



2024.6.21

広島県広島市議会 丸山孝一議員

カスタマーハラスメント対策について 質疑を行いました！

令和 6 年 6 月 21 日 広島市議会 一般質問

●丸山幸一郎 議員

カスタマーハラスメント対策についてお伺いをいたします。

私の出身組織でありますUAゼンセンも率先して、これまでカスタマーハラスメント対策に取り組んでまいりました。当時は、お客様は神様、クレームとは理不尽なものであったとしても貴重な情報源といった考え方が、企業とお客様双方に浸透しており、取組を始めた当初は、深刻な問題だと捉えてもらえず、笑いが起こるほどでしたが、最近では、コロナ禍におけるエッセンシャルワーカーへの悪質クレームをはじめ、国の法制化に向けた動きも後押しし、メディアでも多く取り上げられるようになり、カスハラという言葉聞いたことがある方も多くなったのではないかと思います。

国に対しても働きかけを行い、2019年6月に労働施策総合推進法等が改正され、その指針として、顧客などからの暴行・脅迫・ひどい暴言・著しく不当な要求など、著しい迷惑行為に関して、事業主は相談に応じ、適切に対応するための体制整備や被害者への配慮の取組を行うことが望ましい旨、また、被害を防止するための取組を行うことが、雇用する労働者が被害を受けることを防止する上で有効であると考えられる旨が定められました。

加えて、2022年2月に、厚生労働省よりカスタマーハラスメント対策企業マニュアルやリーフレットが公表されるなど、社会的な周知が進むとともに、安心・安全な職場づくりに向けた企業による取組に対する後押しにつながったと考えています。

もちろんクレーム全般が悪だということではありません。クレームは顧客からの貴重な御意見であり、企業としても最大限対応するように努めているものの、要求態度が社会通念に照らして著しく不相当であるクレームや、顧客からの迷惑行為が発生しているのも事実であります。それにより、弱い立場の従業員が精神的苦痛を感じ、精神疾患を発症し退職につながるケースも相当数ある中で、カスハラ対策は重要だと感じております。

私も、居酒屋で店長として働かせていただいた時期があり、お客様から理不尽なクレームで家に来るように言われ、謝罪にお伺いしたときに、玄関先で木刀で威嚇されながら、3時間以上土下座させられるなど、様々なケースを経験しておりますけれども、その当時は、それが当たり前でありました。

我々が取り組んできたきっかけは、流通・サービス業の実態から取組をスタートしましたが、現在では、自治体の職場をはじめ、多くの業種においてもカスタマーハラスメントが起こっている実態があり、業種も拡大し、取組を進めてきているところです。また、職場で起こっているカスタマーハラスメントの実態調査等も何度も実施してきましたが、2024年に実施した実態調査では、直近2年以内で迷惑行為の被害に遭ったことがあるかとの問いに対し、あったと回答した割合は、2020年に実施した実態調査では56.7%に対し、2024年に実施したアンケート調査では46.8%と、減少する結果となっております。これは、この間の社会喚起や企業の実態調査の成果が徐々に出てきているということも推測できます。

一方で、最近多く目にするようになってきたワイドショーなどのメディアで報じられる内容については偏りがあると感じております。要は、顧客側の態度にフォーカスを当て過ぎて、そのような事態になるまでの従業員の対応はどうだったのかという視点が抜け落ちていることが散見されるからです。カスタマーハラスメントの対策として重要なことは、各業界におけるガイドラインの策定と企業側の従業員教育などの取組だけでなく、世論喚起及び顧客側である消費者教育の双方に取り組むことが重要だと考えます。また、従業員側だとしても、仕事が終われば顧客側にもなるということで、従業員と顧客双方の立場を有することも押さえておくべき大事な要素だと思います。

そこでお伺いをいたします。広島市は、令和5年度から令和9年度までの5年間の計画期間として、第3次広島市消費生活基本計画を策定しており、そこでは消費者教育の推進を基本方針の一つとして掲げています。そして、同基本計画では、社会情勢の変化や計画の進捗状況などに応じて必要な見直しを行う旨も記載されております。国の法制化などの動きも鑑みながら、広島市としての消費者教育の取組の中で、この第3次広島市消費生活基本計画の中にカスタマーハラスメントの項目も追加し、取組を行っていく必要があると考えますが、広島市の見解をお伺いします。

また、消費者庁が啓発として出している「消費者が意見を伝える際のポイント」などの資料も拝見しましたが、消費者行動として、一呼吸置こう、事業者の説明も聞こうなど、意見を伝える場合のポイントは大きく取り上げられていますが、行き過ぎた行動を取った場合の処罰されるケースなどの部分においては大きく取り上げられておりません。どのラインを超えたらカスタマーハラスメントとなるのかという点も

消費者教育の中で伝えていく必要があると考えます。

そこでお伺いをいたします。広島市として、今後、具体的に啓発や消費者教育を行っていく必要があると考えますが、今後、広島市としてどのように対応していくお考えかお聞きします。

また、例えば厚生労働省が示しているカスタマーハラスメント対策企業マニュアルに記載されている判断基準や事例、さらには、今後、具体的に業界としてガイドラインが示されれば、そのガイドラインなども踏まえて、消費者行動のポイントを啓発・教育する必要があると思いますが、見解をお伺いいたします。

○市民局長

カスタマーハラスメント対策についての御質問にお答えします。

まず、第3次広島市消費生活基本計画の中に、消費者教育として、カスタマーハラスメントの項目も追加し、取組を行っていく必要があると考えるがどうか、また、今後、具体的に啓発や消費者教育を行っていく必要があると考えているが、どのように対応していくのか、例えば、厚生労働省が示している企業マニュアルに記載されている判断基準、事例等を踏まえて、消費者行動のポイントを啓発・教育する必要があると思うがどうかについて順次お答えします。

現行の第3次広島市消費生活基本計画は、平成19年施行の広島市消費生活条例に基づき、消費者の利益の擁護や増進を中心とした諸施策を掲げており、近年では、高齢化の進行、地域コミュニティの活力低下、成年年齢の引下げなどの社会情勢の変化を踏まえ、消費者被害の未然防止を目的とした消費者教育推進の取組を中心としているものです。基本計画策定後、カスタマーハラスメントの問題がより深刻化し、国においては、昨年3月に閣議決定された消費者教育の推進に関する基本的な方針の中で、事業者に対する消費者の不適切な言動について言及され、各種啓発事業が行われているところです。

議員御指摘のように、現行計画にカスタマーハラスメントの取組を追加することも可能ですが、そのためには、消費生活審議会への諮問、審議・答申といった一連の手続や期間を要することから、当面は、現行の計画の下でも可能な取組として、消費者と事業者との連携・協働を図る啓発活動を行いたいと考えています。

具体的には、議員御紹介の、消費者が意見を伝える際のポイントやカスタマーハラスメント対策企業マニュアルなどを参考としながら、消費者にもカスタマーハラスメントへの理解を深める資料を作成し、本市ホームページに掲載するとともに、消費生活出前講座で取り扱うなど、今年度から取り組んでいきたいと考えています。

このような取組と並行して、本市の消費生活基本計画でカスタマーハラスメントを

どのように取り上げていくかについては、今後の社会動向等を踏まえつつ、消費生活審議会の御意見もお聞きしながら検討していきたいと考えています。

以上です。

●丸山幸一郎 議員

カスタマーハラスメントについても、消費者教育で即対応できるところを対応いただいたということでも感謝申し上げたいと思いますし、また、基本計画の反映の検討ということもしていただけるということで、ぜひ前向きな御検討をいただければというふうに思います。

今、東京都でも条例化に向けていろいろと検討されているということでもありますけれども、法制化等の状況を鑑みた上で、どう対応していくかということも併せて、今後引き続き議論をさせていただければというふうにも思っているところであります。