



消費者からの 苦情相談から 見えてくる 経営の留意点

A happy idea has
just struck me.



Q & A

全国生活衛生営業指導センター及び都道府県生活衛生営業指導センター（以下「指導センター」という。）では、生活衛生関係営業（以下「生衛業」という。）に関する消費者からの苦情相談、また、生衛業者の皆さまからの相談を受け付けています。平成26年4月1日から平成26年12月31日までの9ヶ月間では、317件の相談がありました。

日頃の消費者の方からの相談を聞いていると、「もう少し生衛業の皆さんの配慮があればこのような苦情相談にまで至らなかったのでは？」と感ずることが多々あります。また、消費者の権利意識の高まりや、安全・安心・清潔への関心の高まり等、消費者のサービスに対する価値観の多様性等、生衛業を取り巻く経営環境も常に変化しています。

こうした中で最近の相談内容を見ると、セクハラや衛生管理面等「最近の消費者はこのような捉え方をするのか！」と驚かされるばかりです。接客マニュアルや従業員研修による顧客サービスの徹底に加えて、顧客目線でサービスの提供を見直していく必要があるようです。

一方で、悪質なクレマーのような相談もありますが、たとえお客さま側に非があったとしても、お客さまに不満を持たれたことは事実であり、それを真摯に受け止め、顧客満足度の向上につなげていくことが何より大切です。そもそも、消費者と生衛業者の意思疎通が十分であれば、このような苦情相談に至ることはなかったのではないかと思われるものも多いのではないのでしょうか。

本書は、日頃の消費者からの苦情相談から見えてきた、皆さまの日頃の経営の「ヒント」を集めたものです。

地域生活に密接に関わる皆さまのご商売は、お客さまの「信頼」が第一です。本書で取り上げるポイントをもう一度見直し、お客さまから「信頼」されるお店づくりの一助になれば幸甚です。

従業員の教育は大丈夫ですか？

指導センターに寄せられた消費者の苦情をお聞きしていると、トラブルの発生前後の従業員の態度・言葉遣いに問題があり、そのことに対する不快感が消費者心理をより一層悪化させていると感じる事例が多くあります。どんなに素晴らしい技術・サービス・メニューを提供しても、従業員の些細な言動1つでそれらが全て打ち消されてしまうと言うことに気を付けてください。

経営者の皆さんは、日頃から従業員教育には十分に配慮しているとは思いますが次の事例を参考に、再度、従業員の方への教育に気がつかいませんか？



相談事例

Q2

美容室の店員の態度に不満

チェーン展開している美容室でカットしてもらったが、左右のバランスがバラバラ。手直ししてもらうために系列の別のお店に行ったのだが、手直しをしてくれた店員さんの態度に不満がある。



A

この相談者の方は、カットしてもらった結果、左右のバランスがバラバラであると感じたことよりも、手直しをお願いした系列店の店員さんの態度の方が気に入らないと怒っています。

確かに系列店の店員さんとしては、自分のミスでないものに不満を言われ手直しをさせられるというのは納得がいかないのかもしれませんが、消費者から見れば系列店＝同一の会社といった認識です。

この時に、「すみませんでした。」の一言と、真摯にご希望に応える姿勢を見せていれば、**気**になった左右のバランスの問題も気にならなく、かつ、やはり信用できるお店だと再認識してもらえたかもしれません。

複数店舗を展開している場合、1つの会社としての従業員意識の改善を進めていく必要があります。



相談事例

Q2

宿泊ホテルの従業員の言葉遣いに不満

チェックインし、部屋で家族で景色を見てくつろいでいたところ、部屋の担当の従業員さんが入ってくるなり、「挨拶をするのでお座りください」と指示するような口調。本来は「おくつろぎのところ恐縮ですが、ご挨拶してもよろしいでしょうか」ではないでしょうか。



A

この相談者にとっては、従業員の言葉遣いだけでなく、夕食時の追加料理が係の連絡ミスで提供されないなど複数のミスが重なっていることも怒りを大きくさせている要因です。

この事例において経営者の皆さんにご留意頂きたいのは、従業員さんの「言葉遣い」です。この事例のホテルにおける従業員向け接客マニュアルには、「客室に入りお客さまに挨拶をする」と記載されているであろうと思いますが、その際言葉遣いへの配慮が足りていなかったのかもしれない。

接客マニュアルの多くは「どのように動くべきか」を示すものであり、お客さまとの会話での「言葉遣い」は、日頃からの繰り返しによる鍛錬を要するものです。ともすると、接客マニュアルを作成することで安心してしまいがちですが、従業員さんに実際に演じてもらう「ロールプレイ」を行うなどして、日頃から言葉遣いにも目を向けていく必要があります。



相談事例

Q3

従業員が笑っている。馬鹿にされているよう

観光で訪れ、仲間と飲んだ後のラーメン店での話。カウンターに若い男女2名の従業員がいたが私語をして笑っていた。チャーシューを落としたことを笑われていたようだ。600円のラーメンを3杯頼んだのに2,300円を請求された。お店を出て気づいたので文句を言うと間違いを認め500円を返金した。酔っぱらっていると思って多く請求したと思う。



A

相談を受けた指導センターが後日このお店に確認したところ、以下のような回答だったそうです。

- ① 従業員はいつも笑顔で接客している。 ② 会計のミスは単純な間違い。

相談者の消費者は、2,300円の誤った請求よりも従業員の笑っている態度が気にいらなかったため、誤った請求も意図的なものであると思い込んでしまったようです。

確かに「雰囲気の良い、楽しい職場作り」というのは、特に最近の若者を雇用するうえで配慮しなければならない点であると思われます。しかしながら「従業員の楽しさ」が「お客さまの不快」になってしまうのであれば、どちらを優先すべきかは問うまでもありません。

お客さまにとっては、店員さんとの会話を楽しみに来店される方も多く、また、「会話」を売物としているお店も多くありますが、それは「お客さまと店員の会話」であって「店員同士の私語」は、お客さまからすると何の魅力も感じないものです。経営者の皆さまも、仕事の都合上、従業員にお店を任せなければならないこともあると思いますが、従業員同士の私語について節度を保つよう指導する必要があります。



男性美容師にセクハラをされた

初めて利用した美容室で男性美容師に施術されたが、必要以上に体を密着させるなどのセクハラをされた。



A

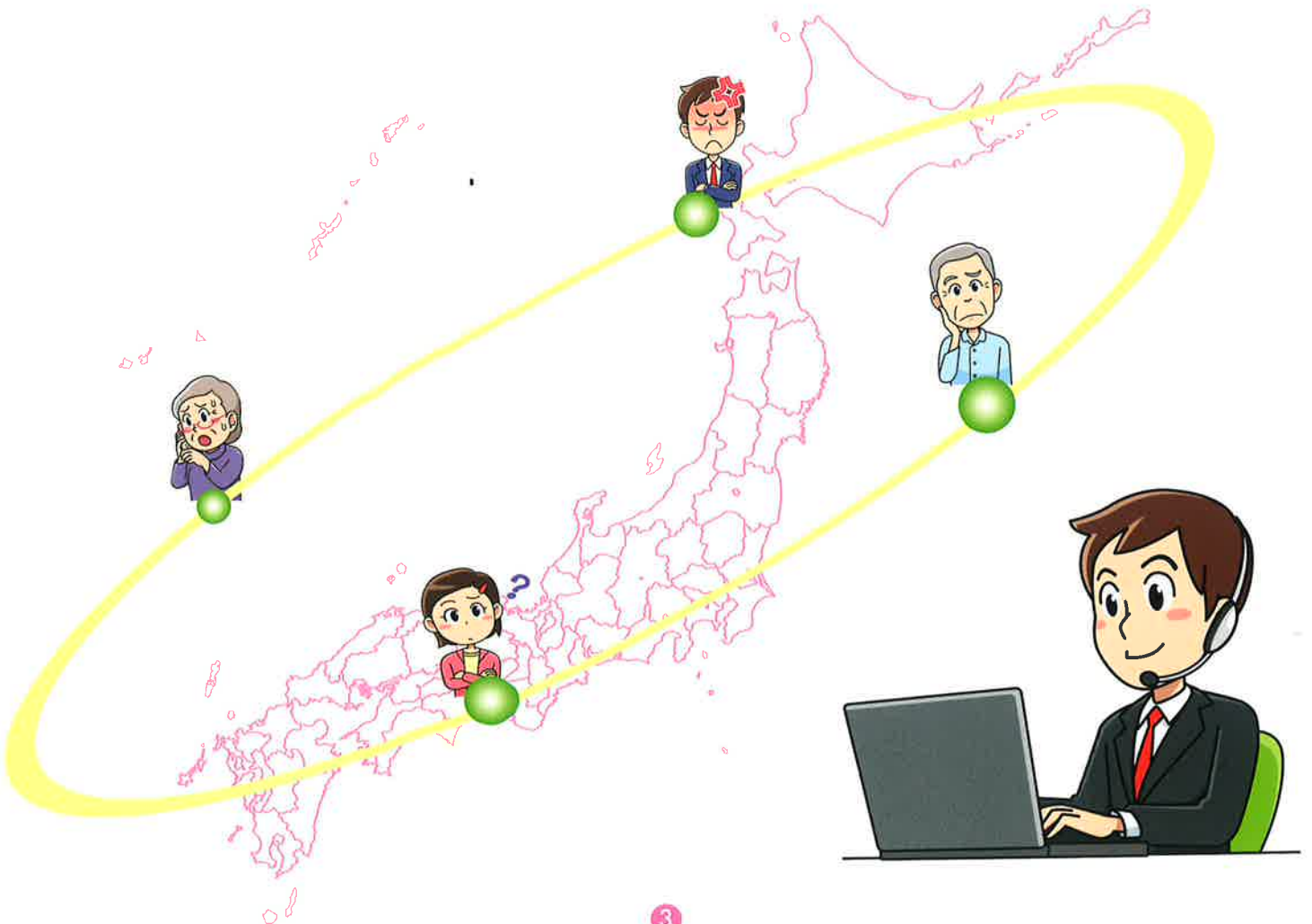
この相談者の方に詳細をお聞きすると、美容の施術上、止むを得ない範囲ではないかと思えるような内容でした。

昨今、美容室は男性美容師も増えており、また、飲食店などでも美形の男性の店員さんが「イケメン●●店員」と注目されるなど、男性従業員を目当てに若い女性客が来店するといった話をよく聞きます。

一方で、「セクハラ」に関する話題・ニュースも多く、女性の「セクハラ」に対する意識も高まっています。「セクハラ」問題が難しいところは、女性がどう受け止めるかという点にかかっているところです。

このような状況にあっては、お店においても次のような対応・配慮が必要ではないかと思われます。

- ① 男性従業員に対するセクハラに関する啓発
- ② 美容室等にあつて、男性従業員が施術する場合には、予めお客さまにお伝えし、お客さまの希望があれば女性従業員に変更するなどの対応



他のお客さまについての苦情

指導センターに寄せられる相談では、マナーの悪い他のお客さまに関するものもあります。他のお客さまの迷惑になるような行為であっても、そこはお客さまであってなかなかお店も注意しにくいというのが現状ではないでしょうか。

直接注意し、迷惑行為をやめてもらえることが一番ではありますが、それが困難な場合は、他のお客さまへの配慮を求める掲示をするなど、一定の配慮が必要であると思われます。

相談事例

Q5

入口付近の喫煙が不快。やめさせてほしい

いつも通う銭湯で、下足入れ付近で喫煙している人がいていつも不快。ちゃんとお店側から言って欲しい。

A

喫煙に関しては、吸う側のお客さま・吸わない側のお客さま双方への配慮が必要であり、対応に悩むものです。

相談事例5では、相談を受けた指導センターが施設に確認したところ、禁煙ステッカーを貼っているもののマナーを守ってくれない人がいるとのことでした。

あらかじめ、他のお客さまの迷惑にならないようなスペースを確保して喫煙場所に指定し、決められた場所での喫煙の協力を求めるなどの対応が必要ではないかと思われます。

相談事例

Q6

子連れ客のこどもが騒いでうるさい。何とかして欲しい

いつも利用している居酒屋だが、最近子連れの団体客が多い。時間が経つと親も子どもから目を離し、子どもがうるさい。何とかして欲しい。



A

最近は、学校のPTA関係の活動を通じての飲み会にも子供を同伴するケースが多くなっています。また、子ども向けのメニューを充実するなど子連れ客層の取り込みを進めるお店も増えています。

確かに、飲食店等を利用するにあたっての子どもの躰は親の責任ではありますが、他のお客さまにとって苦痛になっては仕方ありません。

子連れ客の方への子どもについての注意事項を記載した「マナーカード」を用意し、来店時の注意喚起をすることや、団体予約が入っている場合には、一般のお客さまが来店時にその旨を告げるなどの一定の配慮があると、トラブルの未然防止につながるのではないのでしょうか。



衛生管理に対する疑問・不安

生衛業は、不特定多数のお客さまが利用することから、衛生管理について特に留意が必要な業であり、皆さんも日頃より衛生対策の徹底に努めていることと思われます。

指導センターには、次のような事例の相談も寄せられています。

日頃の衛生管理は衛生事故の予防を目的とすることは勿論ですが、消費者にはなかなか見えないものでもあります。消費者に皆さんのお店を安心して利用してもらうための、衛生管理の「見える化」についても考えていきましょう。

相談事例

Q7

A

くしゃみを受けた手で寿司をにぎる寿司職人

利用したすし店において、カウンターの職人さんが「くしゃみ」を両手で受けた後、そのまま寿司を握っていた。衛生に対する意識があるのか疑問を感じる。

お店が忙しいとき、ついつい忘れがちになってしまう衛生対策ですが、この事例の場合は、明らかに職人さんのミスです。

皆さんにご留意いただきたいのは、この相談者の方は、その後体調を崩したわけではないのですが、恐らく不快感や不安感からわざわざ指導センターに電話をしてきたのです。

ともすると「事故がなければ良い」と考えがちになる衛生管理ですが、ちょっとした1つのミスで消費者のお店に対する評価が180度変わってしまう恐れもあります。

そのような観点からも衛生管理についてもう一度点検をしましょう。

相談事例

Q8

A

理容店のスプレー式消毒に不安

理容店において、剃刀の消毒をスプレー式の消毒薬を使用していた。感染症の拡大につながらないかととても不安です。



このお店で使用しているスプレー式消毒薬は、理美容店向けに販売されているものであり、一定の消毒効果が認められているものでした。しかし、この相談者は医療関係の仕事に従事しており、これまでに多くの肝炎患者の方々のご苦労を見てきたことから、特に剃刀などの消毒については日頃から不安を感じているとのことでした。「もう二度とあのお店には行きたくない」とまで言っているのです。

上述のように、衛生管理は衛生事故防止のためだけでなく、消費者が皆さんのお店を安心して利用してもらうためのものでもあります。特に消費者の「安全・安心」への意識が高まっている昨今にあっては、「安全対策」も売り物の1つとなり得るのです。

「当店では〇〇〇に定められた■■■■による方法で衛生管理を徹底しています」などの店内掲示があるだけでも、消費者の安心感を高めることができるのではないのでしょうか。



その他の相談事例から

指導センターには生衛業に関する多種多様な相談が寄せられています。その中でも特に経営者の皆さんの配慮1つでトラブルにならないのではないかとと思われる事例を紹介します。



相談事例

Q9

やり直しの分の料金を返金してもらえなかった

パーマをお願いしたが、1回目は上手くいかず2回目を進められてやってみたが、やはり上手くいかなかった。別のお店をお願いしたところ上手くパーマがかかったので、返金を要求したところ1回目分だけで2回目分は返金してくれなかった。



A

この事例は美容室に関する相談ですが、クリーニング店においても染み抜き等が上手くいかずやり直した際の料金の返金に関する同様の相談が多いです。

提供したサービスが上手くいかずやり直しをすること自体は良いことですが、その際に料金をお店とお客さまがどのように負担するのかを予めお客さまと話し合い、双方が合意の上、やり直しに応じることが重要と考えます。

事例においてもあらかじめ「1回目分は返金しますが、2回目は上手くいなくても代金はいただくこととなりますがどうでしょうか？」と事前にお客さまに確認しておけばこのような相談に繋がらなかったのではないかと考えられます。

また、返金に応じない場合には、応じられない理由を明確に説明することも大切です。



相談事例

Q10

路上でのチラシの配付が迷惑

路上におけるお店の宣伝チラシの配付をしているが通行の邪魔になる。道路交通法違反ではないのか？

原則、道路上でのチラシ等を配布するには所轄の警察への届出が必要です。

しかし、この相談事例からは、「届出をしているから良い」で済ませて良いのかと考えさせられます。

通勤通学の急いでいる時間帯や道路幅が狭く車の往来の激しい道路など、状況によってはチラシを配布する人を邪魔だと感じている人は意外と多いのかもしれない。

お店のチラシなどを配布する際には届出だけでなく、従業員に通行人に配慮するよう一言声をかけておくことも、お店のイメージを守るためにも必要な配慮ではないでしょうか。



表1：指導センターにおける苦情相談対応の有無・都道府県別相談件数、相談者内訳

都道府県	苦情対応の実施		相談件数・相談者内訳			
	有	無	合計	消費者	生衛業者	その他
全国センター	○		21	16	4	1
北海道	○		1	1	0	0
青森県	○		1	0	0	1
岩手県	○		1	0	1	0
宮城県	○		11	7	0	4
秋田県		○	0	0	0	0
山形県	○		0	0	0	0
福島県	○		2	2	0	0
茨城県	○		3	3	0	0
栃木県	○		105	15	84	6
群馬県	○		3	2	0	1
埼玉県	○		2	2	0	0
千葉県	○		2	0	0	2
東京都	○		12	12	0	0
神奈川県	○		6	5	1	0
新潟県	○		4	1	2	1
富山県		○	0	0	0	0
石川県	○		13	11	1	1
福井県	○		0	0	0	0
山梨県	○		0	0	0	0
長野県	○		18	18	0	0
岐阜県	○		5	0	5	0
静岡県	○		4	3	1	0
愛知県	○		6	5	1	0
三重県	○		6	3	2	1
滋賀県	○		12	6	6	0
京都府	○		1	1	0	0
大阪府	○		18	8	9	1
兵庫県	○		12	10	0	2
奈良県	○		1	1	0	0
和歌山県	○		0	0	0	0
鳥取県	○		0	0	0	0
島根県	○		1	0	1	0
岡山県		○	0	0	0	0
広島県	○		7	4	0	3
山口県	○		6	4	2	0
徳島県	○		0	0	0	0
香川県	○		5	1	0	4
愛媛県	○		0	0	0	0
高知県	○		3	0	0	3
福岡県	○		5	4	1	0
佐賀県	○		2	2	0	0
長崎県	○		1	0	1	0
熊本県	○		1	1	0	0
大分県	○		8	0	6	2
宮崎県	○		8	3	1	4
鹿児島県		○	0	0	0	0
沖縄県	○		0	0	0	0
合計	44	4	317	151	129	37

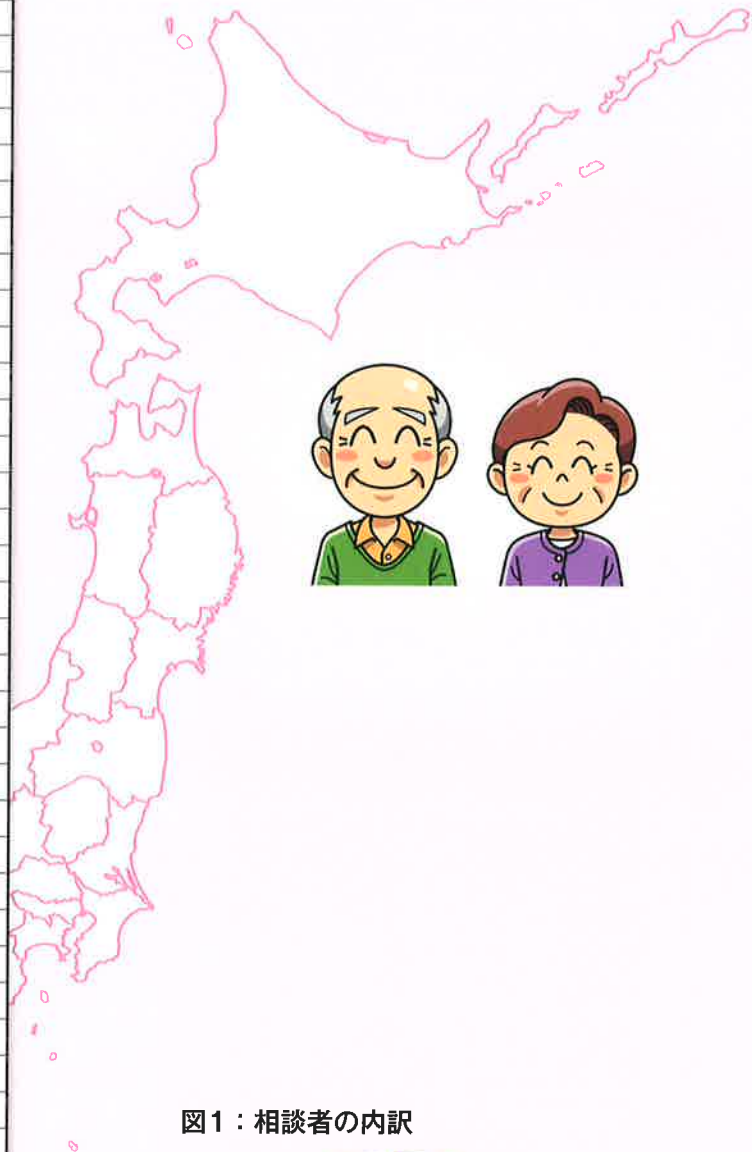


図1：相談者の内訳

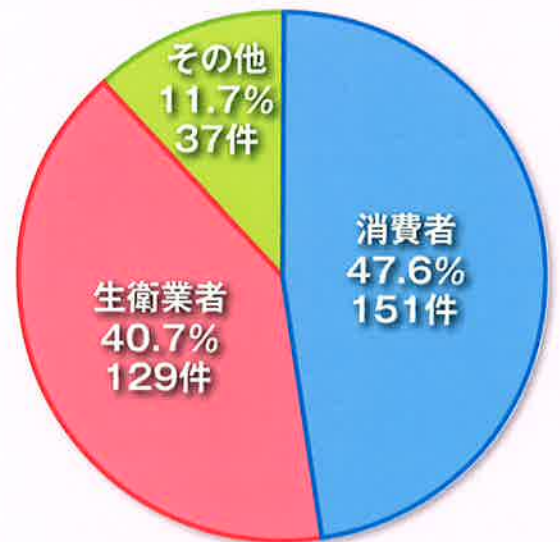


表2：指導センターにおける苦情相談対応件数の業種別内訳

都道府県	相談件数・相談者内訳																		
	合計	理容	美容	興行	クリーニング	公衆浴場	旅館ホテル	麺類	冰雪販売業	食肉販売業	一般飲食	すし	食鳥販売業	喫茶	中華料理	社交	料理	その他	
全国センター	21	0	8	0	7	1	1	0	0	0	3	1	0	0	0	0	0	0	
北海道	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
青森県	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
岩手県	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
宮城県	11	0	1	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
秋田県	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
山形県	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
福島県	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
茨城県	3	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
栃木県	105	5	12	0	64	2	1	1	0	2	9	1	1	0	2	1	1	3	
群馬県	3	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
埼玉県	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
千葉県	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
東京都	12	1	8	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
神奈川県	6	3	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
新潟県	4	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
富山県	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
石川県	13	2	3	0	2	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	
福井県	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
山梨県	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
長野県	18	0	0	0	14	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	
岐阜県	5	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
静岡県	4	0	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
愛知県	6	0	1	0	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	
三重県	6	1	1	0	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	
滋賀県	12	1	1	0	7	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	
京都府	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	
大阪府	18	0	5	0	7	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	
兵庫県	12	5	4	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
奈良県	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
和歌山県	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
鳥取県	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
島根県	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
岡山県	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
広島県	7	0	0	0	5	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
山口県	6	0	1	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
徳島県	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
香川県	5	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	
愛媛県	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
高知県	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
福岡県	5	0	1	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
佐賀県	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
長崎県	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
熊本県	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
大分県	8	1	3	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	
宮崎県	7	0	2	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	
鹿児島県	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
沖縄県	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
合計	317	22	64	0	153	11	6	1	0	4	34	3	1	0	2	4	1	11	

図2：業種別相談件数

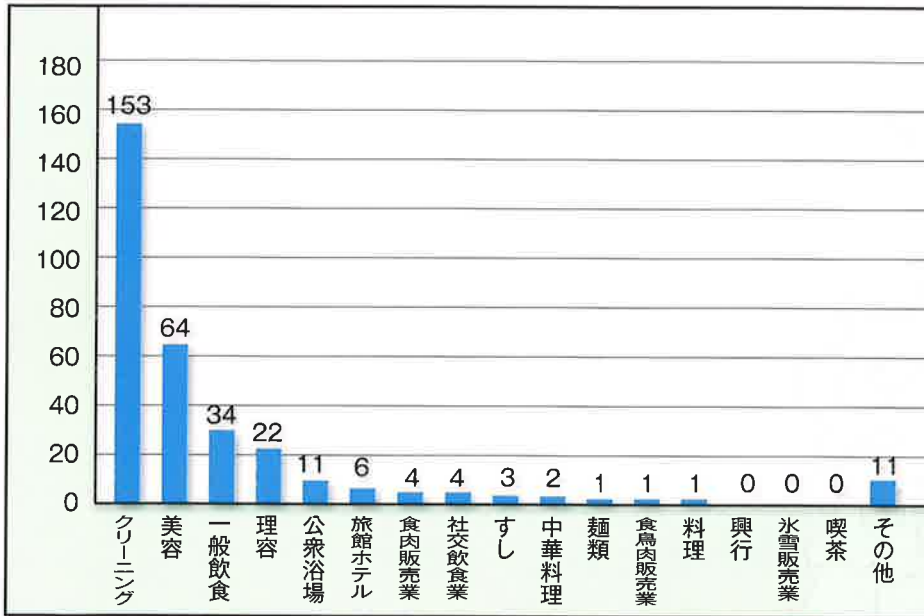


図3：業種別相談件数（構成割合）



表3：業種別相談件数・構成割合

業種	件数	構成割合
クリーニング	153	48.3%
美容	64	20.2%
一般飲食	34	10.7%
理容	22	6.9%
公衆浴場	11	3.5%
旅館ホテル	6	1.9%
食肉販売業	4	1.3%
社交飲食業	4	1.3%
すし	3	0.9%
中華料理	2	0.6%
麺類	1	0.3%
食鳥肉販売業	1	0.3%
料理	1	0.3%
興行	0	0.0%
氷雪販売業	0	0.0%
喫茶	0	0.0%
その他	11	3.5%
計	317	100.0%



公益財団法人全国生活衛生営業指導センター

〒105-0004 東京都港区新橋6-8-2 全国生衛会館2階
TEL.03-5777-0341