

### 3 消費地からのホットニュース、トピックス

#### (1) 声なき声を聞く為に

流通の現場で常々経験させられるのはクレーム処理の難しさではないでしょうか。品物の良し悪しから到着時間の遅速、サービスの巧拙など種々な場面で対応を迫られますし、夫々の対処が適切であれば当たり前で、ちょっとでも齟齬を来たせば極めて厳しい反応が示されるだけに、予想外のエネルギーを使わざるを得なくなってしまうます。

素直に事実を伝えてくれる人がいれば感情剥き出しで突っ掛かってくる人、又何やら為にするかの如くに口うるさい人など様々なお相手に対応せざるを得ないことがありますし、何も云わないままに引き下がってしまう人もいて、納得出来ないままに終わることもありますね。何かの調査によれば、不満を抱いた消費者の半分以上の人はクレームを述べたてることもなく、他に乗り換えてしまっているということです。

こうしたサイレント・クレーマーと呼ばれる顧客は直接にその不満を表明しないもので、ライバル視しなければならぬ他の品を重宝したり、又はまったく別の場所で他の人に漏らしたりなどされれば、悪い話は一瀉千里を走ると云われるだけに、とんでもない影響を受けざるを得なくなってしまうます。クレームを云ってくる顧客には感謝し、その意を素直に受け止めて改善を計ることは大切ですが、沈黙された不平不満は如何に吸い上げたらよいのでしょうか。

相手の動きが判らないだけに現場でのモノの動き方から間接的に探り出すしか方法がないかも知れません。原因不明の売上げ低下など結果論になりがちですが、常に現場を見ていなければそれさえも判らないままになってしまいます。失敗は何度起しても許されますが、同じ過ちを二度繰り返さない為にも現場を大切にやる意識が求められるのではないのでしょうか。

(鈴木重雄筆)