

2024年8月2日

株式会社 TMJ

カスハラとクレームの違いを理解し、カスハラの判断基準と対策の必要性を学ぶ

「カスタマーハラスメント対策研修」の提供を開始

多くの企業のご要望を受けてコンタクトセンター運営の立場で知見を体系化

外部研修の提供だけでなく、自社内での研修実施も順次実施予定

コンタクトセンター・バックオフィス（事務処理センター）の構築・運営を行うセコムグループの株式会社 TMJ（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：丸山 英毅、以下 TMJ）は、「カスタマーハラスメント対策研修」の提供を開始します。本研修は当社クライアント企業をはじめ、多くの企業からのご要望を受けてプログラム化されました。“従業員と顧客エンゲージメントを両立させる”をコンセプトに、企業や組織としてカスタマーハラスメントへいかに対応すべきか、その考え方や具体的な対策について学ぶことができます。



■ 研修提供化の背景

いまや社会課題となっているカスタマーハラスメント（以下、カスハラ）は様々な場面で労働者の就業環境を脅かす事象として注目されています。厚生労働省からも企業向け対策マニュアルが作成されるなど、各企業による方針・対策の策定が急務として求められています。

一方、ビジネスの在り方が変わる中、多くの企業が顧客経験を高め、より満足度の高い顧客接点を保つよう“顧客と寄り添う姿勢”を重視していることもまた事実です。“顧客への寄り添い”と“毅然とした対応”の線引きに悩まれる企業も依然多く存在します。対策方針や実ルールの策定に大規模コンタクトセンター運営事業者として助言を求められるケースが増えてきたことから、今回研修としてプログラム化を実施。TMJの社内研修機関である「TMJユニバーシティ」が持つ多くの研修プログラムの知見と、コンタクトセンター運営の幅広い知見を生かし、この度広く企業向けへ研修提供を開始することとなりました。

また、TMJでは外部研修の提供に加え、自社内での研修実施も順次行います。カスハラに対する知見と対策の要諦を理解した人材を自社コンタクトセンターに広く配置し、クライアントの顧客接点運営をより安定化させるとともに、従業員の安全を守る取り組みとして社内外を問わず対策を講じていく所存です。



■株式会社 TMJ について (<https://www.tmj.jp/>)

TMJ は、株式会社福武書店（現・株式会社ベネッセコーポレーション）のインハウスコールセンターより独立分社化する形で 1992 年に設立。世界でも例のない継続型の会員制事業で培った生産管理、品質管理のノウハウを活かし、多種多様なクライアント企業のコールセンターの設計・運営から、調査・分析、人材派遣、人材育成などのサービスを提供しています。2017 年にはセコム株式会社の 100%子会社となり、より強固で安全性の高いグループネットワークを活かし、クライアントビジネスの成功をサポートします。

※カスハラに関するコラムをオウンドメディアで掲載中です。

ぜひ、ご一読ください。

https://www.tmj.jp/column/column_26475/