


# 今、企業に求められる カスタマーハラスメント対策

---

## I カスタマーハラスメントの基礎知識



令和4年9月

特定社会保険労務士 高木美香

---

自己紹介

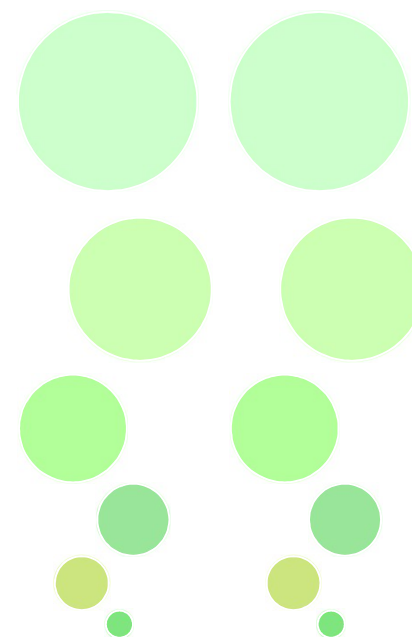
---

# 高木 美香

特定社会保険労務士(埼玉会浦和支部所属)

ハラスメント防止コンサルタント  
(21世紀職業財団認定)

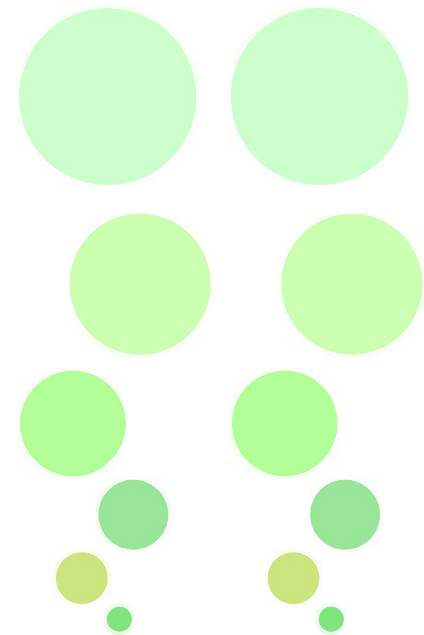
国家資格キャリアコンサルタント



## 今日のねらい

---

- カスタマーハラスメントについての概要を知る
- カスタマーハラスメントについての対策を知り、従業員を守り、働きやすい環境をつくる



# セミナーの流れ

---

## I カスタマーハラスメントの基礎知識

1. カスタマーハラスメントとは？
2. カスタマーハラスメントの判断基準
3. カスタマーハラスメント対策の必要性

## II カスタマーハラスメントの実態と対応例

1. カスタマーハラスメントの具体的な行為と対応

## III カスタマーハラスメントについて企業が取り組むべき対策

1. 事前の準備
2. 実際に起こった際の対応
3. カスタマーハラスメントに発展させないために

## IV カスタマーハラスメント対策のメリット

---



# 1. カスタマーハラスメントとは？

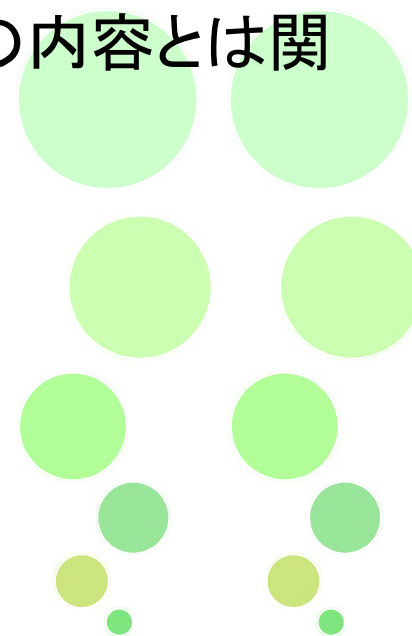
顧客からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らして、当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものであって、当該手段・態様により、労働者の就業環境が害されるもの

「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」厚生労働省より

顧客等からのクレーム・苦情全てを指すものではありません。  
顧客等からのクレームには、商品やサービス等への改善を求める正当なクレームもあり、業務改善や新たな商品・サービス開発につながるものでもある点には留意が必要。

## 「顧客等の要求の内容が妥当性を欠く場合」とは

- ・企業の提供する商品・サービスに瑕疵・過失が認められない場合
- ・要求の内容が、企業の提供する商品・サービスの内容とは関係がない場合



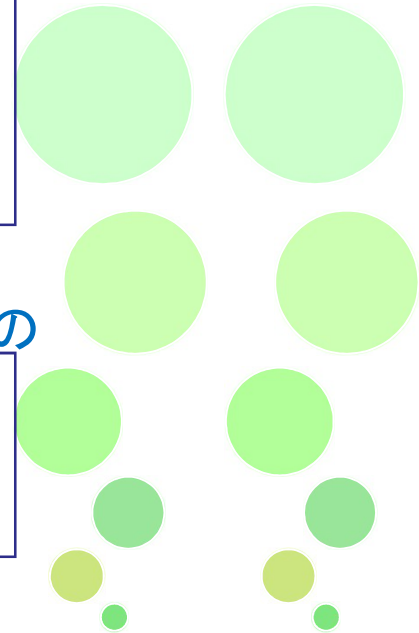
## 「要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当な言動」とは

### 要求内容の妥当性にかかわらず不相当とされる可能性が高いもの

- ・身体的な攻撃(暴行・傷害)
- ・精神的な攻撃(脅迫・中傷・名誉棄損・侮辱・暴言)
- ・土下座の要求
- ・継続的(繰り返し)、執拗(しつこい)な言動
- ・拘束的(不退去、居座り、監禁)な行動
- ・性的な言動 等

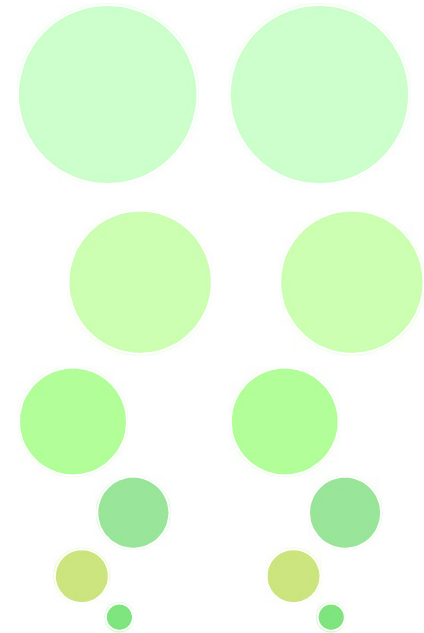
### 要求内容の妥当性に照らして不相当とされる場合があるもの

- ・商品交換の要求
- ・金銭補償の要求
- ・謝罪の要求(土下座を除く)



## 「労働者の就業環境が害される」とは

労働者が、人格や尊厳を侵害する言動により身体的・精神的に苦痛を与えられ、就業環境が不快なものとなったために能力の発揮に重大な悪影響が生じる等、就業する上で看過できない程度の支障が生じること

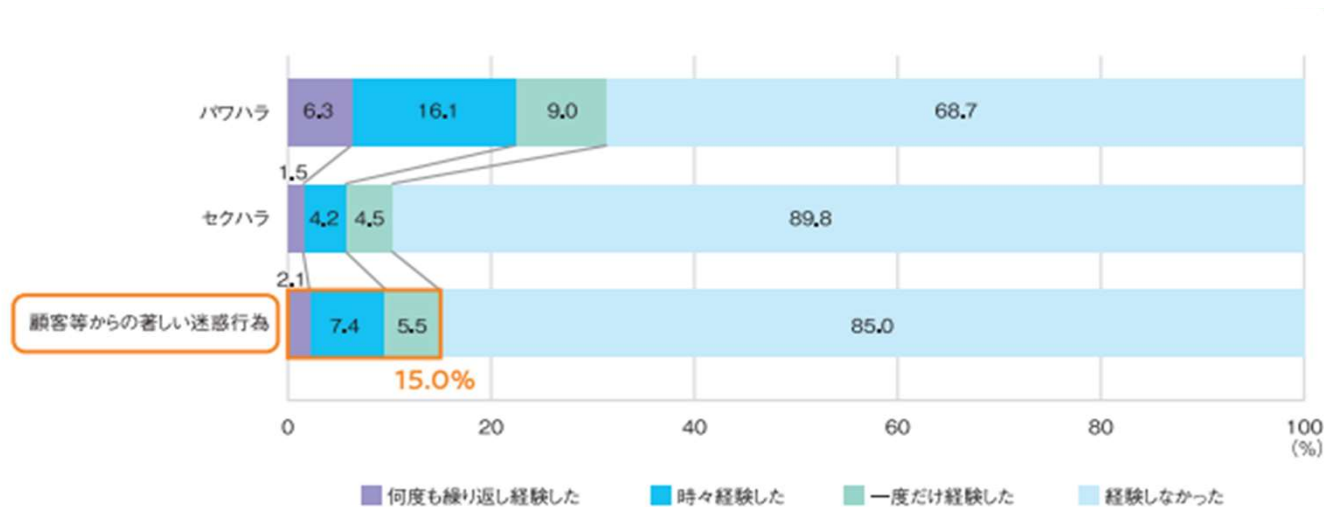




## カスタマーハラスメントの被害状況

過去3年間に勤務先でカスタマーハラスメントを一度以上経験した者の割合は15.0%であり、パワハラ(31.3%)よりは低いものの、セクハラ(10.2%)よりも高い結果になっている。

過去3年間にハラスメントを受けた経験



(調査対象: 全国の20~64歳の男女労働者 (n=8,000))

(出典: 令和2年度 厚生労働省 職場のハラスメントに関する実態調査)

## 2. カスタマーハラスメントの判断基準

業種や業態、企業文化などの違いから、**カスタマーハラスメントの判断基準は企業ごとに違い**が出てくる可能性が高い



各企業であらかじめ、**カスタマーハラスメントの判断基準を明確にした上で、企業内の考え方、対応方針を統一して現場と共有しておくことが重要**

## 判断基準の尺度の一例

### 1.顧客等の要求内容に妥当性はあるか

事実関係、因果関係を確認し、自社に過失がないか、根拠のある要求かを確認し、顧客等の主張が妥当かどうか判断する。

#### 【例えば】

顧客が購入した商品に瑕疵がある場合、謝罪とともに商品の交換・返金に応じる  
⇒妥当性がある

自社の過失、商品の瑕疵がない場合、顧客の要求には正当な理由がないと考えられる⇒妥当性はない

## 2. 要求を実現するための手段・態様が社会通念に照らして相当か

顧客等の要求内容の妥当性の確認と併せて、その要求を実現するための手段・態様が社会通念に照らして相当な範囲であるかを確認する。

### 【例えば】

長時間に及ぶクレームは、業務の遂行に支障が生じるという点から社会通念上相当性を欠く⇒カスハラに該当する

顧客等の要求内容に妥当性がある場合であっても、その言動が暴力的・威圧的・継続的・差別的・性的である場合は社会通念上不相当⇒カスハラに該当する

企業が顧客の要求を拒否した際にすぐに顧客等が要求を取り下げた等の場合は、従業員の就業環境を害されたとは言えない⇒カスハラに該当しない

### 3.カスタマーハラスメント対策の必要性

#### ◆従業員・企業・他の顧客等への影響

##### 従業員への影響

- ・業務パフォーマンスの低下
- ・健康不良(頭痛、睡眠不良、精神疾患、耳鳴りなど)
- ・現場対応への恐怖、苦痛による従業員の配置転換、休職、退職

##### 企業への影響

- ・時間の浪費(クレームへの現場での対応、電話対応、謝罪訪問、社内での対応方法の検討、弁護士への相談など)
- ・業務上の支障(顧客対応によって他業務が行えないなど)
- ・人員確保(従業員離職による新規採用、教育コストなど)
- ・金銭的損失(商品、サービスの値下げ、慰謝料要求への対応、代替品の提供など)
- ・店舗、企業に対する他の顧客等のブランドイメージの低下

##### 他の顧客等への影響

- ・来店する他の顧客の利用環境、雰囲気悪化
- ・業務遅滞によって他の顧客等がサービスを受けられない など



## ◆パワーハラスメント防止に関する指針におけるカスタマーハラスメントの記載について

事業主は取引先等の他の事業主が雇用する労働者又は他の事業主からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為(暴行、脅迫、ひどい暴言、著しく不当な要求等)により、その雇用する労働者の就業環境を害することのないよう、雇用管理上の配慮として、以下のような取り組みを行うことが望ましい。

- (1) 相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備
- (2) 被害者への配慮のための取組(被害者のメンタルヘルス不調への相談対応、著しい迷惑行為を行った者に対する対応が必要な場合に一人に対応させない等の取組)
- (3) 他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為による被害を防止するための取組(マニュアル作成や研修の実施等、業種・業態等の状況に応じた取組)

## ◆カスタマーハラスメントに関する企業の責任

### カスタマーハラスメントに対して不適切な対応をとったことで、賠償責任が認められた事例

市立小学校の教諭が児童の保護者から理不尽な言動を受けたことに対し、校長が教諭の言動を一方向的に非難し、また、事実関係を冷静に判断して的確に対応することなく、その勢いに押され、専らその場を穏便に収めるために安易に当該教諭に対して保護者に謝罪するように求めたことについて、不法行為と判断し、小学校を設置するA市及び教員の給与を支払うB県は損害賠償責任を負うと判断された。  
(甲府地判平成30年11月13日より要約)

## 顧客トラブルへの対応を十分行っていたことで賠償責任が認められなかった事例

買い物客とトラブルになった小売店の従業員が、会社に対し、労働者の生命、身体等の安全を確保しつつ労働することができるよう必要な配慮を欠いたとして、損害賠償請求を求めた。

それに対し、被告会社は、誤解に基づく申出や苦情を述べる顧客の対応について、入社時にテキストを配布して苦情を申出る顧客への初期対応を指導し、サポートデスクや近隣店舗のマネージャー等に連絡できるようにして、深夜においても店舗を2名体制にしていたことで、店員が接客においてトラブルが生じた場合の相談体制が十分整えられていたとし、被告会社の安全配慮義務違反は否定された。

(東京地判平成30年11月2日より要約)