



2024年6月19日
日本労働弁護団主催
「お客様は神様じゃない～カスタマーハラスメント
防止の法制化を求めるシンポジウム～」

U A ゼンセンの取り組み報告



UAゼンセン

政策政治局 松浦勝治

カスタマーハラスメント対策の取り組み経緯

	UAゼンセン、連合・他産別	政府の動き
2015年	省庁と意見交換	(2004年)機内迷惑行為防止法
2016年	産別情報交換会	
2017年	初の調査、ガイドライン作成	職場のパワーハラスメント防止対策検討会
2018年	労働条件闘争にカスハラ対策を追加、100万人署名、大臣要請	労働政策審議会
2019年	啓発用の動画作成	改正労働施策総合推進法成立
2020年	2回目の調査、ガイドライン改定 国会報告会	改正労働施策総合推進法施行
2021年	自治労、交運労協が調査	関係省庁連絡会議
2022年	産別情報交換会 連合がカスハラ調査・シンポジウム 航空連合が調査	厚労省が企業マニュアル作成 薬機法施行規則・QA改正(薬剤師等の名札不要)
2023年	都道府県支部による自治体への要請	機内「撮影罪」施行 精神障害の労災認定基準の見直し 道路運送法施行規則等の改正(乗務員氏名掲示の廃止) 旅館業法の改正(宿泊拒否できる事由を追加)
2024年	3回目の調査、国会報告会	雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会

UAゼンセン 2024労働条件闘争方針(職場のハラスメント対策を抜粋)

以下の7点を含めた企業としてのトータルな対策を実施するよう労使協議を行う。

- ① 企業トップによる社内外へのメッセージの発信
- ② 会社の方針の明確化と社内周知
 - a. 顧客や取引先からの迷惑行為に対する対応方針の明確化
 - b. ガイドラインや行動マニュアル、ポスターなどの配布・掲示
 - c. 管理職研修・従業員研修の定期的な実施
- ③ 労働協約や就業規則など社内規定への明記
 - a. 行為者への対処方針の明確化
 - b. 不利益取扱い禁止の明確化
- ④ 相談窓口や対応責任者の選任、外部専門機関との連携など相談体制の整備
- ⑤ ハラスメント事案対応のルール化と体制整備
 - a. プライバシー保護のためのルール化と対応マニュアルの作成
- ⑥ 従業員アンケートなどによるハラスメントの実態把握
- ⑦ ハラスメントの要因を解消する取り組みの推進
 - a. 定期的な面談やコミュニケーションスキル向上のための取り組み
 - b. 適正な業務目標の設定と業務体制の整備

取組内容	具体例
事態把握	<ul style="list-style-type: none"> ・組合員実態調査を実施し、解決に向けて労使協議を実施
相談窓口の設置	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様相談室で対応、店舗だけで悩まず随時相談対応 ・産業カウンセラーを設け、メンタルヘルス相談窓口の設置
労使協定締結	<ul style="list-style-type: none"> ・カスタマーハラスメント防止の労使協定
ガイドライン・マニュアルの策定	<ul style="list-style-type: none"> ・カスタマーハラスメント対策ガイドラインの策定 ・悪質クレームに特化した「クレーム対応マニュアル」の作成
ポスターの作成	<ul style="list-style-type: none"> ・啓発ポスターを店内に掲示
教育研修の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・悪質クレーム対応WEBセミナーの実施 ・管理職教育、クレームが発生しないよう接客教育の実施 ・従業員すべてにコンプライアンス遵守の教育を実施
労使委員会の設置	<ul style="list-style-type: none"> ・労使委員会の中で定期的な協議
トップメッセージの発信	<ul style="list-style-type: none"> ・トップメッセージ「ハラスメントは許しません!」の発信

1. 調査目的 職場で起こっているカスタマーハラスメントの実態について調査し

- ①従業員の安心・安全な職場環境に構築に向けた法制化などの具体的な成果につなげる
- ②コロナ後のカスタマーハラスメントの実態をつまびらかにし、世論喚起につなげる
- ③カスタマーハラスメント対策に向けた各所属組合の労使議論の推進につなげる

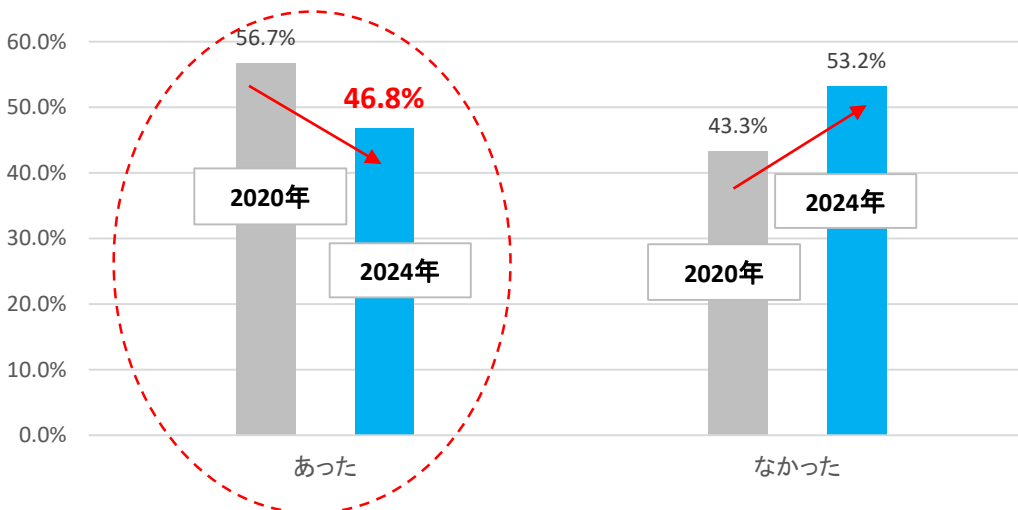
2. 調査対象 サービス業に従事しているUAゼンセン所属組合員

3. 調査期間 2024年1月18日～3月18日

4. 回答組合数 184組合 回答件数 33,133件

◇あなたは直近2年以内で迷惑行為被害にあったことがありますか。

		あった	なかった
2020年	割合	56.7%	43.3%
	件数	15,256	11,648
2024年	割合	46.8%	53.2%
	件数	15,508	17,625



カスタマーハラスメント被害にあった方の割合は46.8%であり、2020年と比すと減少する結果となっており、この間の社会喚起や企業の取り組みの成果と推測できる。

- ◇「最も印象に残っている顧客からの迷惑行為」は「暴言」(39.8%/6,170件)が最多。「威嚇・脅迫」(14.7%/2,281件)、「何回も同じ内容を繰り返すクレーム」(13.8%/2,140件)、「長時間拘束」(11.1%/1,723件)、「権威的(説教)態度」(10.2%/1,583件)と続く。
- ◇「迷惑行為をしていた顧客の性別」は男性70.6%、女性27.1%となった(無回答2.3%)。
- ◇「迷惑行為のきっかけとなった具体的な理由」は「顧客の不満のはけ口・嫌がらせ」が26.7%で最多。その他、「接客やサービス提供のミス」(19.3%)、「分からない」(17.3%)、「消費者の勘違い」(15.1%)などの割合が高い。
- ◇「迷惑行為における顧客からの要求として最も近いと思われるもの」は「不手際などに関する謝罪の要求」(29.2%)、「商品取り換え・再サービスを要求」(16.3%)、「上司・上長による謝罪の要求」(15.1%)などが上げられる。
- ◇「企業で実施されている迷惑行為への対策」は「とくに対策はなされていない」が42.2%で最多。「マニュアルの整備」(28.6%)や「専門部署の設置」(23.4%)、「迷惑行為対策への教育」(21.0%)などが続く。
- ◇「直近2年以内で迷惑行為は増えていると感じるか」は33.7%が「増えている」と回答。「減っている」は6.7%。「変わらない」は34.7%、「分からない」は24.9%。

【時間拘束型】

- 従業員の伝達ミスでこちら側にも非はあるが、ミスにつけ込み無理難題を要求。その場は社員と副店長が対応を代わり、**自らは一度帰宅したにも関わらず夜9時に呼び出され1時間半拘束された。また、社員と副店長は夜中12時まで拘束された。**

【暴言型】

- **「女のくせに」と暴言を吐かれ、後日本刀を持って再来店され、非常に恐怖を覚えた。**

【暴力型】

- セルフレジで会計が終わっていないのに帰ろうとしたので声をかけたら、**クレジットカードを投げつけられ、「何様のつもりだ」と暴言を吐かれた。**
- 店舗売場へ自転車で乗り入れられ注意した所、**自転車を倒して足にぶつけられ、暴言を吐かれた。**

【威嚇・脅迫型】

- 鍋具材を購入したお客様から不良品連絡が入り、料理をしていた際に作っていた鍋料理が台無しになったため、同じ鍋で調理していた具材を全て返金するよう要求される。そこまでの対応はできない旨を伝えたが、納得されないため、お客様宅へ不良品の交換へ行った。その際、交換商品はすでに排水溝に捨ててあり、**「具材に問題ないから食べてみろ」と言われ水切りネットから取り出し食べて問題ないことを証明させられた。**

【権威型】

- 不足薬があることを伝えても「時間がないから今すぐやれ」と理解してもらえず、**「今日が無理なら明日の朝すぐ届けろ」と命令し、断るも待合室で暴言を吐き続けられた。**

【SNS/インターネット上での誹謗中傷型】

- お酒を飲んで騒いでいるお客様に「他のお客様がいらっしゃるので、少しお声を下げて頂いてよろしいですか？」とお伝えしたところ、執拗に何度も呼ばれ、謝罪しろと言われ、動画を撮られた。警察を呼んで対応したが、全く心当たりのない酷い中傷をGoogleに掲載された。

- ・北海道 議会の会派が中心となり、条例制定を検討
- ・札幌市 啓発ポスターの作成等
- ・秋田県 多様性に満ちた社会づくり基本条例(2022年4月施行)
- ・東京都 相談窓口、専門家派遣、条例制定を検討
- ・愛知県 条例制定を検討
- ・三重県 条例制定を検討
- ・岡山市 消費者教育推進計画
- ・高知県 啓発ポスターの作成

など

- ・カスハラは許されないという社会的な意識醸成に向けた周知、啓発活動の推進
- ・正しいクレームの仕方を習得し、無自覚にカスハラの加害者とならない消費者教育の推進
- ・カスハラ被害を防止し適切に対応する体制整備（対応マニュアルの策定、教育・研修、相談窓口など）を事業主に義務づける法整備
- ・ILO第190号条約の批准をめざし、あらゆるハラスメントを禁止する法整備

ご清聴ありがとうございました。

サービスを提供する側・受ける
側がともに尊重される社会づく
りのために

ともに頑張りましょう。