



CCAJ News

Contact Center Association of Japan

2026

6

Vol.351

Contents

- ◇ 自社からグループへ、そして業界へ
最前線を走る2社が導く、
カスハラ対策の道標
- ◇ 2025年度「VOC活動」報告
- ◇ コンタクトセンター カスタマー
ハラスメント対策推進企業認定制度

特集「コンタクトセンターとカスタマーハラスメント」③

自社からグループへ、そして業界へ 最前線を走る2社が導く、カスハラ対策の道標

CCAJ News では、カスハラ対策に関する特集『コンタクトセンターとカスタマーハラスメント』を338号、339号の2号にわたりお届けしました。338号では「コンタクトセンターにおけるカスタマーハラスメント対策ガイドライン」を策定した当協会 総務委員会の委員長・副委員長にインタビューしました。また、339号では会員企業2社の具体的な取り組み事例をご紹介します。

今回は、「コンタクトセンター カスタマーハラスメント対策推進企業認定制度」にいち早く参画された『株式会社NTT 東日本サービス』『東京ガスカスタマーサポート株式会社』の会員企業2社にご登場いただき、具体的な施策や体制などについてお話を伺いました。参考にいただければと思います。

2022年2月、厚生労働省が「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」を作成し、各企業の取り組みを推奨しました。さらに、2025年6月に労働施策総合推進法が改正され、カスハラに対する事業主の方針等の明確化や相談体制の整備等の対策が義務付けられ、2026年10月に同改正法が施行され義務化がスタートします。当協会でも、カスハラ対策に前向きに取り組み、2025年3月には独自のカスタマーハラスメント対策ガイドラインを公開しました。同年10月からは「コンタクトセンター カスタマーハラスメント対策推進企業認定制度」を立ち上げ、主体的に対策する企業の認定を進めています。

これまで企業はカスハラの被害者と捉えられることもありましたが、対策を怠ることで従業員に対し加害者にもなります。一方で、着実に対策をとることで、心理的・身体的な

安全性を確立し従業員の能力発揮につなげ、企業イメージの向上も期待できます。そのため、業界・協会をあげてカスハラから従業員を守り、顧客満足度を高め、企業イメージ向上に資する取り組みを進めています。

そこで今回の特集では、同認定企業でもある会員企業2社に具体的な取り組み、社内外への影響、認定制度参画の経緯などについてお話を伺いました。NTT 東日本サービスからは、相談対応体制や専用ポータルサイト、理解度チェッククイズなどをご紹介します。東京ガスカスタマーサポートは、グループとしての知見の蓄積や同業である他のガス事業者への協力などをご説明いただきました。また、ご登場いただいた皆さまから「仕事のやりがいや大切にしていること」など個人的なコメントもいただいています。ぜひ一読ください。

緻密なカスハラ対策で守る職場環境

株式会社 NTT 東日本サービス

NTT 東日本のお問い合わせや各種ご注文の受付の他、パートナー企業やアライアンス企業と連携した総合窓口業務を担う株式会社 NTT 東日本サービス。コンタクトセンターとして NTT 東日本グループ最大規模を誇る同社は、従業員のため、お客さまのために積極的なカスハラ対策に取り組んでいます。

その根幹をなすのが、NTT グループとしてのカスハラ対策の方向性を示した「NTT グループ カスタマー・ハラスメントに対する基本方針」。2024 年 7 月に策定され、カスハラの実態、対象となる行為、発生した場合の対応、従業員への対応といった基本姿勢を明示しています。グループの一員である NTT 東日本サービスでも、2024 年 8 月から独自の対策を続けてきました。そこで同社の取り組みについて、安倍弘さん、蛭田由美さん、小澤潤さんにお話を伺いました。

安心して働ける職場環境とサービス品質向上

NTT グループとしての基本方針策定前の、コンタクトセンターにおけるカスハラの実態について安倍弘さんに伺うと「繰り返しや暴言といった威圧的な言動などは以前から発生していました。それほど切迫はしていなかったものの、一部のお客さま対応の現場において、従業員の安全や就業環境に影響を及ぼしかねない事象が発生していました」と説明します。さらに、他の NTT グループでも同様の事象が散見されたとのことで、そういった現場の声がグループ全体でのカスハラ対策につながり、基本方針が公表されます。

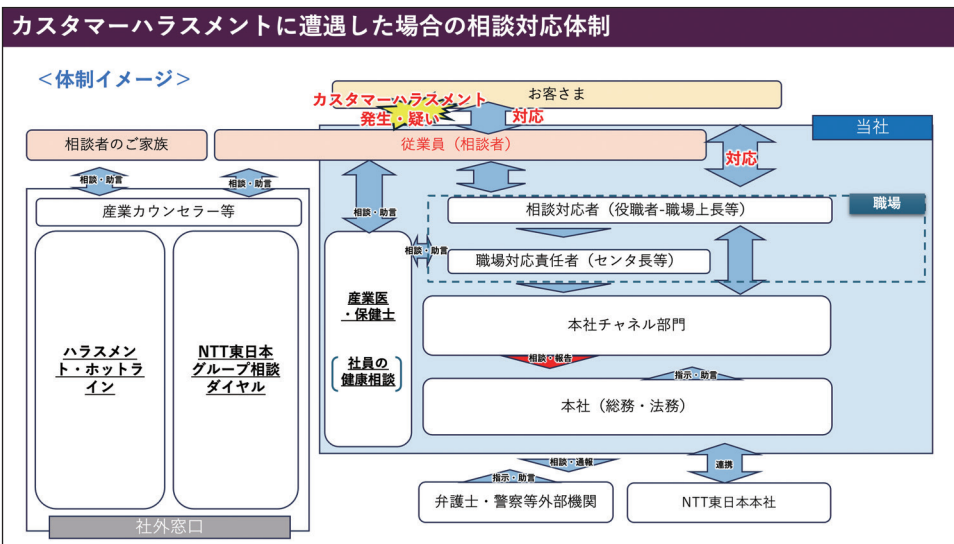
NTT 東日本サービスでは、この基本方針に則って独自の対応を進めることになります。営業など、センター以外で外部と接する部署も含めた全社体制で、総括的に取り組んでいきます。第一に掲げた目的は、従業員一人ひとりを守り、安全で働きやすい環境を整えること。さらに、その結果として CX を重視した質の高いサービスの提供を目指しました。

これまでの取り組みの概要としては、「現場で実際に機能する運用整備を重視してきました。まず、クレームとカスタマー・ハラスメントの違いを整理したうえで、判断基準、相談フロー、エスカレーションルール、対応例、被害を受けた従業員のケア、再発防止・未然防止の取り組みまでを『カスタマー・ハラスメント対応マニュアル』と

して整備しました。並行して、組織として一貫した対応ができる体制づくりを進めました。さらに、社内外の情報収集を進めるとともに、集約した情報を活用するために、研修や教育を含めた情報共有を行っています」と安倍さん。さらに、これまでの流れについて蛭田由美さんは「2024 年度に方針と土台を整えました。2025 年度にはマニュアル・相談体制・教育を本格実装することができました。現在は、事例分析や法整備対応、AI 活用も視野に入れながらカスハラ対策を続けています。今後も、安心して働ける職場環境とサービス品質向上の両立をめざして取り組みます」と説明します。

専用サイトと理解度チェッククイズ

短期間で、実効性の高い体制づくりを実現した NTT 東日本サービスですが、その中から具体的な取り組みをご紹介します。



2025年7月、各種情報発信や啓発コンテンツ掲載などを行うための専用ポータルサイトを開設。カスハラ対策の運用の中心となっています。蛭田さんは「専用サイトには、全社的なマニュアルと部門ごとの詳細マニュアル、各種研修の素材、各センターの事例など、カスハラに特化したものはすべて集約されていて、いつでも学べるようになっています」と説明します。

すべてのマニュアルを閲覧できるほか、マニュアルを解説する動画も作成。さらに、理解度をチェックするクイズも用意されています。「動画は15分から20分くらいのもので、それを視聴しても、マニュアルを見ても構いません。その後、10問程度のクイズを用意していて、習熟度がわかるようになっています。カスハラ対策は全社員が対象ですので、できるだけ負担をかけずに理解していただけるように考えて用意しました」（蛭田さん）

その他、マニュアル等には自分たちがカスハラを起こさない姿勢についても触れられています。安倍さんによると「自分たちが受けるだけではなく、起こさないための心構えなども、注意喚起の意味で明示しています」とのことです。

カスハラ対策の継続改善と高度化を目指して

NTT東日本サービスは、協会が進める「コンタクトセンター カスタマーハラスメント対策推進企業認定制度」の認定企業となっています。認定取得について小澤潤さんは「自社の取り組みを客観的に評価いただくこと、会員企業の先進的な事例や知見を取り入れることで継続的な改善・充実と業界全体の底上げにつなげたいと考えて、認定制度に参画しました。社内では、カスハラ対策が一部の現場だけの課題ではなく、会社・業界全体で取り組むべき重要な課題であるという認識が共有され、従業員の安心感や当事者意識の向上につながっています。また、対外的には、NTTグループの企業から認定制度取得に関する問い合わせをいただいたり、営業などの他組織からカスハラ対策に関してお問い合わせをいただくなど、企業としての信頼性やブランドイメージ向上にも寄与していると感じています」と説明します。

一方、最近ではカスハラ対策への興味などが薄れてきているといいます。2026年10月に防止対策が義務化されることもあり、引き続き従業員への情報提供を強化して意識改革につなげたいとのこと。

さらに、カスハラに遭遇した時にも落ち着いて対応ができ



あべひろし
安倍 弘 さん (写真：左)

企画総務部 総務部門 コンプライアンス担当 担当課長

「お客さま対応の最前線で働く社員の負担や不安を少しでも軽減し、安心して働ける環境づくりに直接携われることにやりがいを感じています」

ひるたゆみ
蛭田 由美 さん (写真：中)

営業推進本部 デジタルオペレーション部 営業企画部門
営業企画担当 (育成推進 G) 担当課長

「妥当性のある申し出なのかカスハラなのかの見極め、対応の難しさがありますが、社員の職場環境を守ることに意義とやりがいを感じています」

こざわじゅん
小澤 潤 さん (写真：右)

営業推進本部 デジタルオペレーション部 営業企画部門
営業企画担当 (企画総括 G) 担当課長

「価値あるサービスを提供するには、安心して楽しく前向きに働ける環境が不可欠です。社員一人ひとりがやりがいを持てる職場づくりを目指します」

るスキルを身につけるためのAIツールの活用などにも取り組んでいます。蛭田さんによると「強い口調のお客さまにも落ち着いて対応して、言うべきことをきちんと伝えたいので、適切にエスカレーションできるように、AIを活用したロールプレイングを開発したいと考えています」とのこと。今後とも、さまざまなアプローチによるカスハラ被害の軽減・撲滅への取り組みは続きます。

《会社プロフィール》

株式会社 NTT 東日本サービス

設立：2014年4月1日

本店所在地：東京都新宿区大久保 1-4-17 NTT 大久保ビル

資本金：5,000万円

資本構成：NTT 東日本株式会社 100%出資

事業内容：NTT 東日本株式会社等からの受託業務

グループを牽引するカスハラ対策

東京ガスカスタマーサポート株式会社

東京ガスカスタマーサポート株式会社（TGCS）は、東京ガスグループのお客さま総合窓口として、顧客接点と業務プロセスの両面から価値創出を担う企業です。

コンシェルジュセンター事業（顧客接点・CX 体験向上）と BPO 事業（業務プロセス改善）を柱に、ガス・電力・ソリューション領域の問い合わせ対応にとどまらず、課題解決まで一貫して担っています。

同社が本格的なカスハラ対策への取り組みを始めたのは 2023 年です。1 月のワーキンググループ結成を皮切りに、事例収集、基本方針策定、トライアル実施、対応フロー・ルール・マニュアル作成を進めて、同年 7 月には 5 つのセンターで運用を開始しました。今回、ワーキンググループの立ち上げから参加し、当初から取り組みに関わってきた同社の古田真由美さん、田中暢子さん、万波宏彰さんに、運用後の変化や周囲からの反響も含めてお話を伺いました。

安心して相談・対応できる職場づくりへ

2023 年の本格的な取り組み以前の状況について、古田真由美さんは次のように振り返ります。「当時の社会情勢もあって、料金に関する厳しい苦情が増えていました。現場からも『何とかならないか』といった声があがっており、できるだけ早い対策が必要だと感じていました」と説明します。背景の一つにはコロナ禍があり、2020 年頃からカスハラと言えるような電話が増えていました。さらに、2022 年には社会情勢の影響を受けて請求金額に関する厳しい問い合わせなどが急増し、受付者自身では解決が難しい不当な要求や苦言も増えていきました。スタッフも精神的に疲弊し、職場環境への悪影響が及んでいました。その背景には、お客さまに真摯に対応することを心がけるあまり、不当な要求や苦言に対しても長時間の対応を行う企業文化があったといいます。

こうした状況を受け、安心して働ける職場を整えるために、カスハラ対策への本格的な取り組みがスタートします。第一

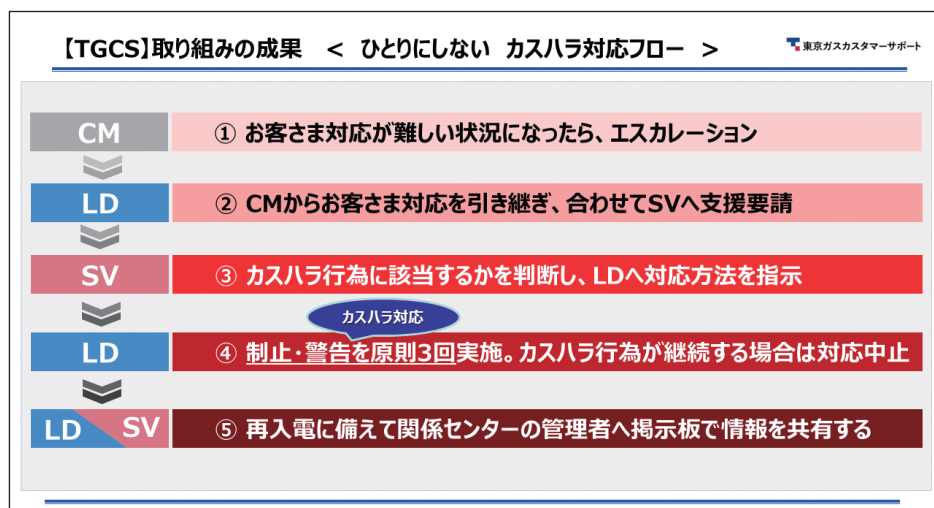
段階が、企業としての考え方や取り組みを内外に明確に示すこと。カスハラの実態や行為を類型化したカスハラ基本方針を策定し公開しました。第二段階では、現場で迷わず対応ができるようにマニュアルの作成、職位ごとの対応ルールやフローの明確化を実施しました。現場からは「ずっと我慢するのではなく、電話を切ってもよいという安心感につながった」「1 人でかかえずに、相談しやすい環境になった」といった声が寄せられました。明確な姿勢と従業員のアフターケアも含めたカスハラ対策の充実によって、従業員の安全を実現しました。

社内での取り組みを通じて広がる知見

これまでの取り組みについて、田中暢さんは、社内外的関係者の理解と協力が大きな支えになったと話します。「カスハラ対策を進めるにあたって、当社としての考え方を外部にきちんと公表することが必要であると考えました。そこで、

東京ガスの関係部所に相談しながら進めたところ、前向きな理解と協力を得ることができました。そういった関係は、現在も続いています」

TGCS が上げた声からスタートした取り組みは、東京ガスグループの知見の蓄積にもつながりました。グループ全体でもカスハラ的な対応に困っている部署やグループ企業も少なくなかったといいます。田中さんは「東京ガスグループ社員の現場訪



問時のカスタハラ対応マニュアルの作成のお手伝いをさせていただきました。当センターで培った経験などが基本になっていて、さらに各サービス店でのヒアリングを反映させながら作成しました。当社としても、自信につながったと思っています」と説明します。

さらに、グループ以外の企業からも問い合わせがあったといいます。「地方のガス事業者の皆さんが集まる機会に、何度かお呼びいただく機会がありました。そこで当社の取り組みを説明したり、マニュアル作りや教育などのお手伝いを実際に担当させていただきました。皆さんにきちんとノウハウをお伝えすることで、エネルギー業界全体の労働環境が安心できるものになることを願っています」（田中さん）

TGCSは、コンタクトセンター関連のセミナーへの登壇やガイドブックへの掲載など、協会活動にも数多くご協力いただいています。さらに、協会が推進してきた認定制度へも積極的に参加し、認定企業となっています。古田さんによると「自社の取り組みがどの程度の水準にあるのか、社内だけでは判断が難しい面がありました。そのため、第三者の視点で評価される機会があればと考えていました。協会で認定制度を作るとかがい、期待を持って参加させていただきました」と説明します。認定を受けたことで、社内でも取り組みへの理解が深まり、従業員の皆さんの安心感の醸成にもつながりました。また採用活動にもプラスに働くことが期待されます。

対応品質と判断力の向上で目指す安心・安全な職場環境

カスタハラ対策を続ける中で見えてきた課題もあるといいます。一つが線引きの難しさです。万波宏彰さんによると、「どこからがカスタハラなのか、現場での判断基準を揃えることは今後も継続すべき課題になると考えています」と話します。特に、ガスや電気といったインフラを担っていることから慎重な判断が求められる場面も少なくありません。さらに、言葉づかいや受け止め不足など、受付者の対応が起因となってクレームに発展したケースもあるといいます。「感じのよい対応や顧客目線での対応ができていないかといった、全体の対応品質の向上が重要です。管理者（SV・LD）にはカスタハラに該当するかの判断や制止警告のタイミングなど、判断力の向上も不可欠です。そのためにも、今後も情報収集と共有を進めながら、社内環境の整備、教育・研修の充実に取り組んでいきます」（万波さん）



たなか のぶこ

田中 暢子 さん (写真：左)

営業部 お客さまサポートグループ グループマネージャー

「相手を思いやる想像力と、本音で話せるコミュニケーション。この2つを大切に、メンバーが安心して働ける風通しの良いチームづくりを目指しています」

まん なみ ひろあき

万波 宏彰 さん (写真：中)

BPO 事業本部 お客さまセンター 東京Nグループ スーパーバイザー

「まずは受け止める。お客さまから、部下から、同僚から、上司から、さまざまな思いがありますが、まずは受け止めることを大切に、心理的安全性を高めます」

ふる た ま ゆ み

古田 真由美 さん (写真：右)

総務部 育成グループ チームリーダー 兼 人事グループ

「お客さまセンターで約20年。新人のころから育成に関わった方々の成長や活躍を見ることが、私の仕事のやりがい・よろこびになっています」

2026年4月にはカスタハラ対応事例報告ツールのブラッシュアップや、カスタハラに関する専用相談窓口を設置しました。その他にも、対応品質の向上・強化のためのAI活用にも期待を寄せているとのこと。今後も、従業員に寄り添う気持ちを大切に、安心して働ける環境の維持・強化を目指して、取り組みは続けられます。

《会社プロフィール》

東京ガスカスタマーサポート株式会社

代表者：代表取締役社長 田中 浩

設立：1995年1月6日

従業員数：1030名（2026年4月1日現在）

株主：東京ガス株式会社（100%）

本社：東京都新宿区西新宿 3-7-1 新宿パークタワー

拠点：コンタクトセンター事業3拠点

ビジネスサポート事業2拠点

2025年度「VOC活動」報告

～「カスハラ対策推進企業認定制度」への高い関心とFAQへの活用～

会員とCCAJとの“つながり”を強化していくため、広報委員会が中心となり、会員の声を聴く広聴活動（VOC活動）に取り組んでいます。

声の収集から活用という“VOC活動”のサイクルを着実に回し、寄せられたご意見・ご要望、相談への対応状況等を四半期ごとにまとめて、全委員会に展開しております。

会員のみならず一般（非会員）の声にも耳を傾けることで、コンタクトセンター全体の課題や動向も把握できるよう努めております。

◆ VOC活動の目的

VOC活動は「①会員満足度の向上」と「②リレーションの構築」を目的としており、それぞれを次の通り定義しております。

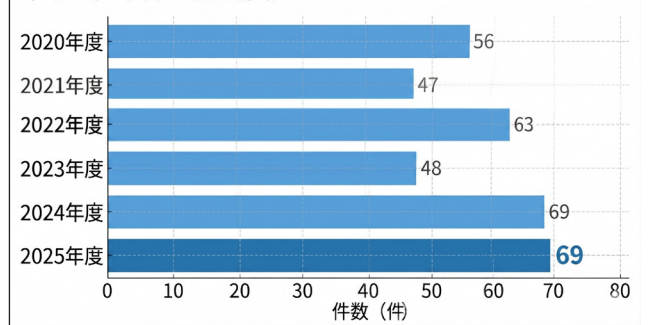
① 会員満足度の向上	会員の要望・期待に応えることで、会員で良かったと感じてもらうこと。
② リレーションの構築	何か困った時、知りたい時に、最初に、そして気軽に協会に言ってみよう・聞いてみよう頼ってもらえること。

会員の声を積極的に収集し、要望や問い合わせをしやすい環境を構築することで、真の会員ニーズを捉え、事業活動に反映することを目指しております。

◆ Webフォームの定着とFAQへの活用

2025年度に会員等からの要望や問い合わせ、相談を受け、CCAJ事務局で対応したのは69件でした。過去最多となった前年度（2024年度）と同数となり、高い水準を維持しています。会員・一般ともに安定して声が寄せられていることは、協会活動が広く認知され、頼りにされている表れとしてポジティブに評価できると言えます。

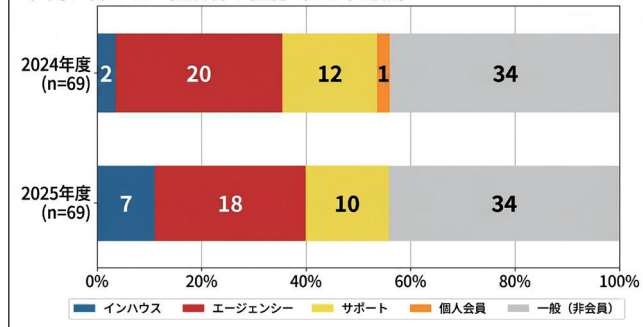
◆ 過去6年間の件数推移



問い合わせや相談者の種別では、インハウス（7件）、エージェント（18件）、サポート（10件）を合わせた会員が

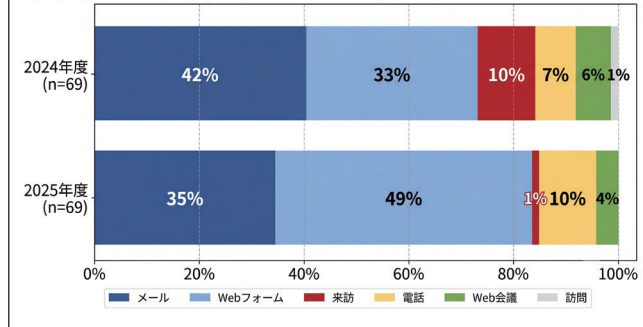
らが35件、一般（非会員）が34件でした。会員と一般の比率は2024年度と全く同じで、傾向に変化はありませんでした。会員・一般ともに声が寄せられるのは、真の業界ニーズを捉える上で非常に有意義であると言えます。

◆ 問い合わせ・相談者の種別（2カ年比較）



2024年10月のホームページリニューアル時に新設したお問い合わせ用の「Webフォーム」が、2025年度は1年を通じてフルに活用され、年間34件（全体の約49%）に達しました。前年度に予測されていた通り、「メール（24件）」を抜いて完全にメインのチャンネルとして定着しています。また、急ぎの相談や複雑な案件には「電話（7件）」や「Web会議（3件）」が状況に応じて使い分けられており、非対面での円滑なコミュニケーション環境が構築されています。

◆ 問い合わせ・相談等の手段（2カ年比較）



6年にわたりVOC活動を継続し、蓄積された会員等の声には共通した疑問、要望が見えてきました。そこで、2025年度はFAQサイトを新設し、協会ホームページのヘッダーおよびメニューに「FAQ」を明記し、導線も作っております。今後も寄せられた声を追加しFAQの充実化を図っていきます。

◆FAQサイト：<https://ccaj.tayori.com/q/ccaj-faq/>



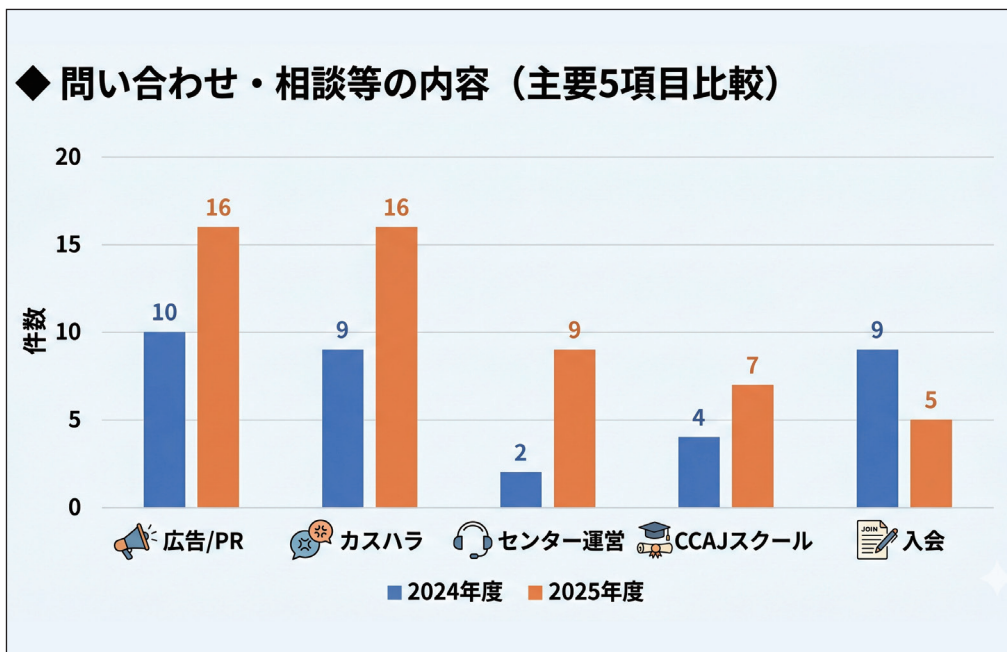
◆カスハラ対策は「ガイドライン策定への要望」から「認定制度を介した実践」へ

問い合わせ・相談等の内容で、最も多かったのは「広告/PR」および「カスタマーハラスメント（カスハラ）」で、ともに16件と最多を占めました。（下図参照）

「広告/PR」では、自社の新サービスやウェビナーの周知を目的とした、メルマガやCCAJ Newsへの広告掲載、会員ニュースへの掲載に関する相談が多く寄せられました。

そして、2025年度の活動を象徴するのが「カスタマーハラスメント」に関する具体的な相談の深化です。2024年度末に公開したガイドラインへの反響に続き、2025年度は新たにスタートした「コンタクトセンター カスタマーハラスメント対策推進企業認定制度」に関する問い合わせが急増しました。

「対策責任者にはどの役職者を選任すべきか」「基本方針を親会社のホームページで公開しても問題ないか」「具体的な審査や承認のスケジュールはどうなっているか」といった、各企業のコンプライアンスや制度設計に直結する具体的な質問が相次ぎました。自社の従業員をいかに守り、制度を実効性のあるものにするかという、各社の「本気度」がVOCを通じて浮き彫りになっています。



2025年度のVOC活動は、件数こそ前年並みでしたが、各企業が直面する課題に対して「次の一手」を具体的に踏み出している様子が強く感じられるものとなりました。

一社だけで悩まず、業界共通の課題として解決の糸口を見つけるため、どのようなことでもお気軽にCCAJ事務局までお寄せください。いただいた大切な声は、各委員会を通じて今後の協会活動や新制度の改善に確実に反映させてまいります。

【重要】2026年10月、カスハラ対策義務化！

「コンタクトセンター カスタマーハラスメント対策推進企業認定制度」

～企業横断的な取り組みにより従業員が安心して働ける職場環境を整備～

2026年10月1日施行の「改正労働施策総合推進法」により、すべての企業においてカスハラ対策が完全義務化されます。企業は方針の明確化や窓口設置など雇用管理上の措置を必ず講じなければなりません。

この改正を単なる義務への受動的な対応で終わらず、企業の信頼性と従業員のエンゲージメントを高める機会とするのが、「コンタクトセンター カスタマーハラスメント対策推進企業認定制度」です。コンタクトセンターを運営する多くの企業の皆さまの参画をお待ちしております。

認定企業の主なメリット

1. 信頼の証を社内外にアピール

認定企業には公式の「認定マーク」と「認定証」が提供されます。自社のホームページ、社内・センター内に掲示し公表することができます。従業員や求職者に対し、カスハラから従業員を守る安心・安全な職場であることをアピールできます。

2. 認定企業間でのノウハウ共有

カスハラの判定基準、従業員への教育や浸透、具体的な対策事例など、認定企業同士による意見・情報交換やネットワークを築ける勉強会の実施を予定しています。他社のノウハウを共有でき、実効性ある体制づくりが進みます。

現在、認定料は無料です。2026年10月の義務化に向けた社内体制の強化として、そして企業の姿勢を社内外に示す絶好のチャンスとして、ぜひ本認定制度への賛同・申請をご検討ください。

《認定マーク》



カスハラ対策推進
CCAJ認定企業
従業員の安心・安全のために

《認定証》



認定企業一覧 (28社、順不同、2026年5月12日現在)

東京ガスカスタマーサポート(株)、TETRAPOT(株)、JP ツーウェイコンタクト(株)、(株)ベルテック、トランスコスモス(株)、アルティウスリンク(株)、(株)TMJ、ビーウィズ(株)、ウィズ・プランナーズ(株)、(株)東通メディア、AAAコンサルティング(株)、(株)NTT東日本サービス、(株)ベルシステム24ホールディングス、アイビーシステム(株)、(株)VPC、(株)かんでんCSフォーラム、(株)スクロール360、東京海上日動安心110番(株)、(株)DNP コアライズ、SCSK サービスウェア(株)、オーナーズエージェント(株)、(株)ヒューマンリレーション、エム・ユー・コミュニケーションズ(株)、(株)NTTネクシア、キューアンドエー(株)、富士ソフトサービスビューロ(株)、(株)グッドクロス、KBI(関西ビジネスインフォメーション(株))

お問い合わせや申請方法は CCAJ 事務局までお問い合わせください。

https://ccaj.or.jp/telemarketing/customer-harassment_cert.html

日本コンタクトセンター協会電話相談室

03-5289-0404 受付時間 10:00～16:00
(土曜・日曜・祝日を除く)

◎本誌のバックナンバーはPDFでもご覧いただけます。

<https://ccaj.or.jp/ccajnews/> (無料)

CCAJ
News
Vol.351



CCAJ News

Vol.351 (2026年6月発行)

発行：一般社団法人日本コンタクトセンター協会

編集発行人：広報委員長 宮坂 南欧實

〒101-0042 東京都千代田区神田東松下町 35 アキヤマビルディング 2

TEL：03-5289-8891 URL：https://ccaj.or.jp