

## スーパーマーケット業界におけるカスタマーハラスメントの実態及び対応事例について

2021年3月23日

一般社団法人 全国スーパーマーケット協会

### 【スーパーマーケット業界におけるカスタマーハラスメント】

商品やサービスに対して不満のある消費者が、店舗に責任ある対応を求める内容を社会通念に照らして著しく不相当であるクレームを指します。

消費者の意見は、サービス向上させるための有益な情報であり、現場では誠意ある対応をしていくのが基本的な姿勢です。

しかしながら、日常的に店舗で消費者から謝罪要求を受けるようになってきました。消費者からの不当な要求は、日常の仕事に支障を生み、スーパーマーケットの労働者に大きなストレスを与える事例があります。

スーパーマーケットは、消費者の行動は常に正しいとの認識で消費者からの意見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。そしてそのことがカスタマーハラスメントの消費者を助長させ悪影響を及ぼしています。そのことから起因していると考えられる退職者の増加や働く仕事として敬遠される傾向があります。

### 【カスタマーハラスメントの傾向】

スーパーマーケット業界におけるカスタマーハラスメントの特徴は、社会階層の高い方に多くみられます。自尊心が強く、完全主義的な傾向があり「社長を呼べ」などの無理な要求をすることが多くなってきています。また、日常のストレスをスーパーマーケットの従業員に向けて発散するいいがかり的なクレームや大きな声で威嚇するような行為もあります。

### 【カスタマーハラスメントの例】

#### 1. 「担当者の態度が悪い。クビにしろと要求」

鮮魚売り場で「焼き魚用があるか」との問いに、「鍋用でも焼き魚用になります」と答えたが、その接客態度が横柄と取られて苦情となった。売場責任者がお詫びして「担当者を再教育します」と説明したが、従業員の解雇を要求してきた。

#### 2. 「謝罪文書を出せ」

男性客がクレジットカードの申込をして、指定された時間にカードを取りに来たが、手続き漏れで作成されていなかった。再度手続きをしてカードを発行したが「仕事の

仕方がいい加減だ」と怒り、謝罪と原因説明の文書をだせと要求された。

### 3. 「新聞に謝罪の社告をだせ」

食品を購入したお客様からの指摘で、価格が誤って表示されていることがわかった。お詫びをして差額を返金したが、「悪徳商法をしているのか。高く買わされた人がたくさんいるはずだ、きちんと世間に謝罪すべきだ。新聞に社告を出せ」と要求してきた。

### 4. 「商品にカビ、従業員を長時間拘束」

商品にカビが生えていると申し出に、お詫びしてご返金を申し出るも、その後店長と担当者がお詫びに自宅を訪れたが、納得せず5時間にわたり立ちっぱなしにさせ、拘束した。

代表的な例を挙げましたが、現場ではこの他にも多くのカスタマーハラスメントが起こっており、従業員が過剰な対応をしいられています。

## 【企業の対応】

カスタマーハラスメントの対応は企業ごとに大きく違いがあります。一定のレベルを超えると悪質として毅然と対応している企業もあれば、お客様至上主義の中で「納得いくまで対応する」と基準をもうけている企業もあります。企業ごとの対応の格差は、悪質なカスタマーハラスメントをはびこらせることにもなりかねず、スーパーマーケット産業全体で毅然とした対応が求められ、対応の最低基準の標準化が必要であり、業界全体で認識を一つにする必要があります。また、スーパーマーケットの販売責任、製造者責任はあるものの「消費者の選択した責任」については強く保護されていて、責任が偏っていることの是正も必要と考えています。

## 【企業の対応例】

カスタマーハラスメントの対応方針の明確化の事例

1. クレームには誠意をもって対応するが、一定時間を超える場合は、上司に直ちに対応者を変更してお引き取りを願います。
2. 繰り返し電話等の問い合わせや不条理な要求は、3回以上のときに対応できない旨を伝えます。通話を録音している旨を伝えます。
3. 威嚇、脅迫をして従業員を怖がらせる、危害をおわせる行為は、中止を求め、警察に通報します。

企業が対応基準を明確にすることで従業員のメンタルヘルスに好影響をあたえ、ストレス要因が減ることで離職率の減少や募集人数の確保につながる事例が報告されています。

UA ゼンセン流通部門と「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」を共有して、カスタマーハラスメントの対策チェックリストを企業に推奨しています。

### 【一般社団法人 全国スーパーマーケット協会 概要】

1958年 日本セルフ・サービス協会として設立

スーパーマーケット企業の健全な発展と普及を図ること、産業界におけるスーパーマーケット業界の位置づけを確かなものとするを目的としています。

スーパーマーケット会員301社(2021年3月8日現在)

賛助会員(メーカー、商社、卸)998社

2018年 一般社団法人全国スーパーマーケット協会に変更

### 【事業内容】

スーパーマーケット検定(厚生労働省職業能力基準準拠)

ベーシック・マネジャー・バイヤー

チェッカー技能、食品表示管理士、

酒類販売管理研修(国税庁)

スーパーマーケット・トレードショー(展示会)

スーパーマーケット年次統計調査、月次統計発表

機関紙、HP、FB、ツイッターでの情報発信