

【第2回】令和6年度甲府市労働セミナー

カスタマーハラスメント 対策セミナー(オンライン開催)

令和7年1月20日(月)

講師：山梨労働局雇用環境・均等室 深澤ナオ

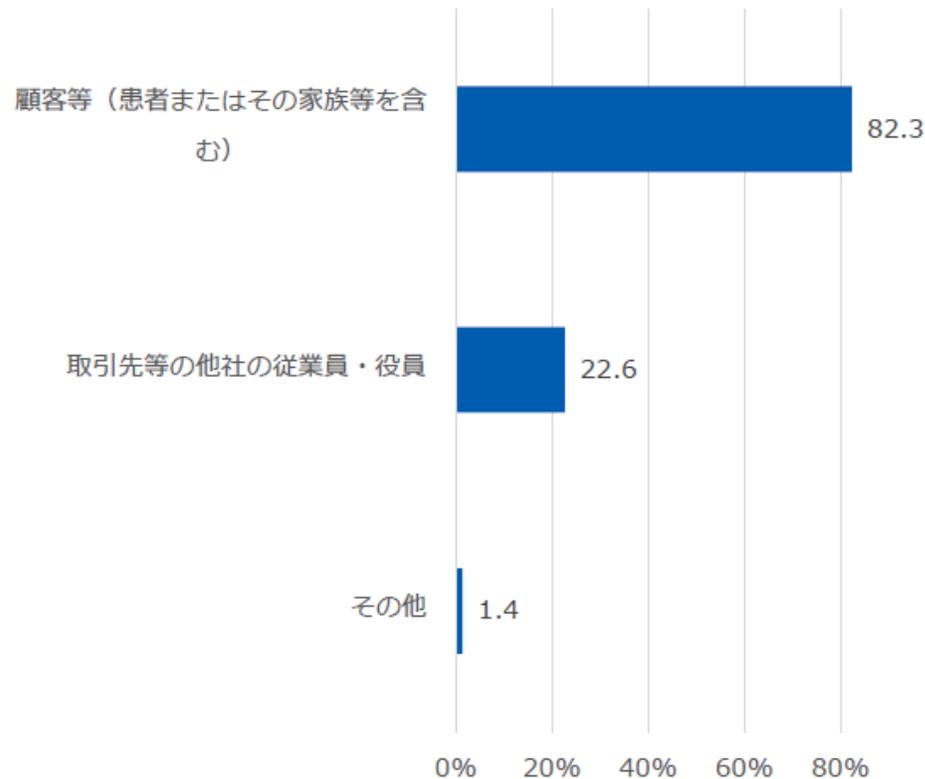
本日の流れ

- ・ **カスタマーハラスメントの現状**
- ・ **職場におけるパワーハラスメントについて**
- ・ **カスタマーハラスメントとは**
- ・ **カスタマーハラスメント対策の必要性**
- ・ **カスタマーハラスメント対策（準備と対応）**

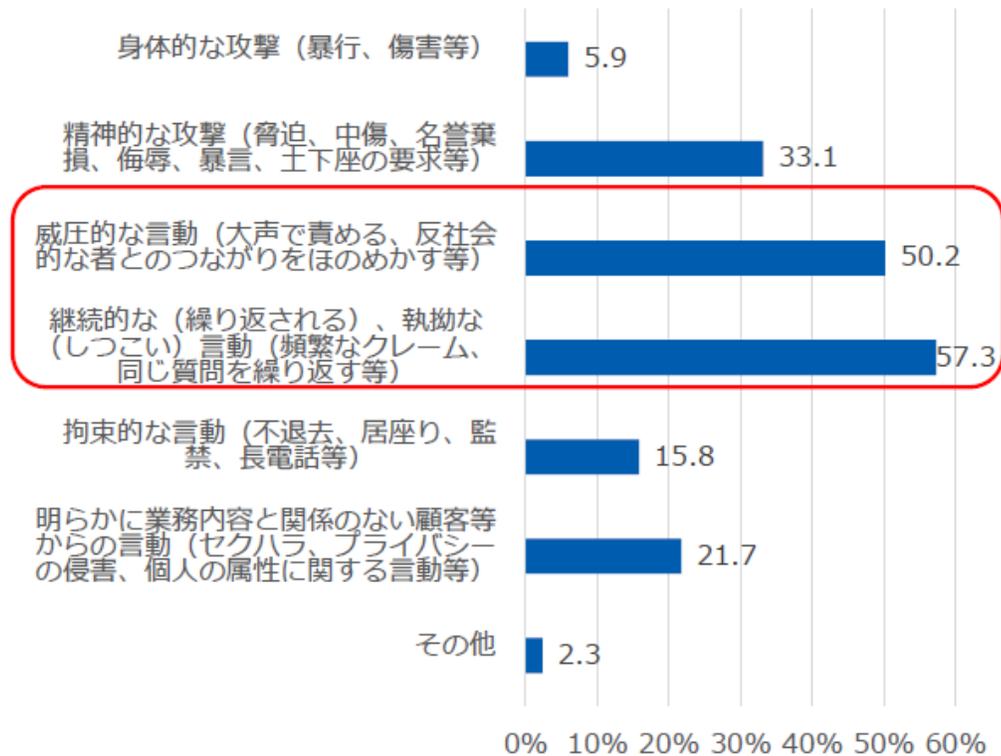
顧客等からの著しい迷惑行為の行為者・内容

- 顧客等からの著しい迷惑行為の行為者については、「顧客等（患者またはその家族等を含む）」が82.3%、「取引先等の他者の従業員・役員」が22.6%となっている。
- 労働者が過去3年間に受けた顧客等からの著しい迷惑行為の内容については、「継続的な、執拗な言動」（57.3%）、「威圧的な言動」（50.2%）、「精神的な攻撃」（33.1%）が主な内容である。

顧客等からの著しい迷惑行為の行為者



顧客等からの著しい迷惑行為の内容

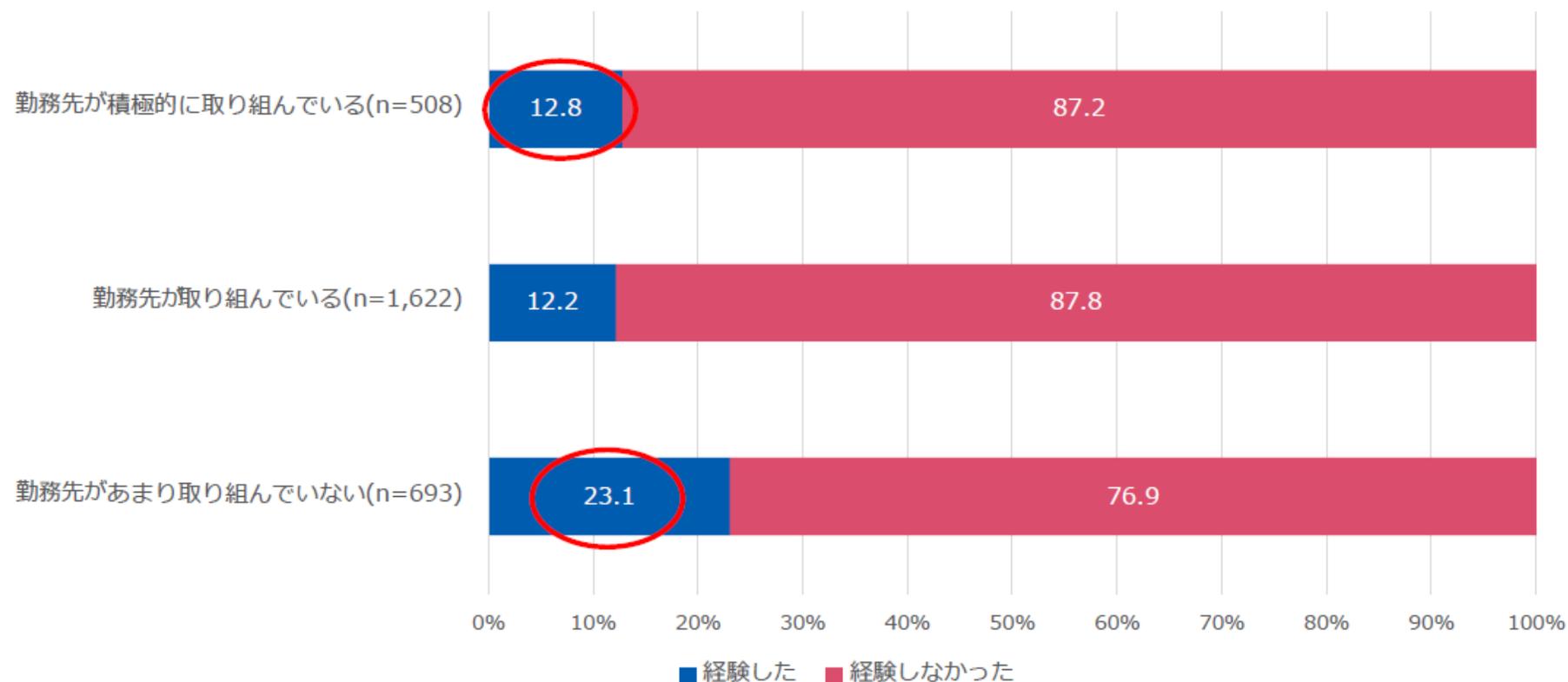


※調査対象：過去3年間に勤務先で顧客等からの著しい迷惑行為を受けた経験があると回答した者（n=861）

（資料出所）厚生労働省「職場のハラスメントに関する実態調査」（令和5年度）

顧客等からの著しい迷惑行為を受けた経験

- 勤務先が顧客等からの著しい迷惑行為の予防・解決に積極的に取り組んでいる場合（12.8%）の方が、勤務先が顧客等からの著しい迷惑行為の予防・解決にあまり取り組んでいない場合（23.1%）と比べると、顧客等からの著しい迷惑行為を経験した者の割合が少ない。

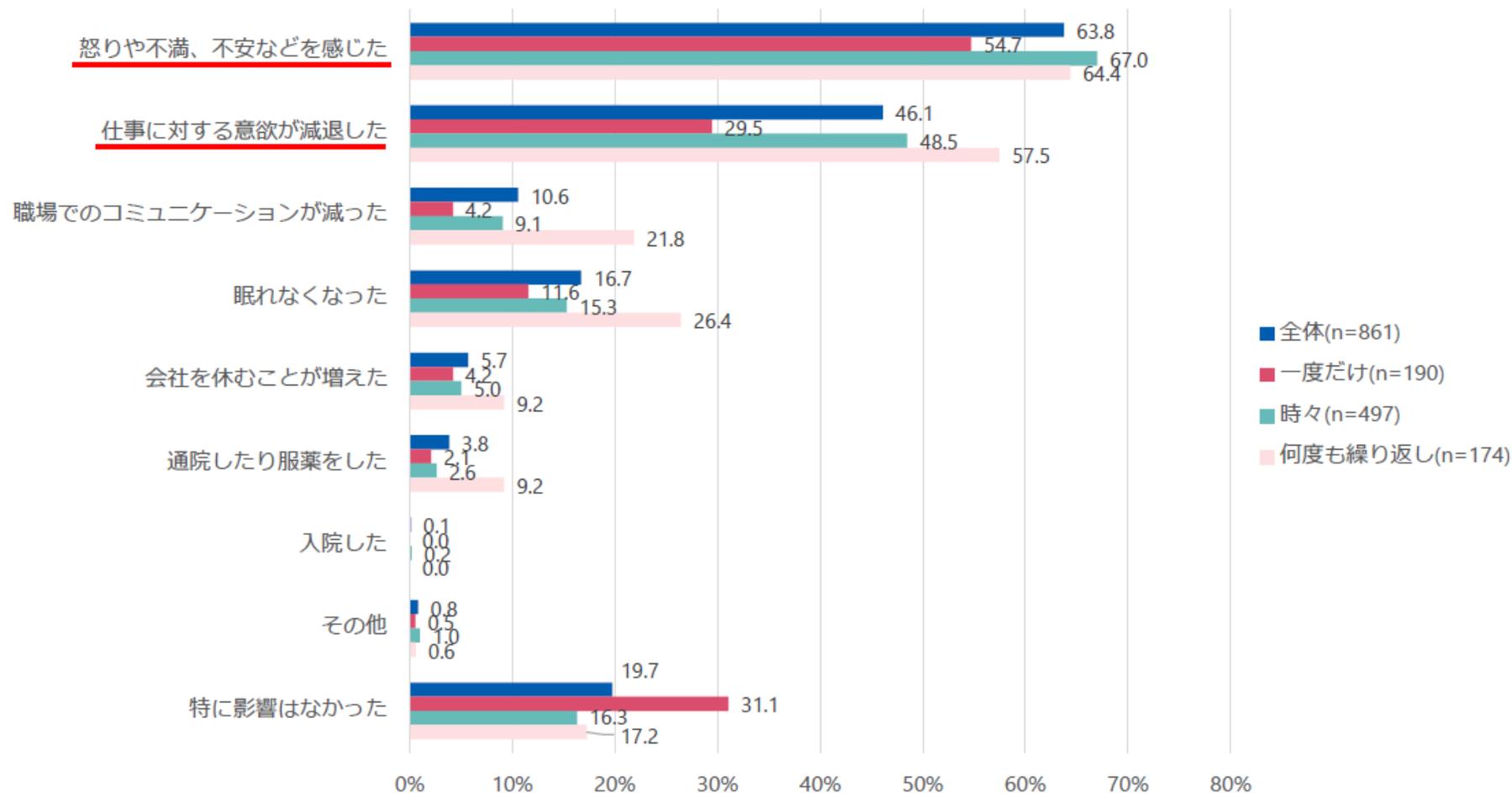


※調査対象：全回答者（無回答・無効回答を除く）
（資料出所）厚生労働省「職場のハラスメントに関する実態調査」（令和5年度）

顧客等からの著しい迷惑行為を受けた労働者の心身への影響

- 顧客等からの著しい迷惑行為を受けた労働者のうち、「怒りや不満、不安などを感じた」者は63.8%、「仕事に対する意欲が減退した」者は46.1%となっている。

顧客等からの著しい迷惑行為を受けたことによる心身への影響（経験頻度別）

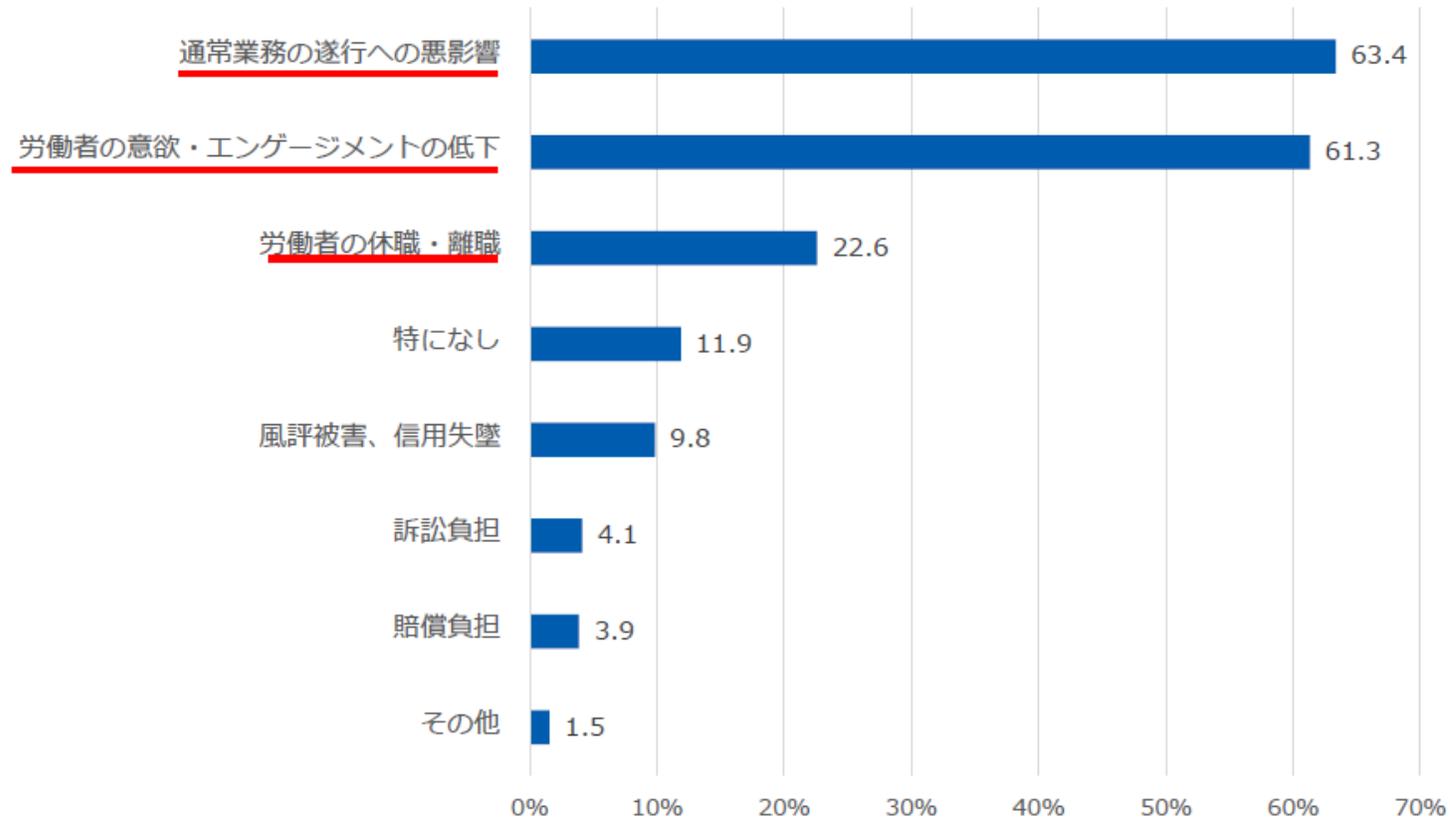


※調査対象：顧客等からの著しい迷惑行為を受けたと回答した者(n=861)
 (資料出所) 厚生労働省「職場のハラスメントに関する実態調査」(令和5年度)

顧客等からの著しい迷惑行為で企業が被った損害や被害

- 顧客等からの著しい迷惑行為で企業が被った損害や被害の主な内容は、「通常業務の遂行への悪影響」（63.4%）、「労働者の意欲・エンゲージメントの低下」（61.3%）、「労働者の休職・離職」（22.6%）である。

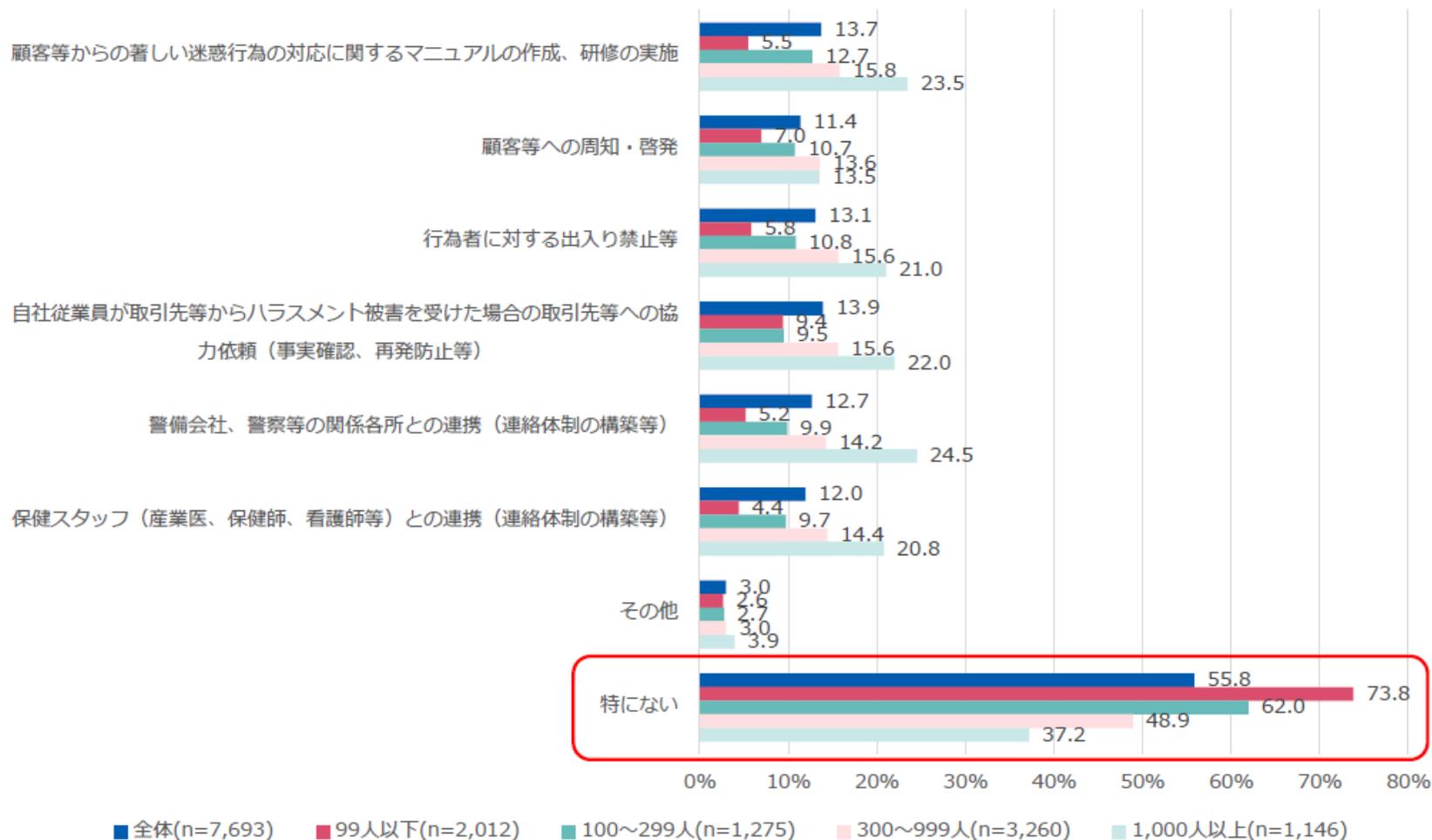
過去3年間に顧客等からの著しい迷惑行為で企業が被った損害や被害



※調査対象：過去3年間に顧客等からの著しい迷惑行為に該当すると判断した事案があった企業（無回答・無効回答を除く）（n=1,880）
（資料出所）厚生労働省「職場のハラスメントに関する実態調査」（令和5年度）

顧客等からの著しい迷惑行為に関する取組

- 顧客等からの著しい迷惑行為に対する取組が「特にない」としている企業は、従業員規模1,000人以上の企業において37.2%、300～999人規模企業において48.9%、100～299人規模企業において62.0%、99人以下規模企業において73.8%である。



※調査対象：全企業（従業員規模が「分からない」と回答した企業を除く）
（資料出所）厚生労働省「職場のハラスメントに関する実態調査」（令和5年度）

○各種ハラスメントの法的位置付け

	措置義務	責務
セクシュアルハラスメント	○男女雇用機会均等法 第十一条 事業主は、職場において行われる性的な言動に対するその雇用する労働者の対応により当該労働者がその労働条件につき不利益を受け、又は当該性的な言動により当該労働者の就業環境が害されることのないよう、当該労働者からの相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備その他の雇用管理上必要な措置を講じなければならない。	○男女雇用機会均等法 第十一条の二 2 事業主は、性的言動問題に対するその雇用する労働者の関心と理解を深めるとともに、当該労働者が他の労働者に対する言動に必要な注意を払うよう、研修の実施その他の必要な配慮をするほか、国の講ずる前項の措置に協力するように努めなければならない。
妊娠・出産等に関するハラスメント	○男女雇用機会均等法 第十一条の三 事業主は、職場において行われるその雇用する女性労働者に対する当該女性労働者が妊娠したこと、出産したこと、労働基準法第六十五条第一項の規定による休業を請求し、又は同項若しくは同条第二項の規定による休業をしたことその他の妊娠又は出産に関する事由であつて厚生労働省令で定めるものに関する言動により当該女性労働者の就業環境が害されることのないよう、当該女性労働者からの相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備その他の雇用管理上必要な措置を講じなければならない。	○男女雇用機会均等法 第十一条の四 2 事業主は、妊娠・出産等関係言動問題に対するその雇用する労働者の関心と理解を深めるとともに、当該労働者が他の労働者に対する言動に必要な注意を払うよう、研修の実施その他の必要な配慮をするほか、国の講ずる前項の措置に協力するように努めなければならない。
育児休業等に関するハラスメント	○育児・介護休業法 第二十五条 事業主は、職場において行われるその雇用する労働者に対する育児休業、介護休業その他の子の養育又は家族の介護に関する厚生労働省令で定める制度又は措置の利用に関する言動により当該労働者の就業環境が害されることのないよう、当該労働者からの相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備その他の雇用管理上必要な措置を講じなければならない。	○育児・介護休業法 第二十五条の二 2 事業主は、育児休業等関係言動問題に対するその雇用する労働者の関心と理解を深めるとともに、当該労働者が他の労働者に対する言動に必要な注意を払うよう、研修の実施その他の必要な配慮をするほか、国の講ずる前項の措置に協力するように努めなければならない。
パワーハラスメント	○労働施策総合推進法 第三十条の二 事業主は、職場において行われる優越的な関係を背景とした言動であつて、業務上必要かつ相当な範囲を超えたものによりその雇用する労働者の就業環境が害されることのないよう、当該労働者からの相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備その他の雇用管理上必要な措置を講じなければならない。	○労働施策総合推進法 第三十条の三 2 事業主は、優越的言動問題に対するその雇用する労働者の関心と理解を深めるとともに、当該労働者が他の労働者に対する言動に必要な注意を払うよう、研修の実施その他の必要な配慮をするほか、国の講ずる前項の措置に協力するように努めなければならない。

カスタマーハラスメント防止の法律はまだない！

令和6年12月26日に、厚生労働省の労働政策審議会雇用環境・均等分科会でハラスメント防止対策の強化について建議を行った。



厚生労働省では、この建議の内容を踏まえて法律案要綱を作成し、労働政策審議会に諮問する予定。

現在、カスタマーハラスメント防止の法律はまだないが、パワーハラスメント防止指針の中に「行うことが望ましい取組」が規定されている。

パワハラ防止指針における「顧客等からの著しい迷惑行為」

- 「事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」（令和2年厚生労働省告示第5号）において、顧客等からの著しい迷惑行為に関し、事業主が行うことが望ましい取組の内容が規定されている。

「事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」（抄）

7 事業主が他の事業主の雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為に関し行うことが望ましい取組の内容

事業主は、取引先等の他の事業主が雇用する労働者又は他の事業主（その者が法人である場合にあっては、その役員）からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為（暴行、脅迫、ひどい暴言、著しく不当な要求等）により、その雇用する労働者が就業環境を書されることのないよう、雇用管理上の配慮として、例えば、(1)及び(2)の取組を行うことが望ましい。また、(3)のような取組を行うことも、その雇用する労働者が被害を受けることを防止する上で有効と考えられる。

(1) 相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備

事業主は、他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為に関する労働者からの相談に対し、その内容や状況に応じ適切かつ柔軟に対応するために必要な体制の整備として、4(2)イ及びロの例も参考にしつつ、次の取組を行うことが望ましい。また、併せて、労働者が当該相談をしたことを理由として、解雇その他不利益な取扱いを行ってはならない旨を定め、労働者に周知・啓発することが望ましい。

イ 相談先（上司、職場内の担当者等）をあらかじめ定め、これを労働者に周知すること。

ロ イの相談を受けた者が、相談に対し、その内容や状況に応じ適切に対応できるようにすること。

(2) 被害者への配慮のための取組

事業主は、相談者から事実関係を確認し、他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為が認められた場合には、速やかに被害者に対する配慮のための取組を行うことが望ましい。

（被害者への配慮のための取組例）

事案の内容や状況に応じ、被害者のメンタルヘルス不調への相談対応、著しい迷惑行為を行った者に対する対応が必要な場合に一人で対応させない等の取組を行うこと。

(3) 他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為による被害を防止するための取組

(1)及び(2)の取組のほか、他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為からその雇用する労働者が被害を受けることを防止する上では、事業主が、こうした行為への対応に関するマニュアルの作成や研修の実施等の取組を行うことも有効と考えられる。また、業種・業態等によりその被害の実態や必要な対応も異なると考えられることから、業種・業態等における被害の実態や業務の特性等を踏まえて、それぞれの状況に応じた必要な取組を進めることも、被害の防止に当たっては効果的と考えられる。

厚生労働省のホームページや、「あかるい職場応援団」のサイトから、「職場におけるハラスメント対策パンフレット」及び「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」をダウンロードすることができます。

**職場におけるハラスメント
対策パンフレット**

職場における

- ・パワーハラスメント対策
- ・セクシュアルハラスメント対策
- ・妊娠・出産等に関するハラスメント対策
- ・育児・介護休業等に関するハラスメント対策

は事業主の義務です！

 **厚生労働省**
都道府県労働局雇用環境・均等部（室）

**カスタマーハラスメント
対策
企業マニュアル**

CUSTOMER HARASSMENT



**カスタマーハラスメント
対策企業マニュアル作成事業検討委員会**

令和3年度厚生労働省委託事業、東京海上ディール株式会社受託

 **厚生労働省**
Ministry of Health, Labour and Welfare

ハラスメント裁判事例、他社の取組など
 ハラスメント対策の総合情報サイト
あかるとい職場応援団

あかるとい職場応援団
 公式Facebook

あかるとい職場応援団
 X (旧Twitter)

検索ワード

厚生労働省
 D.E.-C.S.L.A.S.S.O.B.O.R.G

文字サイズ

トップページ ハラスメント基本情報 ハラスメントで悩んでいる方 管理職の方 人事担当の方 その他 相談窓口のご案内 Q&A

**ハラスメント対策研修動画を
オンデマンドで配信!**

職場におけるハラスメント対策に、ぜひご活用ください!

職場のハラスメントを知る (パワハラ、セクハラ、いわゆるマタハラ)

「ハラスメントで困った」
悩んでいる方

「ハラスメントって言われた!」
管理職の方

「社内でハラスメント発生!」
人事担当の方

その他のハラスメントを知る

カスタマーハラスメント

就活ハラスメント

ピックアップコンテンツ

「あかるとい職場応援団」はハラスメント対策の総合情報サイトです。

ハラスメント対策の際に参考となる情報を掲載しています。

職場におけるパワーハラスメント

1. 職場におけるパワーハラスメントとは

令和元年に改正された労働施策総合推進法において、職場におけるパワーハラスメントについて事業主に防止措置を講じることを義務付けています。併せて、事業主に相談したこと等を理由とする不利益取扱いも禁止されています。

<労働施策総合推進法（抄）>

（雇用管理上の措置等）

第30条の2 事業主は、職場において行われる優越的な関係を背景とした言動であつて、業務上必要かつ相当な範囲を超えたものによりその雇用する労働者の就業環境が害されることのないよう、当該労働者からの相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備その他の雇用管理上必要な措置を講じなければならない。

2 事業主は、労働者が前項の相談を行ったこと又は事業主による当該相談への対応に協力した際に事実を述べたことを理由として、当該労働者に対して解雇その他不利益な取扱いをしてはならない。

職場におけるパワーハラスメントは、職場において行われる

- ① 優越的な関係を背景とした言動であって、
- ② 業務上必要かつ相当な範囲を超えたものにより、
- ③ 労働者の就業環境が害されるもの

であり、①から③までの3つの要素を全て満たすものをいいます。

なお、客観的にみて、業務上必要かつ相当な範囲で行われる適正な業務指示や指導については、職場におけるパワーハラスメントには該当しません。

職場におけるパワーハラスメントは、以下の①から③までの3つの要素を全て満たすものをいい、客観的にみて、業務上必要かつ相当な範囲で行われる適正な業務指示や指導については該当しません。

①「優越的な関係を背景とした」言動とは

業務を遂行するに当たって、当該言動を受ける労働者が行為者とされる者（以下「行為者」という。）に対して抵抗や拒絶することができない蓋然性が高い関係を背景として行われるものを指します。

● 例

- ・職務上の地位が上位の者による言動
- ・同僚又は部下による言動で、当該言動を行う者が業務上必要な知識や豊富な経験を有しており、当該者の協力を得なければ業務の円滑な遂行を行うことが困難であるもの
- ・同僚又は部下からの集団による行為で、これに抵抗又は拒絶することが困難であるもの

職場におけるパワーハラスメントは、以下の①から③までの3つの要素を全て満たすものをいい、客観的にみて、業務上必要かつ相当な範囲で行われる適正な業務指示や指導については該当しません。

②「業務上必要かつ相当な範囲を超えた」言動とは

社会通念に照らし、当該言動が明らかに当該事業主の業務上必要性がない、又はその態様が相当でないものを指します。

● 例

- ・業務上明らかに必要性のない言動
- ・業務の目的を大きく逸脱した言動
- ・業務を遂行するための手段として不適當な言動
- ・当該行為の回数、行為者の数等、その態様や手段が社会通念に照らして許容される範囲を超える言動

その際には、個別の事案における労働者の行動が問題となる場合は、その内容・程度とそれに対する指導の態様等の相対的な関係性が重要な要素となることについても留意が必要です。なお、労働者に問題行動があった場合であっても、人格を否定するような言動など業務上必要かつ相当な範囲を超えた言動がなされれば、当然、職場におけるパワーハラスメントに当たり得ます。

職場におけるパワーハラスメントは、以下の①から③までの3つの要素を全て満たすものをいい、客観的にみて、業務上必要かつ相当な範囲で行われる適正な業務指示や指導については該当しません。

③「就業環境が害される」とは

当該言動により、労働者が身体的又は精神的に苦痛を与えられ、就業環境が不快なものとなったために能力の発揮に重大な悪影響が生じる等の当該労働者が就業する上で看過できない程度の支障が生じることを指します。

この判断に当たっては、「平均的な労働者の感じ方」、すなわち、「同様の状況で当該言動を受けた場合に、社会一般の労働者が、就業する上で看過できない程度の支障が生じたと感じるような言動であるかどうか」を基準とすることが適当です。

なお、言動の頻度や継続性は考慮されますが、強い身体的又は精神的苦痛を与える態様の言動の場合には、1回でも就業環境を害する場合があります。

事業主が雇用管理上講ずべき措置

- 事業主の方針の明確化及びその周知・啓発
- 相談（苦情を含む）に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備
- 職場におけるハラスメントへの事後の迅速かつ適切な対応
- 併せて講ずべき措置（プライバシー保護、不利益取扱いの禁止等）

※ このほか、職場における妊娠・出産・育児休業等に関するハラスメントについては、その原因や背景となる要因を解消するための措置が含まれます。

事業主は、これらの措置について必ず講じなければなりません。

なお、派遣労働者に対しては、派遣元のみならず、派遣先事業主も措置を講じなければならぬことにご注意ください。

事業主の方針の明確化及びその周知・啓発

「わが社はパワハラを許さない」
との事業主の意思表示

- ①
 - ・パワーハラスメントの内容
 - ・パワーハラスメントを行ってはならない旨の方針を明確化し、管理監督者を含む労働者に周知・啓発すること
- ②

パワーハラスメントの行為者については、厳正に対処する旨の方針・対処の内容を就業規則等の文書に規定し、管理監督者を含む労働者に周知・啓発すること。

相談（苦情を含む）に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備

労働者が利用しやすい体制を整備しておくことが必要

- ③

相談窓口をあらかじめ定め、労働者に周知すること。
- ④

相談窓口担当者が、内容や状況に応じ適切に対応できるようにすること。
パワーハラスメントが現実には生じている場合だけでなく、発生のおそれがある場合や、パワーハラスメントに該当するか否か微妙な場合であっても、広く相談に対応すること。

職場におけるパワーハラスメントへの事後の迅速かつ適切な対応

- ⑤ 事実関係を迅速かつ正確に確認すること。
「迅速であること」「再発防止につなげること」が企業の信頼につながる
- ⑥ 事実関係の確認ができた場合には、速やかに被害者に対する配慮のための措置を適正に行うこと。
- ⑦ 事実関係の確認ができた場合には、行為者に対する措置を適正に行うこと。
行為者との引き離しやメンタルヘルス不調への対応等
- ⑧ 再発防止に向けた措置を講ずること。
就業規則等に基づく懲戒処分等

併せて講ずべき措置

相談者だけでなく、行為者も含めてプライバシーの配慮が必要

→ 詳細 P28

- ⑨ 相談者・行為者等のプライバシーを保護するために必要な措置を講じ、労働者に周知すること。
- ⑩ 事業主は相談したこと、事実関係の確認に協力したこと、都道府県労働局の援助制度を利用したこと等を理由として、解雇その他不利益な取扱いをされない旨を定め、労働者に周知・啓発すること。

↑ カスタマーハラスメント

事業主は、取引先等の他の事業主が雇用する労働者又は他の事業主（その者が法人である場合にあっては、その役員）からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為（暴行、脅迫、ひどい暴言、著しく不当な要求等）により、その雇用する労働者が就業環境を害されることのないよう、雇用管理上の配慮として、例えば、(1)及び(2)の取組を行うことが望ましい。また、(3)のような取組を行うことも、その雇用する労働者が被害を受けることを防止する上で有効と考えられる。

(1) 相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備

- ・ Vの3及び4（P24）の取組例も参考にしつつ、以下の取組を行うこと。
 - ① 相談先（上司、職場内の担当者等）をあらかじめ定め、これを労働者に周知すること。
 - ② ①の相談を受けた者が、相談に対し、その内容や状況に応じ適切に対応できるようにすること。
- ・ 併せて、労働者が当該相談をしたことを理由として、解雇その他不利益な取扱いを行ってはならない旨を定め、労働者に周知・啓発すること。

(2) 被害者の配慮のための取組

- ・ 相談者から事実関係を確認し、他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為が認められた場合には、速やかに被害者に対する配慮のための取組を行うこと。

事業主は、取引先等の他の事業主が雇用する労働者又は他の事業主（その者が法人である場合にあっては、その役員）からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為（暴行、脅迫、ひどい暴言、著しく不当な要求等）により、その雇用する労働者が就業環境を害されることのないよう、雇用管理上の配慮として、例えば、(1)及び(2)の取組を行うことが望ましい。また、(3)のような取組を行うことも、その雇用する労働者が被害を受けることを防止する上で有効と考えられる。

(3) 他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為による被害を防止するための取組

- ・ 他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為への対応に関するマニュアルの作成や研修の実施等の取組を行うこと。

2.1 | 本マニュアルでのカスタマーハラスメント

カスタマーハラスメントとは、顧客や取引先など(以下「顧客等」)からのクレーム全てを指すものではありません。顧客等からのクレームには、商品やサービス等への改善を求める正当なクレームがある一方で、過剰な要求を行ったり、商品やサービスに不当な言いがかりをつける悪質なクレームもあります。不当・悪質なクレーム、いわゆるカスタマーハラスメントからは従業員を守る対応が求められます。

企業や業界により、顧客等への対応方法・基準が異なることが想定されるため、カスタマーハラスメントを明確に定義することはできませんが、企業へのヒアリング調査等の結果、企業の現場においては以下のようなものがカスタマーハラスメントであると考えられています。

顧客等からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らして、当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものであって、当該手段・態様により、労働者の就業環境が害されるもの

- 「顧客等」には、実際に商品・サービスを利用した者だけでなく、今後利用する可能性がある潜在的な顧客も含まれます。
- 「当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らして・・・社会通念上不相当なもの」とは、顧客等の要求の内容が妥当かどうか、当該クレーム・言動の手段・態様が「社会通念上不相当」であるかどうかを総合的に勘案して判断すべきという趣旨です。
- 顧客等の要求の内容が著しく妥当性を欠く場合には、その実現のための手段・態様がどのようなものであっても、社会通念上不相当とされる可能性が高くなると考えられます。他方、顧客等の要求の内容に妥当性がある場合であっても、その実現のための手段・態様の悪質性が高い場合は、社会通念上不相当とされることがあると考えられます。
- 「労働者の就業環境が害される」とは、労働者が、人格や尊厳を侵害する言動により身体的・精神的に苦痛を与えられ、就業環境が不快なものとなったために能力の発揮に重大な悪影響が生じる等の当該労働者が就業する上で看過できない程度の支障が生じることを指します。

弱みにつけ込むのが
カスハラ行為者

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

(参考:カスタマーハラスメントが抵触する法律)

カスタマーハラスメントに係る犯罪、違法行為がどのような法律に抵触するのか、関連する条文として、以下のようなものがあります。

【傷害罪】刑法204条:人の身体を傷害した者は、15年以下の懲役又は50万円以下の罰金に処する。

【暴行罪】刑法208条:暴行を加えたものが人を傷害するに至らなかったときは、2年以下の懲役若しくは30万円以下の罰金又は拘留若しくは科料に処する。

【不退去罪】刑法130条:正当な理由がないのに、人の住居若しくは人の看守する邸宅、建造物若しくは艦船に侵入し、又は要求を受けたにもかかわらずこれらの場所から退去しなかった者は、3年以下の懲役又は10万円以下の罰金に処する。

怪我をしていなくても罪に問える

犯罪の成立には、去を要求しておくことが必要

(参考:カスタマーハラスメントが抵触する法律)

カスタマーハラスメントに係る犯罪、違法行為がどのような法律に抵触するのか、関連する条文として、以下のようなものがあります。

【強要罪】刑法223条:生命、身体、自由、名誉若しくは財産に対し害を加える旨を告知して脅迫し、又は暴行を用いて、人に義務のないことを行わせ、又は権利の行使を妨害した者は、3年以下の懲役に処する。

その他刑法上の犯罪

【脅迫罪】 【恐喝罪】 【名誉棄損罪】 【侮辱罪】 【信用毀損及び業務妨害】 【威力業務妨害罪】 等

その他、軽犯罪法においても、日常生活の道德規範に反する軽微なものが処罰の対象とされており、カスタマーハラスメントに類する行為が様々な法律・規制に抵触する可能性があります。

2.3 | カスタマーハラスメントの判断基準

顧客等の行為への対応方法は、企業ごとに違いがあります。一定のレベルを超えた場合に悪質であるとして毅然と対応している企業もあれば、顧客第一主義の中で「お客様が納得いくまで対応する」との基準を設けている企業もあります。

業種や業態、企業文化などの違いから、カスタマーハラスメントの判断基準は企業ごとに違いが出てくる可能性があることから、各社であらかじめカスタマーハラスメントの判断基準を明確にした上で、企業内の考え方、対応方針を統一して現場と共有しておくことが重要と考えられます。

企業、業界において様々な判断基準がありますが、一つの尺度としては、①顧客等の要求内容に妥当性はあるか、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応な範囲であるかという観点で判断することが考えられます。

その他、以下のような基準で判断するという企業もあります。

【企業のカスタマーハラスメント判断事例】

- 説明責任を十分果たした上で、それでも納得いただけないかで判断している。
- 商品に瑕疵がないか、サービス提供側で非がある対応をしていないかで判断している。

以上のように、業種や業態、企業文化の違いを踏まえ、あらかじめ各社でカスタマーハラスメントの判断基準を定めておくことが求められます。

対応マニュアルに「カスハラ発言リスト」を掲載して、対応フローを定めている企業もあります。

3 カスタマーハラスメント対策の必要性

3.1 | カスタマーハラスメントによる従業員・企業・他の顧客等への影響

カスタマーハラスメントによる従業員、企業、他の顧客等への影響として、以下のようなものが考えられます。

従業員への影響

- 業務のパフォーマンスの低下
- 健康不良 (頭痛、睡眠不良、精神疾患、耳鳴り 等)
- 現場対応への恐怖、苦痛による従業員の配置転換、休職、退職

企業への影響

- 時間の浪費(クレームへの現場での対応、電話対応、謝罪訪問、社内での対応方法の検討、弁護士への相談 等)
- 業務上の支障(顧客対応によって他業務が行えない 等)
- 人員確保(従業員離職に伴う従業員の新規採用、教育コスト 等)
- 金銭的損失(商品、サービスの値下げ、慰謝料要求への対応、代替品の提供 等)
- 店舗、企業に対する他の顧客等のブランドイメージの低下

他の顧客等への影響

- 来店する他の顧客の利用環境、雰囲気悪化
- 業務遅滞によって他の顧客等がサービスを受けられない 等

5.2 | カスタマーハラスメントに取り組むことによる企業のメリット

従業員への影響

- 職場環境が明るくなった、従業員から笑顔が出るようになった。
- 会社としてカスタマーハラスメントに対する姿勢を示したことで従業員の安心感が生まれた。

職場環境への影響

- 会社にとって好ましくない客が、来にくくなった。
- 迷惑行為をする人が少なくなり、職場環境がよくなった。

上記以外にも、取組を進めることで得られる副次的な効果として、従業員を守るということを行動で示す大事さを会社組織として再認識できる、人材の確保が難しい中、カスタマーハラスメント対策等により職場環境をよくすることで離職者を減らすことにつながるといった意見も確認できています。

カスタマーハラスメントを想定した事前の準備

① 事業主の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発(P.20)

- 組織のトップが、カスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢を明確に示す。
- カスタマーハラスメントから、組織として従業員を守るという基本方針・基本姿勢、従業員の対応の在り方を従業員に周知・啓発し、教育する。

② 従業員(被害者)のための相談対応体制の整備(P.22)

- カスタマーハラスメントを受けた従業員が相談できるよう相談対応者を決めておく、または相談窓口を設置し、従業員に広く周知する。
- 相談対応者が相談の内容や状況に応じ適切に対応できるようにする。

③ 対応方法、手順の策定(P.25)

- カスタマーハラスメント行為への対応体制、方法等をあらかじめ決めておく。

④ 社内対応ルールの従業員等への教育・研修(P.35)

- 顧客等からの迷惑行為、悪質なクレームへの社内における具体的な対応について、従業員を教育する。

カスタマーハラスメントが実際に起こった際の対応

⑤ 事実関係の正確な確認と事案への対応(P.36)

- カスタマーハラスメントに該当するか否かを判断するため、顧客、従業員等からの情報を基に、その行為が事実であることを確かな証拠・証言に基づいて確認する。
- 確認した事実に基づき、商品に瑕疵がある、またはサービスに過失がある場合は謝罪し、商品の交換・返金に応じる。瑕疵や過失がない場合は要求等に応じない。

⑥ 従業員への配慮の措置(P.38)

- 被害を受けた従業員に対する配慮の措置を適正に行う(繰り返される不相当な行為には一人に対応させず、複数名で、あるいは組織的に対応する。メンタルヘルス不調への対応等)。

⑦ 再発防止のための取組(P.39)

- 同様の問題が発生することを防ぐ(再発防止の措置)ため、定期的な取組の見直しや改善を行い、継続的に取組を行う。

⑧ ①～⑦までの措置と併せて講ずべき措置(P.41)

- 相談者のプライバシーを保護するために必要な措置を講じ、従業員に周知する。
- 相談したこと等を理由として不利益な取扱いを行ってはならない旨を定め、従業員に周知する。

カスハラを想定した事前の準備

① 4.2 | 基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発

企業のトップは、カスタマーハラスメント対策への取組姿勢を明確に示す必要があります。

企業として、職場におけるカスタマーハラスメントをなくす旨の方針を明確にし、トップ自ら発信することが重要です。

企業として、基本方針や姿勢を明確にすることにより、企業が従業員を守り、尊重しながら業務を進めるという安心感が従業員に育まれます。企業の姿勢が明確になることで、カスタマーハラスメントを受けた従業員や周囲の従業員も、トラブル事例や解消に関して発言がしやすくなり、その結果、トラブルの再発を防ぐことにもつながります。

基本方針の例

弊社は、お客様に対して真摯に対応し、信頼や期待に応えることで、より高い満足を提供することを心掛けます。

一方で、お客様からの常識の範囲を超えた要求や言動の中には、従業員の人格を否定する言動、暴力、セクシュアルハラスメント等の従業員の尊厳を傷つけるものもあり、これらの行為は、職場環境の悪化を招く、ゆゆしき問題です。

わたしたちは、従業員の人権を尊重するため、これらの要求や言動に対しては、お客様に対し、誠意をもって対応しつつも、毅然とした態度で対応します。

もし、お客様からこれらの行為を受けた際は、従業員が上長等に報告・相談することを奨励しており、相談があった際には組織的に対応します。

② 4.3 従業員(被害者)のための相談対応体制の整備

カスタマーハラスメントを受けた従業員が気軽に相談できるように相談対応者を決めておき、または相談窓口を設置して従業員に広く周知します。

相談対応者は、カスタマーハラスメントが実際に発生している場合だけでなく、発生のおそれがある場合やカスタマーハラスメントに該当するか判断がつかない場合も含めて、幅広く相談に応じて迅速かつ適切に対応します。

相談対応者は、相談者の心身の状況や受け止め方など認識にも配慮しながら慎重に相談に応じます。

③ 4.4 | 対応方法、手順の策定

(1) 現場での初期対応の方法、手順

カスタマーハラスメントを受けた際に慌てず適切な対応が取れるように、対応方法等を決めておくとい良いでしょう。

業種や業態、企業文化、顧客等との関係などによって各社で対応方針が異なると思われませんが、各社の業務内容、業務形態、対応体制・方針等の状況にあわせて、あらかじめ対応方法例を準備しておくことが重要です。

顧客等の行為には様々なパターンがあり、それぞれの状況に応じた柔軟な対応を想定しておくことが望まれます。状況によっては迅速な対応が求められるケースもあることから、あらかじめ様々な想定をしておくこととスムーズに対応することが可能です。

また、顧客等への対応は、基本的には複数名で対応し、対応者を一人にさせない、行為が深刻な場合は一次対応者に代わって現場監督者が対応する等、従業員の安全にも配慮する必要があります。

1. 時間拘束型

●長時間にわたり、顧客等が従業員を拘束する。居座りをする、長時間、電話を続ける。

【対応例】対応できない理由を説明し、応じられないことを明確に告げる等の対応を行った後、膠着状態に至ってから一定時間を超える場合、お引き取りを願う、または電話を切る。複数回電話がかかってくる場合には、あらかじめ対応できる時間を伝えて、それ以上に長い対応はしない。現場対応においては、顧客等が帰らない場合には、毅然とした態度で退去を求め、状況に応じて、弁護士への相談や警察への通報等を検討する。

2. リピート型

●理不尽な要望について、繰り返し電話で問い合わせをする、または面会を求めてくる。

【対応例】連絡先を取得し、繰り返し不合理な問い合わせがくれば注意し、次回は対応できない旨を伝える。それでも繰り返し連絡が来る場合、リスト化して通話内容を記録し、窓口を一本化して、今後同様の問い合わせを止めるように伝えて毅然と対応する。状況に応じて、弁護士や警察への相談等を検討する。

3. 暴言型

●大きな怒鳴り声をあげる、「馬鹿」といった侮辱的発言、人格の否定や名誉を毀損する発言をする。

【対応例】大声を張り上げる行為は、周囲の迷惑となるため、やめるように求める。侮辱的発言や名誉毀損、人格を否定する発言に関しては、後で事実確認ができるよう録音し、程度がひどい場合には退去を求める。

4. 暴力型

●殴る、蹴る、たたく、物を投げつける、わざとぶつかってくる等の行為を行う。

【対応例】行為者から危害が加えられないよう一定の距離を保つ等、対応者の安全確保を優先する。また、警備員等と連携を取りながら、複数名で対応し、直ちに警察に通報する。

※2 参考：顧客からのハラスメントの定義とその対応に関するガイドライン第2版 UA センセン流通部門

5. 威嚇・脅迫型

●「殺されたいのか」といった脅迫的な発言をする、反社会的勢力とのつながりをほめかす、異常に接近する等といった、従業員を怖がらせるような行為をとる。または、「対応しなければ株主総会で糾弾する」、「SNSにあげる、口コミで悪く評価する」等とブランドイメージを下げるような脅しをかける。

【対応例】複数名で対応し、警備員等と連携を取りながら対応者の安全確保を優先する。また、状況に応じて、弁護士への相談や警察への通報等を検討する。ブランドイメージを下げるような脅しをかける発言を受けた場合にも毅然と対応し、退去を求める。

6. 権威型

●正当な理由なく、権威を振りかざし要求を通そうとする、お断りしても執拗に特別扱いを要求する。または、文書等での謝罪や土下座を強要する。

【対応例】不用意な発言はせず、対応を上位者と交代する。要求には応じない。

7. 店舗外拘束型

●クレームの詳細が分からない状態で、職場外である顧客等の自宅や特定の喫茶店などに呼びつける。

【対応例】基本的には単独での対応は行わず、クレームの詳細を確認した上で、対応を検討する。対応の検討のために、事前に返金等に対する一定の金額基準、時間、距離、購入からの期間などの制限などについて基準を設けておく。店外で対応する場合は、公共性の高い場所を指定する。納得されず従業員を返さないという事態になった場合には、弁護士への相談や警察への通報等を検討する。

8. SNS/インターネット上での誹謗中傷型

●インターネット上に名誉を毀損する、またはプライバシーを侵害する情報を掲載する。

【対応例】掲示板やSNSでの被害については、掲載先のホームページ等の運営者（管理人）に削除を求める。投稿者に対して損害賠償等を請求したい場合は、必要に応じて弁護士に相談しつつ、発信者情報の開示を請求する。名誉毀損等について、投稿者の処罰を望む場合には弁護士や警察への相談等を検討する。解決策や削除の求め方が分からない

場合には、法務局や違法・有害情報相談センター、「誹謗中傷ホットライン」（セーフアーインターネット協会）に相談する。

9. セクシュアルハラスメント型

●従業員の身体に触る、待ち伏せする、つきまとう等の性的な行動、食事やデートに執拗に誘う、性的な冗談といった性的な内容の発言を行う。

【対応例】性的な言動に対しては、録音・録画による証拠を残し、被害者及び加害者に事実確認を行い、加害者には警告を行う。執拗なつきまとい、待ち伏せに対しては、施設への出入り禁止を伝え、それでも繰り返す場合には、弁護士への相談や警察への通報等を検討する。



「現場でのクレーム初期対応 (カスタマーハラスメントに発展させないために)」

現場対応者による初期対応においては、まずは誠意ある対応をしつつ、状況を正確に把握し、事実確認をする必要があります。ただし、顧客から暴力行為やセクハラ行為を受けた場合は、すぐに現場監督者に相談する等事案を引き継ぎ、一人で対応しないようにすることが重要です。

現場対応、電話でのクレーム対応のどちらにおいても、以下の事項に留意しつつ、まずは顧客の主張を傾聴することが求められます。現場対応の場合は、不要なトラブルを避けるため、初期対応の時点で、複数名で対応することもよいでしょう。

1. 対象となる事実、事象を明確かつ限定的に謝罪する

対象を明確にした上で限定的に謝罪します。

例えば、「この度は不快な思いをさせてしまい、誠に申し訳ありません」といったように不快感を抱かせたことに謝り、正確に状況が把握できていない段階では、企業として非を認めたとような発言をすることは望ましくありません。非を認めて謝罪するのは、事実確認をして社内で判断をしたときです。その際も、過失の程度に応じた謝罪をすることが望ましいです。

2. 状況を正確に把握する

まずは、今後顧客と連絡が取れるように、顧客の名前・住所・連絡先等の情報を得ます。次に、顧客が主張する内容を正確に把握することが求められます。顧客から話を聞く際には、途中で発言を遮ることや反論はせず、まずは一通り事情を確認しましょう。相手の話をじっくり聞くことで、顧客を落ち着かせることにもつながります。

一通り事情を確認した後、顧客が話す内容に不明確なものがあれば確認をし、不足する情報があれば追加で意見をもらい、顧客の勘違いがあれば正しい情報を提供します。また、話を聞く際には、常に冷静に穏やかに対応しましょう。

3. 現場監督者(一次相談対応者)または相談窓口の情報共有する

顧客から確認した情報は、現場監督者または相談窓口対応者に共有します。

相談対応者が正確かつ迅速に状況を把握するため、現場対応者は顧客の要望のみならず、出来るだけ事実関係を時系列で整理して報告することが望まれます。

カスタマーハラスメントが疑われる場合の対応

録音・録画・対応記録・時間の計測など検証可能な証拠を収集します。また、悪質性が高いと疑われる場合には、単独での対応をせず複数名で対応します。

クレームの初期対応は、対応者が現場対応者か、電話受付対応者かによっても、その対応の内容が異なります。また、顧客の求めに応じて訪問するケースも想定され、現場での対応時、電話での対応時、顧客訪問での対応時と各シーンにあわせて留意するポイントをまとめておくとよいでしょう。

留意するポイントとしては、以下のことが考えられます。

現場での対応

- ・店頭で対応せず、応接室等の個室に招いて二人以上で対応する(時間・人・場所を変えて対応)。
- ・相手が感情的になっても、丁寧な話し方で冷静に対応し、よく話を聞く。また、言葉遣いに注意し、専門用語などは使わないようにする。
- ・質問を交えながら、詳細に情報を確認し、メモを取って要点を確認する。
- ・必要があれば相手の了解を得て録音する。
- ・極力議論は避け、問題を解決しようとする前向きな姿勢を感じさせる。
- ・その場しのぎの回答はせず、対応出来ないことははっきり断る。
- ・相手を落ち着かせたい場合は、後で確認して回答するなど冷却期間を設ける。

電話での対応

- ・苦情を専門に受け付けるため、専用電話を設置して録音ができるようにしておく。
- ・基本的には、**第一受信者が責任を持ち、問い合わせ案件のたらい回しをしない**。
- ・丁寧な言葉使いで、相手がゆっくりと理解できるように説明する。
- ・顧客の発言内容と齟齬が出ないよう、メモを取りながら話を聞き、復唱して確認する。
- ・対応出来ることと出来ないことをはっきりさせ、相手に過大な期待を抱かせない。
- ・即時回答できない内容については、事実を確認してから追って返事をする。
- ・途中で電話を中断するときは、社内での相談内容が漏れないように必ず電話の保留機能を利用する。

<顧客訪問による対応>

- ・冷静になりにくい時間帯（夜間や早朝）の訪問は避ける。
- ・喫茶店など周囲から聞かれる場所や決められた場所以外には行かない。
- ・あらかじめ訪問先や問題点について情報を集め、問い合わせ内容への対応方針を決めておく。
- ・まずは、相手の言い分を聞くだけにする。
- ・できるだけ二人で行く（一人では対応させない。一方、多人数での訪問も控える。）。
- ・現場での些細な言葉や態度で、相手の不信感を招くことやその後の対応をこじらせな
いよう、原因がはっきりしない時点では安易な推定で説明をしない。

【企業における初期対応の事例】

- 夜間・早朝には行かない、喫茶店や別の場所には行かない。
- 店舗であれば録画のできる場所で対応、窓口であれば録音できるようにする。
- 個室でゆっくり話を聞く、ロビーラウンジでお茶を飲みながら話を聞くなど、顧客を落ち着かせる。

④ 4.5 | 社内対応ルールについての従業員等への教育・研修

顧客等からの迷惑行為、悪質なクレームに対応できるように、日頃から研修等を通して従業員への教育を行います。

研修等については、可能な限り全員が受講し、かつ定期的に実施することが重要です。中途入社 of 従業員や顧客対応を行うアルバイト等にも入社時に研修や説明を行うなど、漏れなく全員が受講できるようにしましょう。

教育する内容としては、前述の経営層のメッセージを含めることや、あらかじめ定めた対応方法や手順、顧客等への接し方のポイントといった接客実務に関する内容を盛り込むことが求められます。

その一例として、次のようなものが考えられます。

- **悪質なクレーム(カスタマーハラスメント)とは(定義や該当行為例、正当なクレームとの相違)**
- **カスタマーハラスメントの判断例(判断基準やその事例)**
- **パターン別の対応方法**
- **苦情対応の基本的な流れ**
- **顧客等への接し方のポイント(謝罪、話の聞き方、事実確認の注意点等)**
- **記録の作成方法**
- **各事例における顧客対応での注意点**
- **ケーススタディ**

過去に職場で発生した事案、経験等を踏まえた事例やケーススタディを設けると、より各企業、組織にとって効果的な内容になると考えられます。

⑤

4.6 事実関係の正確な確認と事案への対応

顧客等からのクレームが正当な主張なのか、言いがかりのような悪質なクレームなのか判断をするため、顧客等の主張をもとに、それが事実であるかを確かな証拠・証言に基づいて確認します。

事実かどうかの判断については、個別に状況を判断せず、周囲や管理者に相談する等、複数名で判断しましょう。たとえ、「今すぐ答えを出せ」と言われても、明らかな事情がない限り、極力その場で答えを出さないようにします。顧客等の主張が事実と異なる場合には指摘をし、事実ならば企業として適切な対応を検討します。

音声・画像等

客観的証拠

過失がある場合は謝罪し商品の
交換・返金等に応じる

【企業における事実確認の事例】

- 相談内容を録音したものや、トラブル状況を録画したものを、事案担当者が管理者とともに確認し、状況を把握するようにする。 ※ 記憶より記録
- 運行中の事案については乗務員からの報告や、運行中の動画を確認することによって状況を把握している。
- 訴訟になる可能性がある案件（怪我等の人的損害等）か、過失割合をはっきりさせるよう努力している。

不適切な行為があつたとしても、全面的に間違っていたのかなど冷静に判断

【企業における行為者への対応事例】

- 責任のある立場の者から行為者へ帰ってもらう旨を伝える。
- 出入り禁止を通告する。

【不退去罪】刑法130条：正当な理由がないのに、人の住居若しくは人の看守する邸宅、建造物若しくは艦船に侵入し、又は要求を受けたにもかかわらずこれらの場所から退去しなかった者は、3年以下の懲役又は10万円以下の罰金に処する。

犯罪の成立には、
撤去を要求しておく
ことが必要

⑥ 4.7 従業員への配慮の措置

従業員がカスタマーハラスメントの被害を受けた場合、速やかに被害を受けた従業員に対する配慮の措置を行う必要があります。対応すべき事項として、従業員の現場での安全確保や従業員の精神面への配慮があります。

従業員の安全の確保

顧客等が、殴る、蹴る、物を投げるといった暴力行為や身体に触るといったセクハラ行為を行ってくる場合、従業員の安全確保を行わなければなりません。

具体的には、現場監督者が顧客対応を代わり、顧客等から従業員を引き離す、状況に応じて、弁護士や管轄の警察と連携を取りながら、本人の安全を確保する等の対応があります。

精神面への配慮

顧客等からの言動により、従業員にメンタルヘルス不調の兆候がある場合、産業医や産業カウンセラー、臨床心理士等の専門家に相談対応を依頼してアフターケアを行う、または専門の医療機関への受診を促します。

その他、定期的にストレスチェックを行う等、従業員の状況を確認し、問題がある場合は産業医への相談を促す等、従業員の心の健康の保持増進を図ることが求められます。

⑦

4.8 | 再発防止のための取組

《事案発生時の従業員への共有》

従業員の接客態度によりクレームがカスタマーハラスメントに発展するようなケースについては、その接客対応の改善によって再発防止を図ることが可能です。

事案発生時には、可能であれば、従業員に対して何らかのメッセージ・情報の発信をするとよいでしょう。現場を預かる管理職が現場の従業員に注意喚起をするだけでも効果が見込まれます。それ以外に、接客対応に関する研修やEラーニングによる周知も方法として考えられます。

《事例の活用》

社内事例ごとに検証し、新たな防止策を検討し、毎年のトップメッセージやクレーム対応マニュアル、研修などの見直し・改善に役立てることが望まれます。またプライバシーに配慮しつつ、同様の問題が発生しないように、社内会議等で情報共有することも大切です。

顧客等の理解を得るために/意識を変えるために

企業がカスタマーハラスメントの取組を積極的に進めたとしても、顧客側のハラスメントに対する理解や認識が深まらなければ、その予防の効果にも限界があると考えられます。

そのため、企業によっては、「ハラスメントは絶対許しません」という旨のポスターを敢えて顧客等から見える場所に掲示する、また顧客等の暴力によるリスクを回避するためのポスターを作成し啓発する取組もあります。さらに、顧客等にサービスに対する理解を深めてもらうため、仕事の実態をオープンにする外部活動を行うなど、様々な努力がなされています。顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策の推進に係る関係省庁連携会議※ においても、悪質なクレーム防止の周知を目的としてポスター作りを行う等の取組を行っています。なお、顧客側の意見は商品やサービスの改善につながることもあり、意見自体を抑制してしまうことのないよう、留意が必要です。

こういった取組を踏まえ、顧客側も、商品やサービスの提供者側の理解を深め、『お客様は神様』という意識を変えていく必要があります。



顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策の推進に係る関係省庁連携会議啓発ポスター、一般社団法人日本民営鉄道協会による啓発ポスター

消費者庁、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省等を含む関係者が定期的集まって情報交換等を行う会議

そのクレーム、やりすぎていませんか？



暴力、暴言、土下座の強要...

この他、場面のイラストの異なる4種類のポスターがあります。

STOP! カスタマーハラスメント

—みなさまに気持ちよく過ごしていただくために—

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、例えば、

- ・過大な要求や不当な言いがかりなど、**主張内容**等に問題があるもの
- ・主張する内容には正当性があるが、暴力や暴言など、**主張方法**に問題があるものが考えられます。

暴力行為を始め、中には犯罪行為に当たる可能性のあるものも含まれます。

意見を伝える際のポイント

意見がきちんと相手に伝わるように、従業員に意見を伝える際には、以下の点を意識してみてください。

- ①ひと呼吸、置きましょう！
- ②言いたいこと、要求したいことを明確に、そして理由を丁寧に伝えましょう！
- ③従業員の説明も聞きましょう！

そのクレーム、やりすぎていませんか？



暴力、暴言、土下座の強要...

場面に合わせてイラストを描いてご利用ください。

STOP! カスタマーハラスメント

—みなさまに気持ちよく過ごしていただくために—

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、例えば、

- ・過大な要求や不当な言いがかりなど、**主張内容**等に問題があるもの
- ・主張する内容には正当性があるが、暴力や暴言など、**主張方法**に問題があるものが考えられます。

暴力行為を始め、中には犯罪行為に当たる可能性のあるものも含まれます。

意見を伝える際のポイント

意見がきちんと相手に伝わるように、従業員に意見を伝える際には、以下の点を意識してみてください。

- ①ひと呼吸、置きましょう！
- ②言いたいこと、要求したいことを明確に、そして理由を丁寧に伝えましょう！
- ③従業員の説明も聞きましょう！

ご清聴ありがとうございました。

山梨労働局 雇用環境・均等室