

# 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、全社として適切なお対応が行えるよう、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、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、製作部門たると販売部門たるとを問わず、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

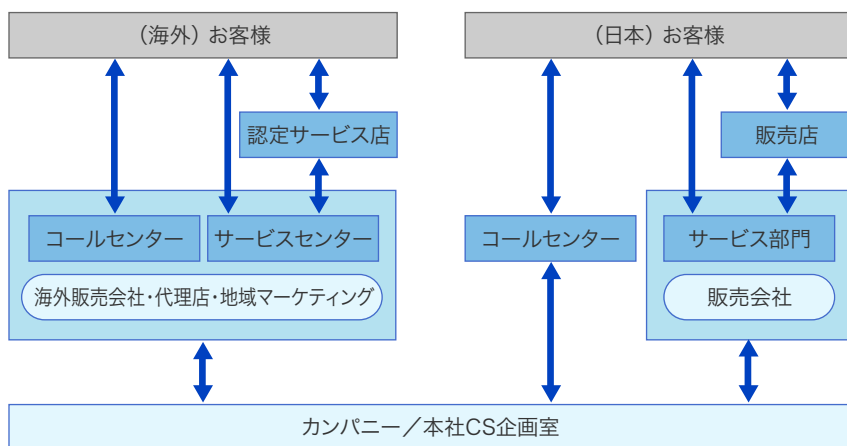
## 責任者・体制

当社のCS担当は、アプライアンス社 副社長の河野 明です。(2020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



## 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。

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。

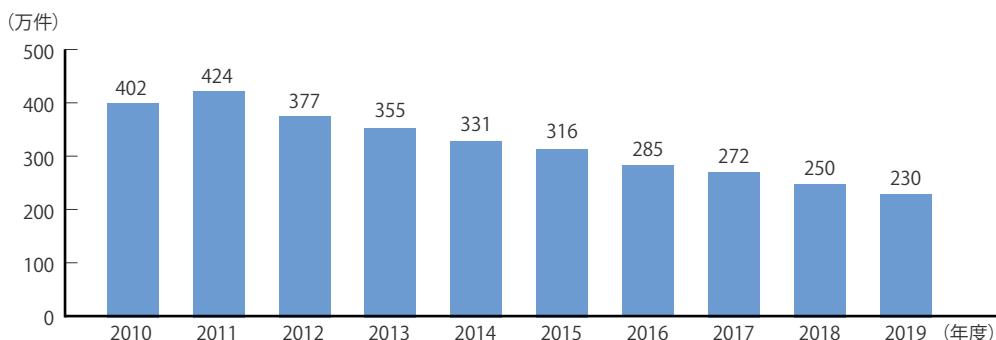
FAQの内容については、お客様の検索キーワードや閲覧回数の分析により、必要とされる情報を迅速・的確に表示できるよう精度向上を図っています。

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」に問い合わせら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>



## 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104カ所(2020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(2020年4月現在)

## 修理サービス窓口強化の取り組み

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。

また、デジタルカメラは新たにLUMIX GINZA(東京・銀座)を設け、修理相談・修理受付・クリーニングサービスを行う「LUMIXコンシェルジュサービス」を提供しており、総合的な相談体制を確立しています。

このように、ワンストップサービスを提供するなど、お客様のライフスタイルや生活シーンに合わせたサービスメニューの提供に積極的に取り組んでいます。



LUMIX GINZA(東京・銀座)

## 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(2019年度)

地域	修理サービス拠点数
日本	147
北米	1,250
中南米	1,000
欧州・CIS	550
東南アジア・大洋州	1,750
インド・南アジア・中東阿	500
中国・北東アジア	3,550

※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。

## 管理指標

サービス品質の高位平準化を目的にグローバル共通の管理項目を設け目標を設定し、定期的に達成度を測定し、その結果に基づき改善に取り組んでいます。また、サービスコストの適正化を目的に、新たな基準や指標づくりにも取り組んでいます。

## 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。