

改正労働施策総合推進法

——カスタマーハラスメント法と企業の実務対応策

中町誠法律事務所弁護士

中井智子
なかい ともこ



改正労働施策総合推進法の概要

2025年6月4日、改正労働施策総合推進法が参議院本会議にて可決成立、同年同月11日に公布された。その主たる改正点としてカスタマーハラスメントに関する法整備がなされた点が挙げられる。ハラスメント対策の強化の一環となされたものである。

カスタマーハラスメントに関する改正法の施行日は、公布日（2025年6月11日）から1年6月以内の政令で定める日とされた。そのため、今後、カスタマーハラスメントに対する企業としての予防策、対応策を策定する必要がある。

法令で事業主に課される義務は、カスタマーハラスメントを防止するため雇用管理上必

要な措置である。あわせて法令は、カスタマーハラスメントを行ってはならないこと等に対する関心と理解を深めること、他の事業主が雇用する労働者に対する言動に注意を払うよう努めること等について、国、事業主、労働者に加え、顧客等に対しても自身の言動に注意を払う努力義務を定めた。

改正法にみるカスタマーハラスメントの概念

労働施策総合推進法改正33条1項がカスタマーハラスメントの定義を示している。

①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の言動であつて
②その雇用する労働者が従事する業務の性質

が考えられること

・「社会通念上相当な範囲を超えた言動」の判断については、「言動の内容」および「手段・態様」に着目し、総合的に判断することが適当であり、一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ことに留意が必要であること
・事業者または労働者の側の不適切な対応が端緒となつている場合もあることにも留意すること

さらに、同建議では、客観的にみて、顧客等のクレームが社会通念上相当な範囲であれば「正当なクレーム」であること、消費者法制により定める消費者の権利を阻害してはならないこと、障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律に基づく合理的配慮の提供義務を遵守する必要があること、各業法等によりサービス提供の義務等が定められていることに留意すること、労働者の心身の状況や受け止めには個人差があるため、事業主は個別事案に際して丁寧かつ慎重に対応する必要があることを指摘する。

講ずべき措置の具体的な内容

今後指針に具体的に示される予定であるが、同建議では以下の措置内容を挙げている。
・事業主の方針等の明確化およびその周知・啓発
・相談に応じ、適切に対応するための必要な

体制の整備

・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（カスタマーハラスメントの発生を契機として、カスタマーハラスメントの端緒になった商品やサービス、接客の問題点等が把握された場合には、その問題点等そのものの改善を図ることも含む）
・これらの措置と合わせて講ずべき措置
これまでのハラスメントに対する事業主の措置義務に即したものとはいえるが、カスタマーハラスメントの場合、その発生原因に立ち返って、必要な改善を検討することも指摘されていることが注目される。

また、法改正の審議では「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」を行うことについて修正の審議がなされ追加された。顧客等に対する毅然とした措置も、対応として必要となる。

企業がとるべき対応

カスタマーハラスメント問題には、B to Cのみならず、B to Bも含まれる。また、事業主に対する雇用措置の義務化は企業規模を問わない。したがって、あらゆる業種、規模の企業でカスタマーハラスメントへの対処が必要となる。

まず、企業は、直面するカスタマーハラスメントにはどのようなものがあるかを整理す

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により

③当該労働者の就業環境を害すること

この三つを満たすものが、カスタマーハラスメントである。これらの解釈については、今後指針に示される予定となっている。

ただし、今後定められる指針の内容として、2024年12月26日付労働政策審議会「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）が大いに参考となる。そのうち、上記②に関する指摘の一部を紹介する。

・権利の濫用・逸脱に当たるとするものをいい、社会通念に照らし、当該顧客等の言動の内容が契約内容からして相当性を欠くもの、または、手段・態様が相当でないもの

ることになるだろう。製造商品のユーザー、小売店や飲食店の客、病院の患者、あるいは取引先など、直面するカスタマーハラスメントの問題は様々である。過去のトラブル事例を振り返り、事案を具体的に挙げることで、より実効性のある対策を検討することが可能となるだろう。これらの実例を基に、前述のカスタマーハラスメントの定義を基準として、自社でのカスタマーハラスメントの概念の整理を行う。

次に、対応方法を検討する。管理職に報告して対応してもらう、専門の相談室に報告して対応してもらうなど様々考えられる。いずれにおいてもカスタマーハラスメントに直面する労働者の職場環境保全の観点から、労働者個人の力量に任せるのではなく、組織として対応することが検討されるべきだろう。

あわせて顧客等に対して、ケースに応じて、出入り禁止やサービスの打ち切りなど、毅然とした対応をとることも必要となる。

予防をどう図るかも問題となる。カスタマーハラスメントは社外の者からなされるものだが、自社方針を対外的に明確に示すなど考えられる手段はある。また、発生原因に立ち返ると、自社側の知識不足や対応の稚拙などが契機となっていることもある。改めて、社員教育を徹底するなど、基本に立ち返った対応も検討に値するだろう。