

# 団体ヒアリングの概要

- 対象団体：日本菓子BB協会／オール日本スーパーマーケット協会／（一社）全国介護事業者連盟／（公社）全国消費生活相談員協会／（公社）全国学習塾協会／（公社）全日本不動産協会／（一社）日本フランチャイズチェーン協会
- ヒアリング期間：令和6年11月から令和7年1月にかけて実施
- ヒアリング内容：カスタマーハラスメントの現状・認識、対応方法、都に期待することなど

# 団体ヒアリングの概要①

## 【主な意見】

- (商品に瑕疵があった場合) **過剰な金銭・代品対応**は控える。同業種の**他の企業にも影響**が出る。
  - **お客様対応者のスキルアップ**や**判断の正確さの向上**も重要。
  - **従業員を守る工夫**として、名刺に**個人アドレス**や**携帯電話番号**を入れない。氏名を名乗る際は**ワーキングネーム**を使用する場合もある。
  - **難苦情の場合**は**ヘルプサイン**も大切。電話対応であれば、**手を挙げる**、**カードを出す**、**パトランプ**など。その他にも**15分経ったら声掛け**、**30分経ったら代わる**などの**ルール作り**が必要になる。
  - カスハラ**の判断ができる管理者を置く**ことが**組織の中では重要**になる。
  - **難苦情の場合**は**弁護士**や**警察等**の**専門機関に相談**することをお勧めする。
- 
- **会員制**により**顧客層を限定**しているため、**構造的にカスハラが起こりにくい**。
  - 保護者からの**執拗な要求**で講師の**就業環境が害される**ケースは**稀**である。講師が**カスハラで退職**する事例は**あまり聞かない**。
  - 首都圏では**中学受験**が**過熱気味**であり**過熱層によるカスハラ**はあるかもしれない。
  - 業界を対象とした個別の法律はないため、**全て契約書に基づき対応**しており、**公序良俗**に触れる内容は**誓約書で事前にカバー**している。**録音**や**防犯カメラ**で**裏を取った上で対応**できている。
  - 性犯罪対策で**防犯カメラ**を設置していることが多い。例えば、**保護者が講師を2~3時間拘束**している様子を録画していれば**カスハラ**の**証拠になる可能性**はある。抑止というより**事務局の防衛手段**として生かせる。
  - 保護者からの**理不尽な指摘**も少ない。激しく言われることもあるが、**傾聴に徹して早期解決**につなげていく。これは**通常のクレーム対応**であり、**就業環境を害する**まで発展することは**あまりない**。
- 
- **業界**ではカスハラとセットで**認知症と精神疾患**がある。**線引き・対処が難しい**。
  - **認知症**や**精神疾患**による行為では**終了とはしない**。ただし、**暴行はサービスを終了**する。
  - **セクハラ**が最も深刻。若いスタッフは**驚いて泣いてしまう**こともあり、**辞めてしまうスタッフも一定数**いる。
  - **家族からのクレーム**もある。**ヘルパー**や**スタッフ**を信用してもらえないことも多い。
  - **セクハラ**は**報告しづらい可能性**がある。現場が**利用者の自宅**のため、**第三者の判定ができない**特性がある。**対応したくない利用者**を**意図的に報告**する**可能性**もあるので、**事実関係の確認が難しい**。
  - **同意がない状況下**の**録音・録画**は、**プライバシーに関わるため難しい**。黙って**録音・録画はできない**。
  - カスハラ対策では**社会全体の機運醸成**を望んでいる。**過度な行為**は**サービスを終了**することも可能だが、**顧客を手放す**ことにも直結するため**簡単ではない**。
  - 行政には**エンドユーザーへの周知**をお願いしたい。頻繁にある**法改正の説明**も**事業所側の負担**が大きい。

## 団体ヒアリングの概要②

### 【主な意見】

- 暴力・暴言は断じて許されないが、どの段階で過剰要求とするのか、線引きは大切だが難しい。
  - 高齢者は加齢等の影響で、自然に声が大きくなることもある。世代間のギャップ等から、従業員の対応に対して感情が高ぶることも。
  - 不当要求をしてくる人は他にも問題を抱えていることがある。
  - 消費者の立場を踏まえ、特性に応じた顧客対応の改善の余地はある。例えば、「規約に書いてある」という応えに対して「書いてあるのに理解できないのか」と聞こえ、馬鹿にされたと激高することがある。規約の文言がよく分からない人、規約に納得いかないから聞いている人もいる。
  - 誠意をもって寄り添ったかという観点が重要。従業員の接客スキルをしっかり身につけさせ、顧客に寄り添う対応をすべき。
  - 回数や時間等の数字のみで判断しても適切な説明ができていたかは分からない。「回数」の区切りも慎重に検討すべき。高齢者等は繰り返しの苦情も仕方ないことがある。多様なケースを考慮しつつ、内規的な位置付けで、ある程度の目安を設けていく考えが良い。
  - 事業者が説明を尽くして適切な対応を行っていることが前提で、その上で社会通念から逸脱した行為等があればカスハラとなる。毅然とした対応をとるためには「きちんと対応した」記録を残して組織で対応していく姿勢が重要。録音する場合は、その旨を告げること。
  - 情報の質・量、交渉力において事業者よりも弱い立場の消費者によるハラスメント行為は、消費者の権利とのバランスが大切で慎重な対策が必要。消費者への説明力があって初めてカスハラへの毅然とした対応が可能。まず、事業者が対応力の向上を図っていく必要がある。
  - 事業者側の人も、ある時には消費者であり、各人が消費者としての当事者意識をもって取り組んでほしい。
- 
- 従業員が正当なクレームへの対応を間違えた結果、難クレームにしてしまうこともある。基本的に7割は正当なクレーム。
  - 現場任せ、店長の判断任せがまだまだ多い。都や国の指導でカスハラ対策を行っているとなれば非常にやりやすくなる。
  - カスハラの実態、3回同一の架電は切っているなど、都の基準が欲しい。目安でも拠り所にできると事業者はとても助かる。
  - 「SNSに氏名・家族の情報を上げる」との脅しもある。地域に住むパート従業員が多く、素性を把握される怖さもある。
  - クレーム対応する従業員の人件費と比較すると少額の弁償で解決したいと考える事業者もいる。
  - 自社だけで情報発信やカスハラ対応までカバーすることは厳しい。官公庁のクレジットがパンフレットにあることも効果的。
  - 事業者ごとに温度差がある。退職者の減少・応募増加等の効果が見えると、やった方がいい等の合理性を見いだせる。

## 団体ヒアリングの概要③

### 【主な意見】

- 協会で実施した調査によると「電話」「入居後」「来店時」のカスハラが多い。電話が最多。
  - 「警察・弁護士」への相談もみられる。弁護士との連携は他業種と比較して多いかもしれない。
  - 協会のマニュアルで電話対応を打ち切る目安時間は30分程度として提示。
  - 業界特有の事情として取引関係が長く続くものが多い。また、生活に密接に関係するものを扱っている性質から、時間帯を問わず連絡が来ることもある。緊急性に応じて対応を判断している。
  - 各店舗規模が大きいと単独行動が多い。複数人での対応や閉鎖的な環境でのカスハラへの対応に課題がある。
  - 警察に通報した例はある。ただし、通報による逆恨みや、相談しても対応してもらえないなど、消極的になる例も聞いている。
  - 調査では、録音・録画設備を導入している事例も多い。録音対象は電話のやり取りが主と考えられる。
  - SNSでの誹謗中傷も多い。削除要請がうまくいかないため対応に苦慮している。
  - 東京都で相談窓口を設置してもらえると業界団体として紹介できるので心強い。
  - 業界として人を代えた対応、複数人での対応が難しいため、有効な代替案を提示してもらえるとよい。
  - カスハラ対応で録音を是とする行政や社会の後押しがほしい。
- 
- 協会では、厚生労働省「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」等を参考に「JFAカスタマーハラスメント対応ガイドライン」を作成。また、「カスタマーハラスメント防止ポスター」も作成。
  - 「動画撮影の禁止」の取扱いは苦勞。商品紹介等のポジティブな動画撮影までは禁止できない実情もある。
  - カスハラも統一的な線引きが難しい。例えば、「地声が大きい人」はどうするか、「長時間理路整然と落ち着いて話す人」はどうするかなど、一括りにしづらい。「長時間」や「繰り返し」は判断が難しい。
  - 対応のエスカレーションは、従業員はオーナーに相談し、次にオーナーから本部に相談し、最終的に本部対応の域を超える際は警察等に通報という流れが基本だと思う。
  - 警察への通報の判断が難しいと思う。
  - 協会では対応を打ち切る時間の目安は定めていない。各店舗等の判断になると思う。
  - 東京都の相談窓口の設置は、根本解決ができるならば歓迎。しかし、窓口で埒が明かないと判断した客は、結局は元の事業者にかけてくることになると思う。
  - 各自治体のカスハラ条例の内容が異なると、全国規模で展開する会員企業は、対応が困難になると思う。