

お客様対応

■ マネジメントシステム

■ 方針

責任者・体制

お客様満足度向上の
取り組み



マネジメントシステム

パナソニックグループは、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「お客様対応業務規程」を定めています(ISO10002 / JIS Q 10002に準拠)。本規程は、日本国内の当社グループ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、「お客様対応業務規程」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

当社グループは創業以来、「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」ことを目指し、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CS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)

お客様対応

マネジメントシステム

方針

責任者・体制

お客様満足度向上の取り組み

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

当社グループのお客様対応の責任者は、グループ・チーフ・テクノロジー・オフィサー（グループCTO）の執行役員です。（2022年8月現在）

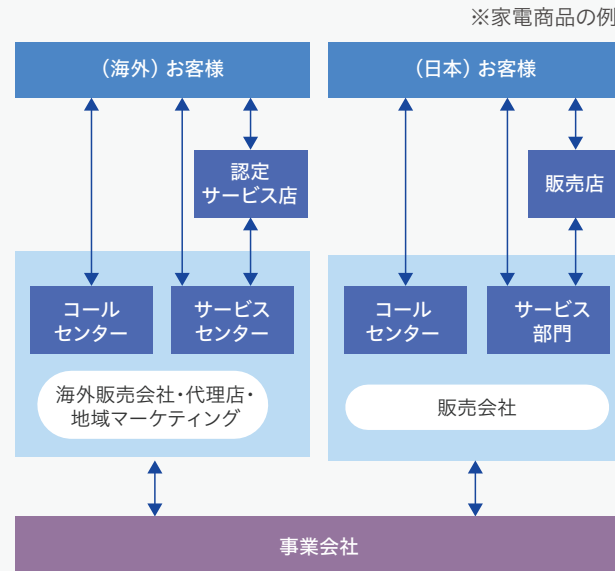
当社グループのCS活動は、8つの事業会社^(※)のCS部門が連携し取り組んでいます。また海外においても世界各地の販売会社CS部門から現地のサービス・品質情報、お客様のご要望等の情報を収集し、製品品質や安全性の確保に努めるとともに、各市場のお客様のニーズに合わせた商品開発に取り組んでいます。

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。

※パナソニック株式会社、パナソニック オートモーティブシステムズ株式会社、パナソニック エンターテインメント&コミュニケーション株

式会社、パナソニック ハウジングソリューションズ株式会社、パナソニック コネクト株式会社、パナソニック インダストリー株式会社、パナソニック エナジー株式会社、パナソニック オペレーショナルエクセレンス株式会社

お客様対応の仕組み（2022年8月現在）



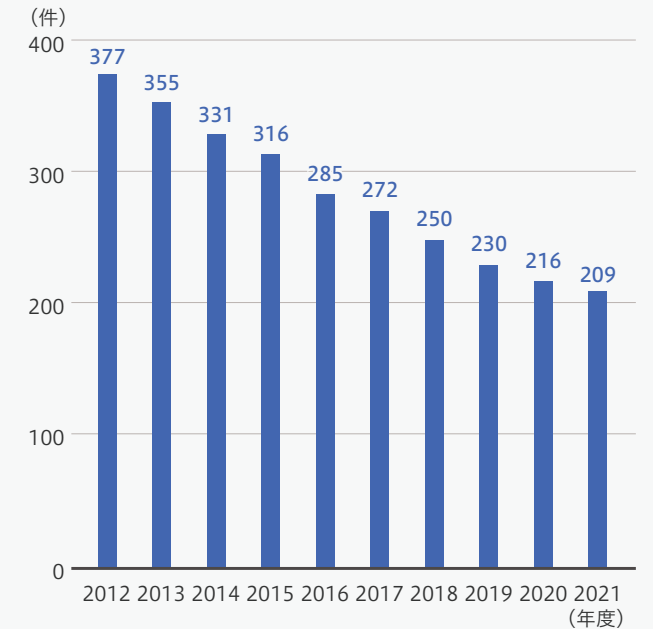
問い合わせ対応体制

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、日曜、祝日を除き月曜日から土曜日の9時から18時まで受け付けるとともに、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。また、住宅設備・建材 商品ご相談窓口は、365日受付しています。

当社グループ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、季節の変わり目等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仕組みを整えることで、「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相談件数推移(日本国内)



お客様対応

マネジメントシステム

方針

責任者・体制

お客様満足度向上の取り組み

■ 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 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社および、関連会社 サービス拠点数]

103カ所(2022年4月現在)

[パナソニック テクノサービス(株) サービス拠点数]

43カ所(2022年4月現在)

■ 修理サービス窓口強化の取り組み

日本の家電商品では、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、当社グループの販売会社或いは、販売代理店が運営する直営サービスセンターや、一定の基準を満たしたサービス認定店が、現地のお客様のニーズ・商習慣に合わせたサービスを提供しています。近年は、お客様に提供する修理サービス・お問い合わせへの対応を通じての体験価値向上を目指しての取り組みを各国で強化しております。更に多様化するお客様とのコミュニケーション手法への対応を強化しており、ソーシャルネットワーク上でのお客様とのコミュニケーションにも新たな手法で取り組んでおります。

修理サービス拠点数(2021年度)

地域	修理サービス拠点数
日本 [※]	146
北米	384
中南米	749
欧州・CIS	378
東南アジア・大洋州	1,775
インド・南アジア・中東阿	598
中国・北東アジア	3,358

[※]日本：パナソニック コンシューマーマーケティング(株) CS社および、関連会社、パナソニック 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・蓄電設備等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、産業空調等業務用機器分野では、各分野の販売会社がお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、当社グループ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、保守メンテナンス等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、当社グループ製のカーナビゲーション等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。

お客様対応

マネジメントシステム
方針
責任者・体制

お客様満足度向上の 取り組み

お客様満足度向上の取り組み

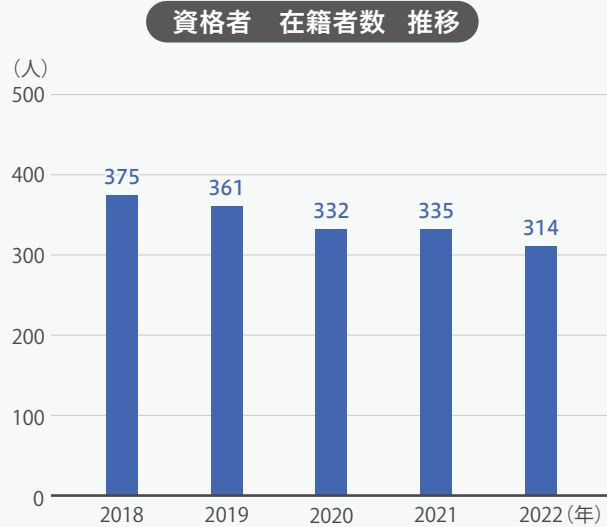
■「消費生活アドバイザー」資格取得の促進

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、2022年4月1日現在で314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)



■「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、当社グループ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[※]」に合わせ、毎年5月に以下のような当社グループ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(デジタルデータ)を作成し、全事業会社に配信、ポータルサイト・デジタルサイネージへの掲載等を行うことで、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、全事業会社の消費者関連責任者はじめ全社員を対象に開催し、消費者志向経営の推進に取り組んでいます。2022年度は、外部講師による講演「超お客様第一主義～お客様の声で自分を鍛えてくれる～」を実施し、お客様への向き合い方、現場の重要性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。



2022年度消費者月間ポスター

■お客様の声を商品・サービスへ反映する活動(VOC活動)

当社グループは、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

お客様対応

マネジメントシステム

方針

責任者・体制

お客様満足度向上の取り組み

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、営業活動等の改善に活用しています。当社グループでは、このようなVOC活動をお客様満足向上のためのパナソニックグループの経営基本方針の実践と考え、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。

STEP1 お客様からのご質問・ご相談にお応えいたします	STEP2 お客様の声を確認します
毎日お客様から寄せられる電話や手紙等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。	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。
STEP3 お客様の声から改善点を検討しています	STEP4 お客様の声に学び、商品や説明書等を改善しています
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。	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。

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」「介護」等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。

特に昨今の社会課題である「SDGs」や「環境」への意識の高まりを受けて、主に各地の自治体の環境部門を通じた「環境学習（啓発）」や、教育部門を通じた理科・総合学習分野の「出前授業」に取り組んでいます。いずれも「省エネルギー」や「自然エネルギーの活用」等をテーマに複数のカリキュラムで運営しています。2021年度の出前授業は、オンラインでの授業形式も取り入れながら90回およそ4,400名が受講しました。

[WEB](#) 家電お役立ち情報

<https://panasonic.jp/support/useful.html>

日本国内向け自社サイトで、電気の基礎知識、家電製品に関わる法規や処分（リサイクル）の他、家電製品の防災対策や自然災害発生時の家電製品取扱いの注意点等を紹介しています。



[WEB](#) 家電製品を安全にお使いいただくために

https://jpn.faq.panasonic.com/app/answers/detail/a_id/62005

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の他、実際にあった一般的な事例を題材に、お客様に安全に関する理解を深めていただく情報も提供しています。