

カスタマーハラスメント対策マニュアル

令和 7 年 9 月 24 日
(J R C 合同会社)

1 はじめに

- (1) カスタマーハラスメント対策の背景
- (2) 組織的な対応の必要性
- (3) マニュアルの位置づけ

2 カスタマーハラスメントの定義

3 カスタマーハラスメントに対する基本方針

4 顧客対応の考え方

- (1) 基本的な心構え
- (2) クレームの初期対応
- (3) 顧客等の権利の尊重

5 カスタマーハラスメントへの対応

- (1) カスタマーハラスメントの判断
- (2) カスタマーハラスメントへの対応の流れ
- (3) 警察との連携
- (4) 行為別の対応例

6 社内の体制

- (1) 相談窓口の設置
- (2) 再発防止の取組
- (3) カスタマーハラスメントに関する情報共有の実施

7 企業間取引におけるカスタマーハラスメント

- (1) ハラスメント防止の基本姿勢
- (2) 取引先企業に対するカスタマーハラスメントの禁止
- (3) カスタマーハラスメントの事実確認

8 参考資料

- (1) 110 番について
- (2) #9110 について

(1) カスタマーハラスメント対策の背景

近年、顧客や取引先からの不当な要求や言動による「カスタマーハラスメント」は、社会的にも深刻な課題となっています。

厚生労働省「令和5年度職場のハラスメントに関する実態調査」によれば、過去3年間に「カスタマーハラスメントを受けた」と回答した労働者は全体の10.8%にのぼり、パワーハラスメントに次いで高い割合となっています。

東京都では、令和6年10月に「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例」が制定され、都内で事業を行う事業者に対して、カスタマーハラスメント防止に向けた措置が求められています。

当社においても、代表および外部委託スタッフが、日本記録認定サービスやSNSを活用したPR支援業務に従事する中で、顧客からの過剰な要求や理不尽なクレーム、オンライン上での威圧的なコメント等が発生する可能性があります。

例えば、記録申請者からの認定結果への不当な異議申し立てや、SNS投稿に対する過剰な修正要求が挙げられます。

これらは従業員に心理的負担を与え、業務効率やサービスの質に影響を及ぼすため、組織的なカスタマーハラスメント対策が不可欠です。

(2) 組織的な対応の必要性

カスタマーハラスメントは、従業員の心身に深刻な負担を与えるだけでなく、その尊厳や人格を傷つける行為です。

従業員が安心して業務に従事できる環境を整備することは、企業の社会的責任であり、事業の持続的な発展にも直結します。

当社では、現場任せにするのではなく、統一的な対応方針を策定します。

また、社外相談窓口（社会保険労務士）を設置することで、代表およびスタッフが困難な対応に直面した場合にも、安全に相談できる体制を整えます。

これにより、個々の従業員を保護しつつ、組織としての確かつ迅速にカスタマーハラスメントに対応することが可能になります。

(3) マニュアルの位置づけ

本マニュアルは、東京都カスタマー・ハラスメント防止条例および関連ガイドラインに基づき、当社におけるカスタマーハラスメント防止の基本方針を示すものです。

具体的には、

- ・カスタマーハラスメントの定義と判断基準
- ・当社における基本方針と対応の考え方
- ・発生時の対応手順と社内体制
- ・企業間取引におけるカスタマーハラスメント

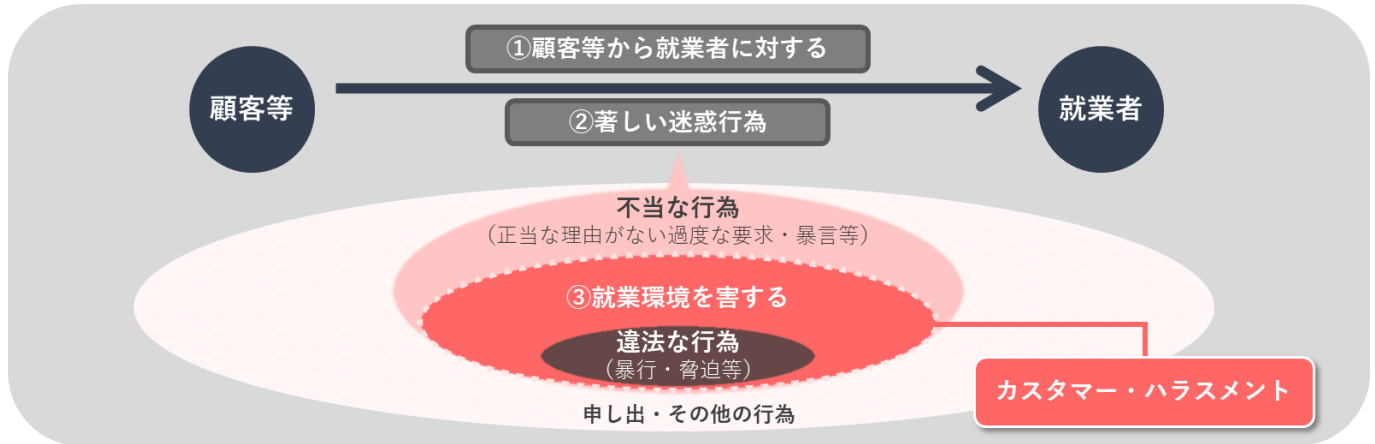
を定め、従業員が安心して参照・行動できる指針として活用します。

2 カスタマーハラスメントの定義

当社においては、カスタマーハラスメントを下記と定義します。

「顧客等から従業員に対して行われる著しい迷惑行為であって、従業員の就業環境を害するもの」

【カスタマーハラスメントの定義イメージ】



(資料) 東京都「カスタマー・ハラスメント防止のための各団体共通マニュアル」より

■「顧客等」とは

当社の商品・サービスの提供先となる顧客に限らず、取引先企業の担当者や関連事業者、業務上の対応が必要な相手先など、当社の事業活動に関係するすべての外部関係者を含みます。

■「従業員」とは

当社で働くすべての人を指し、役員、正社員はもちろんのこと、パートタイマー、契約社員、派遣社員、業務委託者など、当社の業務に関与するすべての者を含みます。

■「著しい迷惑行為」とは、

社会通念上相当な範囲を超える言動、過剰な要求、人格を否定するような言動など、業務遂行に重大な支障をきたす行為をいいます。これには、以下のような行為が含まれますが、これらに限定されるものではありません。

【著しい迷惑行為の例】

- 暴力行為
(例) 業務上の対応に不満を示し、身体を押さえつける、胸ぐらをつかむ等
- 暴言・侮辱・誹謗中傷
(例) 「無能だ」「人間失格だ」などの人格否定発言
- 威嚇・脅迫
(例) 「訴えてやる」「お前の人生を終わらせる」などの不当な脅し

- 差別的な発言や従業員の人格の否定
 - (例) 日本記録認定サービスの審査担当者に対して「あなたの国籍では公平な判断はできない」「女性にはこの仕事は無理だ」などの差別的発言を行う。
 - (例) セールスプロモーションの提案に対し「そんなレベルの企画しか出せないのか、存在価値がない」など従業員の人格を否定する発言を繰り返す。
- 土下座の要求など、社会通念上相当な範囲を超える謝罪の強要
 - (例) 日本記録認定の結果に納得できない顧客が、担当者に対して「認定を取り消して謝罪しろ、土下座して詫びろ」と強要する。
 - (例) PR 施策が期待通りの成果を出せなかったことを理由に「全社員で並んで謝罪しろ」など、社会通念上相当な範囲を超える謝罪を求める。
- 長時間にわたる不当な拘束
 - (例) 日本記録認定サービスに関して不満を持つ顧客が、営業時間外にもかかわらず担当者呼び出し、長時間にわたり説明や謝罪を繰り返し求める。
 - (例) セールスプロモーションの提案内容に納得できない顧客が、打ち合わせ後も退席を認めず、数時間にわたり同じ説明を強要する。
 - (例) 電話やオンライン会議にて「納得するまで切るな」と長時間拘束し、通常業務を妨害する。
- 過剰または合理性を欠く要求
 - (例) 提供したサービスに過失が認められないにもかかわらず、不当に高額な賠償を求める
- SNS 等に従業員の個人情報や虚偽の内容を投稿し、名誉を毀損する行為
 - (例) 日本記録認定サービスの審査に不満を持った顧客が、担当者の名前や顔写真を SNS に投稿し、「不正な審査をしている」と事実無根の中傷を行う。
 - (例) セールスプロモーション提案に納得できない顧客が、「詐欺まがいの会社だ」「担当者は信用できない」など虚偽の内容を SNS に書き込み、風評を拡散する。
 - (例) 従業員のメールアドレスや電話番号など個人情報を無断でインターネット上に公開し、第三者からの迷惑行為を誘発する。
- 従業員に対するセクシャルハラスメント、SOGI※ハラスメント、ストーカー行為 等

※「SOGI」とは、性的指向（Sexual Orientation）および性自認（Gender Identity）の略称。

■就業環境を害するとは

従業員が身体的または精神的な苦痛を受けることにより、職場における安全や安心が損なわれ、通常の業務遂行が困難になるような状態を指します。

判断にあたっては、

- ・平均的な就業者が同様の状況に置かれた場合にどう感じるか
- ・社会通念に照らし、通常の就業者が業務遂行上看過できないと考える程度の支障かどうかを基準とします。

3 カスタマーハラスメントに対する基本方針

当社においては、以下の「カスタマーハラスメントに対する基本方針」に基づき、
カスタマーハラスメントに対して、組織として適切に対応します。
また、この基本方針を社内・社外に広く周知します。

JRC合同会社「カスタマーハラスメントに対する基本方針」

1. はじめに

当社は、「挑戦するすべての人に喜びを。記録と発信で新しい価値を創造する」という理念のもと、
お客様からのご要望に真摯に耳を傾け、満足度の高いサービスの提供に努めております。
当社の事業活動の中で、お客様から頂くご意見やご要望は
サービス改善ならびに品質向上のための大切な資源であると考えています。

一方で、暴言・脅迫・暴力など、従業員の人格や尊厳を傷つける行為は、
社会通念に照らして不当なものであり、従業員の就業環境を著しく害する重大な問題です。
これらは安全・安心なサービス提供にも悪影響を及ぼす可能性があります。

そのため、従業員の安全な就業環境を確保することを第一に掲げ、
当社は「カスタマーハラスメントに対する基本方針」を定め、全社を挙げて対策を推進してまいります。

2. 当社におけるカスタマーハラスメントの定義

当社では、カスタマーハラスメントを下記定義とします。

「お客様等から従業員に対して行われる著しい迷惑行為であって、就業環境を害するもの」

具体的には、以下のような行為が該当します（例示であり、これらに限られません）

- ・暴力行為、暴言・侮辱・誹謗中傷、威嚇・脅迫、差別的・人格否定的な発言
- ・土下座等の過剰な謝罪要求、長時間の拘束や執拗な要求、社会通念を逸脱した過剰な対応要求
- ・不当・過剰な損害賠償請求、SNS等での名誉棄損や風評の拡散
- ・セクシュアルハラスメント、SOGI ハラスメント、その他のハラスメント行為やつきまとい行為 など

3. カスタマーハラスメントへの対応（社内）

- ・従業員がカスタマーハラスメントを受けた際は、速やかに事実確認と心理的ケアを実施します。
- ・カスタマーハラスメントに関する知識・対処方法についての理解を深めるため、
従業員に対して、カスタマーハラスメント対策マニュアルの周知徹底します。
- ・社内、社外相談窓口を設置し、必要に応じて弁護士・警察・外部支援機関と連携します。

4. カスタマーハラスメントへの対応（社外）

- ・当社は、合理的かつ理性的な対話を通じて問題解決に努めます。
しかし、当社がカスタマーハラスメントに該当すると判断した場合、
対応を中止し、以降のサービス提供をお断りする場合があります。
- ・悪質と認められるケースでは、警察通報・法的措置など毅然と対応します。

(1) 基本的な心構え

顧客等から寄せられるクレームの全てがカスタマーハラスメントに該当するわけではありません。商品やサービスの品質に関する指摘、接客態度に対する不満など、正当なクレームは業務改善や品質向上のための貴重な機会です。また、従業員の対応が不適切である場合、それがきっかけとなりカスタマーハラスメントに発展する可能性があるため、当社では以下の心構えを基本として顧客対応を行います。

1. 気持ちを理解して傾聴する

- 相手の立場や気持ちを理解する姿勢を持ち、孤独や不安など背景にも配慮して話を聞く。

2. 誠実に対応する

- 表情や言葉遣いに注意し、誠実に対応する。
- 不誠実な言動や、顧客等を「クレーマー扱い」することは避ける。

3. 共感を伝える

- 「なるほど」「そうなのですね」などのあいづちで共感の姿勢を示す。

4. 限定的な謝罪を行う

- 責任の所在が不明確な段階では、「ご不快な思いをおかけし申し訳ありません」など、限定的な謝罪を行う。

5. 対応者を代わる

- 相手の感情が収まらない場合には、ためらわずに上位者や別の担当者に交代する。
- 従業員が一人で抱え込み、感情的な対応を続けることは避ける。

(2) クレームの初期対応

カスタマーハラスメントを未然に防ぐため、当社ではクレーム対応の初期段階から以下を徹底します。

1. 顧客等に寄り添う

- 商品やサービスに関する合理的な要求については真摯に受け止め、交換や代替サービスの提供など適切に対応する。
- 傾聴しながら、顧客等の主張を正確に把握する。

2. 要求内容を特定する

- 要求内容を明確にし、議論を広げすぎないようにする。
- 電話対応の場合は氏名・連絡先を確認し、内容を復唱して要求を特定する。

3. 事実関係を確認する

- 5 W 1 H (When/Where/Who/What/Why/How) で正確に確認する。
- 確認前に要求を認める発言はせず、限定的な謝罪にとどめる。
- 調査や確認が必要な場合はその旨を伝え、必要日数を明示する。

4. 複数人に対応する

- 原則として複数人に対応し、役割分担（応対・記録など）を明確にする。
- 訪問対応の場合は単独行動を避け、必ず複数人で行う。
- 電話対応でも、要求が過剰な場合は速やかに上司へ引き継ぐ。

5. 対応場所を選定する

- 原則としてオープンスペースで対応する。
- 会議室等を使用する場合は、密室を避け、従業員が出入口側に座るなど安全を確保する。
- 顧客等の自宅やオフィス訪問は極力避け、やむを得ない場合は第三者の同席を求める。

6. 対応内容を記録・情報共有する

- 応対内容を詳細に記録し、速やかに部署内で共有する。
- 必要に応じて録音やスクリーンショットを活用し、SNS 投稿等も証拠として保存する。
- 同一顧客からの繰り返し要求には、記録を基に説明済みである旨を具体的に示す。
- 特に悪質なケースは、社外相談窓口（社会保険労務士）に報告・相談し、必要に応じて警察・弁護士と連携する。

(3) 顧客等の権利の尊重

顧客対応に当たっては、消費者基本法で規定される消費者の権利など、顧客等の権利を十分尊重した対応が求められます。

ただし、顧客等にどのような背景や事情があっても、

「暴力や暴言などの行為に耐える必要はない」ことは当然です。

また、令和6年4月1日から、事業者による障害のある人への合理的配慮の提供が義務化されており、基本的な考え方を理解しておく必要があります。

(参考) 政府広報オンラインHPより抜粋

○不当な差別的取扱いとは？

- 障害のある人に対して、正当な理由なく、障害を理由として、財・サービスや各種機会の提供を拒否したり、サービスなどの提供に当たって場所や時間帯を制限したりするなど、障害のない人と異なる取扱いをして障害のある人を不利に扱うことをいいます。障害者差別解消法では「不当な差別的取扱い」を禁止しています。

○「合理的配慮の提供」とは？

- 社会生活において提供されている設備やサービスなどは障害のない人には簡単に利用できる一方で、障害のある人にとっては利用が難しく、結果として障害のある人の活動を制限してしまっている場合があります。このような、障害のある人にとっての社会的なバリアについて、個々の場面で障害のある人から「社会的なバリアを取り除いてほしい」という意思が示された場合には、その実施に伴う負担が過重でない範囲で、バリアを取り除くために必要かつ合理的な対応をすることとされています。これを「合理的配慮の提供」といいます。

○合理的配慮の範囲

- 合理的配慮は事業者等の事務や事業の目的・内容・機能に照らし、次の三つを満たすものでなくてはなりません。
 1. 必要とされる範囲で本来の業務に付随するものに限られること。
 2. 障害のない人との比較において、同等の機会の提供を受けるためのものであること。
 3. 事務・事業の目的・内容・機能の本質的な変更には及ばないこと。
- また、先述のとおり合理的配慮の提供については、その提供に伴う負担が過重でないことも要件となります。

○「過重な負担」かどうかの判断は？

- 合理的配慮の提供が、各事業者にとって「過重な負担」かどうかの判断は、以下の要素などを考慮して、個別の事案ごとに具体的な場面や状況に応じて総合的・客観的に判断することが必要です。
 1. 事務・事業への影響の程度（事務・事業の目的・内容・機能を損なうか否か）
 2. 実現可能性の程度（物理的・技術的制約、人的・体制上の制約）
 3. 費用・負担の程度
 4. 事務・事業規模財政・財務状況

(1) カスタマーハラスメントの判断基準

当社においては、「2 カスタマーハラスメントの定義」に基づき、従業員の就業環境を害するような顧客等による著しい迷惑行為があった場合、カスタマーハラスメントとして毅然とした対応を行います。

カスタマーハラスメントか否かを判断する際には、以下の3つの観点（①要求の態様、②要求の内容、③時間・回数・頻度）を総合的に勘案し、機械的な判断に陥ることのないよう留意します。

1. 要求の態様（言動の性質）

- 暴力、暴言、脅迫、差別的発言、執拗な撮影・つきまとい等があるか。
- 顧客の言動が従業員に恐怖心や屈辱感を与えるか。

2. 要求の内容（内容の妥当性）

- 不当な金銭要求土下座・過度な謝罪の強要、従業員の解雇要求、社会通念上合理性を欠く要求か。

3. 時間・回数・頻度

- 大声、長時間の拘束、繰り返しの同様な過剰要求等が続いているか。
- 目安：同一の場面で30分以上延々と大声を上げる、または同一顧客から短期間に3回以上同種の過度な要求がある場合は、カスタマーハラスメントに該当する可能性が高いと判断します。

※ 上記はいずれも目安であり、侮辱的・差別的言動は時間の長短にかかわらず重大と判断します。

(2) カスタマーハラスメントへの対応の流れ

当社は、真摯に対応してもなお著しい迷惑行為が収まらない場合、現場従業員の安全確保を最優先とし、組織的対応に移行します。

① 一次対応者（現場従業員等）の初期対応

顧客等の以下のような迷惑行為が見られる場合、行為の中止を求めるとともに、その時点で対応を中断し、組織的対応へと切り替えます。

- ・クレームが執拗に繰り返される
- ・大声を出し続ける
- ・無断での撮影や録音
- ・侮辱的・威圧的な発言

カスタマーハラスメントの疑いがあると判断した場合は、速やかに現場責任者へ報告し、対応を引き継ぎます。

② 二次対応者（現場責任者）の対応

一次対応者からの報告をもとに、対象顧客に対してヒアリングを実施し、事実確認を行います。
社内、社外相談窓口にも相談の上、カスタマーハラスメントに該当すると判断した場合は、以下の措置を講じます。

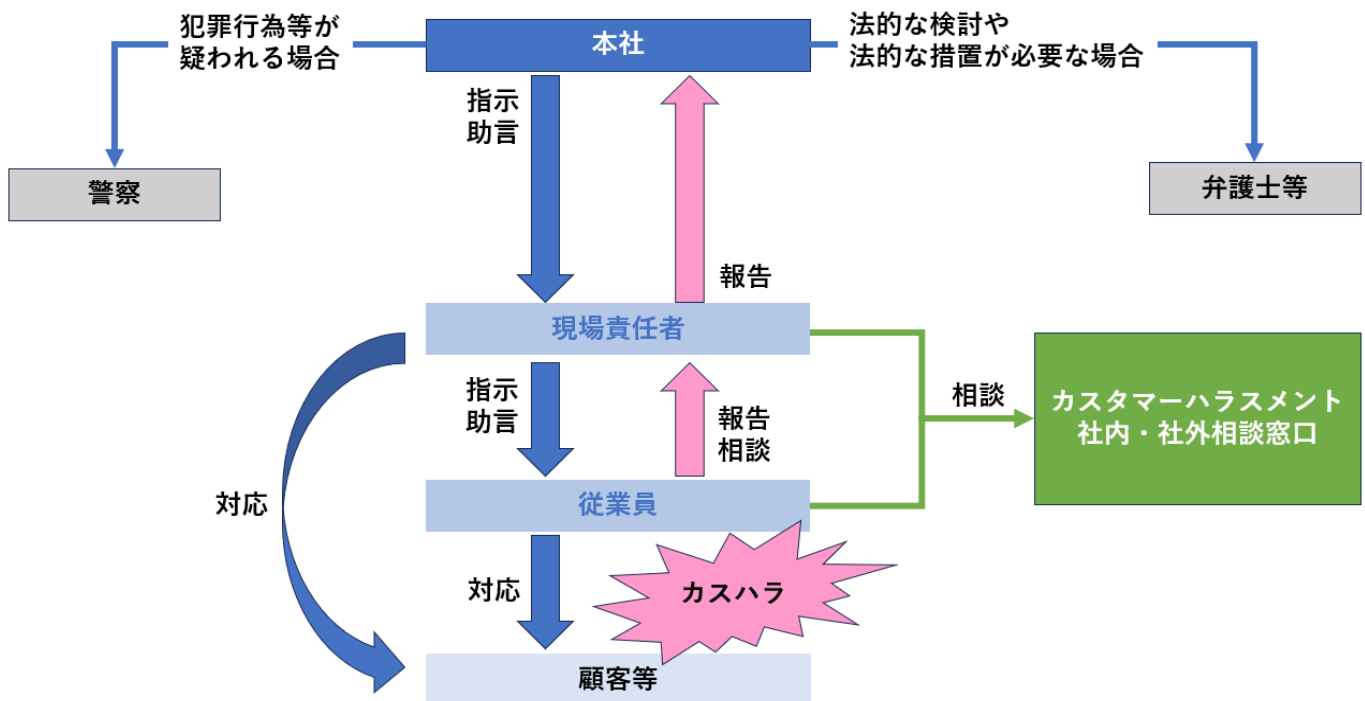
- ・一次対応者と顧客等を引き離し、従業員の安全を確保
- ・「組織としての正式な対応」であることを伝達
- ・必要十分な説明を行った後、「これ以上の議論には応じられない」旨を丁寧に伝える
- ・対応を継続することで業務に支障が生じると判断した場合、対応の打ち切りを検討・実行する

暴言・威嚇・暴力行為が見られる場合、警察への通報を検討し、本社へ報告します。

③ 本社の対応（最終対応機関）

- ・必要に応じて、警察や弁護士と連携し、施設および従業員の安全確保に努めます。
- ・対象顧客による迷惑行為・カスタマーハラスメントが違法性を帯びると判断される場合
→ 速やかに所轄警察署と連携し、事態の沈静化を図ります。
(対象行為例：暴力的言動、身体的接触、ストーカー行為、執拗なクレーム、性的・差別的発言など)
- ・緊急性がない場合であっても警察相談専用窓口（#9110）に連絡し、事実の記録・情報共有を行います。

【カスタマーハラスメント対応フロー】



(3) 警察との連携

カスタマーハラスメントは、違法性のある迷惑行為であれば刑法等に抵触します。

当社においては、こうした行為が見られた場合、以下のとおり、

警察と連携して厳正に対処することとします。

なお、暴力行為や器物破損など、身の危険を感じた場合は、その時点で速やかに警察に通報します。

① 対応の中止を伝える

- ・従業員の心理的負担や周囲の客への影響を考慮し、対応の中止を顧客等に伝える。
- ・対応の中止は現場責任者を含めた複数名で判断する。

② 行為の中止を求める

- ・迷惑行為を止めるよう顧客等に伝える。2、3度繰り返す。

③ 退去を命令する

- ・迷惑行為を止めない場合、施設管理権に基づき退去を命じる。2、3度繰り返す。

④ 警察に通報する

- ・繰り返し退去を命じてでも退去しない場合、最終警告する。
- ・なお退去しない場合、警察に通報する。

※緊急時：「110 番」

※それ以外：所轄警察署、# 9 1 1 0（警察相談専用電話）

⑤ 警察官に状況を説明する

- ・警察官の現場到着後、これまでの状況を説明し、録画・録音がある場合は、内容を確認してもらう。その際、顧客を退去させたい旨を明確に伝える。
- ・迷惑行為を行う顧客を指導するよう依頼する。
- ・警察官の到着前に相手が立ち去った場合でも、再訪する恐れがある場合は「相手は立ち去ったが再訪する恐れがある」として情報連携しておく。

(4) 行為別の対応例

以下の行為別に、具体的な対応例を示します。

① 暴言

- ・暴言には暴言で返さず、冷静かつ丁寧な言葉で対応する。
- ・怒声により周囲に恐怖を与える場合は、静かに発言するよう注意を促す。
- ・議論を長引かせず、必要最小限の発言にとどめる。
- ・暴言が続く場合は「迷惑行為である」旨を明確に伝え、対応を打ち切る。
- ・録音・録画・対応記録を残し、事後に検証可能とする。
- ・現場責任者へ報告し、必要に応じて、社内、社外相談窓口に相談、警察への通報を検討する。

② 執拗な要求

- ・同じ要求が繰り返された場合、早期に「これ以上対応できない」旨を伝える。
- ・一定時間（目安：30分）を超える場合、警察へ相談する旨を伝える。
- ・応じない場合、現場責任者に報告し、最終的な退去要求を行う。
- ・それでも従わない場合、警察に通報する。
- ・必要に応じて、社内、社外相談窓口相談、警察への通報を検討する。

③ 土下座の要求

- ・丁寧かつ冷静に「そのような対応はできません」と明確に伝える。
- ・社会通念上不当な要求であるため、即時に「対応できない」旨を告げる。
- ・記録（録音・録画・メモ）を残す。
- ・応じない場合、現場責任者に報告し、退去命令を行う。
- ・必要に応じて、社内、社外相談窓口相談、警察への通報を検討する。

④ 暴行

- ・刑法第208条の暴行罪に該当するため、即時に警察に通報する。
- ・複数人で安全確保に努め、従業員の単独対応を避ける。
- ・被害の状況を速やかに記録し、証拠として警察へ提供できるようにする。

⑤ 高圧的な言動

- ・曖昧な発言や場当たり的な妥協を避ける。
- ・誤りがあれば迅速かつ明確に訂正する。
- ・不当な要求や他社事例を持ち出した強要については事実確認を行い合理性がない場合は明確に拒否する。
- ・現場責任者へ報告し、必要に応じて、社内、社外相談窓口相談、警察への通報を検討する。

⑥ 長時間の拘束

- ・同じ要求を繰り返す「堂々巡り」となった場合、対応を打ち切る旨を伝える。
- ・一定時間（目安：30分）を超える場合は、業務継続に支障があることを伝え、対応を終了（電話の場合は切断を含む）する。
- ・現場責任者へ報告し、必要に応じて、社内、社外相談窓口相談、警察への通報を検討する。

⑦ セクシャルハラスメント

- ・顧客等の性的な言動により不快であることを明確に伝える。
- ・セクハラ意識がない場合には、具体例を挙げて不適切であることを説明する。
- ・改められない場合は、即時にサービス提供を打ち切り、現場責任者に報告する。
- ・必要に応じて、社内、社外相談窓口相談、警察への通報を検討する。

(1) 相談窓口の設置

当社においては、カスタマーハラスメントへの対応を現場任せにすることなく、会社全体の問題として組織的に対応します。

相談にあたっては、相談者や関係者のプライバシー・名誉を尊重し、秘密保持を徹底します。

また、相談を行ったことによって相談者が不利益を受けることは一切ありません。

① 相談窓口

【社内】カスタマーハラスメント社内相談窓口：辻村健太

TEL：080-5104-6648 ／ Mail：jrcofficial0419@gmail.com

【社外】ほまれ社労士事務所 担当：小西宏幸 社会保険労務士

TEL：06-6121-8501 ／ Mail：homaresyaroushi@wkn-sr.com

対応時間：平日（月～金）9：30～17：00 ※祝日及び社労士事務所休業日を除く

② 相談方法

- ・電話、メール

③ 相談対応の手順

現場責任者は、現場担当者から相談を受けた際の対応は以下の手順で実施します。

- ・相談者から可能な範囲で事実関係を聴取
（身体的・精神的影響に配慮し確認）。
- ・相談者が証拠（対応メモ、録音、録画など）を保有していれば内容を確認。
- ・客観的事実に基づき、顧客の言動が合理的かつ社会通念上妥当かを判断。
- ・カスタマーハラスメントに該当すると判断した場合、以下を実施。
 - 対応の中止・現場スタッフの交代
 - 警察への通報の検討
 - 社内、社外相談窓口と連携
- ・カスタマーハラスメントに該当しない通常のクレームの場合は、適切な対応策を指示。
- ・暴力・性的嫌がらせなどの緊急事案の場合、スタッフを直ちに安全な場所へ避難させ、警察・弁護士・本社と連携して対応。

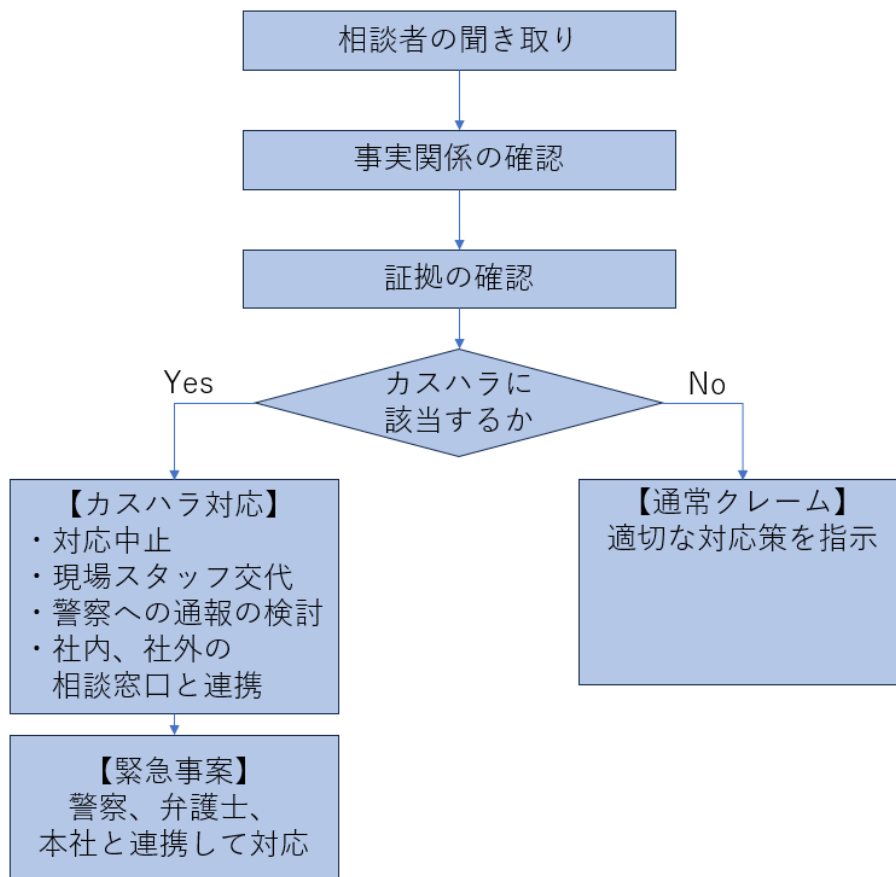
※【相談対応フロー】参照

④ 相談対応者の留意事項

相談対応にあたっては、以下を厳守します。

- ・初期対応の迅速性と正確性を重視し、適切に対応する。
- ・「プライバシー保護」「不利益な取扱いの禁止」を相談者に明確に説明する。
- ・対面が難しい場合は、非対面の選択肢を案内する。
- ・精神的ストレスやトラウマに配慮し、詰問的にならず、共感を持って丁寧に対応する。
- ・メンタル不調の兆候が見られる場合、産業カウンセラー・心理士など専門職へ連携する。
- ・セクシャルハラスメント事案の場合、相談者の希望に応じ同性の相談者が対応する。
- ・案件の重大性に応じて、警察、弁護士等と連携し対応する。

【相談対応フロー】



(2) 再発防止の取組

カスタマーハラスメントの発生後、再発防止に向けて以下の取組を実施します。

① メッセージ発信

- ・従業員に向けて、カスタマーハラスメントについての注意喚起などのメッセージを発信します。
- ・カスタマーハラスメントは従業員個人の責任ではなく、組織として対応すべき問題であることを周知します。
- ・相談・報告が人事評価に影響しないこと、逆に組織への適切な報告が評価対象となることを明確に伝え、安心して相談できる体制を強化します。

② 事例の検証と改善（PDCA サイクル）

- ・発生した事案について、従業員のプライバシーを保護しながら事実関係を整理します。
- ・具体的な状況を分析し、再発防止策としてマニュアル・基本方針等の改善に役立てます。
- ・従業員側の誤解や説明不足が要因の場合には、個別フォローを行い、理解を深めます。
- ・改善サイクル（PDCA）を明確化

サイクルを定期的に回すことで、常に実効性の高い対策を維持します。

事例分析（Check） → 改善案策定・マニュアル更新（Act/Plan）

→ 運用・情報共有（Do） → 効果確認・評価（Check）

③ カスタマーハラスメントに関する情報共有の実施

- ・発生したカスタマーハラスメント事案に関する情報共有として、発生事案の概要、外部相談窓口からの助言内容、今後の改善策を発信します。
- ・再度、全従業員のマニュアル・基本方針等の理解の周知徹底を行います。

④ 取組の定期的な見直し

- ・過去の従業員の相談内容の変化、相談件数の推移、相談対応者の意見、感想等を材料にして、定期的に取り組の見直しを行います。

（3）カスタマーハラスメントに関する情報共有の実施

当社では、顧客対応に関わるすべての従業員が、カスタマーハラスメントや過剰な要求に対して冷静かつ適切に行動できるよう、以下の取組を定期的の実施します。

1. マニュアル・基本方針の確認

マニュアル・基本方針を読み合わせ、対応フローや判断基準を再認識します。

2. 事例・知見の共有

実際に寄せられた相談事例や、社外相談窓口からの助言などを共有し、現場での対応力を高めます。

3. 疑問点・改善点の整理

従業員からの質問や気づきを取り上げ、必要に応じてマニュアルを改訂し、常に実効性のある内容へと更新します。

この取組により、従業員が安心して顧客対応に臨めるとともに、組織として一貫した対応を行える体制を維持します。

(1) ハラスメント防止の基本姿勢

当社においては、以下の「ハラスメント防止基本方針」を定めており、カスタマーハラスメントも対象に含まれています。

ハラスメント防止基本方針

1. ハラスメント防止の基本姿勢

ハラスメント行為は、従業員の尊厳を傷つけ、就業環境を悪化させるだけでなく、健全な企業活動の継続にも深刻な影響を与えるため、絶対に許されない行為です。当社は、取引先との関係においても不当な要求や著しく不適切な言動を決して容認せず、従業員が安心して業務に従事できる環境を維持します。

2. ハラスメントの定義

ハラスメントとは、セクシュアルハラスメント、パワーハラスメント、SOGI ハラスメント、マタニティハラスメント、パタニティハラスメント、カスタマーハラスメント、就活ハラスメントなどを指します。

3. 対象者

- ・当社のすべての従業員（正社員・契約社員・派遣社員・パート・アルバイト等）
- ・役員・経営陣
- ・インターンシップ生や採用選考に参加する学生
- ・加えて、取引先企業の役員や従業員等も含め、
当社の関係者に対してハラスメントを行うことは認めません。

4. 相談窓口

ハラスメントに関する相談・苦情および通報窓口は、「カスタマーハラスメント社内相談窓口」、社外相談窓口の「ほまれ社労士事務所」です。すべての従業員は、窓口担当者に相談および苦情の申出、または匿名での通報が可能です。相談・通報内容に関する情報や個人情報 は 厳重に管理・保護されます。

5. 懲戒処分

懲戒事由に該当するハラスメントの事実が認められた場合、懲戒処分を行います。業務時間内であるか時間外であるかを問わず、当社の名誉や信用を傷つけるようなハラスメントを行った従業員に対しては厳正に対処します。ハラスメントの事実を通報した相談者はもちろん、事実関係の確認に協力した方に不利益な取扱いはい行いません。また、相談者や通報者本人に対して不利益な取扱いや嫌がらせ等を行った従業員がいた場合、上記と同様、懲戒処分を行います。

(2) 取引先企業に対するカスタマーハラスメントの禁止

取引先企業の経営者や従業員に対するハラスメントは、カスタマーハラスメントに当たります。

全ての従業員は、取引に当たっては、当社の従業員と同様に言動に十分注意してください。

特に、立場の弱い取引先企業に対しては、「無理な要求をしない・させない」よう十分な配慮が必要です。

令和4年2月に厚生労働省が公表した「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」では、

「取引先と良好な関係を築くための好事例」や「取引先との接し方に関する留意点」が示されています。

こうした視点も参考に、適正な企業間取引を推進します。

(参考) 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」より

○取引先と良好な関係を築くための好事例

- ・取引先はパートナー企業、取引先からの派遣従業員はパートナー従業員と呼び、自社従業員と同様に扱っている。
- ・会社として、各取引先にアンケートを実施している。
回答企業は無記名とし、「自社の社員が暴言をはいていませんか」等の設問を設け、問題のある部署にはヒアリングを行うようにしている。
- ・企業の行動指針として、「取引先との関係」の項目を設け、
自社従業員に他社従業員への接し方の注意について周知している。
- ・被害者だけでなく、加害者にならないよう、コンプライアンスという観点で教育している。
また、E ラーニング等を通して商習慣の中で過度な要求がないよう、
取引先への伝え方等について指導している。

○取引先との接し方に関する留意点

- ・業務の発注者、資材の購入者等、実質的に優位な立場にある企業が、取引先企業に過大な要求を課し、
それに応えられない際に厳しく叱責する、取引を停止することや、
業務とは関係のない私的な雑用の処理を強制的に行わせることは、
独占禁止法上の優越的地位の濫用や下請法上の不当な経済上の利益の提供要請に該当し、
刑事罰や行政処分を受ける可能性があります。
- ・ハラスメント以前に、取引先企業の利益を不当に侵害するような行為は控えなければなりません。

(3) カスタマーハラスメントの事実確認

当社と取引先企業との間でカスタマーハラスメントが発生した可能性がある場合、以下のとおり対応します。

① 従業員が取引先企業からカスタマーハラスメントを受けた可能性がある場合

- ・ 従業員からの相談に対応する。
 - ✓ 「6 社内の体制」に記載の内容に基づき対応する。
- ・ 取引先企業に対して協力を依頼する。
 - ✓ 取引先企業に対して事実関係の確認の協力を依頼する。
 - ✓ 協力依頼の際は、先入観や偏見を排除し、双方の信頼関係に基づき、適切な情報提供と調査協力を求める。
- ・ 取引先企業と共同で事実関係を確認する。
 - ✓ あらかじめ取引先企業との間で決めた調査方法に基づき、双方が協力して取引先の従業員から事実関係を確認する。
 - ✓ 状況に応じて下記に相談する。
 - カスタマーハラスメント社内相談窓口：辻村健太
 - 社外相談窓口（ほまれ社労士事務所 担当：小西宏幸 社会保険労務士）
 - ✓ ハラスメント行為が確認された場合、取引先企業と連携して、適切な措置を取るための対応策を共同で検討する。

② 従業員が取引先企業にカスタマーハラスメントを行った可能性がある場合

- ・ 取引先企業の依頼に対して協力する。
 - ✓ 取引先企業からハラスメントに関する事実関係の確認の協力依頼があった場合、先入観や偏見を排除し、双方の信頼関係に基づき、適切な情報提供と調査協力を行う。
 - ✓ 協力を求められたことを理由として、取引先企業との契約を解除するなどの不利益な取扱いを行わない。
- ・ 取引先企業と共同で事実関係を確認する。
 - ✓ あらかじめ取引先企業との間で決めた調査方法に基づき、双方が協力して自社の従業員から事実関係を確認する。
 - ✓ 状況に応じて下記に相談する。
 - カスタマーハラスメント社内相談窓口：辻村健太
 - 社外相談窓口（ほまれ社労士事務所 担当：小西宏幸 社会保険労務士）
- ・ カスタマーハラスメントを行った従業員に対して適切な措置をとる。
 - ✓ ハラスメント行為が確認された場合、取引先企業と連携して、適切な措置を取るための対応策を共同で検討する。
 - ✓ 行為の悪質性等を勘案し、必要に応じて、本社に報告した上で、懲戒処分の手続に移行する。

(1) 110 番について ※警視庁HPを基に作成

① 110 番通報で伝えること

- ・ 何があったか
- ・ 通報の何分前のことか
- ・ 場所（住所や目標となる店舗や建物、階数等）
- ・ 被害や目撃の状況、けが人の有無
- ・ 犯人について（性別、人数、年齢、服装や逃走方向等）

② 正しい場所を伝える

- ・ 警察官がすばやく現場に到着するために、110 番通報では正しい場所を伝える。
- ・ 通報（発生）場所がわからないときは、交差点の名前や近くの建物の名前を伝える。

③ 110 番につながらない時は

- ・ 災害、停電、携帯電話回線のトラブルなどの影響により、通信障害が発生し、110 番通報できなくなった場合は、慌てることなく、周囲に助けを求めて、他のキャリアの携帯電話、固定電話、公衆電話を利用して通報する。
- ・ あらかじめ、自宅や勤務先等の周辺の警察署や交番の所在地を確認しておき、有事の際は、直接訴え出る。
- ・ パトロール中の警察官やパトカーに直接訴え出る。

④ 110 番映像通報システム

- ・ 音声だけでは把握が難しい事件・事故等の現場の状況を、通報者のスマートフォン又はタブレット端末で撮影し、写真や映像とともに警察へ通報することができるシステム。

(2) #9110 について ※警視庁HPを基に作成

① 警察に対する相談があるときは？

- ・ お困りごとや不安に思うことなど、警察に相談したいことがあるときには、警察相談ダイヤル #9110 をご利用ください。
- ・ 警視庁総合相談センターでは、相談内容に応じて、相談窓口等をご案内します。
- ・ 相談は、最寄りの警察署でも直接受け付けています。

② 警視庁総合相談センター

- ・ 110 番の前に「#9」をつけて#9110 にかけてください。
- ・ 電話：#9110（東京都内でダイヤルすると当センターにつながります。）
※都県境では、他県につながる場合があります。
- ・ 電話：03-3501-0110（東京都を管轄する当センターにつながります。）