

「ASCON 特別講演会」アンケートまとめ



日 付:2020年1月23日(木)
参加人数:81名(うち講演者・運営委員は11名)
場 所:市ヶ谷健保会館

*たくさんのご回答をいただき、ありがとうございました。
次の対話につなげていきたいと思いをします！*

1 講演1 「消費者庁設立10年に寄せて」を聴いて気づいたこと、感想等
・消費者庁設立の経緯が理解できた。
・消費者庁の設立された経緯や教育の歴史との関係など興味深く お話をうかがいました。
・我々はそのような職業・職位にいても「一般消費者」です。それを取って客観的な視点で理解し、課題を抽出・優先付けするのは大変だったろうと感じました。
・消費者の権利から消費者の責任まで、企業と消費者、行政の関わりが大きく変化する中で、阿南さんをはじめ、リーダーのご努力をあらためて認識することができた。
・これからの日本は本当の意味で横串を差したつながりを消費者保護の為、行政・事業者・消費者団体が協力していかなければならないのだと強く感じた。縦割社会、企業内も縦割組織ではなくコミュニケーションを密にし、連携していくことが良い社会の構築につながると強く感じた。
・消費者被害が救済されるべきではあるが、法の反映がしづらい内容だと感じた。社会の格差、孤立 から成るクレマーの増加、この関係性はありそうだ。
・消費者というものに対する施策や消費者への啓もうがごく近年になってから意識されていることを知りました。また、企業・行政・消費者 三者のそれぞれの目線が異なること、よく理解できました。
・消費者と事業者がより密にコミュニケーションを行い、お互いに責任を意識し改善していくことが重要だと再認識できました。
・普段と異なる視点、消費者団体の視点からお話を聞くことができ、勉強になった。家庭科教育を受けていない世代、今まで働いてきてプライドが高い方が、現在の様々なトラブルを生み出している関連性が興味深かった。
・現在の消費者、特に高齢者男性の特性が分かり、参考になりました。
・歴史的な部分は非常に興味深く拝聴いたしました。また阿南様が現場主義をつらぬかれ、答えが現場にあることをつかみ活動されていたことに感銘を受けました。
・振り返りが中心だった。
・格差についてあらためて考える機会になった。
・阿南さんの行ってきたこと、今の消費者庁に対する思いを聞くことができよかった。
・企業が正常な位置になったと感じています。
・消費者の権利を形にするためのアプローチの10年だったんだなと思いました。私は食品表示を担当しているので、食品表示基準により、これまでバラバラだった法律がまとまったり、景表法で不実証への規制ができたり、激動でした。この次は消費者教育と情報提供ができる事業者を目指します。
・消費者庁の歴史がよく理解できました。又、消費者の5つの責任について、今まで意識しておりませんでした。勉強になりました。
・消費者と事業者、行政の協働の観点は非常に重要だと感じた。
・消費者庁の組織活性化のための工夫。

<ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁発足に至る経緯は理解致しました。2008年のリーマンショック、2009年の政権交代等波乱の時代でした。新組織はそうした背景があつての事情だったと思います。
<ul style="list-style-type: none"> ・スライド3 消費者庁職員の行動指針は、2013年当時としては斬新だったと思う。行政がこのような行動指針を当時つくったことに驚いた。
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の義務についての議論が消費者団体では不十分な感じを受けた。
<ul style="list-style-type: none"> ・設立理念をあらためて確認、共感しました。
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁の設立や関連法制定の意義・目的・経緯がよく理解できた。 ・消費者の5つの責任のうち「社会的関心」について－「商品やサービスを提供する側と受ける側がともに尊重する」という考え方が含まれるのかどうか知りたかった。
<ul style="list-style-type: none"> ・孤立が広がる社会 考えていかなければ高齢社会に対応できない。
<ul style="list-style-type: none"> ・ご自身の体験や想いを踏えて、消費者庁への期待を語っていただいたので良かったと思います。消費者庁が当初の理念に沿ってますます取り組みをすすめてもらいたいと思います。
<ul style="list-style-type: none"> ・大変な時期に長官をされていたんだなあと感じました。職員向けに消費者目線を育てるために数々の施策をされたのは素晴らしいことだと思いました。
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者市民社会を作る上で、消費者庁設立は本当に良かったと感じています。
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者のための行政は保護ではなく自立であるべきだ。
<ul style="list-style-type: none"> ・振り返りをしてみて、難しさがあることが理解できた。
<ul style="list-style-type: none"> ・阿南氏のレビューは消費者庁発足に至る経緯と理念をよくまとめられて大変勉強になりました。
<ul style="list-style-type: none"> ・生活で快適に生活する教育を教科としては受けていないことに気づきました。
<ul style="list-style-type: none"> ・社会の意識、企業の意識改革につながってきていると思います。
<ul style="list-style-type: none"> ・阿南氏の消費者庁の立場での困難だった事など理解できた。
<ul style="list-style-type: none"> ・日本の「教育」の質が全てのクレーム問題の根源だと思いました。(提供する側もされる側も)
<ul style="list-style-type: none"> ・家庭科教育を受けていない年代がこれほど社会生活に適應できていないとは思いませんでした。今の子供は生きる力はあるのでしょうか。
<ul style="list-style-type: none"> ・地方公共団体とのれんげい、充実を一そうはかる必要がある。
<ul style="list-style-type: none"> ・まだ10年なのかと驚きました。

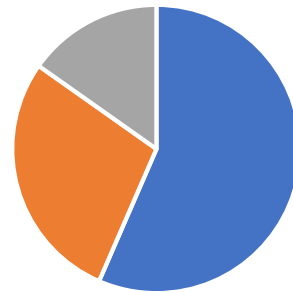
<h2>2 講演2 パネルディスカッション『消費者と企業が一緒に考える』</h2>
<ul style="list-style-type: none"> ・法制化が全てではないが、例えば業界全体としてガイドラインなどでどれだけ規制できるのか
<ul style="list-style-type: none"> ・ほんのごく一部の悪質クレマーを見極めるためには、しっかりと聞きとりすること。また、やはり根本的に、クレームの元になるようなスキを与えないサービス、初期対応が重要かと思います。
<ul style="list-style-type: none"> ・悪質クレマーの定義付けや情報共有を企業と消費者間で密に行なう必要があると思います。まずは受けた悪質クレームを隠さないことが肝要かと。
<ul style="list-style-type: none"> ・クレーム自体の受けとめ方が立場によって大きく異なることがわかった。クレーム、悪質クレームがなぜおこるのか、どうルール化するのかの重要性を理解した。
<ul style="list-style-type: none"> ・企業側がしなければならぬこともあります。やはり消費者側への教育も同時に起こしていかなければいけないと感じた。
<ul style="list-style-type: none"> ・難易度は高いかもしれないが、法律にしなければ抑止はできない。UA ゼンセンさんの動画を見て衝撃を受けたがクレマーには響かないだろう。
<ul style="list-style-type: none"> ・他業種の状況、非常に興味深くうかがいました。状況は違っても対応ややるべき策は同じことも知りました。クレマーになぜ高齢の方が多くのか、本当にじっくり腑に落ちました。
<ul style="list-style-type: none"> ・天野さんのおっしゃっていた通り、顧客満足はまず ES からだと再認識しました。安藤さんが指摘された通り、教育コストの削減を実感しています。

<p>・みなさんのお話に通点が多かった。事実確認の情報の聞きもれ・・・消費者ともっと対話をしよう！ 企業が守るのは従業員・・・働きてのエンゲージメント</p>
<p>・とても興味深く、勉強になりました。</p>
<p>・消費者を育てる啓発活動をするという考えが今までなく、企業が努力しなければと思っていた。社会で動いて改善というのは少し難しいのでは？と感じたが、消費者と企業側それぞれが努力する必要があると思った。</p>
<p>・悪質クレマーにさせない為の対応をもっと会社内で議論する良いきっかけになりそうです。</p>
<p>・前段の行政、消費者権利・責任、菓子 BB 協会の事業者の課題、UA ゼンセンの労働者を守る立場、それぞれ視点の違うもので、これらを合致することは難しいと思うが、重ね合わせていくようなうねりをつくっていくことが大切だと強く感じました。</p>
<p>・悪質クレームへの対応を企業が情報を発信し、消費者と対話する場が必要と考えた。</p>
<p>・最後のまとめのとおり、立場ごとでの対策が必要だと思う。</p>
<p>・会場からのご意見も聞かせていただき、勉強になりました。</p>
<p>・消費者と企業の立場、考えの差がうまっていくことを今後期待しております。</p>
<p>・現代だからこそ起きている問題(フェイク、SNS etc.)への対応がこれからは必要になるなど思いました。それも、消費者教育で少しずつ火消しをしていけたらいい。また、高齢男性もコツコツとご家庭での教育が進むといいと思いました。</p>
<p>・それぞれの立場の意見が聞けて、大変勉強になりました。</p>
<p>・クレームの種類は多岐に渡り、杓子定期的に対応することは非常に難しい。とにかく、初期対応が重要であると感じている。業界として、一致して対応する仕組み作りには賛成。電話の録音も必須だろう。</p>
<p>・業界、団体、単独単一では限界があることを実感できた。教育コストの捻出は現状難しい。</p>
<p>・ハラスメント対策法案の法制化については、指針が決定されたとのこと、安心致しました。第一に大切な事が教育であるという事を再認識しました。格差社会である事は否定できない。情報が行き届かない。大変参考になりました。</p>
<p>・適切なルールづくり 対応マニュアルから経済秩序のルールへ</p>
<p>・日本菓子 bb 協会という業界としての組織があることに驚いた。素晴らしいと思う。</p>
<p>・消費者と企業労組が未だ対立関係にあると感じた。</p>
<p>・お客様として対応しなくてよいルールの整理をして、みなさんに同じ対応をすることが必要だと思いました。</p>
<p>・天野さんのクレームの定義は「クレームは商品・サービスの不具合を見つける作業」という点に感銘を受けた。・初期対応をどうするかが課題であると感じた。悪質クレマーをどうやって見分けるか。 ・クレームに関する情報公開や高齢者への情報共有も重要だと思った。</p>
<p>・悪質クレームの対策は必要。が、アンケートの結果がマスコミに相当とりあげられたこともあり、最近、「クレームじゃないけど」と枕言葉のように言うお客様が増えた。入電(ご指摘)数が年々減少していることを考え合わせると、クレマーではない、聞くべき声をお持ちのお客様も言いつづらくなっているのではないかと懸念はある。</p>
<p>・共感できる部分がたくさんあった。大企業でも同じような悩みがあるという事で安心した。</p>
<p>・格差、コミュニケーション、教育、私達もクレマーになっていないか、改めて課題を気づかせて頂きました。</p>
<p>・パネリストの皆さんが具体的な事例に基づいて発言・提言をされていたので説得力がありました。ありがとうございました。</p>
<p>・ポスターで自分も加害者(クレマー)になるという観点は大切だと思いました。これから気をつけようと思いました。</p>

・お客様からのお問い合わせは、本来ゼロにしていきたい。物づくりにおいて、その声を活かしていきたい。但し、難渋対応は、真摯に対応する時と、毅然とした対応の2つに分かれると思います。
・SNS への対応にルールがほしい。
・法制化に向けてのハードルが高いことを改めて感じた。
・今回クレマー対応を取り上げた理由がもうひとつ説明がなくわからない。
・一定のクレマー判定基準は必要。問い合わせの方のお話を十分聞いてから判断する。
・クレマーという言葉が悪いイメージになりすぎ、消費者の側の心配もよくわかります。問題はお申し出される際のハラスメントかと思います。そう言った意識づけは是非必要かと思います。
・企業の努力不足が指摘されたが、教育をする為の企業としての方針の決定が難しい。
・日本人は「対話」ができない人が多いです。「会話」で終わっている。ここ(対話)ができるには時間がかかるとは思いますが、今からやればよいと思います。
・この議論は大変興味深かった。全てのご意見に納得した。クレームは企業としては対応しなければならないが、ハラスメントは撲滅する必要がある。法整備なのか、社員教育なのか、消費者教育なのかあらゆる方面からの実現が必要。
・業界での対応が必要であり、情報発信、社内教育が重要である。
・社員教育の場がない。OJT だけでは全く心許ない。

3 貴方は、理不尽と思われるクレームを受けたことがありますか

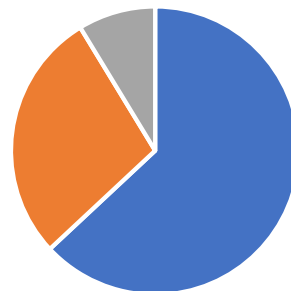
1 複数回ある	26
2 ある	13
3 ない	7



■ 1 複数回ある ■ 2 ある ■ 3 ない

4 貴方は、従業員が、理不尽と思われるクレームを受けたことがありますか

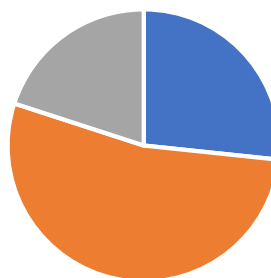
1 複数回ある	29
2 ある	13
3 ない	4



■ 1 複数回ある ■ 2 ある ■ 3 ない

5 貴方は、お店(企業)から非常識で不適切と思われる対応を受けたことがありますか

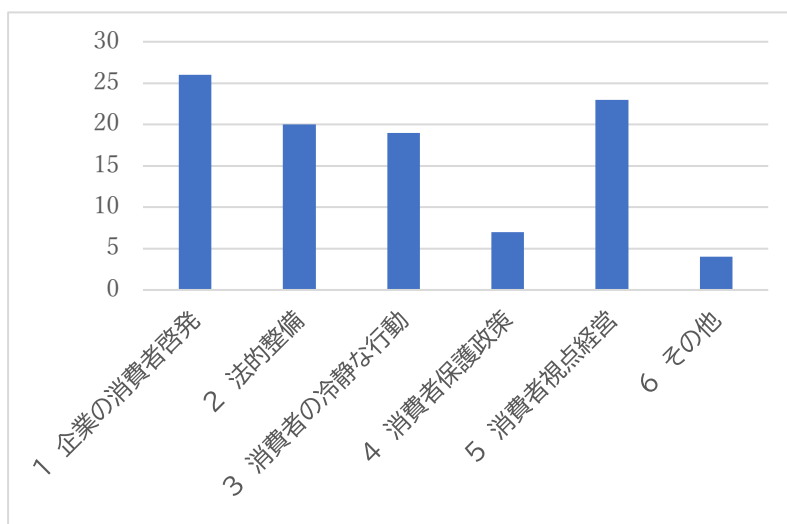
1 複数回ある	12
2 ある	24
3 ない	9



■ 1 複数回ある ■ 2 ある ■ 3 ない

6 消費者と企業がいい関係を築くためには何が必要だと思いますか。(複数回答可)

1 企業の消費者啓発	26
2 法的整備	20
3 消費者の冷静な行動	19
4 消費者保護政策	7
5 消費者視点経営	23
6 その他	4



コメント

- ・消費者教育(悪質クレームは犯罪である事)
- ・イメージしている問題点やその原因や対策を企業側がまず考えること。
- ・企業側であるので、消費者の常識的行動を促す施策が必要だと感じた。
- ・ハラスメントはもはや刑事罰にあたる類のものもある。法整備が必要だと感じた。
- ・消費者・企業が互いの視点を持ってコミュニケーションできるシステム。
- ・企業としては対応者のスキルアップとフォローをこころがける！
- ・消費者団体の立場と企業側の各々の意見を客観的に見ることができ良かった。
- ・企業の負の情報発信と消費者との対話。
- ・企業と消費者の立場が平等になると良いと考えています。
- ・企業と消費者の相互理解。
- ・企業の消費者啓発だと浸透の度合に限界がある。行政、マスコミとの連携が必要だと思う。

・企業側の社員教育の重要性を再認識した次第です。
・取引のルールづくり ○○(判読できず)
・双方のコミュニケーション。
・企業のお客様対応教育とクレーム対応教育、一方で極端のクレームに対する法整備の必要性を感じます。
・「教育」問題と「格差」問題 ⇒ これを解決することが「悪質クレマー」対策となることが良くわかりました。
・悪意ある企業の一掃。だまされるよりだます企業が一番悪い。消費者を守るなら撲滅。
・カスタマーセンターの社員のストレスは、半端じゃない。
・法的整備は国としての「姿勢」を明確化するという意味で、必要と思う。きれいごとではなく、犯罪に近いほどのことで本当に困っている企業・労働者が現実にいるので、法的整備は行い、その中で正統な消費者は排除しない工夫をすれば良い。
・企業による消費者啓発は難しいのではないかと。なぜなら「お客様第一」という考え方が根底にあるからである。したがって、消費者庁や地方行政による啓発の方が効果が高いのではないかと。また、消費者基本法、特に「倫理的消費」の考え方を改正すべきだと思う。
・(法的整備について)適用するケースは結果的に多くないとしても、対応者の心のよりどころとしては必要ではないか。
・企業は企業側、消費者団体は消費者側を啓発すべき。相手を啓発、法整備の提案すると、どうしても意見がぶつかり進まないと思う。
・消費者と企業がそれぞれの役割や機能をしっかり果たすことだと思います。悪質クレームの現場を見たときに消費者が諭すことがあっても良いと思います。
・安衛法(ハラスメント対策)と、(クレームストーカー等も存在しますので、上流の社会制度として、)クレマー防止法(刑事) の両輪が必要と考えます。
・コンピュータ不具合の問題の指摘に対して、担当のメカは正しく理解しているのに窓口や上司は口先のお詫びだけで改善の具体策を示さない。また、パートや窓口に任せて製造現場との連携が不十分なために正しく情報を伝えられないことが 度重なる。(消費者視点経営が必要)
・傾聴、又、初期対応の教育は是非していかなければと思います。スタッフの安心・安全・EC を上げていく体制をつくっていく事が事業者の義務かと。
・やはりお互いの理解だと思う。どちらも関わっているのは「人」。それぞれの人権があり、生活があり、人生がある。お互いの立場をしっかりとコミュニケーションを取り、関係を築いていく必要があると思う。
・①(「企業の消費者啓発」)は積極的にしていくべきだと思うが、企業イメージの両立は難しいと思いました。
・事業、企業と労働者側、消費者側、それぞれの立場からのお話を受け、勉強になりました。高齢者の教育の問題と最近の SNS との向き合い方など、幅広く捉える必要があると感じました。 基本は、「相手が嫌がることをしない」と子供に伝えていますが、そこかな、と思いました。
・企業の対応に格差がなくなり、悪質クレームの成功体験をすることがなくなればクレマーが減るのではないかと思います。
・事実の確認と初動対応。格差社会への変化対応(高齢者)(単身者)。社会正義の苦情対応。 社員教育－組織対応力。

7 ご意見

- ・①クレームについての定義づけを明確にして、業界で対応についてガイドラインを作っていくことの重要性 ②悪質クレームの対策の必要性を感じました。
- ・消費者団体の立場、事業者の立場など、それぞれのご意見やお考えが聞けて大変勉強になりました。企業として何をしていかなければならないのか考えていきます。
- ・企業としてやるべきことを学ぶ機会になりました。社員教育、データ化、業界としての指針作りなどすぐに考えたいことが多く見つかりました。
- ・大変貴重な会に参加させていただき、ありがとうございました。
- ・消費者目線のいい touch point が聞けてよかった。社内に持ち帰り、色々な action や他部署への input をしたいと思った。
- ・大変参考になりました。ありがとうございました。
- ・大変有意義な時間でした。自分自身も考える機会になりました。ありがとうございました。
- ・男性の生活力が弱いことは認めるが、性別で区別することに違和感。男は…と言っても笑いで済むが、「女性は〇〇だ」と言ったら大問題になる。
- ・オリンピック開催に伴って海外からのお客様とのトラブルも今年は増えるのではないかと考えています。その視点から、どう伝えるか、トラブルに備えるか(対策するか)、を勉強(議論)する機会を今後催してくださいと、とてもうれしいです！（アレルゲンも国ごとで異なるので、どう対策しようか、考えています。）”
- ・次回も是非参加したいです。
- ・年齢層による特性の話は興味深かった。
- ・話し合いの場を続けること、この内容を社会に発信していくことが良いと思う。
- ・自らが啓発される大変貴重な機会でした。また是非、開催に向けてご案内戴ける事に期待申し上げます。
- ・クレマー問題が高齢者問題等になりテーマの本質がずれている。
- ・ありがとうございました。勉強になりました。
- ・貴重な機会を提供いただき、ありがとうございました。
- ・消費者への啓発・教育と企業側からの情報発信という双方向コミュニケーションが必要だと思った。外国人対応も重要である。
- ・とても勉強になりました。ありがとうございました。
- ・お客様は神様からお互い様へ。
- ・消費者の教育の「権利」と等しく、「義務」もバランス良く。年齢／性別で分けにくいですが、高齢／男性教育の必要性を感じます。
- ・社員教育と上司・部下、現場と窓口の連携を適切に行う体制を構築すべき。社内の教育や指針を徹底することが解決策。
- ・立場を主張すぎないことが生活する知恵かと思いましたが、ムズかしいですね。
- ・勉強になりました。ありがとうございました。
- ・クレーム受ける側は、企業内で弱い、営業は強い、は企業経営者の能力で解決することだと思います。弱い、強いではなく、皆平等、横串、縦割りなし。

以上

〈アンケート集計・まとめ作成〉

沼田 秀毅、田中 美津子、酒井 由香、阿南 久