

## 資生堂グループ「カスタマーハラスメントに対する基本方針」

### はじめに

資生堂グループは企業使命を「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（美の力でよりよい世界を）」と定めており、企業としての成長はもちろんのこと、本業であるビューティービジネスそのもので、社会・環境課題の解決と、人々が幸せになるサステナブルな社会の実現を目指しています。「世界で最も信頼されるビューティーカンパニー」を経営ポリシーに、お客さまの声を真摯に受け止め、多様化する美の価値観とニーズをとらえ、当社グループの商品やサービスによって「人々が幸福を実感できる」サステナブルな社会の実現に向け、消費者志向経営に取り組んでいます。

一方で、当社グループの商品・サービスのご利用に際し、一部ではありますがカスタマーハラスメントに該当する迷惑行為が見受けられることがあり、これらの行為は当社グループ社員の尊厳を傷つけ、心身を害する可能性があります。カスタマーハラスメントに該当する行為に対しては毅然とした対応を行い、当社グループ社員一人ひとりが安心して就業できる環境を確保することが、お客さまとの更なる信頼を築くことにつながると考え、「カスタマーハラスメントに対する基本方針」を以下のとおり策定しました。

### カスタマーハラスメントの定義

厚生労働省が定める「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」に基づき、資生堂グループでは以下を定義とします。

**お客さま等からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・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や態度・様子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、社員の就業環境が害されるもの**

(以下、余白)

## **カスタマーハラスメントに該当すると考える言動例**

- (1) 「お客さま等の要求の内容が妥当性を欠く場合」の例
- 提供する商品・サービスに瑕疵・過失が認められない場合
  - 要求の内容が、資生堂グループの提供する商品・サービスの内容とは関係がない場合
- (2) 「要求を実現するための手段や態度・様子が社会通念上不相当な言動」の例
- 身体的な攻撃（暴行、傷害）
  - 精神的な攻撃（脅迫、中傷、名誉棄損、侮辱、暴言）
  - 威圧的な言動
  - 土下座の要求
  - 継続的な（繰り返される）、執拗な（しつこい）言動
  - 拘束的な言動（不退去、居座り、監禁）
  - 差別的な言動
  - 性的な言動
  - 社員個人への攻撃、要求
  - SNS/インターネットやマスコミなどへの誹謗中傷行為やほのめかし
  - 社会通念を超えた原因追及の要求
  - 正当な理由や因果関係のない過度な要求（商品交換・金銭補償など）

## **カスタマーハラスメントに対する基本姿勢**

お客さま等からのお申し出に対しては、真摯に対応し、その問題解決にあたっては、合理的で理性的な話し合いを行いますが、お客さま等の要求内容や言動が、カスタマーハラスメントに該当すると判断した場合、以後の対応を中断、あるいはお断りすることがあります。

また、要求内容や言動が悪質と判断した場合は、警察への通報および刑事手続き並びに法的措置などを講じ、カスタマーハラスメントに対して、毅然と対応します。

## **カスタマーハラスメントに対する社内対応**

- 本方針による企業姿勢の明確化、資生堂グループ社員への周知・啓発
- カスタマーハラスメントに関する正しい知識・意識づけの実施
- カスタマーハラスメント発生時の相談・対応体制の整備

以上