

悪質クレマー対策と消費者教育のあり方について

1. 悪質クレームについて

- *現状は明確な定義をされていない。
- *度を過ぎるクレームは、悪質ではないか。
- *サービス業のクレーム対応者が大きなストレスを感じている。

2. UAゼンセンの活動について

- *アンケート調査の概要（5万3千件）
- *署名活動について（176万筆）

3. 国の動向（厚生労働省）について

- *はたらき方改革法案での付帯決議（参議院）
 - ・顧客や取引先からの著しい迷惑行為について関係者の協力のもとで更なる実態把握を行うとともに、その対応策について具体的に対応すること。
- *労働政策審議会での協議が予定されている。

4. 岡山市議会の動向

- *平成30年2月議会での対応
- *平成30年6月議会での対応

5. 消費者教育のあり方について

- *悪質クレマーにならない賢い消費者になる。

消費者教育推進計画に関する岡山市議会の状況

- 平成30年2月議会 おかやま創政会（高橋雄大 議員）
消費者教育の推進とサービス産業での悪質クレーム策について（質問）

質問	答弁
・消費者教育推進計画に悪質クレーム対策を記載し、事業を強化すべきでないか。	・消費者教育の対象は、加害者にもならない教育も含まれており、消費者としての責任について自覚を促す事業を実施して参りたい。

- 平成30年9月議会 おかやま創政会（高橋雄大 議員）
消費者教育の推進とサービス産業での悪質クレーム対策について（質問）

質問	答弁
・消費者教育推進計画の中で、消費者が加害者にならないための新たな取り組みは。	・加害者にならないための教育として、クーリング・オフ制度の正しい理解やインターネット等を通じての誹謗中傷、マナーの問題等の教育について取り組んでおり、一層向上させたいと考えている。
・UAゼンセンの悪質クレーム実態調査結果もいろいろな地域協議会や出前講座の教材の一つとして活用いただけるか。	・消費者教育推進地域協議会の中でいろいろ協議しながら新しい施策、取り組みも考えていきたい。

悪質クレーム対策署名 UAゼンセン過去最多176万4,472筆集まる! 2019年~

法整備に向けて最後まで
取り組みを進めます!

UAゼンセンが掲げる目標 **サービスをする側と受ける側が共に尊重される社会を創る**

1. 法制化への対応

悪質クレームの問題を、同じ組織内(職場内)ではなく「消費者によるハラスメント」と位置付け、労働安全衛生法の改正により企業がハラスメントを防止あるいは対処するための措置を明確化する。

2. 社会運動の推進

悪質クレームに関する認識向上や対処に関する意識啓発を目的としてセミナーやシンポジウムを開催していく。意思表示活動としてUAゼンセン170万人の組合員を対象とした署名活動を実施する。

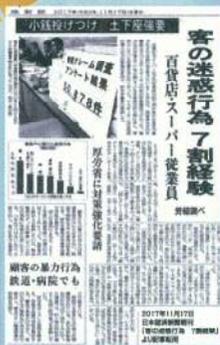
3. 労使関係上の取り組み

企業に対し、消費者によるハラスメントの対策を講じることを求める労使協議の実施。また、経営者団体との悪質クレームに関する情報・意見交換を実施する。

2017年にUAゼンセン流通部門が実施した5万人の協力を得たアンケート調査を公表して以来、悪質クレームから、いかに労働者を守るかについて社会的な注目が集まっています。2015年から流通部門では、悪質クレーム対策の研究をスタートしてきました。取り組みを始めてから現在まで、多くの組合員の皆さんからの協力のもと着実に運動を進めることができています。今後も、対策の法整備に向けて一層の取り組みが求められています。悪質クレーム対策についての今までの軌跡について紹介します。

悪質なクレーム対策の軌跡

2017年 悪質クレーム対策を 社会へ広く発信



2015年 悪質クレーム対策 の研究をスタート

- 10月 勉強会
経営者団体と関西大学社会学部 池内 裕美教授による悪質クレーム対策勉強会を開催
- 12月 ガイドライン検討スタート
社会政策委員会にて「悪質クレームに対する定義とその対応に関するガイドライン」の検討開始
- 12月~ 関係省庁との連携
厚生労働省、経済関係省庁との連携、産業界、消費者庁、警察庁との意見交換を実施

2016年 関係団体との意見交換、 各組合での大会決議へ

- 2月 勉強会
釜山大学社会学部金英淑教授より、韓国の悪質クレーム対策事例(感情労働対策事例)を学習
 - 8月~ 社会運動
第6回定期中央委員会にて「サービスを提供する側と受ける側が共に尊重される社会をめざす」決議を行い賛同署名の要請
- 約250組合の決議文と
約24,000筆の賛同署名を集約
- 11月~ 他産別との連携
他産別等他団体との意見・情報交換を実施 (JR連合、J-P労組、サービス連合、航空連合)

- 4月~ 議員と連携
民進党(情報労働・石橋通宏参議院議員)と、ハラスメント法案検討の連携スタート
- 6月~7月 アンケート調査
悪質なクレームの実態把握に向けたアンケート集約

- 約200組合より約53,000件に及ぶアンケートを集約・分析実施
- 8月~9月 関係省庁への要請
UAゼンセン重点政策として、厚生労働省・経済産業省・民進党に、要請活動
- 8月 ガイドラインの完成
「悪質クレームの定義とその対応に関するガイドライン」が執行委員会にて承認

UAゼンセンメンバーズページにガイドラインなど「悪質クレーム対策」に関する各種資料を掲載していますので、ご利用ください。

- 11月 マスコミとの連携
NHK「ニュースウォッチ9」報道(11月9日報道)
厚生労働省へ悪質クレーム問題への対応策を講じる要請活動実施
厚生労働省「職場のパワーハラスメント防止対策についての検討会」へ消費者からのハラスメント対策について意見書申出(流通部門 悪質クレーム実態調査を提出)



2018年 悪質クレーム対策が 国会で議論される

176万4,472筆
集まる!!



- 2月 社会運動
第8回評議員会「悪質クレーム対策100万人署名の取り組み決議」実施
- 2月~6月末 社会運動
悪質クレーム対策100万人署名実施
- 3月 法制化への対応
厚生労働省の「職場のパワーハラスメント防止対策についての検討会報告書」に顧客や取引先からの著しい迷惑行為について、関係者の協力のもとでさらなる実態把握を行うことが盛り込まれた
- 4月 法制化への対応
民進党・希望の党が共同で「パワーハラ法案(仮称)」を参議院へ提出

◆過剰クレマーへの対応法案内容(悪質クレーム対策)◆
顧客やユーザーなどからの過剰クレームによる健康被害等についても、労働者の保護のための措置(例、労使によるガイドラインの策定など)を講ずることを事業者に義務付けることが盛り込まれる

- 5月 社会運動・勉強会
第8回労使研究会「悪質クレーム対策」をテーマに実施
- 6月 法制化への対応
参議院・厚生労働委員会において、働き方改革法案 可決
民進党・希望の党共同提出の法案は可決されたが、働き方改革法案の付帯決議に悪質クレーム対策が盛り込まれた

働き方改革法案の付帯決議 38項(抜粋)
実効性ある規制を担保するための法整備やパワーハラスメント等の防止に関するガイドラインの策定に向けた検討を、労働政策審議会において早急に開始すること。また、厚生労働省の「職場のパワーハラスメント防止対策についての検討会」報告書を踏まえ、顧客や取引先からの著しい迷惑行為について、関係者の協力の下で更なる実態把握を行うとともに、その対応策について具体的に検討すること

- 7月 法制化への対応
厚生労働省がパワーハラスメント(悪質クレーム)の実態把握ヒアリング
- 8月 社会運動・法制化への対応
署名を厚生労働大臣に提出し、悪質クレーム対策の法整備を要請(8月10日)
- 9月以降
悪質クレーム対策について労働政策審議会で議論予定



速報版

悪質クレーム対策(迷惑行為) アンケート調査結果

～サービスする側、受ける側が
共に尊重される社会をめざして～

UAゼンセン流通部門調査

2017年10月



全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟

はじめに

クレームとは、商品・サービスに関して消費者から不満がおこり、会社（店舗）に責任ある対応を求められることです。クレームは消費者の意見がわかるアンテナでもあり、サービスを向上させるためには有益な情報であるため、誠意ある対応をしていく事が基本的な姿勢として求められます。

しかしながら、近年、報道等で謝罪している場面を数多く見かけるようになり、日常的に消費者から店舗で謝罪要求を受けるようになってきました。また、消費者の不当な要求を受け日常の仕事に支障が生じ、流通・サービス業に従事する労働者に大きなストレスを与える事例が後を絶ちません。消費者からの不当な要求は、ハラスメントの新しい領域としても社会的な問題となっています。

また、私たちの産業は、顧客第一主義を大原則に掲げ、消費者の行動は常に正しいとの認識が強く、消費者からの意見に対しては不当なものであっても耐えなくてはならない風潮があります。そして、そのことが社会的にもモンスター化する消費者を助長させ、接客対応の難しさから退職者の増加や働く仕事として敬遠される傾向にあると言えます。

U A ゼンセン流通部門では、2017年6月～7月にて、加盟組合の組合員に対して悪質クレーム（迷惑行為）の実態調査を行い、実態データづくりを進めてきました。これまで、どの機関においても実態調査が実施された例はなく、社会に実態を発信していくためには一定以上の調査数が必要となる中、5万以上の調査票を集計して実施されました。回収目標数を大幅に上回る調査票が集計され、組合員からの協力は積極的であり、多くの回答で具体的な事例が記載され、各所で悪質クレーム対策への期待の高さを感じる調査となりました。

今回の調査では、アンケートに回答した方の73.9%が、業務中に迷惑行為に遭遇したことがあると答えています。また、迷惑行為を受けた方の約9割がストレスを感じながら仕事している実態が明らかになりました。迷惑行為にあった時の対応として、「謝りつづけた」「何もできなかった」43.6%と迷惑行為への対応がとれていない実態があり、企業側の対策にも課題があると思われます。さらに、迷惑行為の近年の状況について、約5割が増えていると回答しており社会的な対策を推進していくことが求められていると言えます。

消費者からの意見については、企業として真摯に受け止め、サービスレベルを上げていく為には不断の努力が必要です。一方で、社会通念上許される範囲を超えて行われる悪質クレーム（迷惑行為）の存在を直視し、対策を講じる事が求められます。

今後、関係各所と悪質クレームの実態について認識を合わせ、消費者も従業員もお互いが共に尊重される社会と流通・サービス産業で働く者を守ることにつながる取り組みを進めていきます。

悪質クレーム(迷惑行為)対策アンケート調査結果 ～ サービスする側、受ける側が共に尊重される社会をめざして～

UAゼンセン流通部門調査「悪質クレーム対策アンケート」集計結果報告
-2017年10月発行-

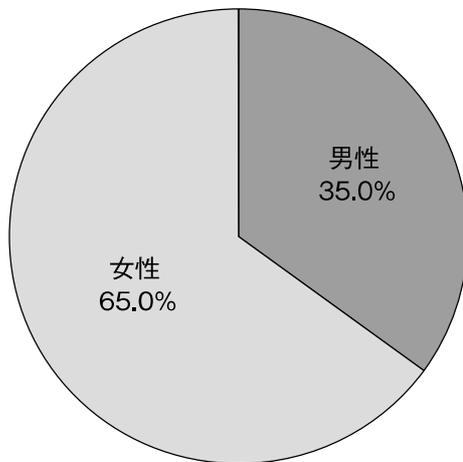
目次

はじめに	1
<調査の概要>	3
迷惑行為に関するアンケート用紙	4
<調査結果報告>	5
1. 全体	5
2. 男性・女性比較	9
3. 部会別比較	13
4. 年齢別比較	21
<資料>	29
アンケート回答抜粋 事例内容	29

調査の概要

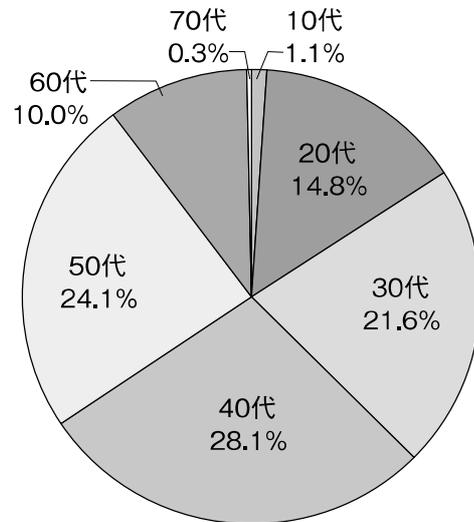
- 1. 調査目的** 職場で起こっている悪質クレーム（迷惑行為）の実態について調査し、傾向を分析する。
また、調査内容は具体的な事例も示す調査とし、結果については、関係諸団体への要請活動時に提示する資料として活用する。
- 2. 調査対象** 接客対応されている流通部門所属組合組合員（販売・レジ業務・クレーム対応スタッフ等）
- 3. 調査期間** 2017年6月1日～7月14日
- 4. 回答組合数** 168組合 回答件数 50,878件
 - (1) 性別回答件数**
男性：15,640件 女性：28,997件 無回答：6,161件
 - (2) 年齢別回答件数**
10代：539件 20代：7,396件 30代：10,842件 40代：14,089件 50代：12,089件
60代：4,992件 70代：161件 無回答：770件

回答者の男女比



※性別無回答者を除く

回答者の年齢構成



※年齢無回答者を除く割合

迷惑行為に関するアンケート項目

設問1：性別・年代に○をつけてください。

男性	・	女性
10歳代 ・ 20歳代 ・ 30歳代 ・ 40歳代 ・ 50歳代 ・ 60歳代 ・ 70歳代以上		

設問2：あなたは、業務中に次のような来店客からの迷惑行為に遭遇したことがありますか？

【複数回答可】

- A：暴言 B：威嚇・脅迫 C：暴力行為 D：セクハラ行為
 E：何回も同じ内容を繰り返すクレーム F：長時間拘束 G：権威的（説教）態度
 H：金品の要求 I：土下座の強要 J：SNS・インターネット上での誹謗中傷 K：なし
 L：その他（ ）【K：なしを選択の場合、Q6からお答えください】

設問3：迷惑行為を経験された方は、迷惑行為から受けたご自身への影響を教えてください

- A：軽いストレスを感じた B：強いストレスを感じた C：精神疾患になったことがある
 D：影響なし E：その他（ ）

設問4：迷惑行為にあった時、あなたはどのような対応をしましたか？

- A：上司に引き継いだ B：謝りつづけた C：毅然と対応した D：何もできなかった
 E：その他（ ）

設問5：設問4の対応の結果、問題の行為は収まりましたか？

- A：収まった B：収まらなかった C：さらに態度がエスカレートした
 D：長時間の対応を迫られた E：その他（ ）

設問6：迷惑行為は、近年増えていると感じていますか？

- A：増えている B：あまり変わらない C：減っている D：わからない

設問7：迷惑行為が発生している原因をどう考えますか？【複数回答可】

- A：消費者のモラル低下 B：従業員の尊厳が低くみられている
 C：ストレスのはけ口になりやすい D：消費者のサービスへの過剰な期待
 E：その他（ ）

設問8：迷惑行為からあなたを守るために、どのような措置が必要と考えますか？【複数回答可】

- A：消費者への啓発活動 B：企業のマニュアルの整備 C：企業のクレーム対策の教育
 D：法律による防止 E：迷惑行為への対応を円滑にする企業の組織体制の整備
 F：その他（ ）

設問9：あなたが実際に体験した迷惑行為の内容を教えてください。

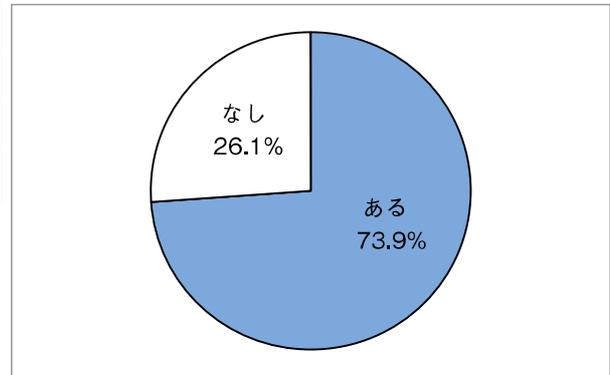
記入内容 ①【・・・ような対応をしたら、消費者から・・・ような行為をされた。】 ② 具体的な対応時間・対応回数・発言内容などを記載ください。

調査結果報告

1. 全体

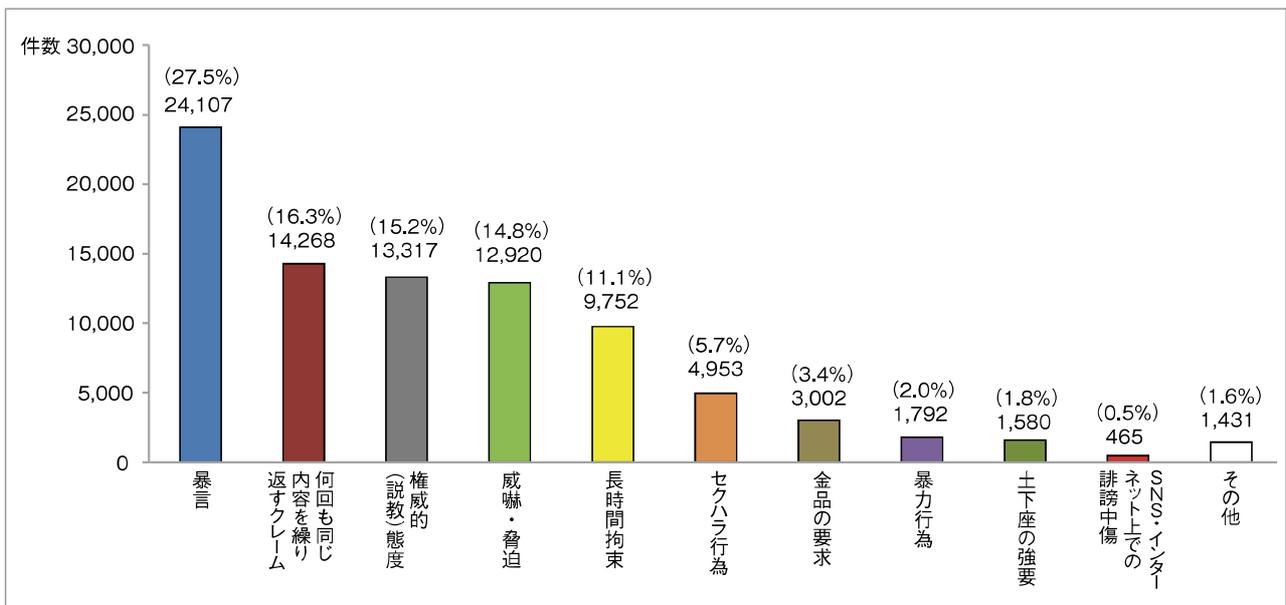
設問1：あなたは、業務中に来店客からの迷惑行為に遭遇したことがありますか？

	合 計	
	あ る	な し
割 合	73.9%	26.1%
件 数	36,002	12,719



設問2：あなたは、業務中に次のような来店客からの迷惑行為に遭遇したことがありますか？【複数回答可】

	暴言	何回も同じ内容を繰り返すクレーム	権威的(説教)態度	威嚇・脅迫	長時間拘束	セクハラ行為	金品の要求	暴力行為	土下座の強要	SNS・インターネット上での誹謗中傷	その他
割 合	27.5%	16.3%	15.2%	14.8%	11.1%	5.7%	3.4%	2.0%	1.8%	0.5%	1.6%
件 数	24,107	14,268	13,317	12,920	9,752	4,953	3,002	1,792	1,580	465	1,431

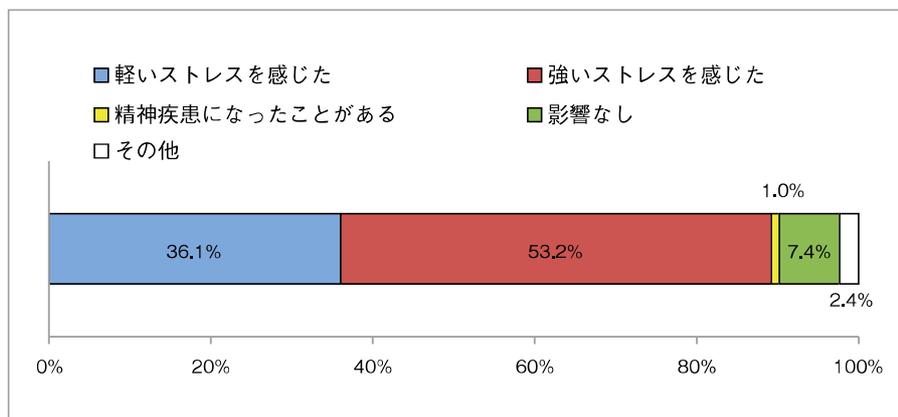


「暴言」が27.5%、「何回も同じ内容を繰り返すクレーム」が16.3%、「権威的(説教)態度」が15.2%、「威嚇・脅迫」が14.8%、「長時間拘束」が11.1%、「セクハラ行為」が5.7%、「金品の要求」が3.4%、「暴力行為」が2.0%、「土下座の強要」が1.8%、「SNS・インターネット上での誹謗中傷」が0.5%と回答した。

設問3：迷惑行為を経験された方は、迷惑行為から受けたご自身への影響を教えてください

	軽いストレスを感じた	強いストレスを感じた	精神疾患になったことがある	影響なし	その他
割合	36.1%	53.2%	1.0%	7.4%	2.4%
件数	13,500	19,917	359	2,775	887

迷惑行為に約9割がストレスを感じている！

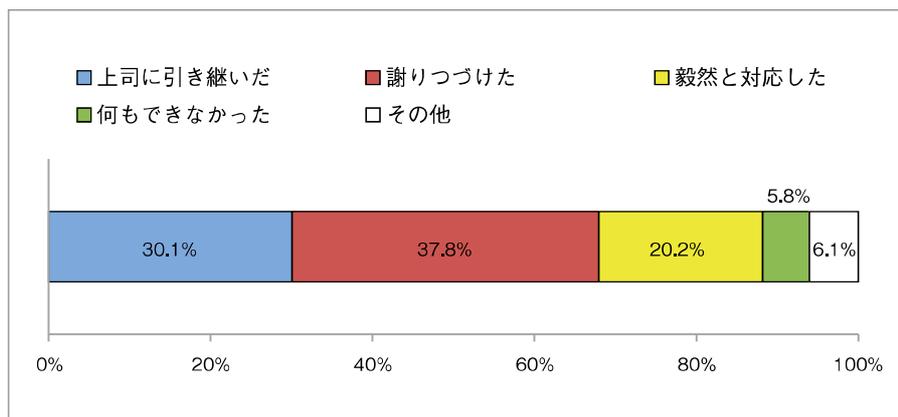


「強いストレスを感じた」が53.2%、「軽いストレスを感じた」が36.1%、「影響なし」が7.4%、「精神疾患になったことがある」が1.0%と答えた。

設問4：迷惑行為にあった時、あなたはどのような対応をしましたか？

	上司に引き継いだ	謝りつづけた	毅然と対応した	何もできなかった	その他
割合	30.1%	37.8%	20.2%	5.8%	6.1%
件数	13,979	17,587	9,410	2,687	2,814

「謝りつづけた」と「何もできなかった」が4割を超えている！

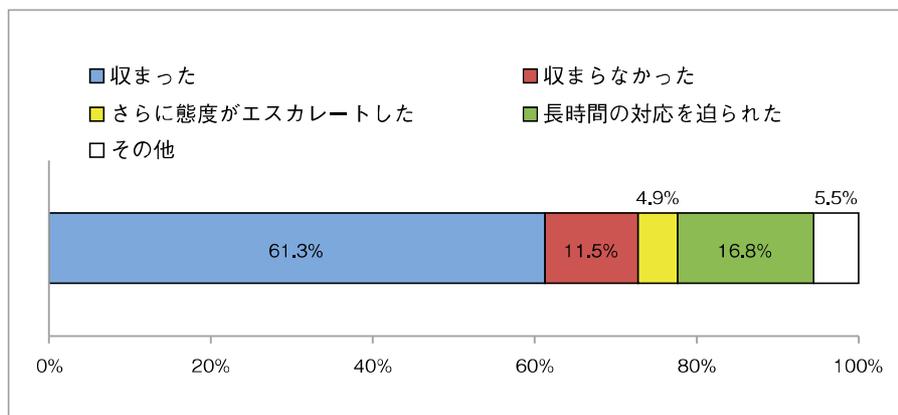


「謝りつづけた」が37.8%、「上司に引き継いだ」が30.1%、「毅然と対応した」が20.2%、「何もできなかった」が5.8%と回答した。

設問5：迷惑行為にあった時、あなたのとった対応の結果、問題の行為は収まりましたか？

	収まった	収まらなかった	さらに態度がエスカレートした	長時間の対応を迫られた	その他
割合	61.3%	11.5%	4.9%	16.8%	5.5%
件数	24,443	4,581	1,938	6,702	2,208

3割以上が難しい対応をせまられている！

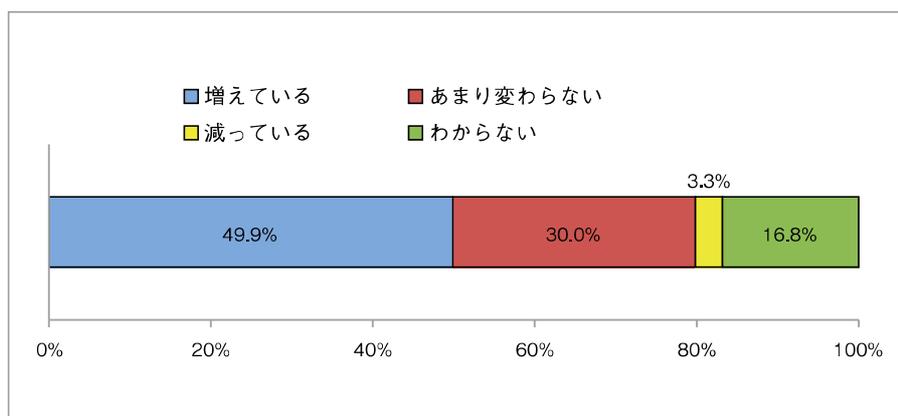


「収まった」が61.3%、「長時間の対応を迫られた」が16.8%、「収まらなかった」が11.5%、「さらに態度がエスカレートした」が4.9%、と回答した。

設問6：迷惑行為は、近年増えていると感じていますか？

	増えている	あまり変わらない	減っている	わからない
割合	49.9%	30.0%	3.3%	16.8%
件数	24,880	14,940	1,664	8,381

約5割が迷惑行為が増えていると感じている！

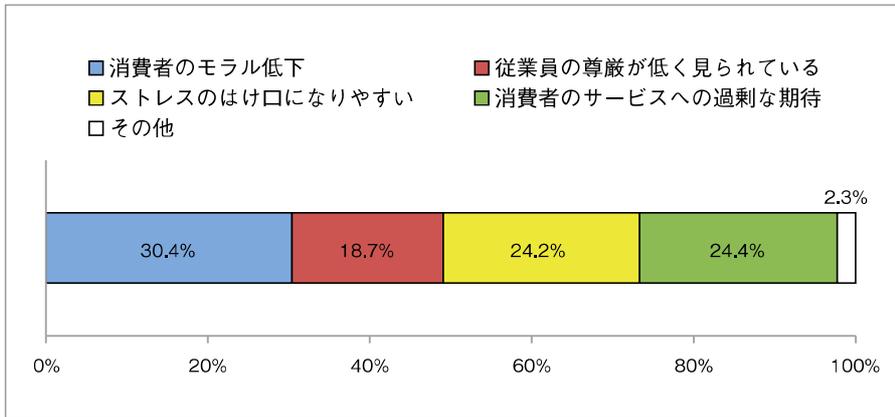


「増えている」が49.9%、「あまり変わらない」が30.0%、「わからない」が16.8%、「減っている」が3.3%と回答した。

設問7：迷惑行為が発生している原因をどう考えますか？【複数回答可】

	消費者のモラル低下	従業員の尊厳が低く見られている	ストレスのはげ口になりやすい	消費者のサービスへの過剰な期待	その他
割合	30.4%	18.7%	24.2%	24.4%	2.3%
件数	32,651	20,082	26,008	26,192	2,458

全体的に消費者への啓発活動が必要である！

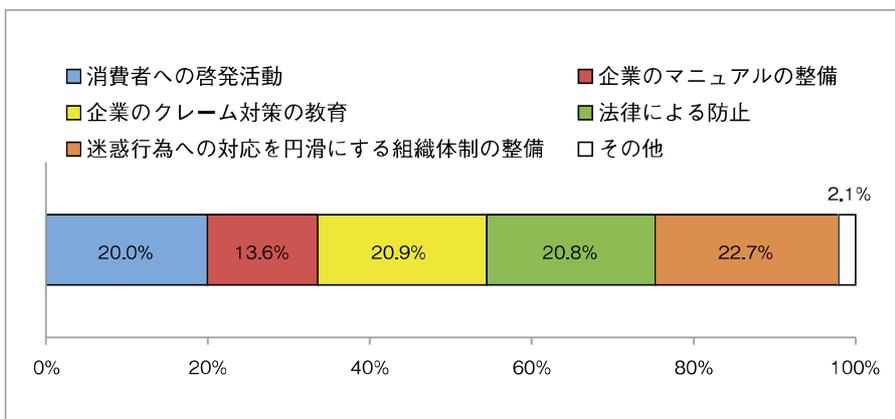


「消費者のモラル低下」が30.4%、「消費者のサービスへの過剰な期待」が24.4%、「ストレスのはげ口になりやすい」が24.2%、「従業員の尊厳が低く見られている」が18.7%と回答した。

設問8：迷惑行為からあなたを守るために、どのような措置が必要と考えますか？【複数回答可】

	消費者への啓発活動	企業のマニュアルの整備	企業のクレーム対策の教育	法律による防止	迷惑行為への対応を円滑にする組織体制の整備	その他
割合	20.0%	13.6%	20.9%	20.8%	22.7%	2.1%
件数	18,455	12,560	19,262	19,196	20,916	1,943

約6割が企業の対策を求めている！

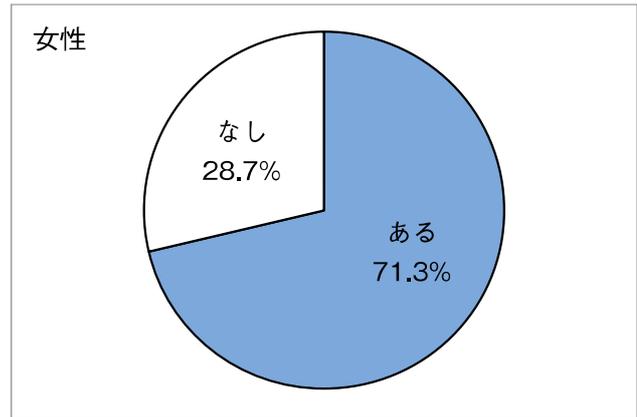
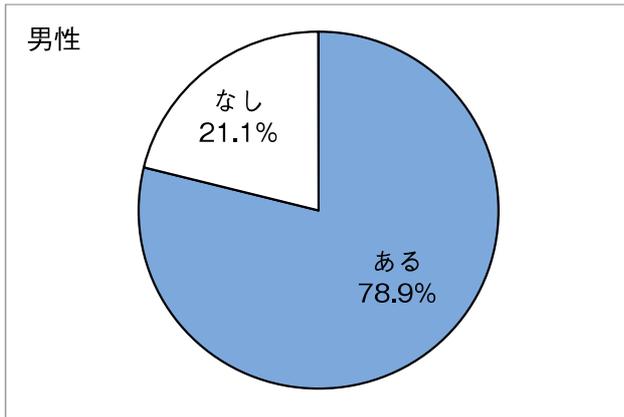


「迷惑行為への対応を円滑にする組織体制の整備」が22.7%、「企業のクレーム対策の教育」が20.9%、「法律による防止」が20.8%、「消費者への啓発活動」が20.0%、「企業のマニュアルの整備」が13.6%と回答した。

2. 男性・女性比較

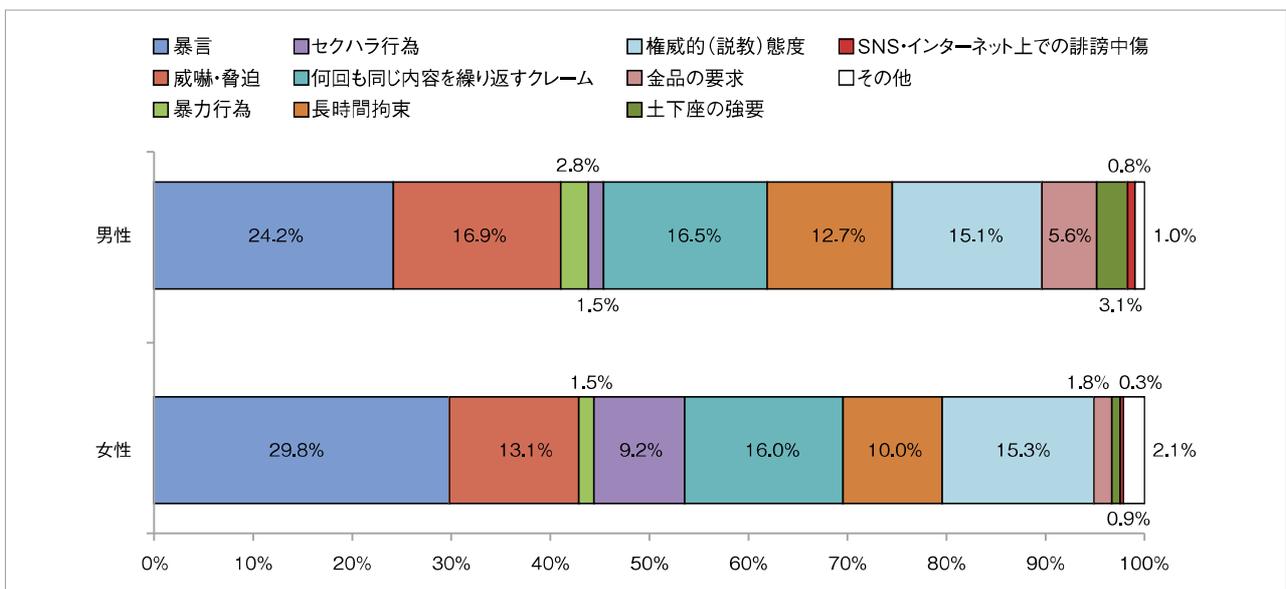
設問1：あなたは、業務中に来店客からの迷惑行為に遭遇したことがありますか？

	男性		女性	
	ある	なし	ある	なし
割合	78.9%	21.1%	71.3%	28.7%
件数	12,057	3,230	19,694	7,924



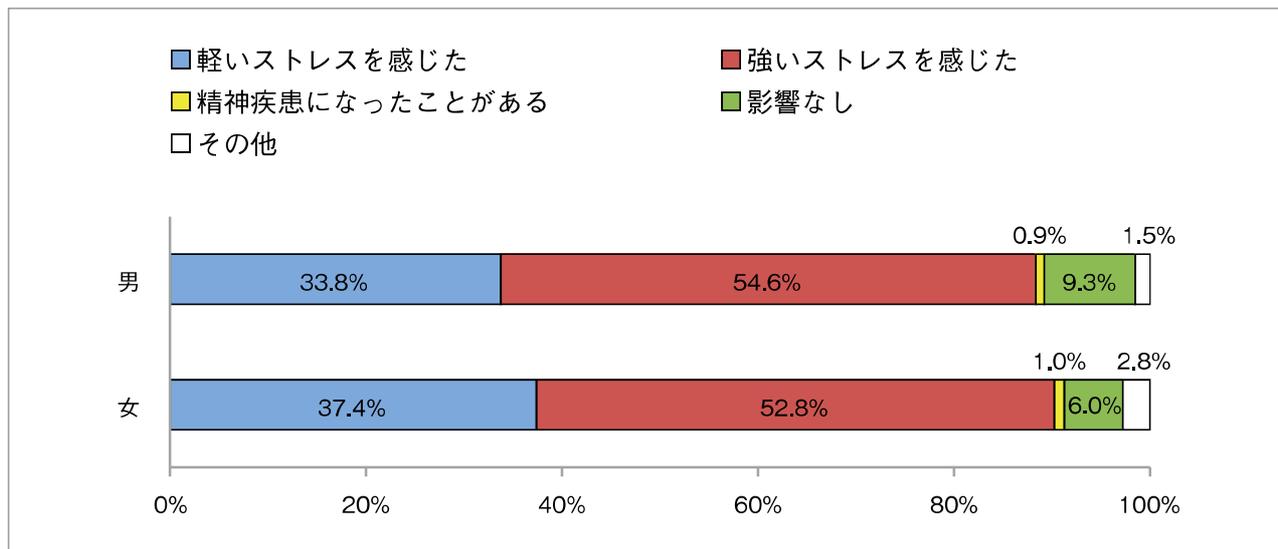
設問2：あなたは、業務中に次のような来店客からの迷惑行為に遭遇したことがありますか？【複数回答可】

男女別		暴言	威嚇・脅迫	暴力行為	セクハラ行為	内容を繰り返すクレーム	何回も同じ内容	長時間拘束	権威的(説教)態度	金品の要求	土下座の強要	SNS・インターネット上での誹謗中傷	その他
		男性	割合	24.2%	16.9%	2.8%	1.5%	16.5%	12.7%	15.1%	5.6%	3.1%	0.8%
男性	件数	8,244	5,747	954	519	5,628	4,315	5,141	1,894	1,051	256	335	
女性	割合	29.8%	13.1%	1.5%	9.2%	16.0%	10.0%	15.3%	1.8%	0.9%	0.3%	2.1%	
女性	件数	13,047	5,710	657	4,018	6,979	4,385	6,692	786	374	153	925	



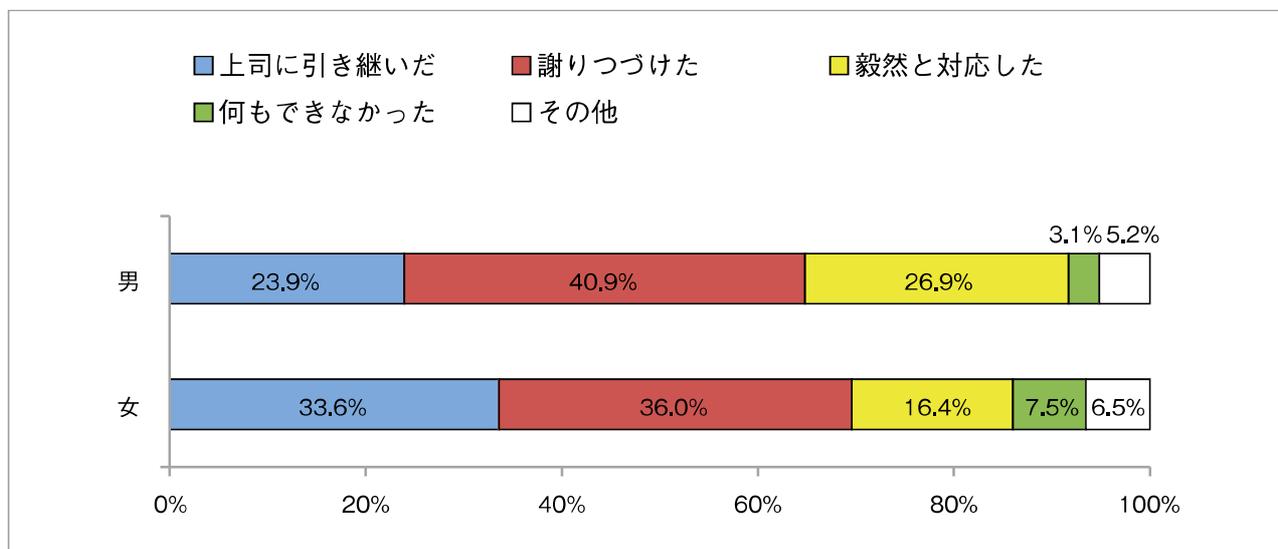
設問3：迷惑行為を経験された方は、迷惑行為から受けたご自身への影響を教えてください

		軽いストレスを感じた	強いストレスを感じた	精神疾患になったことがある	影響なし	その他
男性	割合	33.8%	54.6%	0.9%	9.3%	1.5%
	件数	4,209	6,804	109	1,155	190
女性	割合	37.4%	52.8%	1.0%	6.0%	2.8%
	件数	7,670	10,831	208	1,220	572



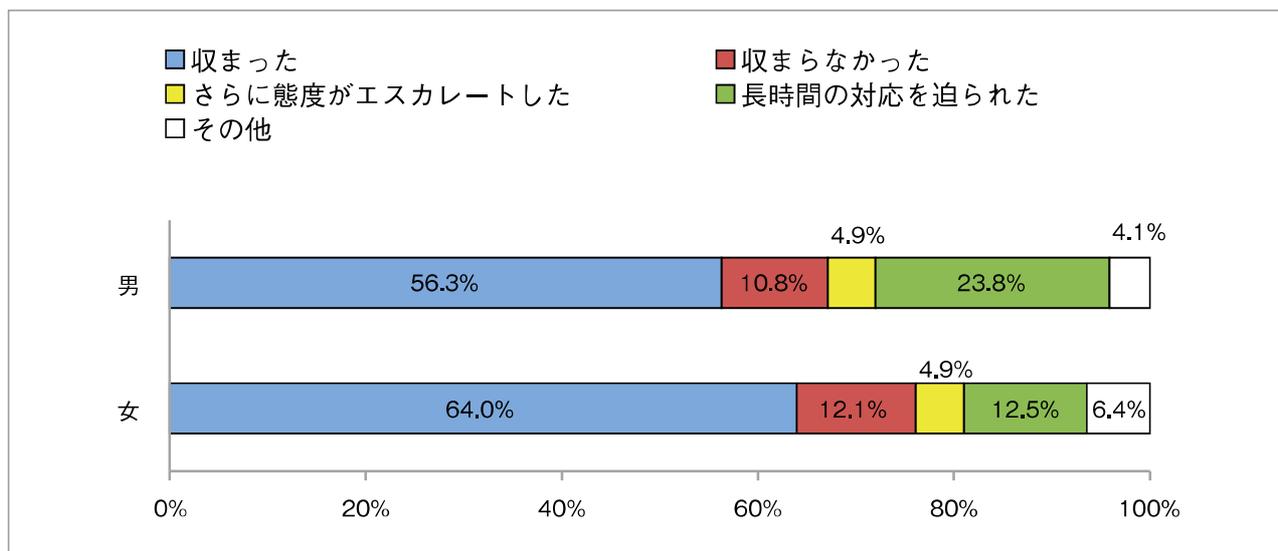
設問4：迷惑行為にあった時、あなたはどのような対応をしましたか？

		上司に引き継いだ	謝りつづけた	毅然と対応した	何もできなかった	その他
男性	割合	23.9%	40.9%	26.9%	3.1%	5.2%
	件数	3,663	6,268	4,116	476	796
女性	割合	33.6%	36.0%	16.4%	7.5%	6.5%
	件数	8,602	9,213	4,214	1,914	1,675



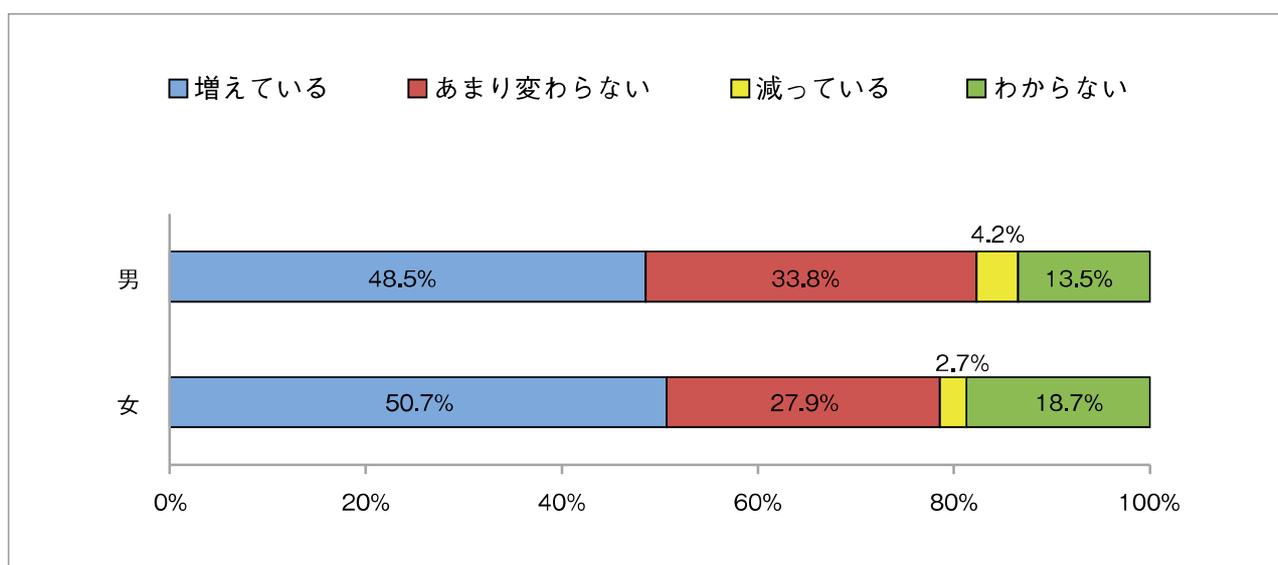
設問5：迷惑行為にあった時、あなたにとっての対応の結果、問題の行為は収まりましたか？

		収まった	収まらなかった	さらに態度がエスカレートした	長時間の対応を迫られた	その他
男性	割合	56.3%	10.8%	4.9%	23.8%	4.1%
	件数	7,791	1,496	675	3,298	572
女性	割合	64.0%	12.1%	4.9%	12.5%	6.4%
	件数	13,652	2,585	1,053	2,675	1,376



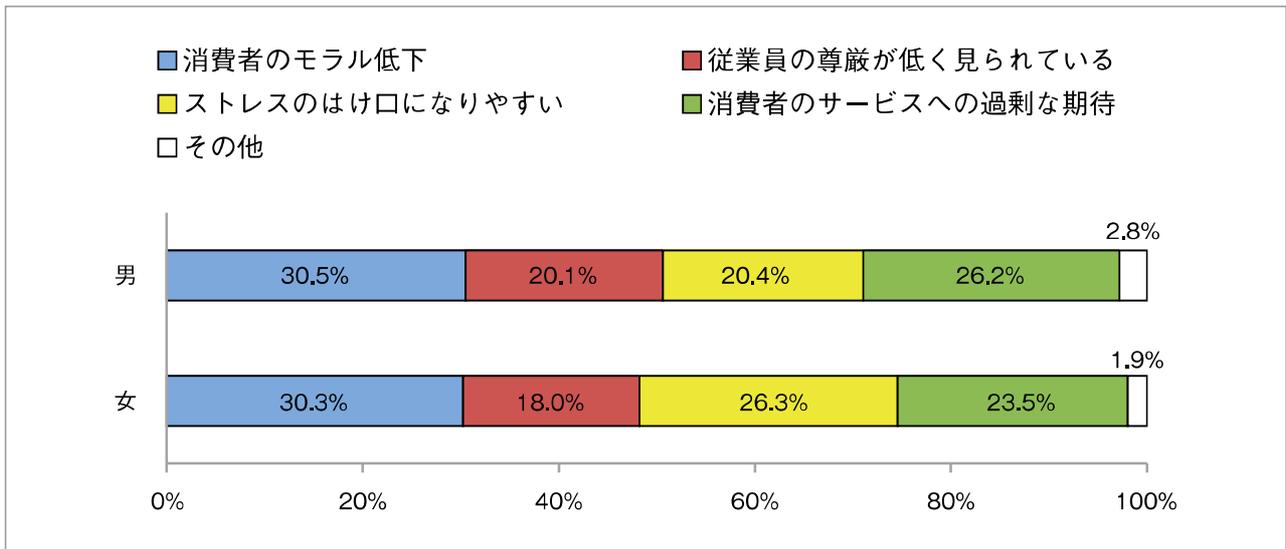
設問6：迷惑行為は、近年増えていると感じていますか？

		増えている	あまり変わらない	減っている	わからない
男性	割合	48.5%	33.8%	4.2%	13.5%
	件数	7,508	5,220	656	2,081
女性	割合	50.7%	27.9%	2.7%	18.7%
	件数	14,370	7,904	763	5,311



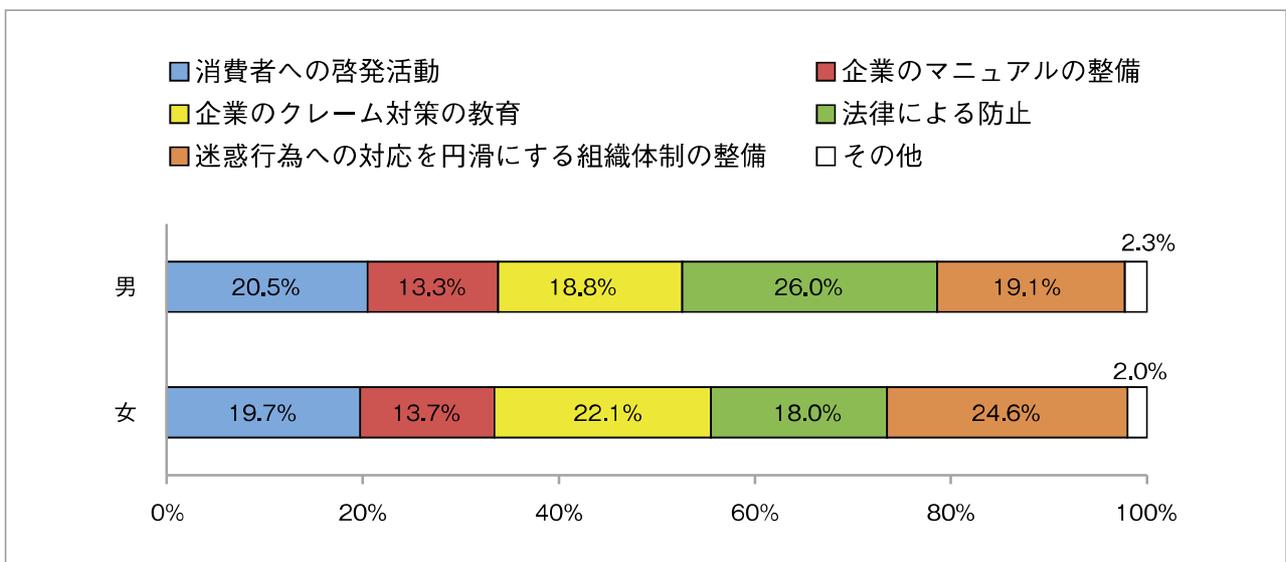
設問7：迷惑行為が発生している原因をどう考えますか？【複数回答可】

		消費者のモラル低下	従業員の尊厳が低く見られている	ストレスのはげ口になりやすい	消費者のサービスへの過剰な期待	その他
男性	割合	30.5%	20.1%	20.4%	26.2%	2.8%
	件数	10,181	6,720	6,821	8,729	929
女性	割合	30.3%	18.0%	26.3%	23.5%	1.9%
	件数	18,551	11,026	16,134	14,412	1,195



設問8：迷惑行為からあなたを守るために、どのような措置が必要と考えますか？【複数回答可】

		消費者への啓発活動	企業のマニュアルの整備	企業のクレーム対策の教育	法律による防止	迷惑行為への対応を円滑にする組織体制の整備	その他
男性	割合	20.5%	13.3%	18.8%	26.0%	19.1%	2.3%
	件数	6,245	4,057	5,717	7,931	5,827	688
女性	割合	19.7%	13.7%	22.1%	18.0%	24.6%	2.0%
	件数	10,075	6,984	11,270	9,163	12,529	1,008



3. 部会別比較

設問1：あなたは、業務中に来店客からの迷惑行為に遭遇したことがありますか？

部会名	ある		なし	
	割合	件数	割合	件数
スーパーマーケット	65.8%	8,712	34.2%	312
GMS	75.2%	14,171	24.8%	4,666
住生活関連	80.5%	3,914	19.5%	312
百貨店	86.4%	1,750	13.6%	312
ドラッグ関連	76.9%	1,859	23.1%	557
専門店	71.5%	3,473	28.5%	1,384
家電関連	84.9%	1,750	15.1%	312

