

「東京都カスタマーハラスメント防止条例(仮称)の基本的な考え方」への意見

公益社団法人消費者関連専門家会議
2024年8月15日提出

【項目番号】

1 特色(5ページ)	6 各主体の責務(12・13ページ)
2 策定の趣旨(7ページ)	7 カスタマーハラスメントの防止(14・15・16ページ)
3 目的・基本理念(8ページ)	8 その他(17ページ)
4 用語(9・10ページ)	9 全体に関する意見や自由意見
5 カスタマーハラスメントの禁止(11ページ)	

項目番号	意見
9	<p>【意見1: カスハラ対策の「労働問題」から「経営・経済問題」への転換】</p> <p>前提として、東京都カスタマーハラスメント防止条例は、都内で事業を行う法人や個人、都内で業務に従事する者を対象としています。条例は、都内の事業者に対する都外の顧客等の行為も対象に含む可能性があるため、顧客、就業者、事業者全てが条例を適切に理解し、認識することが不可欠です。東京都は、情報提供や啓発を通じて、事業者が適切な対策を講じるよう支援し、就業者の保護を促進していただくことを期待します。</p> <p>その上で、この条例により、都、顧客等、就業者、事業者がカスタマーハラスメント(カスハラ)防止に取り組むことにより、「労働問題」から「経営・経済問題」として認識されることを強く期待します。これらの取り組みには、事業者がカスハラ防止を当然の責務とし、その重要性を正確に理解することが求められます。さらに、複数の都道府県で事業を展開している企業にとっても、この条例の適用範囲や影響度を正しく認識し、対応を行うことが不可欠です。</p>
6	<p>【意見2: 事業者と顧客の責務の明確化と強化】</p> <p>事業者には、カスハラ防止に向けた明確な方針の策定と、消費者に寄り添った対応を行う責務があります。特に、就業者の責務に「顧客等の心情に配慮した言動」を明記することで、顧客対応において適切な対応が促進されるべきです。また、顧客等の責務についても、現行の「必要な注意を払う」という表現に加え、カスハラ行為が明確に禁止されていることを条例に明記すべきです。これにより、顧客側にもカスハラ行為が許されないことを明確に示し、事業者と顧客の双方が適切な関係を築けるようになります。</p>
6	<p>【意見3: 支援体制の確立と施策の迅速な実施】</p> <p>東京都は、この条例の適用と実施に関して、事業者への情報提供、啓発、教育、相談および助言を積極的に行い、支援体制を確立する責務があります。特に、消費者対応部門を持たない事業者や、地域に根差した事業者がトラブル発生時に適切な対応を取れるよう、具体的な施策の構築と迅速な実施が求められます。さらに、被害を受けた事業者への救済措置についても、検討を進める必要があります。この条例が、事業者と顧客の双方の利益を守り、持続可能なビジネス環境を実現するための基盤となることを期待します。</p>