

「ご自身であることを証明してください」と攻撃に転ずる

相手にしているとキリがないのでここで攻撃に転ずることにしました。

「みつびしおさん、修理の預かり書をください。このレンズはお返ししますので」と言うと、

「直ってもいないのに受け取れるかよ」

などと威張っているのを、

「あなた、本当に『みつびしお』さんでしょうね？」

と疑ってやりました。するとポケットから小さく折りたたんだ預かり書を出して、テーブルにポーンと放り投げてよこしました。けれど、私は続けて、

「これは、『みつびしお』さんというお客様のとても大切なレンズですからね。他の人にお渡しするわけにはいきませんのでね。ご本人であることを確認させてください。免許証かパスポート、何かご自身を証明できるものをお持ちではありませんでしょうか」

といじめてあげました。すると一瞬とまどいながらも、

「なんだよ、おまえんとは客を疑うのかよ。ひとの物を取り上げる気かよ。ひでえ会社だな。いらねえよ。そんなレンズ。くれてやるよ」

などと大声で怒鳴りますので、すかさず、

「あなたね、これは、いるのいないの問題じゃありませんよ。この預かり書はどこで手に入れられたんですか？これは『みつびしお』さんにお渡しした修理預かり書ですよ。ご自身を証明できないと困りますね。まさか、これどこかで拾ってきたんじゃないんでしょうね。これは犯罪ですよっ！」

と、私も、ここぞとばかり一気に攻めたてました。すると、

「人を泥棒呼ばわりして。警察でもなんでも呼べばいいだろう。恐くもなんともねえよ」とうそぶいていますから、

「あなたもニブいね。もう、警察の生活安全課へ相談に行ってますよ。警備保障でも警察でもすぐに飛んで来てくれるんですよ。うちは、毎月高いガード料金払ってんだから」

「ほら、頭の上でビデオも撮ってるし、どこかでテープも回ってんじゃないの。そんなに下向いて顔隠してたって部屋中カバーしてるんだから映ってますよ」

「あなたね、受付の連中がなんでもおとなしく聞いているからっていい気になって言いたいこと言ってるけどね、大口叩くのもいい加減にしとけよ。ここは右翼でもヤクザでもしょっちゅう相手にしてるんだからさ、あんたなんかになめられてたまるか！」

「早いとこ、そのレンズしまった方がいいんじゃないのか。O社を脅してカメラを引き取らせたってのも警察は知ってるぞっ！」

と、脅かしてやりました。すると、こいつ、

「右翼も来るんですか！」

なんて感心しているから、

「ああ、この間もな、〇〇〇〇会の会長さんがみえたしな。俺もな、だてにここで店張ってんじゃねえんだ」

と、精いっぱいすごんでやります。

大きな声でやりあっていますから外へ筒抜けです。他のお客様たちは、中で何をやってるんだと驚いたでしょうし、この所長は柄が悪いなと感じたことでしょう。また、所員にも筒抜けで聞こえていますから、交渉の様子がよくわかっていい勉強になるはずですが。他のお客様のことを考えたらもう少し品よくできないのかということですが、なかなか格好をつけては、らちが明かないのがこのタイプのクレームなのです。

私の経験からしますと、クレームの形態夫間のタイプはおよそ次のような型に区分できます。

クレームの形態と人間のタイプ

- *金品の要求(拡大損害の賠償要求) ……………ごね得型
- *自身のプライド回復(謝罪要求) ……………プライド回復型
- *高品質要求(音、色、感触、ゴミ、キズ) ……………神経質型
- *使い勝手・使用説明書改善・特注品製作要求……………思い込み型
- *相手のまちがいを正し、教育する……………新興宗教型
- *上位者と話をしたい、特別扱いを要求……………特待要求型
- *理想実現のために企業を動かしたい……………自己実現型
- *小さな問題でも徹底的な事故解析を要求……………真理追究型
- *クレームをつけることに快感を感じる……………愉快犯型
- *クレームをつけない……………泣き寝入り型

●愉快犯型

一つの企業にクレームをつけて、そこで相手のクレーム対応、処理方法を学びますと、新たな同業他社にやって来て、前回学んだことを、今度は先手を打って攻撃してきます。そして、あそこの会社はこうだった、ああだったと、解決条件や金額を引き上げようとしてきます。

手口としては、量販店などで製品(中古品のこともある)を一台購入し、それをメーカーのサービスセンターなどに持って行きクレームをつけます。クレームの内容はなんでもよく、「ノイズが出る、音がこもる、色のばらつきがある、作動部の感触がよくない、重い、軽い」など、主に感覚的な品質問題にクレームをつけます。

どんな製品でも、けちをつけようと思えば何かしら見つかりますから、メーカーとしてはたまったものではありません。処理に当たる者も、このお客様は無茶なことを言うなど思いながらも丁寧に対応しているのですが、このタイプのクレマーは同時に、そばにいる女性に優しく話しかけたり、笑わせたりなどして自分の意見への同調を求めたりします。同調を求められた女の子が思わずニコッと微笑んだりすると今度は、「受付の女の子が自分のことを笑った」「バカにされた」と、本題とはまったく関係のないところへ紙を持って行って怒り出したりします。

これは手に負えないと思って責任者に話を取り次ぎますと、出て来た責任者に対して「何度同じことを言わせるんだ。俺はそんなことは言っていない。もう一度あいつに聞いて来い。おまえのところの教育はどうなってるんだ」などと、際限がありません。しかし、その責任者が不当な要求を断り続けますと、いったんは引き下がりますが、今度は電話を頻繁に使い、営業や本社や工場など、その企業のありとあらゆる関連施設に電話をかけてきて、あることないことサービスセンターの対応の横暴さを訴え、混乱を謀ったりします。

突然電話を受けた本社の交換台は、内容がよくわからないまま総務部などに電話を回しますと、すぐに「責任者を出せ」と食い下がり、サービスセンターの対応の悪さにクレームをつけ、品物を引き取れだの、弁償しろだのとまくし立てます。

総務部が「大切なお客様を怒らせて、サービスセンターはいったい何をやっているんだ」と、サービスの対応に疑いを持ち、これ以上お客様を怒らせないようにと考えますと、どうしてもお客様に有利な答えをしてしまいますから、今度は、その答えを、サービスセンターにぶつけて、「本社じゃこう言ってるぞ。おまえの言うことなんか誰も支持してないぞ。おまえは首になるぞ」などと脅しにかかります。

また、企業のあちこちに同じ質問を繰り返し、その回答のずれを指摘して、「あそこではこう言った、こちらではこう言っている。どっちが本当なんだ？ おまえの会社はいつたいどうなってるんだ」などと、からんできます。

なかには、購入した製品を工場の守衛所に持っていき、「これ、調子が悪いからサービスセンターに送ってください。自分は時間がなくて行けないのでよろしく願います」などとていねいに頭を下げ、いかにも善人ぶって製品を預けてしまいます。

その製品が速やかにサービスセンターに回されればいいのですが、工場とサービスセンターではどうしても一日から二日の時間がかかりますから、今度はその時間差にクレームをつけてきます。

サービスセンターへやって来て、突然クレームをつけ、「現品はどうにおまえのところ

に預けてある」などと言い出します。しかし、いくら調べてもコンピューターに登録されていません。それもそのはず、関係のない工場の守衛に預けたのですから、まだ、修理まで回って来ていないわけです。

こんな具合に、ありとあらゆる手を使ってクレームをつけてくるのですから、お手上げ

です。結局多くの企業が、なんとか穏便にすまそうとして、相手の要求をのむことになり、

持ってきた製品を引き取ることになります。

この場合、いくらで引き取るかが問題なのですが、本人は、引き取り金額を言いません。「自分の会社の製品なんだからいくらで買ったかわかるだろう」「どこそこで買って来たんだからその店に聞けばわかるよ」とうそぶきながらも、「おまえのところもたもたしているから、おれは大切な時間をだいぶ損をした。一時間二万円は稼ぐのにどうしてくれる」のだ、「次の約束の場所へ行くのに時間がなくなった。車ぐらい用意してくれるんだろうな。人に迷惑をかけてるんだから当然だ」などと脅かします。

いくらで買ったかを調べるのに相手のお店に迷惑をかけてもいけないし、車代だのなんだのとうるさいから定価で引き取っちゃえと、お金を払いますと、本人は実際の購入価格と定価の差額を儲けることになります。

自分は定価で引き取れとは言っていないのに、相手が勝手に定価で引き取ってくれたとい

う論法で小さな利益を得るのです。しかし、こうやって簡単に利益を得る味をしめると、これは必ずエスカレートしますので、そのうち警察のごやっかいになると思うのですが、用心深い彼らはしつぽを出しません。

メーカーへのクレームなどになりますと、不満の限りを打ち込む悩めるユーザーの文章はかなり過激なものとなります。そして、本名を名乗らずハンドルネーム(ニックネーム)で書き込みをするとき、ふだんの自分とはまったく異なる人格に変身する人もいるのです。

その実態たるや、相手の表現不足に絡んで言いたい放題、アホ、バカ呼ばわりにとどまらず、もうほとんど脅しの世界にまでも入り込んでいきます。そして最近、「相手の意見に絡むことが生きが

いだ。何よりもバトルが楽しみだ」と言う人たちが現れてきております。このような人達にメーカーの弱点を突かれますと、これはもう際限がなくなり、小さな問題でもたちまち大きく発展しかねません。

では、この人達をバトルに駆り立てるものはいったいなんなのでしょうか?・いろいろ考えられますが、何よりも大きいもの、それは人の心の寂しさであると私は捉えております。

インターネットで知り合った仲間と直接会って楽しむ各種のオフ会やパーティなどに積極的に参加できる性格であれば不満が内にこもることはないのですが、適当な話し相手や

友達がいないと心に寂しさが募ります。とくに頭がよくてアイデアも豊かながら話し相手がない、自分の意見を聞いてくれる人がいないとなりますと、どこかでエネルギーを発散させなければ心が落ち着きませんから、インターネットでのバトルは格好の場所だと推測されます。

●クレームのケース

一般にクレームと呼ばれているものにはどんなケースがあるのか、私が担当してきたカメラサービスの世界で見えますと、

(修理に関して)

○普通に使用しているのに故障した。保証期間を過ぎた途端に故障した。

- ↓最初から悪かったのだから無償修理して欲しい。
- 何度修理しても直らない。(本人の思い違いも含めて)修理に出したら悪くされた。
- ↓新品と交換して欲しい。↓直らないなら引き取って欲しい。
- 修理期間が長すぎる。↓特急修理して欲しい。↓代替品を貸して欲しい。
- 修理費用が高すぎる。↓もっと安くして欲しい。
- 修理対応期間(補修部品保有期間)が短い。↓古い製品でも直して欲しい。
- 修理拠点が少ない・場所が悪い。↓地方ユーザーを差別している。
- サービスセンターの営業日、営業時間が短い。
- ↓休日に営業して欲しい。↓仕事帰りに寄れるようにして欲しい。

〈製品の事故・品質に関して〉

- 買ったばかりのカメラが故障した。↓修理は認めない、すぐに交換して欲しい。
- 新品のカメラ・レンズにゴミ、キズ、カビがある。
- ↓綺麗に清掃して欲しい。交換して欲しい(品質要求程度が度を越しておりなかなか納得しない)。

〈損害賠償要求〉

- カメラの故障で大切な写真を撮りそこなった(新婚旅行、海外旅行、成人式、工事現場の写真、海外ロケ、オリンピックなど多くは撮り直しのきかない写真)。
- ↓「事故証明」が欲しい。↓再撮影の費用を負担して欲しい、損害賠償して欲しい。

〈販売その他〉

- 使用説明書、カタログが不親切。まちがっている。
- ↓すぐに訂正せよ。回収せよ(説明書がまちがっている場合もあるが、何度説明しても理解できず、欠陥呼ばわりする)。
- アクセサリが用意されていない。↓すぐに製品化・発売せよ。
- 新製品が発表されたのに発売が遅い。発売予定日が守られない。
- ↓ユーザーに対する社長の考え方を聞きたい。
- 新製品が発売されたのに品物がない。
- ↓営業方針を聞きたい。すぐに一台手配して欲しい。

クレームといわれるものは、このように種々雑多なものがひとまとめにされているのが実状です。ですから業種が違ったり、営業や宣伝など部門が違ったり、取り扱い商品が異なればクレームの実態というのは本当にさまざまなかたちを取ることになると思います。ここにあげた例のなかには単なる顧客要望であり、クレームではないと思われるものもありますが、これらは、その問題に対するお客様と担当者の意識の度合いに差があるとたちまちクレームになってしまうのです。これについては、すぐあとの「クレームはなぜ起きるのか?」で考えてみたいと思います。

クレームについて従来からの一般的な見解としては、お客様が企業に文句を言ってきた場合、そこに「法律的な根拠」があり、「請求内容が法定内容である」ものだけを「クレーム」とし、それ以外は単なる苦情、不平、不満(コンプレイン)として扱うという考え方もあります。