

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

2025.1.15

No.29

「御社のカスハラ対策は？」 従業員・ブランドを守る5カ条

『2024年は、小売りやサービスの現場で「カスタマーハラスメント（カスハラ）」の対策が進んだ1年となった。ANAや高島屋など、カスハラ基本方針の策定が相次いでいる。従業員を守れなければ離職につながり、企業のブランド力も低下する。御社では対策が進んでいますか？』

日経MJ 2024.12.16 記事より

先月号では、「最近の新聞やネットでは、時節柄パワハラの記事を見ない日はほとんどありません」と書きましたが、「カスハラ」にも同じ流れがあります。厚労省はカスハラについて「顧客からのクレームのうち、要求内容に妥当性がなく、実現する手段が社会通念に照らしても不相当で就業環境が害されるもの」として定義したそうです。

ANAHDが行ったカスハラ研修の講師の談話から・・・

基本は「個人でなく組織」で対応すること。現場担当者は「自分に落ち度があったのかもしれない」と思いがちで、カスハラかどうか判断つきにくい。そこで責任者が法知識を身につけた上で「これはカスハラ」と即座に判断できる組織作り、教育体制が欠かせない。

ココロバランス研究所の代表理事の談話から・・・

世界でカスハラがあるのは日本と韓国くらい。欧米では概念がない。顧客と従業員に不自然な上下関係が生まれやすい、文化的な側面が影響している。

人手不足が加速してから、カスハラ問題は顕在化してきた。しかし従業員を守れなければ、競争力もブランド力も守れない。消費者そして企業の意識改革が問われている。

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

カスハラ対策 5カ条

(注) ANAビジネスソリューション、NAA、高島屋などへの取材や厚生労働省資料を基に作成

2

人・場所・時間を変える

- 上下関係をリセット

「責任者に代わります」
「他のお客様にご迷惑なので別室で」
「確認の上、後日対応します」



4

訴訟リスクも想定

- 録画・録音できる場所で証拠を保全



1

すぐ謝らない

- 正確な状況が不明な段階では非を認めない

「事実関係を確認して調査します」



3

毅然かつ冷静さと品位を保つ

- 会社の対応が公開されると想定

（「裁判を起こすぞ」と言われたら）
「お客様のご判断次第で、当社はコメントできません」

5

最後は本社が引き取って対応

「ご納得いただけず残念です」
「こちらで対応を終了させていただきます」

