

# 経営相談 Q & A

## 従業員を守るためのカスタマーハラスメント対策

### Q

当社は、社員 150 名の小売業者です。新型コロナウイルス禍でカスタマーハラスメントの被害が増えていると聞きました。当社でも顧客から暴言や過剰な要求を受けるケースがあります。そこで、カスタマーハラスメントの被害状況や実際にハラスメントを受けたときの対応ポイントについて教えてください。

### A

顧客や取引先による著しい迷惑行為「カスタマーハラスメント（カスハラ）」が社会問題化しています。こうした状況から、厚生労働省は 2022 年 2 月に企業向けの「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」を公表しました。以下では、本マニュアルを基にカスタマーハラスメントの判断基準やハラスメントから従業員を守るためのポイントについて解説します。

#### 〈カスタマーハラスメントとは〉

顧客や取引先などからのクレーム・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

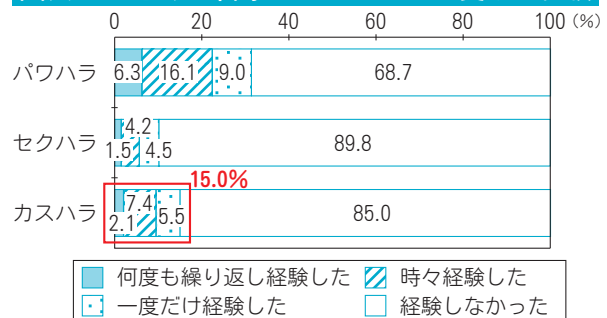
(引用：厚生労働省「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」)

#### 1. カスタマーハラスメントの実態

厚生労働省が 2020 年度に行った調査では、全国の企業・団体に勤務する 20～64 歳の男女労働者のうち、過去 3 年間に勤務先でカスタマーハラスメント（顧客等からの著しい迷惑行為）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%）よりは回答割合が低いものの、セクハラ（10.2%）よりも回答割合が高いという結果が出ています（図表 1）。

受けた行為の内容としては「長時間の拘束や同じ内容を繰り返すクレーム（過度なもの）」（52.0%）の回答が最も多く、次いで「名誉棄損・侮辱・ひどい暴言」（46.9%）となっています（図表 2）。

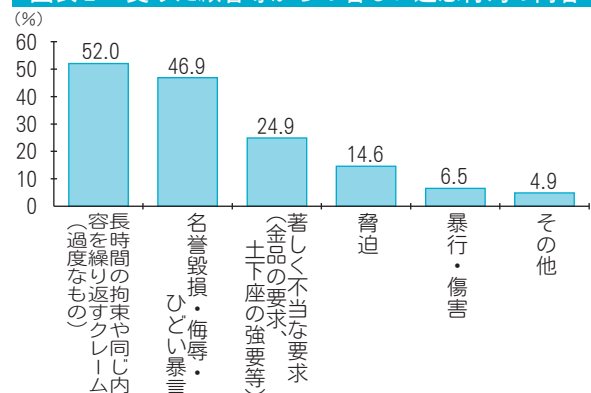
図表 1：過去 3 年間にハラスメントを受けた経験



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」を基に当研究所で作成（以下、同じ）

図表 2：受けた顧客等からの著しい迷惑行為の内容



調査対象：過去 3 年間に顧客等からの著しい迷惑行為を受けた者（n=1,200）

#### 2. カスタマーハラスメントの判断基準

企業・業界において様々な判断基準がありますが、一つの尺度としては、①顧客等の要求内容に妥当性はあるか、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であるかという観点で判断することが考えられます。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する可能性があります。

業種や業態、企業文化の違いを踏まえ、あらかじめ自社で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です。

### 3. カスタマーハラスメント対策の基本的な枠組み

厚生労働省の同調査では、顧客等からの著しい迷惑行為を受けての心身の影響として、「怒りや不満、不安などを感じた」(67.6%)、「仕事に対する意欲が減退した」(46.2%)が多くなっています。また、「何度も繰り返し経験した」労働者においては「眠れなくなった」(21.1%)、「通院したり服薬をした」(8.8%)との回答も見られ、深刻な影響も確認されています。

このような状況を受け、厚生労働省はカスタマーハラスメントを想定した事前の準備、実際に起こった際の対応として、以下の取組を企業に勧めています。

また、カスタマーハラスメントとして取り扱うかどうかに関わらず、顧客等からの行為で従業員の就業環境が害され、就業に支障が生じるようであれば、企業として従業員からの相談に応じる、複数名で対応する等の措置が必要となります。

#### ●カスタマーハラスメントを想定した事前の準備

<b>①事業主の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>組織のトップが、カスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢を明確に示す。</li><li>カスタマーハラスメントから、組織として従業員を守るという基本方針・基本姿勢、従業員の対応の在り方を従業員に周知・啓発し、教育する。</li></ul>
<b>②従業員（被害者）のための相談対応体制の整備</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>カスタマーハラスメントを受けた従業員が相談できるよう相談対応者を決めておく、または相談窓口を設置し、従業員に広く周知する。</li><li>相談対応者が相談の内容や状況に応じ適切に対応できるようにする。</li></ul>
<b>③対応方法、手順の策定</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>カスタマーハラスメント行為への対応体制、方法をあらかじめ決めておく。</li></ul>
<b>④社内対応ルールの従業員等への教育・研修</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>顧客等からの迷惑行為、悪質なクレームへの社内における具体的な対応について、従業員を教育する。</li></ul>

#### ●カスタマーハラスメントが実際に起こった際の対応

<b>⑤事実関係の正確な確認と事案への対応</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>カスタマーハラスメントに該当するか否かを判断するため、顧客、従業員等からの情報を基に、その行為が事実であるかを確かな証拠・証言に基づいて確認する。</li><li>確認した事実に基づき、商品に瑕疵がある、またはサービスに過失がある場合は謝罪し、商品の交換・返金に応じる。瑕疵や過失がない場合は要求等に応じない。</li></ul>
<b>⑥従業員への配慮の措置</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>被害を受けた従業員に対する配慮の措置を適正に行う（繰り返しされる不相当な行為には一人で対応させず、複数名で、あるいは組織的に対応する。メンタルヘルス不調への対応等）。</li></ul>
<b>⑦再発防止のための取組</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>同様の問題が発生することを防ぐ（再発防止の措置）ため、定期的な取組の見直しや改善を行い、継続的に取組を行う。</li></ul>
<b>⑧①～⑦までの措置と併せて講ずべき措置</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>相談者のプライバシーを保護するために必要な措置を講じ、従業員に周知する。</li><li>相談したこと等を理由として不利益な取扱いを行ってはならない旨を定め、従業員に周知する。</li></ul>

本マニュアルによると、カスタマーハラスメント対策を積極的に進めている企業はまだ少ないようです。しかしながら、カスタマーハラスメントは、従業員の尊厳や心身を傷つけ、放っておくと従業員の健康不良や精神疾患を招く恐れがあります。従業員の心身の安全を図り、安心して働ける環境を整備することが企業として最も重要なことではないでしょうか。従業員を孤立させないこと、事後のケアを徹底することを意識してください。また、企業及び事業主として適切な対応をしていない場合、被害を受けた従業員から責任を追及される可能性があります。実際、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裁判事例や、逆に、顧客トラブルへの対策を十分に講じていたことで、安全配慮義務の責任を免れた事例もあります。

本マニュアルは、厚生労働省のHPに掲載されています。本マニュアルをご参考になさって、カスタマーハラスメントの防止と適切な対応により、働きやすい職場づくりに取り組んでください。

(八木陽子)