

お客様満足研究会だより

OM研レポート

2026年1月
No.
89

《目 次》

- 新年のごあいさつ
- リレー談義
第78回 加藤産業株式会社 辻野 光信さま
- 事例研究会
第155回 (2025年10月15日)
第156回 (2025年11月19日)
第157回 (2025年12月17日)
- セミナー
第119回 (2025年11月26日)
- わが社のイチオシ商品 No. 12
株式会社ミルボン
株式会社名門大洋フェリー
森下仁丹株式会社
株式会社ヤマザキ
- 私の趣味・特技・活動
株式会社アイシン 堀之内 和夫さま
- 事務局からのお知らせ

新年のごあいさつ

あけましておめでとうございます。皆さまには健やかに新年をお迎えのことと心よりお慶び申し上げます。

昨年は、国内各地で大規模な火災や熊による被害が相次ぎ、日常生活に大きな影響が及びました。被害に遭われた皆様には、改めて心よりお見舞い申し上げます。

また、物価上昇や生活必需品の値上がりなど、皆さまの現場でもお客様の不安や行動変化を実感された一年だったのではないのでしょうか。生活者の「生活防衛意識」の高まり、購買行動の変化、生成AIやデジタル接客の普及による購買体験の多様化、そしてエシカル消費の広がりなど、皆さまの日々の業務にも直結する変化が顕著に表れた一年でした。

今年は、生成AIをはじめとするテクノロジーの進化が、さらに私たちの業務に影響を与えることが予想されます。すでに皆さまの現場でも導入が進みつつあり、相談対応の質向上や人手不足の解消、24時間対応の実現など、お客様対応の在り方を大きく変える可能性を秘めています。こうした変化は、私たちにとって「お客様満足とは何か」を改めて見つめ直す大きな契機になると考えております。

お客様満足研究会（OM研究会）は、皆さまの温かいご支援と積極的なご参加に支えられ、創設23

周年を迎えることができました。心より御礼申し上げます。

事例研究会や毎回の情報交換会そしてスキルアップセミナーでは、皆さまの経験や気づきが共有され、学び合いの場が自然と生まれています。OM研究会がここまで続き、成長してこられたのは、何よりも皆さま一人ひとりの積極的なご参加とご協力があったからこそです。

「お客様の満足が得られない企業は、その存続が問われる」という信念のもと、私たちはこれからも皆さまとともに学び、成長し、未来に向けて“新たな新化”を続けてまいりたいと考えております。

結びに、本年が皆さまにとりまして幸多く、実りある一年となりますことを心よりお祈り申し上げ、新年のご挨拶とさせていただきます。

2026年（令和8年）正月



お客様満足研究会
世話人一同
代表 高城正光

リレー談義



第78回

加藤産業株式会社
品質保証部
辻野 光信

当社では各営業部門の事務担当がお客様相談室の窓口として日々の対応をしております。

品質保証部ではお客様対応時のマニュアルを作成しており、エスカレーション時や、専門的なお問い合わせの際に対応するようにしております。

その中で、基本的なことではありますが、初期対応の重要性を感じております。お客様の出方次第では消極的になり、十分に基本情報をとることができない場合があります。その結果、調査に時間がかかることや、話がかみ合わず後々トラブルになることが稀にございます。

対応窓口は各営業部門になるため、対応者ができるだけストレスを感じないように、且つお伝えすべきことはしっかりとお伝えするように個別にポイントを整理し、文章を作って対応しております。また、対応後のフォローとして対応者に声掛けをするように努めております。

お客様と対応者双方に寄り添えるように、これからもOM研にて勉強させていただきたいと思っておりますので引き続きよろしくお願いいたします。

事例研究会

第155回事例研究会

日時：2025年10月15日(水)

14:00~16:30

場所：Zoomによるオンライン開催

参加者：34社39人



<発表事例>

株式会社赤福の事例

(発表者：玉井さま)

直営の飲食店舗での接客トラブル事例。お客様に提供する時に調理品をこぼし、汚してしまったお客様のコート・靴・ブランドバッグのクリーニング、原状復帰を行った対応事例です。ブランドバッグの原状復帰では半年の期間を要し、部品の交換もあり高額になりました。



お客様に非がない状況では、原状復帰は必要な対応です。原状復帰をどこまで行か、費用が高額になる場合の原状復帰の範囲や限度をどう考えるか、また復帰の状態をお客様に納得してもらうための配慮や折衝の工夫など、対応内容を検討する際のポイントを考える良い事例の紹介でした。



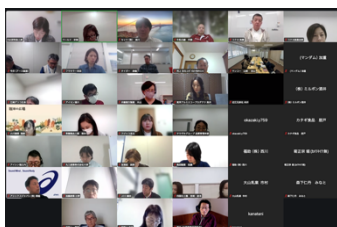
第156回事例研究会

日時：2025年11月19日(水)

14:00~16:30

場所：Zoomによるオンライン開催

参加者：34社39人

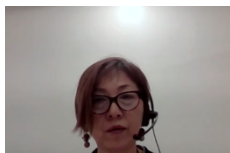


<発表事例>

株式会社ワールドビジネスサポートの事例

(発表者：安部さま)

販売・接客上でのクレーム事例で、こじれて店舗責任者へのいじめに発展した内容でした。



大山乳業農業協同組合の事例

(発表者：下田さま)

商品への異物混入で、未開封品も含め購入した商品全部の返金を求められた事例でした。お客様からは廃棄済み商品があり購入全品が返送されてきませんでしたが、購入全数分の返金要求があり、最終的にお客様要求を受け入れ、全数分の返金対応で終了しました。



全数の返却ではない点、購入店がはっきりしないこと、レシートを捨てていることなど、不審なところもあり、返送品分だけの返金を原則とする企業が多いようでした。お客様からの申し出の際に、返送してほしいものをお客様に的確に伝える習慣づけがトラブル防止には必要なのでしょう。

<相談事>

商品に直接関係ない内容の申し出の後、1,900件を超えるワンギリの迷惑電話で困っている事例の紹介があり、着信拒否設定や今後の対応方法について意見を交わしました。

<情報交流会>

4つのグループに分かれて、当日の事例についての追加の意見交換やフリートークで、参加者同士の交流、コミュニケーションづくりを進めました。

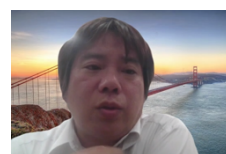
意に沿わないと豹変して厳しい口調になるお客様で、店舗責任者の悪口を周りのお客に聞こえるように言い、個人攻撃に終始する。デパートと情報共有し、見守り強化を依頼している案件。

①消費者との会話を録音する、②カスハラ対応の具体的な基準を作成しているか、について情報交換しました。防犯カメラや録音を確実に残すことで虚言についてははっきり伝えること、カスハラに該当する行為についてチラシなどで注意喚起する、接客担当者を別に定めるなどの意見が出ました。

セッツ株式会社の事例

(発表者：居川さま)

注文が集中する時期に、受注時の記載ミスで、別の顧客の注文を間違えて同じ人に同じ商品を2回配送した事例。



①発送ミス時の対応、②電話受注の後のチェックの方法、③高齢者対応の切り上げ方法、について意

見交換しました。①については手土産持参の現品引き上げはせずそのまま使っていただくとの意見が多かった。②についてはダブルチェックが決められていましたが、ルール通りの運用が決め手になりそうでした。③については「他のお客様がたくさん待っている」「何度もお話ししました」と伝え、相槌も減らしていきクローリングするなどのアドバイスがありました。

<情報提供と相談事>

危機管理の一環として自主回収時の対応を外部委託することを検討している企業からの相談がありました。



第157回事例研究会

日時：2025年12月17日（水）

13:00～17:00

場所：江崎グリコ株式会社 本社

参加者：会場参加 21社28人

オンライン参加 13社16人



【挨拶をする高城代表世話人】



【歓迎の挨拶をしてくださったグリコお客様センターの寺本センター長様】

<江崎記念館見学>

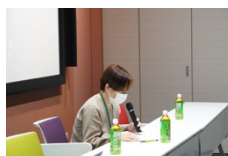
事例研究会に先立ち、「江崎記念館」を見学させていただきました。創業者の江崎利一氏の苦労された足跡や江崎グリコの歴史をはじめ、大阪道頓堀の有名なネオンサインの過去からのデザインのジオラマ、長い歴史をもつグリコのおもちゃの展示など楽しく拝見しました。

<発表事例>

ジェクス株式会社の事例

（発表者：中岡さま）

2022年から2025年にかけて、違うお名前でのお申し出の事例。苦情内容は、変色、汚れ、ニオイの付着など商品不良。電話の通知番号は同じ



参加企業の中で7社が運送会社を活用経験がありました。費用はかかるが人的にも物的にも有効、社員はエスカレーション対応や一定期間経過後から担当しているとの紹介がありました。郵便局、NTTも候補にしている企業もありました。

<情報交流会>

3グループに分かれてのフリートークでした。ワールドさんの事例を深掘りできたグループもありました。全体での意見交換時に深掘りできる方法があればより理解が深まるのでは、との感想もありました。

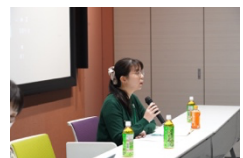
でも、違う名前や住所や電話番号で申し出の方でした。

発表者も参加各社の皆さんも初めてのお客様として、その都度対応しています。現在の相談業務では、電話番号は通知していただいていますし、対応品質を高めるべく来着記録も保存しています。類似の苦情を違う名前や住所や電話番号で申し出をされた場合、電話番号が一致すれば、お客様に「以前にお問い合わせくださった〇〇様ですか」と遠慮せず聞く勇気が必要なことに気づかせてくれる良い事例でした。

常盤薬品工業株式会社の事例

（発表者：北川さま）

SNSのダイレクトメッセージでの申し出という珍しい事例。SNS担当部門から、お客様相談窓口まで直接電話していただくように案内、電話が入ってきて対応しました。



何度も購入している商品の色が違うことで、商品不良を疑ったお客様でした。きちんと対応をしたつもりでしたが、SNSのダイレクトメッセージで、「説明があいまいで自分の疑問に適切な回答が得られなかった」と、対応不満の感想が書き込まれました。私たちの対応で「適切に伝えた」つもりと、お客様が「きちんとした説明がなかった」と感じる食い違いが生じることに気づかされる事例でした。メールやダイレクトメッセージでの苦情に対して、書かれている文面からお客様の心情や疑問、質問事項、要求内容を的確に把握して、その一つ一つにいていない対応をしていくことが求められます。その手順をガイドラインとして用意し、手順に沿ってトーク内容を検討しておくことが、お客様との食い違いを防ぐための近道であることを痛感しました。

小林製薬株式会社の事例

（発表者：早川さま）

高齢者の皮膚トラブル事例でした。皮膚トラブルを起こした原因や皮膚への作用について聞いたがったお客様でしたが、病院へ同行したことでメーカーの誠意が伝わり、治療費の負担や病院への同行などこれ以上の対応は不要、とのことで対応は終了しています。



身体に直接使用する商品の場合、成分とお客個人個人の体質で皮膚トラブルが出ることがあります。お客様から「どうしてこうなってしまったのか」と聞かれても、説明のしようがありません。責任逃れの印象を持たれないトークがあれば良いのですが、具体的なトークの紹介はありませんでした。お客様のお身体を気遣い、早く治ってほしいと願う気持ちをしっかり伝えることが一番のようでした。



<グループ懇談会>

4つのグループに分かれて（オンライン参加者もZoomの中で）当日の事例に関してさらに意見交換を行いました。



<情報交換会>

事例研究会終了後、場所を移して情報交換ならびに親睦を深めました。世話人を含め23名の参加でした。



セミナー

第119回セミナー

クレーム対応

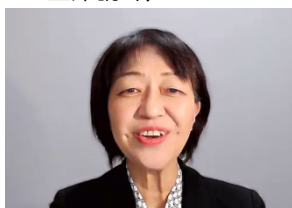
返信メール作成実践講座 基礎から応用まで

日 時：2025年11月26日（水）
13:00～17:00

場 所：Zoomによるオンライン開催

講 師：中尾 知子

（株式会社セゾンパーソナルプラス
主席講師）

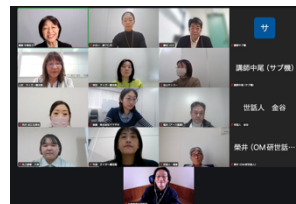


返信メール作成セミナーは3年ぶりの開催です。

このセミナーでは、メール対応の基礎から応用までを学び、クレーム対応に必要な読解力と文書作成力を磨くことを目標とし、メール対応をクレームに変貌させないための対応力を理解します。

メールの相談は一方的なコミュニケーションになりがちで、相手の理解度や感情がわかりづらいものです。相談者のメールの陰には、気持ちを察してほしいという感情が隠れており、クレーム対応では、商品の交換・代金の返金・無償修理等の『物理的ニーズ』だけでなく、共感等の『心理的ニーズ』を満たす必要があります。

今回の講座では、まず、お客さまのメール文から『事実』、『感情』、『要望』を整理します。お客さまの気持ちをメール文面から読み取り、お客さまのメール文に対する『共感フレーズ』・『お詫びフレーズ』を考えます。その上で、お詫びメールの『基本的なストーリーライン』に沿って返信文を作成していきましょう。



実習では3～4人でグループを作り、まず各自で作成した文章の共有→他のメンバーの参考になる文章の抽出→グループとしての返信案を作成します。その後、他のグループとも返信案を共有して、さらに多くの文章事例の積み上げを行いました。

最後に、お詫びメール作成での留意点を確認して、丁寧なお詫びの返信メールを作成して終了しました。

顧客満足（CS）とは、お客さまが期待している以上のサービス、情報、商品の提供を受けた時に感じるもので、CSを向上していくことでリピート（継続）につながりますが、メール相談においては、『物理的ニーズ』だけでなく『心理的ニーズ』を満たすことが重要であることを確認しあうセミナーとなりました。

わが社のイチオシ商品 No.12

株式会社ミルボン



Aujua（オージュア）

オージュアは、日本人の髪質と気候に合わせて開発された高機能ヘアケアブランドです。髪質や悩みに応じた多彩なラインナップで、ダメージ補修・保湿・エイジングケアを実現します。サロン専用のカウンセリングにより、一人ひとりに最適なケアを提案。現在、全15シリーズを展開しています。



■会社概要

業種：ヘアケア・ヘアカラー・パーマ剤・スキンケア・化粧品などの製造・販売を行う化粧品メーカー

創業：1960年7月

（当初は「豊美容化学株式会社」として設立、1965年にミルボンへ社名変更）

本社：東京都中央区京橋2丁目2-1（京橋エドグラン）

代表：代表取締役社長 坂下 秀憲

お客様相談窓口：

部門：品質保証部グループ お客様窓口

対応人数：9名

年間対応件数：約9,800件

事業内容：

ヘアカラー剤、ヘアスタイリング剤、パーマ剤、シャンプー、ヘアトリートメント、薬用発毛促進剤、スキンケア・メイクアップ化粧品の製造および販売（国内・輸出）など。

2019年より美容室専売品をオンラインで購入できるEC事業「milbon:iD」を開始。

株式会社名門大洋フェリー



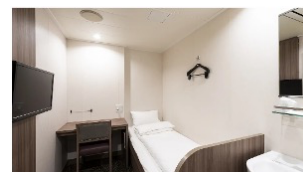
「名門大洋フェリー」は大阪南港を1日2便、17:00と19:50に出航し、翌朝の05:30と08:30に北九州市の新門司港に到着いたします。夕方から夜に出航いたしますので、船内にはレストラン、展望浴室、シャワールームなどを完備しており、快適な船の旅を楽しむことができます。また、客室もキャビンタイプのベッドルーム、家族旅行にぴったりの和洋室タイプの個室、おひとり様向けのシングル個室など、様々なタイプの客室を取り揃えております。



デラックス(洋室)



ファーストJ(和室)



ファーストS(シングル)

■会社概要

業種：沿海運輸業

創業：1984年11月14日

本社：大阪市西区江戸堀1-9-6
肥後橋ユニオンビル2階

代表：野口 恭広

お客様相談窓口：

部門：旅客営業部

対応人数：3名

年間対応件数：60件程度

事業内容：

大阪南港～北九州・新門司港を1日2便運航。貨物輸送事業と旅客輸送事業を主軸としてフェリー輸送サービスを提供しています。

わが社のイチオシ商品 No.12

森下仁丹株式会社

株式会社ヤマザキ



森下仁丹

タンサ脂肪酸

短鎖脂肪酸（酢酸）をそのまま口から摂っても、胃や小腸の入口で吸収されてしまいます。ジントン独自のプロテクト技術「バリアボール」に包むことで、腸の中まで狙って届けます。



■会社概要

業種：医薬品製造販売業

創業：1893年（明治26年）2月

本社：大阪市中央区玉造1-2-40

代表：代表取締役社長 森下 雄司

お客様相談窓口

部門：カスタマーサービス部

対応人数：14名

年間対応件数：約54,000件
（2024年度）

事業内容：

医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器、食品等の製造販売

＜森下仁丹のパーパス＞

（2023年2月11日策定）

思いやりの心で、オモロイ技術と製品で、一人に寄り添い、この星すべてに想いを巡らせ、次の健やかさと豊かさを、丹念に紡いでゆく。



もう一品

北海道男爵のポテトサラダ

2008年に誕生してから、たくさんのお客様に愛されてきた「もう一品 北海道男爵のポテトサラダ」。今では「もう一品」シリーズの一番人気の商品になりました。ホクホク感のある北海道産の男爵芋を使用し、じゃがいも本来の香りや甘みを活かせるような味わいに仕上げました。つくりたての美味しさと日持ちを実現したお惣菜です。



■会社概要

業種：食品製造業

創業：明治23年（1890年）

本社：〒421-3203

静岡県静岡市清水区蒲原3-8-16

代表：代表取締役社長 山崎 朝彦

お客様相談窓口：

お客様相談室（対応人数6名）

年間対応件数：約2,400件

（2024年度）

事業内容：

惣菜・煮豆等の製造販売

私の趣味・特技・活動



株式会社アイシン
品質保証部 企画統括室
市場サービス G
お客様相談室
堀之内 和夫

わたくしの趣味は、漫画や小説、映画も好きですが、何が一番かといったら、ゲームですね。インベーダーゲームの時代からやっておりますので、もう46～7年になるのでしょうか。ほぼ半世紀ですね。今、気が付いてビックリです。当時「ナゴヤ打ち」(解説：インベーダーが最後の1匹になると高速で動き出すので、手前まで引き付けてから撃ち落とすというやり方です)という攻略方法が得意だったことや、50円玉を握りしめて近所の駄菓子屋に通っていたことを思い出します。

わたくしが思うゲームの魅力を一言で申し上げますと、現実では不可能なことができてしまうということにつきます。あと、達成感が手軽に手に入られるということでしょうか。なのでストレス発散にすごく良いです。(私が作成した野球選手は年間200本塁打、打率7割強の選手のため、ゲームの中の日ドラゴンズは無敵です)

新作や中古ゲームには面白いものが多く、時間がいくらあっても足りません。それでも家族が最優先。妻や娘の頼みごとがあれば、ゲームは後回しです。趣味を楽しみつつ、大切なものを忘れないよう、これからも人生を満喫したいと思います。Let's enjoy life!



事務局からのお知らせ

●今後の予定

《事例研究会》

- 第158回事例研究会(オンライン)
1月21日(水) 14:00～
- 第159回事例研究会(ミズノ株式会社)
2月18日(水) 13:30～

《セミナー》

- 第120回セミナー (大江ビル)
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対応」
2026年1月28日(水)
10:00～17:00

お客様満足研究会だより

OM研レポート

第89号

2026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>