

国及び東京都の顧客ハラスメント防止 対策について

1 雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会(国) 報告書

令和6年8月8日公表「雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会 報告書」より抜粋

(1) 対策強化の必要性

防止対策の意義

- カスタマーハラスメントは労働者の心身を害するものであることは言うまでもなく、カスタマーハラスメントを目撃した顧客等も不快にするものである。企業においても人材流出や顧客離れをもたらすおそれがあるものである。
- カスタマーハラスメントを防止することは、労働者を守るという観点のみならず、個別企業における働きやすい環境を整備することにより、労働者の確保・定着に資するとともに、業種、業界のイメージアップ、さらには顧客等の利益につながるものである。
- カスタマーハラスメント対策等を通じて企業が従業員の顧客対応力を高めること等により、従業員を守るだけでなく、顧客等とのコミュニケーションが円滑になることによる営業上のメリットも期待できると考えられる。

企業における取組の必要性

- 対策に積極的に取り組んでいる企業ではカスタマーハラスメントの被害が少ない状況にあることに鑑み、個々の企業だけでなく、企業横断的にカスタマーハラスメント対策への取組が進むよう、対策を強化することが必要である。
- 対策強化により、社会全体として、カスタマーハラスメントが許されるものではないということが明確になるとともに、企業がカスタマーハラスメント対策を実施することが望ましいという社会規範が形成されるというメリットがあると考えられる。

1 雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会(国) 報告書

(2) 対策強化の方向性

労働者保護の観点からの法制化

- 労働者保護の観点から事業主の雇用管理上の措置義務とすることが適当である。
- 法律においてカスタマーハラスメント対策に係る措置義務を規定しつつ、対象となる行為の具体例やそれに対して事業主が講ずべき雇用管理上の措置は、指針において明確化することが考えられる。

事業主の措置義務の在り方

- 事前予防としてマニュアル等の整備を行うことが考えられる。
- 予防しきれずにカスタマーハラスメントが発生してしまった場合においても、労働者の心身の健康障害を防止するため、早期に、相談対応等により対処することが重要となる。
- カスタマーハラスメントの端緒となった商品やサービス、接客の問題点等が把握された場合には、その問題点等そのものの改善を図ることも重要である。
- (セクハラ)の規程上も、被害者である労働者を雇用する事業主が、雇用管理上の措置の実施に関して、他の事業主に対して必要な協力を求めた場合には、当該他の事業主はこれに応ずるよう努めなければならないこととされている点が、参考になる。

消費者法制や各業法等との関係

- 消費者法制により定められている消費者の権利等を阻害しないものでなければならないことは当然のことである。
- 取引先との関係や、消費者の権利、業種・業界等における商慣行等の違いにも留意しつつ、労働者保護の観点から対策を講じるに当たっては、業界団体における対応や業所管官庁との連携による取組が効果的である。

1 雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会(国) 報告書

(3) カスタマーハラスメントの定義①

定義の考え方

- (対策企業マニュアルにおいては) 「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」がカスタマーハラスメントであると考えられるとしている。
- カスタマーハラスメントという行為は「労働者の就業環境が害されるもの」であることは共通するが、特に小売業、公共交通機関、学校現場、医療や介護等福祉等、幅広い業種・業態で見られることが指摘されており、その実態は様々あることが想定されることから、具体的な事例を収集し、分析することも必要である。

カスタマーハラスメントの定義

- カスタマーハラスメントの定義は、以下のⅠからⅢまでの要素のいずれも満たすものとして検討すべきである。
【カスタマーハラスメントの3要素】
 - Ⅰ 顧客、取引先、施設利用者その他の利害関係者が行うこと
 - Ⅱ 社会通念上相当な範囲を超えた言動であること
 - Ⅲ 労働者の就業環境が害されること
- 客観的にみて、社会通念上相当な範囲で行われたものは、いわば「正当なクレーム」であり、カスタマーハラスメントに当たらないことに留意する必要がある。

1 雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会(国) 報告書

(3) カスタマーハラスメントの定義②

カスタマーハラスメントの3要素の具体的な内容

I 顧客、取引先、施設利用者その他の利害関係者が行うこと

- 「顧客」には、今後利用する可能性がある潜在的な顧客も含むと考えられる。
- 「施設利用者」とは、施設を利用する者をいい、施設の具体例としては、駅、空港、病院、学校、福祉施設、公共施設等が考えられる。
- 「利害関係者」には、法令上の利害関係だけではなく、施設の近隣住民等事実上の利害関係がある者も含むと考えられる。

II 社会通念上相当な範囲を超えた言動であること

- 顧客、取引先等の権利を濫用し、又は、逸脱したものをいい、社会通念に照らし、当該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・態様が相当でないものが考えられる。
- 言動が「社会通念上相当な範囲を超えた言動」か否かの判断については、「言動の内容」及び「手段・態様」に着目し、総合的に判断することが適当である。
- 「言動の内容」、「手段・態様」の双方が必須条件ではなく、「言動の内容」、「手段・態様」の片方のみで社会通念上相当な範囲を超える場合もあり得ることに留意が必要である。
- 社会通念上相当な範囲を超えるかどうかの判断に当たっては、正当な指摘等を受けた事業者（労働者）の側の不適切な対応が端緒となっている場合もあることにも留意する必要がある。

III 労働者の就業環境が害されること

- パワーハラスメントの要件を参考に、当該言動により、労働者が身体的又は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など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することが考えられる。
- この判断に当たっては、「平均的な労働者の感じ方」、すなわち、「同様の状況で当該言動を受けた場合に、社会一般の労働者が、就業する上で看過できない程度の支障が生じたと感じるような言動であるかどうか」を基準とすることが適当である。
- なお、言動の頻度や継続性は考慮するが、強い身体的又は精神的苦痛を与える態様の言動の場合は、1回でも就業環境を害する場合があります。

1 雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会(国) 報告書

(4) 総合的な対策の必要性

企業における総合的な対策の必要性

- カスタマーハラスメントは、顧客等の権利の濫用・逸脱であり、金品の要求や土下座の強要といった著しく不当な要求もみられ、本検討会で実施したヒアリングでも把握されたとおり、暴行、傷害、脅迫などの犯罪に該当しうるものもある。
企業においては、こうした考え方も踏まえて、的確かつ毅然と対応できるよう、警察への通報を含めた対応方針をあらかじめ定めて、労働者に周知しておくことが重要となる。
- 労働者の不適切な対応等企業側の不手際がきっかけとなり、結果として、カスタマーハラスメントに至るケースもみられる。このような形でのカスタマーハラスメントを未然に防止するためには、企業において、顧客対応力強化のための研修の実施や、苦情・クレームがあった場合の対応マニュアルの整備等に取り組むことが考えられる。
- 業種・業態、職種、ビジネスの内容により、提供されるサービス等の内容にも違いがあることを踏まえて、業界団体、職能団体、企業等が対応することが必要である。

業界団体等を通じた取組の強化と業所管官庁との連携

- カスタマーハラスメントの態様は業界により異なることや、独自で対応できない中小企業もあることから、業界が一体となって取り組むことが効果的である。その際には、業所管官庁との協力、連携が必要不可欠である。

関係省庁との連携強化

- 業界特有の商慣行の問題もあり、この点については業所管官庁に加え取引の適正化の観点から関係省庁との協力、連携が必要である。
- 消費者教育の充実・強化が必要であるという指摘がなされたが、この点については消費者庁との連携が必要である。
- 暴行・障害など犯罪に該当し得る行為への対応については、警察庁との連携が必要である。

2 東京都カスタマーハラスメント防止条例(仮称)の基本的な考え方

令和6年7月19日発表「東京都カスタマーハラスメント防止条例(仮称)の基本的な考え方」より抜粋

(1)用語

カスタマーハラスメントを表す用語

○ カスタマーハラスメント

顧客等から就業者に対する、著しい迷惑行為であり、就業環境を害するもの

○ 著しい迷惑行為

暴行、脅迫その他の違法な行為又は正当な理由がない過度な要求、暴言など不当な行為

▶ 「著しい迷惑行為」とは、次のいずれかに該当する行為が考えられます。

(1)違法な行為

暴行、傷害、脅迫、強要、名誉毀損、侮辱、業務妨害、不退去 他

(2)不当な行為

申出の内容 又は 行為の手段・態様 が社会通念上相当であると認められないもの

※ 社会通念上の相当性は総合的に判断

代表的な行為の類型(指針(ガイドライン)への記載を想定)

◇申出の内容が相当と認められない場合の例

(1)事業者の提供する商品・サービスに瑕疵・過失が認められない場合

(2)申出の内容が、事業者の提供する商品・サービスの内容とは関係がない場合

◇行為の手段・態様が社会通念上相当と認められない場合の例

(1)身体的な攻撃 (2)精神的な攻撃 (3)威圧的な言動 (4)土下座の要求 (5)執拗な言動

(6)拘束的な行動 (7)差別的な言動 (8)性的な言動 (9)従業員個人への攻撃 等

2 東京都カスタマーハラスメント防止条例(仮称)の基本的な考え方

(2) 各主体の責務

都

- 都は、顧客等、就業者及び事業者に対し、カスタマーハラスメントの防止に関する情報の提供、啓発及び教育、相談及び助言その他必要な施策を行う。
- 都は、カスタマーハラスメントの防止に関する施策の実施に当たっては、特別区及び市町村との連携を図るよう努める。
- 都は、カスタマーハラスメントの防止に関する施策を推進するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努める。

顧客等…顧客(就業者から商品又はサービスの提供を受ける者)又は就業者の業務に密接に関係する者

- 顧客等は、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とを深めるとともに、就業者に対する言動に必要な注意を払うよう努める。
- 顧客等は、都が実施するカスタマーハラスメントの防止に関する施策に協力するよう努める。

就業者…都内で業務に従事する者(都外で事業者の行う事業に関連する業務に従事する者を含む。)

- 就業者は、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とを深めるとともに、カスタマーハラスメントの防止に資する行動をとるよう努める。
- 就業者は、事業者が実施するカスタマーハラスメントの防止に関する取組に協力するよう努める。

事業者…都内で事業(非営利目的の活動を含む。)を行う法人その他の団体(国の機関を含む。)又は事業を行う場合における個人

- 事業者は、カスタマーハラスメントの防止に主体的かつ積極的に取り組むとともに、都が実施する施策に協力するよう努める。
- 事業者は、カスタマーハラスメントを受けた就業者の安全を確保するとともに、行為を行った顧客等に対し、中止の申入れその他の必要で適切な措置を講ずるよう努める。
- 事業者は、就業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、必要な措置を講ずるよう努める。