

## 【顧客からのハラスメントに関する企業ヒアリング概要】

- 調査期間 平成29年11月～平成30年1月
- 調査対象企業数 計4社
- 事務局より企業に顧客からのハラスメントに関するヒアリングを実施。  
※企業名、業界等の特定ができない形での取りまとめが条件とされた。
- 主なヒアリング事項
  - ① 顧客からのハラスメントの端緒について
  - ② 顧客からのハラスメントの態様
  - ③ 顧客からのハラスメントに対する企業の体制
  - ④ 企業の対応（事前）・抑止策について
  - ⑤ 企業の対応（事後）
  - ⑥ 顧客からのハラスメントについての課題
  - ⑦ その他

※ 上記事項についての各企業の回答を、事務局の責任で取りまとめたもの。

# 顧客からのハラスメントに関する企業ヒアリング結果まとめ②

## 【顧客からのハラスメントの端緒について】

- ・企業側に落ち度がある場合と、そうではない場合、その程度など事案ごとに様々であり、個別性が高い。
- ・基本的には、企業側に落ち度がある場合が多く、そのような場合のクレームを受ける際は、ハラスメントを受けているという感覚はなく、真摯に対応している。

## 【顧客からのハラスメントの態様】

- ・極端なケースでは、暴力的なもの、金品のゆすり、執拗な叱責（本人の自覚がある場合とそうでない場合がある）、長時間拘束（3～5時間）等がある。営業時間後も続く場合がある。また、強要、脅迫、恐喝、不退去等もあり、営業時間後の不退去の事例が多い。
- ・SNSを用いた根も葉もない中傷行為により、従業員のみならず企業全体の評価も貶められるような事例も増加している。

## 【顧客からのハラスメントに対する企業の体制】

- ・顧客からのクレーム等の情報を全社的に共有するシステムを整備している。現場が顧客に対して強い対応ができない場合は、本社の総務部から言うこともある。
- ・顧客対応を1人に任せず必要に応じて人を変える等の人事的措置の実施、判断が難しい事案について本社が対応する等の体制を整備している。
- ・初期対応は現場の従業員だが、段階によって店長、総括マネージャーなどが対応する体制をとっており、判断が難しい案件については、本社も一緒に対応を考える。会社としてここまでしか対応できないという線引きは店舗の総括マネージャーが決めている。
- ・女性従業員が多いことから、各店舗に女性の労務担当者を配置し、一次対応の窓口とすることで相談しやすい環境づくりをしている。

# 顧客からのハラスメントに関する企業ヒアリング結果まとめ③

## 【企業の対応（事前）・抑止策について】

- ・ハラスメント全体の研修を、ハラスメント被害者へのフォローをどうするかも含めマネジメント層に実施するとともに、クレームへの初期対応マニュアルを作成しマネージャーに配布している。その他、ハラスメントホットラインを設け、従業員にはハラスメントに関するリーフレットを配布している。その中で、悪質クレームもハラスメントになり得る旨記載することを検討している。
- ・本当に悪質なクレームは関係者と情報共有をしている。
- ・マニュアルを作成し、悪質クレームの行為類型等をあげているが、実際の判断は個別事案ごとに対応している。
- ・ハラスメントについての研修、クレーム対応マニュアルの作成、悪質クレーム事例の共有、電話の録音、ボイスレコーダーによる記録、防犯カメラの設置等を実施。事案は個別性が高いので、マニュアルはあってないようなものであり、実際の事例の共有の方が現場の需要が高い。また、電話の録音は抑止に一定の効果がある。

## 【企業の対応（事後）】

（顧客に対して）

- ・刑事事件になりそうな事案や悪質な事案については、警察への相談を行っている。警察が介入するような事例は、企業としても当該顧客に対し、その後の入店禁止等の措置が取りやすい。
- ・悪質な行為を続ける場合には、法的措置を検討する旨を顧客に伝える等の強い対応をする一方で、事案ごとに個別性が高いため、都度現場や本社において対応を検討する必要がある。

（従業員に対して）

- ・顧客対応をする従業員の交替や配置転換を行うことで、従業員の負担軽減を図っている。
- ・店舗責任者や、外部のカウンセリング、ハラスメント相談窓口、その他本社の専門部署が適宜顧客対応を行った従業員のメンタルケアを実施している。

# 顧客からのハラスメントに関する企業ヒアリング結果まとめ④

## 【顧客からのハラスメントについての課題】

- ・顧客からのハラスメントは個別性が高く、一律的な対応が困難。そのため、例えば〇〇というワードが出たらハラスメントであるとか、何分以上のクレームは対応しないと決めたことを事前に決めることはできない。
- ・何が顧客からのハラスメントに該当するのかの判断基準を設けることが困難であり、研修等で何をどこまで対応するのか等を画一的に教育することができないため、これまでの情報の蓄積を活用して対応を考える必要がある。
- ・会社としてこれ以上対応できない旨を伝えない限り、クレームは収まらないが企業側に落ち度がある場合に、どのタイミングでこれを伝えて良いのか悩みどころ。
- ・従業員の多様化が進んだことにより、クレームへの考え方等の違いから、これまで問題にならなかった事例が相談としてあがってくる。
- ・企業規模が大きければ、ハラスメント対応の専門部署を設けて対応ができるが、企業規模が小さい場合は、対応が難しいのではないか。
- ・悪質クレーム客への対応を強くしたいと思うが、顧客が来店しづらい雰囲気となっても困るので強く対応することは難しい。
- ・顧客からの色々な注文に応えることはサービスの一環であり、そのように考えて従業員が対応している部分もあることをどう考えるか。

## 【その他】

- ・個別企業の対応だけでなく、悪質クレームが問題になっていると社会的に取り上げられるだけでも一定の抑止効果がある。
- ・企業と消費者のクレームに関する紛争を仲裁する第三者機関があれば、企業としても対応がしやすいと思う。