

## 北海道カスタマーハラスメント防止条例（仮称）に対するパブリックコメント

企業だけでなく、公共団体を含め、カスタマーハラスメント（カスハラ）の悩みは、どこも深刻です。しかし、カスハラは、一部の「不届き者」が起こすものではありません。日本労働組合総連合会（連合）が行った「消費行動に関する実態調査」（2017年）を見ると、一般消費者と接客業務従事者各千人に「苦情の対応で許せないもの」を聞くと、「たらい回しにされる」「落ち度があるような言い方をされる」などの設問に、一般消費者と接客従事者のどちらもほぼ同じ回答割合でした。つまり、接客従事者も客になると同じような思いをしていることが分かります。カスハラは、一部の対応困難者への対応とともに、多くの道民の理解がなければ、減らすことは難しいと言わざるを得ません。

一方で、消費者が不当または不適切な商行為により被った財産被害の回復を求めることは「消費者市民社会」の実現には当然であり、新たなルールが消費者の被害回復を求める行動の妨げや、消費者の萎縮を招くことになってはならないとも考えます。

そのため以下のような検討が必要と考えます。

### 1. カスハラ防止の指針と教育

カスハラの実態を正確に認識し、従業員が適切に対処できるよう、全ての事業者がカスハラ防止指針を定め、従業員に対する教育・研修を義務化する。

### 2. 事業者への支援

中小事業者においては、独自のカスハラ指針の制定や従業員への教育・研修は荷が重い可能性があります。事業者団体または公的機関が事業者を支援し、相談を受ける窓口が必要です。

### 3. 法的規制の検討

カスハラに対する法的措置は不十分であるとの指摘が多くあります。カスハラを受けた従業員を保護し、顧客による暴力や暴言、時間的拘束、嫌がらせなどへの法的規制の検討も必要です。

### 4. 社会全体の意識改革

カスハラ防止は、社会全体で取り組むべき課題です。「お客様は神様」との意識を改め、事業者と消費者は対等であるとの社会的な認知を広める教育・啓発活動を強化すべきです。

### 【北海道カスタマーハラスメント防止条例(仮称)の概要に対して】

- 「2 用語の定義」の顧客等にある「事業者の業務に係る人など」は分かりにくい。「取引先」ではないのでしょうか。
- 「3 基本理念」の下段にある「顧客等の苦情の申出等を行う機会を確保することが当該顧客等の利益を擁護するもの…」のくだりは、「消費者市民社会」の実現にかなわない、消費者の萎縮を招かないために必要な理念であり、盛り込んでいただくことに敬意を表します。
- 「4 各主体の責務」にある「顧客等の責務」と「道民の役割」の区別が分かりにくい。全ての道民は消費者、つまり顧客になりうる存在であり、両者は一体化した方が分かりやすいと考えます。 ※「3 基本理念」の顧客等と道民も同じ。
- 何がカスハラなのか例示が必要と思われます。条例での記載が難しければ、「細則」や「運用指針」などで明示していただきたい。