

顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策の推進に係る関係省庁連携会議

2021年1月21日

UA ゼンセン資料

### ・ カスタマーハラスメントの実態

<2020年10月「悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査」第2弾内容（抜粋）>

1. 調査対象 サービス業に従事している UA ゼンセン所属組合員
2. 調査期間 2020年7月10日～9月23日
3. 回答組合数 233組合 回答件数 26,927件
4. 調査結果報告（抜粋）
  - 1) 直近2年以内で迷惑行為の被害 56.7%
  - 2) 迷惑行為被害の中に、新型コロナウイルス感染症の影響による迷惑行為 35.9%
  - 3) 迷惑行為のきっかけとなった具体的な理由  
顧客の不満嫌がらせ33.1%、消費者の勘違い15.2%
  - 4) 企業で実施されている迷惑行為への対策  
特に対策はされていない43.4%、マニュアルの整備27.9%
  - 5) 迷惑行為は増えていると感じるか 増えている46.5%
5. 迷惑行為例【別紙1】参照

### ・ 取り組みの事例

<これまでの取り組み概要【別紙2】参照>

1. 2017年8月「悪質クレームの定義とその対応に関するガイドライン」初版作成
2. 2017年10月「悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査結果」公表
3. 2018年2月～6月悪質クレーム対策を求める署名活動実施（176万筆）
4. 2019年2月「小売業の職場における労働者に対する暴力やハラスメントガイドライン」を UNIApro\*と共同で制作
5. 2019年6月～8月映像制作やマスコミを活用した啓発活動の実施
6. 2020年7月「顧客からのハラスメントの定義とその対応に関するガイドライン第2版」作成【別紙3】
7. 2020年10月「悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査」第2弾公表【別紙4】
8. 加盟組合企業によるガイドラインの実践（実際の企業の取り組み）

\*UNIApro アジアにおけるサービス産業のグローバルユニオン

### ・ 関係省庁連携会議への要望

1. マニュアル作成について
  - 1) カスタマーハラスメントの定義を示していただきたい。
  - 2) 通常クレーム対策と、カスタマーハラスメント対策について明確に理解できるようなマニュアルを作成いただきたい。
  - 3) 労働者をカスタマーハラスメントから守る視点を入れていただきたい。
2. 周知啓発活動について
  - 1) カスタマーハラスメント対策について社会的な周知をお願いしたい。
  - 2) 作成したマニュアルについては、業界団体、企業側に広く周知徹底していただきたい。また、企業のマニュアル作成が促進される政策を講じて頂きたい。
  - 3) 周知においては地方行政との連携を強化できるように進めていただきたい。

以上

## 別紙1

### 迷惑行為事例 ◆:コロナ禍に発生した迷惑行為 ・:平時における迷惑行為

#### 【流通部門】 ※7,200件を超える迷惑行為に関する事例記入あり下記一例

##### 《スーパーマーケット部会》

- ・最後の半額シールが付いたお弁当をお客様の過失で落とし販売不可能な状態になったが、他の商品を半額にするか、落として「販売不可能になった商品を売れ！」(衛生的に売れないとお断りしたが)と店内で騒ぎ続けた。
- ・お客様はすぐに対応できない時に大声あげて威嚇してくることが多く、特にチェッカーに対して下に見ているお客様の行動が目立つ。
- ・自宅に呼び出され目の前で日本刀を畳に突き立てられた。
- ・牛乳パックやヨーグルトの蓋など、お客様自身が探しても分からないような小さなキズがあるからと、数日前に買った商品を交換して欲しいと言ってくる。
- ・電話で商品が腐っていたと連絡をいただき、ご要望通りに交換する商品と粗品を持ってお客様の家に行ったが、延々とサービスが悪いから始まり、最後には外見を非難された。
- ・セルフレジ担当者が一声かけたことに腹を立て、暴れて暴言を吐き、止めに入った従業員は暴力を振るわれた。

##### 《GMS 部会》

- ◆コロナウイルス感染拡大禍での営業活動に対してお申し出を受けた。営業していることに対して感染拡大を助長しているという内容に加え、「菌がうつるから近寄るな！」と言われた。
- ◆コロナの影響で入荷しない商品が欠品していることに対して、店内で怒鳴られた。
- ◆「遠くから来たのにマスクがない！あなた達は自分の分は確保しているのだろう。何時のトラックで、荷物は来るのか！隠しているのなら、早く出なさい！」といつまでも叱責された。
- ◆コロナ対策のレジでビニールシートやマスクをしているため、お互いの声が聞き取りづらく、何度か同じやり取りをしたが大きな声をだして暴言を吐かれた。
- ・購入した商品を後日取りに来るということで預かり、ポイントや値引き券を使った後しばらくして要らなくなったと返品してきた。
- ・手を触り、顔を近づけるなどの行為をされ、連絡先を聞いてくるなどの行為を繰り返された。また、電話してくる時はお店からでなく、自分の携帯からかけろと強要もされた。
- ・お買い上げ商品をマイバックにいれるからと言われ、そのままお渡しするとわざと違うレジに行かれ二重支払いをさせる行為をとり、お叱りのお声をあげられました。

##### 《百貨店部会》

- ◆店舗にて新型コロナウイルス感染者が出ていると聞いたが、このまま店を開けていて良いのか！などストレスを発散している方がいた。
- ・お客様の安全を配慮して、サービス(靴の加工)を丁重にお断りしたら、フロア全体に響き渡る程の大声で怒鳴り散らし、靴を投げたり、椅子をバンバン叩いたり2時間にわたり暴言と威圧を受けた。以降も

不定期にそのお客様が売場に来ては怒鳴り散らすというものが続いており従業員が怯えている。

・洋服のお直し(着丈)をして、ご来店をお待ちするが半年経っても来ず、半年経ったのでお客様の許可を得てご配送。お手元に届きご試着されて「キツイ。入らないとクレーム。太って着られなくなった服は要らない！」と電話で怒鳴り散らし返金を求められた

・お客様が傘を持ってきて「開かない！交換しろ」と言われ、商品を確認させていただいてからとお伝え  
・平時における迷惑行為すると怒鳴り出した。後日、商品をメーカー点検に出すとお客様が傘の中骨にステッカーを貼っていて、それが詰まってひらかなかったのがわかった。

・女性販売員にアクセサリ(指輪)のサイズを調べさせ、リングゲージを抜く際に指を曲げて抜けないようにし、痛いと言って販売員の腕と頭を平手で殴打した。

・サイン会実施中のご案内の中で、会場内で購入されたグッズにしかサインをしませんと案内(サイン会実施前の全体アナウンス、グッズ購入のレジで口頭)していたのに、サイン会の時になって、条件を聞いていないと大声を上げ始め、攻撃的な発言をスタッフに繰り返す。

#### 《家電関連部会》

・FAX機器で「特定の方に電話をかけると雑音が入る」とお持ち込みになり、店頭でテストしても症状が出ずその旨を説明したが「製品に問題が有るから交換しないと納得出来ない」の一点張り。メーカー様に点検をしてもらいその結果がなければこれ以上の対応は出来ない」と押し問答になり、何度か繰り返した後いきなりビンタをされた。

・修理品引き取りを案内する為に自宅訪問した際、一方的に修理引き取り拒否し、威圧的態度で脅してきた。気変わりに対し悪びれる事なく、逆ギレの状況だった。

・4年前に買ったシェーバーの替え刃が折れていたので変えろと言われた

・リモコンが使用できないと電話での連絡があり説明書の確認と電池交換の案内を提案したが「なんで俺がそんなことをしないといけないのか！」「お前はカスだ」とずっと威圧的な言葉で言われ続けた。「今からお前の店に殴り込むぞ」と言われ店長に相談し一緒にお客様宅に訪問した。

・商品の不具合による交換の要求。メーカーから不具合の確認ができず交換できないことを伝えるが納得いかず。購入後2年程経過していたが、買った時からそうになっていたと納得されなかった。

・毎年、最新のパソコンが出ると、今使っているパソコンが使用中に突然電源が落ちると言う不具合が出ると言う最新のパソコンと交換しろと言う。無理だと言うと、店舗で購入した商品全部を返品するぞと脅してくる。

#### 《ドラッグ関連部会》

◆緊急事態宣言が出された後、マスクが無いことやトイレトペーパーの在庫切れ等に対するの暴言が多かった。いずれも大声で怒鳴るように「どうにかしてマスク買ってきて並べろよ」「デマに踊らされてるんじゃないよ」といった、半分八つ当たりだった。目の前で大声で怒鳴られるので、すみません、すみません、と繰り返し謝ることしか出来ず、ただただ恐怖でした。

◆新型コロナウイルス感染予防の為、お客様のお買い上げいただいた商品の袋詰めをお断りしたら、暴言を吐かれすごく怖い思いをして、毎回そのお客様が来店される際には心臓がドキドキした。

◆コロナウイルスの影響で、レジで商品をスキャンする際、ペットボトルの上部の蓋の部分を持ったところ、「どこ触ってんだ！汚い手で触るんじゃないよ！」と怒鳴られた。敏感になる気持ちはわかるが、商品スキャンの持つ部分まで全ては配慮しきれないので困った。

◆コロナ感染拡大している時期にマスクや消毒が無いときはお客様も困ってしまっているのは理解できるが『マクスが売れてるからっていい気になるな!』と言われた時は悔しく嫌な感情になった。

・薬が効かなかったと言われて、暴力を振るわれた時があり、我慢して耐えて働くことを強いられています。

・調剤薬局の患者さんが受付時から不満な様子で、混雑時で先にお待ちの方がいるにもかかわらず『急げ』『はやくしろ』と圧力をかけ、薬剤師が薬の説明を始めると、薬剤師に対して暴言をぶつけてきました。

#### 《住生活関連部会》

・レジの接客態度が悪いと呼ばれて、到着するや否、胸ぐらを掴まれ15mくらい引きずられた。二言目には「俺は人を殺した事がある」などを良い、暴力を振るってくるので警察を呼びました。

・合鍵のベースを持ち込んで合鍵作成を希望されたが、当店では対応出来ない事を伝えると激昂。持ち込み不可と書いてないなど怒鳴り散らし、作成出来ない理由を説明しても納得されず。「やってないならやってないと書いておけ。次までに書いてなかったら、わかってるだろうな!」と吐き捨てて退店されました。

・ホームセンターでは扱いが無い商品と知りながら、あえて聞いて来て即答できないと怒鳴りつけ、「お前はバカだと!」と何度も言われました。

・購入した長靴が破れたということで確認すると、購入時期が3ヶ月以上前だった。初期不良でないのに返金も交換もできないと伝えると大声で怒鳴りはじめた。他の商品に対しても、言いがかりをつけては交換させるという常習者だった。

・時計の不良品で修理受付に納得いかず店舗で謝罪し、次の日自宅まで来て謝罪しろとなり、4日間深夜まで謝罪させられ、「誠意を見せろ!」の一点張りでした。その後しばらくトラウマみたいになり、売場に出るのが恐怖でした。

#### 《専門店部会》

◆お客さまもこちらマスクをしていて、レジ前にビニールカーテンをしている為、お互いの声が聞き取り難くレジ袋が必要なのかなど、丁寧にお伺いしても怒る人もおり、1日に何度も言われるとストレスが溜まり耐えがたい。

・10年以上前の商品注文について不備を指摘。それに伴い慰謝料と新たな商品の要求し、お店に来た際や電話で怒鳴ることが繰り返された。

・自分の不注意で風除室のスライドドアに勢いよくぶつかり、所有物のメガネを破損されたが、店舗が悪いとの主張を一切変えず、壊れたメガネの代金・メガネがなく運転ができない為、仕事に行けない分の給与補償を要求された。

・揚げ足取りからの謝罪要求。物品要求をチラつかせ対応出来ないと伝えると、土下座して謝らないと許さないといわれ謝罪した。

・商品の値引きや新品交換に応じないと、次から次へと不手際を指摘し、こちらが折れる迄、繰り返された。

・「あなたのためを思って!」と延々語られ、心から謝罪をしたが受け入れられず顔も見たくないと高圧的な態度を長時間された。

## 【総合サービス部門】 ※3,400件を超える迷惑行為に関する事例記入あり下記一例

### 《食品製造・食品販売》

- ・商品不備でのクレームであったが、先方自宅玄関に拘束、連日の電話、誠意の提示等、仕事に支障をきたす程であった。
- ・明日までの消費期限の商品を、1週間後でも食べられるのになぜ消費期限を伸ばさないのかというクレームを1時間弱ほど受けた。「安全にお召し上がりができる期限です。期限後に召し上がられて健康被害が起こった場合保障できません」とお伝えしても、ご納得いただけなかった。
- ・自身の勘違いが原因の異物混入のクレームで、自社の製品でそのようなことは有り得ないと説明したところ、私のせいだと言うのか、あなたの対応が気に入らないから保健所へ届けることにしたから恨むなよと脅迫に近い言葉を受けた。
- ・商品の入れ忘れのクレームが発生。その後、返金対応するも、対応者がアルバイトであったことに対して再クレーム、謝罪しおわびするもその後、メールにて相手側から長文のメールが何日も送られてくる。「店舗の従業員、店長を変えろ」など、脅迫まがいのクレームが続いた。
- ・店内で「まずいパン」と大きい声で繰り返し言う。(電話しながら、売場で連呼する時があった)
- ・レジ袋の有料に納得されず、購入されたパンをちぎって投げつけられた。

### 《外食(レストラン)》

- ・食べ放題を注文していないお客様が、食べ放題の商品を取っていたので店長が注意したところ、後日来店され、恥をかいたから謝れ、もう二度と来店しないし知人にも利用しないように言うと言われた。
- ・お客様より、店舗を利用し家に帰ったらお腹を壊したと申し出あり。マニュアル通り、まず病院での受診を勧めた。もしも我が社での食事が原因と因果関係が認められたら、きちんと対応する旨を伝えた。翌日の結果では、因果関係は認められなかったがお腹を壊したのは事実だからと食事代の全額返金と病院の受診料をよこせと営業中に来店され詰め寄られた。時折大声を出したり、テーブルを蹴飛ばす等あった。
- ・お酒を飲んでかなりうるさかった(まわりのお客様も嫌な顔してた)ので、もう少し静かにしてもらえるようお願いしたところ、「何？帰ってこと、こっちは金払って来てやっている客なんだけど、お前何様だよ」と大声をあげられた。
- ・外国人従業員の接客について、少し対応が遅れたり、言葉が通じないことに対して、しつこくクレームを言われ続けた。
- ・毎回ひと手間掛かるオーダーの組み合わせでご注文をされるお客様が、「いつも私の注文だけすぐ出てこない、私にもうこの店に来て欲しくないのでしょ！違うか！」と詰め寄せられ、店内で大声をあげられた。
- ・クレジットカードを使えないことに対する不満。今時使えないなんてあり得ない。としつこく食い下がってきた
- ・支払いの際、現金しか使えないと伝えると、急に怒鳴り出した。使えないなら最初に言えと、理不尽な事を言われた

- ・若い酔っ払い1人客、入口が2ヶ所あるが、喫煙希望だったが満席だったので、同時に別入口から来た禁煙席希望のお客様を先に断ってからご案内したが、説明しても納得されずに入口で怒り始めた。
- ・ライスのグラム数が数グラム違うと言われ、長々と説教をされ、全商品をキャンセルし、他店に行くから行く間に同じオーダーを注文しろと要求された。
- ・1月の寒い中、半袖の制服のまま駐車場で、二時間クレーム対応で拘束された。

#### 《居酒屋》

- ◆コロナ禍で、酔っているお客様からの申し出に対し謝罪したが、マスクを取って謝れと、マスクをとっているお客さまに至近距離で大声を要求された。
- ◆都道府県の要請に基づく、アルコールの提供時間を伝えるも理解してもらえず、そのほかのことも含め閉店までクレームを受けた
- ◆マスクを外したまま会計にきて、コロナだといってそのまま退店
- ◆大学生のアルバイトが空いたお皿を下げようと近づくなり、近寄るな??あなたみたいな人がコロナの感染を拡げるんだよ??と罵倒されそのまま5分程説教が続いた。
- ◆コロナ対策のマスク着用のお願いについて態度が高圧的など一方的に否定意見を言われた
- ◆このコロナ禍に一度口に入れた料理をおしぼりに吐き出し、そのおしぼりを下げろと強要し更には「はい、コロナコロナ」と発言
- ・お客さんが多い時間帯に酔っ払っているおじさんがテーブル席に座ったばかりなのに、注文が遅いんだけどどうなってんのなど、どうにもできないようなことを言ってきて、ひたすらに謝っていたが、大きい声を出された。
- ・ボトルキープサービスの期限延長を強要。
- ・泥酔状態で来店され、テイクアウトをご注文されたお客様が出来上がり時間より早く再来店され「まだ出来てないのか!!」と怒鳴りつけるような感じで言われ、その後責任者に対応してもらっていたが、店内中に聞こえるように恫喝まがいな発言をされた。
- ・必要以上の大声でクレームを言う。会計でお金を投げて寄越す(これは割合多い)。大学生のバイトは、ぞんざいな言い方をされる。使えないクーポンを何とか使おうとしてごねる。
- ・禁煙にも関わらず煙草を客席で吸うので注意したところ、話をすり替えて店が悪いように言い掛かりをつけ、入れ墨を見せつけ大声を出し威嚇をしてきた。

#### 《ケータリング・弁当販売》

- ◆感染防止策として、惣菜のトング使用が禁止になり、パック販売になった。お客さまは今まで好きな量を購入できたが、今はできない。そのことについての一方的な文句と、オレはコロナ怖くない、と退店までくりかえり言い続けられた
- ・店舗内の設備にぶつかりメガネを破損、修理の期間仕事ができなかったので、その保証をして欲しいと要求。

#### 《インフラサービス》

- ・当社のサービスについて、契約内容を理解していない方が、過剰な要求をしたり、クレームをつけて来る。
- ・不払閉栓現場での支払い拒否および、閉栓作業の拒否(ガス)

#### 《ショッピングモール》

◆都道府県の要請に基づき、営業時間の短縮をおこなったが勝手に短縮するなど2時間以上クレームを受けた

◆入店時にマスクを着用していないお客は入店拒否しろと要求され、陽性患者がでたら裁判沙汰にすると威圧的な態度の申し出があった

◆感染拡大防止策として、フードコートの椅子を間引きしたことに對して、喫煙室の利用を中止したこと  
に對して、長時間お叱りの電話を繰り返して受けた。

《ファイナンス・クレジット》

・閉店後来店。閉店しており受付不可案内したところ激高され、怒鳴り続ける状況。警備員呼ぶもさらに激高。警察を呼ぶ事態となった。

・10年以上前にカード発行も直近カード未稼働による更新停止、解約。その後のカード再発行手続きの執拗な要求。

・顧客の紛失したクレジットカードの再発行を希望。再発行には審査があるため2～3週間かかるがどうしてもその前に使いたいから早くやれと要求される。当方として特別対応できないためお断りする。結局顧客の希望するギリギリ当日にカードは届いたが不在のため受け取れず、不在通知が来ていないと郵便局で暴れていたところ、当行に郵便局から電話があり対応。最後は訴えてやると主張だったが、最初から説明している通りと念を押し終了。最初から最後まで合計3～4日対応のため日を要した。

《ホテル・レジャー》

◆コロナで月会費の対応についてお叱りお受け、怒鳴られ暴言お受けました

◆コロナの影響でマスクの着用をお願いしたお客様が一向にマスクをせずに暴言、食べていたお菓子を散らかす、机を叩く等の行為を繰り返えされた。

・キャストの案内不足や天候等の不測の事態もあり、ホテルを楽しめなかった等の苦情から宿泊予約や+αのサービスを強要された。

・販売していないプランの予約を希望し、こちらが不可能と説明して 理解してもらえぬ迄時間がかかった。

《パチンコ》

◆来店するも遊技はせずに、休業要請を強く言われた。店内に唾を吐いて帰るなど嫌がらせが発生

◆コロナ対策として窓を開けての営業中、お盆休み連休はじめの夕方に男性が1人来店され、店に入るなり窓が開いているのを見て「暑い！クーラーつけろや！」と怒鳴られた。おそろおそろ「クーラーはつけてるんですが、窓があいておりますので…」と言いかけたところで、「窓しめろや！！」とまた怒鳴られた。

・負けが続いた時に、暴言や威圧的な態度を繰り返す

・トイレの便器の中にトイレットペーパーが投げ込まれていたり、便があちらこちらに塗りつけてあった事がある(負けた腹いせ?)

《介護従事者》

・サービス外の対応を求められ、「あの人はやったのにやらないのか？」と理不尽に怒られる。

・介護中、オムツ交換中に、叩かれたり、つねられたり、足蹴りなど傷がのこった。

《病院受付》

◆飲酒をされたお客様が、『濃厚接触者』だと飛び込みで来院。マニュアル通り対応し、医師の判断も仰

ぎ、保健所に相談してくださいと申し帰宅を促したが、翌日も容体が回復しないと来院。再度同じように保健所に連絡をと伝え、電話禁止区域の院内でTELを始めたため、お外だと申すと、激高し、看護師、総務課の従業員複数名で対応するも、収まらず最後は警察を呼び終息した。

◆コロナ禍、入院患者のお見舞いに来て、面会禁止と説明したが、それはわかっているんだ、ばか！と暴言を吐かれたこと。

◆病院での診察では感染リスクがある、オンライン診療に変えろというクレーム

◆入館時、検温、アルコール消毒の協力依頼をするも、熱はない、マスクはしたくないと入り口で大声

◆コロナの対策の為、マスクの未着用の付き添いの方に、マスクの着用をお願いするも、「法律ではない??」など暴言を浴びせられました。

◆マスクをしないで病院に来られたため、マスク着用をお願いしたところ、「コロナコロナうるせーなー！」とお怒り。早めに診察を受けていただいた。

◆病院窓口にて、患者がマスクを手に入らない(買えない)と怒鳴りこんできた。

・保険証を忘れた方に自費の説明をした時、大きな病院にきているのに、診療所などはそんなことないとか言われたりする。保険証を何ヶ月も確認できていなかったのも自費になると説明しても納得されず、説明に時間がかかり、他の方の対応ができなくなった。

・保険証を持参していなかったのも、10割負担になる旨をご案内したら、「こっちは医師から言われて診察と検査に来ているんだから、10割になるなら検査なんかしなかった。金は払わない。交通費もよこせ」と大声と威圧的な態度で口撃された。

・相手の要求にひたすら傾聴することにより業務が滞ることがしばしばあった。相手の要求が一方的すぎてストレスとなった。消費者の権利としてなのか強気な態度を取る人が多い。

# 悪質クレーム対策の軌跡

# 〈2015～2020年〉

～サービスをする側と受ける側が共に尊重される社会をめざして～

流通部門では、2015年から悪質クレーム対策の取り組みを進めてきた。これまでに「悪質クレーム実態調査」を実施し社会へ悪質クレーム対策の必要性を訴え「悪質クレーム対策ガイドライン」を作成し、経営側と対策強化の協議を行った。また、組織内議員との連携により法制化に向けた国会対応と、地方における消費者行政対策についても強化している。この数年で悪質クレーム対策の法制化に向けた取り組みは着実に進んでおり、社会の関心は高まっている。この6年間の取り組みを振り返り、法制化の実現に向けて、さらなる活動を展開する。

## 2016年 関係団体との意見交換、 各組合での大会決議へ

**8月～ 社会運動**  
第5回定期中央委員会にて「サービスを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、JP労組、サービス連合、航空連合）



## 2015年 悪質クレーム対策 の研究をスタート

**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、産業省、消費者庁、警察庁との意見交換を実施

悪質クレームの実態を調査  
悪質クレーム基準を  
つくりあげる必要性が明確化

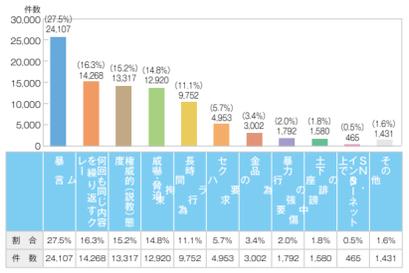


厚生労働省・経済産業省との意見交換

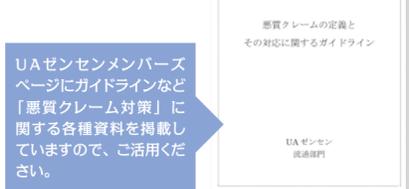
## 2017年 悪質クレーム対策を 社会へ広く発信

**6月～7月 アンケート調査**  
悪質なクレームの実態集約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 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



**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具申実施（流通部門 悪質クレーム実態調査を提出）



NHK「ニュースウォッチ9」  
厚生労働省へ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!!  
流通部門で  
約100万筆を達成!

**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**  
民主党・希望の党が共同で「パワハラ法案（仮称）」を参議院へ提出

過剰クレームへの対応法案内容（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が義務付けることが盛り込まれる



「パワハラ法案（仮称）」を参議院へ提出

**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  
\*民主党・希望の党共同提出の法案は否決されたが、働き方改革法案の付議決議に悪質クレーム対策が盛り込まれた

**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）

**10月 法制化への対応**  
厚生労働省へハラスメント対策法案における議論を審議会にてスタート。顧客からのハラスメント対策の法案化への意見具申を実施する

## 2019年 悪質クレーム対策が 法律の指針に記載!

**1月**  
◇増子東京都議会議員との連携  
東京都として悪質クレーム対策「アンケート内容」を決定  
⇒東京都が相談窓口の設置を進める

**2月**  
小売業の職場における労働者に対する暴力やハラスメント；UNIApro商業部会ガイドライン発行（UAゼンセンガイドラインが掲載される）

**4月**  
◇労働施策総合推進法（パワハラ防止法・罰法）が衆議院で可決  
「職場でのパワーハラスメント（パワハラ）防止を義務付ける関連法案」が衆院本会議で可決し、参院に送付された  
※悪質クレーム対策は義務化されなかった

**5月 法制化への対応**  
◇国民民主党の【議員立法】の提出  
国民民主党は、悪質クレームの被害から労働者を守るため、国全体で悪質クレーム対策を推進する「消費者対応業務関連特定行為対策の推進に関する法律案」を提出

**6月**  
仕事の世界における暴力およびハラスメントの徹底に関する条約がILO第108回総会で採択

**7月**  
◇国民生活センター意見交換  
消費者からのクレーム内容と、相談員がするクレーム対応状況について意見交換

**6～8月**  
◇映像制作やマスコミを活用した啓発活動の実施  
悪質クレーム対策動画を製作し、組合員への啓発活動とマスコミを活用した社会啓発を実施した。また、動画についてはホームページやYouTubeを活用して配信を行った



**9～12月 法制化への対応**  
◇厚生労働省審議会にて改正労働総合施策推進法における指針内容を検討  
「事業主が他の事業主の雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為に関し行うことが望ましい取組の内容」が記載される

## 2020年 コロナ禍における 悪質クレーム対策に 取り組む

**3月**  
予算委員会にて田村議員が安倍首相に対して「マスクを取り扱う小売業の店頭で、カスタマーハラスメントで疲弊している従業員の声がたくさん届いている。首相として労いと消費者への冷静な対応を訴えて欲しい」と訴えた



議員の働きかけにより作成されてポスター

**5月 社会運動・勉強会**  
◇消費者行動アンケート実施  
「一般消費者が迷惑行為を見て、「不愉快」と感じた人が約95%とほとんど。中でも特に「非常に不愉快」が7割半ばと多くを占めるという結果になった」  
※悪質クレーム行為は店側だけでなく、周りの消費者にも不快な思いをさせている

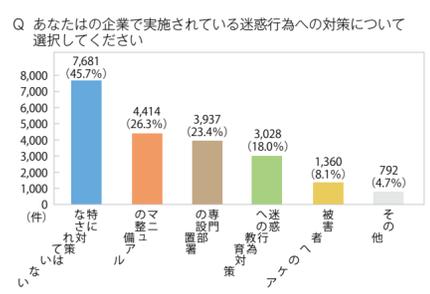
**6月 改正労働総合施策推進法が施行**  
**7月**  
「顧客からのハラスメントの定義とその対応に関するガイドライン 第2版」を発行

## 2020年12月3日（木）\*UAゼンセン 国会フォーラム開催 『カスタマーハラスメント』 実態調査 緊急報告集会

UAゼンセンは参議院議員会館において、現場の実態を調べた「悪質クレームアンケート調査結果」と一般消費者の声を聞いた「消費者行動アンケート結果報告」について国会議員に対し情報提供を実施した。  
また、東洋大学社会学部 桐生正幸 教授からは悪質クレーム対策の法制化の実現に向けた研究報告が行われ、更に国会の中で悪質クレーム対策の認知があがり、今後取り組みを進めていくための一助となった。



**7～9月**  
◇悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査実施  
回答組合数 117組合 回答件数 16,793件



**9月**  
◇「厚生労働省・令和3年度予算概算要求の概要」に悪質クレーム対策予算が記載  
厚生労働省は総合的なハラスメント対策の推進の中で、「カスタマーハラスメント対策企業マニュアルの策定・周知等」の予算を確保しようと動き出した

顧客からのハラスメントの定義と  
その対応に関するガイドライン  
第2版

UA ゼンセン  
流通部門

## 目次

### はじめに

#### 第1 顧客からのハラスメントに取り組むに至った経緯

1. 顧客からのハラスメントの実態
2. U A ゼンセン流通部門 悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査分析結果
3. 労働者の精神衛生上の問題などの被害と企業損失
4. 企業側の対応の遅れと違いについて
5. 顧客からのハラスメントの定義が存在しないことについて（判断が困難）

#### 第2 顧客からのハラスメントの定義

1. 顧客からのハラスメントの判断基準について

#### 第3 顧客からのハラスメントの類型別要求内容、及び要求態度について

1. 要求内容について
2. 要求態度について

#### 第4 顧客からのハラスメントの一般的な対応について

1. 謝罪について
2. 顧客の言っていることの正確な把握
3. 事実確認
4. ハラスメントが疑われる場合の対応
5. 対応環境

#### 第5 企業がとるべき対応、および雇用管理上の措置（防止措置）のポイントについて

1. ハラスメントの定義と判断基準の明確化について
2. ハラスメントを行ってはならない旨の方針の明確化と周知・啓発について
3. 相談窓口の設置
4. 相談への適切な対応

- 5．事実確認
- 6．被害者への措置
- 7．行為者への措置
- 8．再発防止
- 9．プライバシー保護
- 10．不利益取扱いの禁止
- 11．従業員への教育
- 12．企業トップのメッセージ
- 13．関係各所との連携

～ 巻 末 資 料 ～

<顧客からのハラスメントの例>

<刑法で定められている違法行為について>

参考資料 ．均等法上の「職場におけるセクシュアルハラスメント」とは

参考資料 ．改正労働施策総合推進法（パワハラ防止法）<2020年6月1日>  
事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理  
上講ずべき措置等についての 指針（抜粋）

参考資料 ．顧客からのハラスメント対策チェックリスト

## はじめに

2017年8月に「悪質クレームの定義とその対応に関するガイドラインについて」を策定した。当時、悪質クレーム対策に特化したガイドラインはなく、U Aゼンセンが独自に作成する必要があった。ガイドラインは関係各所と共有し、各企業における対策の参考にされた。また、UNI Aproのガイドラインとしても掲載され、悪質クレーム対策推進に一定の効果があった。

2019年5月29日に「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律等の一部を改正する法律」(ハラスメント対策関連法)が成立した。これにより、事業主には、セクシュアル・ハラスメント、マタニティ・ハラスメント、ケア・ハラスメントに加えて、新たにパワー・ハラスメントに関する雇用管理上の措置(防止措置)を講ずることが義務付けられた(2020年6月1日より。中小事業主は2022年3月31日までは努力義務)。

このことにより、すべての事業主(民間企業に限らず地方自治体や学校等も対象)が雇用管理上の措置(防止措置)を講ずるとともに、今回、望ましい取り組みとされた顧客からのハラスメントの対策についても同様に対策を進めるように働きかけ、徹底していく必要がある。そのため、本ガイドラインでは、総合的な顧客からの暴言などのハラスメント対策が必要と位置づけ、「悪質クレーム」という表現を「顧客からのハラスメント」と変更した。

また、2019年6月21日には、国際労働機関(ILO)第108回総会(スイス・ジュネーブ)において、ハラスメントに特化した初の国際労働基準となる「仕事の世界における暴力とハラスメントの根絶」に関する条約と勧告が採択された。日本政府には、批准に向けた働きかけをしていく必要がある。

さらに、昨今では、新型コロナウイルス感染対策下の中で、社会生活の維持のために懸命に営業を続ける労働者に対するハラスメントが多く報告され、顧客からのハラスメントは増加傾向にあると考えられる。

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る。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る要因となっている。さらに、流通・サービス産業はそのことから起因していると考えられる退職者の増加、接客対応の難しさから働く仕事として敬遠される傾向にある。

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、産業のサービスレベルを上げるためには不断の努力が必要である。一方で、社会通念上許される範囲を超えて行われる「顧客からのハラスメント」が存在することも事実である。消費者も従業員もお互いが共に尊重される存在であり、健全で対等な関係をつくるためには、お客様は決して神様ではないことを認識するべきである。産業の魅力を向上していくためには、このような「顧客からのハラスメント」に対して毅然とした対応をとっていくことが必要であり、サービス産業で働く者を守ることにもつながる。しかし、真摯に受け止める意見とハラスメントの判断の難しさにどのように対応するべきかのノウハウが確立されていないのが現状である。

このような現状の課題を解決するために産業全体としてのガイドラインの作成の必要性が高まっている。今後、「顧客からのハラスメント」への対応についての共通の考え方(最低基準)であるガイドラインを策定することによって、労働者の過度な負担を減らし、業界の健全な発展に貢献することをめざしていきたいと考える。

## 第1 顧客からのハラスメントに取り組むに至った経緯

顧客からのハラスメントの現状について、実態や影響の一端を紹介することで、問題意識を共有する。

### 1. 顧客からのハラスメントの実態

#### (1) クレームの傾向

クレームの特徴としては、一つ目に高学歴、高所得、といった社会階層が高い方のクレームが多くみられる。この層は、自尊心が高く、完全主義的な傾向が強い方が多いことから起因しており、『謝罪文をだせ!』『社長を呼べ』などの要求をすることが多くなっている。2つ目には、そもそも社会的な不満が高い階層の方がおり、日常のストレスをサービス業に従事する従業員にむける傾向があり、接客に関するいいがかり的なクレームや大きな声を上げて怒鳴る行為をとる傾向がある。

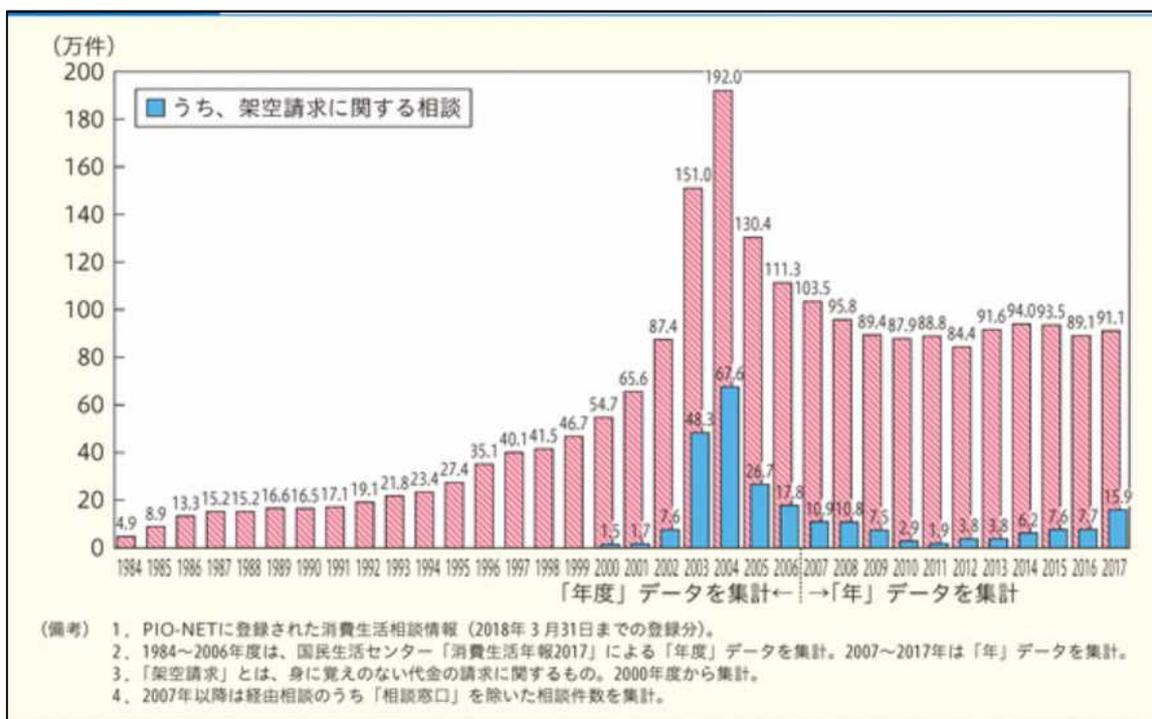
このことは、集団主義的文化の消費者よりも個人主義文化の消費者が増えてきている象徴であり、背景には、格差社会の拡大といった社会問題も大きく含んでいるといえる。

(関西大学社会学部社会学科 池内 裕美教授 講演内容)

#### (2) 消費者生活センターに寄せられた相談件数の推移

全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談の件数をみると、2017年は91.1万件となり、前年と比べ約2万件増加している。長期的な推移をみると、ピークとなった2004年度の消費生活相談件数が192万件となっており、その後、架空請求に関する相談は減少したが、この10年間をみると、消費生活相談件数は、おおむね年間90万件前後と、依然として高水準で推移している。

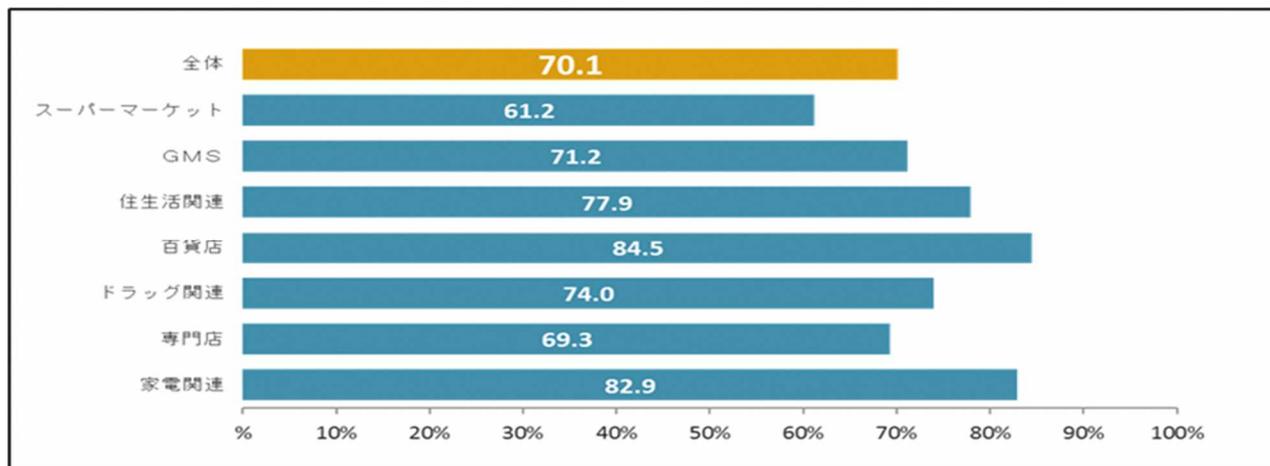
図表1 消費生活相談件数の推移



(2017年度 消費者庁 消費問題の動向)

## 2. UAゼンセン流通部門 悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査分析結果

2017年10月の調査結果として全迷惑行為遭遇率は全体で70.1%であり、業種（部会）別でみると「百貨店」と「家電関連」の遭遇率が特に高くなっている（順に、84.5%、82.9%）。これらの業種は、いずれも高額商品や知識を要する商品を取り扱っているため、消費者も購入に慎重になる傾向にある。したがって、どうしても接客時間が長くなるため、結果として（特に接客態度に対する）苦情が発生しやすくなると考えられる。



（2017年10月UAゼンセン悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査分析結果）

## 3. 労働者の精神衛生上の問題などの被害と企業損失

### （1）労働者の精神衛生上の問題

小売業の仕事の特徴的なものとして、お客様と接し対応することが挙げられる。良い商品を安く売る、品揃えを多くしたり陳列を工夫したりするなど、店舗としての対策もお客様に満足していただくための条件であるが、販売を行う従業員の一人ひとりが、子供からお年寄りまで様々な年代や社会的背景を持った人たちに丁寧な言葉で気持ちよく接する、なるべくお待たせしないようにてきぱきと対応するなどといった仕事ぶりはお客様にとって大切なポイントといえる。しかしながら、トラブルが発生してしまった場合に、従業員がお客様に対して過度に責任を大きく感じてしまったり、無理して対応を続けるあまり、従業員の疲弊が高まる傾向が強く、仕事のストレス要因であると考えられる。日常の場面でいえば、レジ打ちの際に急いでいるお客様から時間的なプレッシャーを感じたり、商品等に対するクレームや過度な（時に理不尽な）要求に対して対応を迫られたりする場合などである。従って、小売業におけるメンタルヘルス対策では、これまで多くの職業性ストレス研究で問題とされてきた様々な職業性のストレス要因に加え、時間的プレッシャーや労働者の負担などにも配慮して対応していくことが大切と思われる。

（平成22年 厚生労働省 小売業におけるストレス対処への支援）

### （2）顧客からのハラスメントによる企業損失

企業においても顧客からのハラスメントに対して迅速かつ適切な対応が図られなければ、通常のお客様へのサービス低下が起り、他の顧客に迷惑をかける事態にも発展し、さらに、従業員が大きなストレスを受ける職場であれば離職率の増加や人材が集まらない事態に陥る危険もある。

#### 4. 企業側の対応の遅れと違いについて

企業側が顧客からのハラスメントに対して慎重になる原因として、インターネットの普及により企業不祥事がいっきに広まることへの警戒があげられる。拡大した情報がブランドを損なうことにつながれば顧客離れをおこし、営業成績を下げる要因になりかねないとの考えが根強く残っている。消費者側が不当な要求をしているにも関わらず過剰な対応につながる傾向があり、対応が長期化し従業員のストレスが大きくなる可能性がある。

また、従業員が行うクレームへの対応は企業ごとに大きく異なっている。ある企業では、一定の要求レベルをこえるとハラスメントとして毅然と対応している企業もあれば、あくまでも顧客至上主義の中で「お客さまへは、納得いくまで対応する」という基準をもうけている企業もある。こうした企業の対応の格差が顧客からのハラスメントの温床になりかねないと考えられ、産業全体への影響も懸念される。顧客からのハラスメントに対しては毅然とした対応を図る産業全体の姿勢と、顧客からのハラスメント対応の最低基準が必要であり、業界全体として認識を一つにしていくことが必要である。

#### 5. 顧客からのハラスメントの定義が存在しないことについて（判断が困難）

令和元年6月5日に労働施策総合推進法の改正が公布され、職場におけるパワーハラスメント防止のために、雇用管理上必要な措置を講じることが事業主の義務となった。この改正に合わせて、男女雇用機会均等法、育児・介護休業法が改正され、職場におけるセクシュアルハラスメントの対策が義務化された。

この職場には、「顧客の自宅」が含まれるとともに、その行為者には事業主、上司、同僚に限らず、取引先、顧客、患者、学校における生徒もなり得るとの指針が出されている。

職場におけるセクシュアルハラスメントの対策が義務化され、顧客も含まれるとはなっているが、パワーハラスメントについては、顧客が含まれることが明言されていない。

また、ハラスメントが起きた時の対応の難しさは、顧客からのハラスメントの明確な基準がない事があげられる。

さらに、刑法が適用された判例自体が少なく、適用されるにもハードルが高くなっており、実際には厳格な対応が難しい環境にある。そのことが企業の対応に差異が生まれ、対応の難しさにつながっていることは否めない。一方、企業が自主的に判断基準を設定することは差し支えなく、顧客からのハラスメントに対しては毅然とした対応をするための基準の策定には大きな効果を望める。一企業ではなく業界全体としての基準づくりをしていくことでより効果も大きくなっていく。

## 第2 顧客からのハラスメントの定義

### 1. 顧客からのハラスメントの判断基準について

顧客からのハラスメント問題の難しいところは、悪質性の判断の困難さにある。例えば、裁判になったときに、対象者の行為が違法と判断されるのか適法と判断されるのが困難な場合が多い。業界団体が司法判断の他に、顧客からのハラスメントの判断基準を持ち、さらに企業や業界団体が基準を共有することによって、社会的事実として慣習法上のルールを形成し、企業が自発的・積極的にハラスメントへの対応を行いやすくする必要がある。

また、顧客からのハラスメントに対応するのは現場の従業員であって、その従業員が実際に目の前の事態に対処するには、複雑な定義は不要であり、ハラスメントの定義については理解しやすい簡易なものが求められる。そこで、社会常識を大きく超える迷惑な要求というものが業界のハラスメントの定義として共通な認識になるだろう。一方で、ハラスメントの中には要求の内容自体には問題がないものの要求態度に問題がある場合や、反対に要求態度には問題がないものの要求内容が受け入れられない場合や、これらの複合型の場合などさまざまな類型が考えられる。これらのすべての類型をハラスメントの範疇に含める定義がもとめられる。以上を考えたところによれば、

**ハラスメントとは：「要求内容、又は、要求態度が社会通念に照らして著しく不相当であるクレームや顧客からの迷惑行為」とするのが適切であると考えられる。**

上記の定義によっても定義自体にまだ不明確な部分もあり、ハラスメントと考えられる判断は第3に示すように類型別の判断方法を用いるべきである。

## 第3 顧客からのハラスメントの類型別要求内容、及び要求態度について

類型別の判断の方法として顧客からのハラスメントの定義に対応して要求内容と要求態度に分けた検討が必要である。以下では説明がより簡易な要求内容の類型を検討し、続いて類型化がより複雑と思われる要求態度の類型を検討する。

### 1. 要求内容について

要求内容が社会通念に対して著しくないという類型は、要求態度は平穏であるが100円の商品が壊れていたことを理由として、1万円の賠償を求める場合や、謝罪として土下座を要求してくる場合などである。基本的には、判断を明確にしやすい個々の社会通念に照らして判断すればよい。以下に類型別要求と対応方法について示す。

- (1) 欠陥があった商品の代金より、高額な賠償を要求
- (2) 謝罪として土下座を求める要求
- (3) 従業員の解雇を求める要求
- (4) 自社製品以外の要求
- (5) 不当な返品を要求（返品期限を過ぎている返品など）
- (6) 実現不可能な要求（法律を変える、子どもを泣き止ませるなど）
- (7) 発生した事実に対して相応に対応したにもかかわらず、企業トップをだせという要求
- (8) 暴力をふるう、身体を触るなどの行為
- (9) 性的な発言をする、女性蔑視の発言をする行為

対応方法については、できるだけ早い段階で、対応できない理由を告げて、「要求には応じられない」と明確に告げる。それでも要求をしてくる場合には毅然とした態度をとる。

## 2. 要求態度について

要求態度には様々な類型があるため以下の項目に分けて対応方法について示す。

### (1) 長時間拘束型

顧客が従業員を長時間にわたりクレーム対応を強いる場合。業務に支障がでる類型である。

対応方法については、誠意をもった対応の後、膠着状態になってから一定時間（20分程度）を超える場合には、慎重な対応にはいる。（専門の従業員にバトンタッチ・録音を始める）30分後に理解されない場合にはお引き取りを願う。それでも、引き取られない場合には毅然と退去をもとめ、場合によっては警察へ連絡をする。

### (2) リピート型

リピート型は繰り返し電話での問い合わせをしてくるケースが多い。電話以外にもテーマを変えて不合理な要求をしてくるパターンもある。

対応方法については、連絡先を確実に取得した上で、不合理な問い合わせの回数が2回きたら注意し、3回きたときには対応できない旨を伝える。それでも繰り返し訴える場合には、ブラックリスト化しておき、電話の通話記録を残し、4回目からはより上長が対応して窓口を一本化し、迷惑であり、やめることを毅然と伝え対応する。その後、繰り返された場合には業務妨害罪として警察へ通報する。

### (3) 暴言型

大きな怒鳴り声をあげる行為や、侮辱的発言（例；「バカ野郎！」「死ね」「殺すぞ」「外見の侮辱」）、名誉棄損、人格否定（例：従業員に対して悪態をつくなど）などがあげられる。

対応方法については、大声を張り上げる行為は、やめるように求める。録音を素早く実施する。侮辱されたときは、謝ることはせずに程度によっては退去させる。あまりに態度がひどい場合には証拠をもとに提訴をしていく。

### (4) 暴力型

暴力とは、体に接触したときはもちろんのこと、物を振り回したり、ドアを強く開け閉めするような行為も含まれる。故意に蹴る・殴る・たたく・ぶつかるなどの危険な接触行為はすべて暴力型に入る。接触がなくても殴りかかろうとしたり、椅子や棒を振り回すような危険行為は暴力型に入る。

対応方法については、他の顧客に被害が及ぶ可能性があるため、複数名で対応する。暴力行為があった場合には、警察に通報し駆けつけてもらい、場合によっては、取り押さえ現行犯として拘束する。

#### (5) 威嚇・脅迫型

威嚇・脅迫とは従業員に危害を加える。予告して怖がらせることである。一般の従業員が怖がるようなことを告げられる場合は威嚇・脅迫類型に入る。怖がらせる行為は、するぞという言葉だけではなく、案に危害をにおわせる行為も含まれる。例えば次のようなものである。

反社会的な勢力をにおわせる発言  
異常に接近しながら怖がらせる行為

対応方法については、上司に直ちに対応者を交代する。中止を求め、応じなければ直ちに警察に通報する。身の危険をまもる行動をとるようにする。

#### (6) 権威型

権威型とは、やたらと威張り権威を振りかざし要求を通そうとする類型であり大会社の上級職員や経験者などに多くみられる類型である。必要以上に自分の権威を誇示する。特別扱いを要求したり、文章での謝罪を要求してくれば権威主義的な悪質クレームと判断する。

対応方法については、発生したクレームに対する対応はするが特別対応には応じない。

#### (7) 店舗外拘束型

自宅や特定の喫茶店などに呼びつけてクレームを行う類型

対応方法については、現状は多くの場合には出向いて対応をしているが、少額の商品について欠陥が確認できない段階で数時間かけて、呼び出しに応じて出向いているケースもあり、結果としてクレーム事実があったとしても、過剰な対応のケースとして考えられる。また、基本的には単独での対応はしないことが原則であり、一定の金額基準、時間、距離、購入からの期間などの制限などについて基準を設ける。また、納得されず従業員を返さないという事態になった場合には、必ず警察へ通報する対応をする。

#### (8) SNS/インターネット上での誹謗中傷型

インターネット上に名誉を毀損したり、プライバシーを侵害する情報が掲載される類型

対応方法については、この類型は発信者の把握が困難であり、被害者が被害を回復することが難しい類型であることから、迅速な対応が求められる。掲示板や SNS での被害は、その運営者(管理人)に削除を求める。自らが削除を求めることが困難な場合は、法務省の人権擁護機関である法務局に速やかに相談し、法務局からプロバイダへの削除要請を依頼する。

\* 参考「プロバイダ責任制限法」により、被害者は、プロバイダやサーバの管理・運営者などに対し、人権侵害情報の発信者(掲示板や SNS など)に書き込んだ人)の情報の開示を請求したり、人権侵害情報の削除を依頼したりすることができるようになっている。

#### (9) セクシュアルハラスメント型

身体を触る、性的な発言や女性蔑視の発言を行うこと。顧客からのセクシュアルハラスメント対策は法律において義務化されていることから、上記の言動があった場合は、速やかに対応する。

対応方法については、録音・録画による証拠を固め、被害者および加害者に事実確認を行う。加害者に警告を与え、繰り返す場合には、施設に出入り禁止を言い渡す。繰り返す場合は、警察に通報する。

#### 第4 顧客からのハラスメントの一般的な対応について

顧客からのハラスメントの定義に基づいた判断をする前提で、通常の見解・改善をもとめるクレームについては真摯な姿勢で対応することは、仕事をするうえで大切な心がけである。その中で、顧客からのハラスメントなのかどうか分からない顧客に対しては、通常の顧客と同様の誠意ある対応をしつつハラスメントになるかどうかの判断材料を確実に収集する必要がある。特に、電話でのクレームについては、録音することを社内で規定することで冷静な対応を促す効果がある。

##### 1. 謝罪について

謝る対象を明確にしてから謝る。例えば、「この度は不快な思いをさせてしまい、誠に申し訳ありません」ポイントは不快感を抱かせたことに謝るのであって、企業が何らかのミスをしたことに対して謝罪することではない。ミスに対して謝罪するのは、ミスがあったことを確認できたあとである。その場合の謝罪もミスの程度に応じた相応なものであるべきである。

##### 2. 顧客の言っていることの正確な把握

まずは、顧客の名前・住所・連絡先を手続き的な情報を得る。その次に、クレームの発端は顧客からの意見なので、その内容を正確に聞くのが出発点である。その情報は重要なものであるため、顧客の意見に不明確なものがあれば明確にする努力をし、不足する情報があれば追加で意見をもらい、顧客の勘違いがあれば正しい情報を提供する。

##### 3. 事実確認

顧客からの情報をもとに、それが真実であるかを確かな証拠・証言に基づいて確認する。顧客が持っている証拠が真実でない場合には指摘をする。真実ならば企業が考える適切な対応をしていく。

##### 4. ハラスメントが疑われる場合の対応

録音・録画・対応記録・時間の計測など検証可能な証拠を作成する。また、悪質性が強いと疑われる場合には、単独での対応をせず複数名で対応する。現場の管理職や相談室があればそのものに引き継ぐ。

## 5．対応環境

対応が複雑または、長時間に及ぶ場合は顧客のプライバシーや他の顧客への影響、または業務上の支障を考慮し対応場所をより適切な場所に移動する。

### 第5 企業がとるべき対応、および雇用管理上の措置（防止措置）のポイントについて

事業主が雇用管理上の措置（防止措置）のすべての項目を講ずることはもちろん、望ましい取り組みと一体的・一元的に対応をはかるよう（望ましい取り組みについても同措置と同様に行うよう）求める必要がある。それらにあたっては、労使協議や安全衛生委員会等の場を活用するとともに、アンケート調査やヒアリング等を行うことが有効である。なお、パワハラに限らず、すべてのハラスメントに共通して、そもそもの原因や背景となる要因を解消することが重要であり、コミュニケーションの活性化や円滑化（定期的な面談やミーティング、労働者のスキルアップや管理監督者のマネジメント研修など）また、適正な業務目標の設定と業務体制の整備（長時間労働の是正、職場環境や組織風土の改善など）をはかるよう併せて求める必要がある。

#### 1．ハラスメントの定義と判断基準の明確化について

現場レベルでクレーム対応の判断ができるようにハラスメントの定義を明確にするのと同時に企業内で対応の考え方を統一する。その上で、ハラスメント事例からクレームを類型ごとにまとめ、該当クレームごとに対応内容の基準を作成し、適正に対応できるように整理を行う必要がある。

#### 2．ハラスメントを行ってはならない旨の方針の明確化と周知・啓発について

職場におけるハラスメントの内容および職場におけるハラスメントを無くす旨の方針を明確化し、管理監督者を含む労働者に周知・啓発を行う。

- （1）顧客からのハラスメントを受けた際の行動指針や就業規則等に明記する。
- （2）定期的に研修・講座等を開催したり、パンフレット等を作成・配布する。

#### 3．相談窓口の設置

相談への対応のための窓口（相談窓口）をあらかじめ定め、労働者に周知すること。

- （1）相談窓口の担当者をあらかじめ定めるとともに、体制として整備する。
- （2）管理監督者を含むすべての労働者を対象に、定期的に研修・講座等を開催したり、パンフレット等を作成・配布したりするなどの方法により相談窓口の周知を行う。
- （3）相談窓口を設置し、ホームページやポスター等により社会的に発信する。

#### 4．相談への適切な対応

相談窓口の担当者が、相談に対し、その内容や状況に応じ適切に対応できるようにすること。

- （1）ハラスメントが実際に発生している場合だけでなく、発生のおそれがある場合やハラスメントに該当するか否か微妙な場合も含めて幅広く相談に応じて、迅速かつ適切に対応する。
- （2）相談者の心身の状況や受け止めなど認識にも配慮しながら、また意向に沿いながら丁寧、かつ慎重に相談に応じる。

(3) 相談窓口と人事部門が連携できる体制を構築するとともに、具体的な対応方法を記したマニュアルを整備する。

(4) 相談担当者を対象に、定期的に研修・講座等を開催する。

## 5. 事実確認

事案に係る事実関係を迅速かつ正確に確認する。

(1) 相談窓口では、相談者の心身の状況や受け止めなど認識にも配慮しながら、また、意向に沿いながら丁寧かつ慎重に事実確認を行う。

(2) 不利益取扱いを行わない旨をあらかじめ行動指針等に定める。

## 6. 被害者への措置

職場におけるハラスメントが生じた事実が確認できた場合においては、速やかに被害を受けた労働者（被害者）に対する配慮のための措置を適正に行う。

(1) 被害者の意向を確認した上で、被害者と行為者の関係改善に向けた援助、被害者と行為者を引き離すための配置転換、行為者の謝罪、被害者の労働条件等の不利益の回復、管理監督者または産業保健スタッフ等による被害者のメンタルヘルス不調への相談対応等の措置を講ずる。

## 7. 行為者への措置

職場におけるハラスメントが生じた事実が確認できた場合においては、行為者に対する措置を適正に行う。

(1) 被害者と行為者の関係改善に向けた援助、被害者と行為者を引き離すための配置転換、行為者の謝罪等の措置を講ずる。

(2) 必要に応じて関係機関と連携・相談しながら 行為者を厳正に対処する。

## 8. 再発防止

改めて職場におけるハラスメントに関する方針を周知・啓発する等の再発防止に向けた措置を講ずる。

(1) 行動指針や就業規則、関連規程等を総点検し必要に応じて見直した上で、管理監督者を含むすべての労働者を対象に、改めて研修・講座等を開催したり、パンフレット等を配布したりするなどの方法によりそれらの再周知・啓発を行う。

## 9. プライバシー保護

職場におけるハラスメントに係る相談者・行為者等の情報は当該相談者・行為者等のプライバシーに属するものであることから、相談への対応または当該ハラスメントに係る事後の対応に当たっては、相談者・行為者等のプライバシーを保護するために必要な措置を講ずるとともに、その旨を労働者に対して周知する。

(1) 相談者・行為者等のプライバシーには、性的指向・性自認や病歴、不妊治療等の機微な個人情報も含まれることに十分に留意する。特に性的指向・性自認に関しては、本人からカミングア

ウトがあった際に、善意か悪意かに関係なく同意なしに暴露(アウトティング)してしまわないように厳重に取り扱う。

(2) 相談担当者を対象に、定期的に研修・講座等を開催する。

#### 10. 不利益取扱いの禁止

労働者が職場におけるハラスメントに関し相談をしたこと、もしくは事実関係の確認等の事業主の雇用管理上講ずべき措置に協力したこと、都道府県労働局に対して相談、紛争解決の援助の求め、もしくは調停の申請を行ったこと、または調停の出頭の求めに応じたことを理由として、解雇その他不利益な取扱いをされない旨を定め、労働者に周知・啓発する。

(1) 労働者が「ハラスメントに関して相談したこと」、「事実確認等の雇用管理上講ずべき措置(防止措置)ならびに望ましい取り組みに協力したこと」、「都道府県労働局に、相談したこと、紛争解決の援助を求めたこと、調停の申請を行ったこと、調停の出頭の求めに応じたこと」を理由として、解雇その他不利益取扱いを行わない旨を就業規則や関連規程等に定める。

#### 11. 従業員への教育

(1) クレーム対応は発生した内容と、種々の分類により変化することを認識し、業務に必要な知識(刑事法令、民事法令、特別法令)等の研鑽に努めるとともに、顧客に応じた適切な措置がとれるような判断能力などの向上を図る。

(2) 顧客の思い込みや誤った知識などにも自信を持って応えられるよう、商品知識などの習得に努める。

(3) クレーム対応マニュアルを作成し、行き過ぎたハラスメントに対して、従業員がどのような対処をすべきかを明文化することにより、泣き寝入りや二次クレームを防ぐことに努める。

#### 12. 企業トップのメッセージ

企業として顧客からのハラスメントには毅然とした対応方針を明確に打ち出すことが重要である。企業としての方針の明確化は、従業員の保護をすすめ、対応の長期化を防ぐことにつながるとともに、従業員一人ひとりが意識を持つことこそが、真に実効性のあるものにしていく鍵となる。さらに、職場で働く者の、後ろ盾となり、お客様と接する際の安心感を高めることが最大の効果をもたらすものとして期待できる。行き過ぎたハラスメントに対しては毅然とした態度と法的措置を取る旨の警告文を店内に掲示することも、効果があると考ええる。

#### 13. 関係各所との連携

特に店舗においては、地域行政・警察・保健所など関係各所とのコミュニケーションを日常的に行い、クレーム発生時には相談ができる体制をつくり迅速な対応ができるようにしておく必要がある。

< 顧客からのハラスメントの例 >

1 . 顧客からのパワーハラスメント【U A ゼンセン調査からの実際の事例】

( 1 ) 暴言

お客様の都合の返品に対し、社内ルールで履歴等を検索して返金、返品をしなければならぬのに対して、「早くしろ、いつまでやってんだ」と怒鳴られたり、クレームに対して「女じゃ話にならん」と大声で暴言を言われました。

( 2 ) 何回も同じ内容を繰り返すクレーム

売場がない商品を商品部に確認する時間を求めたら、今すぐ答えろと長時間繰り返しされ、今すぐは答えられないと告げても理解してもらえず、長時間対応を迫られました。

( 3 ) 権威的（説教）態度

混んで待っている時間でお客様のイライラが始まり、レジが進まないのは、おまえのせいだと言われた。並んでいる間ずっと10分くらい怒られ続けました。

( 4 ) 暴力行為

お客さま同士でトラブルになり、収まらなかった為、対応をしたら、男性は飲酒をしており酔っていた為、内容を聞いていたらエスカレートし、いきなり頭を叩かれました。

2 . 顧客からのセクシュアルハラスメント

( 1 ) 言葉によるセクシュアルハラスメント

1 ) セルフレジで使い方がわからなく、困っている様子だったので、説明中に「うるせえババア！」と60代くらいの男性に言われた。

2 ) 商品の説明対応を求められ、説明を続けていたらどんどん話が変わり、最終的に性的な内容を含む話となって対応に困った。

3 ) 身体接触によるセクシュアルハラスメント

- ・ 年配の男性に（ほぼ毎日来店）多少優しく接していたら抱きつかれた。
- ・ 接客中に胸を触られてしまった。いやな思いをしたが、何も出来なかった。

4 ) 犯罪まがいのセクシュアルハラスメント

- ・ 店の外で待たれ、食事に誘われた。
- ・ セクハラをする客が来店し、110番通報し、警察から注意をしたところ、逆ギレされ、インターネット掲示板へ実名を挙げられ、拡散された。

### 3. 顧客からのジェンダーハラスメント

「お前みたいな小娘が責任者なわけないだろ！！」と売場で怒鳴られ、「自分の一言でお前はどんなにもなる」といった社内の地位に対する内容を何度も言われた。

以上は代表的な例を挙げたが、現場ではこのほかにも多くのハラスメントが起こっており、従業員が理不尽で過剰な対応を強いられている。以下はその典型例である。

社長をだせ、責任者を呼べ、上の者をだせのリポート

対応の悪さを執拗に指摘

不快感を晴らすために、叶いそうにない要求をあえてストレートに主張

文章をよこせ、一筆入れろとの請求

長時間の監禁

普通の顧客なら受け入れる対応を拒絶しつづける

店頭・事務所に居座り、大声で非難し、帰らない

以上のような行為があれば、顧客からのハラスメントの可能性が高い。

#### < 刑法で定められている違法行為について >

##### 1. 違法行為例

###### (1) 威力業務妨害罪（刑法234条）

- 1) デパートの食堂に蛇を20匹撒く行為（大審院昭和7年10月10日）
- 2) 数人で食堂内で怒鳴り散らし騒然とさせる行為（大審院昭和10年9月23日）
- 3) 店舗の道路に面する部分の全面に物体を一面に並べる行為（最決昭和40年9月3日）

###### (2) 脅迫罪（刑法222条）

- 1) 自分の仲間が沢山いて、あなたを痛めつけると相当意気込んでいる」と告げるのは、害悪の告知に当たる行為（最判昭和27年7月25日）

###### (3) 強要罪（刑法223条）

- 1) 名誉棄損罪や侮辱罪に該当しないのに、謝罪文を書かせる行為（大審院大正15年3月24日）
- 2) 共犯者と共謀の上、脅迫して土下座させて謝罪させる行為（大津地裁平成27年3月18日）

###### (4) 不退去罪（刑法130条）

- 1) 学生が実力で庁舎へ立入り、職員らの制止や説得に従わず、退去命令をも無視し、暴力を行使し坐り込みをした。（札幌高判昭和50年4月22日）

## < 参考資料 >

厚生労働省 都道府県労働局雇用均等室 『事業主の皆さん 職場のセクシュアルハラスメント対策はあなたの義務です!!』 抜粋

### 均等法上の「職場におけるセクシュアルハラスメント」とは

職場におけるセクシュアルハラスメントは、「職場」において行われる、「労働者」の意に反する「性的な言動」に対する労働者の対応により労働条件について不利益を受けたり、「性的な言動」により就業環境が害されることです。職場におけるセクシュアルハラスメントには、同性に対するものも含まれます。

#### 【「職場」とは】

事業主が雇用する労働者が業務を遂行する場所を指し、労働者が通常就業している場所以外の

場

所であっても、労働者が業務を遂行する場所であれば「職場」に含まれます。

#### 「職場」の例

- ・取引先の事務所 ・取引先と打合せをするための飲食店（接待の席も含む）
- ・顧客の自宅 ・取材先 ・出張先 ・業務で使用する車中

#### 【「労働者」とは】

正規労働者のみならず、パートタイム労働者、契約社員などいわゆる非正規労働者を含む、事業主が雇用する労働者のすべてをいいます。また、派遣労働者については、派遣元事業主のみならず、労働者派遣の役務の提供を受ける者（派遣先事業主）も、自ら雇用する労働者と同様に、措置を講ずる必要があります。

#### 【「性的な言動」とは】

性的な内容の発言および性的な行動を指します。事業主、上司、同僚に限らず、取引先、顧客、患者、学校における生徒などもセクシュアルハラスメントの行為者になり得るものであり、女性労働者が女性労働者に対して行う場合や、男性労働者が男性労働者に対して行う場合についても含まれます。

#### 性的な言動の例

##### 性的な内容の発言

性的な事実関係を尋ねること、性的な内容の情報（噂）を流布すること、性的な冗談やから

かい、

#### 均等法セクシュアルハラスメント対策規定

第11条 事業主は、職場において行われる性的な言動に対するその雇用する労働者の対応により当該労働者がその労働条件につき不利益を受け、又は当該性的な言動により当該労働者の就業環境が害されることのないよう、当該労働者からの相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備その他の雇用管理上必要な措置を講じなければならない。

2 厚生労働大臣は、前項の規定に基づき事業主が講ずべき措置に関して、その適切かつ有効な実施を図るために必要な指針を定めるものとする。

< 参考資料 >

改正労働施策総合推進法（パワハラ防止法）<2020年6月1日>

事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての 指針（抜粋）

事業主が他の事業主の雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為に関し行うことが望ましい取組の内容

事業主は、取引先等の他の事業主が雇用する労働者又は他の事業主（その者が法人である場合にあつては、その役員）からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為（暴行、脅迫、ひどい暴言、著しく不当な要求等）により、その雇用する労働者が就業環境を害されることのないよう、雇用管理上の配慮として、例えば、及び の取組を行うことが望ましい。また、 のような取組を行うことも、その雇用する労働者が被害を受けることを防止する上で有効と考えられる。

相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備

事業主は、他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為に関する労働者からの相談に対し、その内容や状況に応じ適切かつ柔軟に対応するために必要な体制の整備として、次（イロ）の取組を行うことが望ましい。併せて、労働者が当該相談をしたことを理由として、解雇その他不利益な取扱いを行ってはならない旨を定め、労働者に周知・啓発することが望ましい。

イ 相談先（上司、職場内の担当者等）をあらかじめ定め、これを労働者に周知すること。

ロ イの相談を受けた者が、相談に対し、その内容や状況に応じ適切に対応できるようにすること。

被害者への配慮のための取組

事業主は、相談者から事実関係を確認し、他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為が認められた場合には、速やかに被害者に対する配慮のための取組を行うことが望ましい。

事案の内容や状況に応じ、被害者のメンタルヘルス不調への相談対応、著しい迷惑行為を行った者に対する対応が必要な場合に一人に対応させない等の取組を行うこと。

他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為による被害を防止するための取組

及び の取組のほか、他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為からその雇用する労働者が被害を受けることを防止する上では、事業主が、こうした行為への対応に関するマニュアルの作成や研修の実施等の取組を行うことも有効と考えられる。

また、業種・業態等によりその被害の実態や必要な対応も異なると考えられることから、業種・業態等における被害の実態や業務の特性等を踏まえて、それぞれの状況に応じた必要な取組を進めることも、被害の防止に当たっては効果的と考えられる。

## 顧客からのハラスメント対策チェックリスト

### 基本的な事項

- 顧客からのハラスメントは許さないという方針が示されているか。
- 顧客からのハラスメントについて検討する委員会はあるか。
- どのような行為がハラスメントとみなすかの基準は示されているか。
- 報告システムが確立し、周知されているか。
- 実態把握はされているか。
- 相談窓口は設置されているか。または相談対応者が決められているか。
- 顧客からのハラスメントに関する教育はされているか。
- 顧客からのハラスメント対応マニュアルはあるか。
- 監視カメラの設置、警備担当者の配置等、視線の保安体制が整っているか。
- 最寄りの警察等の連絡先は周知されているか。
- 被害にあった従業員に対するケアの体制は整っているか。

### 環境面

- 顧客からのハラスメントの予兆となるような雰囲気はないか。
- 従業員の接客は適切か。
- 顧客からのハラスメントを容認する風土はないか。

### 従業員自身がチェックすること

- 顧客のハラスメントを誘因となるような言動はないか。
- 顧客が快適にサービスを受けられるような体制を整えているか。
- 相談窓口を知っているか。
- 顧客からのハラスメントが発生した際の報告システムを知っているか。
- 同僚・部下に相談に応じるようにしているか。
- 顧客からのハラスメントを黙認していないか。

第 1 版 2017年8月4日

第 2 版 2020年7月9日

# 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ゼンセン調査

---

**2020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

---

UAゼンセンでは、2017年に悪質クレームに関する調査を実施し、労働組合として初めて「悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査結果」を社会へ公表しました。調査結果は、多くのメディアに取り上げられ、大きな反響を呼び社会から注目を集める結果となりました。本年5月に実施した一般消費者を対象に実施した調査アンケートにおいても、調査対象者の7割以上が「悪質クレーム対策の必要性が報道された内容を認知している」と回答しており、前回の調査結果が社会的な啓発活動への大きな役割を果たしてきたことが証明されました。

さらに、2019年6月21日には、国際労働機関（ILO）第108回総会（スイス・ジュネーブ）において、ハラスメントに特化した初の国際労働基準となる「仕事の世界における暴力とハラスメントの根絶」に関する条約と勧告が採択され、日本においても2020年6月施行の改正労働施策総合推進法の指針の中で「顧客からの著しい迷惑行為に関して行うことが望ましい取組」が国として初めて明示されるなど、悪質クレーム対策を取り巻く状況は変化しています。

しかしながら、悪質クレームから労働者を守るための対策は十分に進んでいません。企業で実施されている迷惑行為への対策については、「特に対策がされていない」が43.4%で最も多い回答となっており、企業における対策が進んでいない課題が浮き彫りになりました。

また、直近2年以内で迷惑行為の被害にあったと答えた方が56.7%であり、その中で新型コロナウイルス感染症禍の影響と考えられる回答が35.9%ありました。新型コロナウイルス感染症禍の中で、社会生活の維持のために懸命に働く労働者が被害にあっており、現場の労働者が困難な対応を強いられていたことが確認できました。

さらに、迷惑行為のきっかけとなった理由には「顧客の不満のはけ口・嫌がらせ」「消費者の勘違い」との答えも多くあがっています。

本調査は、前回調査から3年が経ち悪質クレームの現状について経過を確認し、法制化に向けた取組みを前進させるために実施しました。今後、調査結果を受け、法制化に向けた要請活動や企業労使における悪質クレーム対策を強化していくことが求められています。

UAゼンセンの目的である「サービスをする側も受ける側も共に尊重される社会」をめざして、より良い社会づくりのために本調査を活用していきます。

---

# 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ゼンセン調査「悪質クレーム対策アンケート」集計結果報告  
-2020年10月発行-

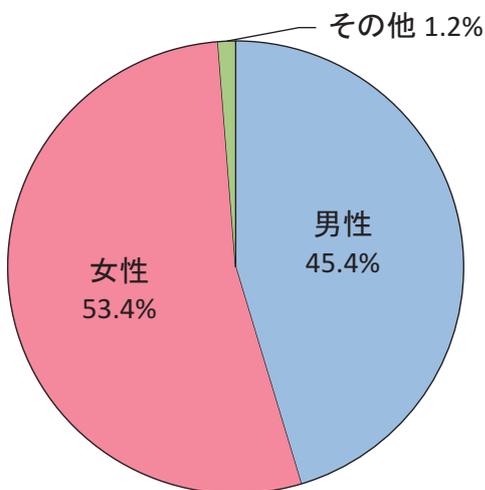
## 目次

はじめに	1
<調査の概要>	3
迷惑行為に関するアンケート項目	4
<調査結果報告>	6
1. 全体	6
2. 部会別比較(抜粋内容)	14
3. 迷惑行為事例	22

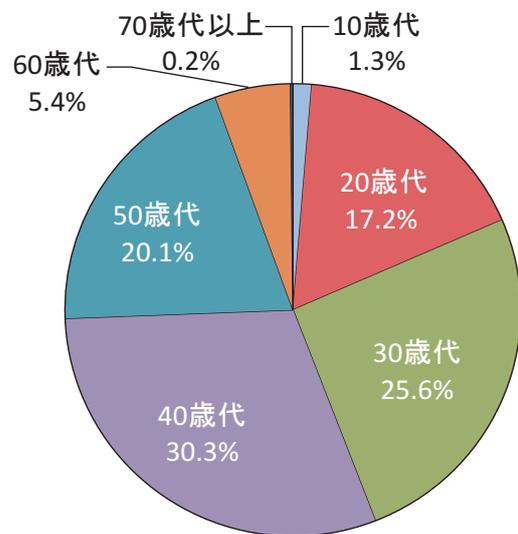
# 調査の概要

- 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** サービス業に従事しているUAゼンセン所属組合員
- 3. 調査期間** 2020年7月10日～9月23日
- 4. 回答組合数** 233組合 回答件数 26,927件
  - (1) 性別回答件数**  
男性：12,214件 女性：14,371件 その他：335件
  - (2) 年齢別回答件数**  
10代：355件 20代：4,623件 30代：6,895件 40代：8,155件 50代：5,407件  
60代：1,441件 70代：46件

回答者の男女比



回答者の年齢構成



## 迷惑行為に関するアンケート項目

Q 1. あなたの性別・年代を選択してください。

性別	男性 ・ 女性 ・ 回答しない
年代	10歳代 ・ 20歳代 ・ 30歳代 ・ 40歳代 ・ 50歳代 ・ 60歳代 ・ 70歳代以上

Q 2. あなたは、直近2年以内で迷惑行為の被害に、あったことがありますか。

- 1：あった                      2：なかった

Q 2-1 あなたは、直近2年以内で迷惑行為の被害に、どの位あったことがありますか。

- 1：1回～5回    2：6回～10回    3：11回～15回    4：16回以上  
5：なし【5：なしを選択された方は、Q. 14からお答えください】

Q 2-2 あなたは、迷惑行為被害の中に、新型コロナウイルス感染症の影響による迷惑行為はありましたか。

- 1：あった                      2：なかった

Q 3. あなたは、最も印象に残っている顧客からの迷惑行為であてはまるものを1つ選択してください。

- 1：暴言    2：威嚇・脅迫    3：暴力行為    4：セクハラ行為    5：何回も同じ内容を繰り返すクレーム  
6：長時間拘束                      7：権威的(説教)態度                      8：金品の要求    9：土下座の強要  
10：SNS・インターネット上での誹謗中傷    11：その他 (                      )

\*\*\*\*\* 【以降Q. 4～Q. 13までは、Q3で答えた内容について回答してください】 \*\*\*\*\*

Q 4. 迷惑行為をしていた顧客の性別・推定年齢を選択してください。

性別	男性 ・ 女性 ・ 回答しない
年代	10歳代 ・ 20歳代 ・ 30歳代 ・ 40歳代 ・ 50歳代 ・ 60歳代 ・ 70歳代以上

Q 5. 迷惑行為のきっかけとなった具体的な理由を一つ選択してください。

- 1：接客やサービス提供のミス                      2：システムの不備                      3：商品の欠陥                      4：顧客の勘違い  
5：顧客の不満のはげ口・嫌がらせ    6：わからない                      7：その他 (                      )

Q 6. 迷惑行為の形態に最も近いものを選択してください。【単一回答】

- 1：対面 → Q 7に進んでください  
2：電話    3：メール    4：文書    5：SNS  
6：その他 (                      ) → Q 9に進んでください

Q 7. 「対面での迷惑行為」を選択いただいた方のみ、お答えください。迷惑行為を受けた場所はどこですか。

【単一回答】

- 1：他の顧客もいる事業所\*内                      2：他の顧客がいない事業所内                      3：事業所の外  
4：事業所の中の事務室など                      5：その他の場所 (                      )  
\*事業所とは、接客やサービスを提供している場所(店舗、車内、訪問先など)の総称

Q 8. 引き続き、「対面での迷惑行為時」を選択いただいた方のみ、発生した時間帯に最も近いものを一つ選択してください。

- 1：9時から12時前頃                      2：12時から14時頃(お昼頃)                      3：14時から17時頃(午後から夕方)  
4：17時から20時前頃(夕方から夜)    5：20時から24時前(夜から深夜)  
6：0時から6時前(深夜中)                      7：6時から9時前                      8：それ以外 (                      )  
9：覚えていない

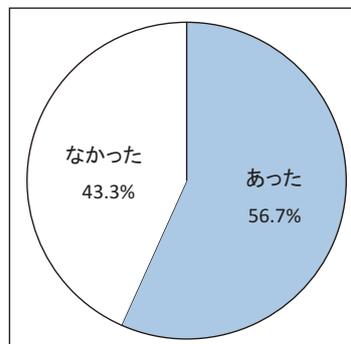


# 調査結果報告

## 1. 全体

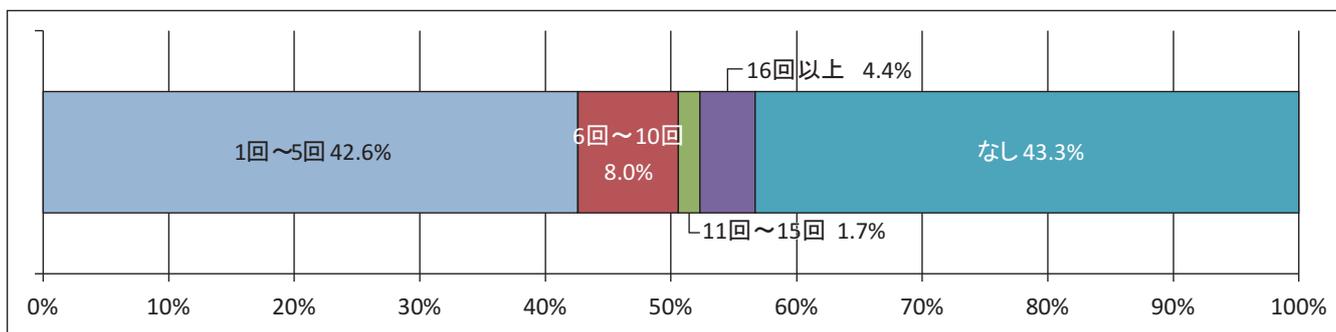
Q2. あなたは、直近2年以内で迷惑行為の被害にあったことがありますか。

	あった	なかった
割合	56.7%	43.3%
件数	15,256	11,648



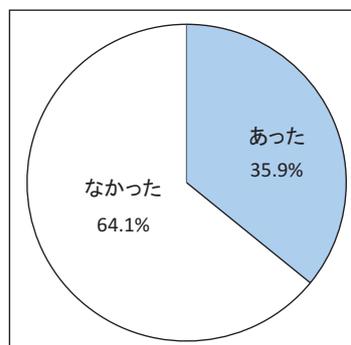
Q2-1. あなたは、直近2年以内で迷惑行為の被害に、どの位あったことがありますか。

	1回~5回	6回~10回	11回~15回	16回以上	なし
割合	42.6%	8.0%	1.7%	4.4%	43.3%
件数	11,454	2,158	454	1,190	11,648



Q2-2. あなたは、迷惑行為被害の中に、新型コロナウイルス感染症の影響による迷惑行為はありましたか。

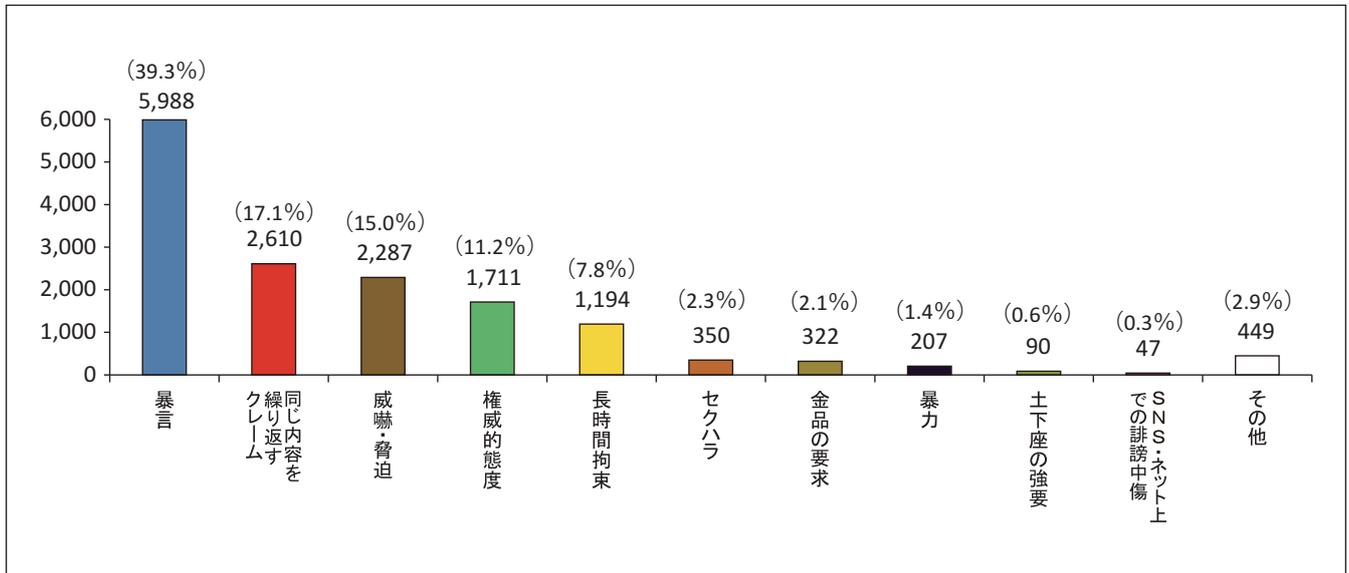
	あった	なかった
割合	35.9%	64.1%
件数	5,477	9,779



直近2年以内で迷惑行為被害にあった方の中で、新型コロナウイルス感染症の影響による迷惑行為があったと35.9%が回答した。(調査対象者全体では、20.3%が回答した。)

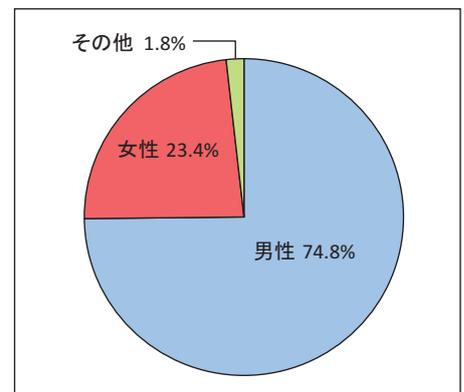
Q3. 最も印象に残っている顧客からの迷惑行為であてはまるものを1つ選択してください。

	暴言	同じ内容を繰り返すクレーム	威嚇・脅迫	権威的態度	長時間拘束	セクハラ	金品の要求	暴力	土下座の強要	SNS・ネット上での誹謗中傷	その他
割合	39.3%	17.1%	15.0%	11.2%	7.8%	2.3%	2.1%	1.4%	0.6%	0.3%	2.9%
件数	5,988	2,610	2,287	1,711	1,194	350	322	207	90	47	449



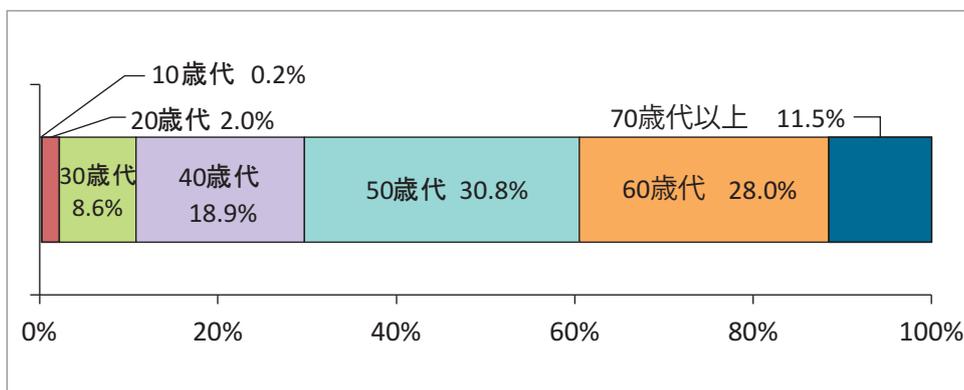
Q4-1. 迷惑行為をしていた顧客の性別

	男性	女性	その他
割合	74.8%	23.4%	1.8%
件数	11,415	3,567	272



Q4-2. 迷惑行為をしていた顧客の推定年齢

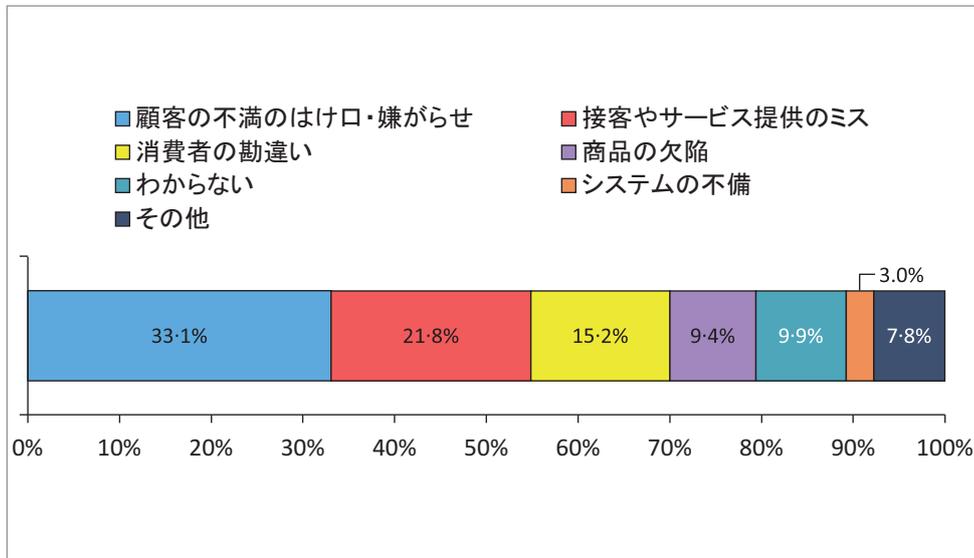
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上
割合	0.2%	2.0%	8.6%	18.9%	30.8%	28.0%	11.5%
件数	38	305	1,305	2,877	4,702	4,269	1,750



50歳代が30.8%、60歳代が28.0%、40歳代が18.9%、70歳代以上が11.5%と回答している。

Q5. 迷惑行為のきっかけとなった具体的な理由を一つ選択してください。

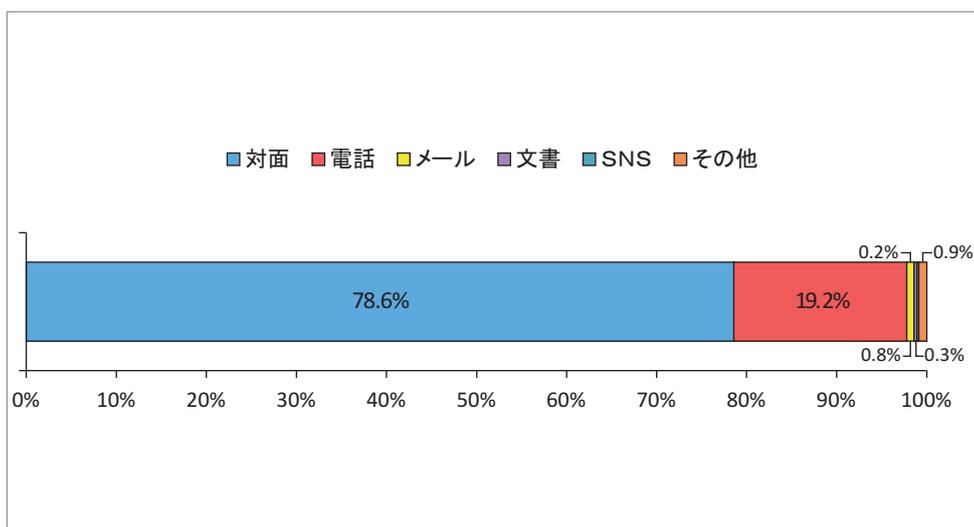
	顧客の不满のはげ口・嫌がらせ	接客やサービス提供のミス	消費者の勘違い	商品の欠陥	わからない	システムの不備	その他
割合	33.1%	21.8%	15.2%	9.4%	9.9%	3.0%	7.8%
件数	5,047	3,320	2,314	1,428	1,504	458	1,183



「顧客の不满のはげ口・嫌がらせ」が33.1%、「消費者の勘違い」が15.2%と消費者側の問題と思われる回答も多い。また、「接客やサービス提供のミス」が21.8%、「商品の欠陥」が9.4%、「システムの不備」が3.0%とサービス提供の問題を回答している。

Q6. 迷惑行為の形態に最も近いものを選択してください。

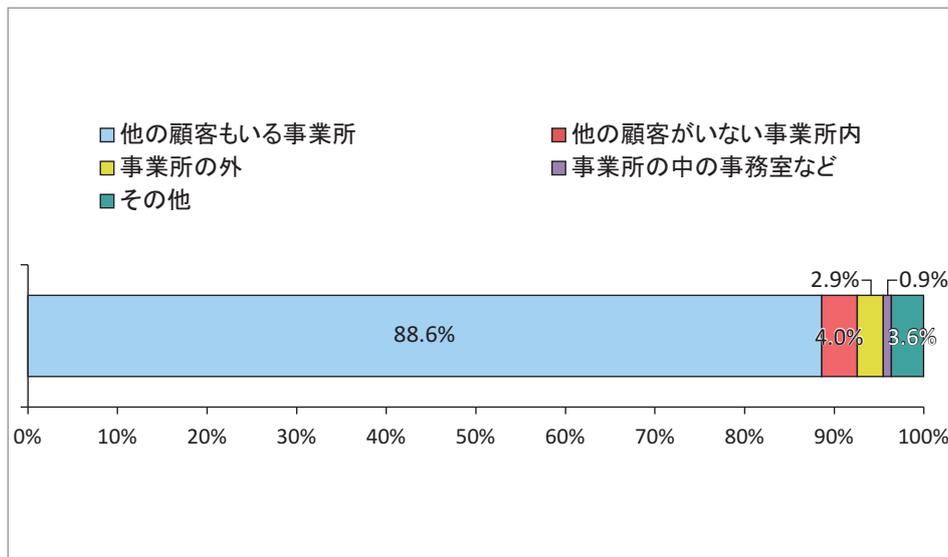
	対面	電話	メール	文書	SNS	その他
割合	78.6%	19.2%	0.8%	0.3%	0.2%	0.9%
件数	11,979	2,922	126	51	32	133



迷惑行為の形態としては、「対面」が78.6%となっており圧倒的に多く。続いて「電話」が19.2%となっている。回答数は少ないが、「メール」「文書」「SNS」との回答もあった。

Q7. 「対面での迷惑行為」を選択いただいた方のみ、お答えください。迷惑行為を受けた場所はどこですか。

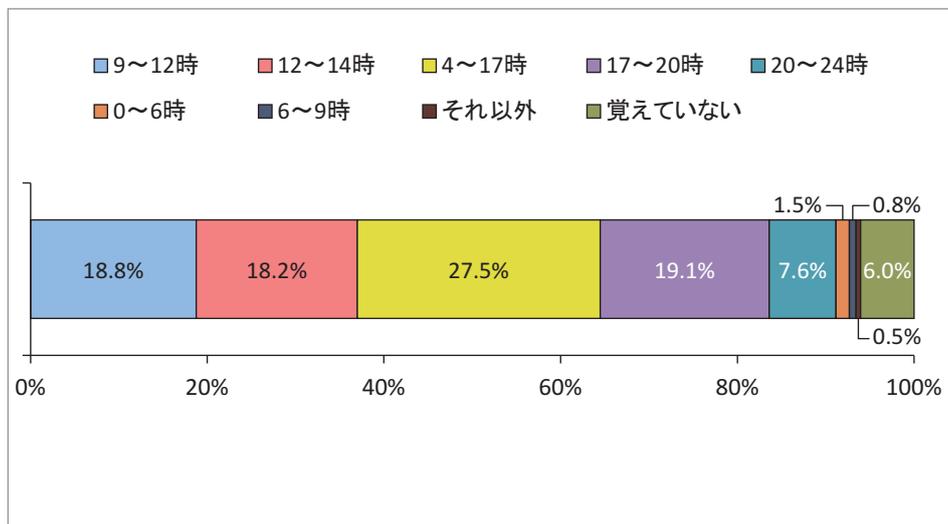
	他の顧客もいる事業所	他の顧客がいない事業所内	事業所の外	事業所の中の事務室など	その他
割合	88.6%	4.0%	2.9%	0.9%	3.6%
件数	10,610	475	344	112	433



「他の顧客もいる事業所」が88.6%、「他の顧客がいない事業所内」が4.0%、「事業所の外」が2.9%、「事業所の中の事務室など」が0.9%と回答している。

Q8. 引き続き、「対面での迷惑行為時」を選択いただいた方のみ、発生した時間帯に最も近いものを一つ選択してください。

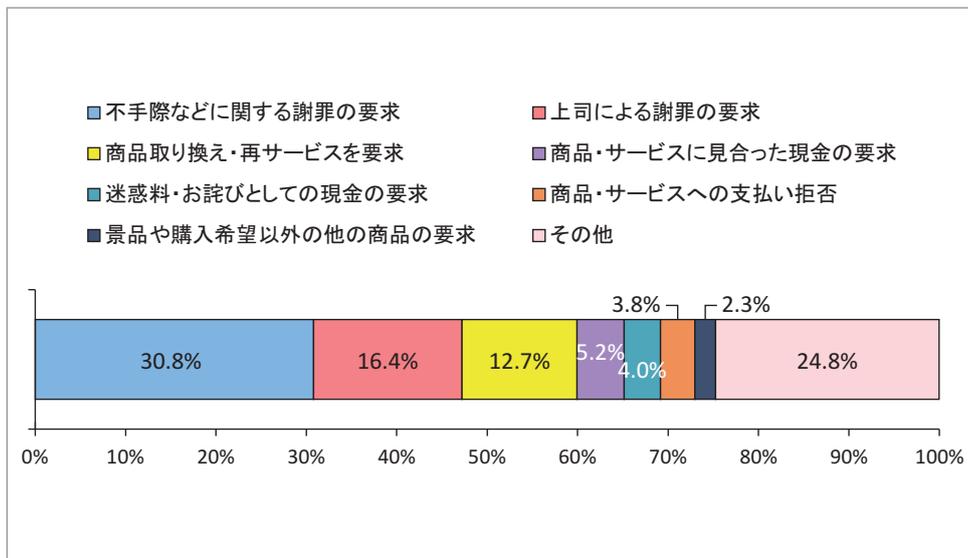
	9～12時	12～14時	14～17時	17～20時	20～24時	0～6時	6～9時	それ以外	覚えていない
割合	18.8%	18.2%	27.5%	19.1%	7.6%	1.5%	0.8%	0.5%	6.0%
件数	2,247	2,182	3,295	2,292	905	181	93	59	724



「14時～17時」が27.5%、「17時～20時」が19.1%、「9時～12時」が18.8%、「12時～14時」が18.2%と回答している。

Q9. 迷惑行為の対応結果の要求として最も近いと思われるものを一つ選択してください。

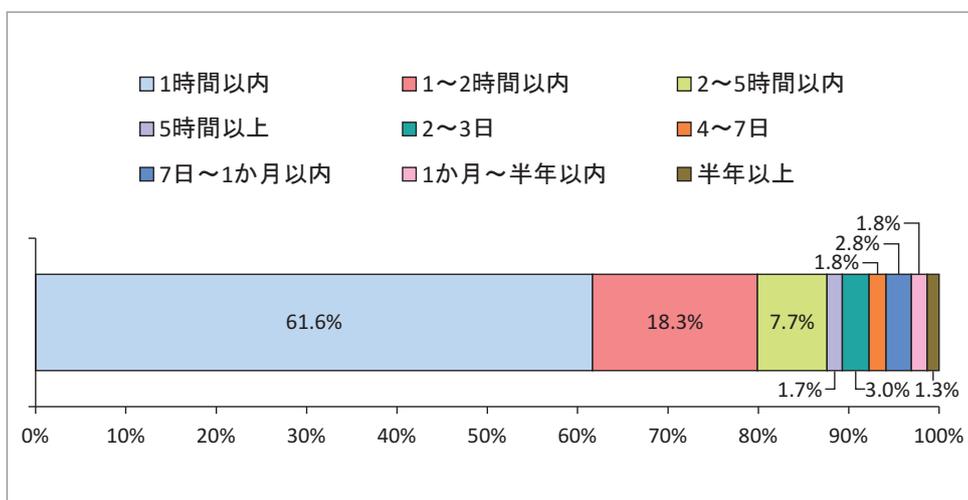
	不手際などに関する謝罪の要求	上司による謝罪の要求	商品取り換え・再サービスを要求	商品・サービスに見合った現金の要求	迷惑料・お詫びとしての現金の要求	商品・サービスへの支払い拒否	景品や購入希望以外の他の商品の要求	その他
割合	30.8%	16.4%	12.7%	5.2%	4.0%	3.8%	2.3%	24.8%
件数	4,691	2,501	1,936	793	611	580	349	3,770



「不手際などに関する謝罪の要求」が30.8%、「上司による謝罪の要求」が16.4%、「商品取り換え・再サービスを要求」が12.7%、「商品・サービスに見合った現金の要求」が5.2%、「迷惑料・お詫びとしての現金の要求」が4.0%と回答している。

Q10. 迷惑行為に対応した所要時間を一つ選択してください。

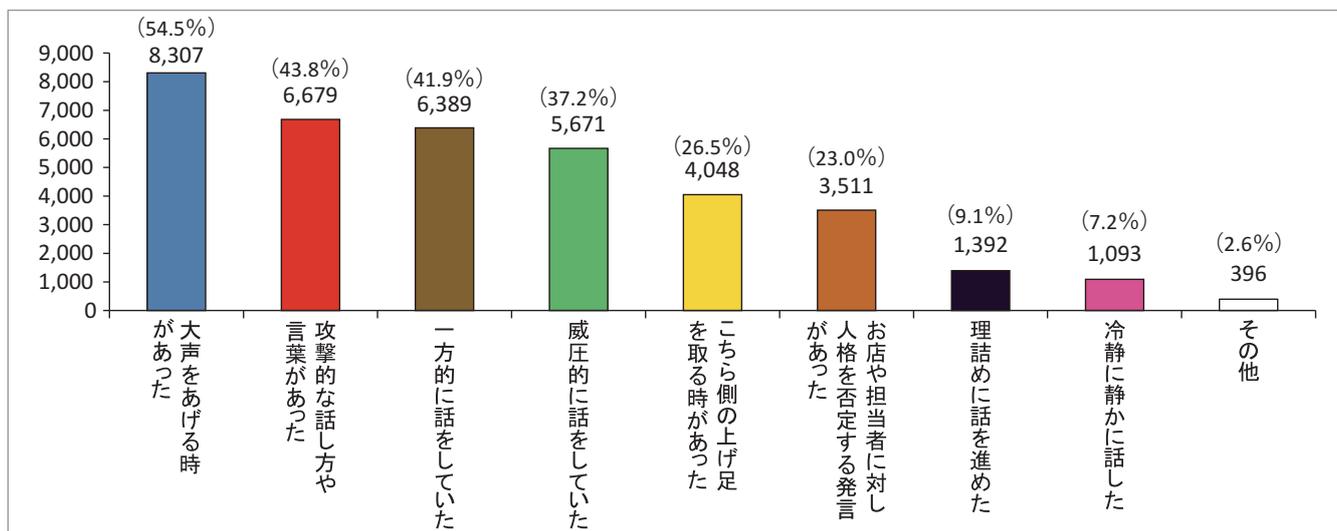
	1時間以内	1～2時間以内	2～5時間以内	5時間以上	2～3日	4～7日	7日～1か月以内	1か月～半年以内	半年以上
割合	61.6%	18.3%	7.7%	1.7%	3.0%	1.8%	2.8%	1.8%	1.3%
件数	9,400	2,787	1,174	255	454	281	430	272	197



「1時間以内」が61.6%、「1～2時間以内」が18.3%、「2～5時間以内」が7.7%、「5時間以上」1.7%、「2日以上」が10.7%と回答している。

Q11. 迷惑行為を行っていた顧客の話し方や言葉はどのようなものでしたか。3つまで選択してください。

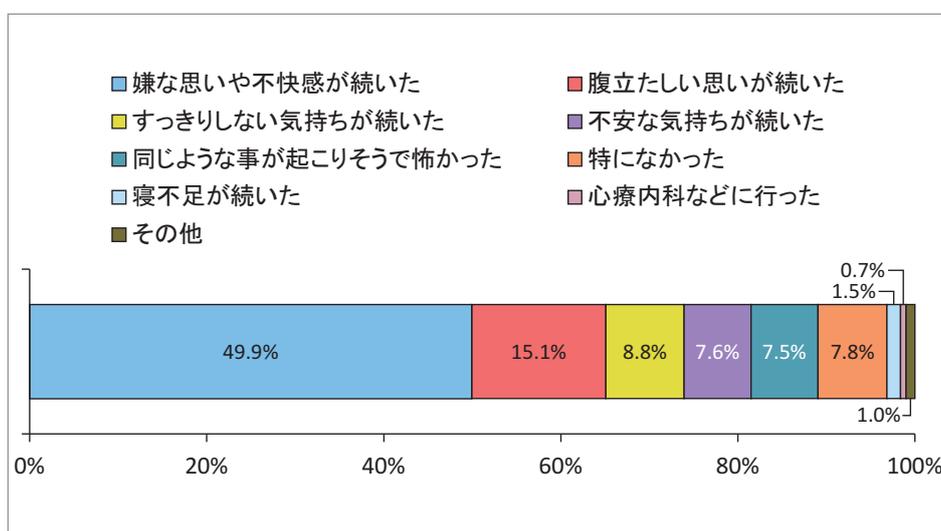
	大声をあげる時があった	攻撃的な話し方や言葉があった	一方的に話をしていた	威圧的に話をしていた	こちら側の上げ足を取る時があった	お店や担当者に対し人格を否定する発言があった	理詰めに話を進めた	冷静に静かに話した	その他
割合	54.5%	43.8%	41.9%	37.2%	26.5%	23.0%	9.1%	7.2%	2.6%
件数	8,307	6,679	6,389	5,671	4,048	3,511	1,392	1,093	396



「大声を上げる時があった」が54.5%、「攻撃的な話し方や言葉があった」が43.8%、「一方的に話をしていた」が41.9%、「威圧的に話をしていた」が37.2%、「お店や担当者に対し人格を否定する発言があった」23.0%と回答している。

Q12. あなたが迷惑行為を体験した後、心身の状態に何か変化がありましたか。一つ選択してください。

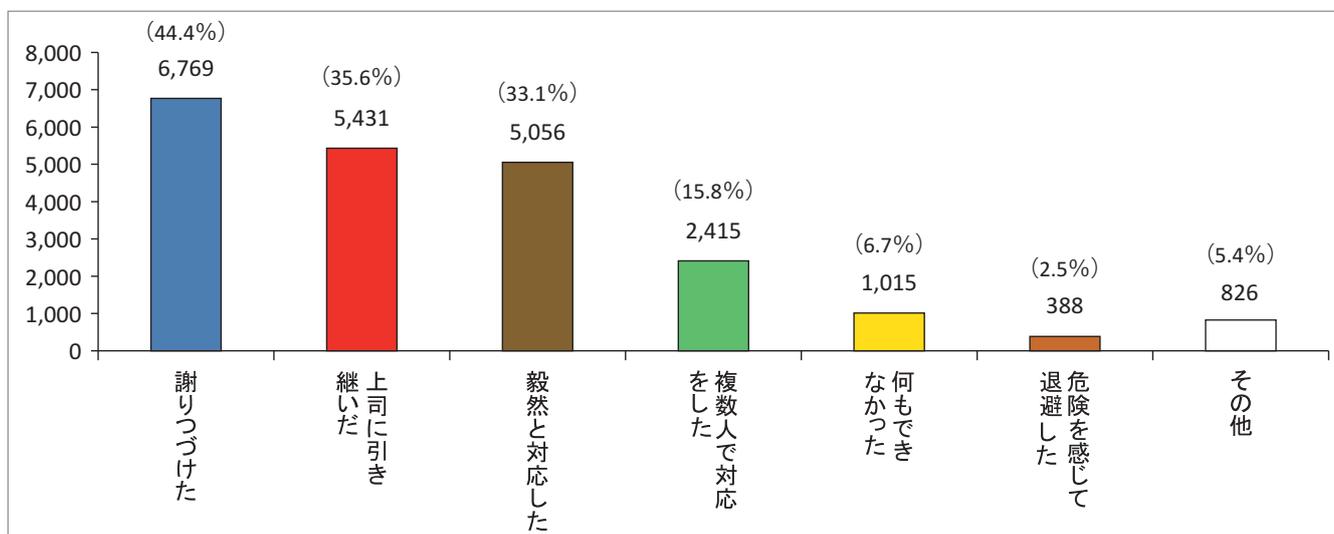
	嫌な思いや不快感が続いた	腹立たしい思いが続いた	すっきりしない気持ちが続いた	不安な気持ちが続いた	同じような事が起こりそうで怖かった	特になかった	寝不足が続いた	心療内科などに行った	その他
割合	49.9%	15.1%	8.8%	7.6%	7.5%	7.8%	1.5%	0.7%	1.0%
件数	7,617	2,310	1,347	1,158	1,151	1,190	227	100	153



「嫌な思いや不快感が続いた」が49.9%、「腹立たしい思いが続いた」が15.1%、「すっきりしない気持ちが続いた」が8.8%、「不安な気持ちが続いた」が7.6%、「同じような事が起こりそうで怖かった」が7.5%、「特になかった」が7.8%、「寝不足が続いた」が1.5%、「心療内科などに行った」が0.7%と回答している。

Q13. あなたは、迷惑行為にあった時、どのような対応をしましたか。【複数回答可】

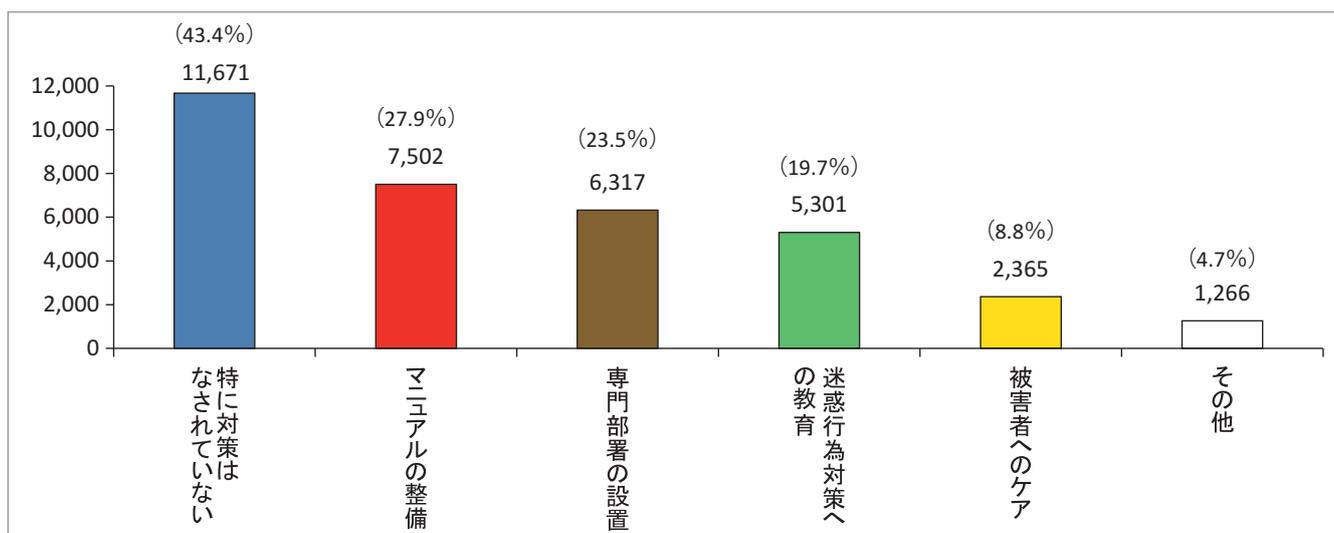
	謝りつづけた	上司に引き継いだ	毅然と対応した	複数人で対応をした	何もできなかった	危険を感じて退避した	その他
割合	44.4%	35.6%	33.1%	15.8%	6.7%	2.5%	5.4%
件数	6,769	5,431	5,056	2,415	1,015	388	826



「謝りつづけた」が44.4%、「上司に引き継いだ」が35.6%、「毅然と対応した」が33.1%、「複数人で対応をした」が15.8%、「何もできなかった」が6.7%、「危険を感じて退避した」が2.5%と回答している。

Q14. あなたの企業で実施されている迷惑行為への対策について選択してください。【複数回答可】

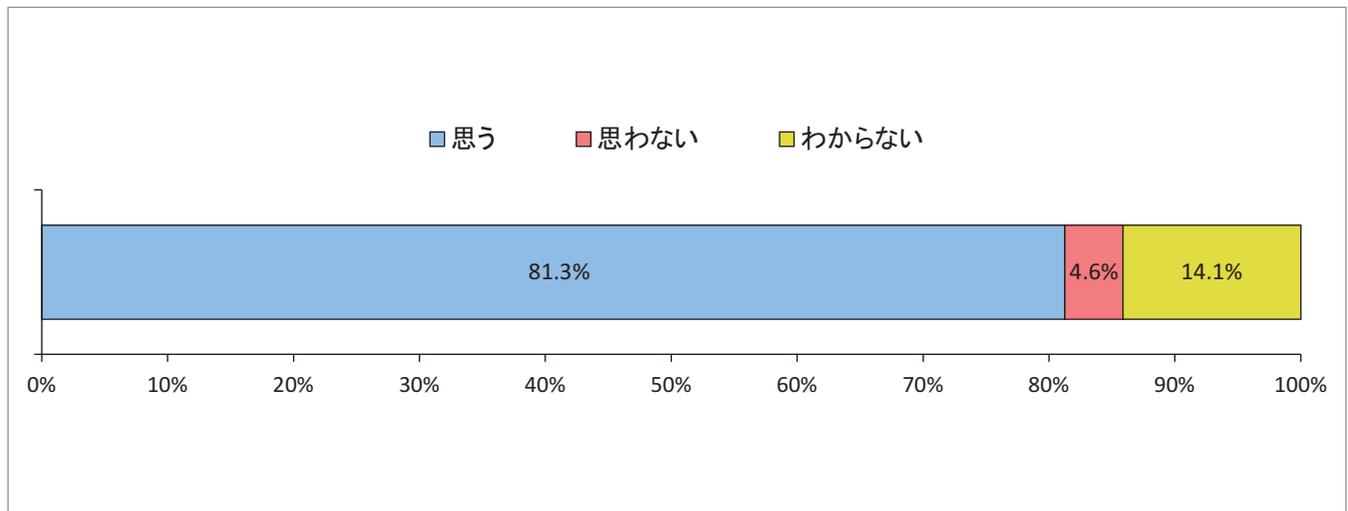
	特に対策はなされていない	マニュアルの整備	専門部署の設置	迷惑行為対策への教育	被害者へのケア	その他
割合	43.4%	27.9%	23.5%	19.7%	8.8%	4.7%
件数	11,671	7,502	6,317	5,301	2,365	1,266



「特に対策はなされていない」が43.4%、「マニュアルの整備」が27.9%、「専門部署の設置」が23.5%、「迷惑行為対策への教育」が19.7%、「被害者へのケア」が8.8%と回答している。

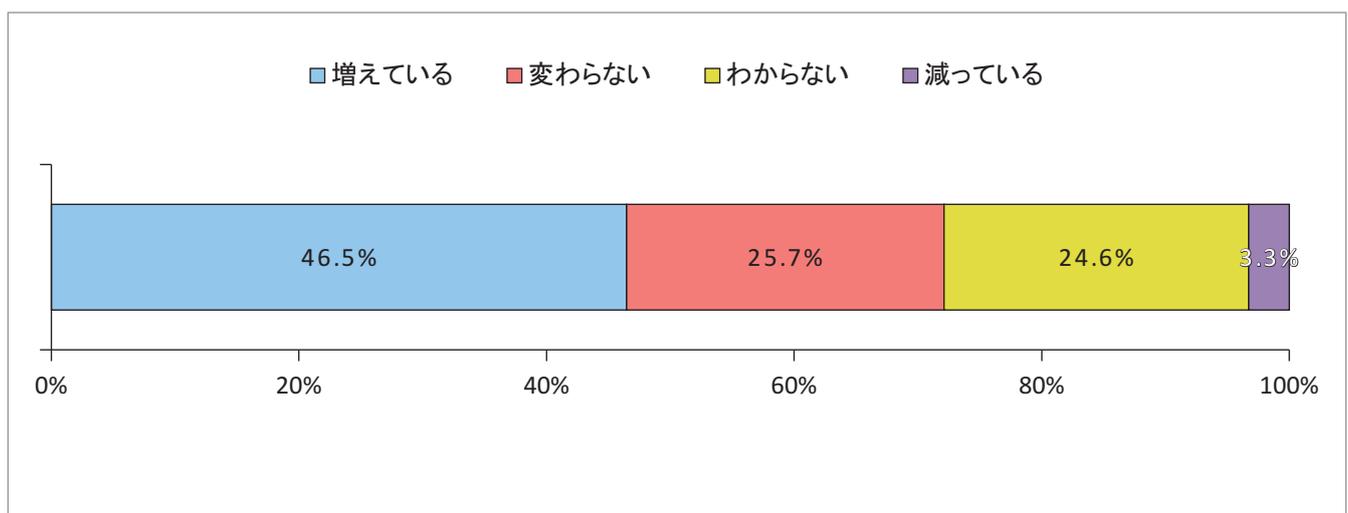
Q15. あなたは、迷惑行為を受けた後に、そのことについて専門的に相談できる人が必要だと思いますか。

	思う	思わない	わからない
割合	81.3%	4.6%	14.1%
件数	21,856	1,244	3,798



Q16. 直近2年以内では、迷惑行為は増えていると感じますか。【単一回答】

	増えている	変わらない	わからない	減っている
割合	46.5%	25.7%	24.6%	3.3%
件数	12,500	6,905	6,613	884



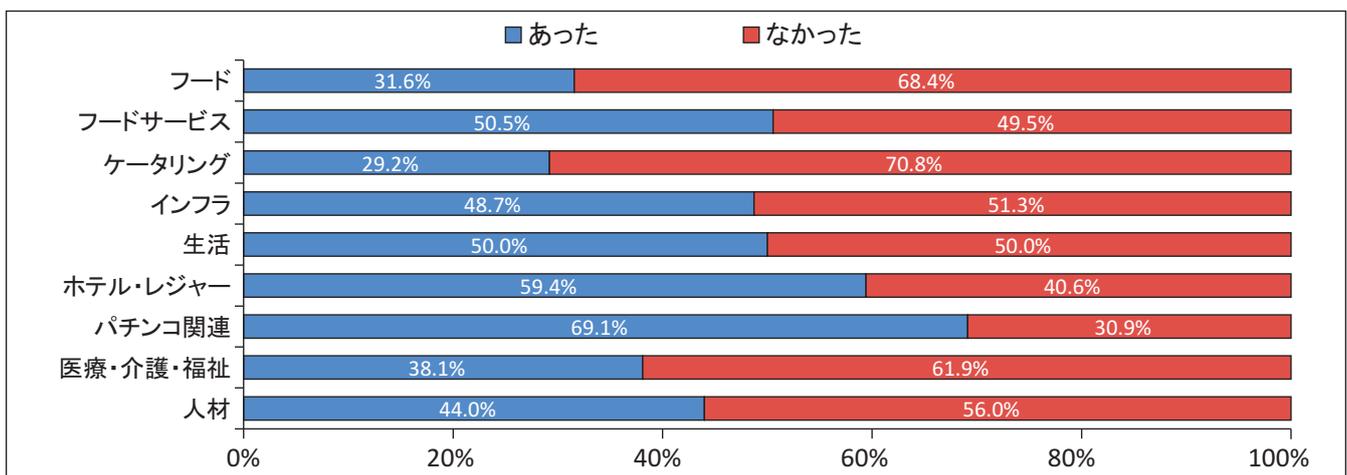
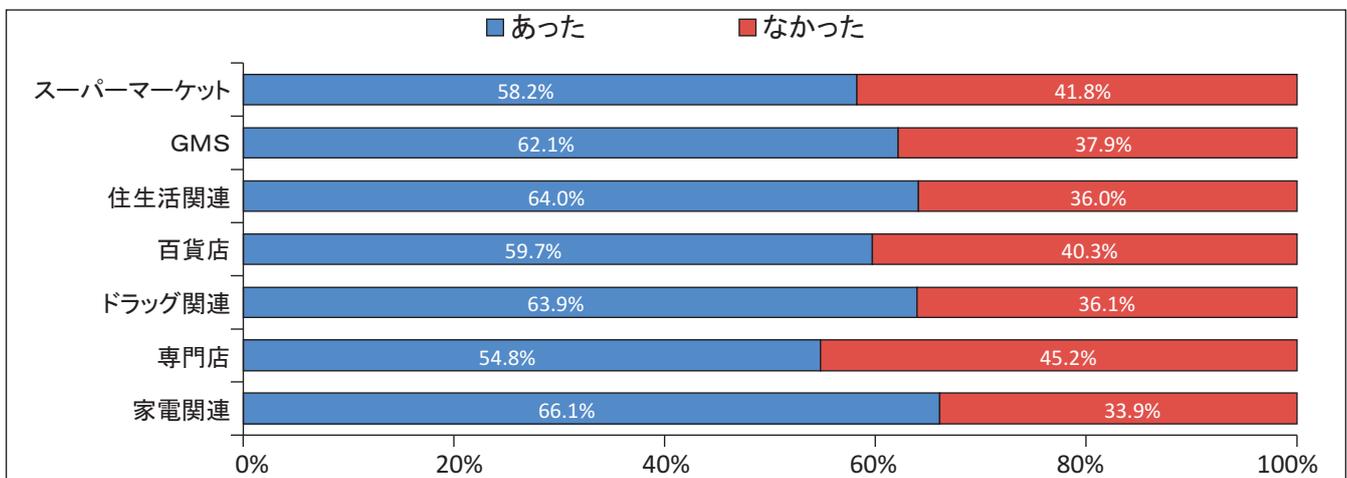
「増えている」が46.5%、「変わらない」が25.7%、「減っている」が3.3%と回答している。

## 2. 部会別比較（抜粋内容）

Q2. あなたは、直近2年以内で迷惑行為の被害にあったことがありますか。

部会別	あった		なかった	
	割合	件数	割合	件数
スーパーマーケット	58.2%	2,573	41.8%	1,845
GMS	62.1%	3,103	37.9%	1,890
住生活関連	64.0%	912	36.0%	512
百貨店	59.7%	702	40.3%	474
ドラッグ関連	63.9%	1,803	36.1%	1,017
専門店	54.8%	442	45.2%	365
家電関連	66.1%	763	33.9%	392

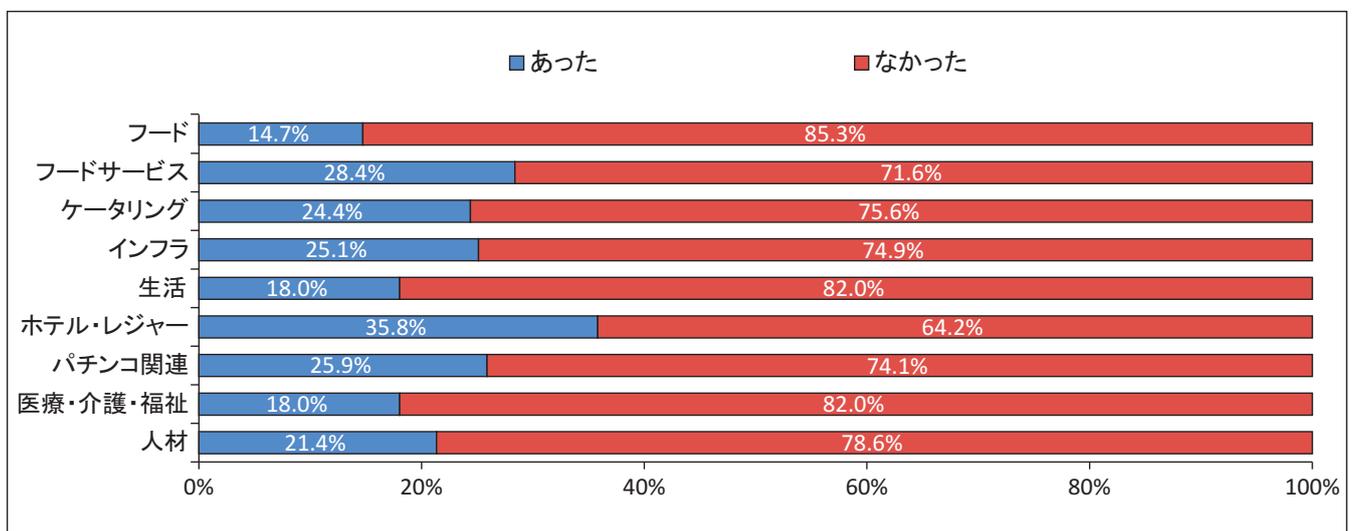
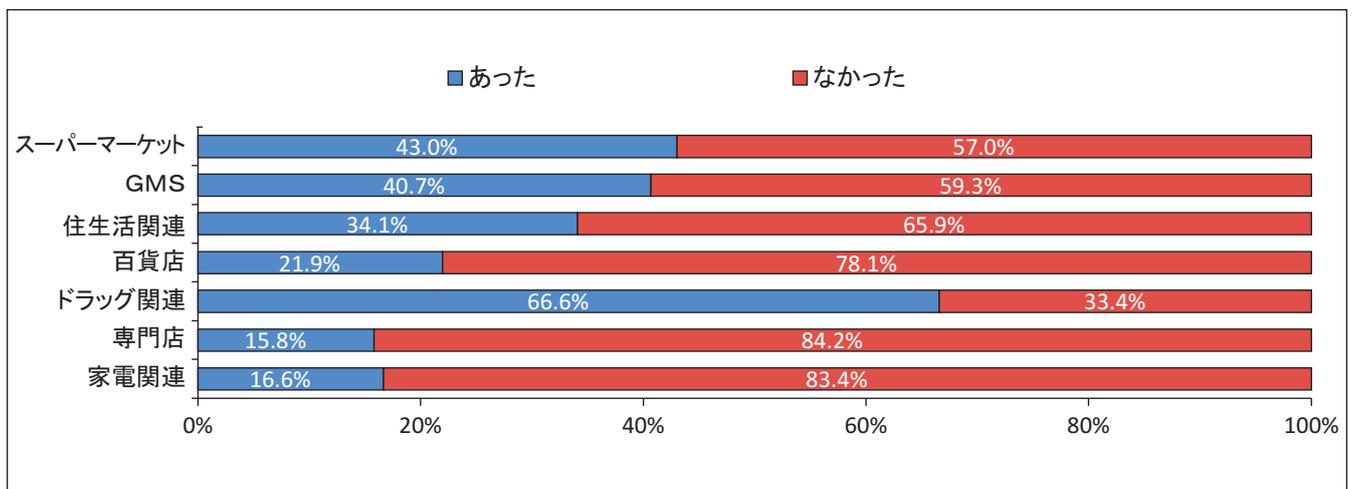
部会別	あった		なかった	
	割合	件数	割合	件数
フード	31.6%	96	68.4%	208
フードサービス	50.5%	1,388	49.5%	1,358
ケータリング	29.2%	40	70.8%	97
インフラ	48.7%	1,018	51.3%	1,071
生活	50.0%	194	50.0%	194
ホテル・レジャー	59.4%	268	40.6%	183
パチンコ関連	69.1%	618	30.9%	276
医療・介護・福祉	38.1%	184	61.9%	299
人材	44.0%	1,152	56.0%	1,467



Q2-2. あなたは、迷惑行為被害の中に、新型コロナウイルス感染症の影響による迷惑行為はありましたか。

部会別	ある		なし	
	割合	件数	割合	件数
スーパーマーケット	43.0%	1,107	57.0%	1,466
GMS	40.7%	1,263	59.3%	1,840
住生活関連	34.1%	311	65.9%	601
百貨店	21.9%	154	78.1%	548
ドラッグ関連	66.6%	1,201	33.4%	602
専門店	15.8%	70	84.2%	372
家電関連	16.6%	127	83.4%	636

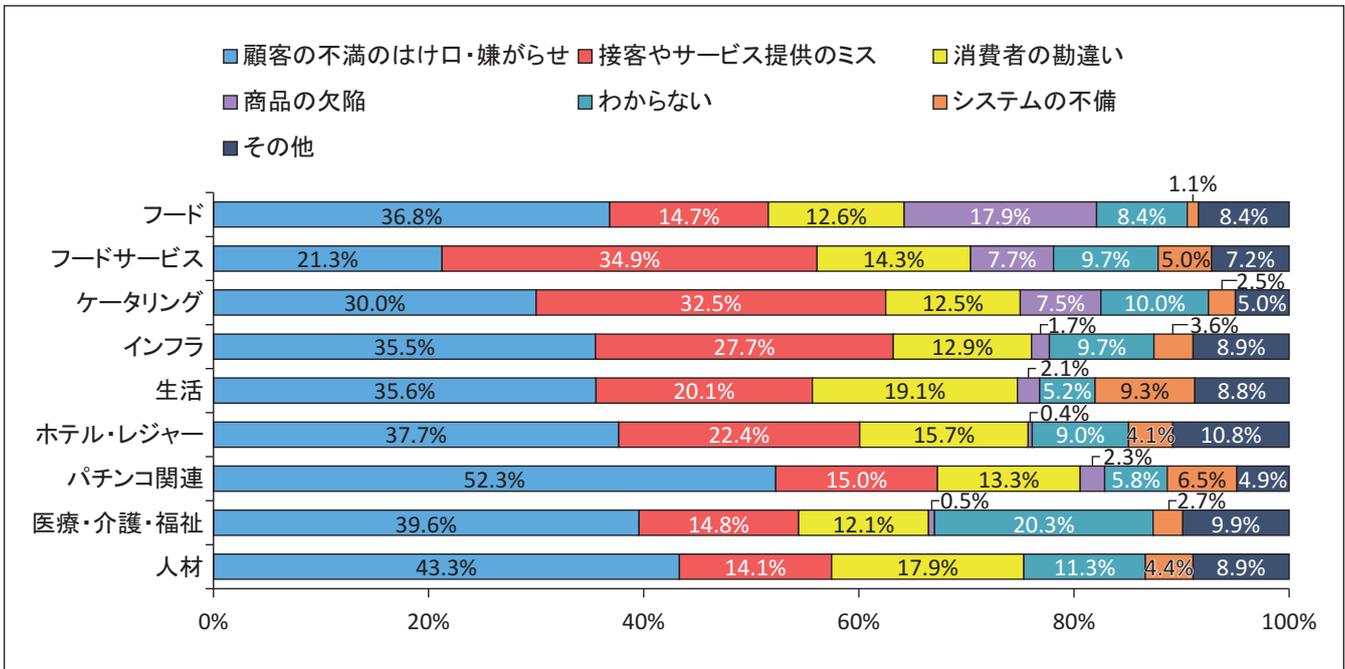
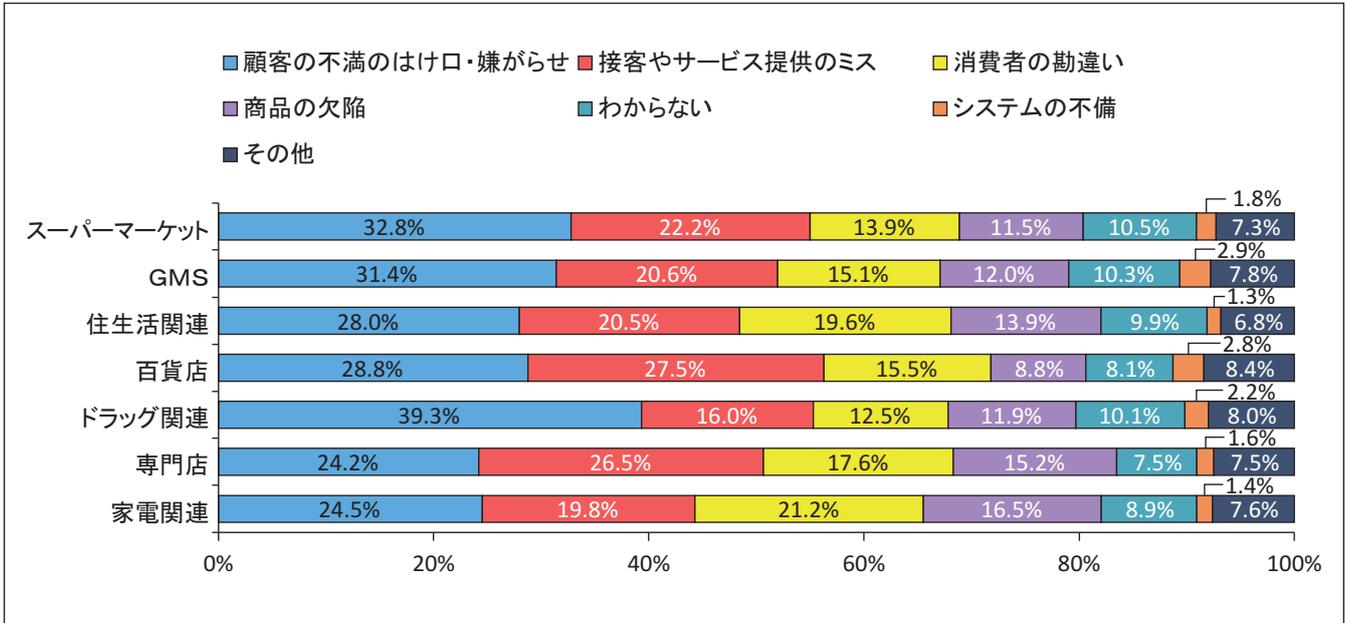
部会別	ある		なし	
	割合	件数	割合	件数
フード	14.7%	14	85.3%	81
フードサービス	28.4%	394	71.6%	994
ケータリング	24.4%	10	75.6%	31
インフラ	25.1%	256	74.9%	763
生活	18.0%	35	82.0%	159
ホテル・レジャー	35.8%	96	64.2%	172
パチンコ関連	25.9%	160	74.1%	458
医療・介護・福祉	18.0%	33	82.0%	150
人材	21.4%	246	78.6%	906



Q5. 迷惑行為のきっかけとなった具体的な理由を一つ選択してください。

部会別		顧客の不満のはげ口・嫌がらせ	接客やサービス提供のミス	消費者の勘違い	商品の欠陥	わからない	システムの不備	その他
スーパーマーケット	割合	32.8%	22.2%	13.9%	11.5%	10.5%	1.8%	7.3%
	件数	844	571	357	296	271	47	187
GMS	割合	31.4%	20.6%	15.1%	12.0%	10.3%	2.9%	7.8%
	件数	975	638	468	372	319	89	242
住生活関連	割合	28.0%	20.5%	19.6%	13.9%	9.9%	1.3%	6.8%
	件数	255	187	179	127	90	12	62
百貨店	割合	28.8%	27.5%	15.5%	8.8%	8.1%	2.8%	8.4%
	件数	202	193	109	62	57	20	59
ドラッグ関連	割合	39.3%	16.0%	12.5%	11.9%	10.1%	2.2%	8.0%
	件数	709	288	226	214	183	39	144
専門店	割合	24.2%	26.5%	17.6%	15.2%	7.5%	1.6%	7.5%
	件数	107	117	78	67	33	7	33
家電関連	割合	24.5%	19.8%	21.2%	16.5%	8.9%	1.4%	7.6%
	件数	187	151	162	126	68	11	58

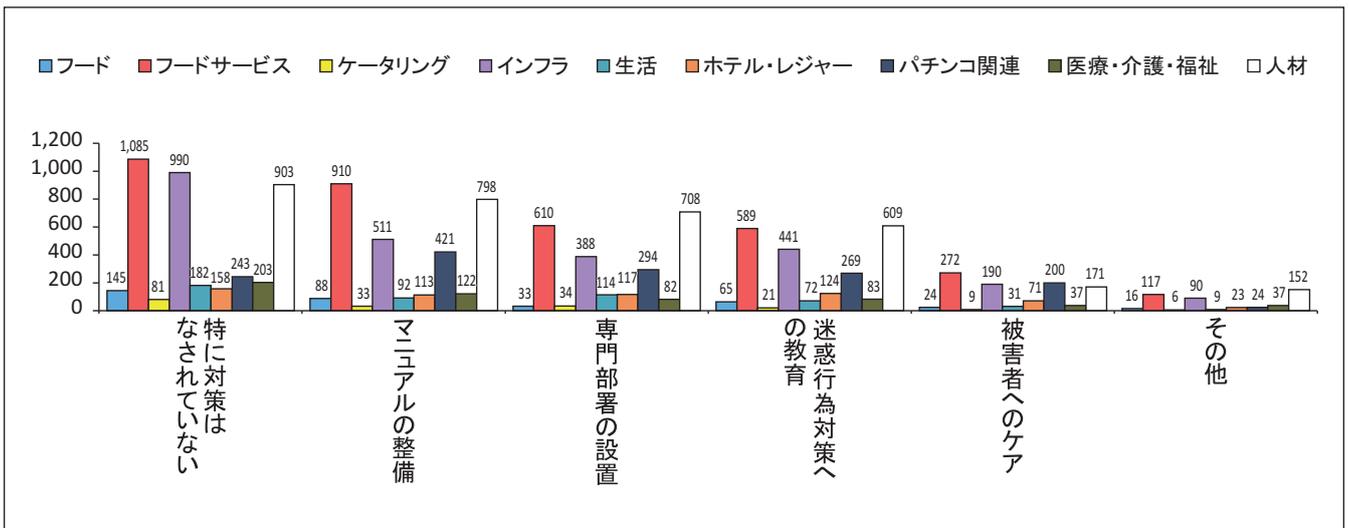
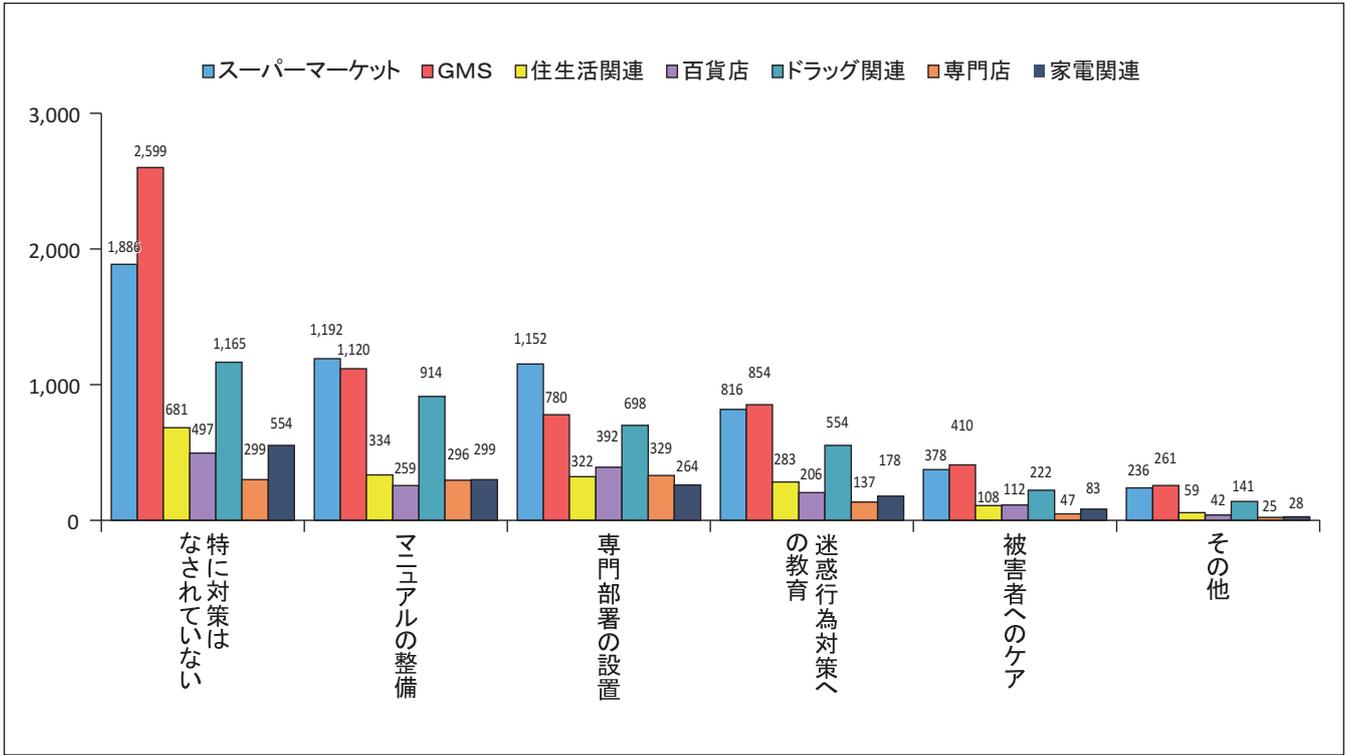
部会別		顧客の不満のはげ口・嫌がらせ	接客やサービス提供のミス	消費者の勘違い	商品の欠陥	わからない	システムの不備	その他
フード	割合	36.8%	14.7%	12.6%	17.9%	8.4%	1.1%	8.4%
	件数	35	14	12	17	8	1	8
フードサービス	割合	21.3%	34.9%	14.3%	7.7%	9.7%	5.0%	7.2%
	件数	295	484	198	107	135	69	100
ケータリング	割合	30.0%	32.5%	12.5%	7.5%	10.0%	2.5%	5.0%
	件数	12	13	5	3	4	1	2
インフラ	割合	35.5%	27.7%	12.9%	1.7%	9.7%	3.6%	8.9%
	件数	362	282	131	17	99	37	91
生活	割合	35.6%	20.1%	19.1%	2.1%	5.2%	9.3%	8.8%
	件数	69	39	37	4	10	18	17
ホテル・レジャー	割合	37.7%	22.4%	15.7%	0.4%	9.0%	4.1%	10.8%
	件数	101	60	42	1	24	11	29
パチンコ関連	割合	52.3%	15.0%	13.3%	2.3%	5.8%	6.5%	4.9%
	件数	323	93	82	14	36	40	30
医療・介護・福祉	割合	39.6%	14.8%	12.1%	0.5%	20.3%	2.7%	9.9%
	件数	72	27	22	1	37	5	18
人材	割合	43.3%	14.1%	17.9%	0.0%	11.3%	4.4%	8.9%
	件数	499	163	206	0	130	51	103



Q14. あなたの企業で実施されている迷惑行為への対策について選択してください。【複数回答可】

部会別		特に対策は なされていない	マニュアルの 整備	専門部署の設置	迷惑行為対策への 教育	被害者への ケア	その他
スーパーマーケット	割合	42.7%	27.0%	26.1%	18.5%	8.6%	5.3%
	件数	1,886	1,192	1,152	816	378	236
GMS	割合	52.1%	22.4%	15.6%	17.1%	8.2%	5.2%
	件数	2,599	1,120	780	854	410	261
住生活関連	割合	47.8%	23.5%	22.6%	19.9%	7.6%	4.1%
	件数	681	334	322	283	108	59
百貨店	割合	42.3%	22.0%	33.3%	17.5%	9.5%	3.6%
	件数	497	259	392	206	112	42
ドラッグ関連	割合	41.3%	32.4%	24.8%	19.6%	7.9%	5.0%
	件数	1,165	914	698	554	222	141
専門店	割合	37.1%	36.7%	40.8%	17.0%	5.8%	3.1%
	件数	299	296	329	137	47	25
家電関連	割合	48.0%	25.9%	22.9%	15.4%	7.2%	2.4%
	件数	554	299	264	178	83	28

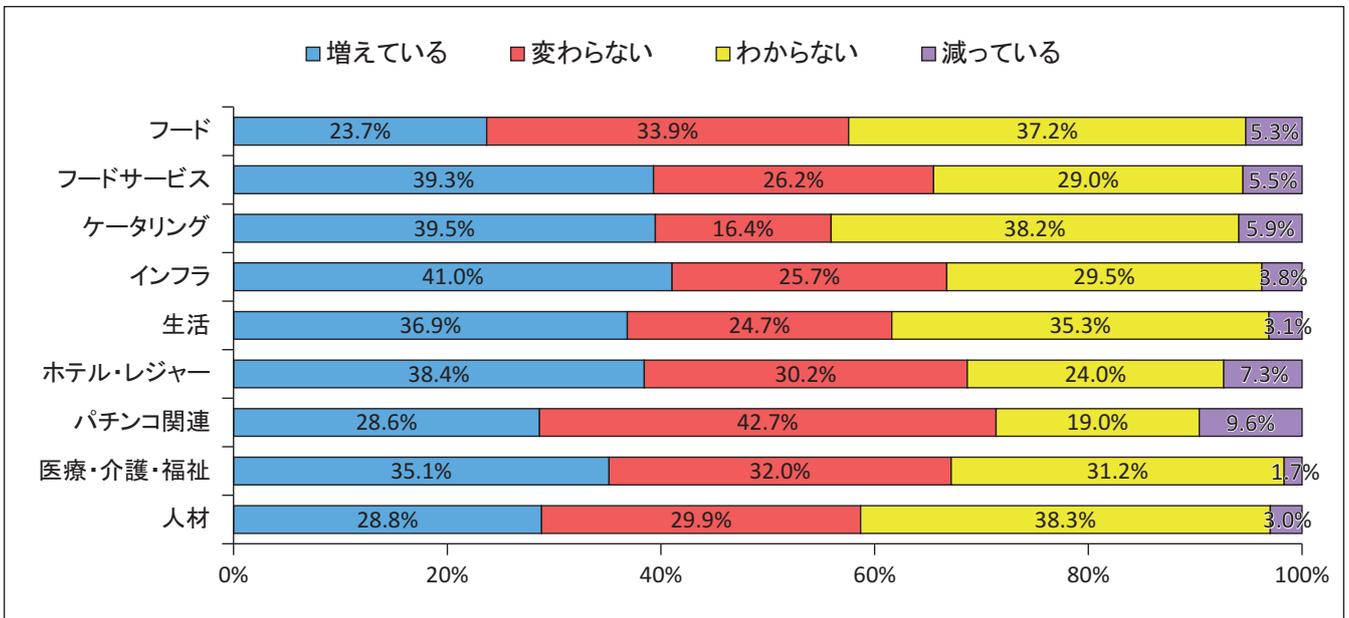
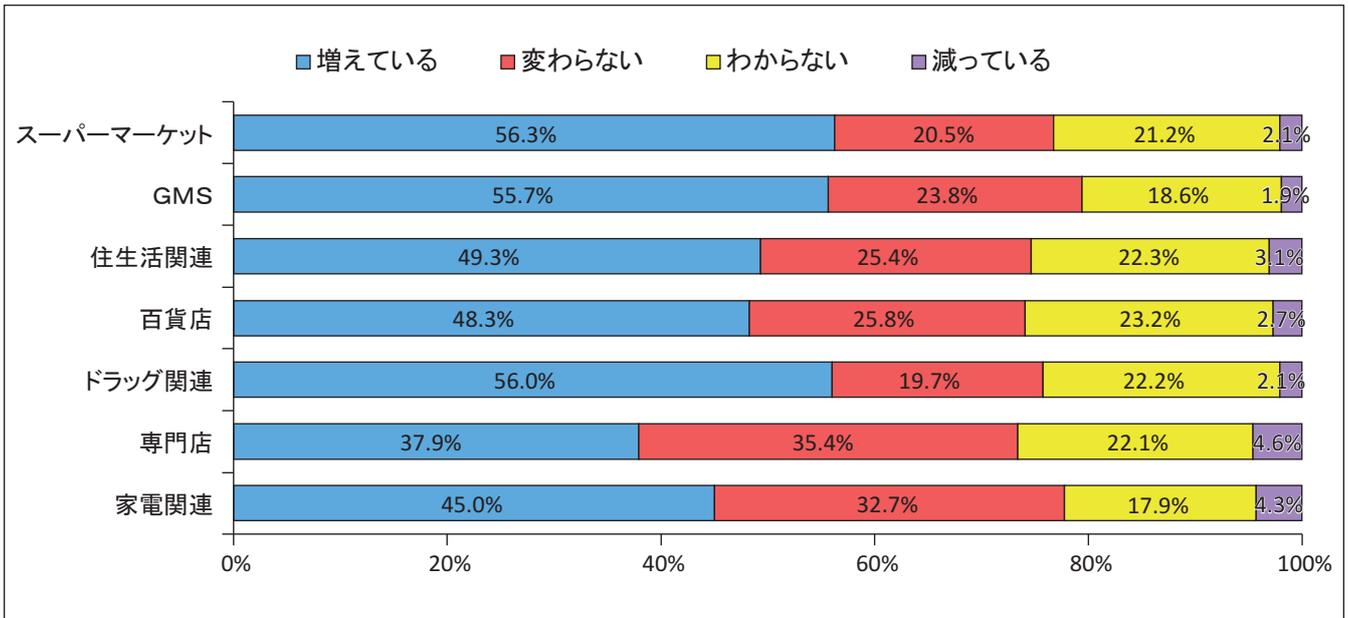
部会別		特に対策は なされていない	マニュアルの 整備	専門部署の設置	迷惑行為対策への 教育	被害者への ケア	その他
フード	割合	47.7%	28.9%	10.9%	21.4%	7.9%	5.3%
	件数	145	88	33	65	24	16
フードサービス	割合	39.5%	33.1%	22.2%	21.4%	9.9%	4.3%
	件数	1,085	910	610	589	272	117
ケータリング	割合	59.1%	24.1%	24.8%	15.3%	6.6%	4.4%
	件数	81	33	34	21	9	6
インフラ	割合	47.4%	24.5%	18.6%	21.1%	9.1%	4.3%
	件数	990	511	388	441	190	90
生活	割合	46.9%	23.7%	29.4%	18.6%	8.0%	2.3%
	件数	182	92	114	72	31	9
ホテル・レジャー	割合	35.0%	25.1%	25.9%	27.5%	15.7%	5.1%
	件数	158	113	117	124	71	23
パチンコ関連	割合	27.2%	47.1%	32.9%	30.1%	22.4%	2.7%
	件数	243	421	294	269	200	24
医療・介護・ 福祉	割合	42.0%	25.3%	17.0%	17.2%	7.7%	7.7%
	件数	203	122	82	83	37	37
人材	割合	34.5%	30.5%	27.0%	23.3%	6.5%	5.8%
	件数	903	798	708	609	171	152



Q16. 直近2年以内では、迷惑行為は増えていると感じますか。【単一回答】

		増えている	変わらない	わからない	減っている
スーパーマーケット	割合	56.3%	20.5%	21.2%	2.1%
	件数	2,486	904	935	93
GMS	割合	55.7%	23.8%	18.6%	1.9%
	件数	2,779	1,186	931	97
住生活関連	割合	49.3%	25.4%	22.3%	3.1%
	件数	702	361	317	44
百貨店	割合	48.3%	25.8%	23.2%	2.7%
	件数	568	303	273	32
ドラッグ関連	割合	56.0%	19.7%	22.2%	2.1%
	件数	1,580	556	625	59
専門店	割合	37.9%	35.4%	22.1%	4.6%
	件数	306	286	178	37
家電関連	割合	45.0%	32.7%	17.9%	4.3%
	件数	520	378	207	50

		増えている	変わらない	わからない	減っている
フード	割合	23.7%	33.9%	37.2%	5.3%
	件数	72	103	113	16
フードサービス	割合	39.3%	26.2%	29.0%	5.5%
	件数	1,079	720	795	152
ケータリング	割合	39.5%	16.4%	38.2%	5.9%
	件数	60	25	58	9
インフラ	割合	41.0%	25.7%	29.5%	3.8%
	件数	853	534	613	78
生活	割合	36.9%	24.7%	35.3%	3.1%
	件数	143	96	137	12
ホテル・レジャー	割合	38.4%	30.2%	24.0%	7.3%
	件数	173	136	108	33
パチンコ関連	割合	28.6%	42.7%	19.0%	9.6%
	件数	256	382	170	86
医療・介護・福祉	割合	35.1%	32.0%	31.2%	1.7%
	件数	168	153	149	8
人材	割合	28.8%	29.9%	38.3%	3.0%
	件数	755	782	1,004	78



### 3. 迷惑行為事例

#### 【流通部門】

◆：コロナ禍に発生した迷惑行為      ・：平時における迷惑行為

#### 《スーパーマーケット部会》

- ・最後の半額シールが付いたお弁当をお客様の過失で落とし販売不可能な状態になったが、他の商品を半額にするか、落として「販売不可能になった商品を売れ！」(衛生的に売れないとお断りしたが)と店内で騒ぎ続けた。
- ・お客様はすぐに対応できない時に大声あげて威嚇してくることが多く、特にチェッカーに対して下に見ているお客様の行動が目立つ。
- ・自宅に呼び出され目の前で日本刀を畳に突き立てられた。
- ・牛乳パックやヨーグルトの蓋など、お客様自身が探しても分からないような小さなキズがあるからと、数日前に買った商品を交換して欲しいと言ってくる。
- ・電話で商品が腐っていたと連絡をいただき、ご要望通りに交換する商品と粗品を持ってお客様の家に行ったが、延々とサービスが悪いから始まり、最後には外見を非難された。
- ・セルフレジ担当者が一声かけたことに腹を立て、暴れて暴言を吐き、止めに入った従業員は暴力を振るわれた。

#### 《GMS 部会》

- ◆コロナウイルス感染拡大禍での営業活動に対してお申し出を受けた。営業していることに対して感染拡大を助長しているという内容に加え、「菌がうつるから近寄るな！」と言われた。
- ◆コロナの影響で入荷しない商品が欠品していることに対して、店内で怒鳴られた。
- ◆「遠くから来たのにマスクがない！あなた達は自分の分は確保しているのだろう。何時のトラックで、荷物は来るのか！隠しているのなら、早く出なさい！」といつまでも叱責された。
- ◆コロナ対策のレジでビニールシートやマスクをしているため、お互いの声が聞き取りづらく、何度か同じやり取りをしたが大きな声をだして暴言を吐かれた。
- ・購入した商品を後日取りに来るということで預かり、ポイントや値引き券を使った後しばらくして要らなくなったと返品してきた。
- ・手を触り、顔を近づけるなどの行為をされ、連絡先を聞いてくるなどの行為を繰り返された。また、電話してくる時はお店からでなく、自分の携帯からかけると強要もされた。
- ・お買い上げ商品をマイバックにいれるからと言われ、そのままお渡しするとわざと違うレジに行かれ二重支払いをさせる行為をとり、お叱りのお声をあげられました。

#### 《百貨店部会》

- ◆店舗にて新型コロナウイルス感染者が出ていると聞いたが、このまま店を開けていて良いのか！などストレスを発散している方がいた。
- ・お客様の安全を配慮して、サービス(靴の加工)を丁重にお断りしたら、フロア全体に響き渡る程の大声で怒鳴り散らし、靴を投げたり、椅子をバンバン叩いたり2時間にわたり暴言と威圧を受けた。以降も不定期にそのお客様が売場に来ては怒鳴り散らすというものが続いており従業員が怯えている。
- ・洋服のお直し(着丈)をして、ご来店をお待ちするが半年経っても来ず、半年経ったのでお客様の許可を得てご配送。お手元に届きご試着されて「キツイ。入らないとクレーム。太って着られなくなった服は要らない！」と電話で怒鳴り散らし返金を求められた
- ・お客様が傘を持ってきて「開かない！交換しろ」と言われ、商品を確認させていただいてからお伝え

すると怒鳴り出した。後日、商品をメーカー点検に出すとお客様が傘の中骨にステッカーを貼っていて、それが詰まってひらかなかったのがわかった。

- ・女性販売員にアクセサリ(指輪)のサイズを調べさせ、リングゲージを抜く際に指を曲げて抜けないようにし、痛いと言って販売員の腕と頭を平手で殴打した。
- ・サイン会実施中のご案内の中で、会場内で購入されたグッズにしかサインをしませんと案内(サイン会実施前の全体アナウンス、グッズ購入のレジで口頭)していたのに、サイン会の時になって、条件を聞いていないと大声を上げ始め、攻撃的な発言をスタッフに繰り返す。

### 《家電関連部会》

- ・FAX機器で「特定の方に電話をかけると雑音が入る」とお持ち込みになり、店頭でテストしても症状が出ずその旨を説明したが「製品に問題が有るから交換しないと納得出来ない」の一点張り。メーカー様に点検をしてもらいその結果がなければこれ以上の対応は出来ない」と押し問答になり、何度か繰り返した後いきなりビンタをされた。
- ・修理品引き取りを案内する為に自宅訪問した際、一方的に修理引き取り拒否し、威圧的態度で脅してきた。気変わりに対し悪びれる事なく、逆ギレの状況だった。
- ・4年前に買ったシェーバーの替え刃が折れていたので変えろと言われた
- ・リモコンが使用できないと電話での連絡があり説明書の確認と電池交換の案内を提案したが「なんで俺がそんなことをしないといけないのか!」「お前はカスだ」とずっと威圧的な言葉で言われ続けた。「今からお前の店に殴り込むぞ」と言われ店長に相談し一緒にお客様宅に訪問した。
- ・商品の不具合による交換の要求。メーカーから不具合の確認ができず交換できないことを伝えるが納得いかず。購入後2年程経過していたが、買った時からそうになっていたと納得されなかった。
- ・毎年、最新のパソコンが出ると、今使っているパソコンが使用中に突然電源が落ちると言う不具合が出ると言うので最新のパソコンと交換しろと言う。無理だと言うと、店舗で購入した商品全部を返品するぞと脅してくる。

### 《ドラッグ関連部会》

- ◆緊急事態宣言が出された後、マスクが無いことやトイレトペーパーの在庫切れ等に対しての暴言が多かった。いずれも大声で怒鳴るように「どうにかしてマスク買ってきて並べろよ」「デマに踊らされてるんじゃないよ」といった、半分八つ当たりだった。目の前で大声で怒鳴られるので、すみません、すみません、と繰り返し謝ることしか出来ず、ただただ恐怖でした。
- ◆新型コロナウイルス感染予防の為、お客様のお買い上げいただいた商品の袋詰めをお断りしたら、暴言を吐かれすごく怖い思いをして、毎回そのお客様が来店される際には心臓がドキドキした。
- ◆コロナウイルスの影響で、レジで商品をスキャンする際、ペットボトルの上部の蓋の部分を持ったところ、「どこ触ってんだ!汚い手で触るんじゃないねえ!」と怒鳴られた。敏感になる気持ちはわかるが、商品スキャンの持つ部分まで全ては配慮しきれないので困った。
- ◆コロナ感染拡大している時期にマスクや消毒が無いときはお客様も困ってしまっているのは理解できるが『マスクが売れてるからっていい気になるな!』と言われた時は悔しく嫌な感情になった。
- ・薬が効かなかったと言われて、暴力を振るわれた時があり、我慢して耐えて働くことを強いられています。
- ・調剤薬局の患者さんが受付時から不満な様子で、混雑時で先にお待ちの方がいるにもかかわらず『急げ』『はやくしろ』と圧力をかけ、薬剤師が薬の説明を始めると、薬剤師に対して暴言をぶつけてきました。

### 《住生活関連部会》

- ・レジの接客態度が悪いと呼ばれて、到着するや否、胸ぐらを掴まれ15mくらい引きずられた。二言目に

は「俺は人を殺した事がある」などを良い、暴力を振るってくるので警察を呼びました。

- ・合鍵のベースを持ち込んで合鍵作成を希望されたが、当店では対応出来ない事を伝えると激昂。持ち込み不可と書いてないなど怒鳴り散らし、作成出来ない理由を説明しても納得されず。「やってないならやってないと書いておけ。次までに書いてなかったら、わかってるだろうな！」と吐き捨てて退店されました
- ・ホームセンターでは扱えない商品と知りながら、あえて聞いて来て即答できないと怒鳴りつけ、「お前はバカだと！」と何度も言われました。
- ・購入した長靴が破れたということで確認すると、購入時期が3ヶ月以上前だった。初期不良でないのに返金も交換もできないと伝えると大声で怒鳴りはじめた。他の商品に対しても、言いがかりをつけては交換させるという常習者だった。
- ・時計の不良品で修理受付に納得いかず店舗で謝罪し、次の日自宅まで来て謝罪しろとなり、4日間深夜まで謝罪させられ、「誠意を見せろ！」の一点張りでした。その後しばらくトラウマみたいになり、売場に出るのが恐怖でした。

### 《専門店部会》

- ◆お客さまもこちらもマスクをしていて、レジ前にビニールカーテンをしている為、お互いの声が聞き取り難くレジ袋が必要なのかなど、丁寧にお伺いしても怒る人もおり、1日に何度も言われるとストレスが溜まり耐えがたい。
- ・10年以上前の商品注文について不備を指摘。それに伴い慰謝料と新たな商品の要求し、お店に来た際や電話で怒鳴ることが繰り返された。
- ・自分の不注意で風除室のスライドドアに勢いよくぶつかり、所有物のメガネを破損されたが、店舗が悪いとの主張を一切変えず、壊れたメガネの代金・メガネがなく運転ができない為、仕事に行けない分の給与補償を要求された。
- ・揚げ足取りからの謝罪要求。物品要求をチラつかせ対応出来ないと伝えると、土下座して謝らないと許さないといわれ謝罪した。
- ・商品の値引きや新品交換に応じないと、次から次へと不手際を指摘し、こちらが折れる迄、繰り返された。
- ・「あなたのためを思って！」と延々語られ、心から謝罪をしたが受け入れられず顔も見たくないと高圧的な態度を長時間された。

《食品製造・食品販売》

- ・商品不備でのクレームであったが、先方自宅玄関に拘束、連日の電話、誠意の提示等、仕事に支障をきたす程であった。
- ・明日までの消費期限の商品を、1週間後でも食べられるのになぜ消費期限を伸ばさないのかというクレームを1時間弱ほど受けた。「安全にお召し上がりができる期限です。期限後に召し上がられて健康被害が起こった場合保障できません」とお伝えしても、ご納得いただけなかった。
- ・自身の勘違いが原因の異物混入のクレームで、自社の製品でそのようなことは有り得ないと説明したところ、私のせいだと言うのか、あなたの対応が気に入らないから保健所へ届けることにしたから恨むなよと脅迫に近い言葉を受けた。
- ・商品の入れ忘れのクレームが発生。その後、返金対応するも、対応者がアルバイトであったことに対して再クレーム、謝罪しおわびするもその後、メールにて相手側から長文のメールが何日も送られてくる。「店舗の従業員、店長を変えろ」など、脅迫まがいのクレームが続いた。
- ・店内で「まずいパン」と大きい声で繰り返し言う。(電話しながら、売場で連呼する時があった)
- ・レジ袋の有料に納得されず、購入されたパンをちぎって投げつけられた。

《外食（レストラン）》

- ・食べ放題を注文していないお客様が、食べ放題の商品を取っていたので店長が注意したところ、後日来店され、恥をかけたから謝れ、もう二度と来店しないし知人にも利用しないように言うと言われた。
- ・お客様より、店舗を利用し家に帰ったらお腹を壊したと申し出あり。マニュアル通り、まず病院での受診を勧めた。もしも我が社での食事が原因と因果関係が認められたら、きちんと対応する旨を伝えた。翌日の結果では、因果関係は認められなかったがお腹を壊したのは事実だからと食事代の全額返金と病院の受診料をよこせと営業中に来店され詰め寄られた。時折大声を出したり、テーブルを蹴飛ばす等あった。
- ・お酒を飲んでかなりうるさかった(まわりのお客様も嫌な顔してた)ので、もう少し静かにしてもらえるようお願いしたところ、「何？帰れってこと、こっちは金払って来てやっている客なんだけど、お前何様だよ」と大声をあげられた。
- ・外国人従業員の接客について、少し対応が遅れたり、言葉が通じないことに対して、しつこくクレームを言われ続けた。
- ・毎回ひと手間掛かるオーダーの組み合わせでご注文をされるお客様が、「いつも私の注文だけすぐ出てこない、私にもうこの店に来て欲しくないでしょ！違うか！」と詰め寄せられ、店内で大声をあげられた。
- ・クレジットカードを使えないことに対する不満。今時使えないなんてあり得ない。としつこく食い下がってきた
- ・支払いの際、現金しか使えないと伝えると、急に怒鳴り出した。使えないなら最初に言えと、理不尽な事を言われた
- ・若い酔っ払い1人客、入口が2ヶ所あるが、喫煙希望だったが満席だったので、同時に別入口から来た禁煙席希望のお客様を先に断ってからご案内したが、説明しても納得されずに入口で怒り始めた。
- ・ライスのグラム数が数グラム違うと言われ、長々と説教をされ、全商品をキャンセルし、他店に行くから行く間に同じオーダーを注文しろと要求された。
- ・1月の寒い中、半袖の制服のまま駐車場で、二時間クレーム対応で拘束された。

## 《居酒屋》

- ◆コロナ禍で、酔っているお客様からの申し出に対し謝罪したが、マスクを取って謝れと、マスクをとっているお客さまに至近距離で大声を要求された。
- ◆都道府県の要請に基づき、アルコールの提供時間を伝えるも理解してもらえず、そのほかのことも含め閉店までクレームを受けた
- ◆マスクを外したまま会計にきて、コロナだといってそのまま退店
- ◆大学生のアルバイトが空いたお皿を下げようと近づくなり、近寄るな??あなたみたいな人がコロナの感染を拡げるんだよ??と罵倒されそのまま5分程説教が続いた。
- ◆コロナ対策のマスク着用のお願いについて態度が高圧的など一方的に否定意見を言われた
- ◆このコロナ禍に一度口に入れた料理をおしぼりに吐き出し、そのおしぼりを下げろと強要し更には「はい、コロナコロナ」と発言
  - ・お客さんが多い時間帯に酔っ払っているおじさんがテーブル席に座ったばかりなのに、注文が遅いんだけどどうなってんのなど、どうにもできないようなことを言ってきて、ひたすらに謝っていたが、大きい声を出された。
  - ・ボトルキープサービスの期限延長を強要。
  - ・泥酔状態で来店され、テイクアウトをご注文されたお客様が出来上がり時間より早く再来店され「まだ出来てないのか!!」と怒鳴りつけるような感じで言われ、その後責任者に対応してもらっていたが、店内中に聞こえるように恫喝まがいな発言をされた。
  - ・必要以上の大声でクレームを言う。会計でお金を投げて寄越す（これは割合多い）。大学生のバイトは、ぞんざいな言い方をされる。使えないクーポンを何とか使おうとしてごねる。
  - ・禁煙にも関わらず煙草を客席で吸うので注意したところ、話をすり替えて店が悪いように言い掛かりをつけ、入れ墨を見せつけ大声を出し威嚇をしてきた。

## 《ケータリング・弁当販売》

- ◆感染防止策として、惣菜のトング使用が禁止になり、パック販売になった。お客さまは今まで好きな量を購入できたが、今はできない。そのことについての一方的な文句と、オレはコロナ怖くない、と退店までくりかえり言い続けられた
  - ・店舗内の設備にぶつかりメガネを破損、修理の期間仕事ができなかったので、その保証をして欲しいと要求。

## 《インフラサービス》

- ・当社のサービスについて、契約内容を理解していない方が、過剰な要求をしたり、クレームをつけて来る。
- ・不払閉栓現場での支払い拒否および、閉栓作業の拒否（ガス）

## 《ショッピングモール》

- ◆都道府県の要請に基づき、営業時間の短縮をおこなったが勝手に短縮するなど2時間以上クレームを受けた
- ◆入店時にマスクを着用していないお客は入店拒否しろと要求され、陽性患者がでたら裁判沙汰にすると威圧的な態度の申し出があった
- ◆感染拡大防止策として、フードコートの椅子を間引きしたことに対して、喫煙室の利用を中止したことに対して、長時間お叱りの電話を繰り返し受けた。

### 《ファイナンス・クレジット》

- ・閉店後来店。閉店しており受付不可案内したところ激高され、怒鳴り続ける状況。警備員呼ぶもさらに激高。警察を呼ぶ事態となった。
- ・10年以上前にカード発行も直近カード未稼働による更新停止、解約。その後のカード再発行手続きの執拗な要求。
- ・顧客の紛失したクレジットカードの再発行を希望。再発行には審査があるため2~3週間かかるがどうしてもその前に使いたいから早くやれと要求される。当方として特別対応できないためお断りする。結局顧客の希望するギリギリ当日にカードは届いたが不在のため受け取れず、不在通知が来ていないと郵便局で暴れていたところ、当行に郵便局から電話があり対応。最後は訴えてやると主張だったが、最初から説明している通りと念を押し終了。最初から最後まで合計3~4日対応のため日を要した。

### 《ホテル・レジャー》

- ◆コロナで月会費の対応についてお叱りお受け、怒鳴られ暴言お受けました
- ◆コロナの影響でマスクの着用をお願いしたお客様が一向にマスクをせずに暴言、食べていたお菓子を散らかす、机を叩く等の行為を繰り返えされた。
- ・キャストの案内不足や天候等の不測の事態もあり、ホテルを楽しめなかった等の苦情から宿泊予約や+αのサービスを強要された。
- ・販売していないプランの予約を希望し、こちらが不可能と説明して理解してもらえぬ迄時間がかかった。

### 《パチンコ》

- ◆来店するも遊技はせずに、休業要請を強く言われた。店内に唾を吐いて帰るなど嫌がらせが発生
- ◆コロナ対策として窓を開けての営業中、お盆休み連休はじめの夕方に男性が1人来店され、店に入るなり窓が開いているのを見て「暑い！クーラーつけろや！」と怒鳴られた。おそろおそろ「クーラーはついてるんですが、窓があいておりますので…」と言いかけたところで、「窓しめろや！！」とまた怒鳴られた。
- ・負けが続いた時に、暴言や威圧的な態度を繰り返す
- ・トイレの便器の中にトイレットペーパーが投げ込まれていたり、便があちらこちらに塗りつけてあった事がある（負けた腹いせ？）

### 《介護従事者》

- ・サービス外の対応を求められ、「あの人はやったのにやらないのか？」と理不尽に怒られる。
- ・介護中、オムツ交換中に、叩かれたり、つねられたり、足蹴りなど傷がのこった。

### 《病院受付》

- ◆飲酒をされたお客様が、『濃厚接触者』だと飛び込みで来院。マニュアル通り対応し、医師の判断も仰ぎ、保健所に相談してくださいと申し帰宅を促したが、翌日も容体が回復しないと来院。再度同じように保健所に連絡をと伝えようと、電話禁止区域の院内でTELを始めたため、お外でと申すと、激高し、看護師、総務課の従業員複数名で対応するも、収まらず最後は警察を呼び終息した。
- ◆コロナ禍、入院患者のお見舞いに来て、面会禁止と説明したが、それはわかっているんだ、ばか！と暴言を吐かれたこと。
- ◆病院での診察では感染リスクがある、オンライン診療に変えろというクレーム
- ◆入館時、検温、アルコール消毒の協力依頼をするも、熱はない、マスクはしたくないと入り口で大声
- ◆コロナの対策の為、マスクの未着用の付き添いの方に、マスクの着用をお願いするも、「法律ではない??」

など暴言を浴びせられました。

- ◆マスクをしないで病院に来られたため、マスク着用をお願いしたところ、「コロナコロナうるせーなー！」とお怒り。早めに診察を受けていただいた。
- ◆病院窓口にて、患者がマスクを手に入らない（買えない）と怒鳴りこんできた。
  - ・保険証を忘れた方に自費の説明をした時、大きな病院にきているのに、診療所などはそんなことないとか言われたりする。保険証を何ヶ月も確認できていなかったのが自費になると説明しても納得されず、説明に時間がかかり、他の方の対応ができなくなった。
  - ・保険証を持参していなかったのが、10割負担になる旨をご案内したら、「こちらは医師から言われて診察と検査に来ているんだから、10割になるなら検査なんかしなかった。金は払わない。交通費もよこせ」と大声と威圧的な態度で口撃された。
  - ・相手の要求にひたすら傾聴することにより業務が滞ることがしばしばあった。相手の要求が一方的すぎてストレスとなった。消費者の権利としてなのか強気な態度を取る人が多い。
  - ・病室への案内をしないで欲しいという患者に会いに来た見舞い客に対して、案内をお断りしたところ大きな声を出された。

---

## 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ゼンセン調査

－ 2020年10月発行 －

全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟

〒102-8273 東京都千代田区九段南4-8-16 TEL 03-3288-3734

---