

ニューヨーカーCX本部CSグループの 消費者とのコミュニケーション取り組み事例

2026年4月24日

株式会社ダイドーフワード

ニューヨーカーDivCX本部CSグループ

木所 美和子

1. 会社概要・CS体制
2. お客様相談担当の状況
3. E C C S 担当の状況
4. 現状と課題

1. 会社概要

■会社名 株式会社ダイドーフワード

(旧：(株)ニューヨーカー(株)ダイナシティ(株)ダイドーインターナショナル)

■設立 2007年8月22日 (2018年1月1日に合併により社名変更)

■資本金 1億円(株式会社ダイドーリミテッド 100%出資)

■事業内容 消費者向け衣料品販売事業、商社貿易事業、不動産賃貸事業

■本社所在地 東京都千代田区外神田

■主なグループ会社

株式会社ダイドーリミテッド(ホールディングカンパニー)

株式会社ブルックスブラザーズジャパン

株式会社ジャパンプルー

ポンテトルトS.p.A(イタリア)

中国国内：工場2か所

1. 会社概要

1.衣料品販売事業

「ニューヨーカー」を旗艦ブランドに、「パークスロープ」などの既製紳士服・婦人服の企画・販売、およびパーソナルオーダー「アトラエル」の運営・販売を行っています。



1. 会社概要 （お客様対応部署の変遷）

- 1992年 ダイドーリミテッド衣料事業部門に社長直轄部署として「品質相談室」開設
※（株）大同毛織の高級毛織物「ミリオンテックス」にて1963年に導入した「品質保証制度」が土台。
- 1993年 品質情報システム構築 集めた情報をデータベースで管理スタート
- 1994年 第1回情報展開催（お客様からの苦情品を展示、社内やお取り組み先へ情報共有）
- 2002年 「お客様相談室」開設 ※商品の品質の他、サービスなど幅広いご相談に対応
- 2007年 「ダイドーフォワードお客様相談」と窓口名称変更
- 2022年 新システム導入 店舗・本部・自社工場が品質に関する情報をタイムリーに共有
- 2024年 C X本部内にC Sグループとして設置、販売部と同じ組織に属する
※C Sグループ内には、専門性を高めるため、商品・店舗サービス関連（お客様相談）と、
E C・デジタル関連（カスタマーサービス）に担当別で対応

1. 会社概要 (CSグループ体制)

人員7名

【お客様相談】

- 人員：2名 (一次対応～調査報告まで担当制)
- 営業時間：10時～17時 (土日祝日、年末年始を除く)
- 衣料品販売事業の相談受付
- 対応チャネル



- ①フリーダイヤル (録音アナウンスあり・非通知電話拒否)
- ②メール (お問合せフォームより)
- ③ハガキ・手紙 (店舗購入時・EC初回注文時)

「お約束カード (ハガキ)」お渡し)

- 店舗相談受付 (入荷商品の不備、店舗経由お修理依頼、付属品要求)

【EC系CS担当】

- 人員：4名 グループ長1名・スタッフ3名
- 営業時間：11時～17時 (土日祝日、年末年始を除く)
- 対応チャネル
 - ①フリーダイヤル (録音アナウンスあり)
 - ②メール (お問合せフォームより)
 - ③有人チャット
 - ④チャットBOT
 - ⑤レビュー承認・回答



- 自社ECサイトの出荷オペレーション、返品処理、返金手続
- NYクラブ (店舗&EC) 会員情報プログラム含む店舗デジタル関連対応
- 在庫連携モール出荷指示、その他フォロー

お約束カード

The Best Quality for You

お約束いたします。

ご購入求めいただいた商品にご満足いただけましたでしょうか。

私たちは品質及びサービス向上のため、

積極的にお客様の声をお聞かせいただいております。

また、お客様にいつまでも安心してご利用いただくために、

できる限りのアフターケアに努めております。

お気づきの点がございましたら、どうぞ遠慮なくお申し付けください。


お客様にご満足いただけますよう、

より一層の品質とサービスの向上をお約束いたします。

DAIDOH FORWARD LTD.

1994年から継続、ニューヨーカー実店舗で販売時にお渡しするハガキタイプのお約束カードでお客様からのご意見収集（自社ECでは初回注文時のみ同梱）現在、お客様の利便性向上のため二次元コード準備中。お手紙でお礼状は返送するが優待クーポン等は同梱せず。

お気づきの点がございましたら、
こちらまでお申し付けください。

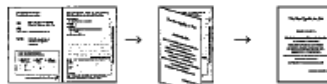
TEL  0120-17-0599
通話時間/月～金(祝日を除く)10:00～17:00

URL
メンズ・ウィメンズ www.newyorker.co.jp

Eメール Info-df@daidoh.co.jp
 株式会社ダイドーフォワード
 お客様相談室

このシールは一度貼付後にはがすと、
表裏の一部が破れて再度貼付できません。

- 1 右下からシールを
めくって
はがしてください。
- 2 ミシン目より
折り曲げて
ください。
- 3 しっかりと
貼り合わせ
てお返してください。



こちらからはがして台紙りにして貼り合わせてください。

ご購入いただきました商品、サービスにつきまして、
お気づきの点がございましたらお聞かせください。

1. ブランド名 ()
例 NEWYORKER, Atrael など
2. 商品名 ()
3. 商品番号 ()
本取扱い表示(消費税法表示)にごさいます数字をご記入ください。
例 00-00-0000
00-00
4. お買い上げ SHOP 名 ()

貴店様ご意見ありがとうございます。

フリガナ
お名前 _____

ご住所 _____

お電話番号 _____

ご記入いただきました個人情報につきましては、お問い合わせ先へのご案内、
商品などの発送、及び店舗改善目的以外には使用いたしません。

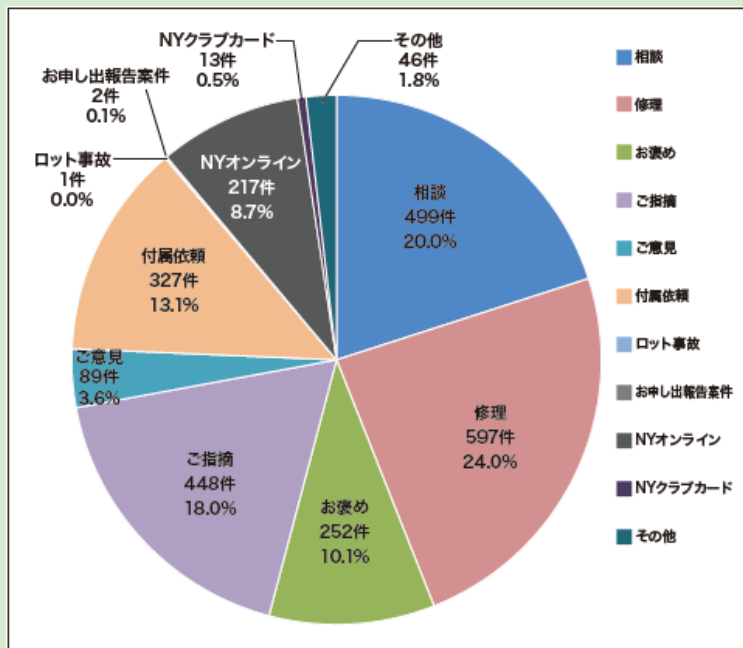
この部分は裏面を折りたたみ、お返しのハガキとしてお返してください。

2.CSグループ お客様相談担当 状況

①受付状況・内容 2024年4月～2025年3月受付状況

全体対応件数 2,491件 メール：432件（17%） F D：359件（15%）

店舗・社内経由：1,350件（55%） ハガキ：314件（13%）



アフターケア： 修理、付属要求
相談： 取り扱い方法その他全般
ご指摘・ご意見： 商品や店舗
E C・会員情報： CSへ送客の内容
お褒め： 商品や接客について
ロット事故・申し出案件：
店舗からの情報提供により生産、
企画など関連部署で協働する内容
その他： 上記以外の内容

← 品質情報展展示資料より

2. CSグループ お客様相談担当 状況

②社内への連携・発信活動

- **週次**（課長クラスまで参加）・**月次**（社長同席）会議にてトピックス発表、関係各所と情報共有。
- 「総合品質管理活動（**TQM**）」会議へ提議し調査、改善。生産管理担当、企画担当、ホールディングス品質管理担当と4者で原因調査、防止策、対応策まで決定。
- 店舗入荷時のスタッフが気になる件を受付、確認、社内検討から修正し店舗へ返却やフィードバック。

③社内、お取組先への情報発信活動

■ **品質情報展**（Q I 展）開催

当社グループの「お客様第一」「品質本位」の企業理念に基づき開催。

お申し出品の中からピックアップし、事象、原因、改善案、今後の対策などをパネルで紹介し、現品と並列展示。遠方スタッフ用に動画配信。2025年度は二次元コードから視聴できるように配信方法を変更。

店舗・本部のスタッフ、お取組先（生地メーカー、付属商社、アパレル商社など）に発信、アンケート回収、フィードバックを行う。

2.CSグループ お客様相談担当 状況

■ブランドとお客様の信頼関係構築のために～

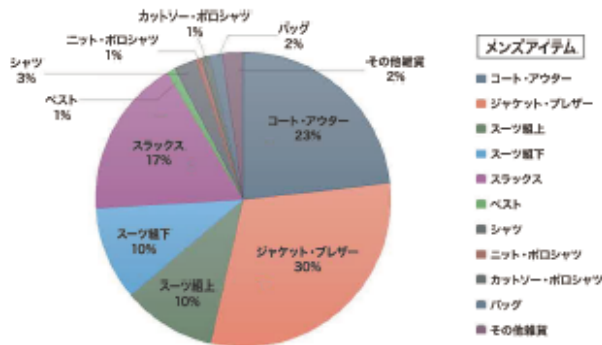
2024年4月～2025年3月 お客様相談メンテナンス受付内容

お客様相談では、お買い上げいただいた年月に関わらず、お客様の大切なお品物の修理や付属品手配等のご相談を承っております。

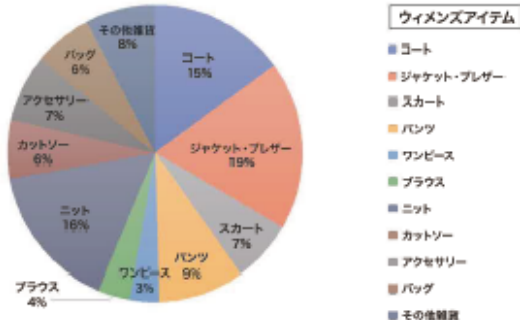
■アイテム別メンテナンス点数

※修理と付属品依頼の合計

メンズ アイテム別	
アイテム	点数
コート・アウター	143
ジャケット・ブレザー	187
スーツ組上	63
スーツ組下	63
スラックス	107
ベスト	6
シャツ	15
ニット・ポロシャツ	4
カットソー・ポロシャツ	5
バッグ	9
その他雑貨	14
合計	616



ウィメンズ アイテム別	
アイテム	点数
コート	35
ジャケット・ブレザー	66
スカート	31
パンツ	45
ワンピース	9
ブラウス	5
ニット	51
カットソー	14
アクセサリ	19
バッグ	13
その他雑貨	13
合計	301



メンテナンス内容	メンズ	ウィメンズ
ぬれ・穴あき	123	27
虫食い	25	22
生地表面変化 (縮み、毛羽立ち、色づき)	56	14
スナッグ・ビリング	4	21
変色・汚れ	9	6
ボタン取れ・破損	268	54
裏地破損・劣化	56	45
ファスナー破損	13	10
その他パーツ取れ・破損	30	39
生地・縫製不具合	17	34
裾地不具合	2	18
サイズ調整	6	3
その他	7	8
合計	616	301

【メンズ】

昨年同様、ジャケットやスラックスなどビジネスアイテム中心にお修理対応を多数承っております。中でも、ジャケットの裏地交換やボタン依頼、スラックスの摩耗補修など、日常的な使用による損傷への対応実績が多く、大切に長くご利用いただいている対応結果となります。

【ウィメンズ】

メンズ同様、ビジネスウェアをはじめとしたお修理対応を承っております。またコートの裏地交換や、日常使用によるニットの虫食い・裾地の補修、アクセサリのパーツ破損修理など、繊細な対応が求められるケースが多く見受けられます。また、素材の特性に応じたメンテナンスや、損傷箇所の補修など多岐に渡ったご相談が寄せられています。

3.ECCS担当 状況

受付状況・内容 2024年4月～2025年3月

全体対応件数 13,519件

メール：5,367件（40%） F D：1,920件（14%） 有人チャット：6,232件（46%）

お問合せ内容（メール・FDのみ）

- ・商品について 8%
- ・配送関連（店舗支援含む） 27%
- ・返品・交換・キャンセル 33%
- ・会員情報関連 16%
- ・注文関連（システム含む） 12%
- ・その他 4%



チャット対応内容

- ・ファッション相談 15%
- ・システム関連 10%
- ・アプローチ(LINEトーク) 75%

※有人チャットは「スタッフに相談・質問をどうぞ」の対応数。

2024/12～LINEトーク画面上の有人チャット非表示、アプローチ（声がけ）停止中。



ボットは定期チューニング実施

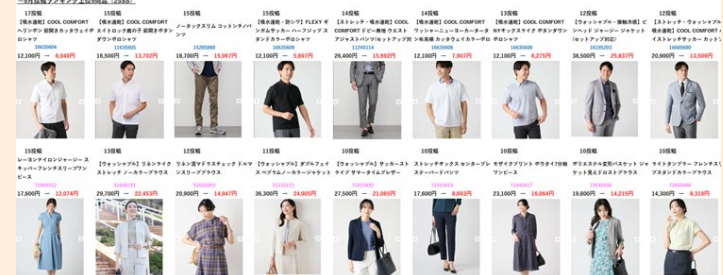
3.ECCS担当状況 ※CX取り組み（VOCデータの活用推進）

【VOC】

- 1) メール・電話・チャット対応履歴を週次&月次単位で纏め部内共有とデジタルマーケティング部へ報告、対応要請。
- 2) 自社ECサイト内レビュー投稿の承認と回答入力。
- 3) お客様相談システムの履歴を週次&月次単位で纏め部内共有。
上記の2と3のデータを合体し、VOCデータとして全社へ配信。

お客様の声を、男女比、年齢、アイテム、お声が多いポイントなど様々な角度からECCSにて課題抽出を実行。各部署からのデータ提供依頼にも対応。CSはお客様、ショップスタッフと日々接している点から説得力のあるデータ提供を目指す。2026年から実験的に「VOE（ショップスタッフの声）」も収集開始。

また、投稿者の世代を集計すると（添付資料9月レビューシート内）、若い世代も大事なですが、投稿ベースとはなりますが、40~50代が減少（ビジネスユース減?）、投稿年齢層が上がっています。投稿数の上位の集計では、



4. 現状と課題

- ①顧客年齢層：50代～60代が中心、ブランドの長い顧客であれば70代～80代の方からの問合せも有
※ニューヨーカーは1964年スタート アフターケアのみならずEC利用の相談もあり
- ②地方百貨店の減少もあり、ECの利用が進む ⇒①と②起因デジタル苦手な顧客へのフォロー
- ③実店舗でも「LINE」で顧客とお友達に、アフターフォローサービスを2025年から開始（店舗端末利用）
- ④自社ECでのチャットボット⇒「有人チャット」はシームレス ⇒有人対応は営業時間外が課題
- ⑤一方、自己解決したい顧客からの声も有 ⇒FAQやサイト内の見直しは必須
- ⑥品質情報展で共有されている事例（ご指摘）などは、次回生産時に反映しているケース多いがアパレル製品はデザインや個人の趣味嗜好もあり、商品改善事例の公表方法は課題
- ⑦アフターケアをはじめ消費者との対話に真摯に取り組むことで顧客体験価値（CX）を向上させ、お客様とのエンゲージメントを深めることで長期間では業績にも貢献 ⇒店舗では貢献度の数値化が難しい
- ⑧電話問合せは減少、デジタル化傾向 ⇒ 業務の生産性向上、効率化を求められることも課題

お客様対応部門の価値：「消費者や顧客の声の中に企業へのニーズが存在する」ことを、経営層はじめ社内へ伝え、利益に反映させることができる部署、だからこそコミュニケーションは必要