



トピックス

カスタマーハラスメント



今回は、近年、問題視されているカスタマーハラスメントについてです。企業は安全配慮義務に基づき、従業員をカスタマーハラスメントから守る責任があります。対応マニュアルや研修などしっかりと対策を講じ、適切に対応できるよう準備しましょう。

カスタマーハラスメントとは(定義)

顧客等からのクレーム・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

顧客等：実際に商品・サービスを利用した者だけでなく、今後利用する可能性がある者も含む

顧客等の要求の内容が妥当性を欠く場合の例

- 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当な言動の例

要求内容の妥当性に関わらず不相当とされる可能性が高いもの
<ul style="list-style-type: none"> ● 身体的な攻撃(暴行、傷害) ● 精神的な攻撃(脅迫、中小、名誉棄損、侮辱、暴言) ● 威圧的な言動 ● 土下座の要求 ● 継続的な、執拗な言動 ● 拘束的な行動(不除去、居座り、監禁) ● 差別的な言動 ● 性的な言動 ● 従業員個人への攻撃、要求
要求の妥当性に照らして不相当とされる場合があるもの
<ul style="list-style-type: none"> ● 商品交換の要求 ● 金銭保証の要求 ● 謝罪の要求(土下座を除く)



STOP! カスタマーハラスメント

—みなさまに気持ちよく過ごしていただくために—

カスタマーハラスメントとは?
カスタマーハラスメントとは、例えば、
・過大な要求や不当な言いがかりなど、**主張内容**等に問題があるもの
・主張する内容には正当性があるが、**暴力や暴言**など、**主張方法**に問題があるものが考えられます。
暴力行為を始め、中には犯罪行為に当たる可能性のあるものも含まれます。

意見を伝える際のポイント
意見がきちんと相手に伝わるように、従業員に意見を伝える際には、以下の点を意識してみてください。
①ひと呼吸、置きましょう!
②言いたいこと、要求したいことを明確に、そして理由を丁寧に伝えましょう!
③従業員の説明も聞きましょう!

カスタマーハラスメントの判断基準

顧客等の行為への対応方法は企業ごとに異なり、様々な判断基準がありますが、一つの尺度としては、以下の2つの観点で判断することが考えられます。

① 顧客等の要求内容に妥当性はあるか

顧客等の主張に関して、まずは事実関係、因果関係を確認し、自社に過失がないか、または根拠のある要求がなされているかを確認し、顧客等の主張が妥当であるかどうかを判断する。
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・返金に応じることは妥当ですが、自社の過失、商品の瑕疵などがなければ、顧客の要求には正当な理由がないと考えられます。

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な範囲か

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、長時間に及びクレームは、業務の遂行に支障が生じるという観点から社会通念上相当性を欠く場合が多いと考えられます。また、顧客等の要求内容に妥当性がない場合はもとより、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・拘束的・差別的・性的である場合は、社会通念上不相当であると考えられ、カスタマーハラスメントに該当し得ます。

カスタマーハラスメントによる影響

従業員への影響	<ul style="list-style-type: none"> ● 業務のパフォーマンスの低下 ● 健康不良 ● 現場対応への恐怖、苦痛による従業員の休職や退職
企業への影響	<ul style="list-style-type: none"> ● 時間の浪費(クレームへの現場対応、電話対応、謝罪訪問、社内での対応方法の検討、弁護士への相談等) ● 業務上の死傷(顧客対応によって他業務が行えない等) ● 人員確保(従業員の休職や離職に伴う新規採用や教育コスト等) ● 金銭的損失(商品、サービスの値下げ、慰謝料要求への対応、代替品の提供等) ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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等

カスタマーハラスメントにより上記のような「従業員」「企業」「他の顧客等」への影響が考えられ、企業は、カスタマーハラスメントへの対策を講じることにより、これらのマイナスの影響を生じさせないだけでなく、従業員を守るということを行動で示す大事さを会社組織として再認識できる、人材の確保が難しい中、職場環境をよくすることで離職者を減らすことにつながるといったプラスの影響も期待でき、対策に取り組む意義は大きいと言えます。

フクシマ社会保険労務士法人

労働保険事務組合 広島経営者同友会 / 広島一人親方同友会

〒730-0805 広島市中区十日市町1丁目1-9 相生通り鷹匠ビル2F

TEL : 082-293-8102 FAX : 082-293-8104

E-mail : info@jinji-fuku.jp URL : http://www.jinji.fuku.jp

