

三重県カスタマーハラスメント防止対策検討懇話会 設置要綱

(目的)

第1条 三重県におけるカスタマーハラスメント防止対策について、専門的見地から検討を行うことを目的に、「三重県カスタマーハラスメント防止対策検討懇話会」（以下「懇話会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 懇話会は、次に掲げる事項に関する検討を行い、必要な助言を行う。

- (1) カスタマーハラスメント防止対策に関する事項
- (2) その他、懇話会に掲げる目的を達成するために必要な事項

(委員等)

第3条 懇話会は、雇用経済部長が選任する者（以下「委員」という。）をもって構成する。

2 雇用経済部長が必要と認める場合、委員及びオブザーバーの他に関係者の出席を求め、意見を聴くことができる。

3 雇用経済部長が必要と認める場合、懇話会の開催場所とは別の場所にいる委員、オブザーバー及び関係者に対し、情報通信機器等を活用して懇話会に出席させることができる。

(委員の任期)

第4条 委員の任期は、就任の日から1年とする。ただし、委員の再任は妨げない。

(座長)

第5条 懇話会には、座長を置き、委員の互選により選任する。

2 座長は、懇話会を代表し、会務を総理する。

3 座長に事故があるとき又は座長が欠けたときは、座長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

(招集)

第6条 懇話会は、雇用経済部長が招集する。

(報償費等)

第7条 県は、懇話会の委員に対し、報償費及び旅費を支給することができる。

2 県は、懇話会の委員以外の者が懇話会に出席した場合は、その者に対し、報酬及び旅費を支給することができる。

(事務局)

第8条 懇話会の事務局は、三重県雇用経済部に設置する。

(その他)

第9条 この要綱に定めるもののほか、懇話会に関し必要な事項は、別に定める。

附 則

この要綱は、令和6年7月23日から施行する。

三重県カスタマーハラスメント防止対策検討懇話会 委員名簿

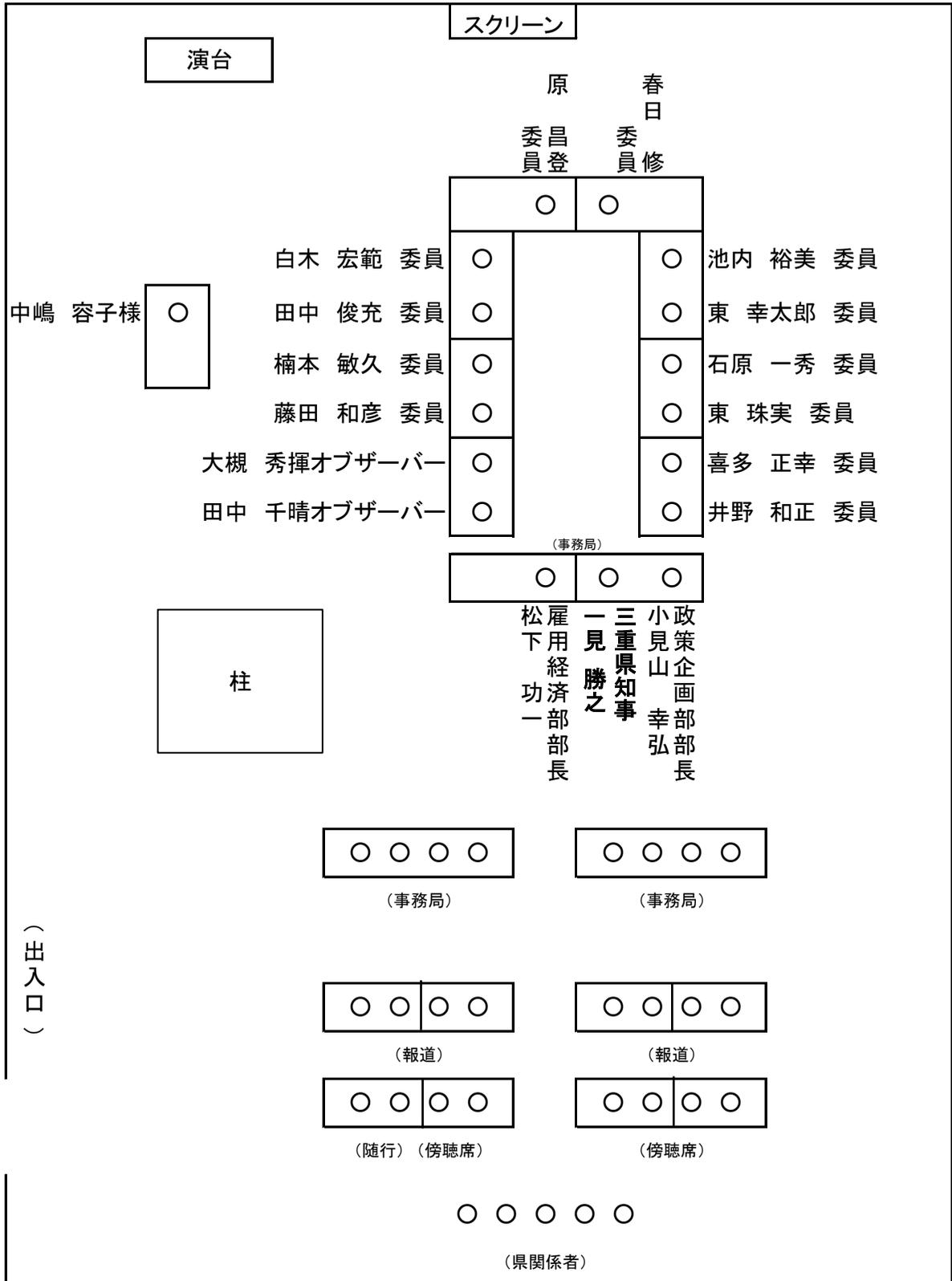
分野	名前	所属団体・役職等
学識者	いけうち ひろみ 池内 裕美	関西大学 社会学部 教授
	かすが おさむ 春日 修	愛知大学 法科大学院 教授
	はら まさと 原 昌登	成蹊大学 法学部 教授
弁護士	ひがし こうたろう 東 幸太郎	四日市中央法律事務所 弁護士
専門機関	いしはら かずひで 石原 一秀	公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP) 理事
経済団体	いの かずまさ 井野 和正	三重県商工会連合会 事務局長
	きた まさゆき 喜多 正幸	三重県商工会議所連合会 専務理事
	しらき ひろのり 白木 宏範	三重県中小企業団体中央会 事務局長
	たなか としみつ 田中 俊充	三重県経営者協会 専務理事兼事務局長
労働団体	くすもと としひさ 楠本 敏久	UAゼンセン三重県支部 支部長
	ふじた かずひこ 藤田 和彦	日本労働組合総連合会三重県連合会 事務局長
消費者	あずま たまみ 東 珠実	三重県消費生活対策審議会 会長
オブザーバー	おおつき ひでき 大槻 秀揮	一般社団法人中部経済連合会 審議役 事務局次長
	たなか ちはる 田中 千晴	三重労働局 雇用環境・均等室 室長

(敬称略) (分野ごとに五十音順)

第1回三重県カスタマーハラスメント防止対策検討懇話会 座席表

令和6年8月19日(月)

三重県勤労福祉会館5階 第2教室



第1回カスタマーハラスメント防止対策 検討懇話会 会議資料

令和6年8月19日
三重県

目次

(1) カスタマーハラスメントの現状と課題について	
三重県カスタマーハラスメント実態等調査	・・・ 2
国の取組状況	・・・ 4
東京都の取組状況	・・・ 8
(2) カスタマーハラスメント防止対策の検討における論点について	
カスタマーハラスメントの定義について	・・・ 11
カスタマーハラスメントの対象とすべき範囲について	・・・ 12
条例や実効性のある防止対策の取組について	・・・ 13
条例を制定する場合の方向性について	・・・ 14
(3) 今後の進め方について	・・・ 15

(1) ① 三重県カスタマーハラスメント実態等調査 概要版 (カスハラ発生の実態)



企業 **852**社

【調査期間】5/31-6/30

【調査対象】県内2,000社 (郵送)



労働者 **3,779**名

【調査期間】5/29-7/12

【調査方法】連合三重構成組織を通じた調査

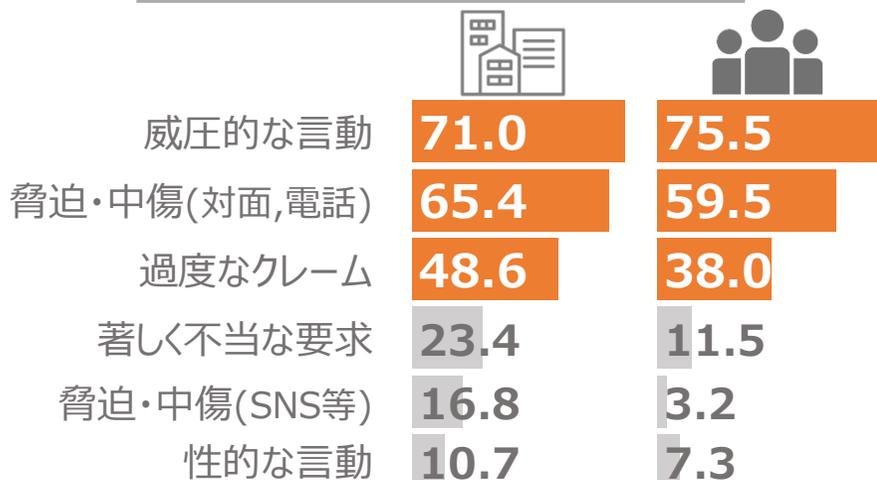
過去3年間のカスハラ発生状況



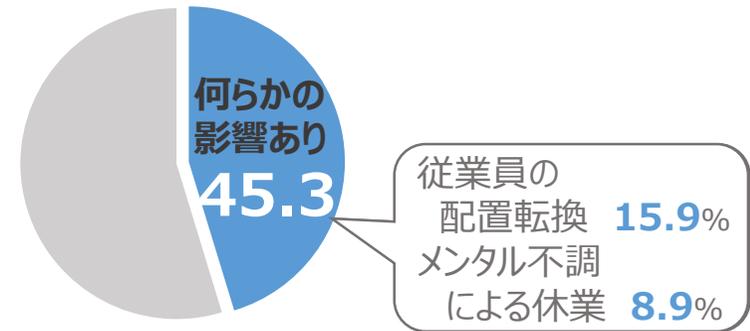
業種別のカスハラ発生状況



発生したカスハラ行為



カスハラによる従業員への影響



(1) ① 三重県カスタマーハラスメント実態等調査 概要版 (カスハラ防止対策の状況等)

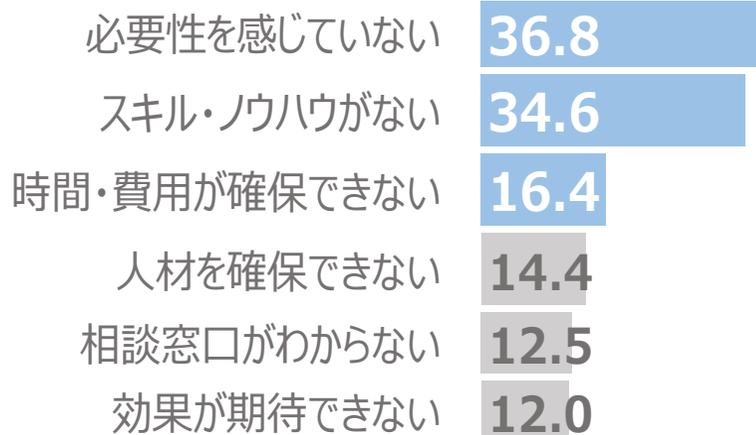
カスハラ防止対策の実施状況



従業員規模別の対策実施状況



防止対策未実施の理由



行政に求める役割



(1) ② 国の取組状況

法律上の位置づけ

カスタマーハラスメントについては、**法律上の規定なし**

【参考：各種ハラスメントの対応】

	事業主の防止措置義務根拠規定	法制化した年
セクシュアルハラスメント	男女雇用機会均等法第11条	2006(H18)年
妊娠・出産等ハラスメント 育児休業等ハラスメント	男女雇用機会均等法第11条の3 育児・介護休業法第25条	2016(H28)年 同上
パワーハラスメント	労働施策総合推進法第30条の2	2019(R1)年

指針での位置づけ

「事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」（令和2年厚生労働省告示第5号）（抄）

7 事業主が他の事業主の雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為に関し行うことが望ましい取組の内容（抜粋）

事業主は、取引先等の他の事業主が雇用する労働者又は他の事業主（その者が法人である場合にあっては、その役員）からのパワーハラスメントや**顧客等からの著しい迷惑行為（暴行、脅迫、ひどい暴言、著しく不当な要求等）により、その雇用する労働者が就業環境を害されることのないよう**、雇用管理上の配慮として、例えば、(1)相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備及び(2)被害者への配慮のための取組を行うことが望ましい。

(1) ② 国の取組状況

普及啓発の取組

- >「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」「リーフレット」「ポスター」
(2022(R4)年2月)
- >「カスタマーハラスメント対策研修動画」 (2024(R6)年2月)
- >「ハラスメント悩み相談室」



対策の動向等

○雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会

【2024(R6)年8月8日公表「報告書」から抜粋】

5 (2) カスタマーハラスメント ②対策強化の方向性 (労働者保護の観点からの法制化)

上司や同僚からのハラスメントと、顧客や取引先からのハラスメントでは、その性格や対応も異なるが、**労働者の就業環境を害するもの**であり、企業の負う安全配慮義務等の観点からも、何らかの対策、配慮が必要という点では共通することから、**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。

○経済財政運営と改革の基本方針2024

6.(2) 安全・安心で心豊かな国民生活の実現

カスタマーハラスメントを含む職場におけるハラスメントについて、**法的措置も視野に入れ、対策を強化**する。

○R6.8.8公表 厚生労働省「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」から抜粋

5 今後の対策の方向性

(1) 総論

職場における状況や社会全体の認識の高まり等を踏まえ、4種類のアラスメント（*1）については事業主の雇用管理上の措置義務が法律上定められているが、この4種類に限らずアラスメントについては、

- ・ **悪質な行為は刑法に規定する犯罪に該当し、刑事責任が課され得る、**
 - ・ 民法の不法行為や債務不履行を根拠に損害賠償請求がなされることもあり得る、とされている。
- こうした法律関係を念頭に、国はアラスメント対策に総合的に取り組む必要がある。

(2) カスタマーアラスメント ④総合的な対策の必要性

カスタマーアラスメントは、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得るものもある**（*2）。

こうした行為については、対策企業マニュアルにおいて、「犯罪に該当し得るもの」であるということや、対応例として「直ちに警察に通報する」ということも示されている。

*1 4種類のアラスメント：

セクシュアルアラスメント、妊娠・出産アラスメント、育休アラスメント、パワーアラスメント

*2 カスハラ行為として刑法に規定する犯罪に該当し得る行為：

傷害罪（204条）、暴行罪（208条）、脅迫罪（222条1項）、強要罪（223条1項）、名誉毀損罪（230条1項）、侮辱罪（231条）、威力業務妨害罪（234条）など

(1) ② 国の取組状況

○R6.8.8公表 厚生労働省「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」から抜粋

対策強化の方向性	上司や同僚からのハラスメントと、顧客や取引先からのハラスメントでは、その性格や対応も異なるが、 <u>労働者の就業環境を害するものであり、企業の負う安全配慮義務等の観点からも、何らかの対策、配慮が必要という点では共通することから、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。</u>
カスハラ定義	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。 なお、顧客等からのクレームの全てがカスタマーハラスメントに該当するわけではなく、客観的にみて、 <u>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」</u> 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。 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 <u>社会通念上相当な範囲を超えた言動</u> であること Ⅲ <u>労働者の就業環境が害されること</u>
事業主の責務規定	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。(再掲)
顧客等の責務規定	(顧客等の責務に関しては議論されていない)
罰則規定	(罰則規定に関しては議論されていない)

取組の経過

公労使会議 2023(R5)年10月20日

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

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内容について

公労使会議 2024(R6)年5月22日

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について

主な意見（要点）

- ▶ 罰則のない理念条例を歓迎。示された方向性に異論ない
- ▶ 社会のムーブメントにつながる啓発を期待。人々の行動変容への施策を都に推進してほしい
- ▶ 事業者の独力では解決が難しいケースもある。都として十分な相談体制を講じてほしい
- ▶ 事例提示は「ここまでなら許される」と誤解も懸念。行為を誘発しないよう留意してほしい
- ▶ 国の動向に左右されず、条例やガイドラインの策定を加速してほしい
- ▶ 中小企業は大手に比べて経営資源が不足。特に小規模事業者へのサポートを充実してほしい

(1) ③ 東京都の取組状況

○R6.7.19公表「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」から抜粋

基本理念	<ul style="list-style-type: none">・カスタマーハラスメントは、就業者の人格又は尊厳を侵害し、就業者の就業環境を害するとともに、事業者の事業の継続に影響を及ぼすものであり、社会全体でカスタマーハラスメントの防止を図る必要がある。・カスタマーハラスメントの防止に当たっては、顧客等と就業者とが対等の立場に立って、相互に尊重する。
カスハラ用語	<ul style="list-style-type: none">○カスタマーハラスメント 顧客等から就業者に対する、<u>著しい迷惑行為であり、就業環境を害するもの</u>○著しい迷惑行為 暴行、脅迫その他の<u>違法な行為</u>又は正当な理由がない<u>過度な要求</u>、暴言など<u>不当な行為</u> (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
事業主の責務規定	<ul style="list-style-type: none">・事業者は、カスタマーハラスメントの防止に<u>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。</u>・事業者は、カスタマーハラスメントを受けた<u>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。</u>
顧客等の責務規定	<ul style="list-style-type: none">・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、<u>就業者に対する言動に必要な注意を払うよう努める。</u>
罰則規定	<ul style="list-style-type: none">・<u>条例に罰則は設けず、指針（ガイドライン）により実効性を高める。</u>

(1) ③ 東京都の取組状況

○R6.7.19公表「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」から抜粋

3つの柱	<ul style="list-style-type: none">①「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」として、カスタマーハラスメントの禁止を規定②カスタマーハラスメント防止の基本理念を定め、都、顧客等、就業者、事業者の責務を規定③カスタマーハラスメント防止の指針を定め、都による施策の推進、事業者による措置等を規定
目的	<ul style="list-style-type: none">・カスタマーハラスメントの防止に関し基本理念を定め、東京都、顧客等、就業者及び事業者の責務を明らかにするとともに、施策の基本的な事項を定める。・顧客等の豊かな消費生活、就業者の安全及び健康の確保、事業者の安定した事業活動を実現し、公正で持続可能な社会の形成を促進する。
都の責務規定	<ul style="list-style-type: none">・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。
カスハラ防止	<ul style="list-style-type: none">・都は、カスタマーハラスメントの防止に関する指針（ガイドライン）を定める。・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。・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。
見直し規定	<ul style="list-style-type: none">・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。

(2) カスタマーハラスメント防止対策の検討における論点について

論点1

カスタマーハラスメントの定義について

- カスタマーハラスメントをどのようなものと定義することが適切か
- 業種や業務に応じたハラスメントの考え方、消費者の権利保護の観点からどう考えるか

	厚生労働省「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」抜粋 (R6.8.8公表)	「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」から抜粋 (R6.7.19公表)
定義	<p>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。</p> <p>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</p> <p>Ⅱ <u>社会通念上相当な範囲を超えた言動</u>であること</p> <p>Ⅲ <u>労働者の就業環境が害されること</u></p>	<p>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</p> <p>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</p> <p>(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</p> <p>(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</p>

※留意すべき点

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から抜粋	<p>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・業態でみ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、<u>具体的な事例を収集し、分析することも必要である。</u></p> <p><u>顧客等からのクレームの全てがカスタマーハラスメントに該当するわけではなく、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。</u></p>
消費者基本法 第5条第1項第4号	<p>(事業者の責務等)</p> <p><u>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。</u></p>

(2) カスタマーハラスメント防止対策の検討における論点について

論点2

カスタマーハラスメントの対象とすべき範囲について

- 「顧客」と「従業員」との間に発生するカスタマーハラスメント以外にどのようなものが考えられるか
- 一般的な「労働者」以外の就業環境保護についてどうか考えるか

	厚生労働省「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」抜粋 (R6.8.8公表)	「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」から抜粋 (R6.7.19公表)
行為者	<p>顧客、取引先、施設利用者その他の利害関係者</p> <p>顧客：今後利用する可能性がある潜在的な顧客も含む 施設利用者：駅、空港、病院、学校、福祉施設、公共施設等を利用する者 利害関係者：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</p>	<p>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</p> <p>※都民か否かを問わず、カスタマーハラスメントの行為者となる可能性がある、全ての個人を含む表現を定義 (取引先、公的サービスの利用者、団体活動の会員、住民、議員、イベント参加者などを含む)</p>
労働者	<p>【参考：パワハラ防止指針(*)における定義】 いわゆる正規雇用労働者のみならず、パートタイム労働者、契約社員等いわゆる非正規雇用労働者を含む事業主が雇用する労働者の全てをいう。</p>	<p>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)</p> <p>※都内で仕事をする全ての個人であり、都民か否か、従事する期間、就業の形態を問わない。都外であっても、事業者の行う事業に関連する業務に従事している場合は含む。(ボランティアやフリーランスの形態、芸能・芸術分野、地域の委員・議員などを含む)</p>

* 事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針 (令和2年厚生労働省告示第5号)

(2) カスタマーハラスメント防止対策の検討における論点について

論点3

条例や実効性のある防止対策の取組について

- 国における法制化の動き等もふまえ、三重県として取り組むべき対策として条例は有効か
- カスタマーハラスメントの発生を防止するための実効性ある取組としてどのようなものが考えられるか

	厚生労働省「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」抜粋 (R6.8.8公表)	「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」から抜粋 (R6.7.19公表)
防止対策	労働者保護の観点から <u>事業主の雇用管理上の措置義務とすることが適当</u> である。(労働者保護の観点からの法制化)	<ul style="list-style-type: none"> ・(条例の目的) カスタマーハラスメントの防止に関し<u>基本理念を定め</u>、東京都、顧客等、就業者及び事業者の<u>責務を明らかにする</u>とともに施策の基本的な事項を定める。 ・<u>カスタマーハラスメントの防止に関する指針 (ガイドライン) を定める</u>。 ・「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。

※既に講じられている主な防止対策

厚生労働省	<ul style="list-style-type: none"> ・カスタマーハラスメント対策企業マニュアル、リーフレット、ポスターの作成 (R4.2月) ・カスタマーハラスメント対策研修動画の公開 (R6.2月) ・「ハラスメント悩み相談室」の開設
東京都 (令和6年度予算案)	<ul style="list-style-type: none"> ・カスタマーハラスメント専用WEBサイト「TOKYOノーカスハラ支援ナビ」(情報提供、啓発) ・カスタマーハラスメント防止対策月間の設定・実施 (集中的な啓発) ・企業、カスタマー向け普及啓発 (ポスター作成、各種広報の展開) ・経営支援事業 (特別相談窓口、専門家派遣、セミナー) 等
三重県	<ul style="list-style-type: none"> ・県職員の名札におけるフルネーム表記の廃止 ・県ホームページにおいて厚生労働省マニュアル、相談窓口等の紹介 (情報提供、啓発)

(2) カスタマーハラスメント防止対策の検討における論点について

論点4

カスタマーハラスメント防止対策条例を制定する場合の方向性について

- 罰則あり条例（行政刑罰又は秩序罰）、罰則なし条例の効果と課題をどう考えるか
- 条例を制定するにあたって配慮すべき点についてどう考えるか

	罰則あり条例		罰則なし条例 (理念条例)
	行政刑罰	秩序罰	
罰則内容	2年以下の懲役・禁錮、 100万円以下の罰金、 拘留、科料、没収 (地方自治法第14条第3項)	5万円以下の過料 (地方自治法第14条第3項)	—
性格	刑罰 (刑事法規適用)	行政上の秩序罰 (刑事法規非適用)	—
手続主体	裁判所	地方公共団体の長 (地方自治法第255条の3ほか)	—
他事例	—	—	「東京都カスタマーハラスメント防止 条例（仮称）」

(3) 今後の進め方について

