

カスタマーハラスメントに屈しない 組織になるためのアンガーマネジメント

一般社団法人 日本アンガーマネジメント協会
代表 安藤 俊介

カスタマーハラスメントとは？

5. 顧客や取引先からの著しい迷惑行為

本検討会において、流通業界や介護業界、鉄道業界では、顧客や取引先からの暴力や悪質なクレームなどの著しい迷惑行為については、労働者に大きなストレスを与える悪質なものがあり、無視できない状況にあるという問題が提起された。このことを踏まえ、本検討会においては顧客や取引先からの著しい迷惑行為への対応と職場のパワーハラスメントへの対応との関係についても議論を行った。

(中略)

このことを踏まえれば、事業主が労働者の安全に配慮するために対応が求められる点においては、顧客や取引先からの著しい迷惑行為は職場のパワーハラスメントと類似性があるものとして整理することが考えられる。

(中略)

顧客や取引先からの著しい迷惑行為の問題に対応するためには、事業主に対応を求めるのみならず、周知・啓発を行うことで、社会全体で機運を醸成していくことが必要であるという意見が示された。その際に、例えば「カスタマーハラスメント」や「クレーマーハラスメント」など特定の名前やその内容を浸透させることが有効ではないかとの意見が示された。

出典：厚生労働省の「職場のパワーハラスメント防止対策についての検討会報告書」

パワーハラスメントの定義から考える カスタマーハラスメント

職場のパワーハラスメントとは、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。

出典:あかるい職場応援団

カスタマーハラスメントとクレームの違い

カスタマーハラスメント	クレーム
<ul style="list-style-type: none">• 要求が過大	<ul style="list-style-type: none">• 要求が妥当
<ul style="list-style-type: none">• 業務上必要かつ相当な範囲を超えている	<ul style="list-style-type: none">• 業務上適当な範囲内
<ul style="list-style-type: none">• 労働者の就業環境が害される	<ul style="list-style-type: none">• 労働者の就業環境を害するとは言えない
<ul style="list-style-type: none">• 真摯に対応しても今後の企業活動にプラスにならないどころかマイナスになる	<ul style="list-style-type: none">• 真摯に対応することで今後の企業活動にプラスになる

カスタマーハラスメントの問題点

- 安全配慮義務違反になる可能性
- 企業の生産性を下げる可能性
- パワハラを生む負の連鎖の可能性

安全配慮義務違反になる可能性

労働契約法第5条

「使用者は、労働契約に伴い、労働者がその生命、身体等の安全を確保しつつ労働することができるよう、必要な配慮をするものとする」

企業の生産性を下げる可能性

- 心理的安全性の低下
- 休職、メンタル不全、離職等の増加
- モラルの低下

パワハラを生む負の連鎖の可能性

- 強い立場の人から弱い立場の人へ
- 矛先を固定できない
- 伝染する

なぜカスタマーハラスメントは生まれるのか？

- 怒りが生まれるメカニズム
- 怒り下手な人が多い
- 怒りを持って余す人が増えている

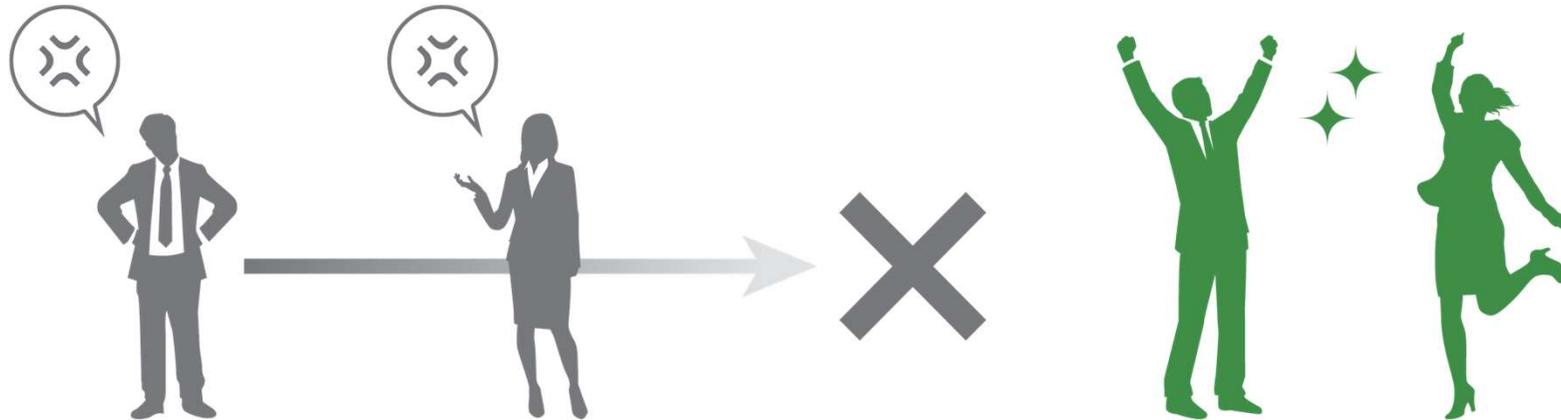
カスタマーハラスメント対策の3つの柱

- 法的知識、リスクの認識
- 企業としての姿勢、方針
 - アンガーマネジメント的組織づくり
- 担当部署
 - 怒りをぶつけてくる人への対処(アンガーマネジメントの基本)

怒りを大きくさせないために

すること	してはいけないこと	しなくていいこと
共感	否定	同意
事実の説明	正論	弁明
事実認定	事実否定	事実の解釈
気持ちへの謝罪	不要な謝罪	とりえあず謝罪
組織としての対応	例外対応	個人としての対応

怒りの連鎖を断ち切ろう



すべての人が自分の感情に責任を持てれば、私達は
怒りの連鎖を断ち切ることができると信じています