

不動産業における カスタマーハラスメント 対策要領



公益社団法人 全日本不動産協会／全日みらい研究所



不動産業におけるカスタマーハラスメント対策要領

もくじ

はじめに ～この要領を作成した目的～	1
① カスタマーハラスメントとは	2
② 不動産業におけるカスタマーハラスメントとは	3
③ カスタマーハラスメント対策の枠組み	4
(1) 経営者の基本姿勢の明確化と従業員への共有	4
(2) 従業員のための相談対応体制の整備と従業員への配慮措置	5
(3) 初期対応の方法と手順	5
(4) 社内ルール of 従業員への教育・研修	9
④ 対応事例集	10
おわりに	13



～この要領を作成した目的～

令和元年6月に労働者施策総合推進法等が改正されたことを踏まえ、令和2年1月に「事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」（令和2年厚生労働省告示第5号）が策定され、顧客等からの暴行、脅迫、ひどい暴言、不当な要求等の著しい迷惑行為に関して、事業主は、相談に応じ、適切に対応するための体制整備や被害者への配慮の取組を行うことが望ましい旨、また、被害を防止するための取組を行うことが有効である旨が定められました。

さらに、政府が令和6年6月21日に閣議決定した「経済財政運営と改革の基本方針2024（骨太方針2024）」においても、「カスタマーハラスメントを含む職場におけるハラスメントについて、法的措置も視野に入れ、対策を強化する」ことが明記されました。

（公社）全日本不動産協会『全日みらい研究所』が令和5年に実施した「不動産業界の働き方改革に関する実態調査」（以下「全日調査」といいます）の結果によると、23%の会員が過去に顧客からの迷惑行為があったと回答しており、具体的には、「暴言・威嚇」、「権威的（説教的）態度」「不当な金銭、過剰なサービスの要求」「高頻度のクレーム」等が多く見られます。不動産業界においてもこうしたカスタマーハラスメントへの対策を確立することは急務であると考えられます。

顧客等からのクレーム・苦情は、提供するサービスや商品の内容、接客態度等に対して不平・不満を訴えるもので、それ自体は、提供するサービスや商品の改善等につながるものもありますが、一方では、過剰な要求を行い、サービスや商品に不当な言いがかりをつけるものもあります。こうした顧客等からの不当・悪質なクレーム・苦情は、従業員に過度に精神的ストレスを感じさせるとともに、通常業務に支障が出るなど、会社にとって多大な損失を招くことが想定されます。したがって、企業にはこうしたカスタマーハラスメントから従業員を守る対応が求められています。

この要領は、（公社）全日本不動産協会の会員が、事業者としてカスタマーハラスメント対策を定める際の参考資料として作成したものであり、カスタマーハラスメントの判断基準やその対応は、会員が置かれている状況等によって異なる内容になることを想定しています。

カスタマーハラスメント対策を定めた際は、その内容を経営者と現場とで共有するとともに、実際にカスタマーハラスメントが発生したときは、被害を受ける個人のみならず会社を挙げて対応するという体制を構築することが何よりも重要と考えています。

1

カスタマーハラスメントとは

令和4年に厚生労働省が発表した「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」によると、カスタマーハラスメントとは、明確には定義できないものの、「顧客等からのクレーム・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、労働者の就業環境が害されるもの」とされています。

そのなかで、「『当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らして…社会通念上不相

当なもの』とは、顧客等の要求の内容が妥当であるかどうか、当該クレーム・言動の手段・態様が『社会通念上不相当』であるかどうかを総合的に勘案して判断すべき」とされています。

また、「『労働者の就業環境が害される』とは、労働者が、人格や尊厳を侵害する言動により身体的・精神的に苦痛を与えられ、就業環境が不快なものとなったために能力の発揮に重大な悪影響が生じる等の当該労働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」とされています。

【参考】

「事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」（令和2年厚生労働省告示第5号）の要約

事業主が他の事業主の雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為に関し行うことが望ましい取組

事業主は、取引先等の他の事業主が雇用する労働者又は他の事業主（その者が法人である場合にあっては、その役員）からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為（暴行、脅迫、ひどい暴言、著しく不当な要求等）により、その雇用する労働者が就業環境を害されることのないよう、雇用管理上の配慮として、例えば以下のような取組を行うことが望ましい。

- (1) 相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備
- (2) 被害者への配慮のための取組（被害者のメンタルヘルス不調への相談対応、著しい迷惑行為を行った者に対する対応が必要な場合に一人に対応させない等の取組）
- (3) 他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為による被害を防止するための取組（マニュアルの作成や研修の実施等、業種・業態等の状況に応じた取組）

2

不動産における カスタマーハラスメントとは

厚生労働省の「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」における考え方を勘案し、この要領では、不動産におけるカスタマーハラスメントとは、「顧客等*からのクレーム・言動のうち、その内容や要求に照らして、手段・態様が社会通念上著しく不相当なもの」と定義します。すなわち、顧客等からのクレーム・言動について、その発言内容や要求内容の妥当性と関連させた上で、手段・態様が常識を著しく逸脱していると判断されるものを「カスタマーハラスメント」と呼びます。

*本要領では、「顧客等」とは、主に不動産のユーザー及びオーナーを想定しています。

言い換えれば、カスタマーハラスメントは、顧客等からのクレーム・言動について、その手段・態様が社会一般における常識を著しく逸脱しているかどうかで判断されるものではありますが、「著しく逸脱しているかどうか」

は発言内容や要求内容の妥当性によって影響を受けることがあると考えられます。

まず、顧客等の発言内容や要求内容に妥当性があるかは、事実や状況を確認した上で、事業者側に非（責められるべき点）があるかどうか、法令又は信義則に照らして根拠のある発言・要求であるかどうかによって判断することが適当であると考えられます。

また、手段・態様が社会一般における常識を著しく逸脱しているかは、顧客等の言動が暴力的・威圧的・継続的・拘束的・侮辱的・差別的・性的であるか等によって判断しますが、その判断は、顧客等の発言内容や要求内容に妥当性があるか否かで、場合によっては緩やかな判断又は厳格な判断とならざるを得ないと考えられます。



3

カスタマーハラスメント対策の 枠組み

カスタマーハラスメント対策を次のように分けて示します。

- (1) 経営者の基本姿勢の明確化と従業員への共有
- (2) 従業員のための相談対応体制の整備と従業員への配慮措置
- (3) 初期対応の方法と手順
- (4) 社内ルール of 従業員への教育・研修

1 経営者の基本姿勢の明確化と従業員への共有

経営者が、カスタマーハラスメント対策への取り組み姿勢を明確に示し、それを従業員と共有することが極めて重要です。経営者が基本方針や姿勢を明確に発信することにより、従業員を守り、従業員を尊重しながら業務を進めるという安心感が従業員に育まれます。また、カスタマーハラスメントを受けた従業員も社内でも相談しやすくなり、トラブルの再発防止にもつながります。

全日調査の結果を見ると、顧客からの迷惑行為に関する会社の体制については、最も多かった「社内で相談体制が整っている」という回答でも21%にとどまっており、経営者の積極的な取組が求められていると考えます。

経営者が示す基本方針の参考例は以下のようなものです。

<カスタマーハラスメントに対する基本方針>

「弊社は法令を遵守し、お客様に対して真摯に対応し信頼や期待に応えることで、より高い満足を提供することを心掛けます。

一方で、お客様から常識の範囲を超えた言動や要求のなかには、従業員の人格を否定する言動、暴力、セクシュアルハラスメント等の従業員の尊厳を傷つけるものもあり、これらの行為は、職場環境の悪化を招くゆゆしき問題です。

私たちは、従業員の人権を尊重するため、これらの言動や要求に対しては、誠意を持って対応しつつも、毅然とした態度で対応します。

もし、お客様からこれらの行為を受けた際は、従業員が上司等に報告・相談することを奨励しており、報告・相談があった場合は組織的に対応します。」

2

従業員のための相談対応体制の整備と従業員への配慮措置

カスタマーハラスメントを受けた従業員が気軽に相談できるよう相談対応者を決めておく必要があります。

相談対応者は、カスタマーハラスメントが現に発生している場合やカスタマーハラスメントに該当するかどうか判断が難しい場合も含めて、幅広く迅速に対応しなければなりません。そのためには、社内の連絡体制を整えておくとともに、社内であらかじめ定めたカスタマーハラスメントの基準や対応方法・手順等を理解し、相談対応者が共通の認識を持つようにしておく必要があります。

※可能であれば普段から外部の弁護士等に相談できる体制を作っておくことが望ましいと考えます。

会員の置かれている状況により異なりますが、相談対応者は、本社と複数の店舗で運営している場合を想定すると、迅速に対応できる店舗毎の責任者（店長等）1名及び本社に1名を置き、これらの相談対応者が定期的に会議を行うこと等によって情報共有をするこ

とが考えられます。この場合、ハラスメントを受けた従業員は、店舗の責任者（店長等）に報告し、店舗の責任者は本社の相談対応者に報告・相談して顧客への対応の仕方を決定することが考えられます。

小規模な運営をされている会社の場合、経営者が同時に店舗の責任者かつ現場担当者である場合も考えられます。この場合は、すべてほぼ一人で対応することとなります。

このように、会社の規模によっては、社内のカスタマーハラスメントのための相談窓口を設ける必要はないと考えられます。

従業員がカスタマーハラスメントを受けた場合、速やかに被害を受けた従業員に対する配慮措置を行う必要があります。特に、従業員にメンタルヘルス不調の兆候がある場合、カウンセラー等の専門家に相談対応を依頼し又は専門の医療機関への受診を促します。また、セクシュアルハラスメントの場合は、同性の相談対応者が対応する等の配慮も必要です。

3

初期対応の方法と手順

様々な業種等において想定される初期対応の方法と手順は次のとおりです。

まず、カスタマーハラスメントが発生したと判断した場合は、できる限り複数名で対応し、カスタマーハラスメントが深刻なものであれば一次対応者に代わって現場の上司が対応することです。

小規模で運営している場合や時間帯によっては複数名での対応が困難な場合もあります。その際は、現場の従業員一人でも適切な対応ができるよう基本的な対応方法を従業員全員が理解・記憶しておく必要があります。

従業員が初期対応をするときは、原則として、まず顧客の主張を丁寧に聞き、誠意ある対応をしつつ、状況を正確に把握し、事実確

認をする必要があります。そのなかで、後に述べるようにカスタマーハラスメントに該当すると判断されるときは、状況に応じた特別

な対応をとります。店舗での対応や電話での対応いずれの場合も以下の点を頭に入れておくことが必須です。

初期対応の方法と手順

後日、検証可能となる証拠を作成・収集すること

店舗において対応する場合は、遅くともハラスメントが発生し始めたと判断した時点から、録音・録画を行うとともに、できる限り速やかに対応記録などを作成し、後日検証可能な証拠を収集します。また、電話対応も録音をし、証拠をとっておきます。

謝罪する場合は、謝罪の対象となる事実を明確にした上で限定的に行うこと

正確に状況が把握できていない段階では、従業員は謝罪をしません。非を認めて謝罪するのは、事実確認をして会社として判断したときです。ただし、後に述べるように初期対応をした従業員みずから明らかに自分に非があると判断した場合（宅建業法の規定に違反する内容の発言をした、顧客との約束を守らなかった等）に、その点について速やかに口頭で訂正・謝罪を行うことはあります。その場合でも、文書による謝罪や土下座を求められても、「後日しかるべき者から連絡する」旨を伝え、要求には応じないようにします。

状況を正確に把握すること

顧客の名前・住所・連絡先等の情報を聞き取ります。また、顧客の主張する内容を、話を遮らずに一通り聞き取ります。一通り事情を確認した後に、顧客が話した内容に不明確な点があれば確認をし、不足する点があれば追加で話を聞きます。また、顧客の勘違いがあればその場で正しい情報を伝えます。

相談対応者（店舗の責任者等）に情報共有すること

顧客から得た情報は、速やかにあらかじめ定めた相談対応者に情報共有します。その際、できる限り事実関係を時系列に沿って報告することが求められます。



ハラスメントの態様別の初期対応方法（現場の従業員の初期対応）を以下に示します。これらの態様は、不動産の現場において発生する可能性があると考えられるものを取り上げました。また、以下の「初期対応方法」は、対応した従業員が自身に非（責められる

べき点）がないと判断していることを前提にしています。

なお、社内ルールを定める場合は、自社の経験も踏まえて定めることが望ましいと考えられます。

ハラスメントの態様別の初期対応方法

CASE 1

長時間にわたり、顧客等が従業員を拘束する。居座りをする。長時間、電話を続ける。

対応 店舗の場合、概ね30分程度毎に判断し、合理的な理由なく従業員が拘束されている又は顧客等が居座りを続けていると判断した場合は、例えば、従業員が他の用事がある等の理由を説明し、これ以上対応できない旨を告げた上で退去を求めます。あわせて上司等に速やかに連絡します。電話の場合も同様の対応をします。これらの行為が複数回（2回以上が目安）に及ぶ場合は、顧客等が新たな主張を行う等特段の事情がない限り、これ以上対応できない旨を告げた上で退去を求め又は電話を切ります。あわせて上司等に連絡します。

CASE 2

従業員の勤務時間以外（深夜から早朝）の時間帯に携帯電話に電話をかける。

対応 顧客の主張する内容を聞き取り、緊急に対応しなければならない場合を除き、勤務時間以外のためこれ以上対応できない旨を告げた上で、対応できる時間帯を伝えて電話を切る、あるいは、後日従業員から連絡する旨を伝えて電話を切ります。これらの行為が複数回（2回以上が目安）続く場合は、特段の事情がない限り、今後は止めていただきたい旨を告げて電話を切ります。必要に応じ上司等に連絡します。

CASE 3

大きな怒鳴り声をあげる。「馬鹿」といった侮辱的発言、人格の否定や名誉を毀損する発言をする。

対応 大声で怒鳴る行為は、周囲の迷惑になるため止めるよう求め、止めないときは退去を求め又は電話を切ります。また、速やかに上司等に連絡します。侮辱的発言や、人格を否定する発言、名誉毀損に対しては、不適切な発言でありこれ以上行わないよう告げ、止めないときは退去を求め又は電話を切ります。

CASE 4

殴る、蹴る、物をなげつける、わざとぶつかる等の行為を行う。

対応 できる限り複数名で対応するとともに、直ちに警察に通報します。速やかに上司等に連絡します。

CASE 5

「殺されたいのか」といった脅迫的発言をする、反社会的勢力とのつながりをほのめかす、異常に接近する等の従業員を怖がらせるような行為をとる。又は「対応しなければSNSにあげる」「口コミで悪く評価する」等会社のイメージを下げるような脅しをかける。

対応 できる限り複数名で対応するとともに、これ以上対応できない旨を告げ、このまま続けば警察に通報することを伝えます。電話の場合は、これ以上対応できない旨を告げ電話を切ります。いずれの場合も、上司等に連絡します。

CASE 6

文書による謝罪や土下座を要求する。

対応 従業員みずから明らかに自分に非があると判断した場合であっても、「自分一人では判断できません。社内で相談の上、しかるべき者から回答します」と伝えます。

CASE 7

従業員の身体に触る・つきまとう等の性的な行動をとる、食事等に執拗に誘う、性的な内容の発言を行う。

対応 できる限り別の者が顧客対応を代わり従業員から引き離すとともに、顧客等に対してセクシュアルハラスメントに当たるので止めるよう告げ、これらの行為が続く場合は、速やかに上司等に連絡します。

CASE 8

不当な金銭や過剰なサービスを要求する。

対応 不当な金銭の要求に対しては、応じられない旨を告げ、収まらないときは退去を求め又は電話を切ります。過剰なサービスの場合も同様ですが、過剰かどうか判断できない場合は、上司等に相談します。

CASE 9

従業員の解雇又は従業員自身に辞職することを要求する。

対応 内容が明らかに不当な要求であるため、店舗責任者等から応じられない旨を告げ、収まらないときは退去又は電話を切ります。

CASE 10

SNSやインターネット上で名誉を毀損する、又はプライバシーを侵害する情報を掲載する。

対応 速やかに相談対応者を含め社内で検討し、掲載先のホームページの運営者（管理者）に削除を求める。必要に応じて弁護士と相談して、発信者情報の開示を請求します。解決方法等がわからない場合は、「違法・有害情報相談センター」や「誹謗中傷ホットライン」（一社）セーフティーインターネット協会）に相談します。



4

社内ルールの従業員への教育・研修

顧客等からの迷惑行為や悪質なクレームに対応できるよう日頃から研修等を通して従業員への教育を行うことが必要です。教育の内容としては、少なくとも次のようなものを含めることが考えられます。

▽経営者の基本方針

「③（１）の経営者が示す基本方針の参考例」（P4）を参照してください。

▽カスタマーハラスメントの判断基準

「②不動産におけるカスタマーハラスメントとは」（P3）を参照してください。

▽相談対応体制と従業員への配慮措置

「③（２）従業員のための相談対応体制の整備と従業員への配慮措置」（P5）を参照してください。

▽ハラスメントの態様別の対応方法と手順

「③（３）初期対応の方法と手順」（P5）及び「④対応事例集」（P10）を参照してください。

その他、状況に応じて、詳しい接客マナーや対応記録の作成方法などを盛り込むことも考えられます。

4

対応事例集

一般的に想定される事例は「③（３）のハラスメントの態様別の初期対応方法」に示しました。以下では、不動産業における具体的事例とその場合の対応例を参考として示します。

CASE 1

物件の内覧等の際に、対応困難な事柄（内法床面積をこの場で計測しろ、上階や隣室の住人がどの程度の騒音を出しているか計測して報告しろ、など）を執拗に要求する。

対応 社内で定めているルール（どこまでの質問に答えるか）に照らし判断しますが、一般的には壁芯計算であること、騒音等については明確な回答が困難である旨を説明します。納得しないときはこれ以上対応できない旨を告げて打ち切ります。

留意事項 あらかじめ顧客等からの質問にどこまで回答するかのルールを定めておく必要があります。

CASE 2

気に入った賃貸物件が見つからないことを理由に、現地案内を次々と際限なく要求する。

対応 社内で定めているルール（賃貸物件の案内数等）に照らし判断しますが、嫌がらせと判断したときは、これ以上対応できない旨を伝え、打ち切ります。

留意事項 あらかじめ物件案内数の上限や時間を定め、案内前に伝えておきます。

CASE 3

店舗において、コーヒーやビールを出す等、喫茶店のようなサービスを執拗に要求する。

対応 そのようなサービスは行っていないと伝えた上で、それ以上要求が続くならば対応できない旨を告げ、退去を求めます。

留意事項 顧客等への無料サービスとしてどこまで対応するかはあらかじめ会社として決めておく必要があります。

CASE 4

担当者が約束の時間に30分程度遅れて到着したときに、大声で執拗に叱責する。また、時間のロスを理由に仲介手数料を割り引くよう執拗に要求する。

対応 遅刻を謝罪した上で、大声で叱責するのは周囲の迷惑になるので止めるようお願いし、速やかに上司等に連絡します。仲介手数料を割り引く社内ルールに該当するかどうか確認します。

留意事項 仲介手数料を割り引く場合のルールをあらかじめ定めておく必要があります。

CASE 5

顧客に対し重要事項の説明をしていたら、顧客が言葉の解釈を執拗に問い、「わからない!」と激高し、責任者をその場に呼ぶことを要求する。

対応 一つ一つわかりやすく説明するよう努めている、と伝えるが、収まらないときは上司等に連絡します。

留意事項 顧客等は不動産取引の分野では知識がないものとして対応することを記憶しておく必要があります。

CASE 6

賃貸の入居審査の結果として、顧客に入居お断りを伝えたところ、激高し、長時間の電話対応を強いられる。

対応 どれだけ頼まれても結果は覆らないことを説明し、収まらないときは上司等に連絡します。

留意事項 審査前に、顧客に対し「入居審査は心配ない」等必ず通過するかのように誤認させる発言は避けます。また、入居お断りの理由を聞かれても、その理由だけでなく、誰によるお断りなのか（大家・保証会社等）も開示を控えることが好ましいと考えられます。

CASE 7

売買契約締結後、重要事項説明の際に説明がなかった事柄を理由に、代金の減額を執拗に要求する。

対応 法令に照らして必要十分な重要事項説明を行ったかどうかを再確認し、問題点がなければ要求には対応できない旨を伝えます。また、必要に応じ何らかの対応（代金減額以外の対応）を行うかどうかを会社として検討するため一旦引き取り、後日連絡する旨を説明します。それでも納得しないときは毅然と対応します。

留意事項 対応の記録として、録音・録画をすることが有効です。

CASE 8

入居後、周辺環境や騒音等、顧客が想定していた事実（状況）と現実とが異なっていたことを理由に、代金又は賃料の減額を執拗に要求する。

対応 物件や契約内容について担当者が十分に説明していたことを再確認し、問題点がなければその旨を伝え、代金又は賃料の減額には応じられない旨を伝えます。納得しないときは毅然と対応します。

留意事項 電話やメール等による執拗な要求に対しては、それ以上対応せずに速やかに上司等に連絡します。

CASE 9

管理を受託している賃貸住宅の大家さんが、毎週1回程度「食事に付き合え」と執拗に要求するなど、受託契約とは関係のない行為を要求する。

対応 会社のルールとしてそのようなことは対応できない旨を告げ、収まらないときは上司等に連絡します。

留意事項 立場を利用した不当な要求には、毅然と対応することが必要です。また、顧客との付き合いのルールを定めておくことが必要です。

CASE 10

質の悪い物件を紹介する会社である、営業担当の態度が悪い会社である等を「SNSにアップされなかったら、仲介手数料をまけろ」と執拗に要求する。

対応 そのような事実がないことを担当者に確認した上で、紹介物件について十分な情報を提供していること、接客マナーには十分留意しつつ誠意を持って対応していること等を説明し、手数料の減額には応じられない旨を伝えます。また、SNSで根拠のない情報を広めるようなことがあれば、法的措置をとる可能性があることを伝えます。

留意事項 法的措置のことを考えて、相手方に関する情報を収集しておくことが必要です。



おわりに

繰り返しになりますが、これまで述べてきたカスタマーハラスメント対策の内容は、それぞれの企業において対策を決めていただく際の参考として示したものです。したがって、会員企業が置かれた状況によっては、もっと簡潔な内容にすることも考えられます。その場合でも、カスタマーハラスメントへの対策内容を経営者と相談対応者・従業員とが共有し、一致した方針の下に迅速に顧客等に対応できるよう体制を決定しておくことだけは不可欠であると考えられます。同時に企業側においても、誰しもが発注者として、そしてまた一人の生活者として「カスタマー」になり得ることからしますと、自社のスタッフも含めてみずからハラスメントの行為者

にならないとの意識づけも重要なポイントです。

会員企業の事業活動を支える貴重な人財たる「従業員の安全の確保」という観点からすれば、今日、カスタマーハラスメント対策は重要な経営判断のひとつに数えられると言っても過言ではありません。不動産事業に携わるすべての方が安心して日々の業務に従事できるよう会員の皆様において必要な対策が進むこと、また会員個社のみならず不動産業界としてあらゆるハラスメントを許さないとの機運が醸成されることを願う次第です。

なお、以下にカスタマーハラスメント対策に関連する資料・情報及び相談先のリンクを掲載しますのでご活用いただければ幸いです。

参考

【出典元】

- 厚生労働省 「事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針（令和2年厚生労働省告示第5号）」
- 厚生労働省 「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」

【情報サイト・相談窓口のご紹介】

あかるい職場応援団

ハラスメントに関する裁判事例や他社の取組等の紹介、研修動画の提供等を行う厚生労働省の総合情報サイトです。

各都道府県労働局の雇用環境・均等部(室)

職場におけるハラスメント等に関する相談、助言、調停に関することなどを行っています。

ハラスメント悩み相談室

カスハラ等に関する悩みのメール・SNS相談を行っています。

こころの耳

厚生労働省による、働く方やそのご家族、職場のメンタルヘルス対策に取り組む事業者の方などに向けて、メンタルヘルスケアに関する様々な情報や相談窓口を提供しているメンタルヘルス・ポータルサイトです。

違法・有害情報相談センター

ネット上の誹謗中傷（嫌がらせ）の書き込みについて削除するにはどうすればよいのか、書き込んだ相手特定するにはどうしたらよいのか、などインターネット上のトラブルについて適切に対応するための情報提供等を行っています。

誹謗中傷ホットライン

ネット上の誹謗中傷に対して、掲載されているサイトに利用規約等に沿った削除等の対応を促す通知を行います。





2024年8月16日発行【第2版】

公益社団法人 全日本不動産協会／全日みらい研究所

<https://www.zennichi.or.jp/miraiken/>



制作協力 株式会社PHP研究所
表紙・本文デザイン 朝田春未
本文イラスト よしのぶもとこ
表紙イラスト ナナメニコ/PIXTA