

建前と本音

最近無理算段してようやく最新型の新車を購入した。その数カ月後、このタイプの車が油漏れのある欠陥車であることを新聞記事によって知った。さっそく連絡して思ったが、欠陥車はメーカーの責任なのだから、そのうち販売会社から何らかの連絡があるだろうと待つことにした。ところが、1カ月待ってもなしのつづてである。そこで、「新聞で欠陥車であることが指摘されてから1カ月になるが、いまだに何の連絡もない。いったいどういうことなのか」と、販売会社に連絡してみたところ、「車を△△整備工場にもってきてもらいたい」という返事である。欠陥車を買わされたという不満も手伝って、会社側で取りにくるべきではないかと詰問すると、しぶしぶながら取りにきた。また、会社から連絡のない不親切さをなじると、申出のない購入者には手紙を出すよう準備中であるとのことであった。

さて、アフターサービスの良し悪しは、車の販売量に強く影響すると聞いている。もしそうだとすれば、あるタイプの車種が欠陥車であることがわかれば、すみやかに既販売分について点検整備の措置が採られよう。しかし、私の車の場合、少なくとも結果的には、購入者からの申出があるまで放置しておくという方針のもとに行動していたように見受けられる。何となれば、「申出のない購入者には、手紙を出すよう準備中である」という態度は、新聞記事で知って申し出るかあるいは、実際に故障してもち込まれるまでそっとしておこうという考え方にもとづいているとしか解釈できないからである。会社にしてみれば、一度にもち込まれると整備力の関係で大変かも知れない。しかし、車の使用者にしてみれば、危険このうえない。新聞の記事を見落とした者は、会社からの連絡がない限り、友達からの話で知るか、あるいは実際に故障して知るか他に方法がない。高速道路走行中故障から思わぬ大事故をおこす危険すらある。

また、「車を△△整備工場までもってきてもらいたい」

という姿勢もなんともうなずけない。こちらから申し出るまではそうとしておいて、申し出たとたんにもってきたら直してやるというわけである。会社が利益をあげるためには、なるべく不要・不急の要員はかかえておかないことであろう。したがって、欠陥車等が出たときは、ユーザーのことを考えて前向きに取り組んでいたのでは、とても応接できない。なるべくそうとしておいて、時間をかけて逐次整備していこう。また、車をいちいち会社の側で取りにいていたのでは、人手不足で大変である。なるべくなら購入者にもってきてもらうことにより手間を省こうという魂胆とも解釈できる。

ところで、自動車の販売システムの設計に当っては、顧客へのサービスを考慮したアフターサービスシステムの在り方を重要な要因として加味することが必要であろう。企業の社会性が云々される昨今、ますますこの要請は強くなってきていると考えられる。多分このような考慮にもとづいて、アフターサービスシステムが設計されていると考えられる。しかし、実際のシステムの挙動は、あたかも消費者の存在を無視したかのような姿をしている。こんな会社の車は止めて他社のものをと考えるのだが、月賦で買わなかった悲しき会社に対して強く出る手だてをもち合せない。したがって、会社を怒らせない範囲で強く出たり泣きついたり対処せざるを得ない。事実、変速ギヤーの欠陥部品が出たときも、手持部品がないことを理由に、修理に2週間以上かかるという話に、レンタカーの代替を要求したところ、わずかに4日間で修理が完成した。緊急に部品を取り寄せる費用とレンタカーの費用とを比較してこのような措置がとられたのだとも解釈できる。やはり弱者は、相手の信義に頼るというよりも、いざという時にひらきなおれる何物かを手の中にもっている必要があるようだ。この場合それは、月賦購入であるかも知れない。(マグマ)