

月刊 社会保険 5

2012 VOL.742

社団法人
全国社会保険協会連合会

第5期計画期間における介護保険の第1号保険料について

厚生労働副大臣 就任

短時間労働者に対する厚生年金・健康保険の適用拡大

「ねんきんネット」で電子版「ねんきん定期便」スタート!

協会けんぽからのお知らせ

「限度額適用認定証」をご利用ください

被扶養者資格の再確認について(平成24年度の実施)

新連載/クレームをチャンスにどう変えたか 関根 真一

がんばらない介護生活ーよりよい介護生活にするために 別府 明子

へるすの時代(前立腺に関する病気) 野村 和史

加齢をどうコントロールしていくか 白澤 卓二

クレームをチャッスにどう変えたか

第1回

クレーム対応——失敗するとき、成功する術^{すべ}

みなさん、はじめまして。

私は「苦情・クレーム対応アドバイザー」という日本唯一の肩書で仕事をしています。この肩書をはじめて見る方がほとんどでしょうが、世の中は「苦情・クレーム」が途絶えることはありませんので、変わった職業の割には多忙です。オーバーに言えばどこかで誰かが救いを求めているということです。

●クレームも時期によって増減する

最初に、ひとつお知らせがあります。それは、苦情とクレームというものは大災害や大事故があった年は激減するということです。しかし、それ

がそのまま永く続くわけではなく、変節で徐々にもとの状態に戻ってきます。そのひとつの時期として考えられるのが、年が変わるとき。また2つ目は、その事件・事故から1年を経過したときが契機となります。

昨年は1000年に1度といわれるような不幸な震災が起こりました。そしてその影響はまだこの先長く続くのですが、新年を迎えた途端、苦情が増えています。実感していますか。

この連載が始まり、皆さまのお手もとに届く頃は、震災から1年を経過して、第2段階の苦情復活期に突入している頃でしょう。

「それは証明されているのか」といわれますと、今までは統計がありませんでしたが、私がこの職業につい

て17年になりますから体感はありません。しかし裏付けがないことには説得力がないのです。みなさんも「そうかなー」と感じる方がいると思いますが、確実に増えていることに気付かないのです。なぜなら、震災以前も苦情となっていた些細なものが、またはじまっただけのことが多いからです。

しかし、今回は図らずもこの証明をすることができました。私はある飲食店の苦情対応アドバイザーをしています。この飲食店は700店舗以上あります。昨年その会社で年末のあいさつに行きました。年が明け、年始のあいさつは1月中旬でしたが、そのオーナーがはっきりと口にしたことは、「関根さんのいわれたとお

り、年明けと同時にクレームの件数が増えました。この状態になることをお聞きしていたため慌てずにすみました。ありがとうございました」と、おっしゃったのです。聞くと震災直後より件数で15%程度増加したそうで、その内容を確認すると、案の定、「俺が座ったテーブルに、前の客のうどんのつゆがこぼれていた」というような、些細な苦情が戻ってきたとのことでした。

その会社にもお客様相談室があります。その責任者がこんなことを口にしました。「そろそろ年も変わったので今まで我慢していた苦情をいいたませんか」という言葉が、なんとツイッターに出ていたのだそうです。

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/>

●環境変化も大きな要因

みなさまはこの現象をどうとらえるのでしょうか。たしかに、苦情は一時減りました。それは災害を自分の身に置き換えたとき、変わらず生活ができていること、消費電力の削減に協力したこと、募金に参加し支援をしたこと、これらのことを考えるなら、人は我慢する気になればできるということにもつながるのではないのでしょうか。私はそのように考えました。

では、苦情をいう、クレームを口にする。この行為が復活する原因は何でしょうか。その原因は環境変化によるものが大きいのです。その意味では、現在は政府がやや混乱気味、日本経済の先行き、外交問題、原発問題等々、考えれば相当悪い状態といえると思います。それが引き金となり、小さなできごとでも苦情を口にするきっかけになっていることも少なからずあるのです。もちろん、個人的な事情から苦情をいう方も増えてきます。苦情分析は、「日本苦情白書」で2009年に実施されていますが、それは追々連載の中で数値を示して説明を加えます。

●クレーム対応アドバイザーへ

ここまでお読みいただき、みなさま

は何でそんな面倒な仕事に着いたのかとお考えになることでしょう。普通、誰だつて嫌がる「苦情」の対応を何で買つて出るのか、もつともな疑問です。

それでは、はじめてですから自己紹介をさせていただきます。生まれは埼玉県、松山高校を卒業後1969年に大手百貨店に入社しました。最初は販売を経験し、46歳のときにお客様相談室長として大阪の八尾にある店舗に着任しました。それから宇都宮、つくば、本店の池袋と経験して53歳のときに退社をしました。このときはただの転職でした。縁あつて大阪にある歯科業界の技工会社に勤めましたが、如何せん異業種でしたから、そこは1年2カ月で退社フリーになりました。失業です。その後、ボランティアで歯科医院を審査するNPOのお手伝いしながら起業し、百貨店時代での苦情対応の成功を本にしました。それが「苦情学I」です。つまり、最後の8年がお客様相談室の勤務であつたことが現在に活かしているのです。次いで2冊目はご覧いただいた方もいると思いますが、「となりクレーマー」(中央公論新社)です。それから5年、今は苦情対応の講演(全職種可)と雑誌・新聞及び書籍の執筆を生業とし、著書は16冊になりました。今回はこの連載のご縁をいただき1年間みなさまのお役にたてるよう、た

くさんの経験事例を掲載しながら、ポイントの説明と対応の心構えをお伝えできたらよいと思います。

お願いがあります。匿名で結構ですから、現場で起こっている事象、すでに片付いた苦情の対応が正しかったかどうか、という質問をいただければ、誌面にて回答していきたいと思ひます。

●クレームで顧客を失うな

私は、百貨店時代には難題専門に数多く解決してきました。そのため難題は関根にまかせといわれるほどになっていました。そのお陰で他店舗からも解決のアドバイスを求められました。特に反社会的団体、悪意をもったクレーマー、詐欺師など無理難題をいう方が中心でした。同じ相談室長でも苦情と聞くと逃げ出す人もいました。考えれば、その人の方が正常だったかもしれませんが、私は苦情対応が気に入る真剣に取り組んだ結果、楽しいのです。それはなぜかという、顧客をつなぎとめた実感が湧くからでした。

苦情対応の失敗は、百貨店の場合顧客離れになります。顧客は1人でなくその家族もいれば親戚もあることでしょ。たったひとつの失敗で、そのお客様がそっくり他店に移ったらどう

なるのでしょうか。この現象は、どの企業にもあてはまります。そして冷静に考えていくと少子化が来ることに気付きます。少子化はすべてのビジネスを低迷させることになるでしょう。日本が好景気であつた時代は収入も人口も増え続けていた時代です。これからは高齢化が進みます。現在の高齢者は多くの人が蓄えを持っていますが、それを散在しないように育ててきています。これらの点を総合的に考えたとき、今日の前にいるお客様を決して手放すことはできないはず。ましてや苦情で顧客を失うことは企業にとって命取りともいえます。こんなわかり切ったことが目の前で起こっており、それを知ったなら当然のことながら行動が変わるはず。私の持論は、「最良の対応を知らずに、よい対応はできない」と「苦情で顧客を失うな」の2点です。また、弁護士には申し訳ないのですが「弁護士不要論者」です。もちろん、こじれて解決できないときは頼りますが、通常は弁護士の介入で片が付いてもその顧客を失うからです。ぎりぎりまで努力するそれが誠意ではないのでしょうか。

1年という長い間になります。どうぞよろしくお付き合いのほど、お願い申し上げます。(つづく)