

「頻発する理不尽なクレーム」 ～カスタマー・ハラスメント対応術～

2021年2月10日

一般社団法人日本ジュエリー協会

人財教育アシスト

クレームアドバイザー 山田泰造

理不尽なクレームが急増しています。

もはや“お客様は神様です”は通用しなくなりました。

カスタマー・ハラスメントを知り、対応術を修得し、

ストレスから解放されましょう。

1. 新型のクレームが多発している

多くの現場で、**お客様から突然の無理難題**が急増しています。

- 理不尽な言動が飛び出す
- 大きな声を張り上げる
- 話が一方的である
- 執拗である

☆ これがカスタマー・ハラメントです。

- 見ず知らずの悪質クレーマーとは違い、一応お客様
- 悪質クレーマーへの対応は使えない
- 悪質クレーマーは、金銭目当て・もしくは嫌がらせが目的で、計画的にやってくる。

◎ カスタマー・ハラメントは、お客様が突然切れちゃうのです。

2. カスタマー・ハラスメントの実態と事例

実態

- ① 理不尽な要求をしてくる
 - ② 説教を始める
 - ③ 権威的・威嚇・脅迫・長時間拘束など
 - ④ 計画的ではないが、内容は悪質クレーマーと酷似
- ◎ 業務に大きな支障が出てしまう

事例

- ① 飲食店のケース
- ② 菓子店のケース
- ③ 自転車店のケース
- ④ 介護施設のケース
- ⑤ 医療機関のケース
- ⑥ クルーズ会社のケース
- ⑦ アパレル店のケース
- ⑧ ランジェリー店のケース
- ⑨ ジュエリー販売店のケース

3. カスタマー・ハラスメントによるダメージ

- ① 業務の遂行がストップしてしまう
- ② 周囲の業務にも支障が及んでしまう
- ③ 他のお客様にもご迷惑が掛かってしまう
- ④ 対応者がパニック、トラウマになってしまう
(体調を崩して、通院・入院・離職も)
- ◎ 病気になるそう という言葉が溢れている……

4. 対応のポイント

- ① 冷静に、相手の目的を見極める
- ② 事実を確認して、責任の所在を明らかにする。
- ③ 過剰対応をしない（できる事・できない事を伝える）
- ④ 業務に支障が出ている事をはっきり伝える

過剰対応はNG

- ・如何なる要求にも、特別扱いをしない
- ・責任範囲を超える要求には、被害届を勧める

悪質クレーマーとカスハラの見分け方

	悪質クレーム	カスハラ
① 計画性の有無	○	×
② 目的の違い	金目当て	嫌がらせ
③ 具体的な要求	×	○
④ 決まり文句の有無	○	×
⑤ 感情的か否か	冷静	感情的
⑥ 常習性の有無	○	×

◎タイプを見極めて、対応方法を決めることが必須ポイント！

抑止力になるもの

◎ 張り紙が抑止効果を発揮する

・大手の病院

・日本菓子BB協会

裏技を使う

◎ “ICレコーダー”を活用する

◎ “弁護士”と言うフレーズがものをいう

5. 再発防止と未然防止が不可欠

再発防止

- ・クレームカードを作成して全社で情報を共有する。
- ・対応マニュアルを整備して確認する。
- ・ロールプレイングを随時、実施する。

未然防止

○カスハラ発生を防止できれば、ダメージを回避できる！

- お客様の声を集める。
- 販売時に注意点を説明し、サインをもらっておく。
- お預かり時に、写真・計測をして互いに控えを取っておく。

* リスクを想定して、問題の芽を摘み取る事が必須です。

* ポイントを押さえた対応をすればストレスから解放されます。