

2023.9.11

長崎県長崎市議会 山口たかゆき議員 質問

市が進める消費者啓発や消費者教育に カスタマーハラスメント防止を 含めるべきである！



令和5年第5回定例会（2023年9月11日）

●山口たかゆき

カスタマーハラスメント（悪質クレーム）対策の推進についてお尋ねいたします。

まず、カスタマーハラスメントとは、顧客の従業員への著しい迷惑行為を言います。典型的な例としては、顧客が店舗の従業員のささいなミスに対して土下座を求めたり、ひどい暴言、不当な要求等が当たります。

厚生労働省が、カスタマーハラスメントの実態調査を2020年に企業、団体に勤務する20歳から64歳の労働者に行い、その調査では過去3年間に勤務先でカスタマーハラスメントを1度以上経験した人の割合は15%とセクハラの10.2%を上回り、パワハラは31.3%に次ぐ水準となっております。受けた行為は、長時間の拘束や、同じ内容を繰り返すクレームが最も多く、名誉棄損、侮辱、ひどい暴言が続いております。この結果からもこうした行為に悩む企業、労働者は少ないとは言えません。苦情、クレームについてはそれ自体が問題というわけではなく、むしろ真摯に受け止めて対応することで、業務改善や新商品開発などサービス向上や社会全体の利益につながります。

しかしここ数年、人格を否定するような暴言など、明らかに一般常識を超えた迷惑行為が深刻な問題となっております。このようなクレームは働く者に大きなストレスを与え、精神疾患を招くだけでなく、働く魅力を阻害して、働き手不足を助長していきます。

また、企業や組織にも、金銭的、時間的、精神的な苦痛等による多大な損失を招くことも想定されます。カスタマーハラスメント問題は、幅広い業種で働く労働者にとって切実な問題であり、こうした被害は全国的に問題になっております。

国会においては、カスタマーハラスメントに対して議論がなされ、厚生労働省でも、啓発活動やカスタマーハラスメント対策企業マニュアルの作成など、対応が行われております。

また、厚生労働省は今年、精神疾患の労災の基準にカスタマーハラスメントを加えるという決定をいたしました。このことを踏まえご質問いたします。

長崎市のカスタマーハラスメントに対する認識及び対策についてお伺いいたします。

●商工部長（久田 浩）

カスタマーハラスメント（悪質クレーム）対策の推進についてお答えします。

労働者に対する顧客や取引先からの悪質なクレーム等の著しい迷惑行為、いわゆるカスタマーハラスメントは、労働者へ過度の精神的なストレスを与え、ケースによっては休職や退職につながることも想定され、企業と労働者双方に多大な損失をもたらすことが懸念されています。

また、企業は労働者の安全に配慮することが求められており、カスタマーハラスメントには適切かつ迅速な対策を講じ、労働者が働きやすい職場環境を整備していくことが重要となってきています。

厚生労働省の調査によれば、全国の企業、団体でのカスタマーハラスメントを受けたことがある者の割合は、パワハラに次いで多いとされており、相当数の事例が発生しているものと考えられます。そのようなことから国においては、令和4年2月にカスタマーハラスメント対策企業マニュアルを作成し、企業への活用を進めております。

また、長崎労働局におきましては、カスタマーハラスメントを含むハラスメント悩み相談室を設置し、相談に対応しているほか、長崎商工会議所では、カスタマーハラスメントの現状や対応方法を学ぶ対策セミナーを先月実施したところです。

長崎市や長崎労働局、長崎県に対して、企業や労働者から、カスタマーハラスメントに関する相談や要望等についてはこれまでのところ確認されていませんが、長崎市としましても労働者が働きやすい職場環境を整備していくため、引き続き関係機関と連携し、こうした対策を企業に対して周知するとともに積極的な活用を促してまいります。

●山口たかゆき

一定の答弁ありがとうございます。カスタマーハラスメント（悪質クレーム）対策の推進について再質問させていただきます。

先ほど、カスタマーハラスメントに対する対策の必要性が示されましたが、カスタマーハラスメント対策のよりどころがないために、労働者、企業が困っているという現状がございます。

例えば、カスタマーハラスメントか否かを客観的に判断するように、目安をホームページに載せたり、市民に公表する、知る環境を整備することが必要かと思えます。

実際に、ほかの都市での事例を見てみると、板橋区であれば、悪質クレームに当たらない上手な言い方という形でホームページに掲載していたり、もしくは札幌市であれば、市役所の本庁舎であったり、区役所にポスターを貼り出しております。今すぐ簡単にできることであれば、そういった今厚生労働省が出しているカスタマーハラスメント対策企業マニュアルもそうですけれども、何かしらカスタマーハラスメントにこういったものが当た

るんだよといったものをホームページに載せるであったり、パンフレット、リーフレットといったものがあるかと思うのでそういったものの活用であったり、独自で長崎市で作成して配布もしくは載せるということのお考えはありますでしょうか。よろしく願いいたします。

●商工部長（久田 浩）

再質問についてお答えいたします。カスタマーハラスメントにつきましては、理解促進を図るため、周知啓発が大変重要だと認識しております。

まずは、厚生労働省が作成しましたカスタマーハラスメント対策企業マニュアル、リーフレット等につきましては、市内企業約 400 社に対して、メールにて情報発信したところ です。そのほか市のホームページにも、同様の掲載を行ったところであります。

それから厚生労働省では、12 月を職場のハラスメント撲滅月間と位置づけ、労働局にハラスメント対応特別相談窓口を設置し、ハラスメントのない職場づくりを推進していることから、これらについても長崎労働局と連携しながら積極的に周知を図ってまいりたいと考えております。

以上でございます。

●山口たかゆき

非常に前向きなご対応、本当にありがとうございます。カスタマーハラスメントの被害の防止のためには、消費者のみならず事業者を含めた社会全体でカスタマーハラスメントは駄目なんだ、なくしていこう、そういう機運を醸成することが非常に重要であると思います。

今後、消費者への理解促進、社会全体の機運を醸成する上で、倫理的な消費行動を促すための啓発、もしくは社会教育の実践が必要になると思いますけれども、その点どのようにお考えか、よろしく願いいたします。

●市民生活部長（宮崎忠彦）

再質問にお答えいたします。長崎市では、消費生活知識の普及、消費者被害の防止、さらには消費者市民社会の実現に向けた市民意識の醸成のため、消費者センターの職員が自治会などの地域に出向いて、出前講座を行うなどをしているところでございます。

今後さらに、正当な消費者の要求を抑制することのないよう配慮しつつ、既存の出前講座やホームページ等においてカスタマーハラスメントに関する情報をより明確にお伝えすることで、市民の皆様の正しい理解の促進に努めてまいりたいと考えております。

以上でございます。

●山口たかゆき

続いて、再質問を行わせていただきます。カスタマーハラスメントを行わないような倫理的な行動を促すためには、関係業界や関係団体との連携も必要になってくると思いますけれども、さらに啓発活動、消費者教育を行っていく必要があると思いますけれども、この点についてどのようにお考えかよろしく申し上げます。

●市民生活部長（宮崎忠彦君）

再質問にお答えいたします。

現在、長崎市では消費者行政に関しまして、銀行協会や生命保険協会、宅地建物取引業協会などの業界団体の皆様と定期的に情報交換を行っているところでございます。

今後は、こうした場も活用し、企業、団体のカスタマーハラスメントの防止に関する意見等も取り入れるなどしながら、情報交換を実施し、消費者啓発、消費者教育の充実を図ってまいりたいと考えております。

以上でございます。

●山口たかゆき

ぜひ関係団体とも連携して、このカスタマーハラスメント対策、進めていただければと思います。