
交通運輸・観光サービス産業における カスタマーハラスメント防止ガイドライン

2022 年 7 月

目 次

1. はじめに.....	1
2. カスタマーハラスメントの定義と交通運輸・観光サービス産業における実態.....	2
3. カスタマーハラスメントが労働者・企業に及ぼす負の影響と対策の必要性	5
4. 企業に取り組むべき具体的なカスタマーハラスメント防止対策	6
5. 業界として取り組むべきカスタマーハラスメント防止対策	11
6. おわりに～ 働く者が互いに尊重し、共感しあえる社会を創るために～	12
付録：カスタマーハラスメント対策チェックシート	
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）	14

1. はじめに

交運労協は、かねてより交通運輸・観光サービス産業で働く労働者に対する利用者からの暴力行為をはじめ、加害行為について強い問題意識を持ち対応してきました。毎年国土交通省に対する政策・制度要求においても、いわゆる第三者加害の撲滅に向けた防犯対策や啓蒙活動の取り組み強化を行政に求めてきました。その結果、利用者からの暴力行為は依然として高い水準にあるものの、発生件数は減少傾向にあるほか、事業者が毅然と対応するなど一定の改善も見られるようになりました。

しかし、利用者からの暴言や悪質クレームなど労働者に対する迷惑行為（カスタマーハラスメント）は日常的に発生しており、仲間を守るためにも、一刻も早く問題解決に向けた対策を打ち立てなければなりません。近年では、コロナ禍に伴い、家族への誹謗・中傷など新たな事象も発生しており、キーワーカーとしての尊厳も奪われようとしています。

2019年6月には、国際労働機関（ILO）第108回総会において、ハラスメントに特化した初の国際労働基準となる「仕事の世界における暴力とハラスメントの根絶」に関する条約と勧告が採択され、日本においても改正労働施策総合推進法（2020年6月施行）の指針の中で、「顧客からの著しい迷惑行為に関して行うことが望ましい取組」が国として初めて明示されるなど、カスタマーハラスメント対策を取り巻く状況は変化してきています。

交運労協は、こうした背景を踏まえつつ、カスタマーハラスメントの防止に向けた取り組みとして、組合員に対するアンケート調査（以下、アンケート調査）を2021年5月から8月にかけて実施し、20,908名の回答を集約することができました。その中で明らかになったことは、46.6%の組合員が「直近2年以内に利用者からの迷惑行為の被害にあった」と回答しており、また「直近2年以内に迷惑行為が増えている」と感じる組合員が57.1%に及ぶという深刻な実態です。

カスタマーハラスメントは、従業員に過度なストレスを与え、通常業務にも支障をきたす例も散見されるなど、企業にとっても多大な損害を与えることになることから、対策は急務となっています。人材は企業の持続可能性を担保するための基盤です。大切な人材である仲間を傷つけるカスタマーハラスメントを未然に防止すること、あるいは発生時には早急に抑止することは、労使にとって共通かつ喫緊に対応すべき取り組みであるといえます。

そこで、交運労協は、今回の調査結果を広く社会に発信しながら、労働者の立場からカスタマーハラスメントの防止と職場環境の改善に向けた企業の取り組みを促すとともに、労働者の地位の向上を図ることを目的に、ガイドラインを作成することとしました。交運労協の構成組織と業界団体や企業との間で、本ガイドラインを活用して協議のうえ、それぞれの産業や企業の抱える実情に応じた効果的なガイドラインの策定につなげることを要請します。併せて、これを活用し、カスタマーハラスメント

の防止対策と、カスタマーハラスメントが発生した場合における適切な労働者の防衛措置を講じていただくことを要請いたします。

なお、本ガイドラインで対象とする内容ではありませんが、近年列車内で発生した無差別殺傷事件や悪質な暴力行為等は、カスタマーハラスメントとは明らかに次元の異なる刑法犯罪（刑事事件）であり、言うまでもなく発生の未然防止と、発生した場合の毅然とした対応が必要不可欠です。交運労協としても引き続き強い問題意識を持ち、事業者と警察が連携した対策の強化を求めていることとします。

2. カスタマーハラスメントの定義と交通運輸・観光サービス産業における実態

（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対策が進まない理由の一つとしてあげられる点が、パワーハラスメントおよびセクシャルハラスメント対策が法律において事業主の義務となっている一方、顧客からのハラスメントについては法的な裏付けがないことです。2020年6月、労働施策総合推進法、男女雇用機会均等法等が施行されたことに伴い、「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」が制定されましたが、顧客等からの著しい迷惑行為に関し、雇用管理上の配慮として事業主が行うことが望ましい取組の例が規定されるに止まっています。

そして、二つ目の理由が、カスタマーハラスメント対策が「消費者の権利の侵害となる可能性」を危惧する意見です。消費者基本法第5条4項では、「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」が事業者の責務とされています。すなわち、消費者の意見（苦情）がカスタマーハラスメントにエスカレーションしないよう抑止していくことは事業者の責務であるとしているのです。こうした主張には、消費者の苦情はあくまで正当な申し出として保障されるべきであり、カスタマーハラスメントは従業員（事業者）の稚拙な対応の産物にすぎないとの誤認があるのではないのでしょうか。

したがって、カスタマーハラスメント対策を講じるうえで、まずはカスタマーハラスメントとはいかなる事象を指すのか、その定義づけを明確にしておかなければなりません。厚生労働省が2022年2月に作成した「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」によれば、カスタマーハラスメントの定義は以下のとおりです。

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
--

そして、ここで言う「要求の内容の妥当性」、「手段・態様が社会通念上不相当なもの」の例として以下を挙げています。

＜「顧客等の要求の内容が妥当性を欠く」とは？＞

- ・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
- ・要求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もの」とは？＞

- ・身体的、精神的な攻撃
- ・威圧的、継続的、差別的、性的な言動
- ・土下座の要求
- ・拘束的な行動（不退去、居座り、監禁）

（２）カスタマーハラスメントの実態

以上の定義を踏まえ、アンケート調査では、組合員が受けたカスタマーハラスメントとして、以下の実例が報告されています。

＜暴力行為や暴言・人格攻撃＞

- ・過去２回暴力行為を受けているが一度目は警察へ通報依頼するも、110番されておらず、緊急性が低いとして、捜査がされず、結果泣き寝入りした。二度目は上司から受忍義務があるとされ取り合ってもらえなかった。いずれも旅客のマナー違反、危険行為を端とする暴力であるが、泣き寝入りするしかなかった。（鉄道関連）
- ・ICカードが使えない時にそのことを威圧的になじられ、バスを蹴飛ばされたことがあります。１人で何名ものお客様を対応しているので、変わったお客様がいるとやはり精神的に疲れます。（バス関係）
- ・タクシー乗務員に対する暴言などを刑法で裁けるよう法律の新設が必要だと思っています。警察官が介入できないことが多いため、乗務員はやられ損になることがあります。（タクシー関係）

＜長時間拘束＞

- ・上司や同僚がクレーマー対応で長時間拘束されている事案があり、業務妨害にもなりうるのではないかと思います。暴力だけでなく、暴言や長時間拘束は即警察に通報してもいいような法律ができてほしいと思いました。（観光サービス関係）

＜動画や写真の盗撮や無断撮影・SNSでの誹謗中傷＞

- ・SNSの普及により、クレームが届く場所が「会社」ではなく「ネット」になりつつあります。カメラによる撮影をされる事が多くあります。（鉄道関係）

- ・ここ数年、SNS を利用した誹謗・中傷が多く、写真を撮られることもあります。社員である前に、一人の人間として個人の尊厳が守られていないと感じます。(鉄道関係)
- ・名札など名前が分かるものを身に付けていると、SNS に投稿される恐れがあります。ネット上などで誹謗・中傷を受ける可能性があり、イニシャル表記などにすることでリスク回避するマニュアルを整備すべきだと思います。(バス関係)
- ・お客様からの盗撮や、呼ばれる際に臀部や腰を触られることが多々あります。CA の同僚との会話の中で、同じ経験をしている者が 10 名近くいました。会社として対策を講じることもなく、泣き寝入りしている状態です。お客様も CA は何も言い返せないことをご存知で、今後エスカレートしないよう何か対策を講じて社員の精神面や身体の安全を確保していただきたいです。(航空関係)
- ・クレーム対応をしている際に、写真を撮られるケースが増えてきており、至近距離で顔写真を撮られた経験があります。写真を消すように言うことも出来ず、泣き寝入りするしかありません。YouTube 等で検索をかけてみると、乗務員の作業姿が盗撮されているというケースは非常に多いです。また、そういった盗撮映像・画像は、消されることなく放置されているので、働く人の肖像権を守って欲しいです。(鉄道関係)

<マスクの着用に関して>

- ・マスク未着用での座席回転に対する声かけで暴言、ご立腹されるケースが多い。声かけをしないと周囲のお客様からご意見をいただくことになる。プレッシャーからの心身の負担が大きい。(鉄道関係)
- ・深夜になるとマスク非着用のお客様が増えて困っています。(タクシー関係)

<その他>

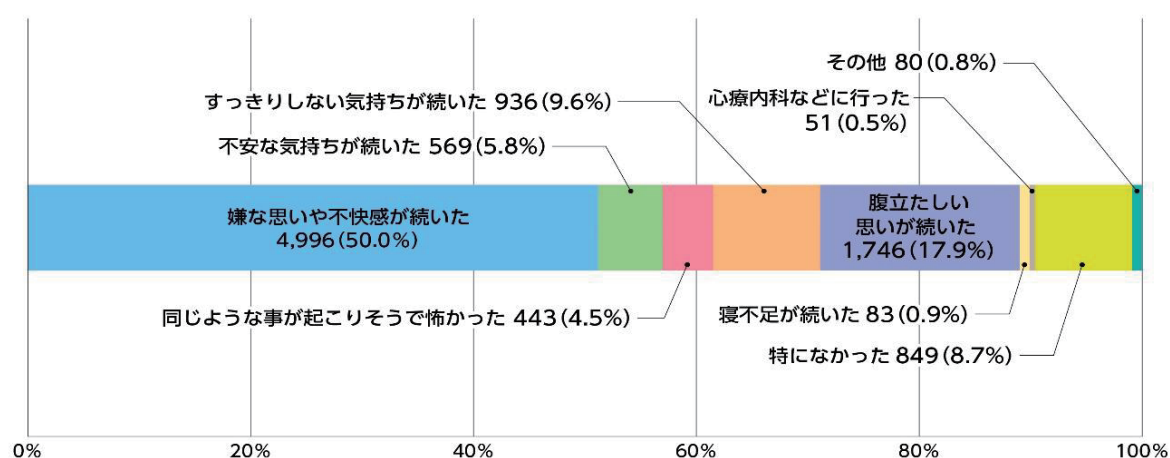
- ・公共交通であるという理由からか、どんなお客様であっても運送を拒絶できないのが現状です。料金を少なく支払う、違反を強要するようなお客様であっても、配車を停止するすべがありません。(タクシー関係)
- ・コロナ前からワガママで多数の迷惑行為をする世代(男・60代～)が、コロナ禍で更にエスカレートしている印象があり、多くの従業員のストレスにつながっています。(鉄道関係)
- ・悪質クレームについて、どの人にも共通しているのは、大声、長時間、早朝や深夜なども関係なし、正義を振りかざす等が多いです。私達の仕事は、どうしても運行を優先(他のお客様をまき込めない)ため、本当は警察を呼びたいと思っても、あきらめてしまうことが多いと思います。(バス関係)

- ・どこまでがお客様であるのか、わからない事が多い。すべてこちらが悪いのであれば謝りますが、一方的に悪者にされ、威圧的にされると、お客様である以前に人間であると思ってしまう。私自身でその線引きをすることが難しく、人に頼ってしまうことが多く悩んでしまいます。(トラック関係)

3. カスタマーハラスメントが労働者・企業に及ぼす負の影響と対策の必要性

(1) カスタマーハラスメントが及ぼす負の影響

アンケート調査では、「あなたが迷惑行為を体験した後、心身の状態に何か変化がありましたか？」との質問を行いました。回答は以下のとおりです。



半数の組合員が不快感を覚えたのは当然ながら、少ないながらも「同じようなことが起こりそうで怖かった」、「寝不足が続いた」、「心療内科などに行った」などの回答は、カスタマーハラスメントが貴重な人材を毀損させ、休職や退職にも直結しかねない深刻な問題であることを物語っています。加えて、乗務員にとっては安全輸送にも悪影響を及ぼしかねない事象であると言えます。

一方、人手不足に悩む企業にとっても、従業員の休職や退職に伴う要員確保の問題や新たな教育訓練に係る費用が発生するとともに、現場でのハラスメント対応に費やす時間を浪費することになるなど、カスタマーハラスメントがパフォーマンスを低下させることは必至です。その意味で、カスタマーハラスメント防止に向けた施策を講じることは、従業員の安全に配慮した経営の大前提と言えます。

(2) カスタマーハラスメント防止対策の必要性

しかし、アンケート調査では、カスタマーハラスメントについて「企業で特に対策はされていない」との回答が 39.5%となっており、未だ企業の取り組みが不十分であることを明らかにしています。

こうした状況に対して、組合員からも企業の対策を求める次のような悲痛な声が

寄せられています。

- ・航空業界は接客をしているのが若い女性が多いこともあり下に見られやすいのか、クレームを強く言われることが非常に多いです。特に 50 代～60 代の男性の威圧的で理不尽なクレームが多く、それが非常に苦痛になっています。上司も何か特別なケアをしてくれるわけではないので、専門的な機関にすぐ繋ぐことができたり、精神的なアフターフォローが受けられる仕組みが必要だと感じます。(航空関係)
- ・会社は、お客様目線やお客様側に立った視点を、社員に対して求めるばかりで、社員を守ろうとする心がないように感じます。そういった対策も構築されていないので、使い捨てにされているように感じてしまいます。(タクシー関係)
- ・カスタマーハラスメントに対して諸外国のような法の整備、搭乗拒否、警察通報などを積極的にすべきだと思います。日本はカスタマーが優先される事に問題があるので、社員を守る制度を早急に作るべきであり、カスタマーにもカスタマーハラスメントに対して罰則がある事をもっと認識させるべきだと思います。(航空関係)
- ・道理がこちらに合ってもひたすら謝り続けるしかなく、苦情を受けたという事実だけで責任を問われることがあるので、所属組織に対して不信感を持つことがあります。(鉄道関係)

カスタマーハラスメント対策に企業が及び腰となっている要因としては、「ハラスメントの加害者が利用者・顧客であること」、「カスタマーハラスメントの定義や判断基準を明確にしていないこと」が考えられます。

しかし、いくら相手が利用者・顧客であろうと、従業員の人格を侵害する行為は許されるものではありません。企業の基盤である人材を傷つけさせないために、カスタマーハラスメント対策は待ったなしの課題なのです。

4. 企業が取り組むべき具体的なカスタマーハラスメント防止対策

厚生労働省は、2022 年 2 月、カスタマーハラスメント対策について事業者が自主的な取り組みを行うことを目的として、「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」を作成しました。以下の取り組みは、このマニュアルに準拠したのですが、内容的に汎用性の高いものとなっており、交通運輸・観光サービス産業の各業態に直接当てはめるには限界もあります。したがって、以下の取り組みを基礎にしつつ、それぞれの業態に応じたカスタマーハラスメント防止対策が求められています。

(1) 企業の基本姿勢の明確化と従業員への周知

まず、企業として、職場におけるカスタマーハラスメント防止に向けた対応方針を明確にし、トップ自ら発信するとともにガバナンスを強化することが重要です。

企業として、基本方針や姿勢を明確にすることにより、企業が従業員を守り、尊重しながら業務を進めるという安心感が職場に生まれます。企業の姿勢が明確になることで、カスタマーハラスメントを受けた従業員や周りの従業員も、トラブル事例や解消に関して発言がしやすくなり、その結果、トラブルの再発防止にもつながります。

＜基本方針に定める事例＞

- ・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従業員を守る
- ・カスタマーハラスメントには組織として毅然と対応する
- ・従業員の人権を尊重する

（２）従業員（被害者）のための相談体制の整備

いま、職場では人手不足によりコミュニケーションが失われ、従業員から余裕を奪うことによって、結果的にカスタマーハラスメントの温床となるという悪循環に陥ることが危惧されています。

そのためにも、企業は、カスタマーハラスメントを受けた従業員のための相談対応者と窓口を設置し、広く従業員に周知することが必要です。残念ながら、アンケート調査によれば、72%の組合員がカスタマーハラスメントを受けた際に相談できる人が必要であると答えているにも関わらず、専門部署が設置されている企業は僅か11.6%というのが実態なのです。

そして、相談対応者は、カスタマーハラスメントが実際に発生した場合だけでなく、発生のおそれがある場合やカスタマーハラスメントに該当するか否か判断が難しい場合も含め、幅広く相談に応じる必要があります。

この場合の相談対応者は、相談者の上司、管理監督者が適任といえます。アンケート調査でも、カスタマーハラスメントを受けた際の対応として、「上司に引き継いだ」との回答が22.4%となっており、トラブルが発生した際に現場に急行しやすい条件にあることが考えられます。

＜現場・相談対応者の役割＞

相談対応者の役割としては、まず速やかに事実確認を行うことです。その方法として、相談者本人および他の従業員への状況確認、録画・録音内容の確認など出来る限り客観的に「事実」を把握することです。間違っても、この初動の段階で従業員に企業への不信感を植え付けるような対応だけは厳に慎まなければなりません。アンケート調査でも、「道理がこちらに合ってもひたすら謝り続けるしかなく、

苦情を受けたという事実だけで責任を問われることがあるので、所属組織に対して不信感を持つことがあります」との声が寄せられています。

また、相談対応者は、状況によって、その場でカスタマーハラスメントであるか否か判断を迫られるとともに、その判断に基づく対応を求められる場合があります。したがって、相談対応者は、社内であらかじめ定められた基準や対応手順を理解し、ケーススタディなどを通して対応方法を想定しておく必要があります、そうした役割を担う相談対応者への教育は大変重要となります。

<本社・対策推進チームの役割>

また、カスタマーハラスメント対策を推進するためには、現場の相談窓口とは別に取り組み全体を所管する本社組織の設置が望ましいといえます。具体的には、本社内の人事労務部門や法務部門、顧問弁護士等を中心とする対策推進チームを設け、基本方針や対応方法・手順の策定、教育、再発防止策の検討などを行います。そして、相談対応者や相談窓口から上がってきた現場では解決が困難な案件について、法的対応など企業として一元的に対応できる体制を構築することです。

(3) 対応方法・手順の策定

<現場での初期対応の方法・手順>

現場対応者による初期対応においては、まずは誠意ある対応をしつつ、状況を正確に把握し、事実確認をする必要があります。そして、カスタマーハラスメントに発展させないためには、以下の点に留意しつつ、対応することが必要です。

①対象となる事実、事象の明確化

- ・丁寧に関手の言い分を聞きつつ、対象を明確にすることに努める。
- ・正確に状況が把握できていない段階では、企業として非を認めることは控える。

②状況の正確な把握

- ・一通り事情を確認した後、相手が話す内容に不明確な点があれば確認し、不足する情報があれば追加で意見をもらい、相手の勘違いがあれば正しい情報を提供する

③管理監督者または相談窓口との情報共有

<ハラスメント行為別の対応例>

カスタマーハラスメントが疑われる場合の対応としては、録音・録画・対応記録・時間の計測など検証可能な証拠を収集します。また、悪質性が高いと疑われる場合には、単独での対応をせず複数名で対応します。なお、ハラスメント行為別の対応例を以下に示します。

①時間拘束型

- ・対応できない理由を説明し、応じられないことを明確に告げる等の対応を行った後、膠着状態に至ってから一定時間を過ぎた場合、お引き取りを願う。相手が帰らない場合には、毅然とした態度で退去を求める。状況に応じて、警察への通報等を検討する。

②暴言型

- ・大声を張り上げる行為は周囲の迷惑となるため、止めるように求める。侮辱的発言や名誉棄損、人格を否定する発言に関しては、後で事実確認ができるよう録音し、程度によっては退去を求める。

③権威型

- ・正当な理由なく権威を振りかざして要求を通そうとしたり、文書等での謝罪や土下座を強要するなどの場合は、要求には応ぜず、対応を管理監督者と交代する。

④SNS・インターネット上での誹謗中傷型

- ・動画や写真の盗撮・無断撮影などの投稿による掲示板やSNSでの被害については、掲載先の運営者(管理人)に削除を求める。投稿者に対して損害賠償等を請求する場合は、弁護士に相談しつつ、発信者情報の開示を請求する。解決策や削除の求め方が分からない場合には、法務局や違法・有害情報相談センター等に相談する。
- ・なお、航空機内における動画や写真の盗撮・無断撮影などについては、空という特殊性のため盗撮場所の特定が困難なことから、都道府県の迷惑防止条例の適用が困難な状況にある。したがって、航空機内における盗撮行為等に対しては、飛行している場所を問わず、全国統一基準で厳格な対処が可能となる法整備を早急に行う必要がある。

⑤セクシャルハラスメント型

- ・性的な言動に対しては、録音・録画による証拠を残し、被害者および加害者に事実確認し、加害者には警告を行う。

⑥暴力型

- ・なお、暴力行為は明確な犯罪行為であることから、対応者の安全確保を最優先に複数名で対応し、直ちに警察に通報する。

<内部手続きの方法・手順>

～本社・対策推進チームに報告する際の判断基準～

- ・利用者等との対応において訴訟手続きが必要となる場合
- ・警察など社外組織と連携が必要となる場合

～本社・対策推進チームに報告する際の共有情報～

- ・対応日時・箇所、対応者、利用者の情報、利用者の要望内容、対応結果

(4) 社内対応ルールについての従業員への教育・研修

～従業員教育の内容例～

- ・カスタマーハラスメントの定義・該当行為例、正当なクレームとの相違
- ・カスタマーハラスメントの判断基準・事例
- ・行為別の対応方法
- ・対応の基本的な流れ
- ・利用者との接し方のポイント

また、階層別に経営層や相談対応者への教育・研修を行うことも重要です。特に経営層に対しては、カスタマーハラスメントの事業への影響や優先順位を判断したうえで対応が求められることなど意識改革を図ることが必要となります。

(5) 事実関係の正確な確認と事案への対応

～相談対応者による事実関係の整理・判断に至る流れ～

- ・時系列で起こった状況、事実関係を正確に把握し、理解する
 - 利用者等の求めている内容を把握する
 - 利用者等の要求内容が妥当か検討する
 - 利用者等の要求の手段・態様が社会通念上相当か検討する

(6) 従業員への配慮措置

従業員がカスタマーハラスメントの被害を受けた場合、速やかに被害を受けた従業員に対する配慮措置を行う必要があります。具体的には、従業員の現場での安全確保や精神面への配慮があります。

～従業員の安全の確保～

利用者等が暴力行為やセクハラ行為を行ってくる場合、従業員の安全確保を行わなければなりません。具体的には、加害者(利用者)から一定の距離を確保することを周知し、現場監督者がいる場合は加害者(利用者)から従業員を引き離し、状況に応じて警察と連携を取りながら、本人の安全を確保します。

～精神面への配慮～

カスタマーハラスメントにより、従業員にメンタルヘルス不調の兆候がある場合、産業医や産業カウンセラー、臨床心理士等の専門家に相談対応を依頼してアフターケアを行う、もしくは専門の医療機関への受診を促します。また、定期的にストレスチェックを行うなど、従業員の状況を確認し、問題がある場合は産業医への相談を促すなど、従業員の心の健康の保持増進を図ることが求められます。

なお、従業員がセクハラ行為を受けた際は、同性の相談対応者が対応するなど、

被害内容に合わせた配慮も必要です。

5. 業界として取り組むべきカスタマーハラスメント防止対策

カスタマーハラスメント防止対策は第一義的には企業内労使で取り組むべき課題ですが、それだけでは不十分です。同じ業界の中で、企業によってハラスメントへの対応について格差や温度差がある場合、ハラスメントに毅然として対応している企業が顧客からの標的となることによって、結果としてハラスメント防止の取り組みが委縮してしまうという悪循環につながりかねません。したがって、業界として、統一的なカスタマーハラスメントの定義および判断基準を共有しておくことが、企業の取り組みを推進するうえで必須であると言えます。

なお、カスタマーハラスメントに係る犯罪、違法行為が抵触する法律は下記のとおりですが、実際に法律で処罰された例はあまり聞き及びません。処罰の対象となっていることと実際に罰を受けていることに乖離があるのであれば、業界全体でハラスメントを許さない決意を明らかにし、とりわけ暴力行為等に対しては毅然とした対応が求められます。

＜カスタマーハラスメントが抵触する法律＞

【傷害罪：刑法 204 条】人の身体を傷害した者は、15 年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金に処する。

【暴行罪：刑法 208 条】暴行を加えた者が人を傷害するに至らなかったときは、2 年以下の懲役若しくは 30 万円以下の罰金又は拘留若しくは科料に処する。

【脅迫罪：刑法 222 条】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者は、2 年以下の懲役又は 30 万円以下の罰金に処する。

【恐喝罪：刑法 249 条 1 項】人を恐喝して財物を交付させた者は、10 年以下の懲役に処する。

【強要罪：刑法 223 条】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、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者は、3 年以下の懲役に処する。

【名誉棄損罪：刑法 230 条】公然と事実を摘示し、人の名誉を毀損した者は、その事実の有無にかかわらず、3 年以下の懲役若しくは禁錮又は 50 万円以下の罰金に処する。

【侮辱罪：刑法 231 条】事実を摘示しなくても、公然と人を侮辱した者は、1 年以下の懲役若しくは禁錮若しくは 30 万円以下の罰金又は拘留若しくは科料に処する。

【信用毀損及び業務妨害：刑法 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者は、3 年以下の懲役又は 50 万円以

下の罰金に処する。

【威力業務妨害罪：刑法 234 条】威力を用いて人の業務を妨害した者も、前条の例による。

【不退去罪：刑法 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者は、3 年以下の懲役又は 10 万円以下の罰金に処する。

6. おわりに～働く者が互いに尊重し、共感しあえる社会を創るために～

2019 年 6 月に改正女性活躍推進法が公布され、労働施策総合推進法等が改正されました。この改正により、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りました。

これを踏まえ、2020 年 1 月には、「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）が策定され、顧客等からの暴行、脅迫、暴言、不当な要求等の著しい迷惑行為（カスタマーハラスメント）に関して、事業主は、相談に応じ、適切に対応するための体制の整備や被害者への配慮の取り組みを行うことが望ましい旨が定められました。

一方で、カスタマーハラスメントの問題は、利用者・顧客の意識、さらには社会全体の意識の改革の問題でもあります。本来は対等な関係であるべきサービスを提供する側と受ける側が、なぜ主従関係になってしまっているのでしょうか。アンケート調査によれば、加害者の性別は男性が 86.4%、年齢は 30 代から 60 代で 80.3%を占めており、加害者の多くは働く現役世代であると考えられます。加害者も被害者と同じ“労働者”であるにも関わらず、なぜ労働者同士の連帯感をかなぐり捨てて、“カスタマー”の立場を前面に出しながら、理不尽な行為に及ぶのでしょうか。それは、こうした行為に至る要因の多くが日常的な不満・ストレスのはけ口となっていることであり、加害者が働く殺伐とした労働現場が背景にあるのかもしれない。

その意味では、「働く者が互いに尊重し、共感しあえる社会を創る」ためには、まずは自らの労働現場を「働く者が互いに尊重し、共感しあえる職場」に創り変えていくことが求められているのではないのでしょうか。カスタマーハラスメント防止の問題は、まさに職場からの団結と連帯の復権の問題であり、日本の労働組合運動の課題そのものでもあるのです。

加えて、カスタマーハラスメントが生じる要因として、お互い様の精神や他者の労働へのリスペクトの欠如といった近年の社会の風潮があげられます。社会の仕組みや人間社会の成り立ちを学ぶ、公教育の重要性もあらためて指摘しておかなければなりません。

いずれにしても、カスタマーハラスメント防止に向けた措置を真に実効性のあるもの

とするためにも、まずは企業において、カスタマーハラスメントの定義が正しく理解され、組織全体で認識が共有されることが必要です。それがあって初めて、適切な対策と対応が可能となり、従業員をカスタマーハラスメントから守ることが可能となります。本ガイドラインがそのための一助となることを期待します。

以 上

カスタマーハラスメント対策チェックシート

企業のチェックシート

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

☐組織のトップが、カスタマーハラスメント対策への取組の基本方針・基本姿勢を示しているか。

☐企業としての基本方針・基本姿勢について、従業員に周知・啓発、教育を行っているか。

②実態の把握

☐顧客等からのハラスメント発生状況の実態について、把握しているか。

☐顧客等からのハラスメントについて、従業員が企業に求める対応、取組について、把握しているか。

③必要な体制の整備、対応マニュアル等の作成

☐顧客等からのハラスメントについて、対応策の検討を行う部署・委員会はあるか。

☐どのような行為を顧客等からのハラスメントとして整理するのか、その基準を示し、従業員に周知・啓発、教育を行っているか。

☐監視カメラの設置、警備担当者の配置等、保安体制は整備されているか。

☐最寄りの警察等の連絡先は周知されているか。

☐顧客等からのハラスメント対応マニュアルを作成しているか。

☐顧客等からのハラスメント対応マニュアルに沿った従業員の教育訓練を行っているか。

☐事案発生時の社内報告・連絡・相談システムが確立され、周知しているか。

④相談体制の整備

☐相談窓口の設置、相談対応者・担当部署を明示し、周知しているか。

☐相談対応者が相談対応における留意点等を記載したマニュアルを作成しているか。

☐被害にあった従業員に対するメンタルケアの体制は整っているか。

⑤顧客等からのハラスメントが生じた場合の対応

☐顧客等からのハラスメントを停止させる措置を講じたか。

☐事案に係る事実関係について、従業員、顧客等から迅速かつ正確に確認したか。

☐顧客等からのハラスメントが生じた事実が確認できた場合、一人に対応させない、上司が代わって対応する、メンタルヘルス不調への相談に対応するなど、必要な措置を講じているか。

☐同様の問題が発生することを防ぐ再発防止策を講じたか。

☐マニュアルに基づき対応した事案が適切であったか事後的に検証したか。また、定期的に見直す仕組みがあるか。

⑥プライバシーの保護、不利益取扱いの禁止

☐相談者等のプライバシーを守るための必要な措置を講じ、従業員に周知しているか。

☐相談したことを理由とする解雇その他の不利益取扱いをされない旨を定め、従業員に周知しているか。

⑦その他環境面に関すること

☐顧客等からのハラスメントの予兆となるような情報、雰囲気の日頃から把握しているか。

☐従業員の接客は適切か、接客についての必要な教育訓練を行っているか。

☐過度に「お客様第一主義」に偏り、顧客等からのハラスメントを容認する風土はないか。

従業員のチェックシート

- ☐ 顧客等からのハラスメントに関する企業の基本方針・基本姿勢を認識しているか。
- ☐ 顧客等からのハラスメント対応マニュアルを認識しているか。マニュアルに基づき対応しているか。
- ☐ 顧客等からのハラスメントの発生原因となるような言動はないか。
- ☐ 顧客等が快適に商品やサービスを受けられるような対応(商品やサービスに関する知識を含む)ができているか。
- ☐ 自社の顧客等からのハラスメント相談窓口を知っているか。
- ☐ 顧客等からのハラスメントが発生した際の報告・連絡・相談システムを知っているか。
- ☐ 顧客等からのハラスメントに係る同僚・部下からの相談に応じているか。受けた相談について上司や人事労務担当部署に報告・相談しているか。
- ☐ 同僚が顧客等からのハラスメントを受けている状況を黙認していないか。
- ☐ 自身が顧客等からのハラスメントを受けた場合、一人で抱え込むことなく上司や人事労務担当部署に報告・相談しているか。