

消費者の立場から見たカスタマーハラスメント

顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策の推進に係る
関係省庁連携会議（第2回）



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
理事・西日本支部支部長 樋口容子、 理事 河嶋信子



NACSの主な活動

- ・ **消費生活相談**

 - 週末消費者相談（ウイークエンド・テレホン）

 - Consumer ADR

 - なんでも110番

- ・ **消費生活に関する消費者啓発・教育・研究**

 - 学校教育講師派遣

 - 一般向け啓発・教育

 - 消費者問題の研究・分析・報告

- ・ **企業・行政との連携**

 - 関連機関への情報提示・意見交換・パブリックコメント

 - 消費者志向経営の促進支援

NACCSの組織（全国7支部）

2020年3月末 会員数2,300名

北海道支部

中国支部

鳥取・岡山・島根
広島・山口

西日本支部

滋賀・奈良・大阪
京都・兵庫・和歌山
徳島・愛媛・高知
香川

東北支部

青森・岩手・秋田
山形・宮城・福島

九州支部

福岡・佐賀・熊本
長崎・大分・宮崎
鹿児島・沖縄

中部支部

静岡・岐阜・愛知
三重・富山・石川
福井

東日本支部

群馬・栃木・茨城
埼玉・千葉・東京
神奈川・山梨
新潟・長野

消費者の立場で見たカスタマーハラスメント問題の受止め 【正当なクレームとカスタマーハラスメントの違い】

正当なクレームとは…

- ・商品やサービスの瑕疵や債務の不履行などに対する訴え。また法的に問題があるにもかかわらず正当な対応をされない場合の反応
- ・法的に問題がないまでも、提供された商品・サービス・顧客対応に関する不満足の表明

カスタマーハラスメントとは…

- ・法的にも倫理観的にも正当とはいえない要求を執拗に繰り返したり、威喝する行為
- ・自分の訴えが受け入れられない場合に、販売員、オペレーター等の対応者に対し暴力を振るったり、人格を傷つける発言等をする行為

消費者の立場で見たカスタマーハラスメント問題の受止め 【正当なクレームとカスタマーハラスメントの違い】

カスタマーハラスメントを行う人とは…

- 1) 詐取や不当性を認識していて反社会的な要求を繰り返す人々
- 2) 判断力の低下により、不当な要求をする人々
- 3) 一般の人々

カスタマーハラスメントを行う人への対応手段

- 1) **警察**や**司法**などへの協力要請
- 2) **家族**や**介護関係者**の協力要請
- 3) **消費者団体**にできることがないか

カスタマーハラスメントを行う一般の人々の傾向

- 1) 法律の知識が乏しい
- 2) 倫理観に欠ける面がある
- 3) マスコミやネット上での論調に同調しやすい

カスタマーハラスメント防止のため消費者としてできること

【消費者団体としての取組、消費者としての上手な意見の伝え方】

1. 法律知識・倫理観の乏しさに対しての消費者啓発

NACSで展開している学校教育・一般への消費者啓発事業の推進

1) 民法や消費者関連法規の基本的な理解の促進

- ・ 契約の成立に関して
- ・ 有効・無効とは
- ・ 取消・解除とは
- ・ 解約について
- 等

2) エシカル消費を通じての倫理的消費者教育の推進

2. マスコミやネット上での論調を批判的に捉える目を養う教育の推進

3. 消費者としての上手な意見の伝え方

- 1) 必要最低限の法律の知識をもつ
- 2) 倫理観を醸成する
- 3) マスコミやネット上での論調に同調しない

行政や企業が対策や消費者向けの啓発を進める上での留意点 【従業員をカスタマーハラスメントから守ることを前提に】

1. 社員教育、顧客対応力の向上

- 1) 消費者に求める以上の法律知識・倫理観
- 2) 相手の立場への共感、心情への配慮

※正当なクレームが、企業側の対応のまずさからカスタマーハラスメントに発展するケースも...

2. カスタマーハラスメントを生まない顧客対応体制、企業風土の醸成

- 1) 小さな不満の要因を潰す努力で、カスタマーハラスメント防止の可能性も
 - ・ カスタマーハラスメントを行う人の中には多くの一般の人々が
 - ・ 小さな不満が重なることで怒りを爆発させ、不当な要求や暴行・暴言に発展するケースも
- 2) カスタマーハラスメント事案検証の必要性
 - ・ そもそもの原因が何であったか、企業側に問題はなかったか

行政や企業が対策や消費者向けの啓発を進める上での留意点 【カスタマーハラスメントに対する社会への問題提起】

1. マスコミへの問題提起、協力依頼

- ・新聞・テレビ番組等の報道を通じ、社会全体がカスタマーハラスメントへの関心を高めることで、教育効果・防止効果を期待
(例) あおり運転に対する社会の関心の高まり

2. 行政・事業者団体・企業の連携

- ・官民一体となった防止キャンペーンの展開 等



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）事業