

攻めるオーナー経営者のための

NIKKEI  
**TOP**

日経トップリーダー  
**LEADER**

2014年5月1日発行(毎月1日発行) 第356号 1984年11月22日第3種郵便物認可

**5**  
2014

**30<sup>th</sup>**  
NIKKEI  
TOP LEADER

**特集**

# 大クレーム時代を 乗り切れ

トップの覚悟が会社を救う

**特集**

## 絶対積極の経営

中村天風、社長を励ます

CASE STUDY



門外不出！クレーム集

- オム印刷サービス向

HOME > クレーム集

お客様からいただいた、貴重なクレームの数々

当社がご提供するサービスの、そのひとつひとつには歴史があります。サービス品質の向上に取り組むにあたり、お客様からいただく貴重なご意見は非常に大きな指針となっています。ここでは、そのいくつかをQ&A形式でご紹介します。

CASE 06

ボトル型ガム容器に貼るラベルの注文を頂き、1週間の接着テストの後、ラベルを作成し納品させて頂きました。数日の内は問題は起きなかったが、時間が経過するとともに数枚のラベルが割れてきた。

対応策

作成にあたりもともと粘着の強い糊を選定していたが、それでも容器との相性が悪かった。改善策として、さまざまなメーカーの糊の接着耐久テストを行い容器に合ったさらに強い糊を使用することで、問題解決につながった。

# あえて公開し、対応力を示す

オム印刷 松本恭宣 たかのぶ 社長 ● 印刷業

オム印刷では、「門外不出！クレーム集」と題して、自社のホームページでクレームの内容と対応策を公開している

クレームを生かすには、起きた現実から目を背けない風土をつくる必要がある。同時にしっかり対応できることを社内外に示し、信頼度を高めていく。

大阪府堺市の印刷会社、オム印刷は、ホームページで実際のクレームの内容とその対応策の一部を公開している。

オム印刷は、商品やパッケージに貼る品質保証や使用上の注意などを記載したシールの印刷を手掛ける。取引先は家電メーカーやサツメーカー、化粧品メーカーなど多岐に渡り、大手も多い。「印刷業はクレーム産業と言われるように、ちよつとした色のむらなどがあればすぐクレームにつながる。だから対応に力を入れてきた」と松本恭宣社長は語る。

オム印刷は自社のホームページ

で「門外不出！クレーム集」と題

し、7件の事例とその対応策を社外に紹介している。例えば、「ボトル型ガム容器に貼るラベルの注文を受け、1週間の接着テスト実施後に導入したものの、しばらくしていくつかの容器でシールがはがれた」という内容を掲載。併せて「シールに合う粘度の強い糊を探して耐久テストをした後、納品し直した」といった対応策を披露している。クレームを公開する姿勢は徹底しており、2〜3カ月に1回ペースで、情報を更新する。

## 反対を押し切って公開

松本社長がホームページでクレームの内容を掲載し始めたのは2年ほど前。会社としての信頼性を高めたいと考えたからだ。「クレームが起きるのはある程度

仕方がない。それを隠さず、1件1件にしっかり対応していることを含めてオープンにすれば、クレームから逃げない会社と信用してもらえらる」と松本社長は強調する。

クレームの公開に当たっては、社内から「自社の恥をさらすことになるので、やめたほうがいい」という声も挙がった。それでも松本社長は、「ありのままを知ってもらう上で対応力をアピールしたほうが最終的には評価される」と判断し、実行に移した。

松本社長の狙い通り、ある顧客がホームページのクレーム集を見てオム印刷の対応力を評価。パソコンなどの配線コードを束ねるシールの新規受注につながった。

