



あなたの「声」をみんなの「よかった!」に...

宣言! いずみ市民生協は、組合員の声に誠実・迅速・公平に対応し、声を事業全体の継続的改善に生かします!

みなさんの声をお寄せください! 記事の感想や商品・サービスのご要望等、お待ちしております!

「お声をいしゃくカード」で
配送担当者またはお店のサービス
コーナーまでお渡しく下さい。

組合員サービスセンターへ
0120-031-001

いずみホームページから
http://www.izumi.coop/



回答ありがとうございますの声

寄せられた声の回答を希望者には文書でお返しています。また、アンケートで回答に対する満足度評価をお聞きし、対応品質の向上や改善のとりくみにいかしています。今回、アンケートでご満足いただいた内容をご紹介します。

満足 「塩分表示」を見落としていました。もう少し丁寧に表示を見ます。

「塩分表示」見落としていました。お手数をおかけしました。もう少し丁寧にカタログ表示を見ます。いそがしい合間に記入して私のせいで…すみません。ありがとう!

河内長野市 個配利用組合員

組合員さんの声

カタログの中で「淡塩さば切身」と「氷温甘塩さば切身」があるのですが、どちらが塩分が高いのでしょうか。教えてください。

回答

どちらもうす塩味に仕立てておりますが、「淡塩さば切身 腹骨なし」は、塩分:約1.4%、「氷温甘塩さば切身(国産)」は、塩分:約1~1.5%となっております。大差はありません。なお、さばの塩分表示につきましては、商品案内に記載していますので、参考にいただければと思います。

コープさんさ 宅配商品部 森岡バイヤー (商務担当)

声の実現・改善

みなさんからいただいた「声」を実際に実現したり、改善したものを紹介します。

注文書記載の電話注文専用番号をわかりやすく改善しました!

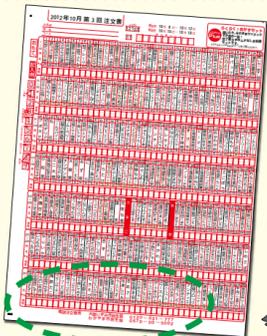
「注文書記載の問い合わせ先に電話したら、注文は別の番号に掛け直さずよう案内された」

※同様のおかけ間違いの電話が増えていることがわかりました。

原因 注文書の表面左側に電話注文専用の番号が載っていないことが影響していると考えられました。

変更 左下の問い合わせ先番号を、組合員サービスセンターから電話注文専用の案内に変更しました。(10月3回より)

電話注文専用	大阪いずみ市民生協	0120-031-777
	わかやま市民生協	0570-00-5002



ご注文・追加・取り直し **注文センター(0120-031-777)**
お届け商品や配送のお問い合わせ **組合員サービスセンター(0120-031-001)**までお願いします。

対応品質向上のとりくみ

(株)コンシェルジュ コールセンター事業部 笑顔・感謝・真心のあふれるセンターをめざして

(株)コンシェルジュ コールセンター事業部は、いずみ市民生協の総合受付窓口である「組合員サービスセンター」、電話でのご注文を承る「注文センター」のコールセンター業務と、配達時にお預かりした注文書の読取修正作業を受託運営しています。

組合員サービスセンター「コミュニケーター」が組合員さんからの電話に対応しています。

(株)コンシェルジュ コールセンター事業部では、お電話をかけてこられた組合員様との一期一会を大切に、「ご満足いただける対応」、「いつでも明るい声での対応」、「ご挨拶から真心をこめての対応」これら3つの方針を核に約120名のコミュニケーター全員で対応品質向上にとりくんでいます。

品質向上の重要な課題である案内間違いや応対へのおしかりについては、2度と同じ事案を起こさないためにニュースなどで事例を共有したり、ミスを防ぐためにどうすればよいのかコミュニケーターより意見を募集するなど、よりご満足いただける対応を全従業員で考え、実践しています。

また、適切な人材配置、教育・研修の充実を基盤に、つながりやすいコールセンターをめざしております。今後とも全従業員で、よりご満足いただける対応をめざして努力してまいります。お気づきの事がございましたらお気軽にお電話くださいますようお願い申し上げます。

統括センター長 植村 知佐子



声を実現・事業委員会のとりくみ

組合員の「声」を商品・事業に反映することを目的に、理事会の下に置かれている委員会です。委員は公募制です。寄せられた「声」を委員会が検証し、商品やサービスの改善に結び付ける活動を中心としています。

「数量限定企画」について 寄せられる組合員さんの声

「ほしくて注文しているのに、届かなくて困る」「抽選に外れてばかりでガッカリ」

検証のポイント

- 数量限定で抽選になる可能性が利用者に伝わっていないのではないか?
- 抽選結果は落選のみ案内されるため、当選が実感しづらいのではないか?

9/11

数量限定企画について、商品案内での情報提供、抽選方法、当落結果、当選率などについて学習し、利用者の「声」から見えてくる背景について話し合いました。



Q1. なぜ数量限定になるの?

A1. 大きく分けて2つの理由があります。

- ①原料事情や製法などの理由で製造数量に限りがあるもの
- ②在庫処分



Q2. 抽選は曜日によって不公平はないの?

A2. あらかじめ曜日ごとの組合員数に応じて限定数を配分しています。各曜日の注文数が確定次第、曜日ごとにコンピューターが無作為で当選・落選を判定しています。



Q3. 数量限定企画が抽選になる確率は?

A3. 8月1回~9月1回企画までの食品88企画について結果を調べました。全企画の19%が抽選で、残りの81%は抽選なしで全員の方にお届けしていました。抽選になった商品の平均当選率は45%でした。(現在品薄のパターンは約50%の当選率でした)



8月5回結果 (いずみ・わかやま)
限定数 3000
注文数 5807
落選数 2807
当選率 52%

Q4. 落選ばかりで当選したことがない?

A4. 数量限定企画の注文回数が増えていけば、当選経験のない人、落選経験のない人はいなくなる傾向がわかりました。

ただし、当選率の低い商品ばかり注文し続けると外れ続けることはあります。また、請求明細書では抽選時の結果を落選しか表示していないため、当選の事実が組合員さんに伝わりにくいこともわかりました。

104 北海道産アスパラガス	1	159
143 はちみつ(大)	1	158
182 ヨーグルト(濃厚)	1	158
284 朝のフレッシュ	1	399
409 国産にんにくの粒	1	105
431 じゃがいも(中)	1	100
827 チーズ(粒)	2	756
837 厚切のベーコン	1	178
898 限定マロン	2	178
960 限定マロン(大)	1	298
231355 限定マロン(大)	1	298
351 限定マロン(大)	1	483
限定マロン(大)	1	140

検証のまとめ

- ①「数量限定企画」が抽選になった時は、公平にコンピューターが完全無作為に抽選をしています。
- ②「数量限定企画」は、希少価値のある商品や、在庫処分のお買い得などの「お楽しみ企画」なので、抽選になる場合もあります。
- ③商品案内紙面の案内やお届け明細での表示は、企画の主旨や結果がわかりやすく伝えるように改善をすすめることになりました。

今回の検証を振り返って

今回、数量限定企画の抽選についての検証というテーマが上がった時、私は「ハズレてばかりで当たった事がなく、ぜひ抽選方法を知りたい!」と思いました。限定商品がどういったものなのか、抽選方法など聞いてみると、想像とは違っていました。人気商品は確率が低いものもありますが、抽選になる商品は2割程度…。それならなぜ私はハズレてばかりなの?と疑問に思い、過去の限定商品を見てみると、食べた事のある商品がいくつもある事に気づきました。明細書には落選はわかりやすく記入されているのに、当選に関しては「当選」という記載がありま

せん。私は当選した商品が届いても、限定だった事はすっかり忘れていて当選に気づいていなかったように。他の組合員さんでも同じような方がいらっしゃるのでは、と不安になりました。落選のお知らせばかりでガッカリする...との組合員さんの声から、これからは明細書に「当選」も記入を検討しようと思います。みなさんもぜひチェックしてください。

松原市 山本さん

