

カスタマーハラスメントの総合的な対策強化に向けた提言
～労働者、企業、消費者・取引先など様々な視点を踏まえた、
人口減少や深刻な少子化に直面するわが国社会への処方箋～

令和6年5月14日(火)
自由民主党政務調査会
雇用問題調査会
カスタマーハラスメント対策プロジェクトチーム

人口減少と深刻な少子化に直面するわが国において、貴重な「働き手」一人ひとりの心身の健康を確保し、働きがいを持ちながら安心して働くことができる環境を整備するため、本年4月、雇用問題調査会に「カスタマーハラスメント対策プロジェクトチーム(PT)」を立ち上げた。

安心して働くことができる環境の整備のためには、ハラスメント対策は重要な視点である。現在、カスタマーハラスメント(顧客等からの著しい迷惑行為)の問題への社会的関心が集まっている。消費者等が企業の問題行為等に申入れを行うことは正当な権利行使である。しかし、近年、その際の態様が権利の濫用や逸脱とも言える、行き過ぎた事例もみられるところであり、その対応の強化が課題となっている。

このような認識の下、幅広い省庁の参画の上で、労使の関係者や消費者団体へのヒアリングを交えつつ、労働者、企業、消費者・取引先などの様々な視点を踏まえた総合的な対策に向けた議論の深掘りを行った。今般、本PTとして、政府において当面取り組むべき事項について下記の提言を行うものである。

わが国では、人手不足が深刻化する中、企業は求職者に選ばれる時代となっており、魅力ある職場環境を求職者にアピールし、優秀な労働者を確保し、労働生産性を向上させ、物価高に負けない賃上げができるといった好循環が求められている。今般の提言内容にとどまらず、今後とも、労働者等が安心して働くことができる環境整備に向けた更なる議論が求められる。

記

1. カスタマーハラスメントの定義について

労働者、企業、消費者などそれぞれの立場から、顧客等の行き過ぎた行為による、労働者に対する被害を防止することが必要であるという認識が示されるとともに、何がカスタマーハラスメントに該当するのかが不明確であるという指摘や、業種や職種、提供されるサービスの内容等により、正当なクレームとの境界線が異なるのではないかという指摘がなされたところである。

対策の強化に当たっては、カスタマーハラスメントに該当すると考えられる一定の範囲を明確化し、労働者、企業、消費者などが「やってはいけない行為である」ということを共通認識として共有し、対応することが必要であり、そのような観点から、カスタマーハラスメントを定義すべきである。

そこで、特に被害者である労働者の視点で顧客等からの著しい迷惑行為を明確にするため、代表的な事例を鋭意分析して、整理すべきである。その上で、国民に効果的に周知を図るとともに、企業・業界団体における対策や消費者教育の強化を図るべきである。

2. 労働者保護の強化について

カスタマーハラスメントについての勤務先企業への相談件数は、パワーハラスメント、セクシュアルハラスメントに次いで多くなっている。顧客等からの著しい迷惑行為を受けた労働者は、不安を感じたり、仕事に対する意欲が減退したりするなど心身への影響を受けている。その中には、通院や入院に至るといった深刻な状況の労働者もみられる。一方で、対策に取り組んでいる企業は少ないが、積極的に取り組んでいる企業では、労働者の被害状況が少ないという状況もみられる。

こうしたことから、カスタマーハラスメントにより労働者の就業環境が害されないよう、企業として、現場任せではなく、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整備など雇用管理上の必要な措置を講じることを事業主に義務付けるといった法整備なども念頭に、労働者保護対策を強化することが必要である。その際、消費者の権利抑制にならないように留意しつつ、検討を進めるべきである。

3. 企業における顧客や取引先等への対応に関する支援強化について

カスタマーハラスメントの中には、金品の要求や土下座の強要といった著しく不当な要求もみられるが、商品やサービスの問題や欠陥、それに関する従業員の不適切な対応など企業側の不手際がきっかけとなり、結果として、それに至るケースもみられる。

他方、様々な事情により、正当な要求を必ずしも適切に説明等できない場合や、コミュニケーションを十分にとることができない場合も考えられ、そうした事情がある方々への企業側の対応努力は本来ビジネスを行う上で必要なことである。

厚生労働省においては「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」を作成し、企業や業界団体においては当該マニュアルを参考にした独自のマニュアルの作成、マニュアルに基づく取組や警察等との連携体制を整備する動きが見られる。このような取組を加速させるとともに、企業においては、上記2の労働者保護の強化に加え、カスタマーハラスメントを事前に防止するという観点からも、従業員の顧客対応に関する研修の強化などに取り組むべきである。

その際、業種によりその態様が異なり、対応策も異なること、独自で対応できない中小・零細企業もあることや、業界が一体となって取り組むことが効果的であることから、業界団体などを通じた取組に対する政府の支援強化が必要である。また、関係省庁が連携して、対応することが効果的であることから、政府内で連絡調整体制を構築し、取り組むべきである。

4. 消費者の権利と責任の正しい理解の促進強化について

消費者の企業等に申し入れる行為の全てが、カスタマーハラスメントに該当するものではないが、その申出に根拠がなく、不相当なものは該当する。また、正当な権利行使を起因とする企業等に対する申出などの場合であっても、結果として行き過ぎた、不適當な言動となってしまうケースもある。そのような場合、消費者が「加害者」となり、カスタマーハラスメントとして社会的に非難されるケースも見受けられる。

このため、国民が、消費者の権利と責任について正しく理解し、責任ある消費者としての行動をとれるようにするために、消費者教育の強化が必要である。

(以上)