

# お客様対応

## マネジメントシステム

当社は、お客様からのご相談やご不満に対して、全社として適切な対応が行えるよう、基本規程として「お客様対応基本規程」を定めています（ISO10002 / JIS Q 10002に準拠）。本規程は、本社CS企画室統括のもと、日本国内の当社および当社の商標を表示している製品を取り扱う関係会社のお客様対応に関する業務に適用しています。国内の対象事業場においては、お客様からの情報を経営に活かす仕組み「お客様マネジメントシステム」を構築し、定期的な自己監査の実施等でお客様対応の品質向上に努めています。また海外でも、「お客様対応基本規程」をベースに、各国／地域ごとの法制度に則り、ISOに準拠したマネジメントシステムを構築しています。

## 方針

### お客様満足（CS）の基本的な考え方

当社は創業以来、「お客様第一を基本に製品やサービスを通じて社会に貢献する」という経営理念のもと、CS向上に向け、世界中のお客様の暮らしを豊かにする商品やソリューション、サービスを提供しています。またカスタマーサービスは、創業者の言葉より伝わる「真のサービス」の理念に基づいて、誠実、正確、迅速を心がけ、謙虚な姿勢と感謝の念を持って対応し、お客様に信頼と安心、喜びを提供することを基本としています。

#### CS基本コンセプト（お客様満足の追求）

われわれ生産人として真の信用を勝ち得るには、製作部門たと販売部門たとを問わず、すべての点で需要者の求めるところに完全に合致し、十分に役立ち得る優良品以外は一品たりとも製作せず販売せぬ建て前とし、これを厳守することより他にない。単に製作の上のみにとどまらず、わが社製品に関しては、その流れ先まで慎重に留意、果たして需要者をして満足せしめ得たりしや、サービスに不親切なきや等の点まで進むところに、はじめて完璧を期し得られる。

松下 幸之助

昭和15年8月 優良品製作総動員運動を提唱  
（松下電器五十年の略史より）

#### サービス理念（真のサービス） お客様の喜びは私たちの喜び

##### 喜び、喜ばれる姿の中にこそ、真のサービスがある

商売にはサービスがつきものである。サービスをともなわぬ商売は、もはや商売ではない。その意味においては、サービスは商売人にとっての一つの義務とも言える。しかし、これを単なる義務としてのみ受けとり、仕方なしにやむを得ずやっているとしたら、これほど疲れることはない。こちらが疲れるだけでなく、お客様にもその“仕方なさ”が自然に通ってしまう。

サービスは相手を喜ばせるものであり、そしてまたこちらにも喜びが生まれてこなければならぬものである。喜び喜ばれる姿のなかにこそ真のサービスがあると言えよう。

松下 幸之助

昭和42年 PHP誌8月号

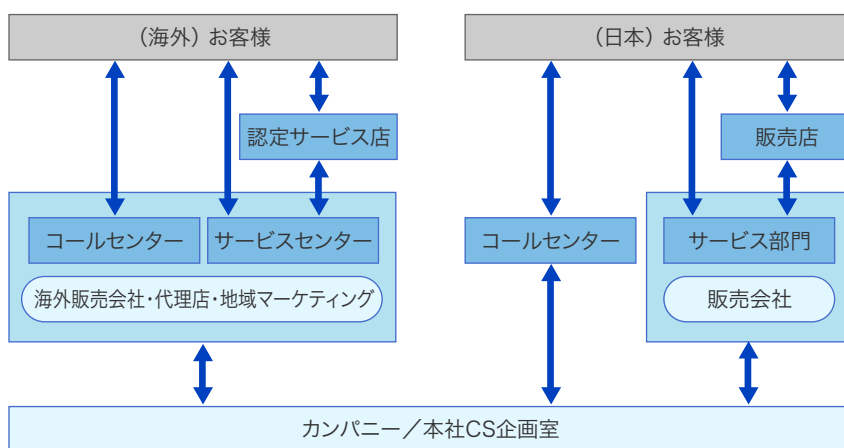
## 責任者・体制

当社のCS担当執行役員は、アプライアンス社 副社長の河野 明です。(2021年8月現在)

当社のCS活動は、本社CS企画室と5カンパニー(アプライアンス社、ライフソリューションズ社、コネクティッドソリューションズ社、オートモーティブ社、インダストリアルソリューションズ社)CS部門が連携し取り組んでいます。また海外においても世界各地の販売会社CS部門から現地のサービス・品質情報、お客様のご要望などの情報を収集し、製品品質や安全性の確保に努めるとともに、各市場のお客様のニーズに合わせた商品開発に取り組んでいます。

国内外のCSスタッフは、それぞれに蓄積した知識やノウハウを共有することで、世界各地で、より良いカスタマーサービスを提供できるよう努めています。

### お客様対応の仕組み (2021年8月現在)



## 問い合わせ対応体制

日本のお客様の商品購入前のご相談や、購入後の使い方に関するご相談は、「お客様ご相談センター」にて対応しています。お客様ご相談センターでは、365日9時から18時まで受けけるとともに、商品別の電話番号を用意し、電話がつながりやすく、的確・迅速なサービスを行える体制を整えています。

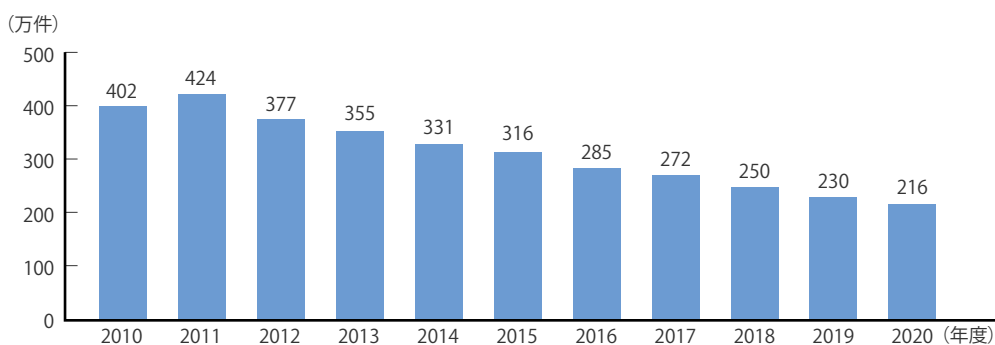
当社Webサイトからのお問い合わせでは、お客様が質問を入力すると、関連する複数のFAQ(よくあるご質問)を表示し、ご質問に迅速に対応できるよう努めています。FAQの内容については、お客様の検索キーワードや閲覧回数の分析により、必要とされる情報を迅速・的確に表示できるよう精度向上を図っています。

また、最近では、FacebookなどのSNSを通じて、季節の変わり目などに各種お役立ち情報を発信したり、LINEの自動応答サービスから関連のFAQへ誘導したりするなどの取り組みを行っています。

このように、お客様が「お客様ご相談センター」に問い合わせされる前に問題解決できるしきみを整えることで、「お客様ご相談センター」での相談件数は減少傾向にあります。

また、海外においては、国あるいは地域ごとに「コールセンター」を運営し、お客様の各種ご相談への対応や、修理受付を行っています。さらに、各国のWebサイトでもFAQを提供し、日本と同様に、お客様ご自身で問題を解決できる仕組みづくりに努めています。

### <お客様ご相談センター(個人のお客様向け)相談件数推移>※日本国内



## 修理サービス体制

日本の家電商品の修理サービスは、パナソニック コンシューマーマーケティング株式会社 内のCS社(修理・部品サービス部門)が担当しています。また住宅設備系商品は、パナソニック LS テクノサービス株式会社が担当しています。

これらサービス会社は全国にネットワークを設け、地域密着のもと高度な技術とノウハウを備えたカスタマーエンジニアが常駐し、お客様からの修理のご依頼に対して、「迅速・確実」な出張修理サービスを行っています。修理受付は24時間365日の体制を整備し、とくに生活必需品のトラブルについては一刻も早い修理サービスの提供に努めています。

[パナソニック コンシューマーマーケティング(株) CS社及び関連会社 サービス拠点数] 全国103カ所(2021年4月現在)

[パナソニック LS テクノサービス(株)サービス拠点数]

43カ所(2021年4月現在)

## 修理サービス窓口強化の取り組み

日本の家電製品では、お客様が修理を依頼される際の利便性向上を目的に、宅配便による修理品の受け渡しやWebサイトでの受付体制を整えています。

お客様が安心してWeb修理サービスを受けられるよう、お申し込みをする前にWebサイト上で修理診断ができます。修理診断では、お持ちの商品の品番を入力し、当てはまる症状を選択することで、お困り事の解決に役立つ方法をご案内します。修理が必要と診断された場合やお困り事が解決しなかった場合は、修理サービス料金の目安が確認でき、修理のお申込みまでできます。

## グローバルな修理サービス拠点

海外における修理サービスは、当社の販売会社或いは、販売代理店が運営するサービスセンターや、サービス認定店が担当しています。当社が商品を販売する全ての国や地域のお客様に満足いただけるよう、現地のお客様のニーズに合わせたサービスの提供を目指しています。また、お客様の利便性を考慮し、出張修理のみならずDoor-to-Doorで商品のお預かりと返却を行っている国もあります。

### 修理サービス拠点数(2020年度)

地域	修理サービス拠点数
日本※	146
北米	1,597
中南米	1,017
欧州・CIS	304
東南アジア・大洋州	1,789
インド・南アジア・中東阿	510
中国・北東アジア	3,694

※日本：パナソニック コンシューマーマーケティング(株)CS社及び関連会社、パナソニック LS テクノサービス(株)

## 法人向け事業のCS体制

### 住宅設備関連商品

照明、情報機器、電設資材、住宅設備・建材、そして太陽光発電・蓄電設備などのエネルギー関連商品に関する法人向けお問い合わせ窓口では、お得意先様(パートナー)からの施工や設置・設定でのお困り事を365日迅速に対応できる体制を整えています。

### 業務用機器

映像、セキュリティ、情報通信、自動車、産業空調など業務用機器分野では、各分野の販売会社がお客様のニーズに合った機器・システムのご提案から設計・施工、お問い合わせ、修理サービスに至るまで一貫してサポートし、CS向上に取り組んでいます。

## 業務用ソリューション

業務用ソリューションを担当する当社グループの販売会社や、当社商品の販売パートナー様によって、お客様ごとに異なるニーズを把握し、商品の事業戦略の実行や業務改善をサポートするソリューションをシステム構築、販売、施工、保守、修理、運用サービス、クラウドサービスまでトータルでご提供しています。

CS活動においてはご相談窓口、修理サービス、保守メンテナンスなどお客様との接点から信頼関係を構築し、お客様のお困り事に継続的なサポートを迅速に提供し、対応できる体制を整えています。

## 自動車用機器

自動車用機器については、当社グループ販売会社（パナソニック カーエレクトロニクス株式会社）が販売店様と連携を取りながら、当社製のカーナビゲーションなどのアフターサービスを担い、CS向上に取り組んでいます。

また、純正車載機器の供給にあたっては、カーメーカー様のご要望にお応えすべく、不具合品の早期発見・早期解決を実現する仕組みと体制を整え、スピーディーできめ細かなサービスを提供しています。

## 評価

### BtoB向けシステム・ソリューション事業におけるお客様満足度向上活動

営業提案から保守・修理まで、ソリューション事業におけるお客様との一連の接点業務について、お客様の当社に対する「期待と評価のギャップ」を定期的な満足度調査を実施することで確認しています。その結果に基づき、「向上取り組み計画策定→向上取り組み実施→進捗確認→満足度調査（評価）」のサイクルを回しています。商品企画、設計、技術、品質などの商品開発・製造部門、およびマーケティング、販売、施工、保守サービスなどのお客様サポート部門が連携し、調査の結果をBtoB向け商品やシステム・ソリューションの総合的な改善に活用することで、お客様満足度の向上に取り組んでいます。

## お客様満足度向上の取り組み

### 「消費生活アドバイザー」資格取得の促進

日本国内パナソニックグループでは、お客様志向の風土醸成を目的に、「消費生活アドバイザー」資格の取得を積極的に推進し、資格保有者は消費者志向経営を実践するリーダーとして活躍しています。

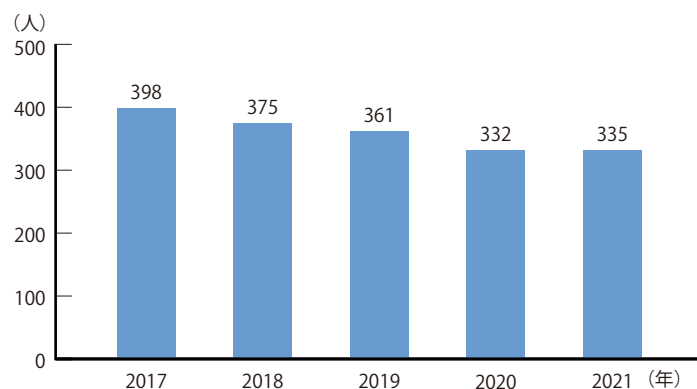
当社グループの資格保有在籍者数は、2021年4月1日現在で335名となりました。

#### 〔消費生活アドバイザー制度〕

内閣総理大臣および経済産業大臣の事業認定に基づく資格（審査・証明機関：一般財団法人「日本産業協会」）。消費者と企業や行政の架け橋として、消費者からの提案や意見を企業経営ならびに行政等への提言に効果的に反映させるとともに、消費者の苦情相談等に対して迅速かつ適切なアドバイスができるなど、幅広い分野で社会貢献を果たす人材を養成することを目的としています。

（一般財団法人日本産業協会ホームページより）

#### 資格者 在籍者数 推移(2021年4月現在)



### 「お客様月間」の取り組み

日本では、今後より一層お客様へのお役立ちが重要になっていると考え、社員全員が取り組みやすいように「お客様月間」を設定して、全社員のお客様志向の醸成に取り組んでいます。日本で定められた「消費者月間<sup>※</sup>」に合わせ、毎年5月に以下のような当社独自の施策を積極的に実施しています。

1. 社長メッセージ「お客様月間にあたって」を発信し、お客様月間の意義を全社員に徹底しています。
2. 日本国内当社グループ独自のお客様月間ポスターを作成し、全事業場に配布・掲示することで、お客様月間の啓発を行っています。
3. 日本国内当社グループでは「お客様月間記念シンポジウム」を、全事業場の消費者関連責任者をはじめ、関連部門責任者および消費生活アドバイザー資格保有者を対象に開催し、消費者志向経営の推進に取り組んでいます。2021年度は、外部講師による講演「私たちの選択が未来を変える～エシカル消費とSDGs～」をオンラインで実施しました。また消費者関連専門家会議(ACAP)から「第6回消費者志向活動章」を受賞したアプライアンス社ランドリー・クリーナー事業部 ランドリー技術部の取り組み報告「『読む』取説から『観る』取説へ“お客様目線”での取説改善取り組み」を共有し、日本国内当社グループのお客様視点での活動について理解を深めました。

※消費者月間

消費者保護基本法(消費者基本法の前身)が昭和43年5月に施行されたことから、その施行20周年を機に、昭和63年から毎年5月が「消費者月間」とされた。毎年5月には、消費者、事業者、行政が一体となって、消費者問題に関する教育・啓発等の事業を集中的に行っている。

### お客様の声の商品・サービスへの反映(VOC活動)

当社は、お客様の声(Voice Of Customer=VOC)をさまざまな方法で分析し、事業活動の改善に役立てています。

お客様の声には、「お客様ご相談センター」にいただいたご意見、セールスやお得意先様(パートナー)、ショールーム、サービス会社を通じて頂戴したお客様の声が含まれます。



分析結果は、商品企画・設計・技術・品質部門およびマーケティング・販売部門と連携しながら、商品開発や機能、品質、取扱説明書やカタログの改訂、営業活動などの改善に活用しています。

当社では、VOC活動を、お客様満足度向上のための当社の経営理念の実践と考へ、全従業員が全ての仕事の中で取り組むべき活動として推進しています。

<p><b>STEP1</b> お客様からのご質問・ご相談にお応えいたします</p> <p>毎日お客様から寄せられる電話や手紙などのご質問やご相談を、お客様ご相談センターでお応えしています。営業部門からも、セールスやお得先を通じてお客様の声を頂戴しています。</p>	<p><b>STEP2</b> お客様の声を確認します</p> <p>毎日お客様から寄せられる声を記録、データベース化し、分析をしています。</p>
<p><b>STEP3</b> お客様の声から改善点を検討しています</p> <p>お客様の声から、商品の使いやすさや取扱説明書の見やすさなどでお困りの状況を分析し、改善すべき課題を検討しています。</p>	<p><b>STEP4</b> お客様の声に学び、商品や説明書などを改善しています</p> <p>抽出された課題について、商品の開発や取扱説明書を作成している部門で検討会を開き、より良い商品やサービスを提供できるように取り組んでいます。</p>

海外では、NPS(顧客推奨度)調査や、修理後のアンケート調査により、顧客接点のひとつであるサービス認定店やサービス技術者に対する評価を行い、お客様対応の改善に取り組んでいます。

## 安全・安心にご使用いただくための啓発活動

社会貢献の一環として、日本全国の自治体や消費者団体にご協力いただき、各地で消費者啓発講座を開催しています。講座は「家電製品の上手な使い方」や「環境」「省エネ」「防犯対策」「防災対策」「空質環境」「介護」など消費者にとって関心の高いテーマに加え、その時々のお客様の疑問やニーズに沿ったテーマで構成し、楽しくわかりやすく学んでいただける啓発講座として多くの皆様にご参加いただいています。

ライフソリューションズ社では、環境や節電への意識の高まりを受けて、LED照明を使った「あかりのエコ教室」、太陽光発電の仕組みを学習する「エコと太陽光発電教室」、エネルギーの利活用を学ぶ「自然エネルギーの活用(創・蓄・省)教室」など、複数のカリキュラムを日本全国の小学校・中学校・高等学校で開催しています。2020年度は、オンラインでの授業形式も取り入れながら58校およそ3,800名が受講しました。

当社Webサイトでは、お客様に家電製品を安全・安心にそして環境にやさしい使い方でお使いいただくための情報を「家電情報ポケット」として提供しています。

### ▶家電情報ポケット

(リンク：<https://www.panasonic.com/jp/support/kaden.html>)

家電製品を安心して末永くご使用いただくための正しい使い方や製品別の安全点検項目、誤使用の事例を参考にした安全な使い方を紹介。お客様に安全に関する理解を深めていただく情報を提供しています。あわせて、製品別に消費電力を抑える家電製品の上手な使い方を紹介。節電・省エネルギーに役立てていただく情報も提供しています。

