

消費者の立場から見たカスタマーハラスメント

～厚生労働省「顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策推進に係る関係省庁連絡会議」（第2回）資料から引用～

カスタマーハラスメントとは

【正当なクレームとの違い・判断基準】

- 商品の不具合やサービスの債務の不履行などに対する必要な訴えかどうか。
- その態様が苦情を伝えるための方法として相当な範囲かどうか。

【カスタマーハラスメント】

- 法的にも論理的にも正当とは言えない要求を執拗に繰り返したり、威嚇する行為
- 自分の訴えが受け入れられない場合に、担当者、オペレーター等の対応者に対し、暴力（言葉による）や人格を傷つける発言等をする行為

カスタマーハラスメントを行う人の傾向

- ①法律の知識が乏しい（極端に豊富） ②倫理観に欠ける面がある（感情的）
- ③マスコミやネット上の論調に同調しやすい（思い込みが激しい）

防止のための消費者への対応

1 適切な法律知識・倫理感に身に付けるための消費者啓発

- 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 ●有効・無効 ●取り消し ●解除・解約 等
- ②SDGsにおけるエシカル消費を通じた論理的消費者教育の推進

2 SNS等のネット上や一部マスコミでの論調を客観的に思考する力を養う教育の推進

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身に付ける。→契約等への理解
- ②倫理観の醸成→適切な意思決定
- ③SNS等のネット上や一部マスコミでの論調に安易に同調しない（疑問の目を持つ）

国における今後の対策

- 令和3年度中に厚生労働省において企業向けマニュアルを作成予定。
- 関係省庁が密接し連携し、顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策を総合的かつ効果的に推進するための「顧客等からの著しい明確行為の防止対策の推進に係る関係省庁連絡会議」において、ヒアリング等を行い、効果的な防止対策のあり方などを整理。
- 会議での議論を踏まえ、上記マニュアルについて関係省庁と連携して周知。