

カスタマーハラスメント対策「企業マニュアル」:厚生労働省

カスタマーハラスメント対策マニュアル・リーフレット・ポスターが完成 令和4年2月25日報道発表

「顧客等の要求の内容が妥当性を欠く場合」の例

- 企業の提供する商品・サービスに瑕疵・過失が認められない場合
- 要求の内容が、企業の提供する商品・サービスの内容と関係がない場合

「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」の例

(要求の内容の妥当性にかかわらず不相当とされる可能性が高いもの)

- 身体的な攻撃(暴行、傷害) ● 威圧的な言動 ● 土下座の要求
- 精神的な攻撃(脅迫、中傷、名誉毀損、侮辱、暴言) ● 差別的な言動
- 継続的な(繰り返される)、執拗な(しつこい)言動 ● 性的な言動
- 従業員個人への攻撃、要求 ● 拘束的な行動(不退去、居座り、監禁)

「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」の例

(要求内容の妥当性に照らして不相当とされる場合があるもの)

- 商品交換の要求 ● 金銭補償の要求 ● 謝罪の要求(土下座を除く)

①顧客等の要求内容に妥当性はあるか

顧客等の主張に関して、まず事実関係、因果関係を確認し、自社に過失がないか、または根拠のある要求がなされているかを確認し、顧客等の主張が妥当であるかどうか判断します。

例えば、顧客が購入した商品に瑕疵がある場合、謝罪とともに商品の交換・返金に応じることは妥当です。逆に、自社の過失、商品の瑕疵がなければ、顧客の要求には正当な理由がないと考えられます。

②要求を実現するための手段・態様が社会通念に照らして相当な範囲か

顧客等の要求内容の妥当性の確認と併せて、その要求を実現するための手段・態様が社会通念に照らして相当な範囲であるかを確認します。

例えば、長時間に及びクレームは、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場合が多いと考えられます。また、顧客等の要求内容に妥当性がない場合はもとより、妥当性がある場合であっても、その言動が暴力的・威圧的・継続的・拘束的・差別的・性的である場合は、社会通念上不相当であると考えられ、カスタマーハラスメントに該当します。