

Stop! ハラスメント

「しない・させない・ゆるさない」 by ハラスメント防止委員会

2024.9.17

No.25

今回は カスタマーハラスメント についてのお話です。

カスタマーハラスメント（カスハラ）への対応を定める企業が増えています。従業員に対する悪質な攻撃や誹謗（ひぼう）中傷には法的措置をとるなどと公表し、毅然とした態度で臨むことをあらかじめ示します。最近の動きが分かるいくつかの記事をご紹介します。

日経新聞（日経電子版）の特集記事から

理不尽な客を放置しては従業員の負担が大きくなるほか、営業妨害になります。企業は相次ぎ、来店拒否や法的措置を取る可能性などの対応をあらかじめ示しています。

迷惑被害の内容は「暴言」が約40%と最も高く、「威嚇・脅迫」（14.7%）「同じ内容を繰り返すクレーム」（13.8%）と続いた。（UAゼンセンによるカスハラ実態調査）

カスハラには「店員を教育してやる」と正義感を振りかざす「世直し説教型」と自分の権威を誇示しながらクレームをつける「論筋型」の2パターンが目立つ。お客の要望が一線を超えたら対応を打ち切る『グッバイ・マネジメント』という対処法が有効だ。かつてのビジネス界では「お客様は神様」という意識が強かったが、現在はそんな時代ではない。一人で抱え込まず、上司や同僚を呼んで複数人で対応すべきだ。
（関西大学の池内裕美教授/社会心理学）

カスハラ対処方針をまとめた主な企業

- ・KDDI
- ・NTTドコモ
- ・高島屋
- ・三越伊勢丹HD
- ・損保ジャパン
- ・JR東日本
- ・JR西日本
- ・ANA
- ・JAL など



カスハラ防止条例の制定検討

- ・東京都
- ・三重県 など

「どういった行為がカスハラにあたるのか」を知ることは、カスハラ被害に遭わないため、そして加害者にならないための第一歩です。詳細は次号で説明します。（八木）

本稿は職員相談センターにて作成しています（八木）

☎:080-9707-0020 ✉:d-yagi@kouzenkai.or.jp