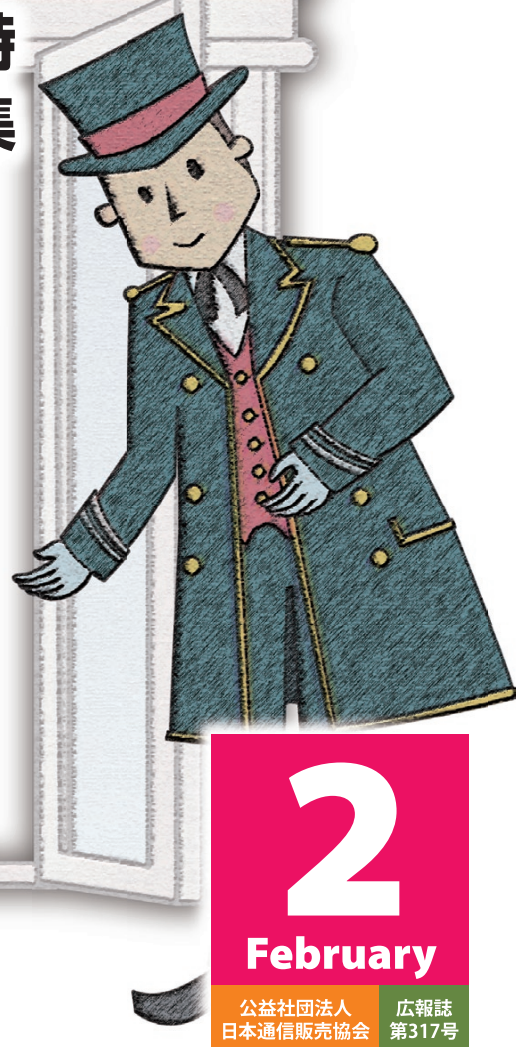
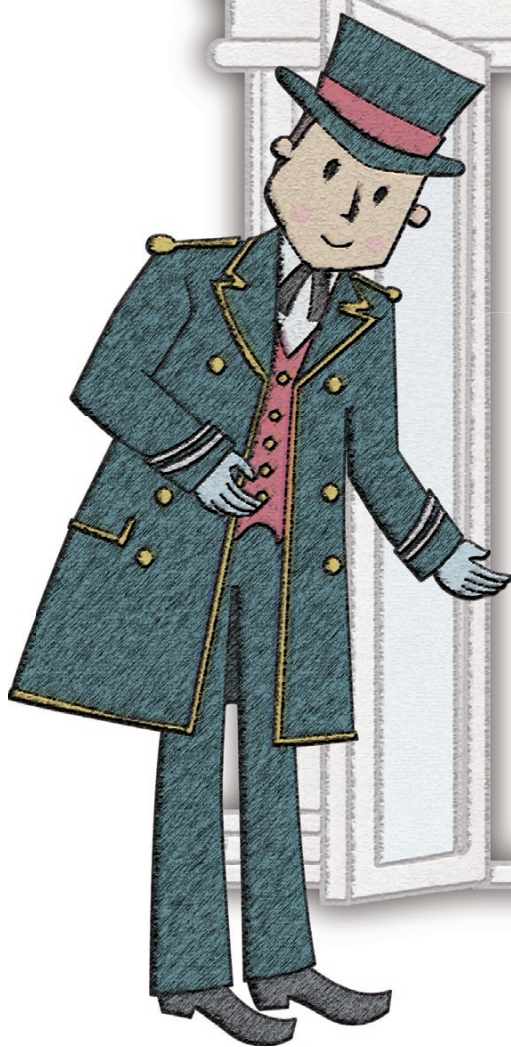


ジャドマは設立30周年



ジャドマニュース 2013  
Japan Direct Marketing Association

# JADMA NEWS



特集  
**おもてなしの  
極意**  
元ホテル支配人  
三輪康子氏

2

February

公益社団法人 広報誌  
日本通信販売協会 第317号



リレーコラム

【第18回】  
「経営していますか？」

株式会社セシール 取締役兼専務執行役員  
松澤 孝雄



**社**内外の新入社員研修や若手管理職とのミーティングなどで、話をしてほしい旨の依頼をよく受けます。そんな時、小生の話聞くのが初めての人たちが多ければ、松下幸之助氏が書いた本に出ている話をするにしています。おおよそ以下のとおりです。

会社において仕事をするという面では、昨日と同じ今日、そして明日も同じというように、一人一人がまったく変化をしないというのが困ります。社員達が仕事を毎日ただ続けるだけで、もっと能率的にできる方法はないだろうか、或いはもっと改良できる点はないだろうか、と考えるようでは、会社の進歩が望めないからです。

我々は、会社の仕事はどの一つでも経営と考えなければなりません。どんなに小さな仕事でも、それが経営であると考えるとき、そこに改良工夫すべき点が見つかったり、時には新しい発見が生まれたりするものです。多くの人や会社が、自分達は一生懸命努力していると思っていることでしょう。しかし、その中で成功する人や成功する会社がまれであるということは、前述の経営の観念に欠け、自らの仕事に何らの工夫をなさず、ただ漫然と仕事に精を出していたにすぎないからなのです。

社員一人一人の努力と実践で会社は発展する

「経営していますか?」、これは経営者だけが考えればよいということではありません。社員一人一人がこの言葉を思い浮かべ、その上で毎日努力してほしいということです。これができれば、その会社は必ず発展し成功します。そして将来、これを実践した人は立派な経営者となることでしょう。

また、松下幸之助氏はこんなことも話しておられます。

不確実性の時代といわれますが、この不確実性というのはいったい何なのか。世の中は確かに見通しがつかず、いつどうい変化が起こるかわかりません。そうした中で、会社は多くの決定を行います。私は、確実であるとか不確実であるとかということは、基本的に人間が決めているにすぎないと思っています。要は、我々自身が心に描いたことを、実現するように努力することが大切であり、そうすれば確実性が増してくるのだと思います。

『リレーコラム』は、協会関係者が日ごろ感じていることを綴った寄稿を、毎回リレー形式でお届けします。

3月号は株式会社高島屋  
営業企画室長兼CS推進室長(前 クロスメディア事業部長)  
青木和宏氏です。

CONTENTS

リレーコラム.....	2	転ばぬ先のWebセキュリティ/私のお気に入り/事務局発!今月の話題..	16
特集:おもてなしの極意 .....	3	JADMAの歩み22年目(平成17年) .....	18
新年賀詞交歓会 .....	10	メディアワクチン .....	20
通販商品 人気のひ・み・つ .....	12	新会員紹介/J CAFE/月刊JADMA新聞 .....	22
通販110番/事業者相談.....	14	事務局だより 他 .....	24



# おもてなしの 極意

元ホテル支配人 三輪 康子氏インタビュー

クレーム  
対応の  
プロに  
聞く

通販会社が抱える「悩み」といえば、やはりコールセンターに寄せられるクレームではないだろうか。どんなものであるうともお客様からの声である以上、誠意を尽くした対応をすべきだが、時には、「言いがかり」のような理不尽な要求をされることも少なくない。いったいどこまで対応をすればいいのか。怒鳴り散らす相手をどう鎮めればいいのか。そのような質問が事務局にもよく寄せられる。

そこで今回は、新宿・歌舞伎町のホテルで支配人をしてきた三輪康子氏に登場していただき、クレーム対応の極意について聞いてみたい。「モンスタークレマー」ともいうべき理不尽な要求をする人々と向き合いつながりながら、グループ内売り上げ日本一を何度も達成し、『日本一のクレマー地帯で働く日本一の支配人』（ダイヤモンド社）という著書もある三輪氏。なぜクレマーたちを彼女を前にして怒りを鎮めるのか。そこには、すべてのサービス業に通じる「おもてなし」の心があった。

写真／田中淳子

# 危険なクレームをなぜひとりに対応するのか

## 歌舞伎町のホテルに応募した時

### 「絶対に逃げない」と心に誓う

——本日は、おもてなしの心についていろいろ伺っていききたいと思いますが、そもそもなぜ「日本一のクレーム地帯」歌舞伎町で支配人をすることになったのでしょうか？

**三輪** 会社から歌舞伎町に行きなさいと命じられたのではなく、歌舞伎町のホテルの支配人を募集している会社に応募したんです。実はそれまで歌舞伎町がどこにあって、どういうところか詳しく知りませんでした。怖いところなんだろうなあぐらいで。本当に計画性がないんです。ただ、ひとつだけ「絶対に逃げない」とだけは決めていました。

——支配人時代のお仕事について教えてください。

**三輪** 何でもやりましたね。袖看板（建物の壁面や支柱を利用して設置された看板）の電池が切れれば、脚立に乗って換えますし、屋上の受水槽から検査のために水も採りますし、オレ

ンジのつなぎを着て害虫駆除もしました。警察の方が宿泊者について聞きたいとお見えになった時、作業中だったのでそのまま行ったら、「あなたじゃなくて支配人を呼んでくれよ」なんて言われることもよくありましたね。自分でできる範囲はすべてやります。私、蛇口のパッキンを換えるのなんてかなり得意なんですよ。ある年の元旦には、深夜3時にボイラーの調子が悪くなってしまい、業者さんが休みなので屋上で直していたことがあります。スタッフには、「大丈夫、私がいるから」なんて言っていました。心の中では手を合わせて祈る気持ちでした。

清掃道具を持ってお部屋にお詫びに行くと、胸に「支配人」とあるので、「あなたはやらなくていいよ。担当の人を呼んでくれ」なんて言ってくださるお客様も多いですが、「スタッフが清掃をきちっとしなかったのは責任者の私がやっただも同然ですから、私が責任を持ってやらせてもらいます」と掃除しちゃいますね。

——そこまでやると、お客様にも誠意は伝わりますよね。

**三輪** ええ。掃除していると「そんなに丁寧にやらなくてもいいよ」なんて言ってくださる方もいますね。やはりミスをした時にただ謝るのではなく、そこで今、自分ができることを最大限行うことで、何かしら通じることもあると思います。

### 「身の危険を感じるからこそ

### 私に対応をしなくてはいけない」

——ただ、歌舞伎町という場所柄、中には普

その中のひとつにクレーム対応も含まれているわけですね。

**三輪** それはいろいろありましたね。夜中でも朝でもありますが、やはり夜中が多いですね。ここを対処してくれとか、直してくれとか、こちらで対処できそうなことはやはり自分でやっていました。例えば、夜中に「ユニットバスの掃除がちゃんとなっていない」なんて言われることもある。清掃の人はもう帰っていますし、フロントも混んでいる場合は自分でやります。

通ではないというか、かなり理不尽なクレームもあつたのではないのでしょうか？

**三輪** ……たくさんありました。色んなものが頭に浮かんできますけども印象深いのは、宿泊した女性が部屋でガラスの破片で足を怪我したというものでした。その女性が何かのオーディションを受けようとしたが、おかげでそれができなかった。今まで彼女にたくさん投資をしている、どうしてくれるんだという話でした。「補償」という言葉も使わず、とにかく今すぐ来いというのです。そこでまず考えたのは、本当にうちの客室で怪我をする可能性があるかということでした。そこには灰皿以外、ガラスのものはありませんからちよつと考えられない。そういうことを総合的に判断して、私はまず歌舞伎町交番に行き、「私について来てもらいたいところがあるんです」と警官を連れて一緒に行つてもらつたんです。そして隣にいてもらつたうえで、怪我をしたという状況などをお話してもらいました。といつても、あちらはほとんど何も言えなくなつてしまいましたけれど。

——ほかにも危険な目にあうことも多かつたと聞きますが？

**三輪** 私が着任した当時の歌舞伎町は暴対法の改正もなく、今みたいにおとなしくなかつたので、暴力団関係の方たちに一人で対応した時はやはり命の危険を感じました。そこで警察の方たちによく注意されたのは、「普通、我々たつ

て戦う時は二人で行動するのに、なんであなたは一人なんだ。しかも、支配人は最後に出ていく人だろう」ということですが、私からするとそれは違うんですよ。最初に出たスタッフに何かあつたら取り返しがつかない。だから私が対応をします。身の危険を感じるからこそ私が一番先に対応をしなければいけないんです。支配人というのは、この建物、お客様、そしてスタッフ全ての責任を取る者というのが私の考えですから。

支配人は、この建物、お客様、スタッフ全ての責任を取る者  
というのが私の考えです。

元ホテル支配人

### 三輪康子 みわ やすこ

青森県八戸市出身。開業医の父が往診する姿を見て育ち、人の役に立つ人物になりたいと決心。銀座の画廊やアパレル企業勤務を経て2004年9月、ホテル業界に転身。全国にあるグループチェーン内で過去何度も売上日本一を達成。日本一のクレーマー地帯で先頭に立って部下を守りながら、モンスタークレーマーを体当たりで受け止め、次々とファンに変えていった伝説の支配人。アジア系外国人が多いスタッフとの抜群のチーム力、クレーム対応、地域貢献度などが評価され、2010年にホテルグループのMVP賞を受賞。



# ES(従業員満足)を究めれば顧客の幸せにつながる

「みんながミスをする  
支配人が怒られる  
それでもいいの？」

——先ほど伺った支配人像というのは、かねてから考えていたものですか？

**三輪** 全て体験で学んだことです。例えば、ホテル前で暴力団関係者の対応をした時、何かあつたらすぐに通報してもらおうとスタッフと一緒に連れていったのですが、ふと横を見ると消えていた。怖くて建物の中に逃げてしまっていたのです。この時、私は怒るわけでもなく逆にホッとしました。こういう場面でどうすべきかを考えた時、私はまず60名のスタッフを守らなさいといけないと思つたからです。もちろん、それはお客様も同じです。440名が宿泊できるホテルでしたから、誰にも怪我をさせない、怖い思いをさせない、という気持ちで毎日いましたね。

——そのようにみんなを守るリーダーからすると、例えば清掃ミスをしたスタッフなどには



スタッフの心が自然体で明るくなれば、それはお客様にもちゃんと伝わるんです。

どんな注意をするのですか？

**三輪** 私には本当に喜怒哀楽の「怒」がなくて、スタッフに怒鳴ったことは一度もないんです。朝礼の時、清掃ができていなかったというクレームがあったとみんなに報告し、「ミスをしたくてしているわけじゃないから、それは責めない。自分がお客様だったら、ここが汚いと嫌だなとか、こうあったら嫌だなということがないように清掃しなさい。それでもミスを起こした場合は、責任は私が取る」と言うぐらいです。例えば、清掃スタッフが、お客様のアレルギー用洗顔石鹸を間違えて捨ててしまったことがありました。夜に問い合わせをいただいたので、私は一人で清掃用の袋の中を全て開けて探しました。3〜4時間ぐらいかかったので結局、その日は帰れずに寝ることもできず、そのまま朝礼で「気をつけるように」と言うだけでした。本人は自分だとわかっているのに、それ以上は注意しません。

——何度も同じようなミスをするスタッフの場合はどうするのですか？

**三輪** 立て続けにあった場合でも、みんなの前で注意はしませんね。誰にだってプライドはあるじゃないですか。後で個別にコミュニケーションをとっています。威圧的に出ると人は嘘をつくんですよ。真実がわからなくなってしまう。でも、信じてちゃんとコミュニケーションをとっていれば応えてくれます。ある時、朝礼で私が清掃ミス

について話をした後、清掃のリーダーがこんなことを言ってくれたんです。「みんながミスをするよね、支配人が怒られて寝られなくなるんだよ。みんなそれでもいいの。私たちの大好きな支配人にそんな思いをさせていいの」って。私はみんなにそういう風に思ってもらおうなんて考えていなかったの、うれしくて思わず泣いてしまいました。「みんなは私が守るから」っていうのが私の口癖だったんです。最初はみんな笑っていました。でも、本当にそういう場面を見て感じてくれたんですね。私が守ろうと思っていたけど、結局のところ、実は私が逆に守られていたんだなと思いました。

## スタッフの入社日、誕生日 家族構成は すべて頭に入れて

——スタッフとのコミュニケーションの秘訣は何でしょうか？

**三輪** 私はスタッフ全員の入社年月日から生年月日、家族構成まで全部把握していました。それは履歴書を見て覚えるのではなく、すべて直接コミュニケーションをとって聞き出したものです。リーダーはみんなの背景を知っておかなくちゃいけないですね。あと心がけたのは、自分がされて嫌なことはスタッフにもしてはいけないとい

うことだけです。そのようにスタッフを大事にすることで、みんなが自然な笑顔でお客様に「おかえりなさい」や「ありがとうございます」と言えるようになったと思います。私が支配人だった頃、よくお客様から「このホテルはいつも明るいね」とお褒めの言葉をいただきましたが、それは私が命じてできるものではありません。スタッフの心が自然体で明るくなれば、それはお客様にもちゃんと伝わるんです。

——従業員の幸せが回り回ってお客様の幸せにもなるということですか？

**三輪** ええ。例えば、どんなに素晴らしい接客をしていても、常に上司の顔を伺ってビクビクするような職場では、従業員は潰れてしまいますし、そういう空気は必ずお客様にも伝わります。ホテルに限らずごくホスピタリティと言われていますが、これは要するに、利益追求だけでやってはいけないんだということだと思います。人の心を動かせば、お金は後からついてくる。ですから、お客様を大事にすることがC(顧客満足)と言われていますが、それだけではダメだと思っています。まずそこで働く仲間が満足しないといけない。つまりES(従業員満足)が大事なんです。だから私の夢というのは、スタッフが最高に満足できる職場をつくることです。ホテルに限りますが、そんな夢のホテルができれば、お客様も最高に喜んでいただけると信じています。

# クレームに「おもしろい」の心を

## 相手が怒っている時ほど 一歩前に出て目を見つめる

——これまでかなりユニークなクレームにも対応されたと聞いていますか？

**三輪** いろんな方がいますからね。部屋に霊が出るとか、ここで人が死んでいるとか訴える宗教関係の方もいて、難しい霊界の話立ちっぴなしで4時間伺ったこともあります。印象的な方は、「オレが怒鳴れば百貨店でも通販会社でも何でもタダになってきた」と豪語する30代半ばぐらいの男性でしょうか。明らかに言いがかりだったので、「さようですか。でも、私に会ったのが運が悪かったですね。私はそのようなお金は一切払わないんです」と答えました。「おまえはケチか」と食ってかかってきたので、「じゃあお金を返せばそれだけで満足なんですか、それで今まで幸せでしたか」とこちらが質問攻めにしたんです。最終的には「確かに」とししぶぶ納得されていました。その時はかなり不満そ

うでぶつぶつ言っていました。後日お手紙をいただいたのです。「今までは何でも自分の言いなりになると思っていた。でも三輪さんのおかげで、これからはクレームを言わないよ」と。——クレームを受ける際のコツみたいなものがありますか？

**三輪** 私は3つ心がけています。まず、「黙って相手の言い分を聞く」こと。そこで、明らかにこちらに非があるのか、それとも理不尽な言いがかりなのか判断をします。ですから相手がヤクザのような方でも先入観を持たないようにしますね。クレームに関してはいろいろマニュアルなども世に出ています。私のやり方はどれもありません。十人十色で百人お客様がいれば百通りのクレームがある。だから、こういうことを言おうと準備をするのではなく、その人に向き合った時、自然に言葉が出てくると思うんです。次に、お客様が怒っているときほど「一歩前に出る」。怒鳴っている人を前にすると人は無意識にのけぞってしまいますが、そうすると相手はどんどん前のめりになる。だから私は逆に前のめりになるんです。最後は、クレームを

受けている際には「瞬きしないで相手の目を見つめる」ことを心がけています。前のめりなうえ、相手が目を反らすとついていくので、ときには向こうはぶつと吹き出してくれたりするんです。「お前面白いやつだな」なんて言ってます。それで怒

### 三輪康子氏の著書ご紹介

#### 『日本一のクレマー地帯で働く日本一の支配人』 (ダイヤモンド社)

日本一のクレマー地帯で働く日本一の支配人

三輪康子  
Yasuko Miwa

怒鳴られたら、やさしさを一つでも多く返すんです!

モンスタークレマーと闘い、売上日本一のホテルをつくった  
“歌舞伎町のジャンヌ・ダルク”  
初の著書!

テレビドラマよりドラマチック!

ダイヤモンド社



りが鎮まってくれることもありますね。

## 「クレーム」ではなく 「人間」に対応をすればいい

——電話でのクレームはいかがでしょうか？ 通販の場合はコールセンターで対応して精神的に消耗してしまう人もいますが、何かアドバイスをいただけますか。

**三輪** 電話は表情が見えませんが言葉が非

クレームも〇おもてなし〇すればいいんです。

常に大切です。ですから、「ちゃんと聞いていますよ」ということをあちらに伝えるようなオーバーなアクションが時として必要かなと思います。クレームで精神的に疲れてしまうという方は多いですが、それは「クレームが嫌だ、怖い」と身体が拒否してしまっているからです。「クレームを受ける」のではなく「言われた方の話をじっくり聞く」と考え方を変えるだけでもだいぶ違ってきます。クレームをされたお客様からこんな話を聞いたことがあります。その方は以前、通販か何かでクレームをしたところ、担当の方がお詫びから処置まで、非の打ち所のない

対応をしてくれたそうです。言葉づかいも丁寧で完璧だったそうですが、その方は二度とその会社を使うものかと思ったそうです。その理由をこうおっしゃっていました。「あなたと話をしてわかったけれど、あれはクレームに対応したのであって、僕という人への対応ではなかったんだ」と。

——クレームではなく人間に対応すればいいということでしょうか？

**三輪** 私はクレームが来ると、「あ、ご指名ね」と明るい感じでいきます。周囲は「どれだけ前向きなんだ」と呆れています。実はこういう心構えが大事なんです。相手だって、クレームなんて言いたくないけど、どうにも抑えられずに仕方なく言っているんです。そこにやってくる人間が暗い表情であれば、自分を拒否しているのが明らかですから、そこでさらに嫌な思いになる。もちろんマニュアル通りになることも大事だと思えますが、心がなければどんなに模範的な対応をしても、相手の怒りは静まらない。マニュアルをめぐって、このケースどうやるんだっけと迷ったらそこに隙が生まれますし、言葉に心は入りません。だから私は、クレームを聞く前に対応を決めるということはありません。クレームも〇おもてなし〇すればいいんです。

——大変なお話、ありがとうございます。

**三輪** こちらこそありがとうございました。



# 新年賀詞交歓会

## 東京・名古屋・京都・福岡で開催

1月11日に、パレスホテル東京にて東京地区の新年賀詞交歓会を開催した。会員各社のほか、マスコミ、招待を含め、過去最多となる574名の参加があった。



あいさつをする佐々木会長



経済産業省 商務情報政策局 羽尾審議官

冒頭のあいさつで佐々木会長は、「昨年1年間の消費者庁の景品表示法による措置命令などの行政処分件数は少なかったが、JADMAの会員社が特商法による指示処分と東京都からの指示処分を受けたことは極めて残念だ。表示については、平成25年度から北海道でフード特区が導入され、食品の機能性に関する研究が行われていることを表示できる認定制度が新たにスタートすることになっている。現在、サプリメント部会を中心に意見交換をしており、原材料機能性試験など、何らかの形で北海道に関わりがある会員社は積極的に参加して欲しい。30周年という節目の年に、協会設立の初心に立ち返り、社会が求める団体としての役割を果たしていきたいと思う」などと述べた。

来賓としてご挨拶いただいた、経済産業省 商務情報政策局審議官 羽尾一郎氏は、「昨年の賀詞交歓会よりはるかに参加者が増えているように思う。通信販売は右肩上がりでも売上が伸びている。昨年は政府で『消費者安心アクションプラン』を定めた。JADMA会員の皆様にもそれにしたがって活動していただき、引き続き協力をお願いしたい。今年は巳年ということで、商売繁盛の年だと思っている。変化をビジネスチャンスと捉えてJADMAとともに発展していただきたい」と話した。

また、昨年10月9日に環境・社会貢献委員会メンバーを中心に宮城県牡鹿郡女川町へ支援活動を行ったことから、女川町長の須田善明氏よりメッセージをいただいた(左掲)。JADMAの大岡専務理事がメッセージを代読し、あわせて女川町のパンフレットを紹介した。

乾杯のあいさつに大日本印刷(株) 代表取締役社長 北島義俊氏が登壇し、「今年、明るい顔をされている経営者が多いように感じている。通信販売の売上高は13年連続伸びているという事で、今年もますます業績を伸ばさされて経済を大いに引っ張っていただきたいと思う」と乾杯の発声を行い、新春のひとつを和やかに過ごした。

- 参加者の内訳(東京)
- 会員:454名
  - 招待:29名
  - 来賓:7名
  - マスコミ:84名
  - 合計:574名

### JADMA副会長に聞きました 2013年、通販業界はどうなる?



町田 恒雄氏  
オルビス

現在の通販は、大きく分けてアマゾンに代表されるリテラー型の通販と当社のようなメーカー型通販があります。2013年は、アマゾンの成長が続き、激動の一年になると思います。その中で、通販企業は独自の価値をどこまで発信できるかが生き残れるかどうかのカギになるでしょう。



榎本 朋彦氏  
JFRオンライン

2013年は景況も好転し、他業態からの通販への新規参入も増加するため、通販業界全体ではネット通販を中心に増収傾向が続くでしょう。一方、価格競争の激化、送料無料化がさらに拡大するなど、多くの企業にとって「売上げが必ずしも業績向上に直結しない」といった状態が恒常化すると思います。



田川 喜一氏  
千趣会

業態の垣根を越えた企業の通販参入がさらに拡大すると思われますが、競争と発信情報量の増加による広告の質の低下が懸念されます。送料無料で当日配送など、お客様の満足を得るためのコストが収益効率やインフラ投資に影響するなど構造的課題が継続し、大手通販へのインフラ委託や各社の強みを生かした提携やM&Aも進むのではないのでしょうか。



## 女川町長から JADMAのみなさんへ

これまでの皆様からのご支援に改めて御礼を申し上げます。

全国有数の水産の町として発展してきた我が町は、大震災により市街地の7割を失うという甚大な被害を受けました。あれから2年、いまだ復興への途上ですが、町内各社とも「女川の味覚・今」を全国の皆様に届けようとして奮起されています。昨年佐々木会長をはじめJADMAの皆様が女川を訪れ、支援活動を行っていただいたことは大きな励みとなっております。

女川の復興新生にはまだまだ年月を必要とするのが現実です。どうか皆様には今後とも末永く女川の復興への道のりを応援していただけますよう心よりお願い申し上げます。

平成25年1月7日  
女川町長 須田 善明

### 名古屋

1月17日、名古屋マリottアソシアホテルにて開催。45名が参加し、東海テレビ事業(株)代表取締役社長 木村高志氏が乾杯の音頭をとった。

### 京都

1月18日、ホテルグランヴィア京都にて開催。192名が参加し、(株)ニッセン代表取締役社長 佐村信哉氏が乾杯の音頭をとった。

### 福岡

1月25日、西鉄グランドホテルにて開催。115名が参加し、(株)シヤバネットたかた取締役 星井龍也氏が乾杯の音頭をとった(写真・左下)。

## 「寂聴日めくり暦」

昔、酒屋や米屋が得意先などに配っていた「日めくり」。そういえば最近あまり見ないなと感じる方も多いと思うが、とんでもない。なんとこの10年間で累計60万部も売れている「日めくり」があるという。しかも、購入者の多くはリピーターだとか。そんな古くて新しいロングセラー商品の秘密に迫った。

人気の通販商品  
ひ・み・つ

売れる時期が限定される  
カレンダーは  
リスキーな商品

「生きることは、自分の存在が誰かの役にたたら、他者を幸福にすることです」

「世の中は自分の思うようにならないもの。それを覚悟しましょう」

「こんな言葉が暦をめくるたびにあらわれる「日めくり」が売れている。日本音声保存の「ほほえみ倶楽部」で販売されている「寂聴 日めくり暦」だ。天台宗の尼僧である瀬戸内寂聴さんの法話や著作物から厳選された「名言」が元日から大晦日まで365日分おさめられている。

販売されて今年で10年を迎えるが、人気は右肩上がりで累計60万部を超えた。寂聴さんといえば、毎月のように新著を出す「売れっ子作家」であることも京都の「寂庵」で行われる「法話の会」



日本音声保存  
代表取締役  
安西 範康 氏

にも多くの人が訪れる。その人気を考えれば、「60万部」という数字も当然ではないかと思うかもしれないが、実はそうでもない。

カレンダーは、前年の年末から年初と売れる時期が限定される。普通の書籍であれば売れ行きが悪くても店頭に並べておく余裕にはけていくが、5月や7月になってカレンダーを買うという人はほとんどいない。そんなことから、出版業界ではカレンダーはリスキーとされているのだ。

しかも、日本音声保存はその名からわかるように、主に朗読や講演、そして落語などのCDが主な商品だ。

そのような企業が、なぜ「日めくり」を出そうと考えたのか。同社の安西範康代表取締役が誕生の秘密を語ってくれた。

## 「最近、日めくりで見たら、何気ない一言から生まれたヒット商品」

「最初から日めくりを出そうとしていたわけではありません。もともと、先生とおつきあいがありましたので、私たちも本を出させていた。こうしていったんです」

実は、「日本音声保存」ではほかに寂聴さんのヒット商品がある。京都「寂庵」での「法話の会」を録音した法話CD「寂庵法話集」だ。ちなみに、こちらはユーキャンで販売されて大好評だという(日本音声保存は企画・制作)。

このロングセラーを受けて安西代表取締役は、寂聴さんの「言葉」をさらに多くの人に伝えられないかということと、著作の出版を提案する。しかし、相手は当代一の売れっ子作家だ。

「大手の出版社から次々と本が出てしまつので、なかなかそこに入ること

ができません。これは無理だと諦めていたとき、先生からカレンダーならばというお話があったのです」

まさに渡りに船だが、先に述べたようにカレンダーはリスクが高い。ためらう安西代表取締役の背を押したのは、寂聴さんのこんな言葉だったという。

「たとえば最近、日めくりって見ないわね」

今こそカレンダー売り場に行けば、様々な名言等が記された「日めくり」があふれているが、当時はもはや過去の遺物という存在である。

寂聴さんは、徳島の「瀬戸内商店」という仏具店で生まれた。昔、商売を行っている家の柱には必ずといっていいほど「日めくり」が掛けられていた。そこには日付だけではなく、何かしらの言葉が記されている。それを見てくると暦をめくるのが毎日楽しみだった、という思い出を寂聴さんは語ってくれた。

「だったら、先生のお言葉で日めくりを作ったらどうだろうということになりました。一日一日を大切に生きて欲しい、という先生の願いにも重なります」

# ヒットの理由

## 「毎日めぐる」「とくに楽しみ」と「変わらなご」「とくに安心感

### 「我々の使命は ものを売るじやではなく、 ソフツ(知的財産)を提供するじや」

こうして寂聴さんとともにアイデアを出し合っただけで開発された「寂聴 日めくり 暦」は、瞬く間に同社を代表する大ヒット商品となる。購買層は60歳以上の女性が多くなる。寂聴さんのファンといふことはわかるが、これまでの支持を集めた理由はどこにあったのだろうか。

「毎日めぐる」といふ楽しみに加えて自分への戒めにもなる。それが先生の魅力と相まってたくさんの方の興味になったのでしよう。あともうひとつ考えられるのは、変わらなごという安心感、ではないか」

実はこの「寂聴 日めくり 暦」は、10年間でたった2度しか大きさや体裁を変更していない。もちろん、日めくりの言葉は変わるが、外見的にはほとんど同じものをリピーターたちは毎年購入しているのだ。

「時代に左右されることがないもの

をお届けしたいという思いもあります。が、何よりもお客様の方がまったく飽きていない。先生のファンはみな言葉による癒しを求めているのです」

それは「日めくり」の購読者を見れば明らかだった。2冊購入して1冊を「保管用」にしているという人がかなりいた。このような人たちがすると、確かに「日めくり」ではあるが、そこに書かれている言葉は簡単に捨てられるものではないのだ。やがて、こんな要



「寂聴 日めくり 暦」

### どんな商品なの？

元日から大晦日まで365日すべての日めくり暦に、瀬戸内寂聴さんの心温まる言葉や、叡智に満ちた言葉が掲載されている。B6版の2色刷りで、言葉のほかにも寂聴さんの写真や京都の「寂庵」、天台寺などの写真も掲載。暦には二十四節気・七十二候のほか全国の祭り・寺社行事も記されている。特別付録として法話CDが付き、価格は2,835円(税込)。

「フォトフレーム」は、表面の透明アクリル板を横にスライドさせるだけで簡単に取り外せるので、手軽に日めくり暦を飾ることができる。特製ポストカード「寂庵の四季」5枚付きで、価格は2,310円(税込)。

望も来る。

「めくった暦を取っておけるようなものを作ってくれませんか？」

これを受けて、4年前から気に入った「日めくり」をおさめて飾るフォトフレームの販売も始めた。何度も繰り返し読むことで心に深く刻む、という方を中心に好評だという。

「この日めくりによって、我々の使命はものを売るのではなく、ソフツ(知的財産)を提供することだということ

を再認識しました」

このような企業理念は、他の商品企画にも活かされている。「うちの説法ポケット音声再生機 S.V.10」などはその代表だろう。法話CD6枚がおさめられた小型のプレーヤーで、大きめのボタンのみで操作できるという非常にシンプルな作りだ。

「やはりファンからすると、先生のお話をいつでも聞きたいという思いがあります。しかし、パソコンを使って音楽プレーヤーにダウンロードなんてことはシニアの方には難しい。そこで、散歩や家事中に簡単に扱えるものを、セイコーインスツルと開発したのです。このプレーヤーはまだまだいろいろな可能性があり、ノスト面がクリアできれば、ビデオだつて中に入れることができます。テレビに繋ぐだけで先生の法話の映像が観られる、なんて時代が来るかもしれません」

心に安らぎを与える魅力的な「ソフツ」を提供していく日本音声保存に、新たなヒットが生まれる日もそう遠くないようだ。

●このコーナーでは、会員企業の方に、自社で人気の商品について語っていただきます。

相談事例

最終確認画面で価格が変更された？

消費者相談

通販二〇番に寄せられる相談のなかで、ネット通販に関する相談は約60%を占めます。今回はネット通販ならではの相談として、価格変更に関するトラブルを取り上げました。

ネット通販での価格変更のトラブル

**カ** ナビを購入するため、価格比較サイトで最安値店を調べた。その最安値店のサイトで商品詳細ページを見て、価格比較サイトで表示されていた価格であることを確認して買い物カートに入れた。注文内容を画面で確認しながら注文手続きを進め、最終確認画面では合計額を確認することなく注文ボタンをクリックした。夜中のショッピングであったため、会社からの注文受付メールを確認せずに寝てしまった。その後、商品手配メールも届いていたが、目を通す前に商品が届いた。

この会社のシステムとして、納品書は商品と同梱されずに、マイページの購入履歴ページで印刷ができるようになっている。今までにも商品を購入したことがありシステムは理解していたので、商品取り付け後に納品書を印刷した。納品書の合計額を確認したところ、注文内容画面で表示された商品価格よりも1万円ほど高かった。この商品は送料・決済手数料は無料なので、合計額が商品価格ということになる。会社に問い合わせメールを送ったところ、「商品価格変更後の価格が時間差で反映されたと考えられます。商品価格4万3千円で注文が確定しています。注文受付メールを確認してください」という回答メールが届いた。会社からの注文受付メールを読んだところ、合計額4万3千円と明記されていた。今までネット通販を利用してトラブルが発生したことはない。現実にはこのようなことがあるのか。(非会員)



処理内容

相談者は最終確認画面や注文受付メールの十分な確認を

相談者の話を聞きながら当該社のサイトを見た。利用ガイドを確認したところ、「商品価格は変動します」「商品出荷前であればマイページからキャンセルできます」などが明記されていた。相談者に利用ガイドの内容を指摘したうえで、「ネットショップの価格変更は頻繁に行われていることであり、ショップによって変更されるタイミングは違う。今回は注文手続き中に価格が変更されたようだが、最終確認画面および注文受付メールに目を通していただければ、価格の変更に気づいたと思われる。また、商品手配メールに目を通した後すぐであればキャンセルをすることができた。今後は最終確認画面や注文受付メールにも目を通すことを怠らないようにすべきである」と回答した。

通販110番より

ネット通販に慣れている消費者も取引条件や注文内容を十分把握し、注意を怠らないこと

相談終了後に価格変更について事業者に問い合わせました。担当者から「商品在庫数、価格変更などの更新は日々行っている。注文手続き中でもタイミングによっては価格変更となり、変更後の価格が注文最終確認画面に反映されることがある。注文受付メールには最終確認画面の内容が表示されている。時々、価格が変更となったことに驚いた消費者から問い合わせが寄せられるが、価格変更を説明したうえで注文後のキャンセルも受け付けている」という回答でした。

事例の場合、相談者の不注意がトラブルの原因ですが、その背景にはネット通販に慣れた消費者側の安心感がありました。

特に、会員登録をしているサイトであれば、注文画面に登録情報が自動的に表示され、注文手続きを簡単に進めることができます。注文した商品が確実に届き、トラブルの経験もない消費者であれば、画面内容に注意を払わずに注文を確定することもあり得ると考えられます。

ネット通販に不慣れなうちは慎重な消費者も、慣れや経験から、「返品できるだろう」「注文受付メールに目を通さなくても大丈夫だろう」と思いがちです。注文から商品が届くまでは、取引条件や注文内容をしっかりと把握しておくとともに、注意を怠らないことがトラブル回避につながります。



通販110番相談員  
宮島 恵子

11月号では、購入商品が原因で身体への拡大損害が発生したとして、補償を求められたケースを取り上げました。今回は、身体以外の財産に損害が発生したとして苦情になった事例を2つ取り上げます。

相談内容①

「テレビ用ラック」の購入者から、商品の不良が原因で組み立て中に天板が床に落下し、床が傷付いたため、補償するよう要求があった。メーカー担当者と一緒に訪問し、商品を預かるとともに床を確認したところ、日常生活でも発生し得る軽度の傷だった。

また、引き取った商品を確認したところ、普通では考えられない破損があり、ボルトを受け入れるメスねじ部分が脱落していた。ただし、ボルトを装着後、無理に引つ張った形跡があるなど、不自然な痕跡があった。そのため、商品に不良はないが、一方で廉価に床の修復が可能であるとの判断から、「顧客対応」上、少しでも対処しようと考えた。そこで顧客に「見積もりをとって欲しい」と伝えた。

しかし、顧客は過大な期待をしたようで、床の「全面張り替え」を行うとして97万円を提示してきた。担当者としては、1万円程度の修理費を考えていたが、金額が法外であり、金額の補償はできない。

(会員社)



消費者相談室長  
八代 修一

助言①

顧客は、不良品であったために天板が落下したとの主張をしているが、不良であるとした根拠や天板落下の原因を特定しないまま補償することはできない。

については、まず顧客が主張する不良の有無について調査を行うことが必要である。不良があったとすれば、製造工程や品質管理を見直すとともに、ある程度の補償を行うことが考えられる。

なお、「メスねじ部分」に脱落するほどの取り付け不良があった場合、組み立て時に「ボルトが空回りする」「締め付けが緩い」などの現象により、落下する前に不良が判明し、常識的には作業を中止すると思われ、客観的に疑問が残る。

また、床の損傷については、日常生活で見受けられるような傷であれば、市販されている補修剤で済む話でもあり、担当者が「1万円程度」と判断したとしても不思議ではない。いずれにしても一定額以上の補償を行うためには、部品に不良があったなど、合理的な因果関係の解明が必要である。

# 身体以外の財産への拡大損害

相談内容②

組み立て式の「回転式シューズラック」を購入した女性客から苦情があった。組み立て後、エナメル塗装の靴を収納したところ、つま先に傷が付いたとして、靴の弁償を要求された。

当該シューズラックは、靴の収納後、棚を手前から奥に回転させる構造になっている。回転後は靴が縦に置かれることになるため、必然的に靴のつま先や甲部分が付いた状態で接触することになる。

なお、仕切り板は、靴の形状やサイズに合わせて調節可能な構造になっており、取扱説明書にも説明がある。さらに、取扱説明書と併せて広告にも、「靴の形状、またサイズによっては使用ができない場合がございます」と注意表示を行っていた。しかし、当該顧客は仕切り板の調節を十分行わず、狭いスペースに靴を押し込み、それが原因で傷が付いたものと推測される。(会員社)

助言②

仕切り板によって傷が付いたとのことだが、無理に押し込んだ場合、靴に傷が付くことは容易に予測できる。

また、取扱説明書を読んでいるれば、構造や注意点を理解しているはずである。したがって、靴代金相当の弁償は必要ないと思われる。

なお、軽度な擦過傷であれば、靴用のクリーナーやクリームによって修復が可能であり、顧客にはそのような説明を行うことを勧める。

相談室長より

苦情内容の正確な把握が第一  
時には毅然とした対応も

①②とも、消費者側での組み立てが必要なお商品でした。

消費者は組立作業を始めるにあたり、注意するべき点があります。まずは、取扱説明書に従って各部品の確認を行うこと。組み立て前に、部品の数や形状に不備がないかを確認するためです。

事業者には、消費者が組立の手順や部品の役割などがわかるよう、できるだけわかりやすく取扱説明書に記載することが求められます。

①については、商品不良の有無を慎重に確認するべく、製造元の品質管理担当者の意見を十分聞きながら判断を行うことが必要です。仮に顧客が自分のミスを棚に上げ、さも商品に不具合があったかのごとく演出する行為があったとしたら、それは許されるものではありません。

なお、2カ月後、会社は不良品の可能性があったとして、一切の補償を行わない旨を、文書で通知したとのことでした。

②については、補償の観点ではなく、正しい使用方法や、靴の補修方法について助言するなど対応が必要となります。最終的には補償ではなく、返品を受けて終了したとのことでした。

いずれにしても、事業者は苦情内容を正確に把握するための努力をし、補償すべき理由があれば行うこと、逆に理由がない場合は毅然とした対応が必要です。企業の対応に不満を持ち自分の要求を強要しようとするケースが後を絶ちませんが、自分の要求内容が社会的に許容される範囲内であるか否か、消費者も冷静な判断が必要です。

何らかの理由で、社内での調整がつきにくい、第三者的な意見が欲しいなどの場合、どうぞお気軽にご相談ください。



昨今の通信販売に欠かすことができないインターネットやネットショッピング。  
 今回から始まるこの連載では、  
 それを扱う皆さんに深い関わりがある“情報セキュリティ”についてのお届けします。

## 名前・住所だけが個人情報なのか？

「個人の特定が容易である」という意味で、名前や住所は重要な要素ですが、それだけが個人情報ではありません。重要なものは、その情報は個人に関わる情報かどうかといふことなのです。

「個人の特定が容易である」という意味で、名前や住所は重要な要素ですが、それだけが個人情報ではありません。重要なものは、その情報は個人に関わる情報かどうかといふことなのです。

例えば、名前や住所などがなくても、病院のカルテ、図書館の貸し出し履歴などの情報は個人情報になることがあります。何万にひとりの難病の患者がいて、その人の匿名のカルテがあったとします。〇〇市民病院からその情報が漏れたということが判ったとしたら、ある程度地域は絞り込まれるので、ニュースやインターネットなどを調べると、個人名まで特定できる可能性は十分あります。

ところで、「個人情報」とは何を指すかご存じでしょうか。名前や住所などの個人を特定する情報？ いやいや、それだけではありません。個人に関わる情報であれば、名前や住所などがなくても個人情報になることがあります。他の情報と照合することができます。それによって特定の個人を識別することができるのであれば、個人情報に当たります。

個人情報保護法が施行されてから約8年が経ちます。皆さんがお店で扱うような顧客情報は、5000件以上扱う場合にはこの法律に該当する個人情報として守らなければなりません。

### ポイント

名前や住所がなくても  
 個人に関わるものであれば  
 個人情報にあたる

うえの せん  
**上野 宣広**

1975年 京都市生まれ。国立奈良先端科学技術大学院大学 情報科学研究科 博士前期課程修了、山口英教授の下で情報セキュリティを専攻。その後、ベンチャー企業で創業メンバー、東証マザーズ上場などを経て、2006年6月に株式会社トライコーダを設立し、代表取締役役に就任。独立行政法人情報処理推進機構 (IPA) セキュリティセンター 研究員、IPA 主催セキュリティ&プログラミングキャンプ講師などを務める。情報セキュリティ専門誌「ScanNetSecurity」編集長。





私のお気に入り  
My Favorite



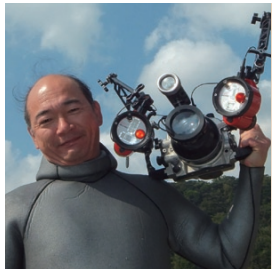
上: ホンカクレエビ属の一種(体長1cm)。夫婦でヤドカリと共生(バリ島にて)  
左下: ミノカサゴ(体長5cm)。親は図々しいが幼魚はかわいい(バリ島にて)  
右下: ミジンベニハセ(体長1.5cm)。空き瓶の邸宅で大あくび(西伊豆にて)



水中で生きる彼らは、可愛らしかったり、妖しかったり...

第15回: 水中生物の撮影

彼らの「生きる」姿に愛着が湧きます



株式会社富士フィルム  
ヘルスケアラボラトリー  
通販グループ  
主任技師  
板橋 正道

**海**の楽しみ方は、水泳、サーフィン、釣り、ボートやヨットなどありますが、私は、妻と一緒にダイビングをして、水中生物を「とる」のが大好きです。しかし、「とる」と言っても、「採る・獲る」でなく、「撮る」、つまり水中撮影が好きなのです。撮影した写真を見るのはもちろん、自分で探した水中生物を撮影すること自体がとっても面白いんです。

撮影機材は、アルミ削り出しの防水ハウジングにデジタル一眼レフカメラを入れ、水中専用ストロボを2つ装着した総重量約7kgのセット。この機材で、大きさが0.5~5cmの魚、エビ、カニ、ウミウシなど、水中生物のクローズアップ写真を撮ります。

彼らは、海底を這い回る、岩を登る、物陰に隠れる、何かに擬態するなど、様々な生態を見せてくれます。そんな彼らの「生きること」に対する真剣さや、その中に見え隠れする可愛らしさ、あるいは妖しさを表現できたらいいなと思っています。

水中撮影で難しいのは、まず、彼らが逃げないように20cm~50cmぐらいまで近寄ること。次に、彼らも動くし、自分も水のうねりで動いてしまう中、ピントと構図を決めることです。このような困難にもめげず、ひとつの被写体に対しカメラの設定やライティングを変えて何枚もシャッターを切ります。まさに海の中で「Studio 板橋」を作っちゃうって感じです。

気に入った被写体にめぐり会っても、簡単に良い写真を撮らせてもらえないことに加え、その被写体自体に愛着が湧くため、何度も通って同じ被写体を撮影します。このような被写体に出会えたダイビングツアーは、とても充実し、いつまでも記憶に残ります。

納得のいく写真を1枚でも多く撮れるよう、これからもずしりしたタンクを背負い、重いカメラを担いで、妻と海中にダイブしていきたいと思っています。

このコーナーでは協会関係者が自分のお気に入りを紹介していきます。今回は株式会社わかさ生活の川島美由紀さんです。

事務局発!  
今月の話題

Vol.15  
新公益法人移行後10カ月



専務理事  
大岡 秀海

「公益」という目的のため、日々ハードルをクリアしていきます

公益社団法人へ移行して10カ月、頭ではわかっていたもりの変化を日々実践で実感しています。実践結果が公益性を満たしているかの評価を必ずされるので気が抜けません。肝心の事業は項目だけみると従前とあまり変わっていませんが、新しいハードルはあります。

1つは、もちろん、目的を明確に「公益」のためとするよう求められるようになったことです。「公益」とは曖昧な概念ですが、当局が公益目的事業であるための具体的な要件を事業タイプ別に我々に示してくれたので、安心のためにはこれをクリアしなければなりません。

2つめのハードルは、事業では「足を出さない」ことが世間の常識ですが、我々は逆に「足を出す」こと、いわゆる「収支相償」(収支の均衡化)が求められている点です。事業支出だけに着目した単純な収支均衡要求でもなく、単年度主義一辺倒でもありませんが、複雑な収支計算方式の理解・習得、事業の計画性の確保などが必要な場合もあり、年度末に向け一層神経を使います。



普段の事務局風景

22年目の2005年(平成17年)は、3月にまたしてもスマトラ島沖でマグニチュード8.7の大地震、福岡県西方沖地震では震度6弱と相次いで地震が起きた。また、ライブドアなどIT関連の新興企業による既存メディアの株式取得などが大きな話題となった。4月には、小泉首相の靖国参拝を契機に中国で反日運動が活発化するなど昨年来の領土問題を契機とした状況とよく似ている。11月には姉歯建築事務所による耐震強度偽装問題が発覚、マンション住民を巻き込んで大騒ぎとなった。また、従来の百貨店業告示から、売上100億円以上の小売業として大手通販会社も対象とする大規模小売業告示が制定されたことは、流通業界の一翼を担うまでになった通販業界の伸長ぶりを象徴する出来事でもあった。



第1回「通販川柳」を募集

専門家の監修評価によって受賞作を決定、公表した。

統計調査では、モバイルコマース(通販を含む)を利用する人の割合が25%を超え、男性の利用は20.6%だったが、女性は29.3%と女性の割合が高かった。モバイルコマース利用者に対し何を利用したか聞いてみると、「着メロ・ゲーム」が64.9%だったが通販利用者も50%を超えた。今後の伸長をうかがわせる結果と言える。一方で通販110番に寄せられる消費者相談は、会員社に対するものは大幅に減少したが、ネット通販に関しては2003年に24.7%だったものが、2005年には39.4%を占めるに至った。

#### 平成17年12月の会員数

正会員◎430社  
準会員◎89社  
賛助会員◎188社  
合計◎707社

しにくい」という声が多かったのですが、ご承知の通り、個人の閲覧履歴を基にした検索システム/リコメンド技術の向上や数ある口コミサイトによって、現在は解消されつつある状況です。7年前と言っても、この分野は隔世の感があります…「モバイル通販」という響き自体、若干古臭く聞こえませんか?

さて、2012年10月にJADMAが実施したスマホユーザーを対象にした調査では、ネット上で企業やブランドの「公式サイト」が見つかりにくいという声も聞かれました。詳しい報告書は近々刊行予定ですが、これらの声を参考にJADMAで公式サイトリンク集ページの作成を検討しているところです。(三浦千)

## 世の中の動き

- 2月 京都議定書発効
- 3月 土佐くろしお鉄道宿毛駅衝突事故(運転士死亡、車掌と乗客9名が重軽傷)
- 3月 国際万博「愛・地球博」愛知で開催
- 4月 JR福知山線脱線事故(運転手含め107名死亡)
- 6月 サッカー日本代表W杯出場決定
- 7月 知床半島が世界自然遺産に登録決定
- 10月 千葉ロッテマリーンズ、31年ぶりの日本一
- 11月 耐震強度偽装事件発覚
- 11月 歌舞伎がユネスコの世界無形文化遺産に登録決定



「愛・地球博」では磁気浮上式リニアモーターカー「リニア」が話題に



海と陸との食物連鎖が見られる貴重な知床半島



日本の伝統芸能「歌舞伎」

## ヒット商品

### 【ヒット商品】

iPod & iTunes Music Store、クールビズ、お手ごろ液晶テレビ、愛知(万博&中部国際空港)、ディープインパクト、震災時帰宅支援マップ

### 【ファッション】

ちよい丸オヤジ&アデージョ(艶女)、エロカワ、ゴスロリ、クールビズとウォームビズ

### 【日本レコード大賞】Butterfly(倅田来未)

### 【ベストセラー・話題本】

『頭がいい人、悪い人の話し方』『さおだけ屋はなぜ潰れないのか?』『東京タワー オカンとボクと、時々、オトン』

### 【流行語】

想定内(外)、小泉劇場、クールビズ、フォー! (レイザーラモンHG)、ポピーマジック、ブログ、萌え~

### 【この年】

日韓友情年(日韓国交正常化40周年記念)、世界物理年(アインシュタインの活躍で科学が発展した1905年の100年後)

## JADMAの動き

- 3月 JADMA初のモバイル通販を対象とした調査を実施
- 4月 個人情報保護法 全面施行
- 4月 通販110番、事業者相談を開始
- 5月 MPS(メール・プレファランス・サービス)制度を廃止
- 9月 第1回「通販川柳」、応募総数約6万句
- 10月 韓国オンライン・ショッピング協会(KOLSA)と情報交換会
- 11月 大規模小売業告示を施行



第22回 通常総会の様子



KOLSAの幹部15名が来日し、JADMAの理事・監事と情報交換を行った

## Keyword Check

## 【大規模小売業告示】

正式名称は「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法」という。従来の百貨店告示との違いは、告示の対象とされる小売業者が百貨店、大手スーパーだけであったものが、通販会社を含む大手小売業者全体となったことが大きい。すなわち、前年度の売上高が100億円以上の小売業者、または店舗業者の場合は、次のいずれかの店舗を有する者として、①東京都特別区及び政令指定都市においては店舗面積が3,000㎡以上、②その他の市町村においては店舗面積が1,500㎡以上が対象となる。対象となる小売業者は納入業者に対して、①不当な返品、②不当な値引き、③不当な委託販売、④特別注文品の受領拒否など、優越的地位の濫用を行ってはならないことになっている。

ジャドマは設立30周年

# JADMAの歩み

## 平成17年

# 22年目

**公** 正取引委員会は元来、百貨店業告示として百貨店、大手スーパーに対して取引業者への不当行為（不当返品、不当値引きなど）を禁止していたが、この年5月には、売上高100億円以上の小売業者（通販会社を含む）を対象とした大規模小売業告示を制定した。通販業界において百貨店や大手スーパーと同じくらいの大規模な事業者が出現し、流通業界の一端を担うまでになってきたことを象徴する出来事といえるだろう。以後、通販業界も大手小売業として納品業者への不当な返品などの行為が禁止された。

一方、個人情報保護法が全面施行されたことに伴い、これまでJADMAで行ってきたMPS制度（メール・プレファランス・サービス=ダイレクトメールが不要という消費者からの申し出をJADMAが受け、会員社は該当者に対して発送を中止するというサービス）を廃止することになった。この制度では、会員社は既存顧客のリストのほか、新たにMPSの申出者リストを保有することとなり、その負担や情報流出の危惧が高まったことにより廃止に至った。そのほか、同法が全面施行されて間もないことにより、個人情報の流出に関する相談、報告が多く寄せられた年でもあった。

また、広報活動としてはJADMAマークの認知度を高めるため新聞広告によるキャンペーンを行った。同時に消費者からの反応を探りたいということで、通販の経験やエピソードを川柳にしてもらおうと第1回「通販川柳」の募集を行った。約6万句の応募があり、事務局、広報委員会メンバー総出で作品を読み込み、

## 回顧メモ

## JADMAが初めて「モバイル通販」調査を行った年

**J** ADMAが、初めてモバイル通販の調査を行ったのが2005年3月です。内容は2004年の動向ですが、当時のモバイル通販の利用率は約25%で「着メロ」の利用が中心でした。回答者のポケット定額利用率がまだ1割を切っていた時代、通信費がかかることもあって利用は限定的でした。

また、同様に当時のモバイル通販の購入商品を見ると「衣料品」「CD、DVD、ゲームソフト」「書籍文具」が上位でした。直近の調査（2011年）と比べると、これらの分野に加えて食料品分野の伸びが目立ちます。

また、モバイル通販の未利用の理由には、「商品やサービスを探

# メディア ワクチン

情報リテラシーの備え

今号の特集テーマにもなっている「クレーム」。「歌舞伎町のジャンヌ・ダルク」と呼ばれた三輪氏のお話のなかには、クレームというよりもはや言いがかりではないかと思われるような「モンスタークレマー」が数多く登場したが、実は筆者も過去にそのような人たち取材してきた。ちょっとした突破口を見つけて、料金を踏み倒したり、謝罪や賠償を引き出させたりする。そんな「クレームの達人」たちの驚きのテクニックとは？

## 高速の料金を十数年間 踏み倒し続けた社長

もう十年ぐらい前になるが、先輩記者から「モンスタークレマー」を紹介されたことがある。

埼玉県にある金属加工会社の社長で、15年間なんだかんだとイチヤモンをつけては高速道路の通行料金を一切払わない、つまりは「タダ乗り」を実践している御仁だというのが。会ってみると、早速クレームをい

れている「現場」を見せてやるう、と車の助手席に乗せられた。向かったのは、高速道路の乗り口。料金所にゆっくりと止めパワーウィンドウを下げる。係員が「はい、600円です」と言うと、社長は一枚の紙を差し出して、にこやかに微笑んだ。「ご苦労さん。ここに詳しく書いてあるからね」

紙には、社長がなぜ通行料金を払わないのかということが綴られていた。戦後つくられた道路整備特別措置法では、高速道路は30年で建設費を償還し、無料開放されると書いている。道路公団の課長に問い合わせをしたら、「無料開放されまますよ」と言われた。にもかかわらず、無料になるどころか値上げしている。納得できないので理事長宛に質問書を送っているが、回答がない。だから、

こつちも料金は払わない。そんな主張がずらずらと並んでいる。目を通して呆気にとられる係員に、「とりあえず料金所の脇へと誘導される。」

「その…、まあ…いろいろのお考えはあるかもしれませんが、ルールですから払ってもらわないと困りますよ」

懇願するような表情で説得する係員を尻目に、社長はタバコに火をつけた。運転席から降りる素振りすら見せない。

「理事長から回答させてくださいよ。あと、こつちは何度も言ってますから、私のことはよくご存知でしょうから。じゃあ行きますよ」

なんて一方的に話を打ち切ると、ゆっくりと車を走らせる。係員はどうすることもできず、ただその場に立ち尽くしていた。現在は法改正されたが、この当時は、料金の踏み倒しについて法的に「罰則規定」がなかった。係員にはこれを抑止する権限もない。警察を呼んだところで、「双方でよく話し合ってください」となる。社長はその法の不備をついていたのだ。

## 抗議のプロたちがつかう 「最後の手段」とは？

タバコをふかしながら勝ち誇った

ように笑う社長に、クレームの極意を訊いたらこんな答えが返ってきた。「安全なところにはいないで、自分も飛び込んで、当事者になることだよ。自分が安全なところにいるとネチネチとやってもダメ。結局、細かいところの言い争いになって説得される。私は道路公団の理事長に何度も手紙を送っているし国に対して堂々と説明を求めている。当事者になればそもそも問題提起ができる。つまり、クレームではなくて抗議だよ」

そんなもんですかねえ、なんてその時はピンとこなかったが、この十数年間で様々な「抗議のプロ」たち取材していくうち、この社長と似たテクニックを使っていることに気

著者プロフィール

窪田 順生

くぼた まさき



テレビ番組スタッフ、「FRIDAY」記者、「朝日新聞」記者などを経てフリー。週刊誌や月刊誌等でルポを発表する傍ら、報道対策アドバイザーも務める。著書に「14階段 検証 新潟少女9年2か月監禁事件」(小学館ノンフィクション大賞優秀賞)、メディアリテラシーをテーマにした「スピンドクター 情報操作のプロが駆使するモミ消しの技術」(講談社)など。ニュースサイト「ビジネスメディア誠」のコラム「時事日想」を連載中。

# 【第十二回】 クレームの達人



がついた。

よくあるパターンを紹介しよう。例えばある企業の施設建設計画に反対をしている人々がいた。行政との癒着だ、とか環境が破壊されるだとか、あの手この手で反対運動を展開したが、法的には何の問題もなく周辺の住民も納得して、いざ着工という運びとなった。

そんな時、反対運動をしている人々が最後の手段としてよく使うのが、住民票を移して建設予定地近くに引越す、という方法だ。つまり、運動家というクレームの達人的な立場から、住民という「当事者」になるのだ。こうなると、先の社長ではないが、反対運動はグリーンと奥行きがでてる。「住民」として、そもそもこのような計画を認めた自治体がおかしいとイチヤモンがつけられる。法的な根拠があれば、それがおかしいと不服申し立てや、国家賠償請求など、ありとあらゆる手で建設計画に妨害ができるのだ。事実、このような手によって10年以上、計画を凍結させているケースもある。

## 消費者金融ハッシングを生んだ「脅迫テープ」はニセモノだった？

ただ、このような「当事者」となる

クレームや抗議は実践する側にとってもかなりリスクだ。絶対に逮捕されない、と豪語していた例の社長も私が取材をしてほどなく法改正があり、きっちり逮捕されているし、抗議運動なども、生活の多くをそれに捧げなければならぬ。

そこで賢いクレームたちが編み出したのが、リスクを犯さず「当事者」を生み出すという方法である。

その典型的なケースが、消費者金融に向けられたクレームだろう。2000年ごろ「肝臓売れ」「目玉売れ」なんて脅迫してみた会話を録音したテープが、テレビで繰り返し放送されたことがある。あれで多重債務というものが一気に「社会問題」として注目を集めて、消費者金融はマスコミからハッシングの嵐にさらされ、それが貸金業法改正等の規制強化につながったことはあまりに有名だが、実はあのテープが消費者金融とは何の関係もない代物だということをご存知だろうか。

「肝臓売れ」は「商工ローン」という「事業者金融」の人間が吐いた言葉だし、同時期に大手消費者金融「A」の社員が吐いた暴言を録音したテープとしてたびたびとりあげられたものも、2006年に正体不明の第三者による声だということが裁判で明らかになっている。

「あのテープは、違法業者からの取り立てを録音したもので、大手消費者金融社員によるものと偽って、ある弁護士がマスコミに売り込んだのです」（当時を知る司法関係者）

つまり、サラ金の被害にあったという「当事者」をつくり出すということ、クレームを社会問題にまで発展させたのである。

あのテープは消費者金融社員の取り立てではありませんでした、なんて報道は耳にしたことがないことからもわかるように、メディアは自分たちで流した情報が誤りでした、と認めることはしない。そういう意味では、やったもん勝ちという現実がある。

だから、被害を声高に訴えてくる「当事者」がちよこちよこ現れてきた企業は、かなり注意をした方がいい。言いがかりのたぐいだと侮っていると、消費者金融のように痛い目にあう。

みなさんが思っている以上に、メディアはダマされやすいのだ。

はじめまして!  
サカイトレーディング株式会社です

SAKAI TRADING サカイトレーディング株式会社



“宝石の魔法で  
美肌を演出”



ダイヤモンドパウダー&パールパウダー配合  
シャイニーパウダー

我が社の特徴

弊社は1975年の創業以来、“飽くなきジュエリー美学の追究”を企業ポリシーに、国内の拠点と共に、いち早く海外にオフィス进行、ルースの輸入から、製造、加工、販売まで一貫して行っておりまいた。

そして2009年11月、長年培ってきた宝石との関わりを新しく美容分野に活用し、ダイヤモンド、真珠、ルビーなどの宝石を原料とした化粧品ブランド“D.ifstory”を発売いたしました。“宝石の魔法で美肌を演出”をコンセプトとした、肌に輝きや光沢感を与える商品を展開しております。なかでも叶恭子さんがプロデュースした、ダイヤモンドパウダーを贅沢に配合したシャイニーパウダー（ボディパウダー）は、雑誌やTVでも紹介され大人気の商品です。今後もさまざまな宝石パウダーを使った化粧品開発に取り組んでまいります。

会社概要

■社名/サカイトレーディング株式会社  
■住所/〒542-0081  
大阪府大阪市中央区南船場3丁目3番4号

■TEL/06-6244-2000(代)  
■FAX/06-6252-2518  
■ホームページ/http://www.difstory.com  
■代表者/代表取締役 酒井美佐夫

■設立年月日/1987年5月20日  
■入会年月日/2012年7月12日  
■資本金/6,000万円

投稿コーナー  
J CAFÉ

ちょっと嬉しいお店の“おまけ”

三寒四温のこの時期になると思い出します。春の山菜数種が加わった東北応援野菜なるものをネットで購入した時のこと。箱を開けると、ウルイやゴゴミ、タラの芽などに交じり、隅に小さな花束のバックが入っていました。お店からの「おまけ」、カタクリの花でした。初めて食用と知ったのですが、その可憐な姿、しばし観賞しようと小瓶に挿しておいたところ、驚いたことに翌日、蕾が少しだけ開いていたのです（写真）。小さな体にすごい生命力！思わず花に向かって「頑張れ！」と言ってしまいました。（結局、ちらし寿司に混ぜて食したのですが）軽く熱を通してシャキシャキしたその食感、新鮮でした。

「顔の見えない通販」と言われますが、最近では店長や生産者が動画に登場して商品への思いを語ることも多くなりました。先日取り寄せた（同じく東北の）くるみ豆腐には、食べ方の説明書と共に「こちらは十年ぶりの大雪が降りま

① 心温まるエピソードですね。お店の人と直接会わないからこそ、小さな心遣いがより印象に残るのでしょうか。



千葉県・おくら（女性）

した」というボールペン字のハガキが添えられていました。遠い地方の雪深い景色や農家の方々の温かい笑顔を思い浮かべながら味わいます。何だか新しい親戚ができたみたいで、気持ちがあほっこりします。

投稿募集

このコーナーでは、会員の皆様からの投稿を募集しております。件名を「JADMAニュース投稿」とし、jadma@jadma.orgまでお送りください。お待ちしております。

会員数

正 会 員 / 522社  
 賛 助 会 員 / 189社  
 合 計 / 711社  
 (平成25年2月6日現在)

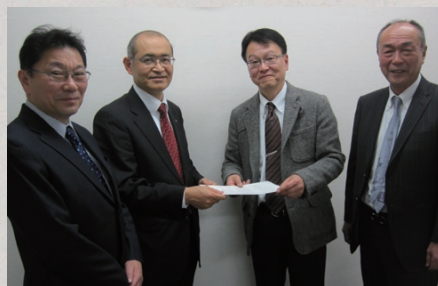
## 北海道フード特区へ食品表示について要望

12月25日、北海道経済連合会へJADMA会員が利用しやすい基準などを求める要望書を提出した。これは、北海道が今春導入予定の北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区(=フード特区)の一環として、食品の機能性についての研究が行われていることを北海道が認定した旨、表示することができるもの。対象商品にはマークの付与なども予定されている。

JADMAでは、北海道外に本社や製造拠点を置く会員企業がこの制度を円滑に利用できるようにするため、①対象商品 ②対象成分 ③商品パッケージへの表示内容 ④論文審査基準 ⑤審査体制等 ⑥制度の運用の基準について、サプリメント部会で意見をまとめ、検討会議に参画している北海道経済連合会に今回の要望を行った。

食品に関しては、薬事法や健康増進法などの法令において、機能性を表示することが厳しく規制されている。北海道で新たな食品機能性表示制度が創設されることにより、消費者の適切な商品選択に資すると期待される。

要望書については、JADMAサイトで公開している。



JADMAより  
 北海道経済連合会へ  
 要望書を提出した

### ●消費税率変更時期をまたぐ場合の価格表示について

12月17日、業務対策委員会において、商品の申込期限が消費税率変更時期をまたぐ場合の消費税の総額表示義務に係る運用について検討した。

今後、消費税率が二段階にわたり引き上げられる予定となっている。平成26年4月1日に5%から8%へ、平成27年10月1日には8%から10%へ税率が変更される。そのため、今後発行する通信販売カタログなどについて、申込期限が消費税率変更の期日をまたぐものがある。その際は、下記の表記例を参考に、「カタログの有効期間中に消費税率が変更された場合、カタログ掲載の価格から販売価格が変更となる場合

がある」ことを消費者にわかりやすい方法で記載していただきたい。

### ●消費者委員会、健食の表示に関する建議を提出

1月29日、内閣府の消費者委員会は、内閣府特命担当大臣(消費者)及び厚生労働大臣に対し、「健康食品」の表示の在り方に関する建議を提出した。

健康食品の利用により疾病が予防されるなどの過大な期待に惑わされず、消費者自身が食品の特性を理解し、正しい情報に基づき適切に健食の利用の要否や適否を判断できる環境整備が必要としており、内容は次の通り。

- ①健康食品の表示・広告の適正化に向けた取組の強化
- ②健康食品の安全性に関する取組の推進
- ③健康食品の機能性の表示に関する検討
- ④健康食品の特性等に関する消費者理解の促進

本建議への対応について、内閣府特命担当大臣(消費者)及び厚生労働省に対して、平成25年7月までに実施状況の報告を求めている。

**【表記例】** 表示価格は消費税5%を含んだ税込み価格となります。販売期間中に消費税率が変更された場合は、変更後の税率に基づく価格とさせていただきます。Webサイト、お電話などにて販売価格をご確認いただきますようお願いいたします。

今月のひとコマ

今月の特集は、「歌舞伎町のジャンヌ・ダルク」こと三輪康子さんにお話を伺いました。当日、大阪からの新幹線の中でお客様から電話が入り、2時間半、新幹線のデッキですずっと対応されていたそうです。インタビュー中も机の上に携帯を置かれていましたが、幸いにも、電話は鳴りませんでした。

最初はクレームを言っていた人も、最後は三輪さんのファンになってしまうこともあるそうです。それも納得、明るくて楽しい、信念の方でした。

意外にも、ご本人は「歌舞伎町のジャンヌ・ダルク」という呼び名は馴染まないようで、「エンジェル三輪」と呼んで欲しいそうです。「全然浸透しない」とおっしゃっていましたが、元クレマーの方よりプレゼントされた「エンジェル三輪」刺繍入りの手袋を愛用されていました。



ピンク色は三輪さんのお気に入り

## 会員社を騙った電話勧誘が 発生しています!

昨年11月頃から、JADMA会員社の社名を騙り、健康食品の電話勧誘販売を行っている事業者がある、との情報が会員社から寄せられています。その手口は、消費者宅に電話をかけ、社名を告げずに、「商品を頼みましたよね」「ご注文いただいた商品の準備ができました」と話し始め、あたかも注文を受けていたかのような口振りで購入を迫るものです。「頼んでいない」と回答すると電話が切れ、「支払えない」などと回答すると、「出るところに出る」と凄むこともあるそうです。消費者が日常利用している通販会社と勘違いし「〇〇会社ですか」と確認すると、その会社の担当者のように振る舞うとのこと。

このような電話勧誘販売をしている会社は複数にわたり、把握できた一部の電話番号を調べたところ、異なる社名を使い、架空請求と思われる行為をしているとの情報もありました。これまでのケースでは、幸いにも騙された方はいませんが、業者は高齢者を狙っているようで、ハキハキ話される方の電話はす

ぐ切るのに対し、高齢者には強引に購入を迫るとのことです。

消費者から、「お宅の会社からこんな電話があった」という情報が寄せられた際には、JADMAへ情報提供を行うとともに、会社のWebサイトなどで、こういった行為とは全く関係がない旨をアピールすることも重要です。

詳細は、JADMA事務局（03-5651-1155）までお問い合わせください。



JADMA NEWS

## 事務局 だより



今シーズンの冬は例年より特に寒気がしますが、これは地球温暖化による北極圏のオゾン層の破壊によるものと言われています。主として先進国によるCO<sub>2</sub>排出量の制限といった対策が講じられていますが、各国の意見はまちまちで、その成果はあまり期待できないというのが実情のようです。

寒い日は暖かいコートやジャンパーが身を守ってくれますが、鮎詰めの通勤電車内では結構暑くて汗まみれになります。そして電車を降りると、今度はその汗が急激に体温を奪い、その結果、風邪を引いたりインフルエンザにかかったりする確率が高くなります。

そこで私はここ数十年、真冬でも下着類や背広はできるだけ夏物ですませ、雪の日や雨の日を除きコートを着ないようにしています。また、雑菌やウイルスは水に弱いことから、こま

めに「手洗い、うがい、鼻洗い」をすることであまり風邪やインフルエンザにかからなくなりました。是非とも「薄着」と「手洗い、うがい、鼻洗い」を励行されることをお奨めします。

少し急ぎ足で歩けば身体が温まり、真冬でも朝の通勤時間に余裕がある時は、コンビニでアイスクリームを食べるのが楽しみなのです。

調査役  
地主園 彰治

法律相談担当。特に景表法が専門。広告表示をチェックするほか、関係省庁の動向を把握し、企業の健全な運営のお手伝いをしたいと考えています。

