

カスタマーハラスメント防止ガイドライン等検討会議

第1回資料

令和6年7月26日（金）

東京都

カスタマーハラスメント防止対策に関する都の検討経過

◎令和5年10月20日 公労使による「新しい東京」実現会議

議題：カスタマーハラスメントへの対応のあり方 → 検討部会を設置

検討部会の議題

- | | | |
|-----|-------|--------------------------------|
| 第1回 | 10/31 | カスタマーハラスメントへの対応に関する現状分析と論点整理 |
| 第2回 | 12/22 | カスタマーハラスメント防止対策の具体的な手法について |
| 第3回 | 2/6 | カスタマーハラスメント防止のためのルール作りについて |
| 第4回 | 4/22 | カスタマーハラスメント防止のルール作りの具体的な内容について |

◎令和6年5月22日 公労使による「新しい東京」実現会議

議題：カスタマーハラスメントへの対応のあり方に関する検討状況 → 検討状況を報告

- ・ 「都独自の条例の検討をスピード感をもって前に進める」
- ・ 「ガイドラインと業界向け共通マニュアルを作り上げる体制を構築する」 ことを確認

→ 検討部会を改組し「**カスタマーハラスメント防止ガイドライン等検討会議**」立上げ

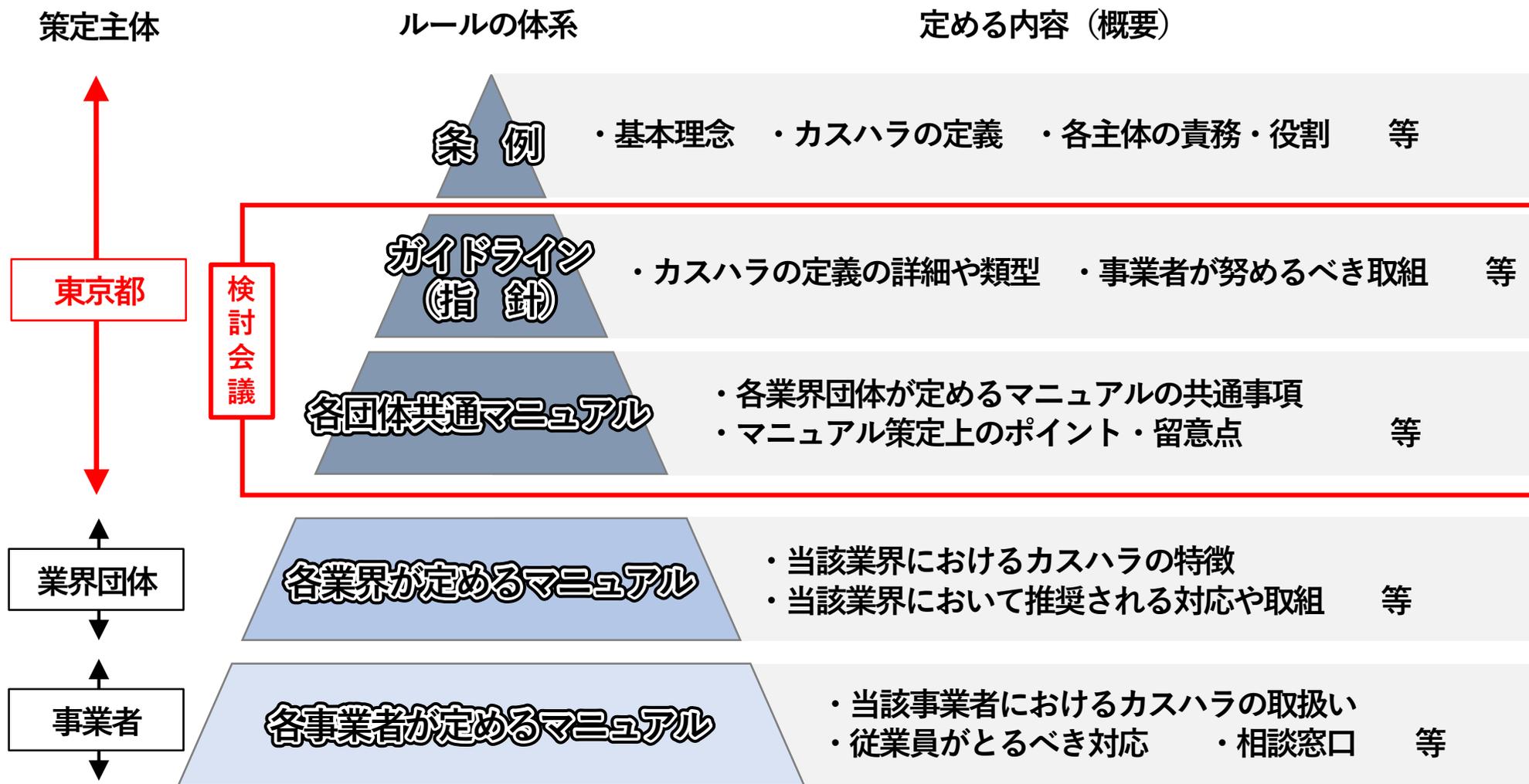
◎令和6年7月19日 「東京都カスタマーハラスメント防止条例（仮称）の基本的な考え方」

～ 令和6年8月19日まで意見募集（パブリックコメント）を実施

ガイドライン等検討会議の位置づけ

所掌事項

- ・ カスタマーハラスメント防止ルール**の基本的な考え方**や**運用のあり方**に関すること。
- ・ カスタマーハラスメント防止に**必要な取組等**に関すること。



カスタマーハラスメント防止条例の指針（素案）

①カスタマーハラスメントの内容に関する事項

- ・ カスタマーハラスメントの禁止規定
- ・ カスタマーハラスメントに関連する用語の定義
- ・ カスタマーハラスメントの代表的な行為の種類
- ・ 顧客等への配慮

②顧客等、就業者及び事業者の責務に関する事項

- ・ 顧客等、就業者、事業者の責務

③都の施策に関する事項

- ・ 都の責務
- ・ 施策の推進
- ・ 施策の推進プロセス

④事業者の取組に関する事項

- ・ 必要な体制の整備
- ・ 被害を受けた者への配慮
- ・ 被害防止のための手引（マニュアル）の作成
- ・ その他の措置

⑤その他カスタマーハラスメントを防止するために必要な事項

①カスタマーハラスメントの内容に関する事項

「カスタマーハラスメント」の禁止

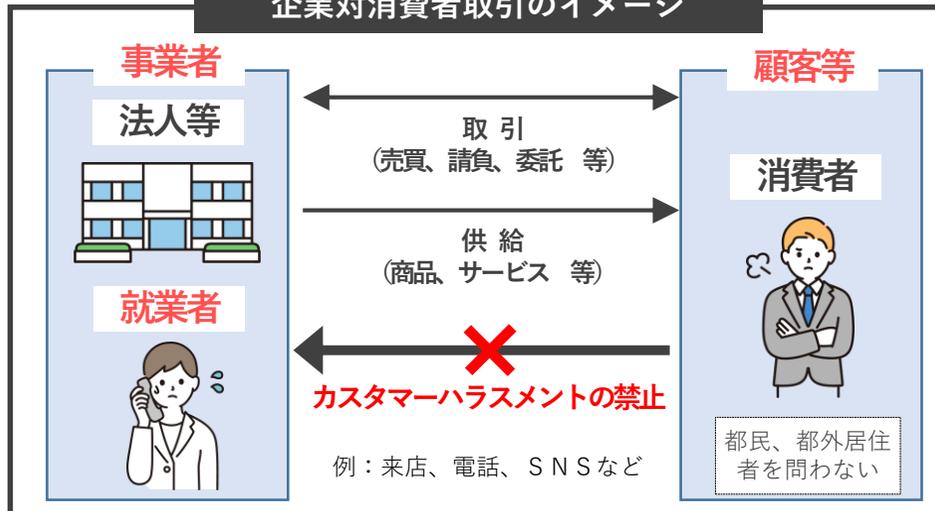
○ 何人も、あらゆる場において、カスタマーハラスメントを行ってはならない。

R6.7.19「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

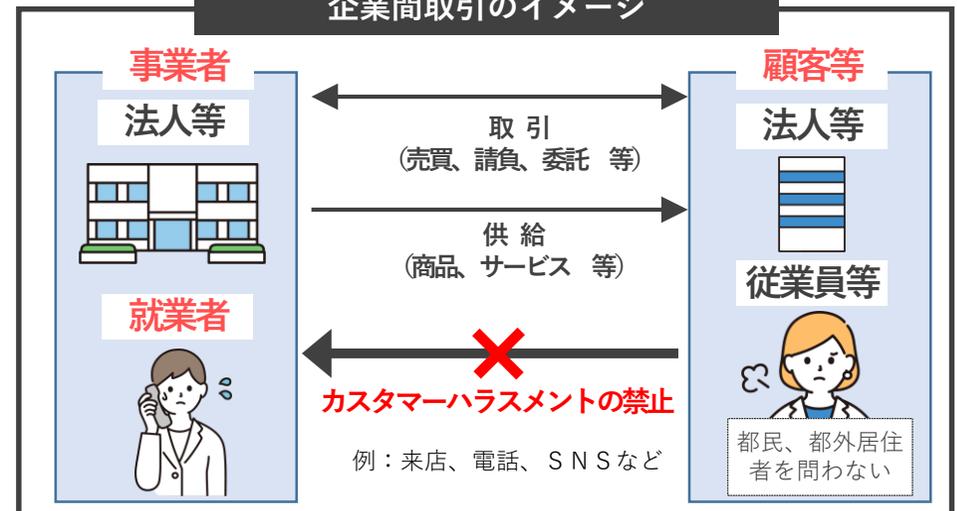
【論点】 禁止の趣旨・目的

- 条例に違反した場合の罰則規定はないが、カスタマーハラスメントの禁止を明示することで、行為の抑止効果を期待している。
- 条例の規定に関わらず、刑法や特別刑法に反する行為は、これらの法律により処罰の対象となる。また、財産的・精神的損害が発生した場合、民法の不法行為責任に基づく損害賠償請求権が発生する可能性がある。
- 「何人も」とは、カスタマーハラスメントの行為主体となり得る全ての人を指し、都民であるか否かを問わない。企業間取引での法人の意思を背景とした従業員等によるカスタマーハラスメントも禁止される。
- 「あらゆる場において」とは、店舗や事業所の窓口等における行為だけでなく、電話やインターネット等を通じた行為の禁止も意味する。

企業対消費者取引のイメージ



企業間取引のイメージ



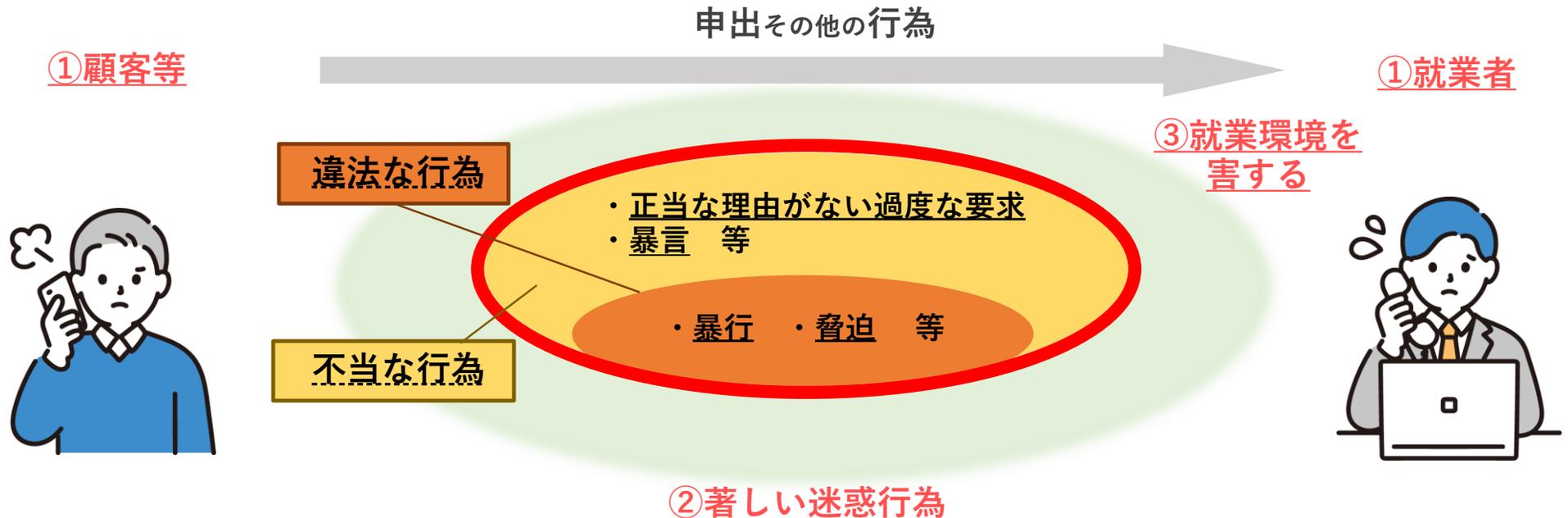
「カスタマーハラスメント」の定義①

- カスタマーハラスメント ①顧客等から就業者に対する、②著しい迷惑行為であり、③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

R6.7.19「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

【論点】 カスタマーハラスメントの要素

- ①から③までの要素を全て満たすものをカスタマーハラスメントという。
- 要素を全て満たさない場合でも、「著しい迷惑行為」そのものは、刑法や特別刑法に基づき処罰される可能性や、民法に基づき損害賠償を請求される可能性がある点に留意する必要がある。



「カスタマーハラスメント」の定義②

【論点】「著しい迷惑行為」の考え方

- 「著しい迷惑行為」とは、**就業者の業務に関して顧客等から就業者に対して行われる、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、暴言その他の不当な行為**をいう。

■ 「暴行、脅迫その他の違法な行為」について

- 暴行、脅迫、傷害、強要、名誉毀損、侮辱、威力業務妨害、不退去等の**刑法に規定する違法な行為**のほか、ストーカー規制法や軽犯罪法等の**特別刑法に規定する違法な行為**を指す。
- 顧客等から就業者に対して**違法な行為**が行われた場合、その時点で**直ちに著しい迷惑行為に該当する**だけでなく、**犯罪として処罰される可能性**がある。

■ 「正当な理由がない過度な要求、暴言その他の不当な行為」について

- **客観的に合理的で社会通念上相当であると認められる理由がなく、要求内容の妥当性に照らして不相当であるものや、大きな声を上げて秩序を乱すなど、行為の手段・態様が不相当であるものを意味する。**
- **相当性の判断**に当たっては、当該行為の**目的**、当該行為を受けた**就業者の問題行動の有無**や**内容・程度**を含む当該行為が行われた**経緯や状況**、就業者の**業種・業態、業務の内容・性質**、当該行為の**態様・頻度・継続性**、**就業者の属性**や**心身の状況**、**行為者との関係性**など、様々な要素を**総合的に考慮**することが**適当**である。
- 上記を踏まえると、**正当な理由に基づき、社会通念上相当であると認められる手段・態様**により、顧客等から就業者に対して**意見（不満・苦情・要望等）を伝える行為自体**は妨げられるものではない。ただし、その後の交渉や話し合いの**過程の中で違法又は不当な行為があった場合**、その時点で**著しい迷惑行為に該当する可能性**がある。

「カスタマーハラスメント」の定義③

「就業者の業務に関して」について

- 「就業者の業務に関して」行われる著しい迷惑行為とは、下記の①又は②に該当する行為を意味する。

① 就業者の労働時間内に受けた顧客等からの著しい迷惑行為

- 「労働時間」とは、労働基準法第32条で規定される労働時間のことで、労働者が使用者の指揮命令下に置かれている時間を意味し、通勤時間は含まない。

② 就業者の業務遂行に影響を与える顧客等からの著しい迷惑行為

- 「業務遂行に影響を与える」とは、当該行為を受けた就業者の円滑な業務遂行の妨げとなることを意味する。労働時間外の就業者や定まった労働時間がない就業者が著しい迷惑行為を受けた場合、就業者が従事する業務の妨げになるものであれば、「就業者の業務に関して」行われる著しい迷惑行為に該当する可能性がある。

【論点】「就業環境を害する」の考え方

- 「就業環境を害する」とは、顧客等による著しい迷惑行為により、就業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、就業者が業務を遂行する上で看過できない程度の支障が生じることをいう。この判断に当たっては、平均的な就業者が同様の状況で当該行為を受けた場合、社会一般の就業者が業務を遂行する上で看過できない程度の支障が生じたと感じる行為であるかどうかを基準とすることが適当である。
- 顧客等の要求内容に妥当性がないと考えられる場合でも、就業者が要求を拒否した際にすぐに顧客等が要求を取り下げた場合、就業環境が害されたとは言えない可能性がある。

「事業者」の定義

- 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**

R6.7.19 「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

【論点】 「事業者」の考え方

- 「事業者」とは、都内で事業を行う**法人、その他の団体、国の機関、個人事業主**を指す。
 - ①**法人**：法律の規定により権利能力が認められた組織や団体を意味する。
 - ②**その他の団体**：権利能力なき社団・財団、任意団体を意味する。
 - ③**国の機関**：立法機関、行政機関、司法機関を意味する。
 - ④**個人事業主**：法人を設立せず、個人で事業を行うために所得税法（昭和40年法律第33号）第229条の規定に基づき税務署に開業届を提出している自然人を意味する。

■ 「事業」について

- ・ ここでいう「事業」とは、「一定の目的をもってなされる同種の行為の反復継続的遂行」を意味し、**営利の目的をもってなされるかどうかを問わない。**

■ 「都内」について

- ・ ここでいう「都内」とは、**法人登記や開業届等により、事務所・事業所が都の区域内であることが確認できること、それ以外の場合において、都内で事業を行っている実態があること**を意味する。
- ・ 具体的には、**都内に本社がある企業、都外に本社があるが都内に支店等の事務所・事業所がある企業、都内の官公署などが想定される。**

「就業者」の定義①

- 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。）

R6.7.19 「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

【論点】 「就業者」の考え方

- 「就業者」とは、労働基準法（昭和22年法律第49号）第9条や労働組合法（昭和24年法律第174号）第3条で規定されるような労働者だけでなく、有償・無償を問わず業務を行う全ての者を指す。

■ 「業務」について

- ここでいう「業務」とは、事業者の行う事業に関連して行われる経済的な活動又は社会的な活動（グループや団体、複数の人で行う社会を支える活動）における行為（仕事・作業）を意味する。
- 個人の趣味に基づく活動、家事育児等の家庭生活上の活動のほか、違法性がある活動は業務には含めない。

「社会的な活動」の分類と具体例

分類	例
地域社会などを支える活動	自治会などの地域住民の有志で防犯や清掃活動等に従事する人
伝統芸能・工芸技術などを伝承する活動	正月の伝統行事など、地域の伝統文化の伝承活動に従事する人
生活の支援・子育て支援などの活動	生活困窮者を訪問する巡回相談員

「就業者」の定義②

- 「就業者」には、**企業**や**国の機関**及び**地方公共団体**で働く者のほか、**企業経営者**、**個人事業主**、**フリーランス**、**ボランティア活動に従事する者**、**企業等**で就業体験を行う学生（いわゆる「**インターンシップ生**」）、**P T A活動に従事する保護者**、**議員**なども含まれる。

「就業者」の例

- 企業従業員（正社員、派遣社員、アルバイト等）
- 公的機関職員（自治体、警察、消防、病院、学校、交通機関等）
- 団体職員（財団・社団法人、N P O法人等）
- 企業・団体役員（社長、取締役、理事等）
- 個人事業主（商店主、開業医、弁護士等）
- フリーランス
- 家族従事者
- 家内労働者
- 議員
- インターンシップ生
- 教育実習生
- ボランティア従事者
- P T A役員
- 自治会役員 等



「就業者」に該当しない例

- 個人の趣味に基づく活動に従事する者
 - ・公園で咲く花をカメラで撮影
 - ・自宅周辺の道でジョギング
 - ・自宅で楽器を演奏 など
- 家庭生活上の活動に従事する者
 - ・自宅周辺を掃除
 - ・自身の子供を連れて公園で遊ぶ
 - ・自身の家族の食事を準備 など
- 違法性がある活動に従事する者
 - ・違法な薬物を販売
 - ・詐欺目的で行う勧誘活動
 - ・道路使用許可がない街頭でビラ配り など

「就業者」の定義③

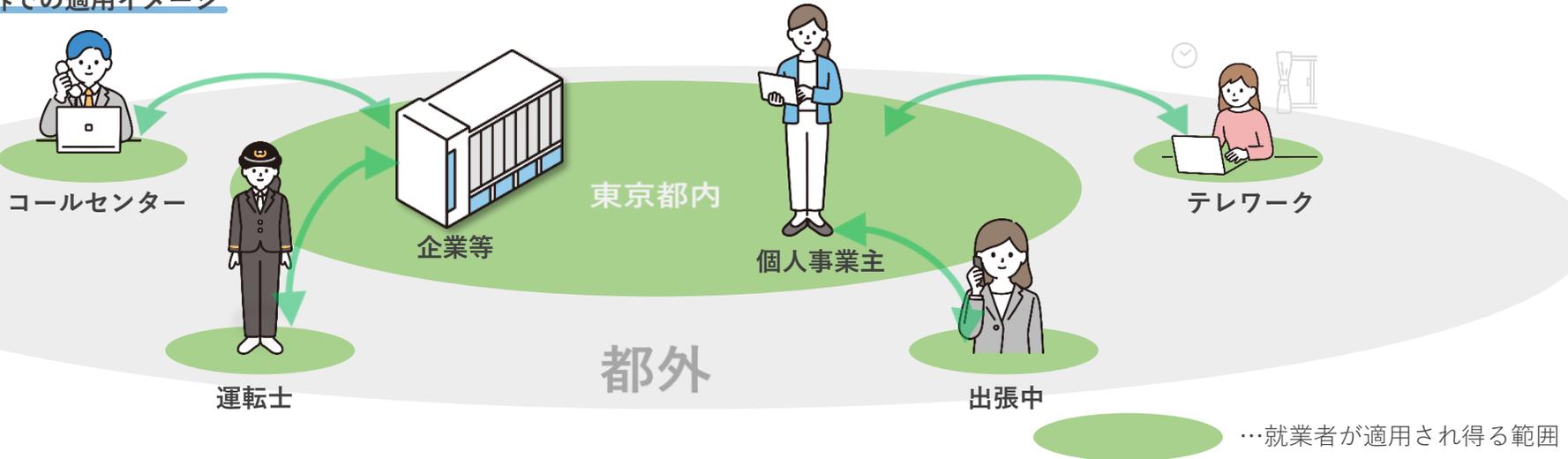
■ 「都内で業務に従事する者」について

- ここでいう「都内」とは、物理的・空間的な都の区域内を意味し、「都内で業務に従事する者」とは、都の区域内に所在する事務所・事業所及びそれに準ずる場所で業務を行う者を指す。

■ 「都外で事業者の行う事業に関連する業務に従事する者」について

- 都の区域外に所在する事務所・事業所及びそれに準ずる場所で業務を行う者は、**従事する業務と事業者の行う事業との間に合理的関連性**が認められる場合、「就業者」となり得る。

地理的領域外での適用イメージ



【論点】インターネット上で業務を行う者

- 「あらゆる場において」顧客ハラスメントを禁止する趣旨から、インターネット上の顧客ハラスメントも禁止される。
- その際、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）や動画配信サイト等を活用して業務を行う者が「就業者」に当たるか否かは一見して不明確であるが、「都内で業務に従事する者（都の区域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。）」であれば、「就業者」になり得る。
- 例えば、都内の事務所・事業所で勤務していることをインターネット上で明示している場合であれば、その者は「業務に従事する者」として「就業者」になり得る。
- また、都内の事務所・事業所で勤務していなくても、業務を行う者が、都内で業務に従事していること、または都外で事業者の行う事業に関連する業務に従事していることをインターネット上で明示している場合であれば、その者は「就業者」になり得る。
- 上記以外にも、インターネット上には多種多様な発信主体があり、「就業者」と判断し難い者もいるが、インターネット上であっても、著しい迷惑行為は本来行われるべきではなく、刑法における名誉棄損（230条）や侮辱（231条）に該当する可能性や民法（709条）の不法行為責任に基づき損害賠償を請求される可能性があることから、当然に当該行為又は類似の行為は慎むべきである。

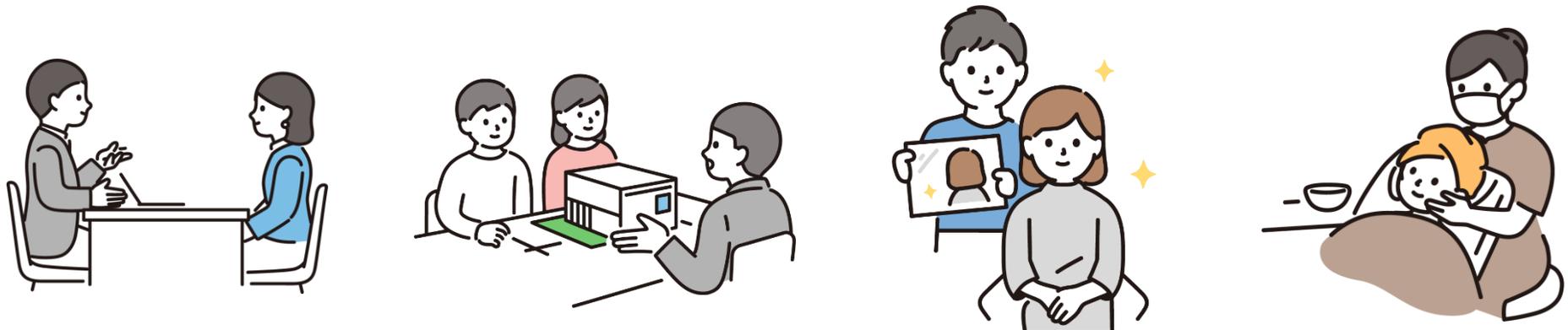
「顧客等」の定義①

- 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**

R6.7.19「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

【論点】「顧客」の考え方

- 「顧客」とは、**就業者から商品又はサービスの提供を受ける者**であり、**今後、商品やサービスの提供を受けることが予期される者**（例：店頭で商品の購入を検討している人、飲食店で入店を待つ列に並ぶ人など）も含む。
- 「商品」とは、顧客が**消費生活を営む上において使用する物**をいう。
- 「サービス」とは、顧客が**消費生活を営む上において使用又は利用するもの**のうち、**商品以外のもの**をいう。この「サービス」には、エステティック、クリーニング等、**一般的に役務提供又はサービス**といわれているもののほか、戸籍などの**手続**、年金、子育て支援、福祉、ゴミ処理や公共施設の運営など、**官公庁が国民や住民に提供する行政サービス**も含む。

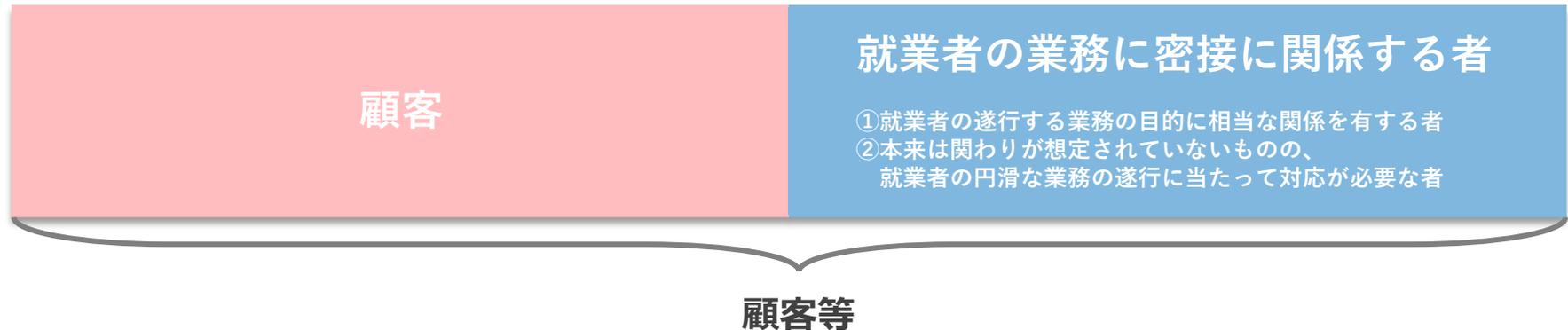


「顧客等」の定義②

【論点】「就業者の業務に密接に関係する者」の考え方

- 「就業者の業務に密接に関係する者」とは、顧客（就業者から商品又はサービスの提供を受ける者）ではないが、
①就業者の遂行する業務の目的に相当な関係を有する者、又は②本来は関わりが想定されていないものの、就業者の円滑な業務の遂行に当たって対応が必要な者を意味する。
- 「密接に関係する者」であるか否かは、**具体的状況に則して判断**されることとなる。

【顧客等の範囲】



「顧客等」の定義③

- 「就業者の遂行する業務の目的に相当な関係を有する者」とは、当該就業者が、その**業務を遂行**するに当たって、**必要不可欠な利害関係者（ステークホルダー）**をいう。
- **企業経営者**にとっての**株主**、**学校教諭**にとっての**保護者**、**議員**にとっての**有権者**などが想定される。



- 「本来は関わりが想定されていないものの、就業者の円滑な業務の遂行に当たって対応が必要な者」とは、業務上、**不測の事態が発生した場合**には、**業務を遂行**するために**対応することが必要不可欠な者**をいう。
- **配達員**と**配達先の隣人**、**マラソン大会のボランティア**と**沿道住民**、**著名人**と**SNS等にコメントを書き込む人**などが想定される。



「顧客等」と「就業者」の関係

顧客等・就業者となり得る例

「顧客等」 (行為者)

働く人が応対する、全ての人

客

発注者 (企業間取引を背景とした社員)

サービス利用者 家族

乗降客

住民

保護者

有権者

住民 議員

居住者

住民 イベント参加者

SNS等



誰もが、被害者にも加害者にもなり得る



「就業者」 (被行為者)

都内で働く (無償含む)、全ての人

店員

受託者 (社員・フリーランス)

介護スタッフ ケアマネジャー

駅員 運転手

警察官 消防官

教員

議員

官公庁職員

マンション管理人

地域活動 ボランティア

店舗等 (店舗等で働く人)

カスタマーハラスメントの代表的な行為の類型①

【論点】 カスタマーハラスメント行為の該当性

- 顧客等から就業者に対する行為が**カスタマーハラスメントに該当するか否か**の判断は、以下の**代表的な行為類型**に基づき**個別に判断**されることとなる。
- ただし、**就業者の業務内容**によって**顧客等との接し方が異なる**こと、実際に発生した**個別事案の状況等**によって**判断が異なる場合もあり得る**こと、**行為類型は限定列挙ではない**ことなどに十分留意する必要がある。

A 顧客等の要求内容が妥当性を欠く

- 顧客等の主張に関して、**事実関係**や**因果関係**を踏まえ、**根拠のある要求**がなされているかを**確認**する。
- 就業者が提供した**商品**や**サービス**に**瑕疵・過失がない**場合、あるいは**全く関係のない**主張や要求であれば、**正当な理由がない**と考えられる。
- なお、**妥当性を欠く**主張や要求は、就業者が**拒否**するなどの**対応が可能**であることから、**カスタマーハラスメントに該当するか否か**は、後述の**B、Cに該当する顧客等の行為があるか**で判断する。

行為類型	例
① 就業者が提供する商品・サービスに 瑕疵・過失が認められない	<ul style="list-style-type: none">● 全く欠陥がない商品を新しい商品に交換するよう就業者に要求すること。● あらかじめ提示していたサービスが提供されたにも関わらず、再度、同じサービスを提供し直すよう就業者に要求すること。
② 要求内容が、就業者の提供する 商品・サービスの内容とは関係がない	<ul style="list-style-type: none">● 就業者が販売した商品とは全く関係のない私物の故障等について就業者に賠償を要求すること。● 就業者が販売する商品とは全く関係のない商品を販売するよう要求すること。

カスタマーハラスメントの代表的な行為の類型②

B 顧客等の要求内容の妥当性に関わらず、要求を実現するための手段・態様が違法又は社会通念上不相当である

- 顧客等の主張に関して、**事実関係**や**因果関係**を踏まえ、**根拠のある要求**がなされていた場合でも、その**要求を実現するための手段・態様**が**社会通念**に照らして**相当な範囲か**を確認する必要がある。
- 例えば、**殴る、蹴る**などの**違法な暴力行為**は**直ちに**カスタマーハラスメントに**該当し**、その**言動が威圧的**である場合などは、**社会通念上不相当**としてカスタマーハラスメントに**該当する可能性**がある。

行為類型		例
①	就業者へ 身体的な 攻撃を加える	<ul style="list-style-type: none">就業者に物を投げつける、唾を吐くなどの行為を行うこと。就業者を殴打する、足蹴りを行うなどの行為を行うこと。 → これらの行為は、暴行罪（刑法第208条）、傷害罪（刑法第204条）等にも該当する可能性がある。
②	就業者へ 精神的な 攻撃を加える	<ul style="list-style-type: none">就業者や就業者の親族に危害を加えるような言動を行うこと。就業者を大声で執拗に責め立て、金銭等を要求するなどの行為を行うこと。就業者の人格を否定するような言動を行うこと。多数の人がいる前で就業者の名誉を傷つける言動を行うこと。 → これらの行為は、脅迫罪（刑法第222条）、恐喝罪（刑法第249条）、名誉棄損罪（刑法第230条）、侮辱罪（刑法第231条）等にも該当する可能性がある。
③	就業者へ 威圧的な 言動を取る	<ul style="list-style-type: none">就業者に声を荒らげる、睨む、話しながら物を叩くなどの言動を行うこと。就業者の話を遮るなど高圧的に自らの要求を主張すること。就業者の話の揚げ足を取って責め立てること → これらの行為は、脅迫罪（刑法第222条）、威力業務妨害罪（刑法第234条）等にも該当する可能性がある。
④	就業者へ 土下座を 要求する	<ul style="list-style-type: none">就業者に謝罪の手段として土下座をするよう強要すること。 → これらの行為は、強要罪（刑法第223条）等にも該当する可能性がある。

カスタマーハラスメントの代表的な行為の類型③

行為類型	例
⑤ 就業者へ 執拗な (継続的な) 言 動を取る	<ul style="list-style-type: none"> • 就業者に対して必要以上に長時間に渡って厳しい叱責を繰り返すこと。 • 就業者に対して何度も電話をして自らの要求を繰り返すこと。 → これらの行為は、威力業務妨害罪（刑法第234条）、偽計業務妨害罪（刑法第233条）等にも該当する可能性がある。
⑥ 就業者を 拘束す る行動を取る	<ul style="list-style-type: none"> • 長時間の居座りや電話等で就業者を拘束すること。 • 就業者から店舗等から退去するように言われたにも関わらず、正当な理由なく長時間に渡って居座り続けること • 就業者を個室等で拘束し、長時間に渡って執拗に自らの要求を繰り返すこと → これらの行為は、監禁罪（刑法第220条）、不退去罪（刑法第130条）、威力業務妨害罪（刑法第234条）、偽計業務妨害罪（刑法第233条）等にも該当する可能性がある。
⑦ 就業者へ 差別的 な言動を取る	<ul style="list-style-type: none"> • 就業者の人種、職業、性的指向等に関する侮辱的な言動を行うこと → これらの行為は、名誉棄損罪（刑法第230条）、侮辱罪（刑法第231条）等にも該当する可能性がある。
⑧ 就業者へ 性的な 言動を取る	<ul style="list-style-type: none"> • 就業者へわいせつな言動や行為を行うこと。 • 就業者へのつきまとい行為を行うこと。 → これらの行為は、不同意わいせつ罪（刑法第176条）のほか、ストーカー規制法等にも該当する可能性がある。
⑨ 就業者 個人への 攻撃 や 嫌がらせ を行う	<ul style="list-style-type: none"> • 就業者の服装や容姿等に関する中傷を行うこと。 • 就業者を名指しした中傷をSNS等において行うこと。 • 就業者の顔や名札等を撮影した画像を本人の許諾なくSNS等で公開すること。 → これらの行為は、名誉棄損罪（刑法第230条）、侮辱罪（刑法第231条）等にも該当する可能性がある。

カスタマーハラスメントの代表的な行為の類型④

C 顧客等の要求内容の妥当性に照らして、要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当である

- 顧客等の主張に関して、**事実関係**や**因果関係**を踏まえ、**根拠のある要求**がなされ、**違法**又は**社会通念上不相当な行為がない**場合であっても、**顧客等の要求内容の妥当性**に照らして、その**手段・態様が不相当**となることがあり得る。
- 例えば、**商品やサービスの瑕疵**を根拠に、顧客等から就業者に対して**金銭による賠償**や**謝罪**等を**丁寧な口調**で要求した場合であっても、その**金額が社会通念上著しく高額**であったり、**正当な理由がない過度な謝罪**を要求するものであれば、カスタマーハラスメントに**該当する可能性**がある。
- また、顧客等の**要求内容**が、就業者にとっては**不可能な行為**であったり、どのように対応すれば良いか分からない**曖昧な行為**であったりする場合も、カスタマーハラスメントに**該当する可能性**がある。

行為類型		例
①	過度な 商品交換 の要求	• 就業者が提供した商品と比較して、社会通念上、著しく高額な商品や入手困難な商品と交換するよう要求すること。
②	過度な 金銭補償 の要求	• 就業者が提供した商品・サービスと比較して、社会通念上、著しく高額な金銭による補償を要求すること。
③	過度な 謝罪 の要求	• 就業者に 正当な理由なく、上司や事業者の名前で謝罪文 を書くよう要求すること。 • 就業者に 正当な理由なく、自宅に来て謝罪 するよう要求すること。
④	その他 不可能な行為 や 抽象的な行為 の要求	• 就業者に 不可能な行為 （法律を変えろ、子供を泣き止ませろ等）を 要求 すること。 • 就業者に 抽象的な行為 （誠意を見せろ、納得させろ等）を 要求 すること。

- 顧客等の権利を不当に侵害しないように留意する。

R6.7.19「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

【論点】顧客等による正当なクレーム

- 本来、**正当なクレームは業務改善やサービス向上につながるものであり、不当に制限されてはならない。**また、就業者が対応する**顧客等**の中には、障害のある人など、**合理的配慮が必要な人も存在する。**
- **就業者と顧客等が対等の立場に立って、相互に尊重する基本理念の下、以下に代表される主体の権利等について十分に配慮する必要がある。**これらは例示であり、**限定列举ではないこと**に留意する必要がある。

消費者

- **消費者基本法**（昭和43年法律第78号）に規定する事業者においては、同法第5条第1項第4号により、消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理する責務を有しており、消費者基本法第2条で規定されるような消費者の権利の実現や国際消費者機構が提唱する消費者の責務を果たす機会が失われないよう十分に留意する必要がある。
- **消費者契約法**（平成12年法律第61号）に規定する事業者においては、同法第3条第1項により、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が明確なものでかつ消費者にとって平易なものになるよう配慮すること（契約条項の明確化）が求められるとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供すること（情報提供）が求められている。

障害者

- **障害者差別解消法**（平成25年法律第65号）に規定する事業者においては、同法第8条第2項により、その事業を行うに当たり、障害者から現に社会的障壁の除去を必要としている旨の意思の表明があった場合において、その実施に伴う負担が過重でないときは、障害者の権利利益を侵害することとならないよう、当該障害者の性別、年齢及び障害の状態に応じて、社会的障壁の除去の実施について必要かつ合理的な配慮をする責務を有しており、障害者の権利の保護に十分に留意する必要がある。

認知症の人

- **認知症基本法**（令和5年法律第65号）に規定する事業者においては、同法第7条により、国及び地方公共団体が実施する認知症施策に協力するとともに、そのサービスを提供するに当たっては、その事業の遂行に支障のない範囲内において、認知症の人に対し必要かつ合理的な配慮をする責務を有しており、認知症の人の権利の保護に十分に留意する必要がある。

表現の自由等

- 我が国では、すべての国民に対し、**日本国憲法第21条**により表現の自由が保障されている。これ以外にも、日本国憲法で保障されるその他の自由と権利の保護に十分に留意する必要がある。

消費者の権利

■ 消費者基本法第二条に定める消費者の権利

- ① 消費生活における基本的な需要が満たされる権利
- ② 健全な生活環境が確保される権利
- ③ 安全が確保される権利
- ④ 選択の機会が確保される権利
- ⑤ 必要な情報が提供される権利
- ⑥ 教育の機会が提供される権利
- ⑦ 意見が政策に反映される権利
- ⑧ 適切・迅速に救済される権利

- これらを消費者の権利と位置付けた上で、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を消費者政策の基本と規定
- 上記⑦として「公園の遊具の使用に危険性があったので地方自治体に連絡したら、安全なものに改善された」、⑧として「被害を受けて企業や消費生活センターなどに相談した時に、被害を回復するために対応策がとられる」などの例が挙げられている

参照：消費者庁 若者・高校生向け消費者教育副教材「もしあなたが消費者トラブルにあったら-消費者センスを高めよう!-」
中学生向け消費者教育教材「消費者センスを身につけよう」

消費者の責任

■ 国際消費者機構（Consumers International：CI）が提唱する消費者の責務

- ① 批判的意識を持つ責任
- ② 主張し行動する責任
- ③ 社会的弱者への配慮責任
- ④ 環境への配慮責任
- ⑤ 連帯する責任

- CIは消費者団体の国際的組織であり、我が国では、幅広い消費者団体のネットワークである「一般社団法人 全国消費者団体連絡会」等が正会員として加盟
- 上記②として「買った商品に問題があった時に、販売元に問題の改善を求めたり、消費生活センターなどに相談する」などの例が挙げられている

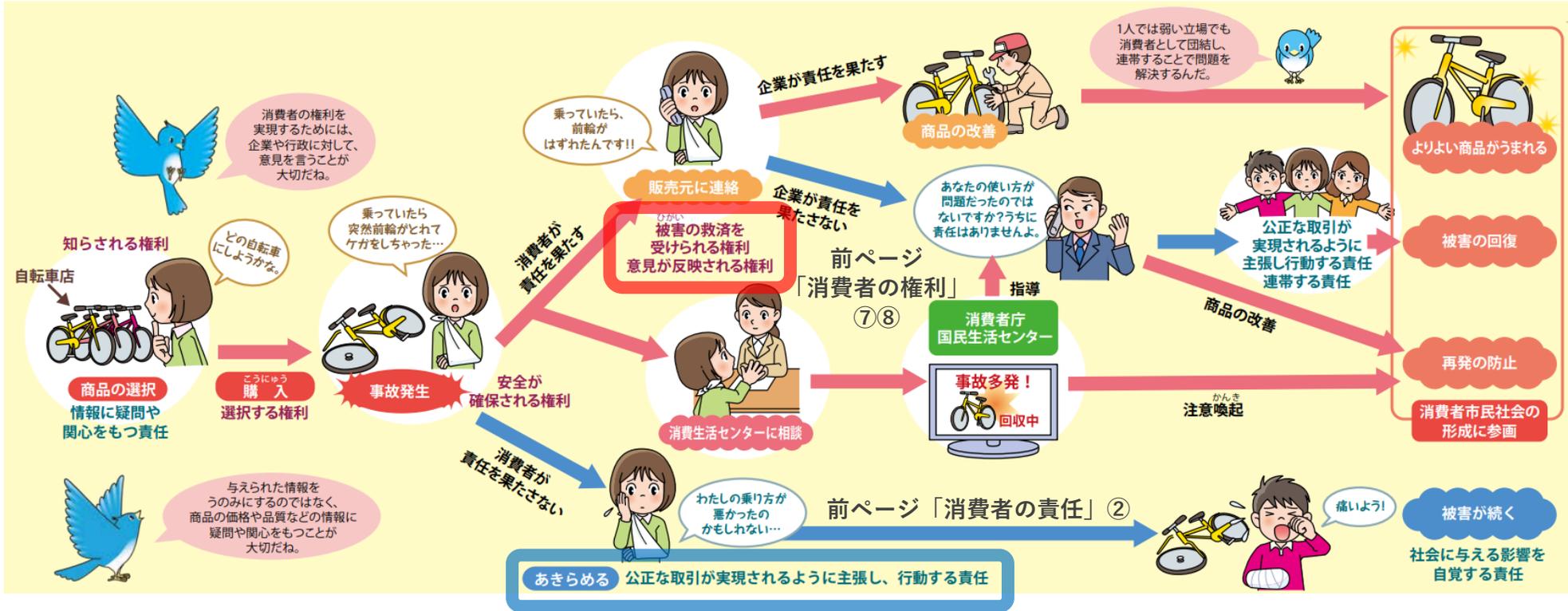
参照：消費者庁 中学生向け消費者教育教材「消費者センスを身につけよう」

✓ 消費者が事業者に意見を伝えること等は、「権利」であるとともに、自ら学び行動する自立した消費者を目指すための「責任」でもある

消費者の権利と責任（参考図）

R6.2.6 カスタマーハラスメント防止対策に関する検討部会（第3回）資料より

消費者の権利と責任（参考図）



参照：消費者庁 中学生向け消費者教育教材「消費者センスを身につけよう」

※ 消費者庁は、事業者には意見を伝えることは、消費者市民社会の一員としての行動であるとする一方、事業者には意見が適切に伝わるように、意見の伝え方に留意する必要性も提示

Point 1

ひと呼吸、置こう!

怒りに任せた発言は逆効果。ひと呼吸おいて冷静に。従業員も同じ「人」として、お互いに尊重し合うことが大切です。

Point 2

言いたいこと、要求したいことを「明確に」、そして「理由」を丁寧に伝えましょう!

返品したいのか、解約したいのか、またその理由を明確に、丁寧に伝えることが重要です。

Point 3

事業者の説明も聞きましょう!

上手なコミュニケーションが解決への糸口に。一方的に主張するだけでなく、事業者の説明も聞きましょう。

従業員、事業者も頑張っています。意見の伝え方には留意しましょう。

消費者の位置付け／消費者基本法に定める事業者の責務

「消費者」の位置付けの変遷

R6.2.6 カスタマーハラスメント防止対策に関する検討部会（第3回）資料より

- 1968年に**消費者保護基本法**が公布されて以降、消費者行政は事業者を業法により規制し、**消費者は行政に「保護される者」として捉えられてきた**
- しかし、急速な**経済成長**や**広範囲**にわたる**規制緩和**、**IT化**や**国際化の進展**等により消費者を取り巻く**環境は大きく変化**
- **国民生活審議会**は消費者の位置付けを**転換**し、**消費者の権利を位置付けることが必要**として提言（※）を行い、これを受け、2004年に消費者保護基本法が**改正**されて**消費者基本法**が公布された

※ 国民生活審議会消費者政策部会「21世紀型の消費者政策の在り方について」（2003年5月）

第2章第1節1（1）消費者の位置付けの転換－保護から自立へ

「これまでの消費者政策は、事業者を業法等に基づき規制するという手法を中心に展開されてきた。そこでは、一般的には消費者は行政に『保護される者』として受動的に捉えられてきた。一方、近年、規制緩和が進展し、市場メカニズムの活用が進められている。市場メカニズムの活用は、消費者が市場において主体的に行動し、自由で多様な選択を行うことを可能とするものである。市場メカニズムを十分活用するためには、事業者間において自由で活発な競争が行われ、市場の公正性及び透明性が確保されるとともに、**消費者は、「自立した主体」として市場に参画し、積極的に自らの利益を確保するよう行動する必要がある。**同時に、行政は消費者の自立のための環境整備を行うことが必要である。」

参照：消費者庁「入門！消費者問題の歴史」

事業者の責務

■ 消費者基本法第五条に定める事業者の責務

事業者は、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する

- ① 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること
- ② 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること
- ③ 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること
- ④ 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること
- ⑤ 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること

障害者や認知症の人への配慮

障害者への配慮の事例（場面別の一例）

場面	配慮の例
サービス (買い物、飲食店など)	<ul style="list-style-type: none">メニューや商品表示を分かりやすく説明したり、写真を活用して説明したりする金額が分かるようにレジスターや電卓の表示板を見やすいように向けたり、紙等にかいたりして示すようにする本人の意思を十分に確認しながら書類の記入やタッチパネルの操作などを代行する
公共交通	<ul style="list-style-type: none">券売機の利用が難しい場合、操作を手伝ったり、窓口で対応したりする（鉄道）車いす等の大きな荷物のトランクへの収納の手助けを行う（タクシー）障害の特性を理解した上で、適切な移動を行えるようにする
医療・福祉	<ul style="list-style-type: none">施設内放送を文字化したり、電光表示板で表示したりする外見上、障害者と分かりづらい患者の受付票に連絡カードを添付するなど、スタッフ間の連絡体制を工夫する障害の特性に応じた時間調整など、ルール、慣行を柔軟に変更する
行政	<ul style="list-style-type: none">段差がある場合に補助したり、高いところにある資料を取って渡したりする筆談、読み上げ、手話などを用いて意思疎通する書類記入の依頼時に、記入方法等を本人の目の前で示したり、わかりやすい記述で伝達したりする

内閣府「合理的配慮等具体例データ集」から一部抜粋引用 (<https://www8.cao.go.jp/shougai/suishin/jirei/index.html>)

認知症の人への配慮の事例

こころのバリアフリーを

足の不自由な人は、杖や車いすなどの道具を使って自分の力で動こうとします。駅にはエレベーターの設置などバリアフリー化が進み、乗り降りがしやすくなってきています。また手助けのいるときには援助を頼みます。

しかし、認知症の人は自分の障害を補う「杖」の使い方を覚えることができません。「杖」のつもりでメモを書いてもうまく思い出せず、なんのことかわからなくなります。認知症の人への援助には障害を理解し、さりげなく援助できる「人間杖」が必要です。交通機関や店など、まちのあらゆるところに、温かく見守り適切な援助をしてくれる人がいれば外出もでき、自分でやれることもずいぶん増えるでしょう。こころのバリアフリーの地域社会をつくるのが認知症サポーターの役割です。

ヘルプマーク



▲ヘルプマーク

援助や配慮を必要としている方々が周囲の方に配慮を必要としていることを知らせることができるマーク

(例) 義足や人工関節を使用している方、内部障害や難病の方、妊娠初期の方など

※この他、援助を必要とする方が携帯し、いざというときに必要な支援や配慮を周囲の人をお願いするためのものとして、ヘルプカードがある。

表現の自由とカスタマーハラスメント

- **日本国憲法第21条第1項**では、「集会、結社及び言論、出版その他一切の表現の自由は、これを保障する。」と規定されており、**表現の自由が保障**されている。
- したがって、**カスタマーハラスメントの禁止規定**をもって、顧客等から就業者に対する**正当なクレームが制限**されることはない。
- 一方、**最高裁判所**が「憲法21条1項も、**表現の自由を絶対無制限に保障したものではなく、公共の福祉のため必要かつ合理的な制限を是認**するものである」と判示（最高裁判所第二小法廷・平成20年4月11日判決）しており、顧客等から就業者に対する**あらゆる言動が許される訳ではない**と解される。
- また、**日本国憲法第13条前段**では「すべて国民は、個人として尊重される。」と規定されており、就業者の**人格権・名誉権・プライバシー権**などが**保障**されていると解される。
- これらを踏まえ、カスタマーハラスメントの防止に当たっては、**顧客等と就業者**それぞれに日本国憲法における自由や権利が保障されていることを前提としつつ、**互いの立場を尊重**し合う条例の理念の下、**自らの意見や考えを適切な方法で相手方に伝える**ことが期待される。

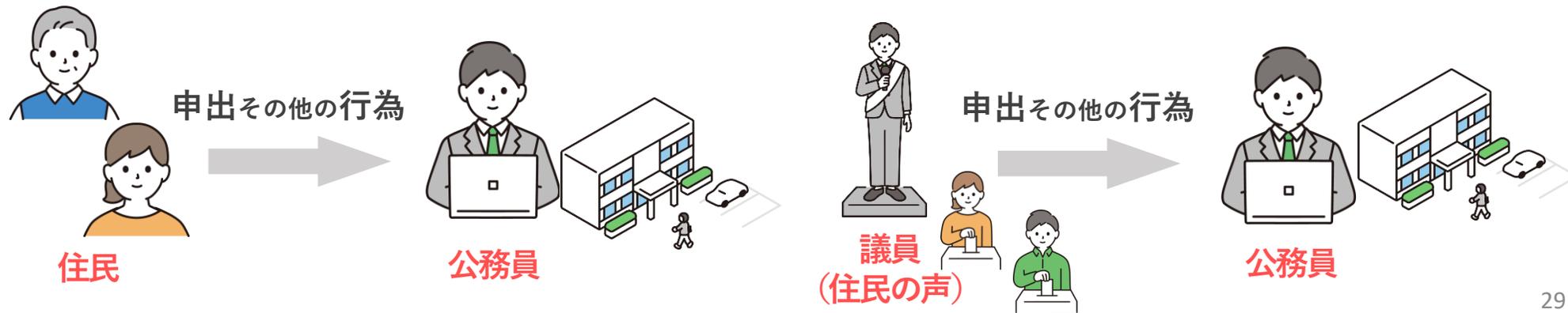


互いの立場を尊重し合う社会へ



公務に関するカスタマーハラスメント

- 都内の**国の機関や自治体の職員**は「**就業者**」であり、行政サービスを提供する相手方である**住民**は「**顧客等**」に当たるため、**公務の現場**においても**カスタマーハラスメント**は発生し得る。
- 一方、**行政サービス**は、民間企業が提供する商品やサービスと異なり、**住民が自由に選択できるものではない**。**公務の従事者**においても、**すべての住民に対し、公平・公正に行政サービスを提供する義務**を負う。
- また、**住民から公務員に対する要求等**が、**住民の生命、財産に関わる問題**を背景とする場合も想定される。このため、例えば、経済的に困窮した場合の最後のセーフティネットである**生活保護制度**における要保護者への対応、**公共料金等の徴収**の現場など、それぞれの**現場の特質を十分に考慮**し、**カスタマーハラスメントかどうかを判断**する必要がある。
- **議員**は自治体等の職員にとって行政サービスを提供する相手方ではないが、**業務を遂行するに当たって、必要不可欠な利害関係者**であり、「**就業者の遂行する業務の目的に相当な関係を有する者**」として「**顧客等**」に当たるため、**議員から自治体等の職員に対するカスタマーハラスメント**は発生し得る。
- 一方、**議員は自治体の首長と同様に特別職の公務員である**。**議員**は行政の**監視機能**を有し、地方自治法（昭和22年法律第67号）第89条第3項で「**住民の負託を受け、誠実にその職務を行わなければならない**。」と規定されており、地方議会の議員は**住民の声**を公務員（行政）に**伝える責務**も負っている。
- **議員に関連するカスタマーハラスメントへの対応**については、**議員の仕事の特質や、こうした活動に対するハラスメント**も起こり得る視点も考慮する必要がある。



②顧客等、就業者及び事業者の責務に 関する事項

顧客等の責務

- 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。**

R6.7.19「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

【論点】顧客等が果たすべき責務

- カスタマーハラスメントの**行為者となり得る「顧客等」**が果たすべき責務を明らかにしている。
- 行為を行う可能性がある顧客等が、カスタマーハラスメントが起こる社会的背景や、どのような行為がカスタマーハラスメントに該当するかなど、**条例を通じて関心と理解とを深める必要がある。**また、就業環境の悪化や事業活動への悪影響など、カスタマーハラスメントがもたらす**不利益に対する理解を深める必要がある。**
- 顧客等は、就業者と顧客等が対等の立場であることを前提に、**就業者に対する意見や要望の伝え方等を工夫する**など、**自らの言動に注意を払う**ことが望ましい。特に、就業者が提供する**商品やサービスに瑕疵・過失**があった場合であっても、**怒りの感情を抑え、落ち着いてその内容を伝える**など、**冷静な姿勢**でその**改善を要求することが重要**である。
- また、施策の推進（後述）として、「都は、カスタマーハラスメントの防止に関する『情報提供』、『啓発及び教育』、『相談及び助言』、『その他』施策を実施する。」としており、顧客等はこうした都が実施する施策に協力する必要がある。

就業者の責務

- 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。

R6.7.19「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

【論点】 就業者が果たすべき責務

- カスタマーハラスメントの**被行為者となり得る「就業者」**が果たすべき責務を明らかにしている。
- 行為を受ける可能性がある就業者が、カスタマーハラスメントが起こる社会的背景や、どのような行為がカスタマーハラスメントに該当するかなど、**条例を通じて関心と理解とを深める必要**がある。また、行為を受けた際にどのように対応すべきか、誰に相談すべきかなど、カスタマーハラスメントが**発生した際の対処等について理解を深める必要**がある。
- 就業者は、就業者と顧客等が対等の立場であることを前提に、**顧客等に対する意見の伝え方等を工夫**するなど、カスタマーハラスメントを未然に防ぐための**積極的な行動**をとることが望ましい。特に、顧客等からの**商品やサービスに関する正当な理由に基づく要求や改善の要望**に対して、**初期の段階でカスタマーハラスメントに至らないよう、適切な言動**を行うことが重要である。
- また、事業者がカスタマーハラスメント防止に向けた取組を効果的に実践するためには、**就業者一人ひとりが、その取組の目的や重要性を十分理解**するとともに、**取組に積極的に協力する必要**がある。

事業者の責務①

- 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。

R6.7.19 「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

【論点】 事業者が果たすべき責務

- 顧客等からの**カスタマーハラスメントを防止するための措置を講ずる必要がある**「事業者」が果たすべき責務を明らかにしている。
- 「**主体的かつ積極的**」の考え方として、就業者が顧客等からカスタマーハラスメントを受けた場合、就業者の意欲の低下等を起因とした職場環境の悪化、職場全体の生産性の低下等につながり得ることで、事業者の事業活動の継続に大きな影響が生じる。事業者においては、カスタマーハラスメント防止に当たって、事業者ごとの状況に合わせた効果的な対策を講じるとともに、就業者がカスタマーハラスメントによる被害を受けないよう、積極的な取組が求められる。
- 「**都が実施する施策に協力**」の考え方として、事業者は、現代の社会経済活動において重要な役割を果たす存在として、その社会的影響力は大きい。事業者においては、カスタマーハラスメントの防止に関する都の施策を実効性あるものにするため、これに協力することが求められる。

事業者の責務②

- 「**就業者の安全を確保**」の考え方として、労働契約法（平成19年法律第128号）第5条の規定により、事業者には、労働契約に伴い、労働者がその生命、身体等の安全を確保しつつ労働することができるよう、必要な配慮をする義務がある。事業者においては、顧客等による暴力行為等によって就業者の安全が脅かされる事態が発生した場合、あらかじめ定めた対応方針に従い、現場責任者等が対応を替わった上で、顧客等から就業者を引き離す、あるいは、弁護士や管轄の警察と連携を取りながら対応するなど、就業者への被害がこれ以上継続しないようにすることが求められる。
- 「**中止の申入れその他の必要で適切な措置を講ずる**」の考え方として、事業者においては、カスタマーハラスメントが発生した場合、行為者である顧客等に対して、就業者への行為を止めるよう要請するとともに、あらかじめ定めた対応方針に従い、現場責任者等からの退去要請や出入り禁止の通告等の対処を行うことが求められる。
- 「**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**」の考え方として、就業者は、カスタマーハラスメントを受ける立場である一方、例えば、取引先との関係では顧客等であるなど、カスタマーハラスメントを行う立場にもなり得る。事業者においては、事業に従事する者が、カスタマーハラスメントを行わないよう、カスタマーハラスメント防止に関する啓発や教育等を行っていくことが求められる。

③都の施策に関する事項

都の責務

- 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。

R6.7.19 「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

【論点】 都が果たすべき責務

- **カスタマーハラスメント防止条例を制定する「都」が果たすべき責務**として、都が取り組む**必要がある施策**を明らかにしている。
- 例示として挙げている「情報提供」、「啓発及び教育」、「相談及び助言」の詳細は、施策の推進（後述）で明らかにしている。
- 「**特別区及び市町村との連携**」の考え方として、カスタマーハラスメント防止に向けた**周知・啓発等**を進めていく上で、**住民との距離が最も近い基礎自治体である都内の特別区や市町村との連携が重要**である。
- 「**必要な財政上の措置**」の考え方として、カスタマーハラスメント防止に関する施策を進めていくため、必要な財政上の措置を講ずるよう、都として最大限の努力を払う。

- 都は、カスタマーハラスメントの防止に関する「**情報提供**」、「**啓発及び教育**」、「**相談及び助言**」、「**その他**」施策を実施する。

R6.7.19「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

【論点】 カスタマーハラスメントの防止に関する施策

- 「**情報提供**」では、都が実施する様々なハラスメント対策事業の情報を広く提供し、顧客等、就業者及び事業者の各主体におけるハラスメント防止のための取組をサポートする。
- 「**啓発及び教育**」では、条例や指針等で定める基本理念の考え方等について、様々な媒体を活用しながら、啓発を行う。また、都の関係部署や都内の区市町村とも連携しながら、様々な現場での啓発や教育等を行うことで、顧客等や就業者がカスタマーハラスメントに関する理解を深め、防止に資する行動を取るよう促す。
- 「**相談及び助言**」では、カスタマーハラスメントによる被害や事業経営への影響など、就業者及び事業者からの様々な就業環境に関する相談に総合的に対応し、問題解決に向けた援助を行う。また、日々の消費活動で発生するトラブルなど、顧客等からの様々な消費生活に関する相談に総合的に対応し、問題解決に向けた援助を行う。さらに、就業者からの相談に対応する総合窓口やメンタルヘルスに関する相談窓口を設置するなど、就業者の安全や健康を確保する事業者の取組をサポートする。

- 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及び実施状況を検証し、施策に反映するよう努める。

R6.7.19 「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

【論点】 施策の推進体制

- カスタマーハラスメントの防止のため、様々な施策を着実に実施するとともに、実施状況の検証と施策の不断の見直しを行うことが望ましい。
- そこで、都の関係機関や有識者等を交えたカスタマーハラスメント防止対策に関する推進会議を立ち上げ、①現状把握、②現状分析、③施策の検討、④施策の実施による推進プロセスを、会議体を通じて速やかに繰り返し行っていく。

④事業者の取組に関する事項

事業者による措置①

- 事業者は、指針に基づき、必要な体制の整備、カスタマーハラスメントを受けた者への配慮、カスタマーハラスメント防止のための手引（マニュアル）の作成その他の措置を講ずるよう努める。
- 就業者は、事業者が手引を作成したときは、遵守するよう努める。

R6.7.19 「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

【論点】 必要な体制の整備

①相談窓口の設置

- ◎ カスタマーハラスメントを受けた就業者が相談できる窓口をあらかじめ決めた上で、就業者へ広く周知する。

（対応例）

- 就業者の相談に対応するための制度を設ける。
- 就業者の相談に対応する担当者をあらかじめ定める。
- 就業者の相談に対応する窓口を外部機関に委託する。



（対応のポイント）

- カスタマーハラスメントに関する就業者からの相談に対し、対応可能な窓口をあらかじめ職場内に定めた上で、就業者に対して広く周知することが求められる。
- ここでいう「相談窓口」とは、形式的なものではなく、実際に就業者による利用が可能なものである必要がある。また、就業者が利用しやすいよう、面談だけでなく電話やメールなど、複数の方法で相談が受けられることが望ましい。

②適切な相談対応の実施

◎ 相談窓口担当者が、就業者から受けた相談内容や状況に応じて、適切に対応できるようにする。

(対応例)

- 相談窓口の**担当者が相談を受けた場合**、その内容や状況に応じて、相談窓口の**担当者**と**人事部門**とが**連携**を図ることができる仕組みとする。
- 相談窓口の**担当者が相談を受けた場合**、あらかじめ作成した留意点等を記載した**マニュアルに基づき**対応する。
- 相談窓口の**担当者**に対し、相談を受けた場合の**対応についての研修**を行う。



(対応のポイント)

- 相談窓口の**担当者**は、就業者からの**相談内容や状況**に応じて**適切に対応**できるようにする必要がある。
- ここでいう「相談内容や状況に応じて適切に対応」とは、カスタマーハラスメントが発生した現場の**事実確認**を行い、**顧客等への対応方法**の検討・実施、**就業者へのフォロー**等、**事案に即した対応**を意味する。
- また、**研修**を実施する場合、相談窓口の対応者が、事業者であらかじめ定めた**基準**や**対応手順**を理解し、**ケーススタディ**等を通して**対応例を想定しておく**ようなものが**有効**である。
- 相談窓口の担当者が就業者から相談を受ける際は、就業者が事業者や職場の上司に不信感を持たないように、その話**に真摯に耳を傾け、詰問にならないように留意し、丁寧に**対応することが**必要**である。就業者から自殺を暗示する言動があった場合、直ちに医療専門家につなぐ等の対応が求められる。

【論点】被害を受けた者への配慮

①事実関係の正確な確認と事案への対応

◎ カスタマーハラスメントと思われる事案が発生した場合、事実関係の正確な確認と事案への対応を行う。

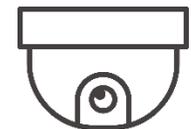
(対応例)

- ▶ カスタマーハラスメントに該当するか否かについて、顧客等や就業者からの情報を基に、**確かな証拠・証言**に基づいて、その**事実を確認**する。
- ▶ 事実に基づき、**商品の瑕疵**や**サービスの過失等**がある場合は顧客等に**謝罪**し、**商品の交換・返金**等、適切な対応を行う。**瑕疵**や**過失がない**場合は**要求に応じない**。



(対応のポイント)

- 事実関係の確認の際は、カスタマーハラスメントを受けた**就業者の心身の状況**や**受け止め方**等にも配慮し、本人の意向に沿いながら**丁寧かつ慎重に対応**する。
- その際、カスタマーハラスメントを受けた**当時の状況**が**録音・録画されたもの**を**相談者とともに確認**すると、より正確に状況を把握することができる。
- その後の対応は、確認した情報を基に決めるが、**あらかじめ社内で対応方針・手順を決めておく**ことが望ましい。



② 就業者の安全の確保

◎ 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。

(対応例)

- 顧客等が、暴力行為やセクハラ行為等を行ってくる場合、**現場責任者が顧客対応を代わり、就業者を顧客等から引き離す。**
- 個別の事案に応じて**責任ある立場の者**から行為者へ**帰ってもらう旨**を伝える。
また、状況に応じて、顧客等に対して、**出入り禁止を通告**する。
- 状況に応じて、**弁護士や警察と連携**を取りながら顧客等へ対応する。



③ 就業者の精神面及び身体面への配慮

◎ カスタマーハラスメントを受けた就業者の精神面及び身体面のケアなどに取り組む。

(対応例)

- 被害を受けた就業者に**メンタルヘルス不調**の兆候がある場合、産業医や産業カウンセラー、臨床心理士等の**専門家に相談対応を依頼**するほか、**専門の医療機関への受診を促す。**
- **定期的にストレスチェック**を行い、就業者の状況を確認する。



(対応のポイント)

- 就業者が**セクシュアルハラスメント**に当たるカスタマーハラスメントを受けた際は、**同性**の担当者が**相談対応**するなど、**被害内容にあわせた配慮**が必要である。

【論点】被害防止のための手引（マニュアル）の作成

①現場での初期対応の方法や手順の作成

◎ カスタマーハラスメントが発生した際を想定し、現場での初期対応の方法、手順を作成しておく。

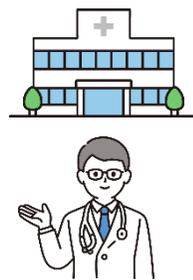
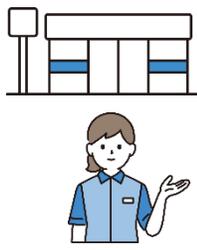
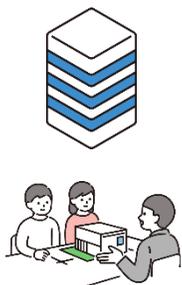
（対応例）

➤ 就業者がカスタマーハラスメントを受けた場合の**顧客等への対応例**をあらかじめ決めておくこと。



（対応のポイント）

- カスタマーハラスメントが発生した際の対応方針は、事業者の**業種、業態、企業文化、顧客等との関係**などによって**異なる**と考えられるため、**各事業者の状況にあわせた対応例を準備**しておくことが重要である。したがって、**各業界団体は、事業者にとって拠り所**となるような**マニュアルをあらかじめ作成**しておくことが望ましい。
- 対応例を作成する際は、顧客等に対して**複数名で対応**する、一次対応者に代わって**現場責任者が対応**するなど、**就業者の安全に配慮した内容**とする必要がある。
- ただし、**小規模事業者等**の場合、対応を引き継ぐ**管理者がいない**事態も想定されるため、**現場の就業者のみ**でも**対応可能な基本的な対応方法**を**周知・教育**しておくことが望ましい。



▲事業者の業種、業態、企業文化、顧客等との関係などは様々である

事業者による措置⑥

②内部手続（報告・相談、指示・助言）の方法や手順の作成

◎ 本社・本部との連携が必要な場合、内部手続（報告・相談、指示・助言）の方法、手順を作成しておく。

（対応例）

- ▶ 顧客等からの**犯罪行為**により、**法的な手続**や、**警察や弁護士等との連携が必要な場合**等は、現場対応だけでは判断ができないため、**本社・本部と連携するための、報告が必要な事項、報告する場合の手続**を事前に決めておく。

（対応のポイント）

- カスタマーハラスメントに対応する体制を構築する上で、就業者からの相談を受ける相談対応者、相談窓口とは別に、**カスタマーハラスメント対策を推進し、取組全体を所管する組織**があることが望ましい。
- 例えば、**本社組織（人事労務部門、カスタマーサービス部門、法務部門など）が中心**となって対策推進チームを設け、基本方針や対応方法・手順の作成、教育や周知、再発防止策の検討・実施を取りまとめるという体制を取ることが考えられる。

本社・本部まで報告・相談する際の判断基準例

- 顧客等とのやり取りにおいて訴訟手続きが必要となる
- 警察、地方自治体等、社外の組織と連携が必要となる 等

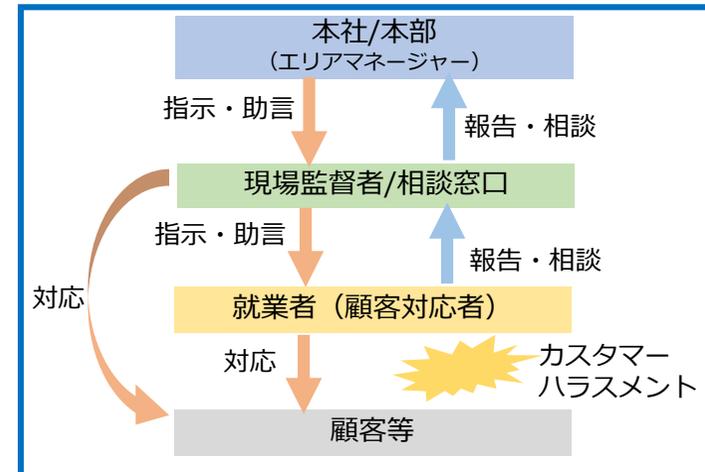
本社・本部まで報告・相談する際の相談先例

顧客等から損害賠償請求があったときは法務部門に相談するとともに、相手の行為が刑法犯（強要罪等）に該当する可能性があるときは、法務部門、人事総務部門とともに、警察や弁護士等に相談、連絡、通報等を行うことが考えられる。

本社・本部まで報告・相談する際に共有すべき内容例

対応状況確認事項（例）

- 対応日時、場所
- 対応就業者
- 要望の内容
- 要望者の情報
- 管理者の指示
- 対応結果 等



カスタマーハラスメント発生時の内部手続きの流れの例

事業者による措置⑦

カスタマーハラスメント対策に関わる内部手続の流れの例

カスタマーハラスメントに対応する体制を構築する上で、就業者からの相談を受ける相談対応者、相談窓口とは別に、カスタマーハラスメント対策を推進し、取組全体を所管する組織があることが望ましい。

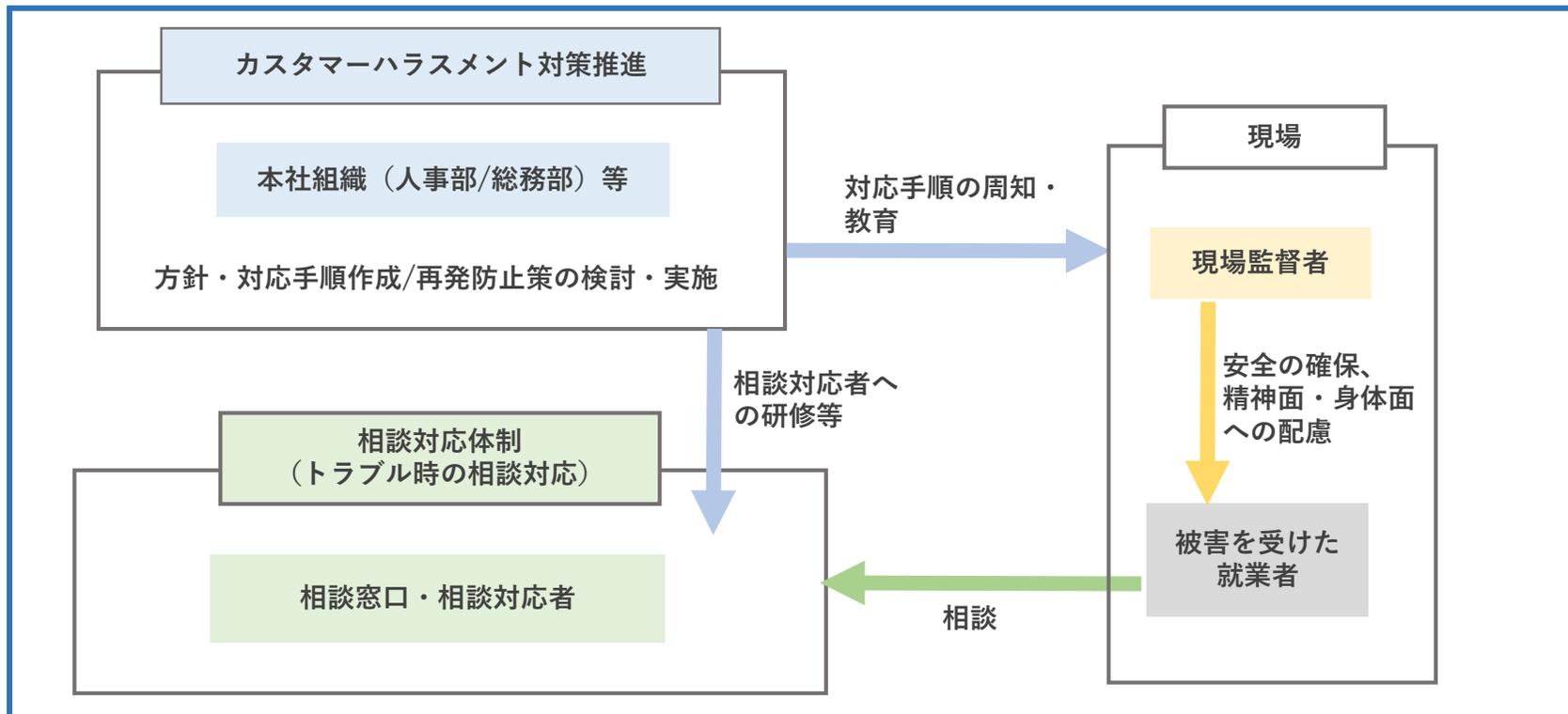
例えば、本社組織（人事労務部門、カスタマーサービス部門、法務部門など）が中心となって対策推進チームを設け、基本方針や対応方法・手順の作成、教育や周知、再発防止策の検討・実施を取りまとめるという体制を取ることが考えられる。

● 大規模企業の場合（従業員100人超）

カスハラ対策推進⇒本社・本部（人事部など）

相談対応者⇒社内のハラスメント相談窓口、外部委託など

現場監督者⇒就業者の上司（店舗におけるマネージャーなど）

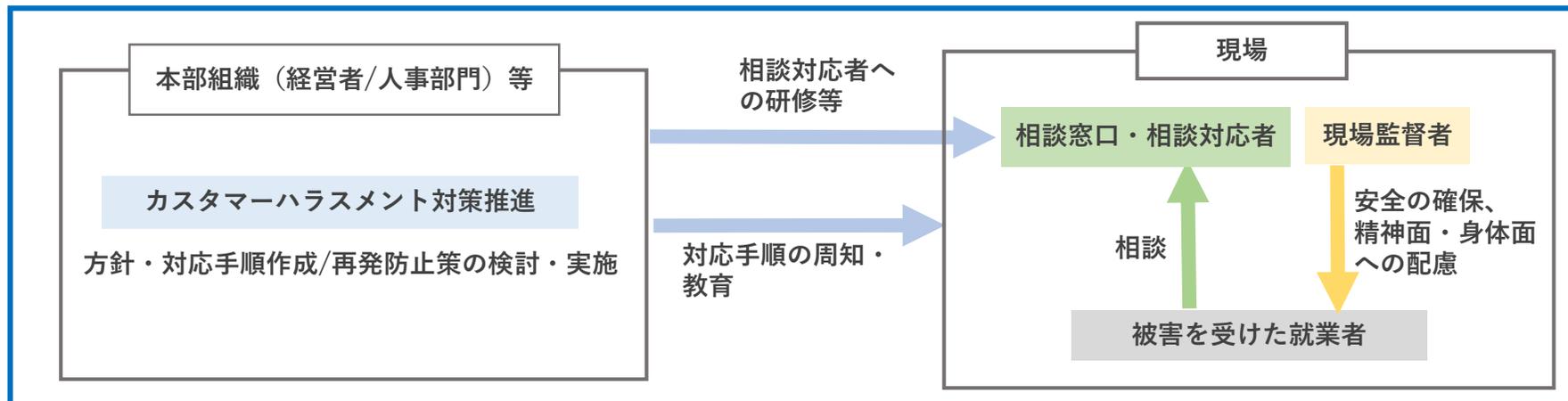


事業者による措置⑧

● 中規模・中小規模の企業の場合（従業員6～100人）

カスハラ対策推進⇒本部（経営者、人事部門責任者など）

相談対応者・現場監督者⇒就業者の上司（店舗におけるマネージャーなど）

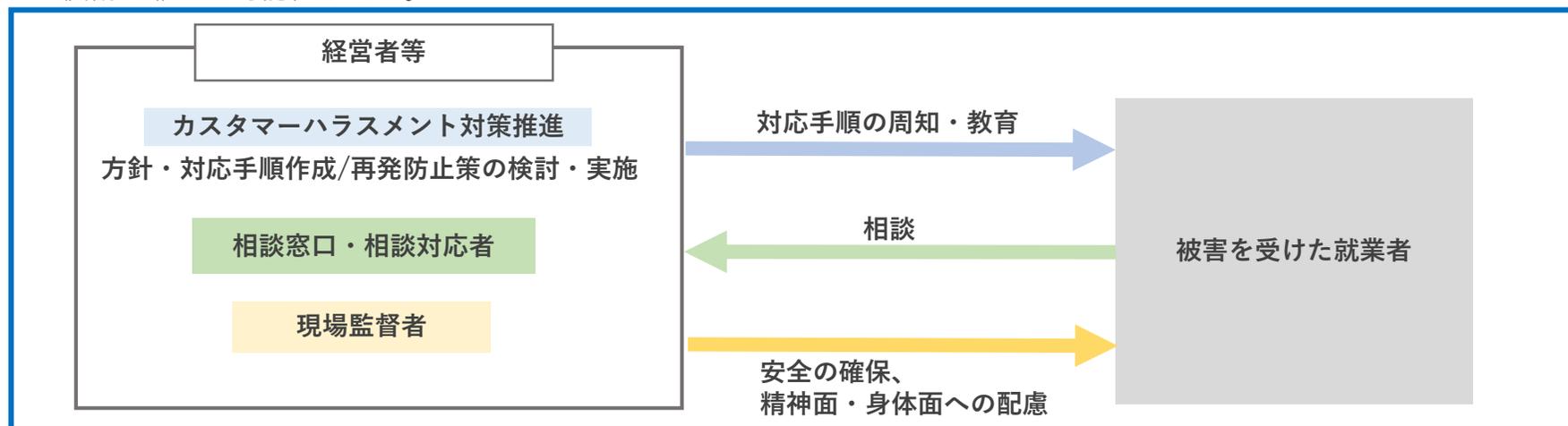


厚生労働省の資料を一部引用又は参照

● 小規模企業の場合（従業員5人以下）

カスハラ対策推進・相談対応者・現場監督者⇒経営者など

※小規模企業の場合は、経営者等が、カスハラ対策推進（手引きの作成や再発防止の検討）と相談窓口、現場監督者の役割を兼ねる可能性がある。



厚生労働省の資料を一部引用又は参照

【論点】 その他の措置

① カスタマーハラスメント対策の基本方針・基本姿勢の明確化と周知

◎ カスタマーハラスメント対策に関する基本方針や基本姿勢を明確にした上で就業者に周知する。

(対応例)

- 組織の**トップ**が、カスタマーハラスメント対策への取組の**基本方針・基本姿勢**を**明確**に示す。
- **組織として就業者を守る**という基本方針・基本姿勢、カスタマーハラスメントへの対応の在り方を**就業者に周知・啓発**し、**教育**する。

基本方針に定める要素例

- カスタマーハラスメントの**内容**
- カスタマーハラスメントは**自社にとって重要な問題**である
- カスタマーハラスメントを**放置しない**
- カスタマーハラスメントから**就業者を守る**
- 就業者の**人権を尊重**する
- 常識の範囲を超えた要求や言動を受けたら、**周囲に相談してほしい**
- カスタマーハラスメントには**組織として毅然とした対応**をする

厚生労働省の資料を一部引用又は参照

(対応のポイント)

- 事業者は、カスタマーハラスメント対策の基本方針や基本姿勢を明確にすることで、事業者が就業者を守り、尊重しながら業務を進めるという**安心感**が**就業者に育まれる**。
- また、こうした基本方針等を外部に対して周知することで、**事業者の姿勢**が**顧客等に対しても明確**になる。
- さらに、**カスタマーハラスメントを受けた就業者**やその**周囲の就業者**も、実際のトラブルに係る事例やその解消に関して**発言しやすくなり**、その結果、**再発を防ぐことにもつながる**ことが期待される。

事業者による措置⑩

②カスタマーハラスメントを行ってはならない旨の方針の明確化と周知

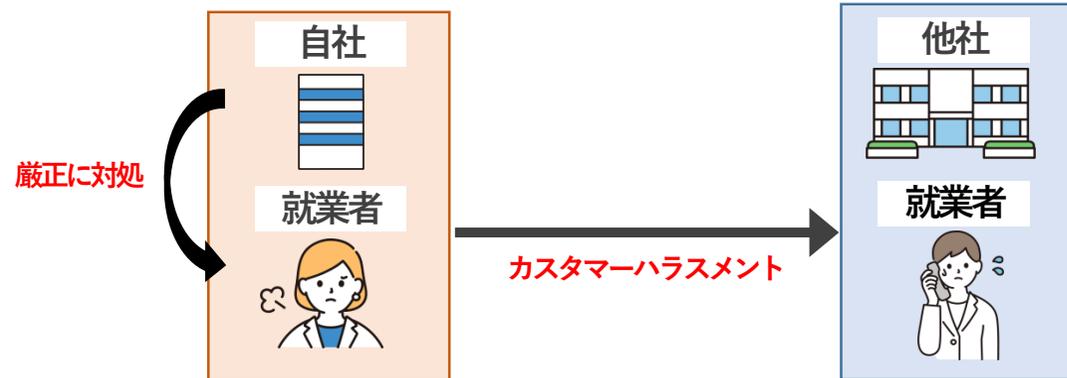
◎ 自社の就業者がカスタマーハラスメントを行わないとの方針を明確にした上で就業者に周知する。

(対応例)

- 立場の弱い取引先等に無理な要求をしない、させないこと、他の事業者の就業者に対してもハラスメントを起こさないとのメッセージを社内で周知する。
- カスタマーハラスメントを行った自社の就業者に対しては、**厳正に対処**する旨を就業規則等に定め、社内で周知する。

(対応のポイント)

- 自社の就業者が、カスタマーハラスメントに該当する言動をした場合、具体的にどのような対処がなされるのかを**ルールとして明確化**し、**就業者に認識**してもらうことで、**カスタマーハラスメントの防止を図る**ことが重要である。
- 具体的にカスタマーハラスメントに**該当する言動**と**社内の処分内容**を対応させた**懲戒処分規定を定める**ほか、その**判断要素を明らかに**する方法が考えられる。



事業者による措置⑪

③相談者のプライバシー保護に必要な措置を講じて就業者に周知

◎ カスタマーハラスメントの相談をする就業者のプライバシーを保護する措置を講じて就業者に周知する。

(対応例)

- 相談者やカスタマーハラスメントの行為者等の**プライバシー保護**のために必要な事項をあらかじめ**事業者内のマニュアルに定め**、相談窓口の担当者が**相談を受けた際には、そのマニュアルに基づき対応**する。
- 相談者やカスタマーハラスメントの行為者等のプライバシーの保護のために、**相談窓口の担当者に必要な研修**を行う。
- 相談窓口においては相談者やカスタマーハラスメントの行為者等のプライバシーを保護するために必要な措置を講じていることを、**社内報、パンフレット、社内ホームページ等の広報又は啓発のための資料等に掲載**し、配付等する。



(対応のポイント)

- カスタマーハラスメントを受けた就業者に関する**個人情報**は、個人のプライバシー保護に関連する事項であり、事業者は、その**保護のために必要な措置を講ずる**とともに、その旨を**就業者に周知**することで、就業者が安心して相談できるようにする必要がある。

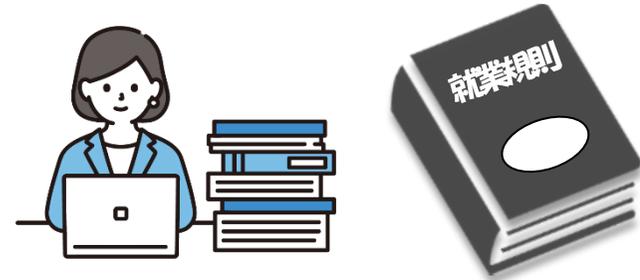
事業者による措置⑫

④相談を理由とした不利益な取扱いを行ってはならない旨を定め周知

◎ カスタマーハラスメントの相談をもって不利益を受けない旨を明確にした上で就業者に周知する。

(対応例)

- ▶ **就業規則**その他の職場における**服務規律等**を定めた文書に、就業者がカスタマーハラスメントの**相談等を理由**として、解雇等の**不利益な取扱いをされない旨**を規定し、**就業者に周知・啓発**すること。
- ▶ **社内報、パンフレット、社内ホームページ等**広報啓発のための資料等に、就業者がカスタマーハラスメントの相談等を理由として、**解雇等の不利益な取扱いをされない旨**を記載し、就業者に配付すること。



(対応のポイント)

- 就業者が実質的にカスタマーハラスメントに関する相談等をしやすくするため、相談等を理由とした不利益な取扱いがされない旨を定めた上で、就業者に周知・啓発することが必要である。カスタマーハラスメント対策の**基本方針の周知・啓発**の際や**相談窓口の設置の周知**に併せて、これらを周知することが望ましい。

⑤ 就業者への教育・研修等

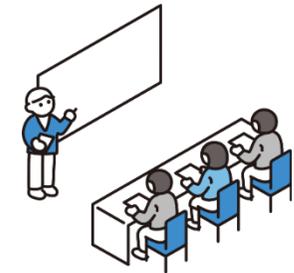
◎ 顧客等からの迷惑行為や悪質なクレーム等への具体的な対応について、就業者への教育や研修等を実施する。

(対応例)

➤ 就業者への**研修等の一例**として以下のようなものが考えられる。

(例1) ハラスメント発生後の対応	(例2) ハラスメント未然防止
悪質なクレーム（カスタマーハラスメント）とは （定義や該当行為例、正当なクレームとの相違）	カスタマーハラスメントを発生させないためには （顧客との良好な関係の築き方）
カスタマーハラスメントの判断例（判断基準やその事例）	接客対応（言葉遣い、傾聴力等）
パターン別の対応方法	利用者目線の顧客サービスについて
苦情対応の基本的な流れ	社内・外における好事例の紹介
顧客等への接し方のポイント （謝罪、話の聞き方、事実確認の注意点等）	<small>厚生労働省の資料を一部引用又は参照</small>
記録の作成方法	
各事例における顧客対応での注意点	
ケーススタディ	

厚生労働省の資料を一部引用又は参照



➤ 就業者以外にも、**経営層や相談対応者（上司、現場監督者）**への**教育・研修**を行う。

(対応のポイント)

- 顧客等からの迷惑行為や悪質なクレーム等への具体的な対応について、就業者への教育・研修等を行う必要がある。
- 研修は可能な限り**就業者全員が受講**できるようにし、**中途入社**の就業者がいることなどを考慮すると、**定期的に実施**することが望ましい。特に**経営層**に対しては、カスタマーハラスメントが**事業に与える影響**や**優先順位**を判断した上での対応が求められることについて、**外部講師**を招いた研修等を通じて**意識改革を図る**など、積極的な取組を促すことが有効である。

⑥ カスタマーハラスメントの再発防止に向けた取組

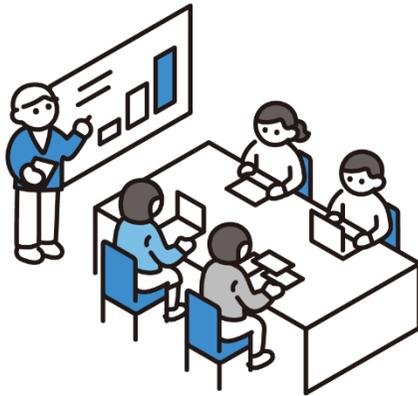
◎ カスタマーハラスメントの再発防止のため、定期的な取組の見直しや改善を行い、継続的に取組を行う。

(対応例)

- カスタマーハラスメントに該当する**事案が発生**した際に、就業者に対して**何らかのメッセージ・情報を発信**することで**情報を共有**する。
- **実際の事例**を活用し、**新たな防止策**の検討、経営者からの**トップメッセージ**、顧客等からの**クレーム対応マニュアル**、**研修の見直し・改善等**に役立てる。

(対応のポイント)

- カスタマーハラスメントの再発を防止するためには、定期的な取組の見直しや改善を行う必要がある。職場の**管理職**から現場の**就業者への注意喚起**、**接客対応に関する研修**、**eラーニング**を活用した周知のほか、プライバシーに配慮した上で**社内会議等**において**情報共有**することも有効である。



⑤その他カスタマーハラスメントを
防止するために必要な事項

見直し規定

- **都は、**カスタマーハラスメントの防止に関する取組の状況を勘案し、**必要があると認めるときは、この条例の規定について検討を加え、その結果に基づいて所要の措置を講ずる。**

R6.7.19 「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

【論点】 条例の見直しについて

- 都における条例の制定後、カスタマーハラスメント防止に向けて、**国による法制化や他自治体による条例化など、**カスタマーハラスメントを取り巻く**社会環境の変化**が見込まれる。
- その際、国の法制度等と比較して**条例の見直し**を図るなど、**弾力的な対応**が求められることが想定されるため、あらかじめ**条例の中に見直し規定を設ける**こととする。

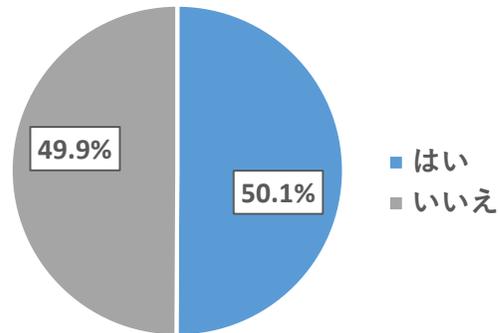
参考資料

(参考) 都職員に対するカスタマーハラスメント調査結果①

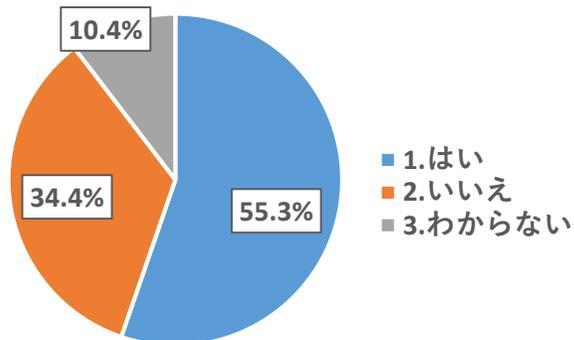
調査結果の概要

- 1 調査対象 知事部局等、公営企業、都立学校の職員（教員を含む）を対象に匿名での任意回答調査を実施
- 2 有効回答件数 9,385件
- 3 回答結果の概要

◆ 過去3年間でカスハラを受けたと回答した職員は**50.1%**



◆ 「同じ人物から繰り返しカスハラを受けた」は**55.3%**



◆ 受けた行為として多かったものは、**暴言、繰り返し、揚げ足取り・言いがかり** など

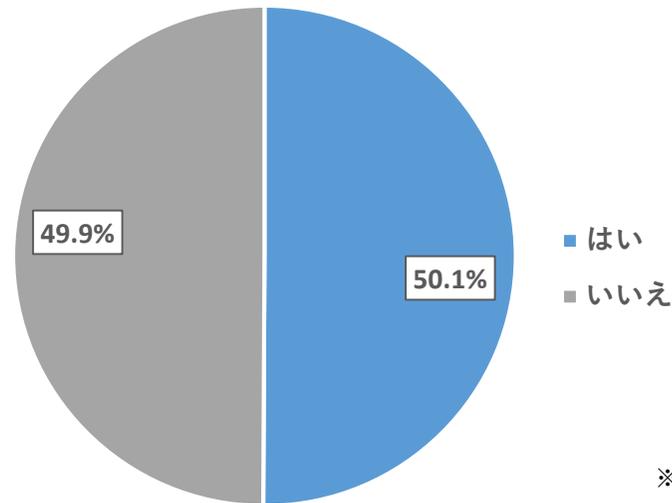
順位	行為の種類	回答率
1	暴言	70.1
2	繰り返し	62.7
3	揚げ足取り・言いがかり	62.5
4	拘束	45.9
5	精神的な攻撃	45.6
6	上司の要求	42.3

(参考) 都職員に対するカスタマーハラスメント調査結果②

① あなたはこれまでの過去3年間で、都職員として、カスタマーハラスメントを受けたことがありますか？

(単位%)

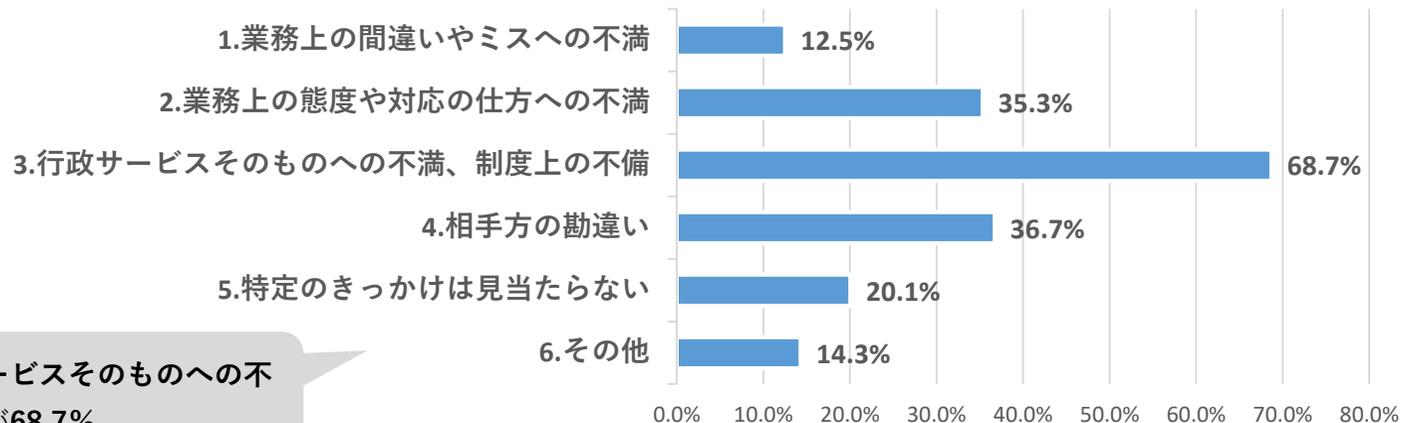
過去3年間でカスハラを受けたと回答した職員は50.1%



※調査対象 調査に回答したすべての回答者n=9,385

② (①で受けたことがあると回答した場合、) それは何がきっかけとなったと考えられますか？ (複数回答可)

(単位%)

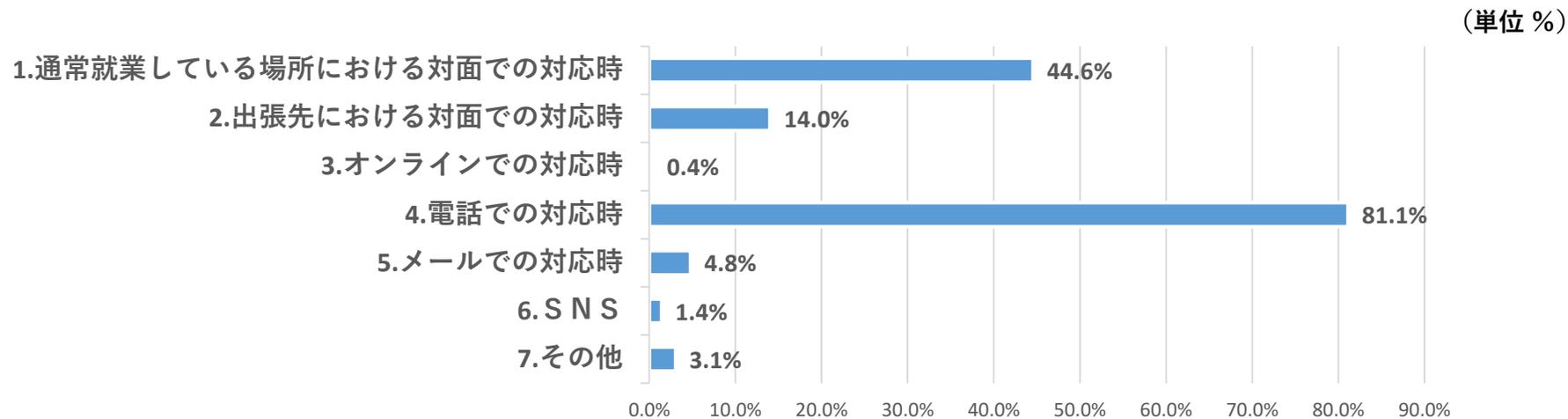


きっかけは「行政サービスそのものへの不満、制度上の不備」が68.7%

※調査対象 ①で受けたことがあると回答した者 n=4,700

(参考) 都職員に対するカスタマーハラスメント調査結果③

③ ((①で受けたことがあると回答した場合、) それはどこで受けましたか？ (複数回答可))



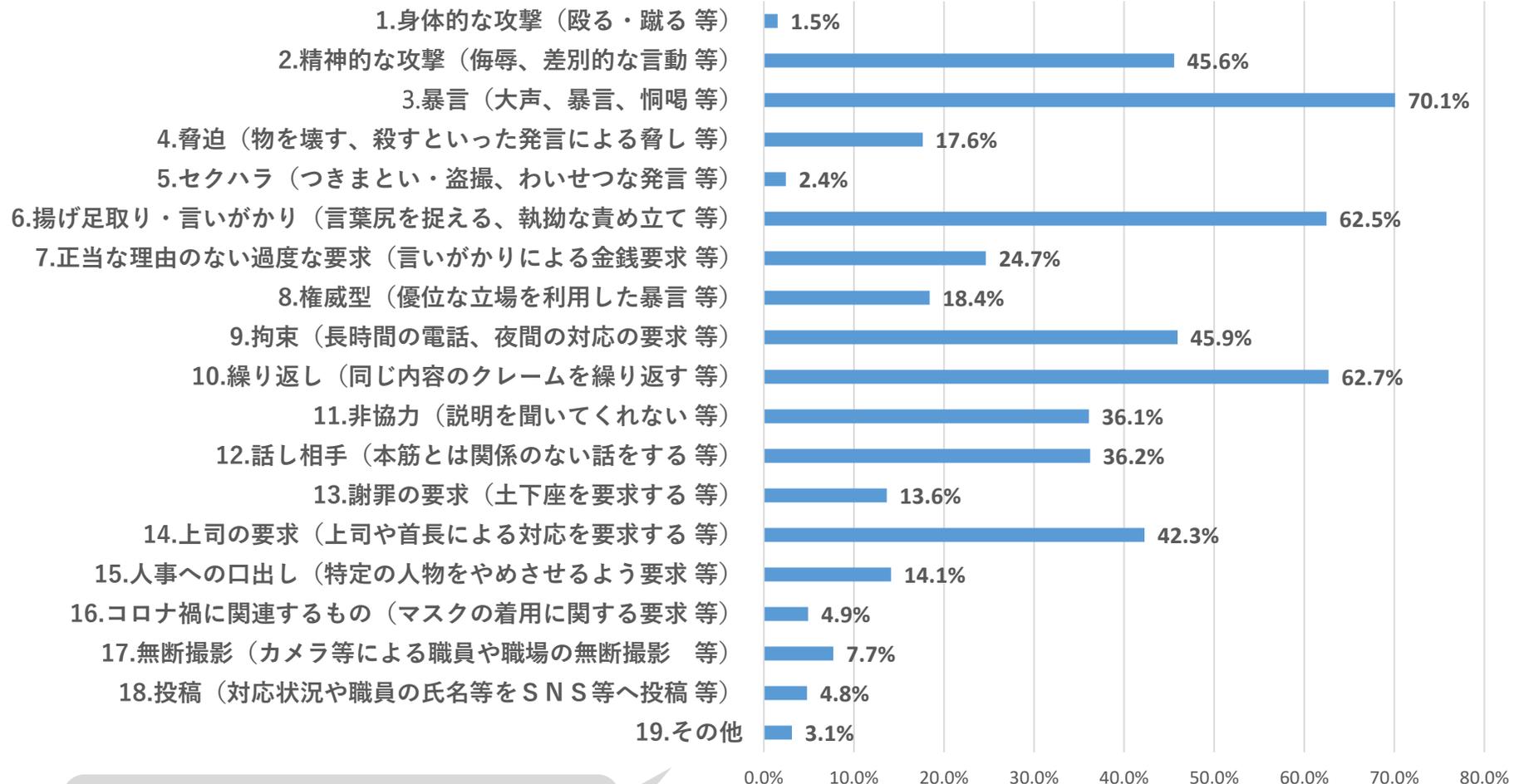
受けた場所は、「電話での対応時」が81.1%、
「就業場所での対面時」が44.6%

※調査対象 ①で受けたことがあると回答した者 n=4,700

(参考) 都職員に対するカスタマーハラスメント調査結果④

④ (①で受けたことがあると回答した場合、) それほどのような行為でしたか？ (複数回答可)

(単位 %)

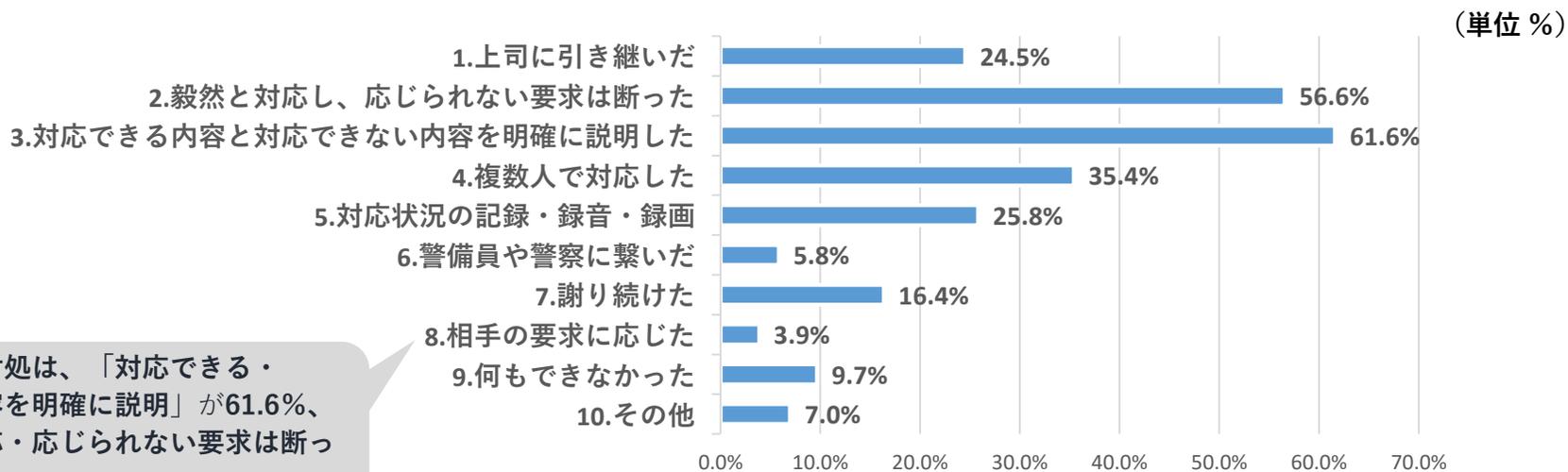


受けた行為として多かったものは、
暴言 (70.1%)、繰り返し (62.7%)、
揚げ足取り・言いがかり (62.5%) など

※調査対象 ①で受けたことがあると回答した者 n=4,700

(参考) 都職員に対するカスタマーハラスメント調査結果⑤

⑤ (①で受けたことがあると回答した場合、) その時どのような行動をとりましたか？ (複数回答可)



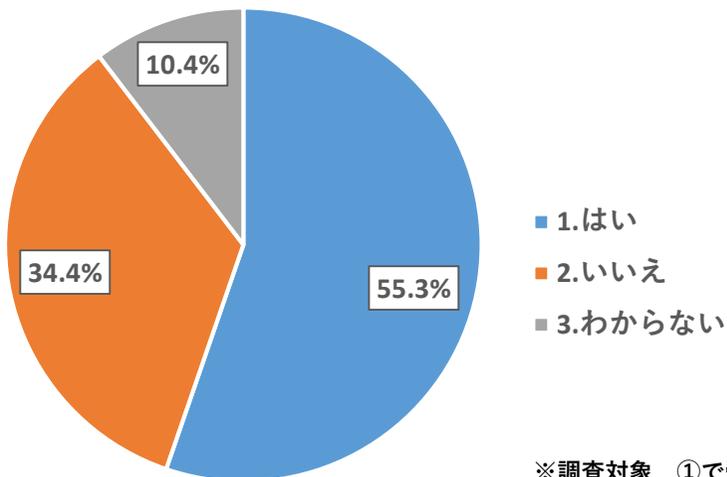
受けた際の対処は、「対応できる・できない内容を明確に説明」が61.6%、「毅然と対応・応じられない要求は断った」が56.6%

※調査対象 ①で受けたことがあると回答した者 n=4,700

⑥ (①で受けたことがあると回答した場合、) 同じ人物から繰り返しカスタマーハラスメント行為を受けたことはありますか？

(単位%)

「同じ人物から繰り返しカスハラを受けた」は55.3%



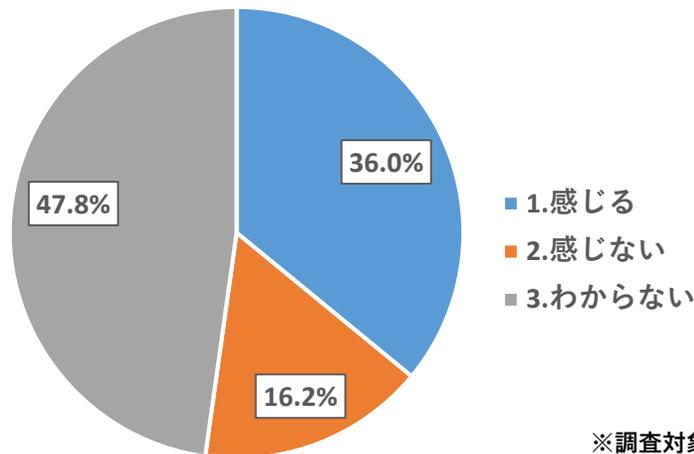
※調査対象 ①で受けたことがあると回答した者 n=4,700

(参考) 都職員に対するカスタマーハラスメント調査結果⑥

⑦ カスタマーハラスメントは、直近3年間で増えたと感じますか？（採用後3年を経過していない場合は採用以降）

(単位%)

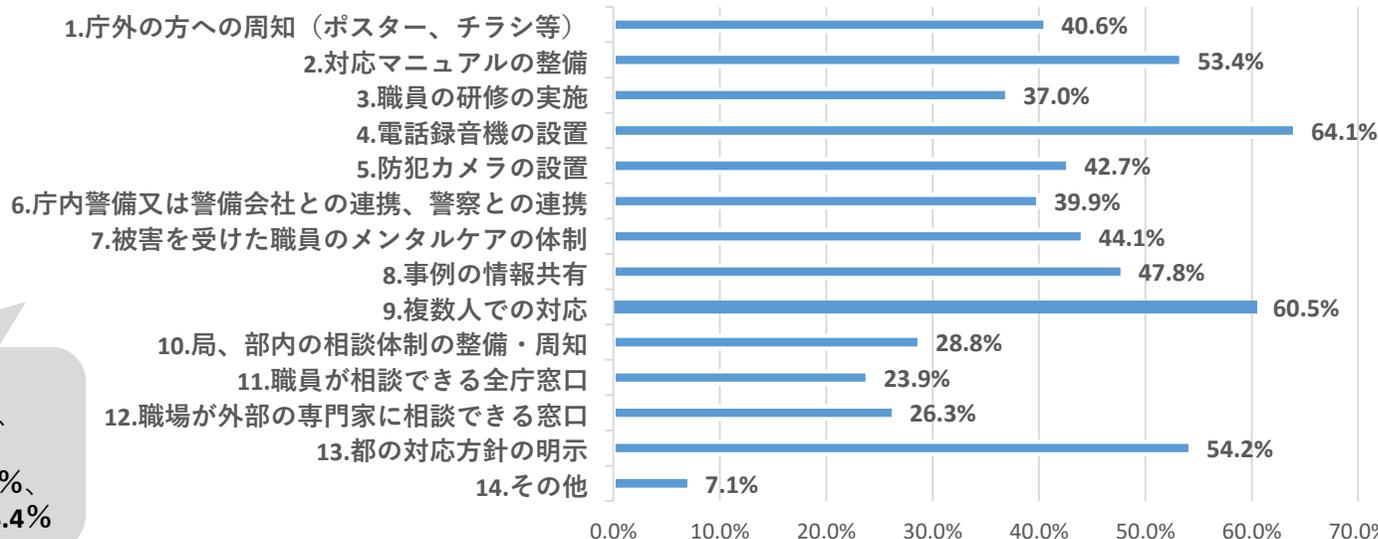
直近3年間でカスハラが増えたと感じた職員は36.0%



※調査対象 調査に回答したすべての回答者 n=9,385

⑧ カスタマーハラスメントに適切に対応していくために今後必要と考えるものを選択してください。（複数回答可）

(単位%)



今後必要と考える取組は
 「電話録音機の設置」が64.1%、
 「複数人での対応」が60.5%、
 「都の対応方針の明示」が54.2%、
 「対応マニュアルの整備」が53.4%

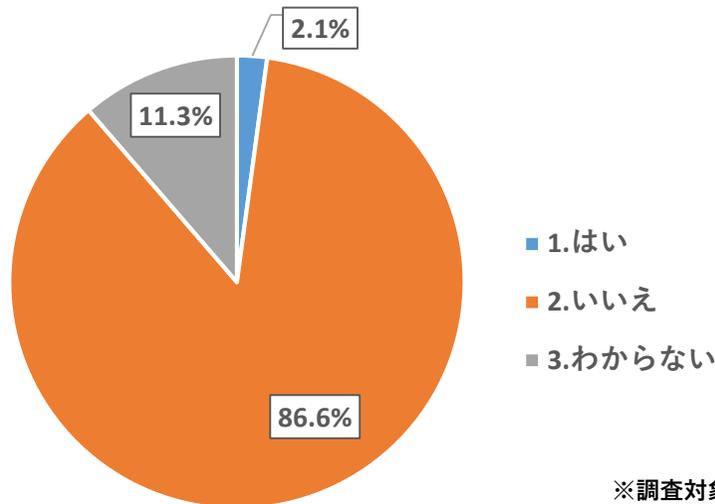
※調査対象 調査に回答したすべての回答者 n=9,385

(参考) 都職員に対するカスタマーハラスメント調査結果⑦

⑨ あなた自身が、東京都職員としてカスタマーハラスメントをしたかもしれないと思う経験はありますか？
例：業務においてやり取りのある受託者に対して、国や他自治体の職員に対して、など

(単位 %)

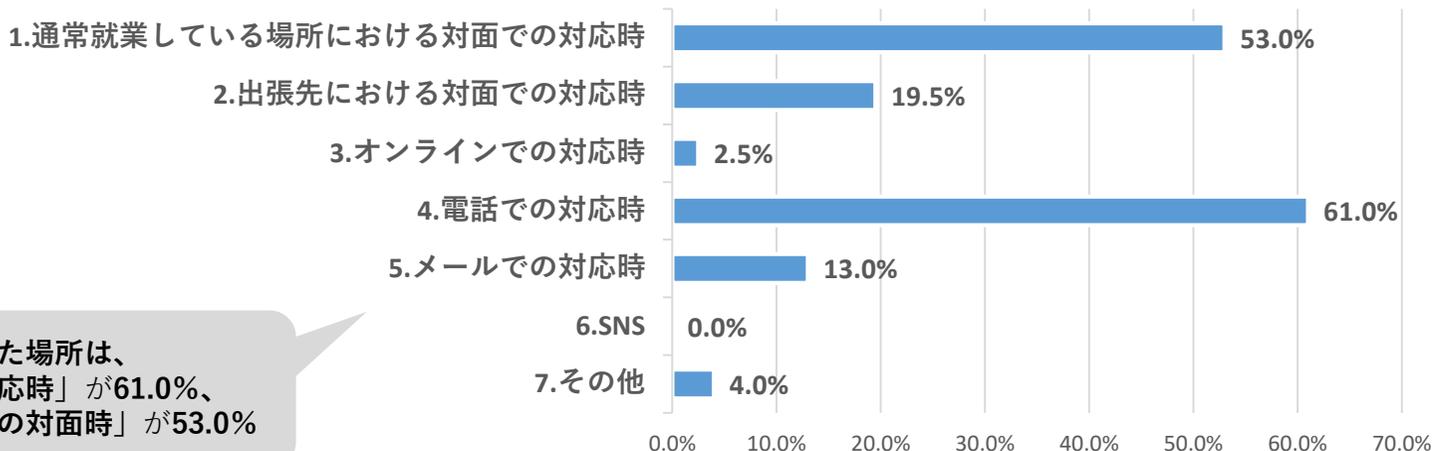
カスハラをしたかもしれない職員は、2.1%



※調査対象 調査に回答したすべての回答者 n=9,385

⑩ (⑨で経験があると回答した場合、) どういう場面で、カスタマーハラスメントを行ったと思いますか？ (複数回答可)

(単位 %)



カスハラをした場所は、「電話での対応時」が61.0%、「就業場所での対面時」が53.0%

※調査対象 ⑨で経験があると回答した者 n=200

(参考) カスタマーハラスメントで成立し得る犯罪行為

自治労「カスタマーハラスメント予防・対応マニュアル」における整理

R5.12.22 カスタマーハラスメント防止対策に関する検討部会（第2回）資料より

- ・ カスタマーハラスメントに関しては、以下のような**犯罪が成立する可能性がある**。なお、犯罪の成否は**行為態様にもよる**ので、一概に言えるわけではないことに注意が必要
- ・ 被害者が**カスハラ行為**により**物質的・精神的損害**を被った場合、**不法行為**に基づく**損害賠償請求も可能**

	犯罪に該当しうる行為等（例）	罪名	罰条（刑法）
1	物を壊す、殺すといった発言による脅し	脅迫罪	222条
2	（名誉毀損的言辞を伴う）大声での恫喝、罵声、暴言の繰り返し	名誉毀損罪	230条
3	（侮辱的な）大声での恫喝、罵声、暴言の繰り返し	侮辱罪	231条
4	（虚偽の風説の流布又は偽計を用いた）SNSの投稿で自治体の信用を毀損させる行為	信用毀損罪	233条
5	長時間の電話。度重なる電話。時間の拘束、業務に支障を及ぼす行為 頻繁に来庁し、その度にクレームを行う 複数部署にまたがる複数回のクレーム 大声、暴言で執拗にオペレーターを責める	偽計業務妨害罪	233条
6	庁舎内で大きな声をあげて秩序を乱す 大声での恫喝、罵声、暴言の繰り返し 脅迫的な言動、反社会的な言動。物を壊す、殺すといった発言による脅し	威力業務妨害罪	234条
7	言いがかりによる金銭要求（欺罔行為が伴うもの）	詐欺罪	246条
8	従業員へのわいせつ行為（暴行又は脅迫が伴うもの）	不同意わいせつ罪	176条
9	事務所（敷地内）への不法侵入 正当な理由のない業務スペースへの立ち入り	建造物侵入罪	130条
10	一定時間を超える長時間の拘束、居座り	不退去罪	130条

(参考) 侮辱罪の法定刑の引上げ

- **社会問題化するインターネット上の誹謗中傷**への対処として、令和4年6月13日に「刑法等の一部を改正する法律」（令和4年法律第67号）が成立し、**侮辱罪**（刑法第231条）の**法定刑**が「**拘留又は科料**」から「**1年以下の懲役若しくは禁錮若しくは30万円以下の罰金又は拘留若しくは科料**」に**引き上げ**られている。

侮辱罪の法定刑の引上げについて

令和4年6月
法務省

引上げの必要性

- ・ インターネット上の誹謗中傷が特に社会問題となっていることを契機として、誹謗中傷全般に対する非難が高まるとともに、こうした誹謗中傷を抑止すべきとの国民の意識が高まっている
- ・ 近時の誹謗中傷の実態への対処として、**侮辱罪の法定刑を引き上げ、厳正に対処すべきとの法的評価を示し、これを抑止するとともに、悪質な侮辱行為に対して厳正に対処することが必要**

参考

(名誉毀損罪)

第230条 公然と事実を摘示し、人の名誉を毀損した者は、その事実の有無にかかわらず、3年以下の懲役若しくは禁錮又は50万円以下の罰金に処する。

侮辱罪の法定刑の引上げ

改正前

(侮辱)

第231条 事実を摘示しなくても、公然と人を侮辱した者は、**拘留又は科料**に処する。
(30日未満)(1万円未満)

- 公訴時効期間は1年(刑事訴訟法第250条第2項第7号)

改正後(令和4年7月7日施行)

(侮辱)

第231条 事実を摘示しなくても、公然と人を侮辱した者は、**1年以下の懲役若しくは禁錮若しくは30万円以下の罰金又は拘留若しくは科料**に処する。

- 公訴時効期間は3年(刑事訴訟法第250条第2項第6号)
- ※施行3年後における施行状況の検証が附則に追加

※法務省HPより引用