

令和8年1月28日 制定

一般社団法人防災安全協会

カスタマーハラスメント対策に関する基本方針

前文

一般社団法人防災安全協会（以下「当協会」という。）は、防災用品の製造・販売等を行う会員企業と連携し、国民の生命と財産を守る社会的使命を担っております。

当協会の会員企業は、その事業の性質上、企業間取引（BtoB）を中心としつつも、災害発生時には一般消費者からの急激な需要増加に直面します。防災用品は「使用しないことに価値がある」という特殊性を持ち、平時は需要が限定される一方、災害発生時には生存に必要な物資として爆発的な需要が生じます。しかしながら、メーカー・商社・問屋は災害時のために常時大量の在庫を保有することは困難であり、この需要と供給のギャップが、一部の顧客等からの社会通念上許容される範囲を超えた要求や言動、いわゆる「カスタマーハラスメント」（以下「カスハラ」という。）を誘発する構造的な要因となっております。

当協会は、会員企業で働くすべての従業員の人格、尊厳および心身の健康を守ることは、企業の安全配慮義務であると同時に、持続可能な防災インフラを維持するための社会的責任であると考えます。自然災害そのものによる被害に加え、その後の対応過程で生じる人的トラブル（いわゆる「人災」）を防止することもまた、防災業界に携わる者の重要な責務です。

ここに、当協会として業界全体に向けたカスタマーハラスメント対策に関する基

本方針を定め、会員企業が毅然とした対応を取るための指針を示すとともに、健全な取引慣行の確立に向けて業界一丸となって取り組むことを宣言します。

第1条（目的）

本基本方針は、防災用品業界におけるカスタマーハラスメントの防止および対策に関する基本的な考え方を定め、会員企業で働く従業員の就業環境を守るとともに、取引先企業および一般消費者との健全な関係を構築することを目的とする。

第2条（カスタマーハラスメントの定義）

本基本方針において「カスタマーハラスメント」とは、顧客等（取引先企業、卸売業者、小売店、一般消費者等を含む。）からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らして、当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものであって、当該手段・態様により従業員の就業環境が害されるものをいう。

2 前項に該当する行為の例として、以下のものが挙げられる。ただし、これらに限定されるものではない。

（1）要求の内容が妥当性を欠く場合

- ・ 会員企業の製品・サービスに瑕疵や過失がないにもかかわらず行われる過剰な要求
- ・ 製品の使用期限管理や保管に起因する不具合（バッテリーの膨張、ガス缶の劣化等）を製造業者の責任として転嫁する不当な要求
- ・ 災害等の不可抗力による納期遅延に対する過剰な補償要求

- ・ 契約内容を逸脱した無償での返品・交換・引取りの強要
- ・ 社会通念上相当な範囲を超える過剰なサービス・対応の要求

(2) 要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当な場合

- ・ 暴行、傷害等の身体的な攻撃（胸ぐらを掴む、物を投げつける、机を叩く等を含む。）
- ・ 脅迫、名誉毀損、侮辱、ひどい暴言等の精神的な攻撃
- ・ 威圧的な言動（「会社を潰すぞ」「取引を打ち切るぞ」等）、大声による威嚇
- ・ 土下座の強要、謝罪文の強制的な作成要求
- ・ 繙続的・執拗な言動（長時間の電話拘束、同一内容の繰り返し要求、業務に戻れない状況の継続等）
- ・ 不退去、居座り、監禁等の拘束的行為
- ・ 人格否定、差別的言動、性的言動（SOGI〔性的指向・性自認〕に関するハラスメントを含む。）
- ・ 従業員個人への攻撃、SNS・インターネット・動画投稿サイト等での誹謗中傷・晒し行為

(3) 防災業界において特に注意すべき行為類型

- ・ 災害発生時における物流停止・道路寸断等の不可抗力に対し、「被災者を見殺しにするのか」等の道徳的非難を用いた圧力

- ・ 国のプッシュ型支援等による緊急発注に伴う、生産能力を超えた即時納品の強要（メーカーは災害時のための余剰生産を行っていないことへの理解不足に起因するもの）
- ・ 「ヘリコプターを使ってでも届けろ」「社員が車を出して持ってこい」等、企業の権限・能力を超えた物理的に不可能な要求
- ・ 優越的地位を利用した不当な返品要求、買いたたき、コスト負担の転嫁強要
- ・ 膨張したバッテリーや劣化したガス缶等の危険物、賞味期限切れの非常食等の無償引取り・廃棄の強要
- ・ 使用期限が迫った製品（備蓄されていた製品）に関する不当なクレーム・返品要求
- ・ 下請法に違反する受領拒否、代金減額、支払遅延等

第3条（基本姿勢）

当協会および会員企業は、以下の基本姿勢に基づき、カスタマーハラスメント対策に取り組むものとする。

(1) 従業員ファーストの徹底

会員企業で働くすべての従業員の安全と心身の健康を最優先とし、カスタマーハラスメントから従業員を守ることを経営の基本方針として明確に位置づける。「お客様だから我慢しろ」という従来の価値観から脱却し、従業員が萎縮することなく業務に従事できる環境を整備する。

(2) 毅然とした対応の実施

カスタマーハラスメントに該当する行為に対しては、組織として毅然とした態度で対応し、不当な要求には応じない姿勢を貫く。度を超えた行為に対しては、東京都カスタマーハラスメント防止条例その他関係法令に基づき、然るべき対応を取ることを躊躇しない。

(3) 法令遵守と適正取引の推進

下請法、独占禁止法その他関係法令を遵守し、優越的地位の濫用を許さない適正な取引慣行の確立に努める。

(4) 再発防止と組織的対応

発生した事案を組織として記録・分析し、再発防止策を講じるとともに、個人に責任を押し付けることなく組織的に対応する体制を構築する。従業員に一人で対応・判断をさせず、上司・同僚への早期の SOS 発信を奨励する。

(5) 人災の防止

自然災害の発生そのものを防ぐことはできないが、その後の対応過程で生じる人的トラブル（人災）は、適切な体制整備と教育により防止できることを認識し、災害復興過程における関係者間の健全なコミュニケーションの維持に努める。

第4条（会員企業が講ずべき措置）

会員企業は、従業員をカスタマーハラスメントから守るため、以下の措置を講ずるよう努めるものとする。

(6) 企業方針の明確化と周知

カスタマーハラスメントを許容しない旨の企業方針を策定し、経営トップによるメッセージとして社内外に発信するとともに、ウェブサイト、契約書等において対外的に明示する。

(7) 相談体制の整備

カスタマーハラスメントを受けた従業員が相談できる窓口を設置し、相談者のプライバシー保護および不利益取扱いの禁止を徹底する。従業員が「何かおかしい」と感じた段階で早期にSOSを出せる環境を整える。

(8) 対応マニュアルの整備

カスタマーハラスメント発生時の対応手順、判断基準、エスカレーションルール（一次対応から二次対応への引継ぎ基準等）を明確にしたマニュアルを整備し、従業員に周知する。災害時特有の状況（物流停止、供給制限等）に関する定型的な説明・対応方法も含める。

(9) 研修の実施

カスタマーハラスメントに関する基礎知識（該当し得る犯罪名を含む。）、適切な対応方法、顧客心理の理解、メンタルヘルスケア等に関する研修を実施し、従業員の対応力向上を図る。

(10) 証拠保全体制の整備

顧客対応時の通話録音、ICレコーダーの携行、防犯カメラの設置、メールの保存、対応記録の作成等により、事実関係の証拠を適切に保全する。「言った言わない」の水掛け論を防ぎ、度を超えた言動に対しては録音する旨を告げることも有効な抑止手段とする。

第5条（対応の基準）

会員企業は、カスタマーハラスメントに該当すると判断した場合、以下の対応を行うことができる。

- (11) 対応の中止（電話の切断、面談の終了、退去の要請等）
- (12) 以後の対応拒否
- (13) 対応の打ち切り基準の適用（例：同一内容の要求を3回繰り返した場合は電話を切る等）
- (14) 警察への通報・相談
- (15) 弁護士を通じた対応（警告書の送付等）
- (16) 法的措置（民事・刑事）の実施
- (17) 取引関係の見直し

2 従業員の身体的安全に危険が及ぶ場合（暴力、殺害予告等）は、ためらうことなく警察への通報（110番）を最優先とする。

3 悪質なカスタマーハラスメントが犯罪行為（暴行罪、脅迫罪、強要罪、威力業務妨害罪、名誉毀損罪、侮辱罪等）に該当し得ることを認識し、必要に応じて法的措置を講ずる。

第6条（当協会の取組）

当協会は、会員企業のカスタマーハラスメント対策を支援するため、以下の取組を行う。

- (18) 会員企業が利用できる相談窓口の設置・運営

- (19) カスタマーハラスメント対策に関する研修・セミナーの実施
- (20) 防災業界特有の状況を踏まえた対応マニュアルのひな形の提供
- (21) 専門家（中小企業診断士、行政書士等）との連携体制の構築
- (22) 事例の収集・分析および会員企業への情報提供
- (23) 取引先業界団体等との連携による適正取引の推進
- (24) 東京都カスタマーハラスメント防止条例に基づく奨励金制度等の情報提供および申請支援

第7条（お客様へのお願い）

当協会は、会員企業の製品・サービスをご利用いただくお客様に対し、以下の事項へのご理解とご協力を願いいたします。

- (25) 防災用品は、人命を守る重要な製品です。会員企業は、品質の維持・向上に最大限の努力を払っております。
- (26) 防災用品は「使用しないことに価値がある」製品であり、メーカー・商社・問屋は災害時に備えた大量の在庫を常時保有することが困難です。災害発生時には、生産・供給に時間を要することをご理解ください。
- (27) 災害発生時には、物流の混乱、道路の寸断等により、通常どおりの納品・配達ができない場合があります。
- (28) 製品の長期保管には、適切な管理（バッテリーの定期的な充電、保管環境の維持等）が必要です。保管に起因する不具合については、製造業者の責任の範囲外となる場合があります。

(29)従業員への暴言・威嚇・暴力・長時間の拘束・SNSでの晒し行為等は、法律および東京都カスタマーハラスメント防止条例に違反し、法的措置の対象となる場合があります。

2 万が一、本基本方針第2条に定めるカスタマーハラスメントに該当する行為が認められた場合には、サービスの提供をお断りする場合があることをご了承ください。

附則

本基本方針は、令和8年1月28日から施行する。

以上

一般社団法人防災安全協会

理事長 斎藤 実