

「第2回カスタマーハラスメント防止対策に 関する協議会」資料

日時 2024年8月30日（金）

会場 愛知県庁本庁舎 2階 講堂

1 県で実施したカスタマーハラスメントに関するアンケート結果について

(1) アンケート調査概要

期 間：2024年7月8日(月)から2024年8月9日(金)まで

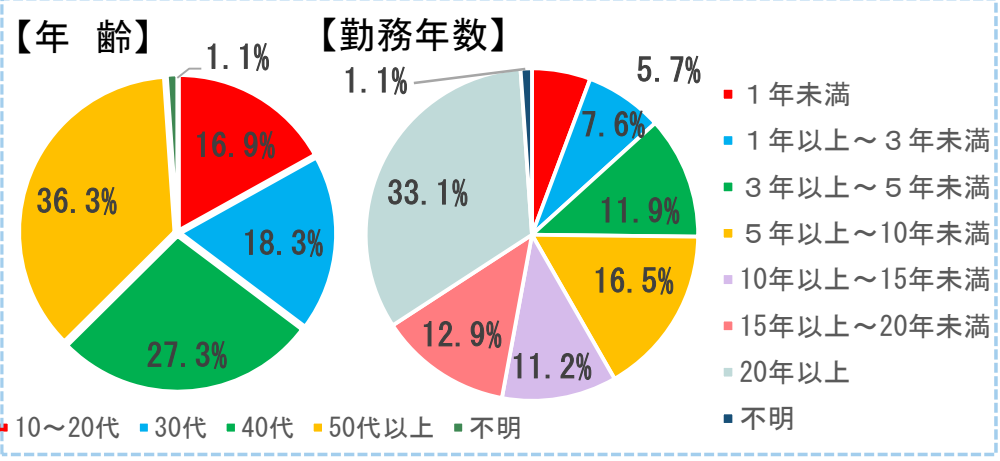
対 象 者：労働者、企業等

調査手法：愛知県電子申請・届出システム等

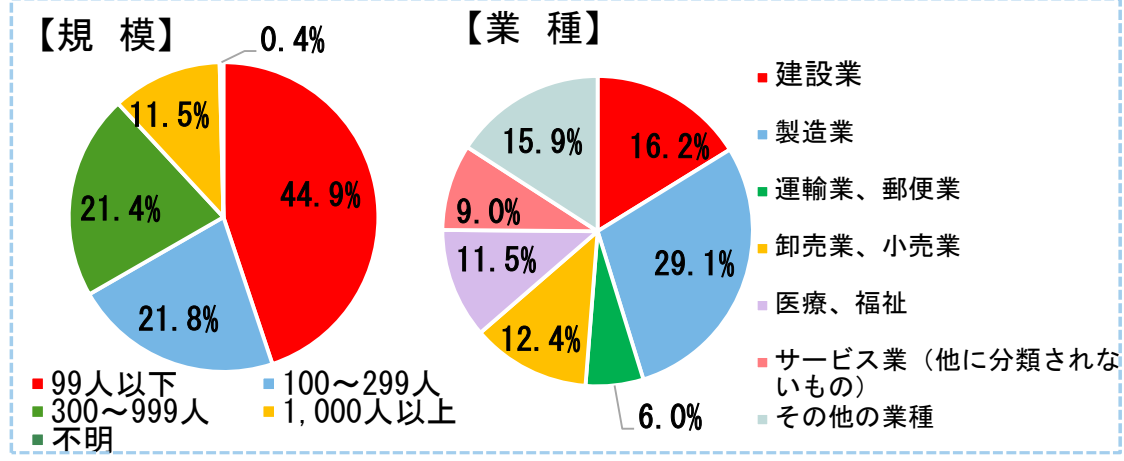
有効回答：労働者278人、企業等234社

回答者の内訳：

労働者



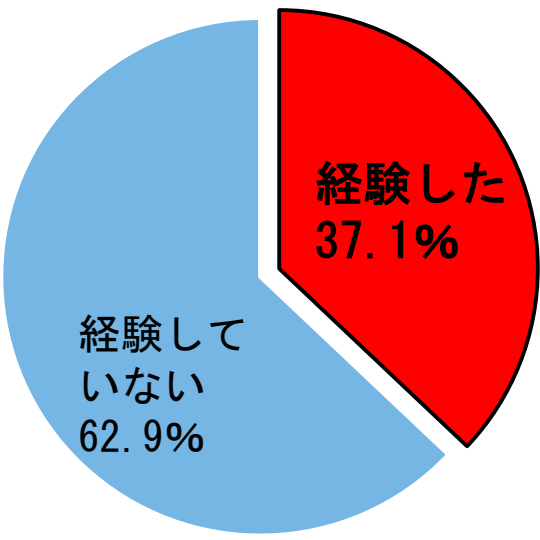
企業等



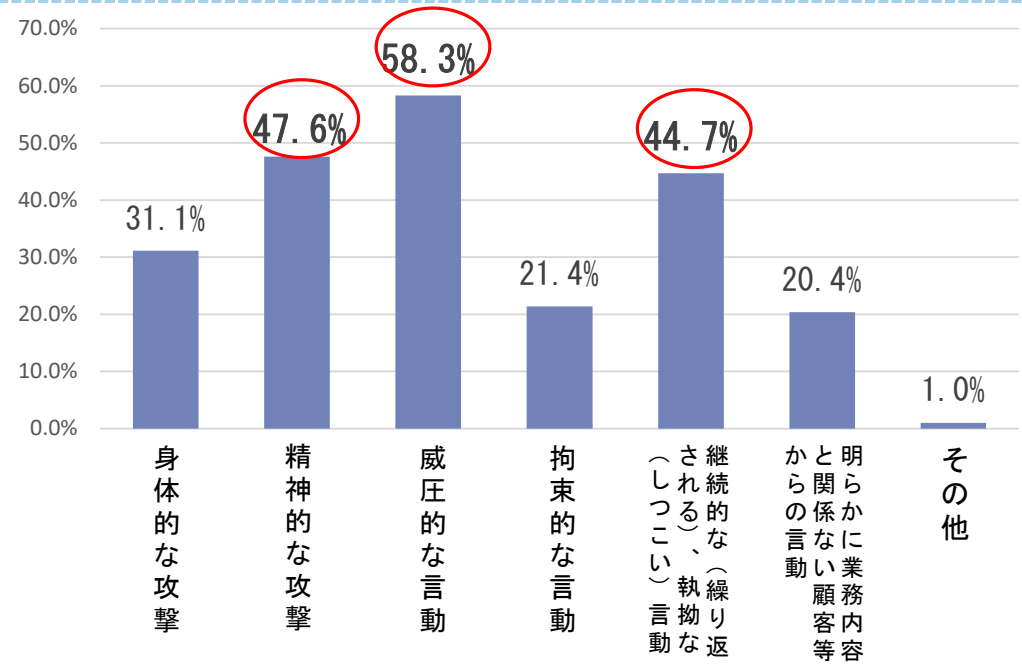
1 県で実施したカスタマーハラスメントに関するアンケート結果について

(2) 労働者への調査結果①

発生状況



(設問) あなたは過去3年間に勤務する(していた)職場でカスハラを経験したことがありますか。



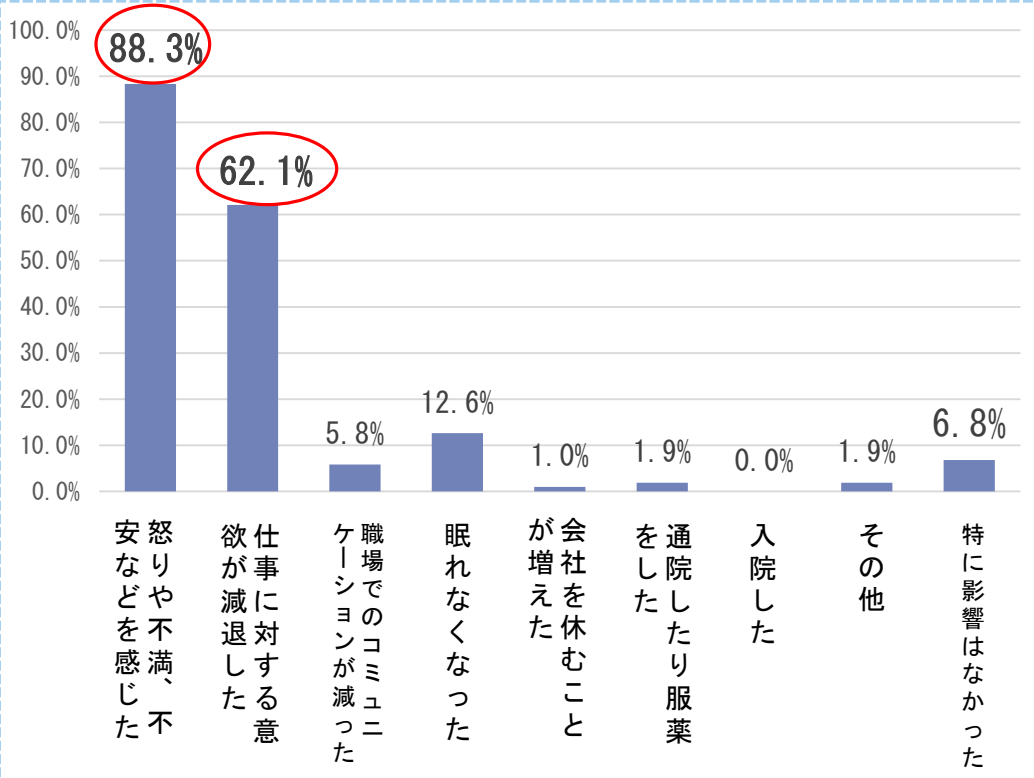
(設問) あなたが受けたカスハラは以下のどれにあたりますか。【複数回答可】

- 過去3年間に勤務する(していた)職場でカスハラを経験したことがある労働者は37.1%となった。
- 労働者が受けたカスハラとして多く回答があったのは、「威圧的な言動(58.3%)」「精神的な攻撃(47.6%)」「継続的な(繰り返される)、執拗な(しつこい)言動(44.7%)」の順に多い。

1 県で実施したカスタマーハラスメントに関するアンケート結果について

(2) 労働者への調査結果②

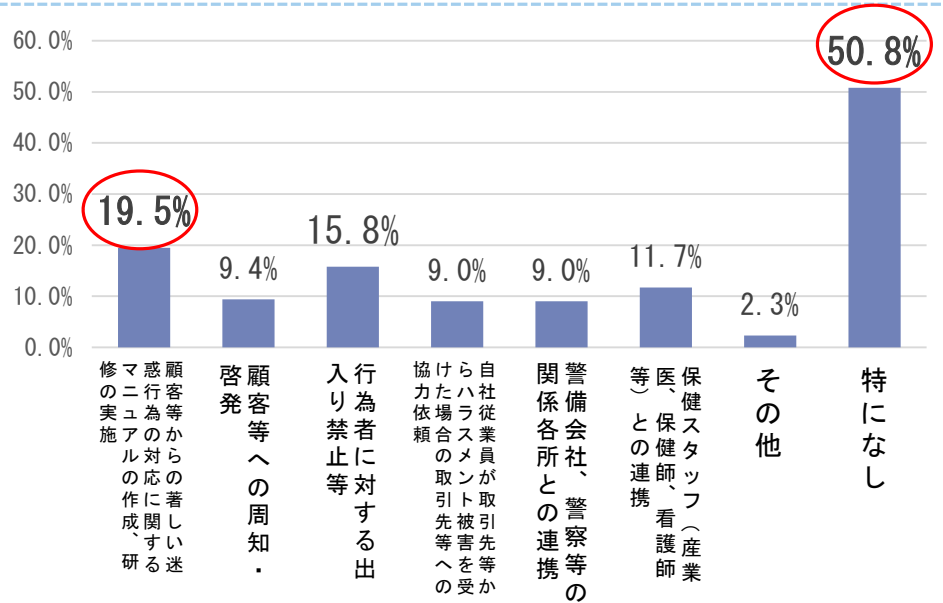
影響



(設問) カスハラを受けて、あなたの心身にどのような影響がありましたか。【複数回答可】

○ カスハラを受けた影響として多かったのは「安んや不満、不安などを感じた」が88.3%、「仕事に対する意欲が減退した」が62.1%となっている。

取組



(設問) あなたの勤務先がカスハラに関する取組として実施しているものをお答えください【複数回答可】

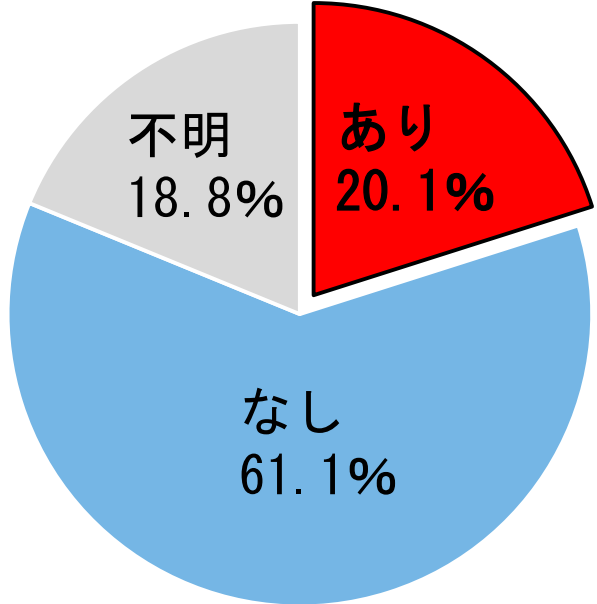
○ 勤務先でのカスハラに関する取組について「特になし」と回答した労働者は50.8%となった。

○ 勤務先が実施している取組のうち多かったのは「顧客等からの著しい迷惑行為の対応に関するマニュアルの作成、研修の実施」となった。

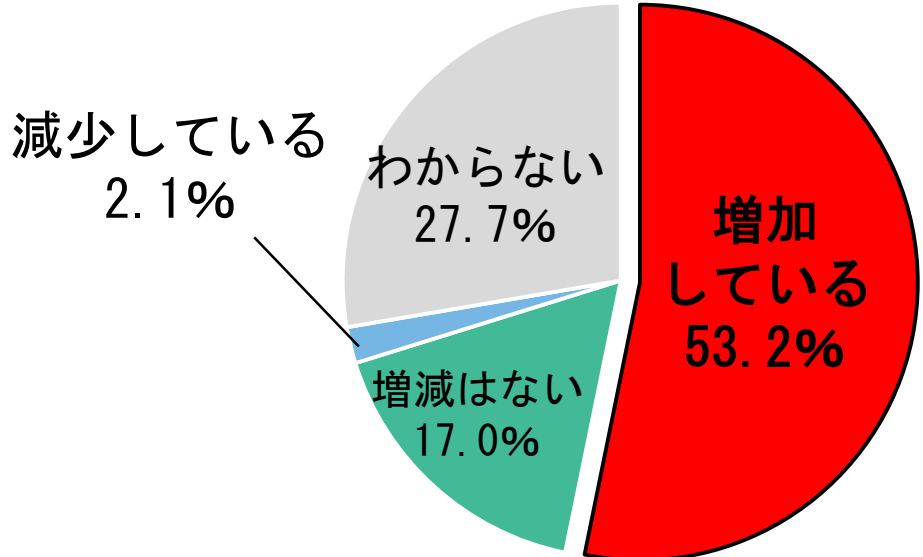
1 県で実施したカスタマーハラスメントに関するアンケート結果について

(3) 企業への調査結果①

カスハラが発生状況



(設問) 過去3年間に社内でカスハラに関する相談がありましたか。



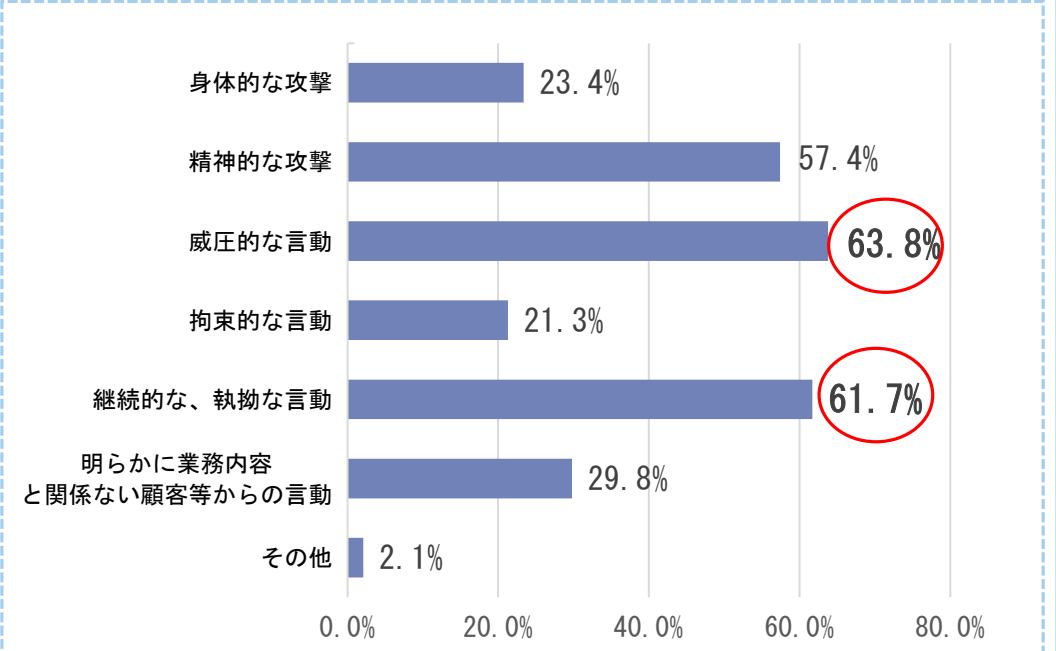
(設問) 過去3年間に社内でカスハラに関する相談件数の増減はどのようになっていますか。

- 過去3年間に社内でカスハラに関する相談があったと回答した企業は20.1%となった。
- 相談があると答えた企業のうち、53.2%の企業が増加していると回答しており、減少していると回答している企業は2.1%であった。

1 県で実施したカスタマーハラスメントに関するアンケート結果について

(3) 企業への調査結果②

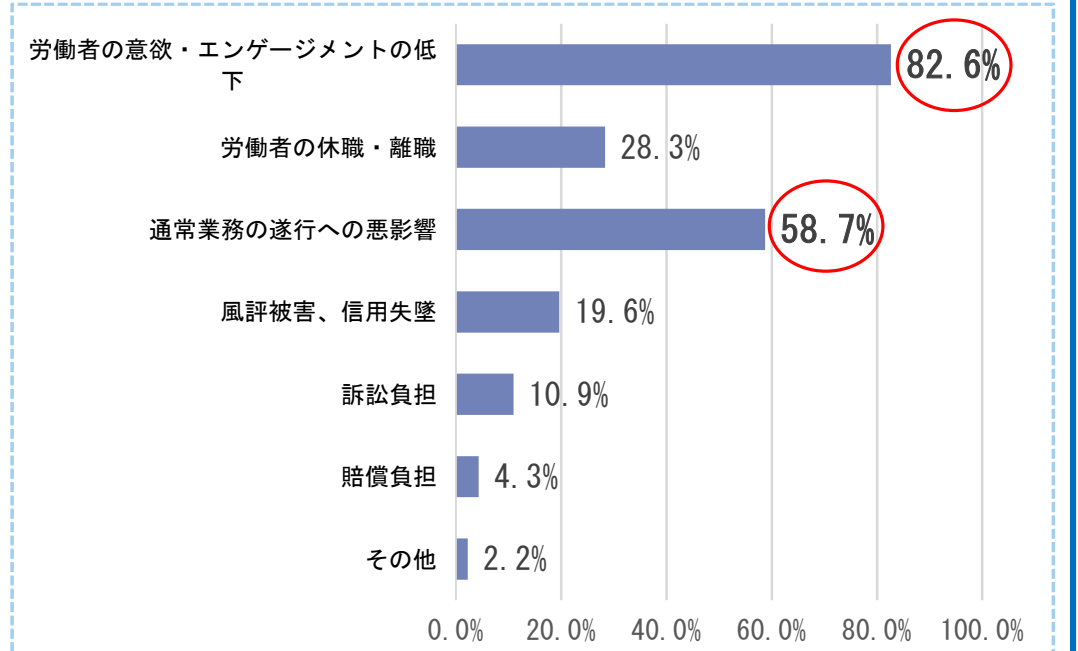
カスハラの内容



(設問) カスハラに該当すると判断した事案で、どのようなものがありましたか。
【複数回答可】

- カスハラと判断した事案のうち、最も多いのは「威圧的な言動」であり、63.8%となっている。
- 次いで多くなっているのが「継続的な、執拗な言動」であり、61.7%となっている。

カスハラの損害・被害



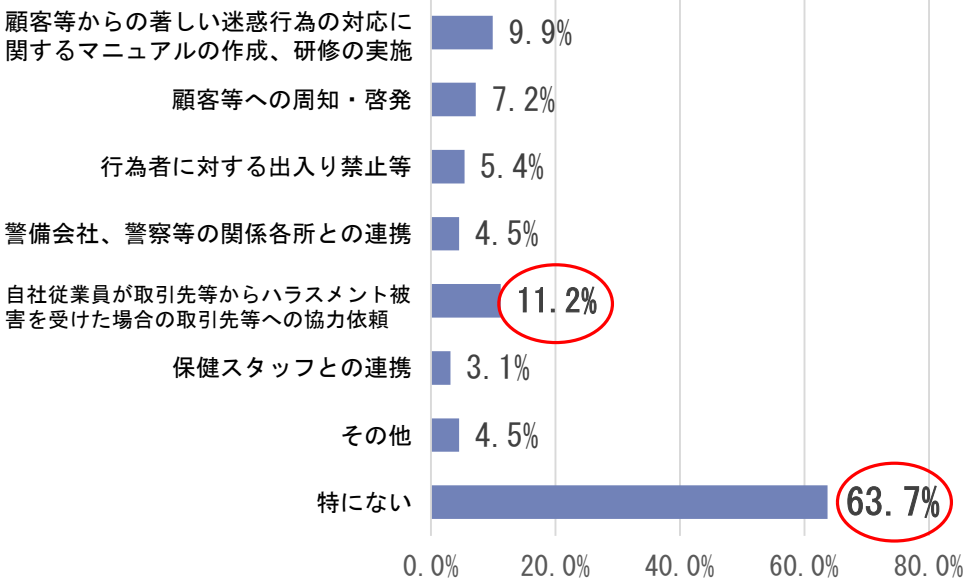
(設問) カスハラで被った損害や被害についてどのようなものがありましたか。
【複数回答可】

- カスハラで被った損害や被害で最も多いのは「労働者の意欲・エンゲージメントの低下」となっており、82.6%にのぼる。
- 次いで「通常業務の遂行への悪影響」であり、58.7%となっている。

1 県で実施したカスタマーハラスメントに関するアンケート結果について

(3) 企業への調査結果③

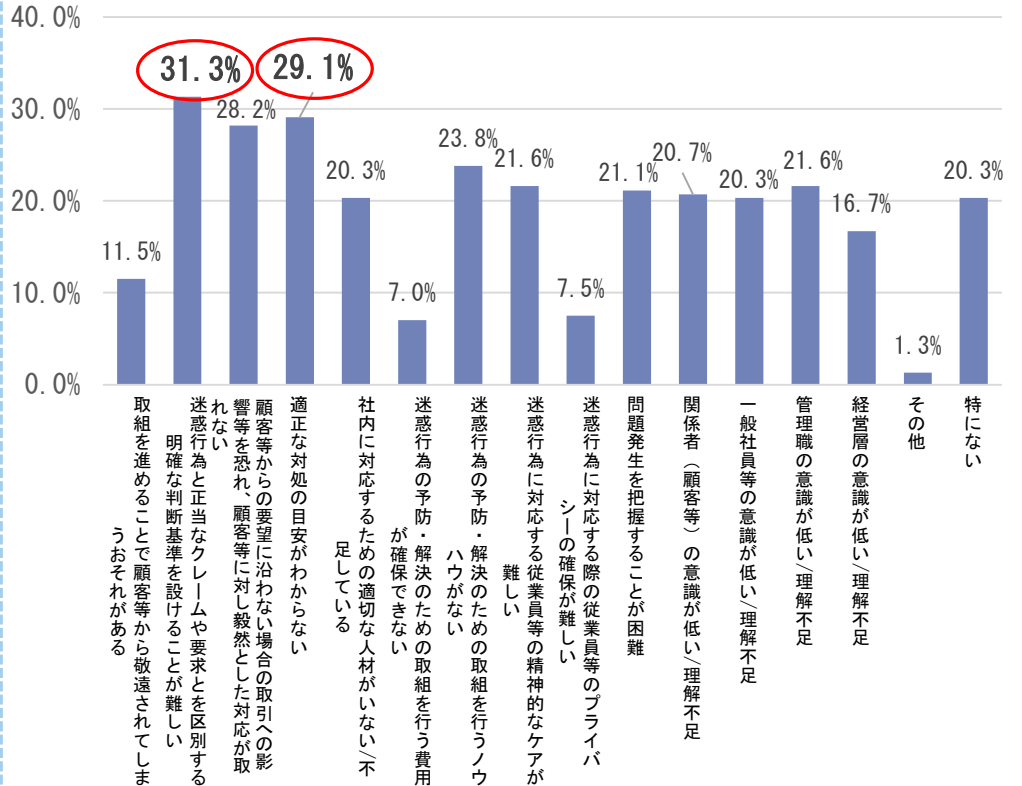
取組



(設問) カスハラに関する取組として実施しているものがあればお答えください。
【複数回答可】

- 全体の半数以上にあたる**63.7%の企業がカスハラに関して実施している取組が「特になし」と回答している。**
- カスハラに関して**最も多く実施されている取組は「自社従業員が取引先等からハラスメント被害を受けた場合の取引先等への協力依頼」**なった。

課題



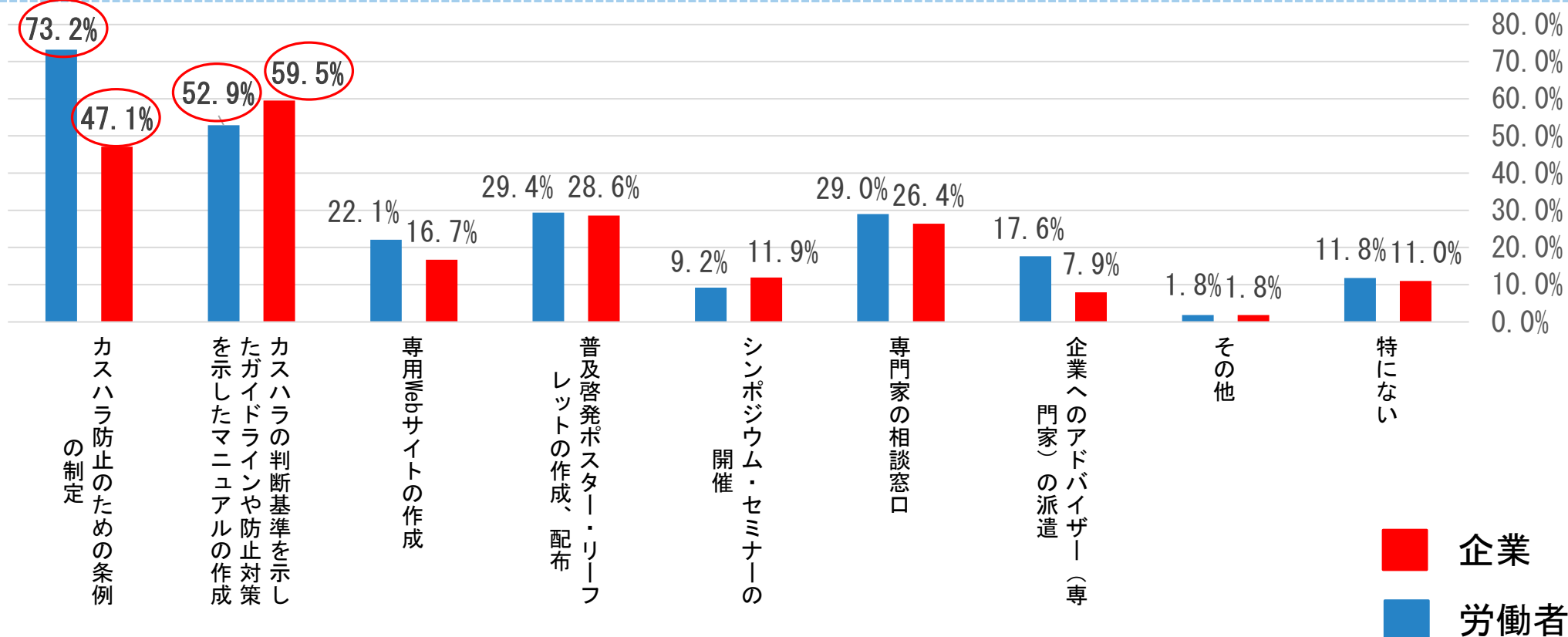
(設問) カスハラを予防・解決するための取組を進める上での課題としてどのようなことが考えられますか。【複数回答可】

- **最も多い課題は「迷惑行為と正当なクレームや要求とを区別する明確な判断基準を設けることが難しい」**であり、31.3%となっている。
- **次いで多くなっているのが、「適正な対処の目安がわからない」**であり、29.1%となっている

1 県で実施したカスタマーハラスメントに関するアンケート結果について

(4) 県への要望

県への要望



(設問) カスハラ防止対策として、愛知県に求めるものについて、あてはまるものを全て選択してください【複数回答可】

○ 防止対策として特に求められているものは「カスハラ防止のための条例の制定」「カスハラ判断基準を示したガイドラインや防止対策を示したマニュアルの作成」となっており、どちらも4割以上の方が回答している。

2 消費者団体へのヒアリング結果について

実施結果

ヒアリング団体：（公社）全国消費生活相談員協会、愛知消費者協会

主な意見：

- カスハラに関する動きについて、不快に思っている消費者もいるのは事実である。
- 若者を中心に、意見を伝えることで事業者に嫌われることを心配する消費者も増えた。
- 「消費者が声を上げられなくなるのは不健全である」という第1回協議会の意見はまさにその通りである。
- クレームとカスハラの境界が分からなくなっているため、カスハラ（Consumer Harassment）の定義は大事だと考えている。
- カスハラを防止するためには、消費者教育として、学校教育の中で、幼少のころから相手の立場になって考えることを伝えていくことが大事である。
- カスハラ対策に向けた企業内研修の中でも消費者教育を実施してほしい。
- 消費者が聞きたいことにきっちりと対応してほしい。対応がしっかりなされなかったことに伴う恨みつらみがカスハラを生んでいる。
- 高齢者のカスハラ防止については、認知症かどうかを真剣に考える必要がある。
- 企業は、自分たちの役割としてやらねばならないことを把握したうえで、それを超えた無理難題については、社内にいる対応を学んだ対応者に相談して解決するしかない。
- 条例をもって、一般的な消費活動に制限がかかるわけではないため、ほとんどの消費者はどのような定義づけであっても問題ないと考えている。
- 若い従業員が正当なことを伝えていても、年齢を理由に対等な立場で話を聞かない例もある。

3 カスタマーハラスメント防止対策の方向性について

検討項目

- (1) カスタマーハラスメント防止対策の目的・必要性
- (2) カスタマーハラスメントの定義・判断基準
- (3) カスタマーハラスメント防止対策に取り組む主体・役割
- (4) カスタマーハラスメントへの対応の考え方
- (5) 県の取組

3 カスタマーハラスメント防止対策の方向性について

(1) カスタマーハラスメント防止対策の目的・必要性

○ 現状・課題を踏まえ、次のとおり整理する。

【目的・必要性（案）】

- カスタマーハラスメント防止対策を社会全体で取り組むことにより、労働者の心身の健康を確保し、働きがいを持ちながら、安心して働くことができる職場環境を整備するとともに、企業が円滑に業務を遂行できる環境を目指す。
- カスタマーハラスメントは、労働者の心身を害する行為であるとともに、職場環境を悪化させるものであり、企業においても、労働者の生産性や意欲の低下、企業イメージの悪化等、経営的に大きな損失を被るものであるため、社会全体でカスタマーハラスメント防止に向けた対策を実施する必要がある。
- 消費者保護の観点も重要であり、労働者と消費者が対等な立場で、お互いに尊重することが必要である。

3 カスタマーハラスメント防止対策の方向性について

(2) カスタマーハラスメントの定義・判断基準

- 現状・課題、国の「雇用分野における女性の活躍推進に関する検討会 報告書」を踏まえ、次のとおり整理する。

【定義(案)】

- カスタマーハラスメントは、顧客等(取引先、施設利用者、その他の利害関係者を含む)からのクレーム・言動のうち、社会通念上相当な範囲を超えた言動や手段・態様で行われるものであり、労働者の就業環境が害されるものとする。

【判断基準の例示(案)・・・国の報告書から抜粋】

- 社会通念上相当な範囲を超える言動の内容例
 - ・ 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
 - ・ 契約等により想定しているサービス等を著しく超える要求
 - ・ 対応が著しく困難な又は対応が不可能な要求 等
- 社会通念上相当な範囲を超える手段・態様例
 - ・ 身体的な攻撃(暴行、傷害等)
 - ・ 精神的な攻撃(脅迫、中傷、名誉棄損、侮辱、暴言、土下座の強要 等)
 - ・ 威圧的な言動
 - ・ 継続的な(繰り返される)、執拗な(しつこい)言動
 - ・ 拘束的な言動(不退去、居座り、監禁)

3 カスタマーハラスメント防止対策の方向性について

(3) カスタマーハラスメント防止対策に取り組む主体・役割

- 社会全体でカスタマーハラスメント防止を目指すには、防止対策を実施する各主体ごとに役割を担う必要があり、次のとおり整理する。

【主体・役割(案)】

県

- カスタマーハラスメント防止対策に関する施策を実施する。
- 国及び市町村と連携を図りながら協力し、カスタマーハラスメント防止対策に取り組む。

事業者・・・県内で事業を行う個人、法人・団体

- カスタマーハラスメントにより、労働者の就業環境が害されることのないよう、必要な体制の整備、その他の雇用管理上必要な措置を行う。
- 労働者が顧客等として、カスタマーハラスメントを行わないように必要な措置を行う。
- カスタマーハラスメントの防止に関して、他の事業者から必要な協力を求められた場合には、事業者はこれに応ずるよう努める。
- 雇用する労働者のカスタマーハラスメントに対する関心と理解を深めるとともに、県が実施するカスタマーハラスメント防止対策に関する施策に協力するよう努める。

3 カスタマーハラスメント防止対策の方向性について

(3) カスタマーハラスメント防止対策に取り組む主体・役割

労働者等・・・県内で業務に従事する者

- カスタマーハラスメントに対する関心・理解を深め、顧客等に適切な対応を行うとともに、事業者が実施するカスタマーハラスメント防止対策に関する取組に協力するよう努める。

顧客等(取引先、施設利用者、その他の利害関係者を含む) ・・・商品の購入やサービスを利用する個人、法人・団体

- カスタマーハラスメントに対する関心・理解を深め、県が実施するカスタマーハラスメント防止対策に関する施策に協力するよう努める。
- 労働者等に対する言動や手段・態様に注意を払うよう努める。

3 カスタマーハラスメント防止対策の方向性について

(4) カスタマーハラスメントへの対応の考え方

○ 現状・課題を踏まえ、次のとおり整理する。

【カスタマーハラスメントへの対応の考え方（案）】

- 社会全体でカスタマーハラスメントを禁止するという姿勢を強く打ち出し、カスタマーハラスメント防止対策を実施することが望ましいという気運の醸成を図ることが重要。
- カスタマーハラスメントの行為者への罰則については、実効性を含め、慎重に議論を行う必要がある。

区 分	メリット	デメリット
罰則がある場合	<ul style="list-style-type: none">・ 強い抑止効果が見込める。	<ul style="list-style-type: none">・ 罰を与える行為について明確に限定する必要がある。・ 罰を与えない行為が、正当化される恐れがある。
罰則がない場合	<ul style="list-style-type: none">・ 社会全体でカスハラを抑止するという気運が高まり、スピード感をもって対応することができ、一定の抑止効果が見込める。・ 罰則がある場合よりも、カスハラ行為の範囲を広くすることができる。	<ul style="list-style-type: none">・ 罰則がある場合より、抑止効果が弱まる。ただし、不法行為等に基づく刑事罰や損害賠償請求などが成立する可能性はある。

3 カスタマーハラスメント防止対策の方向性について

(5) 県の取組

【県が取り組むこととして考えられる内容（案）】

- 判断基準の作成
 - ・ 条例制定、マニュアルの作成、事例紹介 等

- 周知・啓発
 - ・ ポスター、チラシ、ロゴマークステッカーの作成・配布
 - ・ 専用Webサイトの作成・運営
 - ・ シンポジウム・セミナーの開催
 - ・ 大規模広告（新聞掲載、デジタルサイネージ等） 等

- 防止に向けた支援
 - ・ 企業へのアドバイザー・講師派遣
 - ・ 消費者への教育（セミナー等）
 - ・ 相談窓口の設置 等