

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4回)

令和7年4月21日(月)

埼玉県産業労働部

次 第

- 1 開会
- 2 局長挨拶
- 3 議題
 カスタマーハラスメント防止対策について
- 4 閉会

資料一覧

- 1 カスタマーハラスメント防止対策の基本的な考え方(案) 【資料1】
- 2 本日特に御助言をいただきたい事項 【資料2】

【参考資料】

- ・ 委員名簿（参考資料1）
- ・ 委員からの御意見に対する事務局の考え方等（別添1）
- ・ 東京都及び北海道の指針（参考資料2）

カスタマーハラスメント防止対策の基本的な考え方(案)

資料1

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
- 7 附則

IV 指針

- 1 指針のイメージ

基本的な考え方(案)

⇒第3回専門委員会資料を基に、以下を反映したもの

事務局修正

委員からの意見

I 総論

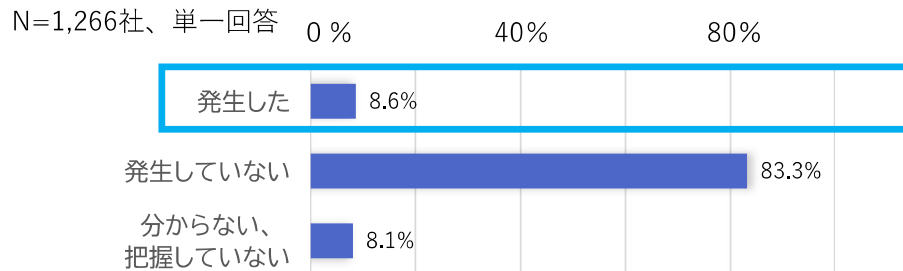
1 検討の背景

- 埼玉県は、製造・サービスなどの幅広い業種の事業所が集積し、産業の多様性に富んでおり、県内総生産(名目)は、18年連続全国第5位である。
- 本県の持続的な成長を実現するためには、県内企業の99.8%を占める中小企業・小規模事業者、とりわけ73.4%を占める従業員数9人以下の事業所の経営の安定と生産性の向上が不可欠である。
- その中小企業等を支えるのは、そこで働く人々であり、誰もが心身ともに健康に働き続けられる職場環境づくりが必要である。
- また、事業者にとっても、安定した事業活動が可能となる環境整備が重要である。
- そのためには、職場を脅かす様々なハラスメントを防止する必要がある。とりわけ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、「対策の必要性を感じていない」企業が最も多く、次いで「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。

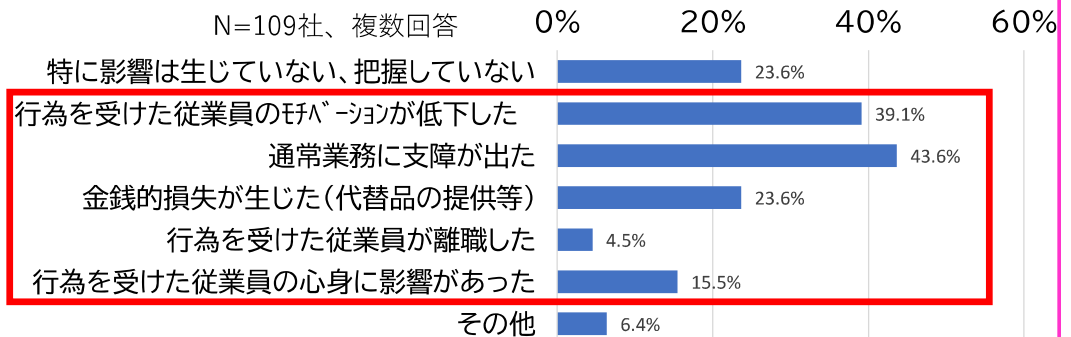
I 総論

1 検討の背景

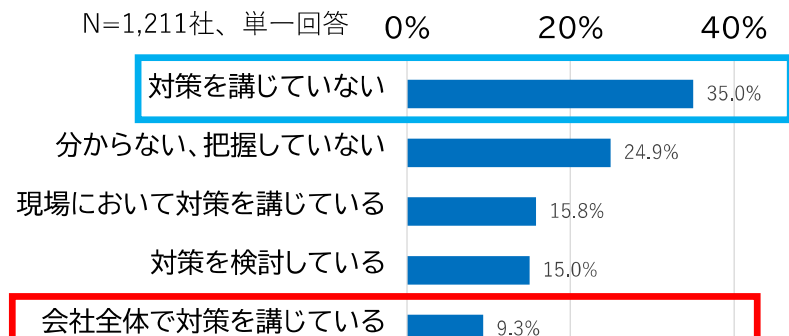
①ー1 ここ数年(3年程度)の カスタマーハラスメント発生状況(全体)



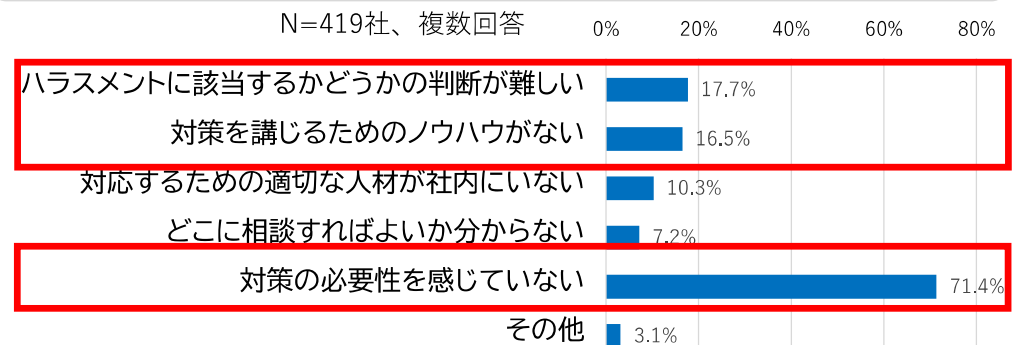
①ー2 (①で「発生した」と回答した企業に対し) カスタマーハラスメント行為による企業への影響



②ー1 カスタマーハラスメント対策の実施状況(全体)



②ー2 (②で「対策を講じていない」と回答した企業に対し) 現状、対策を講じていない理由



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、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。
※委員からの修正(No.1)
- また、労働者、企業、消費者を包含した施策を行うことは、**現行法令等**や**改正が見込まれる労働施策総合推進法のみ**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・小規模事業者、とりわけ従業員9人以下の事業所が73.4%を占める本県の特性に即した条例とし、事業者が適切に対応できる環境整備や取組を推進するための施策を検討する。
- 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、罰則や命令、勧告、公表等については、条例の実効性を確保する観点から、慎重に検討する。

※委員からの修正(No.2)

※委員からの修正(No.3)

Ⅲ 条例骨子

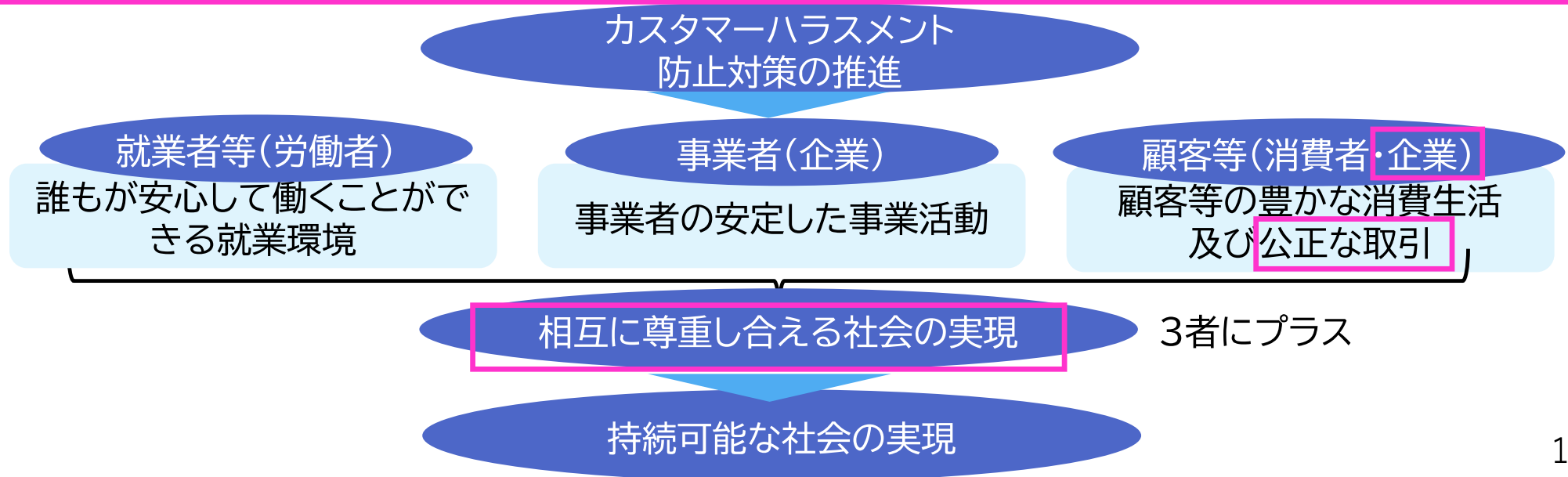
骨 格

- | | |
|------------|----------------------------------|
| 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 |
| 7 附則 | 条例の骨子に付随する内容を附則として規定 |

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し、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、並びに顧客等の豊かな消費生活及び公正な取引を促進するとともに、中小企業・小規模事業者、とりわけ従業者数9人以下の事業所が多くを占める本県の実情に鑑み、事業者が顧客等との良好な関係の下、安定した事業活動を継続できる環境を構築し、相互に尊重し合える社会の実現、ひいては持続可能な社会の実現に寄与することを目的とする。



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

事業者により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。)、又は事業者の事業に関係を有する者

※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。)又は個人

※官民や規模を問わず、県内で事業を行う、法人・団体、個人

(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を行う個人

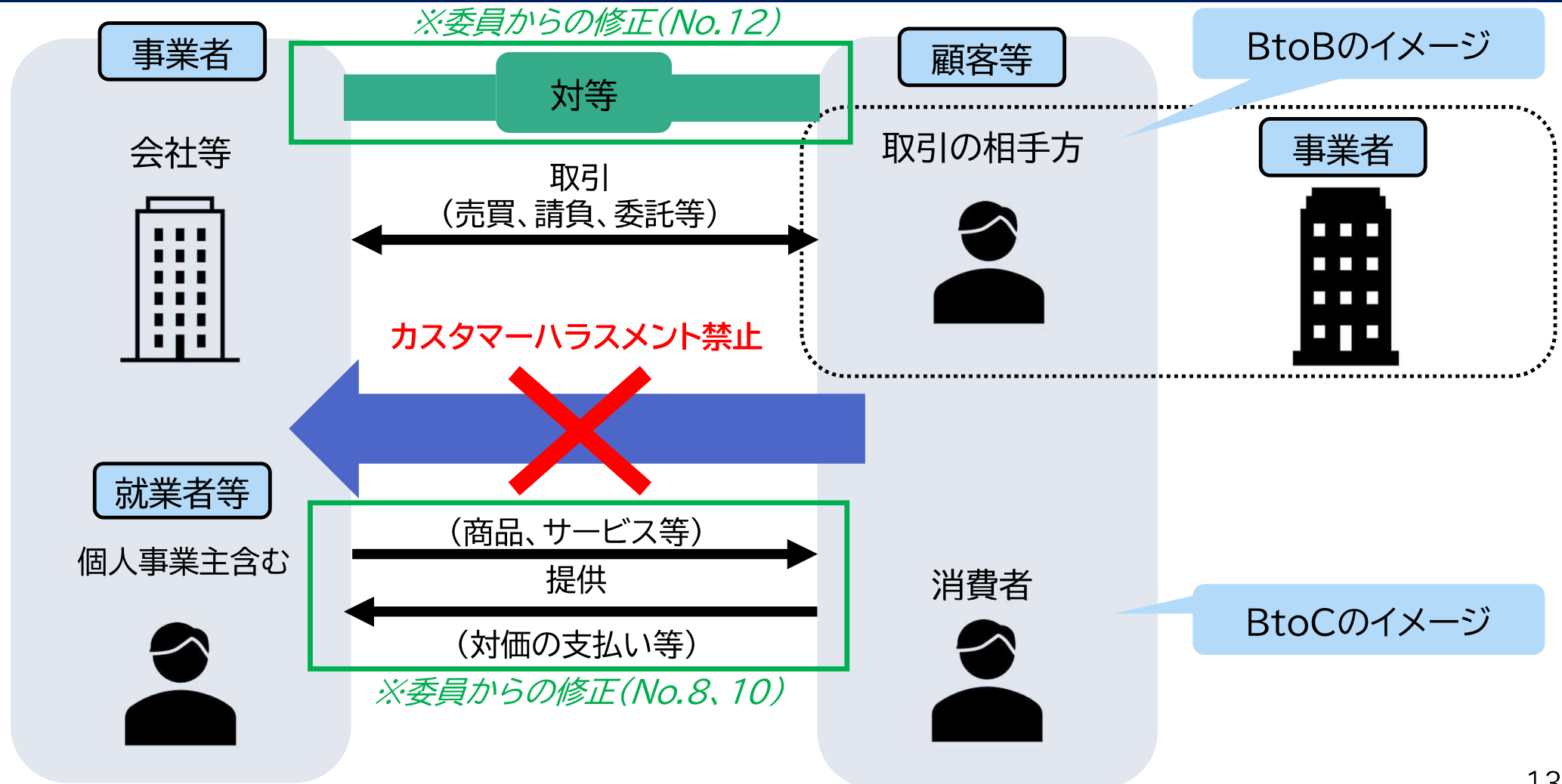
Ⅲ 条例骨子

2 定義

(5)カスタマーハラスメント

顧客等の言動であって、その雇用する就業者等が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えたものにより当該就業者等の就業環境が害されること

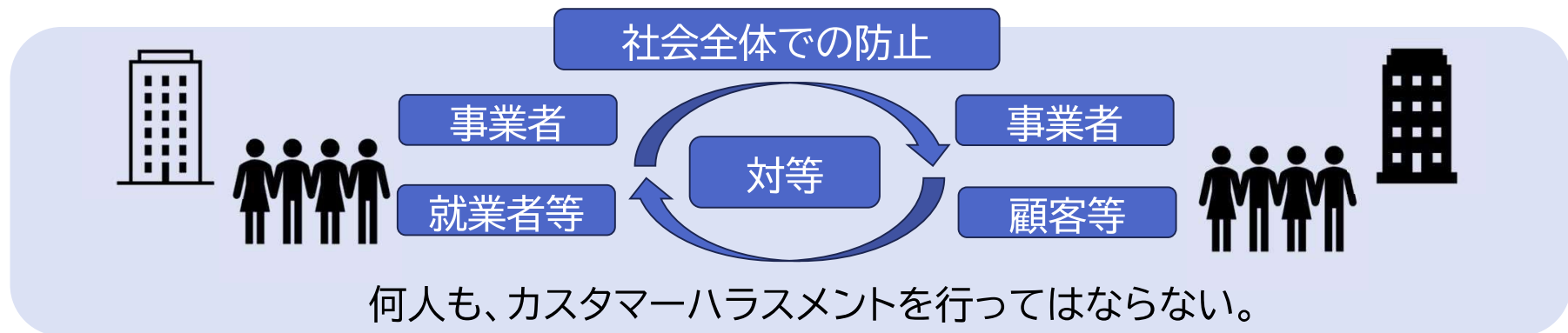
Ⅲ 条例骨子



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及び公正な取引の実現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、顧客等の要望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 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 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。

(3) 事業者の責務

- ① 基本理念にのっとり、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 就業者等からの相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備その他の雇用管理上必要な措置を講じなければならない。
- ③ カスタマーハラスメント防止対策に対する就業者等の関心と理解を深めるとともに、就業者等が他の事業者が雇用する就業者等に対する言動に必要な注意を払うよう、研修の実施その他の必要な配慮に努める。

※委員からの修正(No.17)



Ⅲ 条例骨子

4 各主体の責務

(3) 事業者の責務

- ④ その事業に関してカスタマーハラスメントへの適切な対処方法等を定めたカスタマーハラスメント防止対策の基本方針等(以下「カスタマーハラスメント基本方針等」という。)を作成し、公表するよう努める。
- ⑤ 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。

(4) 事業者団体の責務

- ① 基本理念にのっとり、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、協力その他の支援を行うよう努める。 ※委員からの修正(No.20)
- ② 所属す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情報共有体制を構築するよう努める。
- ③ その業種や業態の性質等を考慮したカスタマーハラスメント基本方針等を作成し、公表するよう努める。

Ⅲ 条例骨子

4 各主体の責務

(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。
- ③ 事業者がカスタマーハラスメント基本方針等を定めた場合には、当該基本方針等を遵守するよう努める。

Ⅲ 条例骨子

5 県の基本的な施策

- (1) 指針の作成・公表 ※委員からの修正(No.21)
カスタマーハラスメントの類型、具体例、対応例、その他の必要な事項を定めた指針を作成し、公表する。
- (2) 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、事業者及び事業者団体(以下「事業者等」という。)に、情報提供を行う。
- (3) 相談・助言
カスタマーハラスメントに関する就業者等、事業者等及び顧客等からの相談に的確に助言を行う。
- (4) 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。

Ⅲ 条例骨子

5 県の基本的な施策

(5)表彰等

事業者等が実施するカスタマーハラスメント防止対策について、その取組状況が優良であると認められる場合、表彰その他の必要な施策を講ずる。 ※委員からの修正(No.23~26)

(6)その他

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施策を講ずる。

※「施策の促進」及び「援助」の項目を削除し、「その他」の項目を追加

Ⅲ 条例骨子

6 その他

(1)関係機関等との連携

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。

※「関係法令等に基づく措置」を削除

(3)財政上の措置

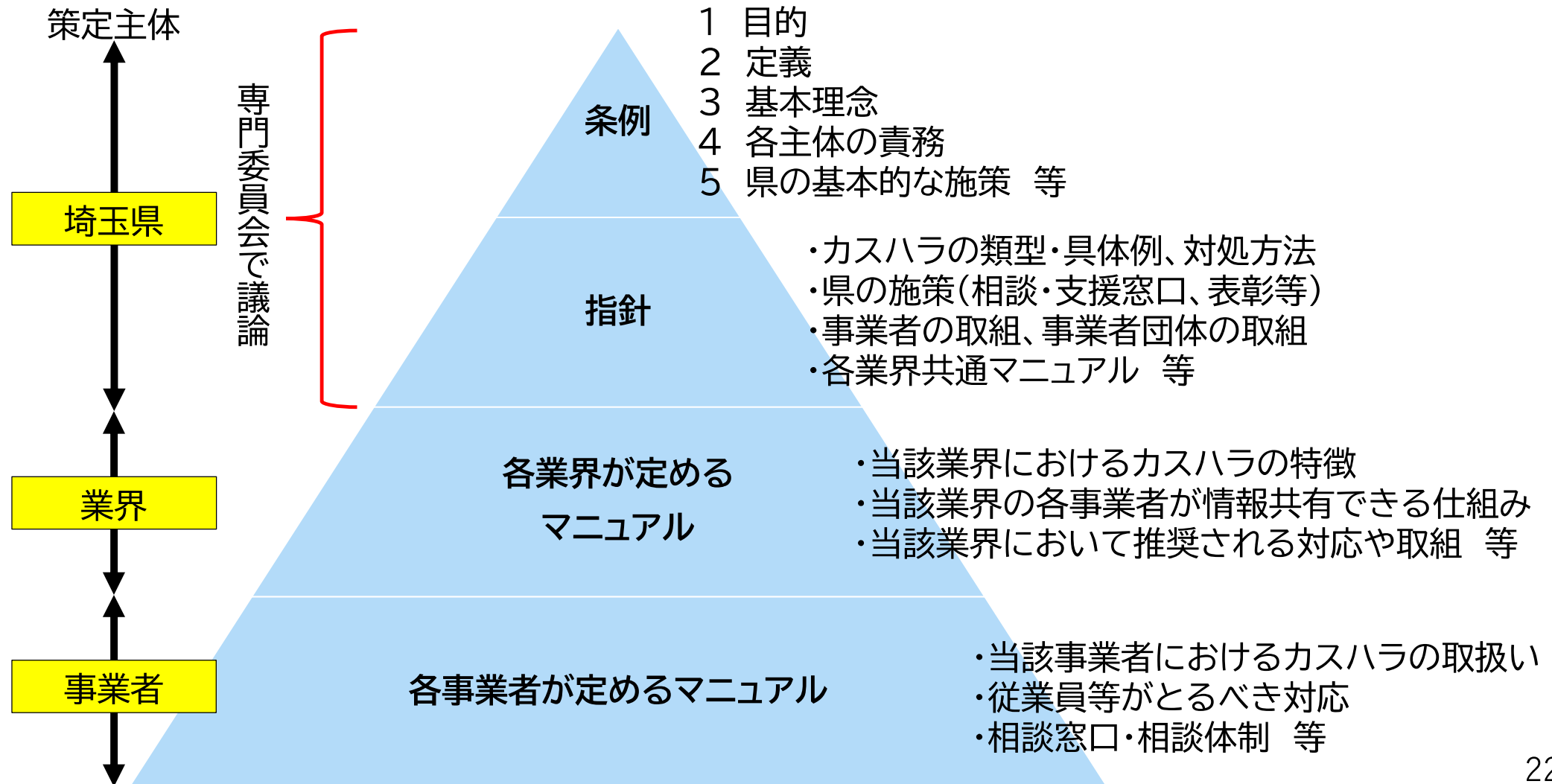
県は、カスタマーハラスメントの防止に関する施策を推進するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努める。

Ⅲ 条例骨子

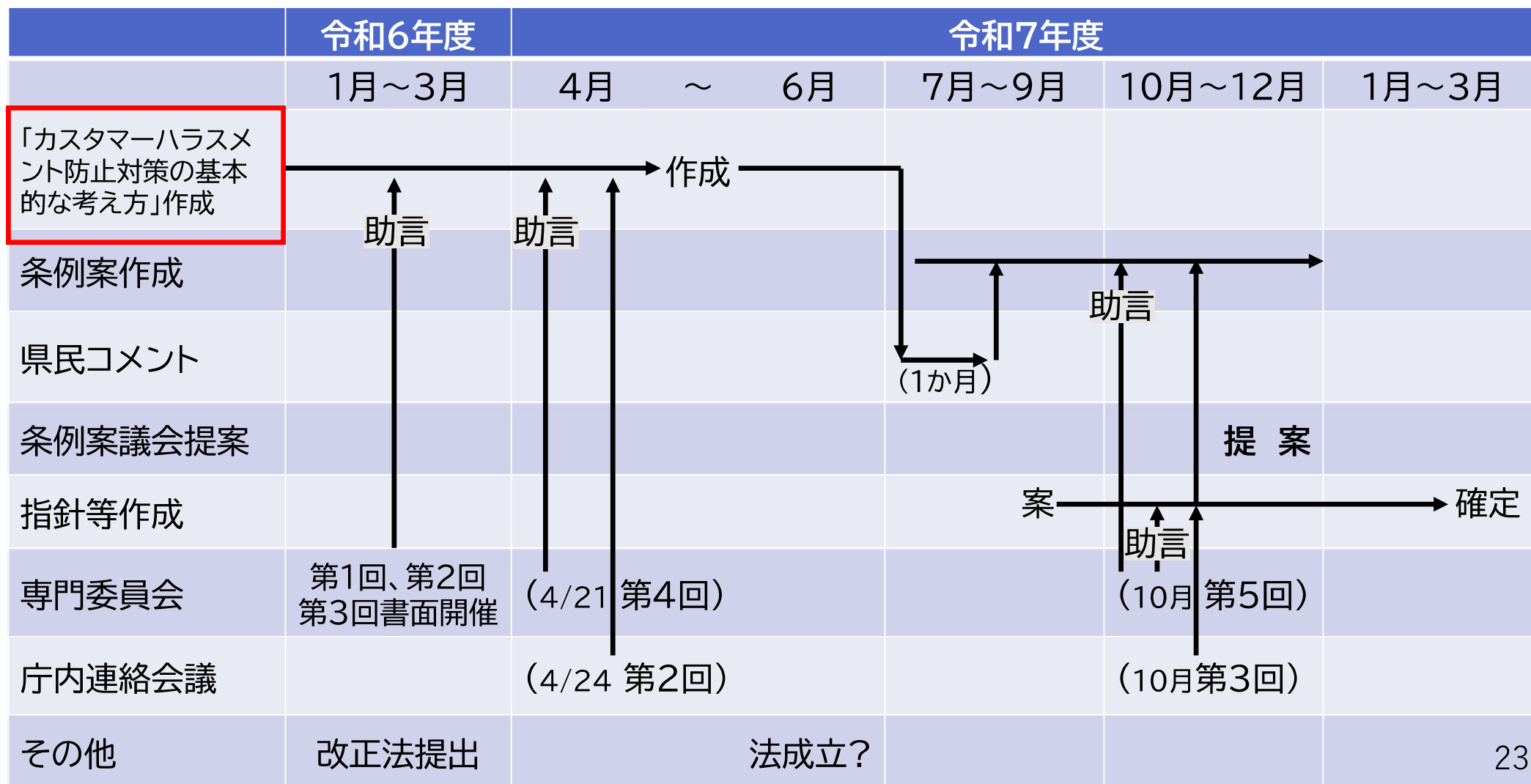
7 附則

県は、社会環境の変化及びこの条例の規定の施行の状況その他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ものとする。

IV 指針



【参考】今後のスケジュール



- 1 基本的考え方(案)について
- 2 本県の実性に即した施策の推進について
- 3 指針の策定に当たって検討すべきことについて

委員名簿

参考資料1

(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)
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(医療法人眞幸会草加松原整形外科医院長)
やまむら ちか 山村 千華	埼玉労働局 雇用環境・均等部長

東京都 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) 参考資料2-1

第1 目的

第2 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
- ・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定義、「著しい迷惑行為」の考え方、「就業環境を害する」の考え方、事業者・就業者・顧客等の定義、「顧客等」と就業者の関係
- ・カスタマー・ハラスメントの代表的な行為類型
 - ⇒A 顧客等の要求内容が妥当性を欠く(瑕疵・過失が認められない、商品・サービスの内容とは関係がない)
 - B 顧客等の要求内容の妥当性にかかわらず、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
(身体的・精神的な攻撃、威圧的な言動、土下座の要求、執拗(継続的な)・拘束・差別的・性的な行動、個人への攻撃や嫌がらせ)
 - 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
(過度な商品交換・金銭補償・謝罪の要求、不可能な行為や抽象的な行為の要求)
- ・顧客等への配慮
 - ⇒消費者・障害者・認知症の人の権利、表現の自由、公務に関するカスタマー・ハラスメント

第3 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 条例に規定されている各責務について解説

第4 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 条例に規定されている各項目について解説

第5 事業者の取組に関する事項

- ⇒①「カスタマー・ハラスメント対策の基本方針・基本姿勢」及び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、③相談窓口の設置、④適切な相談対応の実施、⑤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、⑥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、⑦現場での初期対応の方法や手順の作成、⑧内部手続の方法や手順の作成、⑨事実関係の正確な確認と事案への対応、⑩就業者の安全の確保、⑪就業者の精神面及び身体面への配慮、⑫就業者への教育・研修等、⑬カスタマー・ハラスメントの再発防止に向けた取組

【指針のほかに】

業界団体が各業界におけるカスタマー・ハラスメントの特徴や推奨される対応等を示すマニュアルを会員企業向けに作成するために、マニュアルの共通事項や策定上のポイントを提示する、「カスタマー・ハラスメント防止のための各団体共通マニュアル(業界マニュアル作成のための手引き)」を策定(取組状況を確認するチェックシート付き)
※カスタマーハラスメント対策マニュアル(ひな形)も提示

第6 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

北海道カスタマーハラスメント防止条例に係る指針

参考資料2-2

第1 策定目的

第2 条例の用語に関する事項(定義)

- 1 顧客等の考え方について
- 2 事業者の考え方について
- 3 事業者団体の考え方について
- 4 従業者等の考え方について
- 5 カスタマーハラスメントの考え方について

それぞれの例を紹介

(例)顧客等

顧客

事業者の業務に関係するもの

⇒施設利用者、テーマパークやイベント等の観客、参加者…

⇒顧客の親族や友人・知人、株主、有権者…

(1)要求の妥当性にかかわらず、態様や程度が社会通念上不相当な言動(暴力・暴言・迷惑行為等)

⇒身体的・精神的・威圧的な攻撃、土下座の要求、継続的な執拗な・拘束的・差別的・性的な言動、従業員個人への攻撃要求

(2)要求の妥当性に照らして、態様や程度が社会通念上不相当な言動等(過剰な要求等)

⇒過度な商品交換の要求、過度な金銭補償の要求、過度な謝罪の要求

(3)要求が妥当性を欠く場合(いいがかり・いやがらせ等)

⇒不備・不具合が見当たらない、関係がない

第3 責務等に関する事項

- 1 道の責務について
- 2 顧客等の責務について
- 3 事業者の責務について
- 4 事業者団体の責務について
- 5 道民の役割について

条例に規定されている各責務について解説

【指針のほかに】

カスタマーハラスメント防止対策にどれだけ対応しているか確認するため、「北海道カスタマーハラスメント対策チェックシート(事業者版・従業者版)」を作成

第4 カスタマーハラスメントの対処方法に関する事項

1 事業者が行うカスタマーハラスメントの対処方法

(1)事前の準備 ⇒事業者の基本方針・基本姿勢の明確化、従業者等のための相談対応体制の整備、マニュアルなどの対応方法や手順の策定、社内対応ルールの従業者等への教育・研修

(2)発生時の対応 ⇒カスタマーハラスメントの可能性が高い場合の対応、従業者等の安全の確保

(3)事後の対応 ⇒従業者等への配慮の措置、再発防止のための取組

(4)他のハラスメント対策との一元化 ⇒パワハラ、セクハラなどの対策との一元化

2 顧客等の利益の擁護 ⇒消費者・障害者・認知症の人の権利、表現の自由その他の日本国憲法の保障する国民の自由と権利等についての配慮

第5 その他

場面ごとの関係者を例示

第6 参考

(例)買い物

(顧客等)買い物利用者

(従業者等)販売員、レジ接客

(事業者)コンビニ、スーパー

企業間取引

(顧客等)企業間取引での発注者

(従業者等)企業間取引での受注者、フリーランス

(事業者)受注企業、フリーランス

第3回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議事に対する御意見及び事務局の考え方について

御意見あり 8名

御意見なし 2名

No	第3回資料 該当ページ	第4回資料 該当ページ	委員名（敬称略）	御意見	事務局の考え方、第4回資料への反映など
1	P5 Ⅰ 総論 2 条例制定の 必要性 ●3つめ	7	大高 和久里	「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。」との記載について、労働法のみの問題と見えるように思います。刑法に該当する場合のほか、厚生労働省関連の法令では、特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律（フリーランス法）において、個人で働くフリーランスに業務委託を行う発注事業者に対してハラスメント防止措置があります。消費者保護基本法等、消費者側の権利関係もあるので、「現行法令等」としてはいかがでしょうか。 6ページ●5つ目の記載も関連した内容と思われるので、必要に応じて見直しをお願いします。	御意見を踏まえ、「現行法令等」に表記を変更します。 なお、6ページ※現該当8ページ●5つ目については、労働施策総合推進法の改正法案と本条例の関係性についての文言のため、「労働施策総合推進法」のままとします。
2	P6 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 ●4つめ	8	佐野 義克	もう少し細かく記載してはいかがでしょうか。 （例案） ●99.8%が中小企業である本県の実情に即した条例とし、事業者が対応しやすい環境を整備するための支援策（相談窓口、ガイドライン、研修制度等）や、取り組みを推進するためのインセンティブ等を検討する。	御意見を踏まえ、「99.8%が中小企業である本県の実情に即した条例とする、事業者が適切に対応できる環境整備や取組を推進するための施策を検討する。」と変更します。 （具体的な支援策については、指針において記載します）
3	P6 P6 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 ●6つめ	8	佐野 義克	上記同様に （例案） ●なお、罰則や行政処分（命令、勧告、公表等）については、条例の実効性を確保する観点から、悪質な事例への厳格な対応の必要性、事業者支援策とのバランス、啓発・予防的措置の優先度を踏まえ、慎重に検討する。	御意見を踏まえるとともに、文言を調整し、「なお、罰則や命令、勧告、公表等については、条例の実効性を確保する観点から、慎重に検討する。」と変更します。
4	P9 Ⅲ 条例骨子 2 定義 （1） 顧客等の定義	11	上月 裕紀	顧客等、すなわちカスハラに加害者となり得る者として、取引先、施設利用者、その他の利害関係者を含むとされているが、この整理に従うと、駅、空港、病院、学校、福祉施設、公共施設をはじめとする施設の近隣の居住者を含むことになる。 たとえば、空港の騒音に対する抗議運動、官公庁の庁舎周辺での行政に対する抗議活動が、カスハラになり得るとして不当に制約されることにならないか。	「Ⅲ 条例骨子」の「3 基本理念」の（3）に「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」と記載していますが、「顧客等」の定義の詳細については、指針作成の際に検討いたします。

5	p9 Ⅲ 条例骨子 2 定義 (4) 就業者等の定義	11	上月 裕紀	就業者等、すなわち、カスハラの実害者となり得る者は、「その他の就業者又は事業者」と定義されているのみであり、首長・議員・公務員などの公職にある者が該当し得ることになるが、住民の公務員に対する請願は、憲法上の権利であり、一般の事業者と首長・議員・公務員を同列に扱うのではなく、公職にある者は明文で適用の対象外としたうえで、別途、公務員の地位や職務の特殊性に応じた施策を議論するべきではないか。 適用除外として別の規制を設けることは、あくまで選択肢の1つであり、これが正しいとまでは考えませんが、住民の権利への配慮とのバランスが重要ではないかという視点として挙げました。	御指摘のとおり、国や地方自治体等は民間企業とは異なる特質があることを十分に踏まえ、住民の権利を不当に侵害しないよう慎重な対応が求められるところです。 一方、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り、「何人もカスタマーハラスメントを行ってはならない」ことを明確に示すためにも、すべての職種を対象とする条例としてまいりたいと考えます。 なお、県を含む公的機関の特殊性に応じたマニュアル作成については、各業界が定めるマニュアルの一つとして求めてまいりたいと考えています。
6	p9 Ⅲ 条例骨子 2 定義 (5) カスハラの実害者の定義	12	上月 裕紀	第2回会議のなかで、私から、カスハラの実害者の定義について、東京都の条例、厚労省が作成した対策企業マニュアルが参考となるのではないかとということまでコメントをしました。 2つのカスハラの実害者の定義は、類似する点が多いですが、要件をよく見ると、「手段・態様による限定の有無」に相違点があるという懸念が（東京都の条例に対して）示されているそうです。 東京都の条例では、「暴行、脅迫その他違法な行為『又は』正当な理由がない過度な要求、暴言、その他不当な行為」と定義付けがなされており、手段・態様で限定をしていないことから、正当な理由がない過度な要求、その他不当な行為であると判断されれば顧客の言動がカスハラであることとなります。 対して、厚労省のマニュアルでは、クレーム・言動のなかから、内容の妥当性に照らして、①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り、『かつ』、②労働者の就業環境が害されるものと定義しており、手段・態様及び結果による限定をしています。 条例骨子「2定義」「(5) カスタマーハラスメント」の実害者の定義のなかに、「社会通念上相当な範囲を超えた言動」という要件がでてきますが、この判断基準について、改正法案では、契約の内容からみて相当性を欠くもの『や』手段・態様が相当でないものが当たると考えられるとされていますが、手段・態様に着目した定義付けを行うべきであり、東京都の条例に対して示されている懸念点のように、定義付けが広汎とならないかを検討する必要があるのではないかと考えられます。	条例案のカスタマーハラスメントの実害者の定義については、改正法案第33条第1項と同様に「顧客等の言動であって、就業者等が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えたものにより当該就業者等の就業環境が害されること」とした上で、定義の詳細については、指針作成の際に委員の皆様から御意見を伺った上で検討いたします。
7	p9 Ⅲ 条例骨子 2 定義 (1) 顧客等	11	安藤 宏	「(1) 顧客等」の実害者の定義づけに用いられている「就業者等」の実害者の定義をどのようにして、どこに置くか。	「(1) 顧客等」は、文言の整理をし、「事業者により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。）、又は事業者の事業に関係を有する者」としました。なお、就業者については、「(4) 就業者等」として「事業者の役員若しくは使用人その他の就業者又は事業を行う個人」とします。
8	P10 図	13	廣田 美子	B to Cの図のところで矢印が事業者からの一方向→になっていますが顧客（消費者）も提供される商品やサービスに代価を支払うので対等な立場であるので両方向に向けた矢印が良いと思います。 また、供給というよりは提供が良いのではないかと思います。	御指摘を踏まえ、図を変更しました。
9	P10 図	13	安藤 宏	「個人事業主」を「就業者等」に含ませているが、「事業者等」として会社等に並べるとの理解もあるのではないかと。あるいは両方に含ませるか。	御指摘のとおり、個人事業主は「就業者等」であるとともに「事業者」でもあります。また、「就業者等」に個人事業主が含まれることを明示するため、両方に含ませるのではなく、「就業者等」の下に記載しています。

10	P10 図	13	安藤 宏	「取引（売買、請負、委託等）」というものが双方向性を持っている中で、「供給（商品、サービス等）」の黒細一方矢印は必要か。残すなら「対価の支払い等」などの黒細一方矢印を加えてセットにすべきでは。	御指摘を踏まえ、図を変更しました。
11	P10 図	13	安藤 宏	個人的には、B to B、B to Cのイメージがわかりにくい気がします。	「BtoB」は事業者間取引がイメージできるように、「BtoC」は消費者と事業者・就業者との関係がイメージできるように図を作成していますため、修正無しとさせていただきます。
12	P10 図	13	小林 孝彰	基本問題はありませんが、11Pの「3基本理念」の（3）にある「相互に尊重すること」をイメージ図内で表現していただけるとより良い図になるかと思います。（P11の図のように）	御指摘を踏まえ、事業者と顧客等を両者をつなぎ「対等」という表現を追加しました。また、p 7に「相互に尊重し合える社会の実現」という表現を追記しています。
13	P11 Ⅲ 条例骨子 3 基本理念	11	小林 孝彰	（2）が段落ずれしているので修正願います。	御指摘ありがとうございます。修正いたしました。
14	P11 Ⅲ 条例骨子 3 基本理念 （4） 顧客等への配慮	11	上月 裕紀	顧客等の権利への配慮に言及されていることは評価すべきであると考えられ、これに加えることがあるとすれば、障害者の権利への配慮であると考えられます。障害者からの正当な要求が、カスハラだという判断をされてしまっていて遮断されてしまうことは避けなければなりません。大声をあげる、同じことばかりを言う、居座るなどの行為が、その障害者の精神的な特性によるもので可能性があり、その場合、単にカスハラだとして排除するのではなく、福祉的なアプローチが求められるはずですから、その点に配慮した施策を講じるべきでないかと考えられます。	東京都や北海道の指針においては、顧客等の中には合理的な配慮が必要な人も存在するとして、その例として、障害者や認知症の人などがあげられています。本県の指針作成に当たっては、その点に十分配慮するとともに、施策の検討等に当たっては関係部局と連携を図ってまいります。
15	P11 図	11	安藤 宏	「顧客等」の上にある「事業者」は不要では。財やサービスの対価を支払う側として「顧客等」と位置付けられていることを考えると、B to BもB to Cも顧客等と整理できるのではないか。	御指摘のとおり、図の左側が財やサービスを提供する側（事業者、就業者等）、右側が財やサービスの対価を支払う側としていますが、「BtoC」だけでなく「BtoB」もあることを分かりやすく示すため、右側に「事業者」を入れています。
16	P12 Ⅳ 条例骨子 4 各主体の責務 （2） 顧客等の責務	15	上月 裕紀	顧客等の責務として、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が掲げられています。東京都の条例では、どのような指針を作成するのかについて、指針で定める事項について、「カスタマーハラスメントの内容に関する事項」（防止条例案第11条2項1号）としており、都に無限定に委任がされている。どのような行為がカスハラに当たるのかという判断について、議会による統制が及ばない建て付けになってしまっており、指針作成の際に考慮すべきではないか。	東京都は、指針において、カスタマーハラスメントに該当する可能性がある代表的な行為類型を挙げた上で、「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」ことを示しています。北海道も指針の中で同様に行為類型をあげた上で、「実際にカスタマーハラスメントに該当するか否かは、個別事案の状況等により、それぞれの事業者が判断することになる」と記載しています。カスタマーハラスメントは幅広い業種・業態で見られ、その実態も様々であることから、本県の指針作成に当たっては、各事業者団体等の意見を聴取し、検討いたします。

17	p12 Ⅲ 条例骨子 4 各主体の責 務 (3) 事業者の責務	15	上月 裕紀	事業者の責務として挙げられている内容が、全て、努力義務となっているが、防止措置義務を具体化するために必要な措置を講じることについては、少なくとも、努力義務とすべきではないのではないか。 改正法案でも、他の事業者から必要な協力を求められた場合に応じる義務が努力義務となっているが、そのような内容で実効性を確保することができるのかを検討する必要があります。 たとえば、義務とまではしなくても、応じてもらえなかった場合に、県に助言・指導を求められるといったような施策を設けること等を検討するべきではないか。	改正法案33条第1号では、事業者は労働者からの相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備その他の雇用管理上必要な措置を講ずることが義務付けされています。 委員からの御指摘も踏まえ、「就業者等からの相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備その他の雇用管理上必要な措置を講じなければならない」と修正いたします。
18	P12 Ⅲ 条例骨子 4 各主体の責 務 (2) 顧客等の責務	15	廣田 美子	事業者間の取引における記載はあるが顧客（消費者）に向けた表記もある方がよいと思います。 提供された商品やサービスを越えた過度な要求でなく、適切な要望やクレームを伝えることは必要だと思います」。	「BtoC」及び「BtoB」について考え方を整理した上で、顧客等の責務からは、事業者間取引についての記載を削除しました。 （指針において、顧客等の定義の中に事業者間取引の発注者も含むとして記載することを検討しています） 顧客（消費者）が意見を適切に伝えるために注意を払うことの重要性については、p11「3基本理念」の（4）で謳っており、施策の検討など、担当部局と連携してまいります。
19	P12、13 Ⅲ 条例骨子 4 各主体の責 務	15、16	安藤 宏	埼玉県外の顧客等、事業者、事業者団体、就業者等に責務は及ぶのか。（解釈論かもしれないが）	顧客等及び就業者等の詳細な定義（県内・県外等）については、指針作成に当たり検討いたします。
20	P13 Ⅲ 条例骨子 4 各主体の責 務 (4) 事業者団体の責 務	16	佐野 義克	17Pに「・各業界マニュアル」と記載がありましたので12Pに追記で、 （4）事業者団体の責務 として 事業者団体は、その所属す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情報を共有する仕組み作りや、業界全体としての対策を推進するため、業界ごとのガイドラインを策定する。※厳しいようであれば検討する。	御指摘を踏まえ、中小事業者への支援を強化するためにも、以下のとおり追記しました。 ・事業者団体の責務を追加所属す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情報共有体制を構築するよう努める。 ・その業種や業態の性質等を考慮したカスタマーハラスメント基本方針等を作成し、公表するよう努める。
21	P14 Ⅲ 条例骨子 5 県の基本的 な施策 (2) 指針の作 成	18	池内 裕美	表現が少しくどくてわかりにくい印象を持ちました。下記のような文章はいかがでしょうか。 「事業者等が実施すべきカスタマーハラスメント対策について、適切な対応方法や具体的な事例、その他必要な事項を盛り込んだ指針を策定し、公表する。」	御意見を踏まえて変更しました。
22	P14 Ⅲ 条例骨子 5 県の基本的 な施策 (3) 情報収集及 び情報提供	18	大高和久里	事業者等に、情報提供を行う内容となっています。 この事業者等の「等」に含まれるのは何でしょうか。 「顧客等」が含まれないのであれば、顧客等に役立つ情報の収集及び情報提供も加える内容としてはいかがでしょうか。 15ページ（5）啓発活動等を効果的なものとするにもつながると考えます。顧客となりうる県民に対し、カスハラ防止の必要性及び重要性和併せて、正当な要求の仕方等、自らの行動がカスタマーハラスメントとならないための心構え等を持つことが出来るような報提供を行うことを想定しています。	事業者等とは、事業者及び事業者団体を示しています。 御指摘をいただいた、顧客等からの意見を適切に伝えるための方法や、心構え等については、（5）の啓発活動として、関係部局と連携し取り組んでまいります。

23	P15 Ⅲ 条例骨子 5 県の基本的な施策 (7) 認定	19	池内 裕美	認定制度が前向きに検討されて嬉しく思います。ただ、こちらもう少し文章がわかりにくかったので、少し加筆いたしました。 (ちなみに「優良の基準」を明確にする必要が生じますね) ① 事業者等が実施するカスタマーハラスメント防止対策について、その取組状況が優良であると認められる場合、認定を行うことができる。	御意見を踏まえるとともに、事業者インセンティブを与える方法は認定のほか、表彰等様々な手法が考えられることから、この点を踏まえ変更しました。 優良の判定基準等については、委員の御意見も伺いながら検討してまいります。
24	P15 Ⅲ 条例骨子 5 県の基本的な施策 (7) 認定	19	大高 和久里	「優良なもの」の基準及び認定の目指すところはどうにお考えでしょうか。労働者を雇用する事業主に対しては、法改正により、労働施策総合推進法をはじめとするハラスメント防止対策と同様の内容が義務付けられることが想定されます。義務を講じることは当然に求められますので、義務を超える基準になると思われます。認定について、なるべく多くの企業に取得してもらうことで条例の定着・浸透を図るのか、他社の見本となるような高水準の取組を表彰するのかにより、基準も変わってきます。 なるべく多くの企業に取得してもらうことを目指すとするのであれば、義務を超える取組を講じることが難しい中小企業には取得が厳しい制度となり、認定制度の効果が表れにくくなることが懸念されます。 17ページには、今後、各業界が定めるマニュアル作成も県の取組に含められています。事業主団体が率先して業界マニュアルを作成したり、加盟する中小事業主等への取組支援を行うこと、研修を行うことで、中小企業の取組が推進することが期待されますので、事業主団体も対象に含めた認定制度も検討してはいかがでしょうか。	カスタマーハラスメントの取組を県内企業に広めていくに当たり、有効な制度とするためにはどのような手法（認定、表彰等）がよいかも含め、委員の御意見も伺いながら検討してまいります。
25	P15 Ⅲ 条例骨子 5 県の基本的な施策 (7) 認定	19	島田 恭子	この認定で訴求する先は、消費者でしょうか、事業者、従業員（求職者）でしょうか？勝手ながらくみん認証のようなイメージかな、と想像しています。 おそらくチェックリストなどで一定の水準を超えたら認定するような建付けかと思いますが、経験上、認定基準の設計は、有識者やノウハウを持っていないとなかなか大変です。認定自体が絵に描いた餅となるおそれもあるかもしれません。現在我々が行っている取り組みが参考になるかもしれませんので、別途必要に応じて共有させていただきます。	カスタマーハラスメントの取組を県内企業に広めていくに当たり、有効な制度とするためにはどのような手法（認定、表彰等）がよいかも含め、委員の御意見も伺いながら、検討してまいります。
26	P15 Ⅲ 条例骨子 5 県の基本的な施策 (7) 認定	19	安藤 宏	(7) の認定制度の導入は理解するところ、「県の基本的な施策」として「できる」規定が入っているのは、違和感がある。「認定を行う」の表現が適切なのでは。	御意見を踏まえ、「～その他必要な施策を講ずる」と修正しました。
27	P17 Ⅳ 指針	22	安藤 宏	各業界がマニュアルを定めることとなっているが、現時点では、完成度の高いマニュアルを持っている業界と、マニュアルを作るところから理解しないといけない業界とで大きな乖離があると考えられる。この点を配慮した表現に工夫いただけないか。	各業界でのマニュアル作成にあたっては、作成が困難な業界への支援等も踏まえて、検討してまいります。