

埼玉県カスタマーハラスメント防止対策に関する 専門委員会(第3回)

令和7年3月7日(金)

埼玉県産業労働部

カスタマーハラスメント防止対策の基本的な考え方(たたき台)

I 総論

- 1 検討の背景
- 2 条例制定の必要性

II 条例検討の方向性

- 1 条例検討に当たっての基本的な方針

III 条例骨子

【骨格】

- 1 目的
- 2 定義
- 3 基本理念
- 4 各主体の責務
- 5 県の基本的な施策
- 6 その他

IV 指針

- 1 指針のイメージ

※たたき台
御意見をいただいてより良い案を
作成するために仮に作る案、アイデア。
修正・変更が前提。

I 総論

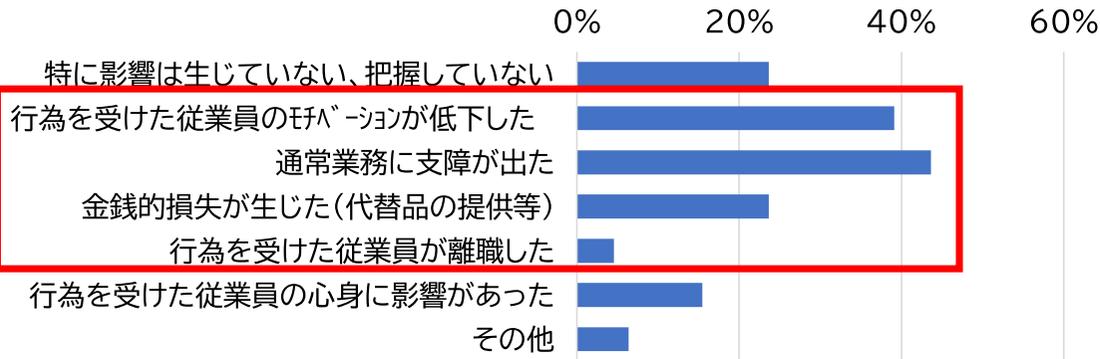
1 検討の背景

- カスタマーハラスメントは、働く人の人格及び尊厳を侵害し、業務の遂行に支障を生じさせるものである。
- カスタマーハラスメントを受けた労働者は、「仕事に対するモチベーションが低下した」など、悪影響を被っており、心身に支障を及ぼし、退職に至ることもある。
- 埼玉県四半期経営動向調査(令和6年10～12月期)では、企業への影響として「通常業務に支障が出た」「金銭的損失が発生した」との回答が上位となっている。
- また、「会社全体で対策を講じている」と回答した企業は約9%にとどまっており、対策を講じていない理由として、必要性を感じていない企業を除くと「カスタマーハラスメントに該当するかどうかの判断が難しい」「対策を講じるためのノウハウがない」との回答が上位となっている。
- このような状況を踏まえ、本県のカスタマーハラスメント防止対策について検討する。

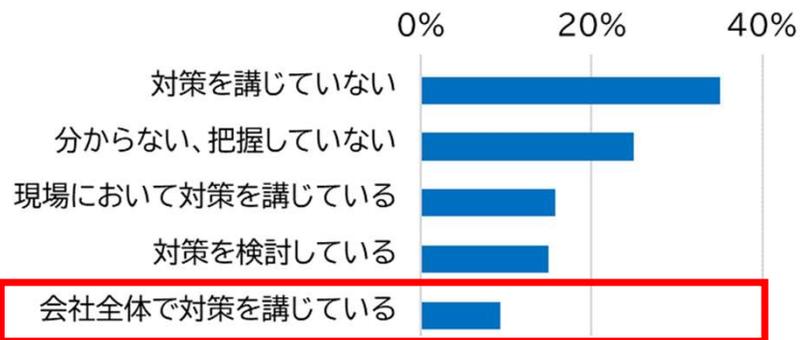
I 総論

1 検討の背景

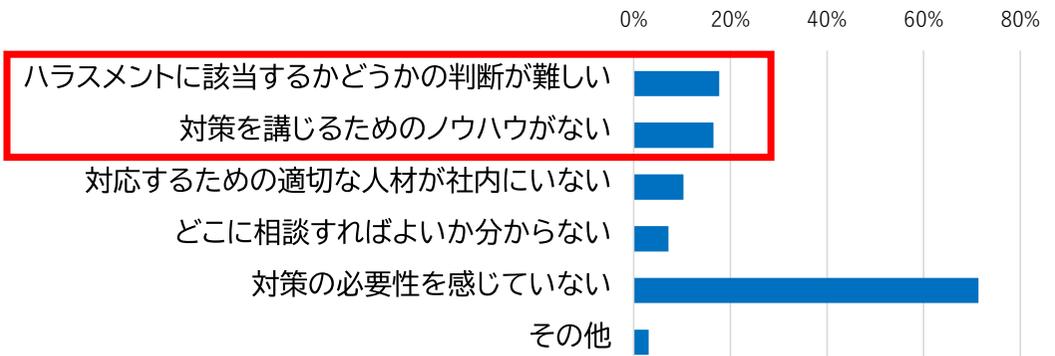
カスタマーハラスメント行為による企業への影響



カスタマーハラスメント対策の実施状況



現状、対策を講じていない理由



出典：埼玉県四半期経営動向調査（令和6年10～12月期）

I 総論

2 条例制定の必要性

- カスタマーハラスメントは、労働者の人格及び尊厳を侵害し、業務の遂行に支障を生じさせ、労働者の心身に重大な影響を及ぼすとともに、事業者の事業活動の継続や他の顧客等の消費生活環境に影響を及ぼすものであり、社会全体で防止する必要がある。
- そのためには、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を、明確に示す必要があり、条例の制定は有効である。
- また、消費者、事業者、労働者を包含した施策を行うことは、労働法では困難である。より地域を見据えた政策を打ち出すためにも、条例の制定は有効である。

Ⅱ 条例検討の方向性

1 条例検討に当たっての基本的な方針

- カスタマーハラスメントの禁止を明確に規定し、強いメッセージを発する。
- 社会全体で防止することを規定する。
- カスタマーハラスメントを禁止するということは、カスタマーハラスメントではない正当な要求・クレームに真摯に向き合うことであり、顧客等の権利を大切にすることでもあるということを明確に規定する。
- 99.8%が中小企業である本県の実情に即した条例とする。
- 改正が見込まれる労働施策総合推進法と条例とが車の両輪となって対策を進めるものとする。
- なお、罰則や行政処分(命令、勧告、公表等)については、その是非を十分に検討する。

Ⅲ 条例骨子

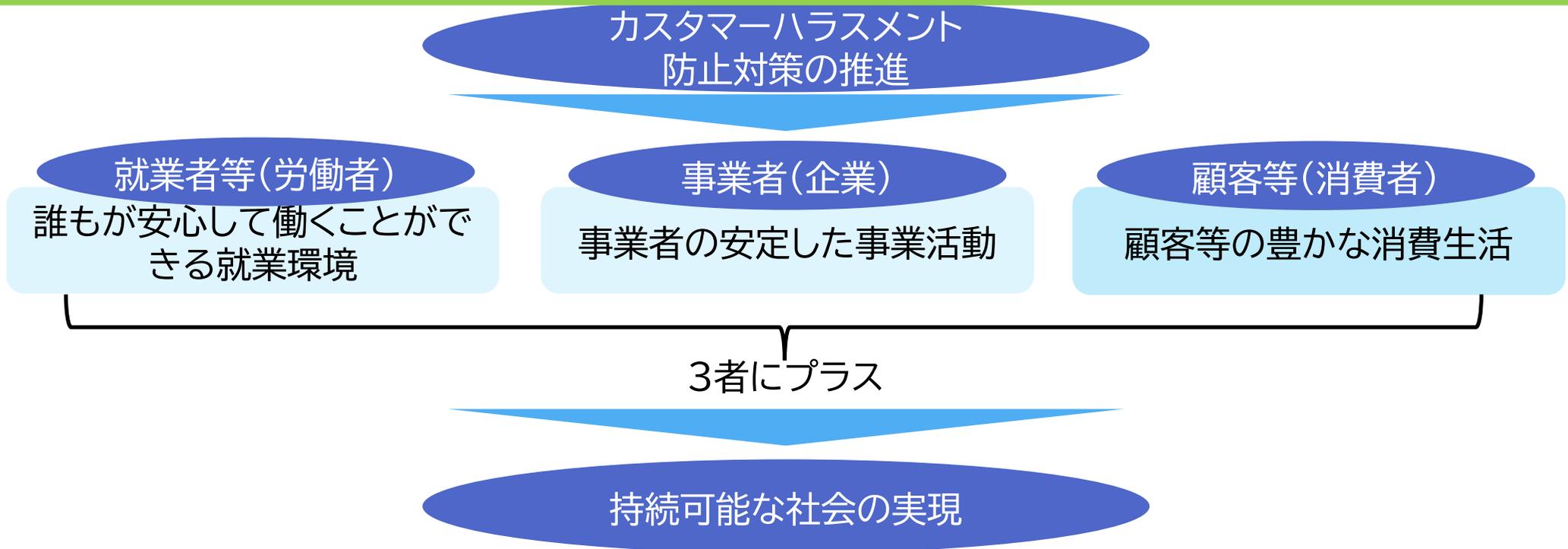
骨 格

- 1 目的 条例制定の目的及びその目的を実現するための概要について規定
- 2 定義 各主体の定義及び望ましくない行為について規定
- 3 基本理念 条例に基づく施策等を行うに当たり、重要となる考え方について規定
- 4 各主体の責務 各主体が行うべき望ましい行為について規定
- 5 県の基本的な施策 条例の目的を達成するために県が実施すべき基本的な施策について規定
- 6 その他 上記に依らない項目について規定

Ⅲ 条例骨子

1 目的

カスタマーハラスメントの防止に関し、基本理念を定め、県、顧客等、事業者及び就業者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による被害の防止、回復等に関する施策(以下「カスタマーハラスメント防止対策」という。)の基本的な事項を定めることにより、誰もが安心して働くことができる就業環境の整備、事業者の安定した事業活動及び顧客等の豊かな消費生活を促進し、もって持続可能な社会の実現に寄与する。



Ⅲ 条例骨子

2 定義

(1)顧客等 *※カスタマーハラスメントの加害者*

就業者等から物品若しくは役務の提供(公共サービスを含む。)を受ける者(受ける可能性のある者を含む。)、又は就業者等の業務に係る者

※取引先、施設利用者、その他の利害関係者を含むものとし、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すべての者。対面のみならず、電話、インターネットでの対応も含む

(2)事業者

顧客等に物品若しくは役務を提供する事業(非営利を含む。)を行う法人その他の団体(国や地方公共団体の機関を含む。)、又は事業を行う場合における個人

※官民や規模を問わず、県内で事業を行う、個人、法人・団体

(3)事業者団体

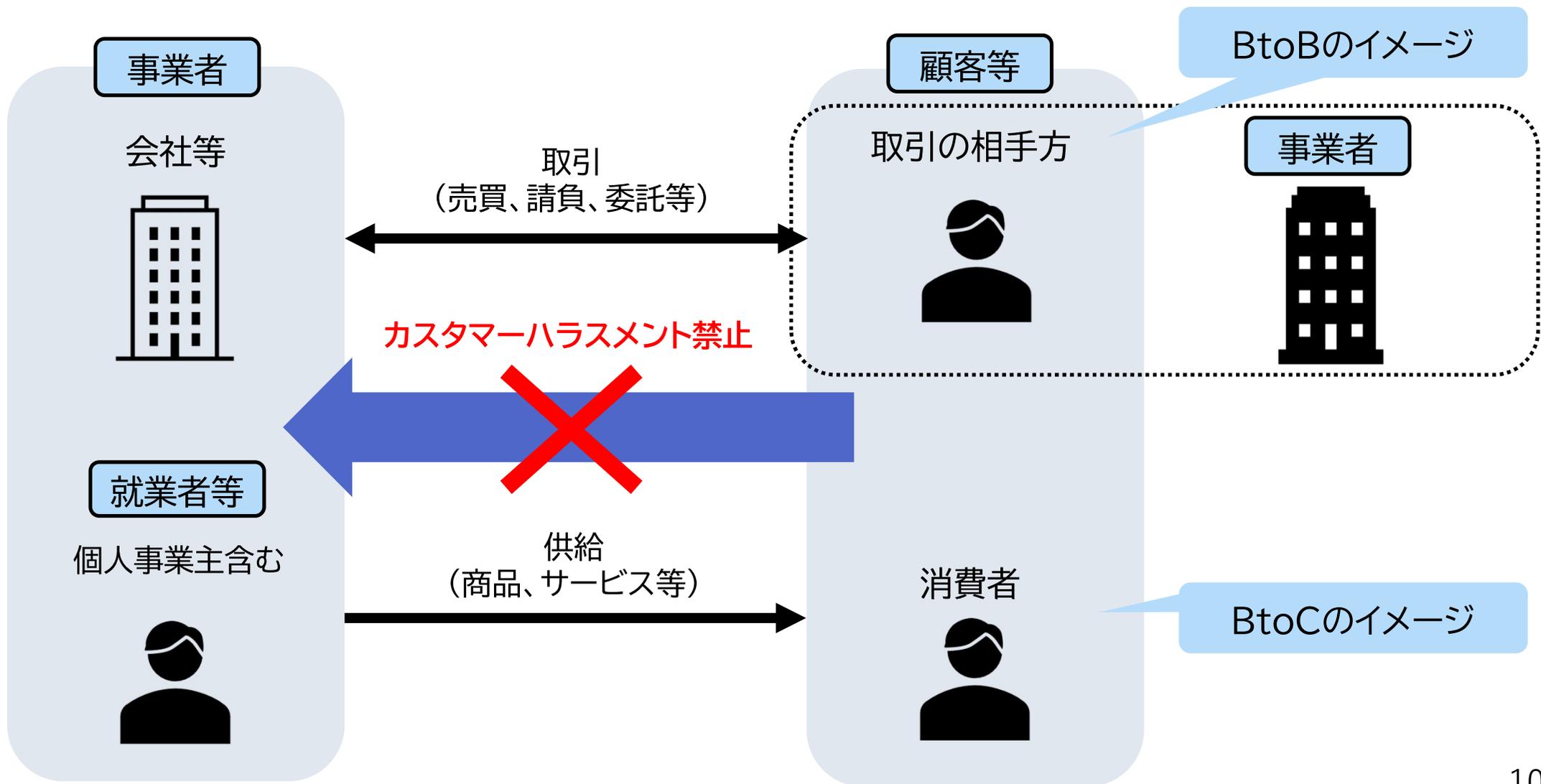
事業者として共通の利益を増進することを主たる目的とする事業者の結合体又はその連合体

(4)就業者等 *※カスタマーハラスメントの被害者*

事業者の役員若しくは使用人その他の就業者又は事業者(個人に限る)

(5)カスタマーハラスメント

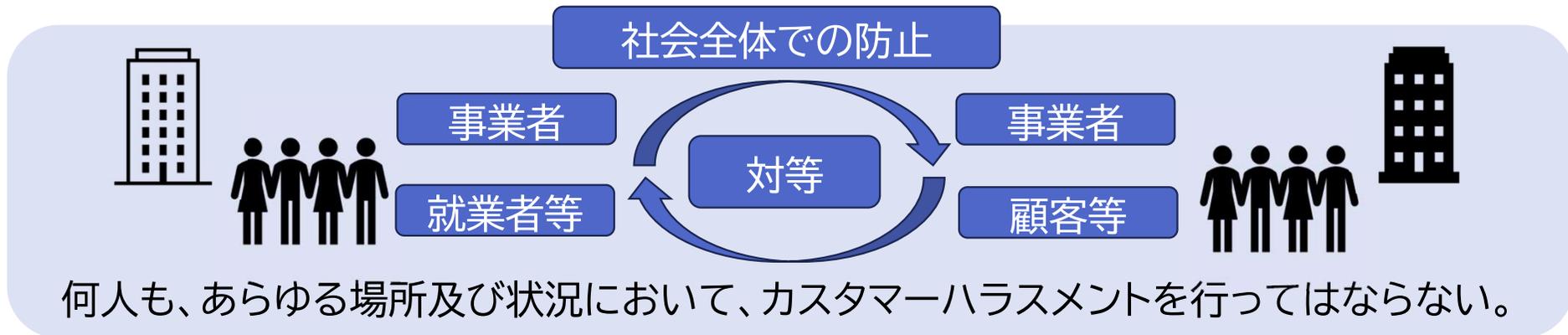
就業者等に対する顧客等からの言動のうち、社会通念上相当な範囲を超えた言動であって、就業者等の就業環境が害されるもの *※改正法案と同様の定義とする*



Ⅲ 条例骨子

3 基本理念

- (1) カスタマーハラスメントは、就業者等の人格及び尊厳を侵害し、業務の遂行に支障を生じさせ、就業者等の心身に重大な影響を及ぼすとともに、事業者の事業活動の継続や他の顧客等の消費生活環境にも影響を及ぼすものであるとの認識の下、社会全体でその防止を図らなければならない。
- (2) 何人も、カスタマーハラスメントを行ってはならない。
- (3) カスタマーハラスメント防止対策を推進するにあたっては、顧客等と就業者等とが対等な立場において相互に尊重することを旨としなければならない。
- (4) この条例の適用に当たっては、顧客等の苦情の申出等を行う機会を確保することが当該顧客等の利益を擁護するものであるとともに事業者の事業活動の発展に資することを踏まえ、顧客等からの要望の申出や権利行使等が不当に妨げられることのないように配慮しなければならない。



Ⅲ 条例骨子

4 各主体の責務

(1) 県の責務

基本理念にのっとり、カスタマーハラスメント防止対策を総合的に実施する。

(2) 顧客等の責務

- ① 基本理念にのっとり、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を深めるとともに、就業者等に対する言動に必要な注意を払うよう努める。
- ② 県が実施するカスタマーハラスメント防止対策に協力するよう努める。
- ③ 事業者間取引時等において顧客等として業務に従事する際、その言動に注意を払うよう努める。

(3) 事業者の責務

- ① 基本理念にのっとり、カスタマーハラスメント防止対策に主体的に取り組むとともに、県が実施するカスタマーハラスメント防止対策に協力するよう努める。
- ② その事業に関して就業者等がカスタマーハラスメントを受けた場合には、速やかに就業者等の安全を確保するとともに、当該行為を行った顧客等に対して、その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。
- ③ その事業に関して就業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、必要な措置を講ずるよう努める。
- ④ 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よう努める。

Ⅲ 条例骨子

4 各主体の責務

(4)事業者団体の責務

県が実施するカスタマーハラスメント防止対策に協力するよう努めるとともに、その構成員である事業者が行うカスタマーハラスメント防止対策について、必要な助言、協力その他の援助を行うよう努める。

(5)就業者等の責務

- ① 基本理念にのっとり、顧客等の権利を尊重し、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。
- ② その業務に関して、事業者が実施するカスタマーハラスメント防止対策に協力するよう努める。

Ⅲ 条例骨子

5 県の基本的な施策

(1) 施策の促進

事業者及び事業者団体(以下「事業者等」という。)が行うカスタマーハラスメント防止対策を促進するため、この条例に定める施策その他の必要な措置を講ずる。

(2) 指針の作成

事業者等が行うカスタマーハラスメント防止対策によりとられることとなるべきカスタマーハラスメントへの適切な対処方法、カスタマーハラスメントの事例、その他の必要な事項を定めた指針を作成し、公表する。

(3) 情報収集及び情報提供

カスタマーハラスメントの実態及びカスタマーハラスメント防止に係る取組等の情報を収集し、事業者等に、情報提供を行う。

(4) 相談支援体制の整備

カスタマーハラスメントにより心身に被害を受けた就業者等からの相談及びカスタマーハラスメントに関する事業者、顧客等からの相談に的確に応ずるため、相談することができる体制の整備その他の必要な施策を講ずる。

Ⅲ 条例骨子

5 県の基本的な施策

(5) 啓発活動等

カスタマーハラスメントを防止することの必要性及び重要性に対する県民の関心と理解を深めるため、啓発活動及び教育活動の実施その他の必要な施策を講ずる。

(6) 援助

カスタマーハラスメント防止対策を行う事業者等に対する援助その他の必要な措置を講ずるよう努める。

(7) 認定

- ① 事業者等のカスタマーハラスメント防止対策に関し、当該取組の実施の状況が優良なものである旨の認定を行うことができる。
- ② 認定を受けた事業者等は、商品等に知事の定める表示を付することができる。

Ⅲ 条例骨子

6 その他

(1)関係機関との連携

県は、カスタマーハラスメント防止対策を効果的に推進するため、関係機関、労働者団体、事業者団体その他の団体の間における連携強化を図るため必要な施策を講ずる。

(2)市町村との連携

県は、カスタマーハラスメント防止対策の実施に当たっては、市町村との連携を図るよう努める。

(3)関係法令等に基づく措置

県は、カスタマーハラスメントの防止のため、この条例に基づく施策のほか、関係法令に基づく措置その他の必要な措置を講ずる。

(4)財政上の措置等

県は、カスタマーハラスメント防止対策を推進するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努める。

※ 罰則や行政処分(命令、勧告、公表等)について、引き続き検討

IV 指針

策定主体

埼玉県

業界

事業者

専門委員会で議論

条例

指針

各業界が定める
マニュアル

各事業者が定めるマニュアル

- 1 目的
- 2 定義
- 3 基本理念
- 4 各主体の責務
- 5 県の基本的な施策 等

- ・カスハラの種類・具体例、対処方法
- ・県の施策(相談・支援窓口、認定制度等)
- ・事業者の取組、事業者団体の取組
- ・各業界共通マニュアル 等

- ・当該業界におけるカスハラの特徴
- ・当該業界の各事業者が情報共有できる仕組み
- ・当該業界において推奨される対応や取組 等

- ・当該事業者におけるカスハラの取扱い
- ・従業員等がとるべき対応
- ・相談窓口・相談体制 等

【参考】スケジュール

	令和6年度		令和7年度		
	1月～3月	4月～6月	7月～9月	10月～12月	1月～3月
「カスタマーハラスメント防止対策の基本的な考え方」作成	作成				
条例案作成	→				
県民コメント	助言	助言	(1か月)		
条例案議会提案				提案	
指針等作成					→
専門委員会	第1回、第2回 (第3回書面)	(第4回)		(第5回)	
庁内連絡会議		(第2回)		(第3回)	
その他	改正法提案?				

委員名簿

参考資料

(敬称略)

氏名	所属団体・役職等
あんどう ひろし 安藤 宏	埼玉県中小企業団体中央会 専務理事
いけうち ひろみ 池内 裕美	関西大学社会学部 教授
うしおだ はなえ 潮田 花枝	埼玉県老人福祉施設協議会 副会長(社会福祉法人愛の泉理事長)
おおたか わくり 大高 和久里	埼玉労働局 雇用環境・均等部長
こうづき ゆうき 上月 裕紀	うららか法律事務所所属弁護士
こばやし たかあき 小林 孝彰	日本労働組合総連合会埼玉県連合会 副事務局長
さの よしかつ 佐野 義克	株式会社パレスエンタープライズパレスホテル大宮 取締役販売促進支配人 (埼玉県経営者協会 推薦)
しまだ きょうこ 島田 恭子	一般社団法人 ココロバランス研究所 代表理事
ひろた よしこ 廣田 美子	埼玉県消費者団体連絡会 幹事 / さいたま市消費者団体連絡会 代表
まつもと まさひこ 松本 眞彦	埼玉県医師会 常任理事(医療法人真幸会草加松原整形外科医院長)