

職場における

「カスタマーハラスメント」 防止のための対応策とは

令和元年6月、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。この改正を踏まえ、指針や厚生労働省によるマニュアルなども定められています。そこでカスタマーハラスメント対策の必要性和対策の具体的な内容等を解説します。

弁護士法人ロア・ユナイテッド法律事務所
弁護士

中 野 博 和



カスタマーハラスメントの 定義と対策の必要性

カスタマーハラスメントとは、顧客や取引先等（以下「顧客等」といいます）からのクレームすべてを指すものではありません。顧客等からのクレームには、商品やサービス等への改善を求める正当なクレームがある一方で、過剰な要求を行ったり、商品やサービスに不当な言いがかりをつけたりする悪質なクレームもあります。事業主には、このような不当・悪質なクレームから従業員を守る対応が求められます。

企業や業界により、顧客等への対応方法・基準が異なることが想定されるため、カスタマーハラスメントを明確に定義することはできませんが、企業の現場においては、「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」がカスタマーハラスメントであると考えられています。

UAセンセンの調査によると、直近2年以内に顧客からの迷惑行為の被害にあったことのある従業員は56・7%にのぼり、その迷惑行為は多岐にわたります（図）。

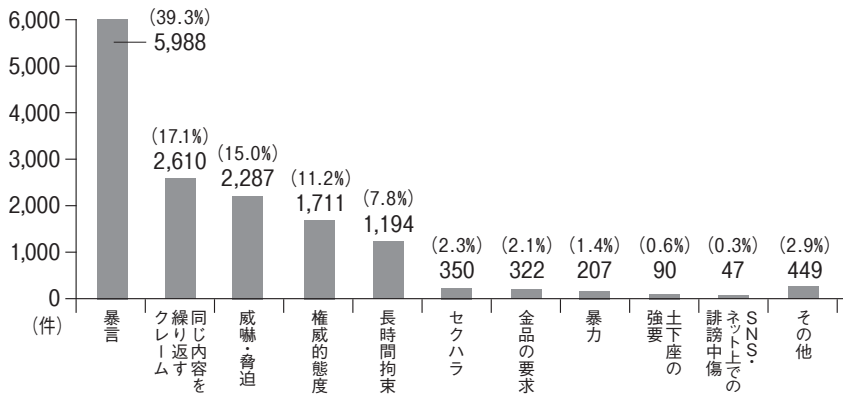
しかし、顧客からの迷惑行為に関し企業において特に対策はなされていないという回答が43・4%となっています。

カスタマーハラスメントは、そのハラスメントを受けた従業員のみなならず、その従業員が勤める企業および他の顧客等にも広く影響が及びます。

従業員への影響としては、精神的な負担が大きく、業務のパフォーマンスが低下することをはじめ、深刻な場合には健康不良や精神疾患を招き、休職や退職に繋がるケースもあります。休職や退職によって、従業員はその生活基盤を失ってしまうわけですから、その影響は深刻といえるでしょう。

企業としては、顧客対応に要する時間が主な負担になっており、直接的なやりとりのみで1時間以上かかるものをはじめ、社内での対応方針の検討や、状況に応じて弁護士や警察といった外部との相談対応の時間を含めると相当な時間的コストを強いられることもあ

■最も印象に残っている顧客からの迷惑行為



資料出所)「悪質クレーム対策(迷惑行為)アンケート調査結果～サービスする側、受ける側が共に尊重される社会をめざして～」(UAゼンセン、2020年10月)

企業としては、労務の提供を受けていないにもかかわらず、逸失利益や休業損害を支払わなければならない可能性が、あることとなります。それ以外に、現場に居合わせた他の顧客等においても、業務遅滞によってサービスが受けられないことや、利用環境の悪化などの影響が考えられます。これにより、企業のブランドイメージの低下につながることも考えられます。

し、逸失利益、休業損害、慰謝料等の多額の賠償をしなければならなくなるリスクもあります。

ります。加えて、カスタマーハラスメントにより従業員に健康不良や精神疾患等が生じた場合、企業は、安全配慮義務違反があったとして損害賠償請求を受ける可能性もあります。仮に、安全配慮義務違反に基づく損害賠償請求が認められた場合、企業は、当該従業員に対

し、逸失利益、休業損害、慰謝料等の多額の賠償をしなければならなくなるリスクもあります。なお、いずれもパワーハラスメントの事案ですが、美研事件(東京地判平成20年11月11日労判982号81頁)では、いじめ等の不法行為に基づく損害として逸失利益225万6000円などが、医療法人健進会事件(大阪地判平成24年4月13日労判1053号24頁)では、休業損害として655万8802円などが認められています。

すなわち、企業の損害は少ないので、速やかに対策を講じることが必要でしょう。

企業が取り組むべき カスタマーハラスメント対策

(1) 対策の大まかな枠組み

企業としては、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、以下の取組みを実施するとよいでしょう。

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

組織のトップが、カスタマーハラスメント対策への取組みの基本方針・基本姿勢を明確に示す、あるいは、組織としてカスタマーハラスメントから従業員を守るというメッセージを発する、またはカスタマーハラスメントへの対応のあり方を従業員に周知・啓発し、教育したりすることなどが考えられます。

② 従業員(被害者)のための相談対応体制の整備

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、従業員に周知すること

とや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ことなどが考えられます。

③ 対応方法、手順の策定

カスタマーハラスメント行為への対応方法、手順等をあらかじめ決めておくことが考えられます。

④ 社内対応ルールの従業員等への教育・研修

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、従業員を教育することが考えられます。

⑤ 事実関係の正確な確認と事案への対応

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こと、および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、要求等に応じないことなどが考えられます。

⑥ 従業員への配慮の措置

被害を受けた従業員に対する配慮の措置を適正に行なう(繰り返し返される不相当な行為には1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）ことなどが考えられます。

⑦ 再発防止のための取組み

同様の問題が発生することを防ぐ（再発防止の措置を構じる）ため、定期的な取組みの見直しや改善を行ない、継続的に再発防止に取り組むことなどが考えられます。

⑧ ①～⑦までの措置とあわせて講ずべき措置

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、また相談したこと等を理由として相談者に対し不利益な取扱いを行なってはならない旨を定め、従業員に周知することなどが考えられます。

(2) ハラスメント行為ごとの顧客等への対応例

次の9個の類型に共通するものが、事後の対応等に備え、当該ハラスメント行為の証拠を残すことが重要だという点です。

具体的な証拠としては、録音や録画などが挙げられます。相手に無断で録音したテープが民事訴訟において証拠として認められるかが問題となった事案（東京高判昭和52年7月15日判時867号60頁）において、裁判所は、その証拠が、著しく反社会的な手段を用

いて人格権侵害を伴う方法によって採集されたものであるときは、

それ自体違法の評価を受け、その証拠能力を否定されてもやむを得ないものというべきとしたうえで、当該録音は、酒席における相手方らの発言供述を、単に同人が知らない間に録取したものであるにとどまり、いまだ同人らの人格権を著しく反社会的な手段方法で侵害したものであることはできないから、当該録音テープは、証拠能力を有するものと認めるべきである旨を判示しました。

そのため、少なくとも、相手方の同意なしに録音を行なったとしても、それが単に相手方が知らない間に録取したものであるにとどまる限りにおいては、民事訴訟における証拠として認められる可能性は高いものといえます。

話者の同意なくしてなされた録音テープは、通常話者の一般的人格権の侵害となり得ることは明らかである旨も判示されている点には注意が必要です。

A 時間拘束型

a ハラスメント行為の例

顧客等が長時間にわたり、店舗において居座りをする、企業の窓口などへの電話を長時間続けるな

どにより、従業員を拘束する。

b 対応例

対応できない理由を説明し、応じられないことを明確に告げる等の対応を行なった後、膠着状態に至つてから一定時間を超える場合は、お引き取りを願います。または電話を切ります。複数回電話がかかってくる場合には、あらかじめ対応できる時間を伝えて、それ以上に長い対応はしないようにします。現場対応においては、顧客等が帰らない場合には、毅然とした態度で退去を求めます。状況に応じて、弁護士への相談や警察への通報等を検討してください。

B リピート型

a ハラスメント行為の例

理不尽な要望について、繰り返し電話で問合せをする、または面会を求めてくる。

b 対応例

連絡先を取得し、繰り返し不合理な問合せがくるようであれば注意し、次回は対応できない旨を伝えます。

それでも繰り返し連絡がくる場合、リスト化して通話内容を記録し、窓口を一本化して、今後同様の問合せには答えないことを伝えて毅然と対応します。また、状況

に応じて、弁護士や警察への相談等を検討します。

C 暴言型

a ハラスメント行為の例

大きな怒鳴り声を上げる、「馬鹿」といった侮辱的発言、人格の否定や名誉を棄損する発言をする。

b 対応例

大声を張り上げる行為は、周囲の迷惑となるため、やめるように求めます。侮辱的発言や名誉毀損、人格を否定する発言に関しては、後で事実確認ができるよう録音し、程度がひどい場合には退去を求めます。

D 暴力型

a ハラスメント行為の例

殴る、蹴る、たたく、物を投げつける、わざとぶつかってくる等の行為を行なう。

b 対応例

行為者から危害が加えられないよう一定の距離を保つなど、対応者の安全確保を優先します。また、警備員等と連携を取りながら、複数名で対応し、直ちに警察に通報します。

E 威嚇・脅迫型

a ハラスメント行為の例

「殺されたいのか」といった脅迫的な発言をする、反社会的勢力

との繋がりをほのめかす、異常に接近する等といった、従業員を怖がらせるような行為をとる。

または、「対応しなければ株主総会で糾弾する」「SNSにあげる、口コミで悪く評価する」等とブランドイメージを下げるような脅しをかける。

【b】 対応例

複数名で対応し、警備員等と連携をとりながら対応者の安全確保を優先します。また、状況にに応じて、弁護士への相談や警察への通報等を検討します。ブランドイメージを下げるような脅しをかける発言を受けた場合にも毅然と対応し、退去を求めます。

【F】 権威型

【a】 ハラスメント行為の例

正当な理由なく、権威を振りかざし要求を通そうとする、お断りをして執拗に特別扱いを要求する、または、文書等での謝罪や土下座を強要する。

【b】 対応例

不用意な発言はせず、対応を上位者と交代します。要求には応じないことです。

【G】 店舗外拘束型

【a】 ハラスメント行為の例

クレームの詳細がわからない状

態で、職場外である顧客等の自宅や特定の喫茶店などに呼びつける。

【b】 対応例

基本的には単独での対応は行わず、クレームの詳細を確認したうえで対応を検討します。対応の検討のために、事前に返金等に対する一定の金額基準、時間、距離、購入からの期間などの制限などについて基準を設けておきます。店外で対応する場合は、公共性の高い場所を指定します。納得されず従業員を返さないという事態になった場合には、弁護士への相談や警察への通報等を検討します。

【H】 SNS／インターネット上での誹謗中傷型

【a】 ハラスメント行為の例

インターネット上に名誉を毀損する、またはプライバシーを侵害する情報を掲載する。

【b】 対応例

掲示板やSNSでの被害については、掲載先のホームページ等の運営者（管理人）に削除を求めます。投稿者に対して損害賠償等を請求したい場合は、必要に応じて弁護士に相談しつつ、発信者情報の開示を請求します。名誉毀損等について、投稿者の処罰を望む場合には弁護士や警察への相談等を

検討します。

解決策や削除の求め方がわからない場合には、法務局や違法・有害情報相談センター、「誹謗中傷ホットライン」（一般社団法人セーファーインターネット協会）に相談するとよいでしょう。

【I】 セクシュアルハラスメント型

【a】 ハラスメント行為の例

従業員の身体に触る、待ち伏せする、つきまとう等の性的な行動、食事やデートに執拗に誘う、性的な冗談といった性的な内容の発言を行なう。

【b】 対応例

性的な言動に対しては、録音・録画による証拠を残し、被害者および加害者に事実確認を行ない、加害者にやめるよう警告します。執拗なつきまとい、待ち伏せに対しては、施設への出入り禁止を伝え、それでも繰り返す場合には、弁護士への相談や警察への通報等を検討します。

ハラスメント対策が評価された裁判例

小型食品スーパーマーケットの従業員が、顧客等の迷惑行為に對して会社は生命、身体の安全確保

の配慮をしないことで損害を被ったと主張して、会社に対し、不法行為に基づく損害賠償請求をした事案（地位確認等請求事件・東京地判平成30年9月3日）が参考になります。

会社は、ポイント付与について誤解に基づく申出や苦情を述べる客への対応について、テキストを配布して、苦情を申し出る客への初期対応は指導していたこと、接客においてトラブルが生じた場合の相談体制が整えられていたこと、通報用の緊急ボタンが設置されており、その存在は従業員に周知されていたこと、深夜の従業員を必ず2名以上の体制としていたことなどから、会社の安全配慮義務違反が否定されました。

この裁判例は、会社が事前に顧客等による迷惑行為に対して、十分に対策を講じていたために、安全配慮義務違反を免れることができた事案であるといえます。



カスタマーハラスメントによる会社の被害は増加しつつあり、従業員はもちろん、会社自身を守るために対策を講じる必要性は高いといえます。本稿がその対策の参考となれば幸いです。