

お客様満足研究会だより

OM研レポート

2025年7月
No.
87

《目次》

- リレー談義
第76回 株式会社パンジー 吉岡 秀訓さま
- 私の趣味・特技・活動
株式会社ワールドビジネスサポート 安部 律子さま
- 事例研究会
第150回 (2025年4月16日)
第151回 (2025年5月21日)
第152回 (2025年6月18日)
- セミナー
第116回 (2025年5月29日)
- わが社のイチオシ商品 No. 10
西川株式会社
株式会社パンジー
ピップ株式会社
福助株式会社
- 新入会員紹介
- 事務局からのお知らせ

リレー談義



第76回

株式会社パンジー
品質管理室
吉岡 秀訓

弊社は1962年創業の靴・履物メーカーです。1975年には品質管理部門を開設しており、第三者機関でも用いられる試験機を導入するなど、品質を重視したものづくりをしています。2001年に正式に「お客様窓口」を開設しました。

お客様対応は品質管理室が兼任しており、営業やネット事業部での一次対応で解決できないものが上げられてきます。

私は入社してから企画開発室、資材購買課を経て2017年に品質管理室に配属となりました。配属された当初は生産者側の視点が強くなりがちで、材料の特性など、自分の中では当たり前のことが伝わら

ずお客様に寄り添った対応とのバランスに悩みましたが、OM研の事例研究会で他社様の対応や皆様の意見を聞かせていただいて、対応の流れを勉強させていただいています。

弊社はそこまで難渋クレームといわれるものは多くないのですが、逆に同じような内容が多く何度も説明していることから、つい説明を端折っていることや、「またか」という感情が声色に出てしまったことから、対応がこじれてしまった過去の事例もありましたので注意をしています。

過去の事例から学ぶことが多い一方、最近はお客様側にも変化があることを感じます。

今も電話での対応が多いのは変わりませんが、メールでの対応を希望するお客様も増えてきました。声色といったものが伝わらず、文面は固くなりがちなので、冷たい印象にならないか心配しながらメール対応をしています。

自社だけでは硬直してしまいそうなお客様対応に、刺激を与えてくれるOM研究会の活動にはとても助けられています。今後ともよろしくお願いいたします。

私の趣味・特技・活動

ベランダガーデニングのたのしみ

株式会社ワールドビジネスサポート
VOC推進部 VOC推進課
CSチーム 安部 律子

私の趣味は「楽しむ」こと。休日にはジョギングしたり、壁紙を張り替えたり、シーグラスを拾いに行ったりと、自分のペースで思いつくままに日常の延長線上で楽しんでいます。

そんな中、私としては珍しく長く続けているのがベランダガーデニング。



始まりは青ネギ。買ったネギが冷蔵庫でしなびているのを見るにつけ気持ちが下がるため、ある時、プランターにネギの根っこを植えたところ、必要な分だけ摘んで使えて、プチストレスから解放されました。

そうになると、パセリなどのハーブも育てたくなり、次第にベランダが賑やかに…。本格的なキュウリやトマトは難しいですが、ちょっとした薬味やハーブのキッチンガーデンとしては最適。欲しい時にすぐ摘めるのが魅力です。ハーブからは爽やかな香りが漂い、その緑の色合いが目の癒しでもあります。

今の季節、成長したレモンバーベナを剪定して朝の紅茶に香りを加えるのが楽しみです。バジルが豊かに茂ると、夕飯はトマトスパゲッティ！と献立をスラスラ思いつくのも嬉しいです。お手入れ作業をしていると、心が尖っている時も疲れた時も、自然と癒してくれます。



ベランダガーデニングは私の日常に豊かさと喜びをもたらす大切な趣味です。



事例研究会

第150回事例研究会

日時：2025年4月16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行う）

参加者：会場参加 29社40人

オンライン参加 14社14人



新年度にあたり、昨年度の活動報告・会計報告ならびに本年度の活動計画について代表世話人、事務局長、セミナー担当世話人から報告・紹介がありました。



今回は会場での開催となり、事例報告や自主勉強会成果発表時に積極的に意見交換ができました。

<発表事例>

株式会社ロック・フィールド

（発表者：廣瀬さま）

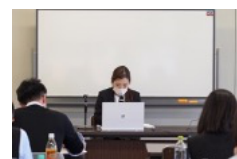
配送業者のミスで発生したクレーム。指定時間に品物が届かず配送業者から連絡もなかった、とオンラインショップにメールで申し出。運送会社、オンラインショップ担当、お客様相談室とで事実確認した上で回答しましたが、回答も正確でない部分もあり、対応がこじれました。対応終了後もお客様は継続購入していただけたようですが、お客様が納得したかどうかは不明でした。対応終了まで5日間もかかっているのは問題で、もっと素早い対応が必要だとの指摘がありました。メールでの申し出に限らず、お客様の要求事項を整理して、一つ一つにいてねいにかつ正確な内容で回答することの大切さ思い出させてくれた案件でした。



株式会社近江兄弟社の事例

（発表者：向井さま）

連絡なく大量の商品と手紙を送付してきた案件。店舗で販売中止になることを聞き、店舗の外で売られていた製品をまとめて購入。使ったところ唇に異変発生。返金の要求とともに、販売店に対して陳列に問題がある旨を伝えてほしいと希望。直接店舗に販売していないこと、保管方法の注意も記載していることを伝えた上で、今回は返金する旨を回答した事例でした。



販売店に商品扱いを適正にしてもらうためにも営業担当に陳列を確認してもらうことも必要だったかもしれません。また、お客様は商品の状態を分かった上で購入しており、お客様の返金要求に対して全数の返金が妥当かどうかは疑問が残った事例でした。

<自主勉強会成果発表>

●もしもし検定受験準備グループ

もしもし検定は、あらゆるビジネスシーンにおいて必要なコミュニケーションスキルを身につけることのできる検定資格で、満足度の高い消費者



対応のためには重要なスキルとなります。検定では実際に試験官と電話対応を行う実技試験があります。そのため、何を伝えて何を聞くべきか、規定の時間内におさめることができるか、自主勉強会ではポイントに沿ってトークスクリプト（会話の内容）を作成しました。実技試験の本番では手元でスクリプトは見ることはできないため、繰り返し練習してきました。今回の成果発表で、ロールプレイング形式で実際の様子を再現、披露していただきました。

●カスタハラ対策マニュアル作成グループ

相談窓口の現場でもカスタマーハラスメントは大きな課題となっています。

オペレーターを守るために対応の基準を定めたい、カスタママニュアルを作成したい、内容をさらにアップしたい、というメンバーが参加したこの勉強会では、厚生省の指針9項目をもとにカスタマハラスメント対策構築のためのマニュアル作成を目標として取り組みました。



「厚生省より突っ込んだ内容となったのではないか」とのコメントもあり、充実したマニュアルができました。今後は各社で、自社事例へ落とし込み、教育・指導にも活用できる成果物として活用し、実践して身に着けることなどの取り組みをしています。



第151回事例研究会

日時：2025年5月21日（水）

14:00～16:00

場所：オンライン

参加者：31社36人



<発表事例>

奥田製薬株式会社

（発表者：佐藤さま）

医薬品の購入希望者から、取扱店の問い合わせ。お客様の居住地域で唯一取り扱いがあるドラッグストアとこのお客様との間で何らかのもめごとがあり、以来そのドラッグストアを利用していない。住まいの近くで取り扱いがある他のドラッグストアの紹介を希望されるが、紹介できる店舗が見当たらず。限定された店のみの扱い状態に対して、ドラッグストアとの関係や営業活動についてのご自身の考えを一方的に話し、取扱店を紹介できないまままで終了した事例でした。



販売店紹介は多数の企業で案件が多い問い合わせで、しかも対応に時間がかかります。問い合わせ



第152回事例研究会

日時：2025年6月18日（水）

14:00～16:30

場所：オンライン

参加者：32社37人

<特別講話>

出会いと学びそして感動

～生活者対応部門とのご縁に感謝～

講師 高城正光氏（当会代表世話人）

会社人生で出会った人々から与えられた多くの気づきや、経験してきた対応事例などを改めて振り返って、「助けの手を差し伸べることに共感と感動が生まれる」との思いを強く述べられました。

生活者の対応部門に勤務できるご縁に感謝！

<交流会と懇親会>

参加者の自由な意見交換の交流会で事例研究会を締め括りました。

事例研究会終了後、懇親会（参加希望者のみ）でも笑いが絶えず、しばし交流を深めました。

件数が多い企業の場合は、販売店紹介システムの導入検討をしてみても良いでしょう。導入が難しい場合でも他社のホームページで直接見ることができる販売店検索システムは将来の参考になるでしょう。今回のお客様がどこかのお店で購入でき継続使用していただけているかどうかは不明ですが、通販ができない継続利用者に身近な場所で購入してもらうための汗かき対応ができていれば、お客様満足度の高い対応となっていたように思われます。

宝酒造株式会社の事例

（発表者：詫間さま）

自社商品のファンともいえるお客様で、たくさん種類の販売品について全種類を購入して試してみたいというお客様からの取扱い店の紹介希望の問い合わせ事例。お客様の期待した回答や対応がないと、対応クレームに発展した事例でした。



このお客様は相談窓口の電話でなく代表電話や営業部門へかけてこられているため、他部門にも波及していることから、窓口以外への相談電話に対する各社の扱いが話題になりました。また終売品に関する製品情報を見ることができるしくみについても数社から情報提供がありました。たくさん種類の商品購入希望者に対して、購入していただく案内になるよう工夫してもよかったかもしれません。

<発表事例>

ワダカルシウム製薬株式会社

（発表者 服部さま）

異物混入の事例。異物混入そのことの問題ではなく、お客様からの申し出の手紙の住所の記載が違っ

ていたこと、併せて企業側の事務所移転で手紙そのものの受け取りまでに余計に日数がかかったこともあり、お客様へ連絡できないまま日が経過してしまい、お客様から怒りの電話が入った事例でした。

お客様の怒りをしっかり受け止め、連絡ができなかったことを丁寧に詫言してお客様の怒りも鎮まりました。異物の問題も了解を得られ、継続使用をしていただけたことになった、初期電話対応の良い事例でした。

四国化工機株式会社

(発表者 倉本さま)

EC サイトで購入した商品にニオイ移りがあり、ニオイ移り対策をとるとともに EC サイトに注意をするようにというお客様からの要望でした。

EC サイトの運営・商品管理にはメーカーが関わりにくいこと、EC サイトに直接申し入れるべき内容であること、外装段ボールの目的・性質はニオイを防ぐためのものでなく、社内で改善検討すると気安く請け負えないことなど、回答が難しい事例でした。世話人からも、過去にニオイ移りの問題が大きくなった時の状況や対応の難しさ、とくにニオイに過敏な方・化学物質過敏症の方の申し出に苦労した

という紹介がありました。参加企業からも自社商品のニオイに関する対応事例が紹介されました。

<相談事>

苦情の調査報告に関して、報告書の送付についてどんな決まり事を作っているか質問がありました。調査報告書を作る場面、調査報告として申し出者に送付するかどうかの判定など各社から紹介がありました。

<情報交流会>

グループに分かれて(Zoom のブレイクアウトルームを利用)実施する情報交流会も事例研究会のプログラムの一部として実施しました。

情報交流会は一昨年度も実施しましたが、参加希望者だけのオプションメニューとしていたため、参加者が限定的なメンバーだけの参加になっていました。昨年度は自主勉強会を実施したこともあり、行えませんでした。会員メンバーからの要望もあり、事例研究会のメニューとして再開することになりました。今回は4つのグループに分かれ、自由な意見交換が行われました。

セミナー

第116回セミナー

電話対応基礎講座

～クレーム対応の基礎を学ぶ～

日 時：2025年5月29日(水)

13:00～17:00

場 所：オンライン

講 師：主席講師 中尾 知子氏

(株式会社セゾンパーソナルプラス)

新年度最初のセミナー「電話対応基礎講座」を開催しました。

お客様相談部門に着任まもない担当者を主な対象としていますが、今回も5年以上の経験者も数名参加いただきました。

Zoomによるオンラインセミナーに慣れていない参加者を対象にセミナー当日とは別にオンライン接続の確認とセミナーでのお願いごとを伝える事前接続確認も行いました。

(1) 講義

クレーム対応の基礎として、各企業への期待度、その期待度とのギャップが苦情として現れること、電話対応の初動対応が大切であることを学んだ上で、一般的なクレーム対応のプロセスについて説明を受けました。

正しい敬語やクッション言葉を適切に使うというビジネスの基本とともに、「お客様のお話をしっかり聴いていますよ」と伝える傾聴のスキルをグループワークで練習しました。またお客様への共感という点で大切な「感情のフィードバック」についてもグループワークで学びました。真意を把握するための質問のスキル(オープン質問とクローズ質問の使い分け)やお客様に伝える「話し方」など盛りだくさんの内容で講義が進みました。

これらのスキルを学んだだけでなく、実際にお客様対応で使いこなすことが必要です。そのための第一歩として、ロールプレイングも用意されました。

(2) ロールプレイング

参加者は、3名グループ(一部2人ペア)にわかれ、全員が企業の対応役・お客様役・チェック役を受け持ち、あらかじめ用意された事例をもとにロールプレイングを行いました。

学んだばかりの対応スキルが使えていない場合も見受けられましたが、参加者全員があまり馴染んでいないロールプレイングに苦労しながらも熱心に取り組んでいました。

セミナー後のアンケートでも、「非常に参考になった」という好意的な回答ばかりでした。

わが社のイチオシ商品 No.10

西川株式会社



nishikawa

[エア-SX]マットレス

表面の凹凸構造が体を受け止め、体圧を分散。4層の異なる素材を用いた特殊立体クロスリット構造で、しなやかにボディラインにフィットする柔軟性と、しっかり身体を支える硬度、寝返りしやすい高弾力性を兼ね備える。高度なクッション性で寝返りもスムーズ、体にフィットする寝心地を実現。世界で活躍する多くのアスリートにご愛用いただいています。



■会社概要

業種：繊維製品の製造、加工、売買、
輸出入（寝具・寝装品、タオル、インテリア用品、ベビー用品）
医療機器、計量機器、診断機器、健康機器、
介護用品、介護機器の製造、加工、売買、
輸出入など

創業：1566年

本社：東京都中央区日本橋富沢町8-8

代表：代表取締役会長 CEO 西川 八一行
代表取締役

社長執行役員 COO 菅野 達志

お客様相談窓口：お客様相談室

対応人数 10名

年間対応件数 20,516件
(2024年)

事業内容：

1566年、初代・仁右衛門が近江八幡で蚊帳・生活用品販売業として創業。1887年よりふとんの販売を開始。現在は寝具メーカーとして、1984年に日本睡眠科学研究所を設立、美容・アンチエイジング・脳科学など多様な専門家と共に、良質な睡眠がどのような影響を及ぼすか解明を進め、「よく眠り、よく生きる。」の実現に向けた商品やサービスを提供する。最新の技術を取り入れながら良質な睡眠をベースとして健康を支える「睡眠ソリューション」を提供するなど、創業459年の老舗企業でありながら常に革新を続けている。

株式会社パンジー

ステキな毎日、やさしいパンジー。



ルームパンジー

1986年9月に歩くことを考えて作られる靴と同様に左右とサイズがある木型から設計した機能性のある室内履きを発表いたしました。不特定多数が利用できる室内履物から室内の様々な環境に対応し足にフィットするマイスリッパへ。

屈曲性に優れ長時間履いていても疲れにくく、抗菌加工を施した丈夫で長持ちする室内履きです。



Room Pansy

■会社概要

業種：婦人ケミカルシューズ・サンダル・
室内履き・他製造販売

創業：1962年1月

本社：大阪市浪速区日本橋東1-11-8

代表：代表取締役 畑中 孝之

お客様相談窓口：品質管理室

対応人数 4名

年間対応件数 95件

(2024年実績)

概要：まごころと思いやりのこころをしっかりと胸に抱き、一足を買う人と一足を作る人の両方を幸せにできる会社になっていきたい。この願いを追求するため、当社では「忠恕」の二文字を経営理念に掲げております。近年、あらゆる面で情報化が進むなか消費者の目はますます厳しくなっており、物づくりを行うすべての業種は厳しい生存競争を余儀なくされています。しかし、当社では誠実に作られた製品を適正な価格で提供するという原点を貫き、常に選ばれる存在としてあくなき挑戦を続けております。「ステキな毎日、やさしいパンジー。」のスローガンのもと、独自の機能性と感性にあふれた新製品開発やブランド戦略も充実させ、人々の暮らしや社会により良い靴を提供してまいります。

わが社のイチオシ商品 No.10

ピップ株式会社



ピックアップエリバン MAX200
ピックアップエリバンワイド

発売から 50 年以上ご愛顧いただいている
「ピップエレキバン」。
“こりに悩むすべての方々の血行を改善して楽
にしたい”との願いを込め、最大磁力の「MA
X200」の新 CM には社長自身が出演しまし
た。
また「ワイド」はエレキバン史上初、柔軟性の
ある棒状磁石を使用し、身体にフィットして広
範囲に作用します。



■ 会社概要

業種：卸売業、製造販売業
創業：1908 年（明治 41 年）
本社：大阪府大阪市中央区農人橋二丁目
1 番 36 号
代表：松浦 由治
お客様相談窓口：お客様相談室
対応人数 8 人（一次対応 3 人）
年間対応件数 約 5,000 件

事業内容：

医薬品・医療機器・衛生用品、健康食品、
ベビー用品、ヘルスケア用品、日用雑貨な
どの卸販売。
ピップエレキバン、ピップマグネループ、
スリムウォークなどの自社開発商品の製
造・販売。

福助株式会社



満足：美しく心地いい 伝線しにくい 無地 パンティストッキングノンラン設計

福助が誇る定番ブランド
「満足」は圧倒的なはき心地がさらに進化しました。なめらかなはき心地を実現するため、満足のためだけに開発された独自のカバリング糸を使用。さらにウエストに食い込みにくい幅広ソフトウエストと腰回りをしっかり包みこむヒップサポート立体設計でお尻のホールド感もアップしたパンティストッキングです。



■会社概要

業種：衣料品卸売業、小売業
創業：1882 年（明治 15 年）
本社：東京都江東区青海 2-4-24
青海フロンティアビル 11 階・12 階
代表：代表取締役社長 坂本 友哉
お客様相談窓口：お客様相談室
対応人数 3 名
年間対応件数 3,187 件
(2024 年度)

事業内容：

足袋の製造、卸売、小売
靴下、肌着、ストッキングの製造、
卸売、小売

新入会員紹介

■社 名 アシックスジャパン株式会社

■会社概要

業種：日本事業に特化した戦略立案および各種
スポーツ用品等の販売・マーケティング
活動を実施するアシックスの事業子会社

創業：2012年9月

本社：〒100-7024

東京都千代田区丸の内二丁目7番2号

代表：阿部 雅

■お客様相談窓口

部門名：DTC 統括部 カスタマーサポート部

対応人数：15名 ＊サポートスタッフおよび
外部スタッフ含む

年間対応件数：約17,400件

＊メール・電話込み

■会社の業務・事業内容など

株式会社アシックスは、グローバル本社として、
ブランド管理ならびに製品開発・生産の役目を担
い、地域事業会社であるアシックスジャパン株式
会社が「日本国内における販売、営業、マーケ
ティング」の役目を担う

■入会の動機

この度は、ロック・フィールド様、フジッコ様よ
りご紹介を賜り、入会の機会をいただき、大変あ
りがたく存じます。業界の枠を超えた幅広い知見
を得ることで、新たな視座・知見を獲得したいと
考えております。また、同職務に携わる方々との
人的ネットワークを築くことで、互いに研鑽を重
ねていければと思います。入会を希望いたしました。
よろしくお願いいたします。



事務局からのお知らせ

●今後の予定

《事例研究会》

1. 第153回事例研究会（オンライン）
7月16日（水）14：00～
2. 第154回事例研究会（コクヨ株式会社）
9月17日（水）13：00～
3. 第155回事例研究会（オンライン）
10月15日（水）14：00～
4. 第156回事例研究会（オンライン）
11月19日（水）14：00～

《セミナー》

1. 第117回セミナー（大江ビル）
お客様とのコミュニケーション術 基礎編
「お客様とのラポール形成のテクニックを学ぶ」
7月23日（水）13：00～
2. 第118回セミナー（大江ビル）
お客様とのコミュニケーション術 実習編
「お客様への共感表現トレーニング」
9月25日（木）13：00～

お客様満足研究会だより

OM研レポート

第87号

2025年7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