

# カスタマーハラスメント防止対策に関する検討部会

第4回 令和6年4月22日（月） 資料

## 全委員の共通意見（第3回部会まで）

- 職場の外からのハラスメント行為を防ぎ、働く人を守る手法として、都独自の条例は有効
- 「カスタマーハラスメント」という言葉を広め、その防止の理念や責務を定め、必ずしも罰則を置かない、いわゆる「理念型」の条例が適当
- 条例に加え、ガイドラインをはじめとする多様な手法によって実効性を高める必要

## （1）基本的な理念に関して

- 条例でカスハラを禁止し、サービスを受ける側と提供する側が共に尊重される社会をつくる強いメッセージを
- 条例では、罰則は設けず「カスハラはなくすべき。あってはならない」という考えの啓発・浸透を
- 企業内の対応だけでは限界があり、広く事業者や消費者も含めた社会全体の取組が重要
- 会社にプラスのものは真摯に受け入れ、マイナスのものは不当要求と位置づけ毅然とした態度で対応を
- 特に接客業ではお客様を不快にさせない教育が基本。悪質なクレームを断ち切る姿勢が必要
- 日本では消費者が、相手が労働者（特に行政職員）の場合に、格下に見ることが起きているのではないか
- 諸外国と比べ過剰なサービスが日本では当たり前となっている現状を、今後は変えていくことも必要
- 消費者の権利を重視しすぎるのも企業の過剰な対策も問題解決に繋がらない。互いに尊重されることが重要

## （2）カスタマーハラスメントの定義に関して

- 「カスタマーハラスメント」という言葉が条例に盛り込まれること自体、今後の防止にとって大きな意義
- カスハラとは何で、どこからがカスハラなのかという分かりやすい定義を法的に定めるべき
- カスハラか否かに線を引くことに固執せず、カスハラに類似した行為の防止も含めて考えるべき
- 国のマニュアルの行為類型も踏まえた、分かりやすい定義づけを共通認識として持つことが重要
- ハラスメントは、会社と顧客だけでなく、税金や会費を払っている立場の人との関係でも起こり得る
- 公的な現場にも適用されるものが必要。指定管理者や委託先も深刻。議員も検討対象とすべき
- あらゆる人が行為者にも被害者にもならない範囲設定が必要

### (3) カスタマーハラスメントの防止に関して

- 「努力すればよい」という誤ったメッセージにならないよう「カスハラはしてはならない」と禁止すべき
- 企業の規模・業種を問わず「カスハラはよくない」と制限はかけたほうがよい。事業継続の意味でも必要
- ハラスメントは事後に精神疾患になることも多く、事後対応よりも、予防、禁止することが大事
- 禁止されていることが伝わる条例とすることが重要
- 禁止条例は罰則の有無にかかわらず慎重に
- 今は、罰則をつけることよりも、幅広い行為をカスハラとして禁止する、という態度を示すことが優先

### (4) 各主体の責務・役割に関して

- 条例にはカスハラとは何か基本的なことを記載、行為義務ではなく各主体の責務規定とするのが望ましい
- <都の責務>
- 都の責務や役割を明示的に定め、知事部局だけでなく他の委員会等も含めて、トータルに政策的な対応が可能
  - 都の責務も重要。住民との接点が多い区市町村や、業界団体による取組にも効果が及ぶ内容が望ましい
  - 国との連携も意識しながら、東京から発信していくことを目指すべき
- <都民の責務>
- 「都民の責務」が重要。これを規定できることが条例という手法の特質であり、カスハラの問題には有効
  - 都民の責務規定を厳格にするほど、消費者の配慮の規定も必要
- <事業者の責務>
- 国が示す望ましい取組を、都として事業主に対して義務付けることも考えられる
  - パワハラ指針で「望ましい」とされる取組を強制化するのは行き過ぎ。国の指針を超えるべきではない
  - カスハラは取引先との関係や大企業・中小企業間でも起こり得る。社員から行為者を出さない規定も大事

## (5) 都に求められる施策等に関して

### <普及啓発>

- カスハラ具体的なイメージや基本的な理解の啓発が重要
- 消費者側への啓発は、都の重要な役割として期待
- 1事業者での対応は難しく、行政中心の取組は大変ありがたい。幅広い支援により普及啓発いただきたい
- 都は、具体的事例の紹介やカスタマーの実態を広く知らしめる地道な啓発活動を重点的に展開いただきたい
- 「HTT」のような、行動変容へのわかりやすいメッセージも有効
- 特に小規模店舗にとっては、「HTT」や「虹のステッカー」のようなアイキャッチがあると良い
- 都独自のポスターやCMの作成、YouTube等の動画の作成も有効

### <研修・教育等>

- 顧客対応への定期的な研修も有効
- 消費者サイドへの働きかけについて、アンガーマネジメントのセミナー等が有効ではないか
- 「ハラスメントはNO」という認識を広く都民に知ってもらうことが必要。教育現場での啓発も必要

### <助言・相談>

- 事業運営に支障が生じないように、相談窓口等を通じた支援を継続
- 「禁止規定」に違反した場合の対応は、罰則より被害者救済が重要。既存の都の労働相談での対応も有効
- 実効性の確保の方法は、罰則だけではない。救済手続としては、相談、紛争解決の援助、調停等もある

### <助成・補助>

- 中小企業等向けに、自動音声応答システムや通話録音機能の付いた電話装置の導入費用の補助も検討を

## (6) 実効性の確保策（ガイドライン・マニュアル・罰則等）に関して

### <ガイドライン>

- 基本的な定義を条例で、具体的な行為をガイドライン等で定め、社会全体の共通理解を図ることが重要
- 周知啓発を進める法的根拠として条例は望ましい。具体的な事項はガイドライン等を併用する形が望ましい
- 条例も一案だが、それだけでは難しく、ガイドラインにより経営・働く側・消費者三方への啓発が最も有効
- 罰則のない条例とガイドラインなどによる複合的な取組を
- ガイドライン等で、カスハラがどの犯罪に該当するか、労働団体のマニュアルも参考に類型を示してほしい

### <マニュアル>

- 条例の制定とともに、中小・小規模事業者でも対応可能な、業種別の簡易なマニュアルのひな形の策定を
- 例えばコールセンターと配達員ではカスハラの態様は異なる。業界団体ごとの対応マニュアルづくりも重要
- 住宅建設では契約も大きくクレームも強い、小売は契約は小さいが顧客は多い、など業種で状況が異なる

### <罰則等>

- 罰則は、加害者側からの逆恨みも懸念。理念条例に留めるべき
- 罰則を設けると時間がかかる。スピード感をもってカスハラを禁止するなら、罰則はないほうがよい
- 実効性の確保の方法は、罰則だけではない。救済手続としては、相談、紛争解決の援助、調停等もある
- 罰則付きの条例は、罰則の対象にならない類似行為が許容されるという誤ったメッセージにもなる
- 今は、罰則をつけることよりも、幅広い行為をカスハラとして禁止する、という態度を示すことが優先
- 条例では、罰則は設けず「カスハラはなくすべき。あってはならない」という考えを啓発・浸透を

## (7) その他

- 仮に条例化が実現した場合「見直し規定」があれば、法制化の動きなどがあった場合、より適応しやすい

## 消費者関係団体の主なご意見

- ・現時点では**罰則は不要**。行為者には刑法・民法、事業者には安全配慮義務、使用者責任でカバーが可能
- ・事業者には努力義務にとどめる。・**条例をつくること「カスタマーハラスメント」の言葉を用いることに意義**
- ・消費者保護の観点から、**カスタマーハラスメント行為を具体的に示す必要がある**
- ・カスハラ（カスタマーハラスメント）の定義としては、①不当な要求内容、②行き過ぎた行為、**加えて、③働く環境が害される** が適当
- ・働く環境を重視するあまりカスハラ（カスタマーハラスメント）の定義を広げることは問題。**消費者が事業者に声を上げなくなる恐れ**
- ・カスハラ（カスタマーハラスメント）の対応は、「**中断」「中止**」を、**組織で判断**することが重要（行政も同様）
- ・犯罪者をつくることではなく、**犯罪者をつくらない**ことが重要
- ・**消費者教育、啓発**が必要。関係する行政機関や団体との連携を
  
- ・消費者には、認知症など**ハンデがある場合**もある。**マニュアルにより一律的な対応にならないことが重要**
- ・ハンデがある方はそれを埋めた上で、**お客様と事業者側が対等に接する**ことが重要
- ・事業者側においても、**初期対応によりハラスメントを防げる**場合があり、事業者側への啓発と事業者内部における教育（コミュニケーション力と「カスハラ」に対する正しい理解）も必要
- ・「**罰則よりも被害者の救済措置**」との観点はポイント
- ・顧客対応の体制が脆弱な**中小企業の支援は、特に重要**。録音装置や防犯ブザーなどへの経費サポートは有効
- ・多くの人が働く時代。**都民の誰もが労働者でもあり、消費者でもある**という観点が必要
  
- ・東京都の**条例化の動きを歓迎**。国に先駆けた取組であり期待
- ・線引きが難しい、何も言えなくなる、との意見も聞かれるが、**条例化の上で分かりやすく周知**することが重要
- ・周知にあたっては、**教育とも連携**を。子供が理解しやすい**コンテンツ**や**出前授業**などもあるとよい
- ・カスハラ（カスタマーハラスメント）条例ができれば、**SNSによる嫌がらせなどにもアプローチ**ができる
- ・カスハラ（カスタマーハラスメント）は**警察に通報**できる、**ということ**を周知をするだけでも効果が期待できる
- ・消費者は、同時に働く人でもあり、家族にも働く人がいる。**人に思いやりをもって生活する社会**の実現を期待

- (1) カスタマーハラスメントを防止するルール作り（条例・ガイドライン）において、どのような項目・内容を規定することが適切か
- (2) カスタマーハラスメントの考え方を明確に整理をしてどのような形で規定すべきか。  
特に、消費者による苦情を申し立てる権利との関係について、どのように規定すべきか。
- (3) 条例とガイドライン等は、どのような役割分担とすることが適切か。  
特に、実効性を確保するガイドライン等は、どのような内容とすべきか。
- (4) ルール作りにおいて、都をはじめとする行政のほか事業者の役割や責務をどのように規定すべきか。  
また、都民としての役割や責務について、どのように考え規定すべきか。

## ルール作りの背景・目的

- 人口減少のスピードが年々高まり**働き手の不足が深刻化**
- 東京が活力ある都市として今後も持続的に発展していくためには、経済活動の担い手である誰もが尊重される社会を目指す必要
- 顧客等からの著しい迷惑行為である「**カスタマーハラスメント**」は、労働者の人格や尊厳を傷つけ、**就業環境を悪化**させるにとどまらず、**サービス等の提供を受ける環境を低下**させるもの
- あらゆる場面で**カスタマーハラスメントを防ぐ**ことにより、**健全な職場環境と消費活動を実現**することが求められる
- 本来、**顧客等からの苦情**は、それ自体が問題ではなく、**業務改善**や**新たな商品・サービスの開発**につながるもの
- **東京で働く人とサービス等の提供を受けるすべての人が対等の立場**に立つことを**基本認識**とし、職場と消費活動の環境を悪化させる**カスタマーハラスメントの発生**を**社会全体で防止**

< 論点（これまでの議論から） >

- ✓ ①**カスタマーハラスメントの防止**に関する**基本理念**、②東京都、都民及び事業者の**責務**、③防止に関する**施策の基本となる事項**を**規定する条例**と**位置づけ**てはどうか。
- ✓ **就業者の安全及び健康**の確保や、健全な**職場環境**と**消費生活**、**公正で持続可能な社会**を形成することを**目的**としてはどうか。



## 基本理念等

- カスタマーハラスメントは、①**就業者の人格又は尊厳を侵害する**、②**就業環境を害する**、③**業務遂行と心身の健康に重大な影響を及ぼすもの**

< 論点（これまでの議論から） >

- ✓ カスタマーハラスメントは**社会全体で防止**するものと**基本理念に明示**してはどうか。
- ✓ 防止に当たっては、**就業者と消費者が対等の立場**にたち、**相手の立場を相互に尊重**する**視点**を盛り込んでどうか。
- ✓ 条例の適用に当たっては、**消費者の利益の援護・増進のため自主的かつ合理的に行動**することを**不当に妨げない視点**※を盛り込んでどうか。

※消費者基本法、消費者教育推進法、障害者差別解消法など

## カスタマーハラスメントの禁止

< 論点（これまでの議論から） >

- ✓ **何人もカスタマーハラスメントを行ってはならない旨を明示**してはどうか。
- ✓ 明示に当たっては、**罰則は設けず、法的位置づけは努力義務**としてはどうか。

## 「カスタマーハラスメント」を表す用語

< 論点（これまでの議論から） >

✓ 就業者に対する暴行、脅迫など**違法な行為** 又は 暴言、正当な理由がない過度な要求など**不当な行為（著しい迷惑行為）**であり、**就業環境を害するもの** としてはどうか。

- 「**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る
  - (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

### 代表的な言動の類型（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



## 各主体の責務・役割

< 論点（これまでの議論から） >

✓ **行為する側、防止する側、各主体の責務や役割について明示**することが必要ではないか。

- **都**の責務・役割
  - ・ 情報提供、啓発・教育、助言・相談その他**必要な施策**を実施
    - ※ 施策の推進の内容を、別途規定
  - ・ **区市町村と連携**      ・ 施策を推進するため、**必要な財政上の措置**
  
- **都民**の責務
  - ・ 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**
  
- **消費者（等）**の責務
  - ・ カスタマーハラスメントに関する**理解**を深める
    - ※ 都民か否かを問わない
  
- **就業者**の責務
  - ・ カスタマーハラスメントに関する**理解**を深める
  - ・ **事業者**が実施する**防止の取組に協力**
  
- **事業者**の責務
  - ・ 都が実施する**施策に協力**
  - ・ **カスタマーハラスメント**を受けた**就業者の安全を確保**  
**行為者**に中止の申し入れなど**適切な措置**
  - ・ **就業者（従業員等）がカスタマーハラスメントを発生させない**
    - ※ 事業者による措置（体制整備、被害者への配慮、防止手引の作成など）を、別途規定

## ガイドラインの作成

< 論点（これまでの議論から） >

✓ 都が、**カスタマーハラスメントの防止**に関する**ガイドライン**を作成することを**明示**してはどうか。

- **ガイドラインに定める事項**を規定
  - ・ カスタマーハラスメントの内容
  - ・ 都の責務及び施策
  - ・ 都民の責務
  - ・ 消費者の責務
  - ・ 就業者の責務
  - ・ 事業者の責務
  - ・ 事業者の取組
  - ・ その他
- ガイドラインの作成・変更は、速やかに公表
- 条例に罰則は設けないため、**ガイドライン**により**実効性**を高める

## 施策の推進

< 論点（これまでの議論から） >

✓ 都が、**就業者、消費者、事業者**に対して**カスタマーハラスメント防止**に関する**施策**を実施することを**明示**してはどうか。

- **実施する施策**を規定
  - ・ 情報の提供
  - ・ 啓発及び教育
  - ・ 助言及び相談
  - ・ その他施策

※ 今後都が実施する施策の例

- (1) 都の事業等に関する情報の提供（ウェブサイト等）
- (2) カスタマーハラスメントの防止に関する理解を深めるための啓発・教育
- (3) 労働問題や消費生活問題に関する助言・相談
- (4) 中小企業等に対する専門家による助言・相談

## 事業者による措置

< 論点（これまでの議論から） >

- ✓ **ガイドラインに基づき、事業者は、必要な体制整備、被害を受けた就業者への配慮、被害防止のための手引の作成、その他の措置を講ずるよう努める旨を明示してはどうか。**
- ✓ **就業者は、事業者が手引を作成したときは、順守するよう努める旨を明示してはどうか。**

※ 事業者の措置の詳細は、指針（ガイドライン）に記載

(1) **相談（苦情を含む）に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備**

- ・相談先（上司、職場内の担当者）をあらかじめ定め、これを就業者に周知する
- ・相談を受けた者が、あらかじめ定めた留意点などを記載したマニュアルに基づき対応する 等

(2) **被害を受けた就業者への配慮のための取組**

- ・事案に応じ、カスハラ行為者に複数人で対応することやメンタルヘルス不調への相談対応 等

(3) **カスタマーハラスメントによる被害を防止するための取組**

- ・カスハラ行為への対応に関する **マニュアルの作成**や研修を行う 等  
**（業界団体が作成したマニュアルを参考とすることを推奨）**

(4) **取引先と接するに当たっての対応**

- ・立場の弱い取引先等に無理な要求をしない、取引先の就業者への言動にも注意を払う
- ・自社の社員が取引先でカスハラ行為を疑われ、事実確認等を求められた場合は協力する 等

※ **関係法令・告示・厚生労働省の企業マニュアルに沿って内容を検討**

## 見直し規定

< 論点（これまでの議論から） >

- ✓ **取組状況を勘案し、必要に応じて条例の規定を検討、その結果に基づいて所要の措置を講じる旨を明示してはどうか。**

# 参考資料

# 【参考】ルールの体系（イメージ図）

策定主体

ルールの体系

定める内容（概要）

条例

・基本理念 ・カスハラの実態の定義 ・各主体の責務・役割 等

ガイドライン  
(指針)

・カスハラの実態の定義の詳細や類型 ・事業者が努めるべき取組 等

各団体共通マニュアル

・各業界団体が定めるマニュアルの共通事項  
・マニュアル策定上のポイント・留意点 等

各業界が定めるマニュアル

・当該業界におけるカスハラの特徴  
・当該業界において推奨される対応や取組 等

各事業者が定めるマニュアル

・当該事業者におけるカスハラの実態の取扱い  
・従業員がとるべき対応 ・相談窓口 等

東京都

業界団体

事業者



# 【参考】カスタマーハラスメントの概念（イメージ図）

## カスタマーハラスメント（著しい迷惑行為）

条例とガイドラインに分けて規定

申出その他の行為



① 違法な行為

② 不当な行為

刑法等の法令に抵触する違法な行為であって、

③ 就業環境を害するもの

その行為が申出を伴う場合は当該申出の内容  
又は  
その行為の手段・態様  
が 社会通念上相当であると認められないものであって、

③ 就業環境を害するもの

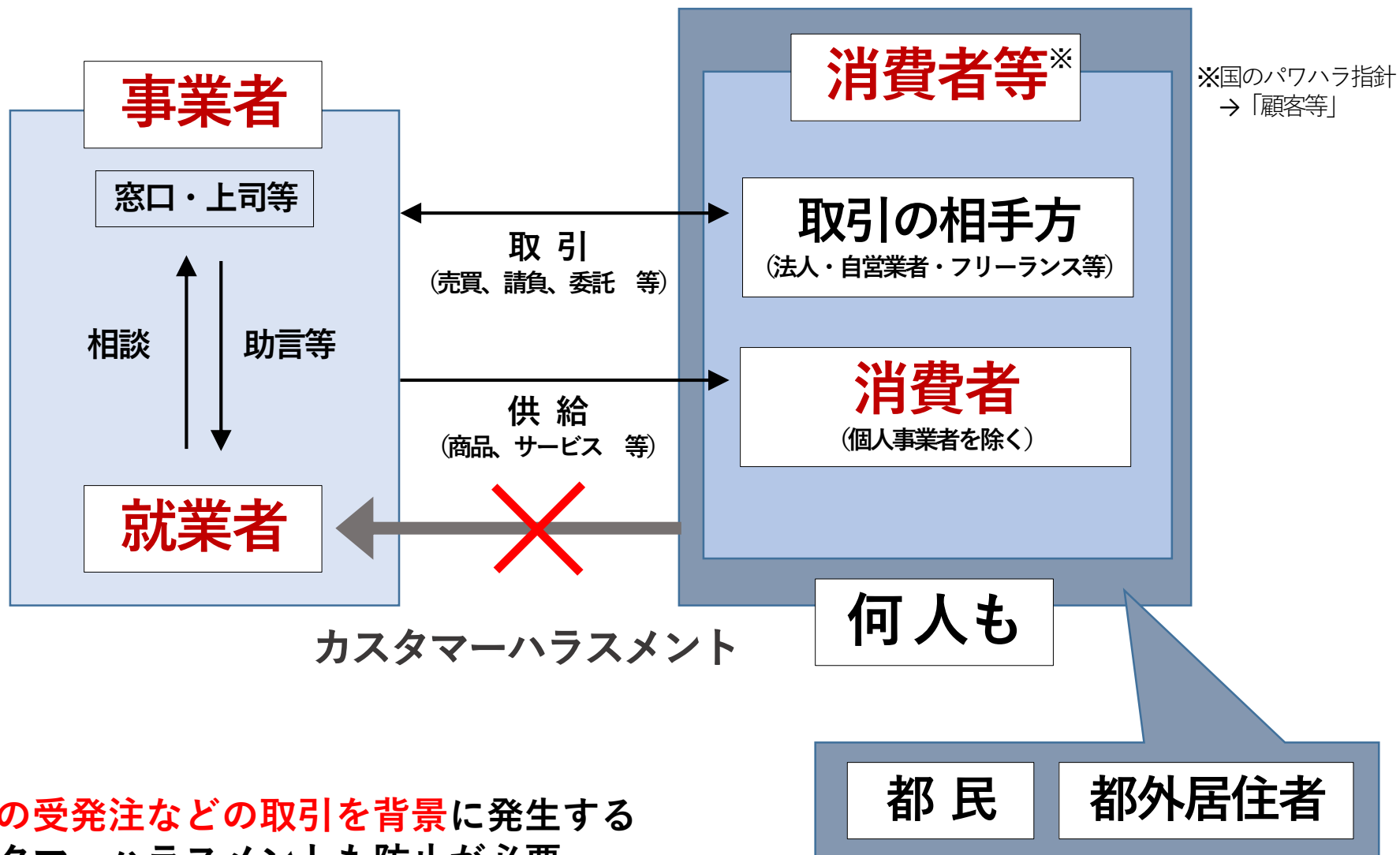
例：3千円で購入した子どもの誕生日ケーキの名前が間違っていた

社会通念上不相当と考えられる例 (申出を伴う場合)		行為の手段・態様の相当性	
		なし (不当)	あり (相当)
申出の内容の相当性	なし (不当)	【カスハラに該当】 店員の胸ぐらを掴み、1億円を要求	【カスハラに該当】 丁寧な口調で、1億円を要求
	あり (相当)	【カスハラに該当】 店員の胸ぐらを掴み、3千円の返金を要求	【カスハラに原則として該当しない可能性】 丁寧な口調で、3千円の返金を要求 ※状況により、該当する場合も

※実際の現場は、上記の判断が難しいグレーゾーンも多い。

# 【参考】ルールをめぐる主体間の関係（イメージ図）

事業者＝法人等（国の機関・地方公共団体を含む）の関わり方



事業者間の受発注などの取引を背景に発生する  
カスタマーハラスメントも防止が必要

例：来店、電話、SNSなど

## ルールを通じて目指す社会の姿

働く人と顧客等とが個人として**対等**の**立場**に立ち、  
相手の**立場**を**相互**に**尊重**し合う



働く人

顧客等



働く人の**安全**及び**健康**の**確保**とあわせて、**豊かな消費生活**を**実現**し  
**公正**かつ**持続可能な社会**が**形成**される