

発行

(公財) 暴力団壊滅秋田県民会議

(秋田県暴力追放運動推進センター)

〒 010-0922 秋田市旭北栄町1-5

☎ 018-824-8989 FAX 018-824-8990

昨年、ある全国労組が実施したアンケートでは、回答者約3万人の75%にあたる2万2440人が「勤務中に悪質クレーム(迷惑行為)に遭遇したことがある」と回答し、そのうち9割以上が「ストレスを感じた」そうです。

悪質クレームは不当要求であり、暴力団等の反社会的勢力による不当要求対応と共通する部分が多々あります。

機関紙「Joho」では、3月号で「悪質クレマーの手口と対策」、4月号で「不当要求対応マニュアルの構成項目と記載内容のポイント」をご紹介しました。今月号から「不当要求への対策の基本」をQ&Aのかたちで、何回かにわたってご紹介していきたいと思っております。今回はその1です。

## 不当要求への対策の基本 Q&A その1

～ 不当要求が増加・常習化する原因と対応策 ～

Q 悪質クレームが増加する原因は？

A グレーゾーンのクレマーが、企業が目指す「顧客満足」を逆にとり理不尽な要求をしても企業が受け入れる等過去の成功体験に味をしめたことなどで、増加、常習化したことが考えられる。

Q 企業側として、毅然とした厳格な対応ができない理由は？

A 次の3点の理由から対応に苦慮していると考えられる。  
 (1) 顧客第一主義の呪縛  
 (2) SNSによる不祥事の拡散  
 (3) グレーゾーンの拡大

Q 顧客第一主義の呪縛とは？

A 企業の現場には「お客様は神様」という顧客第一主義が浸透しており、消費者の理不尽なクレームや不当な要求に無理に対応してでも必要以上に責任を果たそうとすることから、悪質クレマーにつけ込まれやすい環境にある。

また、消費者保護の高まりの中、消費者であれば何を言っても良い、何をしても許されるなどの誤った権利意識が蔓延している。

お金を支払う顧客と商品・サービスを提供する企業は対等の関係で、顧客だからとへりくだることはないという意識改革が必要。

Q SNSによる不祥事の拡散とは？

A SNSが普及し誰でも簡単に情報発信ができるようになったことで、たった1度の些細なミスでもネット上に拡散される恐れがあり、企業側にはブランドに傷がつき顧客離れを招くという恐怖感が強く、「騒がれたくない」「臭いものにはフタ」と考え、クレームに対しては低姿勢で過剰に対応する。  
 不祥事の隠蔽・利益供与は企業のコンプライアンスが社会から問われるという危機管理意識が必要。

Q グレーゾーンの拡大とは？

A クレーム対応では、正当な顧客と悪質クレマーとの峻別がきわめて重要であるが、その中間に、ちょっとしたきっかけでエスカレートして過剰な要求を繰り返し悪質クレマーに発展するグレーゾーンのクレマーが存在する。  
 クレマーが何を求めているのか、どんな意図を持っているのか、激高する相手をなだめながら見極める必要がある。

Q クレマー対策の基本的な考え方とは？

A 苦情をよく聞いて迅速かつ的確に事実を確認し、クレマーと正当な顧客とを峻別することが基本であり、企業側に果たすべき責任があればその責任を果たす。  
 責任の範囲を超える過剰な要求、全くの不当要求や嫌がらせ事案であれば要求を拒絶する。