

顧客等としてカスタマーハラスメントの 加害者とならないために

～法改正も視野に入れて

講義資料

令和8年7月22日



（受託事業者）株式会社エス・ピー・ネットワーク

◆埼玉県カスタマーハラスメント防止条例について

1. 顧客等の責務を理解する
2. カスタマーハラスメントを行うことの弊害を理解する
3. カスタマーハラスメントにならないためのポイントを理解する

ことを通じて、

事業者と顧客等が「相互に尊重し合える社会」の実現を目指す

事業者と顧客等との「良好な関係の構築」を目指す

**皆様が、カスタマーハラスメントをなくすべく意識・行動する
ための基礎知識を身に付ける**

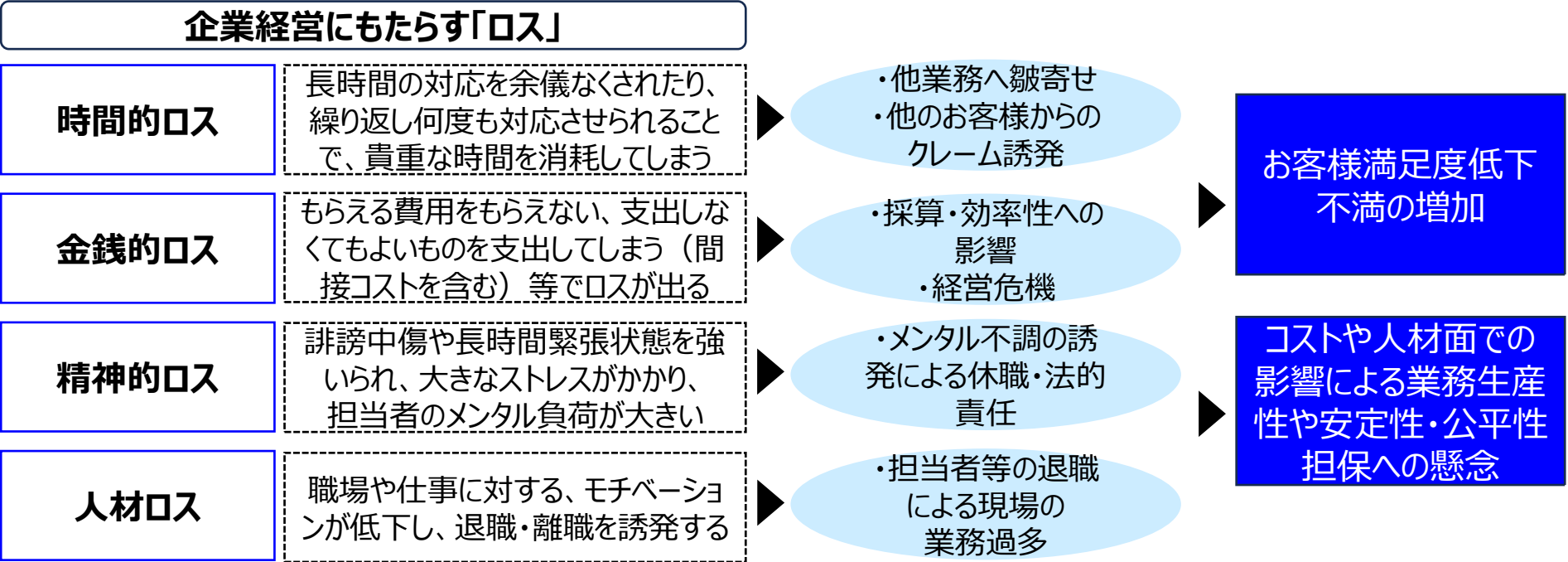
※施行時期：埼玉県条例は令和8年7月1日施行、国の法律は令和8年10月1日施行。

I .カスタマーハラスメントと 対策の必要性



カスタマーハラスメントが事業者や就業者に及ぼす影響

条例第 3 条第1項
カスタマーハラスメントは、**就業者の人格及び尊厳を害し、心身に重大な影響を及ぼし、業務の遂行に支障を生じさせるとともに、事業者の安定した事業活動の継続並びに他の顧客等の豊かな消費生活及び公正な取引の実現に影響を及ぼす**ものであるとの認識の下、社会全体でその防止を図らなければならない。



条例第 3 条 第2項
何人も、カスタマーハラスメントを行ってはならない。

- 県民であるかどうかを問わないし、事業者間取引においても当てはまる

条例の目指すところ～条例の目的（第1条）：カスハラ対策の必要性

事業者にとって	誰もが安心して働くことができる就業環境を整備することで、小規模事業者等でも、安定した事業活動を継続できる環境を構築する
顧客等にとって	豊かな消費生活及び公平な取引を促進する
県として	（就業者と顧客等が）相互に尊重し合える社会の実現を図ることで、持続可能な社会の実現に資する

【ポイント】

- 就業者と顧客等は「対等な立場」・・・顧客等が優位にあるわけではない！
→同じ埼玉県民として、「相互に尊重し合う」ことを心がけましょう

条例第3条 第3項

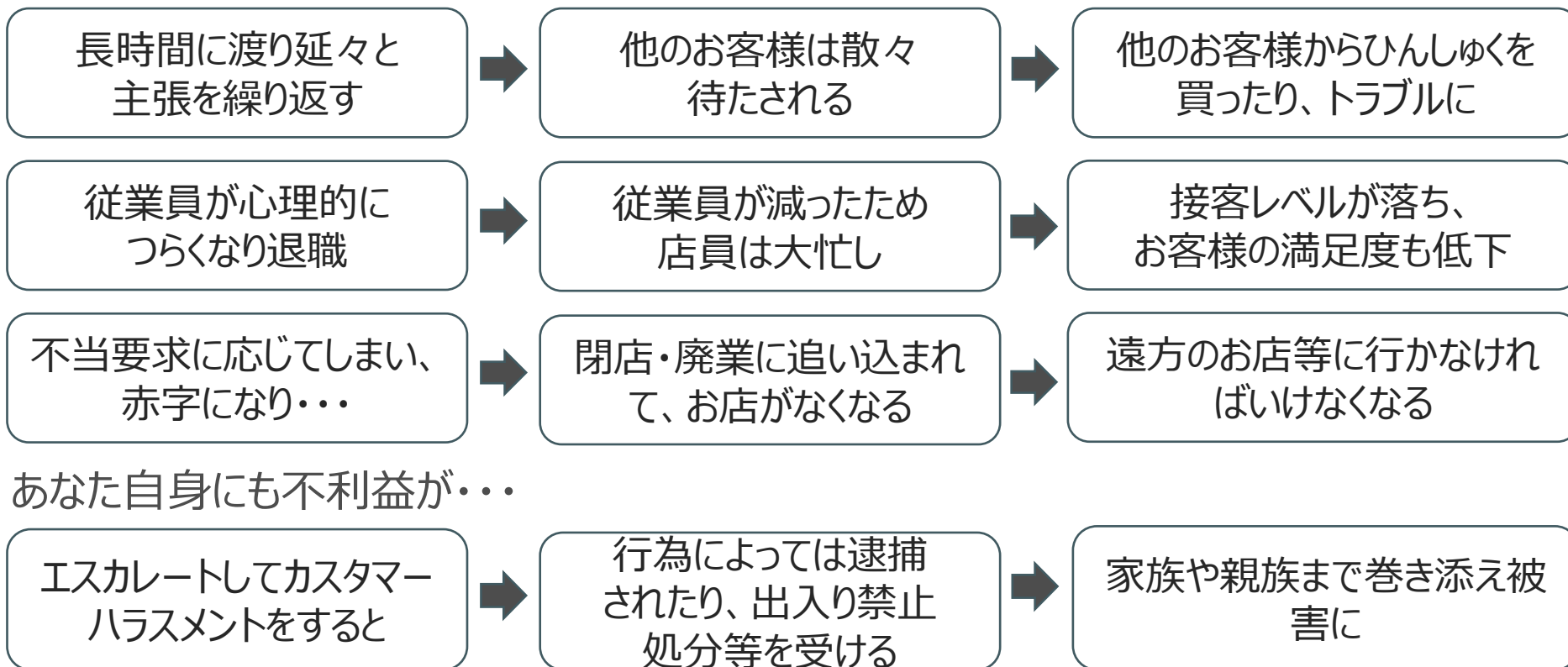
カスタマーハラスメントの防止に当たっては、顧客等及び就業者が対等の立場において相互に尊重することを旨としなければならない。

- 条例において、「顧客等と就業者が対等の立場」と明記されています
→相互の事情を理解し、尊重すること・・・カスタマーハラスメントが生じる構図（後述）で詳細を解説

カスタマーハラスメントが顧客等に及ぼす影響

カスタマーハラスメントの弊害・・・一人の迷惑で社会全体が困る

本人は「何とかしたい」と思って、正当な要望を伝えているつもりが・・・



国の法律で、カスタマーハラスメントが行われた場合は、事業主に対して、対応の打ち切りや出入り禁止などの処置を取るよう義務化しており、このリスクは高まっている

努力義務とはいえ、重要な、取引先へのカスハラ「加害防止」対策
→改正労働施策総合推進法では条文の1つ（第34条）を使って加害防止に努めるべきことを
明示する力の入れよう

事業主に
対して

- 顧客等言動問題（＝カスハラ）に対するその雇用する労働者の関心と理解を深める
- 当該労働者（＝自社の従業員）が他の事業主が雇用する労働者（＝取引先従業員）に対する言動に必要な注意を払うよう、研修の実施その他の必要な配慮をする

役員に
対して

- 自ら、顧客等言動問題（＝カスハラ）に対する関心と理解を深める
- 他の事業主が雇用する労働者（＝取引先従業員）に対する言動に必要な注意を払うように努めなければならない

労働者に
対して

- 自ら、顧客等言動問題（＝カスハラ）に対する関心と理解を深める
- 他の事業主が雇用する労働者（＝取引先従業員）に対する言動に必要な注意を払うように努めなければならない

顧客に
対して

- 自ら、顧客等言動問題（＝カスハラ）に対する関心と理解を深める
- 労働者に対する言動が、当該労働者の就業環境を害することのないように必要な注意を払うように努めなければならない

労働関係の法律に、顧客としてのこのような義務を置いた意味は？

…消費者として振る舞う場面で、利用店舗等でのカスハラ加害防止を意図したもの

Ⅱ.カスタマーハラスメントとは



カスタマーハラスメントとは（定義：第2条）

条例第2条 第5号

／ ※法律では「労働者」→条例は個人事業主等、雇用関係にない者も保護する趣旨
顧客等の言動であって、**就業者**が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えたものにより当該就業者の就業環境が害されることをいう

3つの要件が必要

顧客等の言動

- **顧客：事業者により商品若しくは役務の提供を受ける者若しくはその可能性のある者**
→今後商品又は役務提供を受けることが予想される者（順番待ちしている客等）を含む
- **等：事業者が事業を遂行するに当たり関係を有する利害関係者**
→「教員」に対する「児童生徒の保護者」、「工事業者」に対する「現場の近隣住民」等
- **言動：対面に限らず、電話、メール、インターネットへの書き込み等も含む**
→不退去などの「不作為」も含む

社会通念上 許容される範囲 を超える

- **社会通念に照らし、顧客等の言動の内容が契約内容からして相当性を欠くもの、又は手段や態様が相当でないものをいう**
→「言動の内容」や「手段や態様」に着目し、総合的に判断。一方のみでも該当しうる
- **事業者又は就業者側の不適切な対応が原因や背景になっている場合があることに注意**

就業者の 就業環境を 害する

- **顧客等の言動により就業者が身体的又は精神的に苦痛を与えられ、就業者の就業環境が不快となったため、能力の発揮に重大な悪影響が生じる等当該就業者が就業する上で看過できない程度の支障が生じること**
→平均的な労働者（社会一般の就業者）の感じ方を基準とする
→言動の頻度や継続性を考慮。強い身体的又は精神的苦痛を感じる場合は1回でも該当する

カスタマーハラスメントとは～具体的なイメージ・・・厚生労働省のポスターを例に



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とは、例えば、
・過大な要求や不当な言いがかりなど、**主張内容**等に問題があるもの
・主張する内容には正当性があるが、暴力や暴言など、**主張方法**に問題があるものが考えられます。
暴力行為を始め、中に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

意見が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ひと呼吸、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従業員の説明も聞きましょう!

どんな行為が例として、あげられているか

- 慰謝料払ったら許してやるよ
- SNSにアップしてやるよ
- つべこべ言うな! 言われた通りにしろ!
- 土下座しろ!!
- お客様は神様じゃないのか?
- 暴力、暴言



注目すべきキーワード

「そのクレーム、やりすぎていませんか?」

・・・「やりすぎ」＝「社会通念上許容される範囲を超える」

- ✓ 言い過ぎ（程度、時間）
- ✓ （長時間）ゴネすぎ
- ✓ 感情的になりすぎ
- ✓ 上から目線すぎ
- ✓ 相手を馬鹿にしすぎ・見下しすぎ

気をつけよう!

厚生労働省のポスター

参考：「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」掲載の例示

県で作成した「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」において、「社会通念上許容される範囲を超えた言動」の例示がされている。詳細は各自で確認願いたい。

イ 言動の内容が社会通念上許容される範囲を超えるもの

※記載されている例は一例です。

行為類型	典型例	具体的事例
① そもそも要求に理由がない又は商品・サービス等と全く関係のない要求	性的な要求や、就業者のプライバシーに関わる要求をすること	レストランで店員に対して、卑猥な言葉を使うよう要求すること
		従業員につきまとい、生年月日や住所等の個人情報を聞き出そうとすること
		訪問した市役所職員に業務に関係のない用事を依頼すること
		自社の創立記念イベントの手伝いに取引先の社員を動員すること
② 契約等により想定しているサービスを著しく超える要求	契約内容を著しく超えたサービスの提供を要求すること	ツアーコンダクターに観光ルートに入っていない場所に寄るよう要求すること
		レストランでメニューに掲載されていない料理を出すよう要求すること
		授業終了が遅くなったので、教員に子供を自宅まで送るよう要求すること

参考：「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」掲載の例示

県で作成した「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」において、「社会通念上許容される範囲を超えた言動」の例示がされている。詳細は各自で確認願いたい。

イ 言動の内容が社会通念上許容される範囲を超えるもの(つづき)

※記載されている例は一例です。

行為類型	典型例	具体的事例
③ 対応が著しく困難な又は対応が不可能な要求	契約金額の著しい減額の要求をすること	店員の対応が悪かったからとサービスを半額にするよう要求したり、促したりすること
		宅配で依頼したケーキが「つぶれていたから」と食べた後に無料にするよう要求すること
		ボランティア団体・町内会が月1回実施している清掃活動を毎日行うよう周辺の住民が要求すること
④ 不当な損害賠償要求	商品やサービス等の内容と無関係である不当な損害賠償要求をすること	購入した家電製品に不具合や故障がないのに、「精神的被害」を理由に高額な損害賠償を求めること
		駅で泥酔した客が駅員に財布を盗まれたと言いがかりをつけて損害賠償を要求すること
		取引先から納入された機器を不適切に使用したために使用できなくなったにもかかわらず、損害賠償を要求すること

参考：「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」掲載の例示

県で作成した「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」において、「社会通念上許容される範囲を超えた言動」の例示がされている。詳細は各自で確認願いたい。

□ 手段や態様が社会通念上許容される範囲を超えるもの

※記載されている例は一例です。

行為類型	典型例
① 身体的な攻撃(暴行、傷害等)	就業者に対して殴る、蹴る、叩く等の暴行を行うこと
	就業者に対して物を投げつけること
	就業者にわざとぶつかること
	就業者に対してつばを吐きかけること
② 精神的な攻撃(脅迫、中傷、名誉毀損、侮辱、暴言、土下座の強要等)	店舗の物を壊すことをほのめかす発言やSNS等のインターネット上へ悪評を投稿することをほのめかす発言によって就業者を脅すこと
	SNS等のインターネット上へ就業者のプライバシーに係る情報の投稿等を行うこと
	就業者の人格を否定するような言動を行うこと。相手の性的指向・ジェンダーアイデンティティに関する侮辱的な言動を行うことを含む
	土下座を強要すること
	盗撮や無断での撮影を行うこと
	就業者の性的指向・ジェンダーアイデンティティ等の機微な個人情報について、当該就業者の了解を得ずに他の者に暴露すること又は当該就業者が開示することを強要する若しくは禁止すること

参考：「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」掲載の例示

県で作成した「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」において、「社会通念上許容される範囲を超えた言動」の例示がされている。詳細は各自で確認願いたい。

□ 手段や態様が社会通念上許容される範囲を超えるもの(つづき)

※記載されている例は一例です。

行為類型	典型例
③ 威圧的な言動	大きな声をあげて就業者や周囲を威圧すること
	反社会的な言動を行うこと
④ 継続的、執拗な言動	就業者に同様の質問を執拗に繰り返すこと
	当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な責め立てをすること
	同様の電子メール等を執拗に繰り返し送りつけること
⑤ 拘束的な言動(不退去、居座り、監禁)	長時間に渡る居座りや電話で就業者を拘束すること

カスタマーハラスメントが生じる構図を踏まえた基本理念（第3条第2項～同4項）

条例第3条 第2項

何人も、カスタマーハラスメントを行ってはならない。

条例第3条 第3項

カスタマーハラスメントの防止に当たっては、顧客等及び就業者が対等の立場において相互に尊重することを旨としなければならない。

条例第3条 第4項

カスタマーハラスメントの防止に当たっては、顧客等の社会通念上許容される範囲の要望の申出等を行う機会を確保することが当該顧客等の利益を擁護するものであるとともに、事業者の事業活動の発展に資することを踏まえ、当該要望の申出等が妨げられることのないように配慮されなければならない。

【ポイント】

- 就業者と顧客等は「対等な立場」・・・顧客等が優位にあるわけではない！
→同じ埼玉県民として、「相互に尊重し合う」ことを心がけましょう
- 顧客等の社会通念上正当な範囲での申出機会の確保の配慮等、CS対応の原則を条例で規定していることに注意
→安易なカスハラ認定は厳禁＝初期対応は傾聴の姿勢で適切に行う
→障害者が顧客の場合は、障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（通称、障害者差別解消法）における「合理的配慮」が必要なので、慎重に対応すること

※正当な申入れや合理的配慮に関する内容は、県の指針P5～8を参照のこと

Ⅲ. 顧客等の責務



条例の基本構造を踏まえたポイント～①顧客等と就業者は相互に尊重しあうことが大切

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第5条

- 1 顧客等は、基本理念にのっとり、カスタマーハラスメントに係る問題に対する関心と理解を深めるとともに、就業者に対する言動に必要な注意を払うよう努めなければならない。
- 2 顧客等は、県が実施するカスタマーハラスメント防止施策に協力するよう努めなければならない。

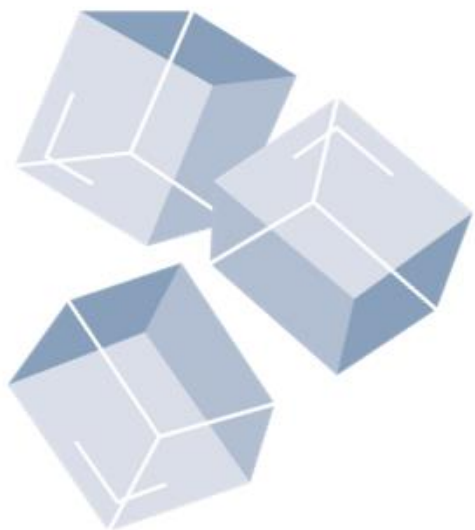
考え方

- カスハラが発生を防止するに当たり、カスハラの行為者となり得る顧客等には、カスハラの内容をはじめ、就業者や事業者への影響について、関心と理解を深めることが求められます。
- 顧客等は、就業者に対し、要望を行うに当たっては、就業者と対等の立場であることを認識し、相手を思いやり、尊重し合うことが重要です。
- 顧客等は、カスハラに該当する言動を行わないよう、就業者に対して必要な注意を払うよう努めなければなりません。
- 顧客等は、県が実施するカスハラに関する情報提供や啓発活動に関心を持ち、理解を深めることにより、適切な対応を心掛けることが期待されます。

顧客側が勘違いしやすい点

- 「私は客だ」、「金を払っている」と特権意識をもってしまいがち
→しかし、代金は商品やサービスの対価であり、顧客側も享受していることを忘れない
→「お金を払っていれば、相手方に何をしてもよい、何を言ってもよい」ということではない
- 「接客態度」はマナーの問題→明らかな粗相がない限り、指摘するのは筋違い
→条例の趣旨＝相互尊重・・・顧客側の態度・物言いも配慮が必要

IV. カスタマーハラスメントに ならないための 留意点



「私は大丈夫。そんなことしないから・・・」
と、思っていないませんか？

知っておこう！ 注意しよう！

カスタマーハラスメントをやっている人は、自分の行為がカスタマーハラスメント
だと思っていない人が多い
・・・まさに、知らないうちに鬼になっている



「私は大丈夫。そんなことしないから・・・」
実は、この意識が一番危険です！！

気をつけよう！！～「自分は正しい・間違っていない」症候群

カスタマーハラスメントをやっている人は、自分の行為がカスタマーハラスメントだと思っていない人が多い

・・・まさに、知らないうちに、カスタマーハラスメントを行ってしまっている

- 私は間違ったことを言っていない
- そんなのおかしい、納得できない

私は「正しい」という正当化

それを理解しない相手への苛立ち

思いがエスカレートして感情的に・・・

「お金を払った」
「わざわざ、来た」
「期待と違った」

自分の行動に
納得をしたい

相手方に責任をおしつけて、それを実現しようと感情が爆発！

確証バイアス

自分の都合のよい事実だけに注目し、それ以外のことを軽視する心理傾向（正当化）

合理化と防衛・投影

受け入れがたい感情を、もっともらしい理由をつけて、自分を納得させようとする（合理化）

↓
現実を受け入れない（否認）とか、相手のせいにする（投影・責任転嫁）場合もある

自分も正しいかもしれないが、相手（企業側）も正しい ・・・企業で働く人の気持ち、皆さんは分かりますよね？（消費者庁の資料を基に）



なんでダメなんだよ！お前じゃ話にならねえ。
話の分かるやつ連れてこい！責任者出てこい！

もうだめだー!!



お店の決まり事どおりにしてるだけなのに。
そうしないとお店に怒られるのに。どっちにも逆らってないのに。
どうして両方から怒られなきゃいけないんだろう。



だっておかしいじゃねえか！意味わかんないって言ってんだよ。
聞いてることに答える！誠意みせるよ！

いちめい!



他のお客さんにも同じ説明をして、みんなわかってきているのです。
そんなに説明が下手ですか？あやまるしかないのでですか？



こっちは客なんだ。金払ってるんだから、こっちが偉いんだなよ！
おとなしく話を聞くんなんだよ！逆らってんじゃないぜよ！



先ほどからきいております。傾聴しております。
こちらの説明も聞いてくださいと申し上げているだけなのですが・・・



最初から相手をいじめてやろうと思っているのは問題外。
だけど、ちょっと考えてほしいんだ。
誰だって、わからないことはちゃんと聞きたいし、何か変だな？と思った
ことがあればそれは伝えるべきだろ？
さっきのケースでお客側が熱くなってしまったのには何か理由があった
んじゃないか？今度はそんな目で見てみよう。



仕組みが難しくてわからねえから何度も聞いてるんだ。
ちゃんと教えてほしいだけなんだよ。俺ってそんなに迷惑？



時代の流れなの！先端なの！決まりだって言ってるじゃない。
規約もあるって言ってるじゃない。



いい買い物をしたいから説明を聞きたいだけだし
思ってたのと違うから理由を聞いているだけじゃないか。



言いたいことばっかり言ってそれで論破してるつもりですか？
ただのわからずやなので。こっちも忙しいのです。



文句言ってるわけじゃないだよ。おかしいと思うところを
親切心で伝えているだけなんだが...



あなたにそのようなことを言われる筋合いはありません。皆無です。
こちらにはこちらのルールというものがあるので！



そうそう。
そういうことなんだよな。



えー！
じゃあ
どうすればいいの？



出典：ぼのぼのと考えよう！カスハラって何のこと？（消費者庁）

自分も正しいかもしれないが、相手（企業側）も正しい
・・・企業で働く人の気持ち、皆さんは分かりますよね？（消費者庁の資料を基に）

要するに、こういうことだろう。

出典：ぼのぼのと考えよう！カスハラって何のこと？（消費者庁）

店員側からすると・・・

- 仕組みやルールは、どんなお客さんにも均質に一定水準以上の対応をするためのものでしょ？
- 一人の従業員として、決められたことを守るのは当たり前。
- できる限り柔軟な対応は心掛けているけど限度がある。
- 行き過ぎたわがままや押し付けは勘弁してほしい。

お客側からすると・・・

- 仕組みとかルールとか、結局そっち都合なんじゃない？
- なんかね、冷たい感じがするんですよ。
- もうひとこと説明してくれてもいいんじゃない？
- もうちょっと融通してくれてもいいんじゃない？
- 何となく不公平な気がするんだけど、おかしくない？
- 何が、テキトーに対応されてない？

多分な、お互い正しいんだと思う。

それぞれの立場で、言いたいことはいろいろあるだろうし、100人いれば100通りの言い分があるだろうから、もしかしたら、仕組みやルール通りの対応が難しいことだってあるかもしれない。だけど、お客なんだから何でもアリなんてこと、あるはずがない。

こんな風に、見方を変えれば見え方が違うのが「カスハラ」だ。
だから、どちらか一方を「間違い」と決めつけることはできない。でも「間違い」はなくても、ちょっとした「勘違い」が「すれ違い」になることはある。
今、ニッポンでは世の中の仕組みが急激に変わっているなかで、お客と店員・お店の関係もギクシャクしがちの様だけど、少なくとも「勘違い」と「すれ違い」を双方が無くすようにしていけば、カスハラは防げるんじゃないだろうか。

そう思うと、ニッポンにはとてもいい言葉がある。



「お互いさま」。

お店側は・・・
できるだけの対応はしている
ルールがある、特別扱いはいできない



お客様側は・・・
納得できるように柔軟に対応してほしい
なんで自分だけ、なんか事務的



どんなに自分が正しいと思っても、
相手方をけなしたり、ゴネたり、暴力
を振るうのは間違い！

だから、カスタマーハラスメントとして、
問題視されてしまう

「なぜ消費者が」と思うかもしれないので・・・カスタマーハラスメントに対する世間の評価

カスタマーハラスメント、通称「カスハラ」の報道や投稿に対する
ネットユーザーの反応は、極めて冷やか。そのお客様はほとんど誰も擁護しない・・・

※これが実は、企業等で働き、日々お客様対応をしている人たちの本音だと思います

言葉では書きにくいので、口頭で紹介します・・・

結局、自身の評価を下げ、ご家族・ご親族等にも迷惑をかけてしまいます
因果応報なので、自分が損するだけです



- 企業等に対して、従業員をカスハラ被害から守るために対策の実施（体制整備）を法律で義務化
- 企業側も「出入り禁止」「取引停止」等の措置がやりやすくなった
→ 自分がその店舗やサービスを利用できなくなるだけで損します

そこに居合わせたご家族やご友人も、非常に恥ずかしい思いをしているかもしれません！

カスタマーハラスメントは、お客様の立場でも迷惑です～お客様の立場からの体験談

あるホテルでの出来事

私は、出張続きの中、今日もある地方へ出張で、ホテルにようやく着いた・・・

時間は22時を回っている。早く部屋で休みたいと、チェックインのため、フロントへ・・・

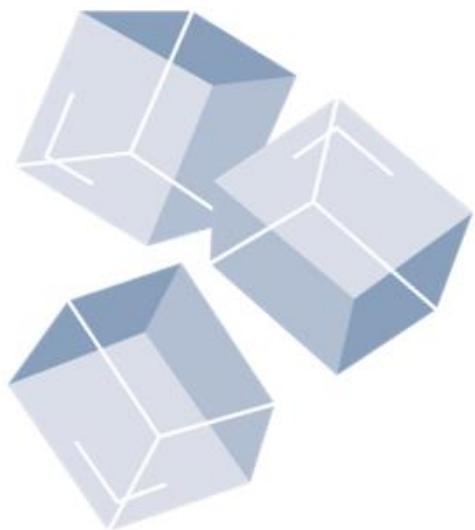
フロントでは荷物も持たない宿泊者らしき人が、何やらフロントスタッフに文句を言っている・・・

スタッフが困るようなことを言っているのか、スタッフは2人がかりで対応し、私は待たされる・・・

その宿泊客は、私が待っていることに気づきながらも、お構いなしに、延々とやっている・・・

5分、10分とフロントの待機場所で待たされて、終わる気配もなく・・・
そこで私は・・・

V. カスタマーハラスメントにならないための心得



「消費者が意見を伝える」際のポイント（消費者庁）

「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使ってください。

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に。
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因縁をつけ、「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

店長の接客態度に因縁をつけ、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。

上手な意見の伝え方チェックリスト

～「勘違い」「すれ違い」を招かない
上手なコミュニケーションが解決の糸口に～

- ☐ **ひと呼吸、おこう**
感情的な言動にならないように、まずはひと呼吸おいて冷静に。
気持ちを落ち着けましょう。
- ☐ **具体的に伝えよう**
何を、どのようにしてほしいのか、またその理由について、相手に分かるように
具体的に伝えましょう。暴力や暴言は論外です。
- ☐ **相手の話を最後まで聞こう**
一方的に話をしていませんか。相手の言い分や理由を最後までしっかり聞いて、
理解するようにしましょう。
- ☐ **相手（従業員等）の立場を理解しよう**
担当者によってはすぐに対応ができない場合もあるかもしれません。
- ☐ **相手に敬意を持って接しよう**
顧客も従業員も同じ「人間」です。行き過ぎた言動によって傷ついてしまいます。
お互いに敬意をもって、相手を思いやって、尊重し合うことが大切です。

相手とは問題解決を目指す「お互いさま」の関係です。



カスハラにならないための5ヶ条

1. ひと呼吸、おこう

2. 具体的に伝えよう

3. 相手の話を最後まで聞こう

4. 相手（従業員等）の立場を理解しよう

5. 相手に敬意を持って接しよう

自分が損しない為にも、消費者庁が
提唱する5つの指針を活用しましょう

出典：ぼのぼのと考えよう！カスハラって何のこと？（消費者庁）

企業側のカスハラ認定の目安①＝30分 又は 3回

説明・対応を尽くした後30分ぐらいゴネている、または同じ主張要求を3回ぐらい繰り返している

- ➡ 自分の要求、気持ち、思いを伝えることは大切ですが、自分も冷静でいるためにも、引き際を意識しましょう～あなたの思い、気持ちは「意見」として、ちゃんと伝わっています

企業側のカスハラ認定の目安②＝暴言・暴行・威圧・恐怖を感じさせる行為の有無

従業員の人権・尊厳が害され、保護する必要がある状況なら、カスハラ認定せざるを得ません

- ➡ 気持ちはわかりますが、企業としても従業員の安全配慮義務を負っているため、従業員に怒りの矛先を向けるのは止めましょう～企業には従業員を守る義務があることを知っておこう
- ➡ 従業員を撮影する行為や氏名を聞く行為、恐怖を覚えさせる発言（危害を加える、止めさせる等）の発言は、NGです～従業員を保護する必要性が高まりカスハラ認定されやすい

企業側のカスハラ認定の目安③＝警告を無視し続ける

何度か「止めてください」と警告しても、続けられると、「迷惑行為」と判断せざるを得ません

- ➡ 「止めてください」「ご理解ください」という文言は、企業側からの、「そろそろ引き際ですよ」というシグナルです～それ以上は、「やりすぎ」として、カスハラになります（限度があります）

企業側のカスハラ認定の目安④＝責任者対応

責任者が回答・対応しても、更にゴネるようなら、それ以上は無理難題と判断せざるを得ません

- ➡ 担当者に代わり、責任者が出てきたら、その方の立場・役職を問わず、その方の発言・回答が企業として最終回答です～言うことを聞かせようとゴネると、カスハラと認定されかねません
- ➡ 責任者に対して、「更に上のものを出せ」「社長を出せ」という要求は、逆効果にしかありません～誰が対応するか、誰が責任者かを決めるのは企業です。役職は関係ありません

企業側のカスハラ認定の目安⑤＝謝罪・土下座要求

謝罪は、企業側の誠意としてやるものです。お客様から言われてやるものではありません

- ➡ 企業としては、お気持ちへの対応やご期待に沿えないことへの謝罪等、できる謝罪は最低限しているはずですが～それ以上の謝罪をさせようとする、強要的要素が出てきます
- ➡ 謝罪がない場合は、要求ではなく、事実として指摘しましょう。また、誠意が感じられないときは、気持ちとして、意見として、伝えましょう～「要求」として言わない配慮が自分を守ります
- ➡ 土下座要求は、従業員に屈辱を覚えさせ、彼らの人権・尊厳を無視するものですので、一発レッドカードになりかねません～「お客様は神様」は、お客様側からいう言葉ではありません！！

クレーム等に含まれる「話の4つの要素」

事実

不満

意見

要求

- 
- 「要求」として伝えられると、最も強く感じます・・・不当に感じる内容なら猶更です
 - 企業の立場からは、「できないことは、できない」・・・無理強いしてはいけません
 - その対応についての不満（気持ち）か、意見・要望という形で伝えましょう
 - そこには「要求」は入れないようにしましょう（改善しろ、指導しろ、辞めさせろ等）
 - ただし、しつこく繰り返してはいけません
 - 納得できないときは、企業側の見解やその理由を「質問」の形で、聞きましょう
 - ただし、質問攻めは、「回答要求」と捉えられるので、控えましょう

相手（就業者）も人ですので、ミスがあれば、感情もあります。

一時的な感情から、相手に矛先を向け、相手を攻撃しても、何の解決にもなりません

VI. まとめ



埼玉県カスタマーハラスメント防止条例の狙い

事業者と顧客等との「良好な関係の構築」を通じて、
事業者と顧客等が「相互に尊重し合える社会」の実現を目指す

条例の 特徴

- 「何人もカスタマーハラスメントをしてはならない」と明記して、カスタマーハラスメントのない地域社会を目指している
- 雇用関係を前提とせず、個人事業主（一人親方を含む）、ボランティアなども、対象とした
- 就業者と顧客等との関係を「対等」と明記

カスタマー ハラスメント 防止の為に

- 県としても積極的にカスタマーハラスメント防止施策を実施
→積極的に利用すべき
- カスタマーハラスメントによる影響・被害を理解し、一人ひとりが、カスタマーハラスメントの防止に努める

条例では、顧客等の正当な申出の機会の保障は、事業者等の責務とされています



正当な範囲の申出は、当然、事業者側に伝えて問題ありません

・・・ただし、やり方・程度が、社会通念上許容される範囲を超える場合（やりすぎ等）はそれも、カスタマーハラスメントになります！！

皆様のご家族・ご親族・知人も、企業や組織で働いています。
また、何らかの形で、その企業や組織に支えられています（取引を含めて）。

事業主は就業者とその家族の経営・生活を支えるべく、そしてできるだけ多くの消費者・利用者に平等に楽しんでもらうために、努力しています。

カスハラは、そういう人たちへの裏切りです。

人としてカスハラをしないように、就業者との建設的な関係作りを目指しましょう