

カスタマーハラスメント防止措置に関する意見

2025年10月27日

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）

専務理事 坂倉 忠夫



- ◆名称 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
(通称 NACS)
- ◆「消費者利益と企業活動の調和を図り、社会に貢献する」ことを目的に1988年に
設立、2011年より公益法人に。
- ◆「消費生活アドバイザー」、「消費生活コンサルタント」、「消費生活相談員」の
消費生活関連資格保有者で構成される、消費生活に関するわが国最大の専門家
団体。現在、会員約2,000名が全国7支部で活動中。
- ◆活動の3本の柱
「消費者相談」、「消費者啓発」、「行政・企業・消費者団体との連携」



1. 事業者への支援

- ・講師派遣 カスハラ対応研修、クレーム対応研修
- ・オンデマンド講座配信
- ・マニュアル作成のお手伝い

2. 消費者への啓発

- ・講師派遣 消費者向けセミナー
- ・「企業への伝え方」

3. 情報発信



カスタマーハラスメント： 新しい時代の信頼関係の構築

東洋大学教授・ココロバランス研究所理事 桐生 正幸



私が、カスタマーハラスメント（カスハラ）の研究や、対策マニュアル作成のお手伝い等を始めてから11年ほど経ちました。当時、悪質クレームやクレーマーと呼ばれていたカスハラですが、公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）での講演をしたことが切っ掛けで、この問題の根の深さに気付く研究を始めた経緯があります。

現在のカスハラが現れたのは、概ね20年前からだと考えられます。出現の要因の1つとしてインターネットの普及が指摘されますが、1999年の東芝クレーマー事件などは、その象徴的な事件ではないかと考えられます。要因の2つ目は、団塊の世代が退職し消費の担い手として出現し始めたこ

一方、消費者も、お店や企業は我々を大事に扱うのが当たり前だと思い込み、カスハラ気質が知らず知らずのうちに育ってしまったのではないのでしょうか。企業側のボリシーであった「お客様は神様」は、いつしか消費者側の歪んだ信念になってしまった感があります。消費者と対応者・会社との関係性がから生じる悪しき対人関係、それがカスハラだと言えるかもしれません。

2022年、厚生労働省から「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」が発表されたことから、多くの企業が指針や対応マニュアルを公表し、いくつかの自治体が条例を制定し始め、社会的な認知も深まってきています。

（１）カスタマーハラスメント防止措置に関する指針の策定に当たって、留意すべき事項について

①指針で

- ・顧客から正当な申入れを行うことは直ちにカスタマーハラスメントには当たらない旨、
- ・消費者法制により定められている消費者の権利等に留意する必要があることを示すことについて

◆指針に示していただきたい。

◆消費者の権利と事業者の責務

- ・苦情・クレームや意見を事業者に出すのは消費者の権利。
- ・事業者はその声を商品・サービス・経営に活かすことが求められる。

◆ほとんどの消費者は善良な消費者であり、ほとんどの苦情・クレームは正当な内容

- ・苦情・クレーム = カスハラ とならないように。

（１）カスタマーハラスメント防止措置に関する指針の策定に当たって、留意すべき事項について

②上記のほか、事業主が雇用管理上の措置を講ずる際に留意することが望ましいと考えられる事項について

- ◆事業者は、現場の実態を把握し、雇用管理上の措置のみではなく、カスハラ対策全般の策定と社内への周知をすることが必要
 - ・定義、対応方針、体制整備、マニュアル作成、研修、メンタルケア 等
 - ・その前提として
 - 「カスハラ」と「正当な苦情・クレーム」の違いの明確化
 - 消費者からの正常なお申し出にきちんと対応できる体制づくり、対応スキル向上
- ◆従業員の安全・尊厳を守る体制と、消費者の声をしっかり聴き活かすことの両立
 - ・消費者が事業者に意見を言いにくくならないように留意
- ◆カスハラ対応について相談した従業員にとって不利益にならないように、従業員が安心して相談できるように、申し出しやすい環境づくりが大切

（2）指針策定後の周知に当たって、留意すべき事項について

①事業主や労働者が理解しておくといトラブル防止のための工夫について

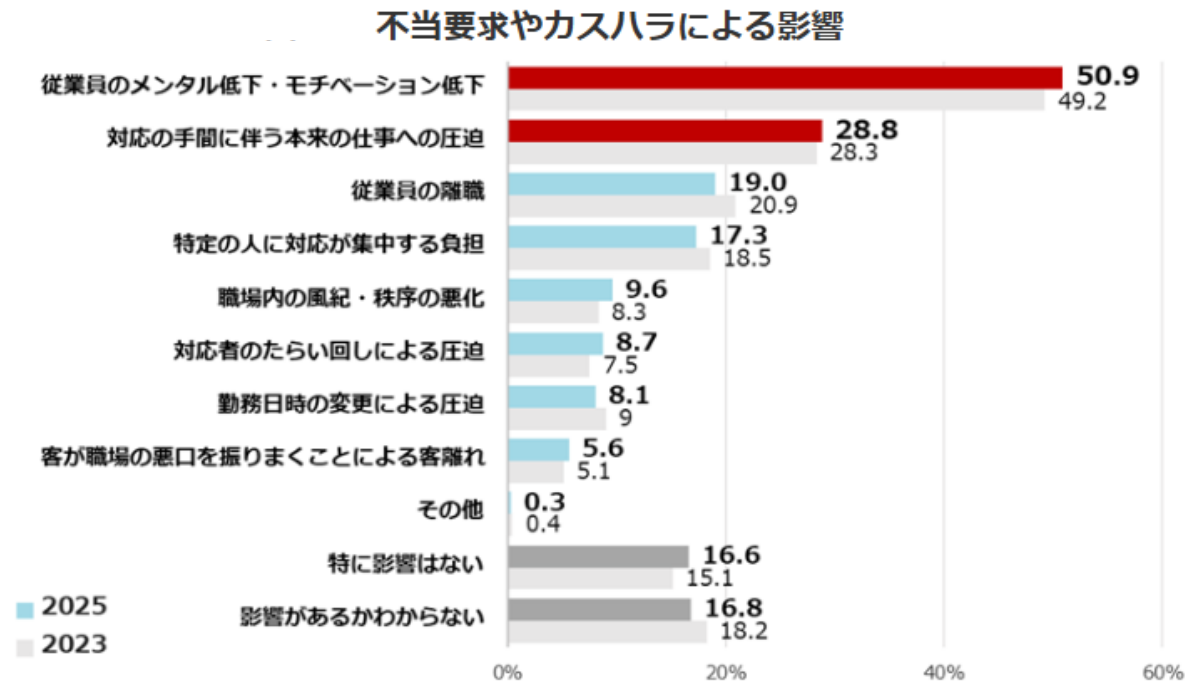
- ◆「カスハラ」と「正当な苦情・クレーム」の違いの明確化
- ◆消費者からの正当な苦情・クレーム等の申し出に対し、事業者はしっかりと対応できる体制づくり、対応スキルの向上などを進めることが大切
- ◆消費者の中には、認知症や障がいのある人など合理的な配慮が必要な人も存在することに注意
- ◆事業主にとって、カスハラはお客様対応の問題だけではなく、経営問題・労務問題であるという認識をもっていただく

ヒアリング事項（2）②

（2）指針策定後の周知に当たって、留意すべき事項について

②周知の際に活用すべき具体的な事例について

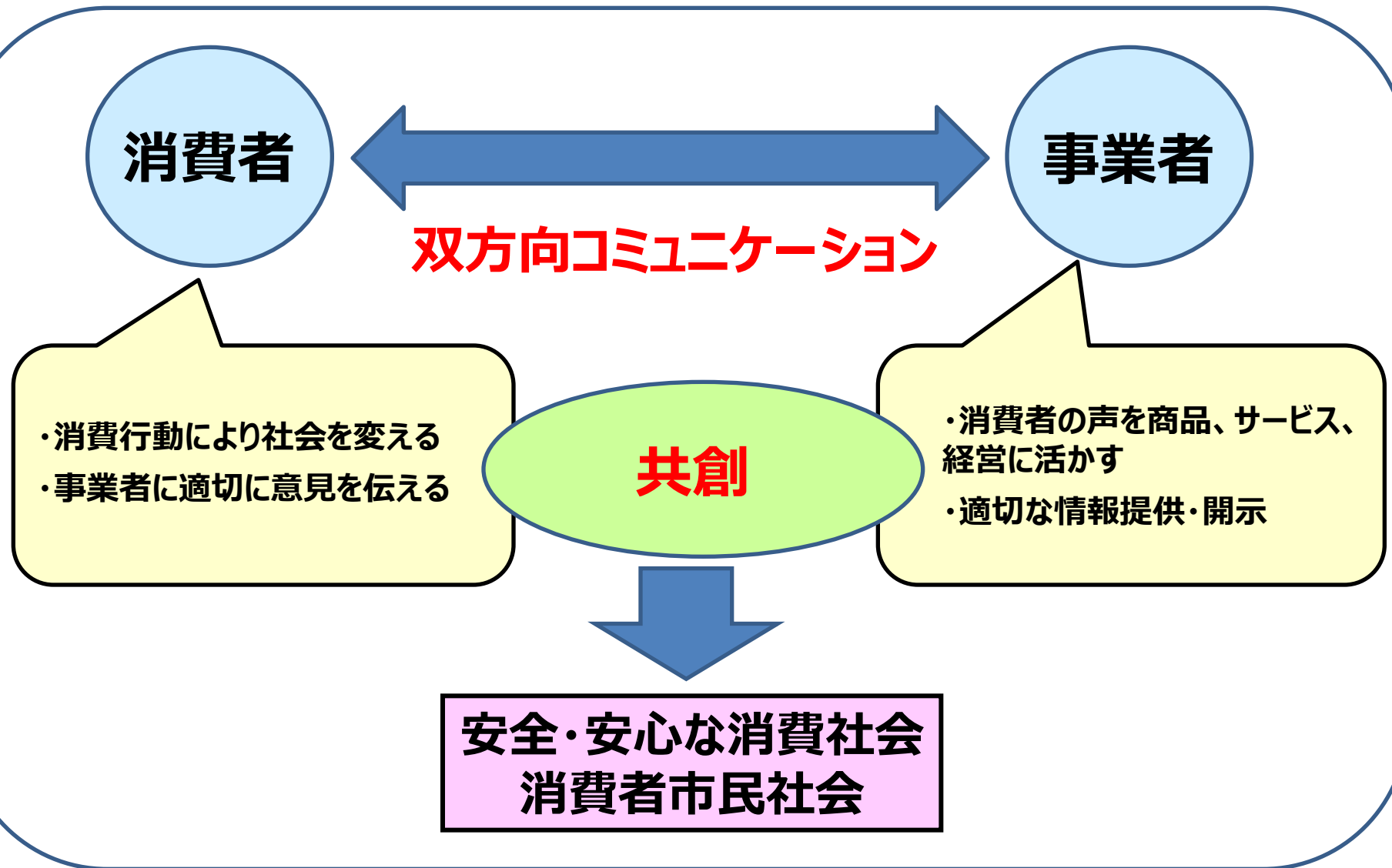
- ◆ 事業者における従業員へのサポート施策・体制の具体的事例
 - ・社内相談窓口、外部メンタルカウンセラー、定期的面談、二次対応体制 等
- ◆ カスハラが原因と労災認定された実例
- ◆ 不当要求やカスハラによる影響を調査した下記のようなデータ



（株式会社エス・ピー・ネットワーク 2025年7月「カスタマーハラスメント実態調査」より引用）

調査対象：企業でクレーム対応を行った経験のある会社員1,030人

<https://www.sp-network.co.jp/column-report/column/spneye/candr20122.html>)



- ◆カスタマーハラスメントの言葉がひとり歩きして、消費者がクレームを言いにくくなること、企業担当者が対応努力を怠ることは避けたい。
- ◆消費者と企業がお互いに尊重し合い、協働・共創して安全・安心な消費社会、消費者市民社会を創っていききたい

ありがとうございました

