

カスタマーハラスメント対策マニュアル

令和 7 年 9 月 1 日

(bysoku 合同会社)

目次

- 1 はじめに
 - (1) カスタマーハラスメント対策の背景
 - (2) 組織的な対応の必要性
 - (3) マニュアルの位置づけ
- 2 カスタマーハラスメントの定義
- 3 カスタマーハラスメントに対する基本方針
- 4 顧客対応の考え方
 - (1) 基本的な心構え
 - (2) クレームの初期対応
 - (3) 顧客等の権利の尊重
- 5 カスタマーハラスメントへの対応
 - (1) カスタマーハラスメントの判断
 - (2) カスタマーハラスメントへの対応の流れ
 - (3) 警察との連携
 - (4) 行為別の対応例
- 6 社内体制
 - (1) 相談窓口の設置
 - (2) 再発防止の取組
 - (3) 研修の実施
- 7 企業間取引でのハラスメントの禁止
 - (1) ハラスメント防止の基本姿勢
 - (2) 取引先企業に対するカスタマーハラスメントの禁止
 - (3) カスタマーハラスメントの事実確認
- 8 参考資料
 - (1) 110 番について
 - (2) #9110 について

1 はじめに

(1) カスタマーハラスメント対策の背景

近年、カスタマーハラスメントが深刻な課題となっています。厚生労働省「令和5年度 職場のハラスメントに関する実態調査」では、過去3年間に「カスタマーハラスメントを受けた」と回答した労働者は全労働者の10.9%に及んでおり、また、東京都においても、令和6年10月に「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例」が成立し、都内で事業を行う事業者に対して、カスタマーハラスメントの防止に向けた措置が求められています。

bysoku 合同会社（以下当社とする）においては、顧客からの過度な要求が発生したことがある他、今後も同様の事案が増加する可能性を考慮し、代表者自身の安全と健全な事業環境を守ることが目的として、本マニュアルを策定しました。

(2) 組織的な対応の必要性

カスタマーハラスメントは、代表者個人に精神的・身体的苦痛を与え、その尊厳や人格を傷つける行為です。代表者自身をカスハラから守り、その能力を十分に発揮できるよう、良好な事業環境をつくることが重要です。

当社においては、代表者個人の負担にすることなく、あらかじめ統一的な対応方法を定めるなど、外部専門家との連携も視野に入れた組織的な対策に取り組めます。

(3) マニュアルの位置づけ

本マニュアルでは、カスタマーハラスメントの定義、カスハラに対する基本方針、当社における判断基準や対応例、外部連携体制などを示します。

2 カスタマーハラスメントの定義

当社においては、カスタマーハラスメントを「顧客等から代表者に対して行われる著しい迷惑行為であって、代表者の就業環境を害し、または事業活動に重大な支障をきたす行為」と定義します。

【カスタマーハラスメントの定義イメージ】



(資料) 東京都「カスタマー・ハラスメント防止のための各団体共通マニュアル」より

「顧客等」とは、当社の商品やサービスを提供する顧客のほか、当社の事業に相当な関係を有する人、円滑な業務の遂行に当たって対応が必要な人を指します。

「就業者」とは、当社で働く人全てを指します。役員、正社員のほか、嘱託社員や派遣社員なども含まれ、当社の事業活動に密接に関わる業務委託先のスタッフなども該当します。

「著しい迷惑行為」とは、以下のような行為を指します。ただし、あくまで例示であり、これらに限られるものではありません。

具体的には、以下のような行為を指します。

- ・ 不当な要求：契約にない書類の無償作成や、業務範囲外の対応を執拗に要求する行為。
- ・ 長時間拘束：電話や面談で、明らかに業務と関係のない内容を長時間にわたり話す行為、または正当な理由なく面談を強要する行為。
- ・ 精神的攻撃：人格を否定するような暴言や脅迫、SNS 等での誹謗中傷、業務とは無関係な個人情報を執拗に探る行為。
- ・ 不当な金銭的要求：根拠なく報酬の減額を要求したり、追加報酬なしでの無償対応を強要したりする行為。
- ・ プライベートな接触：業務時間外や休日に、携帯電話や個人の SNS アカウントへ不必要な連絡を行う行為。
- ・ 暴力行為
- ・ 代表者へのセクシャルハラスメント、SOGI※ハラスメント、その他ハラスメント、つきまとい行為 など

※「SOGI」(ソジ) は、性的指向 (sexual orientation) と性自認 (gender identity) の頭文字をとった略称

3 カスタマーハラスメントに対する基本方針

当社においては、以下の「カスタマーハラスメントに対する基本方針」に基づき、カスタマーハラスメントに対して、組織として適切に対応します。また、この基本方針を社内・社外に広く周知します。

bysoku 合同会社「カスタマーハラスメントに対する基本方針」

1. はじめに

当社は、「情報の非対称性・デジタルディバイド（情報格差）の解消」という基本理念の下、お客様に信頼できる情報やサービスを提供するため、お客様のご要望に真摯に対応し、より満足度の高いサービスの提供に向けて取り組んでいます。また、お客様からお寄せいただくご意見・ご要望は、当社のサービスの改善・品質向上において、大変貴重な機会と考えております。

一方、一部のお客様のご意見や言動の中には、行き過ぎたものや、代表者の尊厳を傷つけるような言動も見受けられます。こうした社会通念に照らして著しく不当である行為は、代表者自身の就業環境を悪化させるだけでなく、安全・安心なサービスの提供にも悪影響を及ぼしかねない重大な問題であります。

安全な就業環境を確保することで、代表者が安心して業務に取り組むことが可能となり、ひいては、お客様との関係をより良いものとするにつながると考え、bysoku 合同会社における「カスタマーハラスメントに対する基本方針」を定めました。

2. 当社におけるカスタマーハラスメントの定義

当社では、カスタマーハラスメントを「お客様から代表者に対して行われる著しい迷惑行為であって、代表者自身の就業環境を害するもの」と定義します。

具体的には、以下のような行為を指します。あくまで例示であり、これらに限られるものではありません。

- 暴力行為
- 暴言・侮辱・誹謗中傷
- 威嚇・脅迫
- 代表者自身の人格を否定する発言・差別的な発言
- 土下座の要求
- 長時間の拘束
- 社会通念上相当な範囲を超える対応の強要
- 合理性を欠く不当・過剰な要求
- 会社や代表者の信用を棄損させる内容や個人情報等を SNS 等へ投稿する行為
- 代表者自身へのセクシャルハラスメント、SOGI※ハラスメント、その他ハラスメント、つきまとい行為 など

※「SOGI」（ソジ）は、性的指向（sexual orientation）と性自認（gender identity）の頭文字をとった略称

3. カスタマーハラスメントへの対応（社内）

- ・カスタマーハラスメントを受けた場合、代表者自身の心身の安全を最優先とします。

必要に応じて、外部の専門家（弁護士・キャリアコンサルタント等）に相談し、適切な対処法に関する知識を習得します。

- ・カスタマーハラスメントに関する相談体制や、警察・弁護士等との連携体制を整備します。

4. カスタマーハラスメントへの対応（社外）

- ・問題解決にあたっては、合理的かつ理性的な話し合いを行いますが、当社でカスタマーハラスメントに該当すると判断した場合、対応を打ち切り、以降のサービスの提供をお断りする場合があります。

- ・さらに、悪質と判断した場合、警察や外部の専門家（弁護士等）と連携の上、毅然と対応します。

4 顧客対応の考え方

(1) 基本的な心構え

正当なクレームは、業務改善の貴重な機会です。不当なカスハラとは切り離し、冷静かつ誠実に対応します。

当社においては、以下の基本的な心構えに基づき、適切な顧客対応を実現します。

- ① 気持ちを理解して傾聴する
 - ・顧客等と良好な関係を築くため、相手の気持ちを理解する。
 - ・孤独・ストレス・不安など、顧客等の背景を推し測る傾聴を行う。
- ② 冷静に対応する
 - ・感情的にならず、冷静に事実確認を行う。
- ③ 誠実に対応する
 - ・第一印象が重要であり、表情や言葉遣いなどに注意する。
 - ・不誠実な言動をしたり顧客等をクレーマー扱いしたりしない。
- ④ 共感を伝える
 - ・相手との共感を深める上で効果的な「あいづち」を活用する。
 - ・具体的には、「なるほど」「よくわかります」「そうなのですね」など、声に出して傾聴する姿勢を見せる。
- ⑤ 限定的な謝罪を行う
 - ・責任が不明確な初期段階では、「ご心配をおかけし申し訳ございません」といった限定的な謝罪を有効に活用する。

(2) クレームの初期対応

当社においては、カスタマーハラスメントを未然に防止するため、顧客等のクレームの初期段階で、以下のとおり対応します。

- ① 顧客等に寄り添う
 - ・業務の不備等を起因とした顧客等からの書類の修正、手続きのやり直し等の要求自体は、社会通念上妥当であり、真摯に受け止める。
 - ・傾聴し、時には寄り添いながら顧客等の主張を正確に聞き取る。
- ② 要求内容を特定する
 - ・要求内容を明確に特定した上で、議論を限定する。
 - ・特定した要求内容を踏まえ、対応の可否を検討する。
 - ・電話でのクレーム対応の場合、顧客等の氏名や連絡先等を確認し、可能な範囲で特定する。要求内容を聞いた上で、同じ内容を復唱し、要求内容を特定する。
- ③ 事実関係を確認する
 - ・5W1H(※)により正確な事実関係を確認する。

※When(いつ)／Where(どこで)／Who(誰が)／What(何を)／Why(なぜ)

／How（どのように）

- ・事実を確認しないまま、顧客等の要求内容を認める発言はしない。
- ・事実関係の確認前の段階では限定的な謝罪（例：お客様に嫌なお気持ちを与えてしまい誠に申し訳ございません。）にとどめる。
- ・組織的な調査・確認が必要である場合は、必要な調査等を行った上で回答する旨を顧客等に伝える。
- ・調査・確認に時間を要する場合、具体的な日数（例：○日間、○週間程度）を伝える。

④ 対応場所を選定する

- ・原則、事務所や店舗のオープンスペースで対応する。
- ・やむを得ない場合、次の措置を講じた上で、会議室等で対応する。
 - ✓密室状態にしない。ドアを開けて室内の状況を周囲が確認できるようにする。
 - ✓すぐに退室できるように、代表者は出入口側に着席する
 - ✓退去しない場合に不退去とみなすため、管理権の範囲内の場所（例：執務室内の会議室）を選定する。
- ・顧客等を訪問してクレーム対応する場合、可能な限り、顧客等の自宅やオフィスでの対応は避ける。難しい場合、第三者がいる場所で対応する。

⑤ 対応内容を記録・情報共有する

- ・顧客等への対応内容を可能な限り詳細に記録する。
- ・対応内容は速やかに部署内で情報共有する。
- ・顧客等との会話を録音（※）する。
 - ※トラブルを避けるため、事前承諾を得ることが望ましいが、同意を得ない録音でも直ちに違法ではないとされる。
- ・顧客等が同じ話を何度も繰り返す場合、記録を基にいつ、何回、何を回答（説明）しているかを具体的に伝え、経過を把握して対応していることを示す。
- ・インターネット上でのクレーム対応の場合、書き込まれた内容を正確に記録し証拠として残す。記録内容は、投稿者の属性、対応年月日・時間、要求内容、対応状況などで、投稿者のプロフィールやリンク、関連するやり取りも保存する。
- ・SNSの投稿やメッセージはすぐに削除される可能性があるため、スクリーンショット等を活用し保存する。

（３）顧客等の権利の尊重

顧客対応に当たっては、消費者基本法で規定される消費者の権利など、顧客等の権利を十分尊重した対応が求められます。ただし、顧客等にどのような背景や事情があっても、「暴力や暴言などの行為に耐える必要はない」ことは当然です。

また、令和６年４月１日から、事業者による障害のある人への合理的配慮の提供が義務化されており、基本的な考え方を理解しておく必要があります。

(参考) 政府広報オンラインHPより抜粋

○不当な差別的取扱いとは？

- 障害のある人に対して、正当な理由なく、障害を理由として、財・サービスや各種機会の提供を拒否したり、サービスなどの提供に当たって場所や時間帯を制限したりするなど、障害のない人と異なる取扱いをして障害のある人を不利に扱うことをいいます。障害者差別解消法では「不当な差別的取扱い」を禁止しています。

○「合理的配慮の提供」とは？

- 社会生活において提供されている設備やサービスなどは障害のない人には簡単に利用できる一方で、障害のある人にとっては利用が難しく、結果として障害のある人の活動を制限してしまっている場合があります。このような、障害のある人にとっての社会的なバリアについて、個々の場面で障害のある人から

「社会的なバリアを取り除いてほしい」という意思が示された場合には、その実施に伴う負担が過重でない範囲で、バリアを取り除くために必要かつ合理的な対応をすることとされています。これを「合理的配慮の提供」といいます。

○合理的配慮の範囲

- 合理的配慮は事業者等の事務や事業の目的・内容・機能に照らし、次の三つを満たすものでなくてはなりません。
 1. 必要とされる範囲で本来の業務に付随するものに限られること。
 2. 障害のない人との比較において、同等の機会の提供を受けるためのものであること。
 3. 事務・事業の目的・内容・機能の本質的な変更には及ばないこと。
- また、先述のとおり合理的配慮の提供については、その提供に伴う負担が過重でないことも要件となります。

○「過重な負担」かどうかの判断は？

- 合理的配慮の提供が、各事業者にとって「過重な負担」かどうかの判断は、以下の要素などを考慮して、個別の事案ごとに具体的な場面や状況に応じて総合的・客観的に判断することが必要です。
 1. 事務・事業への影響の程度（事務・事業の目的・内容・機能を損なうか否か）
 2. 実現可能性の程度（物理的・技術的制約、人的・体制上の制約）
 3. 費用・負担の程度
 4. 事務・事業規模財政・財務状況

5 カスタマーハラスメントへの対応

(1) カスタマーハラスメントの判断

当社においては、「2 カスタマーハラスメントの定義」に基づき、代表者自身の就業環境が害されるような顧客による著しい迷惑行為があった場合、カスタマーハラスメントとして毅然とした対応を行います。カスタマーハラスメントの判断にあたっては、①要求態様、②要求内容、③時間・回数・頻度に着目し、代表者自身の就業環境を害する行為であるか検討します。なお、これらは絶対的な基準や目安ではなく、個別の状況に応じて判断します。

① 要求態様

- ・侮辱的な暴言、差別的・性的な言動、暴力や脅迫を伴う苦情か。
- ・恐怖心を与えるような口調、大声、個人を攻撃する意図がある要求か。
- ・代表者の顔等を無断で撮影する、写真等をインターネット上で公開する行為か。

② 要求内容

- ・不当な金銭的・サービスの補償の要求があるか。

例：提供サービス料金の全額返金、無償での追加コンサルティング、契約外の業務の強要など

- ・土下座での謝罪や、書面での謝罪を強要されるか。
- ・個人のプライバシー侵害や、業務上の秘密情報の開示を求める要求があるか。

③ 時間・回数・頻度

- ・1回の電話や面談での拘束時間が30分以上に及ぶか。
- ・業務時間外（午前9時以前、午後6時以降、土日祝日）に、正当な理由なく頻繁に連絡があるか。
- ・同じ内容のクレームや要求が3回以上繰り返されているか。
- ・同じ内容のメールやメッセージが1日に5通以上届くなど、業務に支障をきたすほど頻繁に連絡があるか。

(2) カスタマーハラスメントへの対応の流れ

個別の事情を十分に配慮し、真摯かつ丁寧に対応したにも関わらず、著しい迷惑行為が収まらない場合、下記の対応に移行します。

① 一次対応（代表者自身の判断）

- ・顧客からのクレームが止まらない、大声を上げ続ける、代表者の顔等を無断で撮影し続けるなどの迷惑行為が続く場合、行為の中止を求めるとともに、対応を中断する。必要に応じて、やり取りを記録（録音含む）し、外部専門家への相談を検討する。
- ・カスタマーハラスメントの可能性がある判断した場合、速やかに対応を中止することを検討する。

② 二次対応（外部専門家との連携）

- ・一次対応で得た記録や状況をもとに、弁護士等の外部専門家に相談する。
- ・外部専門家と連携し、「会社としての回答であること」「説明を尽くしていること」「これ以上の議論はできないこと」を顧客に伝える。

- ・顧客等がこのまま対応を継続すると業務に支障が生じると判断した場合、外部専門家と相談の上、対応の中止を検討する。

③ 警告・サービスの提供中止

- ・対面での対応が15分以上に及ぶなど、膠着状態に陥った場合は、対応を中止し、顧客に伝える。
- ・顧客が暴力を振るおうとしている場合は、その場で対応を中止し、速やかに安全を確保する。
- ・悪質な迷惑行為が続く場合、最終警告として、サービスの提供を中止し、以降のやり取りをすべてお断りする。
- ・正当な理由なく退去しない場合や、犯罪行為に該当する場合は、速やかに警察へ通報することを検討する。

(3) 警察との連携

カスタマーハラスメントは、違法性のある迷惑行為であれば刑法等に抵触します。当社においては、こうした行為が見られた場合、以下のとおり、警察と連携して厳正に対処することとします。

なお、暴力行為や器物破損など、身の危険を感じた場合は、その時点で速やかに警察に通報します。

① 対応の中止を伝える

- ・代表者の心理的負担や周囲の客への影響を考慮し、対応の中止を顧客等に伝える。

② 行為の中止を求める

- ・迷惑行為を止めるよう顧客等に伝える。2、3度繰り返す。

③ 退去を命令する

- ・迷惑行為を止めない場合、施設管理権に基づき退去を命じる。2、3度繰り返す。

④ 警察に通報する

- ・繰り返し退去を命じても退去しない場合、最終警告する。
- ・なお退去しない場合、警察に通報する。

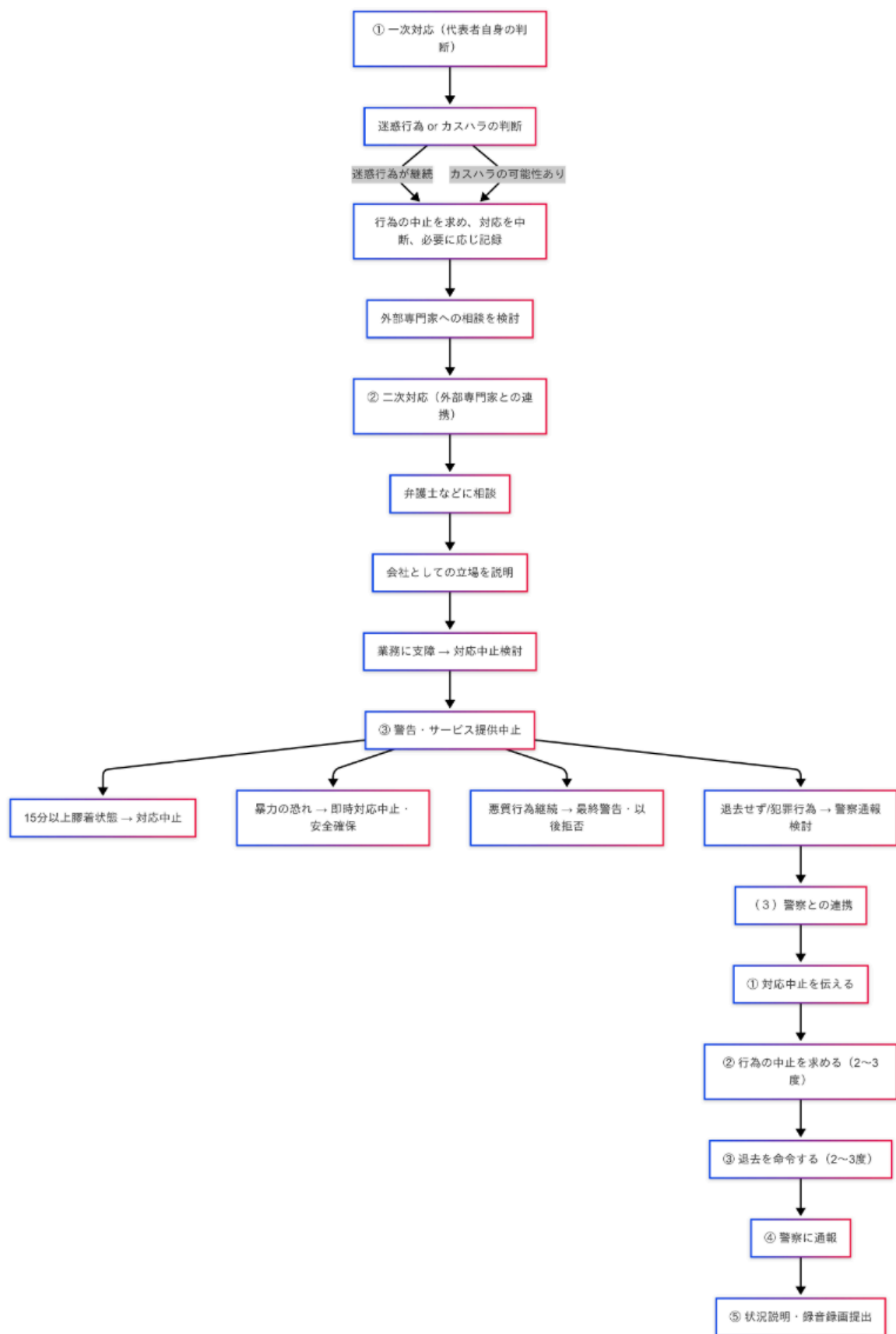
※緊急時：「110 番」

※それ以外：所轄警察署、# 9 1 1 0（警察相談専用電話）

⑤ 警察官に状況を説明する

- ・警察官の現場到着後、これまでの状況を説明し、録画・録音がある場合は、内容を確認してもらう。その際、顧客を退去させたい旨を明確に伝える。
- ・迷惑行為を行う顧客を指導するよう依頼する。
- ・警察官の到着前に相手が立ち去った場合でも、再訪する恐れがある場合は「相手は立ち去ったが再訪する恐れがある」として情報連携しておく。

【カスタマーハラスメント対応フロー】



(4) 行為別の対応例

以下の行為別に、具体的な対応例を示します。

① 暴言

- ・暴言で返すことなく丁寧な言葉を用いて冷静・沈着に対応する。
- ・怒声を発し、周囲の客に恐怖感等を生じさせる場合、怒声を抑えて冷静に発言するよう注意を促す。
- ・不用意な発言をしないよう細心の注意を払い、発言は必要最小限にとどめる。不必要な議論に立ち入らない。
- ・迷惑行為であることを明確に伝え、対応できない旨を伝える。
- ・それでもなお暴言が繰り返される場合、対応を打ち切る。
- ・録音・録画・対応記録などを残し、事後に検証できるようにする。

② 執拗な要求

- ・同じ要求が何度も繰り返された場合、早い段階でこれ以上対応できない旨を明確に伝える。
- ・「15分」を超過した場合、警察に相談する旨を明確に伝える。
- ・それでもなお聞き入れられない場合、現場監督者から警察に通報する。

③ 土下座の要求

- ・暴言で返すことなく丁寧な言葉を用いて冷静・沈着に対応する。
(例) そのような対応はできません。
- ・明確に迷惑行為であることから対応できない旨を伝える。
(例) これ以上お客様とはお話できません。
- ・録音・録画・対応記録などを残し、事後に検証できるようにする。

④ 暴行

- ・刑法第208条の暴行罪に該当するため、現場監督者の判断を待つことなく、ただちに警察に通報する。
- ・録音・録画・対応記録などを残し、証拠として提出できるようにする。

⑤ 高圧的な言動

- ・曖昧な発言又はぶれた発言は避けるとともに、早く解決を図ろうとして、その場逃れの安易な妥協をしない。
- ・誤った発言をした場合、速やかに明確に訂正する。
- ・顧客等が自らの主張を一方的に強弁し、又は他社の事例を引き合いに不当な要求を行っても、明確に拒否する。事実関係が不明なまま要求を認めない。

⑥ 長時間の拘束

- ・顧客等から何度も同じ主張が繰り返され、堂々巡りの状況が続いた場合、対応を打ち切る旨を伝える。

・「15分」を超過した場合、要求に応じられない旨を伝え、対応を打ち切る（電話を切る）。

⑦ セクシャルハラスメント

- ・顧客等に性的な言動で不快になった旨を明確に伝える。
- ・顧客等に全くセクハラ意識がない場合、例えば、厚生労働省などで提示されている性的な言動の例を示し、こうした言動をしないよう伝える。

（例）性的な事実関係を尋ねること、性的な内容の情報（噂）を流布すること、性的な冗談やからかい、食事やデートへの執拗な誘い、個人的な性的体験談を話すこと、性的な関係を強要すること、必要なく身体へ接触すること、わいせつ図画を配布・掲示することなど

6 社内の体制

(1) 相談窓口の設置

当社においては、代表者自身がカスハラ被害に遭った際、孤立せずに対処できるよう、以下の外部専門家を相談窓口として設置します。

① 相談窓口

【社外】キャリアコンサルタント 担当：佐藤

電話：080-4720-5612 メール：yuki.sato.dplmc@gmail.com

② 相談方法

対面、電話、オンライン、メールで実施する。

③ 相談対応の手順

・事実関係の確認

顧客の言動や要求内容、時間・頻度などを確認し、状況を整理します。必要に応じて、証拠（対応記録メモ、写真、録音・録画データ等）の有無を確認する。

・事案の判断

客観的な証拠等に基づき、カスタマーハラスメントに当たる行為か判断する。

・専門家への相談

精神的な負担や今後の対応方針に迷いがある場合、社外のキャリアコンサルタントに相談する。

・対応方針の決定

カスタマーハラスメントと判断した場合、本マニュアルの**「カスタマーハラスメントへの対応」**に基づき、対応の中止や警察への通報など、適切な対応方法を決定する。カスタマーハラスメントではないと判断した場合は、通常のクレーム対応として、適切な対応方法を検討する。

・緊急時の対応

顧客からの暴力など、緊急を要する状況を確認した場合は、速やかに警察や弁護士と連絡を取り、安全を確保する。

④ 相談対応の留意事項

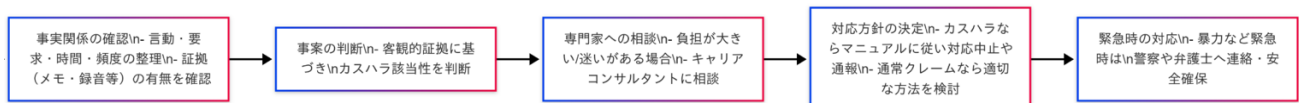
・初期対応が非常に重要であるため、迅速かつ適切に対応する。

・相談者（代表者ご自身）の心身の状況に配慮し、冷静かつ客観的に状況を整理する。

・外部の専門家との連携を積極的に行い、一人で抱え込まずに対応する。

・必要に応じて、メンタルヘルス専門家への相談を検討する。

【相談対応フロー】



(2) 再発防止の取組

再発防止の取組カスタマーハラスメントの発生後、再発防止に向けて以下の取組を実施します。

① 事例の記録・分析

- ・発生した事案を詳細に記録し、同様の事案が再発しないよう、自身の対応や業務フローを見直す。

② 事例の検証

- ・実際の事例を検証し、新たな防止対策の検討、対応マニュアルの改定に役立てる。

③ 研修の実施

- ・カスハラ対策に関するセミナーや研修に参加し、知識をアップデートする。

(3) 研修の実施

代表者は、顧客等からのクレーム、カスタマーハラスメントに対して適切に対応できるよう、以下の事項を基本として、定期的な学習や外部研修を実施します。

① カスタマーハラスメントに関する基本知識

② クレームへの対応

③ カスタマーハラスメントへの対応

④ 組織的な対応

⑤ 自己フォロー

その際、カスタマーハラスメントの判断基準、クレーム対応の基本的な手順、顧客等への接し方のポイント、ケーススタディなど、実務に役立つ内容を盛り込むこととします。

7 企業間取引におけるカスタマーハラスメント

(1) ハラスメント防止の基本姿勢

当社においては、以下の「ハラスメント防止基本方針」を定めており、カスタマーハラスメントも対象に含まれています。

ハラスメント防止基本方針

1. ハラスメント防止の基本姿勢

ハラスメント行為は人権に係る重要な問題であり、代表者の尊厳を傷つけ、健全な事業環境を悪化させる点で絶対に許されない行為です。当社は、いかなるハラスメント行為も決して許さず、安心して業務に取り組める事業環境づくりに努めます。

2. ハラスメントの定義

ハラスメントとは、セクシュアルハラスメント、パワーハラスメント、SOGI ハラスメント、カスタマーハラスメントなどを指します。

3. 対象者

ハラスメント防止の対象者は、当社の代表者自身です。また、当社が取引を行う他企業の経営者や従業員に対してもハラスメント行為を行ってはなりません。

4. 相談窓口

ハラスメントに関する相談・苦情および通報窓口は、**外部専門家（キャリアコンサルタント）**です。相談・通報内容に関する情報や個人情報 は 厳重に管理・保護されます。

ハラスメントの事実を通報した者に対して、不利益な取扱い は 行いません。また、ハラスメントの事実を通報した者に対して嫌がらせ等を行った場合、厳正に対処します。

(2) 取引先企業に対するカスタマーハラスメントの禁止

取引先企業の経営者や従業員に対するハラスメントは、カスタマーハラスメントに該当します。

当社の代表者は、取引に当たっては、相手企業の経営者や従業員の人格を尊重し、言動に十分注意を払います。特に、相手が立場上弱い立場にある場合は、「無理な要求をしない・させない」よう十分な配慮が必要です。

厚生労働省が公表した「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」では、「取引先と良好な関係を築くための好事例」や「取引先との接し方に関する留意点」が示されています。当社は、こうした視点も参考に、適正な企業間取引を推進します。

(参考) 厚生労働省「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」より

○取引先と良好な関係を築くための好事例

取引先はパートナー企業、取引先からの派遣従業員はパートナー従業員と呼び、自社従業員と同様に扱っている。

会社として、各取引先にアンケートを実施している。回答企業は無記名とし、「自社の社員が暴言をはいていませんか」等の設問を設け、問題のある部署にはヒアリングを行うようにしている。

企業の行動指針として、「取引先との関係」の項目を設け、自社従業員に他社従業員への接し方の注意について周知している。

被害者だけでなく、加害者にならないよう、コンプライアンスという観点で教育している。また、Eラーニング等を通して商習慣の中で過度な要求がないよう、取引先への伝え方等について指導している。

○取引先との接し方に関する留意点

業務の発注者、資材の購入者等、実質的に優位な立場にある企業が、取引先企業に過大な要求を課し、それに応えられない際に厳しく叱責する、取引を停止することや、業務とは関係のない私的な雑用の処理を強制的に行わせることは、独占禁止法上の優越的地位の濫用や下請法上の不当な経済上の利益の提供要請に該当し、刑事罰や行政処分を受ける可能性があります。

ハラスメント以前に、取引先企業の利益を不当に侵害するような行為は控えなければなりません。

(3) カスタマーハラスメントの事実確認

当社と取引先企業との間でカスタマーハラスメントが発生した可能性がある場合、以下のとおり対応します。

① 代表者が取引先企業からカスタマーハラスメントを受けた可能性がある場合

・代表者の対応

- ✓「6 社内体制の整備」に記載の内容に基づき対応する。
- ✓外部専門家への相談を行う。

・取引先企業に対して協力を依頼する。

- ✓取引先企業に対して事実関係の確認の協力を依頼する。
- ✓協力依頼の際は、先入観や偏見を排除し、双方の信頼関係に基づき、適切な情報提供と調査協力を求める。

・取引先企業と共同で事実関係を確認する。

- ✓あらかじめ取引先企業との間で決めた調査方法に基づき、双方が協力して事実関係を確認する。
- ✓状況に応じて外部相談員（電話：080-4720-5612）に相談する。
- ✓ハラスメント行為が確認された場合、取引先企業と連携して、適切な措置を取るための対応策を共同で検討する。

8 参考資料

(1) 110 番について ※警視庁HPを基に作成

- ① 110 番通報で伝えること
 - ・ 何があったか
 - ・ 通報の何分前のことか
 - ・ 場所（住所や目標となる店舗や建物、階数等）
 - ・ 被害や目撃の状況、けが人の有無
 - ・ 犯人について（性別、人数、年齢、服装や逃走方向等）
- ② 正しい場所を伝える
 - ・ 警察官がすばやく現場に到着するために、110 番通報では正しい場所を伝える。
 - ・ 通報（発生）場所がわからないときは、交差点の名前や近くの建物の名前を伝える。
- ③ 110 番につながらない時は
 - ・ 災害、停電、携帯電話回線のトラブルなどの影響により、通信障害が発生し、110 番通報できなくなった場合は、慌てることなく、周囲に助けを求めて、他のキャリアの携帯電話、固定電話、公衆電話を利用して通報する。
 - ・ あらかじめ、自宅や勤務先等の周辺の警察署や交番の所在地を確認しておき、有事の際は、直接訴え出る。
 - ・ パトロール中の警察官やパトカーに直接訴え出る。
- ④ 110 番映像通報システム
 - ・ 音声だけでは把握が難しい事件・事故等の現場の状況を、通報者のスマートフォン又はタブレット端末で撮影し、写真や映像とともに警察へ通報することができるシステム。

(2) #9110 について ※警視庁HPを基に作成

- ① 警察に対する相談があるときは？
 - ・ お困りごとや不安に思うことなど、警察に相談したいことがあるときには、警察相談ダイヤル #9110 をご利用ください。
 - ・ 警視庁総合相談センターでは、相談内容に応じて、相談窓口等をご案内します。
 - ・ 相談は、最寄りの警察署でも直接受け付けています。
- ② 警視庁総合相談センター
 - ・ 110 番の前に「#9」をつけて#9110 にかけてください。
 - ・ 電話：#9110（東京都内でダイヤルすると当センターにつながります。）
※都県境では、他県につながることがあります。
 - ・ 電話：03-3501-0110（東京都を管轄する当センターにつながります。）