

UNIVERSAL SERVICE
コーナー⑤

ユニバーサルサービスの基本 ユニバーサルサービス 第一号は オリオン堂洋品店だった

山口 勝治

(社) 公開経営指導協会 サービス科学研究室

●サービスのシステム

会社のポリシーや理念が現場でのサービスに反映します。

例えば、返品や取替えのときどんな対応をすればよいのでしょうか。これは必ずしも、現場担当者の配慮だけではなく「会社の方針やルール」が関係します。本部の制度やサービスのシステムに関わることで、ここに経営姿勢が示され、顧客からの評価が下されることになります。

店内の各セクションがそれぞれの立場で十分な対応ができるよう思い切った権限委譲も必要でしょう。難しい注文であってもそれを先ず受け入れることはユニバーサルサービスの基本だからです。

特に高齢社会では、お客様をサポートする現場のサービスシステム、顧客理解には、三つの心構えが必要です。

- 保証性** お客様の不満や、クレームを受け入れる姿勢。(反論をしない)
- 公共性** あらゆる入店者への社会的配慮。(買わないお客様への親切な態度)
- 柔軟性** 聞き分けがよいこと。(ルールの適応を柔軟に)

●融通の利くサービスシステムを

“手続きが複雑だ”とか“当たり前のことをしてくれない”といった不満は、会社側の都合を優先したときに起こることが多いようです。

その場合、ルールを柔軟にし、ひとまず相手の立場を優先してあげれば「私のためにピンチを救ってくれてありがとう」という気持ちが生まれ評価も高まります。(そのサービスが結果的に不可能だったとしても)

高齢のお客様の要求を満たすには、現場で起こりそうな出来事の場面を予測して対応行動を準備しておく必要があります。

例えば、混み合っているレジでお年寄りのお客様が支払いに手間取っている。後ろでは他のお客様がイライラ。よくあるケースです。このときレジ係はどんな対応をすればよいのでしょうか。

まず、お客様をせかしたり迷惑そうな顔をせず、「ごゆっくり、どうぞ」と声を掛けること。後ろのお客様を気にする必要はありません。お年寄りの立場を見守る姿勢で臨みたいですね。

高齢社会に共生する私たちは、人生の先輩に対しての寛容さを持つことが大切ではないのでしょうか。このことは世界の常識なの

でしょうが、昔の日本人なら、当たり前のように出来ていた習慣です。最近の日本に、老人への敬意、尊重の念が乏しくなっているように思います。

●小売業の「社会性」とは

どんな職業でもプロの仕事は「顧客の要求を受け入れ、習得している技術を発揮し相手の満足を満たす」ことが使命です。

専門店であれば、わざわざ不自由な足を引きずって来店したお年寄りのお客様に対し、品物を買う、買わないとか金額が多い、少いとかに関わらず、気分よく納得のいくショッピングができるよう最大の援助をすること。これがユニバーサルサービスの基本姿勢です。

それはお客様へのちょっとした「配慮・気づき」に他なりません。商業者というより人間としての基本的な振る舞いのことです。

これからの世の中、どのような店舗も、地元に関わられた公共的役割が求められます。店はストリートの一部ですから、地域に向けて店を開いている責任が伴います。公開経営が以前から標榜している“小売業の精神”には、「社会性とは、小売業が地域の生活に必要な機能であること、社会の一部を形成する存在であること」が表明されています。

先日、神奈川県茅ヶ崎のA商店街で、“子供を見守ろう”と、商店街の店主の皆さんが子供の“見守り役”をする活動をしているという話を聞きました。「子供たちに一番身近な商店街として、当然の役割を果たしたいですね」と、リーダーの方は言っていました。

●“オリオン堂洋品店”に学ぼう

ところで、“話のわかる店”とはどんな店なのでしょうか。

例えば、「買ったばかりのバッグの手提げ部分が切れてしまい、修理を相談したとき、開口いちばん、同じ値段で新しいのが変えますよ！」と販売員に言われ憤慨した、との投書を見ました。

この背景には「物を大事にして使っているのに、売る人は、その気持ちが分かっていない」ということ。この投書者は、話のわかる店を望んでいたのでしょう。小売業者の販売責任に対する不満があったようです。

お客様は色々な立場、状況を背負って店にやってきます。その要求を受け止め、なんとかその望みを叶えてあげようとする心意気、それが購買代理人としての小売業の役割であり、ユニバーサルサービスの原点ではないかと思います。

かつて東京・目黒でオリオン堂洋品店を営んでいた喜多村実(当協会初代理事長)は「お客様が欲しているものを、お客様の立場で調達してさしあげること、これが小売業の変わらざる使命である」と、いつも語っていました。

彼は、子供の頃買物で味わった、商人からの“嫌なあしらい”の体験を大人になるまで忘れませんでした。お客様の気持ちを大事にする商人になりたい、その思いが、サービスで有名なオリオン堂洋品店を生むバックボーンになったのです。最近『オリオン堂繁昌記』を読み直してみました。キラリと光るユニバーサルなサービスの話が随所に出ってきます。次回は、オリオン堂のサービスについて紹介いたします。

小売店は、社会に有用なサービス機関である。

～喜多村 実～