

3 カスタマーハラスメント 対策と従業員

弁護士 若竹 宏諭

Q3-1 カスタマーハラスメント対策の法的位置付け
新聞を読んでいたら、大企業がカスタマーハラスメントに対する基本方針を次々と打ち出しているとのことでした。中小企業は、カスタマーハラスメント対策を講じる法的義務はありますか。そのような対策を講じる意義はどこにあるのでしょうか。

A3-1

現在(令和6年8月末日)、カスタマーハラスメント対策を講じることを明示的に義務付けた法令はありません。しかし、貴社の従業員がカスタマーハラスメントを受ける可能性がある場合、貴社が従業員に対して負う労働契約に由来する安全配慮義務、職場環境配慮義務を履行するためにも、カスタマーハラスメント対策の要否を検討した上で、必要に応じた対策を講じ、既に講じている場合でも対策の見直しを適時に行うべきです。

解説

厚生労働省は、労働施策総合推進法に基づき、令和2年1月、「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。以下「本指針」という。)を策定した。

本指針では、顧客等からの暴行、脅迫、ひどい暴言、不当な要求等の著しい迷惑行為を「カスタマーハラスメント」とした上¹、事業主は、カスタマーハラスメントについて、従業員からの相談に応じ、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組を行うことが望ましい旨、また、被害を防止するための取組を行うことが有効である旨が定められた。さらに、厚生労働省は、本指針を踏まえ、カスタマーハラスメント対策の必要性の理解と企業の自主的な取組を促すことを目的として、令和4年2月、カスタマーハラスメント対策企業マニュアル(以下「厚労省マニュアル」という。)を公表した。

パワーハラスメントについては、その防止のための雇用管理上必要な措置を講じることが事業主の法的義務

となった一方(労働施策総合推進法30条の2第1項)、カスタマーハラスメントについては、本指針において就業環境に配慮する取組を行うことが望ましい旨だけが規定されており、当該取組を行うことが事業主の法的義務として定められたわけではない。

もっとも、事業主は、労働者に対して、労働契約に由来する安全配慮義務を負う(労働契約法5条は、「使用者は、労働契約に伴い、労働者がその生命、身体等の安全を確保しつつ労働することができるよう、必要な配慮をするものとする」とし、使用者がいわゆる安全配慮義務を負うことを明示的に規定している。)。また、事業主は、労働契約上の付随義務として、労働者に対し、働きやすい職場環境を維持する義務(職場環境配慮義務)を負っている。

そして、カスタマーハラスメントは、他のハラスメント行為同様、労働者の就業環境を害し得るだけでなく、労働者の心身をも害する危険を孕んだものである。そこで、事業主は、安全配慮義務及び職場環境安全配慮義務を履行するため、自社の事業内容を踏まえ、必要に応じたカスタマーハラスメント対策を講じるべきことになる。したがって、事業主にカスタマーハラスメント対策を講じることを明示的に義務付ける法令の有無にかかわらず、事業主は、カスタマーハラスメント対策を具体的に講じるべき場合があり、このことは事業規模の大小にかかわらず。

既にカスタマーハラスメント対策を講じている事業主であっても、対策後の社会情勢の変化や、顧客対応の実例等を踏まえて当該対策の見直しをするなどし、対策内容のアップデートを継続していくことが必要であろう。

Q3-2 カスタマーハラスメント対策の懈怠に起因する事業主の法的責任等

カスタマーハラスメント対策を十分講じなかった場合、カスタマーハラスメントを受けた従業員との関係で当社が法的責任を負うことはありますか。

A3-2

安全配慮義務や職場環境配慮義務違反による民事上の損害賠償責任を負う可能性があります。それだけでなく、企業としての信用低下につながることもあり得ます。

解説

A3-1のとおり、事業主は、従業員に対して、安全配慮義務及び職場環境配慮義務を負っている。した

がって、従業員がカスタマーハラスメントによって何らかの損害を被った場合において、事業主が安全配慮義務や職場環境配慮義務を怠っていたと評価されれば、従業員に対して債務不履行責任又は不法行為責任としての民事上の損害賠償責任を負う可能性がある²。いかなる場合に、安全配慮義務や職場環境配慮義務を怠ったと評価されるのかは、個別具体的な判断によるといわざるを得ないが、事業主がカスタマーハラスメントについて、一定の対策を講じていた場合でも、例えばその対策が不十分であったという評価を受ければ、上記義務違反があったと判断される可能性がある。そのため、A3-1において述べたとおり、カスタマーハラスメント対策を既に講じている場合であっても、その後の社会情勢の変化や顧客対応の実例等を踏まえて、対策内容の不断の見直しを行うことが肝要である。

カスタマーハラスメントは、このような法的責任という形だけでなく、企業に対し目に見えない形で損害を与える可能性もある。例えば、万が一カスタマーハラスメントに関する従業員との紛争沙汰が報道されるようなことがあれば、企業としての信用低下につながりかねない。また、顧客がクレームの手段として、SNS上で事実に反する投稿を行い、それが拡散されてしまうような事態も考えられる。この場合、特段の対策をとっていなかった結果、あたふたして場当たり的に対応することによって人的、時間的コストが増加することが想像できる。一方、カスタマーハラスメント対策を事前に講じ、社内で浸透させておくことにより、対策内容に従った一貫した対応を毅然ととることが可能となり、各方面への影響の拡大を防止することにつながるであろう。

Q3-3 カスタマーハラスメント対策基本方針の策定

まずはカスタマーハラスメントに対する基本方針を策定、公表したいと思います。どのように作成したらよいでしょうか。

A3-3

カスタマーハラスメントに対する基本方針は、企業の経営方針や経営理念、行動理念などにも関わることから、業務内容、業務規模、業界の状況等貴社を取り巻く環境を踏まえて、厚労省マニュアルや他社事例などを参考にしつつ、事前に定めておくべきです。策定後は従業員への周知を図りましょう。

解説

ハラスメント対策に限ったことではないが、企業内において、一定の方針の下で何らかの対策を講じ、それを実効化させるためには、経営トップのコミットメントが重要である。

厚労省マニュアルは、「企業のトップは、カスタマーハラスメント対策への取組姿勢を明確に示す必要があります」とした上で、「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従業員に育まれます」と記載している(厚労省マニュアル20頁)。トップが公に発信する基本方針が存在することによって、カスタマーハラスメントの矢面に立つ現場の従業員も不当なクレームに勇気をもって立ち向かうことが可能になろう。

そのため、経営トップが発信する基本方針は重要な意味を持つことになるが、企業が遭遇するカスタマーハラスメントの内容・態様は千差万別であるため、その基本方針の具体的内容も企業ごとに検討することになる。

厚労省マニュアルは、基本方針の要素例として、①カスタマーハラスメントの内容、②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こと、③カスタマーハラスメントを放置しないこと、④カスタマーハラスメントから従業員を守ること、⑤従業員の人権を尊重すること、⑥常識の範囲を超えた要求や言動を受けたら、周囲に相談してほしいこと、⑦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こと、を挙げている(厚労省マニュアル20頁)。

これらの要素を基礎として、自社の経営方針や経営理念等、業務内容、業務規模、業界の状況など業界を取り巻く環境を踏まえて、基本方針の内容を具体化していくことになる。上記要素例をすべて盛り込む必要はないし、反対に、列挙されていない事柄を追加することも考えられる。その際、多くの企業が既にカスタマーハラスメント対策に関する基本方針を発信していることから、他社事例を参考にし、自社に取り入れられる部分は取り入れることがより良い基本方針作成の一助になろう(例えば、JR西日本グループは、カスタマーハラスメントに対する基本方針として、①策定の目的を掲げた上、②カスタマーハラスメントの定義と同社グループがカスタマーハラスメントと考える行為の例、③カスタマーハラスメントへの社外・社内対応の内容を公表している³。また、厚生労働省委託事業によるウェブサイト「あかるい職場応援団」では、カスタマーハラスメント対策企業事例が掲載されている⁴)。

なお、策定後は、自社ホームページ等で外部に公表するほか、社内研修を行うなど適宜の方法で、従業員への周知・啓発を図ることが必要である。これにより、有事のスムーズな対応につなげる必要がある。

Q3-4 カスタマーハラスメント対策の例

基本方針を策定する以外に、カスタマーハラスメント対策として採り得る事前の方策はありますか。他の事業者の対応例も教えてもらえると助かります。

A3-4

カスタマーハラスメントを取り扱う担当部署や相談窓口の設置、顧客対応ルールの策定、社内研修の実施のほか、顧客との契約内容の見直しなど、貴社における顧客対応に有効となり得る様々な対策を講じることが考えられます。

解説

厚労省マニュアルは、カスタマーハラスメントを想定した事前準備事項として、基本方針の策定のほか、カスタマーハラスメント対策組織の設置、従業員のための相談対応体制の整備、カスタマーハラスメントへの対応方法、手順(社内対応ルール)の策定、社内対応ルールに係る社内教育・研修の実施を挙げている(厚労省マニュアル18頁)。

こうしたカスタマーハラスメント対策の具体的な内容は、事業内容に応じて顧客との接点が異なるため、事業主ごとに様々な対策が考えられる。例えば、事業内容がオンライン上での商品販売やサービス提供である場合、通常、事業主と顧客との間の取引は利用規約に基づいて行われる。そこで、利用規約において、顧客の禁止行為を定め、それに違反した場合には契約を解除できるよう規定するなど、顧客との直接の接点である契約を工夫するという方策も考えられる。

では、どの程度の体制を敷き、対策を講じるべきか。この点、対策内容は事業内容次第であり、また、事業主がカスタマーハラスメント対策に割くことができるリソースにも限りがあるため、事業内容に応じた対策を効果的に講じることがポイントになる。その際、自社の事業内容や過去の顧客対応事例から重点的に対応すべき点を抽出することのほか、現実の紛争例や過去の他社事例を参考にすることも有用である。

例えば、厚労省マニュアルは、「顧客トラブルへの対応を十分行っていたことで賠償責任が認められなかった事例」を挙げている(厚労省マニュアル17頁)。この事例は、小型食品スーパーマーケットのレジ打ち

や接客業務等においてカスタマーハラスメントを受けたという従業員が、会社に対し、労働者の生命、身体等の安全を確保しつつ労働することができるように必要な配慮を欠いたとして、損害賠償請求を求めたものである。裁判所は、会社が、誤解に基づく申出や苦情を述べる顧客への対応について、入社時にテキストを配布して苦情を申し出る顧客への初期対応を指導し、サポートデスクや近隣店舗のマネージャー等に連絡できるようにして、深夜においても店舗を2名体制にしていたことで、店員が接客においてトラブルが生じた場合の相談体制が十分整えられていたとし、会社の安全配慮義務違反はなかったと判断した。この事例では、テキスト配布、初期対応指導、サポートデスクの設置や相談可能なマネージャーの存在、深夜の従業員2名体制といった少なくない対策が取られていた。これは深夜営業を行っており、顧客と直接対峙する可能性のある業態における対策の一例であり、同様の業態・規模の事業主であれば、この事例と同様の対策を講じることが考えられる一方、異なる業態・規模の事業主であれば、これらの対策すべてを講じる必要もないという判断もあり得よう。

そのほか、A3-3で言及したJR西日本グループでは、基本方針において、従業員の心身両面のケアに努めたり、従業員が弁護士に相談できる仕組みを整備することにも言及している。また、コンビニ大手のローソンが、カスタマーハラスメント対策として、名札上の名字の表記を止め、実名の頭文字や任意のアルファベットを表記できるようにしたというニュースもあったところである⁵。A3-3で言及した「あかるい職場応援団」における掲載例も参考になろう。

事業主は、厚労省マニュアルのほか、このような過去の裁判例や他社事例を参考にしつつ、それぞれの事業内容に応じて、カスタマーハラスメント対策につながる効果的な施策を検討していくことが必要である。

なお、策定した対策については、社内でも共有し従業員の理解を深め、適切に運用していくことが必要である。厚労省マニュアルでは顧客対応が発生した場合の対応についても具体的に記載しているため、これを参照するなどして、せっかく策定した施策が画餅に帰すことがないようにしたい。

Q3-5

京都で旅館業を営んでいますが、カスタマーハラスメントに関連する旅館業法の改正があったと聞きました。その概要を教えてください。

A3-5 旅館業法の改正とカスタマーハラスメント

宿泊拒否事由が追加され、宿泊料の不当な要求や不当な慰謝料の要求など、カスタマーハラスメントに当たる特定の要求を行った者の宿泊を拒むことができることになりました。

解説

「生活衛生関係営業等の事業活動の継続に資する環境の整備を図るための旅館業法等の一部を改正する法律」(令和5年法律第52号)により旅館業法が改正された。この改正は、旅館業法が、旅館業の営業者は一定の場合を除き、宿泊しようとする者の宿泊を拒んではならないと規定しているところ、迷惑客の要求に無制限に応えなければならないとすると、本来提供すべきサービスが提供できない等の意見があったことを受けて、宿泊拒否事由を追加するなどしたものである。改正法は、令和5年12月13日から施行されている。

改正後の旅館業法5条1項3号は、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っ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(このような行為を「特定要求行為」という。)には、宿泊を拒否することができるとし、同法施行規則5条の6は、同号の「厚生労働省令で定めるもの」として、①宿泊料減額等の内容の実現が容易でない事項の要求行為、②乱暴な言動等従業者の心身に負担を与える言動を交えた要求であって、要求をした者の接遇に通常必要とされる以上の労力を要することとなるものを定める。

これら特定要求行為に該当するかどうかの考慮要素等や具体例については、厚生労働省が令和5年11月15日に公表した「旅館業の施設において特定感染症の感染防止に必要な協力の求めを行う場合の留意事項並びに宿泊拒否制限及び差別防止に関する指針」に記載されている。例えば、宿泊しようとする者が、宿泊サービスに従事する従業者に対し、宿泊料の不当な割引や不当な慰謝料、不当な部屋のアップグレード等、他の宿泊者に対するサービスと比較して過剰なサービスを行うよう繰り返し求める行為は、特定要求行為に該当するとされる。

旅館業を営む事業主においては、基本方針の策定を含め、カスタマーハラスメント対策を行う際には、上記旅館業法が定める特定要求行為の内容を踏まえた検討を行うべきである。

なお、旅館業法は、宿泊拒否事由として身体等の障害の存在を規定しておらず、障害を理由として宿泊を

拒否することはできない。そのほか、旅館業の営業においては、障害者へ配慮すべき場面も多いと思われ、障害者差別解消法との関係に気を配る必要がある。旅館業法と障害者差別解消法との関係については、厚労省のパンフレット「研修ツール(詳細版)令和5年12月13日から旅館業法が変わります！」(16頁以下)が分かりやすい。

- 1 厚労省マニュアルにおけるカスタマーハラスメントの定義や判断基準については、永井弘二弁護士「カスタマーハラスメント」御池ライブラリー 58号5頁を参照されたい。
- 2 民事上の責任に関する判断例ではないが、労災については、カスタマーハラスメント等を理由とする認定例も出てきている(「カスハラで自殺、労災認定 20代の住宅メーカー営業職」日本経済新聞電子版令和6年7月23日)。
- 3 西日本旅客鉄道株式会社「JR西日本グループカスタマーハラスメントに対する基本方針」
https://www.westjr.co.jp/company/action/customer_harassment/
- 4 あかるい職場応援団「カスタマーハラスメント対策企業事例」
<https://www.no-harassment.mhlw.go.jp/customers-measures/index>
- 5 「ローソンの名札、たなか→クルー TKもOK カスハラ対策」(日本経済新聞電子版令和6年6月4日)