

# パロマ通信

パロマ広報誌「パロマ通信」

2014年  
4月1日発行  
**03号**

平和のしるし、  
ハトが社名の由来です。

パロマは、スペイン語で「白いハト」を意味します。平和の象徴としてのハトに、平和で豊かな暮らしの願いを込めて名付けられました。



パロマ  
なハト

サービスコールセンター  
松本さん 今井さん

お客様とのつながりを大切に  
快適な暮らしをお手伝い

パロマ本社にあるサービスコールセンターでは、主に個人のお客様からのお問い合わせに对应しています。お困りになって電話をかけてくる方が多く、お話を伺って修理が必要なのか、電話で解決できる問題なのかを迅速に判断しなければなりません。お客様の状況やどんな解決策を求めているのかを的確に把握することが大切なので、お客様が話しやすい対応を心掛けています。また、電話対応のスキルアップのために「電話応対技能検定」も「電話検定」の資格も取得しています。

パロマ全製品のお問い合わせを受け付けているため、その内容が多岐にわたります。お客様にご満足いただけるように、より早く正確に回答ができるように、お問い合わせの内容や

対処法などの情報はサービスコールセンターの全員が共有し、製品知識を増やすための研修も定期的に行っています。

ごとの業務は毎日、全国のお客様とお話ができるので、仕事を通じてお客様とのつながりを感じることができます。お客様から「ありがとう」の言葉をいただいたときは嬉しいですし、対応したお問い合わせの内容を技術部などに伝えて、仕様変更などに活用されたときにもやりがいを感じます。

ガス器具はキッチン、洗面、お風呂など使われる暮らしの必需品であり、使えないと不便で困ってしまうもの。私たちの業務は、お客様に解決策をご案内するのとともに、ガス器具のある安全で快適な暮らしをお手伝いすることだと思っています。

Paloma

# パロマなニュース

## 社外有識者委員に意見を伺う会



2月17日、本社にて「社外有識者委員に意見を伺う会」を行いました。「社外有識者委員に意見を伺う会」とは、パロマ製品の事故について「製品事故対策委員会」で審議し、リコール不要とした案件の妥当性について意見を伺うものです。

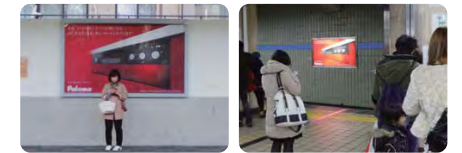
社外有識者は弁護士、大学教授、女性団体、消費者関連の方々からなり、客観的な立場でそれぞれ専門知識を生かして、弊社の事故処理対応の妥当性などに関しての意見や製品改善に関するアドバイスをいただいています。こうした社外有識者委員からご意見をいただく会合を2007年1月以降21回開催しています。

## オレンジページキャンペーン



パロマは、株式会社オレンジページのウェブサイト「オレンジページnet」にて「煮込んで Grillしてもおいしい! トマト」 レシピコンテストを開催いたしました。色にこだわったビルトインコンロ「crea B.R」のカラーリング「赤」にあわせ、「トマト」を使ったレシピを募集し、大賞にはビルトインコンロの「crea B.R」、優秀賞にはトマトと縁が深いカゴメ株式会社様にご協力を頂いて賞品をプレゼントいたしました。

## 交通広告



パロマはビルトインコンロ「crea」をデザインした看板をJR鶴舞駅、地下鉄金山駅などに掲出しております。「crea」は2013年にグッドデザイン賞を受賞しました。

### 新製品情報①

〈給湯器をエクステリアに〉  
という発想から生まれた

新型ふろ給湯器エコジョーズ  
「BRIGHTS  
(ブライツ)」を発売!



新型ふろ給湯器エコジョーズ「BRIGHTS (ブライツ)」を発売しました。多種多様な建物に調和する万能性の高いデザインと外観色のふろ給湯器エコジョーズです。

**BRIGHTS**  
[ブライツ]

FH-E166/206/246FAWL フルオートタイプ  
希望小売価格 336,000 円 (税抜価格)~

FH-E166/206/246AWL オートタイプ  
希望小売価格 290,000 円 (税抜価格)~



### 新製品情報②

好評の「レッド」に加えて  
新色「ゴールド」を追加

テーブルコンロ  
「グランドシェフ  
プレミアムシリーズ」  
を発売!



PA-A91WCG-R/L  
希望小売価格 99,800 円 (税抜価格)

ハイバーガラスコートトップ  
トップ色 : クリアパールブラック  
フェイス色 : ゴールド×ブラック



PA-A91WCR-R/L  
希望小売価格 99,800 円 (税抜価格)

ハイバーガラスコートトップ  
トップ色 : クリアパールブラック  
フェイス色 : レッド×ブラック

「GRANDCHEF (グランドシェフ)」に新たなラインアップとして「グランドシェフ・プレミアムシリーズ」を発売しました。新色にゴールドを追加し、こだわりの美しさがさらに進化しました。グリルにはオートメニューを採用し、使いやすさがさらに向上しました。

Paloma

発行/株式会社パロマ 人事・広報グループ 〒467-8585 名古屋市瑞穂区桃園町6番23号 TEL.052-824-5167 <http://www.paloma.co.jp/>

様々な情報を収集する管理部が主導し、製品事故対策委員会を毎月実施。この他にリコールの要否判断が必要な場合は臨時で開催します。委員会のメンバーは偏りがないように販売部、CS部、技術開発部、品質管理部、管理部などの社員で構成しています。



## 事故情報の収集・分析を行い製品安全に取り組んでいます。

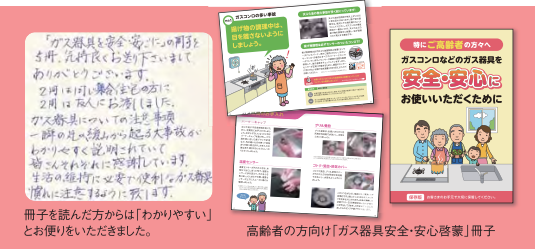
管理部 山川マネージャー

委員会ではリコールの必要がないとした事例であっても社外有識者委員の方々からの意見を伺い、その後、取締役会まで審議も行います。  
ヒヤリ・ハットの事例は事故の予兆であり、積極的に洗い出すことが大切です。パロマではインターネットを活用して全社員から情報を募っています。平成19年に開始して以来、

管理部では製品事故やヒヤリ・ハットの情報を収集・二元管理し、事故の原因究明と適切な対応を行うことで事故の再発防止、未然防止につなげています。  
製品事故の情報は、消防やお客様などから寄せられたものはCS部へ、お取引先様からのものは各営業所を通じて収集。管理部ではインターネットを活用して全国の新聞データを取引寄せ、パロマ製品が関わった可能性のある事故の情報を集め、必要に応じて国などへ報告します。事故の情報を社長へ報告することにも、管理部が一元管理します。

事故原因を究明するため、消防や警察から情報を集め、品質管理部（CS部）、技術開発部と協力して製品を調査。毎月開催される製品事故対策委員会では技術面での対応やリコールの要否などを検討します。

情報を集め、原因を究明し、事故を未然に防ぐ  
管理部では製品事故やヒヤリ・ハットの情報を収集・二元管理し、事故の原因究明と適切な対応を行うことで事故の再発防止、未然防止につなげています。  
製品事故の情報は、消防やお客様などから寄せられたものはCS部へ、お取引先様からのものは各営業所を通じて収集。管理部ではインターネットを活用して全国の新聞データを取引寄せ、パロマ製品が関わった可能性のある事故の情報を集め、必要に応じて国などへ報告します。事故の情報を社長へ報告することにも、管理部が一元管理します。



高齢者の方向け「ガス器具安全・安心啓蒙」冊子

約1100件の事例が寄せられ、製品の仕様変更など改良につながっています。  
火災事故の原因には、ガスコンロの消し忘れや衣類への引火なども多く、高齢者が事故の当事者になる比率が高いのが現状です。ガス器具を安全・安心に使用いただくために、パロマでは特に高齢者の方々に注意を呼びかける冊子を制作しました。この冊子は自治体や消費生活センターなどを通じて配布し、好評をいただいております。  
※事故に直接かかわりませんでした「ヒヤリ」とした事例



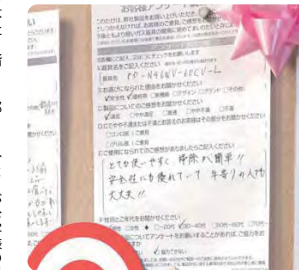
## VOC (Voice of Customer) 掲示板

アンケートはがきを社内に掲示。お客様満足の上につなげます。



お客様の思いを知り、同じ目線で日々取り組む

よりご満足いただける製品やサービスを提供し続けるために、パロマではお客様の声を反映する取り組みにも力を入れています。本社のサービスコールセンターに寄せられたお問い合わせやご相談、製品に同梱されているアンケートはがきのご回答、営業担当者が報告するお取引先様のご要望など、様々な方法で、意見やご感想を収集しています。集めた声は社内でも共有し、製品やサービスの改良などに活かしています。



平成26年1月から本社2階CS部に「VOC (Voice of Customer) 掲示板」を設置しました。これは、お客様から寄せられたアンケートはがきを公開するものです。アンケートはがきは、

ひとりがお客様の思いを知ることができます。さらに、お客様と同じ目線になって自らの業務を見つめ直し、お客様満足の上なる向上につなげていきます。

夏期には毎月約1000〜1200枚、冬期には毎月約1000〜2000枚も届きます。お褒め言葉やお叱りの言葉など、お客様の率直な思いが記されたアンケートはがきは、お客様とパロマを結ぶ大切なもの。掲示板を設置して以来、お昼休みなどに足を止めて熱心にはがきを読む社員の姿が見られます。  
「VOC 掲示板」で公開するはがきは、月2回更新。より多くのご意見を掲示することで、社員一人ひとりがお客様の思いを知ることができ、