

Q
I

クレームとは どのようなものですか？



A

「クレーム」(claim)とは、お客さまや消費者が企業の提供する商品やサービス等に関して投げ掛ける「不満(苦情)」、「要望・相談」をいいます。クレームの類型は、内容に応じて「一般的なクレーム」と「悪質なクレーム」とに分類することができます。

★一般的なクレームとは

企業が提供する商品やサービスがお客さま等の期待を下回った場合に、企業に対して寄せられる不満の声です。

この場合、クレームの根拠となる正当な理由(事実関係)があり、要求が適正(法的対応を含めて許容範囲を超えていない)であるものが該当します。

もし、正当な事実があれば、企業にとって当該クレームは、商品やサービス等を改善するための絶好の情報源(宝の山)です。

★悪質なクレームとは

①根拠となる正当な理由があっても、要求が不適正な(法的対応を含めて許容範囲を超えている)もの。

②根拠となる正当な理由がないもの。

このようなクレームには、金融機関の役職員は、関係本部等とも連携して、毅然とした組織的な対応をする必要があります。

★一般的なクレームと悪質なクレームの判別法

①クレームの根拠となる正当な理由(事実関係)があり、要求が適正(許容範囲)⇒一般的なクレーム。

②クレームの根拠となる正当な理由(事実関係)はあるが、要求が適正ではない(許容範囲を超えている)⇒悪質なクレーム。

③クレームの根拠となる理由(事実関係)がない言い掛かり⇒悪質なクレーム。



悪質ではないかと疑ってみる具体的行為

- ① 複数部署や外部の関係機関等へクレームを言う。
- ② 担当者等の対応を執拗に指摘する。
- ③ 社長を出せ、上司を出せと繰り返す。
- ④ 謝罪文書を出せ、インターネットで公表せよと要求する。
- ⑤ マスコミに伝える、訴えてやる等と繰り返す。
- ⑥ 以前にも対応してもらった。他社でも対応したから同様の対応をしろと繰り返す。
- ⑦ 誠意を示せ等、金銭を暗に要求する。

★初期対応の留意点

①お詫び（謝罪）

クレームの受付当初は、そのクレームが一般的なクレームか悪質なクレームかは判別できないことから、まずはお客さま等の不満の感情を和らげるためにも、ご迷惑をおかけしたことにしてお詫びすることが重要。

- ②お客さまの話（言い分）を誠実な態度でよく聞く
- ③お客さまの住所、氏名、電話番号等の確認
- ④クレームの根拠となる事実関係の確認
- ⑤お客さまの要求内容の確認
- ⑥クレーム内容の記録
- ⑦解決案の提示

- ・ その場で答えられるものは説明する。
- ・ 自分で答えられない場合は、あらかじめ職務権限等の役割分担で決められた上司、あるいはお客さま相談室等のクレーム対応部署へ迅速につなぐ（二次対応をする場合の先方への連絡方法の確認）。

★二次対応の留意点

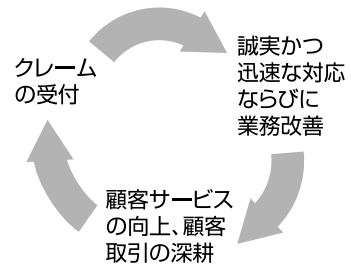
一般的なクレームの場合

初期対応した担当者が説明できなかった事項を誠実に説明するとともに、金融機関内のルールとして対応できる許容範囲の解決案を提示する。

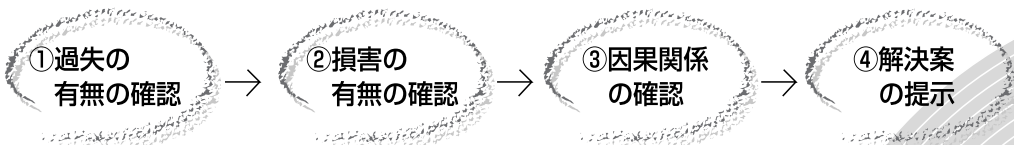
悪質なクレームの場合

クレームの正当な根拠があっても、要求内容が金融機関の許容範囲を超えている場合は、その旨を説明し、ご理解いただくよう努める。それでも納得していただけない場合は、法的な対応も含めて関係部署とも協議して毅然とした対応をする。

クレーム処理から顧客サービス向上へ



★法的対応の留意点



1 簡単で難しい挨拶！ きちんとできていますか？

ミニケース

開店直後の支店内、まだ準備ができていないテラーは引出しの伝票を整理中。手元の伝票がいくつか足りないようです。急ぎ足で近づいてくるお客さまに、テラーは顔も上げずに「いらっしゃいませ」と声を掛けました。「今日は急いでいるから、朝一番で来たの！」とお客さまの第一声。『ちょっと待ってよ、そんなこといっても必要な伝票が引出しに入っていないと、今日の仕事がスムーズにいかないんだもの…』テラーはちらりとお客さまの顔を見て、

「急いでいる」という言葉に反応しません。

グズグズしているテラーにお客さまのイライラは最高潮。「早くしてくれない？ 急ぐって言っているでしょう」声も大きくなってきました。テラーはやっとお客さまの顔を見ました。



どこが問題？

朝一番のお客さまは、さわやかに気持ちよくお迎えしたいものです。テラー自身の準備不足が原因で、用事を出掛ける前に来店されたお客さまの気持ちに配慮した態度や感謝の気持ちで受け入れる姿勢が欠けていました。テラーは「金融機関の顔そのもの」、対応の仕方がその金融機関全体の印象になることは十分ご承知でしょう。

対応したテラーの態度を「挨拶もきちんとできないなんて！」と不快に感じれば、すぐ他の金融機関へ行ってしまうのは確実です。逆にテラーの対応がよければ、その金融機関をより信頼して来てくださるでしょう。テラーに求められているのはただの挨拶ではなく、「とても感じがいい!」、「また来たい!」と思っただけの挨拶なのです。

解説

挨拶はいつも初心で

いつでもきちんとした挨拶でお迎えられるのは、開店前の事前準備が十分にできているからです。業務を「正確」、「迅速」、「丁寧」に手順よく進め、余裕をもって対応するには、事前準備がいかに大切かを認識しましょう。店舗の状況にもよりますが 朝は特に、お客さまを立ててお迎えられるような状況にしたいものです。「いらっしゃいませ。朝早くからご来店ありがとうございます」、「おはようございます。本日担当させていただきます、私〇〇と申します」、「本日はご入金いただき、誠にありがとうございます」、「毎日暑いですね。体調はいかがですか？」、「お荷物をたくさんお持ちのようですが、こちらをお使いください」、「何かお困りですか？ お手伝いいたしますでしょうか」、「お手続きでおわかりにならないことはございましたでしょうか」、「またお待ちしております。奥さまにもよろしくお伝えくださいませ」など、挨拶は言葉だけでなく、ご来店いただいた一人ひとりのお客さまにお迎える挨拶、お礼の言葉、お見送りを、感謝の気持ちを込めて頭を下げるのが大切です。

送り出す挨拶はきちんと後ろ姿を見て、ゆっくり頭を下げてお礼を言います。テラーが頭を下げている姿は、そのお客さまには見えないかもしれませんが、ロビーでお待ちのお客さまは、テラーがお客さま一人ひとりを大切に思う態度に接して、自分にも同様に接してくれると感じます。今日のお客さまは遠方から偶然立ち寄られた方かもしれません。目の前のお客さまとは一度きりの出会い、一期一会の心できちんと挨拶をしましょう。



お急ぎのお客さまには手早く手続を行い、「お手続を急ぎますが、何分程かかります」と、具体的な所要時間をお伝えることで、安心感を与えます。来店されたそのときに「おはようございます」の一言に添えて「今日はお急ぎですか」とこちらから声を掛けるなど、お客さまの状態に合わせた挨拶や対応を心掛けましょう。

顔見知りのお客さまには「〇〇さま」とお名前でお呼びしたり、季節の一言を添えましょう。「お待たせしました。お時間大丈夫ですか？ お気をつけて…」など、相手の気持ちを思いやった挨拶は、より心に伝わります。

Q1

消費者意識と クレームの傾向は、 変化していますか？

■ 国民生活センターの相談受付件数について

2007年度に国民生活センターに寄せられた相談件数は9,597件にのぼりました。内訳は、直接消費生活センターから寄せられた「直接相談」が4,056件、消費生活センター等の相談窓口からの「経由相談」が、5,541件です。

経由相談は、全体の約57.7%を占めています。

相談受付件数の推移

年度	相談件数	対前年度比
1995	6,994	
1998	7,418	96.8%
2000	8,137	109.3%
2004	8,911	97.1%
2007	9,597	113.0%

■ 相談件数のうち、苦情の割合について

2007年度、苦情・問合せ・要望別では、「苦情」が8,969件あり、93.5%を占めました。前年度7,795件より、1.7%増加しています。

苦情・問合せ別件数の推移

()内は相談件数に占める比率

年度	2002	2003	2004	2005	2006	2007
相談件数	8,314	9,177	8,911	8,291	8,496	9,597
苦情	7,179	8,406	8,362	7,698	7,795	8,969 (93.5%)
問合せ	1,128	768	545	588	697	622 (6.5%)
要望	7	3	4	5	4	6

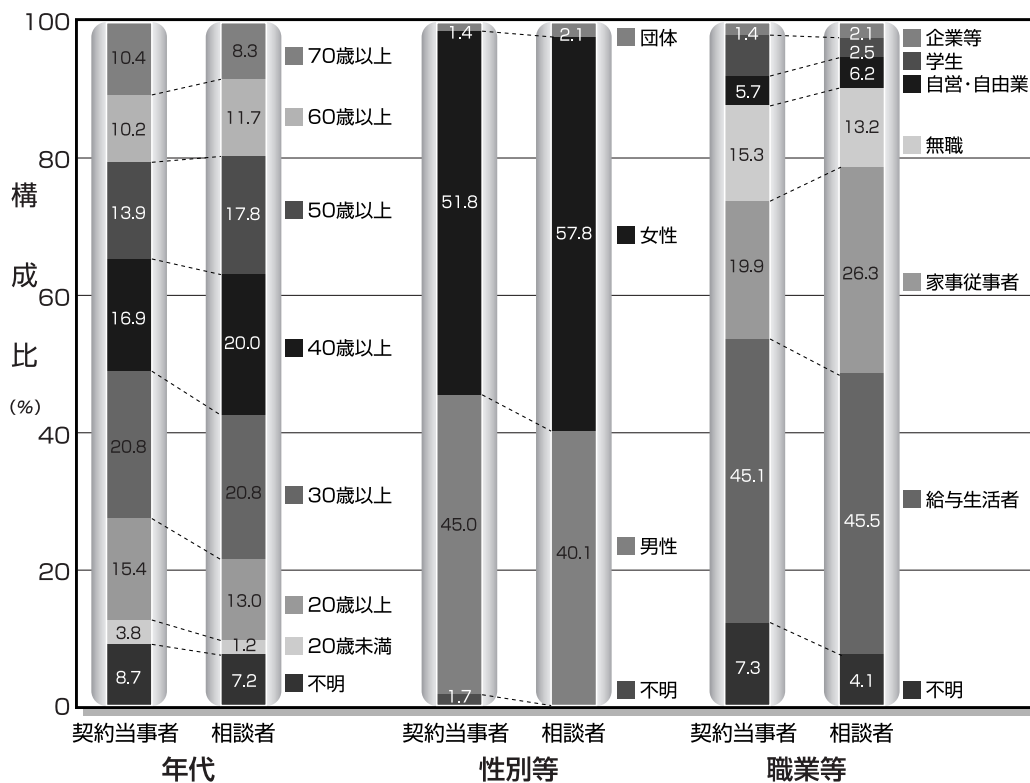
■ 契約当事者・相談者の年代別等の構成について

契約当事者（相談に結び付く消費生活上の行為をした者）および相談者（相談を消費生活センターへ寄せた者）の年代別構成を下記に示しています。

契約当事者と相談者の年代別構成比を比較すると、30歳代の構成比は同じですが、20歳代以下と70歳以上では相談者の割合のほうが低くなっています。

契約当事者の年齢的な要因などにより、20歳代以下や70歳以上では自ら相談窓口を利用するのではなく、家族や知人など周囲の人が本人に代わって相談するケースが比較的多いことが一因と見られます。

2007年度の契約当事者および相談者の年代別等構成比



(注) データは2008年5月末日までの登録分、構成比は2007年度の総件数を100として算出した値である。

資料:『消費生活年報2008』

■ 相談内容の傾向について

「契約・解約」に関する相談内容が最も多いとされています。以下「販売方法」、「価格・料金」、「品質・機能」、「接客対応」と続きます。「契約・解約」の内訳では、「運輸・通信サービス」、「金融・保険サービス」、「商品一般」の順になります。