

お客様相談室って  
どんなところ？



お客様相談室を  
上手に利用しよう。

## ✻ はじめに

私たち「消費者対応研究会」は、NACS(公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会)東日本支部の自主研究会です。

メンバーの構成は、企業・団体のお客機相談室やコールセンターなどのお客機対応窓口で働く仲間や、お客機対応、消費者問題に関心を持っている仲間です。定期的集まり、お客機との対応について、また、お客機からの「声」の活用について研究・勉強をしています。



## 当研究会の考え方



私たち「消費者対応研究会」は、企業・団体がお客機の「声」を積極的に頂戴し、お客機の「声」をもとに製品・サービス・システム等々の改善・開発に活かすなど、経営資源として活用することを望みます。



私たち「消費者対応研究会」は、お客機相談室、コールセンターをはじめ、お客機対応窓口がお客機と企業・団体の「かけ橋」になることを願っています。



私たち「消費者対応研究会」は、企業・団体がこのような視点を持ってお客機の「声」を拝聴し、誠心誠意お応えすることが、より良い関係の構築に大きな役割を果たすと考えています。

# もくじ CONTENTS



01 はじめに	01
02 お客様相談室Q&A	
Q1. 大したことではないと思うことでもいいですか？	03
Q2. 名前や連絡先を明らかにしないとイケませんか？	04
Q3. 話が苦手なのでうまく伝えられるか心配です	05
Q4. 連絡してもつながらないことがあります	06
Q5. どんな人が対応してくれるの？	07
Q6. 私が言ったことは会社の中ではどうなるの？	08
Q7. 結局、企業寄りの立場では？	09
Q8. なぜ録音するの？	10
03 資料集	11
04 おわりに	14

## 本リーフレット作成の経緯

最近メンバーから、お客様からの「声」を頂戴する際に、お客様とのコミュニケーションがスムーズにとれないことが徐々に増えてきている、という意見がでてきました。

私たちはこの原因が、お互いの理解不足にあるのではないかと考え、消費者に対するアンケートなどを通じて、私たちお客様対応窓口に対するイメージや体験を取集・分析いたしました。そこから浮かび上がった疑問に答えながら、私たちの役割を改めて“振り返り”、広く消費者の皆様には私たちの考え方や役割をアピールする必要があると考え、「お客様相談室ってどんなところ？」というリーフレットを作成することにいたしました。

このリーフレットが、お客様と企業とを繋ぐ「かけ橋」の一つとなれば大きな喜びです。

なお、Q&Aはメンバー所属企業の実態を参考に作成していますが、全ての企業にあてはまらない場合もございます。

Q1

Q 「大したことではない」と思うことでも、相談室に連絡をしてもよいですか？



A ご不明な事柄やご意見・ご要望など、何でもお気軽にご相談ください。



企業のホームページにも、よくいただく質問の答えや、商品ごとのお問い合わせ先を掲載しております。そちらもご活用ください。商品やサービスについて、気になることがあれば、何でもご相談ください。

?



商品が近くに  
売っていない

使い方が  
わからなくて  
困っている

もっと  
便利な使い方は  
ないかしら？

Q2

Q 名前や連絡先を明らかにしないと  
受け付けてもらえませんか？



A 一般的なご相談でしたら、  
受け付けをいたします。ただし…



商品・サービスの確認や修理が必要になる場合、またカタログの送付などは「個人情報」を頂いております。

お問い合わせの内容によっては、社内の担当部門に、より詳しい状況や情報を確認し、折り返しのご連絡になる場合がございます。そうした場合は、お名前、住所、電話番号等をお伺いしております。

### 「個人情報」のお取り扱いにつきまして

お客様の大切な情報ですので、個人情報保護法の観点から、お客様の個人情報は厳重に管理しております。



03

**Q** 話が苦手なので、言いたいことをうまく伝えられるか心配です。



**A** ご安心ください。  
率直にご相談内容をお話してください。



ご心配は不要でございます。

お申し出になりたいこと、お聞きになりたいことを率直にお話しただければ結構です。



関連する資料や商品等をお手元にご準備いただいてご連絡をいただきますと、スムーズにお話が進められます。

技術相談の場合は、製品名や型番そのようになった過程や経過をできるだけ具体的にメモをとってご準備いただけると助かります。

Q4

**Q** お客様相談窓口にも連絡しても、  
つながらないことがあります。



**A** 申し訳ございませんが、  
少し時間をずらしてご連絡ください。



月曜日や連休後の午前中は電話が集中するため、つながりにくい場合があります。ほんの少し時間をずらしておかけ直しいただきますと電話がつながりやすくなります。

ホームページ上の問い合わせフォームやFAXで  
受け付けている場合もございますのでご確認ください。



Q5

Q

お客様相談窓口では、どのような経験や勉強をした人が対応してくれるんですか？



A

さまざまな部門を経験し、  
専門知識をもったスタッフが  
対応をしています。



お客様相談窓口では、さまざまな部門を経験し、専門的な知識を持っているスタッフが対応をしています。

万が一すぐにお答えできない場合でも、関連部門に確認の上、お答えします。



普段からメンバー全員で勉強会を行ったり、最新情報を共有し誰が受け付けても同じレベルでお答えできるように努力しています。

ある相談室では商品全体を管理している品質保証室が隣接しているため、より専門的なお問い合わせにも対応できる体制になっています。



Q11

**Q** 私の相談内容は、今後会社の中でどのように扱われるのですか？



**A** 社内で共有し、今後より良い商品やサービスを提供するための参考にさせていただいております。



お客様からいただいたすべてのご意見・ご要望は、貴重なお客様の声として社内で共有し、お客様によりよい商品やサービスを提供するための参考にさせていただいております。

お客様からの声を商品に活かした事例も多く、一部はホームページで紹介させていただいております。

お客様の声はコンピュータに入力されて一元管理されており必要なタイミングで必要な部署で照会できるようになっています。



Q7

Q

お客様相談室といっても、  
結局、企業寄りの立場じゃないんですか？



A

お客様の視点を忘れないように  
対応をさせていただきます。



私たちは、お客様の視点を忘れないように、お客様のお気持ちを十分理解して対応をさせていただくように心がけています。

お客様相談窓口は、お客様と企業が対話する場と捉えております。その上でお客様のお申し出に対し、企業として対応できかねる場合があるのも事実です。

相談窓口にお寄せいただいた「声」によって、私たちが思い至らなかった点に気づかせていただくこともございます。

お客様のご期待に添えない場合もあり、  
その時には、対応した相談員も無念で悲しい気持ちになります。

お客様が、誤った情報やご認識に基づき、  
製品を使用されようとしている場合、  
安全のため、確認や指摘をさせていただくことがあります。

Q&amp;A

**Q** 相談内容が録音されていると思うとうまく話せません・・・



**A** ご不安な思いをおかけいたしまして申し訳ございません。



お客様からいただいた「声」を正確に承るためですので、ご了承承ります。ご不安な思いをおかけいたしまして、申し訳ございません。お客様からのお申し出はしっかりと記録し、間違いのないようにしております。

## COLUMN

コーヒーブレイク



## #1 涙の真実

あれ、前の席の相談員がティッシュを目に当てて涙を拭いている。お客様相談室のこんな風景を見たら、「ああ、クレームを言われて泣いているんだな」と思う人がほとんどだろう。

でも、私たちお客様相談室の相談員が涙を浮かべるのは、お客様から怒られた時ではない。苦情のお電話をいただいた際、私たちが誠意を持って対応したことで、最後に心からのお礼の気持ちやあたたかい励ましの言葉・お褒めの言葉をいただけたとき。

そんなときには、つい感激で涙腺が緩んでしまう。

この一瞬があるから、この仕事はやめられない！

## 01

## アンケートの実施方法



アンケートは2010年6月18日から7月16日までの間に、当研究会のメンバーの関係者を対象に無記名で回答を依頼し、実施しました。回答は、一部選択式、一部自由記述形式となっています。

## 02

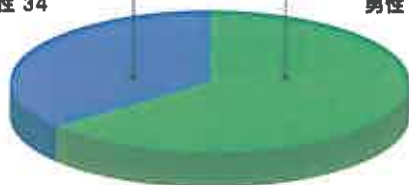
## アンケート結果



## ①相談経験の有無 調査対象 155名

相談経験がない 56  
男性 22 / 女性 34

相談経験がある 99  
男性 45 / 女性 54



## ②相談室のイメージ 調査対象 253名(複数回答含む)

## ◆相談室をイメージするキーワード

- ・企業の顔
- ・問題解決の場
- ・クレーム対応

## ◆プラス面を表わすキーワード

- ・迅速な対応
- ・誠意ある対応
- ・親切・丁寧
- ・頼りになる

## ◆マイナス面を表わすキーワード

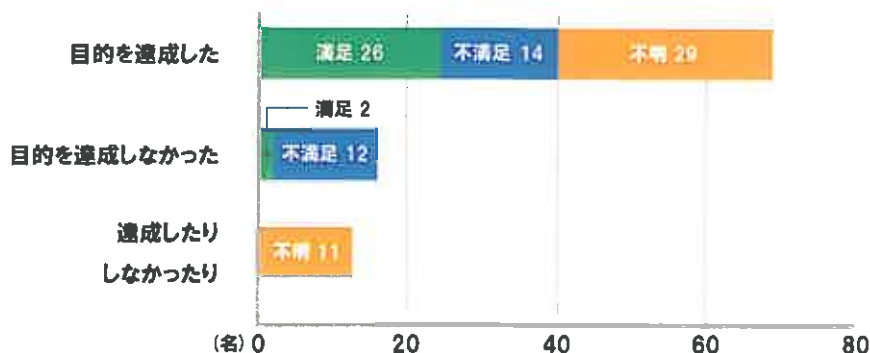
- ・つながりにくい
- ・解決能力不足
- ・対応内容にばらつき
- ・心がこもっていない



## ②相談結果の評価 調査対象 94名

相談結果の評価を見ると、目的を達成したお客様が多くいらっしゃる一方、達成した方が、必ずしも満足されていないという実態が見えています。

### 相談結果の評価



#### COLUMN

コーヒーブレイク



## #2 私のデスク

私の机の脇には、くたびれたティディ・ベアが座っている。相談員の仕事をしなれてこれ12年になるが、いつも心強い私の相棒だ。

どのくらい前になるだろうか…？ある時、上司が教えてくれた。

「どうしてもムカツとしたり、イラッときたら、コレを齧るんだ」と、「握力増強バネ」を握ってみせてくれた。

ああ、そっか…。

人間だもの。冷静になろうとする時、いつも相手に親切であろうとする時は、「自分を律する道具」があった方がうまくいく。実は、私の相棒は勤務中一度も私から「ハグ」されたことは無い。でも、見つめる度にいつも私を癒してくれる。



### ③相談を迷ったり、ためらう理由 調査対象 94名(複数回答あり)

回答者のうち相談をためらったり、結果的に相談をしなかった方が挙げた理由から、お客様の相談窓口に対する気持ちや利用しにくさの問題が見えてきました。

#### 相談を迷ったり、ためらう理由



 おわりに

今回のリーフレット作成の過程で、お客様のご希望と私たちの思いとのギャップをあらためて認識し、お客様とのコミュニケーションツールとしてのリーフレット作成の必要性を確認いたしました。

そして、連絡を下さったお客様とスムーズなコミュニケーションをとることができ、お客様からご満足のお言葉を頂戴したときに、この上ない喜びを感じることも分かりあえました。こういふときこそ、まさに「担当者冥利に尽きる」と申し上げても過言ではございません。

読んで下さった方々に上手くお伝えできたかどうか不安なところはございますが、どうぞお気軽に各企業・団体のお客様相談室をご利用いただきたいと思っております。

「消費者対応研究会」は、今回のリーフレット制作で培った知識・情報を活用して、そして広く消費者の皆さまからのご意見・ご要望を頂戴しながら、今後も消費者の皆さまと企業・団体との「かけ橋」としての役割を全うしてまいります。

最後までお読みいただきありがとうございました。

---

2011年4月22日 初版発行

発行 消費者対応研究会（略称／カスタマー研）

ホームページ <http://nacs-customer.sakura.ne.jp/>

本リーフレットに関するお問い合わせ等、カスタマー研へのご連絡は下記のメールアドレスへお願い致します。

ご連絡先 [nacs\\_c-res-owner@yahoogroups.jp](mailto:nacs_c-res-owner@yahoogroups.jp)

