

編集後記 フライパン de エンパシー

この夏に起きた熊本の大地震と千葉の記録的大雨。

日本は災害大国です。誰がいつ被災してもおかしくありません。

被災された方々は、たまたま僕らの代わりに災害に遭ったともいえます。(>_<)

熊本地震の後、台風が九州南部へ向かっているとの報道に、「熊本に向かわないでほしい」と口にする人が僕の周りには何人もいました。他人事と思わない、そんな優しさに僕も温かい気持ちになりました。

9月5日は国連が定めた「国際チャリティー・デー」。貧困や病の救済に生涯を捧げた、あのマザー・テレサの命日にちなみます。熊本には多くのボランティアが集まっているそうです。

本当にお疲れさまです。そして、ありがとうございます。m(_ _)m

さて、今回のレターでも扱っていますが、この10月から企業にカスハラ対策が義務付けられます。

会社は、従業員が安心して仕事に専念できるよう、「安全配慮義務」を負っています。

ただ法律に縛られなくても社会や組織は、強い者が弱い者を守るのが当然だと僕は思います。

顧客からの理不尽な要求や言動から従業員を守ることは、会社の責務です。

とはいえ、何でもハラスメントと呼ばれがちな風潮の中で、僕は「カスハラ」という言葉だけが先行してしまわないかという懸念もあります。(^-^)

僕が社会人として成長できたのは、25年勤めた会社員時代の経験のおかげです。

当時の社長は「**うちはクレーム産業だ**」と話していました。(@_@)

「クレームのない仕事が一番でしょ」と、若い僕は共感するどころか、内心反発していました。

しかし社長は本気でした。ソフトウェアの有償サポート契約をいち早く導入し、会社が上場した際にはほかのシステム開発企業と一線を画す「サービス業」として、日経新聞の株式欄に掲載されました。

「**クレームを嫌がるな。不満の中にこそ成長があり、ビジネスチャンスがある**」そんな考えだったのでしょう。大切なことを教わったと感謝しています。僕自身、お客さんに育ててもらった部分が大きいと思うからです。

仕事には共感力が大事。その共感には「シンパシー」と「エンパシー」の2種類があります。

シンパシーは相手に感情移入し、「よく分かる」「自分と同じだ」と感じる事。

例えば、被災した人を気の毒に思い、「台風が来ないでほしい」と願うのがシンパシーです。

一方、エンパシーは、相手が自分とは違うことを前提に、その気持ちを想像すること。

つまり、「**他者を理解したい**」と思うことだと僕は解釈しています。

この**エンパシーこそ、多様性が重視される時代に求められる能力**ではないかと思うのです。(^_^)

味の素の冷凍ギョーザをご存じでしょうか？「**油・水なし**」で簡単に調理できることを売りにした商品です。

ところが2023年、ギョーザの皮がフライパンに張りついた写真とともに、「**油いらなくて書いてたじゃん！嘘つき！**」という投稿がSNSに上がり、同じ経験をした人の共感を呼んであやや「炎上」となりました。

写真のフライパンはかなり使い込まれており、会社としては「相手の使用環境の問題」と片づけることもできたかもしれません。しかし味の素冷凍食品は、SNSで「**冷凍ギョーザが張りついてしまうフライパンを提供してください**」と呼びかけ検証プロジェクトを立ち上げました。全国から3,520個のフライパンが集まったそうです。同社は検証を重ね、その内容や成果を公開しました。この取り組みは「**永久改良**」という同社の企業文化を広く知らしめることになり、味の素の冷凍ギョーザは今なお売上No.1を続けています。^_^☆

「嘘つき」という個人の声に向き合った、味の素冷凍食品の対応には、エンパシーがあったのだと思います。

「相手の問題」、「クレマー」等と簡単にスルーしてしまえば、人も会社も成長はありません。

カスハラ対策を講じることは当然に企業の義務です。ただ同時に、**クレーム対応には**

エンパシーが前提であることも、従業員の皆さんにぜひ伝えてほしいと思っています。

マザー・テレサの言葉として、「**愛の反対は憎しみではなく、無関心です**」という有名な言葉があります。

実はこれ、ダジャレを言った僕を無視する家内に、これまで何十回も言ってきた言葉なんですけどね。(^-^)

ダメじゃん



アヴニール労務事務所 所長 柿野元博

<http://www.avenir-sr.jp> (^-)-☆

E-Mail avenir4you@gmail.com



笑顔が人間に必要なのよ



わが社は クレーム産業よ



聞こえてない フリするのも 優しいよ...