

増加するカスタマーハラスメントにどう対応するか

2021年1月27日 旬報法律事務所 新村響子弁護士

1 カスタマーハラスメントとは

カスタマーハラスメントとは、取引先など他社の労働者から受けるパワーハラスメントや、顧客からの暴行、脅迫、ひどい暴言、悪質なクレームなどの著しい迷惑行為をいいます。

近年、カスタマーハラスメントの増加が深刻な社会問題となっています。

UAゼンセンが行った調査（2017年流通部門、2018年総合・サービス部門 悪質クレームアンケート調査）によれば、約7割の労働者がカスタマーハラスメントを経験したと回答し、迷惑行為を受けた労働者の5割以上が強いストレスを感じたと回答しています。カスタマーハラスメントは、対応する労働者に精神的ストレスを与え、心身の健康を害するおそれのある深刻な問題として捉える必要があります。

2 カスタマーハラスメントの具体例

具体的には、以下のようなケースがカスタマーハラスメントにあたります。

●暴言

- ・2時間にわたり一方的な要求をされ、拒否したところ、「バカ」「低能」「社会人失格」などの罵詈雑言を浴びせられた。
- ・態度が悪い、見てくれが悪い、と他の従業員に大きな声で言いふらされた。

●何回も同じ内容を繰り返すクレーム

- ・売場になく商品の商品部に確認する時間を求めたところ、今すぐ答えろと繰り返し要求され、今すぐには答えられないと告げても理解してもらえなかった。

●権威的（説教）態度

- ・マニュアル通りの接客用語を使っているのに、「その日本語は違う、それはこう言うのよ、だからダメなのよ。」と毎回言われる。

●威嚇・脅迫

- ・購入履歴が確認できないと伝えたところ、「株主総会で名前を出してやる！」と言われた。
- ・何が気に障ったのか理由も言わず「仕事ができない体にしてやることもできる」と脅された。

●長時間の拘束

- ・商品の価格が間違っているとされたので確認に行こうとしたら、「待たせるな！」と怒鳴られ3時間説教され続けた。
- ・謝罪のために、自宅に訪問したところ、約9時間にわたり拘束された。

●セクハラ

- ・顧客の性的な内容の話を我慢して聞いていたら、エスカレートして体を触られたり抱きつかれたりした。
- ・食事にしつこく誘われたり、肉体関係の誘いを受ける。

●暴力行為

- ・接客時、顧客の機嫌が悪かったのか、かごや小銭を投げつけられた。

●土下座の強要

- ・商品が冷めていると怒り返金を要求され、返金対応をしたのにもかかわらず、金銭を投げつけられて土下座を強要された。

●SNSでの誹謗中傷

- ・SNSで名誉を毀損するような書き込みをされたり、個人情報公開されたりした。

3 カスタマーハラスメントに遭ったらどう対応すべきか

カスタマーハラスメントは、労働者に対して受忍限度を超える苦痛を与えるハラスメント行為であり、場合によっては、脅迫罪、暴行罪、強要罪、威力業務妨害罪等の犯罪行為にも当たりうる行為です。実際にカスタマーハラスメント行為に遭遇した際には、「お客様は神様」だからと耐えるのではなく、毅然と断る姿勢が大切です。事前に、このような場面でよく使うフレーズ集や対応マニュアルを準備しておくとい良いでしょう。

また、対応する際には、相手との会話の内容を録音しておくことも効果的です。後になって言った・言わないの論争となることの予防になりますし、ハラスメントを受けた証拠にすることもできます。

とはいえ、担当者個人での対応には限界があります。専門性を必要とするクレームや、謝罪・賠償を求めるクレーム、対応時間が長時間におよぶ場合には、上位者や専門部署に対応を委ねましょう。

4 企業の責任

企業は、カスタマーハラスメントによって労働者が心身を害することのないよう職場環境を整える義務を負っています。そのため、企業がカスタマーハラスメントを放置して何も対策を取らなければ、安全配慮義務違反を理由に、労働者から損害賠償請求をされてしまう可能性があります。実際、市立小学校で、親から教師に対する悪質なクレームに対して、校長が毅然とした対応を行うどころか、親と一緒にになって謝罪を強要したという事案で、市に対して教師への損害賠償を命じる判決が出されています(甲府地判平成30・11・13 労判1202号95頁)。

2019年に成立したパワハラ防止法(改正労働施策総合推進法)に基づく指針(令和2年厚生労働省告示第5号)では、カスタマーハラスメントについて、企業が取り組みを行うことが望ましいと明記されました。

具体的には、カスタマーハラスメントを受けた労働者からの相談体制の整備、被害者のメンタルヘルス不調への相談対応や、1人で対応させない等の取り組み、マニュアルの作成や研修の実施等の防止対策が効果的とされています。

しかし、前述した UA ゼンセンの調査結果では、企業で実施されている迷惑行為への支援については「特に対策がなされていない」との回答が4割を超えて最も多い状況です。

企業は、カスタマーハラスメントに対しては、それが顧客であろうと取引先であろうと、毅然と対応し、労働者を守ることが求められています。