



カスタマーハラスメントについて

令和7年5月9日

弁護士 森山 雄平

E-mail : moriyama_y@clo.gr.jp

第1 カスタマーハラスメント概論

近時、カスタマーハラスメント（以下、「カスハラ」といいます。）に関して連日報道がなされるなど、カスハラについての世間の関心は高まっています。カスハラについて問題意識を持ち、対策方針や具体的な対応を定めて、ホームページ等で公表する企業も多くなっています。

また、東京都をはじめとする、各自治体がカスタマーハラスメントに関する条例を成立させるなど、行政の動きも活発化しております¹。

本稿では、カスハラに関して、その概要を論じさせていただきます。

1 カスタマーハラスメントとは

本稿を読まれている方は、カスハラと聞いてどのような行為を思い浮かべるでしょうか。ニュース等でよく見聞きするのは、電話で暴力的な発言を行う、実際に対面で長時間居座る・暴行を行うといった事例と思われます。

本稿執筆時点でカスハラを定義する法令は存在しません²。もっとも、厚生労働省作成の「カスタマーハラスメント企業対策マニュアル³」において、カスハラとは、「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

¹東京都カスタマーハラスメント防止条例に関しては、西中弁護士・内田弁護士執筆の弊所事務所ニュース「東京都カスタマーハラスメント防止条例について」（弊所事務所ニュース第117号、2025年1月）をご参照ください。

² なお、政府はカスハラ対策を企業に義務づける労働施策総合推進等の改正法案を国会（第217回国会（令和7年常会））に提出しています。同改正法案では、①顧客、取引先、施設利用者その他の当該事業主の行う事業の利害関係者が行う②社会通念上許容される範囲を超えた言動である③労働者の就業環境が害される、の3つを充足するものがカスハラ（同改正案では、「顧客等言動問題」と定義されています（同改正法案による改正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（以下「改正法案による改正法」といいます。）34条1項））にあたるとされています（改正法案による改正法34条1項、33条1項）。

³ <https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/000915233.pdf>

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」とされています。また、東京都カスタマーハラスメント防止条例においては、「顧客等から就業者に対し、その業務に関して行われる著しい迷惑行為であって、就業環境を害するもの」とされ（同条例2条5号）、「著しい迷惑行為」については、「暴行、脅迫その他の違法な行為又は正当な理由がない過度な要求、暴言その他の不当な行為をいう」（同条例2条4号）とされています⁴。

このように、カスハラに該当するか否かは、要求内容の妥当性、手段の相当性という2点から判断されます。

2 カスタマーハラスメントが注目されている理由

要求内容が妥当でないもしくは手段が相当でないという、カスハラに該当するクレームは以前から存在していました。では、なぜ今になってカスハラが注目されているのでしょうか。

1つ目には、企業の顧客対応に関する考え方の変化があります。お客様は神様との言葉のとおり、顧客の要望には是が非でも対応するという発想が強かったように思われます。近年では、不当な要求・理不尽な要求は企業として受け入れる必要はないという発想が世間から受け入れられるようになりました。このような考え方の変化が、カスハラにスポットライトが当たっている要因の一つになっていると思われます。

2つ目には、カスハラを含めたハラスメント対策の重要性が高まっていることが挙げられます。パワハラ、セクハラ等、ハラスメントは多岐にわたり、どの企業においても、社員が安心して勤務するため、また法令遵守・コンプライアンスの観点から、ハラスメント対策が必要であるという認識は社会共通となっています。ハラスメントが生じた場合、安全配慮義務違反として損害賠償を負う可能性があることも、ハラスメント対策を促進させる一要因になっています。

以上のことから、現在になってカスハラが注目されているものと考えられます。

3 カスハラ対策の必要性

(1) カスハラが生じるのは必然であること

カスハラはセクハラ等と異なり、消費者側が行うものであるため、企業がその発生を防止することは困難です。

例えば、取引を行う者を信頼できる者に限定することによって一定程度防止することも考えられます。しかし、一般企業において、取引の対象を限定する

⁴ なお、これらの定義については、法令の改正等によって変わる可能性もあるため留意が必要です。

ということは利益の低下に直結します。企業が一般消費者を対象としてサービスを提供するという経営判断を行っている以上、カスハラが生じることは必然的であり、企業として対応する責務を負います。

(2) カスハラ対策を怠ることによる不利益

ア 従業員への負担

仮に、カスハラについて対策を講じることなく、カスハラに該当するか否か、具体的対応方法について、担当者である従業員に判断させて、是々非々の対応をさせるとしましょう。カスハラに該当するか否かは、具体的な基準があるわけではないため、カスハラに該当すると判断することも勇気がいる行為です。また、対応についても十分な対応か否かもわかりません。カスハラの一態様として暴言等を受けることが非常に多いことからすると、対応すること自体のストレスもあります。結果として、他の業務のパフォーマンス低下や精神疾患といった健康不良を生じることにつながり、最終的には休職、退職となる可能性もあります。

イ 更なるカスハラ被害の拡大

カスハラを行う者の行動原理としては、自己の要求を応諾してもらうために、カスハラ行為に及んでいることが多いです。仮に、十分な対策を取らず、漫然と要求に応じてしまった場合、カスハラを行った者からすれば、当該企業は強く要求すれば応諾してくれるという認識を持ちます。そうすると、次に不満に思ったときにも同様のカスハラ行為に及ぶことが想定されます。更なるカスハラ被害防止の観点からも対策を行う必要があります。

ウ カスハラを予期した対応の必要性

カスハラはいつ来るかわかりません。カスハラが生じてから、一から対策を講じているのでは、適切な対応をとることはおよそ不可能です。適切な対応を行うためにも、前もってどのような対応を取るのか、マニュアルの作成、方針の決定、社内へ周知するといった対策を講じる必要があります。

第2 カスハラ対策について

1 カスハラとクレームの線引き

カスハラについての講演・執筆等を行っているとかスハラとクレームの線引きについて聞かれることが多いです。

上記のとおり、カスハラ概念について該当する・該当しないとの範囲が明確に定まっていらない以上、「ここまでであればカスハラに必ず該当する」という明確な基準もありません。

組織としてカスハラ対策を行うか否かを判断するために、どのような行為をカ

スハラとして取り扱うかを企業において事前に決めておく必要があります。具体的な切り口としては、要求内容が妥当ではない（根拠がない要求である、企業としての対応方針を説明したにもかかわらず、同様の主張を繰り返す等）、1日の電話の回数が多い（1日〇回以上電話してくる）、暴言等を行うといった点を考慮して基準として定めることが考えられます。

もともと、基準を定めたとしても、これに該当するか不明なケースも想定されます。このような場合には、都度該当するか否かを組織全体で判断するということが重要です。

2 具体的なカスハラ対応

(1) カスタマーハラスメント企業対策マニュアルにおいては、以下の8つの事項について取り組むべきとされております⁵。

- ① 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
- ② 従業員のための相談対応体制の整備
- ③ 対応方法、手順の策定
- ④ 社内対応ルールの従業員への教育・研修
- ⑤ 事実関係の正確な確認と事案への対応
- ⑥ 従業員への配慮の措置
- ⑦ 再発防止のための取組
- ⑧ その他①から⑦までの措置と併せて講ずべき措置

(2) 細かな留意点、対応の具体的なテクニック等は様々あります⁶が、最も大事なことは組織として対応することです。

カスハラを行う者の主な目的は自己の要求を認めてもらうことにあります。このような者は、担当者に対して会社という組織から引き離して、個人攻撃を行って組織につけ込むということを行ってきます。また、担当者個人でそれぞれ適宜、是々非々の対応を取ると、現在の状況について等、情報の共有が図られず、適切な対応を取ることも困難になります。さらに、カスハラ対応は担当者にとって負担が大きく、個人として対応方針を選択することも何が正解か不透明で、結果的に更なる重大なクレームになったときには、会社から自らの責任として問題となる可能性もあり、極めて難しい行為です。

⁵ 各対策の概要についてはカスタマーハラスメント企業対策マニュアル18頁以下に記載があります。

⁶ 現在においては、東京都の「カスタマーハラスメント防止に関する指針（ガイドライン）」

(<https://www.hataraku.metro.tokyo.lg.jp/plan/kasuharashishin0612.pdf>) や、「各団体共通マニュアル」(https://www.hataraku.metro.tokyo.lg.jp/plan/kasuharamanual_20250314.pdf)」においてどのような対応が望ましいか・どのような観点を踏まえてマニュアルを作成すべきか等について詳細な記載がなされております。

上記のような事態を避けるため、担当者に判断させるのではなく、組織としてきちんと動くことが重要です。例えば、事前に組織としてどのように対応するか、マニュアル等を定めておけば担当者が対応方針について悩むこと、是々非々の対応をとることはなくなります。組織が適切に連携することによって、事実関係の正確な把握、対応方針の統一化や対応方針を協議するということも可能になります。また、カスハラに毅然と立ち向かうという組織としての方針を打ち出すことも、組織全体の方向性を定め、検討の指針になり、カスハラを行う者に対しては牽制にも繋がります。

このように個々人で対応することではなく、組織全体として対応することがカスハラ対策においては極めて重要です。

第3 終わりに

カスハラ対策については、カスハラの法令レベルでの定義がない等、議論が十分でない部分もありますが、東京都のカスタマーハラスメント防止に関する指針・各団体共通マニュアルの作成、多くの企業が対策方針を公表する等、成熟しつつある状況にあります。今後の議論状況について留意する必要がありますが、これらを参考にしつつ、各企業において積極的にマニュアル策定等の対策を進めることが望ましいと思われます。

以 上

当事務所では、主として名刺交換をさせていただいた方を対象とし、有用な法律情報等をお知らせすべく定期的にメールマガジンを発行させていただいております。また、バックナンバーは[こちら](#)に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本稿は一般的な情報を提供するもので、リーガルアドバイスを目的とするものではありません。本稿記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所の見解ではありません。個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、弁護士の適切なアドバイスを求めていただく必要がございます。お問い合わせ等ございましたら、執筆担当者までご遠慮なくご連絡くださいますよう、お願いいたします。

【配信停止・お問い合わせについて】

今後、本メールマガジンの配信又は配信停止をご希望の方、メールアドレスの変更その他お問い合わせがございましたら、大変お手数ではございますが、下記メールアドレスまでご連絡ください。

(clo_mlstop@clo.gr.jp)