

## 広報まるがめ 12 月号 《ほっとコラム人権》カスタマーハラスメント

みなさんは「ハラスメント」と聞くとどのようなものを思い浮かべるでしょうか。「パワーハラスメント、セクシャルハラスメント、モラルハラスメント」などは耳にすることも多いかもしれません。このような様々なハラスメントが社会全体で問題となっており、国会等でも議論されるようになってきました。

そうした中、ニュース等で「カスタマーハラスメント」という言葉を聞いたことはないでしょうか。このハラスメントは、顧客が不適切な言動や過剰なサービスの要求を通じて、企業やその従業員に精神的・身体的な負担を強いる行為のことです。以前から「悪質なクレーム(苦情や文句)」をつける一部の人が問題になっていましたが、この悪質なクレームなどによって従業員が体調を壊したり、精神を病んでしまったりすることが問題となり、ハラスメントであると認識されるようになったのです。

しかし、現状はハラスメントとなりうるような悪質なクレームと通常の苦情や相談との線引きが困難で、業種によっては、それぞれの現場で判断しなければならないことも多いのです。また、顧客側も「自分は間違っていない」「このくらい当然だ」という認識の中で要求がエスカレートしていき、話し合いでは解決ができなくなる場合もあるのです。このように、カスタマーハラスメントの問題は誰か特定の人の問題ではなく、誰もが被害者や加害者になる可能性があるのです。

従業員等が誠意あるサービスの提供を心掛けていても、ミスは起きてしまうものです。その時の対応に不満を持つこともあるかもしれません。しかし、それを理由に相手の人格を否定したり尊厳を無視したりしてもいいということにはなりません。そのようなときだからこそ自分の感情をコントロールし、従業員側も落ち度があれば、それを真摯に受け止め、問題の解決・改善をめざすことが、顧客側と従業員側のお互いにとってより良い結果につながるのではないのでしょうか。