

NANIWA 128号

場外馬券売り場で見た**高品質**と**CSR**

こないだの休みに、何年かぶりに場外馬券売り場に行きました。悔しい思い出の方が多い場所でしたが、とても懐かしく感じました。

場内は禁煙になっており、空気はきれいで、以前に比べ雰囲気は格段に良くなっていました。また現在は、機械化によって、専用のマークシート用紙に記入すれば、100円券でも簡単に購入できるようになっており、利便性も大変向上していました。

マークシートに慣れていない“おっちゃん”が怒っている場面に出くわしました。エラーが表示され、発券されなかったことが原因だったようです。すぐに機械の横にいた係員がやってきて、ていねいに誤った箇所を教えていました。ていねいな対応に“おっちゃん”もすぐに怒りがおさまりました。

一番上の階の馬券売り場には、昔ながらの“おばちゃん”が窓口で座っていて、対面で馬券を売っていました。口頭で自分の好きな馬番号を言えば、現金を渡して馬券が買えます。まったく昔ながらの姿です。目の不自由な方が白い杖をつきながら、この“おばちゃん”の窓口で馬券を買い、一生懸命テレビの音に耳を傾けて、レースを楽しんでいました。

マークシートで購入する“機械化”をすすめているJRAは、“少数派”のお客ニーズにも応えるべく、“対面購入”もしっかりと残していました。「これが本当のサービスだ」と感じました。

品質の向上とは会社の都合を全面的にお客様に押し付けるものではありません。多様化するニーズ、少ないお客ニーズにもしっかりと応えていくことであり、そのためにはたとえ効率が悪くても、費用がかかっても、企業側の引き出しをいくつも用意しておくことだと思います。場外馬券売り場のこうしたサービスこそがキメ細かい顧客サービスだと感じました。そして、そのキメ細かさが“おばちゃん”や“係員”の生活や雇用をまもることにもつながります。

質の高いサービス、企業の社会的責任(CSR)とは、こういうことなのではないでしょうか？

ひとはみんなのために みんなはひとりのために
けんかはしない いじめない みんな(^ ^)なかよくしよう
全損保日勤外勤支部大阪分会