

カスタマーハラスメントの防止に関する指針



令和8年3月

静岡県

はじめに

近年、顧客等からの正当な理由のない過度な要求、暴言、長時間の拘束など、いわゆるカスタマーハラスメントの問題が深刻化している。

カスタマーハラスメントは、就業者の人格や尊厳を害するだけでなく、働く意欲の低下や離職による人材不足、安定した事業活動への支障を生じさせ、本県の持続的な発展に悪影響を及ぼすものであり、特に、宿泊業、飲食サービス業、卸売業、小売業、医療・福祉など日常的に顧客対応を行う業種において、その影響は顕著である。

令和5年(2023年)に行われた国の調査によると、約3割の企業で、過去3年間に就業者からカスタマーハラスメントに関する相談があり、相談件数の推移はパワーハラスメントやセクシュアルハラスメントと比較しても、カスタマーハラスメントの相談件数が増加していると回答した企業は増加傾向にある。また、カスタマーハラスメントは、正当な苦情や要望との区別や法的対応の難しさ、職場の適切なサポート体制への不安等が課題となっている。

国では、カスタマーハラスメントへの対策を強化しており、令和4年(2022年)には、企業がカスタマーハラスメントに対応するための指針として、「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」を策定した。

さらに、令和7年(2025年)6月には、労働施策総合推進法が改正され、その中でカスタマーハラスメントへの対策が事業主の措置義務として明記された。これにより、企業はカスタマーハラスメントに対して、より具体的な対応が求められることになった。

地方公共団体においても、東京都、北海道、群馬県、愛知県など複数の自治体がカスタマーハラスメント防止条例を制定し、地域の実情に応じた防止対策の取組が広がっている。

こうした状況を踏まえ、本県においても、カスタマーハラスメントに関する実態調査の実施に加え、学識経験者、経済団体、労働者団体、消費者団体等で構成する「静岡県カスタマーハラスメント防止対策協議会」を設置し、総合的かつ効果的なカスタマーハラスメント防止対策に関する多角的な意見交換を行った。

その結果、県、事業者、就業者、顧客等の各主体が一体となり、社会全体でカスタマーハラスメントの防止に取り組むことを明確に示すため、カスタマーハラスメント防止条例を制定する方針を決定し、関係機関との調整やパブリックコメントの実施等を経て、令和7年(2025年)10月に、基本理念や県、事業者、就業者、顧客等の責務、県が実施する防止施策等を定める「静岡県カスタマーハラスメント防止条例(静岡県条例第48号)」(以下、「条例」という。)を制定した。

本指針は、就業者と顧客等が互いに尊重し合いながら、カスタマーハラスメントのない持続可能な社会の実現を図るため、条例第10条第1項第1号の規定に基づき、各主体の責務、県の施策、事業者の取組等、カスタマーハラスメントを防止するために必要な事項を定めるものとして策定した。

なお、本指針は、カスタマーハラスメント防止施策の実施状況その他社会経済情勢の変化を勘案し、必要に応じて見直しを行うものとする。

目次

I	カスタマーハラスメントの内容に関する事項	1
1	事業者の定義と考え方	1
2	就業者の定義と考え方	2
3	顧客等の定義と考え方	3
4	カスタマーハラスメントの定義と考え方	5
5	カスタマーハラスメントの禁止	10
6	適用上の注意	13
II	県、事業者、就業者及び顧客等の責務に関する事項	22
1	県の責務	22
2	事業者の責務	23
3	就業者の責務	25
4	顧客等の責務	26
III	県の施策に関する事項	27
1	施策の推進	27
2	財政上の措置	29
IV	その他カスタマーハラスメントの防止に必要な事項	30
1	条例附則	30
V	事業者の取組に関する事項	31
1	未然防止	32
(1)	基本方針等の明確化と周知	32
(2)	就業者のための相談体制の整備	34
(3)	外部支援機関との連携体制の整備	37
(4)	教育・研修の実施	38
2	発生時対応	41
(1)	初期対応の方法	41
(2)	顧客等への行為の中止要請・取引制限等の対応措置	43
3	事後対応	46
(1)	就業者の心身ケアと適切な対処	46
(2)	対応事例の共有と再発防止策の策定	47
	【資料編】	48
1	相談先一覧	49
2	静岡県カスタマーハラスメント防止条例の制定経過	52
3	静岡県カスタマーハラスメント防止条例(静岡県条例第 48 号)	53
4	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)(抜粋)	56
5	カスタマーハラスメント防止対策チェックリスト	58

I カスタマーハラスメントの内容に関する事項

1 事業者の定義と考え方

条例第2条第1号

事業者 県内で事業を行う法人その他の団体又は個人をいう。

(1) 「県内」の考え方

県内に事務所、事業所等を有する場合又は県内で継続的に事業を行っている実態がある場合をいう。

【県内の具体例】

例	考え方
県内に営業所がある保険会社	・ 県内で継続的に事業を行っているため該当する。
県内の他社に継続的に人材を派遣する、県外に本社を有する人材派遣会社	・ 県外に事業所があっても、県内で継続的に事業を行っている実態があるため該当する。
県内で活動する個人の家庭教師	・ 店舗の有無を問わず、県内で継続的に事業を行っている実態があるため該当する。
毎年2回、県内でグッズ販売を行う、県外に本社を有する雑貨店	・ 業務が特定の時期や催事に限定されていても、県内で継続的に事業を行っている実態があるため該当する。

(2) 「事業」の考え方

一定の目的をもってなされる同種の行為の反復継続的な活動を指し、営利の目的をもってなされるかどうかを問わない。

(3) 「事業者」の考え方

法人	法律の規定により権利能力が認められた組織
その他の団体	法人ではないが、実体として組織的に活動し、対外的に事業を行う団体
個人	個人で事業を継続的に行う者

【事業者の具体例】

法人	株式会社、合同会社、特定非営利活動法人、一般社団・財団法人、公益社団・財団法人、医療法人、社会福祉法人、国・地方公共団体 等
その他の団体	自治会、保護者会(P T A)、労働組合、市民団体 等
個人	個人事業主(飲食店・美容師・訪問介護・フランチャイズ加盟店の経営者等)、フリーランス、宅配員(業務委託)、個人家庭教師、個人農家等

※上記は例示であり、これらに限るものではない。

2 就業者の定義と考え方

条例第2条第2号

就業者 県内で業務に従事する者(事業者の行う事業に関連し、県外でその業務に従事する者を含む。)をいう。

(1) 「就業者」の考え方

県内の事務所又は事業所等で業務に従事している者並びに県内で業務に従事している実態がある者をいい、労働基準法や労働組合法に規定する「労働者」に加え、有償・無償や就業形態を問わず、事業者の行う事業に関連した業務に従事するすべての個人(自然人)を含む。

【就業者の具体例】

- ・企業従業員(正社員、パート、アルバイト、契約社員、派遣社員 等)
- ・公務員(国家公務員、地方公務員)
- ・団体職員(財団法人、社団法人、NPO法人 等)
- ・企業・団体役員(代表取締役、執行役員 等)
- ・個人事業主(個人農家・漁師、商店主、開業医、弁護士 等)
- ・フリーランス
- ・家族従事者
- ・議員(国会議員、地方議員)
- ・首長(知事、市町長)
- ・就業体験者(インターンシップ、中学生の職場体験 等)
- ・ボランティア従事者(地域行事補助員、災害ボランティア、防犯パトロール)
- ・社会活動従事者(P T A役員、自治会役員)

(2) 「業務」の考え方

顧客対応、商品・サービスの提供、事務処理等の経済的な活動に加え、地域行事(祭り・清掃・防災訓練)、災害ボランティア、防犯パトロール等の社会活動を含む。

(3) 「事業者の行う事業に関連し、県外でその業務に従事する者」の考え方

県外の出張先でテレワークを行う従業員、県外在住で県内事業者の業務を受託するフリーランスなど、従事する業務の実態が県内事業者の事業との間に相当の関係性を有する場合も「就業者」に含む。

【「事業者の事業に関連し、県外でその業務に従事する者」の具体例】

類型	具体例
県外出張	県内企業の社員が、県外の取引先で顧客対応等の業務を行う
テレワーク	県内企業の社員が、県外の自宅から顧客対応等の業務を行う
フリーランス	県外在住のフリーランスが、県内企業の業務を行う
派遣・委託	県内企業が委託した業務を、県外の企業や個人が行う
鉄道・運輸業	県内企業の鉄道やトラックの運転手が、業務として県外まで運転を行う

※上記は例示であり、これらに限るものではない。

3 顧客等の定義と考え方

条例第2条第3号

顧客等 就業者から商品又はサービスの提供を受ける者(その提供を受けようとする者を含む。)その他の就業者の従事する業務に関係を有する者をいう。

(1) 「顧客等」の考え方

県民であるか否かを問わず、カスタマーハラスメントの行為者となり得るすべての個人(自然人)をいう。

(2) 「就業者から商品又はサービスの提供を受ける者(その提供を受けようとする者を含む。)」の考え方

「商品」とは、日用品、衣料品、電化製品等の有体物をいう。

「サービス」とは、観光バスのツアーガイドや美容院でのヘアカット、弁護士相談等の無体物をいい、水道、子育て支援、年金、公共施設の運営等の行政サービスも含む。

【具体例】

類型	顧客等	就業者
商品又はサービスの提供を受ける者	百貨店で買い物をする客	百貨店従業員
	飲食店で食事をする客	飲食店従業員
	バスの乗客	バスの運転手
	病院で診察中の患者	医師・看護師等医療従事者
	美容室で施術を受ける客	美容師
	企業間取引を行う発注企業の担当者	受注企業の担当者
商品又はサービスの提供を受けようとする者	銀行窓口で順番を待つ客	銀行職員
	保育園見学会で説明を受けている保護者	保育士
	市役所で住民登録の手続きを行う来庁者	市役所職員

※上記は例示であり、これらに限るものではない。

(3) 「その他の就業者の従事する業務に関係を有する者」の考え方

就業者の従事する業務に関して利害関係を有する者又は当該業務の目的、性質、個々の状況等により相当の関係性が認められる者をいう。

【具体例】

類型	顧客等	就業者
その他の就業者の従事する業務に関係を有する者	建設会社が実施する工事・開発事業に係る近隣住民	建設会社の担当者
	介護施設の利用者の家族	施設職員
	学校・塾等の保護者	教員・講師
	駅伝大会のギャラリー	大会運営スタッフ
	店舗や著名人のSNSにコメントを書き込む者	店舗スタッフ、著名人

※上記は例示であり、これらに限るものではない。

4 カスタマーハラスメントの定義と考え方

条例第2条第4号

カスタマーハラスメント 顧客等の言動のうち、就業者の従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えたものであって、当該就業者の就業環境を害するものをいう。

(1) カスタマーハラスメントの定義

カスタマーハラスメントは、下記の要件すべてを満たすものとする。

- ・ 顧客等の言動であること
- ・ 社会通念上許容される範囲を超えたものであること
- ・ 就業者の就業環境を害するものであること

顧客等の言動の類型によっては、要件をすべて満たさない場合であっても、暴行罪、脅迫罪、傷害罪、不退去罪等の刑法に規定する犯罪に該当し、刑事責任が生じたり、民法上の不法行為に基づく損害賠償の対象となるおそれがある。

(2) 考え方

ア 顧客等の言動

顧客等(3(1)参照)による就業者に対する言葉や行動をいう。

イ 社会通念上許容される範囲を超えたもの

一般的な社会常識や価値観に照らして、顧客等の要求内容が妥当性を欠くもののほか、顧客等の要求内容の妥当性にかかわらず、要求を実現するために用いる手段・態様が違法又は社会通念上不相当であるもの、顧客等の要求内容の妥当性に照らして、要求を実現するために用いる手段・態様が違法又は社会通念上不相当であるものを指す。

ここでいう「手段・態様」とは、顧客等の要求の際の態度や様子を指し、対面による行為に限らず、電話、電子メール、SNS、オンライン会議等による行為も含む。

なお、社会通念上許容されるか否かの判断は、当該行為の目的、就業者の業種、立場、心身の状況等の要素を総合的に考慮することが必要である。

ウ 就業者の就業環境を害するもの

身体的・精神的苦痛により職場環境が不快なものとなり、その能力の発揮に重大な影響が生じるなど、業務の遂行に看過できない程度の支障が生じることをいう。

この判断に当たっては、同様の状況で当該言動を受けた場合、社会一般の就業者が業務に従事する上で看過できない程度の支障が生じたと感じるような言動であるか、いわゆる「平均的な就業者の感じ方」を基準として判断することが適当である。

なお、当該言動の頻度や継続性は、就業環境を害するかを判断するにあたり重要な要素であるが、たとえ当該言動が1回のみであっても、強い身体的又は精神的苦痛を与えるような手段・態様で行われた場合は、「就業環境を害するもの」に該当する場合がある。

(3) カスタマーハラスメント行為の種類

(1)及び(2)の考え方を踏まえ、カスタマーハラスメントに該当するおそれがある行為を例示する。

ア 顧客等の要求内容が妥当性を欠くと考えられる行為

要求内容	具体例
就業者が提供する商品・サービスに瑕疵・過失が認められないもの	<ul style="list-style-type: none"> ・ 欠陥のない商品を新しい商品に交換するよう要求する。 ・ サービスの内容について事前に十分な説明が行われているにもかかわらず、「聞いていない」、「知らなかった」と一方的に主張し、返金や契約の解除を要求する。
要求の内容が、就業者の提供する商品・サービスの内容と関係がないもの	<ul style="list-style-type: none"> ・ 就業者の提供した商品と無関係の私物の故障等について金銭補償を要求する。 ・ 従業員の個人的な連絡先や住所を教えるよう要求する。

※上記は例示であり、これらに限るものではない。

イ 顧客等の要求内容の妥当性にかかわらず、要求を実現するための手段・態様が違法又は社会通念上不相当であると考えられる行為

顧客等の要求内容の相当性にかかわらず、その要求を実現するために用いられる手段・態様が違法であったり、社会通念上不相当なものであれば、カスタマーハラスメントに該当するおそれがある。

このようなケースは、事実関係を十分に整理した上で、個別の状況に応じて該当の有無を判断することが求められる。例えば、殴る、蹴る、物を投げるなどの身体的暴力行為は、違法性が明白であり、それ自体が直ちにカスタマーハラスメントに該当する。また、大声での叱責、長時間にわたる拘束、脅迫的な発言などは、要求の内容自体に相当性が認められたとしても、社会通念上不相当なものとしてカスタマーハラスメントに該当するおそれがある。

手段・態様	具体例
身体的・精神的な攻撃	<ul style="list-style-type: none"> ・ 就業者を殴る、蹴る、唾を吐く。 ・ 就業者や関係者を殺すと発言して脅す。 ・ 就業者の人種、容姿、人格を否定するような発言をする。 ・ 土下座を強要する。
威圧的な言動	<ul style="list-style-type: none"> ・ 店内で就業者を大声で責める。 ・ 反社会的勢力とのつながりをほのめかす。
継続的・執拗な言動	<ul style="list-style-type: none"> ・ 長時間にわたり同じ質問や無理な要求を繰り返す。 ・ 就業者の軽微な誤認を理由に、執拗に責める。
拘束的な言動	<ul style="list-style-type: none"> ・ 要求への対応が不十分であると主張し、その要求が達成されるまで店内に居座り続け、退去を拒む。
性的な言動	<ul style="list-style-type: none"> ・ つきまとい行為(ストーカー行為)を行う。 ・ わいせつな言動を行う。

手段・態様	具体例
就業者個人への攻撃や嫌がらせ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業務上関係の無い就業者の容姿や服装等に言いがかりをつける。 ・ 就業者個人が特定できるような写真を無断で撮影し、中傷するコメントをSNS等に投稿する。

※上記は例示であり、これらに限るものではない。

ウ 顧客等の要求内容の妥当性に照らして、要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当であると考えられる行為

顧客等の言動の内容に妥当性が認められる場合であっても、その要求を実現するための手段や態様が社会通念上不相当である場合には、カスタマーハラスメントに該当するおそれがある。

例えば、商品やサービスに瑕疵があることを理由に、顧客等が就業者に対し金銭的な賠償や謝罪を丁寧な口調で要求したとしても、その請求額が社会通念上著しく高額である場合や、既に一定の対応がなされているにもかかわらず、正当な理由なく過度な謝罪を繰り返し要求する場合等はカスタマーハラスメントに該当するおそれがある。

また、顧客等の要求内容が、就業者にとって物理的・技術的に実現困難な行為である場合や、対応方法が極めて抽象的で具体性を欠くために就業者が対応に苦慮するような内容である場合にも、カスタマーハラスメントに該当するおそれがある。

類型	具体例
過度な商品交換の要求	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一般的な商品の不備に対し、より高価な限定生産品やプレミアム品との交換を要求する。 ・ 既に販売を終了している商品との交換を要求する。
過度な金銭補償の要求	<ul style="list-style-type: none"> ・ 数百円の商品の不備に対し、数十万円単位の金銭補償を求める。 ・ 軽微なサービスの不備に対し、精神的苦痛を理由に多額の慰謝料を請求する。
過度な謝罪の要求	<ul style="list-style-type: none"> ・ 軽微な接客ミスに対し、「自宅まで謝りに来い」と要求する。 ・ 既に店頭で謝罪したにもかかわらず、後日、謝罪を繰り返し要求する。
対応が著しく困難又は不可能な要求	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営業時間外の電話対応を要求する。 ・ 物理的に極めて困難な期間での荷物の配送を要求する。
抽象的な要求	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「誠意を見せろ」などの漠然とした要求を繰り返す。

エ カスタマーハラスメント行為によって抵触するおそれのある法令

罪 名	内 容	罰 則
不退去罪 (刑法第130条)	正当な理由がないのに、人の住居若しくは人の看守する邸宅、建造物若しくは艦船に侵入し、又は要求を受けたにもかかわらずこれらの場所から退去しなかった場合	3年以下の拘禁刑又は10万円以下の罰金
傷害罪 (刑法第204条)	人の身体を傷害した場合	5年以下の拘禁刑又は50万円以下の罰金
暴行罪 (刑法第208条)	人に対して暴行を加えた場合(ただし、人を傷害するに至らなかった場合)	2年以下の拘禁刑又は30万円以下の罰金等
脅迫罪 (刑法第222条)	①生命、身体、自由、名誉又は財産に対し害を加える旨を告知して人を脅迫した場合 ②親族の生命、身体、自由、名誉又は財産に対し害を加える旨を告知して人を脅迫した場合	2年以下の拘禁刑又は30万円以下の罰金
強要罪 (刑法第223条)	①生命、身体、自由、名誉若しくは財産に対し害を加える旨を告知して脅迫し、又は暴行を用いて、人に義務のないことを行わせ、又は権利の行使を妨害した場合 ②親族の生命、身体、自由、名誉又は財産に対し害を加える旨を告知して脅迫し、人に義務のないことを行わせ、又は権利の行使を妨害した場合	3年以下の拘禁刑
名誉毀損罪 (刑法第230条)	公然と事実を摘示し、人の名誉を毀損した場合	3年以下の拘禁刑又は50万円以下の罰金
侮辱罪 (刑法第231条)	事実を摘示しなくても、公然と人を侮辱した場合	1年以下の拘禁刑又は30万円以下の罰金等
信用毀損罪及び業務妨害罪 (刑法第233条)	虚偽の風説を流布し、又は偽計を用いて、人の信用を毀損し、又はその業務を妨害した場合	3年以下の拘禁刑又は50万円以下の罰金
威力業務妨害罪 (刑法第234条)	威力を用いて人の業務を妨害した場合	3年以下の拘禁刑又は50万円以下の罰金

罪 名	内 容	罰 則
恐喝罪 (刑法第249条)	①人を恐喝して財物を交付させた場合 ②人を恐喝して財産上不法の利益を得、又は他人にこれを得させた場合	10年以下の拘禁刑

※上記は例示であり、これらに限るものではない。

※この他、軽犯罪法においても、日常生活や公共の場における秩序、静穏等を害するおそれのある比較的軽微な行為が処罰の対象とされている。また、静岡県迷惑行為等防止条例においても、粗野又は乱暴な行為や反復したつきまとい等が禁止され、処罰の対象とされている。このように、カスタマーハラスメントに類する行為は、軽犯罪法、静岡県迷惑行為等防止条例その他の法令等に抵触するおそれがある。

5 カスタマーハラスメントの禁止

条例第4条

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。

(1) 禁止の趣旨・目的

カスタマーハラスメントは、就業者の人格又は尊厳を害するだけでなく、働く意欲の低下、離職による人材不足及び事業者の安定した事業活動への支障を生じさせ、本県の持続的な発展に悪影響を及ぼすものである。こうした深刻な事態を未然に防止し、県民に、「カスタマーハラスメントを行ってはならない」という共通認識を広め、社会全体でカスタマーハラスメントの防止に向けた機運の醸成を図ることを目的として、カスタマーハラスメントの禁止を規定している。

(2) 「何人も」の考え方

個人・団体の属性や居住地(県内・県外)にかかわらず、カスタマーハラスメントの行為者となり得る者すべてが対象となる。

(3) 「あらゆる場において」の考え方

店舗や窓口等の対面による接客対応のほか、イベント・セミナーの運営、企業間ミーティング、電話・オンラインの問い合わせ等カスタマーハラスメントが発生し得るあらゆる場面や状況が含まれる。

【カスタマーハラスメントに該当し得る場面の例】

場面	行為者 (顧客等)	被行為者 (就業者)	行為者の言動例
飲食店	購入者	店員	・ 料理の提供が遅れたことに対し、店員から謝罪を受けているにもかかわらず、執拗に返金を要求し、威圧的な言動を繰り返す。
小売店			・ 店員から、希望する商品が品切れである旨の説明を受けた後も納得せず、怒鳴る、長時間居座るなどして精神的負担を与える。
通信販売		オペレーター	・ 軽微な事実誤認に対し、同じ内容の電話を繰り返し行い、長時間にわたりオペレーターを拘束して業務を妨害する。
観光施設	観光客	施設職員	・ 施設案内の順路に不満を持ち、施設職員に対し大声で叱責したり、人格を否定する発言を繰り返し、業務を妨害する。

場面	行為者 (顧客等)	被行為者 (就業者)	行為者の言動例
公共交通機関	乗客	駅員	・ 自然災害等による運行遅延について駅員から説明を受けているにもかかわらず、当該駅員に暴言を浴びせながら運送約款上認められない運賃部分の払い戻しを執拗に要求する。
医療機関	患者、家族	医師、看護師	・ 診療内容や待ち時間への不満から、医師、看護師等に対し、土下座による謝罪を強要し、診療業務を妨害する。
宿泊施設	宿泊客	フロントスタッフ	・ 清掃不備の説明や改善対応が行われた後も、過度な金銭補償や謝罪を繰り返し要求し、フロントスタッフを長時間拘束する。
住宅建築	施主	現場監督、 施工スタッフ	・ 軽微な工期遅延を理由に、契約内容を超える高額な金銭補償を求め、現場監督や施工スタッフに威圧的な言動を繰り返す。
行政窓口	市民	市役所職員	・ 窓口対応への不満から、職員を怒鳴る、机を叩くなどの威圧的な行為を行う。
企業間取引	発注企業の 担当者	受注企業の 担当者	・ 正当な理由がないにもかかわらず、取引先に対し、仕様変更や過度な納期短縮を一方向的に要求する。
ボランティア	地域住民	スタッフ	・ イベントの運営への不満から、スタッフの胸ぐらをつかむ、土下座を強要する。
政治活動	住民	地方議員	・ 政策への不満から、地方議員に対し、長時間・反復的に電話やSNSで連絡を行い、人格を否定する発言や過剰な謝罪を要求し業務を妨害する。
美容室	顧客	美容師	・ 施術結果への不満から、説明や再対応の提案を受けているにもかかわらず、過剰な金銭補償や謝罪を繰り返し強要する。
学校	保護者	教員	・ 授業内容や生活指導への不満から、教員を長時間拘束し、過度な説明・謝罪を執拗に求める。

場面	行為者 (顧客等)	被行為者 (就業者)	行為者の言動例
PTA活動	保護者	役員	・ 行事の運営不備を理由に、役員個人に対し、嫌がらせや誹謗中傷を行い、過度な謝罪要求や責任追及を繰り返す。
保育園		保育士、園長	・ 園内で負った軽いけがへの対応について、謝罪とともに丁寧な説明を受けているにもかかわらず、保育士や園長に対し、感情的な言動を繰り返し、退職を要求する。
薬局	来局者	薬剤師、 受付スタッフ	・ 法令や医療安全上対応できない調剤を求め、説明後も納得せず、薬剤師や受付スタッフに対し、強い口調で要求を繰り返す。
フィットネスジム	会員	指導員	・ 特定の指導員につきまとい、個人の連絡先や住所を執拗に聞く。

※上記は例示であり、これらに限るものではない。

(4) 罰則規定等について

本条には、懲役、拘禁刑、罰金、科料等の罰則規定や違反者の氏名公表措置は設けていないが、カスタマーハラスメントの行為類型は、以下に例示する法律等の処罰対象となり得ることに留意すること。

【関係法令】

- ・ 刑法(明治40年法律第45号)や特別刑法(以下「刑法等」という。)に反する行為は、刑法等により処罰の対象となるおそれがある。
- ・ 財産的・精神的損害が発生した場合は、民法(明治29年法律第89号)の不法行為責任に基づく損害賠償請求権が発生するおそれがある。
- ・ 企業間取引においては、独占禁止法(昭和22年法律第54号)や中小受託取引適正化法(昭和31年法律第120号)に違反する行為があった場合は、罰金その他の刑事上の措置や課徴金等の対象となるおそれがある。

6 適用上の注意

条例第5条

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留意しなければならない。

(1) 適用上の注意の趣旨・目的

社会通念上許容される範囲の苦情や要望は、商品の品質やサービスの改善等につながるものであり、直ちにカスタマーハラスメントに該当するものではない。

本条例の適用に当たっては、消費者基本法(昭和43年法律第78号)、消費者契約法(平成12年法律第61号)、障害者差別解消法(平成25年法律第65号)その他の関係法令により保障されている顧客等の正当な権利を不当に侵害することのないよう、十分に留意する必要がある。

また、医療・福祉、宿泊業、運輸業等の公共性の高い業種には、事業者に対しサービスの提供義務を課している場合がある。そのため、顧客等に対し、正当な理由なくサービスの提供を拒否することのないよう、併せて留意することが求められる。

【関係法令上留意すべき事項の例】

消費者基本法(第2条)

①消費生活における基本的な需要が満たされる権利

(例)生活必需品や電気・ガス・水道などのインフラサービスが安定して供給される。

②健全な生活環境が確保される権利

(例)健康で文化的な生活を送るため、安全で快適な生活環境(きれいな空気、水、廃棄物問題など)が守られる。

③安全が確保される権利

(例)危険な製品(火災の原因になる電化製品など)が市場に出回らないよう、安全基準を設けて規制する。

④選択の機会が確保される権利

(例)複数の事業者の商品やサービスから品質や価格、安全性など比較検討し、自らの意志で自由に選択できる。

⑤必要な情報が提供される権利

(例)商品の製造過程や価格、アレルギー表示が明示される。

⑥教育の機会が提供される権利

(例)学校や地域で消費者教育等が実施される。

⑦意見が政策に反映される権利

(例)消費者が商品やサービスに関する疑問や不満、改善要望を企業や行政(県民生活センターなど)に伝え、商品改善や政策に活かされる。

⑧適切・迅速に救済される権利

(例)不良品交換、返金、損害賠償請求が円滑に行えとともに、県民生活センターや裁判所による紛争解決支援が受けられる。

消費者基本法(第5条第1項1～5号)

(事業者の責務等)

- ①消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- ②消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- ③消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- ④消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- ⑤国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

消費者契約法(第3条第1項1～2号)

(事業者及び消費者の努力)

- ①消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が、その解釈について疑義が生じない明確なもので、かつ、消費者にとって平易なものになるよう配慮すること。
- ②消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものの性質に応じ、事業者が知ることができた個々の消費者の年齢、心身の状態、知識及び経験を総合的に考慮した上で、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供すること。

障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律(第8条第2項)

(事業者における障害を理由とする差別の禁止)

- ・事業者は、その事業を行うに当たり、障害者から現に社会的障壁の除去を必要としている旨の意思の表明があった場合において、その実施に伴う負担が過重でないときは、障害者の権利利益を侵害することとならないよう、当該障害者の性別、年齢及び障害の状態に応じて、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。

共生社会の実現を推進するための認知症基本法(第7条)

(日常生活及び社会生活を営む基盤となるサービスを提供する事業者の責務)

- ・公共交通事業者等、金融機関、小売業者その他の日常生活及び社会生活を営む基盤となるサービスを提供する事業者は、国及び地方公共団体が実施する認知症施策に協力するとともに、そのサービスを提供するに当たっては、その事業の遂行に支障のない範囲内において、認知症の人に対し必要かつ合理的な配慮をするよう努めなければならない。

(2) 「顧客等の権利を不当に侵害しない」の考え方

法令等で規定する顧客等の正当な権利に基づき、社会通念上相当な範囲で行われた苦情や要望に対し、安易にカスタマーハラスメントと判定することで、正当な理由なく商品やサービスの提供を制限したり、拒否したりしないことをいう。

なお、顧客等への対応が「不当な侵害」に該当するか否かは、顧客等の要求の内容や手段・態様に加え、就業者の業種や心身の状況、業務環境等の諸要素を総合的に勘案して判断する必要がある。

【(1)で例示した法令の趣旨に反するおそれがある場合の例】

事例	内容
録音対応	請求金額が誤っていたことについて説明を求める顧客等に対し、そのことのみを理由として、威圧的であるとして録音を開始する。
商品不具合への対応	商品の不具合について冷静に返金を求める顧客に対し、態度が威圧的であるとみなし、対応を拒否する。
退去要求	予約時間を大幅に遅れて案内されたことについて説明を求める顧客に対し、他の利用者への迷惑になることを理由として退去を求める。
問い合わせの拒否	契約内容の基本的な事項について、丁寧な口調で複数回問い合わせを行った顧客に対し、それのみを理由として今後の対応を拒否する。
意見表明(対面)への対応	接客対応に対する不満や改善を求める意見を述べた顧客に対し、業務妨害であるとみなし、以後の利用を拒否する。
意見表明(SNS)への対応	店舗を利用した顧客が、SNS上において丁寧な表現で改善提案を投稿したことを理由として、当該顧客の以後の利用を拒否する。
国籍等による制限	宿泊施設において、トラブルの未然防止を理由として、外国籍であることのみをもって宿泊を制限する。
認知症の人への対応	認知症のある人が、電車やバスにおいて繰り返し運転手に行先を尋ねたり、支払いに時間を要したことのみを理由として、降車を求める。
障害のある人への対応	呼吸機能障害のある人が、体力面の不安を理由として、スーパーの従業員に対し購入品の車内への積み込みを依頼したところ、サービスの対象外であることのみを理由に、代替手段の検討を行うことなく、一律に対応を拒否する。

※上記は例示であり、これらに限るものではない。

(3) 認知症や障害のある人への対応における留意点

顧客等が認知症の人又は障害のある人など、合理的な配慮を要する人である場合は、他の顧客等からは求められない対応を求める言動がなされることがあるが、当該言動を直ちにカスタマーハラスメントとは判断せず、当該言動の背景を総合的に踏まえた合理的配慮の提供を先に検討することが求められる。

これらの配慮を欠いたまま一方的に対応を打ち切ることは、差別的な対応と受け取られる場合があることに十分留意すること。

【合理的配慮の具体例】

障害区分	場面	配慮が必要な状況	提供する合理的配慮の例
視覚障害	行政	通常の案内表示では申請窓口が分からない	正面から名乗って声をかけ、受付まで案内する。
	小売店	商品の位置や価格が分からない	点字の案内表の提供や説明表示の読み上げを行う。
聴覚障害	病院	呼び出し音が聞こえない	順番の番号を電光掲示と振動ベルで案内する。
	講演会	片方の耳(例:右耳)が聞こえない	左耳で聞き取れるよう講師に向かって右側に配席する。
肢体不自由	宿泊施設	立ってシャワーを浴びることができない	シャワーチェア又は代替となるパイプ椅子を貸し出す。
	公共施設	トイレや階段の使用が難しい	車椅子利用者向けエレベーターの案内や多機能トイレを設置する。
内部障害 難病	郵便局	手が硬直し、自分では書類が記載できない	本人確認の上、職員が代筆する。
	宿泊施設	医療機器を使うため、電源が必要	事前に電源の場所や機器使用の可否を確認し、必要に応じ延長コードを貸し出す。
知的障害	図書館	行動の特性で声を出す	保護者から特性について聞き取り、個室の利用を案内する。
	飲食店	メニュー表の内容の理解が難しい	身振り手振りやコミュニケーションボード等を用いて視覚的に内容を説明する。
精神障害	市役所	窓口への訪問を不安に感じる	書類の事前送付・持参を案内する。
	学校	教室内での授業が難しい	保健室等の別室で対応する。
発達障害	学校	黒板の文字の書き写しに時間がかかる	デジタルカメラやタブレット端末による黒板の写真撮影を許可する。
	郵便局	待つ順番が理解しにくい	口頭で順番を丁寧に説明し、必要に応じて番号の呼び出しを代読する。

障害区分	場面	配慮が必要な状況	提供する合理的配慮の例
認知症	交通機関	1回だけの説明では、目的地への行き方が理解できない	乗車中に目的地を随時案内し、目的地では降車を支援する。
	電話窓口	短期間に同じ商品を何度も購入する	過去の注文状況を確認し、顧客が真に必要としているか聞き取った上で注文の受付を判断する。

※上記は例示であり、これらに限るものではない。

内閣府資料「障害者 差別解消法(合理的配慮の提供等事例集)」等を参考に作成

(4) サービスの提供の義務等

医療・福祉、宿泊業、運輸業など、公共性の高い役割を担う業種においては、関係法令により、正当な理由がなければ、その利用を拒んではならない旨が規定されている。

このため、顧客等からの苦情や要望に対し、その内容や手段・態様が不適切であるという理由のみをもって、事実関係の確認や改善の可能性等の検討を十分に行わないまま、直ちにサービスの提供を拒否することは、顧客等の正当な権利を不当に侵害するおそれがあり、民法上の不法行為として損害賠償責任を負う場合がある。

そこで、顧客等からの苦情や要望の内容が社会通念上相当と認められる範囲であるかなどカスタマーハラスメントに該当するか否かの判断に際しては、事実関係の確認や改善の可能性の検討を十分に行うとともに、顧客等が障害のある人など特別な配慮を要する場合は、合理的配慮の提供が必要であるかなども踏まえる必要がある。

その上で、顧客等に対し、口頭による注意喚起や書面による警告等を行っても状況が改善されず、就業者の心身の健康や就業環境、事業者の安定した事業活動に重大な支障を及ぼしていると客観的に認められる場合には、当該行為がカスタマーハラスメントに該当するとして、あらかじめ事業者ごとに定める対応方針等に基づき、商品又はサービスの提供の制限又は中止その他必要な措置を講ずることが考えられる。

なお、その判断が、各業法等に規定する正当な理由に基づくものであることが分かるよう、当該顧客の苦情や要望の日時、内容、対応の経緯、講じた措置、就業者の心身の状況等を正確に把握し、記録する必要がある。

サービスの提供の義務が定められている法令の例(一部抜粋)

法令	内容
医師法	<p>第19条第1項 診療に従事する医師は、診察治療の求めがあった場合には、正当な事由がなければ、これを拒んではならない。</p>
道路運送法	<p>第13条（運送引受義務） 一般旅客自動車運送事業者(一般貸切旅客自動車運送事業者を除く。)は、次の場合を除いては、運送の引受けを拒絶してはならない。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 当該運送の申込みが第11条第1項の規定により認可を受けた運送約款(標準運送約款と同一の運送約款を定めているときは、当該運送約款)によらないものであるとき。 2 当該運送に適する設備がないとき。 3 当該運送に関し申込者から特別の負担を求められたとき。 4 当該運送が法令の規定又は公の秩序若しくは善良の風俗に反するものであるとき。 5 天災その他やむを得ない事由による運送上の支障があるとき。 6 前各号に掲げる場合のほか、国土交通省令で定める正当な事由があるとき。
旅館業法	<p>第5条 営業者は、次の各号のいずれかに該当する場合を除いては、宿泊を拒んではならない。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 宿泊しようとする者が特定感染症の患者等であるとき。 2 宿泊しようとする者が賭博その他の違法行為又は風紀を乱す行為をするおそれがあると認められるとき。 3 宿泊しようとする者が、営業者に対し、その実施に伴う負担が過重であつて他の宿泊者に対する宿泊に関するサービスの提供を著しく阻害するおそれのある要求として厚生労働省令で定めるもの*を繰り返したとき。 4 宿泊施設に余裕がないときその他都道府県が条例で定める事由があるとき。 <p>※令和5年12月の法改正により厚生労働省令で定めるもの(カスタマーハラスメント)に該当する行為についても宿泊を拒否できる旨が明記された。</p>

(5) 録音・録画等による記録及び個人情報の取扱い

カスタマーハラスメントへの対応に当たっては、顧客等の言動の内容、要求の態様、対応の経過等を客観的に把握し、就業者の安全確保、事後の検証、関係機関との連携等に備えるため、必要に応じて、顧客等とのやり取りを録音、録画、スクリーンショットの保存その他の方法により記録することが考えられる。

録音・録画等による記録は、事実関係の確認や証拠の保全の観点から有効な手段である。一方で、その内容には個人情報その他の私生活上の情報が含まれる場合があることから、その実施及び記録の取扱いに当たっては、関係法令の趣旨を踏まえ、利用目的に照らして必要かつ相当な範囲で行う必要がある。

なお、会話の録音を行う場合には、事前に相手方の承諾を得ることが望ましいが、承諾を得ない録音であっても、直ちに違法となるものではないとされている。

ただし、その実施に当たっては、方法、場面、利用目的及び記録の管理方法に十分留意する必要がある。

特に、録画を行う場合には、撮影の対象や範囲が必要以上に広がらないようにするとともに、顧客等のプライバシーに十分配慮する必要がある。

ア 録音・録画等の実施目的

録音・録画等は、主として次の目的で行うことが考えられる。

- ・顧客等の言動、要求内容及びその手段・態様等の事実確認
- ・就業者の安全確保及び組織的対応のための情報共有
- ・カスタマーハラスメントの該当性の判断
- ・警察、弁護士その他関係機関との連携
- ・類似事案の再発防止及び研修への活用

イ 実施に当たっての基本的な考え方

録音・録画等は、就業者の安全確保又は事実確認のため必要な範囲で行うものとし、その範囲を超えて広く記録することのないよう留意する必要がある。

特に、顧客等の氏名、顔、音声、連絡先、相談内容その他の情報が含まれる場合には、個人情報保護の観点から、その取得、利用、保存及び共有について適切に管理する必要がある。

ウ 周知の考え方

事業者は、電話対応において通話内容を確認する目的で録音する場合には、その旨を自動音声、案内表示等により周知することが望ましい。

また、店舗、窓口、受付等において録画装置や防犯カメラを設置する場合には、その設置目的を明らかにした掲示等を行うことが望ましい。

ただし、就業者に対する暴力、脅迫その他緊急性の高い言動が行われている場合など、就業者の安全確保又は事実確認のため直ちに記録する必要があるときは、この限りでない。

エ 個人情報やプライバシーに関する注意点

録音・録画等の実施及び記録の取扱いに当たっては、主として次の法令等の趣旨に留意する必要がある。

(ア) 個人情報の保護に関する法律

録音・録画等により取得した記録が特定の個人を識別できる情報である場合には、個人情報に該当し得ることから、その取得、利用、保存及び第三者への提供等について適正な取扱いが求められる。

(イ) プライバシーへの配慮

必要かつ相当な範囲を超えて私生活上の情報を収集し、又は不適切に公表した場合には、法的責任が生じるおそれがある。

(ウ) 名誉毀損罪、侮辱罪等

録音・録画等により取得した記録を SNS 等に投稿し、就業者又は顧客等の名誉を傷つけた場合には、刑事責任又は民事上の責任が生じるおそれがある。

オ 記録の管理

録音・録画等により取得した記録は、対応責任者その他業務上必要な範囲の者に限って共有し、目的外に利用しないようにする必要がある。

また、保存期間、保存場所及び閲覧権限等をあらかじめ定め、不要となった記録については適切に削除又は廃棄することが望ましい。

カ 顧客等の権利への配慮

録音・録画等は、事実確認又は就業者の安全確保のための手段であり、顧客等からの正当な苦情や要望を一律に制限するために用いるべきものではない。

また、その実施に当たっては、顧客等の権利を不当に侵害しないよう配慮する必要がある。

キ 就業者の適切な対応

近年はスマートフォン等により録音・録画等が容易に行われる環境にあることから、顧客等が録音・録画等を行っている可能性も想定される。

このため、録音・録画等の有無にかかわらず、就業者は組織の基本方針等に沿った冷静かつ適切な対応を行うことが重要である。



カスタマーハラスメント防止の合い言葉は？
～思いやりの心で、「GOODコミュニケーション」～



就業者から提供された商品やサービスに不満を感じた場合、その内容や事実関係を踏まえ、改善を求める意見や要望を伝えることは、消費者の正当な権利である。

就業者は、顧客等から寄せられた意見や要望の内容を確認した上で、誠実に対応することが求められる。

一方で、意見や要望の伝え方が社会通念上相当な範囲を超える場合には、カスタマーハラスメントに該当し、問題の解決や改善をかえって困難にするおそれがある。

消費者庁が公表している啓発資料においても、消費者が意見や要望を伝える際には、感情的にならずにひと呼吸置き、要求内容を具体的かつ丁寧に伝えること、相手の立場を理解し、就業者の説明にも耳を傾けることが重要であると示されている。

また、就業者は、契約内容、関係法令、安全上の理由等により、顧客等の要望に応じることができない場合がある。

これらの理由により、要求に応じることができない旨の説明を受けたにもかかわらず、結果に納得できないことのみを理由として、就業者に対して暴言や脅迫、過度な要求等を行うことは、正当な意見表明とはいえず、カスタマーハラスメントに該当する。

トラブルを深刻化させることなく、円滑な問題解決や信頼関係の構築を図るためには、就業者と顧客等がそれぞれの立場や役割を理解し、互いに尊重し合いながら、冷静かつ節度ある対話、すなわち「GOODコミュニケーション」を心がける必要がある。

【静岡県作成】
カスタマーハラスメント
防止啓発ポスター →



Ⅱ 県、事業者、就業者及び顧客等の責務に関する事項

1 県の責務

条例第6条

- 1 県は、第3条に規定する基本理念(以下「基本理念」という。)にのっとり、カスタマーハラスメントを防止するために必要な施策(以下「カスタマーハラスメント防止施策」という。)を実施するものとする。
- 2 県は、カスタマーハラスメント防止施策の実施に当たっては、国、市町その他の関係機関との連携に努めるものとする。

(1) 県の責務の趣旨・目的

条例第6条では、本条例の制定主体である県の責務として、国、市町その他の関係機関と連携しながらカスタマーハラスメントを防止するために必要な施策を実施することを明示している。

(2) 第1項について

条例第3条の基本理念にのっとり、事業者、就業者及び顧客等に対し、カスタマーハラスメントを防止するために必要な施策を実施する責務を負うことを定めている。

防止施策の具体的な内容は【Ⅲ 県の施策に関する事項】で後述する。

(3) 第2項について

カスタマーハラスメント防止施策の実施に当たり、国、市町、その他の関係機関と連携するよう努めることを明示している。カスタマーハラスメントを防止するためには、社会全体で取り組んでいくことが重要であり、国の関係法制や施策との整合を図るとともに、県民に身近な行政主体である市町等と協働しながら、地域の実情に応じた取組を推進していく必要がある。

2 事業者の責務

条例第7条

- 1 事業者は、基本理念にのっとり、カスタマーハラスメントに係る問題に対する就業者の関心と理解を深めるとともに、県が実施するカスタマーハラスメント防止施策に協力するよう努めなければならない。
- 2 事業者は、カスタマーハラスメントにより就業者の就業環境が害されることのないよう、必要な体制の整備、カスタマーハラスメントを受けた就業者の安全の確保、カスタマーハラスメントを行った顧客等に対する当該行為の中止の申入れその他の必要な措置を講ずるよう努めなければならない。
- 3 事業者は、その行う事業に関して就業者が顧客等としてカスタマーハラスメントを行わないように必要な措置を講ずるよう努めなければならない。
- 4 事業者は、他の事業者からカスタマーハラスメントの防止に関し必要な協力を求められた場合には、これに応ずるよう努めなければならない。

(1) 事業者の責務の趣旨・目的

条例第7条では、顧客等からのカスタマーハラスメントを防止するための事業者の責務を明示している。

ここでいう「責務」とは、本条例に定める県、事業者、就業者及び顧客等に対し、果たすべき役割や取組を示す規定であり、努力義務を課すものである。

本条の違反に対する罰則規定等は設けていないが、社会全体でカスタマーハラスメントの防止を図ることとする基本理念を実現するため、事業者の行動の指針となる重要な規定である。

(2) 第1項について

ア 「関心と理解を深める」の考え方

カスタマーハラスメントは、就業者の就業環境を害するだけでなく、事業者の安定した事業継続にも影響を及ぼすものである。そのため、事業者は、就業者がカスタマーハラスメントの背景や発生要因等に関心と理解を深め、適切な対応方法を習得できるよう、必要な周知啓発や研修等を実施することが求められる。

イ 「県が実施するカスタマーハラスメント防止施策に協力する」の考え方

カスタマーハラスメントは、社会全体でその防止が図られなければならないが、県が実施する各種防止施策の実効性を高めるためには、事業者の主体的な協力が必要不可欠である。

(3) 第2項について

ア 「必要な体制の整備、カスタマーハラスメントを受けた就業者の安全の確保」の考え方

労働契約法(平成19年法律第128号)第5条に規定される事業者の安全配慮義務に基づき、就業者が安心して働ける職場環境を守るため、カスタマーハラスメントの未然防止や就業者の安全の確保に資する体制整備に取り組む必要がある。

イ 「当該行為の中止の申入れ」の考え方

カスタマーハラスメントが発生した場合には、顧客等に対し速やかに当該行為の中止を申し入れるとともに、必要に応じて、退去要請、出入り禁止、商品・サービスの提供停止等必要な措置を講じることが求められる。

ただし、正当な理由なくこれらの対応を行うことは、消費者法制等で規定される顧客等の権利の侵害につながるおそれがあるため、事実関係を的確に把握し、客観的に判断することが重要である。

(4) 第3項について

「就業者が顧客等としてカスタマーハラスメントを行わない」の考え方

就業者は、他の事業者との取引時には、「顧客等」の立場となる場面がある。この場合、自らがカスタマーハラスメントの行為者となるおそれがあるため、事業者は、自社の就業者に対する研修の実施や社内ルールの整備など、取引先の就業者に対しカスタマーハラスメントを行わないよう必要な措置を講じることが求められる。

(5) 第4項について

事業者は、その就業者が、顧客等として他の事業者の業務に従事する就業者に対し、カスタマーハラスメントを行った場合において、当該他の事業者から、事実関係の確認、是正措置又は再発防止策の検討等について協力を求められた場合は、誠実に対応することが求められる。この場合における協力は、当該事案に係る事実関係の確認や再発防止を図るため必要な範囲に限られるものであり、当該行為を行った就業者の私生活に関する情報その他業務上不要な個人情報を提供することまでを求めるものではない。

また、協力に当たっては、個人情報の保護及び守秘義務に配慮し、関係法令等を踏まえ、適切な方法により行う必要がある。

～企業間取引時におけるカスタマーハラスメント～

企業間取引においても、実質的に優越的地位にある発注企業の担当者が、受注企業の担当者に対し、不当な要求や威圧的な言動を行うことで、当該担当者に精神的苦痛を与え、就業環境を害するおそれがある。

なお、企業間取引においては、納期、仕様、品質等に関する通常の業務上の交渉や是正要求が行われることがあるが、これらは契約内容や業務上の必要性に基づくものであり、直ちにカスタマーハラスメントに該当するものではない。一方、契約内容や業務範囲を超える不当な要求や、威圧的な言動により就業環境を害する場合には、カスタマーハラスメントに該当し得ることから、事業者は、事実関係を整理し、個別事情を総合的に考慮した上で適切に判断することが重要である。

このため、事業者は、取引先を顧客と同様に「カスタマーハラスメント防止対策の対象」と位置づけ、相互の尊重の下で公正な取引が行われるよう、社内における防止対策を推進することが求められる。

また、優越的地位を利用した不当な要求等は、独占禁止法や中小受託取引適正化法等に違反し、公正取引委員会による勧告や罰則の対象となるおそれがあることに留意する必要がある。

さらに、業界全体での意識醸成も重要であり、業界団体は、会員企業間における事例共有や研修等を通じて対応基準の整備を進めるとともに、行政や労働関係団体等と連携し、これらの機関が実施する各種支援事業の周知を図ることが望ましい。

3 就業者の責務

条例第8条

- 1 就業者は、基本理念にのっとり、顧客等の権利を尊重し、カスタマーハラスメントに係る問題に対する関心と理解を深めるとともに、カスタマーハラスメントの防止に資する行動をとるよう努めなければならない。
- 2 就業者は、その従事する業務に関して事業者が講ずる前条第2項及び第3項の措置に協力するよう努めなければならない。

(1) 就業者の責務の趣旨・目的

条例第8条では、顧客等によるカスタマーハラスメントを防止するための就業者の責務を明示している。

(2) 第1項について

就業者は、日頃から事業者が策定した対応方針やマニュアルに基づく冷静な対応を心がけるとともに、自らの心身を守るため、カスタマーハラスメントが発生する社会的背景や要因等への関心と理解を深め、カスタマーハラスメントの被害を受けた場合には、ためらわず上司や相談窓口にご相談・報告することが重要である。一方、顧客等が正当な理由をもって商品やサービスの瑕疵や過失を指摘したことに対する就業者の不適切な対応が、顧客等の不満や誤解を招き、カスタマーハラスメントが発生する要因となる場合がある。就業者は、このことに十分留意しながら、業務に関する知識の習得や顧客対応スキルの向上等に努め、カスタマーハラスメントの防止に資する行動を取る必要がある。

(3) 第2項について

事業者が講ずるカスタマーハラスメント対策の実効性を高めていくためには、就業者一人ひとりが、その対策の目的や重要性を十分理解するとともに積極的に協力することが求められる。

4 顧客等の責務

条例第9条

- 1 顧客等は、基本理念にのっとり、カスタマーハラスメントに係る問題に対する関心と理解を深めるとともに、就業者に対する言動に必要な注意を払うよう努めなければならない。
- 2 顧客等は、県が実施するカスタマーハラスメント防止施策に協力するよう努めなければならない。

(1) 顧客等の責務の趣旨・目的

条例第9条では、就業者へのカスタマーハラスメントを防止するための顧客等の責務を明示している。

(2) 第1項について

カスタマーハラスメントを防止するために、行為者となり得る顧客等が、カスタマーハラスメントが発生する社会的背景、行為の種類、就業者及び事業者への悪影響等について、関心と理解を深める必要がある。

併せて、顧客等は、自らと就業者が対等の立場であることを認識し、就業者に身体的・精神的苦痛を与えないよう、苦情や要望の伝え方を工夫するなど自らの言動に注意を払う必要がある。特に、就業者が提供する商品やサービスに瑕疵や過失がある場合であっても、感情的にならないよう一呼吸置き、自らの要求内容を丁寧に伝え、就業者の意見にも耳を傾けながら、問題の解決に向け適切なコミュニケーションを図ることが重要である。

(3) 第2項について

顧客等は、県が実施するカスタマーハラスメント防止施策の実効性を高めるため、これに協力することが求められる。

Ⅲ 県の施策に関する事項

1 施策の推進

条例第10条

- 1 県は、次に掲げるカスタマーハラスメント防止施策を実施するものとする。
 - (1) カスタマーハラスメントの防止に関する指針の策定
 - (2) カスタマーハラスメントの防止に係る支援の事業等に関する情報の提供
 - (3) カスタマーハラスメントの防止に資する行動に関する啓発及び教育
 - (4) カスタマーハラスメントの防止に関する相談及び助言
 - (5) 前各号に掲げるもののほか、カスタマーハラスメントを防止するために必要な施策
- 2 県は、カスタマーハラスメント防止施策を効果的に推進するため、カスタマーハラスメント防止施策の実施及び当該実施状況等の検証に当たっては、学識経験者、経済団体、労働者団体、消費者団体その他の関係者の意見を聴き、カスタマーハラスメント防止施策に反映するよう努めるものとする。

(1) 第1項について

条例第6条で定める「県の責務」に基づき、県は、以下のカスタマーハラスメント防止施策を推進する。

ア カスタマーハラスメントの防止に関する指針の策定

本指針を指し、事業者、就業者及び顧客等の各主体の責務に関する事項、県の施策に関する事項、事業者の取組に関する事項その他カスタマーハラスメントを防止するために必要な事項について定めることを目的として策定する。

イ カスタマーハラスメントの防止に係る支援の事業等に関する情報の提供

本県が実施するカスタマーハラスメント防止施策に加え、国や他の地方公共団体の事例等に関する各種情報をウェブサイト等により広く提供し、事業者、就業者及び顧客等の自主的な取組を支援する。

ウ カスタマーハラスメントの防止に資する行動に関する啓発及び教育

条例で定める基本理念や本指針の考え方を広く周知するため、動画、ポスター、リーフレット等の多様な媒体を活用した広報を行うとともに、事業者及び就業者向けの防止対策セミナーの実施や消費者向け講座との連携等を通じ、社会全体でカスタマーハラスメントを許さない意識の醸成を図る。

エ カスタマーハラスメントの防止に関する相談及び助言

カスタマーハラスメントの防止に当たっては、現場における適切な顧客対応や効果的な再発防止策の策定が重要であるため、事業者、就業者及び顧客等からの相談に対応する体制を整備し、個別具体的な事例に応じた助言や必要な支援へのつなぎを行うことで、職場環境の改善及びカスタマーハラスメント被害の未然防止・再発防止を図る。

オ その他カスタマーハラスメントを防止するために必要な施策

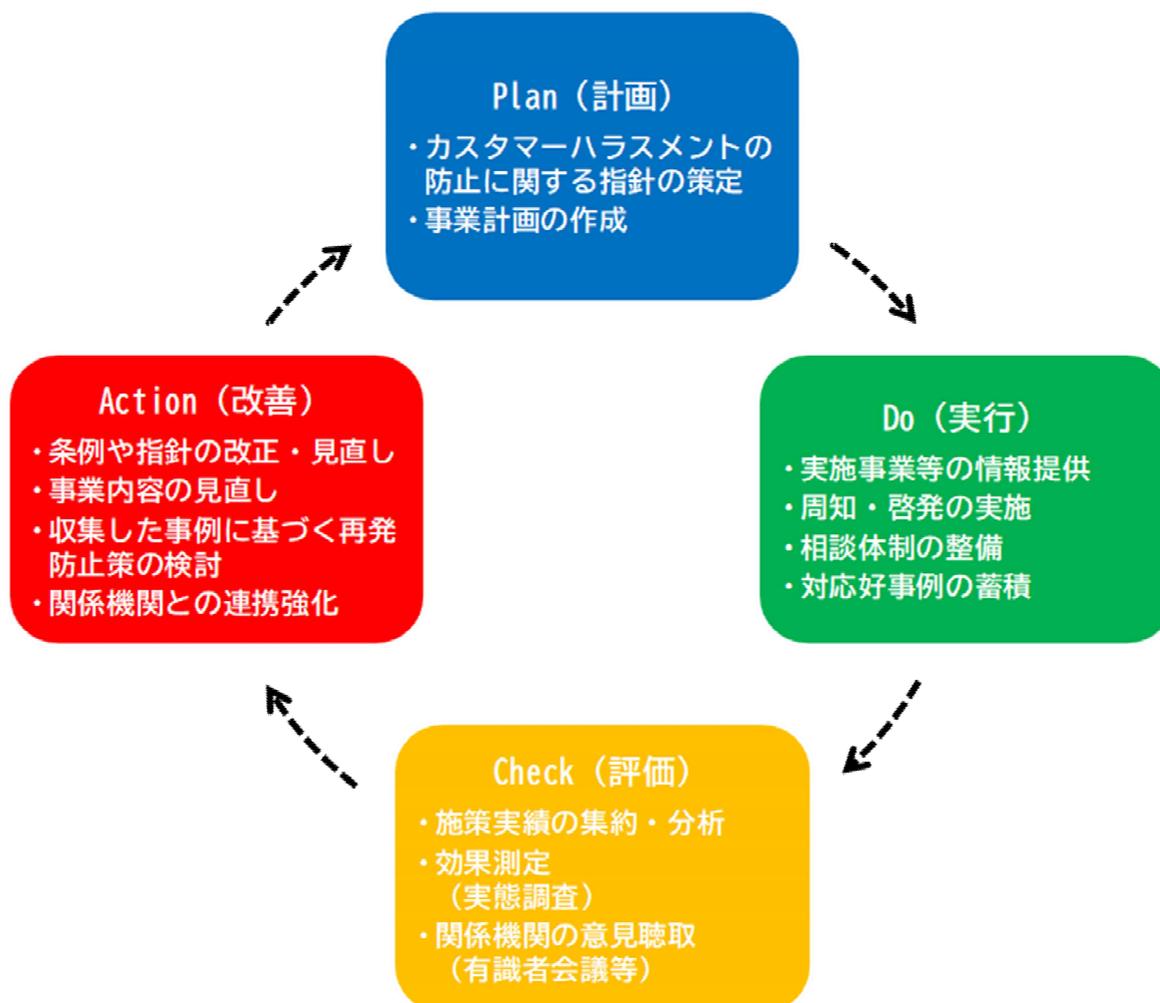
上記の施策以外に、カスタマーハラスメントに関する実態調査、対応好事例の収集及び分析、県内自治体間の施策の実施状況の共有等、社会経済情勢の変化に応じた施策を実施する。

また、これらの施策の推進に当たっては、事業者の事業規模、業種、業務の特性及び人的・資本的な経営資源の実態を踏まえ、特に中小企業において過度な負担とならないよう支援する。

(2) 第2項について

カスタマーハラスメント防止施策の実効性を高めるためには、施策の実施状況等を定期的に検証し、必要に応じて見直しを図る必要がある。この検証に当たっては学識経験者、経済団体、事業者団体、労働者団体、消費者団体その他の関係者の意見を聴取の上、多角的に行うものとする。

【施策の検証イメージ】



2 財政上の措置

条例第11条

県は、カスタマーハラスメント防止施策を推進するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

カスタマーハラスメント防止施策を効果的に推進していくためには、それぞれの取組に対する財政的な裏付けが必要である。本条では、施策の内容や必要性等を十分に検証した上で、県として必要な財政上の措置を講ずるよう努力することとしている。

また、施策の推進に当たっては、事業者の取組状況や経営資源の実態を踏まえ、特に中小企業において過度な負担とならないよう配慮する。

IV その他カスタマーハラスメントの防止に必要な事項

1 条例附則

附則

- 1 この条例は、令和8年4月1日から施行する。
- 2 知事は、カスタマーハラスメント防止施策の実施状況その他社会経済情勢の変化を勘案し、この条例の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

カスタマーハラスメント防止施策を実施するに当たり、国における法改正や他の地方公共団体におけるカスタマーハラスメント防止条例の制定その他社会経済情勢の変化等を踏まえ、適宜検討を加え、必要に応じ条例の見直しを図ることとしている。

V 事業者の取組に関する事項

条例第7条第2項では、「事業者は、カスタマーハラスメントにより就業者の就業環境が害されることのないよう、必要な体制の整備、カスタマーハラスメントを受けた就業者の安全の確保、カスタマーハラスメントを行った顧客等に対する当該行為の中止の申入れその他の必要な措置を講ずるよう努めなければならない。」と規定している。当該規定は、事業者が就業者の就業環境を保護するため主体的に取り組むべき事項を示したものである。

これを踏まえ、本指針においては、カスタマーハラスメントへの対応に関する基本的な考え方や事業者が取り組む体制整備の例を、「未然防止」、「発生時対応」、「事後対応」の3段階に分けて示している。

もっとも、カスタマーハラスメントの類型や発生状況は、業種、職種、提供する商品・サービスの性質等によって大きく異なり、すべての事業者に共通する画一的な対応を定めることは難しいことから、本指針は、あくまで一般的な例を記載することとしている。

また、中小企業においては、事業者の取組状況や経営資源の実態を踏まえ、可能な範囲で段階的に取り組むことが望ましい。あわせて、外部支援機関との連携や外部リソースの活用、所属団体との一体的な取組等により、実効性を高めることも有効である。

このため、事業者においては、本指針の内容を参考にしつつ、事業規模や業務実態、顧客等との関係性などを踏まえ、実効性のある対応方針の策定や体制整備を進める必要がある。

対応方針の策定に当たっては、現場の実情に即したものとなるよう、就業者の意見や実際の相談事例、苦情対応の記録、既存のマニュアルとの整合性等を総合的に勘案することが重要である。

なお、令和7年6月に成立・公布された改正労働施策総合推進法において、新たにカスタマーハラスメントの防止に関する規定が盛り込まれた。同法は、令和8年10月1日から施行され、本指針の策定日以後に施行されることとなる。

このため、同法の施行後においては、本指針に定める事項のうち、法律に基づく措置の対象となる部分については、同法の規定に基づき対応することとし、それ以外の部分については、本指針に基づき、引き続き必要な対策を講ずることとする。

【事業者が取り組むカスタマーハラスメント防止対策の例】

項目	内容
1 未然防止	(1) 基本方針等の明確化と周知
	(2) 就業者のための相談体制の整備
	(3) 外部支援機関との連携体制の整備
	(4) 教育・研修の実施
2 発生時対応	(1) 初期対応の方法
	(2) 顧客等への行為の中止要請・取引制限等の対応措置
3 事後対応	(1) 就業者の心身ケアと適切な対処
	(2) 対応事例の共有と再発防止策の策定

1 未然防止

(1) 基本方針等の明確化と周知

効果的なカスタマーハラスメント対策を講じる上で、まず重要となるのは、組織としての基本方針や基本姿勢を明確に定め、組織のトップ自らが周知することである。組織のトップが、カスタマーハラスメントを許さない姿勢を組織内外に明確に示すことで、就業者の安心感と一体感が生まれ、定められた基本方針等に基づく一貫性のある対応が可能となる。

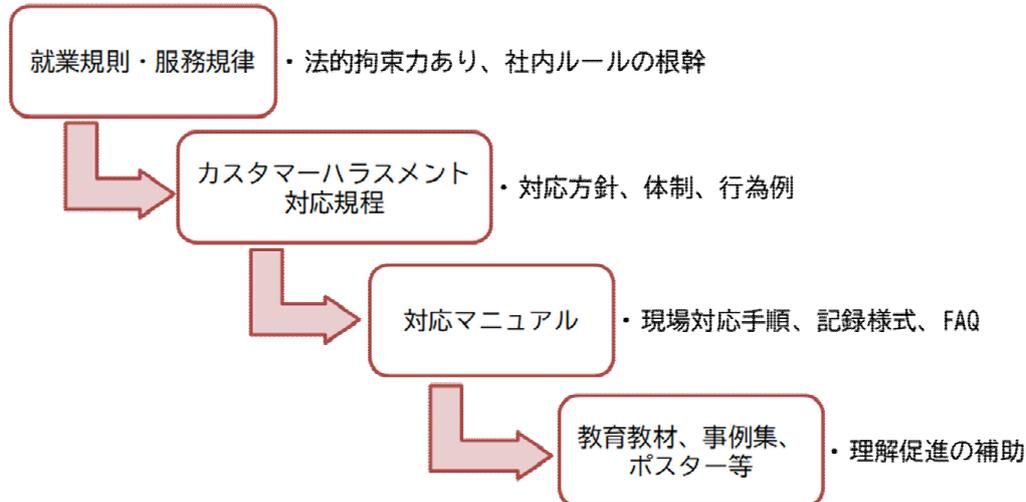
さらに、こうした基本方針等を業務委託先や取引先などの社外の関係者にも周知し、認識を共有することは、防止対策の実効性を高める有効な手段と考えられる。

ア 主な取組内容の例(基本方針等の策定・周知の具体策)

取組項目	内容
基本方針の明確化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 組織としてカスタマーハラスメントを容認しないことや、被害を受けた就業者が顧客等に対し毅然と対応した結果、顧客等が不快と感じた場合であっても、それが組織の方針に則った対応である限り、懲戒処分等の不利益な取扱いを行わないこと等を明記した基本方針を経営トップのメッセージとともに策定し、就業者の萎縮を防止する。 <p>【基本方針に含める要素の例】<small>(厚生労働省「カスタマーハラスメント対策マニュアル」抜粋)</small></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ カスタマーハラスメントの内容 ✓ カスタマーハラスメントは自社にとって重大な問題である ✓ カスタマーハラスメントを放置しない ✓ カスタマーハラスメントから就業者を守る ✓ 就業者の人権を尊重する ✓ 常識の範囲を超えた要求や言動を受けたら、周囲に相談して欲しい ✓ カスタマーハラスメントには組織として毅然とした対応をする
就業規則、社内規程等への反映	<ul style="list-style-type: none"> ・ 就業規則、服務規律、カスタマーハラスメント対応規程等に反映する。 ・ 自社の就業者がカスタマーハラスメントを受けた場合の安全確保に関する措置及び自社の就業者が顧客等の立場で取引先企業の担当者等にカスタマーハラスメントを行った場合の懲戒処分等に関する措置を明確にする。
企業トップの発信	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社内ネットワーク等を活用し、すべての就業者に対し組織の基本方針を発信する。
研修・ミーティングの実施	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基本方針等の内容を朝礼や定期的な社内研修等で説明する。 ・ ランチミーティングや意見交換会等、困りごとを共有できる場を整備する。
社外関係者への周知	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基本方針の内容を簡易的なパンフレットに記載するとともに、ハラスメント対応における相互連携を委託や取引条件とすることを契約書や協定書等に明記し、カスタマーハラスメント防止対策に対する理解促進を図る。

顧客等への周知	・ポスター、リーフレット、動画等を活用し、カスタマーハラスメントを容認しない旨を店頭又はウェブサイトで周知する。
---------	--

イ 就業規則・社内規程等の位置づけ(イメージ図)



ウ 対応例

項目	内容
ICT等活用	<ul style="list-style-type: none"> ・社内ネットワーク上に「カスタマーハラスメント対策ページ」を開設し、基本方針、組織対応フロー、相談窓口の連絡先を掲載する。 ・組織対応力の向上を図るため、定例ミーティングで基本方針等のポイントを説明するとともに、eラーニングによる理解度テストを実施する。
店舗	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗内に、「お客様との良好な関係のために」等の文言入りポスターを掲示し、カスタマーハラスメントが発生した場合は、掲示されたポスターを指差しながら説明する。
企業間取引	<ul style="list-style-type: none"> ・取引先との間に「カスタマーハラスメントの防止に関する協定書」を締結し、発注企業と受注企業が対等な立場で商談を進める関係性にあることを明記し、各企業の担当者間の精神的ストレスを軽減させる。
委託	<ul style="list-style-type: none"> ・委託先(施設警備・清掃会社等)職員を対象に、自社のカスタマーハラスメント対応方針に関する理解促進を図るための月例ミーティングを実施し、自社スタッフの離職防止及び委託会社との良好な関係性の構築を図る。

※厚生労働省ホームページ「あかるい職場応援団」を参考に作成

(2) 就業者のための相談体制の整備

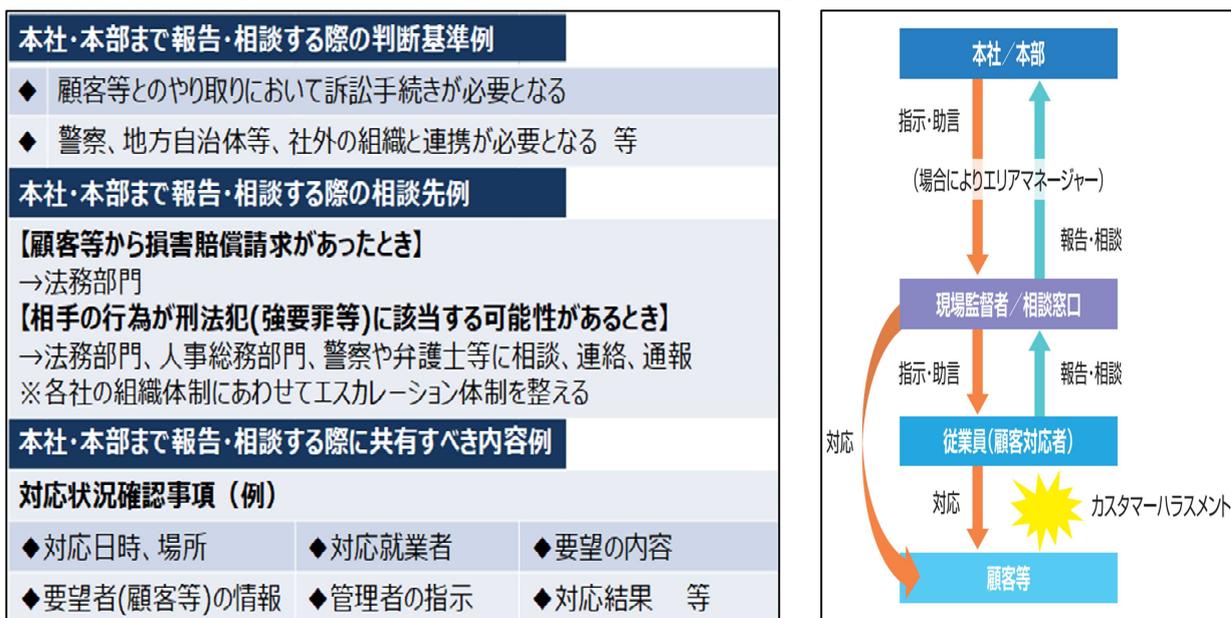
顧客等からの正当な理由に基づく苦情・要望とカスタマーハラスメントとの判別が難しい場面では、就業者の対応の誤りから顧客等との関係性が悪化することで、就業者の精神的負担が増大し、休職・離職等につながるおそれがある。前述した組織としての基本方針等の明確化と周知に加え、就業者が相談できる窓口を整備することは、就業者が安心して働くことのできる職場環境づくりに寄与するものである。

相談窓口は、対面、メール、電話など複数の方法で相談を受けられるような配慮、困難事例発生時のエスカレーション(上司や関係部署に判断や対応を引き継ぐこと)の基準の設定、関係機関との連携体制の整備等を通じて、実効的に機能することが求められる。

ア 主な取組内容の例

取組項目	内容
相談窓口・専用部署の設置	<ul style="list-style-type: none"> 人事労務部署やコンプライアンス部署等で対応する。 匿名相談可とし、必要に応じ心理職、弁護士等と連携する。
相談対応者向けマニュアルの整備	<ul style="list-style-type: none"> 相談者のプライバシー保護、心理的ケアの実施、継続的なフォローアップ、相談を理由とする解雇等不利益な取扱いの禁止等を規定する。
連携体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> 重大案件は迅速に本社法務・人事部署、警察、弁護士等につなぎ、店舗や現場との連携フローを明確化する。
事案の記録・保管	<ul style="list-style-type: none"> 様式化した記録表に、事案の発生日時、対応者、顧客等の言動の内容、対応経過、講じた措置、就業者の状況等を記録し、適切に保管する。

イ 相談体制整備のイメージ(カスタマーハラスメント対応の流れと体制)



※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」を一部引用

ウ 相談体制構築のポイント

項目	内容
苦情・要望等の一次対応	・「5W1H」を意識し、顧客対応者又は現場管理者が、顧客等の言動、要求内容、対応経過等の事実関係を記録する。 (録画・録音・スクリーンショットの保存)
初期判断	・現場管理者がカスタマーハラスメントの該当・緊急性の有無を判断し、顧客対応者の安全確保、相談窓口への引継等を行う。
相談窓口 (人事労務・コンプライアンス部署)への引継ぎ	・相談者(顧客対応者)に不安感を与えないよう話を遮らず丁寧に傾聴する。(匿名対応可、メンタルケアへのつながりを想定)
対応困難事例の判断・引継	・本社・本部又はエリアマネージャーに報告・相談し、組織方針に即した適切な判断を仰ぐ。
対応記録の共有	・対応履歴を管理システム等に集約し、類似事案の対応に応用する。

エ エスカレーションの基準例(目安)

行為の深刻度	例	エスカレーション先
軽度 (担当者のみで対応可)	苦情、要望、不満	マニュアル等に基づき現場で対応
中度 (威圧的、時間拘束)	大声、長時間の居座り	現場管理者、相談窓口等 (状況に応じ本社・本部に相談報告)
重度 (暴力、脅迫)	殴る蹴る、殺害予告	本社・本部、顧問弁護士、警察等

オ 対応記録の様式例

記録項目	内容例
事案日時	2026年4月1日 10:00～12:15
店舗・対応者氏名	○×パンケーキ にじいろ町南店 主任 駿河 花子(対応者) 店長 三島 一郎(管理者)
顧客情報	氏 名：静岡 三郎 性別年代：50 歳代男性
対応方法	■来店 □電話 □メール □その他 ()
事案概要	料金精算時、顧客から、「注文した料理が口に合わなかった」との申出があり、料金の割引を求められた。提供した料理が口に合わなかったことについて丁寧にお詫びした上で、料金の割引には応じられないことを伝えたところ、大声による威圧的言動及び土下座の要求があった。
言動の種類	■威圧的言動 ■暴言・侮辱 □脅迫 ■長時間の拘束 □暴力 ■土下座等の不当要求 □録音・録画 □SNS投稿等 □差別的・性的言動 □その他 ()
顧客の具体的言動	「そんなこともできないのか馬鹿かお前ら」、「やめちまえ」、「店長を今すぐ呼べ」と大声で怒鳴る。店長に土下座を要求した。
対応経過	<ul style="list-style-type: none"> ・対応者において、割引要求には応じられない旨をお伝えした。 ・その後も相手方の怒りが収まらず、威圧的言動が継続したため店長に対応をお願いした。 ・対応者及び店長において、割引要求には応じられないこと及び威圧的言動をやめるよう申し入れた。 ・その後も、顧客は納得せず、「これ以上言われたくなければ割引に応じろ」、「気分を害したので責任をとって店長が土下座しろ」など不当な要求が継続した。 ・顧客等対応マニュアルに定める対応基準に即し、速やかな料金の精算及び退店を求め、これに応じない場合は警察に連絡する旨を伝えた。 ・顧客が料金を支払い、退店したため対応を終了した。
警察への通報	□有 ■無 (有の場合)通報先：●●-●●-●● 通報日時：●●
対応者の状況	・顧客から大声で罵倒されたことにより強い恐怖を感じ、落ち込んだ様子であった。
店長(管理者)対応	<ul style="list-style-type: none"> ・直後の接客継続は困難と判断し、バックヤードで1時間程度休憩を取るか、必要に応じ早退するよう伝えた。 ・対応者及び他の従業員に対し心理的負担の有無を確認した。 ・顧客対応記録(本記録)を作成し、本部関係部署へ共有する。
継続フォロー有無	<p>■有 □無 (有の場合具体的な内容を記載)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1週間後を目途に対応者に対する面談を実施する ・対応者の心理的負担の継続状況を確認し、必要に応じ勤務上の配慮を検討する。
記録作成者	店長 三島 一郎(主任 駿河 花子から聞き取りの上作成)

(3) 外部支援機関との連携体制の整備

カスタマーハラスメント対策を実施していく中で、組織内の取組だけでは解決が難しい事例が発生する場合がある。この場合、行政機関などの外部支援機関と連携し、専門的知見や公正中立な相談窓口等を活用した適切な対応が求められる。

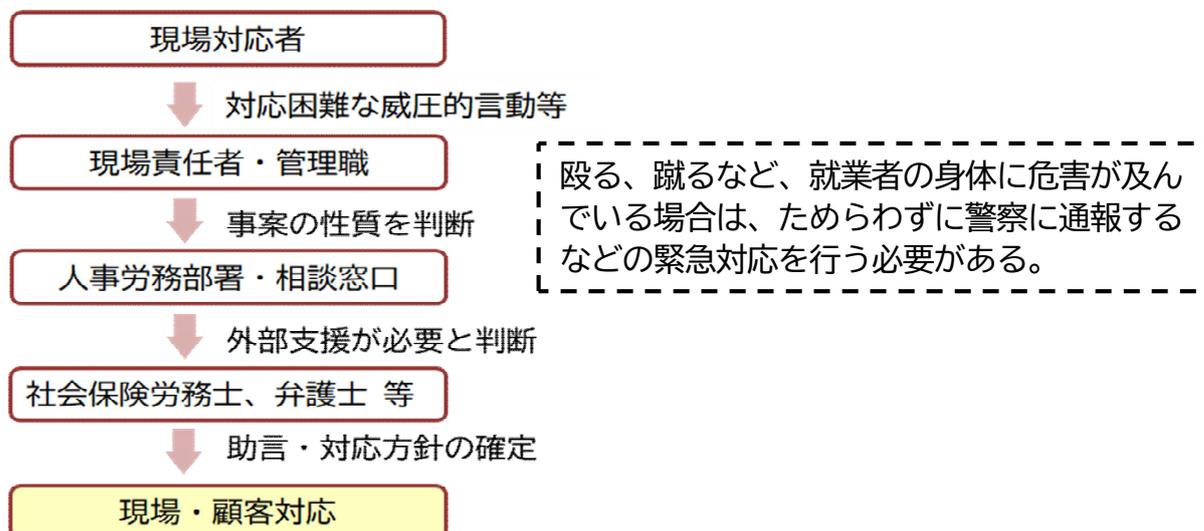
ア 連携先の例

種別	機関の例	支援内容
行政機関	県労働部局、静岡労働局	相談・助言対応、取組事例の情報提供等
	警察	不退去・暴力・脅迫など刑事事件への対応
専門機関	弁護士	顧客対応における契約解除・退去措置等の法的妥当性の判断、訴訟リスクへの助言等
	社会保険労務士	就業規則等の改訂、労務管理の支援等
医療機関	産業医、精神科クリニック	就業者の心身ケア、ストレスチェック等に基づく助言
関係団体	経済団体、労働者団体、業界団体 等	業界別ガイドライン、対応事例集の共有

イ 連携に必要な取組

項目	内容
連携先一覧表の整備	・ 自治体や業界団体の相談窓口情報の一覧を作成し、社内に共有する。
顧問弁護士、外部機関との連携体制の整備	・ 顧問契約や相談協定等を締結するとともに、どのような場合に、誰が、どこへ連絡するか、事前に定める。
研修への外部講師の招へい	・ 弁護士や社会保険労務士を講師に招いた社内セミナーを開催する。
定期的な見直し	・ 連携実績や課題の検証を行い、連絡体制の見直しを行う。

ウ 連携体制のイメージ



(4) 教育・研修の実施

カスタマーハラスメント対策は、就業者一人ひとりがその定義や背景、組織としての対応方針、適切な対処方法について正しく理解した上で、冷静かつ毅然とした態度で対応することが重要である。特に、接客機会が多い業種では、現場対応者や管理職が十分な知識と判断力を習得していない場合、被害の深刻化を招くおそれがある。そのため、入社時研修や定期研修、管理職研修、被害後支援研修などの役職や部署、就業者の状況等に応じた研修体制を整備することが望ましい。研修は、基礎知識を学ぶ講義のみとせず、具体的な対応能力を向上させるため、事例や対策マニュアルに基づく演習やロールプレイングなどの体験学習も取り入れることが望ましい。

さらに、研修の形骸化防止を図るため、PDCAサイクル等に基づく検証も重要である。

ア 教育・研修の流れ



- 正しい知識の習得：カスタマーハラスメントの定義、背景、自社の対応方針
- 適切な対処方法：接客スキル、アンガーマネジメント、エスカレーション
- 事例の共有・検討：被害事例の共有、就業者間の振り返り、業務改善の提案

イ 研修内容の例(東京都「カスタマー・ハラスメント防止のための各団体共通マニュアル」から一部抜粋)

- カスタマーハラスメントに関する基本知識
 - カスタマーハラスメントが増加する社会的背景
 - 国や県が示す具体的な行為類型、該当し得る犯罪名 等
- クレームへの対応
 - 基本的な言葉の使い方、接遇マナー、クレーム対応の流れ 等
- カスタマーハラスメントへの対応
 - カスタマーハラスメントの判断(正当なクレームとの区別等)
 - 事実確認、録音録画、組織内での情報共有の重要性
 - 一次対応から二次対応につなぐ判断基準、基本的な対応フロー
 - 実際の事例を基にしたケーススタディ、ロールプレイング 等
- 組織的な対応の重要性
 - 基本方針やトップメッセージの重要性(経営者向け研修)
(カスタマーハラスメントには毅然と対応する、就業者を孤立させない 等)
 - 組織内でのアンケート調査、事例分析の重要性(経営者向け研修)
 - 二次対応の心構え(一次対応者任せにしない等)、警察との連携
 - 就業者によるハラスメントを許さない 等
- 就業者のフォロー
 - 産業医や産業カウンセラー等の専門家への相談
 - 就業者の精神的ケア(声掛けの重要性、配置転換) 等

ウ 教育・研修に活用する教材・ツールの例

種類	内容・活用方法
ハンドブック	・ カスタマーハラスメントの定義、事例、相談先の一覧などをまとめて教材化し、研修後の復習と現場での実用に役立てる。
啓発ポスター 掲示物	・ 直感的に理解できるようなデザインとし、エントランスや執務室、レジカウンター等に掲示する。
動画教材	・ 悪い例と良い例で感情や口調の違いを示した再現ドラマを作成し、研修内で活用する。
ロールプレイ研修	・ 現場対応を想定した受電対応、声かけ、退去要請、記録作成等の演習を行う。
eラーニング	・ カスタマーハラスメント対応に関する基本知識の習得に資する研修資料を公開する。 ・ 研修は、時間や場所にとらわれず何度でも受講可能とすることで知識の定着を図る。

エ 顧客対応フレーズの習得

研修等を通じ、毅然とした態度で組織の見解を正しく説明することを徹底し、就業者の心理的負担の軽減と被害の深刻化防止を図る。

【ケース①】強い口調や人格を否定する発言が続く場合

- ・ そのような言い方でのやり取りが続きますと、当方として適切な対応を行うことができません。誠に恐れ入りますが、円滑な対応が困難な状況であるため、今回の対応はここまでとさせていただきます。
- ・ お気持ちはお察ししますが、このような言動のもとでは対応を継続することができません。これ以上の対応は控えさせていただきますので、御理解をお願いいたします。

【ケース②】同じ要求を繰り返され、話し合いが前に進まない場合

- ・ これまでに当方の判断および対応方針について御説明してまいりましたが、結論については変わりません。誠に申し訳ありませんが、本件についてこれ以上の対応はできません。
- ・ 繰り返しの御説明となり恐縮ですが、当方としてお受けできる対応はすでにお伝えした内容がすべてとなります。これ以上お話を続けることはできませんので、御了承ください。

【ケース③】威圧的な態度で即時の判断や特別な対応を求められる場合

- ・ 当方では、すべての対応を、定められた基準及び手続きに基づいて行っております。その場での判断や、例外的な対応はいたしかねますので、御理解くださいますようお願いいたします。
- ・ 御要望の内容について確認いたしました。規定を超えた対応は行っておりません。誠に恐れ入りますが、これ以上の対応はできません。

【ケース④】長時間の拘束や対応の継続が困難な状況となった場合

- ・ 他のお客様や業務全体への影響を考慮し、これ以上この場での対応を続けることはできません。本件についての対応は、ここまでとさせていただきます。
- ・ 円滑なやり取りが難しい状況が続いておりますので、当方としては通常の対応を終了させていただきます。御理解のほど、お願いいたします。

オ 研修等の検証例(PDCAサイクル)

項目	内容
Plan(計画)	・ 対象者ごとに研修目的や実施メニューを設定する。
Do(実行)	・ 対面形式による研修のほか、シフト制など多様な勤務形態にも対応できるよう、eラーニング・オンデマンド動画等を活用したオンライン研修を行う。
Check(評価)	・ 知識の定着度を測るためのテストやアンケート調査を実施する。
Action(改善)	・ テストやアンケート調査等の結果を踏まえ、ケーススタディの充実化や教材の改訂等を行う。

2 発生時対応

(1) 初期対応の方法

カスタマーハラスメント(その疑いがある場合を含む)が発生した場合、事業者はあらかじめ整備した基本方針、社内規程等に基づき、適切な初期対応を行う必要がある。初期対応は、就業者の安全確保を最優先としつつ、事実関係の確認、顧客等への対応、関係部署との連携、記録の作成及び共有を一連の流れとして行うことが重要であり、こうした対応は、就業者の心身の負担軽減及び再発防止策の検討に資するものである。

ア 現場管理者が行う初期対応の例

項目	内容
①就業者の安全確保	・ 現場退避、担当交代、複数人での対応その他の必要な措置を講じ、就業者の安全確保を図る。
②事実確認	・ 行為者及び就業者双方から、時系列に沿って事案の内容を確認し、必要に応じて録音、録画、メモ等を収集し保存する。あわせて、当該事案がカスタマーハラスメントに該当する可能性を踏まえ、必要な対応を検討する。
③エスカレーション	・ 社内対応マニュアル等に従い、人事・法務部署や本社その他の関係部署へ速やかに情報を共有し、対応方針を確認する。
④顧客等への対応	・ 当該言動がカスタマーハラスメントに該当すると認められる場合は、必要に応じて、口頭による中止の申し入れ、注意喚起文の送付、利用制限、出入禁止、警察への通報等必要な措置を講じる。
⑤就業者のフォロー	・ シフト変更、一定期間の休養、医療機関の受診を提案する。
⑥対応報告書の作成・引継ぎ	・ 被害を受けた就業者のプライバシーの保護に配慮しつつ、対応経過等を記載した報告書を作成し、人事・法務部署、本社その他の関係部署に共有するとともに、事後の検証、再発防止策の検討及び就業者の支援につなげる。

※就業者に対する暴力、脅迫、器物損壊その他緊急性が高い行為がある場合は、就業者の安全を最優先に確保した上で、ためらわずに警察へ通報する必要がある。

イ カスタマーハラスメント(疑われる場合も含む)への初期対応例

- ・ 応接室等の個室に招き、2人以上で対応する。(時間・人・場所を変えて対応する。)
- ・ 相手方に対して感情的にならず、要求内容を丁寧に確認し、事実関係を把握する。
- ・ 丁寧な言葉遣いを心がけるとともに、専門用語等の使用は極力控える。
- ・ 即答できない質問へはその場で安易に回答せず、確認した上で回答する旨を伝える。
- ・ 商品又はサービスに瑕疵又は過失が認められる場合は、必要な範囲で謝罪し、交換、返金その他の適切な対応を行う。
- ・ 要求内容が不当である場合又は社会通念上相当な範囲を超える言動がある場合は、当該要求には応じられない旨を明確に伝える。

- ・ 対応可能な事項を明確にし、相手に過度な期待を抱かせない。
- ・ 必要に応じて通話の録音、メモの作成その他の方法により、対応経過を記録する。

ウ 利用制限・出入禁止等の措置

カスタマーハラスメントを行った顧客等に対し、利用制限等の措置を講じる際は、顧客等の権利を不当に侵害しないよう留意しつつ、就業者の安全配慮義務や安定した事業活動の確保などの観点から、メモ、録音、監視カメラの映像記録、社内規程、他の就業者に対する悪影響・離職リスクの分析など、合理的かつ客観的な根拠を持って行う必要がある。

エ エスカレーションの基準例（再掲）

行為の深刻度	例	エスカレーション先
軽度 (担当者のみで対応可)	苦情、要望、不満	マニュアル等に基づき現場で対応
中度 (威圧的、時間拘束)	大声、長時間の居座り	現場管理者、相談窓口等 (状況に応じ本社・本部に相談報告)
重度 (暴力、脅迫)	殴る蹴る、殺害予告	本社・本部、顧問弁護士、警察等

(2) 顧客等への行為の中止要請・取引制限等の対応措置

顧客等によるカスタマーハラスメント行為が認められた場合、当該行為に対し、注意を促すとともに、中止の申入れ、対応の制限・変更、退去要請、出入り禁止、さらには警察への通報等の必要な措置を講じることが求められる。

一方で、これらの措置を講じるに当たっては、顧客等の権利を不当に侵害しないよう、慎重に判断することが重要である。特に、医療・福祉・宿泊業、運輸業等の公共的サービスを担う業種は、各業法において「正当な理由なく利用を拒んではならない」旨の規定がある。

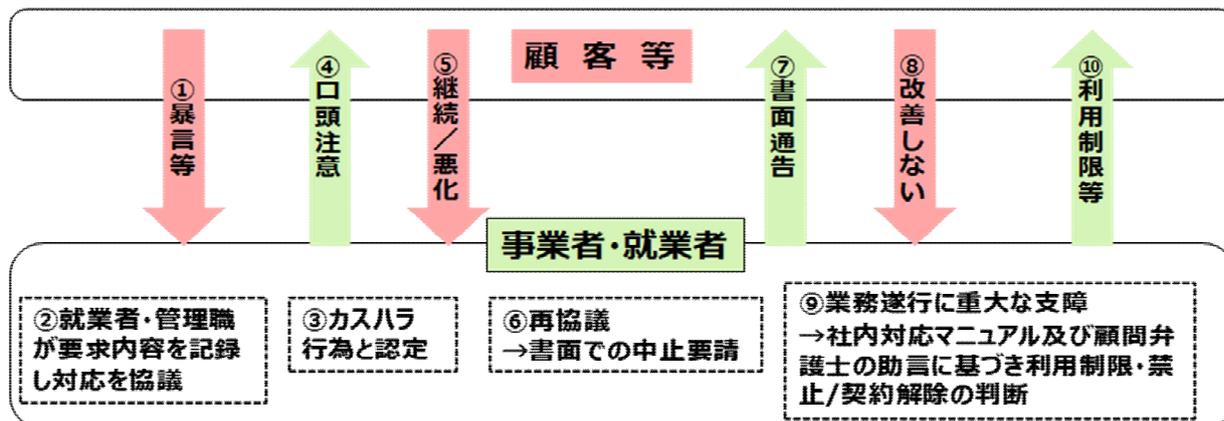
また、顧客が障害者や認知症者である場合は、障害者差別解消法等に基づき合理的配慮を提供する義務が課されている。これら関係法令との整合性も考慮し、現場が過度に委縮せずに適切な判断ができるよう、組織の体制を整備することが重要である。

ア 顧客等への措置対応例(対面による接客を伴う業種の場合)

段階	内容
①行為の中止の申入れ(口頭)	・ 当該顧客に対し、客観的事実(録音、記録等)に基づき、具体的にどの言動がカスタマーハラスメントに該当するか伝え、口頭により、行為の中止の申入れを行う。
②行為の中止の申入れ(書面)	・ 口頭による申入れ後も当該行為が継続・悪化している場合、注意喚起文などの文書により、行為の中止を申入れを行う。 ・ 再発時には段階的に厳しい措置を講ずることや、事業者及び就業者に何らかの損害が発生した場合には、損害賠償請求を行うことがある旨を記載する。
③対応の制限・変更	・ 対応時間の制限や書面对応への切替を行う。
④商品・サービスの提供の停止、契約解除(出入り禁止を含む)、退去要請、警察通報等	・ 重大かつ継続的なカスタマーハラスメント行為であって、業法上正当な理由による拒否要件を満たし、かつ安定した事業運営が著しく阻害される場合に適用を検討する。 ※顧客等から訴えを提起される場合に備え、あらかじめ法務部署又は弁護士等に相談する。

※就業者に対する暴力など、緊急性が高い場合は、ためらわずに警察に通報する。

イ 対応フローのイメージ



ウ サービスの提供の義務が定められている法令の例(一部抜粋)【再掲】

法令	内容
医師法	<p>第19条第1項 診療に従事する医師は、診察治療の求めがあった場合には、正当な事由がなければ、これを拒んではならない。</p>
道路運送法	<p>第13条(運送引受義務) 一般旅客自動車運送事業者(一般貸切旅客自動車運送事業者を除く。)は、次の場合を除いては、運送の引受けを拒絶してはならない。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 当該運送の申込みが第11条第1項の規定により認可を受けた運送約款(標準運送約款と同一の運送約款を定めているときは、当該運送約款)によらないものであるとき。 2 当該運送に適する設備がないとき。 3 当該運送に関し申込者から特別の負担を求められたとき。 4 当該運送が法令の規定又は公の秩序若しくは善良の風俗に反するものであるとき。 5 天災その他やむを得ない事由による運送上の支障があるとき。 6 前各号に掲げる場合のほか、国土交通省令で定める正当な事由があるとき。
旅館業法	<p>第5条 営業者は、次の各号のいずれかに該当する場合を除いては、宿泊を拒んではならない。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 宿泊しようとする者が特定感染症の患者等であるとき。 2 宿泊しようとする者が賭博その他の違法行為又は風紀を乱す行為をするおそれがあると認められるとき。 3 宿泊しようとする者が、営業者に対し、その実施に伴う負担が過重であつて他の宿泊者に対する宿泊に関するサービスの提供を著しく阻害するおそれのある要求として厚生労働省令で定めるもの[*]を繰り返したとき。 4 宿泊施設に余裕がないときその他都道府県が条例で定める事由があるとき。 <p>[*]令和5年12月の法改正により厚生労働省令で定めるもの(カスタマーハラスメント)に該当する行為についても宿泊を拒否できる旨が明記された。</p>

エ 顧客対応の判断基準例

項目	判断要素
言動の内容、手段・態様	・ 商品又はサービスと無関係の要求、暴言、長時間の居座り →社会通念上許容される範囲を超えた言動か。
就業環境	・ 就業者への身体的・精神的被害 →「就業環境を害する」程度に達しているか。
業務運営	・ 他の顧客への影響、業務の停滞 →業務運営に重大な支障を及ぼすか。
業法上の制約	・ 利用拒否が制限される業種の対応 →業法上の正当な理由による拒否要件を満たしているか。
合理的配慮	・ 障害のある人、認知症の人等への配慮 →合理的配慮の提供義務を果たしているか。

オ 判断基準例の補足

(ア) 「正当な苦情・要望」と「カスタマーハラスメント」の区別

例：家電量販店で購入した2万円の電子レンジについて店舗に申し出るケース

		要求を実現するための手段・態様	
		社会通念上相当 《冷静・丁寧な言動》	社会通念上不相当 《暴言・威圧的な言動》
要求 内容	妥当性あり (初期不良による交換)	【正当な苦情・要望】 冷静・丁寧な言動で、初期不良を理由に商品の交換を求める。	【カスタマーハラスメント】 大声で怒鳴りながら、初期不良を理由に商品の交換を求める。
	妥当性なし (返品・交換期間を経過し、かつ瑕疵・過失がない商品の交換)	【カスタマーハラスメント】 冷静・丁寧な言動で、返品等の期間を経過し、瑕疵・過失のない商品の交換を求める。	【カスタマーハラスメント】 大声で怒鳴りながら、返品等の期間を経過し、瑕疵・過失のない商品の交換を求める。

※本表は、「正当な苦情・要望」と「カスタマーハラスメント」の違いを理解するための参考例を示したものである。実際の事案は多様であるため、本表の区分に機械的に当てはめて判断するのではなく、要求内容の妥当性及び要求を実現するための手段・態様の両面から、事案の内容、業種・業態、対応状況等も踏まえ、社会通念に照らして総合的に判断する必要がある。

(イ) 特別な配慮を要する顧客の場合

知的・精神障害者、高齢者、外国人などコミュニケーションに困難を抱える者から、一般の顧客から求められる以上の要求(理解が難しいことからの複数回の説明要求、外出が困難なことからの自宅への来訪要求等)があっても、直ちにカスタマーハラスメントと断定せず合理的配慮の提供を優先し、合理的配慮の上でも安定した就業環境が害され、事業活動に支障が生じる場合に、段階的な措置を検討する。

3 事後対応

(1) 就業者の心身ケアと適切な対処

カスタマーハラスメントは、就業者の人格又は尊厳を害するだけでなく、心身に不調を来し、働く意欲の低下や離職を招くおそれがあるため、就業者の心身のケアを適切に行うことが重要である。

そのためには、ストレスチェックの受検や相談対応のほか、必要に応じて一時的な休養やシフト調整、医療機関への受診の勧奨等を行い、安心して業務に復帰できるような環境を整備することが必要である。

ア 心身ケアの例

項目	内容
労働安全衛生法に基づくストレスチェック	・すべての就業者に対し、1年以内ごとに1回実施するとともに、カスタマーハラスメントの被害を受けた就業者へは随時実施し、心身の状況を把握する。
一時的休養の許可	・カスタマーハラスメントの被害後、管理職の判断で数日間の休養許可を出す。
シフト調整・配置転換	・接客頻度が多い時間帯・業務を避けるほか、シフト調整や配置転換を検討する。
産業医等の専門家と連携	・産業医、公認心理師、産業カウンセラー等の専門家による面談を実施し、状況に応じて医療機関の受診を勧奨する。
管理職向け相談対応研修	・傾聴スキルの向上、安心して相談できるような声かけの実践、適切な通報ルートの確認等を行う。

イ 社内制度の例

項目	内容
カスタマーハラスメント対応マニュアル	・相談→記録→避難→通報→事後ケアまでの一連の流れを明示する。 ・実践訓練(ロールプレイ)を年1回実施する。
メンタルケア休暇制度	・カスタマーハラスメントの被害による精神的負担の軽減を目的とした休養制度を設ける。
産業医等による個別相談	・月1回の定期相談枠に加え、被害時緊急対応枠を設ける。 ・相談窓口について、社内掲示板やイントラネットを活用し積極的な周知を図る。

(2) 対応事例の共有と再発防止策の策定

カスタマーハラスメントの事後対応を適切に行うためには、カスタマーハラスメントの発生原因や顧客対応の状況を記録し、データベース化を行い、組織内や連携先の外部機関等に共有し、知見を積み重ねていくことが重要である。

また、この情報に基づき、社内対応マニュアルや研修の内容等を継続的に見直すことで、再発防止につながるとともに、組織全体の顧客対応力の向上や就業環境の改善に寄与することが期待される。

ア カスタマーハラスメント事案発生後の対応フロー例

項目	内容
事実確認・記録作成	・ 関係者に対し、ヒアリングを行い、日時、現場の状況、関係者、言動の内容、対応経緯等を事実ベースで記録する。
原因分析	・ 発生要因(顧客属性、対応不備、組織体制等)を整理する。 ✓高齢者、障害者、外国人など配慮を要する者であったか。 ✓商品・サービスの説明内容・態度・対応時間の長さは適切か。 ✓マニュアル上の対応フローや運用実態に不備はなかったか。 ✓従業員への組織の対応方針の周知は十分か。
体制の見直し	・ 社内ヒアリング等を通じて、初期対応や管理職の判断の妥当性、相談窓口の機能、関係機関との連携体制等の見直しを図る。
再発防止策の策定	・ 社内対応マニュアルや研修制度の内容、周知方法等の改善を図る。(ケーススタディ実施、FAQ追加、イントラネット活用)

イ 再発防止策の例

項目	内容
マニュアル	・ 対応フロー、トラブル対応方針、ヒヤリハット事例集等の作成・改訂を行う。
教育・研修	・ 実際の事例を用いた職種、職位別ケーススタディ、管理職向け相談対応研修を実施する。
情報共有	・ 就業者のプライバシーに配慮しつつ、発生事例の詳細を社内掲示板やイントラネット上で報告・共有する。
被害者ケア	・ メンタルヘルスケア制度の再周知、利用実績やアンケートを踏まえた相談窓口等の見直しを図る。
外部機関との連携	・ 弁護士、社会保険労務士等の専門家と連携し、社内防止対策に関する実効性の評価を行う。

資料編

資料1 相談先一覧

資料2 静岡県カスタマーハラスメント防止条例の制定経過

資料3 静岡県カスタマーハラスメント防止条例(静岡県条例第48号)

資料4 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)

資料5 カスタマーハラスメント対策チェックリスト

資料1 相談先一覧

【県の相談窓口】

◆県民生活センター

労働条件、労働組合などに係る労使関係、労働福祉など労働問題全般の相談に応じています。

相談窓口	所在地	電話番号	管轄区域
東部県民生活センター	沼津市大手町 1-1-3 沼津産業ビル 2階	フリーアクセス 0120-9-39610 月曜日～金曜日	下田市、賀茂郡沼津市、 熱海市、三島市、富士宮市、 伊東市、富士市、御殿場市、 裾野市、伊豆市、伊豆の国市、 田方郡、駿東郡
中部県民生活センター	静岡市駿河区南町 14-1 水の森ビル 3階	9:00～12:00	静岡市、島田市、焼津市、 藤枝市、牧之原市、榛原郡
西部県民生活センター	浜松市中央区中央 1-12-1 浜松総合庁舎 3階	13:00～16:00	浜松市、磐田市、掛川市、 袋井市、湖西市、御前崎市、 菊川市、周智郡
メール労働相談 (ふじのくに電子申請サービス)	 上記二次元コードを読み取り、相談内容を入力してください 相談後1週間以内には担当から回答をいたします（年末年始は除く）		

※電話による相談は、フリーアクセス（通話料着信者払いサービス）をご利用ください。東部、中部、西部のうち、最寄りのセンターにて電話を受け付けます。なお、携帯電話、IP電話等からはフリーアクセスの電話が利用できませんので、下記の番号におかけください。

東部：055-951-9144 中部：054-286-3208 西部：053-452-0144

◆弁護士労働相談会

県内3か所の県民生活センターでそれぞれ月1回開催しています。

相談を希望する場合、事前に各県民生活センターへ電話にてお申し込みください。

開催場所	相談時間	日程
東部県民生活センター	14:00～15:00	第2水曜日
中部県民生活センター		第4水曜日
西部県民生活センター	13:30～15:30	第3水曜日

【国の相談窓口】

◆総合労働相談

相談窓口	所在地	電話	管轄区域
静岡労働局 総合労働相談コーナー	静岡市葵区追手町 9-50 静岡地方合同庁舎 5 階 雇用環境・均等室	054-252-1212	県内全域
三島総合労働相談コーナー (三島労働基準監督署内)	三島市文教町 1-3-112	055-916-7335	三島市、熱海市、 伊豆市、伊豆の国市、 伊東市、田方郡、 下田市、賀茂郡
沼津総合労働相談コーナー (沼津労働基準監督署内)	沼津市市場町 9-1 沼津合同庁舎 4 階	055-933-5830	沼津市、御殿場市、 裾野市、駿東郡
富士総合労働相談コーナー (富士労働基準監督署内)	富士市御幸町 13-28	0545-51-2255	富士市、富士宮市
静岡総合労働相談コーナー (静岡労働基準監督署内)	静岡市葵区伝馬町 24-2 相川伝馬町ビル 3 階	054-686-1788	静岡市
島田総合労働相談コーナー (島田労働基準監督署内)	島田市本通 1 丁目 4677-4 島田労働総合庁舎 3 階	0547-41-4909	島田市、藤枝市、 焼津市、牧之原市、 榛原郡
磐田総合労働相談コーナー (磐田労働基準監督署内)	磐田市見付 3599-6 磐田地方合同庁舎 4 階	0538-82-3079	磐田市、袋井市、 掛川市、菊川市、 御前崎市、周智郡
浜松総合労働相談コーナー (浜松労働基準監督署内)	浜松市中央区中央 1-12-4 浜松合同庁舎 8 階	053-541-7488	浜松市、湖西市

利用時間：月～金 9:30～12:00、13:00～17:00（富士及び磐田は 9:00～12:00、13:00～16:30）

【関係機関の相談窓口】

◆静岡県社会保険労務士会

相談窓口	所在地・相談場所	予約フォーム	開設時間
社会保険労務士会 総合労働相談センター	静岡市葵区東鷹匠町 9-2		毎週金曜日(予約制) 13:00~17:00

◆静岡県警察

相談窓口	電話番号	受付時間
<ul style="list-style-type: none"> ・ 最寄りの警察署 ・ 警察本部 ・ 県警ふれあい相談室 (事件事故や犯罪被害に関する相談、要望、意見)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各警察署の代表電話番号 ・ 054-271-0110 ・ 054-254-9110 又はプッシュ回線#9110★ ★(一部の IP 電話・光回線からは利用できません。) 	24 時間受付

※緊急を要する事件や事故の通報は、110 番に直接連絡をしてください。

※警察本部及び県警ふれあい相談室は、事件の受付は行っておりません。

資料2 静岡県カスタマーハラスメント防止条例の制定経過

年 月 日	制 定 経 過	備 考
令和7年3月24日	第1回カスタマーハラスメント防止対策協議会	会長選出 対策の方向性の協議・決定
4月17日 ～ 5月2日	カスタマーハラスメント防止条例骨子案の作成	協議会委員への意見照会
6月2日	第2回カスタマーハラスメント防止対策協議会	パブリックコメント実施前 の骨子案の協議・決定
6月16日 ～ 7月7日	パブリックコメント	提出者数：3名 意見数：8件 骨子案の修正：なし
確定した骨子に基づき条例案作成		
9月17日 ～ 10月9日	静岡県9月定例会 静岡県カスタマーハラスメント防止条例 制定	
10月17日	静岡県カスタマーハラスメント防止条例 公布	令和8年4月1日施行

資料3 静岡県カスタマーハラスメント防止条例（静岡県条例第48号）

静岡県カスタマーハラスメント防止条例をここに公布する。

令和7年10月17日

静岡県知事 鈴木康友

静岡県条例第48号

静岡県カスタマーハラスメント防止条例

静岡県は、温暖な気候と富士山、駿河湾、浜名湖などの豊かな自然の中で多彩な産業を展開し、県民一人ひとりのたゆまぬ努力と誠意によって発展を遂げてきた。今後も静岡県が持続的に発展していくためには、誰もが安心して生き生きと働くことができる環境を整備することが必要不可欠である。

しかしながら、近年、顧客等からの正当な理由がない過度な要求、暴言、長時間の拘束などのカスタマーハラスメントに係る問題が深刻化している。

カスタマーハラスメントは、就業者の人格又は尊厳を害するだけでなく、働く意欲の低下、離職による人材不足及び安定した事業活動への支障を生じさせ、静岡県の持続的な発展に悪影響を及ぼすものである。

そこで、県、事業者、就業者及び顧客等が一体となり、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という共通認識を持ちながら、カスタマーハラスメントの防止に向けて取り組む必要がある。

もっとも、顧客等からの正当な苦情、要望等は、商品の品質又はサービスの改善につながるものであり、顧客等の権利の保護に十分配慮することも重要である。

このような認識の下、就業者と顧客等が互いに尊重し合いながら、カスタマーハラスメントのない持続可能な社会の実現を図るため、この条例を制定する。

（目的）

第1条 この条例は、カスタマーハラスメントの防止について、基本理念を定め、県、事業者、就業者及び顧客等の責務を明らかにするとともに、カスタマーハラスメントの防止に関する基本的な事項を定めることにより、顧客等の権利の保護に配慮しつつ、就業者の安全及び心身の健康並びに事業者の安定した事業活動の確保を図り、もって持続可能な社会の実現に寄与することを目的とする。

（定義）

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 事業者 県内で事業を行う法人その他の団体又は個人をいう。
- (2) 就業者 県内で業務に従事する者（事業者の行う事業に関連し、県外でその業務に従事する者を含む。）をいう。
- (3) 顧客等 就業者から商品又はサービスの提供を受ける者（その提供を受けようとする者を含む。）その他の就業者の従事する業務に関係を有する者をいう。

- (4) カスタマーハラスメント 顧客等の言動のうち、就業者の従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えたものであって、当該就業者の就業環境を害するものをいう。

(基本理念)

第3条 カスタマーハラスメントは、就業者の人格又は尊厳を害する等就業環境を害し、事業者の安定した事業活動に影響を及ぼすものであるとの認識の下、社会全体でその防止が図られなければならない。

- 2 カスタマーハラスメントの防止に当たっては、就業者と顧客等が対等の立場において相互に尊重し合うことを旨としなければならない。

(カスタマーハラスメントの禁止)

第4条 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。

(適用上の注意)

第5条 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留意しなければならない。

(県の責務)

第6条 県は、第3条に規定する基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、カスタマーハラスメントを防止するために必要な施策（以下「カスタマーハラスメント防止施策」という。）を実施するものとする。

- 2 県は、カスタマーハラスメント防止施策の実施に当たっては、国、市町その他の関係機関との連携に努めるものとする。

(事業者の責務)

第7条 事業者は、基本理念にのっとり、カスタマーハラスメントに係る問題に対する就業者の関心と理解を深めるとともに、県が実施するカスタマーハラスメント防止施策に協力するよう努めなければならない。

- 2 事業者は、カスタマーハラスメントにより就業者の就業環境が害されることのないよう、必要な体制の整備、カスタマーハラスメントを受けた就業者の安全の確保、カスタマーハラスメントを行った顧客等に対する当該行為の中止の申入れその他の必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

- 3 事業者は、その行う事業に関して就業者が顧客等としてカスタマーハラスメントを行わないように必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

- 4 事業者は、他の事業者からカスタマーハラスメントの防止に関し必要な協力を求められた場合には、これに応ずるよう努めなければならない。

(就業者の責務)

第8条 就業者は、基本理念にのっとり、顧客等の権利を尊重し、カスタマーハラスメントに係る問題に対する関心と理解を深めるとともに、カスタマーハラスメントの防止に資する行動をとるよう努めなければならない。

- 2 就業者は、その従事する業務に関して事業者が講ずる前条第2項及び第3項の措置に協力するよう努めなければならない。

(顧客等の責務)

第9条 顧客等は、基本理念にのっとり、カスタマーハラスメントに係る問題に対する関心と理解を深めるとともに、就業者に対する言動に必要な注意を払うよう努めなければならない。

2 顧客等は、県が実施するカスタマーハラスメント防止施策に協力するよう努めなければならない。

(施策の推進)

第10条 県は、次に掲げるカスタマーハラスメント防止施策を実施するものとする。

- (1) カスタマーハラスメントの防止に関する指針の策定
- (2) カスタマーハラスメントの防止に係る支援の事業等に関する情報の提供
- (3) カスタマーハラスメントの防止に資する行動に関する啓発及び教育
- (4) カスタマーハラスメントの防止に関する相談及び助言
- (5) 前各号に掲げるもののほか、カスタマーハラスメントを防止するために必要な施策

2 県は、カスタマーハラスメント防止施策を効果的に推進するため、カスタマーハラスメント防止施策の実施及び当該実施状況等の検証に当たっては、学識経験者、経済団体、労働者団体、消費者団体その他の関係者の意見を聴き、カスタマーハラスメント防止施策に反映するよう努めるものとする。

(財政上の措置)

第11条 県は、カスタマーハラスメント防止施策を推進するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

附 則

1 この条例は、令和8年4月1日から施行する。

2 知事は、カスタマーハラスメント防止施策の実施状況その他社会経済情勢の変化を勘案し、この条例の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

資料4 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）（抜粋）

（目的）

第一条 この法律は、国が、少子高齢化による人口構造の変化等の経済社会情勢の変化に対応して、労働に関し、その政策全般にわたり、必要な施策を総合的に講ずることにより、労働市場の機能が適切に発揮され、労働者の多様な事情に応じた雇用の安定及び職業生活の充実並びに労働生産性の向上を促進して、労働者がその有する能力を有効に発揮することができるようにし、これを通じて、労働者の職業の安定と経済的社会的地位の向上とを図るとともに、経済及び社会の発展並びに完全雇用の達成に資することを目的とする。

2 この法律の運用に当たっては、労働者の職業選択の自由及び事業主の雇用の管理についての自主性を尊重しなければならない。また、職業能力の開発及び向上を図り、職業を通じて自立しようとする労働者の意欲を高め、かつ、労働者の職業を安定させるための事業主の努力を助長するように努めなければならない。

（職場における顧客等の言動に起因する問題に関する雇用管理上の措置等）

第三十三条 事業主は、職場において行われる顧客、取引の相手方、施設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（次条第五項において「顧客等」という。）の言動であつて、その雇用する労働者が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えたもの（以下この項及び次条第一項において「顧客等言動」という。）により当該労働者の就業環境が害されることのないよう、当該労働者からの相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備、労働者の就業環境を害する当該顧客等言動への対応の実効性を確保するために必要なその抑止のための措置その他の雇用管理上必要な措置を講じなければならない。

2 事業主は、労働者が前項の相談を行つたこと又は事業主による当該相談への対応に協力した際に事実を述べたことを理由として、当該労働者に対して解雇その他不利益な取扱いをしてはならない。

3 事業主は、他の事業主から当該他の事業主が講ずる第一項の措置の実施に関し必要な協力を求められた場合には、これに応ずるように努めなければならない。

4 厚生労働大臣は、前三項の規定に基づき事業主が講ずべき措置等に関して、その適切かつ有効な実施を図るために必要な指針（次項において「指針」という。）を定めるものとする。

5 第三十一条第四項及び第五項の規定は、指針の策定及び変更について準用する。

（職場における顧客等の言動に起因する問題に関する国、事業主、労働者及び顧客等の責務）

第三十四条 国は、労働者の就業環境を害する顧客等言動を行つてはならないことその他当該顧客等言動に起因する問題（以下この条において「顧客等言動問題」という。）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、各事業分野の特性を踏まえつつ、広報活動、啓発活動その他の措置を講ずるように努めなければならない。

2 事業主は、顧客等言動問題に対するその雇用する労働者の関心と理解を深めるとともに、当該労働者が他の事業主が雇用する労働者に対する言動に必要な注意を払うよう、研修の実施その他の必要な配慮をするほか、国の講ずる前項の措置に協力するように努めなければならない。

3 事業主（その者が法人である場合にあつては、その役員）は、自らも、顧客等言動問題に対する関心と理解を深め、他の事業主が雇用する労働者に対する言動に必要な注意を払うように努めなければならない。

4 労働者は、顧客等言動問題に対する関心と理解を深め、他の事業主が雇用する労働者に対する言動に必要な注意を払うとともに、事業主の講ずる前条第一項の措置に協力するように努めなければならない。

5 顧客等は、顧客等言動問題に対する関心と理解を深めるとともに、労働者に対する言動が当該労働者の就業環境を害することのないよう、必要な注意を払うように努めなければならない。

資料5 カスタマーハラスメント対策チェックリスト

【事業者用チェックリスト】

1 事前予防(情報収集・基本方針・組織体制・外部連携)

項目	確認
自社の業界等におけるカスタマーハラスメントの発生状況や傾向について、情報収集を行っている	<input type="checkbox"/>
経営のトップが、カスタマーハラスメントを容認しない方針を明確にし、社内外に示している	<input type="checkbox"/>
就業規則や社内規程等に、カスタマーハラスメントへの対応方針や基本的な考え方を明記している	<input type="checkbox"/>
組織として共通の対応を行えるよう、カスタマーハラスメント対応マニュアルを整備している	<input type="checkbox"/>
相談窓口(対面・電話・メール等)を設置し、就業者に分かりやすく周知している	<input type="checkbox"/>
外部委託先や取引先と、カスタマーハラスメント防止に関する考え方や行動規範を共有している	<input type="checkbox"/>
重大事案が発生した場合に、人事・法務担当部署や顧問弁護士等に速やかに相談できる体制を整備している	<input type="checkbox"/>

2 教育・研修

項目	確認
すべての就業者を対象として、年1回以上、カスタマーハラスメント対策に関する研修を実施している (発生要因・行為類型、基本的な対応方法、事例検討、ロールプレイ等を含む)	<input type="checkbox"/>
管理職を対象として、判断力や初期対応力の向上を目的とした研修を実施している	<input type="checkbox"/>
研修後にアンケートや理解度確認テストを実施し、内容の定着状況を把握している	<input type="checkbox"/>
事案の発生状況や現場の声を踏まえ、定期的に研修内容の見直しを行っている	<input type="checkbox"/>

3 発生時対応

項目	確認
事案発生時の対応経過を、「5W1H」を踏まえて記録できる様式を整備している	<input type="checkbox"/>
就業者の安全確保を優先し、退避、担当者交代、複数人での対応等を行える体制を整備している	<input type="checkbox"/>
顧客等に対する行為の中止の申入れ、サービス利用の制限、警察への通報等について、判断基準を定めている	<input type="checkbox"/>
記録や証拠(録音・録画等)について、保存方法及び保存期間を定めている	<input type="checkbox"/>

4 事後対応

項目	確認
被害を受けた就業者に対し、休養の確保、シフト調整、配置の見直し等の配慮を行える体制を整備している	<input type="checkbox"/>
産業医やカウンセラー等の専門職に相談できる体制を整備している	<input type="checkbox"/>
対応事例を整理・蓄積し、再発防止策の検討に活用している	<input type="checkbox"/>
カスタマーハラスメント対策の取組状況を、労使協議、衛生委員会その他適切な場において共有している	<input type="checkbox"/>

【就業者用チェックリスト】

1 理解・知識

項目	確認
職場における「カスタマーハラスメントの防止に係る基本方針」を理解している	<input type="checkbox"/>
カスタマーハラスメントを受けた場合の報告先や相談窓口を把握している	<input type="checkbox"/>

2 行動・対応

項目	確認
商品・サービスの内容や対応ルールを理解し、顧客等に対して適切に対応できている	<input type="checkbox"/>
カスタマーハラスメントを受けたときに、一人で抱え込まず、上司や相談窓口へ報告できている	<input type="checkbox"/>
カスタマーハラスメントを受けたときに、感情的にならず、事実に基づいて冷静に対応できている	<input type="checkbox"/>
発言内容や状況について、メモ等により記録を残す行動がとれている	<input type="checkbox"/>

3 職場環境

項目	確認
カスタマーハラスメントに関する相談や報告を安心して行える	<input type="checkbox"/>
研修や勉強会で学んだ内容が、日常の業務や対応に活かされている	<input type="checkbox"/>
事業者が行うカスタマーハラスメント対策について、改善点や意見を自由に伝えられる	<input type="checkbox"/>