

月刊社会保険 2月号

昭和25年9月1日第3種郵便物認可 平成25年2月1日発行(毎月1日発行)第64巻第2号通巻751号

ISSN0559-6963

月刊 社会保険 2

2013 VOL.751

社団法人
全国社会保険協会連合会

厚生労働大臣、副大臣及び政務官 就任

新年を迎えて 日本年金機構理事長 紀陸 半

新年を迎えて 全国健康保険協会理事長 小村 剛

日本年金機構からのお知らせ

昭和29年4月2日～昭和31年4月1日生まれの方へ

平成25年度から「ねんきん定期便」の節目年齢が変わります。

昭和28年4月2日以降に生まれた男性の方へ

平成25年度から「特別支給の老齢厚生年金(報酬比例部分)」の受給開始年齢が、61歳以降に順次引き上げられます。

平成25年1月末から「気になる年金記録、再確認キャンペーン」を開始します。

社会保障審議会医療保険部会「議論の整理」

クレームをチャットスにどう変えたか

第10回

苦情の対象になりやすい人

苦情対応手法をさまざまな角度から書いてきましたが、読者のまわりには、よく苦情をいわれる人と苦情にならない人がいるということにお気付きですか。この違いの簡単な解決方法を知らずに苦情を受け続けるのも辛いことでしょうか。提言します。また、部下を持つ方はその「コツ」をつかんで、指導に生かしていただきたいものです。

●第1印象が大事

事例を2つ挙げます。

1人は看護婦を目指し学校へ通っている20歳の女性です。知人のお嬢さんでたまに話をしますが、ともかく笑みの絶えない方で狭みもないように見えます。

「狭みなんてあるの」と聞きましたら、「それがあるんです」というのです。

その狭みは自分の顔の造作が常に笑顔に見えるため（一般から見たら羨望）、学校で講師に注意されているときも「何で笑っているんだ！」と怒られるのだそうです。そのため、そのようなときは手ではほを下に引いて笑顔を消し、話を聞くという嘘みしたいな話です。

もう1人は、レストランでアルバイトをしている高校生の女性（Tさん）です。アルバイトをはじめて2カ月経った頃のこと。

アルバイト先は「平日ドリンク飲み放題」のお店でしたが、あいにく人気のオレシジジュースが切れていました。そのことを告げられた店長がそのアルバイトのTさんを指名して「謝罪してくるよう」というのです。

そこで謝罪して収まったのですが、さらにレモンソーダも切れていたよう

で、お客様はお怒りになりましたが、店長はまたもTさんに対応をお願いしたのです。彼女の誠意ある謝罪で事なきを得たのですが、その彼女は小柄な女性であること、笑顔で八重歯が出ること、で功を奏したのでしよう。

この2例は第1印象がいかに大事なことかを物語っていると思います。なか。考えてみれば、どちらも多くは損をしないでしょう。アルバイトのその印象を見抜いていた店長には若干のずるさは感じるものの、判断の正しさには敬意を表したいです。仮にそれが失敗なら自身の出番を覚悟のうえでしようから。

現実に戻りましょう。第1印象は「苦情対応」に限ったことではありません。友だちとの出会い、男女のはじめでの出会い、上司と部下の出会い、このように人生においてはそのとき

どきに相性に通ずるものがあるよう

です。

もちろん苦情界ではその効果の占める比率は大きなものがあります。

お話をしてみても印象がよいという方は半数以上に達することでしょうが、それには表情に話し方や声の質、必要な知識が関連してきます。辛い話ですが、外見だけで感じが良いという方は2割前後でしょう。

印象とはどんなものでしょう。以前にも書いた記憶がありますが、アメリカ・シアトルを拠点とする高級百貨店「ノードストローム」では、社員採用の第1条件が「感じのよい人」となっていると聞きます。この基準は的を射ているでしょう。

●第2の印象を使いこなす

それでは読者に質問させていただきます。

メデュケーション株式会社代表取締役
苦情クレーム対応アドバイザー

関根 真一

ホームページ
<http://claim-sos.ecgo.jp/>

「あなたは一見感じの悪い部下を、教育で感じのよい人に仕立て上げることができますか？」

ほとんどの方が考えた末、「NO」というでしょう。これは見た目の印象であり、その外見だけを直すことは整形手術でもしないとできません。しかし、第2の印象である表情づくりと話術は訓練により外見を超えることも可能なのです。

第2の印象を使いこなすプロは多数います。百貨店や大型専門店でも高級ブランドには多くの社員が笑顔で迎えています。その顔は失礼ながら営業用の顔なのですが、もつと如実な例を挙げると客室乗務員です。この方たちは口角が上がりきれいな笑顔で迎えてくれます。生まれつき？いえ違います。一部の人はそうかもしれないませんがこれも主に訓練なのです。その証拠に少しでも気を許すと表情が変わります。鍛えてあるのは笑顔に見せる顔の筋肉なのです。

さて、大型販売店にも妖怪（失礼）はいます。道方より顧客が見えると、「あの黒編服のお客様」と指名宣言をするのです。その方がそのショッパに寄れば、最初に声をあげた人が接客権を得るわけです。そのお客様がショッパを素通りすれば、またそこに並び宣言の順番を待つのです。社

員はノルマ制ですから必死です。しかし、その笑顔は「どこから出てくるのだ」というほど素晴らしいプロなのです。もちろん会話も言葉づかいも同様です。社員食堂であいさつされても「誰だっけ？」とわからないほど表情づくりはプロに徹しています。

不愉快な顔をしての対応はときに大きな苦情になります。そこには印象だけではなく、気分が乗っていないときなどそのものです。百貨店時代によくあったのは若い女性社員への苦情です。彼とケンカをしたときなどに接客態度等で苦情をいただきました。それは、お客様対応に気が入っていないことを見抜かれ、さらに、気分が悪くなるほどの仏頂面なのです。それでは苦情をいわれても仕方がないのですが、対応は大変でした。

また、50歳代半ばで落ち着いた生活を望む主婦のパート社員は、感情をあまりださずよいのですが、売上げに執着心がないため成果の向上が見えず、上司からは売上げが上がないとの相談がしばしばありました。そこには、余生を冷暖房付の職場で……のんびり、それはそれで困ったものでした。

男性、特に公共機関や大企業にお勤めの方、その表情は硬いものがあります。笑顔の方もいますが、それ

は最初に書いた顔の造作がよいごく一部なのです。男性のビジネスでもホテルマンや高級レストランの接客は素晴らしいものがあります。これは自分をコントロールできるからなのでしょう。職業とはいえ本心から出せる笑顔、声の張りには顧客を引き付けるものがあります。

●よい印象を相手に伝える術

さてまとめに入ります。まずは、苦情を起さないためには第1印象が重要であるということ。そして、そのためにはよい印象を相手に伝える術を身に付けることです。

役職にある人は、部下の弱点をいかに上手く指導して、仕事への張合いを持たせるかということに考えれば、それが自ずとCS（カスタマーサティスファクション）につながっていくのです。

また、自分の弱点に気付いている人は徹底してその改善に臨むことです。改善の効果判定は他人にゆだねないとなりません。自己満足は決してよい成果とはなりません。

気分のすぐれないときがあるのは自然です。その際には、権力行動を控え、ビジネスのうえでも必要最低限の活動に絞るべきでしょう。後にまわしてよいものはまわすことで加

害者になることは避けましょう。

どうしても、その目にやらねばならない仕事は、話術を使い、ばれない笑顔を表現することです。世間の話題の鮮度で勝負するのもそのひとつです。ただ、そんなときは感情も荒れていますから、相手のちょっとした発言につっかからないよう十分注意をすることです。これを身に付ければ相当な武器になり、苦情を受けけることはありません。

なかには客の意地悪で苦情になる場合もあります。かわいい子を見ればいじめたくなるという同性者もいるのです。このときの対応方法は大きく落ち込んでみせることです。これも、過去の経験から効果は大です。「大変申し訳ありません。このように社員も非を転じて沈んでおりますので、それに免じてお許しをいただけますよう、お願い申し上げます次第です」というのが私の立場でした。

最後にどんな人でもよい顔が持てることをお伝えしましょう。それは、久々に母親と会ったときと、好いてる異性に会えたときの顔です。むっつりしていても、実は本当に柔らかな甘えた目をしているのが、母親の前なのではないでしょうか。

その笑顔、鏡の前で訓練して生かしませんか。(つづく)