カスタマーハラスメント対策

ひと、くらし、みらいのために
厚生労働省
Ministry of Health, Labour and Welfare

NO! カスハラ

進んでいますか？ あなたの職場のハラスメント対策



カスハラ防止措置が事業主に義務付けられました

2026年10月からすべての事業主にカスタマーハラスメント対策が義務付けられました。措置の具体的な内容等を定める指針を策定しておりますので、事業主の皆さまは、改正法や指針の内容に沿った実効性あるハラスメント対策を講じてください。

詳しくはコチラ

カスタマーハラスメント対策に取り組みましょう!

職場におけるカスタマーハラスメントとは

以下の3つの要素をすべて満たすものを指します。

①顧客、取引の相手方、施設の利用者その他の事業主の行う事業に関係を有する者が行う
②社会通念上許容される範囲を超えた言動により
③労働者の就業環境が害されること

※電話やSNS等のインターネット上において行われるものも含まれます。
※「社会通念上許容される範囲を超えた言動」とは、社会通念に照らして、当該顧客等の言動が契約内容からして相当性を欠くもの、又は手段や態様が相当でないものを指します。
※顧客等からの苦情の全てがカスタマーハラスメントに該当するわけではなく、客観的にみて、社会通念上許容される範囲で行われたものは、いわば正式な申入れであり、カスタマーハラスメントには当たりません。
また、障害者から障害者差別解消法で禁止する不当な差別的取扱いをしないよう求めることや、社会的障壁の除去を必要としている旨の意思を表明すること自体は、カスタマーハラスメントには当たらず、障害者差別解消法に基づき、その実施に伴う負担が過重でないときは、社会的障壁の除去の実施について必要かつ合理的な配慮をしなければならないことに留意が必要です。

●この判断に当たっては、様々な要素(当該言動の目的、当該言動を受けた労働者の問題行動の有無や内容・程度を含む当該言動が行われた経緯や状況、業種・業態、業務の内容・性質、当該言動の態様・頻度・継続性、労働者の属性や心身の状況、行為者との関係性等)を総合的に考慮することが適当です。
●「言動の内容」及び「手段や態様」に着目し、総合的に判断することが適当です。
●「言動の内容」、「手段や態様」の一方のみが社会通念上許容される範囲を超える場合でも該当し得ます。
●社会通念上許容される範囲を超えるかどうかの判断に当たっては、事業主又は労働者の側の不適切な対応が当該言動の原因や背景となっている場合もあることにも留意する必要があります。

「言動の内容が社会通念上許容される範囲を超えるもの」の例

●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
- 性的な要求、労働者のプライバシーに関わる要求

●契約等により想定しているサービスを著しく超える要求
- 契約内容を著しく超えたサービス提供の要求

●対応が著しく困難な又は対応が不可能な要求
- 契約金額の著しい減額の要求

●不当な損害賠償要求
- 商品やサービス等の内容と無関係である不当な損害賠償要求



「手段や態様が社会通念上許容される範囲を超えるもの」の例

(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)

●身体的な攻撃(暴行、傷害等)
- 殴る、蹴る、叩く等の暴行
- わざとぶつかること
- 物を投げつけること
- つばを吐きかけること

●精神的な攻撃
(脅迫、中傷、名誉毀損、侮辱、暴言、土下座の強要等)
- 店舗の物を壊すことをほのめかす発言、SNS等のインターネット上へ悪評を投稿することをほのめかす発言によって労働者を脅すこと
- SNS等のインターネット上へ労働者のプライバシーに係る情報の投稿等
- 労働者の人格を否定するような言動(相手の性的指向・ジェンダーアイデンティティに関する侮辱的な言動を含む)
- 土下座の強要
- 盗撮や無断での撮影
- 労働者の性的指向・ジェンダーアイデンティティに関するいわゆる「アウティング」やいわゆる「カミングアウト」の強要・禁止

●威圧的な言動
- 大きな声で労働者や周囲を威圧
- 反社会的な言動



●継続的、執拗な言動
- 同様の質問の執拗な繰り返し
- 当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な責め立て
- 同様の電子メール等の執拗な繰り返しの送りつけ

●拘束的な行動
(不退去、居座り、監禁)
- 長時間に渡る居座り、電話での労働者の拘束

カスタマーハラスメントの判断基準

現場で迷わないように、カスハラの判断基準を共有しておこう!

社内であらかじめカスタマーハラスメントの判断基準を明確にした上で、企業内の考え方、対応方針を統一して現場と共有しておくことが重要です。その際、

①顧客等の言動に妥当性はあるか、
②社会通念に照らして、その手段・態様が許容される範囲であるか

という観点で判断することが考えられます。

※顧客等とは、顧客、取引の相手方、施設（駅、空港、病院、学校、福祉施設、公共施設等）の利用者その他の当該事業主の行う事業に関係を有する者を指します。
（今後商品の購入やサービスの利用等をする可能性がある者も含みます。）

①顧客等の言動（主張、要求）の内容に妥当性はあるか

顧客等の主張について、まずは事実関係を確認し、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。

（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、商品の瑕疵などがなければ、顧客の要求には正当な理由がないと考えられます。



②社会通念に照らして、その手段・態様が許容される範囲か

顧客等の言動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許容される範囲であるかを確認します。

（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妥当性を欠く場合が多いと考えられます。また、顧客等の要求内容に妥当性がある場合であっても、その言動が暴力的・威圧的・継続的・拘束的である場合は、社会通念上許容される範囲を超えていると考えられ、カスタマーハラスメントに該当し得ます。



- **殴る・蹴るといった暴力行為は、カスハラであることはもちろん、犯罪に該当します。**
- **カスハラかどうかに関わらず、顧客等からの言動で労働者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。**

カスタマーハラスメント対策の基本的な枠組み

労働者への周知と、事後の迅速・適切な対応がカギ!

カスタマーハラスメントを防止するために、事業主が必ず講じなければならない
具体的な措置の内容は以下のとおりです。下線部分はカスタマーハラスメント対策独自の措置です。

事業主の方針等の明確化、労働者への周知・啓発

①カスハラには**毅然とした態度で対応し、労働者を保護する**旨の方針を明確化し、労働者に周知・啓発する
→①の方針を店内にポスター等で掲示し、顧客へ周知することも有効!
②カスハラの内容及び**あらかじめ定めた対処の内容を、労働者に周知する**

相談体制の整備

③相談窓口をあらかじめ定め、労働者に周知する
※**相談に対応する担当者として労働者の上司にあたる管理監督者等を定める**ことも考えられます。
④相談窓口担当者が、適切に対応できるようにする
※相談者の心身の状況や当該言動が行われた際の受け止めなどその認識にも配慮する
※現実に生じている場合だけでなく、発生のおそれがある場合や、カスハラに該当するか否か微妙な場合であっても、広く相談に対応し、適切な対応を行うようにする
→放置することで就業環境が悪化することを防ぐことが重要!

事後の迅速かつ適切な対応

⑤事実関係を迅速かつ正確に確認する
- **管理監督者等がその場で事実関係を確認**したり、相談窓口の担当者、関係部門又は専門の委員会等が、相談者から事実関係を確認したりします。

※行為者が他社の労働者の場合は、必要に応じて、他の事業主に事実関係の確認への協力を求めることも含まれます。
⑥速やかに被害者に対する配慮のための措置を適正に行う
- **管理監督者等が被害者に代わって対応**したり、被害者と行為者を引き離したりします。

⑦再発防止に向けた措置を講ずる
- あらためて①の方針や②の対処の内容を周知したり、カスハラの原因・背景となった商品・サービス・接客等の問題がある場合にはその改善を図ります。

対応の実効性を確保するために必要なカスハラの抑止のための措置

⑧**特に悪質と考えられるカスハラへの対処の方針をあらかじめ定め、労働者に周知し、当該対処を行うことができる体制を整備する**

併せて講ずべき措置

⑨相談者のプライバシーを保護するために必要な措置を講じ、労働者に周知する。
⑩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、労働者に周知する。

カスタマーハラスメントを防止するための望ましい取組

■カスタマー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取組を行うこと(労働者が顧客等への対応力の向上を図るために必要な取組や労働者が顧客等への理解を深めるために必要な取組等)
■カスタマーハラスメントは、業種・業態等によりその被害の実態や必要な対応も異なると考えられることから、それぞれの状況に応じた必要な取組を進めること。(同じ業種・業態等の複数の事業主が一体となって取組を行う等)
■事業主の方針の明確化等を行う際に、他の事業主が雇用する労働者に対する言動について、カスタマーハラスメントを行ってはならない旨の方針を併せて示すこと
■事業主の方針の明確化等を行う際に、自ら雇用する労働者以外に、以下の対象者に対しても同様の方針を併せて示すこと
○取引先等の他の事業主が雇用する労働者
○労働者以外の者(個人事業主等)

カスタマーハラスメントに発展させないために



カスタマーハラスメント対策は業種・業態等におけ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が重要です! 初期段階での適切な対応も重要です!

発展させないためのステップ

対象を明確にして謝罪する

STEP 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。
- 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**非があった**と判断をしたときには、過失の程度に応じた謝罪をする。

状況を正確に把握する

STEP 2

- 顧客等が主張する**内容を正確に把握する。反論はせず**まずはひと通り事情を確認する。
- 不明確な点や不足情報があれば**追加で確認**し、勘違いがあれば**正しい情報を提供**する。

現場監督者(一次相談対応者)または相談窓口に情報共有する

STEP 3

- 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。
- 正確かつ迅速に状況を把握するため、現場対応者はできるだけ**事実関係を時系列で整理して報告**する。

発展させないための対応

現場での対応

- 場所を変え、**複数で対応**する。
- 相手が感情的になっていても、**丁寧な話し方**で冷静に対応する。
- 詳細に情報を確認し、**メモを取って**要点を確認する。
- **議論は避け**、問題を解決しようとする前向きの姿勢を見せる。
- その場しのぎの回答はしない。
- 後で確認して回答するなど**冷却期間を設ける**。



電話での対応

- 苦情専用電話を設置し、**録音が出来る**ようにしておく。
- 第一受信者が責任を持ち、問い合わせ**案件のたらい回しをしない**。
- メモを取りながら話を聞き、**復唱して確認する**。
- 即時回答でき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**。

※録音等に当たっては個人情報の保護に関する法律等を遵守し、顧客等の個人情報を適切に取り扱うこと。



顧客訪問による対応

- 冷静になりにくい**夜間や早朝の訪問は避ける**。
- 喫茶店など周囲の目がある場所が好ましく、また、あらかじめ訪問先について合意し、合意した場所以外には行かないようにする。
- あらかじめ問い合わせ内容への**対応方針を決めておく**。
- できるだけ**複数で訪問する**。

カスタマーハラスメント対策に取り組むことによるメリット

カスハラ対策が、職場環境の向上につながる!

取組を進める企業からの「声」

- 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、対応できるようになりました。
- 対応方法を明示することで労働者が働きやすくなりました。
- 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。
- 顧客対応に関連する訓練、研修の受講後は、落ち着いて対応ができるようになりました。



労働者への影響

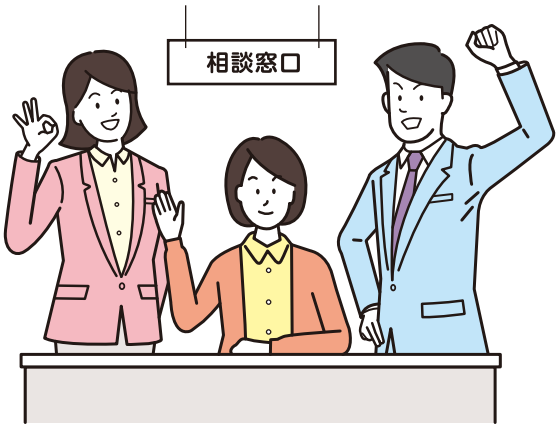
- 職場環境が明るくなり、労働者から笑顔が出るようになりました。
- 会社としてカスタマーハラスメントに対する姿勢を示したことで労働者の安心感が生まれました。



労働者を守ることを行動で示し、職場環境が向上!

その他、**労働者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認識できる**、人材の確保が難しい中、カスタマーハラスメント対策等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つながる**といった声も寄せられています。

企業においては、カスタマーハラスメント対策を進めることで、前向きな効果が期待でき、カスタマーハラスメント対策に取り組む意義は大きいと考えられます。



カスタマーハラスメントに関するお問い合わせは
都道府県労働局雇用環境・均等部(室)へ

https://www.mhlw.go.jp/content/000177581.pdf
開庁時間　8時30分～17時15分(土・日・祝日・年末年始を除く)

(令和8年11月作成)