

# カスタマーハラスメント(略して「カスハラ」)

顧客側にも心のドレスコードを

死ねと言われた」 土下座を強要された」 SNSに実名をアップされた」・・・。

現在、多くの企業で、顧客によるサービス提供者への過剰なクレームや迷惑行為(カスタマーハラスメント)が問題になっています。あるアンケートによると、回答者8万人のうち、およそ7割が顧客からの迷惑行為に遭遇したことが分かっています。

最近では、一見ごく普通の人が突然キレて暴れ出したり、企業に繰り返しサービスを求めるなど、クレームの内容が多様化、深刻化しています。この背景には、日本の質の高いサービスが消費者の間に「過剰期待」を高めたことや、社会全体の不寛容化・格差の広がりなどもあると言われています。

私たちは、事あるごとに、会社から「サービス」の重要性を説かれます。もちろん、お客さまに不快な思いをさせないよう心掛けることは必要です。しかし、**私たちとお客さまは主従関係ではありません。**主人に仕える奴隷のように、顧客の要望を何でも聞き入れることがサービスではありません。

「意見」と「クレーム」は分けるべき

以前、「意見をクレームと捉えずに、お客さまに喜んでいただくサービスのための財産にして欲しい。」といった話がありました。が・・・総てを「意見」として聞くには無理があるのでは？

**多くのお客さまは、自身も気持ち良く利用したいと考えるため、自らも最低限のマナーを守るよう心掛けるはず**です。時間に余裕をもって駅に行き、切符を買って、列車に乗られます。しかし昨今、乗務員や駅員への個人攻撃とも思われるものや、公共交通に対してとは思えない要求やご意見も精査することなく、ご意見があったからと、注意や事情聴取をしたり、最初から悪者扱いしたり・・・と社員に全てを押し付けて終わらせようとした例が多数報告されています。**「ご意見は個人ではなく会社として解決すべき問題です。**去年のダイヤ改正後に、「列車の本数が少ない」「駅員がいない」といった**会社の施作に対する、多くのご意見がありました。**それこそお客さま満足のための財産にしなければいけないのではないですか？

とりあえず謝ってと言う方がいますが、本当にそれで問題は解決しますか？  
誰かをスケープコードにしても解決はしません。



ご意見に対して精査し、今後の仕事に活かせる体制作りが大事では？



若い力

第 121 号

2019年 7月15日

発責 国労九州本部

博多区博多駅東3丁目9番3号

ニッコーハイツ1003号

JR 092-2075

NTT092-483-1515