

# 顧客の声を共有することで社内コミュニケーションが活発化。商品づくりにも反映。 ごと株式会社（長崎県五島市）

カテゴリー  
A(3)

## 取組の背景・課題 – 社内に顧客からの声が蓄積されていた

- 「五島から、日本を元気にする企業を目指す。」を企業理念に2006年に設立。福江島で食品の製造加工から販売まで手がけており、「五島の鯛で出汁をとったなんにでもあうカレー」をはじめとするレトルト加工事業、五島列島で栽培しているサツマイモ「ごと芋」を使用した冷凍焼き芋やスイーツへの加工事業、おみやげ・カフェ店舗運営等を展開している。
- もともとコールセンター業務は全て外注していたが、受注管理の担当部署から発展した「お客様サービス部」に直接寄せられた声や、商品に同封したはがきで寄せられた声が蓄積されていた。

## アクション A(3) 届いた声を無駄にしない工夫、声を商品・サービス開発に反映

### 顧客の声を共有することで、互いの知識を向上、社内コミュニケーションが活発化。

- 顧客からの声は、問い合わせ（電話・メール）や商品に同封したアンケートはがきで収集。ピックアップして随時社内に共有している。特にはがきで寄せられた声は社員のモチベーションアップにつながっている。
- 繁忙の状況にもよるが、2週間に1回程度、クレームの内容や対応ぶりなどを打ち合わせて改善検討を行っている。製造現場と検討を行う中ではじめて知るようなこともあり、互いの知識向上や社内コミュニケーションの活発化につながっている。
- また当社では、SNSでの情報発信はお客様サービス部とは別の広報担当部署が行っているが、投稿へのコメント等、顧客対応に関する部分は連携をとりながら進めている。

### 顧客の声を受けて商品の改善につながった事例にはどのようなものが？

- 焼き芋の商品パッケージは真空状態がいいと思い販売していたが「カチカチで開封しづらい」という顧客の声を受け見直した。調査の結果、安全性や品質に影響がないと判明したため、現在は少し空気が入ったパッケージとしており、顧客からも「開けやすくなった」と評価を得た。
- どの畑で採れた芋かわかるよう商品パッケージに記載しており、以前は賞味期限の横に畑の番号で示していたが、数字が多く紛らわしいという声を踏まえ、アルファベット表記に変えた。

### 今後の展開は？

- 顧客の声は、現在は社内での活用が中心だが、はがきで寄せられた声は顧客の生の声としてオンラインショップでの掲載等もしていきたいと考えている。
- また、SNSへのリアクションもできるだけ早くできるような体制を整えていきたい。

### 取組効果

- 社員のモチベーションアップ、社員の知識向上や社内コミュニケーションの活発化。
- 顧客の声を踏まえて商品を改善し、顧客からも好評価。



ごと芋  
真空パック（左）から  
空気入りのパッケージ  
（下）へ



（画像） 同社オンラインショップより

## ごと株式会社

<https://nagasakigoto.co.jp/>

所在地：長崎県五島市

従業員数：38名（2022年1月現在）

（公表日：2022年3月14日）