JADMA NEWS

1995年3月号
通巻No.136

ジャドマ・ニュース
Japan Direct Marketing Association

(社)日本通信販売協会会報
年間4,000円(送料共) 1部400円 (送料共) 毎月1回15日発行
会員についての本紙購読料は会費に含まれます。
編集・発行／社団法人日本通信販売協会
広報委員長　鴨志田哲也

〒105 東京都港区芝公園3-4-30第32森ビル6F
TEL 03-3434-4700

⊙特集⊙

通販業界は阪神大震災にどう対応したか

今回の阪神大震災は、通販業界にも大きな影響を及ぼした。景気回復に薄日がさしてきたといわれはじめた矢先のことで、消費意欲の冷え込みを懸念する声もあがってきている。

通販業界では、震災による物流面への影響が大きいが、何よりも被災された阪神地区のお客様の安否とともに、業界として危機的状況にどう対応したかが最も重要となる。主要各社に対して行ったアンケートから対応状況についてレポートする。

災にどう対応したか

一月十七日未明に起きた阪神大震災では、十万戸余りの建物が崩壊し、約二十七万人もの人々が避難生活を余儀なくされた。産業界においてもその影響は深刻で、阪神地区の百貨店、スーパーでは建物の損壊などによって閉店したところもあり、損害額は計り知れない状況だ。商品調達の面での影響も大きく、消費コメントの落ち込みとあいまって、相当厳しい状況を呈している。

通販業界においても、直接的な被害を受けた会員は少なかったが、被災地域は優良な顧客が多いといわれ、顧客対応の面で相当な苦心があったようだ。また、神戸市長田区はケミカルシューズの産地でもあり、商品提供の面でも影響が大きかった。今回は、JADMAが実施した、主要二十七各社へのアンケート結果を踏まえて、顧客対応を中心にレポートする。

1 顧客の被災状況を調査したか

まず、今回の震災による会員各社の顧客の被災状況を調査したかどうかであるが、「調査した」とする企業が十八社で、内、調査対象とした顧客は「現在債権のある顧客のみ」とする企業が四社。「購入歴のある顧客すべて」と回答した企業が四社、「その他」は十社だった。「その他」には、震災時点での「未発送分の調査」たとえば、「購入意思の確認」、「配達遅延の了解」、「キャンセルの受付」などが含まれ、また、「春カタログの発送予定顧客」「債券顧客の被災状況調査」、「死亡者リストの調査」、「被災地域への担当者の派遣」、「顧客の被災状況の調査」、「九四年一月以降の購入客調査」などがあげられた。

一方、「調査しなかった」とする企業は九社で、「先方から連絡のあった顧客には対応した」と回答した企業が八社あった。また「当該地区には顧客が少なかった」とする企業が一社あった。「被災地域の顧客全体へのアプローチは感情を害するおそれもあるので行わない」とのコメントもあった。

2 被災状況調査について、把握の程度及び所要日数

1の「調査した」と回答した企業に「調査した顧客の被災状況について、貴社での把握の程度及びその所要日数ではどの位ですか」と聞いたところ、「死亡者の特定で十日」、「債権調査で三日、七日」、「購入歴のある顧客の被災状況で七日、二十日」、「受注顧客に商品発送の可否の確認で二月中旬までに終了予定などとなっている。

また、「九割を超える被災地区の顧客からカタログ送付希望があった」、「顧客から電話などで連絡があった」とコメントする企業もあった。

表1.被災地域の顧客への対応		社
支払い猶予期間を設けた	期間未定(未記入も)	7
	1カ月	3
	2カ月	3
	3カ月	3
	6カ月	1
猶予期間は個別対応		4
死亡者、支払不能者の申出には債権放棄		4
当月度及び1年未満の残債は放棄		2
現金の未回収金はない		2
クレジット決済はクレジット会社に猶予を指示		1
クレジット決済はクレジット会社の方針に従う		1

表2.1以外に講じた施策	社
見舞状発送	9
94年1月以降販売の商品が破損の場合は代品送付	3
個別対応専用のフリーダイヤル設置	3
日用衣料品は配送ルートを郵便小包とした	1
見舞品発送	1
注文取消、送付先変更の受付	1
カタログ送付リストから被災地域顧客を削除	1
カタログ送付リストから死亡者削除	1
カタログ再送付先希望の確認	1
新聞紙上にお見舞広告掲出	1
義援金、救援物資の送付	5

通販業界は阪神大震

3 被災地域の顧客について

つぎにJADMAでは、一月十九日付で会員各社に商品代金の回収について猶予期間を設けるなどの配慮をお願いしたが、会員各社ではどう対応したかみていく。まず、「支払い猶予期間を設けた」とする企業は、「期間未定（未記入も）」で七社、以下「一カ月」が三社、「三カ月」が三社、「6カ月」が一社だった。その他、「猶予期間は個別対応」と回答した企業は四社、以下、「死亡者、支払不能者の申し出には債権放棄」が四社、「当月度及び一年未満の残債は放棄」が二社でクレジット決済はクレジット会社に猶予を指示、又はクレジット会社の方針に従うとした。

見舞状の発送、義援金、救援物資の送付、代用品の送付など

この他、顧客にどのような施策を講じたかについては、「見舞状の発送」が九社、以下、「九十四年一月以降販売の商品が破損の場合は代品送付」とした企業が三社、「個別対応専用のフリーダイヤルの設置」が三社。その他、「日用衣料品は配送ルートを郵便小包に」、「見舞品発送」、「注文取消、送付先変更の受付」、「カタログ送付リストから被災地域顧客を削除」、「新聞紙上にお見舞広告掲出」、「義援金、救援物資の送付」などがあがっている。これらの回答をみると会員各社のきめ細かい対応の実態が明らかだ。

4 顧客からの依頼、要求の内容

被災地域の顧客からの依頼や要求など何らかの連絡が入っていた場合、その内容やそれらに対する対応を聞いたところ、トップでは「支払猶予の依頼」で六社、以下、「注文取消」が四社、「商品送付先の変更依頼（避難先へ）」が三社、以下、「家具、家電品の修理依頼――特別料金で対応」が二社、「頒布会、通信教育の解約申出」が二社などとなっている。また、「大型商品の一時保管」、「震災以降の受注は特別割引を適用」、「カタログ停止依頼」、「生活必需品の送付依頼」などが各一社となっている。

5 商品の被災について

つぎに商品供給業者が被災、又は保管中の商品が被災するなど、商品供給に障害を生じたかどうか、生じた場合はその内容や対応について聞いたところ、「障害を生じた」と回答した企業は二十三社と多く、「障害はなかった」と回答した企業は四社だった。さらに被災内容については、「供給業者が被災」とした企業は十六社、「神戸港で商品が滞留した」が五社、「神戸港で商品が水没した」が一社、「配送デポが被災した」が二社で、間接的被害が大きかったことを物語っている。そして、対応策としては、「企画中止または代替企画に変更とした企業が十一社、「受注取消（供給不可を案内）」が八社、「配送予定日を遅らせた」が七社と多く、「代替商品をお届け」「カタログの発行延期」が各一社となっている。

6 配送途中の商品が被災したケース

今回の震災では、配送途中の商品が被災したケースがあると思われる。そこで、配送途中の被災商品についての調査状況および対応について聞いてみた。

まず、被災したケースがあると回答した企業は六社で、「可能な限り再送した」が五社、「受注取消」が二社、「個別対応」が一社（複数回答）となっている。また、「被災したケースなし」が十七社で「調査中」と回答した企業が三社あった。

7 防災用品への取り組み

このたびの阪神大震災によって、防災用品に対する関心が高まり、防災用品が注目されてきた。現在では売り切れの状態のようであるが、通販業界としてはどのように取り組んでいるのかきいてみた。今回の震災とは関係なく「随時実施していた」企業が三社、また、「すでに実施中」とした企業が四社だった。一方、「現在企画中」が六社、「今後検討を予定している」が四社、「予定なし」が七社だった。

今後検討予定の企業では、「すぐに扱うと便乗商法的イメージを与える」という意見もあった。

8 JADMAへの要望

JADMAへの要望などについてきいてみたが、「会員社に対してボランティア活動を協会として「提唱する」、「被災者名簿の入手」、「社会貢献について協会として取り組む」、「緊急時の顧客対応の基本マニュアルの作成、提示」などとなっている。通販企業自体、今回の震災で大きな打撃を受けたが、アンケート結果からは、まず何より被災地域の今回の顧客の安否確認、支払に関する猶予、受注商品の配送、損壊の場合の代替品などきめ細かな対応を行ったことが明らかとなった。一方では、顧客情報を持っているはずの通販業界だが、こうした大災害が起きると、その情報が生かし切れないことも事実である。そうした面からも、通販業界だけの問題ではなく、流通業界全体として、緊急時への対応策の整備が急がれよう。