



消費者庁

Consumer Affairs Agency, Government of Japan

カスタマーハラスメントの防止対策の推進  
に係る関係省庁連携会議（第1回）

令和7年1月17日

資料  
3-2

# カスタマーハラスメントに関わる 消費者庁の取組

令和7年1月17日（金）  
消費者教育推進課



消費者ホットライン188  
イメージキャラクター  
イヤン

# カスタマーハラスメントに関わる消費者庁の取組

- 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（令和5年3月、閣議決定）において、**消費者が事業者に適切な意見を伝えることは、事業者の提供する商品やサービスの改善を促すことにもつながるものであり、消費者市民社会の形成に資する行動**である旨明記。
- 消費者向けの啓発チラシや啓発ポスターを、消費者教育ポータルサイトやSNS等を通じて周知。
- 従業員向け消費者教育研修プログラムを開発し、カスハラ関連の内容を記載（令和5年度）。同プログラムを活用した研修（講師派遣）を実施（令和6年度）。

## 消費者教育推進基本方針（抜粋）

### I 消費者教育の推進の意義

#### 1 消費者を取り巻く現状と課題

##### (2) 社会情勢の変化 (自然災害等の緊急時)

さらに、こうした緊急時に、消費者による従業員等への行き過ぎた言動が見られたことも踏まえると、**消費者は適切な意見の伝え方を身に付けるとともに、事業者は消費者の声を受け止め、両者が適切なコミュニケーションをとることで信頼関係が失われることを防ぐ観点も必要**である。

#### 2 消費者教育の推進の必要性

##### (2) 「消費者市民社会」の意義

**事業者に適切に意見を伝えることは、事業者の提供する商品やサービスの改善を促すことにつながり得る。**こうした行動は、**消費者市民社会の一員としての行動**といえることができる。

(略)  
消費者と事業者が従来の取引等において相対する関係から、**共通の目標の実現に向けて共創・協働するパートナーとしての関係へと高めていくことが重要**である。

### III 消費者教育の推進の内容に関する事項

#### 2 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用

##### (7) 自ら学び行動する消費者

社会のデジタル化の進展により、取引や情報発信の枠組みが大きく変革する中で、フリマアプリのように消費者が販売者になったり、SNSやウェブサイトへの書き込み等の情報提供を行ったりする際には、他の消費者へ被害を与えることのないよう、情報リテラシーや情報モラルの重要性についての意識を高め、十分注意をする必要がある。**事業者に対する消費者の不適当な言動が問題とされる例も多い。**また、消費者が持続可能な社会の形成に向けた情報等を主体的に広く発信することも可能になっている。**公正で健全な市場への参加者という自覚を育成していくことも必要である。**

## 消費者教育ポータルサイト、SNS等での周知

### ○消費者・消費者教育の担い手向けに啓発資料等を周知

「消費者が意見を伝える」際のポイント

自立した消費者として、意見がきちんと相手に伝わるように、「意見を伝える」ときには次の3つのポイントを参考にしてみてください。

**Point 1**  
ひと呼吸、置こう！  
怒りに任せた発言は逆効果。ひと呼吸おいて冷静に、従業員も同じ「人」として、お互いに尊重し合うことが大切です。

**Point 2**  
言いたいこと、要求したいことを「明確に」、そして「理由」を丁寧に伝えましょう！  
返品したいのか、解約したいのか、またその理由を明確に、丁寧に伝えることが重要です。

**Point 3**  
事業者の説明も聞きましょう！  
上手なコミュニケーションが解決への糸口。一方的に主張するだけでなく、事業者の説明も聞きましょう。  
従業員、事業者も頑張っています。意見の伝え方には留意しましょう。

※行き過ぎた言動をとると、場合によっては犯罪として処罰されることもあります。

【事例①】強要罪に問われた例  
アルバイト従業員の接客態度に不満を述べ、「土下座して謝れ。」などと怒鳴りつけ、店員に土下座して謝罪をさせたとして、強要罪で有罪に。

【事例②】恐喝罪に問われた例  
店長の接客態度に不満を述べ、長時間にわたり店長等に抗議をし、これを良い機会として脅迫をして、物品を要求し、恐喝罪で有罪に。

STOP! カスタマーハラスメント  
—みなさまに気持ちよく過ごしていただくために—

カスタマーハラスメントとは？  
カスタマーハラスメントは、例えば、  
・過度な要求や不当な言いがかりなど、**主観的**に問題があるもの  
・主張する内容には正当性があるが、**暴力や暴言など、主観的**に問題があるものが考えられます。  
暴力行為を助長、中絶は犯罪行為に当たる可能性のあるものも含まれます。

意見を伝える際のポイント  
意見をきちんと相手に伝わるように、従業員に意見を伝える際には、以下の点を意識してみてください。

①「上」呼吸、置きましょう！  
②言いたいこと、要求したいことを明確に、そして理由を丁寧に伝えましょう！  
③従業員側の説明も聞きましょう！

## 従業員向け消費者教育研修プログラムの活用

### ○従業員向け消費者教育研修プログラム「消費生活のキホン」を活用した講師派遣を実施

講義3. 消費者と企業が責任を果たすために

「消費者」にできること  
3 企業等に意見を伝える

エシカルな商品を置いてほしいです → お客様からこんな声が寄せられました

エシカル消費につながる商品がないとき、調達・製造過程の情報が分からないとき企業に要望を伝えたりすることで、企業の活動が変わっていくことが期待できます。

講義3. 消費者と企業が責任を果たすために

「消費者」にできること  
3 企業等に意見を伝える

皆さんならどのように意見を伝えますか？

生産と消費のあり方を変えていくためには、消費者と企業が「協働」するという観点から互いの意見を聞き合うことが大切です。

不満を持って企業に対応を求めるときも、意見を一方的に主張するのではなく、企業の説明もよく聞いて、両者が「対話」を重ねることで、より良い解決の糸口を見つけていくことができます。