

カスタマーハラスメント防止条例 (仮称) 骨子 (案)

1 条例制定の経緯 … 1

2 カスタマーハラスメント防止 条例（仮称）骨子（案） … 2

（１）趣旨 … 2

（２）目的 … 3

（３）定義 … 4

ア．主体を表す用語

イ．カスタマーハラスメント

（４）基本理念 … 6

（５）カスタマーハラスメント の禁止 … 7

（６）顧客等への配慮 … 7

（７）各主体の責務 … 8

ア．県

イ．事業者

ウ．労働者等

エ．顧客等

（８）カスタマーハラスメント 防止に向けた県の取組 … 10

ア．ガイドライン（指針）の作成

イ．情報の提供等

ウ．相談・助言

エ．財政上の措置

（９）見直し規定 … 12

- カスタマーハラスメントは、労働者のやりがい喪失させ、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。
- この課題に対応するため、5月に「カスタマーハラスメント防止対策に関する協議会」を設置し、カスタマーハラスメントの現状を把握し、防止に向けた対策について協議を開始した。
- 県が7月に実施したアンケート調査結果では、カスタマーハラスメントを経験した労働者は「威圧的な言動」、「精神的な攻撃」、「継続的・執拗な攻撃」などの行為により、「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」などの影響を受けている。
- しかしながら、半数以上の企業は、カスタマーハラスメントに関する取組を実施しておらず、「正当なクレームと区別することが難しい」「適正な対処の目安がわからない」などが、防止に向けた取組を実施する上での課題となっている。
- アンケート調査の結果等を踏まえ、11月には協議会としてのとりまとめを行い、「県をあげて防止対策に取り組むべき」との意見をいただいた。
- 協議会のとりまとめや意見を踏まえ、県として「カスタマーハラスメントを許さない」という強いメッセージを発信する必要があるため、防止対策の枠組みとなる条例の制定を目指すこととした。

（１）趣旨

- カスタマーハラスメントは、働く全ての人の尊厳や人格を傷つけ、仕事に対するやりがいを奪うとともに、心身に支障を来すなど、様々な悪影響を及ぼしている。
また、事業者も生産性の低下、人材の流出、事業者イメージの悪化など経営的な損失を受けている。
- 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や、事業者が円滑に業務を遂行できる環境を整備するためには、あらゆる場面において、県、事業者、労働者等及び顧客等が一体となり、社会全体でカスタマーハラスメントの防止に向けて取り組む必要がある。
- もっとも、顧客等からの苦情、要望等は、事業者の事業活動の改善につながることもあり、顧客等の権利に配慮することも重要である。
- このような認識の下、全ての人がお互いに尊重しながら、カスタマーハラスメントのない社会の実現を目指していく。

カスタマーハラスメントの防止について、基本理念を定め、県、事業者、労働者等及び顧客等の責務を明らかにするとともに、カスタマーハラスメント防止に関する施策の基本となる事項を定めることにより、社会全体でカスタマーハラスメント防止対策の推進を図り、もって県民生活の向上及び地域社会の持続可能な発展に寄与する。

（３）定義

各用語の定義は以下のとおりとする。

ア．主体を表す用語

事業者

県内で事業（非営利目的の活動を含む。）を行う法人及び団体（国や地方公共団体の機関を含む。）若しくは個人

- 官民や規模は問わないものとする。

労働者等

県内で業務に従事する者（事業者の事業に関連し、県の区域外でその業務に従事する者を含む。）

- 県民か否か、就業する期間、官民等は問わないものとする。
- テレワーク等により、県外で業務に従事する者も労働者等になりうる。

顧客等

商品の購入やサービスを利用する個人若しくは法人及び団体（取引先、施設利用者、その他の利害関係者を含む。）

- 県民か否かを問わず、カスタマーハラスメントの行為者となる可能性のある全てのものとする。
- 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。

(3) 定義

イ. カスタマーハラスメント

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、労働者等の就業環境が害されるもの

＜「社会通念上相当な範囲を超えた内容や手段・態様」の例＞

○ 社会通念上相当な範囲を超えた内容

- ・ 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に照らして不相当な要求
(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た手段・態様

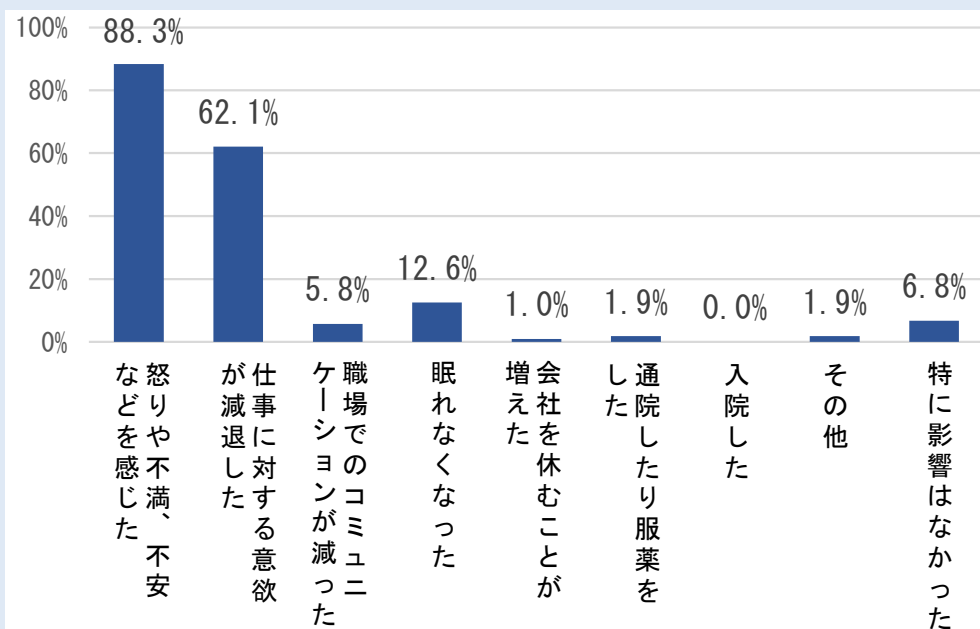
- ・ 身体的な攻撃(殴る、蹴る、つばを吐きかける 等)
- ・ 精神的な攻撃(脅し、侮辱的な言動、土下座の強要 等)
- ・ 威圧的な言動(大声でオペレーターを責める、店内で大きな声を上げて周囲を威圧する 等)
- ・ 継続的な、執拗な言動(頻繁なクレーム、当初の話からのすり替え、揚げ足取り 等)
- ・ 拘束的な言動(長時間の拘束・居座り・電話 等)

※ なお、具体例の詳細は、ガイドライン(指針)にて示すものとする。

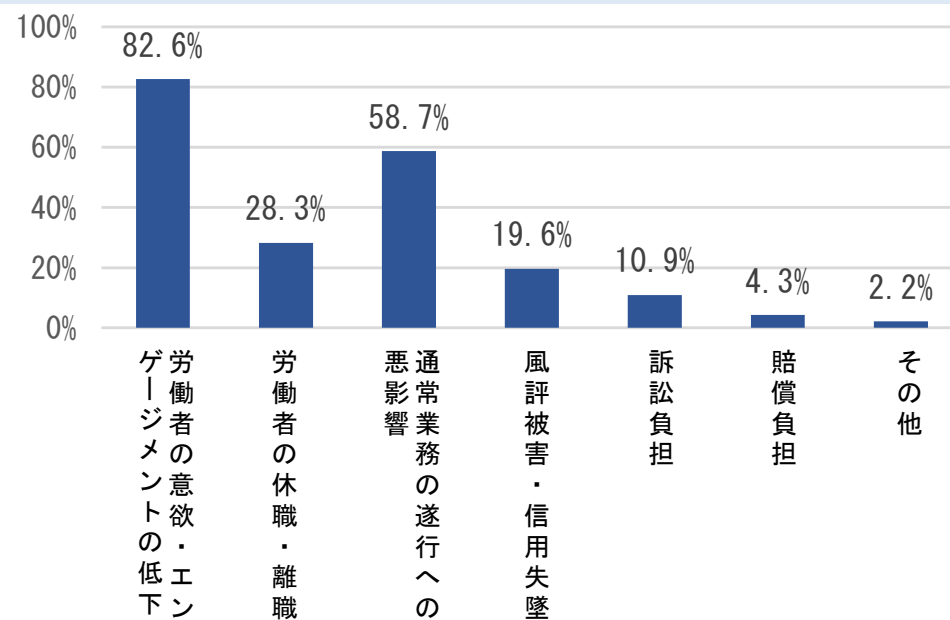
(4) 基本理念

- カスタマーハラスメントは、労働者等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、事業者においても労働者等の生産性や意欲の低下、人材の流出、事業者イメージの悪化等、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。
- 労働者等と顧客等が対等な立場において、お互いに尊重する。

<アンケート調査結果【愛知県実施（期間：2024年7月8日～8月9日）】>



（設問）（労働者に対して）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】



（設問）（企業等に対して）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】

(5) カスタマーハラスメントの禁止

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。

- 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し、労働者が安心して働くことのできる職場環境の整備や、企業が円滑に業務を遂行できる環境を目指す必要がある。

⇒ カスタマーハラスメントを禁止する規定を設ける。

- 条例制定に当たっては、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。
- ・ 罰則により顧客等が委縮し、正当な意見・要望がしづらくなる。
- ・ 悪質なものは、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。

(6) 顧客等への配慮

顧客等の権利が不当な侵害を受けることがないよう十分配慮する。

- 消費者契約法や障害者差別解消法等に基づき、消費者や障害者等の権利に十分配慮する必要がある。

(7) 各主体の責務

ア. 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。

イ. 事業者

- 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。
- 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よう努める。
- 労働者等が職務に従事する際、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よう努める。
- 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これに応ずるよう努める。

(7) 各主体の責務

ウ. 労働者等

- 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。

エ. 顧客等

- 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。
- 事業者間取引時等に顧客等として、発注業務に従事する際、その行為・言動や手段・態様に注意を払うように努める。

- 本県では、製造業や卸・小売業などが多く、事業者間取引も盛んであるため、発注業務に従事する際に、顧客等の立場になることについて十分留意する必要がある。

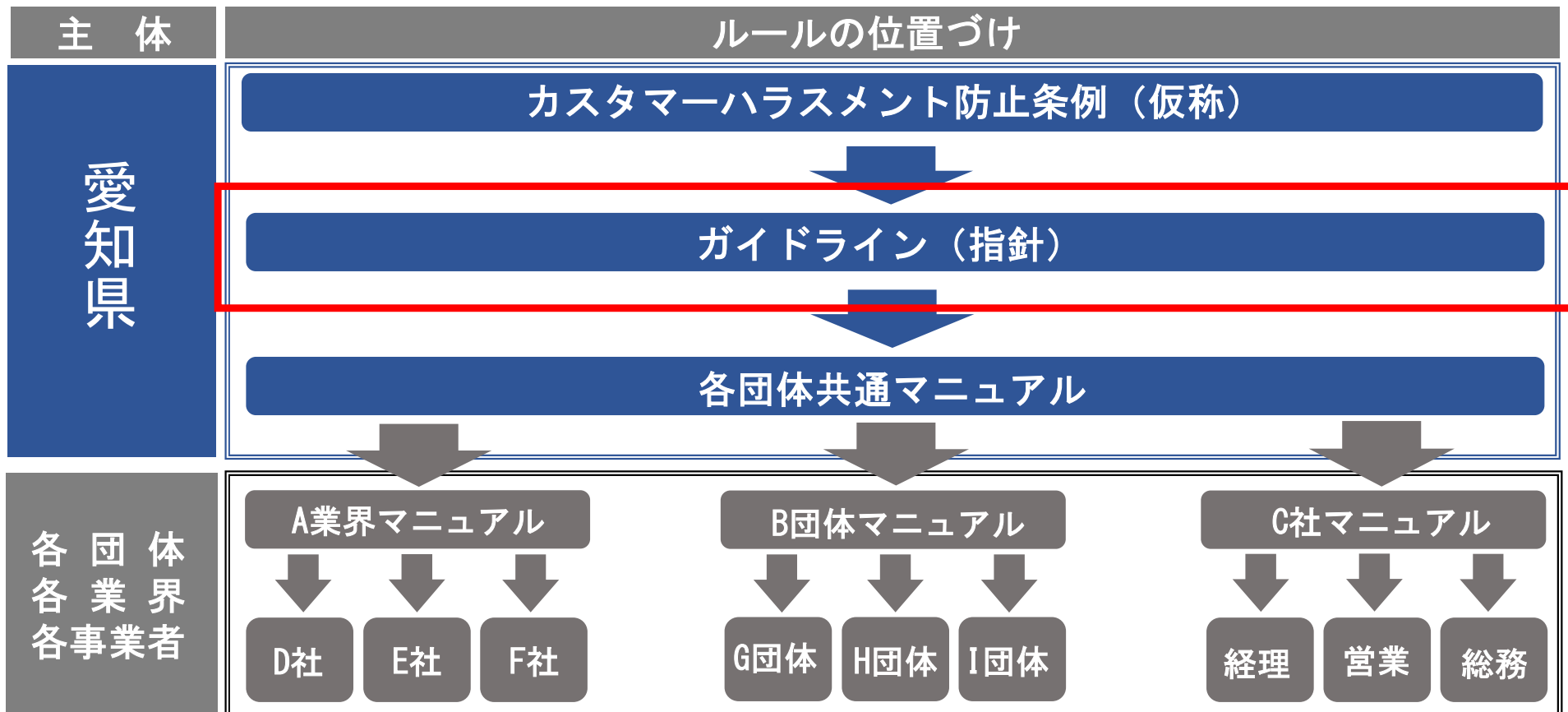
(8) カスタマーハラスメント防止に向けた県の取組

ア. ガイドライン（指針）の作成

県は、カスタマーハラスメントを防止するための指針を定める。

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、抑止効果を見込む。併せて、ガイドライン（指針）により実効性を高める。

<ガイドライン（指針）の位置づけ>



(8) カスタマーハラスメント防止に向けた県の取組

イ. 情報の提供等

県は、事業者、労働者等及び顧客等に対し、カスタマーハラスメントの防止について、必要な情報の提供を行う。

ウ. 相談・助言

県は、カスタマーハラスメント防止に関する相談・助言を行う。

エ. 財政上の措置

県は、カスタマーハラスメント防止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。

※ なお、具体的な取組については、ガイドライン（指針）等にて示すものとする。

(9) 見直し規定

県は、必要があると認めるときは、検討を行い、その結果に基づいて必要な措置を講ずる。

※ 国の法改正等の動きを踏まえ、状況に応じて改正を加えていくこととする。

(参考) 国の現状

労働政策審議会雇用環境・均等分科会において、カスタマーハラスメント対策について、労働施策総合推進法の改正も含めた検討が行われた。

＜「女性活躍の更なる推進及び職場におけるハラスメント防止対策の強化について」（抜粋）＞
(2024年12月26日公表)

2. 職場におけるハラスメント防止対策の強化

(1) 職場におけるハラスメントを行ってはならないという規範意識の醸成

(2) カスタマーハラスメント対策の強化

① 雇用管理上の措置義務の創設

② カスタマーハラスメントの定義

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。

③ 上記のほか指針等において示すべき事項

i. 総論

ii. 講ずべき措置の具体的な内容

④ 他の事業主から協力を求められた場合の対応に関する規定

⑤ カスタマーハラスメントの防止に向けた周知・啓発