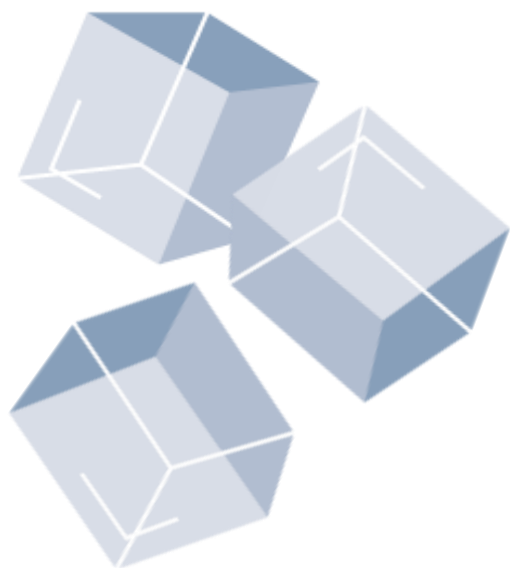


埼玉県カスタマーハラスメント防止条例

解説動画 講義資料



(受託事業者) 株式会社エス・ピー・ネットワーク

本動画の目的

◆埼玉県カスタマーハラスメント防止条例について

1. 内容やポイントを解説する、
2. 適宜、国の法律（通称、改正労働施策総合推進法）との違いについても整理する、

ことを通じて、

事業者と顧客等が「相互に尊重し合える社会」の実現を目指す

事業者と顧客等との「良好な関係の構築」を目指す

各当事者が、カスタマーハラスメントをなくすべく意識・行動するための基礎知識を身に付ける

※施行時期：埼玉県条例は令和8年7月1日施行、国の法律は令和8年10月1日施行。

I .カスタマーハラスメントと 対策の必要性

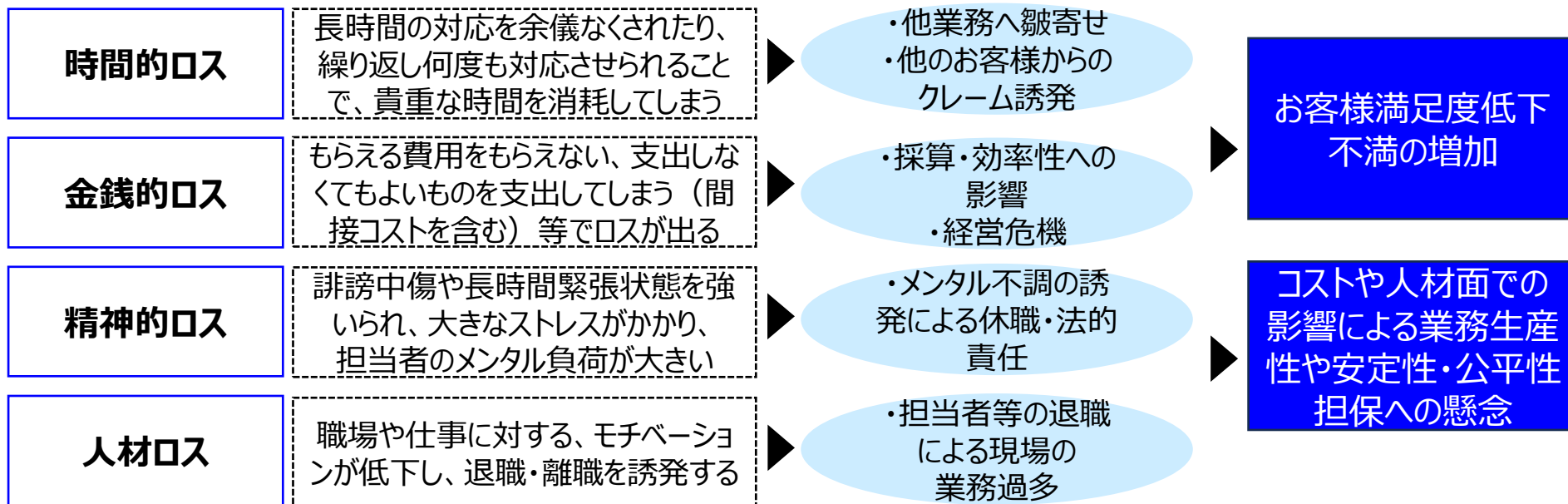


カスタマーハラスメントが事業者や就業者に及ぼす影響

条例第3条第1項

カスタマーハラスメントは、**就業者の人格及び尊厳を害し、心身に重大な影響を及ぼし、業務の遂行に支障を生じさせる**とともに、**事業者の安定した事業活動の継続並びに他の顧客等の豊かな消費生活及び公正な取引の実現に影響を及ぼす**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。

企業経営にもたらす「ロス」



条例第3条 第2項

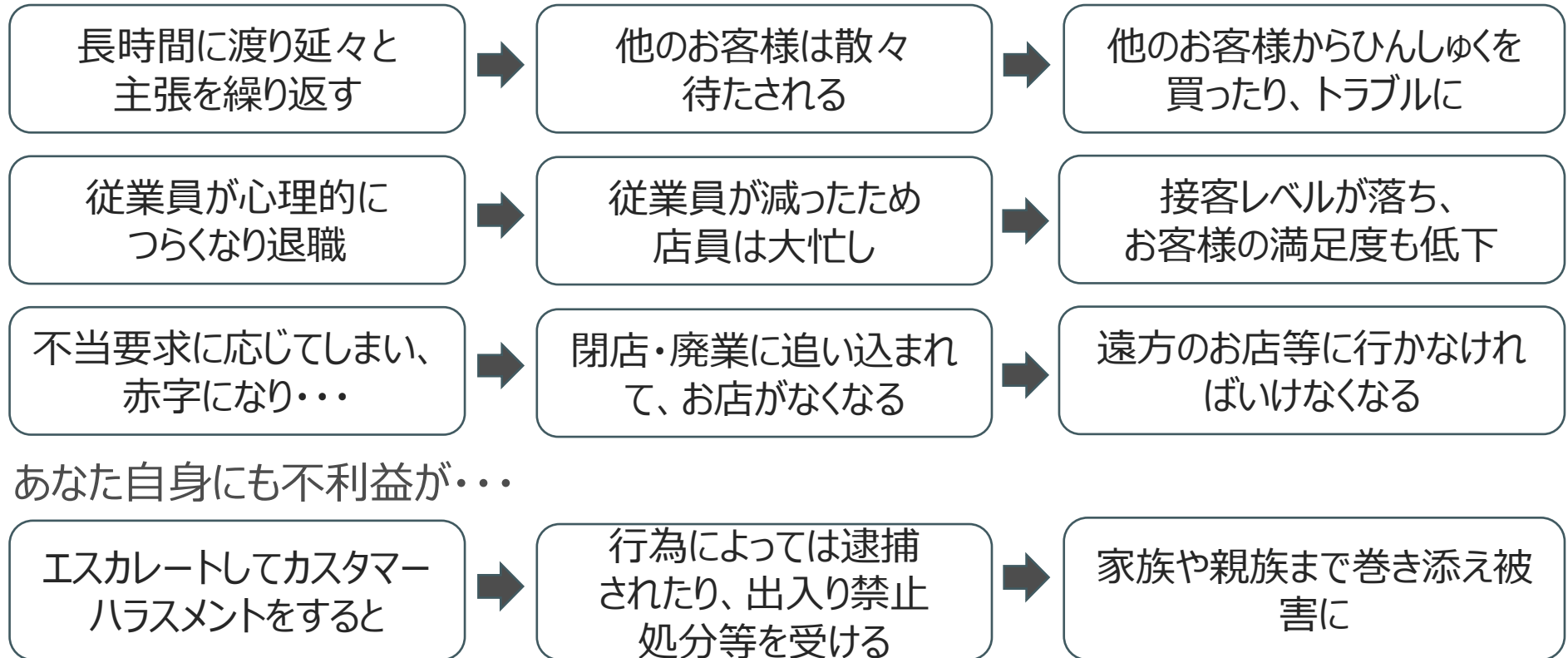
何人も、カスタマーハラスメントを行ってはならない。

- 県民であるかどうかを問わないし、**事業者間取引においても当てはまる**

カスタマーハラスメントが顧客等に及ぼす影響

カスタマーハラスメントの弊害・・・一人の迷惑で社会全体が困る

本人は「何とかしたい」と思って、正当な要望を伝えているつもりが・・・



あなた自身にも不利益が・・・

国の法律で、カスタマーハラスメントが行われた場合は、事業主に対して、対応の打ち切りや出入り禁止などの処置を取るように義務化しており、このリスクは高まっている

条例の目指すところ～条例の目的（第1条）：カスタハラ対策の必要性

事業者にとって	誰もが安心して働くことができる就業環境を整備することで、小規模事業者等でも、安定した事業活動を継続できる環境を構築する
顧客等にとって	豊かな消費生活及び公平な取引を促進する
県として	（就業者と顧客等が）相互に尊重し合える社会の実現を図ることで、持続可能な社会の実現に資する

【ポイント】

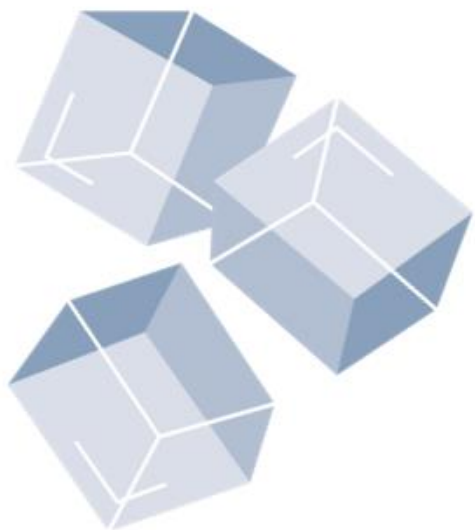
- 就業者と顧客等は「対等な立場」・・・顧客等が優位にあるわけではない！
→同じ埼玉県民として、「相互に尊重し合う」ことを心がけましょう

条例第3条 第3項

カスタマーハラスメントの防止に当たっては、顧客等及び就業者が対等の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。

- 条例において、「顧客等と就業者が対等の立場」と明記されています
→相互の事情を理解し、尊重すること・・・カスタマーハラスメントが生じる構図（後述）で詳細を解説

Ⅱ.カスタマーハラスメントとは



カスタマーハラスメントとは（定義：第2条）

条例第2条 第5号

※法律では「労働者」→条例は個人事業主等、雇用関係にない者も保護する趣旨

顧客等の言動であって、**就業者**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の就業環境が害されることをいう

3つの要件が必要

顧客等の言動

- **顧客：事業者により商品若しくは役務の提供を受ける者若しくはその可能性のある者**
→今後商品又は役務提供を受けることが予想される者（順番待ちしている客等）を含む
- **等：事業者が事業を遂行するに当たり関係を有する利害関係者**
→「教員」に対する「児童生徒の保護者」、「工事業者」に対する「現場の近隣住民」等
- **言動：対面に限らず、電話、メール、インターネットへの書き込み等も含む**
→不退去などの「不作為」も含む

社会通念上 許容される範囲 を超える

- **社会通念に照らし、顧客等の言動の内容が契約内容からして相当性を欠くもの、又は手段や態様が相当でないものをいう**
→「言動の内容」や「手段や態様」に着目し、総合的に判断。一方のみでも該当しうる
- **事業者又は就業者側の不適切な対応が原因や背景になっている場合があることに注意**

就業者の 就業環境を 害する

- **顧客等の言動により就業者が身体的又は精神的に苦痛を与えられ、就業者の就業環境が不快となったため、能力の発揮に重大な悪影響が生じる等当該就業者が就業する上で看過できない程度の支障が生じること**
→平均的な労働者（社会一般の就業者）の感じ方を基準とする
→言動の頻度や継続性を考慮。強い身体的又は精神的苦痛を感じる場合は1回でも該当する

カスタマーハラスメントとは～具体的なイメージ・・・厚生労働省のポスターを例に



どんな行為が例として、あげられているか

- 感謝料払ったら許してやるよ
- SNSにアップしてやるよ
- つべこべ言うな！言われた通りにしろ！
- 土下座しろ！！
- お客様は神様じゃないのか？
- 暴力、暴言



注目すべきキーワード

「そのクレーム、やりすぎていませんか？」

・・・「やりすぎ」＝「社会通念上許容される範囲を超える」

- ✓ 言い過ぎ（程度、時間）
- ✓ （長時間）ゴネすぎ
- ✓ 感情的になりすぎ
- ✓ 上から目線すぎ
- ✓ 相手を馬鹿にしすぎ・見下しすぎ

気をつけよう！

STOP! カスタマーハラスメント

～みなさまに気持ちよく過ごしていただくために～

カスタマーハラスメントとは？

カスタマーハラスメントとは、例えば、
・過大な要求や不当な言いがかりなど、**主張内容**等に問題があるもの
・主張する内容には正当性があるが、暴力や暴言など、**主張方法**に問題があるものが考えられます。
暴力行為を始め、中には犯罪行為に当たる可能性のあるものも含まれます。

意見を伝える際のポイント

意見がきちんと相手に伝わるように、従業員に意見を伝える際には、以下の点を意識してみてください。

- ①ひと呼吸、置きましょう！
- 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！
- ③従業員の説明も聞きましょう！

参考：「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」掲載の例示

県で作成した「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」において、「社会通念上許容される範囲を超えた言動」の例示がされている。詳細は各自で確認願いたい。

イ 言動の内容が社会通念上許容される範囲を超えるもの

※記載されている例は一例です。

行為類型	典型例	具体的事例
① そもそも要求に理由がない又は商品・サービス等と全く関係のない要求	性的な要求や、就業者のプライバシーに関わる要求をすること	レストランで店員に対して、卑猥な言葉を使うよう要求すること
		従業員につきまとい、生年月日や住所等の個人情報を聞き出そうとすること
		訪問した市役所職員に業務に関係のない用事を依頼すること
		自社の創立記念イベントの手伝いに取引先の社員を動員すること
② 契約等により想定しているサービスを著しく超える要求	契約内容を著しく超えたサービスの提供を要求すること	ツアーコンダクターに観光ルートに入っていない場所に寄るよう要求すること
		レストランでメニューに掲載されていない料理を出すよう要求すること
		授業終了が遅くなったので、教員に子供を自宅まで送るよう要求すること

参考：「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」掲載の例示

県で作成した「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」において、「社会通念上許容される範囲を超えた言動」の例示がされている。詳細は各自で確認願いたい。

イ 言動の内容が社会通念上許容される範囲を超えるもの(つづき)

※記載されている例は一例です。

行為類型	典型例	具体的事例
③ 対応が著しく困難な又は対応が不可能な要求	契約金額の著しい減額の要求をすること	店員の対応が悪かったからとサービスを半額にするよう要求したり、促したりすること
		宅配で依頼したケーキが「つぶれていたから」と食べた後に無料にするよう要求すること
		ボランティア団体・町内会が月1回実施している清掃活動を毎日行うよう周辺の住民が要求すること
④ 不当な損害賠償要求	商品やサービス等の内容と無関係である不当な損害賠償要求をすること	購入した家電製品に不具合や故障がないのに、「精神的被害」を理由に高額な損害賠償を求めること
		駅で泥酔した客が駅員に財布を盗まれたと言いがかりをつけて損害賠償を要求すること
		取引先から納入された機器を不適切に使用したために使用できなくなったにもかかわらず、損害賠償を要求すること

参考：「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」掲載の例示

県で作成した「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」において、「社会通念上許容される範囲を超えた言動」の例示がされている。詳細は各自で確認願いたい。

□ 手段や態様が社会通念上許容される範囲を超えるもの

※記載されている例は一例です。

行為類型	典型例
① 身体的な攻撃(暴行、傷害等)	就業者に対して殴る、蹴る、叩く等の暴行を行うこと
	就業者に対して物を投げつけること
	就業者にわざとぶつかること
	就業者に対してつばを吐きかけること
② 精神的な攻撃(脅迫、中傷、名誉毀損、侮辱、暴言、土下座の強要等)	店舗の物を壊すことをほのめかす発言やSNS等のインターネット上へ悪評を投稿することをほのめかす発言によって就業者を脅すこと
	SNS等のインターネット上へ就業者のプライバシーに係る情報の投稿等を行うこと
	就業者の人格を否定するような言動を行うこと。相手の性的指向・ジェンダーアイデンティティに関する侮辱的な言動を行うことを含む
	土下座を強要すること
	盗撮や無断での撮影を行うこと
	就業者の性的指向・ジェンダーアイデンティティ等の機微な個人情報について、当該就業者の了解を得ずに他の者に暴露すること又は当該就業者が開示することを強要する若しくは禁止すること

参考：「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」掲載の例示

県で作成した「埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針」において、「社会通念上許容される範囲を超えた言動」の例示がされている。詳細は各自で確認願いたい。

□ 手段や態様が社会通念上許容される範囲を超えるもの(つづき)

※記載されている例は一例です。

行為類型	典型例
③ 威圧的な言動	大きな声をあげて就業者や周囲を威圧すること
	反社会的な言動を行うこと
④ 継続的、執拗な言動	就業者に同様の質問を執拗に繰り返すこと
	当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な責め立てをすること
	同様の電子メール等を執拗に繰り返し送りつけること
⑤ 拘束的な言動(不退去、居座り、監禁)	長時間に渡る居座りや電話で就業者を拘束すること

カスタマーハラスメントが生じる構図を理解する

カスタムにおいて対立する利害

消費者の権利行使 VS 担当者の人権・尊厳（個人） / 円滑な業務遂行（事業者）

大前提

- 消費者（条例では顧客等）と事業者（条例では就業者）の立場は「対等」
- 「お客様は神様」→事業者側のポリシー→消費者（顧客等）側が振りかざすのは間違い

CS対応の原則

- 多くの消費者の「声」を生かすことで、事業者は利益を得る→消費者の声を聴くことが原則
- 消費者の権利は、法律や契約書等で守られている場合もある→権利保障が原則
- 事業者と消費者（顧客等）の良好な関係が、持続可能な社会の実現に資する

事業者側の事情

- 利益を上げないと存続できない→全体最適、効率化・合理化せざるを得ない
- 事業を通じて、経営理念やミッションの実現→「できないこと」も当然ある
- 担当者は、「仕事」として、お客様に対応→個人の人権・尊厳を棄損される理由はない



安易なカスタム認定は厳禁

- 担当者の人権・尊厳侵害や円滑な業務遂行が害されていないのにカスタム認定した場合
→消費者の正当な権利を侵害しかねない

カスタム認定すべき場面

- 消費者の権利行使 < 担当者の人権・尊厳の保護・円滑な業務遂行阻害
→この場合には、カスタム認定され得る
- ※権利行使が行き過ぎて、従業員の人権・尊厳が毀損された場合にカスタム認定
- ※権利行使は正当な範囲で認められる→正当性がない場合は権利濫用・迷惑行為

カスタマーハラスメントが生じる構図を踏まえた基本理念（第3条第2項～同4項）

条例第3条 第2項（再掲）

何人も、カスタマーハラスメントを行ってはならない。

条例第3条 第3項（再掲）

カスタマーハラスメントの防止に当たっては、顧客等及び就業者が対等の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。

条例第3条 第4項

カスタマーハラスメントの防止に当たっては、顧客等の社会通念上許容される範囲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、当該要望の申出等が妨げられることのないように配慮されなければならない。

【ポイント】

- 就業者と顧客等は「対等な立場」・・・顧客等が優位にあるわけではない！

→同じ埼玉県民として、「相互に尊重し合う」ことを心がけましょう

- 顧客等の社会通念上正当な範囲での申出機会の確保の配慮等、CS対応の原則を条例で規定していることに注意

→安易なカスタハラ認定は厳禁＝初期対応は傾聴の姿勢で適切に行う

→障害者が顧客の場合は、障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（通称、障害者差別解消法）における「合理的配慮」が必要なので、慎重に対応すること

※正当な申入れや合理的配慮に関する内容は、県の指針P5～8を参照のこと

Ⅲ.埼玉県 カスタマーハラスメント防止条例 の理解



埼玉県カスタマーハラスメント防止条例の概要

【施行日:令和8年7月1日】

条例制定の目的

改正労働施策総合推進法(令和7年法律第63号。以下「改正法」という。)等ではカバーしていない個人事業主やボランティアなどを含めて幅広く働く人をカスタマーハラスメントから守ることにより、誰もが安心して働くことができる就業環境を整備し、事業者が安定した事業活動を継続できる環境を構築するとともに、顧客等の豊かな消費生活・公正な取引を促進する。

基本理念

- 1 カスタマーハラスメントは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 顧客等及び事業者が対等の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 顧客等の社会通念上許容される範囲の要望の申出等が妨げられることのないように配慮されなければならない。



定義

用語	定義・主な対象
カスタマーハラスメント	以下の3つの要件がそろったもの ①顧客等の言動、②社会通念上許容される範囲を超えたもの、③事業者の就業環境が害されること
事業者	事業主、ボランティア団体・町内会など営利を目的としない活動を行う団体、国・地方公共団体、個人事業主
顧客等	商品・役務の提供を受ける者やその可能性のある者、事業者の行う事業に関係を有する者
事業者団体	特定の事業分野の共通の利益を目指す団体(いわゆる業界団体)
就業者	労働者、ボランティア・町内会役員等、公務員、個人事業主

各主体の責務

主体	責務
県	カスタマーハラスメント防止施策を総合的に実施
顧客等	就業者に対する言動に必要な注意を払うよう努める
事業者	相談体制の整備など就業者の業務の管理上必要な措置、基本方針の作成・公表に努める
事業者団体	事業者の取組への必要な助言・協力その他の支援、基本方針の作成・公表に努める
就業者	基本方針を遵守するよう努める

県の主な施策

- ① 指針の作成・公表 カスハラの内容、各主体の責務に関する事項等を定めた指針の作成・公表
- ② 情報の収集・提供 カスハラ防止に関する取組の情報収集・提供
- ③ 相談・助言 各主体からのカスハラに関する相談への助言
- ④ 啓発活動 県民の関心と理解を深めるための啓発活動
- ⑤ 表彰 事業者・事業者団体の優良な取組への表彰

国の法律と条例の違い

	法律（労働施策総合推進法）	条例
目的	労働者の保護	社会（県内）全体でのルールの整備
対象	事業主、労働者、顧客等	事業者団体・事業者・就業者・顧客等
カスハラ定義	ほぼ共通（3要件）※労働者の文言	ほぼ共通（3要件）※就業者の文言
内容	主に事業主の責務 （被害防止＋加害防止）	各主体に責務を課す（顧客等に対しても）
特色	<p>事業主に対して体制整備を要請 （雇用管理上の措置義務）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 方針の策定・周知 2. 相談・対応体制の整備 3. 事案への対応要領等の整備（初期対応、カスハラ対応要領等） 4. 被害発生時の従業員への保護 5. 被害発生時の再発防止 	<p>社会全体でのルールの整備を通じて、個人事業主（一人親方含む）や小規模事業者、ボランティアスタッフ等を含めたカスハラ防止を実現</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 事業者団体の関与 2. 顧客に対する啓発・注意喚起 3. 県の多角的関与（県の責務も明記） 4. 県内でのカスハラ禁止 5. 表彰制度による取組促進

(参考) 埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針～法律と条例の違い

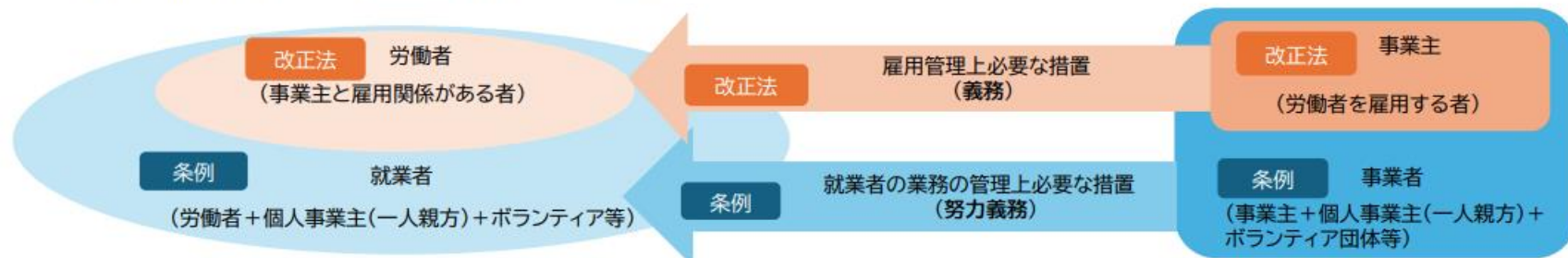
参考

<事業者の責務に係る改正労働施策総合推進法(令和7年法律第63号)と条例の違い>

○条例では、労働者を雇用する「事業主」に加え、「個人事業主(一人親方)」及び「ボランティア団体等」にも努力義務を課しています。

	改正労働施策総合推進法 (施行日:令和8年10月1日)	埼玉県カスタマーハラスメント防止条例 (施行日:令和8年7月1日)
定義	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業主(労働者を雇用する者) ● 労働者(事業主と雇用関係がある者) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業者(事業主+個人事業主(一人親方)+ボランティア団体等) ● 就業者(労働者+個人事業主(一人親方)+ボランティア等)
責務	①労働者の関心と理解を深める、研修の実施その他の必要な配慮をする(努力義務)	①就業者の関心と理解を深める、研修の実施その他の必要な配慮をする(努力義務)
	②相談体制の整備など、労働者の雇用管理上必要な措置を講じる(義務)	②相談体制の整備など、就業者の業務の管理上必要な措置を講じる(努力義務) <small>※ 令和8年10月1日以降は</small> <ul style="list-style-type: none"> ・事業主が労働者に対して行う措置は改正法により義務 ・個人事業主+ボランティア等に対して行う措置は条例により努力義務
	③他の事業主から労働者の雇用管理上必要な措置の実施に関し必要な協力を求められた場合、これに応ずる(努力義務)	③カスタマーハラスメントの防止への取組姿勢を示す基本方針を作成・公表する(努力義務)
	④国の講ずる広報活動等の措置に協力する(努力義務)	④他の事業者から就業者の業務の管理上必要な措置の実施に関し必要な協力を求められた場合、これに応ずる(努力義務)
	⑤県が行うカスタマーハラスメント防止施策に協力する(努力義務)	⑤県が行うカスタマーハラスメント防止施策に協力する(努力義務)

<事業者の責務のうち②に係る施行後の改正法と条例の関係(イメージ図)>



条例の全体像

第1条 目的

顧客と事業者の相互尊重→持続可能な社会の実現

第2条 定義

- (1) 事業者（個人事業主を含む）
- (2) 顧客等
- (3) 事業者団体
- (4) 就業者（事業を行う個人を含む）
- (5) カスタマーハラスメント

第3条 基本理念

- (1) カスタマーハラスメントの弊害→社会全体での防止
- (2) カスタマーハラスメントの禁止：主語＝何人も
- (3) 顧客等と事業者の関係性＝対等→相互尊重
- (4) CS推進→顧客等の正当な申出機会の確保

第4条 県の責務

カスタマーハラスメント防止施策の総合的な実施

第5条 顧客等の責務

- (1) カスタマーハラスメントに関する理解と関心を深め、就業者への言動に注意を払う
- (2) 県が実施する施策への協力するように努める

第6条 事業者の責務

- (1) カスタマーハラスメントに関する理解と関心を深め、カスタマーハラスメントを行わないように研修その他の配慮する
- (2) 業務管理上必要な措置を講じるように努める
- (3) 基本方針を作成し公表するように努める
- (4) 他の事業者が講じる業務管理上の措置への協力
- (5) 県が実施する施策への協力

第7条 事業者団体の責務

- (1) 事業者が行うカスタマーハラスメント防止対策への助言等
- (2) 事業者へのカスタマーハラスメント防止に向けた情報共有体制の整備に努める
- (3) 事業分野に関する基本方針の作成・公表に努める
- (4) 県が実施する施策への協力

第8条 就業者の責務

- (1) カスタマーハラスメントの理解を深め防止に資する行動をとるように努める
- (2) 事業者が行うカスタマーハラスメント防止の取組に協力
- (3) 事業者が作成した基本方針の遵守に努める

第9条 指針の作成及び公表

県はカスタマーハラスメント防止の推進に必要な指針を作成・公表

第10条 情報の収集及び提供

県はカスタマーハラスメント防止等に関する情報を収集し提供する

第11条 相談及び助言

県はカスタマーハラスメントに関する各主体からの相談に応じ、必要な助言を行う

第12条 啓発活動等

県は県民のカスタマーハラスメントへの理解促進の啓発等を実施

第13条 表彰等

県は事業者・事業者団体が行うカスタマーハラスメント防止に向けた取組について表彰を行う

第14条 その他の措置→県はその他の必要な措置を講ずる

第15条～第17条（関係機関等の連携・財政措置）など

条例を踏まえた整理～各主体の責務

県の責務（第4条）：カスタマーハラスメント防止施策の総合的な実施

1. 指針の作成及び公表（第9条）
2. 情報の収集及び公表（第10条）
3. 相談及び助言→相談窓口の設置（第11条）
4. 啓発活動等（第12条）
5. 表彰等（第13条）
6. その他の措置（第14条）
7. 関係機関及び市町村との連携（第15条、第16条）
8. 財政上の措置（第18条）

事業者の責務（第6条）

1. カスタマーハラスメントに関する理解と関心を深め、カスタマーハラスメントを行わないように研修その他の配慮する
2. 業務管理上必要な措置を講じるように努める
3. 基本方針の作成し公表するように努める
4. 他の事業者が講じる業務管理上の措置への協力
5. 県が実施する施策への協力

事業者団体の責務（第7条）

1. 事業者が行うカスタマーハラスメント防止対策への助言・支援等
2. 事業者へのカスタマーハラスメント防止に向けた情報共有体制の整備に努める
3. 各事業分野に関する基本方針の作成・公表に努める
4. 県が実施する施策への協力

就業者の責務（第8条）

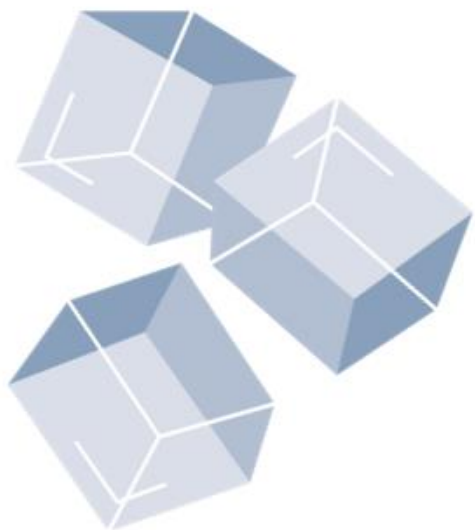
1. カスタマーハラスメントの理解を深め、カスタマーハラスメントの防止に資する行動をとるように努める
2. 事業者が行うカスタマーハラスメント防止の取組に協力するよう努める
3. 事業者が作成した基本方針の遵守に努める

顧客等の責務（第5条）

1. カスタマーハラスメントに関する理解と関心を深め、就業者への言動に注意を払う
2. 県が実施する施策に協力するように努める

県が様々な施策を実施→自社での対策も進めつつ、積極的に利用すべし！

顧客等の責務



条例の基本構造を踏まえたポイント～①顧客等と就業者は相互に尊重しあうことが大切

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第5条

- 1 顧客等は、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、就業者に対する言動に必要な注意を払うよう努めなければならない。
- 2 顧客等は、県が実施するカスタマーハラスメント防止施策に協力するよう努めなければならない。

考え方

- カスハラが発生を防止するに当たり、カスハラの行為者となり得る顧客等には、カスハラの内容をはじめ、就業者や事業者への影響について、関心と理解を深めることが求められます。
- 顧客等は、就業者に対し、要望を行うに当たっては、就業者と対等の立場であることを認識し、相手を思いやり、尊重し合うことが重要です。
- 顧客等は、カスハラに該当する言動を行わないよう、就業者に対して必要な注意を払うよう努めなければなりません。
- 顧客等は、県が実施するカスハラに関する情報提供や啓発活動へ関心を持ち、理解を深めることにより、適切な対応を心掛けることが期待されます。

顧客側が勘違いしやすい点

- 「私は客だ」、「金を払っている」と特権意識をもってしまいがち
→しかし、代金は商品やサービスの対価であり、顧客側も享受していることを忘れない
→「お金を払っていれば、相手方に何をしてもよい、何を言ってもよい」ということではない
- 「接客態度」はマナーの問題→明らかな粗相がない限り、指摘するのは筋違い
→条例の趣旨 = 相互尊重・・・顧客側の態度・物言いも配慮が必要

事業者の責務



条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～①「カスタマーハラスメント」の捉え方

実務でよく聞かれる声：「クレームとカスハラの違いが曖昧」

これは、「クレームかカスハラか」という2分論に基づく発想

この発想では、

- ① 正当なクレーム以外は「カスハラ」と考えてしまう→カスハラの範囲が広がりかねない
- ② 本来「カスハラ」なのに「正当なクレーム」の範疇として我慢→カスハラ被害を助長

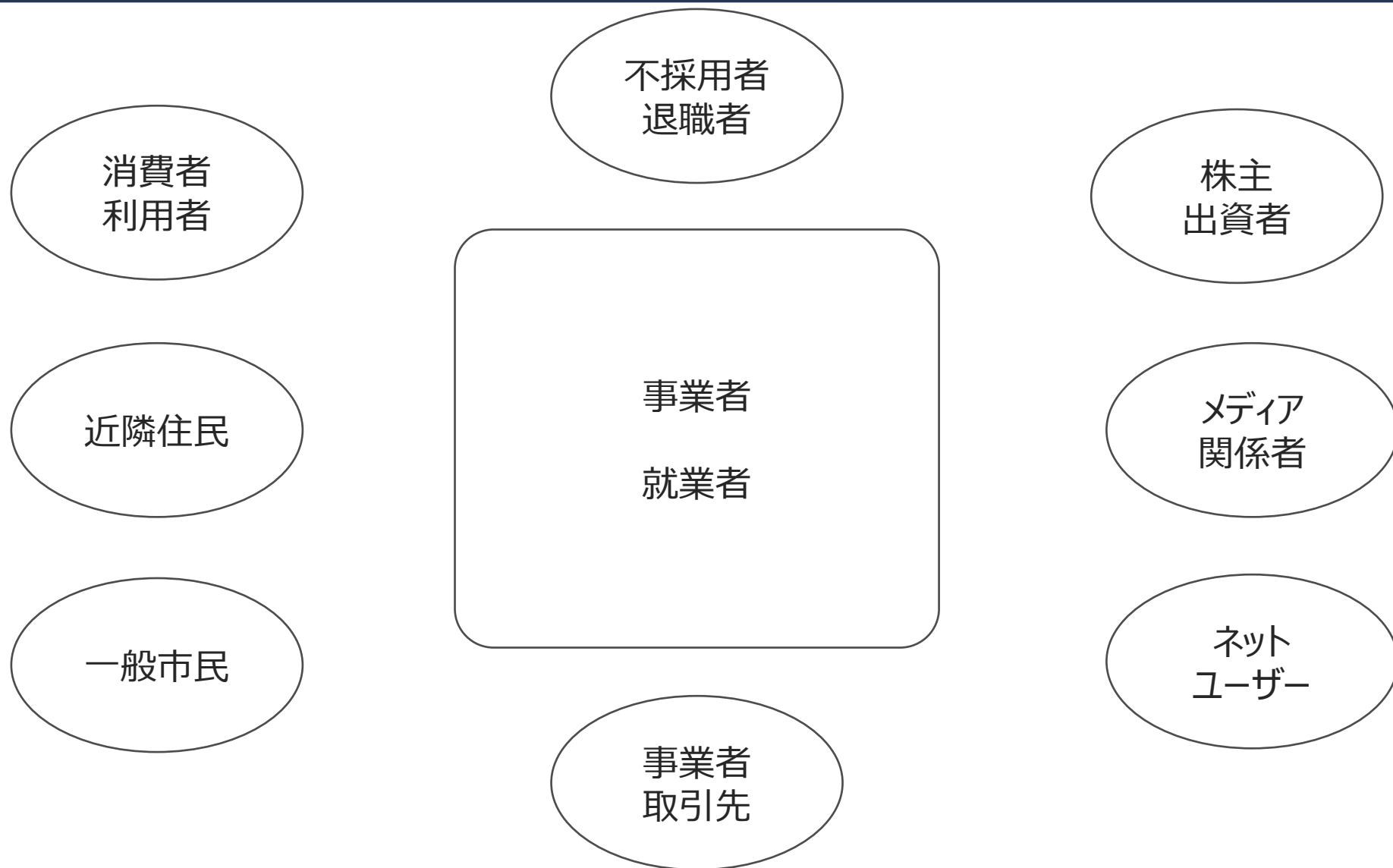
実務における ポイント①

- 条例の趣旨 = 事業者と顧客等の相互尊重による持続可能な社会の実現
→どちらに転んでも、弊害を生みかない2分論的発想は避けるべき
- 「就業環境を害する」という要件を満たさないと、カスハラにはならない
→社会通念上許容される範囲を超える言動は、不当行為や不当要求と整理し、それが「就業環境を害する」状況になった段階でカスハラ認定する

実務における ポイント②

- 条例の趣旨 = 事業者と顧客等の相互尊重による持続可能な社会の実現
→**正当な申出機会の確保は条例でも規定されており、傾聴のスタンスは重要**
- 「就業環境を害する」という要件を満たさないと、カスハラにはならない
→事業者側、就業者等は、明確に意思表示をすることを心がける
→「止めてください」等、対応マニュアルの中で、明確化しておく

(参考) カスタマーハラスメントは様々な場面で起こる



条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～②研修の実施その他必要な配慮

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第6条

- 1 事業者は、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就業者の関心と理解を深めるとともに、その事業に関して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、研修の実施その他の必要な配慮をするよう努めなければならない。

考え方

- カスハラ防止に当たっては、まず、事業者自身が、カスハラの内容をはじめ、就業者や事業者への影響について、関心と理解を深めることが求められます。
- 就業者や事業者への影響としては、就業者の意欲の低下などによる職場環境の悪化や職場全体の生産性の低下、就業者の健康状態の悪化、休職や退職などにつながり得ること、これらに伴う経営的な損失等が考えられます。
- また、事業者の業務に従事する就業者が、事業者間取引において、顧客として対応する場合に、他の就業者に対してカスハラを行わないよう、事業者は、研修の実施その他の必要な配慮に努めなければなりません。
- 「その他の必要な配慮」とは、例えば就業者が事業者間取引において、顧客として対応する場合に、管理監督者等が就業者の対応を確認することなどが想定されます。

研修すべき内容

- ① 「カスハラ」の概念や捉え方・・・事業者と顧客との相互尊重のスタンスで
- ② カスハラへの対応マニュアル・・・組織としての対応フロー等も含めて
- ③ 「カスハラをしない」ことの意識づけ・・・就業者であるとともに、消費者でもある

その他の必要な配慮

- ポスターの掲示等も、カスハラ予防に効果あり→就業者へのイメージ付けにもなる
- 事業者間で、相手方にカスハラをしないための意識づけとしては、ガイドラインの作成も有用であるし、契約書等で相互にカスハラ予防に努めることを明記するのも一案

(契約書文例案)

第〇〇条 適正取引の実現

甲及び乙は、相互に相手方の役員・従業員その他の業務従事者（以下、従業員等という）の人権・尊厳を尊重するとともに、円滑な業務の遂行を妨げないように、協力・配慮しなければならない。

2. 甲及び乙は、相手方の従業員等に対して、社会通念上相当な範囲を超える要求や対応、ハラスメントに当たるような言動（以下、カスタマーハラスメント等）を慎むとともに、そのような行為がなされないように、自社の従業員に教育・研修を行うものとする

3. 前項に該当する行為があったと自社従業員等から申告・相談があった場合は、甲及び乙は、相手方に対して、事実関係の調査への協力又は事実関係の報告を求めることができる

4. カスタマーハラスメント等について、相手方から、調査協力又は報告を求められた場合には、甲及び乙は、誠実にこれに応じなければならない

5. 調査又は報告の結果、自社従業員へのカスタマーハラスメント等が認められた場合には、甲及び乙は、相手方に対して、当該事態の是正を求め、又は取引の停止等、カスタマーハラスメント等の被害防止に向けた対策を実施することができる

6. 前項の規定により、甲又は乙が、相手方に対して、事態の是正を求め又は取引の停止等の被害防止措置を実施した場合、相手方は、それによる損害の賠償を請求することはできない

(参考) カスハラに関する研修の重要性

研修に関しても、クレーム（接客・接遇）対応研修は実施していても、カスハラに関する研修を行っている事業者は、それほど多くない・・・訓練もせずに、現場対応できるほど甘くはない。それでは被害を防げない

カスハラ対応研修の 意義と重要性

- カスハラ研修 = 従業員に「自分の守り方」と「カスハラとの戦い方」を教えるもの
- 接客・接遇のレベルを上げ、顧客満足（CS）に向けた対応力を強化するための「クレーム対応研修」も必要だが、それだけでは従業員は守れない
- CSのスタンスを維持しつつ、カスハラになったときにどうするかを明確に伝える
→グループワークやロールプレイングを入れて、できるだけ「リアル」に行う

カスハラ対応に おける落とし穴 (ミスしやすい ポイント)

初期対応で事実
確認精度が甘い

- ・初期対応における対応のポイントを理解させる
- ・事実確認の精度向上のための着眼点をレクチャーする

論理のすり替えに
気づかない

- ・不当要求者の手口や交渉術を教える
- ・対応時の考え方や、不当要求者特有の論法の捌き方を教える

対応の打ち切り
方が分からない

- ・打ち切りや進め方を明確化・統一し、指導する
- ・警察対応のやり方も指導する

ハラスメント防止 研修としての カスハラ防止研修

- カスハラ被害の深刻さや、経営に及ぼす影響を役員・幹部が認識することが、カスハラ対策推進の肝→ハラスメントの一つとして、役員・幹部にも研修する
- カスハラ加害防止の観点から、どのようなことが取引先に対するカスハラになりうるか（類型）、どのような対応すべきか（対応要領・行動指針）を研修する

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～③相談体制の整備その他の業務管理上の措置

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第6条

2 事業者は、就業者からのカスタマーハラスメントに係る相談に応じ、適切に対応するために^{〈1〉}必要な体制の整備、^{〈2〉}カスタマーハラスメントの防止に関し、実効性を確保するために必要なその抑止のための措置その他の^{〈3〉}就業者の業務の管理上必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

考え方

〈1〉必要な体制の整備

- 事業者は、就業者からのカスハラに係る相談に対し、その内容や状況に応じ適切かつ柔軟に対応するために必要な体制の整備として、次の措置を講ずるよう努めなければなりません。

イ 相談への対応のための窓口(以下「相談窓口」という。)をあらかじめ定め、就業者に周知すること。

職場における他のハラスメントの相談窓口と一体的に設置をすることも考えられます。

相談窓口をあらかじめ定めていると認められる例

相談に対応する担当者をあらかじめ定めること。(相談対応者として管理監督者等を定めることも考えられる。)

相談に対応するための制度を設けること。

外部の機関に相談への対応を委託すること。

窓口の整備

- 実務的には2種類・・・「対応相談」「被害相談」→性質は若干異なる
- 外部である必要はないので、「対応相談窓口」については、社内でのエスカレーション窓口を決める。個人事業主等は、元請けや県の窓口等を積極的に利用する

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～③相談体制の整備その他の業務管理上の措置

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

□ イの相談窓口の担当者が、相談に対し、その内容や状況に応じ適切に対応できるようにすること。

相談窓口においては、相談を行った就業者の心身の状況や顧客等の言動が行われた際の受け止めなどその認識にも配慮しながら、職場におけるカスハラが現実には生じている場合だけでなく、その発生のおそれがある場合や、職場におけるカスハラに該当するか否か微妙な場合であっても、広く相談に対応し、適切な対応を行うことが必要です。例えば、放置すれば就業環境を害するおそれがある場合等が考えられます。

なお、相談を行った就業者のプライバシーの保護のために必要な措置を講ずるとともに、就業者が相談を行ったことを理由として解雇その他不利益な取扱いをされない旨を定め、周知することが重要です。

相談窓口の担当者が適切に対応することができるようにしていると認められる例

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関係部門とが連携を図ることができる仕組みとすること。

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などを記載したマニュアルに基づき対応すること。

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こと。

窓口担当者への 研修

- 窓口は設置すればよいわけではない→受け皿が脆いと、カスハラ被害から守れない
- 「対応相談窓口」と「被害相談窓口」では、それぞれ、相談受理後の対応も異なる場合がある。特に事業者間でのカスハラへの対応は内部通報対応の知見が必要。

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～③相談体制の整備その他の業務管理上の措置

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

〈2〉カスタマーハラスメントの防止に関し、実効性を確保するために必要なその抑止のための措置

- 事業者は、カスハラを抑止のための措置として、就業者に対し過度な要求を繰り返すなど特に悪質と考えられるものへの対処の方針をあらかじめ定め、管理監督者等を含む就業者に周知するとともに、当該方針において定めた対処を行うことができる体制を整備するよう努めなければなりません。

特に悪質と考えられるものへの対処の例

暴行、傷害、脅迫などの犯罪に該当し得る言動については、警察へ通報すること。

行為者に対して警告文を発出すること。

法令の制限内において行為者に対して商品の販売、サービスの提供等をしないこと。

行為者に対して店舗及び施設等への出入りを禁止すること。

民事保全法(平成元年法律第91号)に基づく仮処分命令を申し立てること。

※ 対処の内容を検討するに当たっては、各業法等による定めがある場合等、業種・業態等により必要な対応が異なる場合があることに留意しつつ、それぞれの状況に応じた方針を定めることが効果的です。

措置を講じていると認められる例

カスハラのうち、特に悪質と考えられるものへの対処の方針を定め、就業者に対して周知すること。加えて、当該対処を講ずることができるよう、関係部門間の連携等の体制を整備すること。

カスハラへの対応マニュアルの整備が必須

- カスハラ被害防止のための実効性確保→最終的には対応を打ち切らざるを得ない
- 出入り禁止や取引停止等の処置 = 非常に強い措置で、消費者への不利益大きい
→事業者としては、その措置を取ったことが合理的であったことを担保しておくべき
→「対応のプロセス」と「判断基準」を明確にして、標準化・明確化する

ツールの整備も検討

- 録音機器の準備→実際の対応時における証拠保全
- 警告書の発出→文書のひな形の準備 など

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

〈3〉就業者の業務の管理上必要な措置

- 事業者は、カスハラに係る相談の申出があった場合において、その事案に係る事実関係の迅速かつ正確な確認及び適正な対処として、次の措置を講じるよう努めなければなりません。

イ 事案に係る事実関係を迅速かつ正確に確認すること。

事業者は、就業者からカスハラに係る相談の申出があった場合は、その事案に係る事実関係を迅速かつ正確に確認することが必要です。

カスハラの行為者が他の事業者又は他の事業者が雇用する就業者である場合には、必要に応じて、他の事業者に事実関係の確認への協力を求めることが考えられます。

事案に係る事実関係を迅速かつ正確に確認していると認められる例

第6条第3項に基づき定める基本方針を踏まえ、管理監督者等がその場で事実関係を確認し対応すること。

相談窓口の担当者が、相談者から事実関係を確認すること。また、必要に応じて、周囲の就業者からも事実関係を聴取したり、録音・録画等の客観的な証拠を確認したりする等の措置を講ずること。その際、顧客等の個人情報適切に取り扱うこと。加えて、必要かつ可能な場合には行為者からも事実関係を聴取することも考えられる。

事実確認の 重要性

- 事実確認→カスハラ対応に限らず、お客様対応全般において必要なスキル
- CS研修等を通じて、事実確認の精度を上げることが最重要だが、カスハラに関する事実確認という観点からは、「顧客等」により、「社会通念上許容される範囲を超える言動が行われたこと」を明確にしておく必要があるため、録音・録画等も活用する

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

□ 速やかに被害者に対する配慮のための措置を適正に行うこと。

イにより、カスハラが生じた事実が確認できた場合においては、速やかに被害者に対する配慮のための措置を適正に行う必要があります。

措置を適正に行っていると認められる例

第6条第3項に基づき定める基本方針の内容を踏まえ、事案の内容や状況に応じ、管理監督者等々が被害者に代わって対応すること、被害者と行為者を引き離すこと等の措置を講ずること。

事案の内容や状況に応じ、行為者に対応する担当者の変更又は複数人で対応すること。

被害者と行為者を引き離すための配置転換、管理監督者等又は事業場内産業保健スタッフ等による被害者のメンタルヘルス不調への相談対応等の措置を講ずること。

暴行、傷害、脅迫などの犯罪に該当し得る言動については警察へ通報することや、法的な手続が必要な場合には法務部門等と連携し、弁護士へ相談することも考えられる。

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～④基本方針の作成・公表

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第6条

3 事業者は、その事業に関してカスタマーハラスメントの防止への取組姿勢を示す基本方針を作成し、公表するよう努めなければならない。

考え方

- 事業者は、カスハラ防止への取組姿勢を示す基本方針を明確化し、就業者に対し周知・啓発するとともに、対外的に公表するよう努めなければなりません。
- 基本方針を明確化することにより、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ます。また、基本方針を公表することにより、顧客等からのカスハラを抑止する効果も期待されます。
- カスハラの発生の原因や背景には、商品・サービス・接客等における問題や顧客等とのコミュニケーションの不足などもあると考えられます。そのため、職場においてこれらを幅広く解消していく取組を進めることも、カスハラ防止の効果をも高める上で重要であることに留意することが必要です。
- カスハラ防止に当たっては、基本方針だけでなく、カスハラの内容・対処の内容を定めるマニュアルをあらかじめ定め、管理監督者等を含む就業者に周知することが望まれます。
- 事業者が基本方針を明確化し、就業者に周知・啓発するため、次の措置を講ずる必要があります。

基本方針に
盛り込むべき事項

- ① 自社における「カスタマーハラスメント」の定義
- ② カスタマーハラスメントに当たりうる行為等（行為類型）の整理・明示
- ③ カスタマーハラスメントにが発生した場合の対応に関する会社の方針・意向
- ④ カスタマーハラスメントの予防に向けた会社としての取組姿勢・意向

作成に当たっての
ポイント

- 県の「カスタマーハラスメント防止に関する基本方針・対応マニュアル作成のための手引き〈事業者・事業者団体向け〉」等を参照の上、作成する

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～④基本方針の作成・公表

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

イ カスタマーハラスメントには毅然とした態度で対応し、就業者を保護する旨の基本方針を明確化し、管理監督者を含む就業者に周知・啓発するとともに、当該方針を公表すること。

基本方針を明確化し、就業者に周知・啓発、公表していると認められる例

社内報、パンフレット、社内ホームページ等広報又は啓発のための資料等にカスハラには毅然とした態度で対応し、就業者を保護する旨の基本方針を記載し、配布等すること。なお、トップメッセージとして当該方針を広く社内に発信することも考えられる。

カスハラには毅然とした態度で対応し、就業者を保護する旨の基本方針を就業者に対して周知・啓発するため、口において定めるカスハラへの対処の内容と併せて研修、講習等を実施すること。

作成した基本方針を会社ホームページ等への掲載や店頭での掲出により公表すること。

※ カスタマーハラスメントを防止し、顧客と働く人が相互に尊重し合える社会を実現するためには、全ての事業者が防止対策に取り組むことが重要です。

そこで、事業者が独自に基本方針を作成することが困難な場合には、事業者団体等が作成した基本方針を準用して事業者の基本方針とすることも差し支えありません。

条例の趣旨を踏まえた 作成

- 基本方針を作成する際には、顧客等の意見や要望を尊重しつつも、カスハラには毅然と対応することを記載する
- 注記にあるように、作成に当たっては、県作成の基本方針のひな型や、所属する事業者団体が基本方針を作成・公表している場合には、その基本方針が参考になる

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～④基本方針の作成・公表

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

□ カスタマーハラスメントの内容及び対処の内容をあらかじめ定め、就業者に周知することが望ましい。

- 対処の内容については、カスハラが発生し、その場で就業者から管理監督者等に報告があった場合や管理監督者等が現認した場合は、当該管理監督者等が直ちに適切な対応を行うことが必要な場合もあることを踏まえ、その内容を定めることが重要です。
- 当該事業所において発生しやすいカスハラの例や、商品・サービス・接客等における問題や顧客等とのコミュニケーションの不足などがカスハラの原因や背景となり得ることを併せて周知することも考えられます。

対処の内容の例

就業者から管理監督者等に直ちに報告し、その場の対応の方針について指示を仰ぐこと。

可能な限り就業者を一人で対応させないこと。また、必要に応じて当該就業者に代わって管理監督者等が対応すること。

顧客等とのやり取りを録音・録画すること。

就業者から十分な説明を行った上で、なお繰り返しの要求が続く場合には、一定の時間の経過をもって退店を求めること。

暴行、傷害、脅迫などの犯罪に該当し得る言動については、警察へ通報すること。

対処の内容等を定め、就業者に周知していると認められる例

カスハラへの対処の内容を定め、当該規定と併せて、カスハラの内容を就業者に対して周知すること。

顧客対応に関するマニュアル等に、カスハラの内容及びカスハラへの対処の内容を記載し、就業者に対して周知すること。

カスハラの内容及びカスハラへの対処の内容を就業者に対して周知するための研修、講習等を実施すること。

基本方針の作成・ 公表の意義

- 基本方針の公表→カスハラ対策としては非常に重要
- 対顧客等への効果：カスハラを抑止に向けた「けん制」効果→事前告知による抑止
- 対就業者への効果：事業者としての「就業者保護」の宣言→就業者への安心感
- 実務的意義：国の法律でも実質義務化→作成・公表することで法令遵守を実現

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～⑤県が実施する施策への協力等

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第6条

4 事業者は、他の事業者から当該他の事業者の講ずる第二項の措置の実施に関し必要な協力を求められた場合には、これに応ずるよう努めなければならない。

考え方

- 事業者は、事業者間取引を行った相手方の事業者から、カスハラに該当する行為の事実確認や業務に従事させている就業者に対し当該行為の中止等を求められた場合に、必要な対応を行うよう努めなければなりません。

条例 第6条

5 事業者は、県が実施するカスタマーハラスメント防止施策に協力するよう努めなければならない。

考え方

- 事業者は、社会経済活動における主要な役割を果たす存在として、その影響力は大きいものと考えられます。事業者は、県が実施するカスハラに関する情報の収集及び提供や啓発活動等へ協力することで、社会全体のカスハラ防止に寄与するよう努めなければなりません。

事業者団体の責務



条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～①事業者が行うカスタマーハラスメント防止対策への助言・支援等

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第7条

1 事業者団体は、基本理念にのっとり、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の防止に関する取組について、必要な助言、協力その他の支援を行うよう努めなければならない。

考え方

- 本県は中小企業者、とりわけ従業員の数9人以下の小規模の事業者が多数を占める特性があることから、これらの事業者のカスハラに対する取組を支援する主体である事業者団体の責務を規定しています。
- カスハラは業種や業態によって様々に異なるため、事業者団体が業界特有の事情や背景等を踏まえて、団体に所属する事業者のカスハラ防止の取組を支援するよう努めなければなりません。
- 例えば、事業者がカスハラの内容・対処の内容を定めるマニュアルを作成しようとする際、事業者団体が、県の対応マニュアル作成のための手引きを参考にその業種や業態の特性を踏まえ作成したマニュアルを提示することや、マニュアルの作成経験に基づいた助言や作成支援を行うこと等が考えられます。
- また、団体に所属する事業者や就業者を対象とした研修の開催や、弁護士などと連携した相談窓口の設置なども支援策として考えられます。

事業者団体の重要性

- 小規模事業者が多い県内の状況を踏まえると、事業者団体の役割が重要
- 個人事業主やボランティアについては、特に、職業団体等による支援が必要
- 業界の発展のためには、カスハラ防止は必須→事業者団体としても重要な使命

相談窓口設置を推奨

- 小規模事業者が最も悩ましいのは相談先がないこと→顧問弁護士がいないケースも
- 外部窓口の設置は小規模事業者や個人事業主には費用面でハードル高い→ここをケアするのが、事業者団体としての存在意義を示しやすい= 窓口設置を推奨

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～②事業者への情報共有体制の整備

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第7条

2 事業者団体は、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の防止に関する取組について、必要な情報をその構成員である他の事業者と共有する体制を整備するよう努めなければならない。

考え方

- 事業者団体は、業界特有の事情や背景等を踏まえて、団体に所属する事業者のカスハラ防止に必要な情報を共有するよう努めなければなりません。
- 例えば、構成員である事業者の先行する取組事例を他の事業者と機関紙等で共有したり、事業者団体が構成員である事業者に対してカスハラに係る調査を行った時には、その結果を構成員である事業者にホームページ等で共有するなど、事業者団体として必要な情報を共有するための仕組みを整備することが考えられます。

事業者団体としての 存在意義の発揮

- 定期的な会合や勉強会、機関紙やメルマガ等で、カスハラに関する情報を発信・共有することは、カスハラ被害の防止にも有効
- 個人事業主やボランティアについては、事業者団体・職業団体への加入もカスハラ対策の有効な手段と認識し、有効に活用することも選択肢の一つ

事業者団体としての 調整機能

- 事業者への情報発信・情報共有だけでなく、事業者からのカスハラの実態や被害等に関する情報収集・集約を通じて、上部団体や各種関係機関に、カスハラ対策実施に向けた支援を求めていくことも、事業者団体としては非常に重要

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～③基本方針の作成・公表

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第7条

3 事業者団体は、その事業分野に関してカスタマーハラスメントの防止への取組姿勢を示す基本方針を作成し、公表するよう努めなければならない。

考え方

- 事業者団体は、業界特有の事情や背景等を踏まえて、団体に所属する事業者に先行してカスハラ防止への取組姿勢を示す基本方針を作成し、事業者に周知・啓発、公表するよう努めなければなりません。
- 事業者団体が作成した基本方針を基に構成員である事業者が基本方針を作成することが期待されます。
- カスハラ防止に当たっては、基本方針だけでなく、カスハラの内容・対処の内容を定めるマニュアルをあらかじめ定め、構成員である事業者に周知することが望まれます。

基本方針を明確化し、事業者に周知・啓発、公表していると認められる例

機関紙等にカスハラには毅然とした態度で対応し、就業者を保護する旨の基本方針を記載し、配布等すること。

カスハラには毅然とした態度で対応し、就業者を保護する旨の基本方針を就業者に対して周知・啓発するため、カスハラへの対処の内容と併せて研修、講習等を実施すること。

作成した基本方針を団体ホームページ等への掲載により公表すること。

※ 既に全国組織の事業者団体が基本方針を作成・公表している場合には、当該基本方針を事業者団体の基本方針として取り扱うことも差し支えありません。

事業者の基本方針との違い

- 事業者の基本方針→自社におけるカスハラへの対応方針・意向を明示
- 事業者団体の基本方針→加盟事業者への支援や団体としての取り組みを明示
- 基本方針公表の意義：事業者に後ろ盾がある印象を与えるため、けん制効果大
- 作成にあたっては、県の「事業者団体向け」のひな型が参考になる

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～④県の施策への協力

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第7条

4 事業者団体は、県が実施するカスタマーハラスメント防止施策に協力するよう努めなければならない。

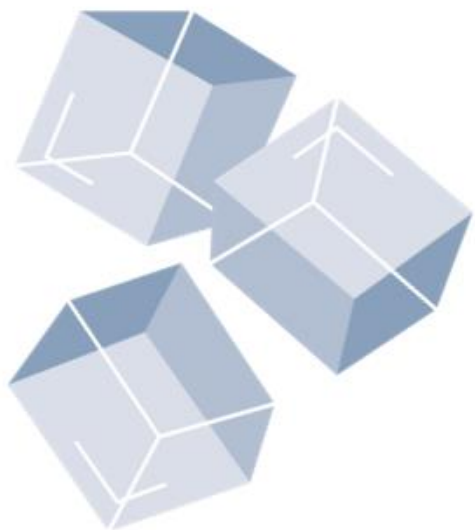
考え方

- 事業者団体は、社会経済活動における重要な役割を果たす存在として、その影響力が大きいと考えられます。事業者団体は、県が実施するカスハラに関する情報の収集及び提供、啓発活動等への協力など、カスハラ防止に寄与するよう努めなければなりません。

埼玉県カスタマーハラスメント防止条例の 特色

- 事業者のみならず、事業者団体もカスハラ防止に向けた主体の一つとして位置付けた・・・県内の事業者の特性を踏まえると、非常に効果的な方法
- 事業者団体としては、事業者団体としての社会的使命を果たすべく、条例の趣旨を踏まえて、事業者・就業者の支援・保護に注力する

就業者の責務



条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～①就業者の範囲

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第2条

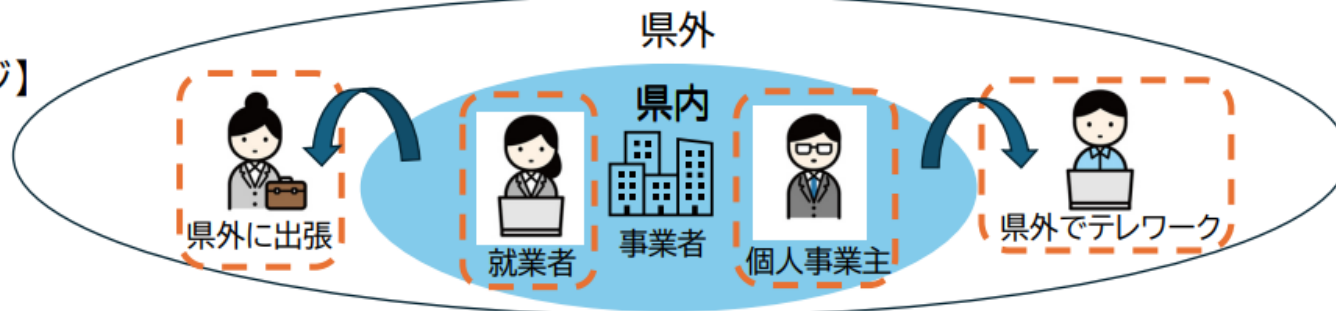
四 事業者の行う事業に係る業務に従事する者(事業を行う個人を含む。)をいう。

考え方

- 「就業者」とは、労働基準法(昭和22年法律第49号)の「労働者」だけではなく、有償・無償を問わず事業者の行う事業に係る業務に従事する全ての者をいいます。ボランティアなど無償で働く者も含まれます。
- 県内で働く場合だけではなく、県外に出張して仕事を行う場合やテレワークを県外で行う場合の就業者も含まれます。

【就業者に該当する者のイメージ】

※点線枠で囲った者がいずれも
就業者に該当



埼玉県カスタマーハラスメント防止条例の 特色

- 国の法律は雇用関係を前提に、事業主に「労働者の保護」のためのカスハラ対策を義務化
- 埼玉県カスタマーハラスメント防止条例は、雇用関係にない就業者（個人事業主、一人親方、ボランティア活動をしている個人）等もカスハラから保護
→県の施策（セミナー、総合相談窓口、コンサルタント派遣等）を最大限利用する

(参考) 事業者間でのカスタハラへの対応

事業者間でのクレーム対応・不当要求対応においては、
「要求」が誰の要求なのかを確認することが、特に重要となる

・・・担当者がメンツ等を維持したいがための個人的な要求をしてくる場合がある

事実確認 を徹底

- 法人間での不当要求・カスタマーハラスメントが絡むケースでは、特に、直接その現場に居合わせていない場合がほとんどであるため、特に詳細に事実確認を行うことが重要である
→「話を聞くに徹する」「現地・現物」等のセオリーの徹底

「要求」の 明確化

- 「要求」については、担当者としてのご意向なのか、法人としての意向なのかを確認
- 不当要求（サービス外の要求）に当たると思われる場合は、「当社も会社として検討しないといけないので、書面でいただけますか」と牽制をする
→コンプライアンス違反とも言われかねない内容のものを書面では出しにくい

記録の 重要性

- 対応の際は、「記録のため」として録音をしておく
- 日頃、口頭でやり取りをしても、トラブル発生時やクレームが寄せられた場合は、メール等の文字ツールも残し、記録・証拠保全に努める

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～①顧客等への配慮

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第8条

1 就業者は、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、その業務に関して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なければならない。

考え方

- カスハラ防止に当たって、顧客等と接する就業者には、カスハラの内容をはじめ、就業者や事業者への影響について、関心と理解を深めることが求められます。
- 「カスタマーハラスメントの防止に資する行動」とは、就業者の顧客等への不適切な対応がカスハラの発生原因となることがあり得るため、初期の段階でカスハラに発展しないよう、顧客等の心理に配慮した言動を行うことをいいます。
- 就業者は、顧客等と就業者が対等であることを前提として、顧客等への伝え方を工夫するなど、カスハラ防止のために適切な対応に努めなければなりません。

カスハラありきではない

顧客等とは対等の立場

- 就業者の対応が顧客等を怒らせ、暴言等のカスハラに発展していくケースも少なくないことに留意が必要です…どうしても自分が被害者になる面ばかり目が行きがち
→「カスタマーハラスメントの防止に資する行動」とは、日々の接客・対応において、就業者側の接客態度や言葉遣いが、お客様を怒らせることがないように留意すべきという意味
- 「相互尊重」という条例の趣旨からは重要な規定…今一度CS面の強化・見直しを
- 先入観をもって対応しない…「以前、カスハラがあったから」とかバイアスが入りがち
- 対等の立場→社会通念上許容される範囲を超えた場合は毅然と対応

条例の基本構造を踏まえた体制整備上のポイント～②事業者が行う施策への協力義務

(埼玉県カスタマーハラスメント防止に関する指針)

条例 第8条

2 就業者は、その業務に関して事業者が行う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なければならない。

考え方

- 事業者が行うカスハラ防止に関する取組の実効性を高めるには、就業者一人一人がその取組の目的や内容を理解し、協力するよう努めなければなりません。

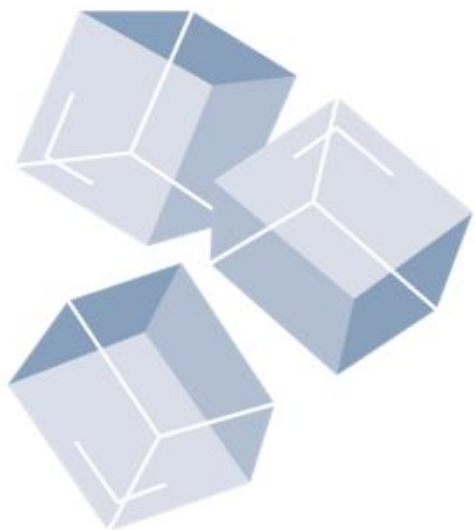
条例 第8条

3 就業者は、事業者が第6条第3項に規定する基本方針を作成した場合には、当該基本方針を遵守するよう努めなければならない。

考え方

- 事業者が行うカスハラ防止に関する取組の実効性を高めるには、就業者一人一人が事業者が作成した基本方針の内容を理解し、事業者の方針を遵守するよう努めなければなりません。

VI. まとめ



埼玉県カスタマーハラスメント防止条例の狙い

事業者と顧客等との「良好な関係の構築」を通じて、
事業者と顧客等が「相互に尊重し合える社会」の実現を目指す

条例の 特徴

- 「何人もカスタマーハラスメントをしてはならない」と明記して、カスタマーハラスメントのない地域社会を目指している
- 雇用関係を前提とせず、個人事業主（一人親方を含む）、ボランティアなども、対象とした
- 就業者と顧客等との関係を「対等」と明記

カスタマー ハラスメント 防止の為に

- 県としても積極的にカスタマーハラスメント防止施策を実施
→積極的に利用すべき
- カスタマーハラスメントによる影響・弊害を理解し、一人ひとりが、カスタマーハラスメントの防止に努める