

## 第9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6月21日

○佐藤座長 少し早いですが、御出席予定の方は皆さんおそろいですので、第9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。

お忙しい中御参集いただき、ありがとうございます。

本日は、構成員の皆さんは全員出席と伺っております。

では、早速議題に入りたいと思います。

撮影はここまでということで、よろしいですか。カメラをお持ちの方は撮影終わりということにさせていただければと思います。

本日は、第7回の検討会での論点整理を踏まえて、ハラスメントについての施策の方向性について主に議論していただきたいと思います。

事務局においては、ハラスメントに関する施策の方向性について、この前の皆様の御意見を踏まえて再整理していただいておりますので、御説明をお願いいたします。よろしくお願いいたします。

○松下課長補佐 事務局でございます。

私からは、資料1-1、それから、参考資料1、参考資料2について御説明をいたします。

まず、資料1-1を御用意ください。「論点（案）（ハラスメントに関する対応の方向性）」と題した資料でございます。

こちらは前回と同様、構成員の皆様の御意見を論点としてまとめた資料でございます。本日は、第7回の検討会でお示しいたしました論点整理の柱立てのうち「3 ハラスメントの現状と対応の方向性」について資料を御用意しているところでございます。

1ページおめぐりいただきまして、前回と同様、まず、明朝体で現状等をまとめまして、その後にゴシック体で対応の方向性を記載しておるところでございます。

「3 ハラスメントの現状と対応の方向性」「（1）ハラスメントの現状」でございませけれども、3ページのところ、黒字のところは前回お示ししているものと同様ですので割愛をさせていただいて、赤字で追記した部分を御紹介させていただきますけれども、3ページの一番上の○でございしますが、こちらは令和5年の厚生労働省のハラスメント実態調査における、ハラスメントの取組を進める上での課題を尋ねる設問への回答として「ハラスメントかどうかの判断が難しい」とする企業が59.6%となっている旨を記載している箇所でございますけれども、その次に多い回答として「管理職の意識が低い／理解不足」が23.8%となっている旨を追記しております。

その次の○でございします。同じ実態調査におきまして、ハラスメントの種類ごとに労働者が受けた経験を記載しておりましたけれども、これについて、パワーハラスメントの法制化やカスタマーハラスメントについては企業対策マニュアルを策定する等の各種の取組

の効果の結果、こういう数字になっている旨を追記しているところでございます。

6 ページに飛んでいただきまして、「(3) カスタマーハラスメント」でございます。

こちらは幾らか追記をしております、1つ目の○でございますが、カスタマーハラスメントについては、令和2年にパワハラ防止指針に事業主が取り組むことが望ましい事項として明記されたこと、また、令和3年に関係省庁連携会議を開催いたしまして、令和4年に対策企業マニュアルを作成したこと、この対策企業マニュアルを参考にしつつ、現在、業界団体や事業者において対応マニュアルを策定するなどの動きが見られることを追記しております。

その次の○でございます。厚生労働省の令和5年度実態調査によりますと、カスタマーハラスメントを受けた労働者は全労働者のうち10.8%となっている旨記載をしておりますけれども、あわせて、カスタマーハラスメントを受けた経験を接客頻度別に見ると、ほとんど顧客等と接することがない者は5.3%であるのに対して、毎日顧客等に接している者は17.4%という状況である旨を追記しております。

次の○でございます。令和5年度調査によりますと、カスタマーハラスメントの行為者は、「顧客等」が82.3%であることに加えて、「取引先等の他社の従業員・役員」も22.6%いる旨を追記しております。

飛んでいただいて、8 ページの下のほうでございますけれども、「(5) 今後の対応の方向性」でございます。こちらは逐一御紹介をしたいと思います。

まず、「①総論」でございます。

労働施策総合推進法第4条第15号におきまして、国は「職場における労働者の就業環境を害する言動に起因する問題の解決を促進するために必要な施策を充実させる」ことについて、総合的に取り組まなければならないとされているところでございます。併せて、4種類のハラスメントに関しては、事業主に雇用管理上の措置義務等を課し、国、事業主、労働者それぞれに対して、責務規定を設けているところでございますが、このような現行の法制に関してどう考えるか、としております。

9 ページの一番上のポツでございます。現在、事業主の雇用管理上の措置義務として法制化されている4つのハラスメントに係るもののほか、これ以外のものも、個別事案に関しては、民法の不法行為や債務不履行を根拠として、損害賠償請求がなされていることについてどう考えるか、としております。

その次のポツです。「ハラスメントかどうかの判断が難しい」とする企業割合は、低下しているものの約6割存在していることについてどう考えるか、また、労働局への相談は高止まりしているところ、こうした状況を踏まえ、企業のハラスメント防止対策の取組に資するために必要な国の支援策についてどう考えるか、としております。

その次ですが、企業においてハラスメント防止対策に取り組む意義は、労働者の心身の安全を確保し、経営上の損失を防ぐことのみならず、職場内コミュニケーションの円滑化に資する等のメリットも考えられるのではないかと、企業の一層の取組を促すために、それ

ぞれのハラスメント対策を講ずることによりどのような意義、メリットがあるかを企業に伝えることが効果的ではないか、としております。

ここまでの「①総論」でございます。

次に、「②カスタマーハラスメント」でございます。

まず、（対策強化の必要性）ということで、カスタマーハラスメント防止対策を強化する意義をどのように考えるか、労働者を守るという観点に加え、個別企業における働きやすい環境の整備が、労働者の確保・定着に資することや、業種、業界のイメージアップにつながるなど、広く取組を促進するための意義を整理するべきではないか、としております。また、その際、対策を講じることが、消費者にとってもメリットがあるという整理ができないか、より幅広い取組を促すためにも、例えば、対策に取り組むことは、従業員を守るだけでなく、本来有益なはずの消費者の声が様々なあつれきをもたらすことを防ぎ、問題の把握と解消に資するという視点を持つことも重要ではないか、としております。

10ページが一番上のポツですが、これまでもカスタマーハラスメントについてはパワハラ指針で明記するとともに、対策企業マニュアルを作成するなどの取組を行ってきたところでございます。こうした取組等の結果、カスタマーハラスメントの経験は減少傾向にあるところでございますけれども、まず、勤務日にほぼ毎日顧客と接している者のうち17.4%はカスタマーハラスメントを経験している状況にあること、従業員規模1,000人以上の企業においても特段の対応に取り組んでいない企業が37.2%となっていること、また、対策に積極的に取り組んでいる企業ではカスタマーハラスメントの被害が少ない状況にあること、これらに鑑み、どのような方策を講じることが効果的か、としております。

その次のポツ、（労働者保護の観点からの対策の必要性）でございますが、対策の強化の方向性として、カスタマーハラスメント対策を法制化する場合、どのような対応が考えられるか、としております。上司や同僚からのハラスメントと、顧客等からのハラスメントでは、その性格は異なるが、労働者の就業環境を害するものであるため、何らかの対策、配慮が必要という点では共通する部分があることを念頭に、労働者保護の観点からの法制化についてどのように考えるか、としております。

一方で、パワーハラスメント等は行為者が企業内の労働者等でありまして、事業主が発生の予防、発生した場合の対応など一連の対応を行うことができますが、行為者が顧客や取引先等の第三者であるカスタマーハラスメントの場合、必要となる対応をどのように考えるか、としております。また、既に事業主に課されているパワーハラスメント等に係る措置義務の内容とどのように異なってくるのか、としております。

一番最後の下のポツですが、現在、カスタマーハラスメント対策においては取引先も対象としておるところでございますが、顧客と取引先では、第三者からのハラスメントという点で共通するものの、対応策等については異なる部分もあると考えられ、その点についてどのように考えるか、としております。

11ページでございます。一番上のボツですが、労働者保護の観点から法制化する場合であっても、消費者法制により定められている消費者の権利との関係に留意が必要ではないか、としております。また、各業法等によりサービス提供の義務等が定められている場合や、業種・業態などによりサービス提供等における対応方法・基準等が異なる状況をどのように考えるか、としております。

続いて、（カスタマーハラスメントの定義）であります。

対策強化に当たって、社会全体で共有できるカスタマーハラスメントの定義が必要ではないか、としております。そのためにも、事例を収集し、分析することが必要ではないか、としております。その際、カスタマーハラスメントという行為は、特に小売業、公共交通機関等、幅広い業種・業態で見られることが指摘されているが、「労働者の就業環境が害されるもの」であることは共通することについてどのように考えるか、としております。

その次のボツです。対策企業マニュアルでは、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していないが、企業へのヒアリング等の結果、企業の現場においては、顧客等からのクレーム・言動のうち、そ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がカスタマーハラスメントであると考えられているとされているところであります。そして、現在、業界団体や企業の対策において、この考え方に即して取り組まれている実態があるところでございます。こうした対策マニュアルの考え方をベースに定義づけを考えていくことについてどのように考えるか、としております。

一番下でございますが、定義を考えるに当たっては、以下の論点を整理することが必要ではないか、として3つ掲げております。

まず、「顧客等からのクレーム・言動」とありますが、クレーム・言動の行為主体をどのように考えるか、としております。顧客というときに一般個人をイメージしがちでございますけれども、職場のハラスメントに関する実態調査では、約5分の1は取引先等の他社の従業員・役員からの迷惑行為であるということも踏まえてどのように考えるか、としております。なお、対策企業マニュアルにおいては、実際に商品・サービスを利用した者だけではなく、今後利用する可能性がある潜在的な顧客も含むものとされているところでございます。

次に、②でございます。「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」とありますが、どのように考えるか、としております。対策企業マニュアルにおきましては、まず、顧客等の要求の内容が妥当かどうか、手段・態様が社会通念上不相当であるかどうかを総合的に勘案して判断すべきという趣旨であること、また、内容の妥当性を欠く場合には、手段・態様がどのようなものであったとしても社会通念上不相当とされる可能性が高くなること、また、内容の妥当性がある場合であっても、手段・態様の悪質性が高い場合は、社会通念上不相

当とされることとされているところでございます。

続いて、③でございますけれども、「労働者の就業環境が害されるもの」とあるが、どのように考えるか、としております。これについて、対策企業マニュアルでは、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ずることを指すとされているところでございます。

続いて、13ページが一番上のポツですが、対策企業マニュアルは具体例をベースに整理されたものであることから、法制化を念頭に検討する場合、定義づけに当たっては、概念などを再整理することが必要ではないか、としております。

その次、（総合的な対策の必要性）でございますが、カスタマーハラスメントは、顧客等の権利の濫用・逸脱であり、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ます。しかし、顧客等が商品やサービスの問題や欠陥を指摘したことに対して、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、カスタマーハラスメントに至るケースもあるところでございます。このような場合、カスタマーハラスメントを未然に防止するために企業側が対応できることとして、どのようなことが考えられるか、としております。

その次ですが、専門性が求められる業種においては、仮に顧客等からの著しい迷惑行為があっても、ハラスメントではなく自らの専門職としての能力不足と考えるしまう場合があるということも、この検討会でのヒアリングから示唆されたところでございます。こうしたことも踏まえつつ、業種・業態、職種、ビジネスの内容により、提供されるサービス等の内容にも違いがあるところ、その内容の違いをどう考え、企業等が講じる対策にどう違いを反映させるのか、としております。

その次ですが、カスタマーハラスメントの態様は業界により異なることや、独自で対応できない中小企業もあることから、業界が一体となって取り組むことが効果的であるところですが、こうしたことから、業界団体などを通じた取組を強化することが考えられるが、その取組の在り方をどのように考えるか、としております。また、その際、業所管官庁との協力、連携についてどのように考えるか、現在でも業所管官庁との連携が図られているところですが、さらにどのようなあり方が考えられるか、としております。

一番下ですが、顧客である消費者教育の充実・強化が必要であるという指摘をどのように考えるか、また、取引先については業界特有の商慣行の問題もあるということで、これらの労働行政を超えた部分に関してどのように考えるか、としております。

14ページでございます。「③就活等セクハラ」でございますけれども、セクハラ防止指針において、インターンシップを行っている者や就職活動中の学生等に対しても、企業の方針を明確にし、相談体制等を整備することが望ましいとされているところですが、インターンシップ中にセクハラを経験した者は30.1%、就職活動中にセクハラを経験した者は31.9%という状況にあることをどのように考えるか、としております。

続いて、就活等セクハラの実行者は企業内の労働者であることから、企業は実行者に対して就業規則等に基づき懲戒処分等の対応は可能であるものの、被害者への配慮の措置に関しては、インターンシップを行っている者や就職活動中の学生等は職場外の第三者でありまして、雇用労働者に対するものとは異なるものとなるのではないかとしております。このように、就活等セクハラを法制化しても、事業主の措置義務の内容は、自社の従業員に対するものとは異なるのではないかとしております。

その次ですが、就活生へのハラスメントについて、例えばパワーハラスメント等についてどのように考えるか、としております。

続いて、「④ILO第190号条約」でございます。

ILO第190号条約では、仕事の世界における暴力及びハラスメントを定義し、禁止する法令を制定することを加盟国に求めているが、この点について、我が国においては、事業主に対してパワーハラスメント等の防止措置を義務づけているものの、ハラスメント自体は禁止していないことをどのように考えるか、としております。

ILO190号条約は、仕事の世界における暴力及びハラスメントの定義や保護対象が広範であるため、労働法制での対応がどこまで可能か、としております。

15ページ一番上のポツですが、ILO190号条約においては、暴力及びハラスメントの防止及び撤廃のための取組について「適当な場合」には第三者が関与する暴力及びハラスメントを考慮に入れるべきとされていることをどのように考えるか、としております。

その次、これらの検討に当たっては、この検討会でも御紹介いたしましたように、G7批准国の状況を中心に海外法制を調査いたしました。そうした海外の状況が参考になるのではないかと、その際、法制度やハラスメントの捉え方等は各国の社会状況によって異なるため、単純比較ができないことには留意する必要があるかとしております。

最後、その他ということございまして、自爆営業についてどのように考えるか、自爆営業とは「使用者が、労働者に対し、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」とされているところですが、こうした自爆営業とパワーハラスメントの関係をどのように考えるか、としております。

この資料については以上でございます。

引き続き参考資料1を御覧ください。横置きの「カスタマーハラスメント事例集」と称する資料でございます。

この資料は、検討会においてこれまでヒアリングをしてまいりました団体・企業等から御紹介のあった事例等について、日本標準産業分類に基づいて、業種別に事務局で整理をした資料でございます。

2ページをお開きください。まず、情報通信業でございます。こちらについては、顧客がサポートデスクに問合せをして、その際に例えばセクハラに当たる言葉をかけたといったもの、過剰な要求を行ったといったもの、人格否定に当たる発言を行ったといったもの、脅迫に当たる発言を行ったといったもの、暴言を吐いたといったものという事例がございまし

た。

3 ページでございます。運輸業、郵便業でございますけれども、こちらについては、運転見合せ時に放送を繰り返していたところ、納得せずにスマホで無断撮影をしたといったもの、コールセンターに不穏な暴言あるいは無言・無応答の入電を100回以上行ったといったもの、それから、電車の遅延によって最終電車に間に合わなかったので、タクシー代の負担を求めて「インターネットで流すぞ」などと述べたり、あるいは書面での要求をしてきたというもの、駅員がホームで突き飛ばされたというもの、あるいは背後から踏みつけられた、臀部を突かれて負傷したといったもの、こういうものがございました。

4 ページでございます。また、旅客だけではなくて駅近隣のマンション居住者の方から長時間にわたり何度も要求を繰り返され、あるいは暴言を吐かれたといったものもございました。

5 ページでございます。卸売、小売でございますけれども、顧客の方から返金について長時間にわたって詰問を受けたというもの、あるいは20年前に購入した商品について無償での修理を要求されたもの、あるいはどなり散らされたもの、不合理な主張を繰り返されたもの、あるいは顧客が従業員の手を触り、繰り返し従業員の連絡先を聞いてきたというもの、揚げ足取りから始まって謝罪要求をしてきたというもの、あるいはレジの接客態度が悪いことを理由に胸ぐらをつかむなど暴力を振るったというもの、こうしたものがございました。

また、6 ページでございますけれども、同じく顧客が自宅まで来て謝罪することを要求し、4 日間深夜まで謝罪をさせられたというもの、こういうものもございました。

7 ページでございます。宿泊、飲食サービス業でございますけれども、宿泊のたびに客室のグレードアップなどを要求したというもの、あるいは大声で騒ぎ、あるいは他の客に対して暴言を吐き、「正座しろ」と要求をしたというもの、それから、商品を半額にすることを求めて店内で騒ぎ続けたというもの、大声を上げて威嚇したというものなどがございました。

8 ページでございます。生活関連サービス業、娯楽業でございますけれども、大声でどなり散らす、暴言を吐く、靴を投げる、2 時間にわたり威圧的行動を取る、こういったものがございました。

9 ページでございます。医療、福祉でございますが、まず、看護師に関して、たたく、つねる、物を投げるといったもの、大声でどなりつけるといったもの、卑わいな話を繰り返しされるといったもの、体の一部を触られるというもの、あるいは居宅外で会うことを強要される、待ち伏せをされる、無許可に撮影をされるといったものがございました。また、薬剤師に関して、暴言を吐く、あるいは「殺すぞ」と発言をするものがございました。また、抱き寄せたり、あるいはセクハラまがいの発言をするといったものや、介護士に対して「胸を触らせろ」という発言があったというものがございました。また、このほか、コロナ禍において入院患者の見舞いに訪れた人物に対して、面会禁止の旨を説明したとこ

ろ、暴言を吐かれたといったものもございました。

参考資料1については以上です。

引き続き参考資料2を御覧ください。縦置きの資料でございます、「特定受託事業者の就業環境の整備に関する検討会報告書（抄）」というものでございます。

こちらは昨年9月から厚生労働省において開催してきました特定受託事業者の就業環境の整備に関する検討会の報告書の抜粋でございます。本日は先ほど御説明した資料1-1の論点にありましたとおり、ハラスメントに関する対応の方向性について皆様に御議論いただくこととなるところ、これに関連する事項として、この報告書について御紹介をするものでございます。

フリーランスの方が安心して働くことができるよう、特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律、いわゆるフリーランス新法が昨年5月に公布されておりました、本年11月1日から施行される予定でございます。同法は、フリーランスの方に業務委託を行う発注事業者に対して各種の義務を定めておりました、とりわけ第14条において、フリーランスの方に対するハラスメント行為に係る相談対応等、必要な体制整備等の措置を講じなければならないものとされております。これを受けまして、検討会においては、ハラスメント対策を含めたフリーランス新法の就業環境の整備について、具体的な政令、省令や指針で定めるべき事項について検討がなされました。その結果、先月報告書が取りまとめられまして、政令等についても公布をされているところでございます。

ハラスメントに関する省令事項としては、この資料の1ページ目、2の(3)にありますとおり、妊娠、出産等に係るハラスメントとなる言動の対象事由として、妊娠したこと、出産したこと等の男女雇用機会均等法の施行規則で定めているものと同趣旨のものを規定することが適当とされたところでございます。

また、2ページ以下に長きにわたって抜粋をしておりますけれども、指針も報告書別添という形で示されておりました、業務委託に関するハラスメントとして、セクシュアルハラスメント、妊娠、出産等に関するハラスメント、パワーハラスメントが含まれるものとされ、その内容と発注事業者が講ずべき措置がまとめられているところでございます。いずれも内容は均等法や労推法における雇用管理上の措置義務と類似の内容となっているところでございます。

加えて、16ページ以下に記載されているところでございますが、フリーランスの方との契約交渉の段階において行うことが望ましい取組や、17ページに記載されておりますとおり、他の事業者からのハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為に関して行うことが望ましい取組の内容についても記載をされているところでございます。

参考資料2については以上です。

事務局から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。

ただいまの御説明について、後で時間を取って皆さんから御意見を伺いたいと思います

ので、続きまして、平成30年に報告をまとめた職場のパワーハラスメント防止対策についての検討会の構成員として参画され、現在、東京都のカスタマーハラスメント防止対策に関する検討部会の委員もされており、ハラスメント法制に深い知見をお持ちの成蹊大学法学部法律学科教授の原先生においでいただいていますので、事務局説明も踏まえてコメントをいただきたいと思います。

それでは、原先生、お手元の資料2について、自己紹介も含めて御説明いただければと思います。よろしく申し上げます。

○原氏（成蹊大学） 皆様、こんにちは。成蹊大学で労働法を担当しています、原昌登と申します。

今日は貴重な機会をありがとうございます。

私は、労働法の中でもハラスメントのことを主に勉強しておりまして、カスタマーハラスメントに関しましては、研究論文のほか、様々な研修や講演等でお話をする機会をいただいております。現場の労使の方々とお話をしたりですとか、そういったところからの経験も含めまして、思うところを述べさせていただきたいと思います。

では、この資料2のレジュメに沿ってお話をいたします。

まずは1を御覧ください。ハラスメント法制全般について、確認も含めて見てまいります。

職場のハラスメント、これは言うまでもなく、労働者の人格を傷つける、損なう、許されない行為ということでありまして、①から順に御覧いただきますと、とはいえ①のように実態は多様でありまして、イメージも様々なわけです。法的なアプローチとしましては、以下、②に挙げた民事上の賠償責任、③の刑事責任といったことがあり得るわけです。④に挙げました典型的な大きく4つのハラスメントに関しては、(2)で挙げました防止措置義務の対象となっているところがございます。

(2)を御覧ください。現行のハラスメント法制を改めて見てみますと、①にありますように、セクハラ、マタハラ、育児・介護ハラスメント、パワハラの4つの典型的なものに関しまして、事業主に防止措置義務を課すことが中心になっております。要は、様々なハラスメントがある中で、1つ目のポツですけれども、「これは社会的に許されないだろう」ということでの共通認識が醸成されてきたものについて、措置義務を課すとともに、行政がそれに沿って指導などを行っていく、こういった枠組みができています。これと並行して、もう一つ、国、事業主、役員などの経営者、労働者の4者に対しては、ハラスメントの問題に関心を深めていくといったことを中心とした、心構えや姿勢を中心とした責務規定があるということです。

②に移っていただきまして、ハラスメントの問題は、ハラスメント単体というよりは、セクハラは雇用機会の均等、男女差別の禁止、マタハラ等は育児・介護と仕事の両立といったこと、そして、一番新しいパワハラは働き方改革の一環と、どれも大きな施策の中の一つとして法整備、措置義務化が進んできたということが歴史的にはございます。括弧に

あるように、措置義務化をするに当たっては、概念（定義）を明確にすることが必要であって、それを法律と指針で実施しているということがあるわけです。

その中で、③です。先ほどの資料にもございましたが、今後望ましい法制はどのようなものかを考えていく上では、これはもちろん様々な見解があり得るかと思えます。ただ、一つ言えますのは、そこに挙げましたように、措置義務という現行の法制に加えて、ハラスメントはやってはいけない行為なのだということを明確化すること、これも一つの選択肢と考えることができます。パワハラを例にいたしますと、労働者は職場における優越的な関係を背景とした、業務上必要・相当な範囲を超えた言動によって、働く環境（就業環境）を害されることがないものとする、といったことをまず示して、そのために必要な措置を事業主は取るといった形に、現行のルールを活かした形で明確化することは十分可能であります。

そうしますと、現行法と大きく変わるというわけではないかもしれませんが、ハラスメントはやってはいけないのだということが明確化されることによって、矢印を御覧ください。一言で申しますと、社会全体、人々の心に大きな影響があるということも見逃ごせないことかと思えます。つまり、やってはいけないということが明確化されることによりまして、行為者、要は、加害者ですけれども、行為者に対する注意喚起や牽制が期待できます。また、企業の中で、なかなか対策に対して社内の理解が得られないといったことがあるときに、人事労務担当者などが社内で対策を進めやすくなるといった、法律がこう規定していることによる具体的なメリットが様々な期待できるように思われます。この点で法制が社会全体、人々の心に与える影響は非常に大きなものがあるかと思えます。

では、2に移りまして、カスタマーハラスメント（カスハラ）の問題に移ってまいります。

この点に関しましては、私も議論に参加しております（1）の東京都の条例化の動きをまず御紹介いたします。もちろん自治体と国の役割などの違いには留意が必要でありまして、自治体の東京都は、都内であれば労働関係に限らず様々なことを柔軟に組み合わせることができる、様々な施策を組み合わせることができる反面、例えば国の労働局を中心とした労働行政のような、企業を指導する、そういった仕組みは持っていないという部分がございますから、そういった違いはあるにしても、というところで御覧ください。

まず、条例の内容ですけれども、こういった議論がされているということを御紹介いたします。①にありますように、カスハラを定義づける。その上で、都内ではカスハラをやってはいけないのだということを明示するという。そして、②にありますように、東京都自身、そして、都民、就業者、事業者といったところに責務を定める。それで、罰則は定めないというところがよく報じられるところでもあります。③で、いわゆる理念条例として、やってはいけないのだということを明確に示した上で、具体的なところは条例とはまた別に、条例を受けて定めるガイドラインなどによって分かりやすく周知啓発を図り、広く取組を求めていく、こういった形で議論が進んでいる、検討中というところがございます。

ます。

(2)を御覧いただきまして、国による法制化を考える場合に考慮すべき点としましては、まず、①にあるように、言うまでもなく、全ての地域、事業者が対象となります。また、労働局を中心とした様々な行政の指導などのアクション、働きかけがあり得るということもあるわけです。②で、厚生労働省が中心となって対策を進める場合には、労働者の保護が中心的なテーマになってくるということですね。また、③で、先ほどの資料にもありましたが、2022年の「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」、このマニュアルに沿って多くの業界団体や企業が取組を既に進めております。つまり、法制化においては、このマニュアルをベースにした検討が望ましいということが言えます。例えばカスハラの実態に関する調査については、もちろん様々な議論を整理することは重要ですが、このマニュアルの内容を活かした形で法制化することが考えられると思います。

では、裏面の2ページを御覧いただきまして、(3)を御覧ください。国によるルールづくりの意義というところでありますけれども、①にありますように、カスハラ対策は、④従業員を守ることはもちろんなのですが、⑤の顧客、そして、⑥の企業自身の利益にもなるという、この3つの視点が重要かと思うのです。カスハラによるデメリットをそこで簡単にまとめますと、まず、④従業員は、言うまでもなく、カスハラで心身が深く傷つくということがございます。そして、⑤です。顧客の利益も重要ということになるかと思うのですが、例えばカスハラが蔓延する店舗や施設を使うこと、これは精神的な苦痛につながるわけです。飲食店で隣の席で誰かがどなっている、そういった席で楽しい食事はできません。特に顧客が一般消費者の場合には、カスハラによって消費者としての利益が損なわれているというところに注目すべきところがあります。また、⑥にあるように、企業自身もカスハラによる顧客離れや従業員の離職といった様々なデメリットを受け得るということになります。

そこで、②です。カスハラ対策は④労働者を守ることはもちろん、この④だけではなく、⑤、⑥全てを改善することができる。その意味で、労働者、消費者、企業といった社会全体に関わる大きな施策と言うこともできる、そういった側面があるのがカスハラの問題であります。そうしますと、積極的に進めたいという企業もあるはずなのですが、ただ、実際に現場で様々お話を伺いますと、カスハラ対策にネガティブなイメージを社会として持たれている、そういったところも一部存在しております。例えばカスハラ対策をするといったときに、顧客を選別するのか、とか、顧客をハラスメントの加害者扱いするのか、といった受け止めが、まだ社会に残る面があるわけです。もちろんそういった受け止めは妥当ではないと言えますが、残っていることも事実かと思うのです。ですから、カスハラ対策をやりたいけれども、なかなか打ち出せないとか、あるいはやっているけれども、内容は公開しません、公開できません、こういった形にしている企業もあると聞いています。

そこで、③にありますように、法制化といったルールづくりによって、社会の考え方を自らを改めていくことができると言えます。つまり、法制化によって、社会全体が、企業が

カスハラ対策を行うのは望ましいことなのだと理解することができる。法制化は直接的に様々な措置等を通して労働者などを守っていくことはもちろんですが、加えて、こういった考え方を変えること、これは法制化以外になかなか難しいかと思imasので、この点は強調しておきたいポイントかと思imas。

④です。カスハラの行為者は外部の第三者ということに鑑みまして、幅広い視点からの対応も併せて必要かと思imas。行政については関係省庁の連携などです。例えば消費者に対する消費者教育の強化ですとか、取引先については業界全体の商慣行の見直しといったところで、例えばそこに線を引きましたが、正当なクレームとカスハラの違いについて、カスハラの定義をベースにしながら、正当なものとそうでないものの違いについて社会全体に周知啓発していくこと、これは社会全体としてカスハラを減らしていく、防いでいくことに有益であり、必要なことかと思imas。

最後に、3のILO条約に関して簡単に触れますが、3の①にありますように、この条約に関しましては、ハラスメントの「禁止」が求められておりますが、ただ、ここで「禁止」の在り方、規定のやり方は様々であると考えられます。必ずしも「何々をやってはいけません」という形だけが「禁止」の在り方ではないということですね。

そうしますと、②にありますように、この前のページでも述べましたが、ハラスメントはやってはいけないのだということを確認にすること、これは同時に、この条約の批准に向けた環境整備に大きくつながると考えています。

私からは以上です。

○佐藤座長 どうもありがとうございました。

この後の議論の進め方ですけれども、原先生は今日は最後までいていただけるとのことですので、最初に原先生の御報告について御質問、御意見があれば伺うことにして、その後、論点、資料1-1について御意見を伺って、そのときにまた原先生の質問を思いついたらそのときでも構いませんし、せっかくですから、原先生からも、もし御意見があれば伺うことにしたいと思います。

では、今の御報告について御質問なり御意見があれば、いかがでしょうか。どなたからでも手を挙げていただければ。

田上構成員、お願いします。

○田上構成員 御説明ありがとうございます。大変勉強になりました。

私からは1点、「ハラスメントはやってはいけない行為である」ことを明確化することという記載の部分についてなのですが、当然社会全体でやってはいけないことを考えていく上では、条件付ではなくて広くハラスメントをやってはいけないと。例えば逆にパワハラはやってはいけないにしてしまうと、ひねくれた解釈をしてしまうと、それ以外のハラスメントはいいのかという問題になったりしてしまうこともあるので、そういった形になると思うのですが、そういった明記をしていくか、労働法の中でやるのかとか、どのぐらいの法制度の中のどういう位置づけでやるべきかは明確に考えられているの

かを、私は専門外だったので、その点について教えていただきたいというのが1点目です。

2点目が、やってはいけない行為であることを明確化するときに、海外の事例を以前に日原構成員から簡単に御紹介いただいたときに、フランスなどですと受け身の書き方で、労働者が受けてはならないと書くというのもあるとお聞きしたときに、書き方の違いが法制度上大きく違いを生み出すのか、こういった意図があって受け身で書くのか、通常の記事で書くのと違いが表れているのかという点について教えていただければと思います。

○佐藤座長 お願いします。

○原氏（成蹊大学） ありがとうございます。

理解している限りでお答えできればと思うのですが、1点目の総合的にということなので、現在、典型的な4つのハラスメントについてそれぞれ法律で規定するというやり方ですけれども、恐らく将来的な先の話としましては、ハラスメント全体に関するハラスメント対策立法を行うといったことも、今後の議論としては考えていくべきところはあると考えておりますが、現行におきましては、とにかく時間を優先してスピーディーに対策を進めていくことが重要かと思っておりますので、その意味では、現在ある4つのハラスメントに関する防止の法制度、これを手直ししながら使っていくこと、これが望ましいと私自身は考えておりました。

2点目の書き方の問題なので、資料2の1ページ目の真ん中よりちょっと下ですね。この望ましい法制の在り方でも少し申し上げましたが、そこでも受け身の表現を使ったのですが、その受け身の表現を使う、もちろん様々な背景があるかと思いますが、例えばこれは「誰に対して」ということを明確にしないで広くルール化できるわけですね。つまり、「誰々は何々をしてはいけない」となると、誰々とは誰なのだとすることをいろいろ議論していくことが必要ですけれども、そうではなくて、労働者はハラスメントを受けないものとするのだとすることによって、潜在的な加害者は全部駄目だと書けるわけですので、規定のしやすさ、やりやすさというところで、受け身形は選択肢に入ってくると感じております。

以上です。

○佐藤座長 よろしいですか。

ほかにはいかがでしょうか。

どうぞ、米川構成員。

○米川構成員 御説明いただきまして、ありがとうございます。

東京都がカスタマーハラスメントについて条例化することが発表された後、行政に対して物を言う自由が奪われるのかという意見も出たということを知ったのですが、先生が関わる中で耳にした反響や感じたことがあれば、ぜひ教えていただければと思います。

○原氏（成蹊大学） ありがとうございます。

私は具体的には検討部会という会議体で議論に参加していたのですが、第一印象

としましては、本当に公労使全て、特に労使の当事者の皆様も、ルールづくりは必要だということに一致されていたというところ、これが印象に残っております、つまり、企業側も労働組合側もルールは必要だということですね。もちろん現在においても、例えばカスタマーハラスメントを放置すれば企業は安全配慮義務違反の責任を問われる可能性があるわけで、現行法でも何もしなくていいわけではないとは思いますが、ルールがあるかないかは大きな違いということがありますから、条例など何らかの公のルールによってルール化されることが望ましいということではまさに会議体で一致しております、あとは具体的にどう進めるかといった細かな議論の部分と理解しておりました。

それから、今、お話がありましたハラスメントの加害者扱いするのかといった受け止め、まさにそれが今回の資料の2ページに挙げました、カスハラ対策をしっかりとすることは、お客の意見を聞かないのか、クレームを聞かないのか、そうではないというところはなかなか理解が十分広まっていないところでありまして、正当なクレームはもちろん受ける、それで改善していくことは、これは官民間問わず重要なことかと思えます。要は、正当なクレームの域を超えたカスタマーハラスメントと言えるものは否定しよう、そのためにルールをつくろうという部分ですので、まずはそういったところも含めてしっかりと周知啓発をしていくところかと思うのです。つまり、カスハラ対策は、消費者の権利を損なうとか、正当な主張やクレームを否定するものでは絶対はないのだ、ということを強調しながら、ただ、度を越えたカスハラはやめましょうといったところを、動きを進めていく中では、例えば市民、国民に分かりやすく伝えていくことも重要なのかと感じております。

○米川構成員 ありがとうございます。

○佐藤座長 ほかにはいかがですか。いいですか。

では、私から。東京都のこれは検討中ということでもいいですね。カスハラ定義とかは、現状は途中段階だと思いますけれども、今、ここで検討しているものとそんなに乖離はないのかどうか。まだ分かりませんということであれば、それで構いません。

2(1)②の罰則はないけれども都民や就業者に責務、ここなのだと思いますけれども、事業者の場合であれば、自社の社員がカスタマーハラスメントを受けたときに対応をきちんとしてくださいみたいなことになるのかも分かりませんが、都民、就業者でいうと、これはカスタマーハラスメントを起こさないようにということになるのですか。

○原氏(成蹊大学) ありがとうございます。

定義の部分から、現在もちろん細かい条例案は検討中ですが、これまでの議論の中で出ましたのは、カスタマーハラスメントは、就業者、働く人に対する暴行、脅迫といった著しい迷惑行為、違法な行為または不当な行為であって、就業環境を害するものと定義するという方向で議論しております、違法な行為は、ストレートに犯罪行為ですとか、暴行ですとか、凶悪な犯罪行為で、不当な行為といいますのが、これが東京都の資料で報道につながったところがありますけれども、要求する内容がおかしい、または内容はともかく手段・態様、つまり、要求する態度がおかしいといったところでありまし

て、そういったものを不当な行為と述べているところがございます。そういった整理は、恐らく東京都も様々な資料を基に考えているところかと思いますが、不当な行為、要は、申出、要求の内容に注目するということと、それから、やり方ですね。手段・態様といった態度に注目するといった形、これは例えば厚生労働省のマニュアルとも共通する部分があるかと思えます。

それから、資料の下のほうの2の(1)の②、東京都、都民、就業者、事業者というところですが、具体的に責務を定めている部分につきましては、例えば就業者、働く者については、これはカスタマーハラスメントに対する理解を深めることと、それから、事業者が実施する防止の取組に協力するといったところがあるかと思えます。また、そのほか、事業者については、もちろん具体的に理解を深め防止のための取組をやっていくことになろうかと思えます。また、都民については、広く理解をすることプラス東京都の施策に協力していく、こういったことを求めていくといった形で、広く様々な理解、協力を求めていくといったことが、現在のところは中心的なポイントと置かれているかと思えます。

○佐藤座長 どうもありがとうございました。

よろしいですか。

では、原先生は、先ほど御説明したようにまだおいでいただけるということですので、また質問があれば伺うようにしたいと思います。

それでは、先ほど事務局から御説明いただきました資料1-1について、3つぐらいに分けて御意見を伺おうかと思えます。まず、8ページの前の「(5) 今後の対応の方向性」の前までのところで、現状と法制、あと、ハラスメントについてのところで、これまでなかったところは赤で書いてあるところなのですけれども、この辺について御意見なり御質問があれば、まずここから。いいですか。

細かいところで、忘れてしまうといけないので、3ページで。これは後から追加したから、真ん中あたりに「カスタマーハラスメント」とここで初めて出てくるのね。今までは6ページのところに「カスタマーハラスメント」は括弧で（顧客等からの著しい迷惑行為等）と書いてあるのだけれども、この括弧書きは最初に出てきたところに入れたらいいだろうというつまらない話ね。

もう一つ、これは結構大事で、3ページの厚労省令和5年度調査というところと、6ページの下「カスタマーハラスメント」のところですが、3ページのところというところ、資料1-2の別添3-13で、ハラスメントを受けた比率が令和2年からは低下傾向はいいのですけれども、大事なのは、いずれも過去3年間でというだね。だから、「過去3年間」と入れてください。6ページもそうです。カスタマーハラスメントも過去3年間ということなのですね。みんな過去3年間で、ただ、就活セクハラは、これは活動中だから多分1年になるね。

○安藤均等課長 そうです。

○佐藤座長 これは細かい点なのですが、6ページのカスタマーハラスメントを受けた経験のデータは過去3年間ですね。また、顧客接点の多さである接客頻度別を聞いているのだけれども、接客頻度別のほうは今の仕事だね。

○安藤均等課長 そうです。

○佐藤座長 過去3年の間に異動している人もいます。接客頻度について、現在、ほとんど接することがない人でも5.3%の人がカスタマーハラスメントを受けた経験があるというデータについては、過去3年間でカスタマーハラスメントを受けた経験なので、データのところの注には分かるように書いておいてあげたほうがよい。報告書にそこまで書く必要はないけれどもということです。つまらないことですが、誤解を招くといけないと思いますのでね。いいですか。

それでは、8ページの(5)以降のところを2つに分けて、もちろん後半部分と区別できないので今質問するということであれば構いません。どこで切るかというのは難しいのですが、13ページの上まで記載されているカスタマーハラスメントの定義まで行きましようかね。もちろんカスタマーハラスメントの定義より後ろの部分とつながっているということであれば構いませんので質問してください。まずは13ページの上までで前半・後半に分けて、前半について御質問なり御意見があれば、今までと同じように山川構成員から1巡目始めます。カスタマーハラスメントの定義より後ろの部分とつながっているのであれば併せて御質問、御意見いただいても構いません。よろしくお願いします。

○山川構成員 原先生、大変ありがとうございました。基本的に私も規定の在り方等につきましても原先生と同様に考えております。

少し申しますと、先ほど座長からお話のありましたカスタマーハラスメントの定義、これは対策、対応が決まってからそれに合わせて考える面もあろうかと思っておりますけれども、基本的には労働者の就業環境を害するという点が労働行政、労働政策としてはポイントになるかと。つまり、「顧客等からの著しい迷惑行為」と書いてありますけれども、先ほどの都のお話でもありましたように、迷惑ではあるけれども別に労働者にとっては迷惑でないという場合があるとしたら、それは就業環境を害するのとは関係ない話になるかもしれない。それはそれで別途対応はあるかもしれませんが、労働政策の話とは別なのかと思いました。

それと若干関連するのですが、別添3-1に、現行法の各種ハラスメントの法的位置付けの対比があります。これはある種面白いですし、カスタマーハラスメントを考える上でも、今後例えば法制化をする場合に有用かと思いますが、セクシュアルハラスメントと妊娠・出産、育児休業等に関するハラスメントの場合は、言動の内容を主として考えている。パワーハラスメントの場合は、内容というよりも、定義の中に「優越的な関係を背景とした」というある種の関係が出てきて、かつ「業務上必要かつ相当な範囲を超えたものにより」という、やや定義の観点が変わっている感じがありまして、そもそもセクシュアルハラスメントという言葉自体がどこに着目しているのか。パワーハラスメントはパワ

一に着目して、セクシュアルハラスメントはセクシュアルの面に着目してと、そもそも言葉自体にある種見方の違いが出てきているような感じがいたします。

それは言葉の問題なのですが、「業務上必要かつ相当な範囲を超えたものにより」という部分がパワーハラスメントに関しては存在しておりまして、セクシュアルハラスメントについてそのようなことはないのですね。そもそも業務上必要なセクハラなどあり得ないですから、その辺りがカスハラにも影響を与えるのかと思いました。ただ、カスタマーハラスメントの場合は業務上必要などということもないわけですし、これまでお話のあったように、著しい迷惑行為が社会的に見て許されないとか、相当性を欠くとか、そういう観点からの見方にカスタマーハラスメントの場合はなるのかという感じがしております。

以上、定義づけの問題と、そもそもハラスメントの位置づけが微妙なところで差があって、それがいろいろな法制上あるいは対応についても影響を与えるのではないかと思ったところでもあります。

あとは、そういった対応、特に顧客ないし取引先、これも顧客と取引先は違うのか。先ほど事務局でも厳密な意味でのとか、顧客など一般にという限定付でお話がありましたけれども、企業からすれば取引先は顧客ではないかという感じがしまして、法的には厳密に区別できるのか。一般的な小売業の顧客をイメージすると顧客なのですが、取引先も顧客ではないかという感じがいたします。これも言葉の問題です。

問題は、相手がむしろ労働関係外というか、組織外にあることがポイントではないかと思えます。先走るようなことを申し上げますけれども、別添3-2、下のほうに事業主が雇用管理上講ずべき措置の主な内容が指針の内容でありますけれども、これを企業外の方が行為者になることに着目して洗い出していく作業が、もし法制化する場合には必要になるのではないか。先ほどのハラスメントを行ってはならない旨の方針の明確化、これは企業内部での規範で、これによって従業員に対して事業主が企業内で禁止をするという意味を持つわけですが、行為者については厳正に対処する、厳正に対処するという内容によってはひょっとしたら外部の顧客でもあり得るかもしれません。それから、③の「行為者に対する措置を適切に対応する」、これは懲戒処分等が主として出てきますけれども、カスタマーハラスメントの行為者への懲戒処分はあり得ないわけですので、現行の方針を、加害者が企業外の人であることに照らしていろいろ洗い出していく作業が必要になるのではないか。先走ったお話かもしれませんが、もしこういう方向で指針なりをつくる場合はそのように思っております。

以上です。

○佐藤座長 どうもありがとうございます。

11ページからカスタマーハラスメントの定義の記載がありますね。この定義の議論をすることが必要です。もう一つ、6ページなどにある「カスタマーハラスメント（顧客等からの著しい迷惑行為等）」という記載の仕方ね。これも取りあえず今はこれでもいいけれども、定義が決まったら、どう説明かするかは少し考えたほうがいいかもしれないです。

山川構成員の御意見はそういう趣旨でいいですか。

確かに大事な点で、これでいいかがなかなか難しいですけれども、実際に我々が議論する定義の中身を縮めたときに、100%ということではないけれども、9割ぐらいカバーできるような言い方にすることは結構大事だと思うので、確かにこれはあるかと思いません。

日原構成員、お願いします。

○日原構成員 原先生、御報告ありがとうございます。私も示していただいた考え方に賛同できる点が多いと思って伺っておりました。

まず、対応の方向性の総論、対策の強化、定義のあたりまでについて順番に申し上げます。総論の部分は時間があつたら戻ってきますけれども、時間がなければいいかという感じがいたしますので、カスタマーハラスメントの対策強化のところについて申し上げたいと思います。

恐らく対策の強化の必要性といったところでは、ある程度コンセンサスは取れてきているのではないかと思います。そうすると、既に御指摘がありましたように、労働法分野で何ができるかに関しては、事業主に何をしてもらえるかが一つのポイントになり、そこで労働者をどうやって守っていくかという話になるのだらうと思います。

その際の具体的な内容については、先ほど山川構成員もおっしゃいましたように、今あるものとの区別をどうしていけるかというところです。これまでも申し上げたところと重なるかもしれませんが、恐らく異なってくる箇所としては、事前予防として、労働者に対してではなく顧客等に対して、我々は毅然と対応しますよという方針を出しますということまで入れられるかどうか、あとは、対応困難事例のエスカレーションのように、正当なクレームがカスハラにエスカレートしないという意味での予防を、使用者のほうでマニュアル等をつくってもらうことを求められるかどうかがあるかと思いません。

あとは、先ほど山川先生がおっしゃった別添3-2の2番目のところとの関係では、相談窓口をつくるというところ自体は恐らくある程度共通してできる部分で、3番目の相談後の適切な対応というのもある程度は一緒にできる部分があるだらうと思いますし、再発防止策についても、具体的にやるべき内容は異なってくる部分はあるかもしれませんが、企業で再発防止策をしていくべきだという議論はあり得るところかと思いません。

定義のところと、11ページの1番上のポツの消費者の権利との関係への留意というところでは、消費者の権利の留意との関係でもカスハラをクレームと区別して明確に定めることが重要になってくるのではないかと思います。既にある程度企業に浸透している対策マニュアルをベースにすることも特段異論はございませんと申しますか、あり得る方向性かと考えております。

以上です。

○佐藤座長 どうもありがとうございます。

確かにパワハラについては、ハラスメントを行ってはならないと事業主が方針を明確化

するということが定められていますけれども、カスタマーハラスメントについては、うちはそういう不当な要求等、断固そういうものから社員を守りますと書くかどうかは結構大事な点かと思いました。

田上構成員。

○田上構成員 私も前のお二人と基本的には同じ部分について同じように考えていたので、この順番で回ってきて本当によかったと思いました。

概念整理については、今、おっしゃっていたように、既存の4つのハラスメントに加えて、カスタマーハラスメントを考えるときにはどの部分が共通しているのかを、別添3-2でいうところの①、②、③、④で、この部分は同じでいいだろう、この部分については同じように考えられないという整理が、概念定義の上では必要となってくるかと思いました。

その上で、まだ言及されていないところについて私は意見として申し上げたいのは、定義のところについてなのですけれども、今、この検討会での方針としては、個々の事例から機能的に定義を考えていく作業なのですけれども、仮にこの定義が決まってくると、その定義から今度は演繹的にこれまでの事例がちゃんとその枠の中に収まるかということを確認する作業も必要になってくると思います。

そのときに、定義というのは個別の非常に抽象的な説明で定義するものが多いわけですが、少し考えたいのは、このカスタマーハラスメントの対称性というところです。非対称というか、いずれのハラスメントも基本的にはコミュニケーションの中で生じ得るものとして考えたときに、コミュニケーションは相互行為として、行為者とその行為を受け取る人は流動的に変わっていくわけですね。セクシュアルハラスメントに関しても、典型的には男性が女性にという印象がありますけれども、厳密にはそうではなくて、女性が女性、女性が男性、男性が男性ということも当然あり得ると。同じような枠組みでカスタマーハラスメントを考えてみたときに、従業員もしくは使用者と顧客という役割があったときに、顧客から受ける不当な言動、かつ労働者の就業環境が害されるものがあったとしたときに、逆に使用者もしくは従業員側から顧客に対して不当な言動があることも概念レベルでは考えられると。

これというものがいわゆる何かというと、恐らく品質管理や顧客対応といったところのビジネスレベルでの話で、こういうところに注目すると、むしろカスタマーハラスメントの使用者側の責務としては、そういった顧客対応みたいなところがまずちゃんとしているということも、カスタマーハラスメントを未然に防ぐというところに関連するわけですが、これがありきで、その上で生じてしまった不当な言動で就業環境が害されたものに対しては、毅然と対応するというところにつながってくるかと思います。そういったことも考えますと、実は責務についてもほかのハラスメントと同じように、コミュニケーションの中での役割がダイナミックに入れ替わっているというところに着目すれば、ある程度似たような方向性でも考えられるのではないかと思います。

私からは以上です。

○佐藤座長 企業側としては提供するサービスについてきちんと品質保証をするということがあって、繰り返し顧客から正当なクレームがあれば、それをきっかけとしてカスハラが起きたりする。そういうものを潰していくものがないと困るので、それをどうここに書けるかどうか、そこはもう説明するだけにするかということ、結構大事な点かと思えました。

古澤構成員、お願いいたします。

○古澤構成員 私は労働者の健康を守る立場ということで、少し発言をさせていただきたいと思います。

厚労省からの資料の8ページ以降の「今後の対応の方向性」の9ページのポツの3つ目「企業におけるハラスメント防止対策に取り組む意義は」という項ですね。ここについて、非常に重要なポイントだと考えております。企業ではハラスメント防止対策の1次予防に取り組んでいくことで就業環境をより良好にする、労働者同士のコミュニケーションをよくすることでハラスメントを未然に防止していく、そして、万が一ハラスメント行為が発生した場合には、いち早くそこを対策し、被害が拡大しないように取り組んでいく、こういったところは大変重要だと考えておりますので、引き続きこういったことに事業者側が取り組みやすくなるようなガイドライン、リーフレット、ポスター、そういった情報啓発を進めていただくことが非常に重要かと思えます。実際に現場でも事業者の皆さんはガイドラインなど対策マニュアルをよく利用されています。私自身も参考にさせていただくこともありますし、こういったものに事例豊富に実際に起きた事案がどれに該当するのかが分かりやすいようなマニュアル化をしていただけると、大変ありがたいと思っております。

別な立場からの意見をさせていただきます。次の10ページのカスハラの対策についてというところでお話をしたいと思えます。

私が担当する産業医先でも、カスタマー対応ということでエンドユーザーに対してのコールセンターを設置されているような会社さんが幾つもあります。実際にカスハラを防止するために、オペレーターの方に直接電話がつかないような対策を取られたりすることもあるようです。皆様ももしかしたら経験があるかもしれませんが、コールセンターに相談しようとしたときに、一体どこに電話をしたらいいのかであるとか、何を選択したら自分が困っていることに対応していただけるのかが、実は年々分かりにくくなっているのではないのでしょうか。それは事業者がカスハラ対策をしている一つの表れでもあるのですね。逆にそれが消費者側のいらいらを増してしまい、つながった時点でどなり声などということも出てしまいかねないというところはあるかと思えます。

実際に、本日もこちらに移動する際にタクシーに乗った際にも、まさに「カスハラNO」というステッカーがタクシーの車内に貼られていました。カスハラに対しての社会的な認知がどんどん広まる一方では、消費者は自分が感じている困った点をどこに訴えていいのかよく分からない。そういったことが起こらないためにも、カスハラはノーだけれども、

実際に困ったときにはここに連絡をしてほしいというアナウンスも併せてやっていくことで、消費者の権利も擁護されていくのかと思っております。

私から2点お話しさせていただきました。以上です。

○佐藤座長 後者の点は結構大事ですね。個々の企業もあるけれども、業界団体としてもそういう窓口を設置するとか、そういうことも後で少し考えたほうがいいのかと思います。

米川構成員、お願いいたします。

○米川構成員 私は出版社に勤務していることもあって、「カスタマーハラスメント（顧客等からの著しい迷惑行為等）」という表記のところで、先ほど山川構成員も言われたように、「カスタマー」という言葉のニュアンスは消費者寄りであり、取引先は「クライアント」と表現されることが多いので、「カスハラ」という言葉だけが独り歩きすると、取引先に対しての啓発効果が落ちてしまうのではないかというリスクも少し感じました。

先ほどの原先生のお話の中で、カスハラについてもっと啓発していく、マインドチェンジを促していくことが大切だというお話に本当に深く共感しました。コロナ禍では、エッセンシャルワーカーの皆さんを応援しましょうという意識が高まりましたが、その際には、医療、福祉だけではなく、運輸、物流や、生活必需品を販売される小売業の方、公共機関の方もエッセンシャルワーカーとして、皆さんリスペクトしていたと思うのです。でも、このエッセンシャルワーカーと言われる方たちが、実はカスハラに一番遭っている業種になってしまっている。そういうところからも、私たちの生活に必要不可欠な存在の方たちがカスハラに遭っていることを認識し、生活必須職従事者の方たちに対するリスペクトを改めて思い出させるような啓発ができればいいと感じました。

○佐藤座長 「カスタマーハラスメント」、この言葉自体も新しく作り直していくのかな。法律の中に入れるときには片仮名ではなくなるのだと思うのだけれども。すごくここまで定着してしまうと、どのような言葉にするのかということはあるのだけれども、確かに「カスタマー」という言葉により誤解される可能性も結構大きいのも事実なので、どうするか。

ここまでで原先生、何かあれば。

○原氏（成蹊大学） ありがとうございます。

カスハラ、あまり類型化するのはどうかと思う部分はありますけれども、大きく2つの類型があって、ビジネス・ツー・ビジネスのBtoBカスハラと、ビジネス・ツー・コンシューマーのBtoCカスハラだと思うのです。これは考えてみますと、BtoBカスハラは企業側が加害者にも被害者にもなり得る、そこが特徴的なところで、BtoCは主に被害者になる可能性があるということですから、BtoBカスハラについてきちんと企業が教育をすることによって、労働者は全員消費者ですから、そうなったときに、BtoCカスハラも起こりにくくなるといったことが期待できるかと思います。

ですから、カスハラを考えていくのに、BtoBとBtoCを分けて、でも、BtoBカスハラも裁判例があつたりしますので、そういった類型を意識して施策を考えていくとより分かりや

すく、また、BtoBカスハラもカスハラなのだということを周知していくことによって、一般消費者は大事だけれども、消費者だけがカスハラをするわけではないのだということを明確にできると感じました。

以上です。

○佐藤座長 東京都の条例化の御説明で、都民、就業者、事業者等に責務を定めるとあったのですけれども、企業からすると、BtoBカスハラを起こさないようにと社員に意識啓発すれば、その人たちも消費者であるわけなので、そののところがうまくつなげていくのは確かにあるかと思いました。

後半もう一巡しますけれども、今までのところで何かありますか。

どうぞ、山川構成員。

○山川構成員 先ほどの田上構成員のお話に、非常に同感するところがあります。特に正当な要求に対する対応が必ずしもうまくいかないことによって相手方を怒らせてしまうとか、それが態様を悪化させてしまうこともありまして、そのことをどのように法制ないし対応の中に組み込んでいくかが難しいところです。一つは、座長もおっしゃったことなのですけれども、そういう事情があり得る、正当な理由にきちんと対応しないとハラスメントということになるという留意事項的なこととして書くのと、もう一つ、さらにここまでやるべきなのかどうかという問題はあると思いますけれども、正当な要求に対してきちんと対応することを社内のある種の方針として明示することもあり得るのではないかと。個人の責任にするというよりも、きちんと正当な要求であれば対応していきますということを、組織の方針として位置づけることもあり得るのかと思います。

それとの関係で、一方で、しかし、基本は厚生労働行政として担当するのは労働者の就業環境のほうなので、そこはステートメントとしては労働者の就業環境を守りますということはきちんとやってやらないと、被害者が上司や会社からも見捨てられて、顧客からいろいろ言われて、つらい思いをすると、孤立してしまうことが非常によくないので、企業としても、顧客にもきちんと正当な要求であれば対応しますし、しかし、就業環境が害されたら私たちは労働者を守りますというステートメントみたいなこと、難しいところですが、両にらみになるのかと思いました。

以上です。

○佐藤座長 なかなか難しい点で、確かに顧客がクレームしたのは、こちらのサービスの提供の在り方に問題があったとしても、顧客は何をやってもいいわけではないので、そのとき、過大に要求したり、ただ、そこだけ見ては駄目なので、きっかけは何だったのかは企業も見ていく。つまり、それをやらないとまた同じことが起きてしまうので、そういうことをどううまく書いていくかということだと思います。

それでは、また戻ってきてもいいのですけれども、残りの13ページ以降で、ここは総合的な対策の必要性とか、就活等セクハラ、あとはILO第190号条約ですけれども、この辺について、また山川構成員からお願いします。

○山川構成員 ありがとうございます。

こちらも今回それほど申し上げることがなくて、原案、また、原先生の御意見は、非常に納得のいくところが多いところでした。

190号条約に関しては、まさに原先生のおっしゃったとおりでありまして、禁止規定はテクニカルにはいろいろ難しいところがあるのですが、要は、社会規範としてより強めるといいですか、社会に対する訴えかけを強める。何度も申し上げますけれども、現在の措置義務は、社内で就業規則等によって従業員に対して禁止することを法律によって義務づけている、それをやらないと法律違反になるという仕組みを取っていますので、その意味では既に社内での禁止は義務づけられていますので、それをより社会的にあるいはメッセージとして強めるという位置づけになればいいかと思います。

その措置義務ということの意味をついでながらいうと、別添の行政指導について統計が出ていたかと思いますが、是正指導の件数についてであります、別添3-7ですね。非常に多数の是正指導がなされていることが分かります。それから、法律の施行をされた後は非常に多数の是正指導件数になって、施行が進んでくるにつれて次第に件数が減少している。これは何を意味するかということ、実際に起きたハラスメントが減っているということではなくて、要するに、措置をしていなかった、規定などを設けていなかった企業が、この法律の施行が進む中でかなり減ってきているということ、要は、規定を設けていなかったらそれだけで法違反ですよ、是正指導しますよということはこの統計は示している。そのほうが、個々に事件が起きた後は、傷ついたものはなかなか戻らないと思いますから、こういう予防措置を促進する法制は非常に重要だと思いますし、その意味でもメッセージ性の強いものを出すのは有効ではないか、措置義務をさらに実効性のあるものとするという点でも有効ではないかと思いました。

取りあえずこれで止めます。

○佐藤座長 また後であればお願いしますね。

日原構成員、お願いします。

○日原構成員 私からも差し当たりILO条約のところを申し上げたいと思います。

これも先ほど原先生から、また、今、山川先生からも御言及がありましたように、禁止の在り方はいろいろあり得ます。先ほど田上構成員からフランスの話も出していただきましたけれども、諸外国だと、差別禁止法であれば差別禁止法なので「何人も～してはならない」みたいなものは書きやすいのですけれども、労働関係法令だと、事業主なのか労働者なのか、名宛人を誰にするかという問題があって、受け身にして書くことがあり得るということがあります。フランスの禁止規定と呼ばれている規定は単体ですごく意味があるというよりは、労働者が受けてはならないというのがモラルハラスメントの定義と併せて書かれていて、その後にハラスメントに対する措置をしなくてはいけないとか、行為者の懲戒処分に関する条文とか、いろいろなものがある、全体として意味があるということになっております。

そうすると、書き方としては恐らくいろいろあり得るところですし、山川構成員がおっしゃったように措置義務でもある意味禁止に近いところはあるし、また、不法行為で違法になる、損害賠償請求の対象には広くなるという意味で、総論のところでも申し上げませんでしたけれども、これはアメリカやカナダなどの英米法圏ではそうではないので、日本では不法行為でハラスメントを広く問題にできるという意味では、それは違法な行為だということは既にあるということがあります。その中で、禁止的なものを理念規定でもいいから置くとしたら、それは原先生、山川先生がおっしゃっているように、メッセージ性を重視して、やってはいけないのだということを打ち出すための明文化というか、立法化という形になるのかと思います。

直接的には禁止規定から少し離れますけれども、これも諸外国との対比で申しますと、日本では精神障害が職業病表に書かれていて、その認定基準の中で、具体的出来事としてハラスメントが考慮され得るし、カスタマーハラスメントも昨年既に認定基準の改正で入ってきたということがあります。また、諸外国では労災補償が使用者に対する民事損害賠償請求を排除する国も多いのですけれども、日本では別途安全配慮義務違反も問えます。そういった不法行為や労災補償や労災民訴も併せると、措置義務に書いてあるもの以外もある程度広く問題となり得るところが特徴としてはありますので、そういった点も踏まえて考えていく必要があるのかと思います。

以上です。

○佐藤座長 どうもありがとうございました。

次、田上構成員、お願いします。

○田上構成員 私からは、まず、就活等セクハラについてです。こちらはハラスメントの加害者が自社の従業員になる可能性があるということで、一つの考え方があると思いますけれども、被害を受けた就活生をどう保護していくかみたいなのところも少し考えなければいけないと思います。

その上で、これは少し総論に関わる部分かと思いますが、今日の日原構成員からの御説明も併せて少し深く考えなければいけないと思うのは、就活生をどういう位置づけとして扱うかみたいなのところになってくると思います。もちろん法令的な定義と一般的な考え方みたいなのところがあると思うのですけれども、一般的には就活生もある種の求職者であるわけですし、仕事を探して将来仕事に就き得る可能性の人たちという意味では、限りなく労働者に近い存在というか、そういったニュアンスもあると思いますので、こうした人々の将来的な就業環境が害されるという意味から、就活セクハラにもアプローチできないのかを専門的に検討していくこともできるのではないかと思います。

続いて、自爆営業に関するところなのですが、これまでのハラスメントに比べて、自爆営業はかなり個別具体的な事例に特化している印象があります。これまでの議論、概念定義のお話から考えていくと、恐らく自爆営業についてもどういう文脈で生じやすいのかも含めてケースを考えていく必要があると。一つの在り方としては、職場における業務

管理の中で、通常の企業ですと例えば目標管理みたいなものがありまして、営業の方だと全体の目標としてどのぐらいの売上げを上げましょうみたいな目標がある中で、その上司からの不当な指導として購入を強要するみたいなケース、こういった典型的なケースがあるかと思しますので、そういったケースだと比較的パワーハラスメントの中で帰結として起こり得る具体的事例として考えられるのかと思います。自爆営業、カスタマーハラスメントもそうですけれども、どういうコミュニケーションの文脈で生じやすいかも概念定義の際には整理する必要があると思いました。

最後なのですけれども、11ページから12ページにかけて、（カスタマーハラスメントの定義）について、具体的にどうかと事務局で整理していただいている文言について多少気になったというのが、「クレーム・言動」と並列して表記があるところだと思うのですが、言動のほうが概念としては広い内容で、その言動の中に恐らくクレーム、異議申立てがあるみたいな構造になっていると思います。この「言動」の後に「要求」とありますけれども、何らかの要求を伴わない言動も恐らくあります。例えばセクシュアルハラスメントでいいますと、性的な言葉を投げかけること自体もハラスメントとしてみなされるということがありますので、これも先ほどのコミュニケーションの文脈にも関連するのですけれども、ある言動がどういった場合にまずクレームになる、このクレームがどういった場合に不当になるかみたいなツリーマップ的に考えていくと、概念定義としてもある程度やりやすいのかと思います。そういった形で定義も整理を検討していければと思います。

以上です。

○佐藤座長 どうもありがとうございました。

古澤構成員、お願いします。

○古澤構成員 ありがとうございます。

私からは多く追加することはございませんが、就活等セクハラについて伝えたいと思います。

これは対象者が若い、まだ社会に出たばかりないしは出る直前というような世代であることを考えても、防止について厳正に考えていかなければならないと考えております。特にこの検討会にヒアリングでお越しいただいた企業様は対策をしっかりととられていたと、記憶しております。今後の対策をとるうえで大事な情報と考えておりますので、引き続き進めていただければと思います。

以上です。

○佐藤座長 米川構成員、お願いします。

○米川構成員 カスタマーハラスメントについての定義がより分かりやすく、そして、周知されて、業界ごとにさらにそれがブラッシュアップされていけば、企業にとっても対応しやすくなりますし、働きやすさが向上する。

その中で、消費者教育のところなのですけれども、この消費者教育は、前回の議論にあった女性特有の健康課題などのところでも例えばパワハラやカスハラについて警鐘を鳴ら

す、そちらともクロスオーバーするような社員教育ができればいいのではないかと考えました。というのは、UAゼンセンでも、JRでも、カスハラをする行為者が50～60代の男性が圧倒的に多いという分析結果を出されていましたが、厚生労働省の調査でも、40代の男性の18%、50代の男性の20%が男性更年期障害であると。男性更年期障害の代表的な症状の一つが、いらいらや怒りっぽさなのですね。その男性ホルモンのテストステロンが減ることによって、精神安定に寄与するところが減ってしまう。ですから、ひょっとしたら本人が気づいていないかもしれないけれども、あなた、カスハラしていませんかということを、別の教育の段階でもうまく啓発していればいいのではないかと考えました。

以上です。

○佐藤座長 これまでも日本社会全体としてストレスが高い社会になっているのではないかと、もう一つ、今みたいに健康というか、そういう問題も含めて考えることも大事かと思いました。

原先生、何かあれば。

○原氏（成蹊大学） ありがとうございます。

資料13ページの（総合的な対策の必要性）のところなのですが、東京都の議論でも、業界団体に期待される役割は大きいね、という話はあったのですが、ただ、業界団体も様々ありますし、業界によっては複数の団体があったり、あるいは業界団体の加入率がそれほど高くない業界もあると聞いていますので、一口に業界団体といっても様々な実態があることは注意しなければいけないと思っています。

他方で、業界全体でやるのが絶対に必要で、といいますのは、業界の中でカスハラ対策をやっている企業とそうではない企業があると、やっていない企業にカスハラが集中する、そういった傾向がある可能性がありますし、また、対応が違うことが新たなカスハラのネタになってしまうといったこともあるかと思います。あの会社はやってくれたけれども、おたくはやらないのかといった形で、業界の中で会社の対応がばらばらであると、それがまたカスハラを生むこともあり得ますので、業界全体でやっていただくことの意義は非常に大きくなりますと、それは業界などをお願いするだけではなくて、行政としてもきっちりとフォローしていく、サポートしていくことが、恐らくほかのハラスメント以上に重要になってくると感じています。

就活等セクハラに関しましては、幾ら人手不足、売手市場といっても、就職活動においては採用する側、される側、絶対的な力関係があると思うのですね。そういった意味で、採用するかどうかといったことを、そういった強い立場にある側がハラスメントをする、これは非常に卑劣な行為でありまして、現在よりも対策を強化するといったことは必要だと思われま。

最後に、ILO条約につきましては、先ほど私が資料2でお話ししたことにつきまして、山川構成員、日原構成員からも肯定的な御意見をいただきまして、本当にほっとしているところなのですけれども、ぜひそういった禁止の在り方は様々あるといったことを前提に、

また御議論を進めていただければ幸いです。

以上です。

○佐藤座長 今までのところで何か言い残したこと、言い忘れたことは。

山川構成員、お願いします。

○山川構成員 就活等セクハラについて申し忘れておりました。先ほど田上構成員からもお話がありましたように、職場環境そのものとは違って、将来の職場環境とか、あるいは職場環境に入る過程の話なので、そこは規制をすればしたら説明を要するかと思いました。新卒者が内定まで行けば就労はしていなくても契約は成立している場合が多いので、ある種職場なのですが、そこまで行かない面接の段階でも、そこは職場の延長のようなことかもしれないですし、企業にとってもそういうことをやると明らかに不利益になりますので、何らかの形での対策を取る必要はあるかと思えます。

以上の職場環境という面が1点あるのと、このタイトルにも「就活等セクハラ」と、特にセクシュアルハラスメントを書いてあることをどう考えるかという点があって、就活パワハラというのものなくはないかもしれません。就活マタハラというのものもあるかもしれませんがけれども新卒だと想像し難いですが、例えばパートタイムの店員さんについては妊娠中の女性が応募することはなくはないと思いますので、ここをどう考えるか。特にセクハラについて取り上げて何らかの対応を考えるのかどうかを検討する必要があると思います。

セクハラを特に取り上げるとすれば、実際に事例がよく報道されて、ある種の立法事実みたいなものがここに集中しているということがあるかもしれませんし、前に戻りますけれども、各種ハラスメントの性格づけに関連して、セクシュアルハラスメントは、場合によって被侵害利益の重大性がほかとは違うという面があるのかもしれません。差別的という意味もあります。それから、被害を受けた場合の被害の重大性など、ほかのハラスメントでも事案によっていろいろ違うのですけれども、就活等セクハラが就職活動中であるという面とともに、セクシュアルハラスメントを特に取り出して対応するのかという面について、議論が必要ではないかと思った次第です。

あと1点だけ、基本的な方向に直接影響することではないのですが、先ほどの顧客というような議論にも関わるのですが、障害者雇用の政策に関わっている者としては、障害者差別解消法等で合理的配慮が必要になっていて、事業者についても義務化されていますので、著しい迷惑行為といった捉え方で考える場合、障害者についてはその点に注意をする必要があるのではないかと考えております。

以上です。

○佐藤座長 どうもありがとうございました。

私からは、13ページの（総合的な対策の必要性）で、原先生が言われたように、業界団体の取組は結構大事だと。個別企業もちろん大事なのですが、業界としてそういう取組が進むことが、個の企業の取組が進められるということだと思えるのですが、他方で、正当なクレームを言ったけれども、受け入れてくれない企業があるよみたいなことを相談

できるよう業界に窓口をつくってもらえることは、もしかすると必要なのかも分からない。タクシーなどは昔もありましたね。個の企業がシャットアウトされてしまうと、古澤構成員が言われていたこともあるように、どこに電話をかけていいか分からないみたいなことになっても、これも困るので、個々の企業が受け付けてくれないとすると、業界団体みたいな窓口に言うみたいなことも並行して必要なのかも分からないですね。報告書のここに入れるかどうかは別としてね。

あと、その上の「専門性が求められる業種」、ここなのですけれども、今回も福祉分野とか、保育とか介護でお話を伺いましたけれども、僕はもう一つ、職能団体でということがあると思うのです。だから、ケアマネジャーの協会とか、社会福祉士とか、介護福祉士がありますね。職能団体として専門職でもこういうお客様、クライアントからの要求はおかしいですよみたいなものをきちんと出していく。だから、職能団体を入れてもいいのではないかと。業界団体は入れるのですからね。特に、福祉、医療、保育とか、その辺は職能団体がちゃんとありますので。今まで職能団体としては、あまり言ったことはないのかも分かりませんが、そういうものを入れるとか。もう一つは、専門職の育成段階ですね。つまり、養成校で専門職の在り方みたいなことについて少し入れるというのものもあるかも知れないと思いました。

それと、学生のところなのですけれども、個々の企業からすると、採用段階で自社の社員が就職活動の学生さんにセクハラを起こした場合、相談の窓口を企業が置くというのがありますけれども、これは例えば大学がまずは学生からそういうことがあれば受け付けて、極端な言い方をすれば、ああいう企業には行かないようにとか。本当は大学、送り出し側がもうちょっとやってもいいのではないかという気がします。学生が企業に言うのはハードルが高いですね。そういう意味では、キャリアセンター等々に学生が言いやすくして、大学はそういう情報を集めて、あまりあそこの企業はよくないね、みたいなことをどうするかだけでも、大学がやるというのものもあるかと。

もう一つは、カスタマーハラスメントでいうと、コンビニにしても、小売にも、大学生、学生がたくさんいますね。だから、実は学生もハラスメントを受けているというのものもあると思うので、そういう意味では、もう少し大学なり高校がアルバイト学生に対して教えていく。昔はブラックバイトについては研修を結構やったのだね。ブラックバイトはやったのだけれども、そういう研修の中にもう少しカスタマーハラスメントみたいなものを入れてもらうというものはあるかと。実際に今もやっていると思います。変なアルバイト先に行かないようにと大学に貼ってありますね。ですから、ちょっと広げる、あるいは就職活動中そういう企業は気をつけなさいよみたいなことを大学でやるというのものもあるかと思いました。

全体として何かありますか。あるいは厚労省の説明の資料についてでも結構ですので、原先生の御説明についてもっと教えてでもいいです。

厚労省からはいいですか。

ちょっと時間は早いですけれども、今日は構成員の皆さんから御意見を出していただいたと思いますので、今日の議論を踏まえてまた整理していただいて、報告書の骨子案に盛り込んでいただければと思います。

それでは、事務局から今後についてあれば御説明をお願いいたします。

○松下課長補佐 事務局でございます。

本日は誠にありがとうございました。

次回の日程については、追って御連絡いたします。

○佐藤座長 それでは、原先生、本当に今日はお忙しい中を御報告いただいて、ありがとうございます。

○原氏（成蹊大学） 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。