

近鉄バス カスタマーハラスメントに対する基本方針

1. 策定の目的

近鉄バスは、「安全を確保し 心のこもったサービスを提供することにより 地域の皆様から信頼される 健全な企業を目指します。」という経営理念のもと、安全・安心・快適な輸送サービスをお客様に提供できるよう、日々の業務に取り組んでいます。

一方で、一部のお客様による悪質なクレームや言動（カスタマーハラスメント）により、従業員の尊厳が傷つけられ、職場環境の悪化を招くようなケースも発生しています。

当社は、従業員の人権が守られ、心身ともに健康で安心して働くことができる職場環境を整えることが、お客様への良質なサービスの提供のためにも大切であることから、このたび、日本バス協会が定めた「バス事業のカスタマーハラスメントに対する基本方針」に基づき、「近鉄バス カスタマーハラスメントに対する基本方針」を策定しました。

これからも、お客様のご意見を真摯に受け止め、ご満足いただける輸送サービスを提供し続けられるよう、従業員が一丸となって取り組んでまいります。

2. カスタマーハラスメントの定義と行为例

(1) カスタマーハラスメントの定義

顧客からのクレーム・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、バス運転者をはじめとする従業員の就業環境が害されるもの。

*「顧客」には、旅客だけでなくバスに関する問い合わせを行う者等、今後バス利用者となり得る潜在的な顧客を含みます。

(2) カスタマーハラスメントの例

①時間拘束型

・長時間にわたり、顧客等が従業員を拘束する。居座りをする、長時間、電話を続ける。

②リピート型

・理不尽な要望について、繰り返し電話で問い合わせをする、または面会を求めてくる。

③暴言型

・大きな怒鳴り声をあげる、「馬鹿」といった侮辱的発言、人格の否定や名誉を毀損する発言をする。

④暴力型

・殴る、蹴る、たたく、物を投げつける、わざとぶつかってくる等の行為を行う。

⑤威嚇・脅迫型

・「殺されたいのか」といった脅迫的な発言をする、反社会的勢力とのつながりをほのめかす、異常に接近する等といった、従業員を怖がらせるような行為をとる。または、「対応しなければ株主総会で糾弾する」、「SNS にあげる、ロコミで悪く評価する」等とブランドイメージを下げるような脅しをかける。

⑥権威型

・正当な理由なく、権威を振りかざし要求を通そうとする、お断りをしても執拗に特別扱いを要求する。または、文書等での謝罪や土下座を強要する。

⑦職場外拘束型

- ・クレームの詳細が分からない状態で、職場外である顧客等の自宅や特定の喫茶店などに呼びつける。

⑧SNS／インターネット上での誹謗中傷型

- ・インターネット上に名誉を毀損する、またはプライバシーを侵害する情報を掲載する。

⑨セクシュアルハラスメント型

- ・従業員の身体に触る、待ち伏せする、つきまとう等の性的な行動、食事やデートに執拗に誘う、性的な冗談といった性的な内容の発言を行う。

3. カスタマーハラスメントへの対応

(1) 対外的な取り組み

- ・カスタマーハラスメントと判断される言動が認められた場合は、従業員を守るため毅然とした対応を行い、必要に応じてお客様からのお申出等への対応を中止します。
- ・さらに、カスタマーハラスメントが悪質なものと判断した場合は、警察・弁護士等と連携し、法的措置等も含め厳正に対応します。

(2) 当社内の取り組み

- ・カスタマーハラスメント発生時に従業員が相談や報告をできる体制を整備します。
- ・カスタマーハラスメントへの対応方法や手順等を定め、従業員に必要な教育や研修を行います。
- ・カスタマーハラスメントを受けた従業員が心身に不調をきたさないよう、従業員のケアに努めます。