

お客様の
「いきいき」の
ために

お客様との対話

お客様に良質の商品とサービスをお届けし、信頼とご期待にお応えできる企業であるために、お客様とのコミュニケーションを大切にしています。

お客様の「いきいき」のために

お客様相談室の役割と仕組み

お客様の声をデータベース化して商品とサービスに反映

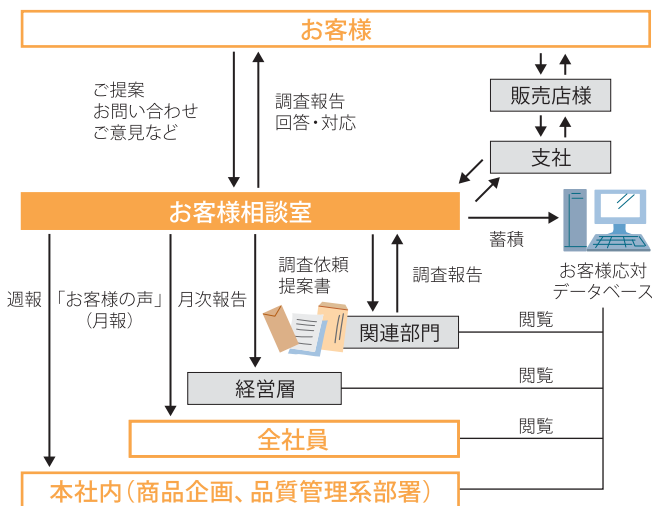
お客様相談室には年間約8,000件のお客様の声が寄せられています。内容は、商品の取り扱い店、賞味期限、原材料の原産地などに関するお問い合わせ、さらには商品に関するご指摘など、多岐にわたります。これらの声の一つひとつに真摯に耳を傾け、お客様と宝酒造をつなぐ懸け橋となるべく努めています。

宝酒造では、「消費者のいきいきは、私のいきいき」を行動規準にしています。このため、お客様の声は、すべてデータベースに蓄積し、個人情報保護した上で、全社員に公開することで、お客様のニーズに応える商品づくりとサービス向上につなげています。

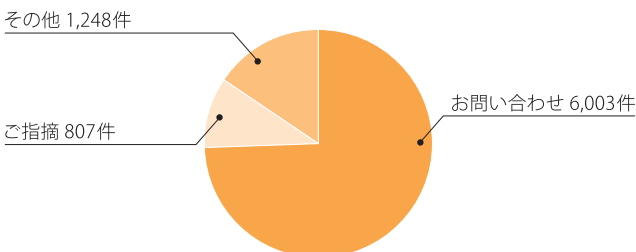
今後も、「誠実・迅速・確実」をモットーに、お客様に最適な対応で臨みます。

HP D: お客様相談室

● お客様対応の流れ



● お客様相談件数と内訳 2010年度 8,058件

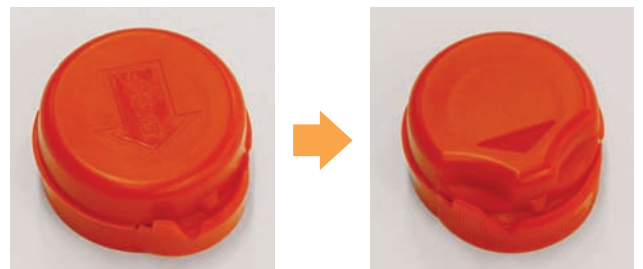


お客様の声を反映した改良事例

タカラ本みりん、タカラ料理清酒などのキャップをリニューアル

タカラ本みりん、タカラ料理清酒などのPETボトル調味料商品では、購入前の開栓を防止し、また使用後の分別リサイクルが簡単にできる機能をもったキャップを採用しています。このキャップに関して、お客様から「指がかけにくくて、うまく開封できない」とのご意見をいただいたため、形状を再検討し、開けやすい形に改良したものを2011年4月から導入しました。

あわせてラベルには開封方法をわかりやすく図入りで掲載しています。



従来品

改良品



ラベルに開封方法を記載



お客様相談室

お客様へのさまざまな情報提供

ホームページでお客様に役立つ情報を提供

宝酒造ホームページ内に「お客様相談室」を開設し、お客様からよくいただくご質問とその回答を掲載しています。また、ホームページ内にはお客様に役立つ情報として梅酒をはじめとするホームメイドリキュールの作り方や、調味料を使ったレシピ紹介など、各種コーナーを設置しています。

また携帯電話向けホームページを大幅に拡充し、手軽に、どこでも商品情報や料理レシピなどをご覧いただけるようにしました。また携帯電話のカメラ機能で読み込むだけでホームページにアクセスできる2次元コードを商品ラベルや新聞・雑誌広告などに掲載して、より利便性を高めています。

モバイルホームページアドレス：<http://takarashuzo.mjmk.jp/>



ホームメイドリキュールの作り方を紹介したホームページ

グループ会社の取り組み 宝ヘルスケア

お客様の「安全」「安心」に配慮

健康食品販売会社の宝ヘルスケアでは、お客様の声を反映し、飲み忘れ防止策を実施しています。

健康食品は毎日定量を継続して飲んでいただきたい商品ですが、お客様からは「つい飲み忘れてしまう」「量を間違えてしまう」という声が寄せられることがありました。そこで、1日あたりの量を記入して商品のキャップ部分に貼付する「継続応援シール」や、飲んだかどうかチェックできる「飲み忘れ防止カレンダー」を定期購入のお客様に配布し、飲み忘れ防止の一助としています。また1日の目安量が見やすいよう、商品ラベル正面に大きく表示する変更を順次行っています。



継続応援シール

飲み忘れ防止カレンダー