Management Club Report

Nov.2018/Vol.191

Monthly Opinion　≪組織で取り組む感情労働対策≫

「顧客満足という言葉を盛んに使っている先生がいます。DBMさんと方向性が似ているのではないかと思います。」

創業当時ですので20年近くも前のことです。歯科関連業者の方がそう言って、或る歯科医院の院長を紹介してくれたことがあります。早速同行して私どもの考え方と業務説明を行なったところ「そんな話はすでに百も承知している」と言わんばかりの態度で私の話を途中で遮断し「ウチが目指しているのは東京ディズニーランドです。」「患者なんて言っていません。ゲストですよ」と自説を滔々と話し始めました。言っていることはＣＳ経営論として同感できましたが、その尊大な物言いに些か嫌悪感を抱いてしまいました。辞去して後、紹介者の方も「申し訳ありませんでした」と私に謝っていたくらいですから、第三者が聴いていても鼻白む感じがしたのだろうと思います。

折りしも、歯科医院の過剰振りが危機感を伴って広く言われている時代、「差別化対策」なる言葉が盛んに使われるようになり、歯科医療技術以外の「接客」などの重要性が注目を集め始めていました。当時全盛を極めつつあった東京ディズニーランドでの接客応対が多くのサービス業の手本としてもてはやされていましたので、ビジネスセンス豊かな歯科医院の院長の中にもディズニー流を自医院に取り込み“勝ち組”を目指そうとしている人がいたのです。

この「おとぎの国の体験」を提供しようとするディズニー流の顧客応対こそ感情労働の極みであり、そのプラス面が発揮された好事例だったのですが、パワハラ要素も加わった感情労働の負の側面のあることがニュースで報じられてしまいました。そのときまですっかり忘れていたのですが、件の“ディズニー歯科医院”のことが頭に浮かびました。「あの尊大さでＣＳを目指しても･･･」ふと心配になったものです。最高の称号を付された素晴らしい接客応対も、感情労働である以上負の側面のあることを認識し、事前事後の対策を講じておくことの重要性を改めて知らされました。今月は感情労働研究の第二段として歯科医院における『感情労働の組織対策』のあり方を考え、まとめてみたいと思います。

1　感情労働対策の重要性

感情労働のマイナス面を回避・軽減し、プラス面を増大させる

前号に引き続き、**田村尚子先生（西武文理大学サービス経営学部教授）**の『**感情労働マネジメント**』（生産性出版 2018 年刊）を教科書代わりにさせていただ