

学びの源泉 三谷 宏治

第 39 号 クレームすることで何を学ぶのか

#ハーレーにクレーム

最初にお断りしておくが、私はいわゆるクレーマーではない。嫌な目にあったら「黙って立ち去って二度と使わない」という典型的日本人でもある。

ただ、かなり嫌な目に会ると、ちょっと好奇心がもたげてくる。この問題を、この会社はどう思っているのだろう？ もしクレームをつけたら、どう対応するのだろう？

そういう私の好奇心から発したクレームと、その顛末を幾つか。

昨年買った新車のハーレー。初期不良が幾つか出た。それ自体は、まあ困ったことではあるけれど、ディーラーさんも真剣に対応してくれたし「仕方ないなあ」くらいだった。

ただ、メーカーとしての情報や意見が聞きたくて、問い合わせ窓口で電話した。その一つは、マフラーの熱の話。

「マフラーにヒートカバーが付いてますよね。だけど、足が触ると火傷するくらい熱いんですけど、おかしくないですか？」

若い担当者の返答は「私も乗ってますけど、足、触りましたっけ？」

私「触りますよ…」

担当者「そうですか～」

いろいろ問答の挙げ句、最後に担当者は「うちはメーカーじゃないんで…」

確かにハーレーダビッドソンジャパン (HDJ) はメーカーじゃない。でも、ハーレーダビッドソンの 100%子会社で、日本の販売とマーケティングの全権を握っている。そこが「メーカーじゃない」って

言っちゃったらお終いじゃない。

ここで、私の好奇心が発火。早速、HDJ の社長である奥井俊史さんにお手紙を出す。彼はトヨタ自動車から転職して HDJ を立て直し、縮小するマーケットの中、増収増益を重ねてきた立志伝中のヒト。

さてさて…

その反応は誠に素早く、広報始め専門の方々にきちんと対応して頂いた。不具合に関しても「メーカーとしての」エンジニアが、きっちり試乗してフォロー。ふむふむ、流石だね。合格。

その後、色々な会合に呼んで頂いたりしてすっかり HDJ に取り込まれた (?) 私であった。

#保険会社 S 社にクレーム

これもバイクネタで最近のもの。そう、先日の転倒事故の折の話である。

相手方の保険会社が S 社。業界でも非常に高い「顧客満足度」を誇る。もちろん私は S 社の「顧客」ではないが。

事故後に様々な連絡ごとや交渉が始まる。

「物損」に関しては、何を幾らで補償するかということ。「人身」に関しても同じ。但しこちらは怪我が治ってから確定される。

ところが S 社の担当者の話を聞いても、全体像がちっとも分からない。交通事故なんて、大抵の当事者 (被害者も加害者も) は「素人」である。そんなことに経験豊富なヒトは居ない。

それに対してプロである (べき) 損害保険会社側の担当者は、とっても受動的。こちらが聞いたこと

に答えるだけで、補償の対象範囲であるとか、今後何が起きるかという時間軸の話が全く見えない。

例えば、物損事故から人身事故の切り替え手続きにしても「警察に届けてください」と言うだけ。

いざ世田谷署に電話すると「被害者と加害者が、同時に来て下さい。受付時間は9時から12時まで。必要な書類は…」と盛り沢山。

なんで被害者である私が、加害者のアポ取りから書類の確認までしなくてはならないの。そもそも加害者に私から電話して良いのかね。

保険会社にその確認を入れる。「直接電話して良いんですか？」

担当者は「あ、そうですね。ではわたくしからお電話入れて確認させていただきます」と呑気かつ敬語もがたがた。

この辺りでまたまた好奇心が発火。

顧客満足度トップクラスで高名なS社もこんなもの？ それとももっとちゃんとした(少なくとも敬語がちゃんと使える)担当者は居るのであろうか？

S社の「顧客」である加害者の方を通じて、ズバリお願いをする。「担当者を替えて下さい」

すぐに返事はなく、2~3日後にようやくレスポンスあり。ちょっと遅いねえ。

但し、その対応はかなり良く、その後はきちんとしたベテラン担当者にフォローして頂いた。

それでもこちらがよほど勉強しないと、ダメなことも分かったが、こういった担当者が相手であれば、こちらもビジネスパーソンとして、普通にしっかりしていればなんとかなりそう。

#保険会社M社にクレーム…

今度は私自身が入っていた保険会社、M社。基本的に今回の事故は10対0で相手側過失となったので、M社に出番はない。

なのにここに登場したのは、M社の自爆行為によるもの。バイク保険の満期に伴う継続依頼のDMが来たので、それを見ながら私はコールセンターに電話。

今度の新車にはABSが付くのでDMでの見積もり(20,070円)より安くなることを期待。

電話口で暫く待たされて

担当者「3万円です」

私「あれ？1月23日のDMでは20,070円だけが？」

暫く待たされて

担「1月20日に事故を起こしているので3万円になります」

私「いや、DMには『事故 ノーカウント 1件』ってありますよ」

暫く待たされて

担「DMでは1月20日の事故で等級が3等級になることを入れてないのでやっぱり3万円です」

私「だからDMには『事故 ノーカウント 1件』ってありますって…」

またまたまた暫く待たされて

担「こちらでは弊社M社と三谷様との『話し合い』がされていることになってまして、それが終わるまでは3等級として計算します。保険を使われないことになれば7等級になりますが」

私「『話し合い』ってなんでしょ？ 私はM社の誰とも話し合っただけでしていませんよ。見舞金が出る

らしいですけど、それは完治してから申請しろと言われてる。物損（自損）保険にはそもそも入ってないし」

担「物損（対物）には入ってますよね」

私「（対物はもちろん。でも）今回は相手方の車は傷ついていない。物損に関しては相手の保険会社が全額払っている。M社の対物は関係ない」

担「しばらくお待ち下さい」

私「いや、これ以上、待ちたくないから、かけ直して下さい」

#待たせて待たせて、話がコロコロ変わって、そのオチは…

暫くして電話があり、

担「やはり、『話し合い』が終わってないことになっています。相手が非を認めたとっても、どうなるかわかりませんから、M社と相手保険会社との『話し合い』が続いています」

私（あれ？さっきはM社と私との『話し合い』って言ったのに…と思いつつ）「それが終わらないと、3等級のままだということですね。ではそれは、いつ終わるのか？」

担「わかりません」

私（わかんないってなんだよ…と思いつつ）「いずれにせよ、物損に関してはもう示談も成立していて、お金も振り込まれている。それで、一体全体、M社が相手保険会社と何の『話し合い』をしなくてはいけないのか全く分からない」

またもや暫く待たされて…

担「そういうことでしたら、三谷様から安心センターにご連絡頂いて、示談が成立したことをお伝え

下さい。そうすれば、7等級になると思います」

私「そんな連絡を私からしなくてはならないと、誰にも言われていないが？」

担「それは弊社の安心センター側の連絡ミス…（以下省略）」

流石にこれだけ話がコロコロ変わると、こっちもフォローするのが大変。論理対非論理の戦いだ。でもちょっと楽しいから続けてしまった。

これも、終わってからM社の窓口に上記をそのまま書いてクレーム。「この対応は、おかしい」

その日の内に電話があり、フォロー。その素早さはマル。でもその内容はまったくもってお粗末。

「当方の入力ミスでした。DMの通り7等級です」「すみません」

う〜ん、これは不合格かなあ。入力ミスは論外だが、そもそも私の問いに答えていない。

なぜ、こんな対応になったのか？なぜ顧客（私）でなく、自分たちに問題があるかもと考えないのか？なぜ散々待たせて（上司と相談しまくって）この程度の対応しかできないのか？云々。

時々、こういったことをやってみるのも、悪くない。あくまで冷静に、論理的に。怒るにしてもちゃんと考えて。

時間も手間も掛かるし、失望して終わる確率も高い。でも、その企業について、そういった顧客対応業務の難しさについて、学ぶのには一つの方法…かな。

初出：CAREERINQ. 2008/04/15

