

No. 1324 (2025. 5. 8)

カスタマーハラスメント対策の法制化

はじめに

- I 社会問題化の経緯及び実態
- II 政府の対応
- III 地方公共団体、企業及び労働組合による取組
- IV 法制化が求められる背景
- V 法制化に伴う課題

おわりに

キーワード：カスタマーハラスメント、カスタマー・ハラスメント、カスハラ、顧客等からの著しい迷惑行為、雇用管理上の措置義務

- 令和7（2025）年3月、第217回国会（常会）に、カスタマーハラスメント対策の法制化を盛り込んだ内閣立法の法案が提出された。既に対策の法制化が行われている4種類のハラスメント（セクシュアルハラスメントほか）と同じく、事業主に雇用管理上の措置義務を課すこと等を内容とする。
- これまで、政府のほか地方公共団体、企業、労働組合によっても様々な取組が行われてきたが、なお対策の法制化が必要であるとの認識が強まり、今般の法案提出に至った。
- カスタマーハラスメント対策には、他のハラスメントとは異なる困難さがある等、法制化に伴う課題も残されている。

国立国会図書館 調査及び立法考査局

社会労働課 やまもと まきこ 山本 真生子

はじめに

令和7（2025）年3月11日、政府は、第217回国会（常会）に、カスタマーハラスメント対策の法制化を盛り込んだ「労働施策の総合的な推進並びに労働者の雇用の安定及び職業生活の充実等に関する法律等の一部を改正する法律案」（第217回国会閣法第50号）を提出した。本稿は、今後の議論に資するため、カスタマーハラスメントをめぐるこれまでの取組の経緯、法制化に伴う課題等を概観するものである。

なお、本稿において、法律名の表記には適宜略称を用いる。具体的には、労働施策総合推進法（「労働施策の総合的な推進並びに労働者の雇用の安定及び職業生活の充実等に関する法律」昭和41年法律第132号）、男女雇用機会均等法（「雇用の分野における男女の均等な機会及び待遇の確保等に関する法律」昭和47年法律第113号）、育児・介護休業法（「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」平成3年法律第76号）である。

I 社会問題化の経緯及び実態

1 社会問題化の経緯

日本において、顧客等からの著しい迷惑行為や悪質クレームの一部が刑事事件に発展するようになったのは、2010年代前半頃である¹。これらの行為はメディアや専門家の間で「カスタマーハラスメント」と呼ばれるようになった。その後、平成29（2017）年10月に全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟（以下「UA ゼンセン」）が流通業界における悪質クレーム等の実態調査（平成29（2017）年6～7月実施）²の結果を公表したのを機に、様々な業界における実態がメディアに取り上げられ、社会問題として広く認識されるようになった³。

2 実態

現在では、カスタマーハラスメントについての各種の実態調査が行われている。厚生労働省が令和6（2024）年5月に結果を公表⁴したハラスメント全般⁵に関する実態調査（令和5（2023）年

* 本稿におけるインターネット情報の最終アクセス日は、令和7（2025）年4月18日である。

¹ 例えば、平成25（2013）年に衣料品チェーン店で商品の不良を訴えた客が店員に土下座を強要し、その様子を撮影してウェブ上に投稿した事件や、平成26（2014）年にコンビニエンスストアで客が店員の態度が悪いとして土下座をさせた上に商品を脅し取り、仲間がその様子を撮影してウェブ上に投稿した事件がある。前者では強要罪、後者では恐喝罪により客が逮捕された。池内裕美「なぜ「カスタマーハラスメント」は起きるのか—心理的・社会的諸要因と具体的な対処法—」『情報の科学と技術』70巻10号、2020、pp.486-487。

² UA ゼンセン「悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査結果—サービスする側、受ける側が共に尊重される社会をめざして—UA ゼンセン流通部門調査 速報版」2017.10. <<https://uazensen.jp/wp-content/uploads/2024/04/2017年悪質クレーム対策（迷惑行為）アンケート調査結果.pdf>>

³ 池内 前掲注(1)、p.486; 同「カスタマーハラスメントに有効な組織体制づくり（Point of view 第177回）」『WEB 労政時報』2021.3.26. <<https://www.rosai.jp/readers/article/79868>>; 同「カスタマーハラスメント—求められる対策とは—」『ヒューマンライツ』437号、2024.8、p.3。

⁴ 「従業員からカスハラ相談 27% 厚労省の企業調査、増加傾向」『共同通信』2024.5.17。

⁵ パワーハラスメント、セクシュアルハラスメント、妊娠・出産・育児休業等ハラスメント、介護休業等ハラスメント、顧客等からの著しい迷惑行為、就職活動中又はインターンシップ中の学生に対するセクシュアルハラスメントが取り上げられている。

12月～令和6(2024)年1月実施)⁶では、過去3年間にカスタマーハラスメントに相当する「顧客等からの著しい迷惑行為」に関し従業員から相談を受けた企業の割合は27.9%であった⁷。相談件数の推移を見ると、他のハラスメントでは、3年間で相談件数が増加した企業よりも減少した企業が多かったのとは対照的に、「顧客等からの著しい迷惑行為」については、相談件数が増加した企業は23.2%であり、減少した企業(11.4%)よりも多かった⁸。また、過去3年間に「顧客等からの著しい迷惑行為」を受けた労働者の割合は全体で10.8%である一方、勤務日にはほぼ毎日顧客等と接している労働者では17.4%であった⁹。「顧客等からの著しい迷惑行為」で企業が被った損害や被害の内容についての設問では、「通常業務の遂行への悪影響」63.4%、「労働者の意欲・エンゲージメントの低下」61.3%、「労働者の休職・離職」22.6%(複数回答)といった回答が多かった¹⁰。

このほか、厚生労働省の労災補償状況に関する統計によると、「顧客や取引先、施設利用者等から著しい迷惑行為を受けた」ことを理由に精神障害を発症したとして労災補償の支給決定が下された件数は、令和5(2023)年度の1年間で52件であり、うち1件は自殺(未遂を含む。)に至るものであったことがわかっている¹¹。

II 政府の対応

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、育児休業等に関するハラスメント及びパワーハラスメント(以下「従前の4種類のハラスメント」)と異なり、カスタマーハラスメントは現時点で対策が法制化されていない。対策の法制化とは、従前の4種類の

⁶ PwCコンサルティング合同会社「令和5年度厚生労働省委託事業 職場のハラスメントに関する実態調査報告書」2024.3. 厚生労働省ウェブサイト <<https://www.mhlw.go.jp/content/11910000/001256082.pdf>>

⁷ 同上, pp.8-9. 相談のうち最終的に「顧客等からの著しい迷惑行為」に該当するとされたものの割合は86.8%であった(同, p.51.)。

⁸ 同上, p.33. 相談件数が増加した企業の割合及び減少した企業の割合は、パワーハラスメントでそれぞれ19.6%及び21.8%、セクシュアルハラスメントで11.0%及び31.4%、妊娠・出産・育児休業等ハラスメントで13.7%及び25.1%、介護休業等ハラスメントで12.3%及び21.6%であった。

⁹ 同上, pp.105-106, 109-111.

¹⁰ 同上, pp.62-63.

¹¹ 「精神障害に関する事案の労災補償状況」(「令和5年度「過労死等の労災補償状況」を公表します」別添資料2) 2024.6.28, p.26. 厚生労働省ウェブサイト <<https://www.mhlw.go.jp/content/11402000/001276199.pdf>> このデータが取得可能となったのは、令和5(2023)年9月、精神障害の労災認定基準(「心理的負荷による精神障害の認定基準について」(平成23年12月26日付け基発1226第1号))が廃止されて新たな認定基準(「心理的負荷による精神障害の認定基準について」(令和5年9月1日付け基発0901第2号))が定められ、別表1「業務による心理的負荷評価表」に「顧客や取引先、施設利用者等から著しい迷惑行為を受けた」が追加されたためである。なお、同年10月には、脳・心臓疾患の労災認定基準(「血管病変等を著しく増悪させる業務による脳血管疾患及び虚血性心疾患等の認定基準について」(令和3年9月14日付け基発0914第1号))が改正され(「血管病変等を著しく増悪させる業務による脳血管疾患及び虚血性心疾患等の認定基準の改正について」(令和5年10月18日付け基発1018第1号))、別表2「心理的負荷を伴う具体的出来事」に「顧客や取引先、施設利用者等から著しい迷惑行為を受けた」が追加された。このような認定基準の改廃もまた、カスタマーハラスメントの社会問題化を受けた政府の対応(II参照)の一つである。「精神障害の労災認定基準の見直し」『労働法令通信』2668号, 2023.9.28, pp.12, 24; 「脳・心認定基準を改正 心理的負荷評価表見直しで 厚労省」『労働新聞』2023.11.20.

ハラスメントの場合、法律により①事業主に対し雇用管理上の措置義務¹²を課すこと¹³、②国、事業主、労働者に対し関心・理解を深める等のための努力義務を課すこと¹⁴等である。①の措置義務に違反した場合の罰則はないが、③厚生労働大臣は、違反している等の事業主に対し報告を求めることや勧告を行うことができ、勧告を受けた事業主がこれに従わなかった場合には、その旨を公表することができる。また、求められた報告を行わなかった事業主や虚偽の報告を行った事業主は20万円以下の過料に処せられる¹⁵。そのほか、④ハラスメントに関する相談等を行ったことを理由とする不利益取扱いは禁止される¹⁶。

カスタマーハラスメント対策の法制化の議論を含め、カスタマーハラスメントをめぐる政府の取組を、次の1～5に分けて概観する。

1 パワーハラスメント防止指針におけるカスタマーハラスメントへの言及

(1) 政府検討会及び労働政策審議会における議論

平成29(2017)年5月に厚生労働省に設置された「職場のパワーハラスメント防止対策についての検討会」(以下「平成29(2017)年検討会」)では、その時点でまだ対策が法制化されていなかったパワーハラスメントに加えて、「顧客や取引先からの著しい迷惑行為」も検討対象となった。しかし、平成30(2018)年3月に公表された同検討会の報告書は、「顧客や取引先からの著しい迷惑行為」が、実効性のある予防策を講じることに困難な面を持つ¹⁷こと等を指摘し、更なる実態把握と具体的な議論が必要であるとするにとどめた¹⁸。

¹² ここでいう措置は、a)事業主の方針等の明確化及びその周知・啓発、b)相談(苦情を含む。)に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備、c)職場におけるハラスメントに係る事後の迅速かつ適切な対応、d)職場におけるハラスメントの原因や背景となる要因を解消するための措置、e)併せて講ずべき措置を指す。このうちd)は妊娠・出産等に関するハラスメント及び育児休業等に関するハラスメントについてのみの措置であり、d)以外は4種類のハラスメント全てについての措置である。「事業主が職場における性的な言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」(平成18年厚生労働省告示第615号)厚生労働省ウェブサイト<<https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/000605548.pdf>>;「事業主が職場における妊娠、出産等に関する言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」(平成28年厚生労働省告示第312号)同<<https://www.mhlw.go.jp/content/000643875.pdf>>;「子の養育又は家族の介護を行い、又は行うこととなる労働者の職業生活と家庭生活との両立が図られるようにするために事業主が講ずべき措置等に関する指針」(平成21年厚生労働省告示第509号)同<<https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/000851176.pdf>>;「事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」(令和2年厚生労働省告示第5号)同<<https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/000584512.pdf>>

¹³ 男女雇用機会均等法第11条第1項(セクシュアルハラスメント)、同法第11条の3第1項(妊娠・出産等に関するハラスメント)、育児・介護休業法第25条第1項(育児休業等に関するハラスメント)、労働施策総合推進法第30条の2第1項(パワーハラスメント)

¹⁴ 男女雇用機会均等法第11条の2(セクシュアルハラスメント)、同法第11条の4(妊娠・出産等に関するハラスメント)、育児・介護休業法第25条の2(育児休業等に関するハラスメント)、労働施策総合推進法第30条の3(パワーハラスメント)

¹⁵ 男女雇用機会均等法第29条第1項、第30条及び第33条(セクシュアルハラスメント及び妊娠・出産等に関するハラスメント)、育児・介護休業法第56条、第56条の2及び第66条(育児休業等に関するハラスメント)、労働施策総合推進法第33条第1項及び第2項、第36条第1項並びに第41条(パワーハラスメント)

¹⁶ 男女雇用機会均等法第11条第2項(セクシュアルハラスメント)、同法第11条の3第2項(妊娠・出産等に関するハラスメント)、育児・介護休業法第25条第2項(育児休業等に関するハラスメント)、労働施策総合推進法第30条の2第2項(パワーハラスメント)

¹⁷ カスタマーハラスメントは、行為者が自社の労働者ではなく顧客や取引先などであることから事業主にとっては対応が難しい面を持つとの指摘がある。原昌登「ハラスメントの定義と課題」『ジュリスト』1546号、2020.6、p.18.

¹⁸ 職場のパワーハラスメント防止対策についての検討会「職場のパワーハラスメント防止対策についての検討会報告書」2018.3、pp.25-27. 厚生労働省ウェブサイト<<https://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-11909500-Koyoukankyoukintoukyoku-Soumuka/0000201264.pdf>>

同報告書を受けた労働政策審議会は、雇用環境・均等分科会における議論を経て、平成 30 (2018) 年 12 月、パワーハラスメント対策の法制化を建議した。同時に、「取引先等の労働者等からのパワーハラスメント¹⁹や顧客等からの著しい迷惑行為」については、相当な範囲のクレームとそれを越えた嫌がらせとの線引きの判断が、自社の労働者等からのパワーハラスメント以上に難しいとして、法制化ではなく、「指針等で相談対応等の望ましい取組を明確にすることが適当である」とした²⁰。

(2) 労働施策総合推進法の改正

令和元 (2019) 年 5 月、第 198 回国会 (常会) で内閣立法の「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律等の一部を改正する法律」(令和元年法律第 24 号) が成立し、同法により労働施策総合推進法が改正されて、事業主にパワーハラスメントに関する雇用管理上の措置義務が課された。そして、衆議院、参議院それぞれの委員会における法案の審査過程で付された附帯決議²¹は、パワーハラスメント防止対策に係る指針の策定に当たっては、「自社の労働者が取引先、顧客等の第三者から受けたハラスメント」及び「自社の労働者が取引先〔、就職活動中の学生等〕²²に対して行ったハラスメント」にも雇用管理上の配慮が求められることを明記すべきであるとした。

なお、同じ第 198 回国会 (常会) には、当時の野党により議員立法のカスタマーハラスメント対策法案が提出されたが、成立しなかった²³。

衆参の附帯決議を受けて²⁴、令和 2 (2020) 年 1 月の厚生労働省告示 (「パワーハラスメント防止指針」)²⁵の中に、「他の事業主の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」により労働者が就業環境を害されることのないよう、事業主が雇用管理

¹⁹ いわゆる「B to B (Business to Business) 型」と呼ばれるカスタマーハラスメントのことを指している。「B to B 型」カスタマーハラスメントとは、自社の労働者が取引先等の労働者等から受けるハラスメントである。これに対し、自社の労働者が個人の消費者等から受けるハラスメントは「B to C (Business to Consumer) 型」カスタマーハラスメントと呼ばれる。原昌登「カスタマーハラスメント (カスハラ) の法律問題 (続) —B to B カスハラを中心に—」『成蹊法学』100 号, 2024, pp.59-60.

²⁰ 樋口美雄労働政策審議会会長「女性の職業生活における活躍の推進及び職場のハラスメント防止対策等の在り方について (建議)」2018.12.14, pp.6-8. 厚生労働省ウェブサイト <<https://www.mhlw.go.jp/content/000454577.pdf>>

²¹ 第 198 回国会衆議院厚生労働委員会議録第 12 号 平成 31 年 4 月 24 日 pp.7-8; 第 198 回国会参議院厚生労働委員会会議録第 12 号 令和元年 5 月 28 日 pp.2-3.

²² [] 内は、参議院厚生労働委員会の附帯決議にのみ存する文言である。

²³ 平成 31 (2019) 年 4 月の「労働安全衛生法の一部を改正する法律案」(第 198 回国会衆法第 4 号) 及び同年 5 月の「消費者対応業務関連特定行為対策の推進に関する法律案」(第 198 回国会参法第 23 号)。前者は、事業主にカスタマーハラスメントに関する措置義務を課すことや、厚生労働大臣に事業主への助言、指導及び勧告並びに勧告に従わなかった場合のその旨の公表の権限を付与することを主な内容とした。後者は、総合的なカスタマーハラスメント対策の策定及び実施を国の責務とし、必要な措置を講じることを国に義務付ける内容であった。これ以前にも、平成 30 (2018) 年 4 月、当時の野党による議員立法の「労働安全衛生法の一部を改正する法律案」(第 196 回国会参法第 9 号) が提出されたが成立せず、これ以後には、令和 4 (2022) 年 5 月、令和 6 (2024) 年 5 月及び同年 12 月、それぞれ当時の野党による議員立法である「消費者対応業務関連特定行為対策の推進に関する法律案」(第 208 回国会参法第 13 号、第 213 回国会参法第 10 号及び第 216 回国会衆法第 21 号) が提出されたが、前二者は成立せず、後者は令和 7 (2025) 年 4 月 18 日現在、第 217 回国会 (常会) で継続審議の扱いとなっている。

²⁴ 厚生労働省雇用環境・均等局雇用機会均等課「顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策に関する取組について」(第 1 回顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策の推進に係る関係省庁連携会議 資料 2) 2021.1.21, p.1. <<https://www.mhlw.go.jp/content/11921000/000732125.pdf>>

²⁵ 「事業主が職場における優越的な関係を背景とした言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」前掲注(12)

上の配慮として行うことが望ましい取組²⁶及び被害の防止に有効な取組²⁷の例が盛り込まれた。

2 カスタマーハラスメント対策企業マニュアルの作成

II 1 (2) で述べた附帯決議のうち参議院におけるものは、政府が「顧客からの迷惑行為等」の防止に向けた必要な措置を講ずるべきことにも言及していた²⁸。これを受けて²⁹、令和 3 (2021) 年 1 月、「顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策の推進に係る関係省庁連携会議」が設置された。ここでの議論を経て、令和 4 (2022) 年 2 月、厚生労働省は、企業等がカスタマーハラスメント対策の必要性を理解し自主的な取組を行うことを促すために、カスタマーハラスメントを想定した事前の準備や、実際に起こった際の対応等、カスタマーハラスメント対策の基本的な枠組みを記載した「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」を作成・公表した³⁰。

3 「雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会」報告書による法制化の提案

令和 6 (2024) 年 2 月、厚生労働省に「雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会」(以下「検討会」)が設置され、ここでカスタマーハラスメント対策についても議論が行われた。同年 8 月に公表された検討会の報告書は、カスタマーハラスメント対策に係る事業主の雇用管理上の措置義務を法制化することを提案した³¹。

同報告書は、事業主の雇用管理上の措置義務を法制化するに当たり、従前の 4 種類のハラスメントの例に倣い、事業主の措置義務を法律に規定した上で、対象となるカスタマーハラスメント行為の具体例やそれに対して事業主が講ずべき雇用管理上の措置を指針において明確化することを提案した³²。その一方、措置の具体的内容については、従前の 4 種類のハラスメントのそれを参考としつつ、共通点と相違点を踏まえながら検討される必要があるとし、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、従前の 4 種類のハラスメントとは異なる取扱いが必要となる、と指摘した。ただし、セクシュアルハラスメントについては、行為者として取引先等の他の事業主やその雇用する労働者、顧客、患者やその家族、学校

²⁶ 相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備(相談先をあらかじめ定め、これを労働者に周知すること、及び相談を受けた者が、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)や、被害者への配慮のための取組(例として、事案の内容や状況に応じ、被害者のメンタルヘルス不調への相談対応、著しい迷惑行為を行った者に対する対応が必要な場合に一人で対応させない等の取組を行うこと)等。同上、pp.23-24。

²⁷ 事業主がカスタマーハラスメント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、業種・業態等による被害の実態や業務の特性等を踏まえて、それぞれの状況に応じた必要な取組を進めること等。同上、pp.24-25。

²⁸ 第 198 回国会参議院厚生労働委員会会議録第 12 号 前掲注(21), p.3。

²⁹ 「顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策の推進に係る関係省庁連携会議開催要綱」(第 3 回顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策の推進に係る関係省庁連携会議 資料 1) 2021.1.21 関係省庁申し合わせ, 2021.7.26 改定。厚生労働省ウェブサイト <<https://www.mhlw.go.jp/content/11921000/000810725.pdf>>

³⁰ 「「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」等を作成しました!」2022.2.25。厚生労働省ウェブサイト <https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_24067.html>; 厚生労働省「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」2022.2, p.1. <<https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/000915233.pdf>>

³¹ 雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会「雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会報告書—女性をはじめとする全ての労働者が安心して活躍できる就業環境の整備に向けて—」2024.8.8, p.35。厚生労働省ウェブサイト <<https://www.mhlw.go.jp/content/11909500/001285696.pdf>> なお、同報告書の公表に先立つ令和 6 (2024) 年 6 月、「経済財政運営と改革の基本方針 2024」が閣議決定されており、その中には「カスタマーハラスメントを含む職場におけるハラスメントについて、法的措置も視野に入れ、対策を強化する」との一文が盛り込まれていた。「経済財政運営と改革の基本方針 2024—賃上げと投資がけん引する成長型経済の実現—」(令和 6 年 6 月 21 日閣議決定) p.30。内閣府ウェブサイト <https://www.5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basic_policies_ja.pdf>

³² 雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会 同上

の生徒等も想定されており³³、被害者である労働者を雇用する事業主が、雇用管理上の措置の実施に関して他の事業主に対し必要な協力を求めた場合には、当該他の事業主はこれに応ずるよう努めなければならないとされている³⁴点で参考になるとした³⁵。

また、同報告書は、カスタマーハラスメントを下表のように定義して検討すべきことを提案した。

表 「雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会」によるカスタマーハラスメントの定義

<p>カスタマーハラスメントは次の3要素のいずれをも満たすもの</p> <p>要素1 顧客、取引先、施設利用者その他の利害関係者が行うこと</p> <p>要素2 社会通念上相当な範囲を超えた言動であること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「言動の内容」及び「手段・態様」に着目して総合的に判断することが適当 ・「言動の内容」又は「手段・態様」の片方のみでも社会通念上相当な範囲を超える場合もあり得る。 ・社会通念上相当な範囲を超える「言動の内容」の例 <ul style="list-style-type: none"> ①そもそも要求に理由がない又は商品・サービス等と全く関係のない要求、②契約等により想定しているサービス等を著しく超える要求、③対応が著しく困難な又は対応が不可能な要求、④不当な損害賠償請求 ・社会通念上相当な範囲を超える「手段・態様」の例 <ul style="list-style-type: none"> ①身体的な攻撃（暴行、傷害等）、②精神的な攻撃（脅迫、中傷、名誉棄損、侮辱、暴言、土下座の強要等）、③威圧的な言動、④継続的な（繰り返される）、執拗な（しつこい）言動、⑤拘束的な言動（不退去、居座り、監禁） ・社会通念上相当な範囲で行われたものは「正当なクレーム」であり、カスタマーハラスメントに該当しない。 <p>要素3 労働者の就業環境が害されること</p>

(出典) 雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会「雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会報告書—女性をはじめとする全ての労働者が安心して活躍できる就業環境の整備に向けて—」2024.8.8, pp.37-40. 厚生労働省ウェブサイト <<https://www.mhlw.go.jp/content/11909500/001285696.pdf>> を基に筆者作成。

4 労働政策審議会による法制化の建議

検討会の報告書を受けた労働政策審議会は、雇用環境・均等分科会における議論を経て、令和6(2024)年12月、①カスタマーハラスメント対策を事業主の雇用管理上の措置義務として法制化すること、②講ずべき措置の具体的な内容については、従前の4種類のハラスメントの例に倣い指針において明確化すること、③カスタマーハラスメントの定義を、検討会の報告書において示されている考え方を踏まえて3要素のいずれをも満たすものとして指針等で示すこと（社会通念上相当な範囲で行われたものは「正当なクレーム」であり、カスタマーハラスメントに当たらないことについても示す。）、④他の事業主から協力を求められた場合について、セクシュアルハラスメントの例に倣い、応ずるよう努めなければならない旨を法律に規定すること等を建議した³⁶。

特に、②に関連して、講ずべき措置の具体的な内容として、a)事業主の方針等の明確化及びその周知・啓発、b)相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備、c)カスタマーハラスメントに係る事後の迅速かつ適切な対応、d)併せて講ずべき措置、を指針に盛り込むことが適当であるとした³⁷。これらは、従前の4種類のハラスメントについてそれぞれの指針が示すものと基本的に同じ内容である³⁸。

³³ 「事業主が職場における性的な言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置等についての指針」前掲注(12)

³⁴ 男女雇用機会均等法第11条第3項

³⁵ 雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会 前掲注(31), pp.35-36.

³⁶ 清家篤労働政策審議会会長「女性活躍の更なる推進及び職場におけるハラスメント防止対策の強化について（建議）」2024.12.26, [別添] pp.5-7. 厚生労働省ウェブサイト <<https://www.mhlw.go.jp/content/001365967.pdf>>

³⁷ 同上, p.7.

³⁸ 従前の4種類のハラスメントについてそれぞれの指針が示す講ずべき措置については、前掲注(12)参照。

また、建議は、業種・業態によりカスタマーハラスメントの態様が異なるため、厚生労働省が消費者庁、警察庁、業所管省庁等と連携することが適当であるとした³⁹。令和7（2025）年1月、関係省庁の密接な連携に向け⁴⁰、「カスタマーハラスメントの防止対策の推進に係る関係省庁連携会議」が設置された。

5 労働施策総合推進法改正法案の提出

以上の経緯を経て、令和7（2025）年3月、カスタマーハラスメント対策の法制化を盛り込んだ内閣立法の労働施策総合推進法改正案⁴¹が提出された。

同法案は、検討会及び労働政策審議会がカスタマーハラスメントの定義として示した3要素（Ⅱ3の表参照）を満たすものへの対策として、①事業主に対し雇用管理上の措置義務を課し、②事業主に対し他の事業主が講ずる措置の実施に関し必要な協力を求められた場合に応ずる努力義務を課し、③国、事業主、労働者、顧客等に対し問題への関心・理解を深める等のための努力義務を課した。③のうち顧客等の責務がカスタマーハラスメントに特有の規定であるが、その点を除けば、①～③は従前の4種類のハラスメントの対策と同様である⁴²（Ⅱの冒頭参照）。①の措置義務に違反した場合の罰則はないが、④厚生労働大臣が、違反した事業主に対し報告の要求や勧告を行い、また、勧告を受けた事業者がこれに従わなかった場合にその旨を公表する権限を有する旨を規定するとともに、事業主が求められた報告を行わず、又は、虚偽の報告を行った場合には、20万円以下の過料が科される旨を規定した。また、⑤労働者がカスタマーハラスメントに関する相談を行ったこと等を理由とする不利益取扱いを禁止する規定を盛り込んだ。④及び⑤も、従前の4種類のハラスメントの場合と同じ内容である⁴³。

厚生労働大臣は、事業主が講ずべき措置等に関して指針を定めるものとされている。指針は改正法成立後に策定される⁴⁴。

Ⅲ 地方公共団体、企業及び労働組合による取組

1 地方公共団体による条例制定

カスタマーハラスメント対策の法制化の議論と並行して、複数の地方公共団体がカスタマーハラスメント防止条例を制定し、又は制定の議論を進めている。全国初のカスタマーハラスメント防止条例は、令和6（2024）年10月に制定された東京都の「東京都カスタマー・ハラスメ

³⁹ 清家篤労働政策審議会会長 前掲注(36), p.5.

⁴⁰ 「カスタマーハラスメントの防止対策の推進に係る関係省庁連携会議 開催要綱」（カスタマーハラスメントの防止対策の推進に係る関係省庁連携会議（第1回）資料1）2025.1.17. 厚生労働省ウェブサイト <<https://www.mhlw.go.jp/content/11921000/001389662.pdf>>

⁴¹ 「労働施策の総合的な推進並びに労働者の雇用の安定及び職業生活の充実等に関する法律等の一部を改正する法律案」衆議院ウェブサイト <https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_gian.nsf/html/gian/honbun/houan/g21709050.htm>

⁴² ただし、②はセクシュアルハラスメントについて法定されており、従前の4種類のハラスメントのうち他の3種類のハラスメントについては法定されていない。

⁴³ 従前の4種類のハラスメントの場合における措置義務違反への制裁及び不利益取扱いの禁止については、それぞれ前掲注(15)及び前掲注(16)参照。

⁴⁴ 「カスハラ防止義務 全企業に」『東京新聞』2025.3.11, 夕刊.

ント⁴⁵防止条例」（令和6年10月11日条例第140号）（以下「都条例」）である⁴⁶。

都条例の特徴として、「何人も、あらゆる場において、カスタマー・ハラスメントを行ってはならない」（第4条）という禁止規定を設けた点が挙げられる⁴⁷。ただし、罰則は設けられていない⁴⁸。また、都条例は、事業者の、就業者の安全確保等のために措置を講じるべき責務（努力義務）（第9条第2項）を始め、都、顧客等、就業者、事業者のそれぞれの責務（努力義務）を定めている（第6条～第9条）。顧客等の責務（努力義務）には、「就業者に対する言動に必要な注意を払う」こと（第7条第1項）が含まれる。一方、就業者の責務（努力義務）にも「顧客等の権利を尊重」すること（第8条第1項）が含まれ、「この条例の適用に当たっては、顧客等の権利を不当に侵害しないように留意しなければならない」（第5条）とされ、正当なクレームを含む顧客等の権利にも言及する内容となっている⁴⁹。

東京都のほか、令和6（2024）年11月には北海道、同年12月には三重県桑名市、令和7（2025）年3月には群馬県嬭恋村及び群馬県がカスタマーハラスメント防止条例を制定した⁵⁰。このうち、三重県桑名市の条例は、市長がカスタマーハラスメント行為を認定した場合にその行為者に対し警告を行うとした上で、それでもなお改善が不十分であると認めるときは、氏名その他の行為者を特定できる情報を公表することができることと定め（第9条）、行為者に対する制裁規定を持つ全国初のカスタマーハラスメント防止条例となった⁵¹。

そのほか、共同通信社の都道府県アンケート調査によると、愛知県及び三重県が条例を制定する方針であり、岩手県、栃木県、埼玉県、静岡県、和歌山県が制定を検討している（令和7（2025）年3月時点）⁵²。

2 企業の取組

顧客等対応を行う業界の企業や業界団体の中で、カスタマーハラスメントから従業員を守る必要性が認識されるようになってきた。その背景には、カスタマーハラスメントが従業員の離

⁴⁵ 本稿では原則として「カスタマーハラスメント」と表記しているが、東京都は「カスタマー・ハラスメント」の表記を採用している。以下、都の条例に関する記述においては、適宜「カスタマー・ハラスメント」の表記を用いる。

⁴⁶ カスタマーハラスメント防止条例には該当しないものの、都条例以前には、秋田県が、令和4（2022）年3月制定の「秋田県多様性に満ちた社会づくり基本条例」（令和4年3月25日条例第6号）において、「何人も、他人に対して、優越的な関係を背景として、不当な要求をすることその他の不当な行為をしてはならない」（第3条第2項）と定めた上で、指針において、カスタマーハラスメントもこの規定の対象となる旨を示している。秋田県「多様性に満ちた社会づくりに関する指針」p.26。<https://www.pref.akita.lg.jp/uploads/public/archive_0000063094_00/多様性に満ちた社会づくりに関する指針.pdf>

⁴⁷ 「特集 カスハラ防止対策を読み解く—都条例の内容と労推法改正の方向性から—」『先見労務管理』63巻1749号、2025.3.25、p.3。

⁴⁸ 罰則を設けない理由として、都は、①罰則を設ける場合、刑罰の対象となる行為を厳格に定める必要があり、その結果、禁止されない行為はしても良いとの理解が広がる懸念があること、②罰則それ自体は決して望ましいものではないことから、防止の啓発に重点を置いたこと、を挙げている。「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例 Q&A」p.1。TOKYO はたらくネット <https://www.hataraku.metro.tokyo.lg.jp/plan/kasuhara_qa_202410111800.pdf>

⁴⁹ 同上、p.2。

⁵⁰ それぞれ「北海道カスタマーハラスメント防止条例」（令和6年11月29日条例第81号）、「桑名市カスタマーハラスメント防止条例」（令和6年12月25日条例第43号）、「嬭恋村カスタマーハラスメント防止条例」（令和7年3月4日条例第1号）、「群馬県カスタマーハラスメント防止条例」（令和7年3月27日条例第23号）。「カスタマーハラスメントに関する条例」地方自治研究機構ウェブサイト <http://www.rilg.or.jp/htdocs/img/reiki/162_customer_harassment.htm>

⁵¹ 「カスハラ 氏名公表規定 全国初、桑名市が条例」『中日新聞』2024.12.26。

⁵² 「5 都道府県がカスハラ条例 北海道や群馬、来年施行 「制定検討」も5 県」『共同通信』2025.3.24。

職の深刻な原因となっていることがある⁵³。前述（I2）のとおり、カスタマーハラスメントの影響として「労働者の休職・離職」を挙げる企業は22.6%に上る。

従来、約款や内規等でカスタマーハラスメントへの対応姿勢を明確にする例⁵⁴や、対応マニュアルを作成する例⁵⁵があったが、社員向けであったそれらを外部にも示すことで従業員を守る姿勢を明確にする企業や業界団体が増えてきた⁵⁶。特に、令和4（2022）年2月に厚生労働省が公表した「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」（II2参照）の中に、企業が基本方針を明確化することの重要性が記載された⁵⁷のに伴い、企業や業界団体が基本方針を策定し公表する動きが活発化している⁵⁸。鉄道、航空、電力、保険、不動産、百貨店、外食、コンビニエンスストア等、様々な業種の企業や業界団体が基本方針の類を公表している⁵⁹。

基本方針の中にはカスタマーハラスメントの定義や行為例を示すほか、対応として、要求の拒否、サービス提供の中止、警察への相談、法的措置等を採用することを掲げるものもある⁶⁰。

基本方針を受けたマニュアルの作成や従業員に対する研修の実施⁶¹、また従業員の氏名掲示（名札を含む。）の廃止⁶²等の対策も増えている。従業員との間で「顧客の不当な要求を拒否した結果、その顧客を失ったとしても不利益処分をしない」旨を約束事に行っている例もある⁶³。

3 労働組合の取組

カスタマーハラスメントの発生が比較的多い流通・サービス関連の組合員が組合員全体の約9割を占めるUAゼンセンは、2000年代半ば頃から「行き過ぎたクレーム（迷惑行為）」について社会に発信する運動を開始した⁶⁴。平成29（2017）年8月及び令和2（2020）年7月、悪質

⁵³ 「カスハラから社員を守る 小売りや外食 指針公表」『東京新聞』2024.10.6.

⁵⁴ 例えば、国際自動車（タクシー・ハイヤー等事業）の運送約款は、運転手への暴言や嫌がらせ等をしないよう求め、改善されない場合には利用を拒否するとともに会社の判断で警察に通報することを明記している。「なくそうパワハラ 3 「カスハラ」深刻 企業も対策」『読売新聞』2019.9.20.

⁵⁵ 例えば、ゆうちょ銀行は2012年に「ハードクレーム対応マニュアル」を作成した。岩崎晋之介「急を要するカスハラ対策」『金融財政事情』75巻41号, 2024.11.5, pp.12-13.

⁵⁶ 『東京新聞』前掲注(53)

⁵⁷ 厚生労働省 前掲注(30), p.20.

⁵⁸ 「カスタマーハラスメントをなくす—企業・業界・労組の取り組みを中心に—」『ビジネス・レーパー・トレンド』2024.8・9月号, 2024.7.25. 労働政策研究・研修機構ウェブサイト <https://www.jil.go.jp/kokunai/blt/backnumber/2024/08_09/index.html>

⁵⁹ 空港日本民営鉄道協会（全国72の鉄道会社が加盟する一般社団法人）（令和5（2023）年12月）、東京メトロ（令和6（2024）年3月）、JR東日本（同年4月）、JR西日本（同）、東京電力エナジーパートナー（同年6月まで）、全日本空輸（ANA）及び日本航空（JAL）（同年6月）、損害保険ジャパン（同年7月）、高島屋（同）、NTTドコモ（同）、ローソン（同年8月）、関西電力（同）、しまむらグループ（同）、セブン-イレブン・ジャパン（同年9月）、ファミリーマート（同）、JR九州（同）、松屋フーズ（同）、三井不動産（同年10月）、CS協議会（成田空港の接客業務に携わる29機関が結成する協議会）（同年11月）、福岡国際空港（同）、大創産業（令和7（2025）年3月）等。「駅員カスハラNO!」『読売新聞』（西部本社版）2024.5.15, 夕刊ほか新聞報道; 嶋村直登・井村俊介「最新動向にみる「カスハラ」の考え方」『ビジネス法務』25巻2号, 2025.2, p.87.

⁶⁰ 「航空、鉄道、バスなど交通各社での方針策定が目立つ。毅然とした対応を盛り込む企業も—企業のカスハラ防止に向けた最近の動き—」『ビジネス・レーパー・トレンド』2024.8・9月号, 2024.7.25. 労働政策研究・研修機構ウェブサイト <https://www.jil.go.jp/kokunai/blt/backnumber/2024/08_09/top_01.html>

⁶¹ 令和5（2023）年12月に空港日本民営鉄道協会が基本方針を策定したのを機に、鉄道業界ではマニュアルの作成や研修の実施等の動きが広がっている。「カスハラ対策 JR西、カスハラ撲滅策 駅員を守る、鉄の意志」『毎日新聞』（大阪本社版）2024.7.15.

⁶² JR西日本（令和5（2023）年7月）、JR九州（令和6（2024）年1月）、ファミリーマート（同年5月）、ローソン（同年6月）等。「運転士・車掌名 車内掲示せず JR九州「カスハラ」対策で」『読売新聞』（西部本社版）2023.12.31ほか新聞報道

⁶³ 鶴岡信用金庫の例。岩崎 前掲注(55), p.13.

⁶⁴ 西尾多聞「カスタマーハラスメント防止の法制化を求めて」『季刊労働者の権利』358号, 2024.10, pp.16-18.

クレームないし顧客からのハラスメントについて定義や対応方法を示したガイドライン⁶⁵を公表したほか、I1で述べた平成29(2017)年の実態調査に続き、令和2(2020)年7~9月及び令和6(2024)年1~3月にも実態調査を実施し、それぞれ令和2(2020)年10月及び令和6(2024)年9月に公表した⁶⁶。

また、UAゼンセンは国会議員に対しカスタマーハラスメントに関する質疑を行うように働きかけ、関係省庁に対し要請活動を行った⁶⁷。パワーハラスメントの法制化をめぐる議論(II1(1)参照)の際には、日本労働組合総連合会(以下「連合」)の一員として、平成29(2017)年検討会や労働政策審議会雇用環境・均等分科会に委員を派遣し、カスタマーハラスメントをも含めて対策を講ずべきことを主張した。政党に対しカスタマーハラスメント対策の法制化を盛り込んだ議員立法の提出(II1(2)参照)を働きかける活動も行った⁶⁸。

そのほか、UAゼンセンを傘下に置く連合や、連合傘下の航空連合も、それぞれ令和4(2022)年11月及び同年12月に実態調査を実施し、同年12月及び令和5(2023)年3月に結果を公表した⁶⁹。

IV 法制化が求められる背景

従来に加え、カスタマーハラスメント対策を法制化する必要があるとの認識が強まり、今般、内閣立法による法律案が提出されるに至った。その背景を2点示す。第一に、対策実施企業が少ない実態があること、第二に、対策の法制化により事業主の義務の強化が期待されることである。

1 対策実施企業の少なさ

UAゼンセンの実態調査では、「あなたの企業で実施されている迷惑行為(カスタマーハラスメント)への対策」を選択する設問において、「特に対策はなされていない」との回答が最も多く、令和2(2020)年調査で43.4%(11,671件)、令和6(2024)年調査で42.2%(13,967件)であった⁷⁰。

⁶⁵ UAゼンセン流通部門「悪質クレームの定義とその対応に関するガイドライン」2017.8.4. <<https://uazensen.jp/wp-content/uploads/2021/11/02a4ed3236236c3b22b6b84575e190da.pdf>>; 同「顧客からのハラスメントの定義とその対応に関するガイドライン 第2版」2020.7.9. <<https://uazensen.jp/wp-content/uploads/2025/01/5.第2版顧客からのハラスメントの定義とその対応に関するガイドライン.pdf>> これらのガイドラインは、後に厚生労働省が「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」(令和4(2022)年2月)(II2参照)を作成する際に参考にしたとされる。「UAゼンセンが確立した「カスハラ」の定義と対処法」『食品商業』51巻9号, 2022.9, p.28.

⁶⁶ UAゼンセン「悪質クレーム対策(迷惑行為)アンケート調査結果—サービスする側、受ける側が共に尊重される社会をめざして—UAゼンセン調査」2020.10. <[https://uazensen.jp/wp-content/uploads/2025/01/6.第2回悪質クレーム調査結果\(2020年度実施\).pdf](https://uazensen.jp/wp-content/uploads/2025/01/6.第2回悪質クレーム調査結果(2020年度実施).pdf)>; 同「カスタマーハラスメント対策アンケート調査結果—サービスする側、受ける側が共に尊重される社会をめざして—UAゼンセン調査」2024.9. <[https://uazensen.jp/wp-content/uploads/2025/01/9.第3回カスタマーハラスメントアンケート調査結果\(2024年度実施\).pdf](https://uazensen.jp/wp-content/uploads/2025/01/9.第3回カスタマーハラスメントアンケート調査結果(2024年度実施).pdf)>

⁶⁷ 西尾 前掲注(64), p.18.

⁶⁸ 森田了介「UAゼンセンのカスタマーハラスメントへの取り組み」『労働法律旬報』1947号, 2019.11.10, p.28.

⁶⁹ 日本労働組合総連合会「カスタマー・ハラスメントに関する調査2022」2022.12.16. <<https://www.jtuc-rengo.or.jp/info/chousa/data/20221216.pdf>>; 「安心して働く職場づくりのためのアンケートを実施しました!」『航空連合NEWS』260号, 2023.3.1. <<https://www.jfaiu.gr.jp/files/news/6d3dae6b7ab70810543fe866cdfd719.260>>(第24期7号)安心して働く職場づくりのためのアンケートを実施しました!>

⁷⁰ UAゼンセン「悪質クレーム対策(迷惑行為)アンケート調査結果」前掲注(66), p.12; 同「カスタマーハラスメント対策アンケート調査結果」前掲注(66), p.14.

企業の対策は進捗していないことがうかがわれる⁷¹。

前述（I2）の厚生労働省実態調査においても、各種ハラスメントに対する予防・解決の取組を実施していない企業の割合は、「顧客等からの著しい迷惑行為」（カスタマーハラスメント）で 35.5%であり、対策が法制化されている他のハラスメントに比べて高かった（パワーハラスメントで 4.8%、セクシュアルハラスメントで 7.3%、妊娠・出産・育児休業・介護休業等に関するハラスメントで 10.0%）⁷²。

東京商工リサーチが令和 6（2024）年 8 月に実施・公表したアンケート調査によると、カスタマーハラスメント対策を講じていない企業の割合は大企業で 54.5%（569 社中、310 社）、中小企業では 73.4%（5,082 社中、3,731 社）で、特に中小企業において対策が遅れていること、大企業においても対策は進んでいないことが見て取れる結果となった⁷³。

カスタマーハラスメント対策が法制化されていないゆえに、対策を講じる企業が少ないとして、法制化の必要性が指摘されている⁷⁴。

2 対策の法制化による事業主の義務の強化

事業主の措置義務を法定する等の法制化が行われていない現状でも、使用者は、労働契約法（平成 19 年法律第 128 号）第 5 条に基づき、労働者に対しその生命、身体等の安全に配慮する義務（安全配慮義務）を負う、すなわち、カスタマーハラスメントを防止する義務及び発生したカスタマーハラスメントに対応する義務を負う⁷⁵。使用者がカスタマーハラスメントに関して安全配慮義務を果たさず、労働者がカスタマーハラスメントにより身体的又は精神的損害を受けた場合、使用者は当該労働者に対し、債務不履行による損害賠償責任（民法（明治 29 年法律第 89 号）第 415 条）あるいは安全配慮義務違反に当たる行為が不法行為であることによる損害賠償責任（民法第 709 条）を負う⁷⁶。ただし、安全配慮義務には、被害発生前の履行請求は困難であるとの見解もある⁷⁷。

これに対し、法制化により措置義務を課す場合には、事業主が法所定の措置を講じていなければ、現実にハラスメント事案が発生していなくとも義務違反が成立し、行政指導等の実施が可能となる⁷⁸。

⁷¹ 西尾 前掲注(64), p.20.

⁷² PwC コンサルティング合同会社 前掲注(6), pp.65-66.

⁷³ 「企業のカスハラ対策に遅れ、未対策が 7 割超 「カスハラ被害」で従業員の「休職・退職」 13.5%の企業で発生」 2024.8.27. 東京商工リサーチウェブサイト <https://www.tsr-net.co.jp/data/detail/1198870_1527.html>

⁷⁴ 西尾 前掲注(64), p.20; 新村響子「カスタマーハラスメント対策の現状と課題」『季刊労働者の権利』350号, 2023.4, p.86.

⁷⁵ 原昌登「カスタマーハラスメント（カスハラ）の法律問題」『成蹊法学』97号, 2022, p.229.

⁷⁶ 同上, pp.229-230; 川口美貴「顧客・利用者等によるハラスメントと使用者の防止対策義務」島田陽一ほか編『「尊厳ある社会」に向けた法の貢献—社会法とジェンダー法の協働—浅倉むつ子先生古稀記念論集—』旬報社, 2019, p.566; 同「顧客・利用者等によるハラスメントと法的課題」『関西大学大学院法務研究科法科大学院ジャーナル』16号, 2021.3, p.46.

⁷⁷ 労働者が使用者に対し安全配慮義務の履行請求を行うことが可能であるか否かについては、理論上、義務内容を特定できれば履行請求が認められる可能性があるとの見解と、安全配慮義務の義務内容は通常、事故や疾病の発生後に損害賠償の前提として明らかになるため、事前の特定は難しく、実際上履行請求は困難であるとの見解とがある。裁判例には、一般論として履行請求権の存在を肯定したもの、義務内容の特定がないとして履行請求権を否定したもの等がある。水町勇一郎『詳解労働法 第3版』東京大学出版会, 2023, p.889.

⁷⁸ 山川隆一「職場におけるハラスメント問題の展開と法的規律の動向」『法律時報』89巻1号, 2017.1, p.64; 小畑史子「パワー・ハラスメント防止のための法政策」『日本労働研究雑誌』712号, 2019.11, p.81.

V 法制化に伴う課題

カスタマーハラスメント対策の法制化に伴う課題として、主に2点挙げることができる。ある行為がカスタマーハラスメントに該当するか否かの判断基準（正当なクレームとの間の線引き）の問題と、対策の実効性の問題である。特に後者については、従前の4種類のハラスメントとは異なるカスタマーハラスメント特有の難しさがあることが指摘されている。

1 判断基準

令和6（2024）年8月、検討会は、社会通念上相当な範囲で行われたクレームは「正当なクレーム」であってカスタマーハラスメントに該当しないとし（Ⅱ3参照）、同年12月、労働政策審議会もその旨を指針に示すことを建議した（Ⅱ4参照）。

しかし、正当なクレームとカスタマーハラスメントの間の線引きの困難さについては、平成30（2018）年12月の労働政策審議会による建議が既に指摘したところである（Ⅱ1（1）参照）。消費者団体等からは、正当なクレームがカスタマーハラスメントとして受け取られ排除されることや、カスタマーハラスメントが殊更強調されることで消費者が委縮し、正当なクレームをも控える事態になることへの危惧が表明されている⁷⁹。

東京都議会における都条例案の審議過程でも、正当な抗議や要望とカスタマー・ハラスメントの線引きをどうするのかとの質疑があった⁸⁰。都は、顧客等の権利を不当に侵害しないよう留意すべき旨を解説する指針を作成し現場における正しい運用を促す、と答弁した。しかし、令和6（2024）年12月に指針が策定された後、都の担当者は「前提として、顧客等の個別の行為をカスハラ〔カスタマーハラスメント〕か否か、東京都が明確に線引きすることは困難である」と述べた⁸¹。カスタマーハラスメントか否かの判断に迷う事例が多いことから、規制法の制定を含め国レベルで対策を進めることが必要である、との意見もある⁸²が、今般の法案提出に際しても、線引きに曖昧さが残るとの指摘が見られた⁸³。法案審議においても、法案が成立した場合の指針策定の際などにも、向き合うべき課題となると言える。

2 実効性

平成29（2017）年検討会の報告書（平成30（2018）年3月）は、「顧客や取引先からの著しい迷惑行為」について、①実効性のある予防策を講じることは一般的には困難な面がある⁸⁴、②顧客には就業規則など事業主がつかさどる規範の影響が及ばないため、対応に実効性が伴わな

⁷⁹ 全国消費者団体連絡会「雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会 意見」（第4回雇用の分野における女性活躍推進に関する検討会 資料5）2024.4.12. 厚生労働省ウェブサイト <<https://www.mhlw.go.jp/content/11909000/001244043.pdf>>; 「カスハラ、対策急務も客保護は」『日本経済新聞』2024.8.15, 夕刊。

⁸⁰ 令和6年東京都議会経済・港湾委員会速記録第9号 令和6年9月27日 <<https://www.gikai.metro.tokyo.lg.jp/record/economic-port-and-harbor/2024-09.html>>

⁸¹ 須之内理史「東京都条例から考える企業の対応」『金融法務事情』2254号, 2025.3.25, p.37.

⁸² 「東京都カスハラ防止条例 線引き困難、対応手さぐり 国の法規制求める声も」『共同通信』2024.10.4.

⁸³ 「カスハラ対策 義務化」『東京新聞』2025.3.12.

⁸⁴ 例えば、従前の4種類のハラスメントの場合、潜在的な加害者である管理職層等の自社労働者に対し社内研修等の啓発を行うことができるが、カスタマーハラスメントについては、加害者が自社労働者ではないためこのような予防措置が難しい。櫻井洋介「カスタマーハラスメント対応の課題と実践」『NBL』1287号, 2025.4.1, p.6.

い場合がある、③顧客の要求に応じないことや、顧客に対し対応を要求することが事業の妨げになる場合がある、等のことを指摘し、事業主が従前のハラスメント⁸⁵と同様の措置を「顧客や取引先からの著しい迷惑行為」についても講じることには一定の限界がある、としていた⁸⁶。

他方、令和6(2024)年12月の労働政策審議会による建議は、カスタマーハラスメントについて事業主の措置義務を法定するのに伴い、講ずべき措置の内容を指針において明確化することとし、その具体的な内容として、従前の4種類のハラスメントと共通のものを挙げた(II4参照)。平成30(2018)年当時と現在とではカスタマーハラスメントに対する事業主の認識や姿勢に違いがあるとしても、カスタマーハラスメント対策の実効性確保の難しさは今般の法案提出に際しても依然として指摘されており⁸⁷、課題として残されている⁸⁸。

おわりに

カスタマーハラスメントは、刑事事件に発展する事例や、被害者が自殺に追い込まれる事例があるなど労働安全の観点から看過できない問題である。その一方、これまでの政府、企業、労働組合等の取組は、必ずしも問題解決の決定打とはなっていない。

今般の法案についても、他のハラスメントとは異なるカスタマーハラスメント特有の課題などが残されている。法案が成立した場合にも、その影響を引き続き注視し、各方面の権利のバランスを取りつつ実効性のある施策を形にしていくことが求められる。

⁸⁵ この議論の時点で事業主の措置義務が法定されていたのは、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、育児休業等に関するハラスメントの3種類である。

⁸⁶ 職場のパワーハラスメント防止対策についての検討会 前掲注(18), pp.25-26.

⁸⁷ 「カスハラ対策、企業に迫る 関連法案が閣議決定」『日経速報ニュース』2025.3.11.

⁸⁸ 実効性に関しては、都条例と同様に、法律にカスタマーハラスメントを禁止する規定を設けることにより、民事上の賠償責任が肯定されやすくなるとの指摘もある(山川隆一ほか「座談会 カスタマーハラスメント対策の現状と展望」『ジュリスト』1605号, 2025.1, pp.28-29.)。今般の法案には、国の啓発等の責務(努力義務)を定める中に、「[カスタマーハラスメントを]行ってはならないこと…に対する事業主その他国民一般の関心と理解を深めるため…」との文言があるが、明確な禁止規定は盛り込まれていない。