

カスタマーハラスメント対策マニュアル

(作成日：令和 7 年 12 月 10 日)

株式会社ロジバード

目次

1 はじめに・・・マニュアル作成の目的

- (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 社内体制整備

- (1) 相談窓口の設置
- (2) 再発防止の取組
- (3) 研修の実施

7 企業間取引での対応

- (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) 緊急時の通報（110番）
- (2) 警察相談ダイヤル（#9110）

1 はじめに・・・マニュアル作成の目的

(1) カスタマーハラスメント対策の背景

近年、カスタマーハラスメントが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」では、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労働者のうち10.8%と、パワーハラスメントに次いで多い状況です。

東京都では、令和6年10月に「東京都カスター・ハラスメント防止条例」が成立し、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の防止に向けた措置が求められています。

顧客対応における迷惑行為が社会的に問題となっていることから、当社でもカスター・ハラスメント対策を実施します。

(2) 組織的な対応の必要性

カスター・ハラスメントは、事業運営に支障を及ぼし、業務の継続やサービス提供に悪影響を与えるおそれがあります。

当社では、対応が場面によってばらつくことを防ぐため、統一的な対応方針や判断基準をあらかじめ定め、迷惑行為が発生した場合にも適切に対処できる体制を整えます。

(3) マニュアルの位置づけ

本マニュアルでは、カスター・ハラスメントの定義、カスター・ハラスメントに対する基本方針、当社における判断基準や対応例、社内体制などを示します。

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「顧客等から行われる著しい迷惑行為であり、当社の業務遂行や業務環境に支障を及ぼすもの」と定義します。

【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、当社の商品やサービスを提供する顧客のほか、当社の事業に相当な関係を有する人、円滑な業務の遂行に当たって対応が必要な人を指します。

「当社の業務に従事する者」とは、外部の協力先等、事業活動に関わる者も含みます。

「著しい迷惑行為」とは、以下のような行為を指します。ただし、あくまで例示であり、これらに限られるものではありません。

【著しい迷惑行為の例】

- ・暴力行為
- ・暴言・侮辱・誹謗中傷
- ・威嚇・脅迫
- ・人格の否定・差別的な発言
- ・土下座の要求
- ・長時間の拘束
- ・社会通念上相当な範囲を超える対応の強要
- ・合理性を欠く不当・過剰な要求
- ・会社や従業者の信用を棄損させる内容や個人情報等をSNS等へ投稿する行為
- ・セクシャルハラスメント、SOGI※ハラスメント、その他ハラスメント、つきまとい行為 など ※「SOGI」(ソジ)は、性的指向 (sexual orientation) と性自認 (gender identity) の頭文字をとった略称

「業務環境を害する」とは、当社の業務を行う者が身体的又は精神的に苦痛を与えられ、業務環境が不快なものとなったため、業務遂行に看過できない程度の支障が生じることを指します。

判断に当たっては、平均的な就業者が同様の状況で当該行為を受けた場合、社会一般の就業者が業務を遂行する上で看過できない程度の支障が生じたと感じる行為である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。

株式会社ロジバード「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、お客様の要望に真摯に対応し、より満足度の高いサービスの提供に向けて取り組んでいます。また、お客様からお寄せいただくご意見・ご要望は、当社のサービスの改善・品質向上において、大変貴重な機会と考えております。

一方、一部の要求や言動には、暴言・脅迫・暴力など、社会通念に照らして著しく不当であり、当社の業務遂行に重大な支障を生じさせる行為が存在します。

こうした迷惑行為は、当社の業務環境を不安定にし、サービス提供にも悪影響を及ぼす可能性があります。

このため、当社では、安心して業務を行える環境を確保し、適切かつ継続的なサービス提供を行うため、カスタマーハラスメントに対する基本方針を定めます。

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「お客様等から行われる著しい迷惑行為であり、当社の業務遂行または業務環境に支障を及ぼすもの」と定義します。

具体的には、以下のような行為を指します。あくまで例示であり、これらに限られるものではありません。

- 暴力行為
- 暴言・侮辱・誹謗中傷
- 威嚇・脅迫
- 人格の否定・差別的な発言
- 土下座の要求
- 長時間の拘束
- 社会通念上相当な範囲を超える対応の強要
- 合理性を欠く不当・過剰な要求
- 会社や関係者の信用を棄損する行為（SNS投稿など）
- セクシャルハラスメント、SOGI※ハラスメント、その他ハラスメント、つきまとい行為 など

※「SOGI」（ソジ）は、性的指向（sexual orientation）と性自認（gender identity）の頭文字をとった略称

3. カスタマーハラスメントへの対応（社内）

- カスタマーハラスメントが発生した場合、業務への影響を最小限に抑えるため、記録の作成や必要な対応を速やかに行います。
- 必要に応じて、外部の相談機関や関連情報を活用し、適切な対処ができるよう努めます。

- ・ カスタマーハラスメントに関する相談や通報が必要な場合は、東京都労働相談情報センター、警察相談窓口（#9110）、弁護士など外部機関を活用できる体制を整えます。

4. カスタマーハラスメントへの対応（社外）

- ・ 問題解決に当たっては、合理的かつ理性的な話し合いを行いますが、当社でカスタマーハラスメントに該当すると判断した場合、対応を打ち切り、以降のサービスの提供をお断りする場合があります。
- ・ さらに、悪質と判断した場合、警察や外部の専門家（弁護士等）と連携の上、毅然と対応します。

4 顧客対応の考え方

(1) 基本的な心構え

顧客等から寄せられる全てのクレーム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。商品やサービスに関する指摘、不満、改善要望など、正当なクレームは、業務改善や品質向上につながる重要な機会もあります。

一方で、不適切なコミュニケーションによって誤解が生じ、クレームが拡大する場合もあります。当社では、適切な顧客対応を行い、合理的な範囲で誠実に対応することを基本とします。

当社は、以下の心構えに基づき、健全な対応を実施します。

① 気持ちを理解して傾聴する

- ・顧客等と良好な関係を築くため、相手の気持ちを理解する。
- ・孤独・ストレス・不安など、顧客等の背景を推し測る傾聴を行う。

② 誠実に対応する

- ・第一印象が重要であり、表情や言葉遣いなどに注意する。
- ・不誠実な言動をしたり顧客等をクレーマー扱いしたりしない。

③ 共感を伝える

- ・相手との共感を深める上で効果的な「あいづち」を活用する。
- ・具体的には、「なるほど」「よくわかります」「そうなのですね」など、声に出して傾聴する姿勢を見せる。

④ 限定的な謝罪を行う

- ・責任が不明確な初期段階では対象を限定した謝罪を有効に活用する。
- ・具体的には、「ご心配をおかけし（ご不快な思いをおかけし）申し訳ありません」と謝罪する。

⑤ 対応者を代わる

- ・相手の怒りが収まらない場合、躊躇せず別の担当者や上位者に代わる。
- ・対応する者が感情的になって対応を代わらないことは避ける。
- ・自分が全て悪いと思わない
- ・執拗に人格を責める言葉を真正面から受け止めない。

(2) クレームの初期対応

当社においては、カスタマーハラスメントを未然に防止するため、顧客等のクレームの初期段階で、以下のとおり対応します。

① 顧客等に寄り添う

- ・商品・サービスの不具合等を起因とした顧客等からの商品交換や代替サービスの提供等の要求自体は、社会通念上妥当であり、真摯に受け止める。
- ・傾聴し、時には寄り添いながら顧客等の主張を正確に聞き取る。

② 要求内容を特定する

- ・要求内容を明確に特定した上で、議論を限定する。
- ・特定した要求内容を踏まえ、対応の可否を検討する。
- ・電話でのクレーム対応の場合、顧客等の氏名や連絡先等を確認し、可能な範囲で特定する。要求内容を聞いた上で、同じ内容を復唱し、要求内容を特定する。

③ 事実関係を確認する

- ・5 W 1 H (※) により正確な事実関係を確認する。
※When (いつ) / Where (どこで) / Who (誰が) / What (何を) / Why (なぜ) / How (どのように)
- ・事実を確認しないまま、顧客等の要求内容を認める発言はしない。
- ・事実関係の確認前の段階では限定的な謝罪（例：お客様に嫌なお気持ちを与えてしまい誠に申し訳ございません。）にとどめる。
- ・組織的な調査・確認が必要である場合は、必要な調査等を行った上で回答する旨を顧客等に伝える。
- ・調査・確認に時間を要する場合、具体的な日数（例：○日間、○週間程度）を伝える。

④ 複数人で対応する

- ・組織で対応することを明確にするため、原則、複数人 (※) で対応する。
※顧客等が複数の場合、できる限り同数以上の複数人
※顧客等が多数の場合、必要最小限の人数（対応する従業者数以下）に制限して対応
- ・役割分担（応対、記録等）を定め、各自が役割を遂行する。
- ・訪問でのクレーム対応の場合、カスタマーハラスメントの発生を未然に防止するため、複数人で訪問する。不測の事態が発生した場合に早急な援助を期待できないことから、単独行動を取らない。
- ・電話でのクレーム対応の場合、初期対応した従業者による対応を原則としつつ、顧客等の要求が著しく相当性を欠く内容であれば、1人で抱え込まず対応者を上司に代わる。

⑤ 対応場所を選定する

- ・原則、事務所や店舗のオープンスペースで対応する。
- ・やむを得ない場合、次の措置を講じた上で、会議室等で対応する。

- ✓ 密室状態にしない。ドアを開けて室内の状況を周囲が確認できるようにする。
 - ✓ すぐに退室できるように、従業者は出入口側に着席する。
 - ✓ 退去しない場合に不退去とみなすため、管理権の範囲内の場所（例：執務室内の会議室）を選定する。
 - ・顧客等を訪問してクレーム対応する場合、可能な限り、顧客等の自宅やオフィスでの対応は避ける。難しい場合、第三者がいる場所で対応する。
- ⑥ 対応内容を記録・情報共有する
- ・顧客等への対応内容を可能な限り詳細に記録する。
 - ・対応内容は速やかに部署内で情報共有する。
 - ・顧客等との会話を録音（※）する。
- ※トラブルを避けるため、事前承諾を得ることが望ましいが、同意を得ない録音でも直ちに違法ではないとされる。
- ・顧客等が同じ話を何度も繰り返す場合、記録を基にいつ、何回、何を回答（説明）しているかを具体的に伝え、経過を把握して対応していることを示す。
 - ・インターネット上でのクレーム対応の場合、書き込まれた内容を正確に記録し証拠として残す。記録内容は、投稿者の属性、対応年月日・時間、要求内容、対応状況などで、投稿者のプロフィールやリンク、関連するやり取りも保存する。
 - ・SNSの投稿やメッセージはすぐに削除される可能性があるため、スクリーンショット等を活用し保存する。

(3) 顧客等の権利の尊重

当社は、顧客等の権利を尊重し、丁寧で誠実な対応に努めます。ただし、いかなる事情があっても、従業者が暴力・暴言・著しい迷惑行為に耐える必要はありません。

また、令和6年4月1日より事業者に義務付けられた「障害のある方への合理的配慮の提供」についても適切に対応します。

(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ぼないこと。
- 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

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

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、業務遂行の妨げにな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の判断に当たっては、①要求態様、②要求内容、③時間・回数・頻度に着目し、当社に従事する者の就業環境を害する行為であるか検討します。なお、これらは絶対的な基準や目安ではなく、機械的な運用や判断とならないよう留意が必要です。

① 要求態様

- ・侮辱的な暴言、差別的・性的な言動、暴力や脅迫を伴う苦情か
(例) 人格を否定する暴言、侮辱的な発言 等
- ・恐怖心を与えるような口調、大声、個人を攻撃する意図がある要求等か
(例) SNS へ従業者の写真・個人情報を投稿すると脅す 等
- ・従業者の顔等を無断で撮影する、写真等をインターネット上で公開する行為か

② 要求内容

- ・不当な金品の要求があるか
- ・土下座での謝罪の要求があるか
- ・書面での謝罪の要求があるか
- ・従業者の解雇の要求があるか

③ 時間・回数・頻度

- ・著しい迷惑行為（大声を上げ続けるなど）が一定時間継続しているか
※侮辱的・差別的・性的な言動は時間の長さに限らず判断
- ・複数回の退去命令したにも関わらず居座り続けているか
- ・対応できない要求が繰り返し続いているか
- ・業務時間外である早朝・深夜に苦情の電話があるか

(2) カスタマーハラスメントへの対応の流れ

個別の事情を十分に配慮し、真摯かつ丁寧に対応したにも関わらず、著しい迷惑行為が収まらない場合、現場監督者を含め、組織的な対応に移行します。

① 一次対応者（現場従業者）の判断

- ・顧客等のクレームが止まらない、大声を上げ続ける、従業者の顔等を無断で撮影し続けるなどの迷惑行為が続く場合、行為の中止を求めるとともに、対応を中断の上、複数人での対応、やり取りの記録（録音含む）など、組織的な対応に移行する。
- ・カスタマーハラスメントの可能性があると判断した場合、現場監督者に報告の上、対応の中止を含めた方針を相談する。

② 二次対応者（現場監督者）の判断

- ・一次対応者からの報告を踏まえ、顧客等からも聞き取りを行う。
- ・カスタマーハラスメントに該当すると判断した場合、対応を代わる。
- ・一次対応者と顧客等を引き離し、安全を確保する。
- ・「組織としての回答であること」「説明を尽くしていること」「これ以上の議論はできないこと」を顧客等に伝達する。
- ・このまま対応を継続すると業務に支障が生じると判断した場合、対応の中止を検討する。

③ 警告・退去の命令

- ・現場監督者は、状況が膠着し会社の基準値を超えると判断した場合、対応を中止しその旨を顧客等に伝える。それでも迷惑行為が続く場合は、警告したうえで退去を求める。
- ・顧客等が暴力を振るおうとしている場合は、その時点で対応を中止し、退去を命令する。
- ・それでもなお、顧客等が退去しない場合、最終警告の上、従わない場合は警察への通報を検討する。

(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

- ・従業者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。

- ・対応の中止は現場監督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、#9110（警察相談専用電話）

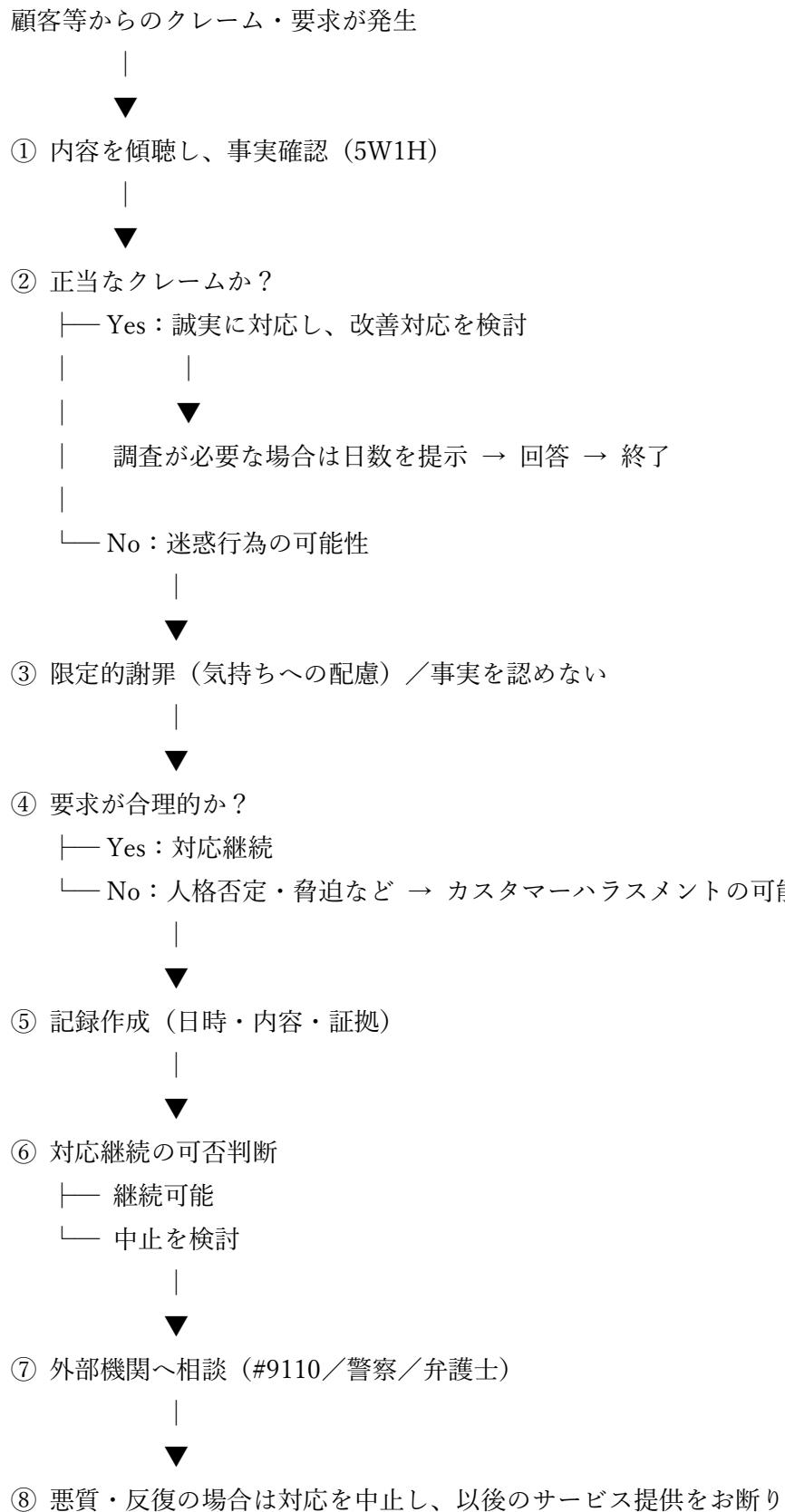
⑤ 警察官に状況を説明する

- ・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。

【カスタマーハラスメント対応フロー】



(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

- ・暴言で返すことなく丁寧な言葉を用いて冷静・沈着に対応する。
- ・怒声を発し、周囲の客に恐怖感等を生じさせる場合、怒声を抑えて冷静に発言するよう注意を促す。
- ・不用意な発言をしないよう細心の注意を払い、発言は必要最小限にとどめる。不必要的議論に立ち入らない。
- ・迷惑行為であることを明確に伝え、対応できない旨を伝える。
- ・それでもなお暴言が繰り返される場合、対応を打ち切る。
- ・録音・録画・対応記録などを残し、事後に検証できるようにする。

② 執拗な要求

- ・同じ要求が何度も繰り返された場合、早い段階でこれ以上対応できない旨を明確に伝える。
- ・一定時間（例：10～15分程度）を超過した場合、警察に相談する旨を明確に伝える。
- ・顧客等が聞き入れない場合、現場監督者に報告し、現場監督者から顧客等に最終的な退去要求をする。
- ・それでもなお聞き入れられない場合、現場監督者から警察に通報する。

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。
- ・迷惑行為であることを説明し、「これ以上お客様とはお話しできません」と伝える。
- ・録音・録画・対応記録を残す。
- ・顧客が改善しない場合は、現場監督者に報告し、最終的な退去命令を行う。

④ 暴行

- ・刑法第208条の暴行罪に該当するため、現場監督者の判断を待つことなく、ただちに警察に通報する。
- ・更なる暴力行為や他の客や就業者への危害が及ぶ可能性があるため、現場監督者を含め、複数人で対応する。
- ・録音・録画・対応記録などを残し、証拠として提出できるようにする。

⑤ 高圧的な言動

- ・曖昧な発言又はぶれた発言は避けるとともに、早く解決を図ろうとして、その場逃れの安易な妥協をしない。
- ・誤った発言をした場合、速やかに明確に訂正する。
- ・顧客等が自らの主張を一方的に強弁し、又は他社の事例を引き合いに不当な要求を行っても、明確に拒否する。事実関係が不明なまま要求を認めない。

⑥ 長時間の拘束

- ・顧客等から何度も同じ主張が繰り返され、堂々巡りの状況が続いた場合、対応を打ち切る旨を伝える。
- ・一定時間（例：10分程度）を超過した場合、要求に応じられない旨を伝え、対応を打ち切る（電話を切る）。

⑦ セクシャルハラスメント

- ・顧客等に性的な言動で不快になった旨を明確に伝える。
- ・顧客等に全くセクハラの意識がない場合、例えば、厚生労働省などで提示されている性的な言動の例を示し、こうした言動をしないよう伝える。
(例) 性的な事実関係を尋ねること、性的な内容の情報（噂）を流布すること、性的な冗談やからかい、食事やデートへの執拗な誘い、個人的な性的体験談を話すこと、性的な関係を強要すること、必要なく身体へ接触すること、わいせつ図画を配布・掲示することなど
- ・顧客等が言動を改めない場合、その場でサービスの提供を打ち切る旨を伝え、速やかに現場監督者に報告する。

6 社内体制整備

(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個々の場当たり的な対応に任せるのではなく、会社として統一的な方針に基づき対応します。

カスタマーハラスメントが疑われる事案が発生した場合に適切に整理・判断できるよう、相談・記録・外部機関への相談ルートを整備します。相談に当たっては、相談者のプライバシーや名誉を尊重し、知り得た事実の秘密を厳守します。また、相談等を理由として不利益な取扱いを行わないものとします。

① 相談窓口

- ・カスタマーハラスメントに関する相談窓口として以下の相談対応者を設定する。
相談者は、いずれの相談対応者への相談も可能とする。

【社内】

- ・相談対応窓口：株式会社ロジバード（高田宛）
- ・連絡手段：電話 090-3698-6209

【社外】

- ・東京都労働相談情報センター
- ・警察相談専用電話（#9110）
- ・顧問弁護士または連携する弁護士事務所

② 相談方法

- ・電話で実施する。

③ 相談対応の手順

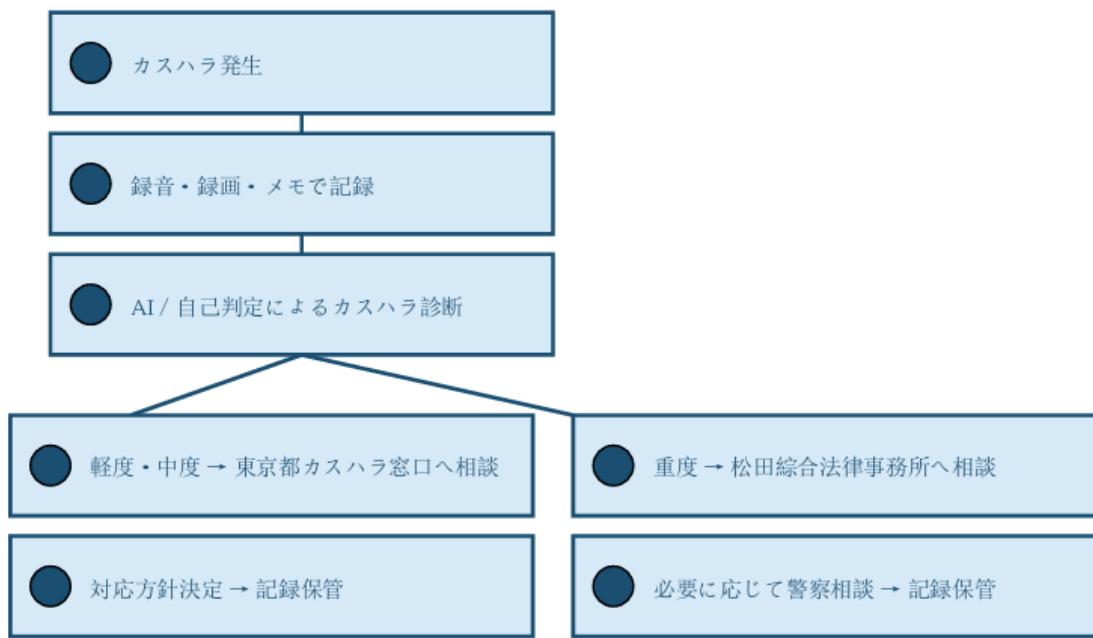
- ・相談があった場合、次の手順で対応します。
 - ✓ 事案の内容や発生状況について、無理のない範囲で事実関係を確認する。
 - ✓ 対応記録メモ、メール履歴、スクリーンショット、録音・録画データ等の証拠があれば、可能な範囲で内容を整理・保管する。
 - ✓ 客観的な事実および証拠等を踏まえ、顧客等の要求内容の妥当性や要求態様の相当性を検討し、カスタマーハラスメントに当たるかどうか判断する。
 - ✓ カスタマーハラスメントに該当すると判断した場合は、「5 カスタマーハラスメントへの対応」に基づき、対応の中止、今後の取引の見直し、警察・弁護士等への相談など、適切な対応方法を選択する。
 - ✓ カスタマーハラスメントに該当しないと判断した場合は、正当なクレームとして通常のクレーム対応を行う。
 - ✓ 暴力、脅迫、セクシュアルハラスメント等、安全上の緊急性を伴う場合は、速やかに 110 番または #9110 への相談等を行い、安全の確保を最優先とする。

④ 相談対応者の留意事項

- ・相談対応にあたっては、次の点に留意します。
 - ✓ 初期対応が非常に重要なため、可能な範囲で速やかかつ丁寧に対応する。

- ✓ プライバシー保護と秘密保持の方針を相談者に伝え、安心して相談できるよう配慮すること。
- ✓ 相談者が対面での相談を望まない時、電話やメール、別の手段を案内する。
- ✓ 相談者の心身の状況に配慮し、詰問にならないよう、落ち着いて話を聞くこと。
- ✓ 心身の不調が懸念される場合には、必要に応じて医療機関や専門相談機関の利用を検討すること。
- ✓ 東京都カスタマーハラスメント総合相談窓口 電話：0120-182-276

【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が発生した場合、同様の事案が再び起こらないよう、以下の取組を実施します。

① 方針・対応方法の見直し

- 事案が発生した場合、当社として対応内容や判断基準に問題がなかったか振り返り、改善点を検討する。
- カスタマーハラスメントは、業務の性質上発生する可能性があり、個人の責任ではないことを確認し、冷静に事案を整理する。
- 必要に応じて、今後の対応方針をアップデートし、統一的な対応ができるよう社内文書（マニュアル等）を見直す。

② 事例の検証

- 発生した事案について、記録・証拠等を基に事実関係を整理し、再発防止に活かす。
- 新たな防止策の検討、対応マニュアルの改定など、改善につながる取組を行う。
- 当社の対応に改善点があった場合は、その内容を明確にし、今後の顧客対応において同様の誤解を生まないよう工夫する。

③ 外部情報の活用・スキル向上

- 行政機関・業界団体・公的相談窓口が公表するガイドラインや事例を参照し、対応スキルの向上に努める。
- 必要に応じて、外部セミナー、相談窓口、オンライン研修等を活用し、知識・対応力の向上を図る。

④ 取組の見直し

- 過去の相談内容や記録の傾向を確認し、対応方法の改善を継続的に行う。
- 定期的にマニュアルの内容、対応フロー、判断基準が現状に合っているかを確認しアップデートする。
- 必要があれば、専門家（弁護士等）に助言を求め、改善策に反映する。

(3) 研修の実施

当社では、顧客対応力およびカスタマーハラスメントへの適切な対応を継続的に向上させるため、必要に応じて行政機関・専門家・オンラインセミナー等から最新情報を習得します。

- ① カスタマーハラスメントに関する基本知識
- ② クレームへの対応
- ③ 組織的な対応
- ④ 再発防止のための事例検証

代表者は必要な知識を隨時習得し、実務に反映します。

7 企業間取引での対応

(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

当社は、取引先企業との健全で良好な関係を維持することを最優先とし、企業間におけるハラスメント行為を一切行わないことを基本姿勢とします。

ハラスメント行為は社会的に重大な問題であり、相手方の尊厳を傷つけ、事業活動にも悪影響を及ぼします。当社は、代表者自身が適切な態度と倫理観をもって取引に臨み、企業間取引におけるカスタマーハラスメントや不当な要求が発生しないよう努めます。

2. ハラスメントの定義

本方針におけるハラスメントとは、以下を含む広い概念を指します。

- 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／パタニティハラスメント
- カスタマーハラスメント
- 就活等に関するハラスメント など

企業間取引においても、相手企業の担当者や従業者に対する不当な要求や威圧的言動などは、ハラスメントに該当します。

3. 対象者

当社から取引先企業に関わるすべての相手方（経営者、従業者、担当者など）が対象です。当社は、小規模事業者であり代表者のみで運営していますが、事業遂行の過程で相手方に対してハラスメント行為を行わないよう常に注意を払います。

4. 相談窓口

当社は、業務上発生するカスタマーハラスメント等の問題について、代表者が適切に判断し対応することを目的として、以下のとおり相談窓口を設けます。

【社内窓口】

当社代表者（氏名：高田）

TEL：090-3698-6209

(2) 取引先企業に対するカスタマーハラスメントの禁止

当社は、取引先企業の経営者や従業者に対して、威圧的な言動や不当な要求を行うことは、カスタマーハラスメントに該当し、適切な企業間取引を妨げる重大な問題であると認識しています。そのため、代表者を含む当社に関わる全ての業務従事者（外部協力者を含む）は、取引において常に誠実かつ適正な対応を行い、特に立場の弱い取引先に対して「無理な要求をしない・させない」ことを徹底します。

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「取引先への接し方に関する留意点」が示されています。当社においてもこれらの視点を参考とし、適正で相互に尊重し合う企業間取引の推進に努めます。

(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

- ・ 取引先を対等なパートナーとして尊重し、礼節を持って対応する。
- ・ 取引先とのコミュニケーションで不明点がある場合、誤解を防ぐため丁寧な説明と確認を行う。
- ・ 自社の行動指針として「取引先との関係」を明確にし、代表者自身が遵守することで健全な関係を維持する。
- ・ 被害者だけでなく加害者にならないことも重要であり、適正なビジネスマナーや商慣習に沿った振る舞いを心がける。

○取引先との接し方に関する留意点

- ・ 発注者、依頼者など実質的に優位な立場にある場合でも、不当な要求や過度な依頼を行わない。
- ・ 取引に關係のない私的な雑用の強制や、過度の叱責など、優越的地位の濫用とみなされ得る行為は行わない
- ・ 独占禁止法の「優越的地位の濫用」や下請法に抵触する行為は、行政処分や刑事罰の対象となる可能性がある。
- ・ 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行為は厳に慎む。

(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 当社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
 - ・代表者が、発生状況を記録し事実関係を確認する。
 - ・メール、メモ、録音等の証拠を整理し保存する。
 - ・取引先企業へ、冷静かつ誠実に事実確認への協力を依頼する。
 - 先入観や偏見を排除し、双方が適切な情報提供を行えるよう配慮する。
 - ・取引先企業と共同で事実を確認し、客観的情報に基づき状況を把握する。
 - ・必要に応じて、弁護士や公的相談窓口など外部機関へ相談する。
 - ・ハラスメント行為が確認された場合、今後の取引方針や対応策を検討する。
- ② 当社が取引先企業に対してハラスメント行為を行ったと指摘された場合
 - ・取引先企業から事実確認の依頼があった際には、誠実な姿勢で協力する。
 - 先入観や偏見を排除し、必要な情報を適切に提供する。
 - ・協力依頼を理由として、取引先との契約関係に不利益な扱いを行わない。
 - ・取引先企業と共同で事実関係を確認し、誤解や情報不足が内容に影響しないよう丁寧に対応する。
 - ・状況に応じて、弁護士など外部専門家に相談する。
 - ・ハラスメント行為が事実として確認された場合、再発防止に向けて代表者自身が行動を改め、必要な改善措置を行う。

8 参考資料

(1) 緊急時の通報（110 番）

- ・生命や身体に危険がおよぶおそれがある場合などの緊急時には、ためらわず 110 番通報を行い、安全の確保を最優先とします。

(2) 警察相談ダイヤル（#9110）

- ・緊急ではないものの、不安や被害相談など警察に相談したい事案については、警察相談ダイヤル「#9110」や最寄りの警察署の相談窓口を利用することができます。