

顧客の声は経営層と現場で共有し、必要があれば他社とも連携して対応

～ 一体型キャップの導入

高橋酒造株式会社（熊本県人吉市）

カテゴリー
A(2)(3)
B-1(4)

取組の背景・課題 – 「プルトップキャップが開けづらい」、「異物混入の恐れがある」という根強い指摘があった

- ・当社は明治33年創業の球磨焼酎の蔵元。オンラインショップや直販を除いて商品の多くは飲食店や小売店での販売を通じて顧客に提供しているが、問い合わせ対応等で顧客との直接の接点も多い。
- ・現在では多くの焼酎メーカーがバックタイプの焼酎を販売しているが、かつては引っ張って開栓するタイプのキャップ（プルトップキャップ）が多く、当社にも「開けづらい」という声が寄せられていた。また、うまく開かずの一部が破片となりパック内に入る恐れもあり、「異物が混入している」というクレームにつながる可能性もあった。

アクション A(2)(3) 関連部署へ声を届ける仕組み、届いた声を無駄にしない工夫、商品・サービスへの反映、B-1(4) 外部資源の活用、連携

自社製造部門で検討をはじめ、顧客の利益を第一に他社も巻き込んで改善を検討

～ 一体型のキャップを導入

- ・自社の製造部門で対応を検討していたが、プルトップキャップは多くの焼酎メーカーが採用しており、顧客にとってどの酒造会社の商品を選んで生じうる不満だった。
- ・業界共通の課題として、顧客の利益を第一に他社も巻き込んで改善を検討。その結果、一体型キャップを採用することとなり、今では多くの焼酎メーカーが採用している。

顧客の声は社内ではどう共有されているのか？

- ・問合せか指摘か、自社の問題か顧客の手違いか、味・不具合といったリアルタイムで対応が必要なものの可否か等で整理。リアルタイムで対応が必要なものは即時に担当部署につなぎ、それ以外のものについては週ミーティングや月報等で社内には共有している。
- ・顧客の声は年間約1000件寄せられるが、そのうち指摘については全て経営層にも「書面」で報告している。

顧客の声に接する上で気をつけていることは？

- ・同じ案件で同じ対応をしても顧客の納得感に温度差があるなど、顧客対応は十人十色。相手のことをしっかり聞いて対応することを第一としている。
- ・クレームに対しては自宅に訪問することもあるが、まずは感謝の気持ちを伝えるようにしている。その後、指摘を確認して改善し、よりよい関係を築いていきたいという姿勢で対応している。
- ・顧客対応窓口は、顧客の声を企業・経営者に伝え、改善内容を顧客に伝え、というように橋渡しの仕事として意識しながら取り組んでいる。

取組効果

- ・今では一体型のキャップが業界の主流になり、メーカーを超えて顧客の安心と満足を実現している。

顧客の声を踏まえて改良された一体型のキャップ 現在では多くのバック焼酎で採用されている



〔パッケージ画像〕
同社オンラインショップより



ポイント

- ・書面できちんと経営層まで情報をあげることで、他社との連携も適切に判断
- ・顧客の満足を第一に、業界共通の課題には連携して対応

高橋酒造株式会社

<https://www.hakutake.co.jp/>

所在地：熊本県人吉市

従業員数：76名（2021年12月現在）

〔公表日：2022年3月14日〕