

令和6年度「BtoC市場の好循環推進セミナー」 開催報告（1/2）

- 九州経済産業局では、BtoC市場において、顧客（消費者）との適切なコミュニケーションを通じて顧客と共に成長を目指す企業の取組事例を紹介するセミナーを開催しています。
- 令和6年度は「消費生活の変化に伴う消費者と事業者の円滑なコミュニケーションについて」をテーマに以下のとおり開催しました。

開催概要

日時 2025年1月15日（水）14:00～15:30
開催方法 オンライン【Microsoft Teams】
主催 九州経済産業局
後援 公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）

（参加申込者数 41名）

プログラム

・はじめに

「信頼できる消費市場」の好循環に向けて

九州経済産業局 産業部 消費経済課長 武田 裕子

・取組事例紹介

事例1 「幸せ貢献企業」になりたい -経営品質の活用-

トップ保険サービス株式会社

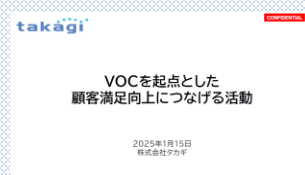
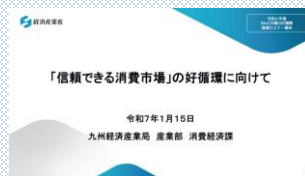
取締役 お客様サービス部 部長 笠井 浩二 氏

事例2 VOCを起点とした顧客満足向上につなげる活動

株式会社タカギ

お客様サービス本部 お客様サポート部 お客様サポート課

九州コミュニケーションセンター センター長 中園 春香 氏



参加者からのコメント

- ・SNS等のコミュニケーションツールが氾濫してくる中、人対人のコミュニケーションを重視した考えでコツコツと信頼関係の構築がなされていくのだと痛感した。
- ・新規契約者を増やすことに力を入れるのではなく、今の顧客を大事にする姿勢が新たな顧客へと繋がり、会社の発展につながっているのを感じた。
- ・顧客や社員の幸福が市場や社会全体を良くしていくという理念を、バックカスティングで徹底して実践していく姿勢に感服した。
- ・VOCによる情報収集をサービスに結び付けるスピード感のある仕組みなど参考になる点があった。
- ・コールセンターへの顧客からの問合せに対し、なぜその問合せとなったのか、その背景を検討するというのが一歩踏み込んだヒアリングへ繋がるという理念が大変参考になった。
- ・両社ともお客様以前に従業員を大事にされていると感じた。

（※セミナーアンケートより一部抜粋、加工）



トップ保険サービス(株)の皆様



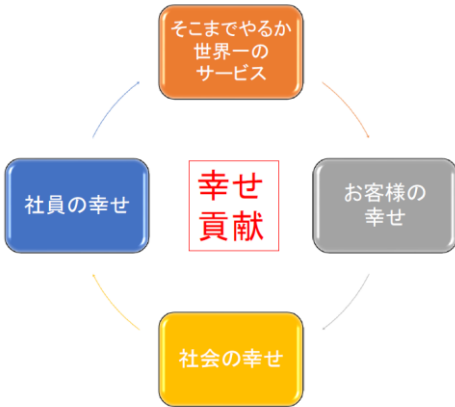
(株)タカギの新本社工場

セミナーでご紹介した取組事例のポイント

トップ保険サービス株式会社

『お客様本位を達成するための考え方と仕組み』こそが重要

- ＜考え方＞
- 1. 「顧客は誰か？を決める」（地域、法人、個人 等）
 - 2. 「その顧客が期待する価値は何か？」
 - 3. 「顧客価値を実現する社員を採用し、成長させる」
 - 4. 「顧客にとって価値のない事はしない」（キャンペーン、表彰、社内の売り上げ競争 等）
- ＜仕組み＞
- 1. 将来どんなお客様に囲まれていたいのかを議論
 - 2. 顧客をセグメントし、その期待、価値を議論
 - 3. 理念・ありたい姿の共有、顧客本位の人事評価、自立型組織



株式会社タカギ

コミュニケーションセンターを活用していかにして顧客と接点を構築し、その声を活かしているか

- ＜コミュニケーションセンターの取組＞
- ・テーマ/目標・・・お待たせしない仕組みづくり / 応対品質の向上 / お客様の声（VOC）の実現
 - ・VOCの重要性・・・お客様とのやり取りの中から真のお悩みを解決し、製品やサービスの改善/改良点までを聞き取る
 - ・VOC活動の概要・・・VOCの聞き取り → ランク付け → 社内配信・フィードバック → 関係部署で協議 → 全社展開

- ＜今後の課題＞
- ・メールやチャットでの対応が増える等、顧客接点が変わる中で、お客様から質の高いVOCをどうやって取り続けていくか
 - ・お客様からの声をいかにスピード感をもって事業活動に反映していくか

