

社内周知日（掲載日）：令和7年9月1日

# カスタマーハラスメント対策マニュアル

作成日：令和7年9月1日

株式会社 XenoOne

## 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) マニュアル作成の目的

### 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（以下、カスハラ）が社会的な問題として顕在化しています。厚生労働省の「令和5年度 職場のハラスメントに関する実態調査」によると、過去3年間にカスハラ被害を受けたと回答した労働者は全体の10.8%に上り、パワーハラスメントに次ぐ割合となっています。

このような状況を受け、東京都では「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例」（以下、条例）が令和6年10月に成立し、令和7年4月から施行されました。この条例では、都内で事業を営む事業者に対し、カスハラ防止のための必要な措置を講じることが義務付けられています。

当社においても、従業員が顧客から著しい迷惑行為を受ける事案が見られるようになっており、従業員の心身の安全と安心して働ける環境を確保するため、カスハラ対策を強化する方針としました。

### (2) 組織的な対応の必要性

カスハラは、従業員の心身に大きな苦痛を与え、その人格や尊厳を深く傷つける行為です。従業員一人ひとりが安心して業務に取り組み、能力を十分に発揮できる環境を整えることは、当社の重要な責任であると考えています。

そのため、現場の個別判断に任せるのではなく、あらかじめ統一された対応方針と手順を定め、組織全体としてカスハラに適切かつ一貫した対応を取ります。

### (3) マニュアル作成の目的

本マニュアルは、東京都の条例および同条例のガイドラインに基づき、当社のカスハラ防止対策を実効性のあるものにすることを目的としています。

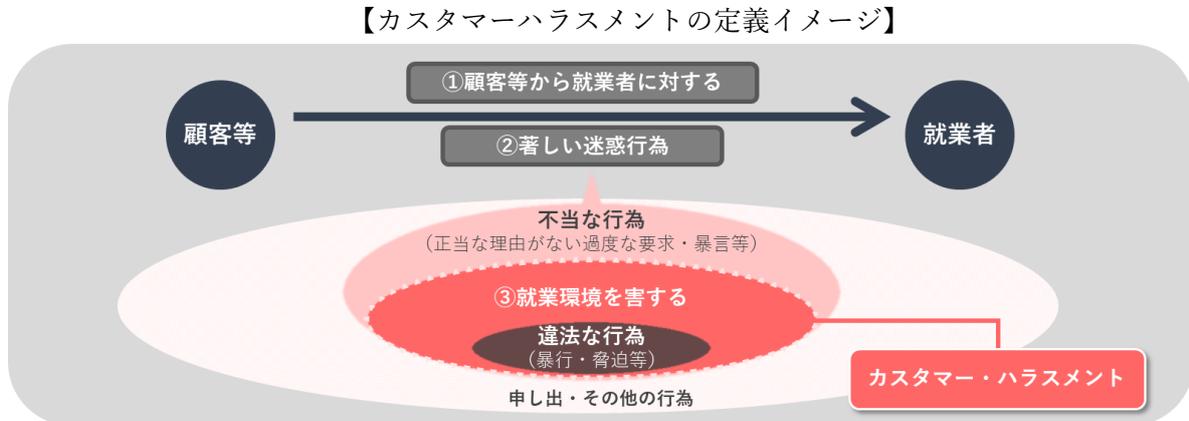
従業員がカスハラの実態や定義や具体的な対応方法を正しく理解し、いざというときに冷静かつ適切に行動できるように支援します。また、カスハラ発生時の迅速なエスカレーション、相談体制の整備、メンタルヘルスケアなど、包括的な対応手順を明確にすることで、職場の安全・安心を守ります。

カスハラ対策は、一時的なものではなく、継続的な改善と社内教育を通じて、当社の文化として根付かせる必要があります。本マニュアルは、全従業員が共通の認識を持ち、行動を合わせるための行動指針です。これは、従業員の尊厳を守るという当社の社会的責任でもあります。

私たちは、従業員を守ることが顧客へのより良いサービスの提供、ひいては当社の持続的な成長につながるという考えのもと、本マニュアルの運用を通じて職場環境の整備とカスハラ根絶に努めます。

## 2 カスタマーハラスメントの定義

当社では、カスタハラを「顧客等から従業員に対して行われる著しい迷惑行為であって、従業員の就業環境を害するもの」と定義します。



「顧客等」：当社のサービスを利用する顧客に加え、取引先、業務委託先など、当社の事業と関係を有する全ての方を指します。

「従業員」：当社で働く全ての人を指します。正社員、契約社員、派遣社員、業務委託者などが含まれます。

「著しい迷惑行為」：以下のような行為が該当します。これらは例示であり、限定されるものではありません。

### 【著しい迷惑行為の例】

- ・暴力行為…例：システムトラブルに納得がいかない顧客が、サポート担当者に激高し、胸ぐらをつかむ。
- ・暴言・侮辱・誹謗中傷…例：従業員に対し、「こんな簡単なこともできないのか」「無能だ」といった侮辱的な言葉を繰り返す。
- ・威嚇・脅迫…例：仕様変更に応じない場合、「プロジェクトを潰すぞ」「SNSで拡散するぞ」と脅迫する。
- ・人格の否定・差別的な発言…例：従業員の国籍や外見、性別、年齢に対し差別的なコメントをする。
- ・土下座の要求…例：不具合について、担当者に対して土下座を強要する。
- ・長時間の拘束…例：問い合わせ後、納得せずに長時間にわたり不当な要求を繰り返す。
- ・社会通念上相当な範囲を超える対応の強要…例：当社の過失がないシステム障害について、不当に高額な損害賠償を要求する。
- ・合理性を欠く不当・過剰な要求…例：システムの不具合がないにもかかわらず、無償での追加開発を強要する。
- ・SNS等への誹謗中傷…例：サービスに不満がある顧客が、SNSに誹謗中傷を投稿し、

当社の評判を貶める。

- ・セクハラ、SOGIハラ、つきまとい行為など…例：サポート担当者に対し、性的な発言や身体的接触を試みる。

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

### 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、顧客や取引先からのカスタマーハラスメント（以下、カスハラ）に組織として適切に対応します。この基本方針は、社内外に広く周知します。

#### 「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、高品質な IT サービスを提供するため、顧客や取引先の要望に真摯に向き合っています。お寄せいただくご意見やご要望は、当社のサービス改善や品質向上にとって貴重な機会だと考えています。

一方、一部の顧客や取引先による暴言、脅迫、暴力など、従業員の尊厳を傷つける行為が見受けられます。こうした社会通念に照らして著しく不当な行為は、従業員の安全な就業環境を悪化させるだけでなく、円滑な業務遂行にも悪影響を及ぼしかねない重大な問題です。

私たちは、従業員が安心して業務に取り組める環境を確保することが、結果的に顧客や取引先とのより良い関係を築くことにつながると考え、この基本方針を定めます。

##### 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、カスハラを「顧客や取引先から従業員に対して行われる著しい迷惑行為であって、従業員の就業環境を害するもの」と定義します。

具体的には、以下の例に該当する行為を指します。ただし、これらに限定さ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
- 従業員の人格の否定・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
- 当社や従業員の信用を毀損する内容、または個人情報を SNS 等に投稿する行為
- 従業員へのセクハラ、SOGI ハラ、その他ハラスメント、つきまとい行為など

※SOGI（ソジ）：性的指向（sexual orientation）と性自認（gender identity）の略称

### 3. カスタマーハラスメントへの対応（社内）

- カスハラを受けた場合、従業員の心身のケアを最優先します。
- 全従業員に対し、カスハラに関する知識や具体的な対処方法についての研修を実施します。
- カスハラに関する相談窓口を設置し、必要に応じて警察や弁護士等と連携できる体制を整備します。

### 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、冷静で理性的な話し合いを試みます。しかし、カスハラに該当すると当社が判断した場合、対応を打ち切ることがあります。
- さらに悪質なケースと判断した場合は、警察や外部の専門家（弁護士等）と連携し、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

顧客や取引先から寄せられるクレームのすべてがカスハラではありません。サービス内容やサポートに関する正当なご指摘は、当社のサービス改善や品質向上につながる貴重な機会です。

また、従業員による不適切な言動が、結果的にカスハラを招く可能性もあります。当社では、以下の心構えに基づき、適切な対応を徹底します。

- ① 顧客の気持ちを理解し、傾聴する
  - ・ 顧客と良好な関係を築くため、相手の気持ちを理解するよう努める。
  - ・ 不安や不満といった、顧客が抱える背景を汲み取りながら話を聞く。
- ② 誠実に対応する
  - ・ 第一印象が重要であることを意識し、表情や言葉遣いに注意する。
  - ・ 不誠実な言動をしたり、顧客を「クレーマー」扱いしたりしない。
- ③ 共感を伝える
  - ・ 「なるほど」「よくわかります」「そうなのですね」といった言葉を活用し、共感する姿勢を示す。
  - ・ 相槌を打ち、顧客の話に耳を傾けていることを伝える。
- ④ 限定的な謝罪を行う
  - ・ 責任の所在が不明確な初期段階では、「ご不便をおかけし、申し訳ございません」といった、顧客が不快に感じたことに対する限定的な謝罪を有効に活用する。
- ⑤ 対応者を代わる
  - ・ 顧客の怒りが収まらない場合、ためらわずに別のスタッフや上長に代わる。
  - ・ 感情的になって対応を続けることは避ける。
  - ・ 自分を責めず、人格を否定するような言葉を真に受けない。

### (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、顧客からのクレームの初期段階で、以下のとおり対応します。

- ① 顧客に寄り添う
  - ・ サービスの不具合などを原因とする顧客の要望（再開発や代替サービスの提供など）は、社会通念上妥当な範囲であれば、真摯に受け止める。
  - ・ 傾聴し、ときには寄り添いながら、顧客の主張を正確に聞き取る。
- ② 要求内容を特定する
  - ・ 顧客の要求内容を明確に特定し、論点を絞る。
  - ・ 電話対応の場合は、顧客の氏名や連絡先を確認し、要求内容を復唱して特定する。

③ 事実関係を確認する

- ・ 5W1H（When, Where, Who, What, Why, How）に基づき、正確な事実関係を確認する。
- ・ 事実確認が不十分なまま顧客の要求を認めるような発言はしない。
- ・ 事実確認前の段階では、「不快な思いをさせてしまい、申し訳ございません」といった限定的な謝罪にとどめる。
- ・ 社内での調査が必要な場合は、調査後に回答する旨を伝え、回答に要する具体的な日数（例：〇日程度）を伝える。

④ 複数人で対応する

- ・ 組織として対応することを明確にするため、原則として複数人で対応する。
- ・ 対応者（応対、記録など）の役割分担を事前に決めておく。
- ・ 訪問対応が必要な場合は、単独行動を避け、必ず複数人で訪問する。
- ・ 電話対応時も、要求が著しく不当な場合は、一人で抱え込まず上長に代わる。

⑤ 対応場所を選定する

- ・ 原則、会議室など個別スペースで対応し、執務スペースは避ける。
- ・ 退室しやすいよう、出入口に近い席に座る。

⑥ 対応内容を記録・情報共有する

- ・ 顧客とのやり取りを可能な限り詳細に記録し、速やかに社内で共有する。
- ・ 会話の録音も有効。トラブルを避けるため、事前に承諾を得るのが望ましい。
- ・ 顧客が同じ話を繰り返す場合は、記録に基づき「以前にもお話しましたが…」と具体的な経緯を伝え、状況を把握していることを示す。
- ・ インターネット上でのクレームは、投稿者の情報、内容、日時、URLなどを正確に記録し、スクリーンショットで保存する。

### (3) 顧客の権利の尊重

顧客対応にあたっては、消費者基本法で規定される顧客の権利を十分に尊重することが求められます。同時に、どのような背景や事情があったとしても、従業員が暴力や暴言などの行為に耐える必要はないことを明確に認識しておく必要があります。

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」が法的に義務化されました。当社では、以下の基本的な考え方を理解し、すべての顧客が安心してサービスを受けられるよう努めます。

#### (参考) 政府広報オンラインHPより抜粋

##### 1. 不当な差別的取扱いをしない

正当な理由なく、障害を理由に顧客を不利に扱うことは法律で禁止されています。例えば、障害があることを理由にサービスを拒否したり、受付時間や予約方法に制限を設けることは、不当な差別に当たります。

##### 2. 合理的配慮を提供する

これは、障害のある顧客から「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、その負担が過重でない範囲で、必要かつ合理的な対応を行うことです。

##### 合理的配慮の具体例

- 聴覚障害がある顧客への筆談：文字やイラストを用いてサービス内容を説明する。
- 車いすの顧客への対応：社内の段差にスロープを設置したり、可能な範囲で介助を行う。

##### 3. 「過重な負担」の判断基準

「合理的配慮」の提供は義務ですが、その実施が当社にとって過度な負担となる場合は、その範囲を検討することができます。以下の要素などを総合的に考慮し、個別の状況に応じて判断します。

- 業務への影響：サービスの目的や内容、機能を損なわないか。
- 実現可能性：物理的、技術的、人力的な制約はないか。
- 費用・負担：費用が過大ではないか。
- 事業規模：当社の規模や財務状況に照らして判断する。

ご不明な点や判断に迷うことがあれば、速やかに上長に相談してください。

## 5 カスタマーハラスメントへの対応

### (1) カスハラ判断

当社では、「2. カスタマーハラスメントの定義」に基づき、従業員の就業環境が害されるような著しい迷惑行為があった場合、カスハラと判断し毅然と対応します。

カスハラと判断する際は、以下の3つの観点から総合的に検討します。これらは絶対的な基準ではなく、個別の状況に応じて判断します。

#### ① 要求の態様

- ・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どうか。（例：「お前はプロじゃない」「訴えるぞ」「死ね」）
- ・恐怖心を与えるような大声、個人攻撃をする言動かどうか。（例：「SNSにお前の悪口をアップする」「この会社を潰す」）
- ・従業員の顔などを無断で撮影・公開する行為かどうか。（例：従業員の写真を無断で撮影し、SNSに投稿する）

#### ② 要求の内容

- ・不当な金品（無料でのサービス提供など）や、土下座・書面での謝罪、従業員の解雇を要求するかどうか。

#### ③ 時間・回数・頻度

- ・迷惑行為（大声を上げ続けるなど）が15分を超えているか。

※侮辱的・差別的・性的な言動は、時間の長短に関わらずカスハラと判断します。

- ・業務時間外である早朝や深夜に、何度も苦情の電話がかかってくるか。
- ・同じ要求（無料サービスなど）を5回以上にわたって繰り返すか。

### (2) カスハラへの対応の流れ

顧客や取引先へ真摯に対応したにもかかわらず迷惑行為が続く場合は、以下のとおり組織的な対応に移行します。

#### ① 一次対応者（現場の従業員）の判断

- ・顧客のクレームが収まらない、大声を上げ続ける、無断で撮影するなどの迷惑行為が続く場合、行為の中止を求め、上長に報告します。
- ・カスハラの可能性がある場合、対応を中断し、複数人での対応、やり取りの記録（録音含む）など、組織的な対応に移行します。

#### ② 二次対応者（現場監督者）の判断

- ・一次対応者からの報告を受け、顧客からも話を聞き、カスハラに該当すると判断した場合、対応を代わります。
- ・一次対応者と顧客を引き離し、安全を確保します。

- ・「これは組織としての最終的な回答であること」「これ以上の議論はできないこと」を明確に伝えます。
- ・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、対応の中止を検討します。
- ③ 警告・退去命令
  - ・現場監督者は、対応が膠着状態に陥り、おおむね 20 分を目安に対処を中止し、顧客に伝えます。それでも迷惑行為が続く場合、警告の上、退去を命じます。
  - ・顧客が暴力を振るうなど、身の危険を感じた場合は、その時点で直ちに対処を中止し、退去を命じます。
  - ・退去命令に従わない場合は、最終警告の上、警察への通報を検討します。

### (3) 警察との連携

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 110 番通報します。それ以外のケースでも、カスハラが刑法に抵触する可能性がある場合、以下の手順で警察と連携し厳正に対処します。

- ① 対応の中止を伝える
  - ・従業員の心理的負担や、他の顧客への影響を考慮し、対応を中止することを伝えます。
- ② 行為の中止を求める
  - ・「迷惑行為を止めてください」と 2～3 度、はっきりと伝えます。
- 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ます。これも 2～3 度繰り返します。
- ④ 警察に通報する
  - ・繰り返し退去を命じても従わない場合、最終警告の上、警察に通報します。
  - ・緊急時：110 番
  - ・緊急ではない場合：所轄警察署、または#9110（警察相談専用電話）
- ⑤ 警察官に状況を説明する
  - ・警察官の到着後、これまでの経緯を説明し、録音・録画がある場合は内容を確認してもらいます。
  - ・迷惑行為を行う顧客を退去させる旨を明確に伝えます。
  - ・警察官の到着前に相手が立ち去った場合でも、再訪する可能性があるため、情報提供として連携しておきます。

## 【カスタマーハラスメント対応フロー】



#### (4) 行為別の対応例

以下に、カスハラ行為別の具体的な対応例を示します。

##### ① 暴言

- ・ 冷静に対応する: 暴言で返すことなく、丁寧な言葉を使い冷静に対応します。
- ・ 迷惑行為であることを明確に伝える: 「このような言動は許容できませんので、対応を終了させていただきます」と明確に伝えます。
- ・ 対応を打ち切る: 暴言が続く場合、「申し訳ございませんが、これ以上対応できません」と伝えて対応を打ち切ります。
- ・ 記録を残す: 録音・録画、対応記録などを残し、事後の検証に備えます。

##### ② 執拗な要求

- ・ 早い段階で対応できない旨を伝える: 同じ要求が繰り返された場合、早い段階で「顧客のご要求にはお応えできません」と明確に伝えます。
- ・ 警察への相談を伝える: 15 分を超過した場合、「このまま続けていただくと、警察にご相談させていただくことになります」と伝えます。
- ・ 上長に引き継ぐ: 顧客が聞き入れない場合、上長に報告し、上長から退去を要求します。

##### ③ 土下座の要求

- ・ 明確に拒否する: 「そのような要求にはお応えできません」と、冷静に、かつ明確に拒否します。
- ・ 対応を打ち切る: 迷惑行為であることを伝え、「その要求には対応できませんので、お引き取りください」と伝えます。
- ・ 記録を残す: 録音・録画、対応記録などを残します。
- ・ 上長に引き継ぐ: 顧客が聞き入れない場合、上長に報告し、上長から退去命令を出してもらいます。

##### ④ 暴行

- ・ 即座に通報: 刑法上の暴行罪に該当するため、身の危険を感じたら上長の判断を待たずに直ちに警察（110 番）に通報します。
- ・ 複数人で対応: 更なる暴力や他の顧客、従業員への危害を防ぐため、複数人で対応します。
- ・ 証拠を残す: 録音・録画、対応記録などを残し、警察に提出できるようにします。

##### ⑤ 高圧的な言動

- ・ 安易な妥協を避ける: その場しのぎの妥協をせず、曖昧な発言は避けます。
- ・ 誤った発言は速やかに訂正: 誤った発言をした場合、「先ほどの発言について、訂正させていただきます」と明確に訂正します。

- ・ 事実に基づき拒否: 他社を引き合いに出すなどの不当な要求には、「その要求には応じられません」と明確に拒否します。

#### ⑥ 長時間の拘束

- ・ 対応を打ち切る: 同じ主張が繰り返され、堂々巡りの状態が続いた場合、「これ以上お話を続けても解決には至らないため、この場での対応を終了させていただきます」と伝えます。
- ・ 電話対応の場合: 20 分を超過した場合は、「このままでは対応が難しいため、電話を切らせていただきます」と伝えて電話を切ります。

#### ⑦ セクシャルハラスメント

- ・ 不快な旨を明確に伝える: 「そのような発言は不適切ですので、今後お控えください」と明確に伝えます。
- ・ 言動を改めない場合: サービス提供を中止する旨を伝え、速やかに上長に報告します。
- ・ 対応を中止: 「そのような言動が続く場合、サービスを中止させていただきますので、ご理解ください」と伝えて対応を打ち切ります。

## 6 社内の体制

### 1. 相談窓口の設置

当社は、カスハラへの対応を現場任せにせず、組織全体の問題として取り組むため、従業員の心の健康に配慮した相談窓口を設置します。秘密厳守: 相談者のプライバシーや名誉を尊重し、知り得た事実の秘密は厳守します。不利益な扱いの禁止: 相談したことを理由に不利益な扱いを受けることは一切ありません。

#### ① 相談窓口

- ・ 社内: 代表取締役 中村（電話：080-6327-3453）※各部署長も窓口となります。
- ・ 社外: 東京都カスタマーハラスメント総合相談窓口（電話：0120-182-276）

#### ② 相談方法

- ・ 対面、電話、オンライン、メールなど、相談しやすい方法で受け付けます。

#### ③ 相談対応の手順

- ・ 事実確認: 相談者から話を聞き、事実関係を確認します。二次被害を防ぐため、状況に応じて現場監督者にも確認します。
- ・ 証拠確認: 相談者が持っている証拠（メモ、スクリーンショット、録音データなど）があれば確認します。
- ・ 判断: 客観的な証拠に基づき、カスハラに該当するかを判断します。
- ・ 対応指示: カスハラと判断した場合、対応の中止や警察への通報など、適切な対応方法を指示します。

- ・ 緊急対応: 顧客からの暴力やセクハラなど、緊急性がある場合は、速やかに対応を代わり、顧客から従業員を引き離します。状況に応じて警察や弁護士と連携し、安全を確保します。

#### ④ 相談対応者の留意事項

- ・ 迅速な対応: 初期対応が非常に重要であるため、適切かつ迅速に対応します。
- ・ プライバシー保護: 相談者のプライバシーを保護し、不利益な扱いをしないことを伝えます。
- ・ 傾聴の姿勢: 相談者の心身の状態に配慮し、話に真摯に耳を傾け、優しく丁寧に聞き取ります。
- ・ 同性の対応: セクハラ被害の場合、相談者の希望に応じて同性の相談担当者が対応します。
- ・ 外部機関の利用: 相談対応者のみで対応が難しいと判断した場合、東京都の総合相談窓口にご相談します。

## 【相談対応フロー】



## (2) 再発防止の取組

カスハラが発生した後は、再発を防ぐために以下の取組みを実施します。

### ① メッセージの発信

- ・ 代表取締役や現場責任者から従業員全体に向け、カスハラに対する注意喚起のメッセージを発信します。カスハラの発生は、現場の従業員や監督者の責任ではないこと、事案を報告・相談しても人事評価が下がることはないこと、むしろ適切に報告した場合は評価につながることを明確に伝えます。

### ② 事例の検証

- ・ 実際に発生したカスハラの事例を検証します。この検証を基に、より効果的な防止策を検討し、マニュアルや研修内容の改善に役立てます。従業員のプライバシーに配慮しながら、同様の問題が起きないように社内会議で情報を共有します。

### ③ 研修の実施

- ・ カスハラ事例の有無にかかわらず、定期的な研修を実施します。社内での研修に加え、外部のセミナーなども積極的に活用します。

### ④ 取組みの見直し

- ・ 過去の相談内容や件数の推移、対応者の意見などを参考に、カスハラ対策の取組みを定期的に見直します。社内アンケートの結果なども参考に、改善を図ります。

## (3) 研修の実施

顧客からのクレームやカスハラに適切に対応できるよう、以下の内容を基本として定期的な研修を実施します。

- ・ カスハラに関する基本知識
- ・ クレーム対応の基本的な手順
- ・ カスハラへの対応
- ・ 組織的な対応の重要性
- ・ カスハラ被害を受けた従業員のフォロー方法

研修では、カスハラの判断基準、顧客への接し方のポイント、ロールプレイングを取り入れたケーススタディなど、現場で役立つ実践的な内容を盛り込みます。

## 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、カスハラ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、従業員の尊厳を傷つけ、安全で快適な就業環境を損なう、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も決して許さず、すべての従業員が互いに尊重しあう職場環境づくりに取り組みます。

##### 2. ハラスメントの定義

当社におけるハラスメントとは、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、マタニティハラスメント、パタニティハラスメント、カスタマーハラスメント、就活ハラスメントなど、多岐にわたる嫌がらせ行為を指します。

##### 3. 対象者

この方針は、当社で働くすべての従業員に適用されます。役員、正社員のほか、嘱託社員や派遣社員も含まれます。また、取引先の関係者や、当社への入社を希望する学生など、当社以外の者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や通報の窓口は代表です。すべての従業員は、匿名を含め、自由に相談や通報ができます。相談内容や個人情報は厳重に管理・保護され、外部に漏れることはありません。

##### 5. 懲戒処分

就業規則に定める懲戒事由に該当するハラスメントの事実が認められた場合、厳正な処分を行います。勤務時間内外を問わず、当社の信用を傷つけるハラスメントを行った従業員には厳格に対処します。

ハラスメントの事実を通報・相談した従業員や、事実確認に協力した従業員に対して、いかなる不利益な取り扱いも行いません。もし、報復行為や嫌がらせなどを行った従業員がいた場合、就業規則に基づき厳しく処分します。

## (2) 取引先企業に対するカスタマーハラスメントの禁止

当社の従業員が、取引先企業の経営者や従業員に対して行うハラスメントもカスハラに該当します。全ての従業員は、取引先に対して当社の従業員と同様に、言動に十分注意してください。特に、力関係が弱い取引先に対しては、「無理な要求をしない、させない」よう配慮が必要です。

厚生労働省の「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」を参考に、以下の点に留意し、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るべきではありません。

### (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 従業員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

- ・ 従業員からの相談に対応する
- ・ まずは「6. 社内体制」に沿って、従業員からの相談を受け付け、事実関係を確認します。
- ・ 取引先企業へ協力を依頼する
- ・ 取引先企業に対し、事実確認への協力を依頼します。
- ・ 信頼関係を基に、先入観や偏見を持たず、適切な情報提供と調査への協力を求めます。
- ・ 共同で事実確認と対応策を検討する
- ・ 事前に決めた調査方法に基づき、取引先と協力して事実確認を行います。
- ・ カスハラ行為が確認された場合、取引先と連携して適切な対応策を共同で検討します。
- ・ 状況に応じて外部相談機関：東京都カスタマーハラスメント総合相談窓口（電話：0120-182-276）に相談することも可能です。

#### ② 当社の従業員が加害者である場合

- ・ 取引先からの依頼に協力する
- ・ 取引先から事実確認の協力依頼があった場合、信頼関係を基に、適切な情報提供と調査協力を行います。
- ・ 協力依頼を理由に、取引先との契約を解除するなどの不利益な扱いは一切行いません。
- ・ 共同で事実確認と対応策を検討する
- ・ 事前に決めた調査方法に基づき、取引先と協力して当社の従業員から事実確認を行います。
- ・ 状況に応じて、東京都カスタマーハラスメント総合相談窓口に相談することも可能です。
- ・ 加害者への適切な措置
- ・ カスハラ行為が確認された場合、取引先と連携して対応策を共同で検討します。
- ・ 行為の悪質性を考慮し、必要に応じて就業規則に基づく懲戒処分の手続きに進みます。

## 8 参考資料

### (1) 110 番について

110 番は、事件や事故など、緊急で警察に助けを求める際に利用する電話番号です。

通報時に伝えるべき情報: 何があったか、いつ起きたか、正確な場所（住所、目印となる建物、フロアなど）、けが人の有無、被害や目撃の状況、犯人に関する情報（性別、人数、服装、逃走方向など）。

場所を正確に伝える: 警察官が迅速に現場に到着できるよう、住所や交差点名、近くの店舗名などを具体的に伝えてください。

つながらない場合: 通信障害でつながらない際は、落ち着いて他の電話（固定電話や公衆電話など）からかけ直してください。また、事前に最寄りの警察署や交番を把握しておくことも有効です。

110 番映像通報システム: スマートフォンのカメラ機能を利用し、音声だけでは伝わりにくい状況を映像や写真で警察に伝えることができるシステムです。

### (2) #9110 について

#9110 は、緊急ではないが警察に相談したい場合に利用する電話番号です。

利用シーン: 犯罪の被害に遭った可能性があるが、緊急ではない場合。ストーカー、DV、悪質なクレマーに関する悩みなど、警察に相談したいことがあれば利用してください。最寄りの警察署でも直接相談できます。

利用方法: ダイヤルすると、居住地を管轄する警察本部の相談窓口につながります。東京都にお住まいの場合は、警視庁総合相談センターにつながります。

電話: #9110、東京都外からかける場合: 03-3501-0110