

# 公労使による「新しい東京」実現会議

日時：令和5年10月20日（金）  
場所：第一本庁舎 42階 大会議室

## 午前11時11分開会

【内田部長】 それでは、定刻少し前ですけれども、ただいまより公労使会議を開催させていただきます。

各団体の皆様におかれましては、ご多忙にもかかわらず都庁にお越しいただきまして、ありがとうございます。

私は、本日の事務局を務めさせていただきます東京都産業労働局雇用就業部長の内田でございます。進行役を務めさせていただきますので、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、資料の確認をさせていただきます。本日の会議はペーパーレスで行わせていただきます。お手元には議事次第と資料1の構成員一覧、資料2の座席表をお配りしております。

ご出席の皆様のご紹介につきましては、お手元の一覧をご確認いただくことで代えさせていただきます。

資料3の事務局資料及び委員の皆様方から事前にご提出を頂きました資料については、卓上のタブレット端末やモニターでご覧いただけます。

それでは、まず潮田副知事からご挨拶を申し上げます。副知事、よろしくお願いいたします。

【潮田副知事】 おはようございます。東京都副知事の潮田でございます。

本来でございますと、小池知事がこの場でご挨拶をさせていただくところでしたが、本日は出席ができませんので、知事から挨拶文を預かっておりますので、代読をさせていただきますと存じます。

皆様、こんにちは。本日は、ご多用の中、公労使による「新しい東京」実現会議にご出席を頂き、誠にありがとうございます。

コロナ5類移行後の初めての開催となります。各団体の皆様方には、長期間にわたった感染症対策をはじめとして、日頃より東京都の行政施策に対しましてご理解とご協力を賜り、厚く御礼を申し上げます。

近年、カスタマーハラスメントが増加しております。こうした顧客等から過大な要求や不当なクレームを受け、従業員が人格を傷つけられ、精神的なダメージを受ける状況を放置することはできません。職場環境を悪化させ、人材の流出にもつながります。

国は、こうした問題の解決に向け、指針をつくり、会社としての対応の進め方を示していますが、民間での取組は始まったばかりです。

都では、カスタマーハラスメントについて、対応方法の紹介や専門家による助言等を進めてきましたが、適切な対応の在り方を検討するためには、公労使が一致協力して取り組んでいく必要があります。

いつの時代も未来を切り開くのは人であり、働く場や雇用を守っていくことは極めて重要な課題でございます。今日の意見交換では、皆様から忌憚のないご意見やご要望を頂きたいと存じます。

引き続きよろしくお願い申し上げます、私からのご挨拶といたします。

以上でございます。

【内田部長】 ありがとうございます。

次に、東京都の資料につきましてご説明をさせていただきます。

それでは、資料のほうをご覧ください。こちらは事前にお送りをさせていただいておりますので、ポイントのみご説明をさせていただきます。

初めに、本日のテーマの論点をお示ししております。カスタマーハラスメントの考え方、カスハラが広がっている背景、範囲、そして対応としてはどのような方法が考えられるのか。様々な権利との関係、国や自治体においてはどのような取組が進んできているのか。こうした論点に沿って今日は資料をご用意いたしました。

まず、「カスタマーハラスメントとは」ということで、厚生労働省の指針とマニュアルで示されております内容をお示ししております。

次のページでは、民間企業におけるカスタマーハラスメントの状況について示しております。カスハラが発生件数や深刻さは近年悪化。その理由として、「格差、コロナ禍など社会の閉塞感等による

ストレス」との回答が1位となっております。カスハラの状態といたしましては、対面によるものが最も多くございまして、対応に数時間から半年以上かかるといったケースも存在しております。

次に、具体的なカスハラの行為についてお示ししております。2022年の調査におきましては、直近3年間でカスハラを受けたことがある方の半数以上が「暴言」を受けたと回答をしております。企業における取組といたしましては、過半数の企業がカスハラに対して未対応であると。カスハラ客の実態といたしましては、7割強が男性、中高年が大半を占めるといった調査結果もございます。

続いて、従業員の心身への影響として示しております。経験の頻度が多いほど影響が大きく、企業への影響としまして、「風評被害」や「生産性の低下」などが挙げられております。

こちら、公共サービスにおける状況です。迷惑行為や悪質クレームの有無につきまして、「自分が受けた」または「職場で受けた人がいる」と回答した自治体の職員は約8割弱となっております、住民から受けた行為として最も多いのは「暴言や説教」となっております。

こちらが、国の動きについてお示ししております。国においては、ポスターにより周知・啓発のほか、タクシーや宿泊施設に関する対応として、法令の改正が行われておりまして、精神障害の労災認定の基準の改正も行われております。

次に、自治体の動きについてでございます。秋田県では、多様性に満ちた社会づくり基本条例の指針におきまして、カスハラの具体例等を規定しています。埼玉県ふじみ野市や大阪府におきましては、医療・介護従事者に対する行為や議員に対する行為に関して条例が制定をされています。

東京都における主な取組についてです。各種のハラスメントの企業への理解促進や取組の支援を行いますウェブサイトを開設しております。また、経営相談や診断士等の専門家の派遣、セミナーを通じた情報提供などを行っているところです。

最後に、本日ご議論を頂きたい論点をお示ししております。民間や公共サービスの場でカスタマーハラスメントについてどのような対応を進めることが適切か、会社やおのこの職場での取組を行政としてどのように後押しをすべきか、どのように普及啓発を広げ効果を確保を図るべきかの3点をお示ししております。

大変雑駁ではございますが、事務局からの説明は以上です。

それでは、ここから、各団体の皆様方から今日のテーマにつきまして関連した取組やご意見などにつきましてご発言を頂きたいと存じます。

まず、東京商工会議所、小林会頭からお願いできますでしょうか。

【小林会頭】 皆さん、こんにちは。東商会頭の小林でございます。

私からは特に中小企業の立場から申し上げます。B to Bにおいては、例えばサプライチェーンの中に入っている中小企業がその親元からいろいろな圧力を受けるということに対しては、今、別途、東京都にもご協力いただいて、「パートナーシップ構築宣言」という形で、材料費の値上げの価格転嫁の交渉から始まって、これから次の春闘に向けては労務費の転嫁の議論、それから、国にも公取による企業名公表などいろいろと取り組んでいただいているということがあります。したがって、B to Bでは、いわゆる下請いじめのような行為は大分公になり、批判もあり、減ってきてはいるということを中心企業の経営者からは聞いています。

ここで今日話題になるのは、B to C、つまり消費者に直面している業界ですが、人手不足など非常に大変な状況です。そういう中で、消費者の一部からハラスメントを受けるということがあるので、これに対処しなければいけないというのが今日の会議だと思えます。

経済界、産業界の立場から申し上げますと、皆さんのお手元の資料に記載のとおり、今年の9月に実施しました東商の調査では、人手不足と回答した企業が7割となっております。カスタマーハラスメントが生じる背景として、このような厳しい人手不足があると考えられます。特に介護・看護、宿泊・飲食等、いわゆる利用者、消費者と直接接する業種において人手不足は極めて深刻であります。

カスハラが増加している要因は、いろいろあると思えますけれども、圧倒的に厳しい人手不足の中で、接客の質を維持することが困難になってきているということが状況の1つとしてあるのではないかと考えています。

労働力人口は今後も減少していくわけで、特に中小企業の手不足はなおさら深刻化していくという趨勢から見れば、B to C、消費者あるいは利用者に向かっての適正なサービス水準も見直さざるを得ないということ、まずは利用者、消費者の皆さんにも理解を頂くということも必要であろうか

と思います。今までとは違った面で、企業側から発信していく中で、いろいろな人手不足の要因その他を並べて、ご理解を得るということが1つ必要ではないかと思います。

それから、先ほど申しました、企業間の取引に関しては「パートナーシップ構築宣言」が一番いい例ですが、取引の適正化は官民で進められております。東京都にも随分これはお世話になっております。ほかのところでも、全国的に地方行政がパートナーシップの中の取引価格の適正化、あるいは労賃・原価の価格転嫁、こういうことに対して、それを行った企業に対しての恩典を出すということは随分広まっております。

しかしながら、この対消費者の取引はサービスの対価ということに対し、いまだ消費者に対して定まったコンセプトがないため、企業間の取引と同様に、サービスには適正価格というものがある、いいサービスを受けたら相応の対価を払うということのある程度理解してもらい、サービスの適正価格という考え方を社会全体の共通認識としていく必要があると思います。

東京都におかれては、このカスハラに対応によって単独の飲食店、あるいは旅館・宿泊業者では、最悪の場合廃業に追い込まれるというようなこともあり得るので、中小企業の事業運営に支障が生じないように、相談窓口等を通じた支援を引き続きよろしくお願ひしたい。

それから、消費者に対する啓発も必要です。これも、私ども会議所も協力して展開していきたいと思っておりますので、ぜひ継続していただきたい。

我々としては、中小企業を対象にしたクレーム対応というのは前からやっているわけですが、一般的ないわゆるカスハラに対する研修講座も開くなどいろいろ取り組んでおります。この辺も東京都と連携して取り組んでいきたいと思っております。

最後に1つ。この問題は、こういう私が申し上げた経済界の中での対処策だけでは実はなかなか解決し得ない問題も含んでおります。

カスハラ客の実態をみると、75%は40代、50代、60代の男性であるとなっております。これは何を意味しているか。自分が勤めているところでの不満が相当あって、それが外へ出るのではないかとというようなことも考えられます。

したがって、カスハラに対し、顧客対応のみでいろいろ取り組んでいくということには、ある程度限界があると思っております。昔から、例えば「謙譲の美德」とか、「実るほどこうべを垂れる稲穂かな」というように、自分がお金を払っているんだからということだけではなくて、自分も逆の立場にもあり得るわけだからということで、人間関係、対人関係を平和にやっていくということが日本人の美德であるということをもっと教育も含めて展開していく必要があるのではないかと思います。

いずれにしても、こういうテーマについて公労使で議論をしていくのは重要なことであり、やはり消費者には怒る前に1回立ち止まって考えてみよう、明日は我が身と思えば、そう厳しいことはなかなか言えないとも思います。適切な表現で相手を諭し相手がやはりこのサービスのレベルでは言い過ぎたなど反省していくということが、理想論ですが望ましい日本の社会ではないかと思っております。

以上です。

【内田部長】 ありがとうございます。

続きまして、東京都商工会連合会、山下会長、よろしくお願ひいたします。

【山下会長】 資料がなくて申し訳ございません。

我々中小企業、私も中小企業の経営者の1人でございまして、60になってくるとなかなか自分自身が言われることは少なかったんですけど、やっぱり若いうちは、肩書も何にもなくて、結構言われ放題言われたことという経験は私自身もあります。

各商工会にここで聞いてみたんですが、ほとんど全て、我々、27あるんですが、全ての段階で経営指導員は少なからずとも会員の皆様からそういうことの相談を受けたことがあるということ。またあと、逆に、商工会の職員も、結構会員の方から強く言われたこととか、「会費を払っているんだから」とか、役所の方は多分よく言われると思うんですけど、「税金を払っているんだから」ということをおっしゃる方がいるんですが、大体ああいう方は税金をほとんど払っていません。そういうことをはっきり言ってしまう方がいいのにと僕は思うんですけど。会社の場合は、お金を払ってあげなければもうそこでお客様として切れるので、はっきりそういうことは言えるんですけど、なかなかここが、自分が経営していると強く言えるんですけど、じゃあと、例えば係長、課長ぐらいですと、会社の代

表としてどこまで強くいけるかということがなかなか難しいのかなというふうにあります。

また、お客様のほうからというんでしょうかね、しても、我々からしてもそうなんですけど、どこまでがクレームなのか、カスタマーハラスメントなのかというこの具体的な線引きがなかなかなくて、そういうことで非常に迷っているということがあつたし、自分たちに少し落ち度があると、そこに付け込まれてずっと言うと、とにかく聞かなければいけない。これが半日だったり1日だったり、また先ほどご説明あつたように数か月にわたるといふこともございますので、これをやっばり、会社の中でもそうですし、組織の中で早く上げることが大切なのかなというふうに思います。

大手の会社さんは多分ほとんどないと思うんですけど、中小の場合、「よく社長を出せ」というふうに言われることがあるんですね。これ、クレーム処理の1つとして、社長は絶対に出すなというふうに言われていることが非常に多いんですよ。ただ、出ればそこで解決する場合がありますので、私はどちらかというところ積極的に出て、社長が出れば済んだら社長が出ていってきちんと話をすることが必要だと思いますので、この辺りも少しずつ考えを変えていかなければいけないのかなというふうに思います。会社を守ることも大切ですけど、個々の働いている従業員を守ることもというのは非常に大切でありますので、負荷をかけ過ぎずに、やっばり経営者自らがその場に立ち会うといふことの覚悟も必要なのかなというふうに思います。

全体といたしまして、やっばり我々商工会も、今後、相談体制の整備ということが必要だと思っておりますし、また、相談者に対しても、きめ細かに相談に乗ってあげるといふこと、また、法令に違反するようなことがあれば、適切に弁護士を立ててといふことも含めて相談に乗ることも大切なのかなというふうに思います。

またあと、基準についても、消費者側というんでしょうか、お客様側にやっばりそこもよく考えていただく。先ほど小林会頭からありましたとおり、日本人としてのよさを忘れかけているのではないかなというふうにも思いますし、何でもかんでも言ってしまうということは許されないといふことを、受け手のほうというんでしょうか、顧客側もぜひ分かっていたきたいと思っておりますし、この辺りについてのルールづけをぜひ東京都さんのほうでやっていただいて、それを示していただき、我々もそれにのっとって進めていくということが肝要かなというふうに思います。

企業同士でも、やはり下請企業の場合といふのはなかなか厳しくて、会議所さんのほうでもいろいろ言っていると思いますし、そういうことはいけないといふことですね。ただ、中小零細は、なかなか公取に相談をするといふところまでは、非常に敷居が高過ぎていけませんので、まず第1段階として我々、あとはよく分からないときは東京都さんにご相談させていただくとかといふことで、細かい対応をさせていただければなというふうに思います。

なかなかクレームとカスタマーハラスメントの区別、どこの水準かといふのが分からないので、企業側だけではなくて、やっばりお客様側に対してもPRしていくことが一番大切かなと思っております。

以上でございます。よろしくお願ひいたします。

**【内田部長】** ありがとうございます。

続きまして、東京都中小企業団体中央会、會津会長、よろしくお願ひいたします。

**【會津会長】** 東京都中小企業団体中央会の會津でございます。よろしくお願ひいたします。

私ども中央会の会員組合の業種業態は広範多岐にわたっており、発注元企業との関係が非常に重要であるものづくり事業者や、製品、サービスを消費者に提供する小売業、サービス業も多く、本日の議題であるカスタマーハラスメントの防止は重要なテーマであると考えております。

近年、お客様からの理不尽なクレームが業種を問わず頻発し、対応した従業員に精神疾患など深刻な被害が急増していることや、タクシー内での被害により退職する運転手が増えていることなどがメディアを通して広く知られてきております。こうしたカスタマーハラスメントへの対応は、組織体制などが十分ではない中小企業、小規模事業者にとっては深刻な問題となりかねない課題です。

そのため、中央会では、昨年度、都の補助金を活用し、会員組合及び傘下の企業の役職者を対象に、カスタマーハラスメントの定義をはじめ、事業者が取り組むべき対策などについての講習会を開催いたしました。参加者からは好評を得ており、現場でのニーズの大きさを改めて認識したところであります。

このように、講習会で対応策などを伝え、各会員の取組を後押ししているところではありますが、カスタマーハラスメントについては、特有の悩ましい点もあります。

1つは、カスタマーハラスメントに該当する取引先、顧客から受け取る嫌がらせや過度なクレームと、取引先との正常な交渉や顧客からの正当な申入れとの線引きが困難であるということからです。

さらには、社内でのパワハラやセクハラと異なり、カスハラは加害者が社外の人であり、取引関係や顧客との関係が複雑に絡んだデリケートな問題でもあることから、一事業者のレベルでは防止対策を講じることがなかなか難しいという点です。

先ほど事務局から説明がありましたように、国では、企業向けマニュアルが作成され、カスハラによる精神障害が労災に認定されるなどの対応が図られています。しかし、カスハラをなくすためには、企業内の対応だけでは限界があるように思います。広く事業者や消費者も含めた社会全体での取組が重要であろうと考えます。

都の説明資料には、カスハラを条例に規定するなど、他自治体の例が紹介されています。こうした動きも参考に、東京都として、専門の有識者も交えて効果的な方策について検討し、広く社会全体に浸透するよう旗を振っていただきたいと思います。

カスハラ防止について、東京ならではのルールづくりが進めば、隣の企業やそこで働く従業員などカスハラに悩む現場の後ろ盾になるとともに、併せて、サービスを受ける消費者にとってもよりよい消費生活環境を提供できるものと考えております。

私からは以上です。

**【内田部長】** ありがとうございます。

続きまして、東京経営者協会、梶田副会長、よろしく願いいたします。

**【梶田副会長・理事】** 一般社団法人東京経営者協会です。副会長・理事をしております梶田恵美子と申します。どうぞよろしくお願い申し上げます。ANAホールディングスに所属しております。

近年、カスタマーハラスメントにつきましては、航空業界でも増加傾向で、フロントラインを中心に対応に苦慮する場面があり、対応が急務となっております。そこで、今回は、ANAグループにおける現状、カスタマーハラスメントの考え方、対応策、今後の取組をご紹介させていただきます。

先ほど東京都からの説明資料2ページにもありましたけれども、直近5年でのカスタマーハラスメントの発生件数、深刻さは悪化傾向でございます。

航空業界は、航空法で機内迷惑行為の規律をしておりますので、そこは対策が効を奏しており、発生件数は横ばいですが、資料上段にありますように、お客様の立場を利用した迷惑行為、カスタマーハラスメントは増加傾向にあり、効果的な対策につなげるため、4月から社内レポートの起票によって詳細な事象と実態を把握しています。上段にありますように、頻度は3日に2件の割合で発生しています。発生してもレポートアップしないケースもあり、現状はもっと多い可能性があります。全体で最も発生しているのは「暴言・大声」であり、予約部門等でのお客様の対応部門で多くなっています。次いで「暴行」であり、特に空港での発生件数が顕著です。また、「長時間にわたる拘束」は全ての部門で発生しており、対応に苦慮するほか、係員の精神的な負担、ひいてはメンタル疾患にもつながっています。

当社におけるカスタマーハラスメントの対応の考え方ですが、真ん中にありますとおり、企業にとって財産となるご意見・クレームと不当要求や不当行為は全く逆の影響を及ぼすものであり、この観点から、お客様対応ガイドラインというマニュアルにカスタマーハラスメントの定義と基本方針を明確化しております。

一番下を見ていただければと思いますが、カスタマーハラスメントに適切に対応していくことで、3つの側面で健全化が図れると考えています。左側、社員に関して、やはり精神負担、業務パフォーマンスの低下を防ぎ、働きやすい環境の中で健康的に就労できる。右側、お客様に関しては、ANAグループは、もちろんお客様を第1に大事にすることが一番というのは基本的にありますが、不当な要求に毅然と対応することで、それ以外のお客様に品質の高いお客様体験価値を提供できる。また、中央、会社にとってはですが、安全配慮義務を果たし、人財確保とブランドイメージ向上につなげて、ひいては業界全体で安全・安心な利用につなげていくことができると考えています。

3つ目の対策についてということですが、1つ目は、基盤整備ということで、カスハラの基本理解を進めるマニュアルの改訂、正しい理解に向けた教育の実施、部門ごとの対応要領の策定。また、顧客対応の側面では、初期対応方法や責任者教育の強化、相談窓口の整備、またカスタマーハラスメ

ントを受けた従業員のメンタルサポートなど労務部門の理解促進とともに、一番下の段にありますが、部門・業界連携として、情報交換とともに、業界、厚労省との連携も図りながら、効果的な対策を策定し推進しています。

また、業界全体への働きかけも行いまして、定期航空協会、またJALと共に、航空業界共通のカスハラ区分、行為例、あるいは対応例、会話例などを策定し、10月に会員会社全体に展開をしております。既に10月10日に発行してございまして、こちらが実物になっております。(現物提示)

4点目の今後についてですが、ほかの皆様と重なるところがありますが、まず1点目に関しては、やはり顧客の正当な申出かカスタマーハラスメントなのかの正確な理解を進めることが最も重要だと考えています。カスタマーハラスメントの理解やお客様への啓発に関しては、やはり1社単独、1業界での対応には限界があるため、国、東京都と連携しながら、社会全体で適切な対応を図っていくことが望まれます。具体的には、行為例、対応例、会話例などがあると理解しやすいのですが、それだけではなくて、不当要求や不当行為への理解促進に向け、動画などのツールを活用するなど、効果的な施策推進に社会全体で取り組んでいくことが重要だと思っています。

2点目は、対応力向上のための体制構築ということで、教育、訓練などは企業も積極的に推進していますが、「TOKYOノーハラ企業支援ナビ」、これが非常に参考となるツールであり、このような側面支援を引き続きお願いしたいと思っています。

3点目は、カスタマーハラスメント対策をしている企業向けの相談窓口のさらなる整備と活用が必要であると考えています。既に経営相談が行えるようになっていきますので、広報活動などを通して企業が積極的に活用するよう促して、カスタマーハラスメント対策の全体レベルを向上させていくことが業界全体にとって重要と考えています。

以上でございます。

**【内田部長】** ありがとうございます。

続きまして、連合東京、斉藤会長、よろしくお願いいたします。

**【斉藤会長】** 連合東京の斉藤です。よろしくお願いいたします。

労働者、働く者の代表として発言をさせていただきます。

連合東京は、今年度、2023・2024年度の重点政策の1つに、カスタマーハラスメント防止対策の強化を掲げており、東京都をはじめ、政党などにもその必要性を説明してまいりました。今回の公労使会議がそのような中で開催されることを大変喜ばしく思っているとともに、何としてもカスハラに脅かされている働く人に有効的な対策を打ち出していきたいと考えております。

カスハラにつきましては、2022年4月に厚生労働省がガイドラインを発表しており、その中でカスハラの実態などが示されていますが、ガイドラインの状況では周知力や効力が低いため、カスハラ防止の実効性が上がっているとは言い難い状況にあると考えております。また、国の作成しているポスターでは、カスハラ防止の趣旨が伝わりにくく、職場、現場で掲示しにくいといった現場の声も聞いております。

私たちが確認しているカスハラの実態は、構成組織・組合の調査結果では、「レジの接客が悪い」と胸ぐらをつかまれ引きずり出されたとか、直近の薬の不安定供給では、「薬局のくせに薬がないとは。薬局をやめてしまえ」、「行政に訴えて薬局をできないようにしてやる」、「マスコミに公表する」などの事例が挙げられています。一方で、公共部門では、「お前を辞めさせてやる」、「区長・市長に言いつけてやる」、「税金泥棒」、「誰の税金で給料をもらっていると思っているのだ」などの言いがかり、人格否定が長時間にわたり、一方的に言われる。また、電話でのクレームでは、こちらからの回答が数分でも遅れると、電話口で激高し、一方的にどなりつけるなど、働く人々の精神的な苦痛は計り知れないものがあり、それをきっかけに長期にわたり体調を崩すという方もいらっしゃいます。

連合東京としては、カスハラの効果的な対策として、条例など法的な枠組みにより防止することが有効であると考えております。カスハラとは何で、どこからカスハラなのかという分かりやすい定義を法的に定めることだと思っています。

先ほどの東京都の説明でも、秋田県では、2022年3月に秋田県多様性に満ちた社会づくり基本条例にハラスメントの1つとしてカスハラが記載されているようですが、その名称からカスハラを防止する趣旨が分かりにくい条例になっているのではないかと考えております。「カスハラ」と条例に明記

することはためられるかもしれませんが、法律で禁止されていることが分かる条例とすることが重要だと考えております。

また、条例制定には、専門家にも参加してもらい、検討する必要があると考えております。検討には時間を要すると思いますので、それまでの間は公労使会議で定めたカスハラ定義を広く周知し、東京都独自のポスターなどにより防止を促す施策が必要と考えております。加えまして、公共部門のお問合せ対応の電話を民間のコールセンターのように録音機能をつけ、激高したクレームを抑止する、そんな対応を早急に実施するべきと考えております。

ぜひご検討よろしくお願いたします。以上です。

【内田部長】 ありがとうございます。

続きまして、東京労働局、美濃局長、よろしくお願いたします。

【美濃局長】 東京労働局長の美濃でございます。平素より東京労働局の業務運営につきましてご理解とご協力を賜っており、厚く御礼申し上げます。

スライド2ページをご覧くださいと思います。

カスタマーハラスメントは、働く人の職場環境を害し、企業や組織に多大なる損失を招く重大な問題であるかと存じます。

まず、現行の制度についてご説明申し上げますと、同じ職場の労働者間で起こるパワーハラスメントの防止に関しては、労働施策総合推進法により、事業主に対し一定の取組を義務づけているところでございます。他方、顧客や取引先等、雇用関係にない方から労働者が被害を受けるカスタマーハラスメントにつきましては、現行では事業主の措置義務とはされていないところでございます。

カスタマーハラスメントは、厚生労働大臣の指針におきまして、顧客等からの著しい迷惑行為により労働者の就業環境が害されることとされております。後ほど触れるポスターは、より分かりやすいかと存じますけれども、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、それから、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るとあります。

加えまして、大臣指針におきましては、こうした迷惑行為に関して、事業主は、相談に応じ適切に対応するために必要な体制の整備、被害者への配慮のための取組、被害を防止するための取組を行うことが望ましい、ないし有効としております。

3ページでございます。

令和元年5月末に成立しました改正女性活躍推進法の附帯決議におきまして、カスタマーハラスメントの防止に向けて必要な措置を講ずることとされております。こうしたことを受けまして、厚生労働省、消費者庁など7省庁によりますカスタマーハラスメント防止対策推進関係省庁連携会議におきまして議論がなされたところでございます。

そこでの議論も踏まえまして、「カスタマーハラスメント対応企業マニュアル」を作成いたしました。また、ポスターにつきましては、マニュアルも同様なんですけれども、各事業場におきまして、具体的に記載をすることによって、カスタマイズできるような形になってございます。

マニュアルの具体的な内容でございますけれども、資料の4、5に記載のようなものでございます。すなわち、事前の準備としまして、不当な要求には企業が組織として毅然と対応することを明確にするなど、事業主の基本方針・基本姿勢の明確化、加えまして、従業員の方への周知・啓発、被害者のための相談体制等ですね。実際に起こった際の対応としましては、事実関係の正確な確認、被害者への配慮の措置、再発防止の取組等をお示ししているところでございます。

6ページでございます。最近の国の動きとして2点触れたいと存じます。

まず1点目は、労災認定基準でございます。カスタマーハラスメントを業務によります心理的負荷を評価する表に追記しまして、より適切な認定等を図っているところでございます。

また、改正旅館業法の施行に向けまして、カスタマーハラスメントを繰り返す顧客の宿泊を旅館やホテルが拒否できる旨も含む指針案が検討されているというところでございます。

7ページでございます。従業員向け、人事労務担当者向けの研修用動画を厚生労働省も作成しております。厚生労働省のポータルサイト「あかるい職場応援団」で発信をしているところでございます。

8ページでございます。さらに、カスタマーハラスメントに関する労働者の相談にメール等で対応



する「ハラスメント悩み相談室」を実施してございます。

資料の9ページ、10ページでございますが、加えまして、事業場におけます取組事例も発信しているところでございます。こうした取組事例を参考としていただいて対策の普及が図られればと、このように思っております。

以上のように、厚生労働省としまして、各事業主の方々の取組を支援しているところでございます。引き続き本日ご出席の皆様方のご協力を頂きまして進めてまいりたい、このように考えてございます。以上でございます。

**【内田部長】** ありがとうございます。

ただいま皆様方からご紹介いただきました取組などにつきまして、ご発言ございますでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、最後に副知事からまとめの発言をさせていただきます。副知事、よろしく願いいたします。

**【潮田副知事】** 各団体の皆様方から、取組のご紹介、あるいは現場の実情を踏まえまして大変貴重なご提言、ご要望を頂いたところでございます。

今ご説明いただきましたけれども、皆様方からのご提言などを踏まえまして、顧客満足と働く人の心身の健康が並び立つ東京ならではのルールづくり、あるいは、それと都民と消費者への浸透を加速することが大変必要だというふうに感じた次第でございます。

本日の議論の中で条例というお話も出ましたが、どのような対応が有効なのか、専門家の方々にお集まりを頂きまして議論をし、再びこの会議にその内容を報告していただくようにしたいというふうを考えております。

皆様とは、これまでも緊密に連携をしまして様々な課題に対応してまいりました。カスタマーハラスメントの適切な対応の在り方検討につきましても、公労使で一致協力して取り組むことが大切だと考えております。引き続きよろしく願いしたいと存じます。

本日は誠にありがとうございました。

**【内田部長】** ありがとうございます。

それでは、以上をもちまして本日の公労使会議を終了させていただきます。

今後の進め方につきましては、事務局より追ってご連絡をいたします。

皆様、お疲れさまでございました。ありがとうございました。

午前11時56分閉会