

静岡県カスタマーハラスメント防止対策協議会

～思いやりの心で、カスハラゼロの静岡県へ～

令和7年3月24日(月)

静岡県就業支援局労働雇用政策課

議 事	スライド
1 カスタマーハラスメントとは（定義・範囲）	3
2 カスタマーハラスメントの現状	7
3 カスタマーハラスメント防止対策の取組状況	19
4 カスタマーハラスメント防止対策の今後の方向性	26

1 カスタマーハラスメントとは（定義・範囲）

1 カスタマーハラスメントとは（定義・範囲）

カスタマーハラスメントとは（カスタマーハラスメント対策企業マニュアル 2022年2月 厚生労働省策定）

顧客等からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らして、当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものであって、当該手段・態様により、労働者の就業環境が害されるもの

◆「顧客等」は、実際に商品・サービスを利用した者だけでなく、今後利用する可能性がある潜在的な顧客を含む

◆「当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らして・・・社会通念上不相当なもの」

・企業の提供する商品・サービスに瑕疵・過失が認められない場合
・要求の内容が、企業の提供する商品・サービスの内容とは関係がない場合

} 要求の内容が妥当性を欠く場合

・身体的・精神的な攻撃、威圧的な言動、性的な言動、従業員個人への攻撃・要求等(商品交換や金銭補償についても不相当とされる場合がある)

} 当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なもの

◆「労働者の就業環境が害されるもの」

・労働者が、人格や尊厳を侵害する言動により、身体的・精神的に苦痛を与えられ、就業環境が不快なものとなったために能力の発揮に重大な悪影響が生じる等の当該労働者が就業する上で看過できない程度の支障が生じること

※ただし、「企業や業界により、顧客等への対応方法・基準が異なることが想定されるため、カスタマーハラスメントを明確に定義することはできない」と記載されている。

1 カスタマーハラスメントとは（定義・範囲）

カスハラの種類（抜粋）

類型	主な内容	
時間拘束	・1時間を超える長時間の拘束、居座り	・時間の拘束、業務に支障を及ぼす行為
リピート型	・頻繁に来店し、その度にクレームを行う	・度重なる電話
暴言	・大声、暴言で執拗にオペレータを責める	・店内で大きな声をあげて秩序を乱す
対応者の揚げ足取り	・電話対応での揚げ足取り	・一方的にこちらの落ち度に対してのクレーム
脅迫	・脅迫的な言動、反社会的な言動	・SNSやマスコミへの暴露をほのめかした脅し
権威型	・優位な立場にいることを利用した暴言、特別扱いの要求	
SNSへの投稿	・インターネット上の投稿(従業員の氏名公表)	・会社、社員の信用を毀損させる行為
正当な理由のない過度な要求	・言いがかりによる金銭要求	・契約内容を超えた過剰な要求
コロナ禍に関連するもの	・マスク着用、消毒、窓開けに関する強い要望	・マスクをしていない人への過度な注意の要望
セクハラ	・特定の従業員へのつきまとい	・従業員へのわいせつ行為や盗撮
その他	・事務所（敷地内）への不法侵入	・正当な理由のない業務スペースへの立ち入り

（参考：カスタマーハラスメントが抵触する法律）

カスタマーハラスメントに係る犯罪、違法行為がどのような法律に抵触するのか、関連する条文として、以下のようなものがあります。

【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：暴行を加えたもの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料所に処する。

【脅迫罪】刑法222条：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。

【恐喝罪】刑法249条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。
刑法249条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、同項と同様にする。

【未遂罪】刑法250条：この章の未遂は、罰する。

【強要罪】刑法223条：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。

【名誉毀損罪】刑法230条：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固又は50万円以下の罰金に処する。

【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、拘留又は過料に処する。

【信用毀損及び業務妨害】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年以下の懲役または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、前条の例による。

【不退去罪】刑法130条：正当な理由がないのに、人の住居若しくは人の看守する邸宅、建造物若しくは艦船に侵入し、又は要求を受けたにもかかわらずこれらの場所から退去しなかった者は、3年以下の懲役又は10万円以下の罰金に処する。

その他、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おり、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ります。

1 カスタマーハラスメントとは（定義・範囲）

法的位置づけ

各種ハラスメントにおける法的位置づけ

類型	根拠法令	定義
セクシュアルハラスメント	男女雇用機会均等法 (第11条)	職場において行われる性的な言動に対するその雇用する労働者の対応により当該労働者が労働条件につき不利益を受け、又は当該性的な言動により当該労働者の就業環境が害されるもの
妊娠・出産等に関するハラスメント	男女雇用機会均等法 (第11条の3)	職場において行われるその雇用する女性労働者に対する当該女性労働者が妊娠したこと、出産したこと、労働基準法第六十五条第一項の規定による休業を請求し、又は同項若しくは同条第二項の規定による休業をしたことその他の妊娠又は出産に関する事由であつて厚生労働省令で定めるものに関する言動により当該女性労働者の就業環境が害されるもの
育児休業等に関するハラスメント	育児・介護休業法 (第25条)	職場において行われるその雇用する労働者に対する育児休業、介護休業その他の子の養育又は家族の介護に関する厚生労働省令で定める制度又は措置の利用に関する言動により当該労働者の就業環境が害されるもの
パワーハラスメント	労働施策総合推進法 (第30条の2)	職場において行われる優越的な関係を背景とした言動であつて、業務上必要かつ相当な範囲を超えたものによりその雇用する労働者の就業環境が害されるもの
カスタマーハラスメント	改正労働施策総合推進法 (第33条※1)	顧客等(※2)の言動であつて、その雇用する労働者が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えたものにより当該労働者の就業環境が害されるもの

※1 今国会で審議中 ※2 顧客、取引の相手方、施設の利用者その他の当該事業主の行う事業に関係を有する者

2 カスタマーハラスメントの現状

2 カスタマーハラスメントの現状①

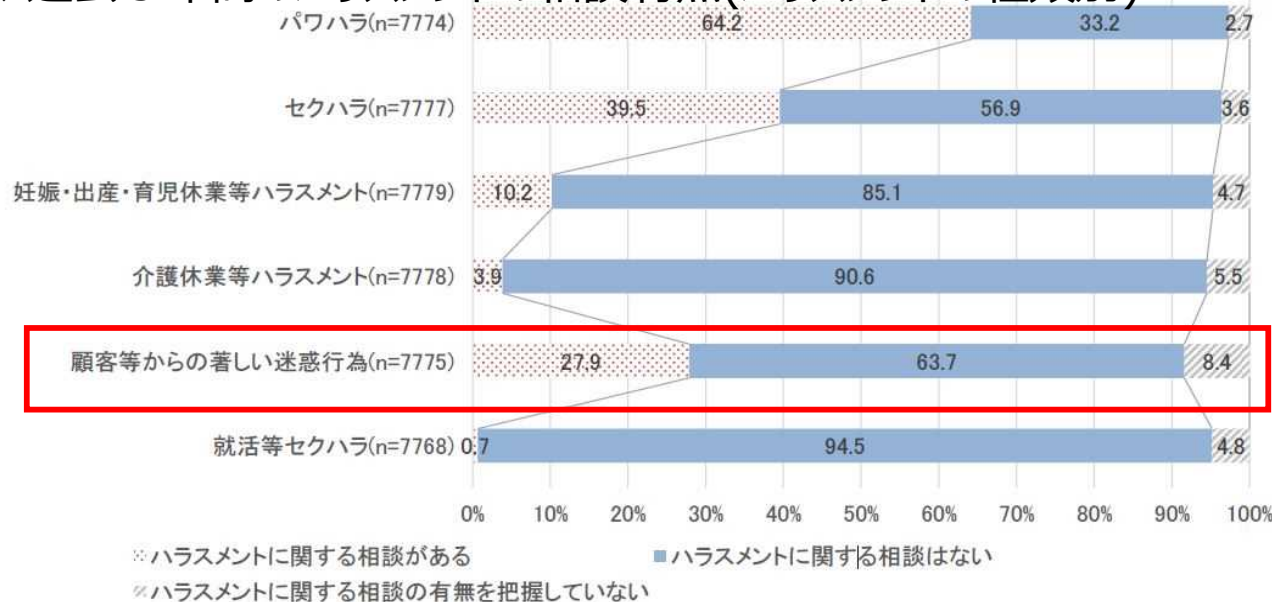
厚生労働省「令和5年度 職場のハラスメントに関する実態調査報告書」企業調査

調査期間：R5.12.1～29

調査対象：従業員30人以上の法人25,000社

有効回答：7,780件

◆過去3年間のハラスメントの相談有無(ハラスメントの種類別)



・過去3年間で従業員からカスハラに関する相談が寄せられた企業は27.9%で、パワハラ(64.2%)、セクハラ(39.5%)の次に多い。

◆過去3年間に相談があった企業における相談件数の推移(ハラスメントの種類別)



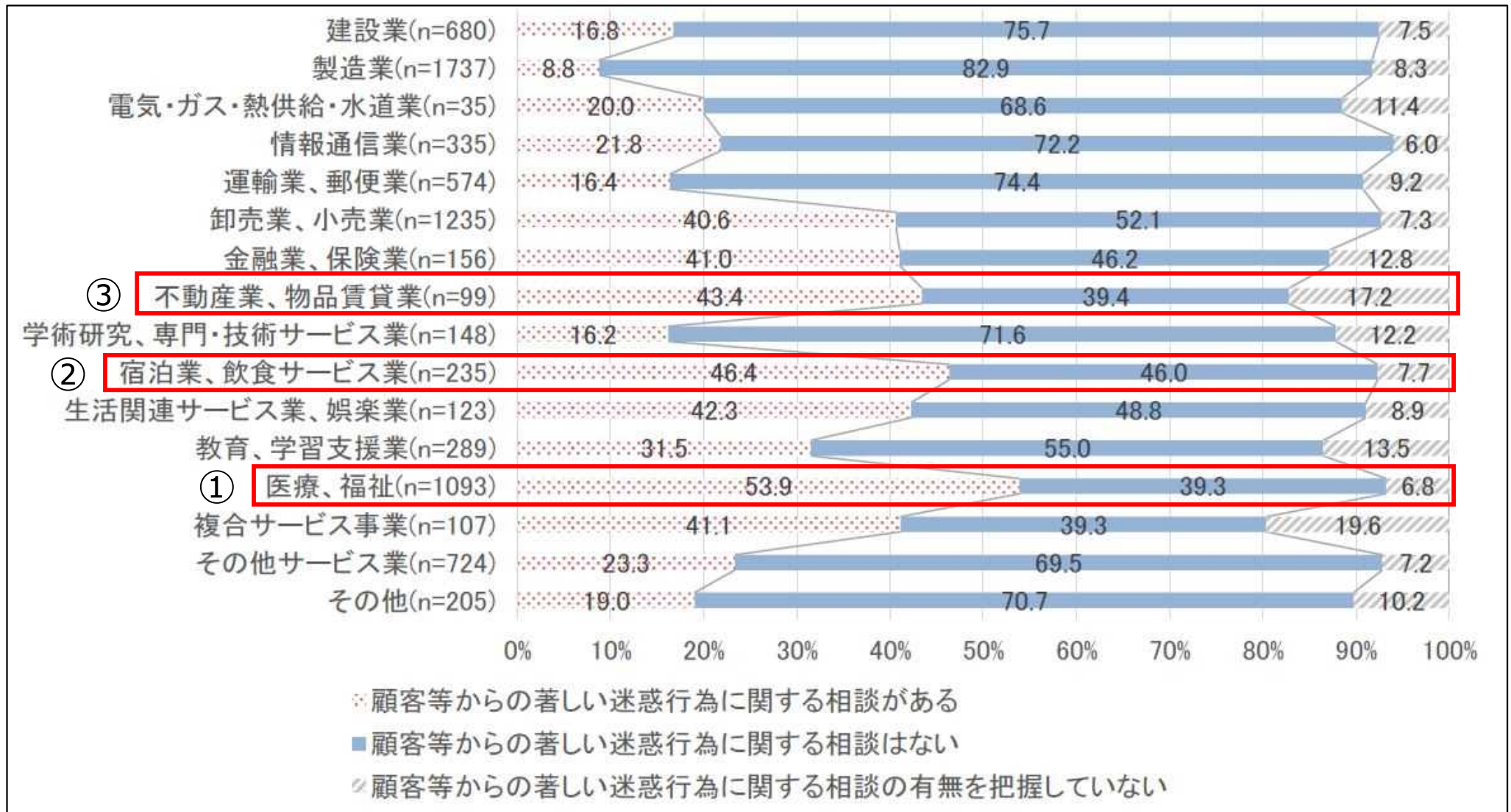
・カスハラのみ「件数が増加している」(23.2%)割合が「件数は減少している」(11.4%)割合を上回っている。

2 カスタマーハラスメントの現状①

厚生労働省「令和5年度 職場のハラスメントに関する実態調査報告書」企業調査

◆過去3年間の顧客等からの著しい迷惑行為に関する相談の有無（業種別）

・「医療、福祉」が53.9%と最も多く、次いで「宿泊業、飲食サービス業」（46.4%）、「不動産業、物品賃貸業」（43.4%）順に多い

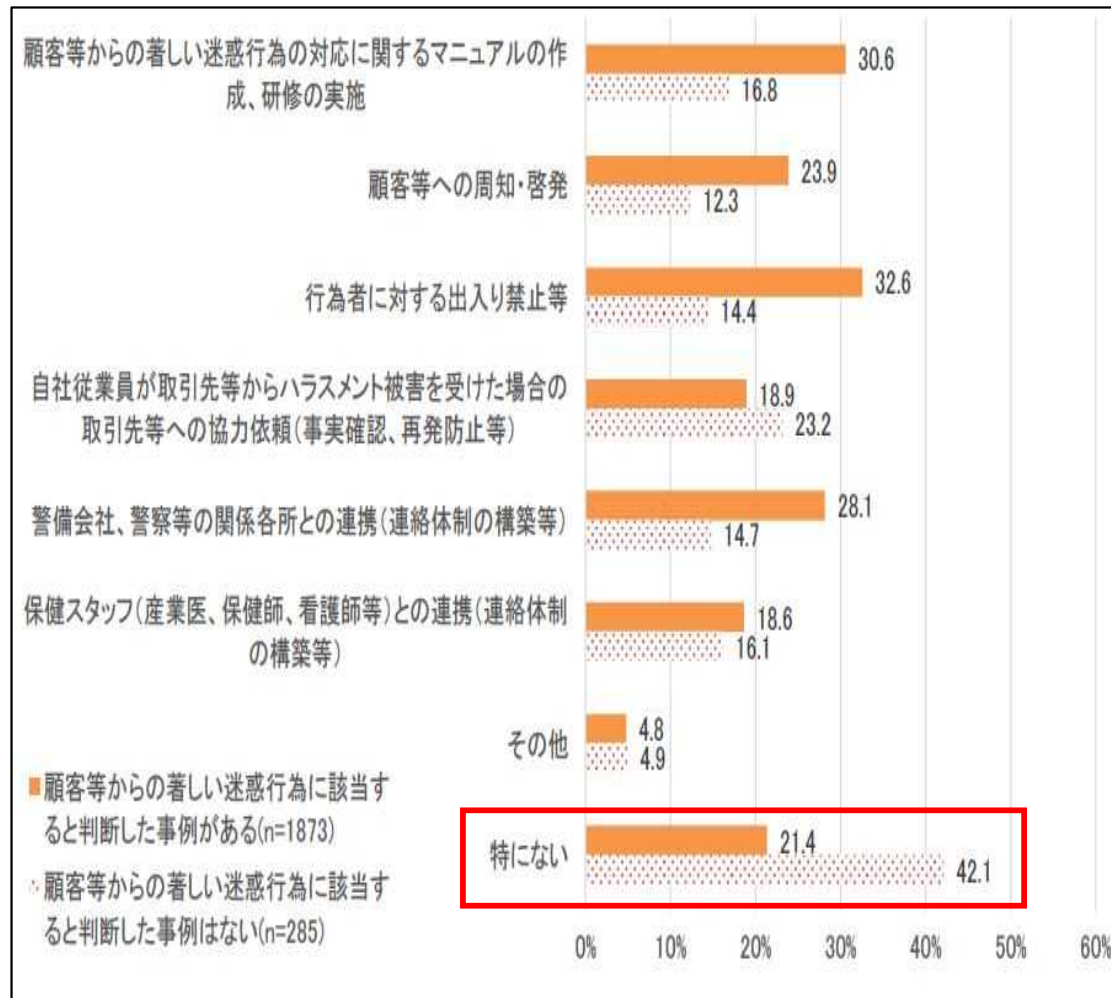


2 カスタマーハラスメントの現状①

厚生労働省「令和5年度 職場のハラスメントに関する実態調査報告書」企業調査

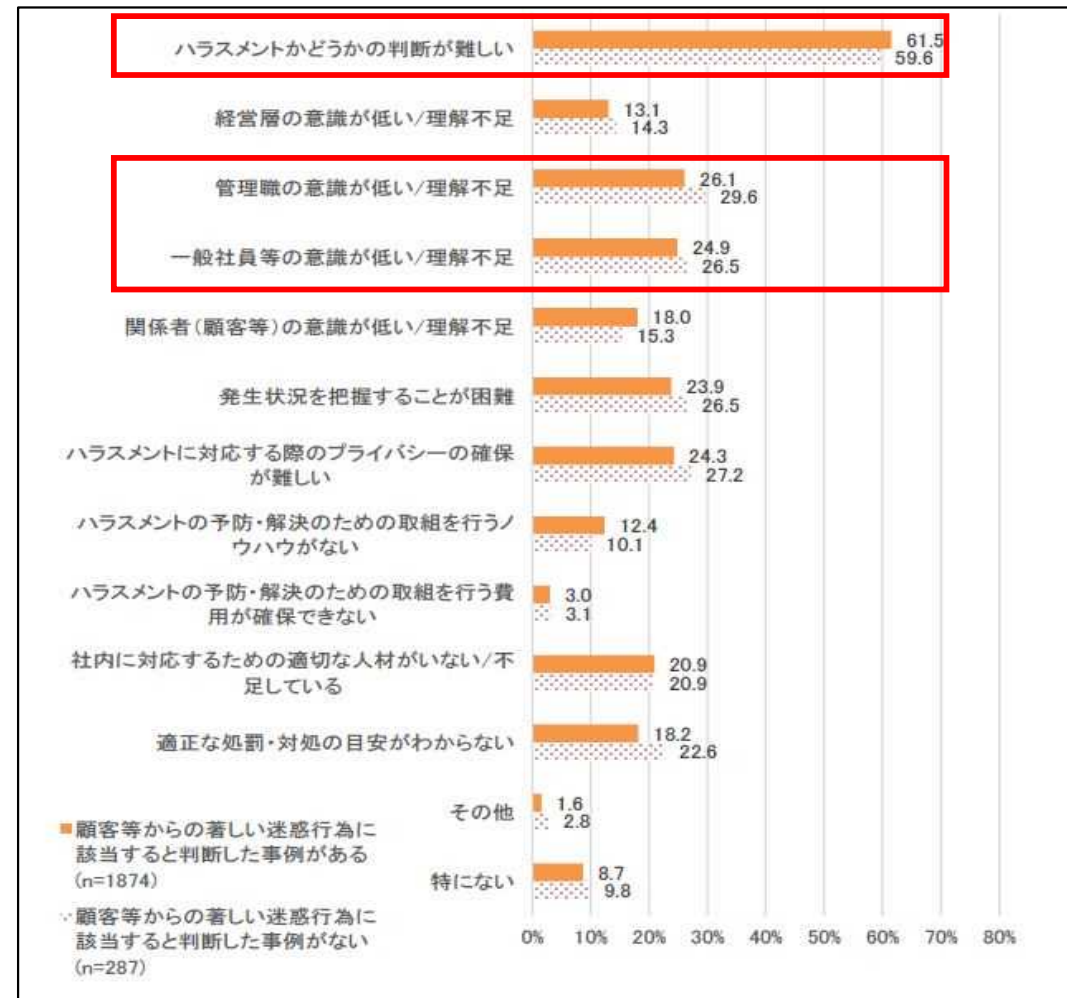
◆顧客等からの著しい迷惑行為に関する取組(事例有無別) ◆ハラスメント予防・解決のための取組を進める上での課題(事例有無別)

- ・事例がない企業は、「特になし」(42.1%)が最も多い
- ・事例がある企業は、「自社従業員が取引先等からハラスメント被害を受けた場合の取引先等への協力依頼(事実確認、再発防止等)」及び「その他」を除き、取組を実施している割合が高い。



(対象：顧客等からの著しい迷惑行為に関する相談があった企業(n=2,158))

- ・事例の有無にかかわらず、およそ6割の企業が「ハラスメントかどうかの判断が難しい」と考えている。
- ・事例がある企業は、次いで管理職や一般社員等の意識が低い・理解不足と考える割合が高い。



(対象：顧客等からの著しい迷惑行為に関する相談があった企業(n=2,161))

2 カスタマーハラスメントの現状②

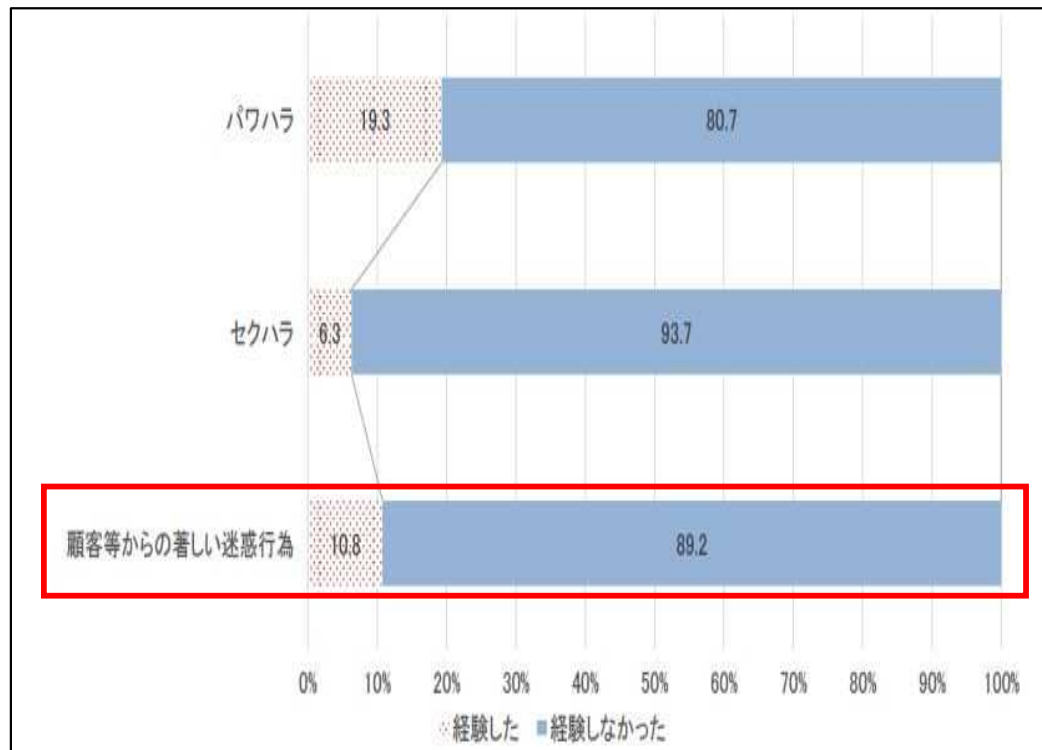
厚生労働省「令和5年度 職場のハラスメントに関する実態調査報告書」労働者調査

調査期間：R6.1.11～29

調査対象：全国20～64歳の男女労働者8,000人

◆ハラスメントを受けた経験

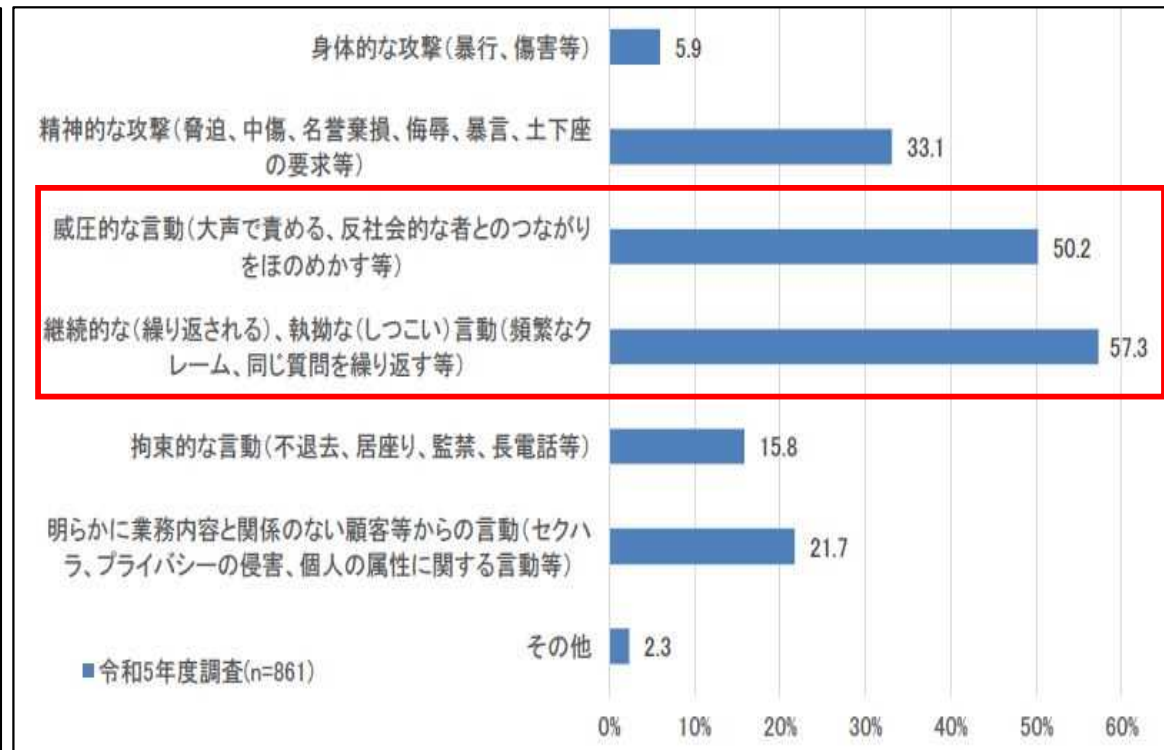
・過去3年間に勤務先で受けたハラスメントとして、パワハラ（19.3%）が最も多く、次いでカスハラ（10.8%）、セクハラ（6.3%）順に多い。



(対象：全回答者 (n=8,000))

◆受けた顧客等からの著しい迷惑行為の内容

・「継続的な(繰り返される)、執拗な(しつこい)言動(頻繁なクレーム、同じ質問を繰り返す等)」(57.3%)が最も多く、次いで「威圧的な言動(大声で責める、反社会的な者とのつながりをほのめかす等)」(50.2%)が多い。

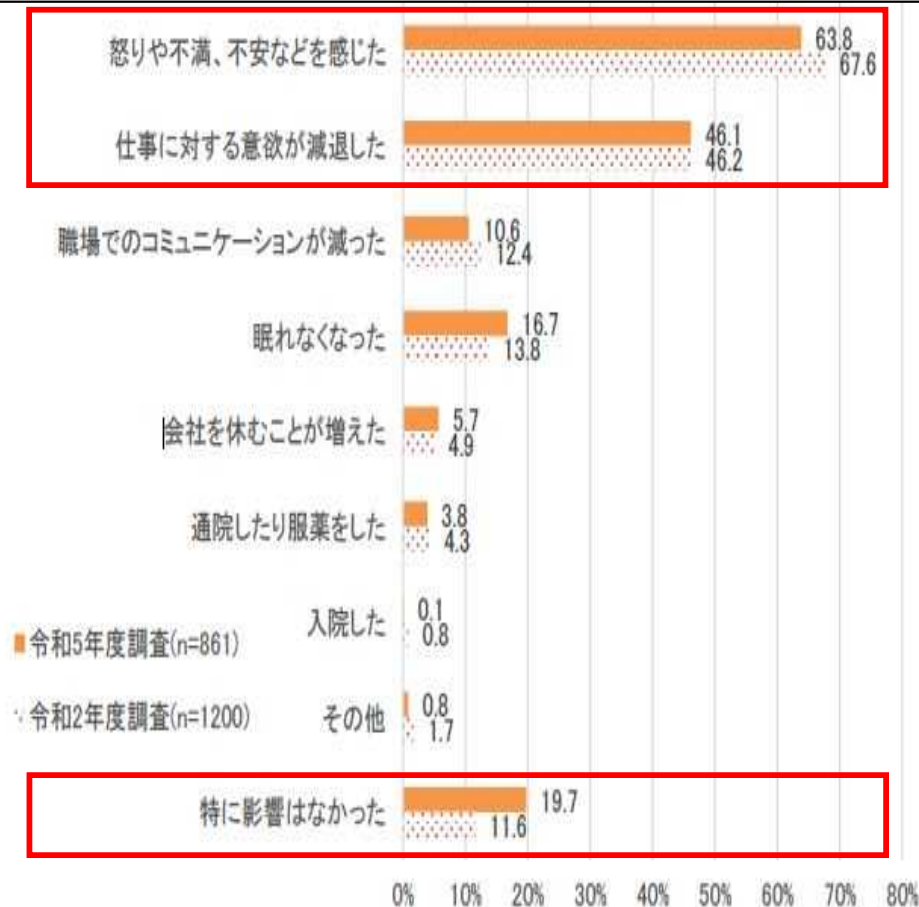


(対象：顧客等からの著しい迷惑行為を受けたと回答した者 (n=861)) 11

2 カスタマーハラスメントの現状②

厚生労働省「令和5年度 職場のハラスメントに関する実態調査報告書」労働者調査

- ◆顧客等からの著しい迷惑行為を受けたことによる心身への影響
- ・「怒りや不満、不安などを感じた」（63.8%）割合が最も高く、次いで「仕事に対する意欲が減退した」（46.1%）割合が高い。
- ・令和2年度調査と比較し、「特に影響はなかった」割合は、8.1ポイント高くなった。



- ◆顧客等からの著しい迷惑行為を受けた後の行動
- ・令和2年度調査と比較し、「何もしなかった」が10.9ポイント増加した。
- ・また、「社内の上司に相談した」が10.2ポイント、「社内の同僚に相談した」が7.2ポイント減少した。

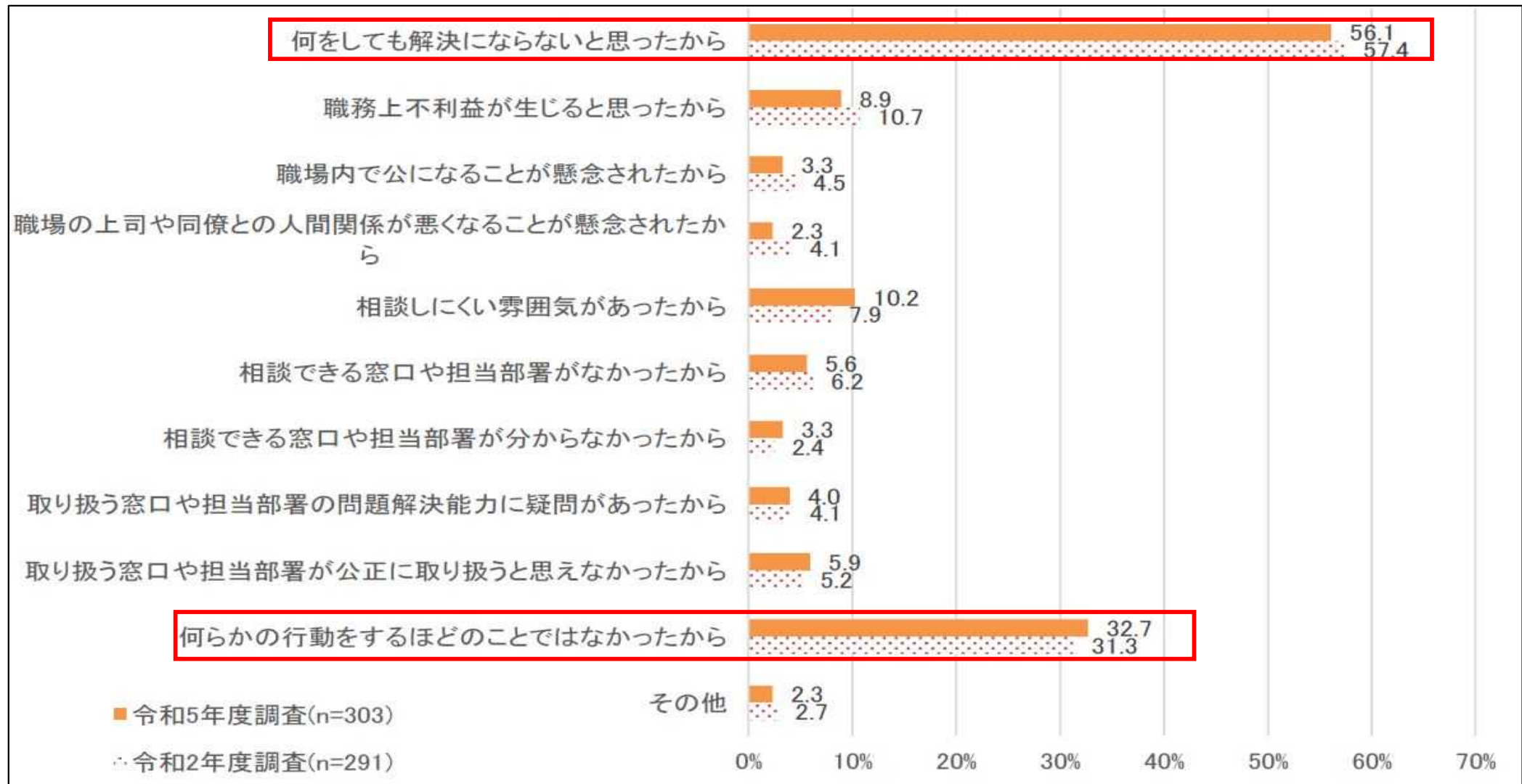


2 カスタマーハラスメントの現状②

厚生労働省「令和5年度 職場のハラスメントに関する実態調査報告書」**労働者調査**

◆顧客等からの著しい迷惑行為を受けて何もなかった理由

・「何をしても解決にならないと思ったから」（56.1%）が最も多く、次いで「何らかの行動をするほどのことではなかったから」（32.7%）が多い。



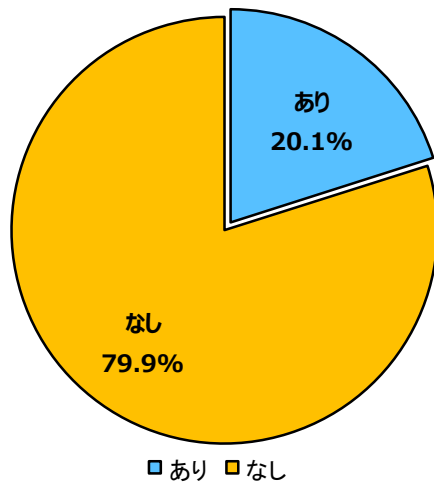
（対象：顧客等からの著しい迷惑行為を受けて何もなかったと回答した者）

2 カスタマーハラスメントの現状③

令和6年度 県内アンケート調査結果

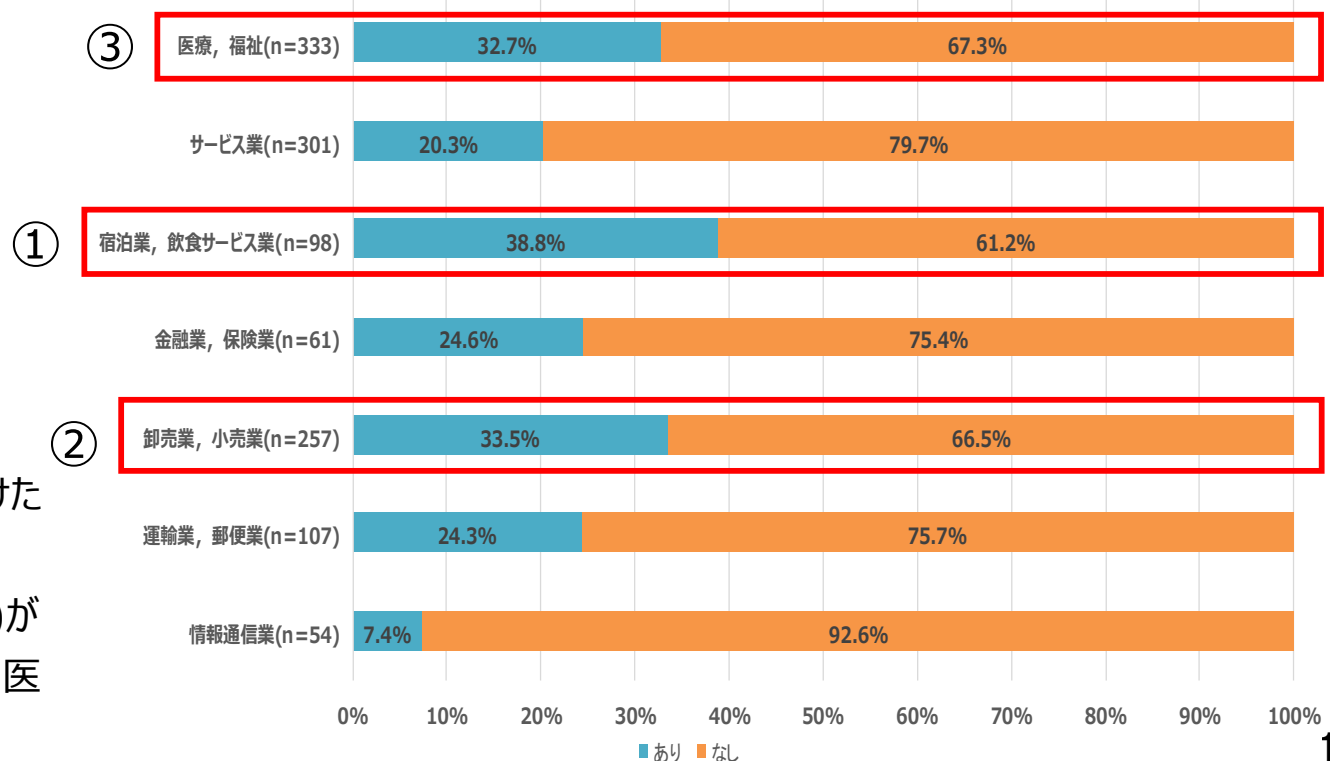
種類	調査期間	対象企業	対象企業数	回答企業数	回収率
雇用管理状況調査	R6.11.1～11.29	総務省統計局「事業所母集団データベース」に掲載されている県内事業所から、特定の業種に属する常用雇用者10人以上の事業所から無作為に抽出した事業所	3,200	1,303	40.7%
職場環境づくりアンケート	R6.12.6～12.20	※対象から除外：従業員数10人未満(パート等含む)、NPO法人、公立学校法人、「雇用管理状況調査」調査対象企業	2,467	768	31.1%
計			5,667	2,071	36.5%

◆過去1年間にハラスメントを受けた経験



- ・過去1年間に従業員がカスタマーハラスメントを受けたことがある企業の割合は20.1%
- ・業種別では、「宿泊業、飲食サービス業」(38.8%)が最も多く、次いで「卸売業、小売業」(33.5%)、「医療、福祉」(32.7%)の順に多い。

◆過去1年間にハラスメントを受けた経験(業種別)

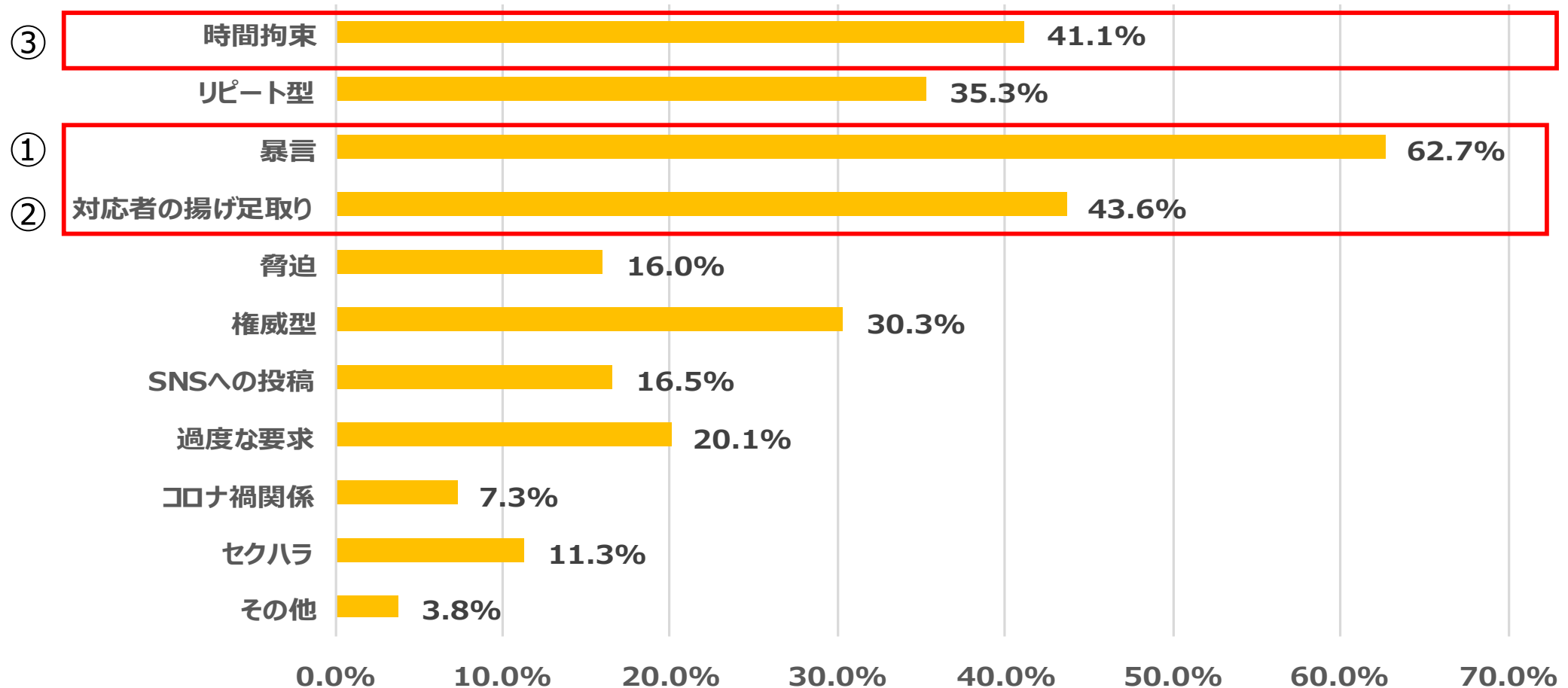


2 カスタマーハラスメントの現状③

令和6年度 静岡県雇用管理状況調査・職場づくりアンケート

◆過去1年間に受けたカスタマーハラスメントの内容

・「暴言」(62.7%)が最も多く、次いで「対応者の揚げ足取り」(43.6%)、「時間拘束」(41.1%)の順に多い。



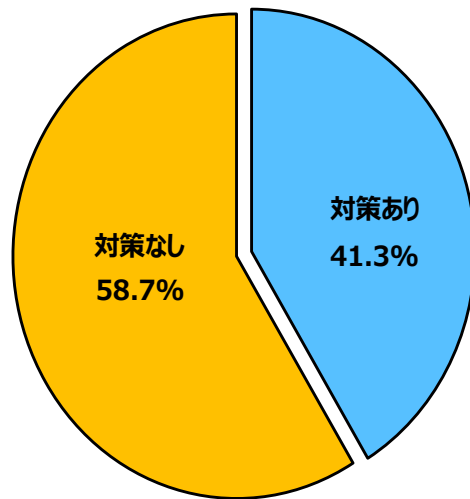
対象：過去1年間に従業員がカスタマーハラスメントを受けたことがあると回答した企業(n=399)

2 カスタマーハラスメントの現状③

令和6年度 静岡県雇用管理状況調査・職場づくりアンケート

◆カスタマーハラスメント対策の有無

- ・カスタマーハラスメントの対策を講じている企業の割合は41.3%

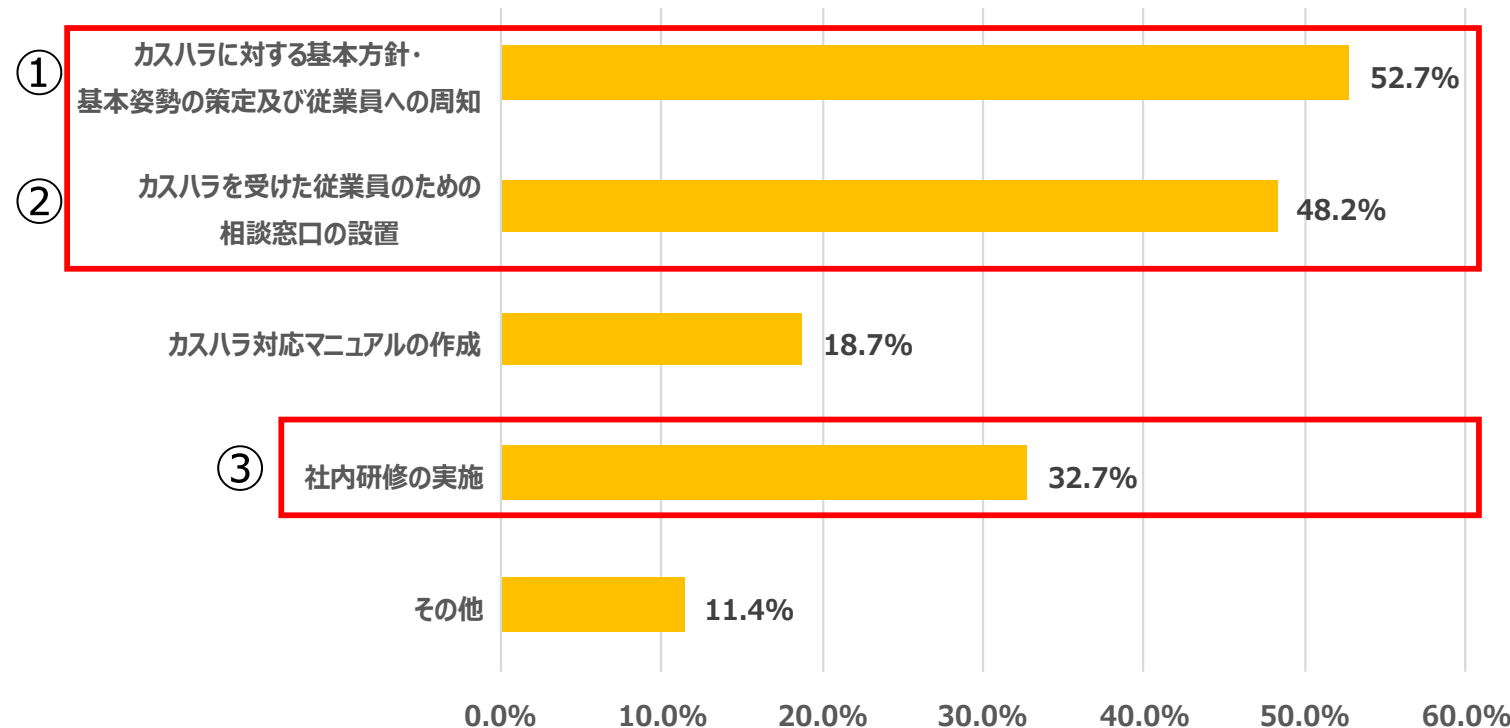


他ハラスメント対策有無

区分	あり	なし
パワハラ	84.8%	15.2%
セクハラ	83.9%	16.1%
マタハラ 育休ハラ	78.7%	21.3%

◆カスタマーハラスメント対策の内容

- ・具体的な内容は、「カスタマーハラスメントに対する基本方針・基本姿勢の策定及び従業員への周知」(52.7%)が最も多く、次いで「カスハラを受けた従業員のための相談窓口の設置」(48.2%)、「社内研修の実施」(32.7%)の順に多い。



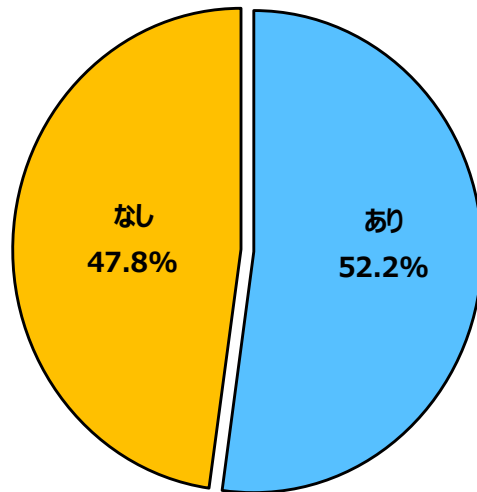
対象：カスタマーハラスメント対策を講じていると回答した企業(n=755)

2 カスタマーハラスメントの現状③

令和6年度 静岡県雇用管理状況調査・職場づくりアンケート

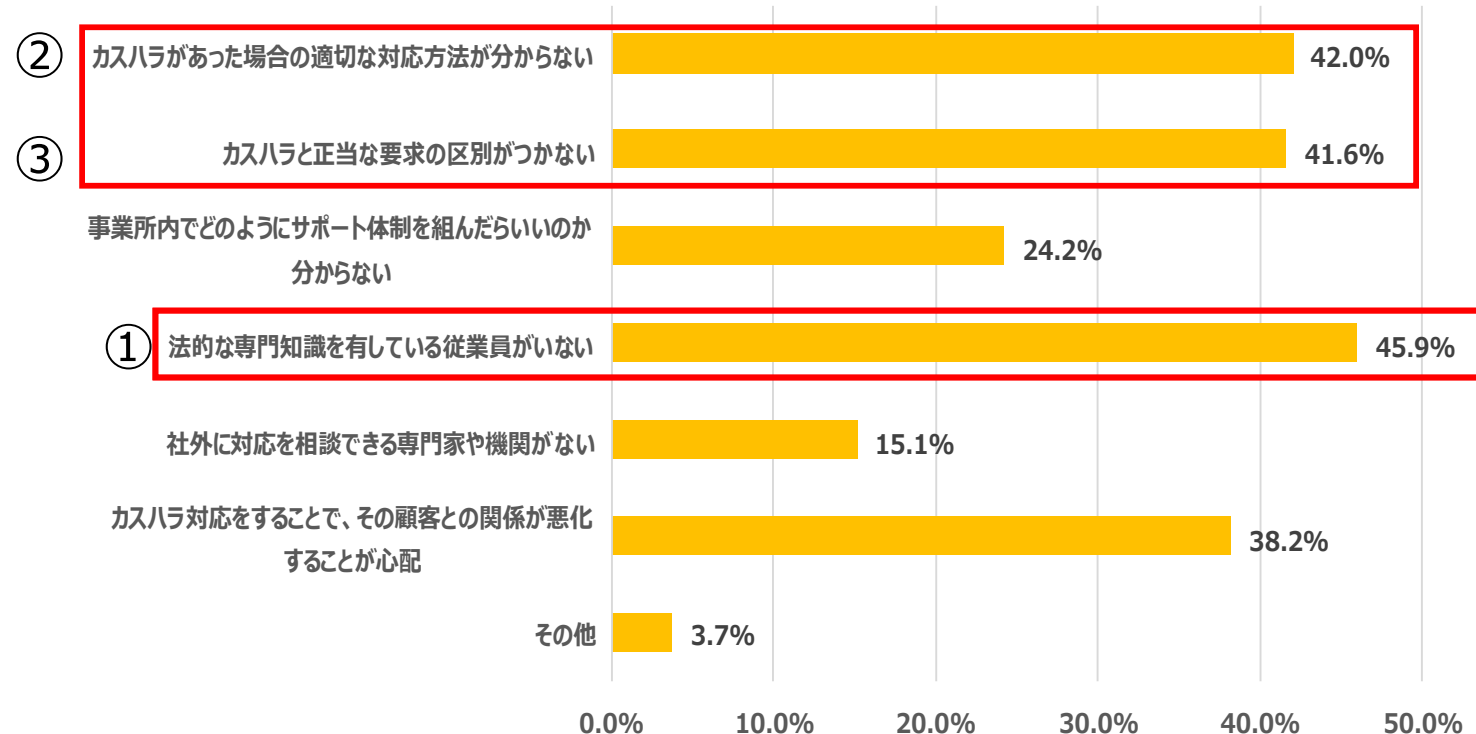
◆カスタマーハラスメントに対応するにあたって困っていることの有無

・カスタマーハラスメントに対応するにあたって困っていることがある企業の割合は52.2%



◆カスタマーハラスメントに対応するにあたって困っていることの内容

・「法的な専門知識を有している従業員がいない」(45.9%)が最も多く、次いで「カスハラがあった場合の適切な対処方法が分からない」(42.0%)、「カスハラと正当な要求の区別がつかない」(41.6%)の順に多い。



2 カスタマーハラスメントの現状④

関係団体におけるカスタマーハラスメント対策に関する要望状況

団体	内容
日本労働組合総連合会静岡県連合会【9/4政策・制度要請】	特にカスタマーハラスメントは近年大きな社会問題になっている。連合本部が2022年に実施したアンケートでは、対策が取られていない職場の労働者の58.3%が心身に不調をきたしたと答えている。このような状況を受け、東京都では全国に先駆けてカスタマーハラスメント防止条例の制定が検討されている。本県でも関係者との協議の場を設置するとともに、同条例の制定に向けた検討を行うこと。
静岡県商工会議所連合会（沼津商工会議所） （10/9県行政に関する要望）	現在、東京都において検討が進められている本条例につきまして、企業活動への影響を考慮し、静岡県におきましても、条例制定に向けた取り組みをお願いしたく要望します。

全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟（U A ゼンセン静岡県支部）聞き取り（令和7年2月6日）

6～7年ほど前から、顧客等からの悪質なクレームが増えている状況であり、実態把握のため組合員に対しアンケートを実施したところ、およそ7割がカスハラを体験し、うち1割が心の病、通院、離職に及んでいる。（アンケートはこれまでに3回実施）
アンケート結果等を踏まえ、厚生労働省や消費者庁にカスハラ対策の要望を行っていたが、「正当なクレームとの線引きが難しい」として実現できずにいた。昭和に広まった、「お客様は神様である」という言葉の意味が誤って伝わり、現在の状況になっている。
最近では、コロナ禍で、ネット上の風評被害等医療従事者へのカスハラが横行した。カスハラ対策を法制化し、カスハラをなくしていきたい。
東京都の条例制定をきっかけに、各地方自治体でも防止条例の制定に取り組んでおり、国でも法制化の動きがある。静岡県にも、連合静岡を通じてカスハラ対策に前向きに取り組んでほしい意見を出している。
防止対策に当たっては、正当なクレームとカスタマーハラスメントの境目を明らかにしていく必要がある。

（参考）U A ゼンセンの取組（抜粋）

各種調査	顧客からのハラスメントの定義とその対応に関するガイドライン、アンケート（3回実施）
啓発活動	・2/28:医療・介護業種のカスタマーハラスメントシンポジウム ・啓発動画の公開

U A ゼンセンHP(カスハラ)



3 カスタマーハラスメント防止対策の取組状況

3 カスタマーハラスメント防止対策の取組状況①

国の取組

取組	内容
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・ポスターの発行(R4.2)	小売業、運輸業、飲食サービス業、宿泊業等、顧客と接することの多い業種に属する企業12社にヒアリング等を行い企業が具体的に取り組むべきカスタマーハラスメント対策等をまとめた「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル等」を作成(R4.2発行)
ハラスメント悩み相談室	カスタマーハラスメント、就活ハラスメントの悩みに対応するメール・SNS相談窓口を設置（相談無料）
動画で学ぶハラスメント	カスタマーハラスメント等各種ハラスメントの予防解決に役立つ動画を公開
ハラスメント対策の総合情報サイト「あかるい職場応援団」	職場の総合的なハラスメントの予防・解決やハラスメント対策における好事例等をまとめたポータルサイトを公開



マニュアル



リーフレット



ポスター



動画教材

あかるい職場応援団HP



3 カスタマーハラスメント防止対策の取組状況③

東京都の取組

主な取組	内容
カスタマーハラスメント防止条例	全国初となるカスタマーハラスメント防止条例を制定（R6.10.4） 施行日：R7.4.1
カスタマーハラスメントの防止に関する指針（R6.12.25）	カスタマーハラスメントの内容や顧客等、就業者及び事業者の責務に関する事項等を定める
カスタマーハラスメント防止のための各団体共通マニュアル（R7.3.4）	・東京都条例第14条に、事業者はカスタマーハラスメントの防止の手引作成等に努めることを規定。 ⇒各業界のマニュアル作成に当たり策定上のポイント等を提示するためのマニュアルを作成
東京都ホームページ「TOKYOノーカスハラ支援ナビ」によるカスタマーハラスメントの防止に係る諸情報の啓発	・カスタマーハラスメントに関する基本的な情報や事業者が取るべき対策、都の対策（労働相談、専門家派遣による企業支援、シンポジウム）等様々なコンテンツが集約

北海道の取組

主な取組	内容
カスタマーハラスメント防止条例	全国で2例目の制定（R6.11.26） 施行日：R7.4.1
労働相談ホットライン（通年）	賃金、労働時間、労働条件、各種ハラスメント（パワーハラスメント、カスタマーハラスメント等）など様々な労働問題に対応する相談窓口
就業環境実態調査（毎年実施）	施策を推進するための基礎資料を得ることを目的に実施（ハラスメントに関する項目有）
労働問題セミナー（毎年実施）	令和6年度「カスタマーハラスメント」（11/12）
条例に基づく新たな取組	社内のカスハラ相談担当者向けの研修会や企業内マニュアル作成支援を実施予定

«その他都道府県においても、条例制定や制定の検討、対策セミナーや相談対応等を実施»

3 カスタマーハラスメント防止対策の取組状況④

【厚生労働省】カスタマーハラスメント防止対策の法制化にむけた検討

雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会報告書
(R6.8.8)概要

労働者保護の観点から事業主の雇用管理上の措置義務とすることが適当である。
カスタマーハラスメント防止対策は労働者の保護だけでなく顧客の利益にもつながる。
社会全体で取り組むことが効果的であり、関係機関との連携が必要である。

労働政策審議会
雇用環境・均等分科会

雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会報告書を受け、第71～80回にかけて、法制化に向けた審議が行われた。
第79回(R6.12.26)では、職場におけるハラスメント防止対策の強化等についてこれまで審議した結果を報告書としてまとめ、厚生労働大臣に建議することを決定。
第80回(R7.1.24)では、労働施策総合推進法の改正案要綱について審議会に諮問することを決定。(1.27に改正案要綱の内容は妥当である旨の答申あり)

女性活躍の更なる推進及び職場におけるハラスメント防止対策の強化について(12.26建議)
「指針において示すべき事項」
概要

社会的通念上相当な範囲で行われたものは、いわば「正当なクレーム」であり、カスタマーハラスメントには当たらないことに留意する必要がある。
消費者の権利を尊重するとともに、障害者差別解消法に基づく配慮義務を遵守する。
事業主が事案についての相談対応等を行うに当たり、その労働者の心身の状況や受け止めなどの認識に個人差があることを踏まえ、丁寧かつ慎重に対応することが必要。

3 カスタマーハラスメント防止対策の取組状況④

労働施策の総合的な推進並びに労働者の雇用の安定及び職業生活の充実等に関する法律等の一部を改正する法律案の概要

※3月11日、改正法律案が閣議決定し、通常国会に提出

改正の趣旨

多様な労働者が活躍できる就業環境の整備を図るため、ハラスメント対策の強化、女性活躍推進法の有効期限の延長を含む女性活躍の推進、治療と仕事の両立支援の推進等の措置を講ずる。

改正の概要

1. ハラスメント対策の強化【労働施策総合推進法、男女雇用機会均等法】

- ① カスタマーハラスメント(※)を防止するため、事業主に雇用管理上必要な措置を義務付け、国が指針を示すとともに、カスタマーハラスメントに起因する問題に関する国、事業主、労働者及び顧客等の責務を明確化する。
※ 職場において行われる顧客、取引の相手方、施設の利用者その他の当該事業主の行う事業に関係を有する者の言動であって、その雇用する労働者が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えたものにより当該労働者の就業環境を害すること
- ② 求職者等に対するセクシュアルハラスメントを防止するため、事業主に雇用管理上必要な措置を義務付け、国が指針を示すとともに、求職者等に対するセクシュアルハラスメントに起因する問題に関する国、事業主及び労働者の責務を明確化する。
- ③ 職場におけるハラスメントを行ってはならないことについて国民の規範意識を醸成するために、啓発活動を行う国の責務を定める。

2. 女性活躍の推進【女性活躍推進法】

- ① 男女間賃金差異及び女性管理職比率の情報公表を、常時雇用する労働者の数が101人以上の一般事業主及び特定事業主に義務付ける。
- ② 女性活躍推進法の有効期限(令和8年3月31日まで)を令和18年3月31日まで、10年間延長する。
- ③ 女性の職業生活における活躍の推進に当たっては、女性の健康上の特性に配慮して行われるべき旨を、基本原則において明確化する。
- ④ 政府が策定する女性活躍の推進に関する基本方針の記載事項の一つに、ハラスメント対策を位置付ける。
- ⑤ 女性活躍の推進に関する取組が特に優良な事業主に対する特例認定制度(プラチナえるぼし)の認定要件に、求職者等に対するセクシュアルハラスメント防止に係る措置の内容を公表していることを追加する。
- ⑥ 特定事業主行動計画に係る手続の効率化を図る。

3. 治療と仕事の両立支援の推進【労働施策総合推進法】

- 事業主に対し、職場における治療と就業の両立を促進するため必要な措置を講じる努力義務を課すとともに、当該措置の適切・有効な実施を図るための指針の根拠規定を整備する。

等

施行期日

公布の日から起算して1年6月以内で政令で定める日(ただし、1③及び2②から④までは公布日、2①及び⑥並びに3は令和8年4月1日) 24

3 カスタマーハラスメント防止対策の取組状況④

カスタマーハラスメント防止対策の法制化④【改正法案の概要】

事業主が講ずべき措置等 【義務】		・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の整備その他の雇用管理上必要な措置を講ずる。 ・労働者が相談を行ったこと等を理由として解雇その他不利益な取扱いをしてはならない。 ・他の事業主から当該事業主の講ずる措置の実施に関し必要な協力を求められた場合に応ずるよう努める。 【助言、指導及び勧告並びに公表】 国は、法律の施行に必要があると認めるときは、事業主に対して、助言、指導又は勧告をすることができる。勧告を受けた者が従わなかったときは、その旨を公表することができる。（既存第33条）
責務	国	・労働者の就業環境を害する言動を行ってはならないことその他当該言動に起因する問題（顧客等言動問題）に対する事業主その他国民一般の関心と理解を深めるため、各事業分野の特性を踏まえつつ、広報活動、啓発活動その他の措置を講ずるよう努める。 ・事業主が講ずべき措置等に関し適切かつ有効な実施を図るため必要な指針を策定する。
	都道府県	・地方公共団体は、国の施策と相まって、当該地域の実情に応じ、労働に関する必要な施策を講ずるように努めなければならない。（既存第5条）
	事業主	・顧客等言動問題に対するその雇用する労働者の関心と理解を深める。 ・当該労働者が、他の事業主が雇用する労働者に対する言動に必要な注意を払うよう、研修の実施その他の必要な配慮をする。 ・国の講ずる措置に協力する。 ・自らも、顧客等言動問題に対する関心と理解を深め、他の事業主が雇用する労働者に対する言動に必要な注意を払うよう努める。
	労働者	・顧客等言動問題に対する関心と理解を深める。 ・他の事業主が雇用する労働者に対する言動に必要な注意を払う。 ・事業主の講ずる措置に協力する。
	顧客等	・顧客等言動問題に対する関心と理解を深める。 ・労働者に対する言動が当該労働者の就業環境を害することのないよう必要な注意を払う。

4 カスタマーハラスメント防止対策の今後の方向性

4 カスタマーハラスメント防止対策の今後の方向性

防止対策の方向性

静岡県カスタマーハラスメント防止条例（仮称）の制定

カスタマーハラスメントを絶対に許さないという強い意志の下、県民すべてが互いを思いやる心を持ち、カスタマーハラスメントゼロの静岡県を目指すことを県民に明確に示すため、**防止条例の制定を最優先に進めていく。**

労働施策総合推進法では、「**地方公共団体は、国の施策と相まって、当該地域の実情に応じ、労働に関する必要な施策を講ずるように努めなければならない。**」と定められている。県としても国と歩調をあわせながら、カスタマーハラスメント防止対策に取り組んでいく必要がある。

条例の制定後、本県の実情に即した具体的な取組を検討する。

骨子及び条例案制定の留意事項

カスタマーハラスメント防止対策協議会の御意見を十分に反映する。

国会審議中の改正労働施策総合推進法との整合を図る。

条例を制定した東京都や北海道、条例の制定を検討している他自治体の状況を随時確認する。

4 カスタマーハラスメント防止対策の今後の方向性

東京都骨子 令和7年4月1日施行 ※罰則無し

	条例制定の趣旨
1	目的
2	定義
	(1)事業者 (2)就業者 (3)顧客等
	(4)著しい迷惑行為 (5)カスタマーハラスメント
3	基本理念
4	カスタマーハラスメントの禁止
5	適用上の注意
6	都の責務
7	顧客等の責務
8	就業者の責務
9	事業者の責務
10	区市町村との連携
11	カスタマーハラスメントの防止に関する指針の作成
12	財政上の措置
13	施策の推進
14	事業者による措置等



東京都条例



北海道条例

北海道骨子 令和7年4月1日施行 ※罰則無し

	条例制定の趣旨
1	目的
2	定義
	(1)顧客等 (2)事業者 (3)事業者団体
	(4)従業者 (5)カスタマーハラスメント
3	基本理念
4	道の責務
5	顧客等の責務
6	事業者等の責務
7	道民の役割
8	取組の推進
9	指針の作成
10	情報収集及び情報提供
11	相談支援体制の整備
12	人材育成
13	啓発活動
14	関係機関との連携
15	北海道カスタマーハラスメント対策推進協議会
16	関係法令等に基づく措置
17	財政上の措置等
18	年次報告