

カスタマーハラスメントの定義と類型

吉田総合法律事務所 代表弁護士 吉田 良夫

1. はじめに

令和元年6月5日に労働施策総合推進法等が改正され、職場におけるパワーハラスメントの防止のために雇用管理上必要な措置を講じることが事業主の義務となりました。令和2年1月には同法の告示第5号により、顧客等からの暴行、脅迫などに関して、事業主は体制の整備や被害者への配慮の取り組みが望ましいこと等が定められました。

そして、ようやく、令和4年2月25日、厚生労働省から「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」が公表されました。このマニュアルは55ページで、読みやすい内容です。本稿で概要を把握したら、次は原本をお読みください。

2. 何がカスタマーハラスメントなのか？

カスタマーハラスメント(以下、「カスハラ」とします)の定義は、「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」とされました(同7頁)。

顧客等とは、実際の利用者だけでなく、今後利用する可能性のある潜在的顧客も含まれます。

マニュアルでは、以下のように説明しています(同8頁)。

(1) 「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のない場合

(2) 「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

- ①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、名誉毀損、侮辱、暴言)
 - ・威圧的な言動
 - ・土下座の要求、等々
- ②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)

3. カスタマーハラスメントの種類

マニュアルでは、詳細なヒアリングによりカスハラの種類を整理しました(同9頁)。我が社の従業員が受けた内容はカスハラかな? と判断するとき、参考資料になります。

①時間拘束

- ・一時間を超える長時間の拘束、居座り
- ・長時間の電話
- ・時間の拘束、業務に支障を及ぼす行為

②リピート型

- ・頻繁に来店し、その度にクレームを行う
- ・度重なる電話
- ・複数部署にまたがる複数回のクレーム

③暴言

- ・大声、暴言で執拗にオペレーターを責める
- ・店内で大きな声をあげて秩序を乱す
- ・大声での恫喝、罵声、暴言の繰り返し

④対応者の揚げ足取り

- ・電話対応での揚げ足取り
- ・自らの要求を繰り返し、通らない場合は言葉尻を捉える
- ・同じ質問を繰り返し、対応のミスが出たところを責める
- ・一方的にこちらの落ち度に対してのクレーム
- ・当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な攻め立て

⑤脅迫

- ・脅迫的な言動、反社会的な言動
- ・物を壊す、殺すといった発言による脅し
- ・SNSやマスコミへの暴露をほのめかした脅し

⑥権威型

- ・優位な立場にいることを利用した暴言、

特別扱いの要求

⑦SNSへの投稿

- ・インターネット上の投稿(従業員の氏名公開)
- ・会社・社員の信用を毀損させる行為

⑧正当な理由のない過度な要求

- ・言いがかりによる金銭要求
- ・私物(スマートフォン、PC等)の故障についての金銭要求
- ・遅延したことによる運賃の値下げ要求
- ・難癖をつけたキャンセル料の未払い、代金の返金要求
- ・備品を過度に要求する(歯ブラシ10本要望する等)
- ・入手困難な商品の過剰要求
- ・制度上対応できないことへの要求
- ・運行ルートへのクレーム、それに伴う遅延への苦情
- ・契約内容を超えた過剰な要求

⑨コロナ禍に関連するもの

- ・マスク着用、消毒、窓開けに関する強い要望
- ・マスクをしていない人への過度な注意の要望
- ・顧客のマスクの着用拒否

⑩セクハラ

- ・特定の従業員へのつきまとい
- ・従業員へのわいせつ行為や盗撮

⑪その他

- ・事務所(敷地内)への不法侵入
- ・正当な理由のない業務スペースへの立ち入り

4. カスタマーハラスメントの判断基準

企業は、カスハラの実態をどのよう
に考えたら良いのでしょうか。

マニュアルは「各社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]であるとしています(同11～12頁)。

以下、概括的に①と②に分けて説明します。

①顧客等の要求内容に妥当性はあるか

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。

しかし、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。

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

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ので、社会通念上相当性を欠く場合が多い。

要求内容に妥当性がある場合でも、言動が暴力的・威圧的・拘束的・差別的、性的である場合は社会通念上不相当。

殴る、蹴るなどの暴力行為はカスハラ該当だけでなく、犯罪に該当する可能性がある。

5. 企業のカスタマーハラスメント対策

企業が具体的に取り組むべきカスハラ対策は、どのような内容でしょうか。

本稿では項目だけの列記になりますが、マニュアルは以下のとおり定めています(同18頁以下)。

(1) カスタマーハラスメントを想定した事前の準備

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(20頁)

②従業員(被害者)のための相談対応体制の整備(22頁)

③対応方法、手順の策定(25頁)

④社内対応ルールに従業員等への教育・研修(35頁)

(2) カスタマーハラスメントが実際に起こった際の対応

⑤事実関係の正確な確認と事案への対応(36頁)

⑥従業員への配慮の措置(38頁)

⑦再発防止のための取組(39頁)

①～⑦までの措置と併せて講ずべき措置(41頁)

6. おわりに

今回は「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」の骨組みのご紹介だけになりました。

しかし、このマニュアルは重要な資料です。顧客と接する業種では、従業員の皆さんが現場でカスハラ被害リスクに接しながら業務をしています。

私は、このマニュアルを契機に、企業が顧客と正しい関係を構築し、カスハラ被害が少しでも減少することを祈っております。

