

カスタマーハラスメント防止に 関するガイドライン（指針）〔案〕

第1 カスタマーハラスメントの目的に関する事項

- 1 カスタマーハラスメント防止対策の基本理念

第2 カスタマーハラスメントの内容に関する事項

- 1 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の禁止
- 3 顧客等への配慮

第3 各主体（事業者、就業者及び顧客等）の責務に関する事項

- 1 各主体の定義
- 2 各主体の責務

第4 県の施策に関する事項

- 1 県の責務
- 2 県が実施する具体的な取組

第5 事業者の取組に関する事項

- 1 事業者に期待する取組

第6 その他

- 1 見直し規定

1 カスタマーハラスメント防止対策の基本理念

- 1 カスタマーハラスメントは、就業者の心身を害する行為であるとともに、職場環境を悪化させるものであり、事業者においても就業者の生産性や意欲の低下、人材の流出、事業者イメージの悪化等、経営的に大きな損失を被るものであるため、社会全体でカスタマーハラスメント防止に向けた対策を実施する。
- 2 就業者と顧客等が対等な立場において、お互いに尊重する。

＜骨子 (4) 基本理念＞

- カスタマーハラスメントは、就業者の職場環境の悪化、事業者に大きな損失を与えるなど、悪影響を及ぼしている。
- 本県のモノづくり産業など様々な産業を引き続き発展させるためには、カスタマーハラスメントの防止に向けて取り組むことにより、就業者が安心して働くことができる職場環境や、事業者が円滑に業務を遂行できる環境を整備することが重要である。
- 防止対策を推進するには、県はもちろんのこと、事業者、就業者、顧客等がそれぞれの立場で防止に向けた対策に取り組むことにより、社会全体で対策を行う必要がある。
- また、対等に取り組むにあたっては、就業者と顧客等が、互いを思いやり、お互い対等な立場であるという認識を持つことも重要である。

1 カスタマーハラスメントの定義

顧客等からの行為・言動のうち、社会通念上相当な範囲を超えた内容や手段・態様で行われるものであり、
就業者の就業環境が害されるもの

＜骨子 (3) イ. カスタマーハラスメント＞

- 次の3つの要件を全て満たしているものをカスタマーハラスメントとする。
 - ① 顧客等からの行為・言動
 - ② 社会通念上相当な範囲を超えた内容や手段・態様で行われるもの
 - ③ 就業者の就業環境が害されるもの
- 判断にあたっては、カスタマーハラスメントの可能性のある事例ごとに、「内容」及び「手段・態様」に着目し、総合的に判断することが重要である。
- この際、「内容」又は「手段・態様」のいずれか一方が、社会通念上相当な範囲を超えた場合も、カスタマーハラスメントとなる点に留意すること。
- カスタマーハラスメントは、業種や業態、職種、ビジネスの内容により異なるため、それぞれの実情に応じて判断することとなる。
- また、カスタマーハラスメントに該当しない行為でも、刑事罰や不法行為等に基づく損害賠償請求などが成立する可能性もある点にも留意すること。

顧客等からの行為・言動のうち、⁽¹⁾社会通念上相当な範囲を超えた内容や手段・態様で行われるものであり、
⁽²⁾就業者の就業環境が害されるもの

(1) 社会通念上相当な範囲を超えた内容や手段・態様

ア. 考え方

- 「社会通念上相当な範囲を超えた」とは、「社会全体で一般的に認められている考え方や価値観の範囲を超えているもの」とする。
- この判断にあたっては、顧客等が正当な指摘をしたにも関わらず、事業者（就業者）が不適切な対応をしたことが、端緒になっている場合もある点に留意すること。
- 「内容や手段・態様」のうち、「内容」とは「顧客等が行う意見、要望等において求める事柄」とし、「手段・態様」とは「顧客等が意見、要望等を伝えるために行う行為」とする。
- なお、「手段・態様」は、対面での行為だけでなく、電話やインターネット等での行為も対象となる点にも留意する。

イ. 具体例

次に示す例は、あくまで例示であり、限定列挙ではないことに留意する必要がある。

<社会通念上相当な範囲を超えた内容の例>

内 容	該当し得る例
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	注文した料理に問題がないにもかかわらず、言いがかりをつけて金銭や料理の作り直しを要求する。
	商品を購入した小売店の就業者に対し、無料で自宅まで運ぶように要求する。
契約等により想定しているサービス等に照らして不相当な要求	契約書に記載されていないサービスの提供を求める。
	契約を履行したにもかかわらず、言いがかりをつけて代金を支払わない。
対応が著しく困難な又は対応が不可能な要求	購入した商品を購入店舗とは関係のない店舗で返品・交換しようとする。
	サポート時間外に即時対応を要求する。

なお、以下のような内容は、社会通念上相当な範囲を超えた内容に該当しないと考えられる。

<該当しない例>

- 就業者（又は事業者）の言動やサービス内容に問題があった場合、そのことについて意見・要望を伝える。
- 契約書等であらかじめ定められた規定に基づき、サービス等の内容の変更を求める。
- 購入した商品に不具合があったため、正しい手順を踏み、可能な範囲での対応を要求する。

＜社会通念上相当な範囲を超えた手段・態様の例＞

手段・態様	該当し得る例
身体的な攻撃 (殴る・蹴る・つばをはきかける等)	意見、要望が通らなかったため、就業者に殴る・蹴るなどの暴力をふるう。
	サービスに不満を持ち、就業者に対してつばをはきかける。
精神的な攻撃 (脅し、侮辱的な言動、土下座の強要 等)	対応が気に入らない場合、就業者に「辞めさせてやる」と脅迫する。
	要求が通らない場合に、就業者に侮辱的な発言をし、土下座を強要する。
威圧的な言動 (大声で責める、にらむ、モノをたたく 等)	店内で就業者をにらみつけ、大声で文句を言う。
	クレーム時に机を叩いて威圧感を与える。
継続的な、執拗な言動(頻繁なクレーム、当初の話からのすりかえ、揚げ足取り 等)	同じ内容のクレームを何度も繰り返し、解決済みの問題について、再度対応を求める。
	就業者の小さなミスや言葉尻を取り上げ、執拗に責め立てる。
拘束的な言動 (長時間の拘束・居座り・電話 等)	就業者の業務に支障を来すほどの長時間の窓口対応を強要し、要求が通らなければ、その場を動かずに居座り続ける。
	不満を繰り返し訴え、長時間電話を切らない。

上記の行為は、傷害罪、暴行罪、名誉棄損罪、威力業務妨害罪等の刑事罰や不法行為等に基づく損害賠償請求が発生する場合がある。

なお、以下のような内容は、社会通念上相当な範囲を超えた手段・態様に該当しないと考えられる。

＜該当しない例＞

- 意見や要望等を、感情的にならずに冷静に伝え、不満を表す。
- 意見や要望等を伝える際に、本質から外れた揚げ足取りなどを行わず、真摯に対話を行う。
- 就業者の業務に支障を来さないよう、必要以上に窓口等で対応を求めない。

第2 カスタマーハラスメントの内容に関する事項

参考：カスタマーハラスメントが抵触する可能性のある法律例

法律	条文
傷害罪（刑法204条）	人の身体を傷害した者は、15年以下の懲役又は50万円以下の罰金に処する。
暴行罪（刑法208条）	暴行を加えた者が人を傷害するに至らなかったときは、2年以下の懲役若しくは30万円以下の罰金又は拘留若しくは科料に処する。
脅迫罪（刑法222条）	第1項 生命、身体、自由、名誉又は財産に対し害を加える旨を告知して人を脅迫した者は、2年以下の懲役又は30万円以下の罰金に処する。 第2項 親族の生命、身体、自由、名誉又は財産に対し害を加える旨を告知して人を脅迫した者も、前項と同様とする。
強要罪（刑法223条）	第1項 生命、身体、自由、名誉若しくは財産に対し害を加える旨を告知して脅迫し、又は暴行を用いて、人に義務のないことを行わせ、又は権利の行使を妨害した者は、3年以下の懲役に処する。 第2項 親族の生命、身体、自由、名誉又は財産に対し害を加える旨を告知して脅迫し、人に義務のないことを行わせ、又は権利の行使を妨害した者も、前項と同様とする。 第3項 前2項の罪の未遂は、罰する。
名誉棄損罪（刑法230条）	第1項 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。 第2項 死者の名誉を毀損した者は、虚偽の事実を摘示することによってした場合でなければ、罰しない。
侮辱罪（刑法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。
信用棄損罪及び業務妨害罪（刑法233条）	虚偽の風説を流布し、又は偽計を用いて、人の信用を毀損し、又はその業務を妨害した者は、3年以下の懲役又は50万円以下の罰金に処する。
威力業務妨害罪（刑法234条）	威力を用いて人の業務を妨害した者も、前条（233条）の例による。
恐喝罪（刑法249条）	第1項 人を恐喝して財物を交付させた者は、10年以下の懲役に処する。 第2項 前項の方法により、財産上不法の利益を得、又は他人にこれを得させた者も、同項と同様とする。
不法行為による損害賠償（民法709条）	故意又は過失によって他人の権利又は法律上保護される利益を侵害した者は、これによって生じた損害を賠償する責任を負う。

※ なお、上記以外も、軽犯罪法においても、日常生活の道德規範に反する軽微なものが処罰の対象とされているほか、カスタマーハラスメントに類する行為が様々な法律・規制に抵触する可能性がある。

顧客等からの行為・言動のうち、⁽¹⁾社会通念上相当な範囲を超えた内容や手段・態様で行われるものであり、
⁽²⁾就業者の就業環境が害されるもの

(2) 就業者の就業環境が害される

ア. 考え方

- 「就業環境が害される」とは、「就業者が身体的又は精神的に苦痛を与えられることにより、就業環境が不快となり、就業する上で看過できない程度の支障が生じること」とする。
- 判断にあたっては、平均的な就業者の感じ方（同様の状況で同様の行為を受けた際、社会一般の就業者が、就業する上で看過できない程度の支障が生じたと感じるものであるかどうか）を基準とすることが適当である。
- なお、行為の頻度が高いほど就業環境が害されることが多いと考えられるが、行為の内容によっては、1回でも就業環境を害する場合があることに留意する必要がある。

イ. 具体例

該当し得る例

顧客等が繰り返し同じ問題について、クレームをつけるため、対応に多大な時間がかかり、他の業務に支障がでる場合

顧客等が長時間にわたって電話を切らず、執拗なクレームを続けるため、就業者が他の業務に対応できない場合

顧客等が過剰な謝罪を要求し、頻繁に訪問を強制したことで心身を病み、通常業務ができない状況になった場合

顧客等の理不尽な要求により、怒りを覚え、就業者が仕事に対する意欲をなくし、生産性が低下した場合

2 カスタマーハラスメントの禁止

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。

＜骨子 (5) カスタマーハラスメントの禁止＞

- 防止対策の実施にあたっては、社会全体の気運の醸成を図ることが重要であるため、「カスタマーハラスメントを行ってはならない」と明確に禁止することを打ち出している。

(1) 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。

(1) 何人も、あらゆる場所及び状況において

ア. 考え方

- 「何人も」とは、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り得る全ての人」とする。
- 「行為者」には、一般に想定される顧客や施設利用者だけでなく、取引先や事実上の利害関係がある者など、様々な者が行為者として想定される。
- 「あらゆる場所及び状況において」とは、「カスタマーハラスメントの行為が発生し得る全ての場所及び状況」とする。
- 「発生し得る全ての場所及び状況」には、一般的に想像される店舗、事務所等のみならず、電話、インターネット等も含まれることに留意する必要がある。

イ. 具体例

次に示す例は、あくまで例示であり、限定列挙ではないことに留意する必要がある。

＜場所及び状況に応じたカスハラの実行者及び被害者の例＞

場所及び状況	カスハラの実行者	カスハラの被害者
店舗での商品・サービス購入	購入者	店員
介護施設の利用	施設利用者、利用者の家族	介護スタッフ、ケアマネジャー
電車・バス等公共交通機関の利用	乗客	乗務員、駅係員
企業間取引	発注者	受注者
行政サービスの提供	住民、議員	行政職員
集会活動	有権者	議員
ボランティア活動	活動参加者	ボランティアスタッフ
SNS等での書き込み	書き込みを行った人	店舗等で働く個人、団体

3 顧客等への配慮

顧客等の権利が不当な侵害を受けることがないように十分配慮する。

＜骨子 (4) 基本理念＞

- 顧客等からの苦情・要望等のうち、客観的に見て、社会通念上相当な範囲で行われたものは「正当な苦情・要望等」であり、カスタマーハラスメントにはあたらないことに留意する必要がある。
- 顧客等の中には、障害のある方や認知症のある方も含まれるため、法律に基づき合理的な配慮が必要な場合があることに留意する。
- また、購入金額や契約金額、事業規模及び業種、業態ごとの商習慣の違い等により、事業者及び就業者に求められる対応が異なることにも注意する必要がある。
- 以上を踏まえ、カスタマーハラスメント防止対策を行う際には、顧客等の権利が不当な侵害を受けないよう十分配慮することが重要である。

第2 カスタマーハラスメントの内容に関する事項

(1) 顧客等の権利が不当な侵害を受けることがないように十分配慮する。

(1) 顧客等の権利

ア. 考え方

- 「顧客等の権利」としては、「消費者基本法により定められた消費者の権利」や「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律に基づく合理的配慮」、「共生社会の実現を推進するための認知症基本法に基づく合理的配慮」などがある。
- また、個別の法令等によりサービス提供の義務等が定められている場合があることにも留意する必要がある。

イ. 具体例

次に示す例はあくまで例示であり、限定列挙ではないことに留意する必要がある。

<消費者、障害者等の権利を定めている法令の例>

法令	内容
消費者基本法	第2条（基本理念） 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進は、国民の <u>消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。</u>
消費者契約法	第3条第1項（事業者及び消費者の努力） 事業者は、次に掲げる措置を講ずるよう努めなければならない。 1 消費者契約の条項を定めるに当たっては、 <u>消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が、その解釈について疑義が生じない明確なもので、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。</u>
障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律	第8条第2項（事業者における障害を理由とする差別の禁止） 事業者は、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、 <u>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ように努めなければならない。</u>

第2 カスタマーハラスメントの内容に関する事項

法令	内容
共生社会の実現を推進するための認知症基本法	第7条（日常生活および社会生活を営む基盤となるサービスを提供する事業者の責務） 公共交通事業者等、金融機関、小売業者その他の日常生活及び社会生活を営む基盤となる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において、 <u>認知症の人に対し必要かつ合理的な配慮をするよう努めなければならない。</u>

＜サービスの提供の義務等を定めている法令の例＞

法令	内容
医療法	第1条の4 医師、歯科医師、薬剤師、看護師その他の医療の担い手は、第1条の2に規定する理念に基づき、 <u>医療を受ける者に対し、良質かつ適切な医療を行うよう努めなければならない。</u>
介護保険法	第74条第5項 指定居宅サービス事業者は、次項第2項の規定による事業の廃止又は休止の届出をしたときは、当該届出の日前1ヶ月以内に当該指定居宅サービスを受けていた者であって、当該事業の廃止又は休止の日以後においても引き続き当該指定居宅サービスに相当するサービスの提供を希望する者に対し、 <u>必要な居宅サービス等が継続的に提供されるよう、指定居宅介護支援者、他の指定居宅サービス事業者その他関係者との連絡調整その他の便宜の提供を行わなければならない。</u>
道路運送法	第13条（運送引受義務） <u>一般旅客自動車運送事業者（一般貸切旅客自動車運送事業者を除く。次条において同じ。）は、次の場合を除いては、運送の引受けを拒絶してはならない。</u> 1 当該運送の申込みが第十一条第一項の規定により認可を受けた運送約款（標準運送約款と同一の運送約款を定めているときは、当該運送約款）によらないものであるとき。 2 当該運送に適する設備がないとき。 3 当該運送に関し申込者から特別の負担を求められたとき。 4 当該運送が法令の規定又は公の秩序若しくは善良の風俗に反するものであるとき。 5 天災その他やむを得ない事由による運送上の支障があるとき。 6 前各号に掲げる場合のほか、国土交通省令で定める正当な事由があるとき。

1 各主体の定義

- カスタマーハラスメント防止対策を推進するには、社会全体で対策に取り組むことが重要であるため、取り組むべき主体を、県、事業者、就業者及び顧客等とし、それぞれの定義、責務を明確に示す必要がある。

（１）事業者

(7) 県内で (4) 事業（(5) 非営利目的の活動を含む。）を行う法人及び団体（(1) 国の機関や地方公共団体を含む。）若しくは個人

＜骨子 （3）ア． 主体を表す用語（事業者）＞

ア．考え方

- 「事業者」は、法人、団体、個人とし、次のとおりである。
 - ① 法人…法律によって人格が認められ、個人と同じように、権利を持ち、義務を負うことが認められた組織とする。
 - ② 団体…一定の目的を共有し、その達成のために継続的に活動する結合体又は連合体とする。
 - ③ 個人…法人を設立せず個人で事業を営んでいるものとする。
- 「(7) 県内」とは、「愛知県内に本社・支社又は営業所等がある、若しくは県内で事業を行っている実態がある」ものとする。
- 「(4) 事業（非営利目的の活動を含む。）」とは、「生産、営利、社会貢献など一定の目的を持って継続的に行われる活動」とする。
- 「(5) 非営利目的の活動」とは、ボランティア活動、PTA活動、地域貢献活動、文化振興活動などである。
- 官民は問わないこととするため、「(1) 国の機関や地方公共団体も含む。」と規定するとともに、事業規模についても、問わないものとする。

イ. 具体例

次に示す例はあくまで例示であり、限定列举ではないことに留意する必要がある。

<事業者該当する例>

区分	例
法人	株式会社、一般（公益）社団法人、一般（公益）財団法人、独立行政法人、学校法人、医療法人、宗教法人、社会福祉法人、NPO法人、地方公共団体 等
団体	商店街組合、ボランティア団体、労働組合、PTA、自治会 等
個人	個人事業主、農家、個人経営の飲食店オーナー、自営業のカメラマン、個人で地域イベントを運営する者等

※ 地方公共団体や独立行政法人と同様に、国の機関も事業者として扱う

<事業者該当しない例>

県外で事業を行う法人・団体・個人（県内で事業を行っていない場合）、アマチュアバンドなど収益目的でない趣味活動を行うもの、友人間の集まり 等

（2）就業者

(7) 県内で (1) 業務に従事する者（(7) 事業者の事業に関連し、県の区域外でその業務に従事する者を含む。）

＜骨子 （3）ア. 主体を表す用語（就業者）＞

ア. 考え方

- 「(7) 県内で業務に従事する者」とは、「愛知県内の本社、支社、営業所などにおいて業務を行う者」とし、県民であるか否か、就業する期間、官民は問わないものとする。
- 「(1) 業務」とは、「有償・無償を問わず、事業者の事業に関連して、特定の目的を達成するために行う一連の作業や活動」とする。
- 「(7) 事業者の事業に関連し、県の区域外でその業務に従事する者」とは、例えば、県内事業者の業務を就業者がテレワーク等により県外で行う場合など、事業者が行う事業と、就業者が従事する業務との間に、客観的かつ合理的な関連性が認められる場合には、就業者とみなすことを想定している。

イ. 具体例

次に示す例はあくまで例示であり、限定列举ではないことに留意する必要がある。

＜就業者に該当する例＞

例

従業員（正社員、アルバイト、派遣社員 等）、公務員（国家公務員、地方公務員）、団体職員（財団法人、社団法人、NPO法人 等）、個人開業者（弁護士、税理士、医師、歯科医師 等）、フリーランス、議員、PTA役員、自治会役員、ボランティアスタッフ、農家、漁師 等

＜就業者に該当しない例＞

趣味活動に従事する者（個人的な趣味や自己満足のための活動）、違法行為を行う者（犯罪行為に関連する活動） 等

＜事業者の事業に関連し、県の区域外でその業務に従事する者に該当する例＞

例

愛知県内事業者の業務をテレワーク等により県外で行う従業員

県外の出張先で、愛知県内事業者が行う事業に関連する業務を遂行する営業担当者

愛知県内事業所に勤務し、業務として県外まで運転を行う鉄道やバスの運転士

愛知県内企業から受注したデータ分析を県外オフィスや自宅で行うフリーランス 等

（3）顧客等

(7)商品の購入や(イ)サービスを利用する個人若しくは法人及び団体（取引先、(ウ)施設利用者、その他の(エ)利害関係者を含む。）

＜骨子 （3）ア. 主体を表す用語（顧客等）＞

ア. 考え方

- 「顧客等」には、県民か否かを問わず、サービスなどを現在利用している者だけでなく、今後利用する可能性がある潜在的な顧客等も含むこととし、「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もの」とする。
- 「(7)商品の購入」とは、「具体的な形を持つもの（製品、物品等）を購入する行為」とする。
- 「(イ)サービスの利用」とは、「清掃業務など具体的な形を持たない役務の提供等」とする。
なお、国や地方公共団体が行う行政サービスも含まれる。
- 「(ウ)施設利用者」とは、「駅、空港、病院、学校、公共施設等の施設を利用する者」とする。
- 「(エ)利害関係者」には、法令上の利害関係だけでなく、施設の近隣住民など事実上の利害関係がある者も含むものとする。

イ. 具体例

次に示す例はあくまで例示であり、限定列挙ではないことに留意する必要がある。

＜顧客等に該当する例＞

区分	例
商品の購入	スーパーで食料品を購入する消費者
	パソコンをオンラインショッピングで購入する法人の購買担当者
サービスの利用	介護サービスを受ける者及びその家族
	弁護士事務所で法務相談を受ける法人
	清掃会社に清掃業務を依頼するマンション管理会社
施設利用者	駅で電車に乗降する旅行者
	病院で診察を受ける患者
	図書館で本を借りる利用者
その他の利害関係者	工場の近隣に住み、騒音問題の影響を受ける住民
	大規模商業施設建設計画の影響を受ける近隣の商店街組合

2 各主体の責務

（1）事業者

ア. 1 の考え方

(7) 就業者の顧客ハラスメントに対する関心と理解を深めるとともに、(4) 県が実施する顧客ハラスメント防止対策に関する施策に協力するよう努める。

＜骨子 (7) イ. 1 各主体の責務（事業者）＞

- 就業者が顧客ハラスメントの内容や対処方法を理解し、業務中に適切な対応が取れるようにするためには、事業者が「(7) 就業者の顧客ハラスメントに対する関心と理解を深める。」対策を実施することが重要である。
- また、事業者が「(4) 県が実施する顧客ハラスメント防止対策に関する施策に協力」することにより、防止対策の実効性がより高まることが期待される。

イ. 2 の考え方

顧客ハラスメントにより、就業者の就業環境が害されることのないよう、(7) 必要な体制の整備、顧客ハラスメントを行った(4) 顧客等に対する当該行為の中止の申し入れ、(4) その他必要かつ適切な措置を講ずるよう努める。

＜骨子 (7) イ. 2 各主体の責務（事業者）＞

- 「(7) 必要な体制の整備」とは、具体的な対応方法を示したマニュアルの整備や発生時に就業者が安心して相談できる窓口や支援体制の確立などを想定している。
- 事業者が、顧客ハラスメント行為者に毅然とした対応を取れるための指針となるよう、具体的な例を含めて示す必要があり、具体例として「(4) 顧客等に対する当該行為の中止の申し入れその他必要かつ適切な措置を講ずる」と示している。
- なお、「(4) その他必要かつ適切な措置」の例としては、行為者への退去要請、出入り禁止措置、商品やサービスの提供停止などが挙げられる。

ウ. 3 の考え方

就業者が職務に従事する際、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。

＜骨子 (7)イ. 3 各主体の責務（事業者）＞

- 就業者も事業者間取引時には、顧客等の立場で職務に従事する場合もあることから、就業者がカスタマーハラスメント行為者とならないよう、事業者に必要な措置を行うことを求めるものである。

エ. 4 の考え方

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これに応ずるよう努める。

＜骨子 (7)イ. 4 各主体の責務（事業者）＞

- 他の事業者から協力の要請を求められた場合に、カスタマーハラスメント行為の真偽確認や、就業者へ当該行為の中止措置を命じるなど、必要な対応を行うことを事業者を求めるものである。

（2）就業者

ア. 1 の考え方

- 1 ア. カスタマーハラスメントに対する関心・理解を深め、顧客等に適切な対応を行うとともに、イ. 事業者が実施するカスタマーハラスメント防止対策に関する取組に協力するよう努める。

＜骨子 （7）ウ. 1 各主体の責務（就業者）＞

- カスタマーハラスメントを防止するには、被害者となる可能性が高い就業者が「ア. カスタマーハラスメントに対する関心と理解を深め」ることにより、内容や対処方法を理解し、業務中に適切な対応が取れるようにすることが重要である。
- また、防止対策の実効性をより高めるには、就業者1人1人が、「イ. 事業者が実施するカスタマーハラスメント防止対策に関する取組に協力する」ことが必要である。

（3）顧客等

ア. 1 の考え方

カスタマーハラスメントに対する⁽⁷⁾ 関心・理解を深め、⁽¹⁾ 県が実施するカスタマーハラスメント防止対策に関する施策に協力するよう努める。

＜骨子（7）エ. 1 各主体の責務（顧客等）＞

- 顧客等は、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を理解するとともに、カスタマーハラスメントによる就業者への悪影響や事業者も経営的な損失を受けていることについて「⁽⁷⁾ 関心・理解を深め」る必要がある。
- また、防止対策の実効性を高めるため、「⁽¹⁾ 県が実施するカスタマーハラスメント防止対策に関する施策に協力する」ことが求められる。

イ. 2 の考え方

就業者に対する⁽⁷⁾ 行為・言動や手段・態様に注意を払うよう努める。

＜骨子（7）エ. 2 各主体の責務（顧客等）＞

- 顧客等が、就業者に対し、苦情・要望等を行うにあたっては、互いに思いやりを持ち、お互い対等な立場であるという認識を持つことが重要である。
- この認識の下、たとえ就業者に瑕疵・過失があった場合でも、冷静な対応を心がけ、自分の「⁽⁷⁾ 行為・言動や手段・態様に注意」を払った上で、苦情・要望等を申し入れることが求められる。

ウ. 3 の考え方

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^(ア)行為・言動や手段・態様に注意を払うように努める。

＜骨子 (7)ウ. 3 各主体の責務（就業者）＞

- 就業者は、顧客等の立場で、発注業務等に従事することとも想定される。その際には、カスタマーハラスメントの行為者にならないよう、受注者と対等な立場であることを忘れず、「^(ア)行為・言動や手段・態様に注意を払う」ことが求められる。

1 県の責務

- 1 カスタマーハラスメント防止に関する施策を実施する。
- 2 国及び市町村と連携を図りながら協力して、カスタマーハラスメント防止対策に取り組む。

＜骨子 (7)ア. 各主体の責務（県）＞

- カスタマーハラスメント防止対策を推進するには、県が防止に関する施策を実施するのはもちろんのこと、国や住民に一番近い基礎自治体である市町村とも連携し、社会全体で取り組んでいく。

2 県が実施する具体的な取組

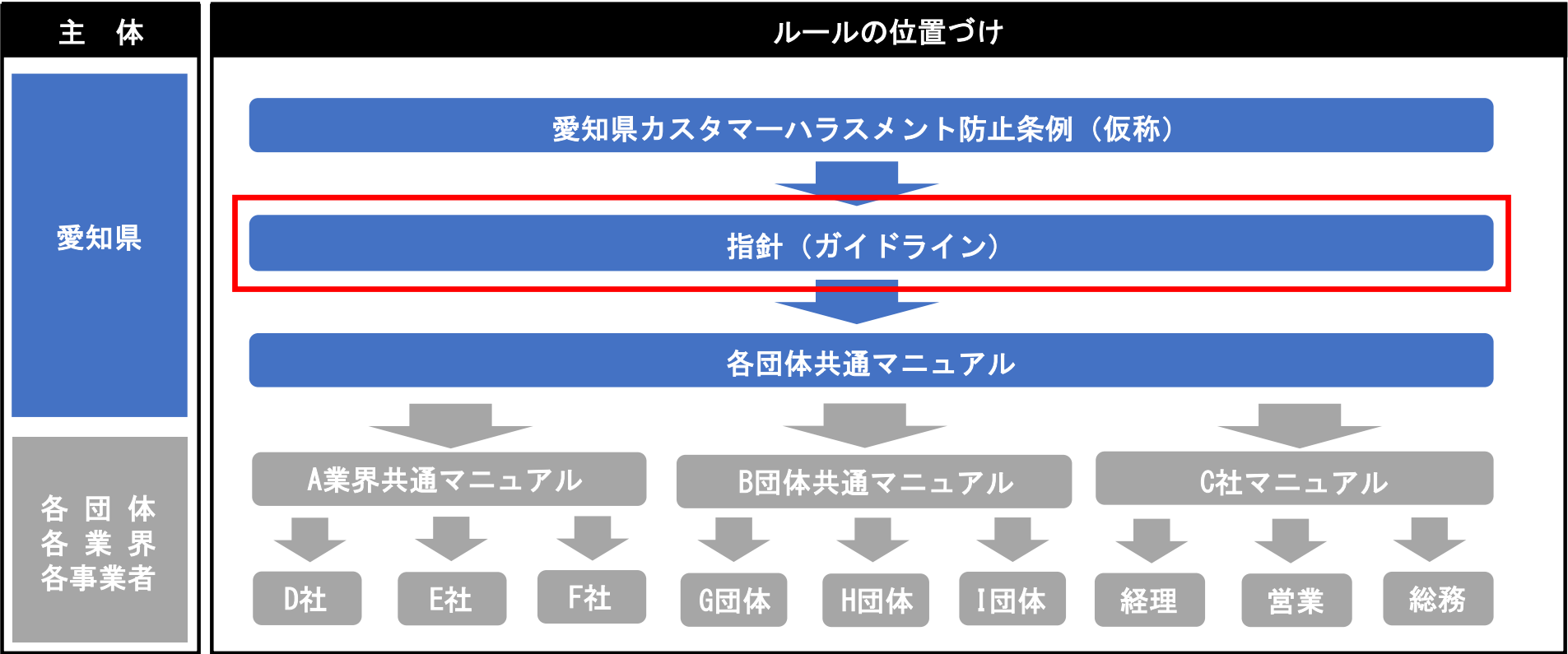
(1) 指針の作成

県は、カスタマーハラスメントを防止するための指針を定める。

＜骨子 (8) ア. ガイドライン（指針）の作成＞

- 防止対策を進めるにあたっては、事業者、就業者、顧客等が、カスタマーハラスメントについて関心や理解を深めた上、積極的に取り組むことが重要であるため、カスタマーハラスメントの定義や具体例、事業者・就業者・顧客等の責務などを示す指針を県が作成する。

＜指針の位置づけ＞



(2) 情報の提供等

県は、事業者、就業者及び顧客等に対し、カスタマーハラスメントの防止について、必要な情報の提供等を行う。

＜骨子 (8) イ. 情報の提供等＞

- 県は専用Webサイトなどによりカスタマーハラスメントに関する情報提供を行うことにより、事業者、就業者、顧客等が行う防止対策を支援する。

＜県が情報提供する内容の例＞

具体例

条例、指針（ガイドライン）

各団体共通カスタマーハラスメント防止マニュアル

ポスター、チラシ、ロゴマークステッカー

企業の取組事例

各種支援策の案内 等

(3) 相談・助言

県は、カスタマーハラスメント防止に関する相談・助言を行う。

＜骨子 (8) ウ. 相談・助言＞

- カスタマーハラスメント防止に向けて、相談・助言を行う必要がある。

1 事業者に期待する取組

- 骨子（7）イに基づき、事業者に積極的にカスタマーハラスメント防止対策に取り組んでもらうことが重要である。そのため、（1）事前予防、（2）初動対応、（3）事後対応などの場面に応じて取り組んでいたきたい内容について示す。

（1）事前予防

- カスタマーハラスメント行為を就業者が受けた場合に、迅速に対応するためには、事前に次のような準備や取組を行うことが重要である。

ア. カスタマーハラスメントの実態把握

- カスタマーハラスメントは、業種・業態・職種・業務内容などにより異なるため、カスタマーハラスメント行為の具体的な事例や発生頻度など、職場状況の実態把握を行う必要がある。

Ⅰ. 事業者の基本方針・基本姿勢を就業者へ周知・啓発

- 経営トップとして防止に向けた基本方針・基本姿勢を明確に示し、就業者へ周知・啓発を行うことが重要である。
- これにより、就業者は、カスタマーハラスメント行為を受けた際に、事業者が守ってくれるという安心感をもって働くことができるようになる。

<基本方針に含める要素例>

要素例

- ・ カスタマーハラスメントの内容
- ・ 従業員の人権を尊重する
- ・ カスタマーハラスメントは自社にとって問題である。
- ・ 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を放置しない
- ・ カスタマーハラスメントには、組織として毅然として対応をする
- ・ カスタマーハラスメントから従業員を守る

(厚生労働省「カスタマーハラスメント対策マニュアル」から抜粋)

ウ. 被害を受けた就業者のための相談体制の整備

- 就業者がカスタマーハラスメント行為を受けた場合に、すぐ相談できるよう事前に相談対応者の決定や、相談窓口を設置し、就業者に周知しておくことが必要である。
- 相談対応者は、カスタマーハラスメント行為を受けた場合だけでなく、行為発生の恐れがある場合や、カスタマーハラスメントに該当するか否かの判断を要する場合なども含めて、幅広く相談に応じることが必要である。
また、状況に応じて、弁護士や警察と連携を取りながら対応することも重要であるため、緊急時の連絡方法なども取り決めておく必要がある。
- 相談対応者が適切な対応ができるよう相談者自身への教育を行うことも必要である。

エ. カスタマーハラスメント防止対策マニュアルの作成

- カスタマーハラスメント行為が発生した場合に、速やかに対応するためには、事前予防、初動対応、事後対応などの状況に応じ、具体的な対応方法や対応事例を示したマニュアルを整備しておくことが重要である。

オ. 就業者への教育・研修

- 就業者に対し、イからエまでの取組内容、カスハラ行為者への具体的な対応方法、顧客対応力強化などについての、教育・研修を行う必要がある。

(2) 初動対応

- 就業者より顧客等からカスタマーハラスメント行為を受けたと相談があった場合は、当該行為がカスタマーハラスメントに該当するか否かを確認するとともに、相談者の安全の確保や心身の悪影響を最小限に抑えるための取組を行うことが重要である。

ア. 事実関係の確認

- 最初に就業者からの相談内容が、カスタマーハラスメントに該当するか否か、就業者、顧客等からしっかり情報収集する必要がある。情報収集内容のうち信頼できる証拠や証言に基づき、カスタマーハラスメントに該当するか否かを判断する必要がある。

イ. 被害にあった就業者への配慮

- 殴る、蹴るなどの身体的な攻撃などの被害を受けている場合は、すぐに就業者の安全確保を行う必要がある。
- 就業者から行為を受けたと相談があった場合には、実際にカスタマーハラスメントに該当するか否かを問わず、相談対応者は相談内容について真摯に傾聴することが重要である。
- また、被害者は心身に支障をきたしている可能性もあるため、場合によっては、業務を中断させ休憩させる、メンタルヘルス相談の受診を進めることも必要である。
- カスタマーハラスメント行為が、特定の就業者に、繰り返して行われる場合には、1人で対応させず、組織的に複数名で対応することが重要である。

(3) 事後対応

- カスタマーハラスメント問題が解決した後も、今後、類似例が発生しないよう継続的に取り組むことが重要である。

ア. 再発防止のための取組

- カスタマーハラスメントが発生した原因について、検証し、今後同様な行為が発生しないよう対応方法を変更するなど、発生原因となった問題の改善・対応を行うことが重要である。
- また、他の事業者の従業員からの行為であった場合は、当該事業者当該行為の中止の申し入れなどの対応を行うことも重要である。

イ. 就業者への継続的な教育

- 就業者に対し、社内で起こったカスタマーハラスメント事案の情報共有、具体的な対応方法などの研修を定期的に行う。

(4) その他

ア. 他の事業者への協力

- 他の事業者から、カスタマーハラスメントの防止に関して、協力の要請を求められた場合には、当該行為の真偽確認や、就業者へ当該行為の中止措置を命じるなど、必要な対応をしっかりと行う必要がある。

イ. 業界団体の役割

- カスタマーハラスメントは、業種・業態、職種、ビジネスの内容により異なるため、業界団体が防止に向けたマニュアルを作り、事業者のマニュアル作成を支援するなど、一体となって防止に向けた取組を行う必要がある。

1 見直し規定

県は、必要があると認めるときは、検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずる。

＜骨子 (9) 見直し規定＞

- 今後、国の法改正の動きや社会状況の変化に応じて、改正を加えることも想定されるため、見直し規定を設けている。