

活躍する消費生活アドバイザー

——表示・表現への意識を高め、サービスのブランド化を支えていきたい

石川康博さん(消費生活アドバイザー 29期)

日本の通信販売業界の草分けであり、テレビショッピングの先駆けでもある株式会社ディノス。フジテレビ商品研究所などと連携し、いち早く品質管理にも取り組んできました。石川康博品質管理部部長にお話をうかがいました。

——フルフィルメント本部というのは聞きなれない部署名です。

石川 フルフィルメント本部は、当社のコールセンター部門であるハートコール部、物流部門のロジスティクス部、商品の品質管理部門の品質管理部の3部を昨年7月に一つの本部として再編成し、スタートしました。サービス品質、配送品質、それに商品品質に関して、しっかりとした体制を組み、お客様にお届けしようという考え方からです。そのときに私も、コールセンター部門から品質管理部門に異動しました。

品質管理部の仕事としては、まず品質基準の策定があります。当社は長年、品質管理に取り組んでいますから、ほとんどの商品について、すでに品質基準があります。ただ、時代によって商品も変わってきますので、必要に応じてその改定を行います。そして販売商品が、その基準どおりに運用されているかを管理し、販売部門をサポートしています。具体的には、グループ会社のフジテレビ商品研究所と連携して行う事前の検査や、ロジスティクス部門と協力しての返品商品の検証、また、一部の商品カテゴリーにおいては、販売している商品を品質管理部主導で行う出荷時検品などがあります。

二つ目が商品の表示が正しいかどうか、すなわち適正表示をチェックすること、三つ目が事故対応です。商品事故が起こった場合には、コールセンター部門、品質管理部門、法務部門の3部署と、商品取扱部門で商品事故対策会議を迅速に開催し、原因究明と対応にあたることになっています。

——近年、インターネットを利用した通信販売が増え、通信販売も変化しているのでは？

石川 そうですね。テレビショッピングやインターネットによる単品訴求型通販事業者が増す一方で、従来の総合通販事業者の売上は決して順調に伸びているとはいえません。そこで当社が取り組んでいるのが、現在の受注、配送の在り方を再検証し、お客様にさらに喜んでいただけるようなサービスの創造です。それにより「サービスのブランド化」を目指しています。

ディノスを利用すると、こんなサービスがある、便利な点がある等、従来よりも特徴を明確にし、信頼をいっそう高めていかなければならないと思っています。

そのベースとなるのが商品の品質です。約4万点もの商品を販売しておりますので、なかには不具合のある商品も出てしまいます。常に品質の管理を徹底し、しっかりした商品をお届けしなければなりません。

表示・表現のチェックも重要です。問題が発生してしまったのでは、積み上げてきた信用が失われかねません。誇大表現や優良誤認等、不当表示にあたらぬかのチェックは、法務部門(コンプライアンス部)と両部門でチェックしています。また、専門性の高い美容・健康系商品は、担当を薬事法や健康増進法について専任化してチェックするようにしています。さらに、品質管理部だけではすべての商品をチェックできませんから、社内全体で表示・表現への危機管理の意識を高めていくために、定期的な社内勉強会を主催しています。商品一つひとつについて、扱う各担当者それぞれの危機管理意識を高めることが、一番の対策と考えています。

——消費生活アドバイザー資格を取得した理由をお聞かせください。

石川 コールセンター部門に配属され、お客様相談センター長として、お客様と直接電話でお話するよう



いしかわ・やすひろ

1980年、ディノス(株)入社。カタログ通販・テレビ通販・催事(直販)等、営業部門に従事した後、2008年1月にお客様との接点となる部署「ハートコールセンター」に異動。2010年7月より、同社フルフィルメント本部品質管理部部長。

になったことがきっかけです。私が対応する電話は、二次対応(すでに2段階の対応)でもご理解いただけなかったお客様で、その対応には大変とまどいました。そこで、瑕疵担保責任や製造物責任法などの法律知識の必要性を痛感、消費生活アドバイザー資格の勉強を始めました。

勉強してよくわかりましたが、この資格は、当社のような通信販売会社はもちろん、B to Cの仕事をしている企業の方にとっても役立つ資格だと思います。消費者と直接向かい合う業務をする人に、ぜひお勧めしたい。私の場合は、業務にかかわる、知っておかなければならない「守備範囲」をつかむことができたと思っています。新聞を見る目も変わりました。

結構難しい試験なので、本当に自分で必要と思っただけである程度集中して勉強しないと合格できませんが、勉強したことは記憶に残ります。私の場合は、論文のための勉強が一番残っています。資格取得後3年経っていますが、練習した論文の内容は忘れていません。試験会場で論文のテーマについてゼロから考えて800字にまとめるのは難しいですから、日頃から時事問題についての自分の意見を持ち、考えをまとめるようにしていました。

——品質管理部部長という仕事上で、資格が役立っているところはありますか。

石川 特に関係法令についての基礎が学べたこと

が役に立っています。お客様相談センター長だったころ、お客様の申し出に対して法律的にはどこまで応えればよいのかの判断を求められる場合がしばしばありました。瑕疵担保責任や製造物責任法、消費者契約法などを勉強できてよかったと思います。品質管理部に配属されてからは、各種表示関係の法令や消費生活用製品安全法の知識が特に役に立っています。

テレビショッピングの担当をしていた経験がありますので、「こういう表現をしてはいけない」ということはある程度わかってはいましたけれど、この資格取得の勉強をすることによって、関連する法令の理解が深くなりました。違反すると罰則があり、その罰則を受けるとどうなるというのがよくわかり、企業は危機管理の一つとして表示・表現に注意しなければならないという意識が強くなりました。この危機感を社内で共有することが大切だと思っています。消費生活アドバイザー資格の取得を全社に広めたいですね。

——通信販売には「夢を売る」面もあるように思いますが。

石川 そうですね。商品の魅力をお伝えしつつ、違反や誤認とならない、こういったところの表現を模索しています。

消費者庁ができ、消費者問題への関心が高まっています。その一方で、消費者の啓発も重要になってくるのではないのでしょうか。たとえば、あきらかに戸外で使用した靴の返品のお申し出などは、お受けできません。このように、ご利用後の返品をお受けできない商品はカタログ等にも明記しています。通信販売の利用方法について、ご理解いただく必要性を感じています。