

論点

正当なクレームとカスハラ
の線引きは難しい。その時々
の状況や、業界によって内容
が大きく変わるため、カスハラ
を定義しようとしても表現が抽
象的になる。将来的には罰則込
みの法律や条例が必要だと考え
るが、現状では罰則なしの都条
例の方向性は理解できる。

一方、カスハラは条例制定・
法制化だけで解決できる問題で
はない。消費者への周知とも
に、業界ごとにマニュアルを作
るなどの対策が重要になってく
るだろう。カスハラが社会問題
となった背景には、スマートフ

消費者、SNSで発信力

香川希理弁護士



オンの普及で誰もが録音録画で
きるようになり、交流サイト
(SNS)で消費者の発信力が上
がったことがある。企業側は、
一瞬怒った、謝ったなどの場面
を切り取られて発信される可能
性があり、消費者が大きな力を
得た。また、コンプライアンス
意識の高まりも背景にある。

同時にカスハラの問題には企
業の人手不足の問題もある。企
業側はクレーム対応に手が回ら
ず、従業員の負担が増える。離
職・休職者の増加、企業の生産
性の低下につながり、さらに人
手不足になるという悪循環に陥
る。

(聞き手 大泉晋之助)