

## 第5回雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会

開催日 令和6年4月26日

○佐藤座長 それでは、時間になりましたので、ただいまから第5回「雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会」を始めさせていただきます。お忙しい中、お集まりいただきありがとうございます。

古澤構成員は少し遅れていらっしゃるということで、今日は全員参加と伺っております。

早速、議題に入りたいと思います。頭撮りはここまででお願いしたいので、もしカメラをお持ちの方は撮影を終了していただければと思います。

まず議題1「ハラスメントに関する施策及び現状」についてです。資料1、2、3について、事務局から最初に御説明をお願いいたします。

○松下雇用機会均等課長補佐 事務局でございます。

まず資料1「ハラスメントに関する施策及び現状」でございます。本日の検討会においても、前回に引き続きましてカスタマーハラスメントについて取り扱うことから、前回の検討会で御説明した資料を御用意しているものでございます。内容は前回と同一でございますので、資料1の説明は割愛いたします。

次に資料2「裁判例の傾向」と題した資料を御覧ください。

こちらは、今回新しく事務局において用意した資料でございます。前回の検討会において山川構成員から裁判例を確認してみてもというコメントもございましたので、事務局においてハラスメントに関連する民事裁判例を調査、整理いたしまして大まかな傾向をまとめたものでございます。

1ページから3ページまでが本体に当たる資料でありまして、4ページ以降は検討の対象とした裁判例を別紙として付しているものでございます。ここでは1ページから3ページについて御説明申し上げます。

まず1ページでございますけれども、裁判例を眺めてみて全体を通じて申し上げることのできることを整理しております。

ハラスメント対策につきましては前回の検討会でも御紹介申し上げましたとおり、男女雇用機会均等法や労働施策総合推進法等によるハラスメント対策の規定が順次整備されてきたところでございますが、そうした規定がない時点におきましても、民事訴訟の場におきましては労働者に働きやすい職場環境の中で働く利益、または人格権があることを前提としまして、ハラスメントを行った行為者につきましては不法行為に基づく損害賠償を、事業主に対しては債務不履行、あるいは不法行為の使用者責任に基づく損害賠償を認めている傾向がございます。

その上でポツの2つ目でございますけれども、事業主の責任につきましてはもちろん個別具体的に裁判ですので判断されるわけではございますが、次のような傾向が見られるところ です。

まず、我が国の民法715条におきまして、「ある事業のために他人を使用する者は、被用者がその事業の執行について第三者に加えた損害を賠償する責任を負う。」と定められております。これがいわゆる使用者責任でございますが、これは無過失責任を定めるものではないとされておりますが、實際上、裁判所はハラスメントに該当する行為があった場合に事業の執行についてという要件、これを事業執行性と称しますが、これを比較的広く認め、事業主の損害賠償責任を認めるのが通例でございます。

なお、この使用者責任につきましては被用者の不法行為責任があった上で、それを前提としていわば被用者に代わって責任を負うものであるとされておりますが、その在り方には2つの在り方が想定されるところでございます。

下の図も御覧いただきたいのですけれども、まず左側の図でございますが、ある会社があったといたしまして、管理者、それから加害行為者たる労働者、そして被害者たる労働者といたときに、加害行為者が職務に関連してハラスメントを行ったといたしますと、まずこの部分の不法行為を前提といたしまして使用者責任というものを考えることができます。これを左側のカーブで描きまして、加害行為者ルートというふうにしております。

これに対してもう一つの在り方として、職場の管理者が必要な職場環境の調整や配慮等を怠った場合に、そのことを不法行為として、これを前提として使用者責任を考えるということもできます。これをここでは管理者ルートというふうにして右側のカーブで描いております。

パワーハラスメントやセクシュアルハラスメントなどにつきましてはこのような構図が成り立つところでございますけれども、前回から議論を行っておりますカスタマーハラスメントについては少し異なる部分がございますので、この左側の図とは別に右側にもう一つ似たような図を描いております。

例えば、ある小売店を営む企業を想定するといたしまして、小売店の管理者と、それから労働者がいるというところまではまず同じでございます。

ただ、カスタマーハラスメントの場合に異なりますのは、加害行為者たる顧客や取引先の人間が企業の外におりまして雇用関係にないということがあります。このため、この図におきましても加害行為者を使用者から連なる一連の線の延長ではなく、別枠に記載しております。

このような構図ですので、ハラスメント行為があった場合に管理者ルートを通じて使用者責任が問われ得るという点は同じなのですが、左の図とは異なりまして加害行為者は被用者ではございませんので、加害行為者の行為、つまりカスタマーハラスメントということになります。これにつきましては民法715条に基づく使用者責任を想定することができないということになります。この右側の図については、左側のカーブが存在しないところが通常のハラスメントとは異なるということでございます。

2 ページをお開きください。

ここからは、ハラスメントの種類ごとに幾つかのポイントを御紹介したいと思います。

まず<パワーハラスメント>でございます。

裁判所がパワーハラスメントが問題となった事案について判断するに当たっては、行為者については言動の態様が不法行為に該当するものかどうかという視点で判断を行い、事業主については不法行為、または債務不履行を構成する注意義務違反があったかどうかという視点でそれぞれ判断を行っています。

その上でポツの2つ目でございますけれども、「継続的で執拗なものであったかどうか」、それから「社会通念上許容される指導又は叱責の範囲を明らかに超えるものであったかどうか」といったことを判断要素としているところでございます。

また、3ポツ目でございますけれども、複数回にわたるものであったかどうかにつきましては、これは必ずしも決定的な基準というわけではなく、複数回にわたるものであっても、例えば医療現場は、命がかかわる現場でございますので、厳しい指導がある場合もございしますが、そうした必要な指導について違法性を認めなかった事案がある一方で、同じ医療現場でも事務系の業務についてなされた複数回、かつ執拗な上司の言動が不法行為と認められたという事例もございました。したがって、両方あるというような状況でございます。

4ポツ目でございますけれども、被害者の側に問題行動があった場合についてどう考慮するかという点についてですが、こちらも裁判所が具体的に被害者の行動と事業主側の対応を見て判断をしております、例えば架空計上を行っていた労働者の方に対して強く指導、叱責がなされたという事案につきまして、損害賠償責任を否定した事案などが見られたところでございます。

次に下のところ、<セクシュアルハラスメント>についてですが、こちらも裁判所の判断の枠組みはパワーハラスメントと同様でございます、行為者については不法行為、事業主については不法行為または債務不履行の有無を判断しております。

一つのポイントとして一番下のポツに記載しておりますが、セクシュアルハラスメントに係る事案では労働者に限らず社外のフリーランスの方に対するセクシュアルハラスメントやパワーハラスメントに関して行為者及び企業の損害賠償責任を認めたものがございました。

続きまして3ページでございます。

<妊娠、出産等に関するハラスメント・育児休業等に関するハラスメント>について、こちらも構造は同じであります、数は少ないところであります、ありましたのはこちらにありますとおり、妊娠された労働者の方についてこちらに記載のあるような趣旨の言動がなされ、業務軽減等の措置がなされなかったという事案について、行為者たる営業所長について不法行為責任を認めるとともに、会社の使用者責任と債務不履行責任を認めたものがございました。

次に<カスタマーハラスメント>につきましてですが、こちらも必ずしも数は多くないところではありますけれども、幾つか裁判例が見られるところでございまして、それを眺

めてみますと、総じて事業主の対応不足を労働者が訴えているケースにおいては、具体的に事業主が講じた措置を踏まえつつ、事業主の不法行為、または債務不履行の有無を判断しているところがございます。

2 ポツ目ですけれども、関連する事例で一つ特殊なものがございましたので御紹介をするものでありますが、一方にまず病院がありまして、その病院の担当者がいます。他方には、その病院に対して医療機器を販売するメーカーがありまして、その営業担当者がいます。こういう一方、他方の構図があった上で、この医療機器メーカーの営業担当者が病院に対して医療機器を売りに行ったところ、病院の担当者がこの医療機器の営業担当者に対してカッターを持ち出して脅しながら値引きを迫るといったような行為を行っているという事案でございます。

これについて裁判所はこの病院の担当者の行為、これ自体、刑事事件にもなっておりますが、この行為の不法行為責任を認めるとともに、この病院の担当者の雇用主である病院の使用者責任も認めておるところでございます。この事案はカスタマーハラスメントの事案であると考えられるわけでございますが、カスタマーに当たるところのこの病院担当者も被用者であるというところに特殊性がございます、かつその業務に関連してハラスメントに当たることを行ったということでもございますので、私が1 ページの図の右側で御説明したことは異なりまして、このような特殊なケースにおいては行為者ルートでの使用者責任も追及され得るといふ、そこがこの事案の特殊性でございます。

最後に<その他>として、こちら少し特殊な事案を御紹介しております。就業規則上のセクシュアルハラスメントの禁止の規定の定義として、性別役割分担意識に基づく言動を含むと明記されていたという特殊な事実関係の下で従業員が行った「トイレを使用後に女性は便座を上げておくべき」という趣旨の言動をこの就業規則に言うところのセクシュアルハラスメントに該当するものとして、当該従業員に対する懲戒処分を裁判所が相当というふうに認めたという事案でございます。

就業規則に明記されているという事実関係があった上での判断ですので、一般化できるものではないとは思いますが、このような事案もあるということで御紹介するものがございます。

資料2についての御説明は以上でございます。

続きまして、資料3を御覧ください。

「規制改革推進に関する中間答申」ということで、昨年12月に規制改革推進会議から出された文書の一部を抜粋した資料でございます。こちらは、いわゆる自爆営業の根絶ということで、上から4行目にありますとおり、使用者が労働者に対して当該労働者の自由な意思に反して当該使用者の商品・サービスを購入させること、これを「自爆営業」と言うことされておりますけれども、こうした行為が労働者に経済的損失や精神的苦痛を与える行為であり、多くの分野で長年発生しているとの指摘を踏まえて次の取組を講ずるとして、厚生労働省ほかで取り組むべき事項が掲げられております。

とりわけbの部分でございますが、厚生労働省は職場における自爆営業に関する使用者等の言動がパワーハラスメントの3要素を満たす場合はパワーハラスメントに該当する可能性があることに鑑み、使用者及び労働者にその旨を周知する観点から、いわゆる私どもの所管するパワハラ防止指針の改正について、労働政策審議会において検討を開始するとされております。このいわゆる自爆営業につきましては、今回ハラスメントについて一連の議論を重ねているところでもありますので、パワーハラスメントとの関係をどう考えるなど、ぜひ構成員の皆様の御意見を賜りたいと思っております。

事務局の説明は以上でございます。

○佐藤座長 どうもありがとうございました。

ただいまの判例の整理や自爆営業、この辺の議論が今、始まっているということで、御質問なり御意見を法律関係の構成員から何かありますか。

では、山川構成員お願いします。

○山川構成員 ありがとうございます。

内容的には御説明に異存はありません。

1つは「裁判例の傾向」のところ、先ほど御説明がありましたように、いわゆるカスタマーハラスメントについては資料2の1ページ目の右の図のようなことになると思います。管理者ルートを通じた使用者の責任があり得るという点では、加害行為者が社外の者であっても社内の者であっても変わりがないということを示す図でありまして、現在の指針等は管理者ルートに関わる部分がかかなり多くて、ただ、使用者がその加害行為者に対して何か禁止することをするというのは社内の者でないと難しいという点が特殊性かなと思いました。

2つ目が今の点とも関わるんですけれども、事業の執行性が要件になるということで、管理者ルートの事業執行性というのはあまり問題にならないといえますか、そもそも人事管理をする管理者の職務そのものないしは非常に密接に関連していることですから、例えばセクシュアルハラスメントでしたら社外での行動とか、勤務時間外での行動とか、微妙なケースも生じるのですけれども、管理者ルートに関しては管理者の職務、ある意味ではそのものないし密接に関連していることはほとんど問題にならずに事業の執行性は肯定される傾向があるのではないかと思います。

それで、中間的なのはパワハラで、加害行為者についてはセクシュアルハラスメントはそれが職務であることはあまり考えにくいのですけれども、業務指導は職務ですので、こちらはセクハラとパワハラの違いで、パワハラのほうが事業執行性が肯定されやすいという傾向があるかと思います。

あと1点、最後に自爆営業の件ですけれども、こうした問題がいろいろ出てきているということは非常に問題ないしは事実だと思います。

ただ、この捉え方は若干複雑な点もありまして、過度にいろいろなことを要求することと、労働者自身に金銭負担をさせる、あるいはせざるを得なくなるという2つの側面があ

るかと思えます。過度の要求ということでしたら現在の指針でも捉えられているということでありまして、金銭負担については労働基準法との関係があつて、どのような形で負担させるかということも併せて検討する必要があるかと思えますので、その辺りはハラスメントの問題としてどこまで対処できるかというのはちょっと難しい面があるかと思えます。

ただ、これが問題であることは間違いありませんので、こうした例もパワハラの中身に含まれるようなことを何らかの形で明示するという対応はあつてもいいのではないかという感じがいたしました。

以上です。

○佐藤座長 どうもありがとうございました。

日原構成員もありますか。

○日原構成員 まず1つは、「裁判例の傾向」のほうの御説明に関する点です。先ほど3ページのところで長野地裁飯田支判令和4年のものについては使用者の責任が認められたという御説明がありましたけれども、これは、この1ページの図で申しますと、被害者の使用者と加害者の使用者が両方いて、双方に使用者という四角があるようなイメージになるかと思えます。今回その事件で認められたのは加害者の使用者の責任であるという辺りで、少しこの図とは違う話だというのは補足的に確認しておいたほうが良いかなと思えました。

自爆営業のほうに関しましては、先ほど山川先生がおっしゃられたように、考えなければならないところというのがいろいろ出てきますので、必ずしもパワハラと常に重なるわけではない。重なる部分もあるけれども、どう考えたらよいかというのを整理していくことが必要になるのかなと感じております。

ただ、これも先生がおっしゃられたように、やはり対策はしなければいけないということはあると思えますので、具体的なところはまた労政審でどのような議論がされるかということになるかと思えます。

○佐藤座長 ほかにはいかがですか。御質問なりございますか。

この自爆営業について、私は法律の専門家ではないですが、パワハラと、金銭負担はやはりちょっと違うので、パワハラはないけれども金銭負担だけみたいなものはある程度あるので、そちらをどういうふうにしたらということは、結構これから丁寧に議論をしていただければと思います。

よろしいですか。

では、何かあればまた後でということで、どうもありがとうございました。

続きまして、議題2、今日のメインのテーマになりますが、「ヒアリング」に入りたいと思います。

本日は、3つの団体・企業にお越しいただいています。最初に御説明いただく団体・企業の方を先に御紹介したいと思います。

まず、日本鉄道労働組合連合会事務局長の政所様。

○JR連合（政所氏） 政所でございます。よろしくお願いいたします。

○佐藤座長 企画局長の宮野様。

○JR連合（宮野氏） 宮野でございます。よろしくお願いいたします。

○佐藤座長 続きまして、一般社団法人日本民営鉄道協会常務理事の奥村様。

○民鉄協（奥村氏） 奥村でございます。よろしくお願いいたします。

○佐藤座長 次に、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会業務執行理事の河嶋様。

○NACS（河嶋氏） 河嶋でございます。よろしくお願いいたします。

○佐藤座長 中島様です。

○NACS（中島氏） 中島でございます。

○佐藤座長 それぞれ、団体・企業の方からカスタマーハラスメントに関してお話をいただくというふうに予定しております。

時間が短くてすみませんが、15分程度で御説明いただいて、その後、10分程度、構成員の皆さんと議論していただければと思います。

それでは、最初に政所様、宮野様、御説明いただければと思います。

○JR連合（政所氏） JR連合でございます。今日は、このような機会をいただきましてありがとうございます。よろしくお願いいたします。

私はJR東海出身でございます、隣の宮野はJR西日本出身ですが、それぞれの労働組合から選出されております役員でございます。今日はよろしくお願いいたします。

私どもJRグループですが、多岐にわたる業種が集っていますが、JRグループで発生しているカスハラの実態を少しでもお分かりいただきたいと考え、具体的な事例や、これまで労使で取り組んできた事柄を御紹介させていただきたいと思っております。

なお、大前提としまして、私どもの全ての組合員が適切にサービスを提供してお客様、御利用者にお喜びいただきたいと思って働いておりますが、一部のカスハラを行うような方々に対してやはり苦しんでいるというところもあり、何とかよいサービスを提供するためにもカスハラを撲滅したいと考えております。どうかお力添えいただきたいと思っておりますのでよろしくお願いいたします。

詳しくは、宮野のほうから資料の説明をさせていただきます。

○JR連合（宮野氏） JR連合の宮野でございます。今日はどうぞよろしくお願いいたします。お手元の資料に沿って御説明を申し上げてまいりたいと思っております。

せっかくの機会ですので、現状を知っていただきたいという思いから資料が分厚くなっておりますが、JRですのでしっかり時間を守りながら御説明してまいりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、本日はJRグループで発生しているカスハラの実例、それからこれまで労使で行ってきた取組をお伝えして、最後に法制化に当たり求めたいことを申し上げてまいります。

それでは、スライド番号3番のシートを御覧ください。

まず、私どもJR連合の組織を御紹介いたします。JR連合といえますのはJR7社、それからグループ会社を含めて96単組、8万4000人で構成された組織でございます。

次のスライド番号4番のシートに記載のとおり、JR産業は幅広い産業がございます。鉄道だけではなく、バス、飲食、ホテル、物販など、多種多様な産業にわたっておりまして、合わせて20万人以上がこのJR産業に携わっていると言われております。

そうした中、私たちの仲間は全てお客様に対して喜んでほしい、適切なサービスを提供したいと考えておりますけれども、残念ながら、一部のお客様から多くのカスハラが発生しているというのが実態でございます。

スライドの5番から8番のシートに実際のカスハラ事例を掲載いたしましたので、順に御説明させていただきます。イメージを持っていただくために、JR西日本グループとJR東海グループの事例を代表的に御紹介いたします。

スライド番号5番を御覧ください。

JR西日本グループでは、ちょっととげとげしい言葉になりますが、「早くしろ！クズ！」「殺すぞ」などの精神的に苦痛を感じる言葉を投げかけられるもの、それから昨日、ちょうど4月25日は福知山の列車事故の日でございましたけれども、「人殺しの会社で働いていて気持ちいいんか」といった言葉も投げかけられているということでございます。

また、車掌が対応する動画をスマホで無断撮影されるなど、プライバシーを侵害されるもの、それからコールセンターで100回以上の無言電話を受けているものなど、またホテルでは部屋のグレードアップ要求、それからゲストの前で清掃させられるなどといった行為を強要されるもの。

さらには、コンビニの店舗で2時間30分にわたって同じような内容で詰問、さらには拘束をされるものなど、多岐にわたっております。

次のスライド6ページを御覧ください。今度は、JR東海グループの事例でございます。

カウンターを何度もたたいて脅迫とも取れる言動を行うもの、「駅弁にゴマ塩が入っていなかった」と難癖をつけられて「誠意を見せろ」と言われ、金銭を実際に支払ってしまった事例や、タクシー代などの負担を繰り返し要求するような事象、こういったものが頻繁に発生しているということがございます。

続きまして、スライド7にまいります。

いわゆる撮り鉄の事象ですけれども、ホームの点字ブロックの内側で撮影をしている旅客に対して注意をしたところ、「うるさい」「邪魔、どけ」などと言いながら突き飛ばされたり、車内で座席に足を上げていた、酔っている旅客に注意をした車掌、それからその対応をした上司に対して大声で叫び続けて暴言を吐く事象、さらには鉄道以外のホテルにおきましても自動精算機での自動精算、ごく当たり前のことですがけれども、これを御案内したところ、大声で暴言を吐かれ、出された名刺を破られたり、正座を要求されたりするなど、本当に理不尽としか言いようのない多くの事例がございます。



日々、発生する事案につきましては、JR東海グループにおきましては長年、もう30年ほどの間、警察と連携し事象への対応を積み重ねてきており、現在では警察に御理解と御協力をいただいて大小問わず連携して対応していただいておりますけれども、中には刑法上の犯罪には至らないものの悪質な事案も多く、現場では対応に苦慮しているという実態でございます。

さらにはスライド8番に記載しておりますように、デパートにおいても罵倒されたり、理不尽で過度な要求を受けたり多くのカスハラが発生しております。こちらについては、お読み取りいただければと考えております。

それでは、スライド9番にまいります。発生件数の規模感をこちらではお示しをしております。

JR東海の事例ですけれども、年間1,300件以上の渉外事案、警察への通報や連携を伴う事案も多く発生しております。そのうち右側のところ、カスハラに該当するものは全体で134件ということになっております。これはJR本体のみの件数でございます、グループ会社を含めますともっと数は多くなるという実態でございます。

次のスライド10については割愛いたしますけれども、国交省が集約をした年間1,100件を超えるカスハラ事案がございますという数字を御紹介させていただいております。

続きまして、スライドの11でございます。こちらからは「JR連合の考え方と取り組み」を御紹介しております。

まず、カスハラは「働く者の心身に大きな悪影響を与える重大な問題」だと捉えまして、JR連合としても以前から様々な取組をしております。

特に2021年度からは「重点政策」にカスハラ対策を掲げまして、他産別、それから上部団体とも連携をした取組を行ってきております。

2021年には、交通・運輸・観光産業の労働組合が加盟をします上部団体「交運労協」で共通課題として取り扱い、アンケート調査、ガイドラインの策定、発信をしてきたところでございます。

集会では厚生労働省からもご担当者にお越しをいただき、基調講演もいただきましたし、交運労協の政策委員長を務めるJR連合の荻山会長がコーディネーターを務めるパネルディスカッションを行うなど、社会にも広く訴える集会を行ってきたところでございます。具体的な内容としてスライド12から14にわたって記載をしておりますので、後ほどお読み取りいただければと考えております。

では、続きましてスライド番号15ページを御覧ください。ここからは、労使で連携をした取組も行われておりますので御紹介をしてみたいと考えております。

JR西日本では、今年の4月にカスハラに対する基本方針というものを策定しております。策定の過程ではJR西労組、労働組合からも組合員の声について聞き取りが行われまして、職場実態を反映したものになっております。

スライド16が具体的なものになりますけれども、ここではこれまで労働組合としても求

めてきたカスハラの定義を企業として明確にすることで、企業組織としてカスハラにきちんと対応する、従業員を守るという姿勢を明確にしております。

グループ内の取引、具体的にはJR本体と子会社の間のやり取りですけれども、こちらでも残念ながらハラスメントが発生しておりまして、これも防止すべき対象に含めているということが特徴点でございます。

続きましてスライド17でございますが、労使交渉の場面でも様々なやり取りを行ってまいりました。

具体的には、防犯カメラ、ウェアラブルカメラによる録音・録画などにより証拠を保全することや、企業として現場長への教育などを含めた従業員を守る姿勢を明確にすることなどを求めています。

また、スライド18にまいりますけれども、さらには利用者からの行き過ぎた要求に対して毅然とした態度で断れるルールや基準の策定などを労働組合として求めてきたところでございます。

続きましてスライド19になりますけれども、JR東海労使において、東海会社においても犯罪行為や迷惑行為に対しては「厳正に対処」することとしてきております。旅客の啓発でありますとか、発生した際の対応に関する社内教育、警察などとの連携強化、発生時の社員のフォロー体制の構築などが行われており、労使で状況を確認し合ってきているところでございます。

スライド20ページにまいります。

労働組合から具体的に求めていることを書いておりますけれども、カスハラ防止に向けた制度の整備、被害を受けた社員の配慮措置、それから動画や写真の撮影行為、SNS投稿への毅然とした対応を求めています。

さらにはスライド21番に記載をしておりますように、会社の姿勢を世の中と組合員に発信してほしいということを求めていますし、ちょっと特殊な事情でありますけれども、鉄道病院もグループ内に存在しますので、医療現場におけるペイシエントハラスメント、これも深刻な課題でありますけれども、毅然とした対応ができるように方針を策定してほしいということを求めています。

それでは、最後に2つのスライドを使いまして、JR連合として法制化に当たり求めたいことを申し上げてまいります。

スライド番号22を御覧ください。

まずはカスハラを明確に定義していただきたいということでありまして、それから、社会全体で認識の共有・強化を行っていただきたいということを考えております。これまでもお伝えしたように、各社でもカスハラ対策、体制整備といったものは行ってきておりますけれども、業界、それから社会横断的に、抑止・防止を図らなければならない。それが効果的でありますし、具体例の例示を含めた基準を策定することをお願いしたいと考えております。

特に刑法上の違法行為には当たらないカスハラについては、厳格に対応するための根拠が残念ながら現在は無いことから、現場では非常に対応に苦慮しているという実態がございます。ぜひ根拠を定義していただき、明示をしていただいて、法的な規制を行うとともに社会全体で認識を共有、強化していただきたい。それが重要なことだと考えております。

それでは、最後のスライドでございますけれども、23番のスライドでございます。

無断で写真や動画撮影し、SNSへ投稿される事象というのが後を絶たない現状があります。

資料には書いてありませんが、現場での一例を挙げますと、JR西日本では女性専用車というものが設定をされておりますけれども、車掌がそこから他車両への移動をお願いする場面で抵抗する男性がその場面をスマートフォンで撮影し、SNSにアップをしたというような事象もあります。

それから、これほどこの会社でも起きていることですが、JR東海では乗務員の行路を特定した上で執拗につきまとして待ち伏せをしたりして、写真や動画を撮影されたりするというケースがあります。インターネットを見ていただきましたら10年前の映像が削除できず今でも残っていたりしますので、ぜひ御確認いただければと思いますけれども、こういった事象が後を絶ちません。また、車内販売のパーサーにおいても、同様の事象が繰り返されています。

現状では一度アップをされてしまいますと、個人が運営会社に削除を求めるしかないのですけれども、運営会社のほうが表現の自由、それから言論の自由、そういったものを理由に削除に応じていないということでありまして、削除ができていないという事例がほとんどであります。SNSが日本に普及した10年間、この間、全く進展していないということがありますので、ぜひこれについては御尽力をいただきたいところではございます。

最後に3点目でございますけれども、サービスの提供の中止を可能とする仕組みをぜひ創設していただきたいと考えております。

旅館業、航空業では繰り返しカスハラ、迷惑行為を行う者に対して、業法の定めによりましてサービスの提供を行わないことができる仕組みが構築をされておりますけれども、残念ながら鉄道業においては実効性のある定めというものが無いというのが現状でございます。鉄道営業法などを改正していただき、法的根拠を基に悪質な利用者に対応できるような仕組みを求めていただきたいと考えております。

以上、申し上げてまいりましたけれども、これまで会社と労使一体となりまして様々な対策を行ってきましたが、それだけでは残念ながら不十分な事例が多くあるということを御説明してきたつもりでございます。このカスハラというのは安全、それから離職にもつながる深刻な問題でございますので、ぜひ法制化に向けた御尽力をお願いしたいと考えております。

私からは一旦、以上でございます。どうも御清聴ありがとうございました。

○佐藤座長 どうもありがとうございました。

これから構成員の皆さんから質問なり御意見を伺いたいのですけれども、毎回のようによちよちと時間が短いのでまとめて出していただいで、政所さんと宮野さんはメモを取っていただいで、関連性もあると思いますので、後でまとめて可能な範囲で御説明いたければと思います。

それでは、御質問ある方はどなたからでも。

では、日原構成員。

○日原構成員 貴重な御説明ありがとうございました。

1点、お伺いしたいのですけれども、最後の22ページ、23ページで幾つか法制化に当たり求めたいということをお教えていただきました。このカスハラの問題に何か法制化をしなければいけないということをお言うときには、その行為者、消費者の側に働きかけるという話と、もう一つ、その会社がいかに労働者を守らなければいけないかという話と、恐らく2つあるかと思ひます。

今回は前者のほう、行為者に対するアプローチというお話が結構多かつたかと思ひますので、会社に対して、その使用者に対して何か法制化でやるべきことがあるのかどうかというところについて御意見を伺えればと思ひます。

○佐藤座長 では、メモをしておいていただいで、ほかにはいかがですか。

では、事務局からどうぞ。

○安藤雇用機会均等課長 事務局の安藤でございます。

私のほうから1点お伺いしたいのは、酔っぱらっているお客さんというのは恐らくお金を払ってとか定期券で入られているお客さんだと思ひますけれども、今回ちょっと特殊な事例で撮り鉄という方でいわゆる鉄道ファンの方を入れておられるのですが、鉄道会社さんから御覧になられた場合、そういった鉄道ファンの方はどういう関係に立つのかというところをお私見でよろしいのですけれども、ちょっと御教示いただければと思ひます。

○佐藤座長 ほかに、いかがですか。

では、古澤さんお願いします。

○古澤構成員 御説明ありがとうございました。産業医をしている古澤と申します。

被害に遭われた社員の方をケアする仕組みがあるということでJR東海さんの資料にございましたが、具体的に重大な心身の健康被害を受けられた事例などがあればお教えいただければと思ひます。

○佐藤座長 よろしいですか。

それでは、今、出た質問について可能な範囲で結構ですので御説明いただくとありがたいのですが。

○JR連合（宮野氏） それでは、一旦、宮野のほうからお答えできる範囲でお答えをしたいと思います。

まず、日原先生から、会社に対して求めることはあるのかという御質問をいただきました。

今日確かに御説明をさせていただいた中身は、世の中、消費者、お客様に対して求める中身というのが多かったと思います。御説明をしたとおり、会社と労働組合はこれまで様々やり取りを行ってきておりまして、会社に対してはJR西と東海などについては一定の仕組みというのできているのかなとは思いますが、そういった仕組みがないところにつきましてはこういったガイドライン、ここから先はカスハラだということを明確に従業員が顧客に対して対峙をするときに分かるような根拠をしっかりと明示をするようなことが必要かと思っております。

それから、2点目にいただきました撮り鉄の関係ですね。どういう関係なのか。これは私見でございますけれども、きっぷを購入してホームに立ち入った、もしくは車内に立ち入った方というのは鉄道営業法の中で明確なお客様ということになりますが、今日取り上げていませんけれども、例えば一般の線路の脇から切符も買わずに撮っている者については全くの第三者ということになります。これについては鉄道営業法などの、線路の中に無断で立ち入ってはいけないであるとか、列車の妨害を禁止してはいけないといった法律の中で対応することが可能な事案も多くあるかとは思いますが、残念ながらテレビ等で報道されておりますとおりそういった事象もまだ多くありますので、世論形成をきちんとしていかなければいけないと考えております。

私からは以上です。

○JR連合(政所氏) 使用者に対して求めることですが、西日本が一部今回行ったように、会社内の者にも分かる形で会社の方針やスタンスについて、つまり会社としてどこまで許容するのか示すということも大事なのですけれども、やはり外に対してもしっかりと伝えてくれということを強く言っております。一企業が自社の方針を決めようとしても御利用者に対してなかなか強く言えないという実情はありまして、サービスの提供をする側としては難しいことかなと、だからこそ社会横断的にやってほしいと思いますし、それを受けて会社としてもきっちり外にも会社のスタンスを示す。

特にホテル業界とかは本当に個社によって方針も違いますし、難しいのは重々承知なのですけれども、できること、できないことをしっかり示して、できないことを求められたときには過度な要求ということになろうと思いますし、働く者としては自分を守ったり会社を守ったりする言動がそれによってできるということだと思いますので、そういうことを求めています。

あとは、先ほど古澤先生のおっしゃっていただいた重大な健康被害といいますが、例えば最初の事例にカウンターをたたかれて罵声を浴びせられてというような事例もありましたけれども、駅にいる社員というのは相対的に結構若い子、新入社員とか10代、20代が多いのですが、そうやって切符を早く売ってお客様にサービスを提供するという、お客様が並ばれている中でそういうことをされると心理的にプレッシャーを強く受けて、メンタルヘルスの不調になるというのは結構頻繁にあります。

あとは改札で、改札越しの精算場面でいろいろと無理難題を要求される事もあります。

例えば2時間遅ければ速達性が失われるので、特急券部分のお金をお返しするといった仕組みがあるのですけれども、2時間に満たないものでも、これでは会議に間に合わないじゃないかとか、ボロカスに言われますのではけ口みたいになっています。

ですから、この中で心身を病むというのは多い話で、暴行等によって怪我をするというような犯罪行為は論外でありますけれども、メンタル面の健康被害というのは増えているといえますか、非常に深刻であると考えております。

取り急ぎ。

○佐藤座長 ほかによろしいですか。

では、米川構成員。

○米川構成員 今日は御説明ありがとうございました。

今、はけ口になってしまっているという御説明がありましたけれども、そうしたカスタマーハラスメントをする人の傾向というか、諸外国と比べた傾向というのが、もし分かれば教えていただければと思います。

○佐藤座長 それでは、分かる範囲で、分からなければ分からないで結構ですので、可能な範囲で。

○JR連合（宮野氏） お答えになるかは分かりませんが、JRの場合は昔、国鉄でしたので、今でもお上意識といいますか、悪者なのだという意識を持たれ、私も駅乗務員をしておりましたけれども、お客様からそういった認識で言われるような方が多いかと思えます。おまえらのせいで破綻したのだとか、すぐにそういった論調に切り替えられて言われてしまうようなことがありました。ベテランの方、男性の方を中心にそういったひどい言葉を受けることが多かったかなと、私の記憶ではございます。

○佐藤座長 ほかによろしいですか。

それでは、どうもありがとうございました。

続きまして、日本民営鉄道協会常務理事の奥村様よろしくお願ひいたします。

○民鉄協（奥村氏） 改めまして、日本民営鉄道協会の奥村でございます。本日は、こうした機会を設けていただきましてありがとうございました。

私どもの日本民営鉄道協会では、かねてよりカスタマーハラスメント対策に取り組んできておりまして、昨年12月に民営鉄道業界におけるカスタマーハラスメントに対する基本方針を作成してニュースリリースを発出させていただきました。本日は、この民鉄業界のカスタマーハラスメント対策に取り組むようになったきっかけや、基本方針の概要等について御説明をさせていただきたいと思えます。

まず、初めに私どもの日本民営鉄道協会の組織の概要でございますが、こちらにつきましては別紙1と2にございますが、昭和42年に当時の運輸省の許可の下に民鉄事業の発展を図ることを目的として設立された社団法人ということでございます。現在、大手16社を含めまして全国で72社に会員になっていただいております。こちらは別紙1-2のほうに一覧がございますので、御覧いただければと思います。

また、協会内の組織としましては1－1に記載の組織体制5部署から成っており、カスハラについては労務部で担当しております。

早速ではございますけれども、民鉄協で実施いたしましたカスハラ対策につきまして御説明をしてみたいと思います。

民鉄協では2007年度から協会加盟の各社、JR、公営交通各社局の御協力をいただきまして、お客様から駅係員、あるいは乗務員等への暴力といった第三者暴力行為への対策といたしまして、ポスターの掲出や第三者暴力被害の発生件数などの公表を行ってまいりました。こうしたことを通じて、第三者暴力行為の撲滅に向けて業界全体で取り組んできたところでございます。

実際に毎年、夏期および年末年始に実施しております第三者暴力行為対策防止ポスターの掲出、あるいは暴力行為の発生件数、状況等についてリリースがございますので別紙3を御覧いただければと思います。

別紙3に記載をしておりますポスター掲出の取組は民鉄協の加盟各社だけではなく、JR、公営交通各社局の御協力をいただきながら、夏期は第三者暴力行為全般についての対策防止を訴求し、忘年会あるいは新年会のシーズンに当たります年末年始は、飲酒にフォーカスをいたしまして第三者暴力の対策防止に訴求をしております。

2023年度につきましては「止まれ」という標識をデザインして使用しましたが、これまで、子供の目線で第三者暴力対策に訴求した「ぶっちゃだめなんだよ編」や、俳優の藤岡弘さんを起用したポスター、あるいは猫を使ったポスターを作成いたしまして、第三者暴力防止に訴求しております。

別紙4でございますが、民鉄大手16社で発生いたしました第三者暴力行為の実態を公表したリリースでございます。こちらにつきましては、コロナ禍ということで人流抑制がありました期間については、暴力件数は減少しておりましたけれども、5類に分類が変わった以降、増加傾向に転じておりまして、従来のコロナ前の水準に戻りつつあるという実態でございます。

こうした第三者暴力防止の対策を進める中で、記録としては残しておりませんが、必要以上の大声でのクレームであるとか威嚇、脅迫、あるいは人格を否定するような発言など、いわゆる殴る、蹴るといった暴力以外の駅係員、あるいは乗務員への迷惑行為も常態的に発生しております。加盟各社でも個々で対策を取っている会社もございますが、業界全体としても対策を取っていく必要があるという状況になってきております。

2022年9月に厚生労働省のほうでマニュアルを作成され、公表されたことから、こうした第三者暴力だけの取組でありましたけれども、民鉄協の中の安全衛生関係の意見を交換するような会議体がありますが、そうした会議体の中でこの第三者暴力以外のカスハラ行為といった著しい迷惑行為に対して取り上げて対策を取るべきではないかというような意見も出てまいりまして、こうしたことから民鉄協としてもカスハラ対策について取組に着手してきたところでございます。

着手した当初につきましては、カスハラに対する取組事例の記録というものが各社におきましても少なく、実際第三者暴力に対する記録は残っているのですが、カスハラに対する記録というものが残っておりませんでした。特に協会全体としてもそのような注意喚起をしていなかったということもありまして、実際の状況がなかなか分からないということもあり、民鉄協加盟各社のほうと連携をしながら鉄道事業に特化したカスタマーハラスメント対策となる基本方針を作成するというところにしたところでございます。

この基本方針を作成いたしましてニュースリリース等で広く周知をすることで、加盟各社におけます取組のさらなる推進、さらにはお客様への理解促進を図ることで、業界全体としてのカスハラ被害の削減、撲滅の取組を進めるということにしたところでございます。

基本方針の策定に当たりましては、安全衛生関係の会議体とは別に新たにカスハラを検討する会議体というものを立ち上げまして、大手民鉄各社を中心として業界の特徴を捉えた基本方針の策定を目指して議論を繰り返してまいりました。

民鉄協に加盟する各社につきましては、大手だけではなく地方の中小会社もありますので、そうした会社の実態も踏まえるべく、なかなか一堂に会することができませんので、オンラインを中心として説明会、あるいはヒアリング等を実施いたしまして意見調整、あるいは内容の承認を得た上で基本方針を作成し、公表いたしました。

ちょうど公表したタイミングとしては、旅館業のカスハラ対策などの話題が出ていたこともありまして、私ども民鉄協のカスハラ対策、取組についてもマスコミ等で取り上げていただくことができました。

こうした取組を通じまして、カスハラに取り組んでいることが周知をされるということで、先ほど申し上げましたようにカスハラ被害の削減、撲滅、こうした第一歩が踏み出せたと認識をしております。

実際に鉄道業界の実態をということでございますけれども、方針の策定に当たりましては、厚労省作成のマニュアルに示されていますカスハラ分類を参考とさせていただきながら、対象となる行為の定義づけ、カスハラ定義づけをやってまいったところでございますけれども、実際にそうした定義づけをしつつ、対象となる行為はどのようなものがあるのかということを検討していくに当たって、ヒアリングをしている中でも幾つか各社からはその実態、事例を聴取することができましたので、資料としてはおつけしていないのですが、一部御紹介をさせていただきたいと思っております。

先ほどJR連合の方からも御報告がありました事例とかなり似ているような事例ですけれども、1つは列車が遅れて遅延証明書をお客様に発行するのですが、こうした発行の申出があったので列車の運行を管理しているところに列車遅延の状況確認を駅員がしたところ、実際には遅延がなかったのに、当然のことながら遅延証明を発行できませんというようなことをお客様にお伝えしたところ、本社はどこなんだ、連絡先を教えなさいと言われたということで、いわゆるお客様センターを御案内したところ、お客様は納得をされずにその場で長時間いろいろな対応を余儀なくされた、暴言も吐かれた。



御案内が列車の遅延証明を出す、出さないという話ではなくて、係員の態度、おまへの態度が悪い、言葉遣いが悪いと話がすり替わって行ってしまった。それで罵声を浴びせられたというような事例がございました。

また、もう一つの事例ですが、列車内でお客様同士のトラブルが発生しまして、当然駅員、あるいは乗務員が対応するのですが、トラブルの一方のお客様がその当時の駅員の対応に憤慨をされたということで、一度その場から離れたのですが、警察官を連れて駅に戻られた。それで、結果的には上席の駅の助役が来て対応したのですが、納得をされなかった。さらに、一度お客様は帰られたのですが、深夜になり、今度は駅長がいる駅にその方が来て同じような話をされた。その後、お客様は本社に行くんだということでその場を離れたのですが、夜でしたから本社部門が業務を終了していたこともあって、今度は列車を運行する係員がいる乗務区にそのお客様がいらっしまったというような、結果的には駅だけではなくて本社のお客様センター、あるいは乗務区のようなところまでお話がいているというようなケースがございました。

もう一つは、最近、自動ドアですとか、ホームドア、エレベーター、エスカレーター工事を駅では実施しておりますけれども、そうした駅の工事関係の案内に対する御意見をいただいた方から非常に高圧的な話し方をされたという事例がございます。こちらは、どちらかというお客様センターのほうに電話で御指摘をいただいているのですが、そのお電話をいただいたお客様が発言したことについてすぐ、はい、分かりましたというような相づちを打つと、そんなことはいいんだ、俺の話をちゃんと聞けというようなお話があったり、またお客様のお話を、今のお話はこういうことですねというような確認を取った際も、全く内容が違う、おまえは何を聞いているというような話をされる。結果としては、そのオペレーターとのやり取りを録音して公開してやるというような話をされたというようなケースがございました。それ以外にも幾つか、それぞれの会社様でそうした事例が発生はしているというのがヒアリングをした結果として分かってまいりました。

事例につきましては、3つを御紹介させていただきましたけれども、この基本方針に定められている定義づけによりまして、そうしたヒアリングを行っていく中でも実際に各社、あるいは会議に出た担当者の受け取り方によってどこまでがカスハラなのか、どうしても理解がちょっとずれているようなケースというのが幾つかございまして、それぞれがどう判断すればいいのかというのがよく分からないということがヒアリングの中で浮き彫りになってまいりました。

先ほどのJR連合の方からのお話にもあったように、やはり明確な基準がなかなか人によって捉えにくいということで、実際にヒアリングの中でどういうものがあったのですかと聞いていく中でも、割とこういうケースがあって、こういうケースがあってという件数を挙げられる会社がある一方で、ほとんどないということであまり件数がないですという会社もあつたりしますので、ばらつきが出ていて、非常にこの問題は難しいということが改めて分かりました。

この明確な基準が分かりにくいという課題については、今後私ども民鉄協で加盟各社と協力をしながらカスハラ対策を検討し、実施していく上でも基準をどうつくるか。それに基づいてどう対応策を考えていくのかというところが非常に悩ましい課題になると思っています。

実際にヒアリングをして事例として伺った中でも、今申し上げましたように、そもそもの御指摘される案件については、例えば自動改札が機械の不具合で閉まってしまったとか、列車が遅れているとか、いわゆる御指摘として当然受けてお詫びを申し上げるようなケースもあるのですけれども、それがいつの間にか係員の言葉遣いがおかしいとか、論点をずらされたような、いわゆるクレームになっていってしまうということがありまして、果たしてそのケースの場合はカスハラなのか、そもそも私どもの問題なのかというようなところの線引きが難しいということも分かってまいりました。

今後の話ですけれども、今も申し上げましたようにカスハラに対しての基準というものをある程度はっきりしていかないと、具体的な対応策というものが取りにくくなっていくというふうに認識をしております。JR連合とほとんど同じようなお話になってしまって申し訳ないのですが、こうしたカスハラの基準というのは一企業ですとか一業界団体ではなかなかはっきり明示しにくいところがございます。当然のことながら、業界それぞれの特徴がありますので、一律に同じようなものが適用できるかどうかというのは難しいところもあるかと思いますが、やはり行政、国ではっきりさせていただければ、よりカスハラ対策、個々の企業、あるいは個々の業界団体のそうした対策が進んでいくのではないかと思います。

また、ある程度明確な基準ができた中でも、それぞれの業界で対応が違いますので、それぞれの業界を所管する省庁の御協力がないと、それぞれの業界としても対策が進みませんので、そうした各省庁の御協力もいただけるとありがたいと思っております。

もう一つ、御紹介があったと思いますが、昨年12月に国土交通省のほうでカスハラ件数のリリースとかを出されていますけれども、やはりそこに出てきている数字と、私どもこれから実施していく調査の基準がはっきりしないと、件数がぶれるということがありますので、そこは国交省さんの調査に私どもも協力をさせていただきながら、少なくともその辺の同じ土俵の中でそういう事例をしっかりと取っていきけるような体制を取っていきたいと思っています。

御説明は以上です。ありがとうございました。

○佐藤座長 ありがとうございました。

それでは、先ほどと同じような形で進めさせていただきますので、奥村さんはメモしていただく形で、いかがでしょうか。

では私から、別紙の2の民営鉄道協会の基本方針なのですが、これだけなのか、別に詳しいものがあるかなんです。どういうことかという、例えば対応策は例を挙げていますけれども、これはつまり具体的に従業員はこういうことをやりなさいとか例示があ

るようなもっと詳しいものがあるのか、これだけなのかということの後で教えていただければと思います。

ほかにはいかがですか。

山川構成員、どうぞ。

○山川構成員 ありがとうございます。有益なお話をいただきました。

簡単に2点だけで、1つはある会社からは情報がたくさん寄せられて、別の会社からはそれほどないというお話でしたけれども、データを集める仕方ですとか、あるいはデータを集めること自体について業界団体内部で何か共通の理解があるのでしょうかというのが1点です。

あとは、非常に重要な指摘だと思われましたのは、問題自体は最初は正当な指摘が含まれていて、それが要求という形で、例えばさっきの前の例も含めて言いますと、土下座とか、そういう要求自体がやや変わってきて、あとは対応といいますか、大声とか、机をたたくとか、方法的に非常に不相当になっていくということと、3つくらい問題を指摘されたと思うのですが、それを分けて捉えられるということは業界団体としてされておられるでしょうか。

○佐藤座長 ほかにはいかがですか。

どうぞ。

○安藤雇用機会均等課長 事務局の安藤でございます。

非常に今回資料がまとまっておられて分かりやすかったのですが、取り組むきっかけというのは、一応プレスリリースなどはこういう被害に遭っているのこういう形で取り組みますという形になっていると思うのですが、新聞報道だとかを見させていただくと、人手不足だとか、そういった業界の事情もあると思います。

どういう思想で今回カスタマーハラスメント対策をされているのかということについて付言していただくと大変助かります。

○佐藤座長 いいですか。

それでは、今の質問に可能な範囲でお願いします。

○民鉄協（奥村氏） まず情報がそれぞれヒアリングする中で変わっているというところをお答えしようかと思いますが、これにつきましてはヒアリングをしていく際に厚労省でお作りになられたマニュアルに書かれた対応事例をお示しして、こういうものに該当するものがありますかというようなお願いをしています。

それで、第三者暴力については件数調査を2007年からやっていることもあって、各社様それぞれ調査のベースがあるのですが、そうした第三者暴力として記録が残っているものの中から厚労省のマニュアルで示された対応に該当しそうなものがありますかという形でやる中でお話として出てきたものなので、もう少し具体的な事例みたいなものを提示した上でやればそういうばらつきが多少変わったのかもしれませんが、実際には私どもまだそうした基準を明確につくっていなかったところもありまして、現実的には少しばらついた

かなとは思っています。

もう一つ、対応が変わっていくというものについては、まだカスハラという形での実際の事例というものを個別に取っていないものですから、あくまでも各社様でお話をいただいたのは第三者暴力のケースで言っているところもあるので、第三者暴力も最初は例えば電車が遅れたことが何だということから始まって、少し暴言があって、いらいらしてきて手足が出るということなので、そうしたことは記録としては残っています。ただ、カスハラとして記録を取っているかということ、現実には取っていないというところがございます。

あとは、安藤課長の取り組むきっかけというご質問についてですけれども、これはやはりJR連合のお話でもありましたように、第三者暴力は比較的明確に分かるので企業側も被害を受けた係員に対しての対応がしやすいんです。それで、毅然として警察を呼ぶとか、当然けがをされた場合は病院に行ってくださいとかですね。

ただ、カスハラについてはセクハラとちょっと似ているのかもしれませんが、被害を受けた本人の耐性にも少し差があって、メンタル面をやられてしまってお休みをしていって離職をしていくというケースもあるようで、人手不足の中で、より採用がしにくくなる、離職を防止したいというところから、こうした基本的な考え方の上で、各社それぞれの会社に合った対策をつくっていくことで離職防止につなげたいという思いもあって取り組んだきっかけになっています。

それから、この基本的な詳しいものということで、各社からヒアリングをした結果をまとめたマニュアルはあるのですが、大変申し訳ないのですが、外部非公開にしています。それぞれの会社がケースに対してどう対応したかというものもあります。公開してしまうと、特定の会社の場合にはこういう対応をするということがお客様に広がり、今度は会社側が対応しにくくなるということが非公開の理由の1つとしてあります。ただ、そういったものは内部的に持っています。

○佐藤座長 そうすると、例えば別紙2の(2)の対応策も、具体的に各社がやっているようなものをまとめたようなものはあるということですね。

○民鉄協(奥村氏) そうですね。全てではないですが。

○佐藤座長 それを一般化して、こんなものがありますよというのをつくっているわけではないということなのですね。

○民鉄協(奥村氏) そうですね。それで、今後の課題とすると、少し一般的なものをつくるべきなのかという議論もあったのですが、業界団体の私どもとして対応基準のようなものを明示するのは、その対応が本当に正しいのかどうかという問題もありますし、本来、お客様のお話はしっかり聞くべきというところはありますから、そういうのもあって業界団体としてはそういうものをどこまでつくれるかというのは一つの課題としてはあります。

○佐藤座長 大体よろしいですか。

では、どうもありがとうございました。

○民鉄協（奥村氏）　ありがとうございます。

○佐藤座長　それでは、最後になりましたが、日本消費者生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会業務執行理事の河嶋様と中島様に御説明いただければと思います。よろしくをお願いします。

○NACS（中島氏）　ありがとうございます。

それでは、私、中島からお話をさせていただきます。

大変長い団体名ではございますが、私ども通称NACSということで皆様に親しんでいただければと思います。

私は消費生活アドバイザーとキャリアコンサルタントの資格を持ちまして、社会人基礎教育などを行っております。

まず、NACSについて御案内をさせていただきます。

2 ページ目のシートを御覧ください。

私どもは、消費生活専門資格保有者で構成される消費者団体でございます。消費者と事業者、行政の架け橋となることを使命として1988年に設立しております。約2,100人の会員が全国7支部におりまして活動をしております。会員数では最大規模の消費者団体となっております。

会員は企業勤務の者、行政の相談員、教員、自営業など大変多様なバックグラウンドを持っておりまして、ボランティアで消費者活動を行っております。本日は事業者側の従業員でもあり、そして消費者でもあるという双方の立場から提言できるのがNACSの強みと考えております。

3 枚目を御覧ください。

「NACSの活動の3つの柱」としましては、御覧いただいているとおり「消費生活相談」、そして「消費者・企業や行政とのコミュニケーション」、そして「消費者啓発・教育」ということで、自治体や学校への講師派遣なども行っております。

では、4 枚目を御覧いただけますでしょうか。

今回のカスハラの問題についてですが、顧客対応経験のある会員にヒアリングをいたしました。

まず厚労省の指針リリース後は多くの企業が対策を講じているということで、大規模の企業の方に聞きましたところ、今のところカスハラの問題はかなり対策が取れているという話もありました。

まず電話対応についてですが、NGワードを策定したり、または長時間ループするお客様への電話を切らせていただくという規定もできています。また、社内には対応困難案件の専門部署もできていたりということで、こういった対策が講じられている成果を認められます。

しかし、一方、消費者や社会にカスハラ防止の取組というのは十分に浸透していないの

が現状です。カスハラという言葉自体、まだまだ消費者に広く啓発されているかというと、そこはこれからかなと思っております。

また、一部の人のカスハラ行為によってサービス業での就業を嫌がる人も増えているということで、先ほど民鉄の方からもお話がありましたが、人手不足が深刻です。先日こちらはネットのニュースで流れておりましたが、「お客様が怖い」ということで離職する若手が増えバス運転士が不足しているというようなニュースもありました。これは我々消費者全体にとってマイナスになること、それも周知する必要があるのではないかと考えております。

また、急増している外国人就労者への配慮も必要ということで、言語に苦慮している外国人就労者への配慮も必要という意見もありました。

そして、対応困難のお客様の対応をエスカレーションしやすい環境づくりが必要です。このエスカレーションというのは上司の方、または組織の長の方に対応を替わっていただく事です。エスカレーションの環境ができていて従業員のメンタルケアもできるという考えがある一方、エスカレーションされた側にも配慮が必要ということで、一人で抱え込まずに組織全体で対応する環境づくりが必要になってまいります。特にその組織の長への配慮も必要ということから、やはり経営者のカスハラに対する認識というのが最も重要と考えられます。

そして、顧客対応を担当する従業員の評価の在り方にも問題があるのではないかとという意見もありました。この評価ということが非常にストレスになるという話も耳にしております。これは業種や職種によっても異なりますが、カスハラ対応に関する評価というのは一律にできるものではございませんし、慎重にここは評価というところも見直していかなければならないのではないかとという声もございます。

最後になりますが、カスハラの放置、これは経営者の安全配慮義務違反という認識も重要視して啓発する必要があると考えております。特に医療、福祉、教育の現場にもこの経営者の安全配慮義務違反、と言う認識の周知が必要です。

では、5 ページ目を御覧ください。

「正当なクレームとカスタマーハラスメントは異なる」ということで、ここで言います正当なクレームといいますのは、正当なクレームであるのにもかかわらずカスタマーハラスメントにくくられてしまうというような意味合いで御覧ください。この点は、消費者、事業者、ともに理解が必要なところになります。正当なクレームというのは、どの企業においても「お客様の声」として大変貴重な財産になります。商品やサービスの瑕疵や債務の不履行に対する訴え、または法的に問題があるにもかかわらず事業者が正当な対応をしない場合の苦情、提供された商品、サービス、顧客対応に関する不満足の見解表明、こういったことが表現方法や程度によってカスタマーハラスメントに該当するという事例もありますので、ここは企業努力ということで従業員のスキルアップも求められるところかと存じます。

そして、明らかなカスタマーハラスメント、これは従業員に対する嫌がらせですとか人権侵害行為に当たります。正当とは言えない要求を執拗に繰り返したり、威嚇することです。自分の訴えが受け入れられない場合に、販売員やオペレーターなどの対応者に暴力を振るったり、人格を傷つける発言をする。また、長時間にわたり苦言を繰り返す。何度も同じ説明を求める。そして、顧客とは言えませんが、商品やサービスを利用する意思がないのに憂さ晴らし、嫌味や暴言を吐くということで、この点に関しましてはカスハラ漫画というのを若い販売員の方が漫画にして発信しているの、お菓子の販売員の方が『かすはら物語』として発信しているのが、販売員の方は一人で担当することが多く、購入の意思がないのに嫌味や暴言を吐く方々への対応についてもカスハラとして情報を発信していますので、参考にさせていただきたいです。

では、事業者、企業が行うべきこと、こちらを御覧ください。6ページ目になります。

まず「正当なクレームへの適切な対応」についてです。正当なクレームをしっかりと伝えられない方もいらっしゃいます。従業員の方、対応スタッフの商品知識ですとか、またはお客様が今何を言いたいのか、何を求めているのかをしっかりと聴きとるスキル、このスキルアップが必要になります。

そして、従業員の方に対するメンタルケアというのも重要になってまいります。

また、一番下はカスタマーハラスメントへの適切な対応とも関わりますが、ITを活用した対策、こういったことも企業の方々にはぜひ検討していただきたいと思います。感情把握システムですとか、AIによるNGワード検知などです。先ほど民鉄の方も企業によって、会社によって対応が異なるので、なかなか規定を決めるのは難しいということでしたが、業界、業種によってこのAIによるNGワードの検知などが採用されていくと従業員の方々の苦しみもなくなってくるのではないかと考えております。

そして、「カスタマーハラスメントへの適切な対応」です。これは従業員の安全を守るという観点から、恐れ入りますが、2番目の従業員のところにも誤字がございました。「従業員」とありますが、「従業員」です。従業員に対するハラスメント行為を認識したときは、速やかに専門的な対応者に交代する体制の整備、放置した場合には管理職及び経営者の安全配慮義務違反になるということです。

ただ、先ほどもエスカレーションということを申し上げましたが、この専門対応者に対する配慮、ケアも必要になってまいります。

産業医の方やメンタルケアを担当する方を配置する企業も増えていますが、産業医の方に相談となるとハードルが高くなってしまいう可能性もあります。その点、「セルフキャリアドック」の推進をすることで、企業が従業員の主体的なキャリア形成を支援するという観点から、外部のキャリアコンサルタントに定期的なカウンセリングを実施する取組も有効かと存じます。

そして、必要な場合には警察や行政、またはカスタマーハラスメントを行う方の家族との連携という対応も求められてまいります。

では、7ページ目を御覧ください。

「マスコミや行政に期待すること」として、こちらを挙げさせていただきました。

まず「マスコミによる問題提起」、こちらは高い効果が期待できると考えております。新聞、テレビ、またはネットを通じて社会全体がカスタマーハラスメントへの関心を高めることで教育効果・防止効果を期待いたします。

先ほど『かすはら物語』という漫画もお伝えしましたが、学校の保護者の方々に代わって運動会等の撮影をするスクールカメラマンの方も「学校側や保護者からのクレームが多くて困っている」という内容をブログに掲載し、ネットニュースになっていました。こういったネット上での情報の拡散というの、大変高い効果が期待できると考えております。

そして、「行政・事業者団体・企業の連携」ということで、官民一体となった防止キャンペーンの展開、カスハラ防止週間を制定し、具体的な事例を周知することも効果的と考ええます。これは自分では気づかないうちに事業者にとってはカスハラになっているということもありますので、具体的な事例を周知することが効果的です。

また、抵触する法律の周知、従業員の人権遵守の周知といったところが考えられます。

行政・医療・教育現場でもカスハラに苦しんでいる方々がいらっしゃると思いますので、対消費者ではないという認識もあるかとは思いますが、状況調査とその調査の結果の公表も有効と考えております。

教育現場では、「保護者のモンスター化を防ぐために何か枠組みづくりをしたいが、法的根拠がない状況では毅然と対応できない」という情報もありました。

最後になりますが、「私たち消費者団体としてできること」を8ページ目にまとめさせていただきます。

「消費者教育・啓発」ということで、「民法等の法律の基礎知識の教育」、これは出前講座などで行っております。カスハラが抵触する法律など、こういったところを講座として基礎知識として消費者の方々に啓発してまいりたいと思います。

また、「消費者市民社会」の形成と、消費者市民を育てることがカスハラの防止につながるかと考えております。公正で持続可能な社会の形成をするために、カスハラ行為をする方々の中に想像力が欠落している方や自己中心的な人々がいるということで、人権尊重という倫理観、こういったところも啓発してまいりたいと考えております。

カスハラが従業員の離職につながり、そしてサービスを提供する人材の不足により、消費者にとってマイナスなことになっていくということも広く啓発していく必要があると考えております。

次に、「メディア・リテラシー」の向上、そして「上手な要望や意見の伝え方」ということで、こういったことも私ども消費者団体としてできることと考えております。

今後も消費者団体としてできることを推進してまいりたいと考えておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。ありがとうございました。



○佐藤座長 どうもありがとうございました。

それでは、先ほどのように構成員の皆さんから御意見、御質問を先に出していただいて、それをメモを取っていただいてというふうにしたいと思いますが、いかがですか。

田上構成員。

○田上構成員 御説明ありがとうございます。

私からは簡単な質問なのですけれども、5ページのところでクレームとカスタマーハラスメントの差異について御説明いただいていると思うのですが、ここは非常に重要な資料かと思ひまして、先ほど山川構成員のほうからありましたとおり、やはり主張している内容が明らかに商品やサービスの瑕疵や不履行に基づくものであれば、それ自体は正当なんだけれども、その表現方法が社会通念上相当ではない場合というのはハラスメントに該当し得るといったことであつたりとか、難しいなと思つたのは「不満足の見解表明」というところの不満足というのはかなり個人的な主観に基づくもので、明らかな瑕疵がなくても不満足しているケースがある。

これについてどう表現していくかというところが恐らく消費者団体として重要だというお話だつたと思うのですが、質問としては、それを踏まえた上で8ページの「消費者教育・啓発」のところの1)と4)でいろいろなことをやられていると書いてあるのですが、この1)と4)について具体的にどういったことをやっているのかというのを簡単に御紹介いただければ幸いです。

○佐藤座長 ほかにはいかがですか。

では、山川構成員お願いします。

○山川構成員 消費者のほか従業員の利益にも配慮したお話、大変ありがとうございました。

1点だけですが、先ほどスキルアップというお話がたしかあつたと思ひますけれども、例えば提供する商品とか、商品はスキルではないかもしれませんが、サービスに関するスキルアップのほかに、ある種クレーム対応スキルみたいなことというのは何かあつてトレーニングの対象になっているのかということがもしあればお聞きしたいと思います。

○佐藤座長 ほかにはいかがですか。

では、日原構成員お願いします。

○日原構成員 御説明ありがとうございました。

先ほど田上構成員がおっしゃられたことと重なる部分もあるかと思うのですが、正当なクレームとカスタマーハラスメントは違ふというお話があつたかと思ひます。

ただ、このカスタマーハラスメントのほうで挙げられているものとして、例えば2番目とか3番目というのは、最初は正当なクレームだつたけれども、受け入れられないから暴言に至るとか、受け入れられないから長くなるというような場合で、何か明確に線引きするのが難しい場面が多々あると思ひます。

ではカスハラを明確化しようというときにどういう定義があり得るか、明確化の方向性

に関するお考えがあったらお聞かせいただきたいと思います。

○佐藤座長 ほかにはいかがですか。

古澤構成員、お願いします。

○古澤構成員 古澤です。

6ページの資料を御説明いただくときに、セルフキャリアドックという単語をおっしゃったかと思うのですが、すみません、不勉強で分からないので少し御説明を加えていただければありがたいです。

○佐藤座長 ほかにいいですか。

では、私のほうから、4ページで今回会員の方にヒアリングをしていただいたと思うのですが、会員の方が電話とか面談でもいいですが、いろいろな場所で顧客のクレーム対応に関わっているときに、こんなことがあったんですよ、企業に言ってくださいなどということをおいわれたときに、よく話を聞いてみるとクレームをいつてきた本人に問題があって、説明をするとその本人が納得するということはあるんですか。

変な話だけれども、つまりそれは正当なクレームではなくてあなたがおかしいんですよというような形で納得し得るのかどうか。そこがどうなのかというところがちょっとあって。やはり専門家がやれば、もちろん正当なクレームであっても表現の仕方が悪い。あなたはちょっとこういうふうに言ったほうがいいですよというものもあるし。でもそれは正当なクレームじゃないですよというようなことを言うと納得してくれるのかどうか、やはりなかなかそこは難しいのか。お分りの範囲内でよろしくお願いします。

もし質問が分かりにくかったら、構成員もう一度というふうに言っていただいて構いませんので。

○NACS（河嶋氏） NACSが消費者教育・啓発をしている中で、1）と4）について具体的な説明をという御質問の前段に、もう一つ御質問いただきましたか。

○田上構成員 NACSの具体的な例を。

○NACS（河嶋氏） 具体的な例を申し上げればよろしいですか。ありがとうございます。

まず、1）では「民法等の法律の基礎知識」等が挙げられます。民法上の契約で言えば事業者と消費者も対等な立場にあり、一旦売ります、買いますと言えば、そこで契約は成立することになります。

もちろん、事業者と消費者では情報の非対称性もございますので、そのためにいろいろな特別法で配慮や措置がされているとは思いますが、そもそもは対等な立場であるというところを御存じない消費者はたくさんおられます。

私たちは出前講座といっているところにも消費者教育に行きますけれども、例えば結構しっかりとした企業や、または大学などで教えられていてリタイアされたような一定の教養のおありの方が、商品は顧客が希望さえすれば何の理由もなくいつでも返品して良いことになっていると思込んで主張される方もおられました。ですので、まずそういうところを私たちが消費者教育として、消費者の義務もあることをしっかり啓発していくこ

とが、消費者団体としての一つの務めかと思っております。

それで、2) や3) はよろしいですか。

○田上構成員 可能であればお願いします。

○NACS (河嶋氏) 例えば2) で言いますと、かつては事業者と消費者とはどちらかというように相対峙するような対立の関係にもあったかと思えます。

しかしながら、今の時代、消費者も事業者もサステナビリティなどの同じ課題を抱えており、今や消費者と事業者は相対峙するのではなくて同じ社会課題を解決する仲間というんでしょうか、同じ側で同じ方向の社会問題に向かっている、そういう立場なのだということをお消費者の方に理解していただく。一緒になって社会をよくしていくという消費者市民社会の考え方、こういうことをまず消費者に理解いただけますと、働いている方も一生活者であり消費者であり、同じ仲間同士ということで一方向的に傷つけたりとか、そういったことは控えようかなと、間接的にそういうところにも影響がいくのではないかと考えております。

メディア・リテラシーに関しては、先ほど中島からネットでの様々な参考になる情報のことをお伝えしましたが、一方で全く根拠のない企業をたたくようなものが流布されたりということもございますので、そういうものを盲目的に信じないというようなメディア・リテラシーの教育は必要だと思います。

上手な要望や意見の伝え方、これは申し訳ございません。今、具体的にそれを私どもがやっているかということ、何か消費者教育の過程で御説明をする必要があるときにはしていますが、上手な要望や意見の伝え方というテーマではまだ消費者教育はできておりません。

ただ、今後必要とあればカスタマーハラスメントを視野にそうした消費者教育も進めていきたいと思っております。

以上でございます。

○NACS (中島氏)

それでは、2つ目に御質問いただきました従業員のスキルアップについてですが、クレーム対応の研修というのは各社取り組んでいるかと思いますが、やはり一般的な言葉遣いですとか、相手が言いたいことをどう聴き取るか等の研修です。「クレームと言うのはどういうものなのか、お客様のお困りごとは何なのか」を聴きとる等の研修を従業員に提供することも必要です。

そして、正当なクレームとカスハラとの明確な定義というところです。難しいところですが、対応者がしっかりと相手が何を不満に思っているのか、何を対応してほしいと思っているのかを聴きとるスキルをもって対応することが大事です。

業界、業種によって異なりますので定義と言うのは難しいです。また、電話対応か対面対応かでも異なりますが、NGワードを業界全体でまとめることはできるかと考えております。

そして、セルフキャリアドックについてですが、厚生労働省が推進していることで、企業が従業員の主体的なキャリア形成を促進、支援するということが大変多くの企業で取り入れられております。

私自身、電話によるお客様対応を長年担当しましたが、カスハラと言われるような案件を自分で解決しエスカレーションせずにお客様に納得していただいた時にはやりがいを感じるという反面もありました。非常に達成感を感じることもありましたが、知らず知らずのうちにストレスが積み重なって離職いたしました。キャリアカウンセリングを定期的に受けていれば、自身のストレスにもっと早く気付くことができたのでは、と思っています。

クレーム対応については、若い世代の方々には難しいことと思います。コロナ禍もあり対人基礎力、対課題基礎力が身につけていない傾向もあるとの情報もありますので、若い世代の方々が離職してしまうということにもつながります。

以上でございます。

○佐藤座長 ほかにはよろしいですか。

では、河嶋様、中島様、どうもありがとうございました。

それでは、いつものとおりですけれども、3団体・企業の方から伺った感想や、あるいはこういうことが大事ではないかというようなことを伺えればと思うのですが、いかがでしょうか。また当てると怒られちゃうのですが、いいですか。

では、山川構成員。

○山川構成員 3団体の皆様方、非常に有益なお話で考えさせられるところがすごく多かったと思います。

根本的には何となく、なぜ多くの方が切れやすくなっているんだろうかというようなことを考えて、消費者教育の問題かもしれませんが、それは厚労省の問題ではないのかもしれませんが、先ほど申しましたように本来正当なものがだんだんエスカレートしていく。なかなかスタティックなといいますか、静的な捉え方と、あとは動的な捉え方で、多分その動的な捉え方も必要なのではないかなといういろいろお伺いして感じたところです。

動的な捉え方をすると、先ほど申しましたようにエスカレート、悪化しないような対応がそれぞれに求められている。消費者のほうも、本来だったら有益なことがかえっているいろいろなあつれきをもたらしてしまう。これは消費者教育の問題かなと思いますが、お話があったようにきちんと人の話を聞くとか、それは従業員のほうで身を守るためにも必要なのではないかと思ったところです。

あとは、業界の役割もすごく重要だと思いました。A社、B社で対応が違うと、A社はこうしているじゃないかというようなお話になりますので、そこは業界、あるいはそれを超えたお話になるかもしれませんが、諸官庁とか、あるいはコーディネーターとしての厚労省みたいなことは出てくるかもしれません。また、データの取り方なども具体的にどういうデータがあるのかという点も、より対応には有益なのかなと思ったところです。

いずれにしても、いろいろな課題があるということが分かりました。ありがとうございました。

○佐藤座長 ほかにはいかがですか。

マイクが回ってきたようですので、日原構成員お願いします。

○日原構成員 本日は、貴重なお話をありがとうございました。

全体を伺っていて感じたこととしては、前回も含めてですけれども、1つにはやはりこの問題はどうか定義するか、できるかというのが非常に大きいということを感じました。パワハラするときにも恐らく膨大な議論になったところだと思いますけれども、この問題の特徴としては、業種や業界の違いをどうか考えるかということがあると思います。

また、本日、特にあったところとしては、やはり暴力行為であるとか刑法上の犯罪になるような分かりやすいものであれば対応しやすいけれども、そうでないもの、人格的、精神的ダメージが大きいようなものをどうやって定義して対応していくかというのが重要になってくるということを感じました。

その際には、多分、先ほど来議論になっているように、内容の正当性ということと、態様の正当性ということと、それがだんだん変化していった場合をどうか考えるかという幾つかの指標が出てくるかだと思います。

また、クレームとの区別ということも考えなければいけないということで、整理すべき点は多々あると思いますけれども、どうやったらこのカスタマーハラスメントという問題に対してもう少し見えやすくして、何かしらの対応を考えていけるのかを議論できたらと思います。

以上です。

○佐藤座長 ほかにはいかがですか。

米川さん、何か言いたそうですね。

○米川構成員 今日は本当にいろいろな具体例を伺って、大変勉強になりました。ありがとうございました。

私はメディアで働いていることもあって、このカスハラという言葉がもっと一般化していけば、例えば30分以上同じ話を窓口で繰り返したら駄目だとか、明確なルールや目安がもっと伝わっていけば、前進があるのではないかと感じました。

これはカスハラだと余り意識していない方もいますし、一方で私が新入社員の頃には、より悪質なカスハラで、反社会的勢力からのクレームも見聞きしたので、カスハラが社会全体にとって悪いことで、場合によっては犯罪行為でもあるというようなことがもっと認知されていけばいいなと強く感じました。

○佐藤座長 ありがとうございました。

ほかにはいかがですか。

では、どうぞ。

○古澤構成員 ありがとうございました。

本当に貴重なお話を今日いただけたかと思えます。

時間の関係で質問を遠慮したところがありますので、民鉄さんのほうにコメントさせてください。民営鉄道協会さんのほうで出していた資料をみますと、やはり酔う、アルコールの問題が絡んでいるということが非常によく分かるんですね。

私は医師としてふだんから問題飲酒ということに対してはすごく危惧しているところまでございまして、この資料からも酔った勢いではいけませんよというポスターをつくっていらっしゃったりとか、あるいは暴力行為の発生件数の統計の中でも資料の中の円グラフの中に6番というところで「加害者の飲酒状況」というところもしっかり統計を出して下さっています。

こういった資料を見ると、例えばコロナ禍の真っ盛りの21年度、少し飲酒による加害が少なかったりということもありますので、やはり飲酒というのが大きなトリガーになっているんだというのはよく分かるかと思えます。

一方で、私も鉄道利用者の一人としていつも思っているのですが、やはり駅や車内で本当に泥酔したり、トラブルを起こされているお客様を見る中で、駅の売店でアルコールをよく売られているのはいかがなものなのかしらと常に気にはしながら、もちろんいろいろな利害関係もあると思うのであれなのですが、やはりそういったことも一つのトリガーにはなるのかなと思いつつ伺っていました。

実際に、国内ではアルコール依存症の統計としては80万人くらいという統計も出ておりますし、その手前の予備軍の方になれば数百万人と言われております。やはりアルコールに関しての社会の認容を少し変えていかなければいけないのかなというふうに思いながらお話を聞いていました。

以上です。

○佐藤座長 もし何かあれば結構ですけれども。

○民鉄協（奥村氏） では、一言だけすみません。

第三者暴力の場合は、大体やはり飲酒というのが大きな要因になっているかと思えます。カスハラも具体的なケースがあまりないのでよく分からないのですが、どうしても酔っぱらっていると暴力のほうにいくというケースは確かに多いと思えます。駅でビールを売っていたり、たばこを売っていたりは一応営業面もありまして、ただ、やはりそういう部分は最近大分変わってきているのかなとは思っています。

以上です。

○佐藤座長 よろしいですか。

今回お話を伺って、サービス提供側からすればお客様のクレームは正当なものもある。ただ、表現の仕方が悪い場合もあるわけですね。そういう意味では、やはりうまく聞くということがすごく大事だと思います。

ただ、なかなか全部の社員がそこまでやれるかという。だから、上司につなぐということが大事だと思います。

そういう意味で、やはり自社のサービスを改善していく種もあるのも事実なのですが、ただ、表現がうまくない人もいますので、うまく聞くということは大事だと思いますし、もう一つはやはり消費者のほうもうまく伝えるということですよね。クレームをうまく伝えられないという人も結構いると思うので、やはりここは損している面もあるのでそこはやる。

あともう一つは山川構成員が言われたように、さっきのアルコール依存もそうなんだけれども、何となくストレスが高くなっている社会なのかなという気もして、個々の企業なりで対応というよりは社会全体として、ちょっとしたことでも先ほどのようにお酒を飲んで暴力を振るうみたいなことが起きてしまうというのは、もちろん本人の課題ではあるのですが、高ストレス社会みたいなものがあるのかもしれないので、これはここでやれるというわけではないですが、カスハラみたいなものが起きやすい社会の状況みたいなものももしあれば少し潰していくということも大事なのかなという気はしました。

よろしいですか。

では、大体今日構成員の皆様の御意見も聞けましたし、報告者の方からも御説明いただいたことですので、本当にお忙しい中、お時間を割いて検討会に来て御説明いただきありがとうございました。

それでは、ここまでとしたいと思います。事務局で今後について御説明、案内があればお願いいたします。

○松下雇用機会均等課長補佐 皆様、本日は誠にありがとうございました。

次回の日程につきましては、追って御連絡いたします。

○佐藤座長 それでは、ここで終了とさせていただきます。

どうもありがとうございました。