

業種別カスタマーハラスメント対策マニュアルの策定手順例

令和7年3月

令和6年度「総合的ハラスメント防止対策事業」では、カスタマーハラスメント対策に関心を持つ業界団体等が、業界共通の対応方針等を策定・発信するまでの取組支援について、スーパーマーケット業界を対象にモデル事業として実施しました。

今後、他の業界が同様に業種別の対策マニュアルを策定する際の参考とすべく、今年度の事業の経験や成果を基に、下記のとおり策定手順の一例を示すこととします。

各業界・業種において、これも参考にしつつ、また各業界・業種の特徴や実態を踏まえ、効果的な対策マニュアルの策定等が進むことが期待されます。

<策定手順例>

● 検討委員会の立ち上げ、検討の着手

- 業界団体を中心に、労働組合や有識者等の参画を得て、検討委員会を立ち上げる。

※ 業界団体が複数ある場合には、できるだけ多くの団体の参画を得ることが望ましい。

- 検討委員会にて、業界内の既存の取組を把握するとともに、今後の検討方針や策定スケジュールを検討する。

● 実態把握のための企業アンケート調査の実施

- カスタマーハラスメントの被害実態、各社における対策の実施状況等について業界団体等の傘下の企業へのアンケート調査を実施する。

※ アンケート調査の項目は、厚生労働省のカスタマーハラスメントに係る調査結果や、今年度事業での調査結果も参考にしつつ、検討委員会で検討する。

● 実態把握のための企業ヒアリングの実施

- アンケート調査の結果も踏まえ、企業における対策の実施状況の詳細について、取組を実施している企業からのヒアリングを実施する。ヒアリングを通じて、企業の有効な対策事例を把握する。

● 対策マニュアルの検討・執筆

- アンケート調査の結果や、ヒアリングの結果を取りまとめつつ、下記の対策マニュアルの構成例も参考に、対策マニュアルの検討・執筆を行う。
 - ※ 業界固有ではない一般的な項目の執筆にあたっては、厚生労働省が策定した「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」が参考となる。
- 業界で足並みを揃えた対策を進めるため、業界共通の対応方針を検討・策定する。

【対策マニュアルの構成例】

- ・ カスタマーハラスメントに取り組む意義
- ・ カスタマーハラスメントとは、判断基準
- ・ 業界内のカスタマーハラスメントの実態（アンケート調査結果から）
- ・ 業界共通の対応方針
- ・ 業界で発生している代表的なカスタマーハラスメントの行為・類型
- ・ 具体的な対策・企業事例（ヒアリング結果から）
- ・ 参考情報

● マニュアルの公表・周知

- 対策マニュアルや、業界共通の対応方針について、業界の取組として対外的に公表する。
- 対策マニュアルや、業界共通の対応方針について、業界団体等の傘下企業に周知し、これらの活用を図る。その際、業界共通のポスターを作成することも考えられる。
 - ※ 一方で、厚生労働省が作成したカスタマーハラスメント対策に係るポスターの活用も可能。
- 対策マニュアルの内容やカスタマーハラスメントに対応するための取組方法等について、研修を実施する。

<参考資料・情報>

- ・ 業種別カスタマーハラスメント対策企業マニュアル・ポスター・研修動画
URL https://www.no-harassment.mhlw.go.jp/customer_hara_index/customer_hara_industry
- ・ カスタマーハラスメント対策企業マニュアル
URL https://www.no-harassment.mhlw.go.jp/pdf/cusuhara_manual.pdf
- ・ あかるい職場応援団
URL <https://www.no-harassment.mhlw.go.jp/>