり体験と工場の見学をさせていただきました。カネテツデリカフーズ株式会社様、大変お世話になり、ありがとうございました。



蒲鉾&竹輪づくり体験・ 工場見学に参加して

株式会社池田模範堂
医薬情報グループ くすり情報チーム
中村 完菜



「てっちゃんてっちゃん
カネテッちゃん〜♪」の陽気
なBGMが流れる「てっちゃん
工房」にて、蒲鉾&竹輪づ
くり体験をさせていただきました。

まず蒲鉾づくりでは、台にセットされているス
ケソウダラのすり身を、包丁のような見た目のヘ
ラを使って蒲鉾板に載せ、すり身をヘラでなでつ
けるようにして半円柱型に整えていきます。最初
は恐る恐る…でしたが、すり身の柔らかさに慣れ
てくると、如何に綺麗な形に整えるか？を考え、
つつい作業に没頭してしまいました。成形され
た蒲鉾には自由に文字などを彫っても良いとい
うことでしたので、「カネテッちゃん」と彫らせ
ていただきました。

今回ご案内いただいた岡澤康夫様からは、蒲鉾
板は蒲鉾から出る余分な水分を吸わせるために
木の素材でできていることなど様々な豆知識を
教えていただきました。

次に個人的にすごく難しかった竹輪づくりで
す。板状に広げられたすり身の端に竹輪の芯とな
る棒を置き、左手で棒を回しながら少しずつ移動
させ、右手ではヘラですり身を台から持ち上げ、
少しずつすり身を棒に巻き付けていきます。実演
して下さった合田雅一様の熟練の手さばきは
流石のもので、大変感動いたしました。私の竹輪

はなんとか形にすることはできたものの、少しボ
ロボロ…うまく棒に巻き付けられず台に残って
しまったすり身も多くなってしまい、同じテーブ
ルの参加者の方に慰めていただきながらも切な
い気持ちになりました。

自宅に帰って出来上がったものを食べてみる
と、蒸した蒲鉾と焼いた竹輪でそれぞれ異なる食
感が感じられ、どちらもとても美味しかったです。
今後スーパーでカネテツ様の商品を手に取った
時には、きっと今回の体験のことを思い出します。
一般のお客様も体験できる内容とのことで、お客
様の心に会社や商品のことを印象付けられる素
晴らしい取り組みであると感じました。

また、社員食堂にて昼食を頂いた際には、テー
ブルにお客様からの嬉しいお声を掲載した卓上
ポップが置かれており、お客様のお声の社内への
発信方法についても大変参考になりました。

工場見学では、どの特定原材料が入った製品の
作業中なのかが分かるように作業者ごとに色分
けされた服装や、金太郎飴のように切られていく
ひな祭り柄の蒲鉾、弾力アップのために異なる温
度で2段階に分けて蒸される様子、油に飛び込
んでいく揚げ物製品の様子 etc…安全性や美味
しさのための取り組みを分かりやすく教えてい
ただきながら興味深く拝見しました。

こういった他社様との交流会に参加させてい
ただくのは初めてでしたが、カネテツ様での体験
や参加者の皆様とお話を通して、業界や会社が
異なってもお客様にご満足いただく目的は同じ
であることを改めて認識できました。

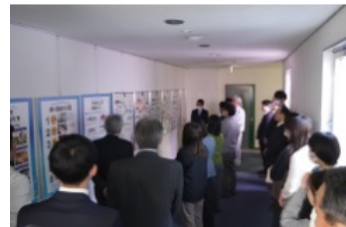
カネテツデリカフーズ株式会社の岡澤様、
合田様、世話人の皆様にお礼申し上げます。
ありがとうございました。



蒲鉾作り体験



竹輪作り体験



工場見学



セミナー

第107回セミナー

クレーム対応実戦道場
ロールプレイングで学ぶ
難クレーム・カスタマー対応

日 時：2024年1月24日（水）
13:00～17:00
場 所：大江ビル13階会議室

ロールプレイングで難クレームの電話対応を体験してもらうセミナーを開催しました。コロナ禍でしばらく開催できず、前回の開催は2019年11月、4年2か月ぶりの開催でした。

《第1部》電話対応ロールプレイング

2つのグループに各々違うクレーム題材が用意され、参加者はその対応を討議し、ロールプレイングに備えます。

お客様役は世話人が担当。両グループとも、想定以上の厳しい要求に対応しようと、人前で実演することの緊張の中でも頑張っていました。ロールプレイング終了後には、別グループからの感想や、対応者の感想が発表されました。



《第2部》講演

朝倉公治世話人による「難クレーム・カスタマーハラスメント対応について」の講義です。

カスタマーハラスメントの定義から始まり、対応の詳細について丁寧に話され、参加者は、自分のこととして真剣に聞き入っていました。



《第3部》質問コーナー

参加申し込み時に書かれていた質問や、当日出された質問に朝倉・高城・玉本の3世話人が回答し、日頃の疑問や悩みの解消につなげました。

第108回セミナー

弁護士から学ぶ
難クレームの法的判断と
実例に基づく実践ケーススタディ

日 時：2024年3月19日（火）
13:00～17:00
場 所：大江ビル13階会議室

講 師：光風法律事務所
パートナー弁護士 岩永 智士氏



企業のクレーム対応を引き継ぎ、直接難クレームの交渉にあっている岩永弁護士によるセミナーです。今回はケーススタディが中心の内容でした。前半の講義は、クレームの定義に始まり、クレームの発生から終息そして決別・縁切りに至る過程を「トラブル対応の流れ」の図表に基づいて各ステージの留意点やポイントを学びました。

初期対応では、お客様の感情を鎮めるために、共感やマザリングによる寄り添いが効果的であること、要求・要望に番号をつけて整理することや、対応検討のための材料集めが重要なことなど、法的解釈を交えながら力説されました。どうしても解決に至らなかった場合の縁切り状は、当方の誠実な対応が第三者にわかるよう、数値化された具体的で克明な記載が大切であるとの説明もありました。

後半のケーススタディは、参加者から提供された6つの難クレーム事例を題材に、岩永弁護士が参加者の意見も聞きながら、顧客の要求を分析し法的な解決法を説明されました。自分たちの事例が題材になっているだけに、今後の難クレーム対応に直結する指針が得られる内容でした。

第106回セミナー

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」

2023年11月8日（水）に予定していましたが、参加申し込みが最低開催人数に達せず、中止しました。新年度の7月に、オンラインで行える内容に変更して、Zoomにて開催を予定しています。

わが社のイチオシ商品 No.5

牛乳石鹸共進社株式会社

京都生活協同組合



カウブランド無添加シリーズ

「カウブランド無添加シリーズ」には、フェイスケア、ボディケア、ヘアケアと品揃えが豊富。敏感肌にも刺激が少なく、やさしいのはもちろんのこと、もっちりクッション泡に包まれて、うるおう幸せな気分になれます。どんな日も、どんな時も、お肌と気持ちに自信が持てるわが社のイチオシ商品です。



■会社概要

業種：主に化粧石鹸、化粧品の製造販売
創業：1909年(明治42年)5月
本社：大阪市
代表：取締役社長 宮崎 悌二
お客様窓口：

お客様相談室 人数 5名
年間件数 約 5300件(2022年度)
(苦情：約 550件、
問合せ：約 4500件、
その他：約 250件)

概要：昭和6年、個人経営から法人組織に改め堅実なる経営方針のもと、品質第一主義にすぐれた化粧石鹸を製造販売してまいりました。近年はボディケア、フェイスケア、ヘアケアと幅広い製品開発によって、時代のニーズに即応し、伝統ブランド「牛乳石鹸」に加えて新ブランドをつぎつぎと生みだしてきました。平成21年には創業100周年を迎え、『ずっと変わらぬやさしさを。』の理念のもと、お客様の肌に、こころに、そして環境にもやさしい、「ものづくり」に取り組んでいます。

せいきょう牛乳

牛の健康を大切に、飼料づくりからこだわった生乳100%の「せいきょう牛乳」は「安全でおいしい牛乳を」の想いでつくられ、50年以上組合員に親しまれてきた京都生協オリジナルの産直牛乳です。

“良質な生乳は健康な牛から”をモットーにされている製造元の大山乳業農協とは、顔が見える関係づくりとして、生産者が組合員や生協職員と直接交流する活動を毎年続けています。



■協同組合概要

業種：生活協同組合
創立：1964年11月27日
理事長：畑 忠男
お客様窓口：組合員コールセンター、品質保証部(組合員の声対応)

事業内容

宅配事業：京都府全域に週に1回、食から日用品、雑貨までさまざまな商品をお届けします。

店舗事業：安全・安心の品揃えとサービスを提供し、日々のお買い物から暮らしを支えます。

福祉事業：「住み慣れた地域で暮らし続けたい」という想いのために、きめ細やかな介護サービスをお届けします。

共済事業：全国の組合員同士の「助け合い」の気持ちから生まれた保障制度です。

葬祭事業：宗教・宗派・形式を問わずご葬儀から仏壇仏具まで、旅立ちのときをお手伝いします。

わが社のイチオシ商品 No.5

コクヨ株式会社

KOKUYO

キャンパス フラットが気持ちいいノート

キャンパスノートシリーズは 1975 年の発売以来、累計販売数約 35 億冊を超えるロングセラー商品です。

現在でもシリーズは進化を遂げており、2023 年 12 月に発売した「キャンパス フラットが気持ちいいノート」は、キャンパスノートの中で最もフラットに開くことができ、ノートを開いたときに見開きのように使えるノートです。



■会社概要

業種：文房具の製造・仕入れ・販売、
オフィス家具の製造・仕入れ・販売、
空間デザイン・コンサルテーションなど

創業：1905 年（明治 38 年）10 月

本社：大阪市

代表：代表取締役社長 黒田 英邦

お客様窓口：

コーポレートコミュニケーション室

お客様相談室 人数 27 名

年間件数 59,000 件

（クレーム 1,600 件、

ご相談 54,200 件、

その他 3,200 件）

概要：和式帳簿の表紙を製造する商店として開業。徐々に和式帳簿、洋式帳簿、伝票、便箋と紙製品の分野を拡大。1960 年よりオフィス家具の製造販売に着手、オフィス用品全般に事業領域を拡大。現在は「be Unique」を企業理念に、あらゆる生活シーンを支援する事業活動を行っている。

小林製薬株式会社

小林製薬 あったらいいな
をカタチにする

ケアナボン（ひたし洗い液）

鼻周りの毛穴汚れをやさしく取り除いていく「毛穴の浸し洗い」ができる鼻用の毛穴洗浄液です。

専用の鼻カップを使って毎日続けて頂くことで徐々に毛穴の角栓汚れを除去していきます。日経 MJ「2023 年ヒット商品番付」の西の前面にもノミネートされました。



■会社概要

業種：医薬品、医薬部外品、芳香剤、衛生材料
などの製造販売を行う製造販売業

創業：1919 年 8 月 22 日

本社：大阪市

代表：代表取締役社長 小林 章浩

お客様相談窓口：

信頼性保証本部内・お客様相談室

事業内容：

1886 年名古屋市に雑貨や化粧品の店として「合名会社小林盛天堂」を創業。

1912 年大阪市に「合資会社小林大薬房」を設立。

大阪進出への第一歩を記し、医薬品や芳香剤ではサワデーを皮切りにトイレ事業ブルーレットにも参入いたしました。

2018 年には中国にも進出。

2020 年には米国の一般用医薬品の製造・販売会社を子会社化し、グローバルな展開にも注力しております。

私の趣味・特技・活動

なんでもスポーツ鑑賞

株式会社アイセン
品質保証ユニット
湯川 克彦



私は、小学5年のころから少年野球(軟式)を始め、中学まで野球をしていました。

高校よりバスケットを始め、大学までクラブ活動していました。

大学を出て社会人になってからも、クラブチームでバスケを30歳後半までやっていました。傍ら草野球チームにもときどき参加させてもらっていました。バスケや野球をしていたことで、いろんな方と出会えて交流させてもらい、運動以外にもいろんな体験をさせてもらったと思います。

なので、スポーツ全般好きです。YouTubeやAmazonなどでスポーツを鑑賞できるので、さらによく見るようになったと思います。

自分ではやりませんというより動けません。(泣)

特に野球、バスケはよく見ています。バスケはここ数年で取り上げられるようになってきてテレビなどで放映されることが増えてうれしい限りです。

昨年のW杯予選で日本がアジア1位となりオリンピックに出場決定になったときもテレビで見ているとすごく感動しました。最近では、アジア杯で、中国にも勝っていました(主要大会では88年ぶりの勝利だそうです)。

また、野球ではWBCで世界一になったことでも感動しました。

その他、サッカー、ラグビー、卓球などなどいろんなスポーツを鑑賞しては感動しているように思います。

今年は、パリオリンピックがありますので、球技・陸上・水泳などいろんなスポーツを鑑賞してはいっぱい感動しようと思います。

話は変わりますが、大谷選手から小学校にグローブの寄付が子供が通う小学校にも届きました。下の子がちょうど6年生だったので見ることができました。

世話人 あいさつ

私が、お客様満足研究会の世話人として「OM研レポート」の編集に携わったのは2006年、「トップ対談」のコーナーを担当させていただきました。初めての対談相手は株式会社アイケイの社長、飯田裕様でした。社長は、私の初めての体験で要領を得ない質問にも、にこやかに、わかりやすく対応してくださいました。その後も10数社のトップの方と対談させていただきました。経営者のお話は本当に素晴らしいものでした。

すべてを任されたのは2007年、責任の重さに身震いしたものです。「事例研究会及びOM研セミナーの報告」と「リレー談義」は継続させていただきました。新たに「わが社の相談室」のコーナーを設けて、会員各社様の活動を取り上げてまいりましたが、それも終了し、目下、「わが社のイチオシ商品」と「私の趣味・特技・活動」のコーナーを展開させていただいています。

編集作業の中で産みの苦しみと楽しさを存分に味わってまいりましたが、それも4月で退任する今となっては懐かしい思い出です。お世話になった会員の皆様や世話人の方々との別れはつらいですが、いつかは別れはくるもの、、、本当に有難うございました。そして、さようなら。



野口 昌則

昨年5月に20周年の記念誌を発刊しましたが、そのとき設立から20年の歴史をじっくりと振り返ることができました。長いようで短いとよく表現されますが、まさにその一言。立ち上げのとき57歳、そして今77歳。もっと早くに次の方にバトンタッチをしたいと機をうかがっていましたが、いろいろな事情で叶いませんでした。もうほんとうに潮時だと思われそうです。

この20年の間、社会の変化にはめまぐるしいものがあります。アナログ人間でどちらかといえばゆっくりと会社生活を送ってきましたが、最近はデジタル化が進んで、いろいろな情報についていけなくなっています。さらにAI化が追い打ちをかけてきます。相談室の対応にもAIを駆使してやっていこうという気運があちこちにみられます。もう、「昔は良かった」なんてのんびりと言っている場合ではありません。

お客様相談室は多くの企業で、最終のお客様と直に接する部署ですから、私は以前から、相談室は「真の営業だ」と言い続けています。AI化されてもお客様と心を通わす対応をしてお客様の「ありがとう」に繋げていってほしいというのが辞めるにあたっての私の思いです。

会員みなさま方、世話人みなさま方、ほんとうに長い間ご一緒させていただきありがとうございました。



栢田 和則

現役の頃、会社厚生課主催の「定年退職後の過ごし方」テーマでセミナーがあった。箱根に55歳過ぎの社員夫婦10組を集め、人生80年時代、60歳で定年退職後の年金生活20年を如何に過ごすかについて。まず第1は健康、食事と適切な運動、次に、趣味を持ち楽しむこと、更にボランティア等での社会貢献等々をその道のプロの話も聞き、その中で「満足は他に求めて得られるものではなく、他の為に尽くして得られるもの」との言葉が何故か心に残り、何かをして満足なセカンドライフを過ごせたらと考えていました。

その頃私はACAP会員で、会員各社はお客様対応指導に苦心しており、20周年記念誌に記したとおり、ACAPの親しい会員8名と共に部下指導のOM研究会を立ち上げました。活動内容は会員各位でご承知とおり、各種事例に基づく法的問題も含めた対応研究等々。初期に比べると現在は各会員が積極的で真摯な意見交換が盛んで、目的としていることが研鑽され、お客様対応に貢献できている現状は、誠に喜ばしく、嬉しいことであります。

また、新年度から新企画のテーマ毎の勉強会も立ち上げ、自己啓発に関心のある会員には大いに自己研鑽の場となり、今後のOM研究会の更なる発展にも期待できるものと考えます。

以上は、私のセカンドライフの目的の1つを成し得たこととして満足しており、他には、ホームヘルパー2級資格を取って心身障害者施設でのボランティアを始めに、幾つかの会のお世話をしてきましたが、70歳の時に循環器の病で入院し、辞めることになりました。

ただし、当会だけは今日まで継続できました。それは見識ある世話人各位との交流で得た満足と当会会員の真摯な活動姿勢は有難く何物にも代え難い宝物が所以であります。

80歳からのサードライフは、各世話人との交流を大切にし、晴れの日にはゴルフ球を打つ、畑で鍬を打つ、雨の日は部屋で能面を打つ、この三つの打つ趣味をも大切にしていきたいと、考えております。

末筆ながら、20年余のご厚誼をありがとうございました。各会社様のご繁栄と会員各位のご健康とますますのご発展を心からお祈り申し上げます。



大和 明夫

お客様満足研究会を引っ張ってきた3人の世話人が退任いたします。

長い間、お疲れ様でした。ありがとうございました。

そして2024年度から新しい世話人が加わります。

4月から世話人としてお手伝いをするようになりました、
玉本美砂子でございます。

どうぞよろしくお願いいたします。

私は以前JBMコンサルタントの講師としてOM研で登壇をさせていただいておりました。昨年6月に退任し、今までお世話になったOM研のお役に立つのであればと、今期から世話人をさせていただくことを決めました。以前から皆様の熱心な受講姿勢を拝見し、様々なお客様との対応にご苦労されている様子を肌で感じておりました。

これからも相談センターの環境やお客様の要求も変化すると思います。お客様、そして皆様が少しでもWIN-WINとなる解決策を見つけられるよう、一緒に考えていきたいと思っております。

微力ではございますが何卒よろしくお願いいたします。



玉本 美砂子

私とOM研究会の出会いは20年程前のこと。

私が異動してきた頃の当時の我が社の客相は守るべきルールがなく、組織が成り立っていませんでした。他の会社もそんな感じなのかなあと、小林製薬さんのついででOM研に参加しましたところ、どの会社も皆さん熱心で生き活きしていらしかったことにびっくり。事例研究発表の内容は毎回話に引き込まれてしまいました。

そして他社様のお客様対応の姿勢、また情報を持ち帰って自分の会社の客相を何とかしなくては、という強い気持ちが芽生え、そこからは本当に色々な企業様や世話人の皆様に助けていただきました。社内のメンバーより強い絆が生まれたように思います。

今度は私が皆様のお役にたてれば、という気持ちで微力ながらOM研究会を支えていければと努力する所存です。

どうぞよろしくお願いいたします。



上原 明子

Thank you & Welcome

“Sannkyuu berumatti” ～お疲れさま・ありがとう～

OM研究会事務局長拝命（2013年）から栢田、大和、朝倉、野口、高城、榮井（敬称略）の6名体制で11年進めてまいりましたが、本年度栢田、大和、野口3名の世話人が退任することになりました。3名の世話人様には感謝、感謝の言葉しかありません。

“Welcome” ～歓迎いたします～

本年度は3名の新任世話人玉本、上原、金谷（敬称略）が誕生します。何れもお客様対応のエキスパートです。応援よろしくお願いいたします。
新任3名の世話人を加え6人体制で出発です。

OM研事務局長 朝倉公治

事務局からのお知らせ

●今後の予定

《事例研究会》

1. 2024年4月
第140回事例研究会（大江ビル）
4月24日（水）13:00～
2. 2024年5月
第141回事例研究会（オンライン）
5月15日（水）14:00～
3. 2024年6月
第142回事例研究会（オンライン）
6月19日（水）14:00～

《セミナー》

1. 第109回セミナー（オンライン）
5月22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
2. 第110回セミナー（オンライン）
7月11日（木）13:00～17:00
苦情対応ステップアップセミナー
にがて克服の実戦スキルを学ぶ

●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。

編集を終えて

2006年にお客様満足研究会の世話人に就任して以来携わって来た<OM研レポート>の編集も、本号をもって終えることとなりました。

やり切ったという満足感と、もう編集作業の楽しさや苦しさを味わうことができないという寂寥感が入り混じった複雑な心境です。それはともかく、いろいろな企画にご協力いただいた会員の皆様や積極的にご支援いただいた世話人の皆様に感謝！感謝！です。本当に有難うございました。

（野口）

お客様満足研究会だより
OM研レポート
第82号

2024年4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：https://www.omken.org