



カスタマーハラスメント対策の重要性

【研修について】

- ・ 本研修の目安時間は、15分間です。
- ・ 講師の指示に従って、本資料を読み進めてください。
（勝手に本資料を読み進めないでください。）

【本研修の目的】

- ・ 周囲の人と**意見交換しながら**、学ぶことを目的としています。積極的に発言しましょう。

カスタマーハラスメントへの関心の高まり

顧客等が不当な要求や威圧的な態度でサービス提供者を困らせる行為である「カスタマーハラスメント」は、従業員や会社に与える被害の深刻さ、人権意識の高まりなどの理由から関心が集まっています。

この研修で、カスタマーハラスメントの定義やカスタマーハラスメントの影響について学ぶことで、対策の必要性を理解してください。



カスタマーハラスメントとは その1

**最初に、カスタマーハラスメントの定義について確認しましょう。
カスタマーハラスメントについて、厚生労働省は次のように定義しています。**

**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
(厚生労働省Webサイト「あかるい職場応援団」)**

カスタマーハラスメントとは その2

カスタマーハラスメントに該当するかどうかは、次の2つの点から考え、総合的に判断します。

- 要求の内容が妥当性を欠くかどうか
- 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かどうか

■「要求の内容が妥当性を欠く」の例

- 提供された商品・サービスに欠陥や過失がない
- 商品やサービスと関係のない要求（例：商品の渡し間違いというミスに対して、高額な商品の提供を要求するなど）

カスタマーハラスメントとは その3

■「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」の例

- 身体的な攻撃(暴行、傷害)
 - 精神的な攻撃(脅迫、中傷、名誉毀損、侮辱、暴言)
 - 威圧的な言動
 - 土下座の要求
 - 継続的、執ような言動
 - 拘束的な行動(不退去、居座り、監禁)
 - 差別的な言動
- 等

Q1

**カスタマーハラスメント対策を怠ると、
従業員や企業はどのような
ダメージを受けるでしょうか？**

A

1

次のようなダメージを受けるおそれがあります。

■従業員

- ・ 従業員を守るという会社の意志を感じられず、モチベーションや仕事の満足度が低下する
- ・ カスタマーハラスメントによる精神的ストレスで、出社できなくなる

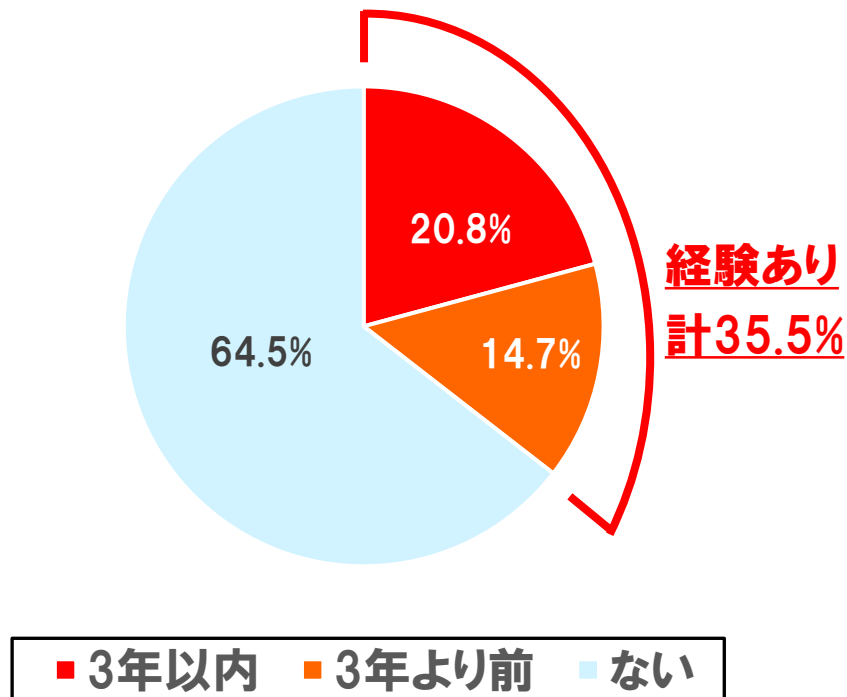
■企業

- ・ 心に傷を負った従業員から訴訟を起こされる
- ・ カスタマーハラスメント対策に消極的な企業として知られると、従業員の採用が難しくなる
- ・ カスタマーハラスメントの対応に時間・コストがかかり、一般の顧客へのサービスの質が低下する

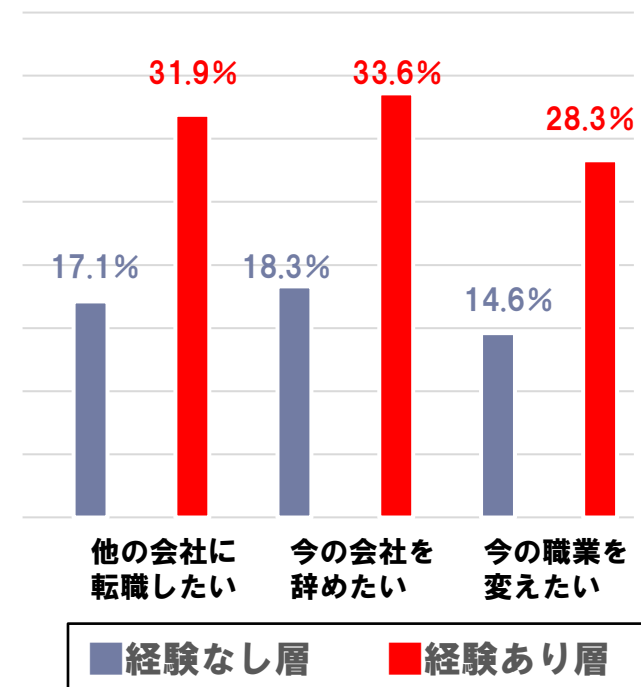
【参考】カスタマーハラスメント被害者の転職・離職意向

カスタマーハラスメントを受けたことがあると回答した人は35.5%。被害を受けた人の転職・離職の意向は、被害を受けていない人に比べると2倍近くになりました。カスタマーハラスメントによって、転職・離職の意向が増える傾向が読み取れます。

カスタマーハラスメント被害の経験率



被害有無別転職・離職意向



カスタマーハラスメントについての社会の動き

従業員への影響が深刻なことから、近年は自治体や企業の間でカスタマーハラスメント対策が進んでいます。

■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」「カスタマーハラスメント対策リーフレット」を公表

■東京都

2025年4月にカスタマーハラスメント防止条例を施行

■企業

大企業を中心に、独自のカスタマーハラスメント対応方針を公表(カスタマーハラスメントの判断基準や、被害に遭った場合の対応方針などの内容)

まとめ

- 被害の深刻さ、人権意識の高まりから、カスタマーハラスメントへの関心が高まっている
- カスタマーハラスメントに該当するかどうかは、要求内容の妥当性、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かどうかといった観点で判断する
- カスタマーハラスメント対策を怠ると、従業員や企業に大きなダメージがある。従業員と会社を守るため、対策が必要

カスタマーハラスメントへの対策の重要性を認識し、被害を防ぐための対応を行いましょう。

**会社と働く人たち、その家族を守るのは
あなたのコンプライアンス行動です。**

お疲れさまでした。