

令和6年度中央健康推進大会

特別講演

**カスタマーハラスメント対策等による
労働者の健康保持増進について**

会 場 : 文京シビックホール (小ホール)

2024年9月12日
(15:15~16:15)

東京働き方改革推進支援センター
特定社会保険労務士 渡辺 薫

目次

●職場におけるカスタマーハラスメント対策の実施と労働者の健康保持増進について

1. カスハラとは？
2. カスハラの定義とは？
3. カスハラの判断基準は？
4. カスハラ対策の基本的枠組み
5. 実際にカスハラが起きた際の対応は？
6. カスハラに発展させない為に、事例は？
7. 【纏め】カスハラ対策に取組み、従業員の健康増進へ！

【参考】①厚労省：[カスタマーハラスメント対策企業マニュアル](#)

②厚労省：[カスタマーハラスメント対策リーフレット](#)

③令和5年度厚労省委託事業 **職場におけるハラスメント対策**

1. カスハラとは？（他のハラスメントとは？）

以下のように各種ハラスメントの対応が法制化され、
事業主には、以下の[ハラスメントの防止措置義務](#)があります。 ※各法律の条文より要約

パワーハラスメント

2020年6月から※

※ 中小企業は2022年4月から

職場において行われる優越的な関係を背景とした言動で、業務上必要かつ相当な範囲を超えたものにより労働者の就業環境が害されることがないよう防止措置を講じること

労働施策総合推進法
第30条の2

セクシュアルハラスメント

1999年4月から

職場において行われる性的な言動に対する労働者の対応により当該労働者が労働条件について不利益を受けたり、性的な言動により労働者の就業環境が害されることがないよう防止措置を講じること

男女雇用機会均等法
第11条

妊娠・出産・育児休業等に関するハラスメント

2017年1月から

職場において女性労働者が妊娠したこと、出産したこと、妊娠又は出産に関する理由で女性労働者の就業環境が害されることがないよう防止措置を講じること

男女雇用機会均等法
第11条の3

職場において労働者が育児休業、介護休業その他の子の養育又は家族の介護に関する制度又は措置の利用に関する言動により労働者の就業環境が害されることがないよう防止措置を講じること

育児・介護休業法
第25条

ハラスメントとは何？パワハラ防止は既に義務化？

ハラスメントとは、何でしょうか？

ハラスメントとは、**一般的には、人に対する「嫌がらせ」や「いじめ」などの迷惑行為を指します**。このハラスメントには、『パワハラ・セクハラ・モラハラ・・・』等があり、例えばパワハラ等に関しては、下記の通り労働施策総合推進法に基づき、職場におけるパワーハラスメント防止のために、雇用管理上必要な措置を講じることが事業主の義務となっています。

＼中小企業の事業主の皆さま／

**労働施策総合推進法に基づく
「パワーハラスメント防止措置」が
中小企業の事業主にも義務化されます！**

令和4年
4月1日より

令和2年6月1日に「改正 労働施策総合推進法」が施行されました。
中小企業に対する職場のパワーハラスメント防止措置は、令和4年4月1日から義務化されます（令和4年3月31日までは努力義務）。

職場における「パワーハラスメント」の定義

職場で行われる、①～③の要素**全て**を満たす行為をいいます。

- ① **優越的な関係を背景とした言動**
- ② **業務上必要かつ相当な範囲を超えたもの**
- ③ **労働者の就業環境が害されるもの**

※客観的にみて、業務上必要かつ相当な範囲で行われる適正な業務指示や指導は該当しません。

カスハラとは？クレームの違いとは？

カスタマーハラスメント（略称：カスハラ）とは何か？

一般的には「**顧客による暴言・不当な要求・暴行・脅迫といった、理不尽で著しい迷惑行為**」のことです。では、クレームと如何違うのでしょうか？

「クレーム」とは

クレームは、「商品をもっと良くしてほしい、企業としてこのようなサービスを提供してほしい」のように、商品やサービスがよりよいものになるような要望や善意による言葉を頂戴するケースが多いです。

「カスハラ」とは

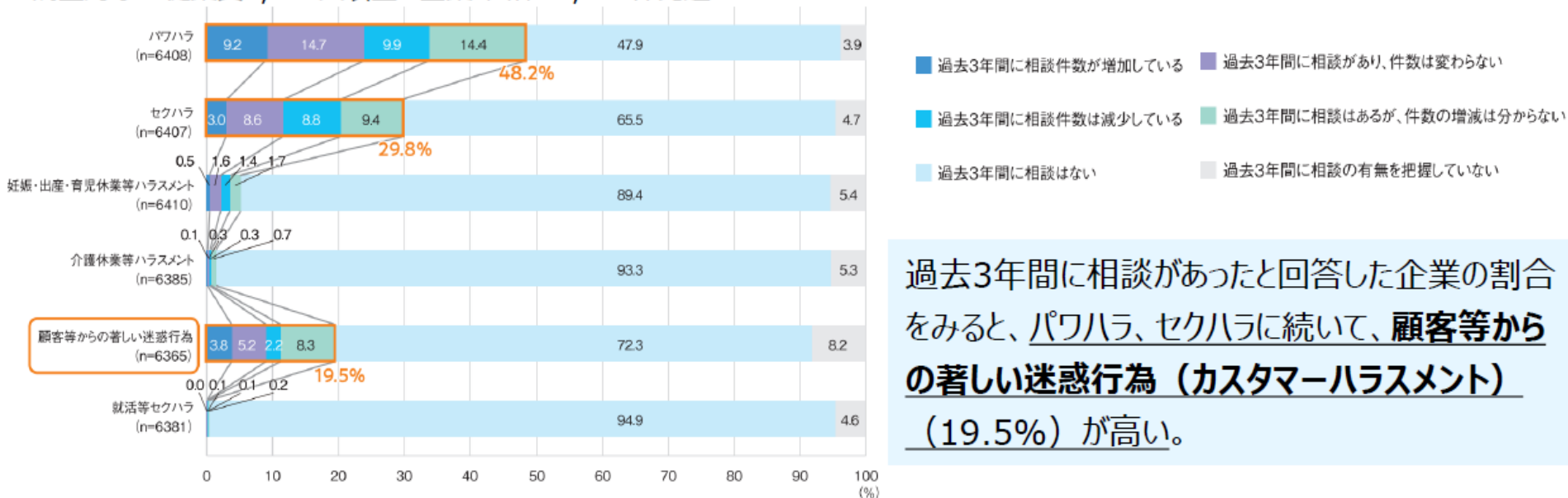
一方カスハラは、商品やサービスの質向上など関係なく、悪意を持って企業や従業員に悪質な態度をとります。クレームが価値向上を目的にしているのに対し、カスハラは従業員を罵倒する、不当な要求をする、企業の悪評を流布するなど企業や従業員への嫌がらせ行為を目的としています。

では、次頁以降「**カスハラの発生状況**」を見てみましょう。

はじめに～著しい迷惑行為(カスタマーハラスメント)の発生状況～

過去3年間のハラスメント該当件数の傾向（ハラスメントの種類別）

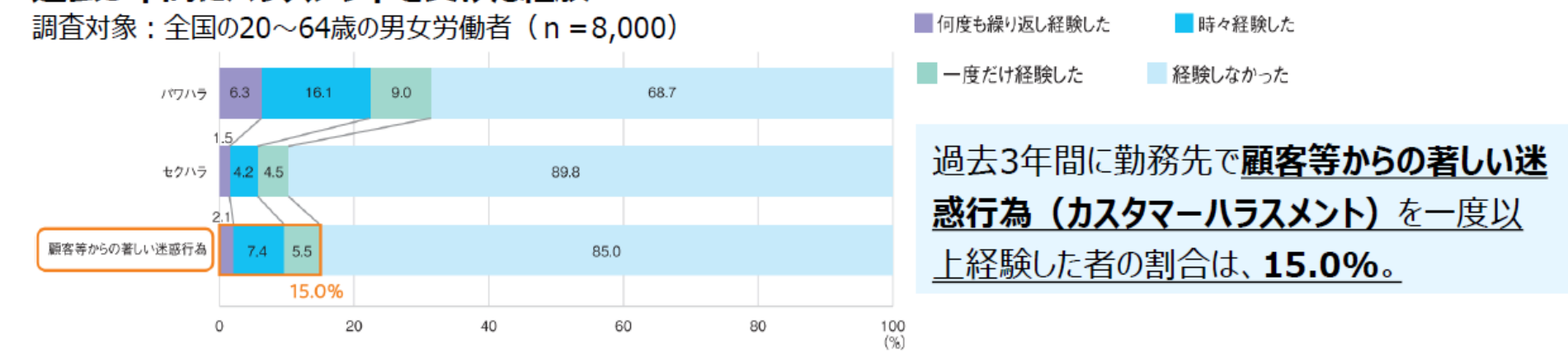
調査対象：従業員3,000人以上の企業・団体24,000件発送



過去3年間に相談があったと回答した企業の割合をみると、パワハラ、セクハラに続いて、顧客等からの著しい迷惑行為（カスタマーハラスメント）（19.5%）が高い。

過去3年間にハラスメントを受けた経験

調査対象：全国の20～64歳の男女労働者（n = 8,000）



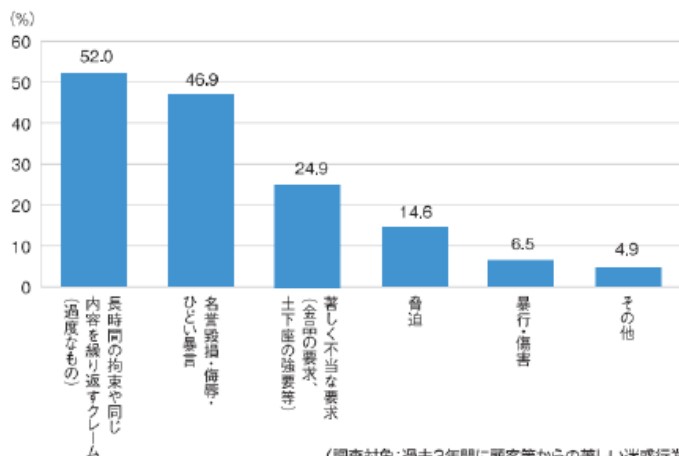
過去3年間に勤務先で顧客等からの著しい迷惑行為（カスタマーハラスメント）を一度以上経験した者の割合は、**15.0%**。

1. カスタマーハラスメントの定義および該当行為

カスタマーハラスメントの該当行為

過去3年間に受けた顧客等からの著しい迷惑行為の内容

調査対象：過去3年間に顧客等からの著しい迷惑行為を受けた者（n = 1,200）



過去3年間に顧客等からの著しい迷惑行為の内容をみると、「長時間の拘束や同じ内容を繰り返すクレーム（過度なもの）」や、「名誉棄損・侮辱・ひどい暴言」が多い。

カスタマーハラスメントに該当する行為（要求実現のための手段、態様の悪質性が高い）には以下のような行為が挙げられます。次頁から詳しくご紹介します。

- ① 時間拘束型
- ② リピート型
- ③ 暴言型
- ④ 暴力型
- ⑤ 威嚇・脅迫型
- ⑥ 権威型
- ⑦ 店舗外拘束型
- ⑧ SNS/インターネット上での誹謗中傷型
- ⑨ セクシュアルハラスメント型

カスタマーハラスメント発生状況（P6・7頁）を見てみると...

カスタマーハラスメント発生状況の実態を見ると、企業や従業員、他の顧客へ様々な悪影響を与える可能性があります。

（令和2年度厚生労働省職場のハラスメント実態調査…P6・7頁参照）

1. 企業への影響

- A) 時間の浪費（クレームへの現場での対応、電話対応、謝罪訪問等）
- B) 業務上の支障（顧客対応によって他業務が行えない等）
- C) 人員確保（従業員離職に伴う従業員の新規採用、教育コスト）
- D) 金銭的損失（商品、サービスの値下げ等）
- F) 店舗、企業に対する他の顧客等のブランドイメージの低下

2. 従業員への影響

- A) 業務のパフォーマンスの低下
- B) **健康不良（頭痛、睡眠不良、精神疾患等）**
- C) 現場対応への恐怖、苦痛による従業員の配置転換、休職、退職

3. 他の顧客等への影響

- A) 他の顧客の利用環境、雰囲気悪化
- B) 業務遅滞によって他の顧客等がサービスを受けられない等



つまり、カスタマーハラスメント対策は、従業員や会社を守るために必要です！！

2. カスハラ の 定義 とは？

【定義】

顧客等からのクレーム・言動のうち、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

顧客等の要求の内容が妥当性を欠く場合

- A) 企業の提供する商品・サービスに瑕疵・過失が認められない場合
- B) 要求の内容が、企業の提供する商品・サービスの内容とは関係がない場合

要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当な言動

① 要求内容の妥当性にかかわらず不相当とされる可能性が高いもの

- A) 身体的な攻撃（暴行、傷害）
- B) 精神的な攻撃（脅迫、中傷、名誉棄損、侮辱、暴言）
- C) 威圧的な言動
- D) 土下座の要求・強要
- E) 継続的（繰り返し）、執拗な（しつこい）言動
- F) 拘束的な行動（不退去、居座り、監禁）
- G) 差別的な言動
- H) 性的な言動
- I) 従業員個人への攻撃・要求

※ 上記A)～I)に関するカスハラでの行為は、様々な法律・規制に抵触する可能性が有り、業種・業態によっては、近隣の警察署と事前に連絡を取る必要もあります。

2. (続) カスハラ の定義について

要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当な言動

①(続)要求内容の妥当性にかかわらず不相当とされる可能性が高いもの

●参考として、抵触する可能性のある法律の条文を記載します

A)身体的な攻撃 →【暴行罪】刑法208条、【傷害罪】刑法204条

B)精神的な攻撃 →【脅迫罪】刑法222条、【恐喝罪】刑法249条1項・2項、【名誉棄損罪】刑法230条、【侮辱罪】刑法231条、【信用毀損及び業務妨害罪】刑法233条

C)威圧的な言動 →【強要罪】刑法223条、【侮辱罪】刑法231条

D)土下座の要求・強要 →【強要罪】刑法223条

E)継続的(繰り返し)、執拗な(しつこい)言動 →【偽計業務妨害罪】刑法233条

F)拘束的な行動 →【監禁罪】刑法220条、【不退去罪】刑法130条

G)差別的な言動 →【名誉棄損罪】刑法230条、【侮辱罪】刑法231条

H)性的な言動 →【公然わいせつ罪】刑法174条、【強制わいせつ罪】刑法176条

I)従業員個人への攻撃・要求 →【名誉棄損罪】刑法230条、【侮辱罪】刑法231条

②要求内容の妥当性に照らして不相当とされる場合があるもの

A)商品交換の要求

B)金銭補償の要求

C)謝罪の要求(土下座を除く)

3. カスハラ判断基準は？

①顧客等の要求内容に妥当性は有るか？

- ①顧客等の主張について、先ずは事実関係、因果関係を確認し、自社に過失がないか、根拠のある要求がなされているかを確認し、顧客等の主張が妥当かどうか判断します。

【具体例】～顧客が購入した商品に瑕疵がある場合、謝罪とともに商品の交換・返金に応じることは妥当ですが、自社の過失、商品の瑕疵等が無ければ、顧客の要求には正当な理由がないと考えられます。

②要求を実現するための手段・態様が社会通念に照らして相当な範囲であるか？

- ②顧客等の要求内容の妥当性の確認と併せて、その要求を実現するための手段・態様が社会通念に照らして相当な範囲で有るかを確認します。

【具体例】～長時間に及ぶクレームは、業務の遂行に支障が生じるという観点から、社会通念上相当性を欠く場合が多いと考えられます。

- 殴る・蹴るといった暴力行為は、カスハラであることは勿論、犯罪に該当します。
- カスハラか如何かに関わらず、顧客等からの行為で従業員の就業環境が不快なものとなり、就業に支障が生じるようであれば、企業として対策を講じましょう。

4. カスハラ対策の基本的枠組み

●カスハラへの対応で最も重要なことは、事前に次に示す「基本的対応策」をどれだけ確実に実施出来るかに懸っています。

[重要]

I. 事業主の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発

- ① トップが、基本方針・基本姿勢を明確に示す。
- ② 基本方針・基本姿勢、従業員の対応の在り方を従業員に周知・啓発し、教育する。
➡ 基本方針を店内にポスターとして貼り出し、顧客へ周知することも有効！

II. 従業員（被害者）のための相談対応体制の整備

- ① 相談対応者を決めておく、または、相談窓口を設置し、従業員に広く周知する。
- ② 相談対応者が相談の内容や状況に応じ適切に対応できるようにする。

III. 対応方法、手順の策定

- ① カスタマーハラスメント行為への対応体制、方法等を予め決めておく。

IV. 社内対応ルールの従業員への教育・研修

- ① 具体的な社内対応ルールについて、従業員研修等を実施する。

4. (続) カスハラ対策の基本的枠組み

● これらを整備し、徹底することは、大変時間と労力がかかりますが、具体的に一つずつ対応策を練りましょう。また、業態・業種にもよりますが、本部等に専門部署を設置することもお勧めします。

《重要例》

本部・本社 (専門部署)	人事部/総務部内に「カスタマーハラスメント対策推進室等」を設置する。 この推進室等で次の①～③を主体的に進める。 ①手順作成、②取組推進、③教育・周知等を実施
営業店・現場 (窓口体制)	相談対応体制（トラブル時の相談対応） 相談窓口、相談対応者（上司/現場監督者）の取決め。

5. 実際にカスハラが起きた際の対応は？

● 具体的対応として下記の通り、先ず、事案の正確な事実確認とその事案に対する早急な対応が必要となります。この流れについて関係部署を含めた十分な理解と対応が求められます。その為、分かり易い報告書式等について「統一書式」を作成するなど一層の工夫も必要です。

I. 事実関係の正確な確認と事案への対応

- ① 顧客、従業員等からの情報を基に、その行為が事実であることを確かな証拠・証言に基づいて確認する。
- ② 過失がある場合は謝罪し、交換・返金に応じる。無い場合には、要求等に応じない。

II. 従業員（被害者）への配慮の措置

- ① 被害を受けた従業員に対する配慮の措置（組織的な対応やメンタル不調への対応等）を適正に行う。

III. 再発防止のための取り組み

- ① 定期的な取り組みの見直しや改善を行い、継続的に取組を行う。

IV. 併せて講ずべき措置

- ① 相談者のプライバシーを保護する為に、必要な措置を講じ、従業員に周知する。
- ② 相談したこと等を理由として不利益な取扱いを行ってはならない旨を定め、従業員へ周知する。

6. カスハラに発展させない為に№ 1

初期段階でカスハラを防ぐ「適切な対応」が大事です！！

カスハラに発展させない具体的なステップ No. 1

I. 対象を明確にして謝罪する

- ①対象を明確にした上で、（例：不快感を抱かせたことに対して）限定的に謝罪する。
- ②正確に状況が把握できていない段階では、非を認めた発言はせず、事実確認をして社内で判断をしたときに、過失の程度に応じた謝罪をする。

II. 状況を正確に把握する

- ①顧客等が主張する内容を正確に把握する。反論はせず、先ずは一通り事情を確認する。
- ②不明確な点や不足情報があれば追加で確認し、勘違いであれば正しい情報を提供する。

III. 現場監督者（一次相談対応者）または相談窓口の情報共有する

- ①顧客等から確認した情報は、現場監督者または相談窓口対応者に共有する。
- ②正確かつ迅速に状況を把握するために、現場対応者は出来るだけ事実関係を時系列で整理して報告する。

6. (続) カスハラに発展させない為にNo.2

カスハラに発展させないための具体的工夫・留意点 No.2

I. 現場での対応

- ①店頭で対応せず、応接室等の個室に招いて二人以上で対応する。
- ②相手が感情的になっていても、丁寧な話し方で冷静に対応し、よく話を聞く。
また、言葉遣いに注意し、専門用語などは使わないようにする。
- ③質問を交えながら、詳細に情報を確認し、メモを取って要点を確認する。
- ④必要があれば、相手の了解を得て録音する。
- ⑤極力議論は避け、問題を解決しようとする前向きな姿勢を感じさせる。
- ⑥その場しのぎの回答はせず、対応出来ないことははっきり断る。
- ⑦相手を落ち着かせたい場合は、後で確認して回答するなど冷却期間を設ける。

II. 電話での対応

- ①苦情を専門に受け付けるため、専用電話を設置して録音が出来る準備をする。
- ②基本的には、第一受信者が責任を持ち、問合せ案件のタライ回しをしない。
- ③丁寧な言葉使いで、相手がゆっくりと理解できるように説明する。
- ④顧客の発言内容と齟齬が出ないように、メモを取りながら話を聞き、復唱して確認する。

(次頁へ)

6. (続) カスハラに発展させない為にNo.3、事例18-19頁

(続) カスハラに発展させないための具体的工夫・留意点 No.3

(前頁から)

II. 電話での対応

- ⑤対応出来ることと出来ないことをはっきりさせ、相手に過大な期待を抱かせない。
- ⑥即時回答出来ない内容については、事実を確認してから、追って返事をする。
- ⑦途中で電話を中断するときは、社内での相談内容が漏れないように、必ず、電話の保留機能を利用する。

III. 顧客訪問による対応

- ①冷静になりにくい時間帯（夜間や早朝）の訪問は避ける。
- ②喫茶店など周囲から聞かれる場所や決められた場所以外には行かない。
- ③予め訪問先や問題点について情報を集め、問い合わせ内容への対応方針を決めておく。
- ④先ずは、相手の言い分を聞くだけにする。
- ⑤出来るだけ、二人で訪問する（一人では対応させない。一方、多人数での訪問も控える）。
- ⑥現場での些細な言葉や態度で、相手の不信感を招くことやその後の対応をこじらせないように、原因がはっきりしない時点では安易な推定で説明をしない。

タリーズコーヒージャパン株式会社

取組のきっかけは SNSでのつきまとい行為

企業名	タリーズコーヒージャパン株式会社
業種	飲食・サービス業
従業員数	959人（2023年5月1日現在）

取組のきっかけはSNSでのつきまとい行為

当社がカスタマーハラスメントの取組を始めたきっかけは、「当社の店舗スタッフがネームプレートの名前をもとにSNSで検索され、つきまとわれる」というトラブルが発生したことです。この報告が店舗からエリア営業担当者の上長を経由して、本社のお客さま相談室（お客さまからのお問い合わせを受け付ける部署）に持ち上がり、想定外の事案であることから、従来のお客さま対応の方法では対応が困難だと判断し、対策を本格的に検討することになりました。

スタッフの名前を記載しない方針へ切り替え→従業員の個人情報を守る

きっかけとなったトラブルは、スタッフの名前がわかってしまうことが原因の一つでした。これを念頭に置いたうえで、お客さま相談室やトレーニンググループ（店舗業務（接客等）を務める店舗スタッフの教育を担当する部署）を中心に、数か月かけて対策を検討しました。検討時には、他社・他業界の事例（どのようなネームプレートを使っているかなど）を収集しながらアイデアを出し合いました。最終的には、実際に働いているスタッフからも挙がっていた、ネームプレートをイニシャル表記に変更する案が候補となり、取締役の承認を得て正式に採用となりました。



イオン同友店会

会員の声を聞いて、
カスハラ対策の取組を
始めました

企業名	イオン同友店会
業種	小売業、飲食業、サービス業等
出店企業の従業員数	約30万人

ユーザビリティに特化したカスハラ研修動画



イオン同友店会では、イオングループのショッピングセンターにご出店の店舗で働く従業員のカスハラへの理解を目的とした動画研修を導入しています。カスハラ研修動画は、①カスハラとクレームとの違い、②カスハラに発展させない初期対応フローやカスハラに発展しやすいお客さまの判断基準、③カスハラ人物役と店頭スタッフ役に分けたロールプレイング演習の活用、④弁護士からの事例紹介、の全4部構成となっています。

7. 【まとめ】カスハラ対策に取組、従業員の健康増進へ！

**I.カスハラ対策の最大のメリットは、取組を徹底すれば、職場環境の向上に繋が
り、結果として従業員の健康増進にも繋がることです。**

II.取組を進める企業からの具体的「声」

- ①複数名で状況を把握できるようになり、迷惑行為を迅速に確認し、対応出来るようになりました。
- ②対応方法を明示することで従業員が働きやすくなりました。
- ③顧客対応のノウハウが整理でき、経験を培うことができました。
- ④顧客対応に関する訓練、研修の受講後は、落ち着いて対応が出来るようになりました。

III.従業員への影響

- ①職場環境が明るくなり、従業員から笑顔が出るようになりました。
- ②会社としてカスハラに対する姿勢を示したことで従業員の安心感が生れた。

IV.職場環境の向上

- ①従業員を守るということを行動で示す大事さを会社組織として再確認できました。
- ②人材の確保が難しい中、カスハラ対策により職場環境をよくすることで、被害者を減らすことに繋がっています。

**【結論】カスハラ対策は、業種・業態によって、大きな違いが有り、
自社のカスハラ対策を進めることで、前向きな効果が期待でき、
カスハラ対策に取組む意義は大きいと考えられます。**

まとめ～ハラスメント対策チェックシート～

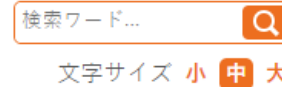
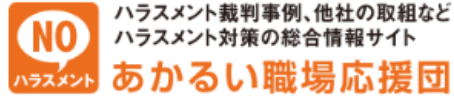
自社における職場のハラスメント防止対策、相談体制についてチェックしてみましょう。

No.	チェック項目	✓
1	カスタマーハラスメントの相談対応者・相談窓口を決めている。	
2	相談対応者・相談窓口について、従業員に周知している。	
3	社内でのカスタマーハラスメントの定義や該当行為、判断基準を明確化している。	
4	カスタマーハラスメント（顧客トラブル）への対応マニュアルを作成している。	
5	カスタマーハラスメントへの対応方針を社内外に発信している。	
6	顧客対応・カスタマーハラスメントに関する研修等で従業員へ対応を周知している。	
7	発生した顧客トラブルについて事実関係を正確に確認し、対応方法を検討している。	
8	顧客対応で被害を受けた従業員の安全の確保、精神面の配慮を行っている。	
9	発生した顧客トラブルの内容を社内で共有し、再発防止の検討を行っている。	

ハラスメント対策総合情報サイト「あかるい職場応援団」



<https://www.no-harassment.mhlw.go.jp/>



- ハラスメントの定義
 - ハラスメントの種類と種類
 - 動画で学ぶハラスメント
 - 裁判例を見てみよう
 - 他の企業はどうしてる？
 - カスタマーハラスメント防止対策企業事例
 - Q&A
 - 相談窓口のご案内
- ハラスメント**
オンライン研修講座

さあ、進もう！
ハラスメントのない
あかるい社会へ

職場のハラスメント防止のためのポスターを先着1800社様に無料でお送りします。

職場のハラスメントを知る（パワハラ、セクハラ、いわゆるマタハラ）

「ハラスメントで困った」
悩んでいる方

「ハラスメントって言われた！」
管理職の方

「社内でハラスメント発生！」
人事担当の方

その他のハラスメントを知る

カスタマーハラスメント

就活ハラスメント

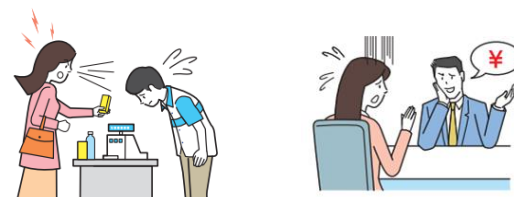
カスタマーハラスメント防止策

カスタマーハラスメントとは、

顧客等からのクレーム・言動のうち、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。

具体例

・身体的な攻撃（暴行、傷害） ・精神的な攻撃（脅迫、中傷、名誉毀損、侮辱、暴言） ・威圧的な言動 ・土下座の要求 ・継続的（繰り返し）、執拗な（しつこい）言動・拘束的な行動（不退去、居座り、監禁） ・差別的な言動・性的な言動・従業員個人への攻撃・要求



<望ましい取組>

(1) 相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備

- ① 相談先（上司、職場内の担当者等）をあらかじめ定め、これを労働者に周知すること。
 - ② ①の相談を受けた者が、相談に対し、その内容や状況に応じ適切に対応できるようにすること。
- ・ 併せて、労働者が当該相談をしたことを理由として、解雇その他不利益な取扱いを行ってはならない旨を定め、労働者に周知・啓発すること。

(2) 被害者の配慮のための取組

- ・ 相談者から事実関係を確認し、他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為が認められた場合には、速やかに被害者に対する配慮のための取組を行うこと。

(3) 他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為による被害を防止するための取組

- ・ 他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為への対応に関するマニュアルの作成や研修の実施等の取組を行うこと。



就活ハラスメント等防止策

事業主は、雇用する労働者以外の者（*）に対する言動についても、以下の取組を行うことが望ましいため、積極的に対応を進めましょう。

（*） **取引先等の他の事業主が雇用する労働者、就職活動中の学生等の求職者、労働者以外の者（個人事業主などのフリーランス、インターンシップを行っている者、教育実習生等）**

<望ましい取組>

- (1) 雇用管理上の措置として職場におけるハラスメントを行ってはならない旨の方針の明確化等を行う際に、これらの者に対する言動についても同様の方針を示すこと。
- (2) これらの者から職場におけるハラスメントに類すると考えられる相談があった場合に、その内容を踏まえて、パワーハラスメント等の防止のための雇用管理上講ずべき措置を参考にしつつ、必要に応じて適切な対応を行うように努めること。

就活ハラスメントの具体例



面接で「恋人はいるのか」と質問されたり、オンライン面接時に「全身を見せて」と言われた。



女子学生に対し、採用の見返りに不適切な関係を迫った。これを断ると、「うちの会社には絶対入社させない」と不採用とした。



インターンシップ中の学生に対し、人格を否定するような暴言を吐いた。

カスタマーハラスメント 厚生労働省
対策リーフレット



働き方改革推進支援センター

1 事業の目的

中小企業・小規模事業者等が働き方改革の意義を十分に理解し着実に実施することが必要であるため、47都道府県の都道府県センター等から成る「働き方改革推進支援センター」を設置し、

- 労務管理等の専門家による、働き方改革全般に関する窓口相談や、企業訪問やオンラインによるコンサルティングの実施
- 企業の取組事例や労働関係助成金の活用方法等に関するセミナーの実施
- 働き方改革全般に係る周知啓発及び総合的な情報発信

などの支援を行う。

2 事業の概要・スキーム、実施主体等



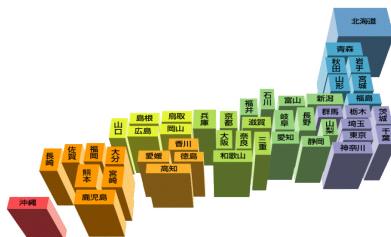
中小企業等



・来所、電話、メールによる働き方改革全般の相談



・中小企業等の求めに応じ、訪問・オンラインコンサルティングを実施
・働き方改革全般に関するセミナーの実施



都道府県センター



商工団体・業種別団体等



・商工団体等と連携した、中小企業等に対する働き方改革全般に関するセミナーの開催

Web ページ

東京働き方改革推進支援センターへはこちらからアクセスしてください！

労働時間の削減や人手の確保、助成金の利用などの相談・コンサルティングを無料で実施しています！



中小企業・小規模事業者の皆様へ

職場環境の整備・従業員の待遇改善への対応はお済みですか？

令和6年度厚生労働省東京労働局委託事業

東京働き方改革推進支援センター

が、事業主の皆様を **無料**で**ご支援**いたします。

悩める経営者のチカラになります！



ワンストップ 無料相談

当センターではご要望に応じ、労務管理全般について、専門家が無料で以下の支援を行っています。

特に、以下のお悩みや課題は
迷わずご相談ください。

- 時間外・休日労働、36協定対応
- 就業規則の制定、見直し
- 育児・介護休業等諸規程の整備
- パート、アルバイト、派遣の「同一労働・同一賃金」
- 各種助成金の活用
- 人手不足、高齢者雇用対応

※これらは相談事例の一部です。労務管理全般のご相談もお受けします

個別企業支援 訪問・オンライン

ご希望日に専門家が貴社を訪問
またはオンライン対応にて、
課題解決に向けた支援を行います。

電話・メール・ご来所 による相談

当センターにて、下記の
受付時間内、電話・メール・
ご来所による相談を行っています。

セミナー講師派遣 オンラインも可

各種のご要望に応じ、会場での
開催でも、オンラインでも
セミナー講師を派遣します。

東京働き方改革推進支援センター



受付時間
【平日】9:00～18:00

〒105-0001
東京都港区虎ノ門1-16-8
虎ノ門石井ビル4階

<https://task-work.com/kyoto>

電話
0120-232-865

E-mail
tokyo@task-work.com

アクセス
03-6206-7046



令和6年度厚生労働省東京労働局委託事業
中小企業・小規模事業者等に対する働き方改革推進支援事業

東京働き方改革推進支援センター

働き方改革等の課題の有無に関する自主点検票（アンケート）

- ① 就業規則はありますか。最近の法令改正に合わせて適時に改正していますか？
- ② 36協定は適正に締結・届け出がなされていますか？ 時間外・休日労働の法令違反、36協定違反はありませんか？
- ③ 雇用条件通知書等申請事項の令和6年4月施行の改正に対応できていますか？
- ④ 利用可能な助成金を理解し、活用できていますか？
- ⑤ 正社員労働者と非正規雇用労働者の間に、同一労働同一賃金の課題はありませんか？
- ⑥ 人手不足、高齢者雇用、外国人雇用で課題はありませんか？
- ⑦ いわゆる「年取の壁」問題による人手不足等の課題が生じていませんか？
- ⑧ いかなるハラスメントもない、働きやすい就業環境が実現できていますか？
- ⑨ (建設業・運送業限定) 2024年問題(労働時間上限規制)への対応はお済みですか？ 2024年問題に起因するお悩み(人手不足等)はありませんか？

左記の設問の
課題がある項目

これらに該当があれば、あ
れらの以外の設問でも、以下
のとお悩みに申し込みにく
以下の中心にあたり、左記
への回答有無は必須ではあ
りません。

専門家による無料出張相談 申込票

E-Mailの用紙.tokyo@task-work.comへ下記内容を郵送してください。

申込日: 年 月 日

東京働き方改革推進支援センター 宛 ☎ 03-6206-7046

会社名 事業所名	
業 種	従業員数 (正社員)
所 在 地	〒 .
ご担当者氏名	担当部署 ・ 役職
電 話	メールアドレス
相談希望日時 (※ 専門家を派遣しま すので、1～2日 程度で日程調整可 能です。)	【○月○日 午前、午後、一日中等の記載も可です。専門家と後日調整 <input checked="" type="checkbox"/> でも結構です】 第1希望 月 日 / 時 a-m <input type="checkbox"/> 専門家と後日調整 第2希望 月 日 / 時 a-m
相談内容 (複数選択可)	<input type="checkbox"/> 生産性向上・業務の効率化 <input type="checkbox"/> 給与体系・就業規則の見直し <input type="checkbox"/> 時間外労働、36協定 <input type="checkbox"/> 人材不足対応(育成含む) <input type="checkbox"/> 外国人、高齢者の雇用 <input type="checkbox"/> 女性の活躍推進 <input type="checkbox"/> ハラスメント対策 <input type="checkbox"/> 業務改善助成金、キャリアアップ <input type="checkbox"/> パート、アルバイト、派遣社員の「同一労働同一賃金」 <input type="checkbox"/> その他の助成金、助成金全般 <input type="checkbox"/> 育児・介護休業の整備 <input type="checkbox"/> 有給休暇 <input type="checkbox"/> その他()
特に相談したい内容を記入ください。	

ご記入いただいた個人情報には当センターが厳重に管理し、この目的以外では使用しません。

当票は、働き方改革等の課題の有無に関する自主点検票(アンケート)と、無料の企業支援(訪問またはオンライン)の申込票になっています。
FAX、E-mail、またはQRコードからのWebフォームのいずれからでもお申込みいただけます。

お問い合わせ先

〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-16-8 虎ノ門石井ビル4階
☎ 0120-232-865 ☎ 03-6206-7046 ✉ tokyo@task-work.com
東京働き方改革推進支援センター