

## カスタマーハラスメントについて（2）

大阪弁護士会 民暴委員会委員  
櫻田司法律事務所 弁護士 櫻田 司

### 第1 はじめに

2年前、当コラム欄に、顧客（カスタマー）による迷惑行為である「カスハラ」（カスタマーハラスメント）の特徴等についての記事を投稿<sup>1</sup>しました。今回はその続編です。

企業（事業主）にとってのカスハラ対策は、企業の金銭的損失やブランドイメージの低下等から企業そのものを守る側面のみならず、従業員の安全確保や精神面への配慮という雇用管理上の義務を果たすという側面も併せ持つこととなります。

厚生労働省は、事業者にかスハラに対する必要な措置を講じることを促すべく、令和4年2月に「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」を作成しました。同マニュアルは、厚生労働省のホームページからダウンロードできます。

### 第2 カスハラが生じるまでの対応

#### 1 企業内での体制づくり

カスハラの行為者はもともと顧客です。そのため、事業者は、事前に入出禁止にしている場合等を除いて、カスハラを事前に予測して（迷惑）行為者との関係遮断を図ることが困難です。

従って、事前のカスハラ対策としては、いつ、誰から、どの従業員の前で生じても、従業員が毅然とした対応を可能とする体制を整えておくことが重要となります。

そのために、企業内において、カスハラの判断基準、すなわち、①顧客のクレームが正当なものとなるのか、不当なものとなるのか、②顧客の要求内容が社会的に相当な範囲内のものなのか、過剰なものなのか、についての判断基準を明確にし、企業内で意思統一しておく必要があります。

前掲「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」の末尾には、付録としてカスタマーハラスメント対策チェックシートが掲載されています。企業内の体制整備に漏れがないか確認するのに役立つと思います。

#### 2 初期対応の重要性

顧客からのクレームが〈正当なクレームなのか、それとも単なる言いがかりなのか〉判断をしなければならない場合、初期対応が重要になります。

---

<sup>1</sup> 前回のコラム 令和2年10月26日付けの弁護士コラム「カスタマーハラスメントについて」

ここで事実確認や判断を誤り、不当なクレームであるにもかかわらず、顧客の言いなりになれば、カスハラを企業自身が是認することとなり、企業に財産的損害が生じるのみならず、従業員のメンタルヘルスに深刻な問題が生じてしまう可能性があります。

具体的なカスハラが生じてから対応を考えるのでは遅いです。初期対応の迅速性や正確性は、1に述べた企業内での事前準備体制の整備の程度にかかっているとと言えます。

### 第3 カスハラが生じた後の具体的対応方法

#### 1 基本姿勢

以前のコラムにおいて、カスハラ対応の基本姿勢として、複数対応をすることや、すぐに警察や弁護士に相談できる体制を整えておくことについて記載しました。今回は、企業内の意思統一という観点から心掛けるべき事項について述べます。

#### 2 対応の記録

企業内でカスハラの判断基準の明確化ができていても、どのような事実関係をもとに基準に当てはめたのかについて、対応内容の記録化（メモ、録音）をし、企業内で情報共有をしていなければ企業として統一した対応ができません。また、後日の証拠化のためにも、具体的な言葉（発言そのもの）を記録してください。

#### 3 解決を急がない

カスハラが生じてても、これを早く解決したいと思い、社内の統一ルールから外れて現場限りで、例えば直属の上司の判断のみで、しなくてもよい謝罪をしてしまうと、逆に状況を悪化させ、さらに長時間、理不尽な対応に追われる可能性があります。また、カスハラ行為者に対して理由なく不利な立場に立たされた従業員は、精神的苦痛にさらされてしまいます。

カスハラに対しては、企業全体で対応すべきですから、企業内で情報共有ができ、統一した対応ができるまで、要求に対する回答をしないこと、また、回答期限を約束しないことを心掛けてください。

以上

※ 内容における意見に関する部分は、執筆者個人によるものです。

※ 禁転載