

■ 基調講演 ②

「あらゆるお客様にやさしい接客対応を目指して」

大橋 千秋 氏

社団法人 公開経営指導協会 協力講師
株式会社 クリオネ企画 代表取締役



私の演題は「あらゆるお客様にやさしい接客対応を目指して」ですので、まさしくあらゆるお客様、健常なお客様、多少身体にハンデキャップのある個性あるお客様、高齢の方等、全ての方に対してやさしい接客、まさしくユニバーサルサービスそのものと捉えております。私は日ごろサービス業、小売業とかの現場でCS（顧客満足）について、接客サービスのことについて、ご一緒に取り組ませて頂いております。その中で非常に感じることは、企業について言えば、誰かが担当者がユニバーサルなものを整えてくれるであろうと。地域であれば、行政がこういったことを改善してくれるのではないのだろうか、とそのようなことをよく感じます。ところが、実際車椅子で乗り物を御利用になって、お一人で活動している方、行動している方に遭遇します。それから商業施設等においても、本当に普通の方という用語弊がありますが、健常の方と変わらないようにショッピングを楽しんでみえる、というような日常でございます。そのような日常を体感しますと、これは誰かがやってくれるという大きなことではなく、私たち一人ひとりの毎日の生活の中でそういった方にお声をかけるとか、手を差し伸べるということそのものが、ユニバーサルサービスを充実させていくことに繋が

っていくのではないかと思います。私も実際、本日パネラーとして参加されている三井住友銀行を担当させて頂きました。本部の方針のもと、皆さんに検定試験をお受け頂いた訳ですが、実際研修にご一緒させて頂き、また店頭を覗かして頂きますと、本部のご指示、ご命令のものと体験であったものが、店頭活動では自分のものとされて自分の言葉としてお客様に接客されている場面を拝見し、心強く思います。また、ぜひお勧めしたいことは擬似体験。私たちは健康ですから80歳、90歳にならないと実感できないです。どんなに歩くことが大変なのか、荷物を持つことが大変なのか、ということのを頭では考えられるけれど身に染みるということはなかなかない。おもりを付けてみたり、自身が車椅子に乗ってみますと、押しただく分には小さな段差も越えられるが、自分一人で段差を越えようとすると、ほんの僅かな段差でもなかなか越えにくいということを経験致します。そういった意味でも、皆さんにもご体験することを勧めたいと思います。

そして、実際はビジネス的な側面かもしれませんが、私たちが街中の商業施設、郊外型のお店にお邪魔しましても、大変広いので少し休みたいなあと思った時に、ちょっとした椅子があると体も楽になるし癒しの体験もできるかと思います。それからコーディネーターの松井先生がご専門なので私は詳細を申し上げませんが、ビジネス的に拝見していると、見通しのよいお店、通路幅がきちんと確保されているお店は、お客様の回遊性も高まり滞在時間も長くなりますので、業績にも反映する。そういった視点から申しますと、ビジュアル的なこと

ハード的なこと、課題はまだまだあるような気が致します。

それから、今日はやさしい、何がやさしいかということですが。私の体験を申しますと、私は山形県出身で18歳までは郷里にいましたが、その時に目が見えない、耳も遠いという叔母と生活をしていました。小さい時からそういう体験を持っていますので、知識で覚えたのではなく、こういう風にすると理解されるんだなあとか、まず手に渡すのがいいのかというようなことが身に付いています。しかし、核家族社会の現代では、研修等の対象になる若い方の中でそのような体験をしている方は少ない訳です。そういった意味でも、お互いに啓発を込めて学びあうというか、ちょっとした体験を共有化するような場を改めて作っていかないと、お互いについての理解が深まっていかないと。ひいては、やさしさとは特別なことをしてあげる、ということでは決してないような気がします。実際に街中で白杖を持っている人を遭遇いたしますので、私ご案内させて頂くことも多々あります。特別なことをすると逆に恐縮されてしまいリラックスもして頂けないですし、非常に緊張感が高まるようです。私のつたない体験ですが、きっと「普通にしてほしい」ということだと思います。そして、例えば物を購買する場合でも試着して買うということがあると思います。このフィッティングをしてみたいというニーズは健常者、障がい者に関わらず、皆さん一緒だと思います。私たちがその思いを察して差し上げて先回りのサービスをしてあげるということが、重要なやさしい接客になっていくのではないかと思います。

従って、研修の中でもよく申し上げますが、声をかける。「どのように何をお手伝いしましょうか」、「必要なことは何ですか」と気軽に声をかける。そしてそこから笑顔と言葉でサポートしていくことが重要ななあと思います。つまり、限りなくパーソナルということ。性格の個性と同じように体の個性についても私たちが素直に受けとめて、その方に合ったサービスをしていくことが重要ななあと思っています。

そして、若干宣伝のようになってしましますが“サービス・ケア・アテンダント”。耳慣れない言葉ですが、サービス・ケア・アテンダントとは、介助、介護ではないです。ちょっと足りないところをお手伝いさせて頂く。ただ介助するだけではなく、通常と同じようにコミュニケーションとしてやさしい笑顔とか、やさしい言葉とか、お客様とところを交流させるとか、そういうことも含めてきちんとお客様に対応していくための知識、技能を持っている方を、私たちはサービス・ケア・アテンダントという名称の有資格の展開をさせて頂いております。私、将来的にはこの資格は無くてもいいのではないかと思います。なぜかという、皆さんが先回りの普通の接客ができるようになれば、特別なものでなくなっていくと思うからです。今、お勧めしているのはどちらかというとファシリテータ（促進者）。何の促進者かと申しますと、気づきの促進者かなあと思います。ここが違うのでは、ということに気づいてサポートして差し上げる。促進をしていく人ということですね。

三井住友銀行では1100名の資格取得を目指されていて、私たちは担当させて頂い

ている最中です。結果、こういうことにチャレンジして頂くと、実際のサービスアップに対してのスタッフのモチベーション（やる気）を非常に高めていきます。やさしいサービスについてのモチベーションを高めるお役目を担っていると思います。もう一つは、実際の実践垂範者としてのパフォーマンス性が非常に高まっている、というメリット、効果が連日できていると思っています。私はホテルも担当しておりますし、金融、通常の商品サービスの企業も担当していますが、いずれも共通した課題かなあ、結果かなあと思っています。モチベーション、やる気になって頂くためには、その方への期待ですよね。それから、期待とともに人間としての自尊心、存在価値を認めてもらう。この二つが相まって非常にやる気を醸し出していると感じています。その中で、結論的な話になるかもしれませんが、今は顧客社会ですので何度も同じお客様にご利用いただかないとご商売繁盛は難しいかと思います。このお店、この機関しかないからご利用になるということではなく、心から好んで望んでというようなマインドシェアを高めて頂くような機能性を持っているかということだと思います。ユニバーサルサービスを進めるということは。二つ目は、ロイヤルティ（信頼性）を非常に高めていくということです。それから、実際の人材開発、能力育成でもいい関係性ができています。例えば、車椅子一つでも、一人で十分な対応はできません。持ち上げる時は必ず4人の手を借りなくてはいけないので、人間関係も充実してくると思います。

次は、具体的な事例についてご案内した

いと思います。手順として色々な手法があると思いますが、多くの社員を抱えているエリアの中で皆さんで取り組もうという時に、一つ目はお客様に喜んでもらう。一期一会ではありませんが、今日出会った人にやさしさが伝わる、そして喜んでいただくようなCSマインドということです。それをお互いの価値基準判断として持つことがまず最初にする必要があります。それから



二つ目はマナーであり、非常にスマートであることを重点に置いています。実際は、マナーは心遣いを形にしたものなので、例えば方言であっても全く問題ないです。ニュアンスの方が大事なのかなあと思います。マナーをお互い見直すことを二つ目にさせて頂きます。三つ目は、やはり知識です。例えば高齢者の特性は耳が遠くなる点、70歳以上はかなりの方が該当するということ、車椅子の方は一概に足が不自由というだけではなく、半身不随の方など色々なので、「それはどのような理由からなんだろう。そしてどういう対応をすればいいのだろう」ということ。やはり基本的な知識がないと誤った対応をしてしまうこともあると思います。四つ目は、サポートの技法、技

術です。ヒューマン的なことで言うと、そのような手順かなあとと思います。最後のところで気づきを高めていくことです。早く気づく、違いに気づく。気づきを沢山もって頂くには、「本当にお客様にご満足頂けるサービスとはどんなものなんだろう」と、色々な優良なサービスをしている所を観察して、まさしく自分の企業、お店との違いを明確化しないと、具体的な気づきを高めていけないのかなあとと思います。ちなみに私は商業施設等を比較しているのですが、ようやくハード面についてはハートビル法等により整ってきましたが、ヒューマンについてはようやく研修の中に取り入れて頂くような状況になってきています。

ここで、私が体験した三井住友銀行での実際の事例を幾つか紹介します。聴覚障がいの方に対して、「筆談がいい」、「ボードを使いましょう」とか研修で学びます。でも、実際店頭に立ちメモでお客様とやり取りをすると、慣れない緊張感があるので最低限の接客をして、メモのやり取りで終わってしまうことがあります。そのスタッフに聞いてみたら、「そのメモのやり取りの中でも、やはり笑顔を投げかけると、ミラー効果、鏡と一緒になのでお客様も返して下さった。やはりコミュニケーションする際は、笑顔とかを付けないとだめなんです」と話していました。それから、最近は振り込め詐欺がありますよね。不安そうな顔をしていた高齢のお客様が長椅子のところで行ったり来たりしていたので、ロビースタッフの女性が声をかけたら、振り込め詐欺を未然に防止することが出来たということです。目配り、気づきをしていると、事故防止にもつながるという体験があります。もっと

沢山なことがあります。

最後に、課題についてですが、先進的な企業では社会的な貢献ということも含めて積極的に取り組んでもらっています。私は現場に遭遇することが多いのですが、その中で一番思うことは、お一人お一人皆にやさしくしたいという気持ちは十分持っているということです。「街中で歩いていても、白杖を持っていらっしゃる方にも声をかけたいがなかなか勇気が出ない。でも色々な体験を通してできるようになった」というような声。しかし、サービスが連続しないというのがとても大きなポイントだと思います。つまり、お客様、そういった方についての状況の共有化というのがチームプレーの中で伝えられない。最初はロビーで良い対応をするが、担当が替わる時にサービスが劣化してしまうというようなこと。したがって、やはり今後展開していくに当たってはチームワークということですね、サービスの連動性が一つの課題です。サービス設計をしていかないといけない。これが一つ目の課題です。二つ目の課題は、やはりお客様の声にならない声というものを、私たちは傾聴していかなければならないことだと思います。お客様には色々な思いがあります。クレームになるのは、言わずにいられないことですね。これは顕在化します。そうでない思いは、お客様の方がストレスをためながら我慢しているわけですね。そういったことについて、お一人お一人の方がちょっと体を傾けて、心を傾けて、ちょっとお伺いしてみる。「どうですか」ということをちょっと聞いてみる、投げかけてみる。その力ですよね、“聞く力”。これがとても今不足しているかなあとと思います。

若い方たちの企業、施設にもお邪魔します。そして、お客様も当然若い方が多いのですが、そのクレームの声等を聞いてみますと、「気づいて欲しい」と答えています。「声をかけてほしい」、「無視されたくない。」と言ってらっしゃる。でも逆のお迎えする立場になりますと、その気づきの言葉、お声かけができない、お客様の声を聞くことができないということで、今後ますますコミュニケーション能力を高めていくことが非常に重要になってくると思います。

最後になりますが、先程も若干申し上げたんですが、年配の方たち、高齢者の方たちと一緒に生活するという体験がありません。従って、若い世代から、小さい子どもからと申しあげても良いと思うのですが、ジェロントロジー（加齢学）について、コミュニティの中で学校の中で企業の中でそういう場をしっかりと作っていかなければならないと思います。そして、それを自分のこととして考えていく。そういったサービスを提供していく、人と関わっていくことの中で、相手のためではなく、そこに自身の生きがい生まれくると思うのです。サービス・ケア・アテンダントを取った方の感想等をお聞きしますと、「実際にそのようなサービスを実践していきますと、本当に喜びと感じる」ということなんですね。

ですから、ヒューマンということについて言えば、草の根のような運動になっていくんだと思います。ハード面については、立派な館、箱物がたくさん出来ています。それは大きな力の中で実現していくことだと思います。しかし、やさしいサービス、やさしい接客ということについて言えば、本当に小さな種まきの積み重ねが大きなパワ

ーになっていくと感じております。ぜひ今後とも、何か心の琴線に触れることがあったならば、まわりの方にお伝え頂き、この後のパネルディスカッションの中でも様々な事例を聞くことができると思いますので、この有意義な場としてお帰り頂ければと思います。ご清聴ありがとうございました。

