



厚木ロータリークラブ週報

JAPAN 第2780地区

Atsugi Rotary Club Weekly

会 副 幹 副 会	長 事 事 報	前 烟 黄 山 栗	島 中 金 本 原	憲 雄 井 陽 晃	司 太 久 幸
-----------------------	------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	------------------

よいことのために手を取りあおう

2025～2026 国際ロータリー会長 フランチェスコ・アレツォ

例会場 厚木商工会議所 5F 大会議室

例会日 毎週火曜日 12:30～

事務所 厚木市栄町1丁目16番15号 厚木商工会議所内

<http://www.atsugi-rotary.jp> メールアドレス info@atsugi-rotary.jp TEL.046-222-5811 FAX.046-222-5821

第3124回例会(7月22日)☆司会 小島久美子 副SAA

点鐘 …前島憲司会長

斉唱 …我等の生業

会長報告

◎ガバナー事務所 より

- ・資料提供のお願い【次年度地区会員増強維持委員会】再送
- ・地区米山奨学セミナー／カウンセラー研修会開催のご案内
- ・米山月間卓話 依頼について
- ・『クラブ・地区支援リソース集』更新版のご案内

委員会報告

◎前年度親睦委員会 畑中委員長

7/23 ゴルフ同好会開催

18:00～レンブラントホテルにて
新会員親睦の集い開催

◎社会奉仕委員会 鈴木委員長

鮎祭り 清掃活動

8/3 6:00～厚木市役所西側駐車場集合

スマイル

前島憲司会長・黄金井陽介幹事

皆さんこんにちは。本日の卓話は川畑会員による卓話です。楽しみにしています。川畑会員よろしくお願
いいたします。

川畑直也君

本日の会員卓話担当の川畑です。いつもとは違う真面目な川畑をご披露できればと思っています。よろしくお願
いいたします。

原田忠洋君

明日の親睦ゴルフコンペ楽しみにしています。一緒にまわって頂く和田さん、畑中さんにご迷惑を掛けても怒られない様、先にスマイルしておきます。宜しくお願
い致します。

今日のお花



ミニチュアローズ(前島憲司会長)
サルスベリ(滝澤 勇君)

今日のお祝い 「おめでとうございます。心よりお慶び申し上げます。」

*会員誕生日

小島久美子君

今日の例会 (2025年7月29日)

「会社の紹介」

担当：齋藤英樹君

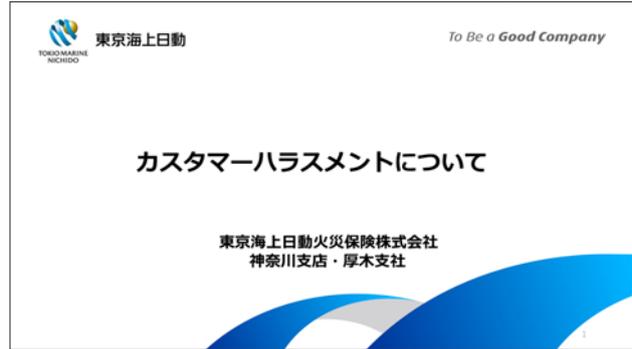
次回の例会 (2025年8月5日)

「会員増強月間」

担当：会員増強委員長 高橋 宏君

UNITE
FOR
GOOD

よいことのために
手を取りあおう



0. ウォーミングアップ

さて、みなさんはどれだけ知っているでしょうか？

名称	ポイント
パワーハラ	弱い立場の人に対し、業務上の適正範囲を超えた言動等を行い、就業環境を損なう行為
セクハラ	性的な言動・発言により、従業員の就業環境を損なう行為
マタハラ	妊娠中や出産前後の女性に対するいやがらせ行為。
モラハラ	従業員の人格や尊厳を傷つ、精神的な苦痛を与える行為。物理的な暴力行為はパワーハラ
リモハラ	リモートワーク中に過度な進捗報告や行き過ぎた監視行為などが該当
スメハラ	口臭・体臭など、匂いにより不快感を与える行為。タリ口臭や香水臭も該当
カスハラ	顧客や消費者からのクレームのうち、精神的攻撃や社会通念上の妥当性を欠いた行為

このほかにも、アルハラ・ホウハラ・ハラスメントハラスメント・・・なんでもハラスメントのご時世

1. カスタマーハラスメントとは

ハラスメントとは

相手に対して行われる、精神的・身体的な「いやがらせ」のこと。
行為者にそのつもりがなくても、相手を傷つける行為・苦痛や不利益を与える行為などはハラスメントに該当する。

カスタマーハラスメントとは

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
引用：厚労省カスタマーハラスメント対策企業マニュアル

簡潔に言えば、お客様等からの過剰で悪質な申し出・主張や迷惑行為のこと。
社会通念上正当なご不満の表明の域を超えているものを指す。

2. カスタマーハラスメント対応とご不満対応の違い

ご不満対応	ご不快な念をおかけしてしまったことを真摯にお詫し、ご不満の解消と信頼の回復を目指して努力することが求められます。
カスタマーハラスメント対応	常識の範囲を超えた言動や要求を受け、誠意をもって対応しつつも、組織的に毅然とした態度で対応する。

通常のご不満とカスタマーハラスメントを混ぜせず、まずは正しいご不満対応を行い、慎重にタイミングを見極めながらカスタマーハラスメント対応に切り替えます。
始めからカスタマーハラスメントだと判断することは絶対に避けるべきです。

3. カスタマーハラスメントの判断基準

① 顧客等の要求内容に妥当性はあるか

顧客等の主張に関しては事実関係・因果関係を確認し、自社に過失がないか、または根拠のある要求がなされているかを確認し、顧客等の主張が妥当であるか判断します。
引用：厚労省カスタマーハラスメント対策企業マニュアル

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か

顧客等の要求内容の妥当性を確認と併せて、その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を確認します。
引用：厚労省カスタマーハラスメント対策企業マニュアル

ご不満対応の初期段階での「配慮を欠いた言葉・態度」が、二次クレームを引き起こしたり、カスタマーハラスメントを生み出してしまいうこともあります。
まず、自分たちの提供したサービス・商品にご不満対応に問題は無かったのか、振り返ることが重要です。

4. カスタマーハラスメントの事例①

	主な特徴
時間拘束	<ul style="list-style-type: none"> 長時間の拘束（不退去・居座り・監禁） 長時間の電話 時間の拘束、業務に支障を及ぼす行為
レポート型	<ul style="list-style-type: none"> 頻繁に来店し、そのたびに要求が繰り返される 度重なる電話 複数部署にまたがる複数回の申し出
権威型	<ul style="list-style-type: none"> 優位な立場にいることを利用した暴言 特別扱いの要求
暴言	<ul style="list-style-type: none"> 大声、暴言で執拗に攻める 店内で大きな声を上げて秩序を乱す 大声での、恫喝・誹声・暴言の繰り返し
脅迫・威嚇・暴力	<ul style="list-style-type: none"> 具体的な解決策が分からない要求、脅迫、怒鳴る、ストーカー行為 脅迫的な言動・反社会的な言動 正座や土下座の強要、物を壊す、殺すといった発言による脅し

4. カスタマーハラスメントの事例②

	主な特徴
揚げ足取り	<ul style="list-style-type: none"> 電話対応での揚げ足取り 自らの要求を繰り返す、通らない場合は言葉尻を捉える 同じ質問を繰り返す、対応のミスが出たところを責める 当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な攻め立て
不当な金銭要求	<ul style="list-style-type: none"> 満足できなかった商品・サービスに対して返金を求めたり、金銭の支払いを拒否する。 言いがかりによる金銭要求、理不尽な過失要求 かかった時間に対して金銭を要求する
SNSに投稿・拡散する	<ul style="list-style-type: none"> SNSやマスコミへの悪意をほめられた脅し インターネット上の投稿（個人名の公開） 会社・社員の信用を毀損させる行為
セクハラ	<ul style="list-style-type: none"> 特定の従業員へのつきまとい 従業員へのわいせつ行為や盗撮

5. カスタマーハラスメントが及ぼす影響

カスタマーハラスメントによって企業が被る被害

消費者の権利意識の高まりやインターネット社会の成熟化に伴い、事態が深刻化した場合にはこれまで想定されなかったようなトラブルに発展し、企業側が被害を被るケースが増えている。

会社への影響 (社外への影響)	<ul style="list-style-type: none"> 自社商品・サービスに対する誹謗・中傷・炎上 SNS・口コミでの拡散による企業ブランドイメージの低下 取引先、株主等からの信用喪失
従業員への影響 (社内への影響)	<ul style="list-style-type: none"> 時間・労力を取られることによる生産性の低下 ハラスメントを受けるとことによるメンタルヘルスへの影響 残業時間・残業代の増加 安全配慮義務違反・労災認定など訴訟リスクの増加 人材の喪失
他のお客様への影響	<ul style="list-style-type: none"> 来店する他のお客様の利用環境、雰囲気の変化 業務遅延によって他のお客様等がサービスを受けられない

6. カスタマーハラスメント対応について

「カスタマーハラスメント」等の過剰なご不満・ご要望については、**担当者と同級長・同級長代理（補佐）が一体となって複数人で対応します。**

お客様対応を担う担当者が、安易に「カスタマーハラスメントだ」と判断することは禁物であり、担当者が一人で抱え込まないように、**組織として方針を決め、判断することが重要です。**

9. カスタマーハラスメント対応のポイント 組織編 (4)

(4) 組織としての方針をあらかじめメンバー間で共有する。

- ▶ いつカスタマーハラスメントに発展しても落ち着いて対応できるよう、組織としての方針を考えておく。
- ▶ 方針を考えるうえでは、担当者が迷わないように「対応のポイント」を作成・共有するなど、誰もが対応できるように準備しておく。
- ▶ 組織としての方針をメンバー間で共有・周知しておき、いざという時には迅速に意思決定する。

20



おわりに

昔はこうだったから・・・では、足元をすくわれてしまいます。
できることから、準備をしていきましょう。
ご清聴、ありがとうございました。

21

出席報告 <会員 34 名、出席対象 29 名>

7月8日例会 確定出席率 93.75%	7月22日例会 出席 29 名 欠席 2 名 出席率 100%
<事後メイク> 前田豊一君(7月16日/厚木中RC) 松本英二君(7月16日/厚木中RC)	<事前メイク> 秋岡聡行君(7月16日/厚木中RC) 山本晃久君(7月16日/厚木中RC)