



カスタマーハラスメントの取り組み

free株式会社
カスタマーハラスメント
対策推進リーダー

久保 友紀恵

free製品のサポートチームでユーザ対応、トレーナー、チーム立ち上げ、SV、センター管理者として従事

2022年の夏にサポートチームで発生したカスタマーハラスメントをきっかけに「お客様も含め、freeに関わる全ての人に安心感を持ってもらい、お互い尊重し合える関係性を作るため」カスタマーハラスメント対策プロジェクトを発足。

noteにてカスタマーハラスメントガイドライン作成までの経緯を公開中



free株式会社 (以下「free」) は、個人事業や中小企業などのスモールビジネスに携わるすべての人を“自由”にしていくために、あらゆる顧客接点でfreeらしく価値を届けたいことを目指します。
freeのサービスをご利用いただく皆様に提供できる価値の最大化を目指し、従業員一同ならびにパートナー企業の皆様が安心してfreeらしい顧客接点を提供するために「カスタマーハラスメントに対するfreeの考え方」を作成しました。

対象となる行為

カスタマーハラスメントに対するfreeの考え方が
できるまで



【社外関係者限定】このスライドは、社内と限定された社外関係者用に編集されたものです。社外の閲覧者を追加する場合は、freee担当者にご連絡ください。

Misson

スモールビジネスを、世界の主役に。

freeeは「スモールビジネスを、世界の主役に。」をミッションに掲げ、
統合型経営プラットフォームを開発・提供し、
だれもが自由に自然体で経営できる環境をつくっていきます。

起業やビジネスを育てていくことを、もっと魅力的で気軽な行為に。
個人事業や中小企業などのスモールビジネスに携わるすべての人が、
じぶんらしく自信をもって経営できるように。

大胆にスピード感をもってアイデアを具現化できるスモールビジネスは、
今までにない多様な価値観や生き方、
新しいイノベーションを生み出す起爆剤だと私たちは考えています。
スモールビジネスが大企業を刺激し、社会をさらにオモシロク、
世の中全体をより良くする流れを後押ししていきます。



会計・人事労務・販売管理を核とした統合型経営プラットフォーム



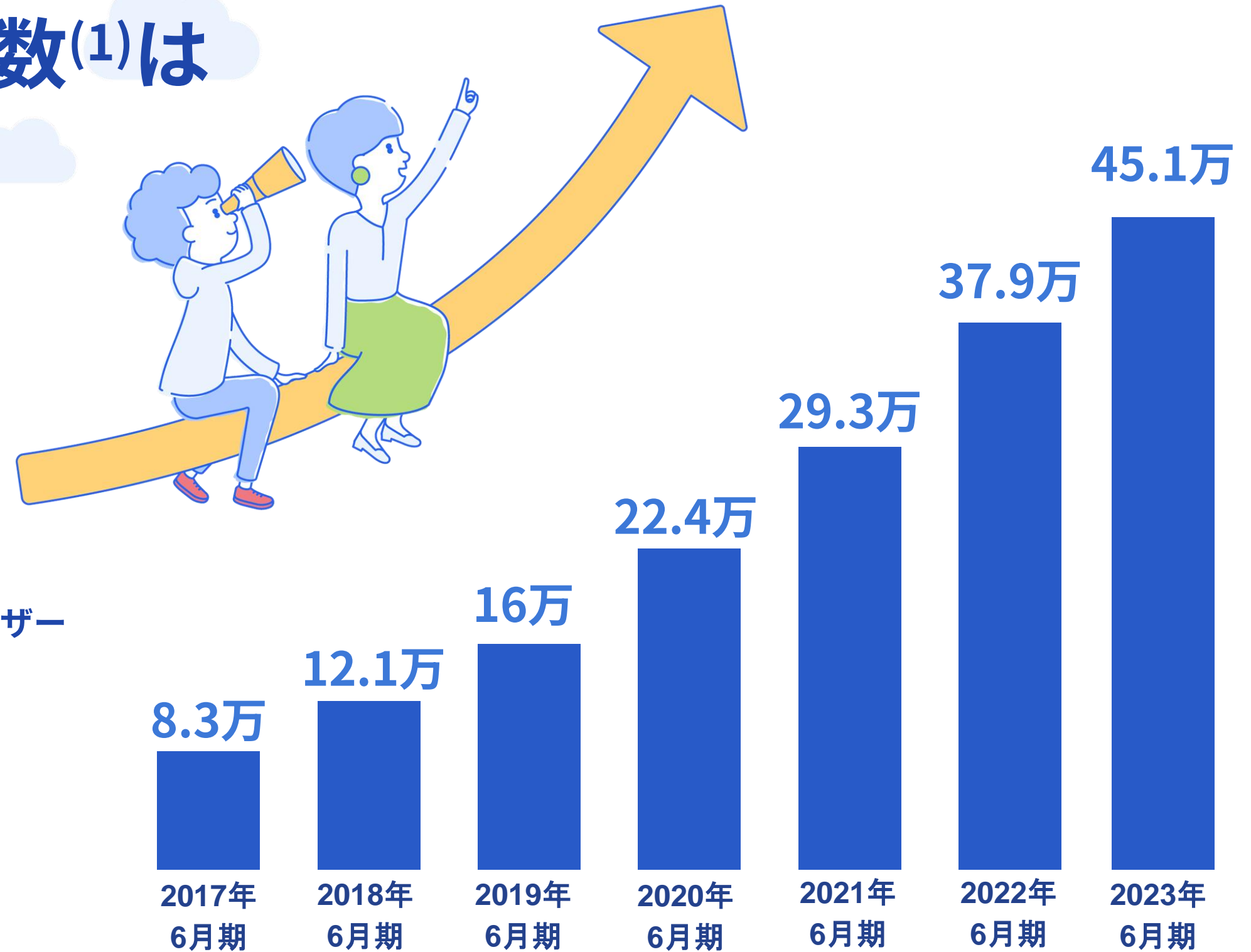
【社外関係者限定】このスライドは、社内と限定された社外関係者用に編集されたものです。社外の閲覧者を追加する場合は、free担当者にご連絡ください。

ユーザー基盤拡大に向けた取り組み

有料課金ユーザー企業数⁽¹⁾は

約46万

事業所



有料課金ユーザー企業数 (件)



※ (1) 2023年9月末時点。有料課金ユーザー企業数には個人事業主を含むまたfreeグループ全体で集計。

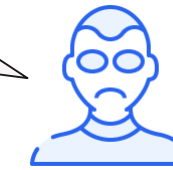
もしあなた自身や、あなたの大切な人が
「殺すぞ」「家に火を付けるぞ」
「頭悪いな、バカだろ」
と知らない人に言われたら？

とある日のサポートデスク



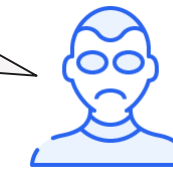
お世話になっております。
freeサポートデスクの〇〇と申します。
△△様のお電話番号でお間違いないでしょうか？

そうだ、
xxの機能がおかしいから**今すぐどうにかしろお！！**



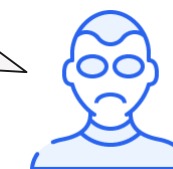
xxの機能でご迷惑おかけして申し訳ありません。
詳しくお伺いできますでしょうか？

ログ見たらわかるだろ、そっちでどうにかしろよ。
前回のチャットで言ってるからもう聞いてくるな！



失礼致しました、
前回の対応履歴を確認させていただきます。
少々お待ち下さい

ふざけんなよ、さっさと答えろ。
殺すぞ！
今から行くから待ってるよ！



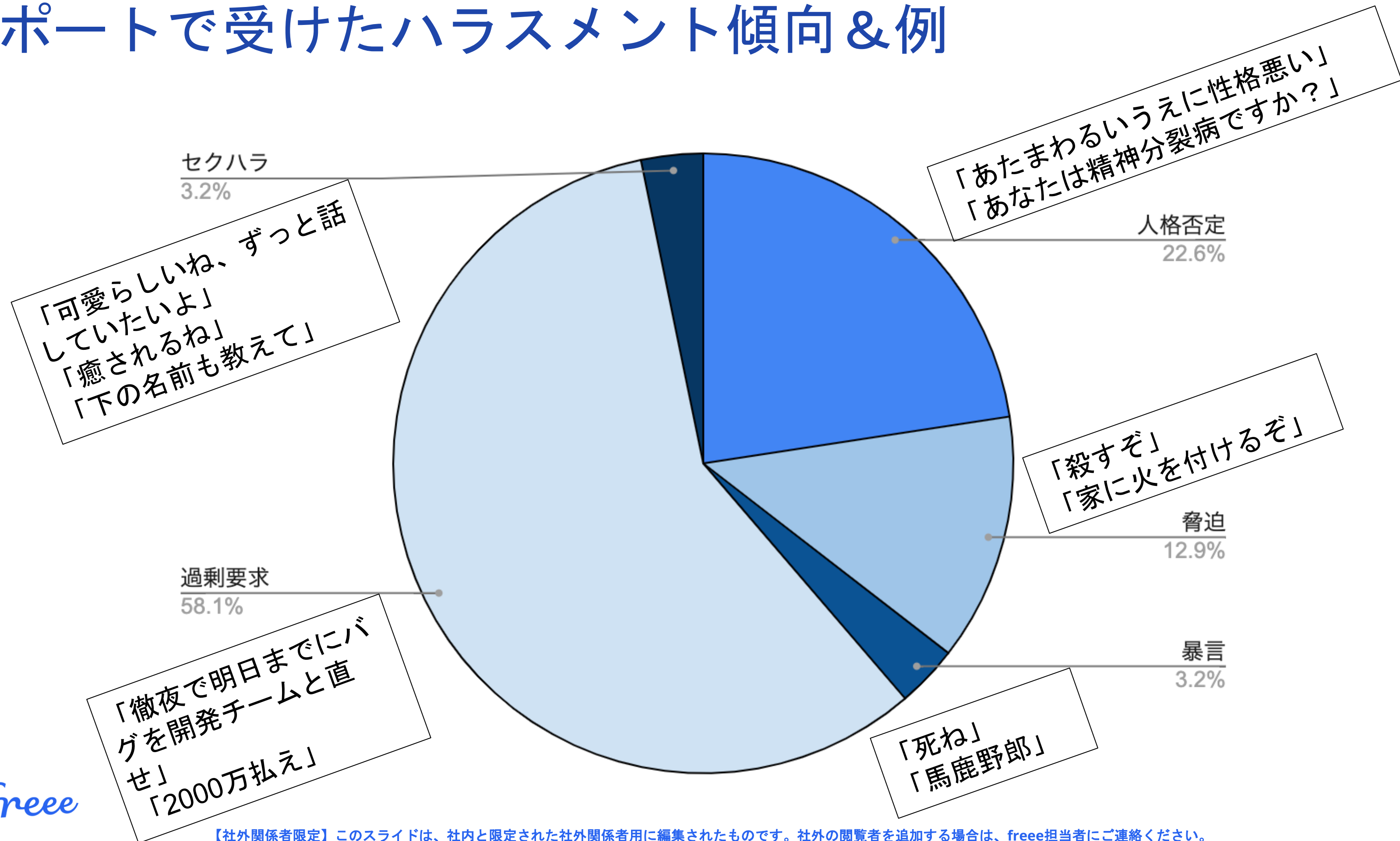
殺すぞって怒鳴ってるし、
名前も知られちゃった。

怖い...

もうこの仕事したくない...



サポートで受けたハラスメント傾向 & 例



従業員

- 業務のパフォーマンス低下
- 健康不良(頭痛、睡眠不良、精神疾患、耳鳴り等)
- 現場対応への恐怖、苦痛による従業員の配置転換
- 休職
- 退職

カスタマーハラスメント による ネガティブインパクト

会社

- 理不尽な謝罪、対応要求にかかる時間
- 差し込みで優先対応をするために、着手できない業務の発生
- 離職に伴う新規採用、教育コストの発生
- 慰謝料要求への対応
- 返金や賠償への対応
- 企業のブランドイメージの低下
- 企業としての安全配慮義務違反

お客様

- 他の顧客の利用環境、雰囲気悪化
- 利用サービスへの不安、不信感
- 業務遅滞によってサービスを受けられない、サービス提供が遅延する



お客様も含め、freeeに関わる全ての人に安心感を持ってもらい、
お互い尊重し合える関係性を作るため

カスタマーハラスメント ガイドライン

作りました

カスタマーハラスメントガイドライン

[1 なぜガイドラインが必要なのか](#)

[2 行動指針](#)

[3 カスタマーハラスメント定義](#)

[freeeでのカスタマーハラスメント定義](#)

[「ユーザーの要求の内容が妥当性を欠く場合」](#)

[「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」](#)

[ラッキー（クレーム）との棲み分け](#)

[過去事例集](#)

[4 対応フロー](#)

[フロー概要](#)

[フロー詳細](#)

[一次対応者報告](#)

[二次対応者報告](#)

[カスハラ委員会](#)

[二次対応者](#)

[対応振り返り](#)

[5 対応策](#)

[未然防止](#)



ガイドラインに込めた思い

freeeに関わる全ての人に安心感を持ってもらいたい
一方で、お客様に**マジ価値を提供したい**というfreeeの思いを忘れない

- ・安易に「怒られた」、「傷ついた」=カスタマーハラスメントにはならないときもある事も理解してもらいたい
- ・お客様もfreeeの一員として、**お互い尊重し合える関係性を作るために存在するものにする!**



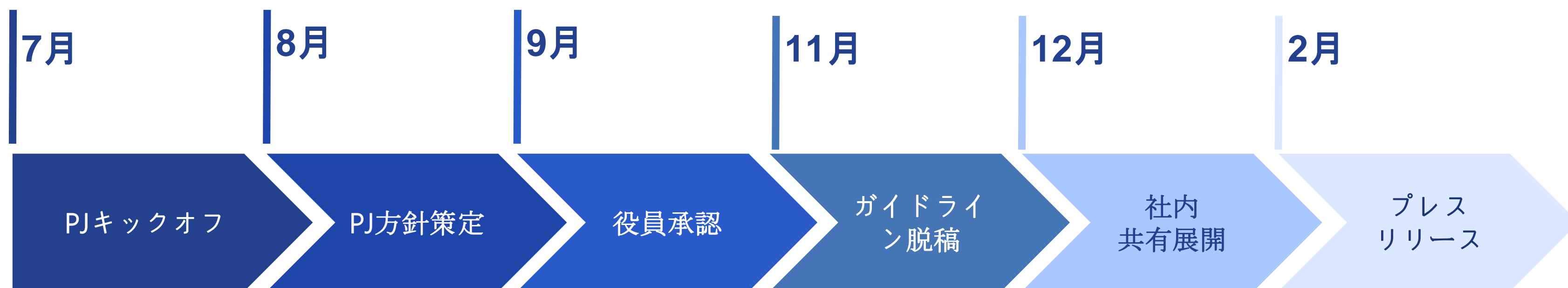
作成時のポイント

- クレームとの区別
 - 混同されがちなため、定義をそれぞれ明確に定める
 - ①クレーム、②カスタマーハラスメント、③クレーム&カスタマーハラスメントとなる3パターンが存在すると定義し、それぞれの例示を行いガイドラインに明記
- データ収集の際に現場から「傷ついた対応」履歴も収集する
 - 今までクレーム定義には該当しないのでエスカレーションが発生しなかった隠れカスタマーハラスメントを確認する
 - 現場の対応者がカスタマーハラスメントと認定しそうなユーザーの言動を把握して、必要以上にカスタマーハラスメント認定が起きないようにガイドラインに組み込む



プロジェクトタイムライン

- ゴールから逆算でプロジェクトを進める
 - freeeの場合、お問い合わせが通常期の5倍となる最繁忙期である確定申告期にプレスリリースを行う想定でスケジュール作成




プレスリリース後の反響

- 社内
 - ガイドラインが生まれて安心
 - 自分が過去に対応したカスタマーハラスメントを思い出した
 - とても良い施策! ありがとうございます!
- 社外
 - 自社も取り組みを始めるので参考にしたい
 - 詳細な話を聞きたい
- お客様
 - カスタマーハラスメントが発生してると知って胸が痛む
 - 今後のためにも、毅然とした対応は必須



カスタマーハラスメントが減り
すべての人に
働きやすい社会を





スモールビジネスを、世界の主役に。



【社外関係者限定】このスライドは、社内と限定された社外関係者用に編集されたものです。社外の閲覧者を追加する場合は、free担当者にご連絡ください。