

「第3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

＜項目＞

- 1 カスタマーハラスメント防止対策検討の背景
- 2 カスタマーハラスメント防止対策の目的・必要性
- 3 カスタマーハラスメントの定義
- 4 カスタマーハラスメントへの対応の考え方
- 5 カスタマーハラスメント防止対策に取り組む主体・役割
- 6 カスタマーハラスメント防止に向けた具体的な取組

1 カスタマーハラスメント防止対策検討の背景

背景

- カスタマーハラスメントは、労働者のやりがいを喪失させ、労働生産性に大きなダメージを与えるものであり、社会的課題となっている。
- カスタマーハラスメントを受けた労働者は、「怒りや不満、不安などを感じた」、「仕事に対する意欲が減退した」など、悪影響を被っており、心身に支障をきたし、退職に至ることもある。
- 企業も「労働者の意欲・エンゲージメントの低下」、「通常業務への悪影響」などの損害・被害を受けており、経営的に大きな損失となりうるものである。
- 県が実施したアンケート結果では、企業の半数以上が、防止に向けた対策を実施しておらず、迷惑行為と正当なクレームや要求とを区別することが難しい、適正な対処の目安が分からない等がカスタマーハラスメントを予防・解決するための取組を進める上での課題となっている。
- このような状況を踏まえ、カスタマーハラスメント防止対策について検討し、取りまとめることとする。

2 カスタマーハラスメント防止対策の目的・必要性

目的・必要性

- 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、人材の流出、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。
- 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。
- 労働者と消費者が対等な立場で、お互いに尊重することを通じて、消費者保護を図ることも重要である。

3 カスタマーハラスメントの定義

定義

「顧客等からの行為・言動のうち、社会通念上相当な範囲を超えた内容や手段・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。

◇ 社会通念上相当な範囲を超える内容例

- ・ 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
(商品やサービス等の内容と無関係である不当な損害賠償請求 等)
- ・ 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
(契約内容を著しく超える要求 等)
- ・ 対応が著しく困難な又は対応が不可能な要求
(会社の事業とは関係のない要求 (性的なもの、プライバシーに関わるもの等) 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 (殴る、蹴る、つばを吐きかける 等)
- ・ 精神的な攻撃 (SNSへの暴露をほのめかした脅し、土下座の強要 等)
- ・ 威圧的な言動 (大声でオペレーターを責める、店内で大きな声を上げて周囲を威圧する 等)
- ・ 継続的な、執拗な言動 (頻繁なクレーム、当初の話からのすり替え、揚げ足取り 等)
- ・ 拘束的な言動 (長時間の拘束・居座り・電話 等)

4 カスタマーハラスメントへの対応の考え方

カスタマーハラスメントの禁止・条例制定

労働者が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ためには、何人も、あらゆる場所及び状況において、カスタマーハラスメントを行ってはならないということ、明確に示す必要がある。

そのためには、条例制定が有効である。なお、条例は理念条例とし、顧客等の権利が不当な侵害を受けることがないよう留意する。

罰則について

条例制定にあたっては、罰則を設けないものとする。

◇ 罰則を設けない理由

- 罰則を設けるとカスタマーハラスメント行為の範囲が限定的となり、罰を与えない行為が、正当化される恐れがある。
- 悪質なものについては、刑事罰や不法行為等に基づく損害賠償請求などが成立する可能性がある。
- 罰則を盛り込もうとすると、罰則の内容・具体的な罰則行為の決定に時間がかかるため、スピード感を重視する。
- 県が、条例においてカスタマーハラスメントを禁止する姿勢を強く打ち出すことで、抑止効果が見込める。併せて、ガイドライン（指針）により実効性を高めることとする。

5 カスタマーハラスメント防止対策に取り組む主体・役割

県

- カスタマーハラスメント防止に関する施策を実施する。
- 国及び市町村と連携（※1）を図りながら協力して、カスタマーハラスメント防止対策に取り組む。

※1 カスタマーハラスメント事例の情報共有、防止に向けた普及啓発活動の実施等が考えられる。

事業者…県内で事業を行う、個人、法人・団体（※2）

- 雇用する労働者等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。
- カスタマーハラスメントにより、労働者等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。
- 労働者等が顧客等として、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。

※2 官民や規模は問わないものとする。

5 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（※3）

- 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。

※3 就業形態、県民か否か、就業する期間、官民等は問わないものとする。
県内事業者の事業を行う者で、テレワーク等により、県外で業務に従事する者も対象とする。

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（※4）

- 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。
- 労働者等に対する行為・言動や手段・態様に注意を払うよう努める。

※4 県民か否か問わず、カスタマーハラスメントの行為者となる可能性のあるすべての個人、法人・団体を含む。
また、対面のみならず電話、インターネット（SNS、掲示板 等）での対応も含む。

6 カスタマーハラスメント防止に向けた具体的な取組

県の具体的な取組（案）

- 条例の制定
- ガイドライン（指針）、各団体共通マニュアルの作成 等
- 周知・啓発の実施
 - ・ 専用Webサイト、ポスター・チラシ・ロゴマークステッカー、普及啓発動画等による情報発信
 - ・ シンポジウム等の開催
 - ・ 企業の取組事例紹介 等
- 防止に向けた支援の実施
 - ・ 中小・小規模事業者へのアドバイザー派遣や相談対応などの寄り添った支援
 - ・ 消費者への教育 等

※ 条例制定、ガイドライン（指針）、各団体共通マニュアルの作成については、一定の時間を要するため、防止に向けた周知・啓発など、できるものから早く実施していく。

6 カスタマーハラスメント防止に向けた具体的な取組

ガイドライン（指針）、各団体共通マニュアルの作成について

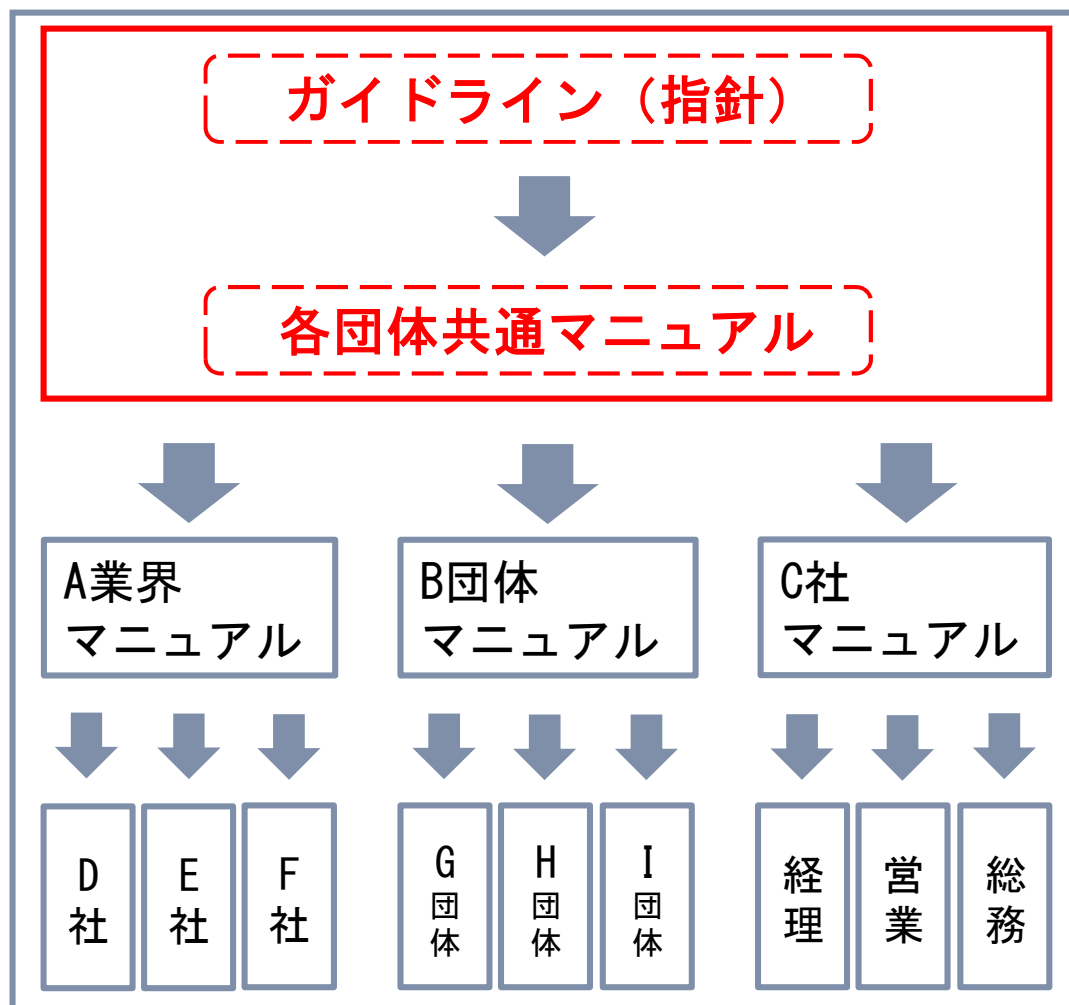
防止に向けた事業者の取組を支援するには、ガイドライン（指針）により具体的な事例を提示するとともに、各団体共通マニュアルにより具体例な対応例を示すことが有効であると考えられる。

◇ ガイドラインのイメージ

(1) 記載内容（案）

- ガイドライン（指針）
 - ・ カスタマーハラスメントの内容に関する事項
（該当する例、該当しない例の提示 等）
 - ・ 事業者、労働者等及び顧客等の責務に関する事項
（事業者、労働者等及び顧客等の具体的な範囲、役割 等）
 - ・ 県の施策に関する事項
（実施する具体的な内容 等）
 - ・ 事業者の取組に関する事項
（実施する具体的な内容 等） 等
- 各団体共通マニュアル
 - ・ カスタマーハラスメント防止対策のための具体的な対応例（未然防止策、初動対応、発生後の対処 等）
 - ・ 各業界がマニュアルを作成する上での留意点
（マニュアルの作成手順、業界ごとの特徴） 等

(2) 位置づけ



6 カスタマーハラスメント防止に向けた具体的な取組

事業者等に期待する取組

- カスタマーハラスメントを事前に予防するためのマニュアル等の整備等。
- 被害を受けた労働者の心身の健康被害を防止するための相談窓口等の設置。
- カスタマーハラスメントが発生することとなった問題点そのものの改善・対処。
- 他の事業主から、防止に向け必要な協力を求められた場合に、当該他の事業主の求めに協力。
- 顧客対応力強化のための研修の実施。
- カスタマーハラスメントは業種・業態、職種、ビジネスの内容により異なるため、企業と業界団体、職能団体が一体となって防止に向けた取組を実施。