

北海道師範塾 「教師の道」 塾頭通信

第930号 平成27年5月15日

「最大」の使い方

先日、札幌市内に在る電化製品の大手量販店で買い物をした時の事です、大変面白い、といえますか興味深い出来事がありました。

私は、プリンターのインクを購入するつもりで店に行ったところ、ワゴンに6色セットの商品が山になっており、そのワゴンに「2箱同時に購入した方には最大1000円、4箱購入した方には最大2000円割り引きます。」という表示がされていました。私としては、消耗品でありいずれ必要になるからと2箱買うことにし、レジに行きました。

レジカウンターには若い女性店員がいて、料金を計算する時「この商品は500円引きです。」という説明があり、私は「これは1個500円引きで、2個だから1000引きにするのかな」と勝手に考えていたのですが、何となくレシートを見てアレッと思いました。何故なら500円しか引かれていなかったからです。そこで、店員さんに聞きました。「2個同時に購入したら1000円引くのではないですか？」すると店員さんはいいました。「最大と書いていますよね。」

つまり、「最大1000円引きと書いてあるのだから500円引きで何か問題でもあるのか」といった感じで、私が何を問題にしているのかピンと来ない風でした。驚いた私は、「そうであるなら、同じ製品が並んでいて、どうしてこれは500円引きなのですか？」「一体1000引きの商品はあるのですか？」と聞きました。途端に女性店員は裏に引っ込んで男性店員を連れて来ました。もしかしたらとんでもないクレマーが来たとも思ったのでしょうか。だとしたら、はなはだ心外です。

その男性店員の腕には「お客様係」と表示されており、実に丁寧に「この商品は500円引きの商品です」と先程と同じような説明をします。

「最大1000引きだから、500円引きは問題ない」というのは、数学的な意味では確かに問題はありません。しかし、店と消費者との関係でいえば、甚だ問題があります。私は畳み掛けるように「2個同時に購入したら最大1000円割り引く」という表示しかなく、どういう条件なら1000引きで、どういう場合はそれよりも低い値引きになるのかという条件が何も記されていない。にもかかわらず、なぜこの商品は500引きなのか？」と尋ねました。そうしましたら、その男性店員は、私をほったらかしにしたまま他の店員と一緒に店のパソコンに釘付けになっ

て「1000円引き」の商品があるか調べ始めました。30分近く待たされた挙句「1000円引きの商品は在りません」とのたまい、「ワゴンの表示は数日前まで行っていたセールのご案内をそのまま外さずにいたものです。私共のミスであり、お客様の商品は、1000円引きとさせていただきます。」という回答です。私としては、呆れながらも、取り敢えず1000円割引なら文句をいう話でもないので、プリンターのインク2箱を購入して帰宅しました。

まあ、それで一件落着のようなものですが、この顛末について、皆さんはどのように感じられたでしょうか。

恐らく、「店員が気の毒だ」という人はいないのではないかと思います。

「最大1000円引き」とあるのに500円しか割り引かないのは不満だというなら、買わずに帰ればよいのではと考える人もいるかも知れません。確かに、買わずに帰れば良いのですが、それでは、店と客との間に生じている根本的な問題、即ち、店としてのコンプライアンスの問題や顧客に対するサービスの在り方という問題は、何も解決しない事になります。

今回のケースで強く感じたのは、顧客第一といいながら、社員が見ているのはお客ではなくマニュアルの方ではないのかという事です。ですから、マニュアルから少しでも外れたトラブルが生じたら右往左往してしまうのではないかと、私には思えます。

「最大1000円引き」という表示に有効性を持たせるためには、「1000引き」となる条件を明示して置く必要があります。条件を明示せず「最大1000引き」と表示した場合は、全て1000円引きとすべきでしょう。何故なら、カウンターで店員が根拠も示さず「これは700引きです」とか「500円引きです」とかいいた始めたら、客にしてみれば「騙された」という感じが拭えませんか、店に対する信頼をなくす事にもなるでしょう。

例えば、商品を買った客にはくじを引いてもらい、運のいい人には「最大1000円値引きします」というのであれば、店員から、くじの結果「500引きでした」といわれても、それは自分のくじ運の悪さと客も納得するだろうと思います。

今回は、「2箱同時に購入した場合」という以外に値引きの条件を示していないにもかかわらず、「最大」とあるので、それ以下なら問題ないという短絡した思考は、客商売でありながら消費者の信頼を大切にするという最も大事な意識が欠落しています。

また、私が問題を指摘してから解決するまでに30分もの時間を要した事も、問題です。その間、私は、カウンターで訳も分からず立ったまま待たされた訳で、それだけでもイライラがつのります。仮に時間がかかるなら、すぐ隣に椅子席の相談コーナーがあるのですから、そこで座って待って貰う位の配慮はすべきでしょう。

もっといえば、今回のケースは明らかに店側の表示上の問題ですから、客に対し

では取り敢えず表示通り「1000円引き」した上で、後は内部で原因を究明し、善後策を講じるべきだったと思います。そうすれば、客を徒に待たせずに済んだ事でしょう。客をそっちのけで、店のパソコンとにらめっこして「1000円引き」の商品を探すというのでは、本末転倒、いや、主客転倒といわれても致し方ありません。

また、「最大1000円割引」というセールは数日前に終わっていたという事ですが、それはいい換えると、この数日の間に私と同じように「最大1000円割引」の表示に惹かれてインク2箱を購入した客がいた可能性があるという事です。たまたま、客が気づかなかったか、あるいは、気づいたけれども500円位の事でクレームを付けるのも面倒と考えたのか良く分かりませんが、店の方で、クレームが来なければそれで良いと考えているのだとしたら（そんな事はないと思いますが）、店のお客に対する姿勢として大きな問題があります。

私が、問題を指摘した後でも、店員は問題の表示を剥がそうとはしませんでした。私が去った後で始末したのかも知れませんが、そうしたスピード感のない姿勢にも店側の誠意に？を付けざるを得ません。

商売をしている人は「お客様は神様です」といいますが、それは、客を祀り上げて置けば良いという事ではないはずで、幾ら店員が、客に対して丁寧な言葉遣いや親切な態度という表面を繕ってみても、その心の目線が客にではなくオンライン化された店のパソコンを向いているのでは、客を大事にしているとはいえません。

その店が、本当に客を大事にしているか否かが問われるのは、普段の何も無い時、順調に行っている時ではありません。何かトラブルが発生した場合等危機管理上の問題が生じた時にこそ、その真価が問われるのであり、社員教育もまた、そうした観点からしっかりと行っていく必要があると思います。

（塾頭：吉田 洋一）