

宅配業における カスタマーハラスメント対策について

- 宅配業におけるカスタマーハラスメントの実態
- カスタマーハラスメントとは
- 宅配業における代表的なカスタマーハラスメント行為・類型
- 企業として求められる取組

はじめに～本研修の目的～

近年、カスタマーハラスメントによる被害が顕在化しており、社会的な問題となっています。そのような状況を受け、2025年6月に労働施策総合推進法が改正され、事業主に対してカスタマーハラスメント対策が義務付けられることとなりました。

カスタマーハラスメントが発生すると、当該企業や従業員、他の顧客への影響が想定されることから、企業としてカスタマーハラスメント対策の取組を進めなければなりません。

カスタマーハラスメント対策は業種・業態等によりその被害の実態や必要な対応も異なると考えられるため、業種・業態等におけるそれぞれの状況に応じた必要な取組を進めることが重要です。

このような状況を踏まえ、厚生労働省は、業種別カスタマーハラスメント対策の取組支援を行っており、今年度は、カスタマーハラスメントが多く発生している業種の一つである「宅配業」に対する取組支援の一環で、業種別カスタマーハラスメント対策企業マニュアル（宅配業編）を策定しました。

【本研修の目的】

策定した業種別カスタマーハラスメント対策企業マニュアル（宅配業編）の内容を紹介し、カスタマーハラスメントの実態や対策の方法について学びます。

(参考) カスタマーハラスメントの法制化の状況

労働施策総合推進法の改正により、事業主によるカスタマーハラスメント防止の措置が義務化されました。また、講じるべき措置の内容を定める指針が告示される予定です。

改正労働施策総合推進法（2025年6月11日公布）

※施行予定：2026年10月1日（2025年12月10日労働政策審議会 雇用環境・均等分科会時点）

第33条 事業主は、職場において行われる顧客、取引の相手方、施設の利用者その他の当該事業主の行う事業に関係を有する者（次条第5項において「顧客等」という。）の言動であつて、**その雇用する労働者が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えたもの**（以下この項及び次条第1項において「顧客等言動」という。）により当該労働者の就業環境が害されることのないよう、**当該労働者からの相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備、労働者の就業環境を害する当該顧客等言動への対応の実効性を確保するために必要なその抑止のための措置その他の雇用管理上必要な措置を講じなければならない。**

事業主が職場における顧客等の言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針

※告示予定：2026年2月（2025年12月10日労働政策審議会 雇用環境・均等分科会時点）

職場における**カスタマーハラスメントの内容**や、事業主が職場における顧客等の言動に起因する問題に関し**雇用管理上講ずべき措置の内容等**を定める。

はじめに～業界共通の方針について～

- 業種別カスタマーハラスメント対策企業マニュアル（宅配業編）は、令和7年度厚生労働省委託事業「総合的ハラスメント防止対策周知啓発事業」に設置された、業界団体や企業担当者、組合の職員等からなる「業種別カスタマーハラスメント対策検討委員会」で作成されました。その検討過程の中で宅配業における共通の方針を定めることとなり、下記の方針となりました。

なお、本マニュアルでは、「宅配業」を他人の荷物を有償で個人宅や企業に配達する事業（小口配送、ラストワンマイル配送）およびその関連業務（荷物の受取り、電話窓口での対応等）としています。

＜宅配業共通の方針＞

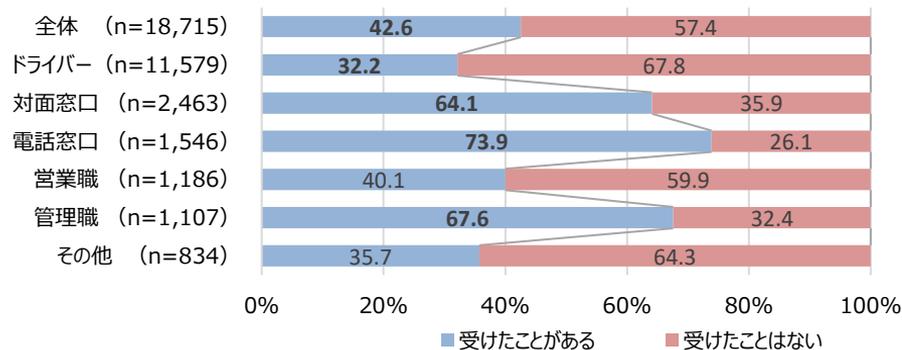
私たちは、お客様へより便利で快適なサービスを提供するために日々真摯に取り組んでいきます。しかしその一方で、お客様から暴力的な言動や理不尽な要求、繰り返される根拠のない主張など、社会通念上許容される範囲を超えた行為（カスタマーハラスメント）を受けた際は、事情などを十分説明した上でご理解、ご納得いただけない場合、労働者の働く環境を守るために、企業として毅然と対応します。

1 . 宅配業におけるカスタマーハラスメントの実態

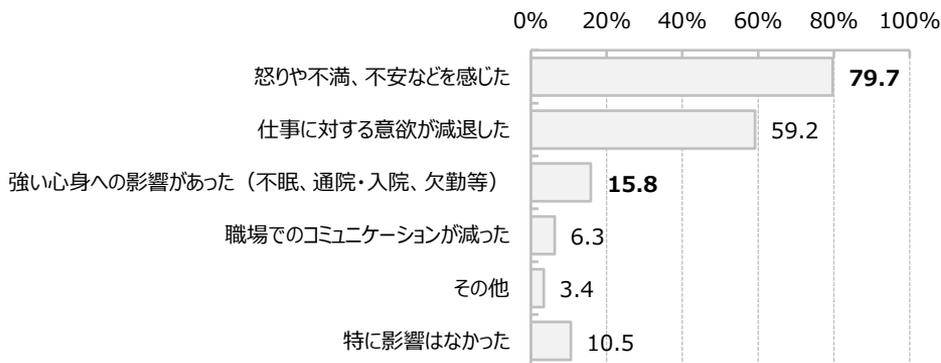
1. 宅配業におけるカスタマーハラスメントの実態

(1) カスタマーハラスメントの発生状況

令和7年度に厚生労働省が実施した宅配業における実態把握調査によると…



- 回答者（宅配業を営む企業の従業員のうち、顧客対応業務がある者）のうち、**42.6%**が、**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。
- 職種別にみると、特に**電話窓口（73.9%）**や**管理職（67.6%）**、**対面窓口（64.1%）**の担当者における経験率が高く、ドライバーにおいてもおよそ**3人に1人（32.2%）**が経験したと回答した。



- カスタマーハラスメントを受けたことによる心身への影響として、**79.7%**の回答者が、**怒りや不満、不安などを感じた**と回答した。
- **15.8%**の回答者が**眠れなくなったり、通院・入院したり欠勤するなどの心身への強い影響や症状があった**と回答した。

(2) カスタマーハラスメントに対する企業の対応状況

令和7年度に厚生労働省が実施した宅配業における実態把握調査によると…

- 現場におけるカスタマーハラスメントへの対応として、**57.1%**の回答者が謝り続けたと回答した。
- カスタマーハラスメントを受けたあとの行動として、**24.0%**の回答者が何もしなかったと回答した。
- 現場でカスタマーハラスメントに対応する上での課題として、**40.4%**の回答者がカスタマーハラスメントの判断基準がわからないと回答した。

宅配業において、現場ではカスタマーハラスメントの判断基準がわからず、結果的に謝り続けたり、適切に対応できていないと想定される。さらにカスタマーハラスメントを受けたあとに、周囲に相談などをせずに何もしていない労働者が一定数いると考えられる…

本研修では、業種別カスタマーハラスメント対策企業マニュアル（宅配業編）に掲載されている、**カスタマーハラスメントの判断基準や宅配業における代表的な行為を紹介し、顧客等への対応方法、企業に求められる対応について解説**します。

2.カスタマーハラスメントとは

(1)本マニュアルでのカスタマーハラスメント

改正労働施策総合推進法では、カスタマーハラスメントとは以下の3つの要素をすべて満たすものを指します。

職場※¹において行われる①顧客等※²の言動であって、②その雇用する労働者が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えた※³ものにより、③労働者※⁴の就業環境が害されるもの※⁵

- ※1 「**職場**」とは、事業主が雇用する労働者が業務を遂行する場所を指します。宅配業においては、荷受けをする営業所だけでなく、集配先の個人宅や法人の事務所、集配先の道中等も業務を遂行する場所であり、職場に含まれます。
- ※2 「**顧客等**」とは、実際に商品・サービスを利用した者だけでなく、今後利用する可能性がある潜在的な顧客も含みます。宅配業においては、主に荷物の集配を依頼する荷主や配送された荷物の受取人等の集配サービスの利用者およびその家族、集配において訪問する個人宅や企業の近隣住民等が想定されます。なお、集配サービスの利用者には個人だけではなく、法人も含まれます。
- ※3 「**その雇用する労働者が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えた**」言動とは、社会通念に照らし、当該顧客等の言動の内容が契約内容（約款）等からして相当性を欠くもの、または手段や態様が相当でないものを指します。（該当する例や判断基準については、のちほど解説）

2. カスタマーハラスメントとは

(1) 本マニュアルでのカスタマーハラスメント

改正労働施策総合推進法では、カスタマーハラスメントとは以下の3つの要素をすべて満たすものを指します。

職場※¹において行われる①顧客等※²の言動であって、②その雇用する労働者が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えた※³ものにより、③**労働者**※⁴の**就業環境が害される**※⁵もの

- ※4 「**労働者**」とは、いわゆる正規雇用労働者（正社員）だけでなく、パート・アルバイトや契約社員等の非正規雇用労働者（非正規社員）を含む、企業が雇用する労働者のすべてをいいます。また、企業が派遣会社より労働者派遣を受ける場合、その派遣労働者も対象に含まれます。
- ※5 「**労働者の就業環境が害される**」とは、当該言動により労働者が身体的または精神的に苦痛を与えられ、労働者の就業環境が不快なものとなったため、能力の発揮に重大な悪影響が生じる等当該労働者が就業する上で看過できない程度の支障が生じることを指します。

(2) カスタマーハラスメントの判断基準

カスタマーハラスメントの判断基準は、企業の実情や顧客対応の姿勢などの違いにより、企業ごとに多少違いが出てくる可能性があることから、**各社であらかじめ判断基準を明確にした上で、企業内の考え方を統一して現場と共有しておくことが重要です。**

ポイント① 顧客等の言動が社会通念上許容される範囲を超えているかどうか

顧客等の「**言動の内容**」、「**手段や態様**」が社会通念に照らして許容される範囲内であるかという観点で総合的に判断します。

● 「**言動の内容**」(主張、要求)が契約内容からして**正当・妥当か**

まずは事実関係を確認し、自社に過失があるか、運送約款の内容等から根拠のある要求がなされているかを確認し、顧客等の要求が正当なクレームに当たるのかカスタマーハラスメントに当たるのかを判断します。

▼ 「**言動の内容**」が社会通念上許容される範囲を超えるものの例

- | | |
|---|---|
| ① そもそも要求に理由がないまたはサービスと全く関係のない要求
▶ 性的な要求や、従業員のプライバシーに関わる要求 | ③ 対応が著しく困難なまたは対応が不可能な要求
▶ 運賃の著しい減額の要求 |
| ② 運送約款等により想定しているサービスを著しく超える要求
▶ 荷受けが出来ない商品の荷受け強要、分単位での時間指定や指定場所以外への再配達の要求などの過度な配送指示など、運送約款の内容を著しく超えたサービスの提供を要求 | ④ 不当な損害賠償要求
▶ 精神的苦痛などを理由とした慰謝料の請求、対応に費やした時間などを理由にした迷惑料の請求など、運送約款に基づかない不当な損害賠償の要求 |

(2) カスタマーハラスメントの判断基準

カスタマーハラスメントの判断基準は、企業の実情や顧客対応の姿勢などの違いにより、企業ごとに多少違いが出てくる可能性があることから、**各社であらかじめ判断基準を明確にした上で、企業内の考え方を統一して現場と共有しておくことが重要です。**

ポイント① 顧客等の言動が社会通念上許容される範囲を超えているかどうか

顧客等の「**言動の内容**」、「**手段や態様**」が社会通念に照らして許容される範囲内であるかという観点で総合的に判断します。

● 社会通念に照らして、その「手段や態様」が許容される範囲か

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という観点から社会通念上相当性を欠くと考えられます。また、言動が暴力的・威圧的・中傷的・侮辱的である場合も、社会通念上不相当であると言え、カスタマーハラスメントに該当し得ます。

▼ 「手段や態様」が社会通念上許容される範囲を超えるものの例

- | | |
|---|--|
| <p>①身体的な攻撃（暴行、傷害等）</p> <ul style="list-style-type: none">➢ 殴る、蹴る、叩く等の暴行を行う➢ 物を投げつける 等 <p>②精神的な攻撃（脅迫、中傷、名誉毀損、侮辱、暴言、土下座の強要等）</p> <ul style="list-style-type: none">➢ 営業所の物を壊すことをほのめかす発言やSNS等のインターネット上へ悪評を投稿することをほのめかす発言によって従業員を脅す➢ 盗撮や無断での撮影をする 等 | <p>③威圧的な言動</p> <ul style="list-style-type: none">➢ 大きな声をあげて従業員や周囲を威圧する➢ 反社会的な言動を行う <p>④ 継続的、執拗な言動</p> <ul style="list-style-type: none">➢ 同様の質問を執拗に繰り返す➢ 当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な責め立てをする 等 <p>⑤拘束的な言動（不退去、居座り、監禁）</p> <ul style="list-style-type: none">➢ 長時間に渡る居座りや電話で従業員を拘束する |
|---|--|

(2) カスタマーハラスメントの判断基準

カスタマーハラスメントの判断基準は、企業の実情や顧客対応の姿勢などの違いにより、企業ごとに多少違いが出てくる可能性があることから、**各社であらかじめ判断基準を明確にした上で、企業内の考え方を統一して現場と共有しておくことが重要です。**

ポイント② 従業員の就業環境が害されたかどうか

従業員の就業環境が害されたかどうかの判断は、「**平均的な労働者の感じ方**」を基準とすることが適当です。

※「**平均的な労働者の感じ方**」とは、社会一般の労働者が、同じような状況で顧客等から言動を受けた場合に、就業する上で看過できない程度の支障が生じたと感じるかどうか

ここで重要なのは、「社会一般の労働者」という点です。**これまでの業務経験から、「この業界ではこれくらいは当たり前・普通であり、カスハラではない」などと安易に判断してはなりません。**

なお、顧客等の言動の頻度や継続性は考慮するものの、強い身体的または精神的苦痛を与える態様の言動の場合は、1回の言動でも、当該従業員が就業する上で看過できない程度の支障が生じ、就業環境を害する場合があります。留意が必要です。

カスタマーハラスメントとして取り扱うかどうかに関わらず、顧客等からの行為で従業員の就業環境が害され、就業に支障が生じているようであれば、企業として従業員からの相談に応じる、状況に応じて、配置転換する等の対応が必要となるでしょう。

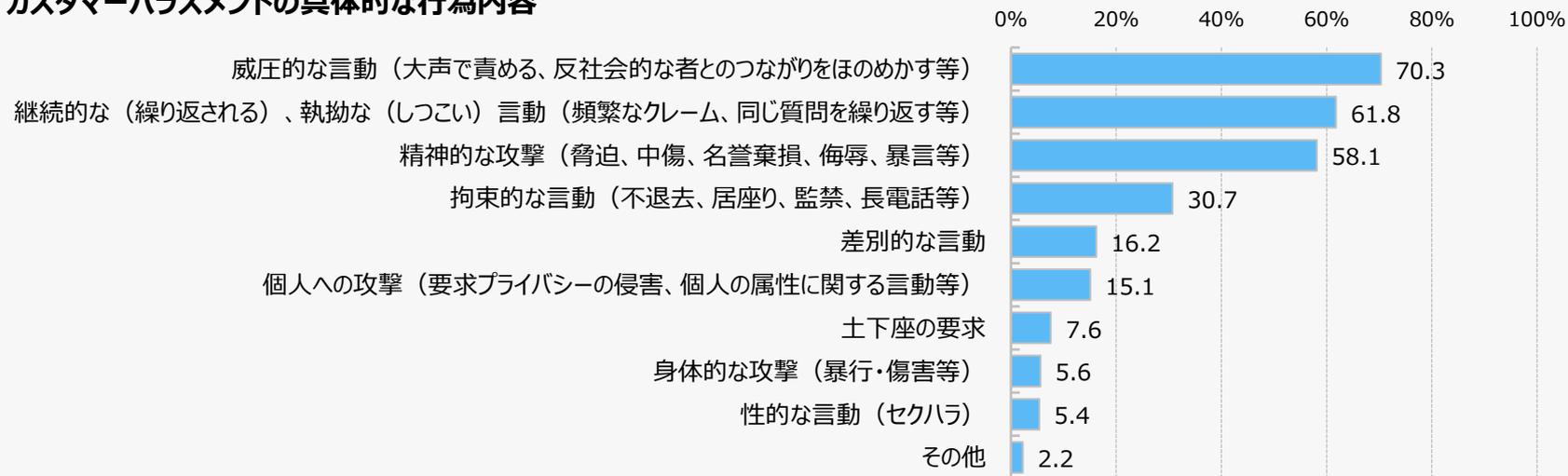
3. 宅配業における代表的なカスタマーハラスメント行為・類型

3. 宅配業における代表的なカスタマーハラスメント行為・類型

(1) 代表的なカスタマーハラスメント行為・類型

宅配業の実態把握調査において、
カスタマーハラスメントに該当すると判断した事案の具体的な行為内容をみると、「**威圧的な言動**」や「**継続的な（繰り返される）**、**執拗な（しつこい）言動**」、「**精神的な攻撃**」が特に多いことがわかりました。

カスタマーハラスメントの具体的な行為内容



調査対象：過去3年間にカスタマーハラスメントを受けた者（n = 18,715）

これらの行為類型について、実際の行為例やその対策例について次のページよりご紹介します。

3. 宅配業における代表的なカスタマーハラスメント行為・類型

(2) 代表的なカスタマーハラスメント行為および対応例

実態把握調査や企業へのヒアリングによって確認された行為の具体例、および行為への対応例を紹介します。

▼ 威圧的な言動

< 具体例 >

- ・ 強い命令口調（「今すぐ荷物を持ってこい」、「早くしろ」、「謝罪しろ」）

< 現場での対応例 >

- 威圧的な言動をする顧客等は、気持ちが高ぶっている可能性があるため、「恐れ入ります、その内容は私に対して仰っておりますでしょうか。」といった問いかけや、「申し訳ございません。そのようなお話の仕方ですと恐怖を覚えます。」など、自身の気持ちを率直に伝えることで、従業員も一人の人間であることを認識してもらう、そして冷静になってもらうことが考えられます。

▼ 継続的な（繰り返される）、執拗な（しつこい）言動

< 具体例 >

- ・ 配達の度に繰り返される理不尽なクレーム
- ・ 繰り返し来店（電話）し、自身の要求が通るまで主張・クレームを繰り返す
- ・ 言い間違い、説明の間違いに対して執拗に指摘する

< 現場での対応例 >

- 行為者の連絡先を確実に確認し、不合理な問合せが2回きたら注意し、3回目にはこれ以上は対応できない旨を伝えます。
- それでも繰り返される場合、社内で共有して会話の内容等を記録し、対応窓口を一本化して管理職が対応を引き継ぎ、顧客等に対して、当該言動が迷惑であること、今後の連絡をやめてもらうことを伝えます。
- その後、繰り返された場合には、威力業務妨害罪を視野に入れ、警察へ通報することも検討します。

3. 宅配業における代表的なカスタマーハラスメント行為・類型

(2) 代表的なカスタマーハラスメント行為および対応例

実態把握調査や企業へのヒアリングによって確認された行為の具体例、および行為への対応例を紹介します。

▼ 精神的な攻撃

< 具体例 >

- ・ サービスの不備等に対する過度な謝罪、謝罪文書の要求
- ・ 対応者に対する暴言、脅迫

< 現場での対応例 >

- 謝罪の要求に対しては、正確に状況が把握できていない場合、その段階で自社の非を認めた発言はせずに事実を確認したうえで、過失の程度に応じ謝罪の対象を明確にして謝罪するようにしましょう。
(例：配達が遅延したことや不快感を抱かせたことに対して謝る等)
- 顧客からの中傷や侮辱、暴言等に対しては、「威圧的な言動」で紹介した問いかけや自身の気持ちを伝えることが応用できます。

▼ 想定しているサービスを著しく超える要求

< 具体例 >

- ・ 配達前に必ず電話を入れる、営業時間外に配達しろなどの特別扱いの要求

< 現場での対応例 >

- 顧客等からの物品や金銭の要求、特別扱いの要求に対しては、その理由を十分確認した上で対応を判断します。
- もし理由が正当でなければ、毅然と対応し、仮にサービス提供者の不備が原因であった場合でも、非が認められる範囲に限定して謝罪するにとどめ、それ以上の対応はしないようにします。
- 一度でも過度な要求に対応してしまうと、「あの時は○○をしてくれた。」と言われ、その後も当該顧客等の要求を断りにくくなってしまいう可能性があります。

3. 宅配業における代表的なカスタマーハラスメント行為・類型

(2) 代表的なカスタマーハラスメント行為および対応例

実態把握調査や企業へのヒアリングによって確認された行為の具体例、および行為への対応例を紹介します。

▼ 拘束的な言動

< 具体例 >

- ・ 営業所、窓口での長時間にわたる居座り
- ・ 長時間にわたる電話、切電の拒否

< 現場での対応例 >

- 不退去や居座り、長電話等の長時間従業員を拘束するような顧客等の言動に対しては、まずは顧客等の主張・意見等を確認し、それに対して十分な説明（自社に非がある際は謝罪）をし、その上で、なお繰り返しの要求や質問が続く場合、その時点から30分程度の経過を目安とし、顧客等にお引き取りいただくようにします。
- なお、この対応は、単に時間が30分以上経過したということのみで判断しないように注意し、また、対応している中で他の行為を受けるなどした場合はその限りではなく、30分必ず対応しなければならないということではありません。

▼ そもそも要求に理由がない要求

< 具体例 >

- ・ 着払い料金や配達した物品の代金等の金銭要求
- ・ 対応者の個人情報聞き出す

< 現場での対応例 >

- 金銭の要求については、「想定しているサービスを著しく超える要求」で紹介したように、要求の理由を十分確認したうえで対応しましょう。個人情報を聞かれた場合は、「会社の規則で業務と関係ないことは話してはいけないことになっておりますので申し上げられません。」といったように伝え、**毅然と対応します**。また、すぐさま毅然とした対応をすべきか悩む場合（例えば、世間話など）は、前項の「拘束的な言動」の内容を参考に対応しましょう。

3. 宅配業における代表的なカスタマーハラスメント行為・類型

(2) 代表的なカスタマーハラスメント行為および対応例

実態把握調査や企業へのヒアリングによって確認された行為の具体例、および行為への対応例を紹介します。

▼ 暴力的な攻撃

< 具体例 >

- ・ 物を投げつける、胸ぐらをつかむ
- ・ 机を強く叩く、周囲の物（窓口のペン等）を投げつける

< 現場での対応例 >

- 暴行や傷害等の事態に発展した場合は、安全確保のため、対応者や他の従業員、顧客等を当該顧客等から引き離します。
- 状況に応じて警察への通報も検討してください。

顧客等の行為への対応例については、宅配業の企業や関連業界団体、労働組合と検討したものです。

事案発生時には、明らかな暴力行為等を除き、いずれの行為についても**状況を正確に把握し判断することが重要**です。また、単独で判断するのではなく、複数人で客観的に判断し、対応方法を検討するようにしましょう。

カスタマーハラスメントに該当すると判断した際、利用者（荷主、受取人）へカスタマーハラスメント行為に対する注意を行い、その後も悪質な行為が続く場合には、当日の取引や対応をお断りすることが考えられます。

また、行為者が企業の担当者等である場合には、必要に応じて、当該企業に事実関係の確認への協力を求めます。

なお、カスタマーハラスメントを受けたあとの対応については、各社の運送約款の規定と不整合が生じないように留意する必要があります。

(3) 宅配業における対応のポイント

ドライバー職における対応について

- ✓ 荷物の集配を行うドライバーは、集荷・配達時に他の従業員や管理職が周りにいない状況で顧客対応をするため、顧客から迷惑行為を受けた場合、複数人で対応することやその場ですぐにカスタマーハラスメントの判断ができないことが考えられます。
- ✓ そのため、対応方法についてあらかじめ社内で規定を策定し、周知しておくことで、いざそういった場面に遭遇した際に冷静に対処できるようにしておくことが重要です。
- ✓ 行為の内容によってはドライバーが自身の安全を確保したり、電話等で管理職に対応を引き継いたり、警察へ通報したりする可能性があることを想定しておきましょう。
- ✓ また、行為を受けたあとに、残りの業務への対応や周囲に相談相手がいないことから、誰にも相談せずに一人で抱え込んでしまう可能性があるため、企業はドライバーが気軽に相談できるような窓口や相談を受け付けることができる体制を整備することが求められます。

配送業務を協力企業へ委託している企業は、協力企業のドライバーがカスタマーハラスメントを受けた場合に相談に応じたり報告を受けたりするなど、柔軟に対応することも重要です。

4. 企業として求められる取組

カスタマーハラスメント対策の基本的な枠組み

カスタマーハラスメントは企業や従業員、他の顧客へ影響を与える可能性があることから、企業はあらかじめカスタマーハラスメントを想定した準備、実際に起こった際の対応を検討しておかなければなりません。

本研修では、指針に沿って、措置の内容と実際の企業の取組事例を紹介します。

カスタマーハラスメント対策の基本的な枠組み

- ① 事業主の方針等の明確化およびその周知・啓発
 - ② 相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備
 - ③ 職場におけるカスタマーハラスメントに関わる事後の迅速かつ適切な対応
 - ④ 職場におけるカスタマーハラスメントへの対応の実効性を確保するために必要なその抑止のための措置
- ①～④と併せて講ずべき措置
- ・ 相談者等のプライバシーを保護するために必要な措置
 - ・ カスタマーハラスメントの相談等を理由とした不利益な取扱いを行わない旨の明確化およびその周知・啓発

4. 企業として求められる取組

① 事業主の方針等の明確化およびその周知・啓発

企業は、職場におけるカスタマーハラスメントに関する方針の明確化、従業員に対するその方針の周知・啓発を行わなければなりません。カスタマーハラスメントには毅然とした態度で対応し、従業員を保護する旨の方針を明確化し、カスタマーハラスメントの内容とその対処の内容を、管理職を含む従業員に周知・啓発します。

企業の取組事例

- カスタマーハラスメントには毅然とした態度で対応し、従業員を保護する旨の方針を社内報、社内掲示板等に掲載している。
- カスタマーハラスメントの基本方針や対応手順等を定めた社内マニュアルの内容を研修で周知している。
- 顧客等にカスタマーハラスメントには毅然とした態度で対応することを周知する目的で、各営業所内の顧客等の目に入るところに自社で作成したポスターを掲示している。

ポイント

基本方針を策定することで、現場でカスタマーハラスメントに対して毅然と対応しても本社から咎められない、会社が守ってくれるなどの従業員の安心感につながります。基本方針は自社のウェブサイトに掲載するなどして、従業員だけでなく顧客等に対して周知・啓発することも、被害の防止のために効果的と考えられます。

4. 企業として求められる取組

② 相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備

従業員が顧客等からカスタマーハラスメントを受けた際の相談窓口あらかじめ定めて、従業員に周知しましょう。また、相談窓口の担当者が、相談に対し、その内容や状況に応じ適切に対応できるようにする必要があります。

企業の取組事例

- カスタマーハラスメントの緊急性や内容に応じて相談者が相談しやすいようなやり方で柔軟に相談を受け付けるようにしている。
(相談ルート例)
 - 一次対応者→営業所所長（現場上長）→エリア担当者→本社
 - 一次対応者→本社 等
- エリアごとに顧問弁護士がおり、お客様対応において、一定のラインを超えて、「少しでも困ったら」現場から弁護士へ相談してよいとしている。
- 一般社員だけでなく、管理職やパートナー（協力企業）からも広く相談を受け付けている。

ポイント

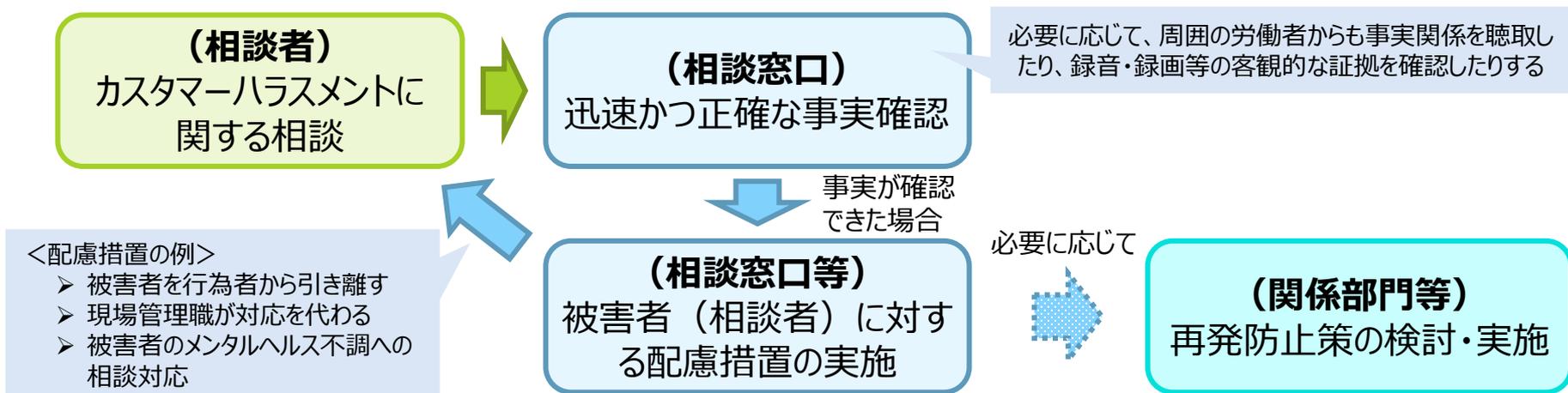
必要に応じて外部の相談先を確保しておく等、相談対応体制を整備し、社内に広く周知しなければなりません。社内で専門の相談窓口を設置することが難しい場合でも、現場の管理職が相談窓口となって必ず相談を受け付けるなど、被害を受けた従業員が孤立しないような対応が求められます。

4. 企業として求められる取組

③ 職場におけるカスタマーハラスメントに関わる事後の迅速かつ適切な対応

カスタマーハラスメントに関する相談の申出があった場合には、その事案について事実関係を迅速かつ正確に確認し、カスタマーハラスメントが生じた事実が確認できた場合には、速やかに**被害者に対する配慮のための措置**を適正に行います。事後には、改めてカスタマーハラスメントに関する方針を周知・啓発し、必要な場合には、サービスにおける問題や顧客とのコミュニケーション不足等の改善を図るなど、再発防止に向けた措置を講じる必要があります。

カスタマーハラスメントに関する相談における対応の流れ（例）



③ 職場におけるカスタマーハラスメントに関わる事後の迅速かつ適切な対応

企業の取組事例

- カスタマーハラスメントの疑いがある行為を受けた際は必ず管理職に引き継ぎ、判断基準に基づいてカスタマーハラスメントかどうか判断している。
- 従業員の被害が深刻な場合は、本社の担当者が直接見舞いに行き、今後の対応について相談することで、従業員が安心感を得られるようにしている。
- カスタマーハラスメントと判断した事例だけでなく、カスタマーハラスメントではないと判断できる事例と適切な対応方法を整理し、社内に周知している。

ポイント

発生した事案について、その場で解決して終わりではなく、被害者の心身の状況を必ず確認しましょう。また、社内に対処事例を蓄積し、現場に周知することで、同様の事案が発生した際に、会社として同じような対応をすることができ、カスタマーハラスメントの再発を予防できます。過去の事例から、特にカスタマーハラスメントに発展しやすい状況について把握し、カスタマーハラスメントに発展しないための予防策について検討し、実践することも重要です。商品・サービス・接客等における問題や顧客等とのコミュニケーションの不足などが原因でカスタマーハラスメントに発展した場合は、その問題の改善を図ることや、接客等における慣行の見直しなどの職場環境の改善や組織風土の見直しを行うことも求められます。

4. 企業として求められる取組

④職場におけるカスタマーハラスメントへの対応の実効性を確保するために必要なその抑止のための措置

過度な要求を繰り返すなど、特に悪質なカスタマーハラスメントについても対処方針をあらかじめ定めておき、従業員に周知するとともに、その方針に基づいて対処を行うことができる体制を整備する必要があります。

企業の取組事例

- 悪質な行為については本社より電話をし、それでも納得されない場合は書面にて通達をするよう定めている。

ポイント

カスタマーハラスメントに対しては毅然と対応することが望まれますが、運送約款等の内容に留意し、対処の内容を検討する必要があります。その対処内容を実行できるよう、関連する部門間での連携等の体制を整備しておくことが重要です。

ここまで紹介した①～④の措置を講じる際に、必要に応じて従業員や労働組合等と協力してアンケート調査や意見交換等を実施し、運用状況の的確な把握や見直しを検討することが有効です。

4. 企業として求められる取組

①～④の措置と併せて講じるべき措置

- カスタマーハラスメントに関わる相談対応や事後の対応に当たっては、相談者等のプライバシーを保護するために必要な措置を講じるとともに、その旨を従業員に対して周知することが必要です。

留意点

相談者等のプライバシーには、性的指向・ジェンダーアイデンティティ等の機微な個人情報も含まれることに留意してください。

- 従業員がカスタマーハラスメントに関し相談をしたり、事実関係の確認等に協力したりしたことを理由として、解雇その他不利益な取扱いをされない旨を定めて、従業員に周知・啓発しなければなりません。

その他の取組

自社の従業員による他社の従業員に対するカスタマーハラスメントに関し、他社から、事実関係の確認等の協力を求められた場合には、その求めに応じるように努めなければなりません。その際、他社から協力を求められたことを理由として、当該企業に対し、契約を解除する等の不利益な取扱いを行うことは望ましくありません。

また、事業主は、他社からの協力の求めに応じて、従業員へ事実関係の確認等を行うに当たっては、協力した従業員に対して、解雇その他不利益な取扱いを行わない旨を定め、従業員に周知・啓発することが望まれます。

まとめ～カスタマーハラスメント対策チェックシート～

自社におけるカスタマーハラスメント対策、相談体制についてチェックしてみましょう。

No.	チェック項目	✓
1	事業主の方針を明確化し、周知・啓発している。	
2	カスタマーハラスメントへの対処内容等を策定し、周知している。	
3	相談に応じ、適切に対応するために必要な体制を整備している。	
4	特に悪質なカスタマーハラスメントへの対処の方針をあらかじめ定め、体制を整備している。	
5	事実関係の迅速かつ正確な確認を行っている。	
6	被害者に対する配慮のための措置を行っている。	
7	再発防止に向けた措置を行っている。	