

お客様対応マニュアル

v o l . 6



日本ヒーブ協議会は生活者と企業の信頼ある関係を願い、変化する社会にあって有意義な仕事をしようと、自ら参画し行動する女性の会です。

はじめに

日本ヒープ協議会では、事業者団体であることを活かしたネットワーク活動と、他社事例と専門家からの情報による自己研鑽に努めています。その活動の一環として、1992 年度に関西支部「お客様コミュニケーション技術研究会」が、研究会成果を「ご指摘を中心とした電話対応実務マニュアル」としてまとめ、その後改訂を重ね、さらに2006年には「E-Mail 対応マニュアル」を作成しました。2010 年度には、東京の「お客様対応を考える分科会」が活動報告書として「電話対応実務マニュアル・Eメール対応実務マニュアル」を作成し、2011 年度にお客様対応マニュアル編集プロジェクトチームが再編集して「電話・Eメールお客様対応マニュアル」を発行しております。そして今回、企業のお客様対応のノウハウの蓄積である、これまでのマニュアルや活動報告書を参考に、新たに「お客様対応マニュアルvol. 6」として再編集することといたしました。

商品・サービスの高度化・多様化や高齢のお客様からの問い合わせの増加などに伴い、お客様対応は複雑化の一途を辿っています。企業の説明責任という側面のほか、お客様対応は各社と消費者の接点であり、貴重なコミュニケーションの機会でもあります。問い合わせをしてくださるお客様にとって、対応に携わるスタッフはその企業の顔であり、代表者であるといっても過言ではありません。

本冊子では、お客様対応部門の在り方から言葉使いや電話対応の基礎知識、具体的な事例での対応ポイント及びお客様相談室マネジメントの基本をコンパクトにまとめています。お客様対応部門はお客様との信頼関係を高める窓口であり、お客様からのご意見やご要望を真摯に受け止め、問題の再発防止・未然防止に向けて取り組むだけでなく、お客様と企業経営をつなぐ重要な役割を担っています。当協議会会員の知見を活かして作成されたこの「お客様対応マニュアルvol. 6」が、多くの皆様のお役に立つことを心から願っております。

2017 年 3 月

2016年度代表理事 宮木由貴子

【一般社団法人日本ヒープ協議会】

日本ヒープ協議会は、企業等の消費者関連部門などで働く女性が、生活者と企業のパイプ役としてより良い仕事をするため、その能力向上を目的に、1978 年に設立されました。食品・化学・家電・流通などの様々な企業で、消費者対応・消費者教育・広報・商品開発・CSR など多様な業務に携わる女性たちが集い、異業種交流の特徴を活かしながら情報や意見の交換を行い、生活者視点を活かして各企業で活躍しています。

目次

第1章 お客様対応部門について

- 1. お客様対応部門の役割 P. 3
- 2. 電話対応の心構え P. 4
- 3. お客様とのコミュニケーションに欠かせないスタンス P. 5

第2章 電話対応の基本

- 1. 基本姿勢 P. 6
- 2. きき方と話し方 P. 8
- 3. ご指摘対応 P. 15

第3章 事例紹介

- 1. よくある事例 P. 17
- 2. 特殊事例 P. 20
- 3. こんな時どうする? P. 23

第4章 お客様相談室マネジメントの基本

- 1. 消費者基本法に明記された事業者の責務と義務 P. 25
- 2. 相談室の職場環境の整備 P. 27
- 3. お客様対応の流れ(例) P. 28

参考資料

- 1. 言葉の使い方例 P. 30
- 2. あいうえおの歌 P. 33

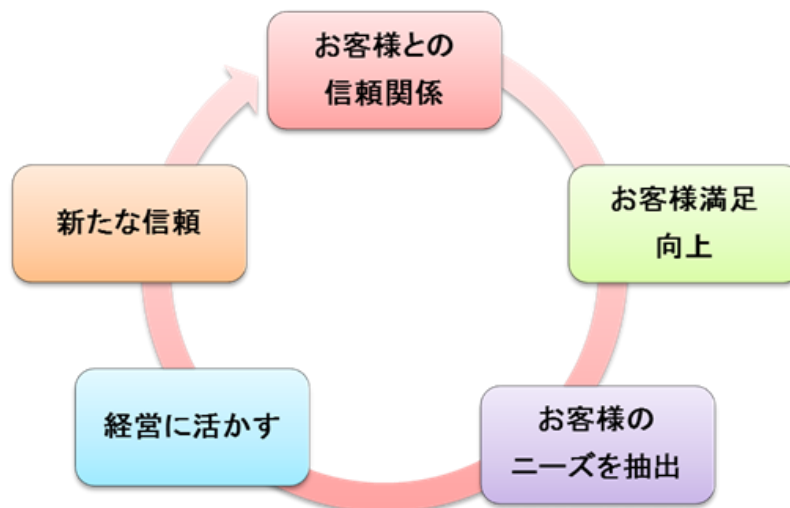
第1章 お客様対応部門について

1. お客様対応部門の役割

お客様対応部門は、お客様と企業をつなぐ窓口です。担当者はお客様からのご相談やご要望・ご指摘等を受けると同時に、「企業の代表」として対応することが重要です。従って、単純にお客様からのお申し出を処理するという気持ちではなく、お客様がどのような状況にあり、どのような気持ちになっているのかを汲み取ることが必要です。

お客様対応部門の役割は、お客様の声を受け止め、お客様の理解を促進し、ご満足いただくと同時に、いただいたお客様の声を企業の活動に活かすような「円滑なコミュニケーションサイクル」を作ることです。

【円滑なコミュニケーションサイクルが企業の発展をもたらす】



■ IT化が進んでもビジネスの主体は「人」＝欠かせない「信頼関係」

企業も社会も人で構成されています。お客様満足（CS：Customer Satisfaction）の向上においては、「お客様との信頼関係」が必要です。お客様の信頼獲得とその維持においては、コミュニケーションが欠かせません。

お客様と企業のコミュニケーションも、人と人とのコミュニケーションの上に成り立っているのです。そして、お客様との信頼関係がお客様の満足をもたらします。

●お客様満足とは●

提供された商品・サービス、さらに提供者の理念などについて、お客様が自分自身の基準によって納得の得られるクオリティと価値を見出すこと。

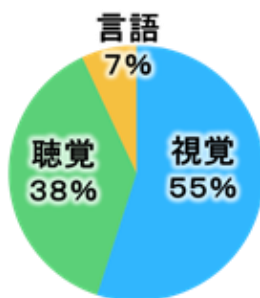


お客様によってそれぞれ異なります

2. 電話対応の心構え

電話対応では、担当者の第一声で「企業の対応」「企業の印象」が決まります。一般的に、人と人が対面でコミュニケーションをする場合、メッセージの構成要素は言語・聴覚・視覚の3つとされ、その構成比は 視覚：55%・聴覚：38%・言語表現：7% と言われています（メラビアンの法則）。

しかし、電話でのコミュニケーションにおいては最も影響力のある「視覚」に頼ることができません。聴覚と言語表現で、印象が出来上がってしまうのです。その点を意識して、第一声を発する必要があります。



資料：メラビアンの法則

- ◆視覚 表情／姿勢／動作／ジェスチャーなど
- ◆聴覚 発声／発音／速度／抑揚
- ◆言語 言語／話の内容

【電話対応の基本姿勢】

- ◇ 企業の代表という認識を持つ
- ◇ お客様の立場になって、共感する
- ◇ お客様の信頼や理解が得られるように、心がける
- ◇ 敬意と理解をもって接する
- ◇ 平常心を失わない（お客様の感情に巻き込まれない）



●応対力とは●

応対力とは人間力と話すスキルのかけ算です。
どちらかがゼロでは、応対力もゼロになってしまいます。
人間力とはその人の経験値や知識、人となり等をさし、
自分自身で磨いていくものです。

一方、話すスキルは他人の助けでも向上します。
「話す」ために身につけるべき要素をこのマニュアルで学習しましょう。

$$\text{応対力} = \text{人間力} \times \text{話すスキル}$$

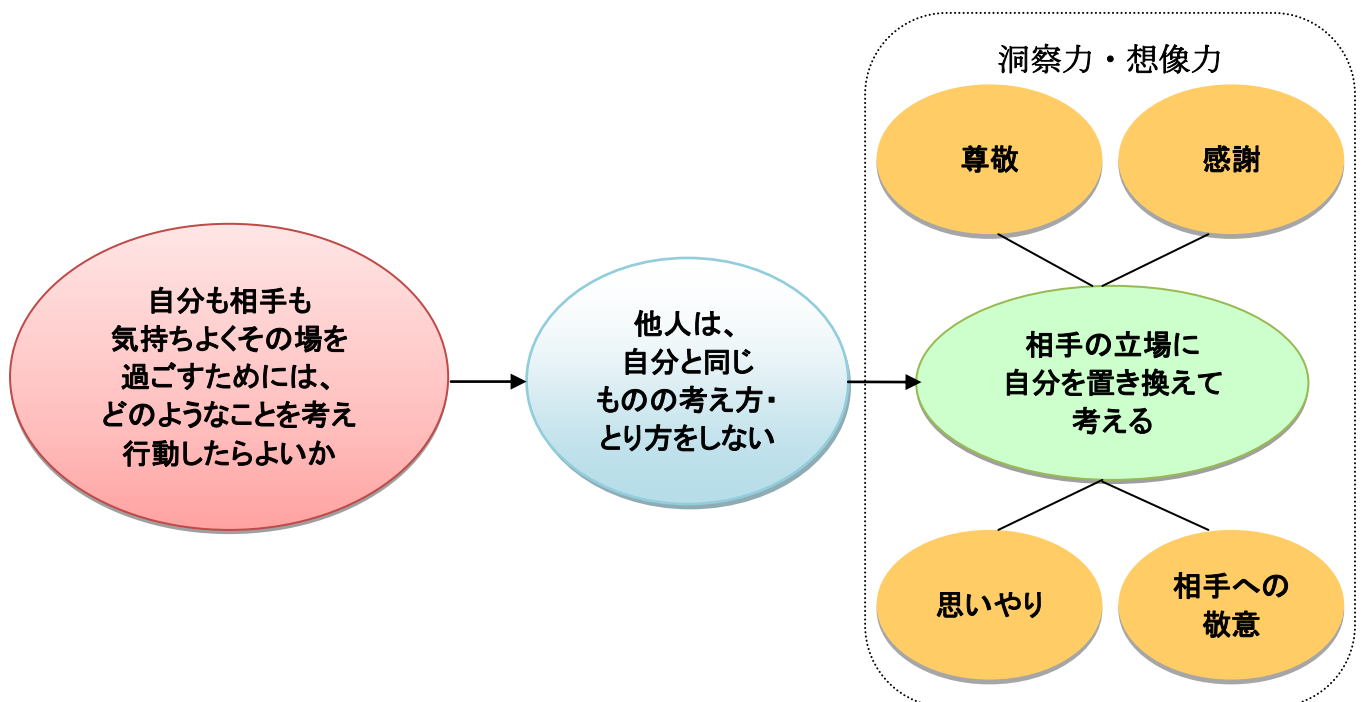
3. お客様とのコミュニケーションに欠かせないスタンス

お問い合わせをいただくお客様とのコミュニケーションにおいては、まずはおっしゃることを理解し、お客様の気持ちに寄り添うスタンスが重要です。そこでは洞察力や想像力を働かせた「共感力」が不可欠となります。

●「共感力」とは●

共感力とは、相手の気持ちに思いをめぐらす思いやりの気持ちです。それぞれの相手の立場に立ち、相手を理解しようとする気持ちを積極的に表現し、伝えます。したがって、共感の仕方は相手やTPO(時・場合・目的)により異なります。

【相手の状況を捉え、共感するのに必要な“洞察力”と“想像力”】



■思いやりとは、それぞれの出会いにおいて相手を大切に感じ、その気持ちに寄り添い、居心地よく感じてもらえるよう、心を砕くこと

「相手を大切にする」気持ちについて考えてみましょう。

相手の時間を大切に思う気持ちを持ってみてください。

人生は3万日といます。1万日目は約27.4歳、2万日目は55歳、3万日目は82歳、平均寿命です。人の一生の時間の持ち分が寿命とすると、他人があなたのために何かをしてくれた時間、話した時間は、あなたのために寿命を使ってくれた、命を削ってくれたのと同じことです。

いただいた時間は、お金にも代えられない貴重なものです。そう考えると人に何かをしていただく(=人の時間を使う)ことがいかに有難いことがわかります。

第2章 電話対応の基本

1. 基本姿勢

(1) 電話をとる準備

まずは電話をとる準備をしましょう。

- ・姿勢よく座る
 - ・メモと受付票はすぐ手の届くところに置く
 - ・気持ちを落ち着ける
- ※ひと呼吸（深呼吸）するのも効果的です



(2) ①迅速 ②正確 ③親切 + 簡潔

電話対応においては、「迅速に」「正確に」「親切に」という点が重要ですが、とにかく忘れがちになるのが「簡潔に」という点です。

丁寧な説明は重要ですが、それによって簡潔さが損なわれないように注意しなければなりません。簡潔な表現でわかりやすく正しく伝えることがポイントです。

◆だらだら言葉をつなげず、1つのフレーズには1つの事で◆

“～なので” “～ですが” 等の接続助詞を使うとフレーズが長くなります。

日本語は動詞が最後にくる言語のため、最後まで聞かなければ意味がわかりません。フレーズが長いと更にわかりにくくなります。

また、接続助詞の「が」のあとには、反対の意味の言葉がきます。

注意しましょう。

(例) お話はわかりましたが、ご希望にはそえません。

◆1件・2結・3詳細◆

最初に大きなことを伝え、細かいことはあとから伝えます。

まず、何について話すのかという「①件名」、次に「②結論」、最後に「③詳細」を伝えます。1件・2結・3詳細と心得ましょう。

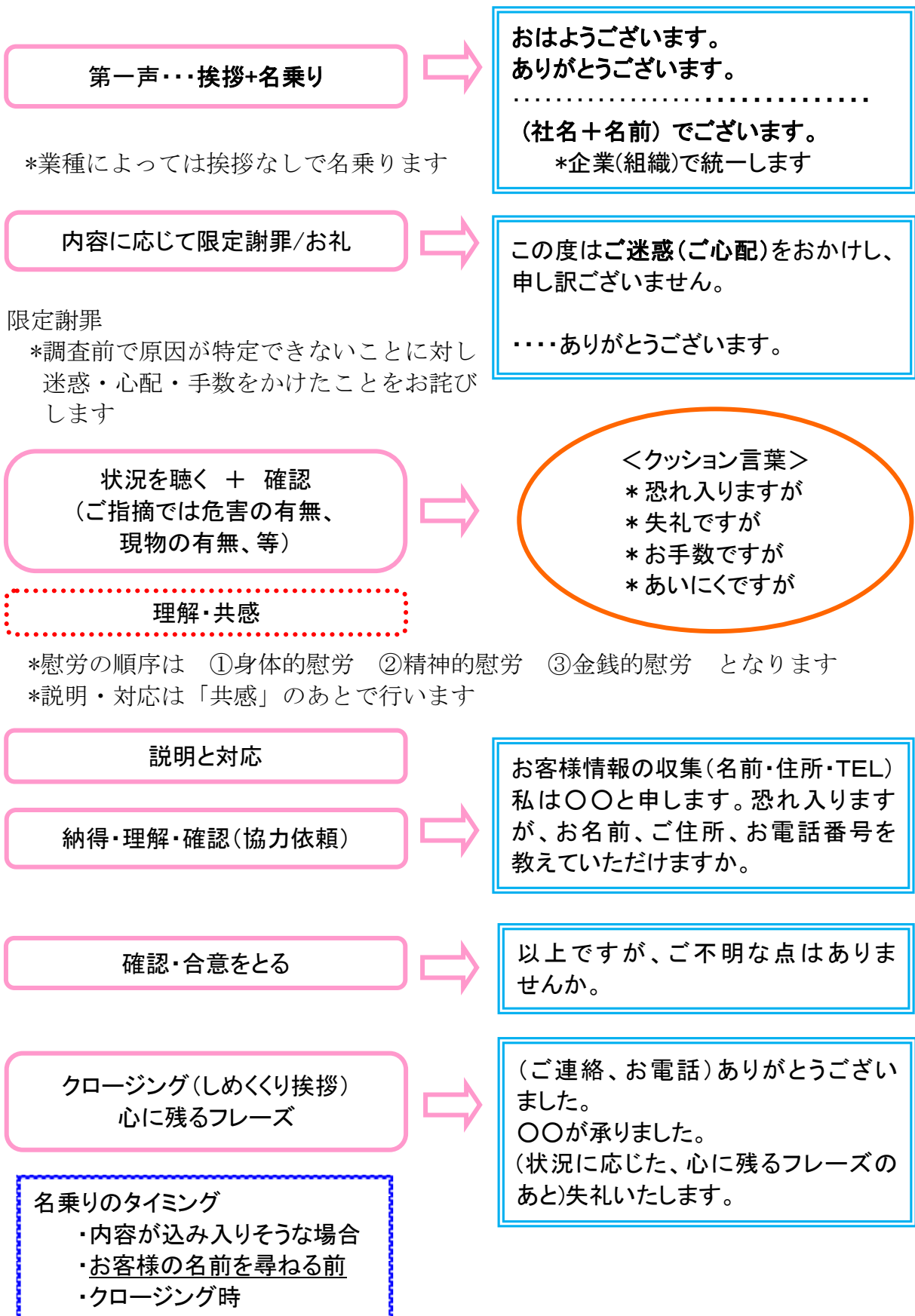
◆3点法◆

ポイントを3つにまとめて説明する方法です。

人間がもっとも覚えやすい数が「3」といわれています。

どんなに話が多くても3つにまとめ、わかりやすく短い言葉で伝えるようにすると良いでしょう。

★電話対応の流れ（例）★



2. きき方と話し方

電話応対で大切なことは、まずきちんとお客様の話を『キク』こと、その上できちんと『話す』ことです。

(1) きき方

『キク』には「聞く」「聴く」「訊く」の3つがあります。この3つをうまく使いこなすことが重要です。

【3つのキク】

① 聞く：ヒアリング

～ Hear 受動的に音や声が耳に入ってくるきき方 ～

お客様の第一声で、お客様の様子を感じます

⇒ お困り・お怒り・お急ぎ など状況や雰囲気、空気を読み取ります

② 聴く：傾聴

～ Listen 一番大切な、一生懸命心と耳を傾けるきき方 ～

お客様の話を途中で遮ることなく、聞く意思を持って集中して聴きます

おっしゃっていることを正確に理解するように努めます

③ 訊く：質問・確認

～ Ask 知りたい情報を教えてもらうきき方 ～

- ・情報が不足している、また、先方のお話をはっきりさせたい時など、不足や疑問の部分をわかりやすく質問し、お客様に教えていただきます
- ・5W1Hをふまえ、言葉を選んでわかりやすく確認します

■お客様との会話では

- ①「まずはどの件についておっしゃっているのかを【聞く】」
- ②「それについて何が問題なのか、何についての電話なのかを【聴く】」
- ③「情報をはっきりさせるために詳しく【訊く】」

という3ステップが大切です。



3つの『キク』力を身につけましょう

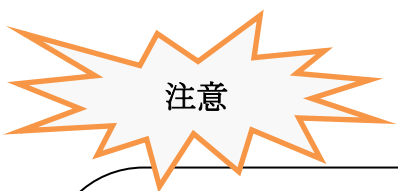
ポール・ランキン（アメリカ）の論文によると、日常生活の言語活動においては、「書く・・・9%」「読む・・・16%」「話す・・・30%」「聞く・・・45%」という調査結果があるそうです。日常の言語活動において「聞く」は45%も占めているのです。『キク』ことの重要性がここでもわかります。

また『キク』は自分に入ってくる情報ですが、人間は普通に聞こえてくるものも「聞こえている＝聴いている」と思いがちです。実際、人間はよほど集中して聞いていなければ、耳に入ってくるものをきちんと認識していません。『キク』ことと「聞こえている」ことも、きちんとわけて考える必要があります。

■聴き方「5つのNG」

以下のことをしないように気をつけて「聴く」ことが重要です。

1. 何かをしながら聴く
2. 相づちに気持ちがこもっていない
3. 話を奪ってすぐ自分の話をする
4. すぐに説明を始める
5. すぐに結論づける



注意

●「傾聴」と「傾聴パフォーマンス」●

混同されやすいのが「傾聴」と「傾聴パフォーマンス」です。

「傾聴」というと、「適度にあいづちをうつ」「相手の発言をところどころで要約し、声に出して確認する」「相手の発言を否定したりさえぎったりしない」「（対面の場合に）相手の目を見る」といったことをイメージする人が多いです。もちろん、そうした行動をとることで、相手が話しやすくなり、十分に情報を出してもらえするというメリットがありますので、こうした行動も非常に重要です。ただし、そうした行動だけで、きちんと相手の話が聴けていなければ、それはただの「傾聴パフォーマンス」に過ぎません。「お客様はどう考えているか」を理解するために、「聴く意思をもって聴くこと」が「傾聴」なのです。

(2)話し方

話をするときは、お客様が目の前にいらっしゃるつもりで、お客様が聞き取れる大きさのおだやかな声でハキハキと話すようにします。

会話の中では、「〇〇様」（お名前が判らない場合は「お客様」）と呼びかけるとよいでしょう。

■「言う」のではなく「伝える」のがポイント

気持ちを相手に伝えるためには「表現するスキル（力）」が必要です。

ものの言い方や態度で相手の気持ちは変わります。

相手によって適切な言葉を選びましょう。

また、自分の感情をブレさせないようにすることも大切です。

①発声

姿勢を正し、腹式呼吸で、口を大きく開く（笑顔を感じさせる声で）

②発音

おだやかな声で、母音ごとの口の形を意識する

③速度

速からず遅からず、お客様に合わせる

（お客様よりややゆっくりめを心がける）

④間（ま）

伝えたい内容を意識し、一呼吸置く

⑤抑揚

一本調子にならない

⑥言葉づかい

業界用語や間違いやすい言葉は避け、必要に応じて説明を加える

カタカナ語の多用や、取り違えられやすい熟語の使用にも注意する

※ 適切なタイミングであいづちを打ちます。

「はい」「かしこまりました」

※ イントネーションに気をつけましょう。

●申し訳ありません／申し訳ございません●

「申し訳ありません」「申し訳ございません」の言い回しについては、その正否について諸説あります（正しくは「申し訳ないこととございます」）。

ただし、近年では「申し訳ございません」という言い方は慣用句となっており、一般的に使われるようになっています。

■日本語の特性を理解して使う言葉を選ぶ

電話では「話し言葉(和語・やまとことば)」を使いましょう。

「話し言葉」は音で聴く言葉です。文字で見る「書き言葉」と区別します。

※「書き言葉」で話すと伝わりにくいので注意しましょう。

◇日本語の特徴を理解し、正しい日本語を使う

言語の形態的類型による分類には、膠着語、屈折語、孤立語、抱合語があります。
このうち日本語は、膠着語（こうちゃくご）に分類されます。

日本語の特徴としては、

- ・音の種類が少ない
- ・動詞が最後にくる
(最後まで聞かないと、否定なのか肯定なのかなど、意味がはっきりしない)
- ・1人称の表現が多い
- ・主語を省略することが多い

などの点があげられます。

意味を取り違えられることがないように気をつけて話しましょう。

◇適切な敬語を学んで使う

敬語はただ使えばいいというものではありません。

過剰表現にならないよう、必要に応じて正しく使うよう意識しましょう。

【敬語の種類】

種類	内容	代表例
尊敬語	相手側又は第三者の行為・ものごと・状態などについて、その人物を立てて述べるもの	いらっしゃる・お導き・おっしゃる・ご出席・(立てるべき人物からの)ご説明・お名前・ご住所・(立てるべき人物からの)お手紙・お忙しい・ご立派
謙譲語Ⅰ	自分側から相手側又は第三者に向かう行為・ものごとなどについて、その向かう先の人物を立てて述べるもの	伺う・申し上げる・お目に掛かる・お届けする・ご案内する・(立てるべき人物への)お手紙・(立てるべき人物への)ご説明
謙譲語Ⅱ (丁重語)	自分側の行為・ものごとなどを、話や文章の相手に対して丁重に述べるもの	参る・申す・いたす・拙著・小社
丁寧語	話や文章の相手に対して丁寧に述べるもの	です・ます
美化語	ものごとを、美化して述べるもの	お酒・お料理

(文化庁 敬語の指針より)

＜間違いやすい敬語＞

(例) 誤：「お名前をいただけますでしょうか」

↓

正：「お名前をお聞かせいただけますか」「お名前を教えてくださいませんか」

『名前』は、もらうものではないので「いただく」という表現は適切ではありません。

(文化庁 敬語の指針より)

＜“コンビニ言葉”を使わない＞

(例) 誤：「ご注文は以上でよろしかったでしょうか」

↓

正：「ご注文は以上でよろしいでしょうか」

現在の事柄を過去形で話すのは誤りです。

「よろしかった」という表現は適切ではありません。

(文化庁 敬語の指針より)

＜「させていただく」を多用しない＞

「(お・ご)……(さ)せていただく」といった敬語の形式は、自分側が行うことを、

①相手側又は第三者の許可を受けて行い

②そのことで恩恵を受ける

という事実や気持ちのある場合に使われます。

したがって、①②の条件をどの程度満たすかによって、適切な場合と、適切とは言えない場合があります。

◆便利な言葉

＜クッション言葉＞

“依頼” “質問” “相手にとって不都合なこと” を伝える時に使うと、やわらかな表現になる言葉のことです。

例) 恐れ入りますが、失礼ですが、お手数ですが、あいにくですが など

＜マジックフレーズ（魔法の言葉）＞

“感謝” “共感” “謝罪” の言葉のことです。

これらの言葉はお客様の心に直接届き、お客様の気持ちをプラスに動かす力があります。言葉の引き出しを増やし、色々な言い回しでこちらの気持ちを丁寧に伝えましょう。

豊富な語彙力は大きな力となります。

■言葉遣いのコツ

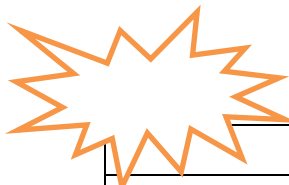


お客様が気持ちよく話せるように、まずは聴き手にまわりましょう。お客様の話の中で勘違いがあったとしても、お客様に恥ずかしい思いをさせない話し方で情報を訂正します。重要な点については誤解が生じないように、正しい情報を伝え、理解していただけたかも確認しましょう。

※具体例は巻末の資料を参照ください



言葉は咄嗟に出てこないものです。普段から声に出して練習しておきましょう。気の利いた言い回しなどをきいたときにメモをとっておくのも効果的です。



●こんな対応をしていませんか？●

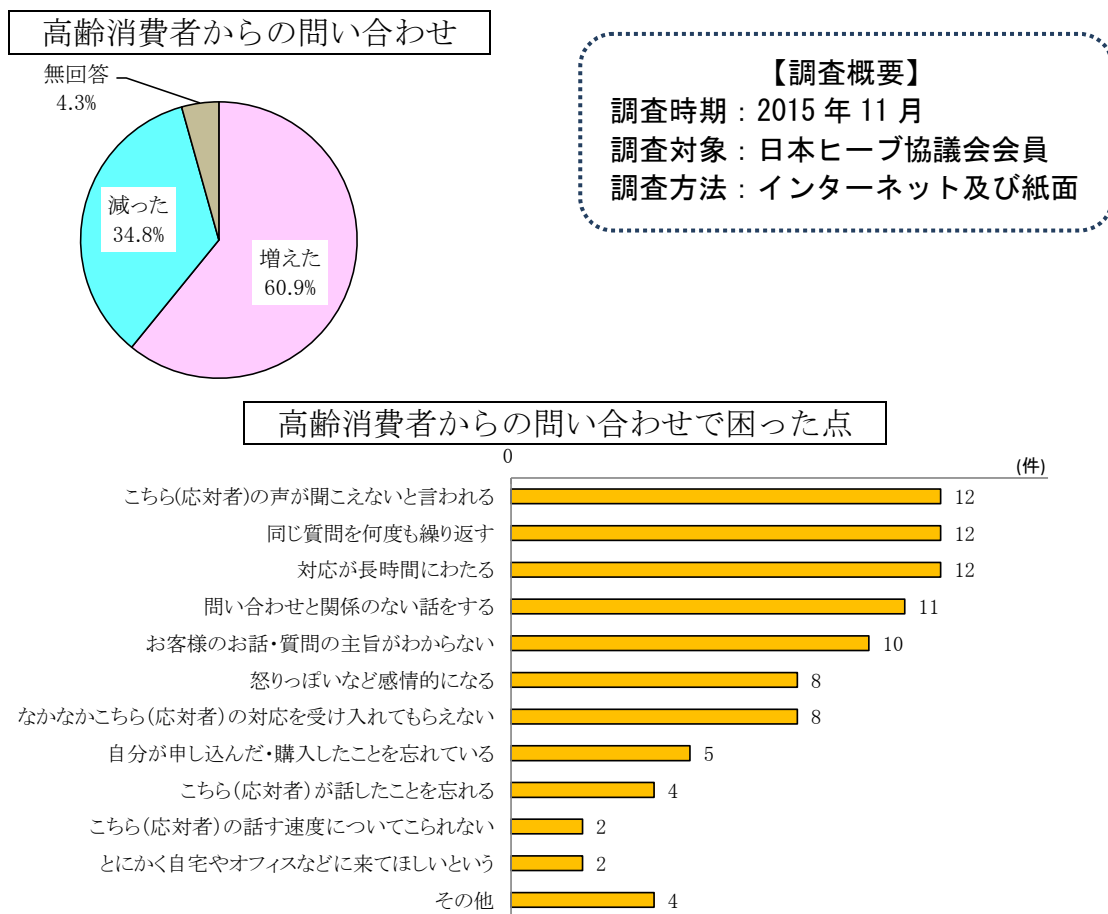
【内容】	【好ましくない例】
教えるのは面倒、どうせ教えても…など、お客様を拒絶するような対応	「ご家族にわかる人はいませんか」
相手を見下す、あるいはプライドを傷つけるような言い方	「まだできませんか」「何度もお話ししたように」「わかりましたか」
専門用語や業界用語、略語の使用	「ポジティブリスト制度」「取説（トリセツ）」
開き直ったと思われる恐れがある対応	「どうぞ保健所（消費者センターに）お持ち下さい」
お客様を疑うような言い方	「本当ですか？もう捨ててしまっって、無いのですね？」
相手に期待を持たせるような言葉	「必ず対応します」「改善します」
真剣に聞いていないと思われるような対応	「はいはい」「ええ、ええ」（あいづちばかりで、会話になっていない）

■高齢のお客様への対応

今日、企業に寄せられる高齢のお客様からの問い合わせが増加しています。日本ヒープ協議会が 2015 年に実施した調査でも、高齢消費者からの問い合わせが増えたと回答した企業が 6 割を超えていました。

高齢のお客様への対応は、「こちら（応対者）の声が聞こえないといわれる」

「同じ質問を何度も繰り返す」「対応が長時間にわたる」「問い合わせと関係のない話をする」など、一般的なお客様対応とは異なる対応を要することが多く、多くの企業でその対応が課題となっているのが現状です。



《聴力の変化》

人間は音を耳で認識します。耳の奥には細かい毛がびっしりと生えていて、その毛で音をキャッチしています。年齢とともにその毛は抜けて少なくなります。毛量のピークは 20 歳頃。20 歳を境に耳の老化が始まります。年齢を重ねるにつれてますます毛量が少なくなるので、高齢になるほど音をキャッチしにくくなるのです。モスキート音が若い人にしか聞こえないのは、このためです。

《高齢者への話し方》

「大きな声でゆっくり」は、誤った話し方です。低めの柔らかい声で、滑舌よく、明瞭な発音を心がけましょう。大きな声は、高齢者にはボリュームを上げたスピーカー割れの音のように聞こえるので、逆効果です。

3. ご指摘対応

お客様からご指摘をいただいた場合は、以下の2つのことの収拾に努めます。

1. 感情（感情の鎮静化）
2. 事実（返金・代替品・代替案・調査報告等）

■対応のコツ

- ◇ お申し出の内容を最後まで聴く
- ◇ お申し出の正当性に関わらず、ご迷惑をおかけしたことにしてお詫びする
- ◇ お申し出内容を否定しない
- ◇ お怒りの事実・ご指摘を申し立てる権利に同意する
- ◇ お客様の興奮が収まってから、対応（説明）する
- ◇ 自分だけで解決しようとししない
 - ・自分の手に負えないと判断したときは、すぐに対応できる人と相談（交替）
- ◇ その時の電話だけで解決しようとししない
 - ・一度電話を切って間をとる
（相談員の対応姿勢の立て直し時間、お客様の気持ちの冷却時間をとる）
 - ・対応手段を変える（訪問対応など）
- ◇ お客様が公的機関（保健所・消費生活センター等）に持ち込むことを希望した場合は、その意向を妨げない

●「一次対応」「二次対応」とは●

- 一次対応：相談室やコールセンターなどでの最初の受付
- 二次対応：その後の訪問や調査など

一次・二次に関わらず、対応が収まらず、お客様との対応を上司や関連部門等引き継ぐことを「エスカレーション」といいます。

各対応で担当を分ける場合もありますが、お客様に迅速かつ的確な対応を行うためには、それぞれの役割を整理し、ルールを明確にしておくことが重要です。

★対応の例★

＜商品リコール等による対応の場合＞

- ・「ありがとうございます」と第一声で言わない
- ・「笑声(えごえ＝笑顔を感じさせる声)」で応対しない

第一声…社名+お詫び

おはようございます。
 ＊＊＊＊＊でございます。
 ……………
 ＊＊＊＊＊でございます。
 ご心配をおかけし申し訳ございません。

お詫び 限定謝罪

対象商品に該当するかを確認

この度はご迷惑(ご心配)をおかけし、
 申し訳ございません。

状況を聴く + 確認
 (危害の有無、現品の有無、等)

説明と対応

＜クッション言葉＞

- * 恐れ入りますが
- * 失礼ですが
- * お手数ですが
- * あいにくですが

納得・理解・確認(協力依頼)

再度、お詫びとお礼

お客様情報の収集(名前・住所・TEL)
 私は〇〇と申します。
 恐れ入りますが、お名前、ご住所、
 お電話番号を教えてくださいませんか。

クロージング(しめくり挨拶)

(ご連絡、お電話)ありがとうございました。
 〇〇が承りました。
 失礼いたします

名乗りのタイミング

- ・内容が込み入りそうな場合
- ・お客様の名前を尋ねる前
- ・クロージング

第3章 事例紹介

1. よくある事例

(1) 使用方法についての問い合わせ



【お客様からの相談事項】

電化製品を買ったんだけど、使い方がわかりません。
説明書の文字も小さすぎて、読みづらいのですけど。
どうやって使えばいいの？使い方を教えてもらえませんか。



【対応例】

この度は、お買い求めありがとうございます。
すぐにお使いいただけず、問い合わせのお手数をおかけして、誠に申し訳
ございません。
恐れ入りますが商品名を教えてくださいませんか。

(できれば実際の商品を手元に用意し、お客様のペースに合わせ、一緒に操作
をしながら、理解していただけるまでゆっくりと使用方法を説明する)

ご案内は以上ですが、何かご不明な点はありませんか。



- ・あくまでも、お客様の責任ではないという前提で話します。
まずは問い合わせのお手数を掛けたことに対してお詫びをします。
- ・お客様の状況を正確に把握し、お客様の立場に合わせて適切なアドバイスを
します（必要部分を大きな文字で印刷して郵送する等）。
- ・高齢者は高音部が聞き取りにくくなるため、低めの声でゆっくり話すなど、
相手に応じた臨機応変な対応も必要です。

(2) 原料・原産地に関する問い合わせ



【お客様からの相談事項】

子供に野菜ジュースを飲ませたいのですが、
〇〇産の野菜は使っていますか？農薬などが心配です。
本当にこの野菜ジュースは安全なのですか？



【対応例】

問い合わせいただきまして、ありがとうございます。
野菜ジュースをお子様に飲ませるにあたり、〇〇産の野菜を使っているかという問い合わせでございますね。
野菜ジュースに使用しております野菜は△△産でございます。
いずれの産地でも、原材料の野菜は残留農薬の検査をはじめ、安全性を確認して使用しています。
お子様が飲まれても安全な商品でございます。



- ・原料産地は複数ヶ所あったり、変更する可能性もあったりするので、FAQ（想定問答集）を事前に作成しておくなど、回答内容を社内で統一しておきましょう。
※原料の産地情報は事前に整備しておきます。
- ・お客様の不安を取り除くために、安全性に対する検査（残留農薬検査、放射能検査など）、メーカーとして実施している基準・検査内容がある場合は、自信を持って正確な情報で説明します。
- ・基本的には口頭でご理解いただきますが、口頭で納得できないお客様に対して、書面で提出できるか社内で確認しておきます。
- ・次から次へと質問をされるお客様に対しては、できるだけ一度の電話で終了するように、質問内容を整理し、まとめてお調べしてから折り返し電話する提案をするのも効果的です。

◆やってはいけない！NG対応◆

「〇〇産は悪い」と同調するような言い方

(3) キャンペーンについての問い合わせ



【お客様からの相談事項】

商品にキャンペーンのお知らせがあったから楽しみにして買ってきたのに、応募しようとしたら、キャンペーンは終わっているじゃないの！キャンペーンが終わっているのだったらこの商品を買わなかったのに…なんとかならないの？



【対応例】

この度はキャンペーンを楽しみに商品をお買い求めいただきましたのに、不快な気持ちにさせてしまい、誠に申し訳ございません。
大変心苦しいのですが、キャンペーンは終了しております。
残念ながら、ご応募を承ることはいたしかねます。
今後ご迷惑をおかけすることのないよう、早速対応したいと存じます。
お差し支えなければ、店の名前や場所を教えてくださいませんか。
(教えていただいたのち)
このたびは、ご連絡いただきありがとうございました。



- ・他にも同様のご指摘が起こらないように、社内で迅速に対応します。
- ・お客様へは謝罪と応募不可を伝えるだけでなく、今後社内でどう対処するかも一緒に伝えるとよいでしょう。
- ・店頭の点検を行なうという対応だけではご納得いただけない場合もあるため、お詫びで収めるのか、何か別の対応ができるのか、対話の中でお客様のご要望を見極め対応します。⇒【会社の返答方針を決める】
(どなたにも公平な対応をすることが基本ですので、余分な景品の送付や過剰なサービスは控えます)

◆やってはいけない！NG対応◆

責任逃れのように受け取られる可能性のある対応
(例) 「商品の管理は販売店にお任せしています」

2. 特殊事例

(1) 公的機関等、第三者機関へ持ち込むとのことのお申し出

【お客様からの相談事項】

冷凍食品を食べていたら、口に何か入った！ 出してみたら
髪の毛みたいなものだった。とっておこうと思ったが、
髪の毛はもう手元にない。
髪の毛が出てきたのは嘘じゃないぞ！ 本当の話だ。
そっちで対応しないなら保健所か消費者センターに
言うぞ！



【対応例】

不快な気持ちにさせてしまい、申し訳ございません。
残念ながら、入っていたものがお手元にないということですので、こちら
でお調べすることはできかねますが、お知らせいただいた内容は社内
（関連部門）へ申し伝えます。
（※必要に応じて）同じ日に製造した（造った）商品をお調べする方法も
ございます。
保健所や消費者センター（消費生活センター）へのご連絡は、お客様のご
判断にお任せするしかございません。



- ・異物の有無を必ず確認します。
- ・万が一、また同じような事があったら、入っていたもの（※）は
残して、ご連絡をいただくよう伝えます。
（※注意：異物かどうかは調査しないとわからないので、こちらから
“異物”とは言わないようにしましょう。“混入物”などの表現は
可です。）
- ・発見された状況や、商品の入手方法に加え、今回入っていたもの
（混入物）が残っていないため、対応に限りがあることをお伝え
します。
- ・当該品や入っていたもの（混入物）がないのに申し出があった場合
は、物品要求の可能性もあるので注意します。
- ・第三者機関へのご相談は、お客様の意思にお任せし、強引に引き止め
たり、説得したりしないようにしましょう（無理に止めると、不信感
につながる恐れがあります）。

(2) 一方的な要求

【お客様からの相談事項】

私は昔、一流企業に勤めていた。
今は定年退職したが、おたくの商品について改善提案をしたい。
おたくの商品の△△が使いにくいから、□□に改善すべきだ。
せっかく提案してもどこの会社でも「ご提案ありがとうございました」で済まされてしまって、本当に検討したかもわからない。
責任者の名前で、どう検討して、いつ改善するのか報告書を送ってくれ。



【対応例】

ご提案をいただきまして、ありがとうございます。
△△が使いにくいから、□□に改善すべきということでございますね。
ご提案内容は関係部門へ申し伝え、改めてご連絡いたします。



- ・「自分がみんなの声を代弁して伝えている」「聞いて欲しい」という思いが強い傾向にあるので、とにかくまずは聞き役に徹しましょう。
- ・相手がどこまで望んでいるかを聞き出し、企業でできる範囲で対応します。
- ・企業で出来ること、出来ないことを、はっきりと丁寧な言葉でお伝えしましょう。

(3) 相談窓口対応へのご指摘

【お客様からの相談事項】

さっき、お客様サービスセンターに電話したが、
その時対応した人の態度が悪かった！！
すごく、気分が悪い！
おたくの会社は、どういう教育をしているんだ！！
責任者を出せ！



【対応例】

せっかくお電話いただきましたのに、不快な気持ちにさせてしまい
申し訳ございませんでした。
対応者の名前や内容などをお伺いできますでしょうか？
私どもの教育が行き届いておらず申し訳ございませんでした。
(※あえて過去形にして伝える)
担当者へ厳重注意し、指導いたします。
この度は、ご指摘くださいますと、ありがとうございました。
今後もお気づきの点がありましたら是非お聞かせください。



- ・ 応対クレームの場合はすみやかに上司に相談し、一人で頑張らないようにしましょう。
- ・ こちらに非があるかどうかわからなくても、まずお詫びをします。その際、全面謝罪は避け、不快な気持ちにさせてしまったことへの謝罪に留めます。
- ・ 上司の立場の人は部下の教育に努める旨を伝えます。

◆やってはいけない！NG対応◆

- ・ 形だけの謝罪のみで今後の改善が望めないと思われる対応
(例)
「こちらの電話応対者の対応が悪く、申し訳ございませんでした」
- ・ 部下や同僚をかばうような発言
(例)
「そんなことを言うはずがありませんが」
「お客様にだけそのような態度はとっておりません」

3. こんな時どうする？

<無言電話や電波状況などで相手の声が聞こえない時>

- ・恐れ入りますが、お電話が遠いようでございます。
- ・電話の調子が悪いようですので、恐れ入りますが、一旦お電話を切らせていただきます。
(電話番号がわかる場合)
こちらから折り返しお電話を致します。

<商品に関係のない話（いたずら電話含む）の時>

- ・恐れ入りますが、こちらは商品に関するお問合せの窓口でございます。商品に関係のないお話のようですので、お電話を切らせていただきます。
- ・恐れ入りますが、どちらにお電話をいただいておりますでしょうか？
こちらは〇〇会社お客様センターでございます。



お客様が商品の話をしている限りは電話を切ることはできませんので、その際は丁寧にお話を伺いましょう。そして再度タイミングを見計らい、「商品に関係のない」「電話が混みあっている」等と伝え、電話を切りましょう。

※「お待ちのお客様がいらっしゃいますので、電話をお譲りいただけませんかでしょうか」というと、お客様主導で電話を終わらせる形となるため、スムーズな幕引きが出来る場合が多いです。

※「切らせていただいてもよろしいでしょうか？」と質問形にすると「切らないで」と言われ、電話を切れなくなってしまいます。いたずら電話の場合は、強引なようでもタイミングを見計らって電話を切りましょう。

※ 常連の方の場合、「商品に関係のないお話のようですので」というフレーズを聞くと、それまで関係ない話をしていても突然商品の話に戻ることがあります。この場合、しばらくするとまた関係ない話に戻りますが、電話を切るタイミングは再度見計らうことになります。注意しましょう。

＜商品に関係の無い話（個人的な質問）の時＞

- ・ 年齢や趣味など個人的なことを聞かれた場合
→ 個人的な質問につきましてはお答えいたしかねます
- ・ 苗字だけではなく名前を聞かれた場合
→ ○○（苗字）は私1名でございます。フルネームはご容赦ください。

＜長時間にわたる電話（1時間以上話していて繰り返し同じ話をされる）の時＞

- ・ その件に関しましては、先程より十分にお話を伺いました。
 - ・ 恐れ入りますが、失礼いたします。
 - ・ 恐れ入りますが、お電話が混み合って参りました。このへんで失礼いたします。
- （注）頻繁に電話をいただく方など特別な場合のみで、通常は使いません



自分がどんな電話に対応しているかをまわりの人に知らせるために、お客様の言葉を復唱しましょう。
そして、まずは上司や周囲の人からアドバイスを受けるとよいでしょう。



第4章 お客様相談室マネジメントの基本

企業は、消費者に関わる法律の改正等を踏まえて、お客様相談室の機能向上を推進し、「企業の社会的責任」を果たしていかななくてはなりません。不十分なお客様対応は、商品・サービスそのものの不満を増幅させるだけでなく、企業イメージや信頼性を低下させてしまうことにもつながり、その影響は計り知れません。お客様からのお申し出には、迅速かつ的確に対応し、解決していくことが求められます。

お客様から寄せられるご意見やご指摘等は、裏を返せば、企業に対する期待の表れでもあり、さらに商品・サービスへのヒントにつながるものでもあります。お客様対応部門は、お客様から直接伺うご意見やご指摘等を通じ、お客様視点に立って課題を発見するとともに、その情報を経営層や関連部門に伝え、改善提案へ繋げていく役割も担っています。

1. 消費者基本法に明記された事業者の責務と義務

【事業者の5つの責務】

- ① 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること
- ② 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること
- ③ 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること
- ④ 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するための必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること
- ⑤ 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること

【事業者の努力義務】

事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

●「消費者の権利」●

消費者の権利は、1962年、アメリカのケネディ大統領による「消費者の利益の保護に関する特別教書」で初めて明確化されました。

この中では、

- ・安全の権利
- ・知らされる権利
- ・選ぶ権利
- ・聞いてもらう権利

の4つの権利がうたわれました。

■商品・サービス改善の仕組み作り

お客様から寄せられる様々なご意見やご要望は、企業にとっては重要な情報であることが少なくありません。いただいたご意見やご要望をお客様からの「贈り物」と捉え、企業において戦略的に商品・サービスの改善に活用する仕組みが重要となります。

【お客様から積極的にご意見・ご要望が寄せられる環境づくり】

商品・サービスに対して不満を持ったとしても、企業の窓口には不満を申し出てくださるお客様は限られています。多くのお客様は不満を持ったら、商品・サービスを他の企業で求めるようになります。従って、申し出ていただくための連絡先（コールセンターや相談室）を明示するなど、まずは窓口を明確化し、申し出ていただきやすい環境を整えておく必要があります。

【迅速かつ的確なご指摘対応】

お客様からのお申し出の内容を的確に把握し、迅速に対応することが求められます。そのためには、お客様の話をよく聴き、お気持ちを理解できること、つまりコミュニケーションスキルが大変重要となります。各企業で情報共有や研修を行うなど、コミュニケーションのスキルアップや効率化を行える仕組みを整えておくことも重要です。

【原因究明へ向けた取組み】

ご指摘となった根本的な原因を探ることが重要です。原因をしっかりと把握しておかないと、再び同じご指摘事項が発生してしまう恐れがあります。いただいたお客様のお声を、適切な部署に情報連携できるような仕組みを作っておくことが求められます。

【再発防止・未然防止へ向けた改善取組み】

原因が判明したら再発防止や未然防止へ向けて改善を行うことが大切です。再発防止とは、原因に対応し同じご指摘事項が発生しないよう対策を講じることです。また、ご指摘はなくても、お客様の様々なお申し出から将来発生するご指摘事項の可能性を見出し、未然防止に向けて改善を行うことが求められます。

2. 相談室の職場環境の整備

担当者の心のケアも含めて環境を整備します。

- 快適なオフィス環境（採光・室温・換気・禁煙など）
- 適度な静けさ（周囲の声、機械の騒音等がお客様に聞こえない）
- コンピューターによる情報管理（対応支援システム・情報解析システム）
- バックアップ体制（上司からの適切な指示を受けることができる）

気分を切り替える為の工夫も必要です。

- 専用の休憩室を設ける
- 席替えをする
- 観葉植物を置く



3. お客様対応の流れ（例）

【基本的な流れ】	【基本対応】
受 付 (入電ルート) ① フリーダイヤル ② ダイヤルイン ③ 代表電話（交換・転送）	★社名・所属・担当者名を名乗る ★電話をいただいたことに対し、お礼を述べる ★お客様情報を確認する (氏名・電話番号・住所など) ※こちらの番号がダイヤルイン・代表電話の場合は、お客様の意向を伺いかけ直す (通話料がお客様負担となっているため)
申し出内容の判断	★お客様の話を最後までよく伺い、事実を把握する ★お申し出内容は漏らさず記録する ★ご要望を理解し、正当性を判断する ★適切なあいづちや復唱を行い、お客様が話しやすい環境を作る
対 応	★対応手段を決定し、ご了承を得る 電話説明 ご質問には、即答を基本とする 送付依頼 送付方法を伝える 訪問・来店対応 ・訪問時に必要な情報を確認する ・ご来店に必要な情報を伝える
終 了	★約束を確実に果たすことを伝える ★貴重なご意見やお時間をいただいたことに対して、お礼を述べる ★最後にもう一度名乗る ★お客様が切られたことを確認してから、こちらの電話を丁寧に切る

【対応のポイント】 (迅速・誠実・お客様の立場で)	あなたの対応を 具体的に 考えてみましょう
☆速やかに電話に出る ※呼出音 2 回以上・転送の場合は、まず 「お待たせいたしました」と申し上げる ☆お申し出の内容が確認できない場合は、必要 に応じ適切な段階で確認する ☆かけ直す場合は、担当者名（自分の名前）を ハッキリ伝える	
☆自分勝手な思い込みで判断しない 曖昧な知識、お客様の言葉使い（言い方）等 ☆話の腰を折らない ☆事実（特にご指摘の内容）と要望とを区別 する	
☆曖昧な返答はしない ☆質問をしながら事実を把握し、対応方法を 徐々に具体化する ☆言葉のキャッチボール（会話が双方向になる よう心がけ、事実の背景まで汲み取って話を 進める） ☆即答できない場合は、改めてご連絡する ☆回答に時間がかかる場合は、時間の目安を お知らせする ☆約束の時間に対応できないときは、途中経過 をお知らせする ☆電話対応者が訪問しない場合は、訪問者から 連絡する旨を伝え、訪問日時の確約はしない	
☆状況に応じた、心に残るフレーズを添える	

【参考資料】

1. 言葉の使い方例

お客様に対して、正しい表現を使いましょう。

<挨拶>

- ・おはようございます（朝の時間帯）
- ・お忙しいところ、お時間（お電話）をいただきまして、ありがとうございました
- ・失礼いたします
- ・おかげさまで
- ・お尋ねいただきありがとうございました

<話を促すとき>

- ・いかがなさいましたか
- ・それでは、～ということでございますか／ございますね

<行動するとき>

- ・伺います
- ・承ります
- ・お聞きいたします
- ・お受けいたします
- ・承知いたしました

◆クッション言葉◆

クッション言葉＋依頼形にすることで受け入れてもらいやすくなります。
依頼・質問をする時や、相手にとって不都合なことを伝える時に使うと、
やわらかな表現になり、クッションのような役割をしていることから、
クッション言葉と呼ばれています。

例) 恐れ入りますが、〇〇していただけますでしょうか？

<依頼するとき> (*)

- ・恐れ入りますが
- ・ご迷惑とは存じますが
- ・ご面倒ですが
- ・恐縮ですが
- ・お手数をおかけしますが
- ・お手数ですが
- ・申し訳ございませんが
- ・よろしければ
- ・お差し支えなければ

<質問するとき> (*)

- ・恐れ入りますが
- ・失礼ですが
- ・お差し支えなければ

<相手にとって不都合なことを伝えるとき>

- ・あいにくですが (*)
- ・せっかく～ですが
- ・たしかに～ですが
- ・お話はよくわかりましたが
- ・おっしゃる通りですが
- ・最善を尽くしておりますが
- ・努力はしておりますが
- ・誠に申し上げにくいのですが (*)
- ・申し訳ございませんが (*)

(*：よく使われるクッション言葉)

◆マジックフレーズ◆

“感謝” “共感” “謝罪” の言葉のことです。

これらの言葉はお客様の心に直接届き、お客様の気持ちをプラスに動かす力があります。言葉の引き出しを増やし、色々な言い回しでこちらの気持ちを丁寧に伝えましょう。

<感謝>

- ・ありがとうございました
- ・おかげさまで
- ・ありがたく思っております
- ・うれしく思っております
- ・貴重なご意見ありがとうございました
- ・ご協力感謝いたします
- ・今後の参考にさせていただきます

<共感>

- | | |
|---------------------|--------------|
| ・おっしゃる通りでございます | ・はい、確かに |
| ・ご指摘はごもっともでございます | ・そうでしたか |
| ・あらためて気づかされました | ・ご心配でございますね |
| ・深刻な状況が伝わって参ります | ・ご事情お察しいたします |
| ・さようでございますか／ございますね | |
| ・それはご心配（お困り）でございますね | |
| ・お客様のご意見、真摯に受け止めます | |

<謝罪>

- | | |
|--------------------------|--------------|
| ・申し訳ございませんでした | ・深くお詫び申し上げます |
| ・ご迷惑をおかけしました | ・大変失礼しました |
| ・お詫びの言葉もございません | ・私どもの力不足で |
| ・いたりませんで | ・お手数をおかけしました |
| ・お役に立てず申し訳ございません | |
| ・誠に申し上げにくいのですが | |
| ・私どもの不行き届きでございます | |
| ・ご迷惑をお掛けいたしまして申し訳ございません | |
| ・何とかご期待に添えるようにと努力したのですが | |
| ・今後このようなことがないよう十分注意いたします | |
| ・ご面倒をおかけする結果となり心苦しい限りです | |
| ・お客様のご期待に応えられず、残念に思います | |

2. 発声練習＜あいうえおの歌＞

ボイストレーニングによく使われている歌です。
声に出してみると、五十音のうち、自分の苦手な行がチェックできます。

水馬（あめんぼ）赤いな。ア、イ、ウ、エ、オ。
浮藻（うきも）に小蝦（こえび）も泳いでる。

柿の木栗の木。カ、キ、ク、ケ、コ。
啄木鳥（きつつき）こつこつ枯れけやき。

大角豆（ささげ）に酢をかけ、サ、シ、ス、セ、ソ。
その魚（うお）浅瀬（あさせ）で刺しました。

立ちましょ、喇叭（らっぱ）で、タ、チ、ツ、テ、ト。
トテトタッタと飛び立った。

蛞蝓（なめくじ）のろのろ、ナ、ニ、ヌ、ネ、ノ。
納戸（なんど）にぬめって、なにねばる。

鳩（はと）ぽっぽ、ほろほろ。ハ、ヒ、フ、ヘ、ホ。
日向（ひなた）のお部屋にや笛を吹く。

蝸牛（まいまい）、螺旋巻（ねじまき）、マ、ミ、ム、メ、モ。
梅の実落ちても見もしまい。

焼栗、ゆで栗。ヤ、イ、ユ、エ、ヨ。
山田（やまだ）に灯（ひ）のつく宵（よい）の家。

雷鳥（らいちょう）は寒かろ、ラ、リ、ル、レ、ロ。
蓮花（れんげ）が咲いたら、瑠璃（るり）の鳥。

わい、わい、わっしょい。ワ、ヰ、ウ、エ、ヲ。
植木屋、井戸換へ（ゐどがへ）、お祭りだ。

※北原白秋作「あいうえおの歌」（正式題名は「五十音」）
＝第4童謡集「祭の笛」に収録

<執筆者>

伊藤 美砂	(株)資生堂
影田 明日香	(株)タカキフードサービスパートナーズ
齊藤 裕美	サントリーパブリシティサービス(株)
佐々木 美幸	第一生命保険(株)
鈴置 由紀恵	日新製糖(株)
土江 里江子	アロン化成(株)
土屋 ゆかり	ライオン(株)
豊田 直美	雪印メグミルク(株)
永野 晶子	資生堂ジャパン(株)
廣瀬 奈加子	サントリーウエルネス(株)
山口 薫	タカナシ乳業(株)
山下 みどり	日本ハム(株)
山本 晶子	タカナシ乳業(株)
吉川 育恵	西川産業(株)

お客様対応マニュアル(2017年改訂)

発行：一般社団法人 日本ヒープ協議会
〒151-0053 東京都渋谷区代々木2-30-4 C-002
TEL 03-6869-0428
E-mail : heib-jimukyoku@heib.gr.jp
発行日：2017年3月31日
禁無断転載・複写