

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
(業界マニュアル作成のための手引)

令和7年3月
東京都

目次

○各団体共通マニュアルについて	3
○業界マニュアルの共通事項	10
第1章 総論	11
マニュアルの目的	12
カスタマー・ハラスメントの定義	13
カスタマー・ハラスメントに対する基本方針	15
業界特有の事情・背景	17
業界で見られる迷惑行為	18
会員企業が取り組むべき事項	19
第2章 未然防止の取組	20
顧客対応の考え方	21
クレームへの初期対応	23
相談体制の整備	28
教育・研修の実施	30
第3章 カスタマー・ハラスメント発生時の対応	31
カスタマー・ハラスメントの判断	32
顧客対応の中止	36
警察との連携	37
カスタマー・ハラスメント対応フロー	41
場面別の対応方針	42
第4章 カスタマー・ハラスメント発生後の対応	54
就業者のケア	55
再発防止に向けた取組	57
顧客等の出入禁止	58
第5章 企業間取引におけるカスタマー・ハラスメント	59
取引先へのカスタマー・ハラスメントの未然防止	60
企業間取引におけるカスタマー・ハラスメント発生時の対応	62
第6章 その他	63
各種相談窓口	64
関係法令・判例・裁判例	66
カスタマー・ハラスメント対策チェックシート	73
○公務現場について	78
○事業者マニュアル（ひな形）	83

各団体共通マニュアルについて

(マニュアルの位置づけ)

- 東京都カスタマー・ハラスメント防止条例第14条では、事業者の措置として、「カスタマー・ハラスメント防止のための手引の作成その他の措置を講ずるよう努めなければならない。」と定めています。
- カスタマー・ハラスメントの防止に関する指針（ガイドライン）第5の7では、「各業界団体は事業者にとってよりどころとなるようなマニュアルをあらかじめ作成しておくことが望ましい。」と示しています。
- 「各団体共通マニュアル」は、条例及び指針に基づき、各業界団体においてマニュアルを作成していただく場合の共通事項や作成のポイントをまとめたものです。
- カスタマー・ハラスメントは働く人の人格や尊厳を傷つける行為です。幅広い職場で効果的な防止対策が議論され、顧客等と働く人が対等な立場に立ち、人権が尊重される環境づくりにつながることを期待しています。

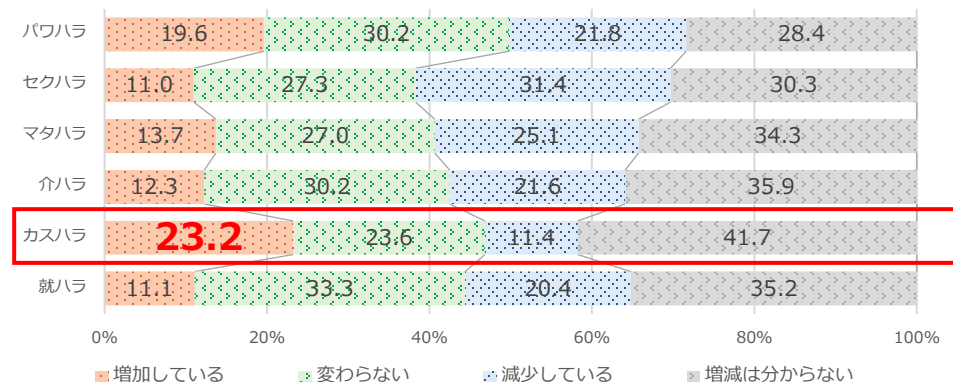
東京都カスタマー・ハラスメント防止条例①

- 近年、**カスタマー・ハラスメント**が深刻化しています。顧客等からの過大な要求やクレームを受け、就業者が**人格や尊厳を傷つけられ、精神的なダメージ**を受ける状況は**放置できません**。周囲の同僚の勤労意欲が低下し、現場に居合わせた人が恐怖や不快感を感じるなど、**当事者以外の人**にまで**悪影響を及ぼす行為**です。
- 厚生労働省の調査（令和5年度）では、過去3年間の**企業におけるハラスメント相談**の中で、**カスタマー・ハラスメントのみ「件数が増加している（23.2%）」**が「件数は減少している（11.4%）」より割合が高いことが明らかとなっています。また、過去3年間に「**カスタマー・ハラスメントを受けた**」と回答した**労働者は全労働者のうち10.8%**となっています。
- **東京都**では、カスタマー・ハラスメントが、就業環境を害し、事業継続にも影響を及ぼすとの認識の下、**社会全体で防止**を図るため、**防止対策の検討**を重ねてきました。
- 関係団体、法律の専門家等を交えた議論を踏まえ、**あらゆる人を対象にカスタマー・ハラスメントを禁止し、事業者**に**防止措置**を求める「**東京都カスタマー・ハラスメント防止条例**」（以下「条例」といいます。）案を東京都議会に提出し、審議の結果、**令和6年10月に成立**（令和7年4月1日施行）しました。
- 条例に基づき、**顧客等と働く全ての人とが対等な立場**に立って**互いに尊重し合う都市**を作り上げるとともに、**カスタマー・ハラスメントのない公正かつ持続可能な社会**を目指します。

【条例のポイント】

- ✓ **カスタマー・ハラスメントの禁止**を規定
- ✓ カスタマー・ハラスメント防止の**基本理念**を定め、**都、顧客等、就業者、事業者の責務**を規定
- ✓ カスタマー・ハラスメント防止の**指針**を定め、**都による施策の推進、事業者による措置等**を規定

■ 過去3年間に相談があった企業におけるハラスメント相談件数推移



（資料）厚生労働省「令和5年度職場のハラスメントに関する実態調査」を基に一部加工

東京都カスタマー・ハラスメント防止条例②

【条例の検討経緯】

◎令和5年10月20日

公労使による「新しい東京」実現会議

議題：カスタマーハラスメントへの対応のあり方

→「カスタマーハラスメント防止対策に関する検討部会」を設置

検討部会の議題

第1回	10/31	カスタマーハラスメントへの対応に関する現状分析と論点整理
第2回	12/22	カスタマーハラスメント防止対策の具体的な手法について
第3回	2/6	カスタマーハラスメント防止のためのルール作りについて
第4回	4/22	カスタマーハラスメント防止のルール作りの具体的な内容について

◎令和6年5月22日

公労使による「新しい東京」実現会議

議題：カスタマーハラスメントへの対応のあり方に関する検討状況

◎令和6年7月19日

東京都カスタマーハラスメント防止条例（仮称）の基本的な考え方 公表

令和6年8月19日まで意見募集（パブリックコメント）を実施 ※意見総数：248件

◎令和6年10月4日

東京都カスタマー・ハラスメント防止条例 成立

◎令和6年10月11日

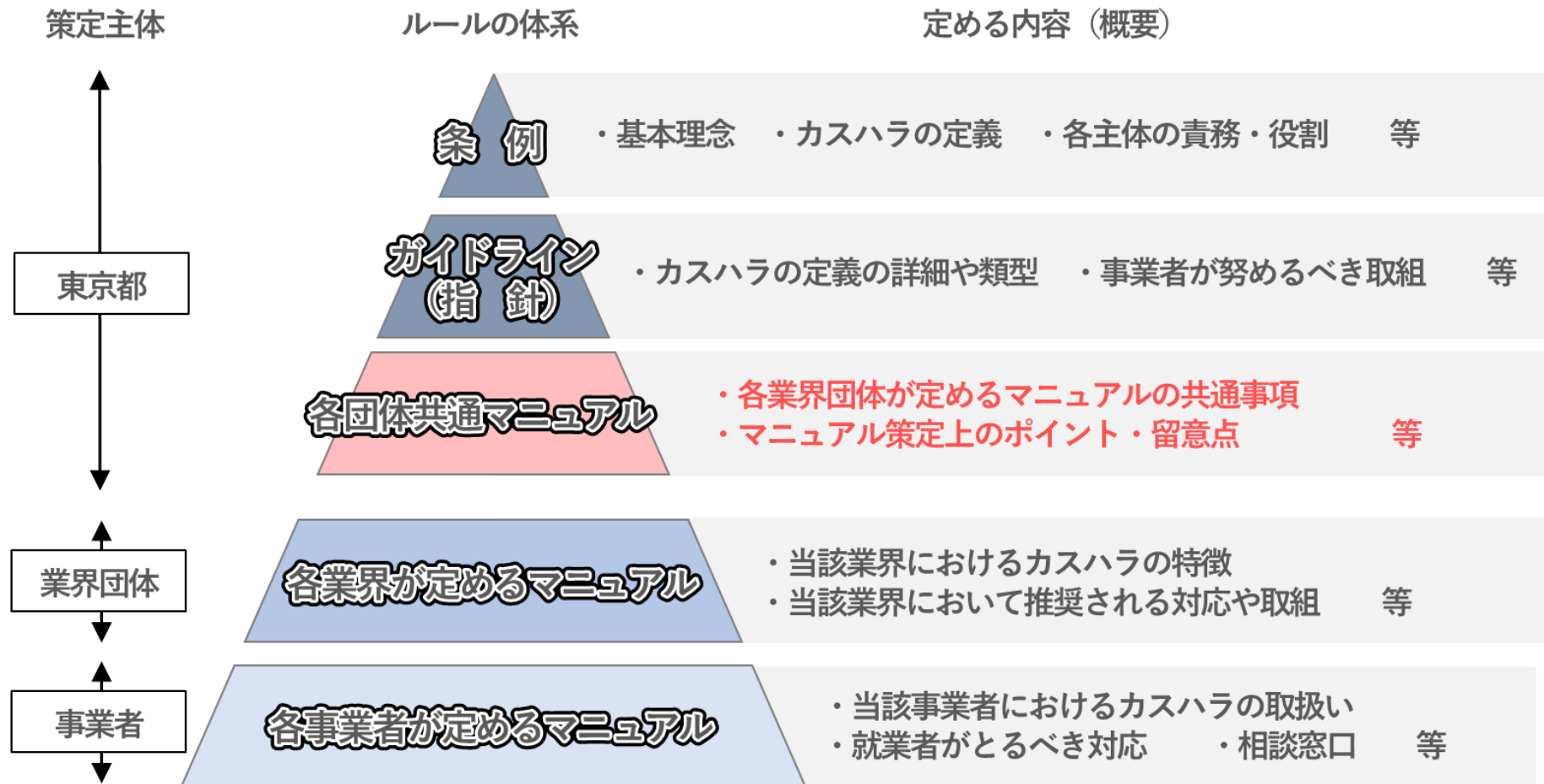
東京都カスタマー・ハラスメント防止条例 公布

◎令和7年4月1日

東京都カスタマー・ハラスメント防止条例 施行

防止ルールの体系

- 「条例」では、カスタマー・ハラスメント防止の**基本理念**や**用語の定義**、**各主体の責務**や**役割**を規定
- 「ガイドライン（指針）」では、**条例の考え方**や**運用のあり方**を規定
- 「**各団体共通マニュアル**」では、**業界団体が定めるマニュアルの共通事項**や**策定上のポイント**等を規定



マニュアルの必要性

- **条例第8条及び第9条**では、**就業者と事業者の責務**、**第14条**では、**カスタマー・ハラスメント防止のための事業者による措置等**が規定されています。
- こうした責務や措置等の**考え方**や**運用のあり方**は、**ガイドライン（指針）**で明らかにしていますが、就業者や事業者が実際の現場で**取組**を**実践**する上で、**具体的な対応の拠り所**となる**マニュアル**が必要です。
- **実効性のあるマニュアル**を作成するためには、カスタマー・ハラスメントに関する**現場の実態**を適切に把握し、就業者と事業者との間で活発な意見交換を行うなど、**労働者と使用者が協力して検討**することが**重要**です。

【条例より抜粋】

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、その業務に関して**事業者が実施するカスタマー・ハラスメントの防止に関する取組に協力するよう努めなければならない。**

事業者の責務

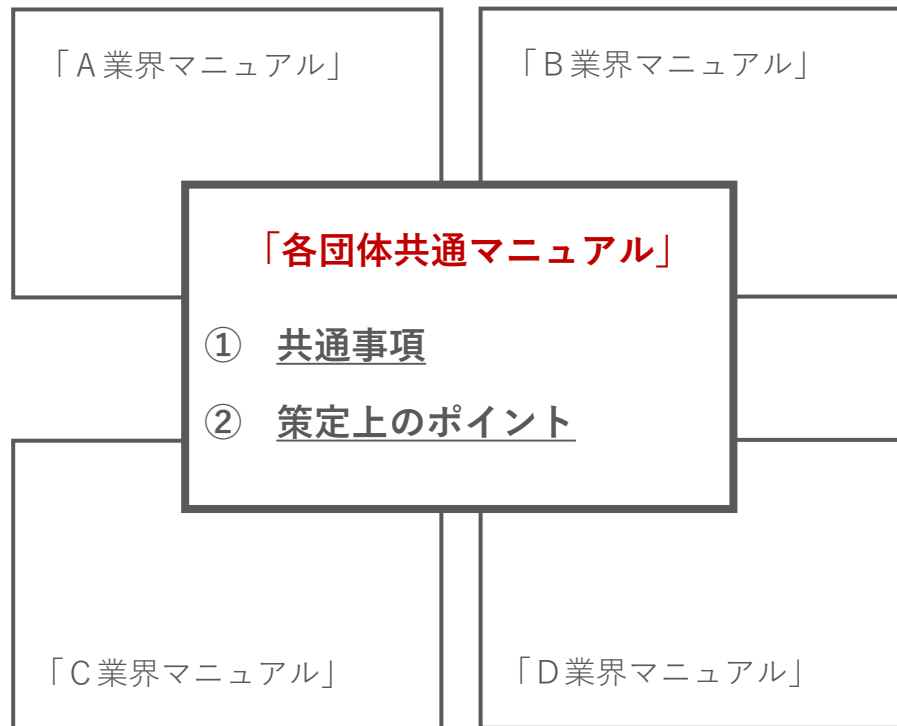
- 第9条** 事業者は、基本理念にのっとり、カスタマー・ハラスメントの**防止に主体的かつ積極的**に取り組むとともに、都が実施するカスタマー・ハラスメント防止施策に協力するよう努めなければならない。
- 2 事業者は、その事業に関して就業者がカスタマー・ハラスメントを受けた場合には、**速やかに就業者の安全を確保**するとともに、当該行為を行った**顧客等に対し、その中止の申入れその他の必要かつ適切な措置を講ずるよう努めなければならない。**
- 3 事業者は、その事業に関して**就業者が顧客等としてカスタマー・ハラスメントを行わないように、必要な措置を講ずるよう努めなければならない。**

事業者による措置等

- 第14条** 事業者は、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措置として、指針に基づき、**必要な体制の整備**、カスタマー・ハラスメントを受けた**就業者への配慮**、カスタマー・ハラスメント**防止のための手引の作成その他の措置**を講ずるよう努めなければならない。
- 2 就業者は、事業者が前項に規定するカスタマー・ハラスメント防止のための手引を作成したときは、当該**手引を遵守**するよう努めなければならない。

各団体共通マニュアルの役割

- 就業者や事業者の対応の拠り所となるマニュアルが必要な一方で、商品やサービスの提供のあり方は業界によって異なり、あらゆるカスタマー・ハラスメントに対応した統一マニュアルを作成することは困難です。
- 都は「各団体共通マニュアル」を作成し、各業界団体が定める「業界マニュアル」に盛り込むべき共通事項とともに、策定上のポイントを提示します。
- 各業界団体においては、「各団体共通マニュアル」を参考としつつ、業界特有の課題を踏まえた会員企業向けの「業界マニュアル」を定めることが推奨されます。業界ごとの特徴的な迷惑行為や対応方針を示すことで、会員企業に自主的なマニュアルづくりを促すことが重要です。



①共通事項

- ✓ カスタマー・ハラスメントの定義
- ✓ カスタマー・ハラスメントに対する基本方針
- ✓ 業界特有の課題
- ✓ 未然防止の取組
- ✓ 発生時・発生後の対応
- ✓ 再発防止の取組

など

②策定上のポイント

- ✓ カスタマー・ハラスメントの判断・対応方針
- ✓ 顧客等への配慮
- ✓ 組織的な対応の重要性
- ✓ 警察・弁護士等との連携
- ✓ 就業者のケア
- ✓ 会員企業への周知・啓発

など

業界マニュアルの共通事項

- 「各団体共通マニュアル」は、「業界マニュアル」に盛り込むことが望ましい**共通事項**を基に章立てします。こうした章立てを参考にしつつ、各業界団体で「業界マニュアル」を定めてください。
- なお、以下の章立ては**都が共通事項を整理**する上で、「モデル例」として**提示するもの**です。（これ以外の事項を盛り込んだり、異なる章立ての「業界マニュアル」を策定することも差し支えありません。）

【業界マニュアルの章立て（例）】

第1章 総論

- マニュアルの目的
- カスタマー・ハラスメントの定義
- カスタマー・ハラスメントに対する基本方針
- 業界特有の事情・背景
- 業界で見られる迷惑行為
- 会員企業が取り組むべき事項

第2章 未然防止の取組

- 顧客対応の考え方
- クレームへの初期対応
- 相談体制の整備
- 教育・研修の実施

第3章 カスタマー・ハラスメント発生時の対応

- カスタマー・ハラスメントの判断
- 顧客対応の中止
- 警察との連携
- カスタマー・ハラスメント対応フロー
- 場面別の対応方針

第4章 カスタマー・ハラスメント発生後の対応

- 就業者のケア
- 再発防止に向けた取組
- 顧客等の出入禁止

第5章 企業間取引におけるカスタマー・ハラスメント

- 取引先へのカスタマー・ハラスメントの未然防止
- 企業間取引におけるカスタマー・ハラスメント発生時の対応

第6章 その他

- 各種相談窓口
- 関係法令・判例・裁判例
- カスタマー・ハラスメント対策チェックシート

業界マニュアルの共通事項

- ※ 以降に示す内容はあくまで一例です。また、必要な要素を網羅的に記載しています。業種・業態によって、具体的な内容を抜粋するほか、加筆・加工して運用してください。
- ※ 今後、TOKYOノーカーサハラ支援ナビ (<https://www.nocushara.metro.tokyo.lg.jp/>) 等を通じて、記載内容に関する普及・啓発を進めていきます。
- ※ 本マニュアルで使用する「クレーム」とは、苦情・意見・要望等の申出全般を指しています。

第1章

総論

視点

- 各業界団体においては、カスタマー・ハラスメント防止に向け、**マニュアル策定の背景**や**組織的な対応の必要性**など、**マニュアルの目的**を明示してください。

【目的（例）】

○. 策定の背景

- 近年、カスタマー・ハラスメントが深刻な課題となっています。厚生労働省「令和5年度職場のハラスメントに関する実態調査」では、過去3年間に「カスタマー・ハラスメントを受けた」と回答した労働者は全労働者のうち10.8%と、パワー・ハラスメントに次いで多い状況です。
- 東京都では、令和6年10月に「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例」が成立し、令和7年4月1日から施行されます。当協会の会員企業からも、カスタマー・ハラスメントに関する相談が増加しており、業界内での統一的な対応を図るため、〇〇協会として**対応マニュアル**を策定することとなりました。

○. 組織的な対応の必要性

- カスタマー・ハラスメントは**就業者の尊厳や人格を傷つける**行為です。
- 現場の就業者に責任を負わせるなど、**個人に過度な負担**を強いることは、**行為を更に悪化**させるだけでなく、**就業者への攻撃や嫌がらせを助長**し、ひいては就業者の**心身の不調**につながります。
- **労働契約法第5条**では、『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。』と規定されており、**各事業者は、就業者の心身の健康が守られるよう配慮**しなければなりません。
- **会員企業**においては、カスタマー・ハラスメントに**組織として対応**するため、未然防止、発生時の対応方針など、本マニュアルを参考に社内で議論した上で、自社の**マニュアル**を作成することを**推奨**します。

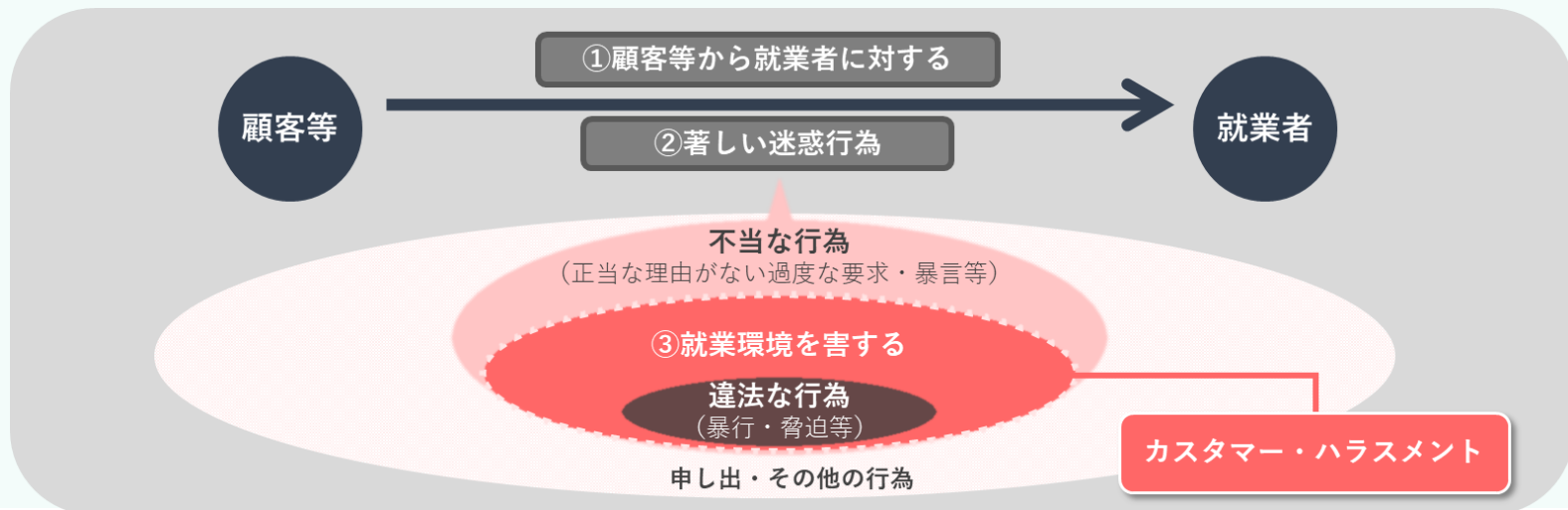
視 点

- 各業界団体においては、**カスタマー・ハラスメントの定義**や**対応方針**を明示してください。
- 条例第2条では、カスタマー・ハラスメントを「顧客等から就業者に対し、その業務に関して行われる著しい迷惑行為であって、就業環境を害するものをいう。」と定義しています。
- なお、「著しい迷惑行為」は、刑法や特別刑法に基づき処罰される可能性や、民法に基づき損害賠償を請求される可能性がある点を明示することも重要です。

【定義（例）】

○. カスタマー・ハラスメントの定義

- 当協会においては、東京都カスタマー・ハラスメント防止条例を参考とし、カスタマー・ハラスメントを「①顧客等から就業者に対し、その業務に関して行われる②著しい迷惑行為であって、③就業環境を害するもの」と定義します。条例に罰則はありませんが、著しい迷惑行為は刑法等による処罰や民法による損害賠償請求の対象となる可能性があります。
- 会員企業においては、自社の**対応マニュアル**でカスタマー・ハラスメントの**定義を明示**してください。



○. カスタマー・ハラスメントに当たり得る行為

- **当協会**においては、以下のような行為を**カスタマー・ハラスメントに当たり得る行為**とします。
- なお、以下の記載は**例示**であり、これらの行為に**限られるものではありません**。

- ✓ 暴力行為
- ✓ 暴言・侮辱・誹謗中傷
- ✓ 威嚇・脅迫
- ✓ 従業員の人格の否定・差別的な発言
- ✓ 土下座の要求
- ✓ 長時間の拘束
- ✓ 社会通念上相当な範囲を超える対応の強要
- ✓ 合理性を欠く不当・過剰な要求
- ✓ 会社や従業員の信用を棄損させる内容や個人情報等をSNS等へ投稿する行為
- ✓ 従業員へのセクシャルハラスメント、SOGI※ハラスメント、その他ハラスメント、つきまとい行為 など

※「SOGI」（ソジ）は、性的指向（sexual orientation）と性自認（gender identity）の頭文字をとった略称

○. カスタマー・ハラスメントへの対応方針

- **当協会**においては、対象行為が**カスタマー・ハラスメントに該当すると判断**した場合は**対応を打ち切る**こと、**悪質と判断**した場合は**警察や弁護士等**に相談の上、**適切に対処**することを**推奨**します。
- **会員企業**においても、こうした**基本方針・対応方針等**を定め、**社内・社外に周知**してください。

視 点

- 各業界団体においては、会員企業が参考可能な**基本方針**の**作成例**を提示することが推奨されます。
- カスタマー・ハラスメントに**該当する行為**、**就業者を守ること**、**毅然と対応すること**などを明示することで、**行為の抑止につながるだけでなく、就業者が安心感**を持って仕事に取り組むことができます。

【基本方針（例）】

○. 基本方針の策定

- 会員企業においては、以下の作成例を参考に**自社の基本方針**を策定し、**社内・社外に広く周知**してください。
- 多くの人の目に触れるよう、**HP**や**SNS**での**発信**、**店舗内での掲出**なども検討してください。

○○株式会社「カスタマー・ハラスメントに対する基本方針」

1. はじめに

- 当社は、「○○の実現」という基本理念の下、安全・安心な○○体験を提供するため、**お客様の要望に真摯に対応し、より満足度の高いサービスの提供**に向けて取り組んでいます。
- また、お客様からお寄せいただく**ご意見・ご要望**は、当社のサービスの改善・品質向上において、**大変貴重な機会**と考えております。
- 一方、**一部のお客様の要求や言動**の中には、従業員の人格を否定する暴言、脅迫、暴力など、**従業員の尊厳を傷つけるもの**もございます。
- こうした社会通念に照らして**著しく不当である行為**は、従業員の**就業環境を悪化**させるだけでなく、**安全・安心なサービスの提供にも悪影響**を及ぼしかねない重大な問題であります。
- 従業員の**安全な就業環境を確保**することで、従業員が**安心して業務に取り組む**ことが可能となり、ひいては、**お客様との関係をより良いもの**とすることにつながると考え、○○株式会社における「カスタマー・ハラスメントに対する基本方針」を定めました。

2. 当社におけるカスタマー・ハラスメントの定義

- 当社では、カスタマー・ハラスメントを「お客様から従業員に対して行われる著しい迷惑行為であって、従業員の就業環境を害するもの」と定義します。
- 具体的には、以下のような行為を指します。あくまで例示であり、これらに限られるものではありません。
 - ✓ 暴力行為
 - ✓ 暴言・侮辱・誹謗中傷
 - ✓ 威嚇・脅迫
 - ✓ 従業員の人格の否定・差別的な発言
 - ✓ 土下座の要求
 - ✓ 長時間の拘束
 - ✓ 社会通念上相当な範囲を超える対応の強要
 - ✓ 合理性を欠く不当・過剰な要求
 - ✓ 会社や従業員の信用を棄損させる内容や個人情報等をSNS等へ投稿する行為
 - ✓ 従業員へのセクシャルハラスメント、SOGI※ハラスメント、その他ハラスメント、つきまとい行為 など

※「SOGI」（ソジ）は、性的指向（sexual orientation）と性自認（gender identity）の頭文字をとった略称

3. カスタマー・ハラスメントへの対応（社内）

- カスタマー・ハラスメントを受けた場合、従業員のケアを最優先します。
- 従業員に対して、カスタマー・ハラスメントに関する知識・対処方法の研修を行います。
- カスタマー・ハラスメントに関する相談窓口の設置や警察・弁護士等の連携など体制を整備します。

4. カスタマー・ハラスメントへの対応（社外）

- 問題解決に当たっては、合理的かつ理性的な話し合いを行いますが、当社でカスタマー・ハラスメントに該当すると判断した場合、対応を打ち切り、以降のサービスの提供をお断りする場合があります。
- さらに、悪質と判断した場合、警察や外部の専門家（弁護士等）と連携の上、毅然と対応します。

視点

- 業界によってカスタマー・ハラスメントの態様は様々です。提供する**商品・サービス**の内容、取引される**金銭の多寡**、顧客等との**関係性**、著しい迷惑行為の**発生場所**など、どれも**一様ではありません**。
- **各業界団体**においては、カスタマー・ハラスメントの防止に向け、**業界特有の事情・背景**などを**分析し、会員企業に示す**ことが重要です。客観的な**統計データ**や具体的な**アンケート調査**を基に行うことも**有効**です。
- こうした事情・背景などを**十分考慮**し、効果的なカスタマー・ハラスメント**防止対策**を検討してください。

【業界特有の事情・背景（例）】

A 業界

- 販売する商品が食料品や日用品など、**生活に密着した商品**であることが多い。
- 就業者と顧客等の**距離が近く**、多くの顧客等と**顔見知り**であることが多い。
- **商品の不具合による交換**などを起因としたクレームが発生しやすい。

B 業界

- **就業者の接遇**を起因としたクレームが発生しやすい。
- 提供した**商品が既に消費**されていた場合、**事実確認が困難**である。
- **商品の単価が安い**ことが多く、トラブル発生時に**金銭賠償**で対応してしまう傾向がある。

C 業界

- サービス利用者の**家族からのクレーム**が発生しやすい。
- 継続的な顧客等の人間関係から、就業者が**迷惑行為を我慢**してしまう傾向がある。
- サービス利用者の自宅へ訪問するため、**閉ざされた空間**での迷惑行為が発生しやすい。

D 業界

- **取引先企業**との関係の**優劣**から、**無理難題な要求**への対応に迫られるケースが多い。
- 商品の直接の提供先ではなく、**第三者（周辺住民）**との**トラブル**が発生しやすい。
- 取引される**商品の単価が高い**ため、**顧客等の要求**が**過大**になりやすい。

視点

- 都のガイドライン（指針）では、顧客等から就業者に対する行為の中で、**カスタマー・ハラスメントに該当する可能性**がある**代表的な行為類型**を提示しています。
- 各業界団体においては、行為類型を参考にしつつ**業界で見られる迷惑行為**を整理してください。どのような行為がカスタマー・ハラスメントに**該当する可能性**があるか、**会員企業の理解が進む**ことが期待されます。
- 迷惑行為の**事例**については、**会員企業からアンケート調査等**で聴取することも効果的です。

【業界で見られる迷惑行為（例）】

A 業界

- 商品が顧客等の過失により故障したにも関わらず、**無償での交換を高圧的に要求**された。
- **丁寧な販売サービスを好意と誤解**され、毎日のように店舗を訪れ、**つきまとい**を受けた。
- 仕事そのものを揶揄するような**差別的な表現**で侮辱された。

B 業界

- 販売した**食品**を食べた結果、**体調が悪くなった**として不当に**高額な賠償金**を請求された。
- 提供した飲食物の味が**まずい**として、**土下座して謝るよう強要**された。
- 提供した飲食物が**注文内容と異なる**として**激高して胸ぐらをつかまれた**。

C 業界

- サービス提供のため**自宅を訪問**したところ、正当な理由もなく**体を触られた**。
- **自宅にあったはずの金銭がなくなった**として、**多額の金銭**による賠償を請求された。
- サービスの質が悪いとして訪問先で**長時間拘束**され、**帰社することを妨げられた**。

D 業界

- 休日にも関わらず、顧客等から**高圧的な言動**で速やかな**サービス提供**を求められた。
- **作業中の騒音**を根拠に、周辺住民から不当に**高額な補償金**を請求された。
- **取引先企業が取引停止**をちらつかせ、代金の**支払期限を大幅に遅らせる**よう強要された。

視 点

- 各業界団体においては、都の指針（ガイドライン）を参考にし、**会員企業が取り組むべき事項**を示してください。
- 条例第14条では、カスタマー・ハラスメント防止のための事業者による措置等を規定しており、指針（ガイドライン）では、事業者の取組に関する事項を示しています。

【取り組むべき事項（例）】

○ 都の指針（ガイドライン）に基づき取り組むべき事項

- ・ 会員企業においては、東京都の「カスタマー・ハラスメントの防止に関する指針（ガイドライン）」の「**第5 事業者の取組に関する事項**」に基づき、以下の事項に取り組んでください。

○基本方針等の制定

- ・ カスタマー・ハラスメント対策の基本方針・基本姿勢の周知
- ・ カスタマー・ハラスメントを行ってはならない旨の方針の周知

○相談体制の整備

- ・ 相談窓口の設置・周知
- ・ 適切な相談対応の実施
- ・ プライバシー保護に必要な措置を講じて周知
- ・ 相談を理由に不利益な取扱いを行ってはならない旨の方針の周知

○手引きの作成

- ・ 現場での初期対応の方法や手順の作成
- ・ 内部手続（報告・相談、指示・助言）の方法や手順の作成

○カスタマー・ハラスメント発生時・発生後の対応方針

- ・ 場面別の対応方針
- ・ 警察との連携
- ・ カスタマー・ハラスメント発生時の対応フロー
- ・ 顧客等の出入禁止
- ・ 就業者のケア

○カスタマー・ハラスメントの未然防止・再発防止

- ・ 就業者への教育・研修等
- ・ カスタマー・ハラスメントの再発防止に向けた取組

第2章

未然防止の取組

視 点

- **カスタマー・ハラスメント**が発生する**端緒**が**就業者の適切でない言動**である可能性もあります。**各業界団体**においては、**顧客対応の考え方**について、**会員企業**に対する**啓発**を図ってください。
- 条例第8条第1項では、就業者の責務として「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」と規定されており、就業者は**顧客等との良好な関係の築き方の理解**を深めることが重要です。
- 条例第5条では、適用上の注意として「顧客等の権利を不当に侵害しないように留意しなければならない」と規定されており、消費者法制により定められる**消費者の権利**を**阻害しない**ことや**障害者差別解消法**に基づく**障害者への合理的配慮の提供義務**を**遵守**することなどが求められます。

【顧客対応の考え方（例）】

○. 顧客対応の考え方

- **会員企業**においては、以下の内容を参考に、**顧客対応の考え方**を**就業者に周知**してください。

1. 顧客対応の基本姿勢

- **顧客等との良好な関係を築くためには「相手の気持ちを理解すること」が大切です。**的外れなクレームも、背景に孤独・ストレス・不安などがある場合も考えられます。**背景を推し測る傾聴**ができれば、エスカレートしない可能性が高まります。
- クレーム対応では第一印象が重要です。**不誠実な言動**を取ったり、**顧客等をクレーマー扱い**したりすることで、カスタマー・ハラスメントを誘発する**端緒**となる**可能性**があります。表情や言葉遣いなどに十分に注意する必要があります。
- 顧客等との間で**共感を深める**上で**あいづちも効果的**です。「なるほど」「よくわかります」「そうなのですね」など、声に出して**傾聴する姿勢**を見せることで、徐々に怒りが収まる可能性があります。
- **責任が不明確な初期段階では対象を限定した形での謝罪が有効**です。「ご心配をおかけし（ご不快な思いをおかけし）申し訳ありません」と謝罪することで怒りが収まる可能性があります。
- それでも**顧客等の怒りが収まらない場合、躊躇せず別の担当者や上位者に代わる**ようにします。感情的になって対応を代わらないことは避けましょう。自分が全て悪いと思わない、執拗に人格を責める言葉を真正面から受け止めないことも大切です。

2. 顧客等の権利の尊重

- 顧客等にとって、クレーム（苦情・意見・要望等）を伝えること自体が**勇気がいる行為**です。また、様々な要因で必ずしも**理路整然と説明**できない場合や、**高齢、障害、病気等**の要因から**コミュニケーションを十分に取れない**場合もあります。
- 顧客対応に当たっては、消費者基本法で規定される消費者の権利など、**顧客等の権利を十分尊重した対応**が求められます。ただし、**顧客等にどのような背景や事情があっても、「暴力や暴言などの行為に耐える必要はない」**ことは当然です。

3. 障害者差別解消法の改正

- 令和6年4月1日から、事業者による**障害のある人への合理的配慮の提供が義務化**されました。顧客対応に当たっては、**基本的な考え方を理解しておく**必要があります。

(参考) 政府広報オンラインHP「事業者による障害のある人への「合理的配慮の提供」が義務化」より抜粋

○不当な差別的取扱いとは？

- 障害のある人に対して、正当な理由なく、障害を理由として、財・サービスや各種機会の提供を拒否したり、サービスなどの提供に当たって場所や時間帯を制限したりするなど、障害のない人と異なる取扱いをして障害のある人を不利に扱うことをいいます。障害者差別解消法では「不当な差別的取扱い」を禁止しています。

○「合理的配慮の提供」とは？

- 社会生活において提供されている設備やサービスなどは障害のない人には簡単に利用できる一方で、障害のある人にとっては利用が難しく、結果として障害のある人の活動を制限してしまっている場合があります。このような、障害のある人にとっての社会的なバリアについて、個々の場面で障害のある人から「社会的なバリアを取り除いてほしい」という意思が示された場合には、その実施に伴う負担が過重でない範囲で、バリアを取り除くために必要かつ合理的な対応をすることとされています。これを「合理的配慮の提供」といいます。

○合理的配慮の範囲

- 合理的配慮は事業者等の事務や事業の目的・内容・機能に照らし、次の三つを満たすものでなくてはなりません。
 1. 必要とされる範囲で本来の業務に付随するものに限られること。
 2. 障害のない人との比較において、同等の機会の提供を受けるためのものであること。
 3. 事務・事業の目的・内容・機能の本質的な変更には及ばないこと。
- また、先述のとおり合理的配慮の提供については、その提供に伴う負担が過重でないことも要件となります。

○「過重な負担」かどうかの判断は？

- 合理的配慮の提供が、各事業者にとって「過重な負担」かどうかの判断は、以下の要素などを考慮して、個別の事案ごとに具体的な場面や状況に応じて総合的・客観的に判断することが必要です。
 1. 事務・事業への影響の程度（事務・事業の目的・内容・機能を損なうか否か）
 2. 実現可能性の程度（物理的・技術的制約、人的・体制上の制約）
 3. 費用・負担の程度
 4. 事務・事業規模
 5. 財政・財務状況

視 点

- 各業界団体においては、会員企業に対して、クレームへの基本的な対応方法に関する就業者の理解を促すため、**初期対応の考え方※**を提示することが**推奨**されます。

※ 著しい迷惑行為と考えられるクレームへの初期対応の考え方を意味しています。著しい迷惑行為ではない申出への初期対応とは区別してください。

【初期対応（例）】

○ クレームへの初期対応

- 当協会においては、顧客対応の考え方を踏まえ、クレームへの**初期対応の考え方**を提示します。

● 顧客等に寄り添った対応

- 暴行・脅迫等の明らかな違法行為や暴言等の不当な行為を除き、**商品・サービスの不具合等を起因**とした顧客等からの**商品交換や代替サービス**の提供等の**要求自体は、社会通念上妥当**であり、真摯に受け止める。
- **要求の背景**に顧客等が抱える**困難や課題**がある可能性にも**配慮**しながら、顧客等への対応の際は、**適切な言動**を行うことが**重要**である。
- 顧客等が**意図せず感情的な発言**をすることもあるため、まずは顧客等の**主張を傾聴**し、時には**寄り添いながら**顧客等の主張を**正確に聞き取る**。

【ポイント】

- 例えば、顧客等にとっては、対象となる**商品が非常に思い入れ**がある、**サービス**を受ける場面が**非常に貴重な機会**であることも想定されます。
- 就業者の冷静さを欠いた**感情的な発言**が、顧客等の**カスタマー・ハラスメントにつながる可能性**もあります。**顧客等の心情に配慮した適切な言動**を行うことが重要です。
- **障害のある方**や**認知症の方**の中には、**感情をコントロールしにくい**などの理由から**感情的な発言**をしてしまう方がいることも考えられます。業務に**支障のない範囲**で、**必要かつ合理的な配慮**が求められます。
- もっとも、感情的であることを超えて**顧客等の暴力的な言動を許容するものではなく****就業者が耐える必要はありません**。**現場監督者への報告**など、あらかじめ定めた**対応手順に則って対応**することが大切です。

● 要求内容の特定

- 議論が拡散しないよう、顧客等の**要求内容を明確に特定**した上で、**議論を限定**する。
- 特定した要求内容を踏まえ、**対応の可否を検討**する。
- **電話**の場合、顧客等の**氏名や連絡先等**を確認し、対応する**顧客等**を可能な範囲で**特定**する。
- 顧客等の**要求内容**を聞いた上で、**同じ内容を復唱**し、要求内容を**特定**する。

【ポイント】

- **適切な解決策**を提示する、または、**要求に応じるか**を判断するためには、**顧客等が何を求めているのか**を**特定する必要**があります。**初期段階**では、まずは話を聞いた上で、要求内容を**丁寧に聞き取る**ことが重要です。
- 正当な要求内容であるにも関わらず、顧客等の**外見や口調等の印象**で「カスタマー・ハラスメント」と**決めつけた対応**は避けるよう**注意**が必要です。

● 事実関係の確認

- 問題の本質を明確にした適切な対応を行うため、**5W1H※**により**正確な事実関係を確認**する。
※When (いつ) /Where (どこで) /Who (誰が) /What (何を) /Why (なぜ) /How (どのように)
- 事実を**確認しないまま**、顧客等の**要求内容を認める発言はしない**。
- 顧客等が**謝罪を求めてきた**場合、**事実関係の確認前**の段階では**限定的な謝罪**にとどめる。(例：お客様に嫌なお気持ちを与えてしまい誠に申し訳ございません。)
- **組織的な調査・確認が必要**である場合は、必要な調査等を行った上で回答する旨を**顧客等に伝える**。
- 調査・確認に**時間を要する**場合、**具体的な日数**(例：○日間、○週間程度)**を伝える**。

【ポイント】

- 例えば、**電話**で**商品の不具合**を理由に**金銭賠償の要求**があった場合、当該商品に**本当に不具合があったかは、その場では判断できません**。必要な調査を行った上で対応する旨、顧客等に伝えることも大切です。

○ 複数人での対応

- **組織で対応**することを明確にするため、原則、顧客等には**複数人で対応**する。
- 顧客等が**1人**であっても、できる限り**複数人で対応**する。
- 顧客等が**複数**の場合、できる限り**同数以上の複数人で対応**する。
- 顧客等が**多数**の場合、当事者、代表者など**必要最小限の人数**（対応する就業者数以下）に**制限して対応**する。
- 部署内で**あらかじめ役割分担**（応対、記録等）を定め、対応の際に各自が役割を遂行する。
- **訪問**の場合、カスタマー・ハラスメントの発生を未然に防止するため、**複数人で訪問**する。**不測の事態**が発生した場合に**早急な援助を期待できない**ことから、**単独行動を取らない**。
- **電話**の場合、初期対応した就業者による対応を原則としつつ、顧客等の要求が著しく相当性を欠く内容であれば、**1人で抱え込まず対応者を上司、上長等に代わる**。

【ポイント】

- **複数人で対応**することで、暴行・脅迫等があった場合に**証拠を集めやすくなるメリット**があります。
- 顧客等と**同数以上の複数人数で対応**することで、対応する**就業者が安心感**を持つことが可能になります。
- **組織で対応**していることが顧客等に伝わり、**違法または不当な行為の抑止**にもつながります。
- 電話対応で対応者を代わる場合、**どのような場合に対応者を代わるか**、あらかじめ**業界団体や会員企業**において**ルール化**しておくことが**推奨**されます。

○ 対応場所の選定 ※対面、訪問の場合

- **対面**の場合、原則として**事務所や店舗の中**にある**オープンスペース**で対応する。
- 周囲の客に迷惑が及ぶなどのやむを得ない場合、万が一に備えて次の措置を講じた上で、**会議室等**で対応する。
 - ①**密室状態にしない**。ドアを開けて**室内の状況**を**周囲が確認できる**ようにする。
 - ②**すぐに退室できる**ように、就業者は**出入口側に着席**する。
 - ③退去しない場合に**不退去とみなす**ため、**管理権の範囲内の場所**（例：執務室内の会議室）を選定する。
- **訪問**の場合、顧客等の**自宅やオフィス**での**対応は避ける**ことが望ましい。念書等の作成の**強要や、暴行・監禁等の刑事事件**に発展する**可能性**もあることから、できる限り、**自社の管理権の及ぶ場所**で対応する。
- やむを得ず、自社の管理権の及ぶ場所での対応が**難しい場合**、可能な限り、**第三者がいる場所**で対応する。

【ポイント】

- 顧客等から違法または不当な行為があった場合、**速やかな避難を可能**にすることが大切です。また、**周囲の就業者や客に助けを求めることが容易**になります。その結果として、顧客等の**違法または不当な行為の抑止**にもつながります。
- やむを得ず、顧客等の**自宅を訪問**する場合、自宅の中には上がらず、可能な限り**玄関先で対応**することが考えられます。また、**あらかじめ決めた時間**に就業者に対して**本社から連絡**することも**有効な対応方法の一つ**です。

○ 対応内容の記録・情報共有（録音・録画含む）

- 顧客等への**対応内容**を**可能な限り詳細に記録**する。例えば、「暴言を繰り返した。」ではなく、「『馬鹿野郎』と大声で怒鳴った後に『お前の顔と名前をSNSに投稿するぞ』と言った。」と**具体的な言動を記録**する。対応内容は速やかに**部署内で情報共有**する。
- 顧客等の**主張・要求が曖昧**であったり**誤解が生じる可能性**もあるため、可能な限り顧客等との**会話を録音**する。
- 会話の録音**は、トラブルを避けるため、**事前承諾を得る**ことが望ましいが、**同意を得ない録音**でも直ちに**違法ではない**とされる。**録画**の場合も**店舗内で掲出**（例：防犯カメラ作動中）しておくことが望ましい。
- 顧客等が**同じ話を何度も繰り返す**場合、**記録を基にいつ、何回、何を回答（説明）**しているかを具体的に伝え、**経過を把握して対応**していることを示す。
- インターネット**の場合、書き込まれた**内容を正確に記録し証拠として残す**。記録内容は、投稿者の**属性、対応年月日・時間、要求内容、対応状況**などで、投稿者の**プロフィールやリンク、関連するやり取り**も**保存**する。
- SNSの投稿やメッセージ**は**すぐに削除される可能性**があるため、**スクリーンショット等**を活用し**保存**する。

【ポイント】

- 記録した**対応内容**は、**同様の事態**が発生した場合の**参考事例**となります。顧客等への対応の**整合性を保つための基礎情報**となるほか、**迷惑行為**が行われたことの**証拠**にもなります。可能な限り**詳細な内容を記録**することとし、速やかに内容を**組織内で報告・共有**することが重要です。
- **やり取りの録音・録画**は、就業者と顧客等の双方にとって**重要な証拠**となります。あらかじめ録音・録画を**伝えておく**ことで、双方の**不適切な言動を抑止**し、ひいては**カスタマー・ハラスメントの未然防止**につながることも**期待**できるため、**有効な対応方法の一つ**です。
 - ✓ **無断録音**は、**直ちに違法ではない**（最高裁平成12年7月12日判決）とされています。ただし、第三者への漏洩等があった場合にプライバシー権の侵害や名誉毀損に該当する可能性があり、**適切なデータ管理**など、**個人情報保護法に基づく対応**も必要です。
 - ✓ **無断録画**は、**社会生活上受忍すべき限度を超える場合**（最高裁平成17年11月10日判決）は**肖像権を侵害**するとの法的判断が行われる可能性があります。**防犯カメラの設置・管理**に関しては、**撮影している旨の掲示**や**適切なデータ管理**など、**個人情報保護法に基づく対応**も必要です。**各自治体のガイドライン**も参考としてください。
- インターネット上で書き込まれた内容は、**法的措置**を検討する場合や**第三者に説明**する場合に**正確かつ信頼性のある証拠**として**活用**することが**可能**です。

視 点

- **各業界団体**においては、社内の相談体制を整えること、社内では対応策の共通認識を持つことの重要性など、会員企業に対して**相談体制の整備**の考え方を**提示**することが推奨されます。
- 顧客等のクレームの初期段階で適切に対応するため、カスタマー・ハラスメントの判断や発生時の対応方法などの**相談窓口・相談対応者**を**あらかじめ決めておく**ことが大切です。

【相談体制の整備（例）】

○. 相談窓口・相談対応者の設置

- **会員企業**においては、カスタマー・ハラスメントに関して、就業者が気軽に相談できる**相談窓口を社内**に設置してください。
- 会員企業の置かれた状況によりますが、本社と複数の店舗で運営される業務形態の場合、まず現場で迅速に対応できる**店舗等の現場監督者（例：店長）1名**を**相談対応者**として設置してください。
- また、客が刑法犯に該当する行為を行っている場合など、警察・弁護士との連携が必要となる場合に備え、本社の**組織横断的な相談窓口**を設置してください。
- **現場監督者である相談対応者**に対しては、就業者からカスタマー・ハラスメントに関する**相談を受けた場合**、本社の**相談窓口**に**速やかに報告**するよう、周知・徹底してください。
- これらの**相談対応者**は、定期的に会議等を行うことで、現場でのクレームの発生状況や困難事例など、日頃から**緊密な情報共有**を図ることが**推奨**されます。
- **小規模な運営**をされている会員企業の場合、経営者が店舗等の現場監督者を兼ねていることも考えられます。この場合、**経営者が相談窓口・相談対応者**として、就業者からの相談に適切に対応してください。
- カスタマー・ハラスメント対策を推進し、**防止の取組を所管する組織を企業内に設置**することが**推奨**されます。例えば、人事労務部門、カスタマーサービス部門、法務部門などの担当者が連携し、「カスタマー・ハラスメント防止対策推進チーム（仮）」を設置することなどが考えられます。

○. 適切な相談対応

- 相談窓口は形式的なものではなく**実際に利用可能なもの**としてください。その際、就業者が利用しやすいよう**電話やメール**など、**複数の方法**で相談を受けられる方法を検討してください。
- 就業者から相談があった場合、カスタマー・ハラスメントが発生した現場の**事実確認**、客への**対応方法の検討**、就業者の**精神的フォロー**など、個別の事案に合わせた適切な対応を行ってください。
- 相談には真摯に耳を傾け、詰問にならないよう丁寧に対応してください。また、安心して相談できるよう、**プライバシー保護に関するルール**を自社のマニュアルで定めてください。
- 就業規則等**において、就業者が**相談等を理由**に解雇等の**不利益な取扱いをされない旨**を記載し、社内で**周知・啓発**してください。
- 会員企業**においては、**相談対応者**が適切に対応できるよう、各種団体や企業が実施する**研修を受けさせる**ほか、日頃から**人事部門や法務部門と連携**できるよう、十分に配慮してください。

○. 就業者に対するフォロー

- カスタマー・ハラスメントを受けた就業者は**身体的・精神的なダメージ**を負っています。**会員企業**においては、**速やかに就業者のケア**に取り組む必要があります。
- 就業者にメンタル不調の兆候がある場合、自社の**産業医や産業カウンセラー**に対応を依頼してください。
- 産業医等がない**会員企業においては、外部専門家による**カウンセリングの機会**を提供するほか、**専門の医療機関への受診**を促してください。
- 顧客等から就業者に対する行為が**性的な言動**を伴うなど、**セクシュアル・ハラスメント**※に当たる場合、就業者の希望に応じて**同性の相談担当者**に対応させるなど、十分に配慮してください。
- 就業者が顧客等に対して損害賠償請求を検討する場合など、必要に応じて**法的対応や助言**を求めるため、**弁護士による法的サポート**なども検討してください。

※ 男女雇用機会均等法第11条では、職場におけるセクシャルハラスメントについて、性的な言動を行う者は、職場内（事業主、上司、同僚等）に限らず、職場外の第三者（取引先等の他の事業主又はその雇用する労働者等）も含まれており、事業主に防止措置を講じることを義務付けています。

視 点

- カスタマー・ハラスメントの未然防止には、迷惑行為や悪質クレーム等への対応について、就業者が理解を深める教育・研修が重要です。可能な限り就業者全員が受講できるようにするため、定期的な実施が推奨されます。**各業界団体**においては、会員企業に対して**教育・研修**の取組を**促してください**。
- **経営層**は、カスタマー・ハラスメントが及ぼす事業への影響や優先順位を判断した対応が求められることから、外部講師を招いた教育・研修等を通じて**意識改革**を図るなど、**積極的な取組を促すことが有効**です。

【教育・研修（例）】

○. 就業者への教育・研修

- **会員企業**においては、以下の事項を参考にして**就業者に対する教育・研修**の実施を**検討**してください。

1. 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
- ・ 国や都が示す具体的な行為類型、該当し得る犯罪名 など

2. 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（傾聴→事実確認→代替案・解決策の提示→感謝・謝罪） など

3. 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代わる目安、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 など

4. 組織的な対応の重要性 ※主に経営層・現場監督者

- ・ 基本方針やトップメッセージの重要性（カスハラ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
- ・ 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（カスハラ、パワハラ、セクハラ、SOGIハラ、マタハラ、パタハラ、就ハラ等） など

5. 就業者のフォロー ※主に経営層・現場監督者

- ・ 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） など

第3章

カスタマー・ハラスメント発生時の対応

視 点

- 顧客等から就業者に対する行為が**カスタマー・ハラスメントに該当するかどうか**は、個別事案の状況等によって判断が異なるため、**一律な線引きは困難**です。一方、適切な初期対応を行う上で**正当なクレームとカスタマー・ハラスメントは明確に区別**することが求められます。
- **各業界団体**においては、就業者の「**就業環境が害されたか**」との視点から**判断基準・目安**を検討してください。その際、会員企業に対して、労働安全衛生法に基づき設置される安全委員会、衛生委員会での議論など、**労使間での話し合い**を促してしてください。

【判断の目安（例）】

○. カスタマー・ハラスメントを判断する基準・目安

- 通常、提供した**商品やサービスに瑕疵**があったことが原因で苦情があった場合、瑕疵があった点について**苦情・要求等**を言う行為そのものは**正当なクレームの範囲内**と考えられます。
- **当協会**では、**カスタマー・ハラスメントに該当するか**、「**就業環境が害されたか**」を判断する要素として、**要求態様、要求内容、時間・回数・頻度**を例示します。**会員企業**においては、**労使間で話し合いの上、具体的な目安を設定**してください。
- こうした**目安は絶対的なものではありません**。**機械的な運用や判断とならないよう留意**してください。また、**基準や目安を公表または漏洩**した場合の**リスク**もあるため、**情報の取扱いについて十分検討**してください。

- ① **要求態様**：侮辱的な言葉（例：人格否定）、暴力行為（例：物を投げる）、威圧的態度（例：怒鳴る）等
- ② **要求内容**：高額な賠償の要求（例：高額な金品の要求）、苦痛を伴う行為の要求（例：土下座の要求）等
- ③ **時間・回数・頻度**：長時間の拘束（例：何時間も話し続ける）、社会通念上不適切な時間（早朝・深夜等）の電話、同じ内容を繰り返し話し続ける、毎日何度も電話を掛ける 等

○ 要求態様に着目する

- ✓ 「馬鹿」「死ね」といった**暴言**を伴って苦情を言われた。
- ✓ 苦情の際に顧客等の手元にあった**物を投げつけ**られた。
- ✓ **冷静な口調**で「早く持ってこないと、**ただでは済まないぞ**」と言われた。
- ✓ **大きな声を上げ**ながら「いつまで待たせるんだ、早く持って来い」と言われた。
- ✓ **テーブルを叩き**ながら「早くしろ」と言われた。
- ✓ **就業者を撮影**しながら「動画をSNSにアップするぞ」と言われた。

- **侮辱的な暴言、差別的・性的な言動、暴力や脅迫**を伴う苦情は、社会通念上、正当なクレームの範囲を逸脱しており「**就業環境が害される**」ため、**カスタマー・ハラスメントとして適切に対応**する必要がある。
(例) 馬鹿、死ね、○○、○○・・・など
- 言葉は侮辱的でない場合でも、**恐怖心**を与えるような**口調、大声、個人を攻撃する意図**がある要求等は、就業者が**恐怖・不安・無力感等**を感じ、「**就業環境が害される**」**可能性**が高い。
(例) SNSに写真をアップする、○○する、○○する・・・など
- 就業者の顔等を**無断で撮影**する行為や写真等を**インターネット上で公開**する行為は、「**肖像権**」の侵害になり得るため、「**就業環境が害される**」と考えられる。**カスタマー・ハラスメントとして適切に対応**する必要がある。
- 要求の内容や態様に問題がないとしても、「要求内容」が不当であったり「時間・回数・頻度」等を併せて**総合的に判断**した結果、「**就業環境が害される**」に該当する**可能性**がある。

【ポイント】

- **各業界団体**においては、就業環境を害する**行為の態様**や**暴言**を**整理**し、該当する言動があった場合、**カスタマー・ハラスメント**として**適切に対応**するよう、**会員企業**に**周知**することが**推奨**されます。

○ 要求内容に着目する

- ✓ 慰謝料・迷惑料の名目で**金銭賠償**を要求している。
- ✓ 該当の商品とは異なる**高額な商品の提供**を要求している。
- ✓ **土下座**での**謝罪**を要求している。
- ✓ **書面**での**謝罪**を要求している。
- ✓ **就業者を解雇**するよう要求している。

- 商品やサービスの**瑕疵を原因**とする**金銭賠償や商品交換を要求する行為そのもの**は、実際に応じるかは別として、**正当なクレームの範囲内**である**可能性**がある。
- しかし、明らかに**不当な金品の要求**であった場合、「**就業環境が害される**」と言える**可能性**がある。
- 土下座での謝罪要求**は社会通念上、度を越えた要求であり「**就業環境が害される**」と考えられる。こうした要求は正当なクレームではないため、**カスタマー・ハラスメントとして適切に対応**する必要がある。
- 書面での謝罪要求**は、**瑕疵の重大性や業界・業種**によって**必要性や内容が異なる**。瑕疵の原因が不明な段階で、ミスを認める内容や過剰な対応を求められた場合、**統一ルールに基づく対応が必要**である。
- 就業者の解雇を求めるなど**人事に関する要求**は、**顧客等の権利とは言えず、不当な要求**である。**総合的に判断**した結果、「**就業環境が害される**」と言える**可能性**がある。

【ポイント】

- **各業界団体**においては、**金品を要求された場合の統一的な対応基準**を定めるとともに、商品やサービスに**瑕疵**があった際の**謝罪の考え方**（例：道義的な謝罪や法的責任を認めた謝罪など）や**謝罪文**を作成する**ルール**を**会員企業**に対して**周知**することが**推奨**されます。

● 時間・回数・頻度に着目する

- ✓ 苦情の際に大きな声を上げる行為が〇〇分（時間）に渡って続いた。
- ✓ 勤務時間外である早朝・深夜に携帯電話で苦情があった。
- ✓ 商品に全く瑕疵がないにも関わらず、毎日店舗に訪れ、新品に交換するよう要求し続けている。
- ✓ 「〇回」に渡って対応できないと退去命令したにも関わらず、店舗に居座り続けている。

- 苦情の際に**大声を上げる**行為自体は決して望ましい行為ではない。しかし、商品やサービスの**瑕疵の重大性**など、その**行為の背景**や**顧客等の置かれた状況**に配慮が必要な場合もある。
- 一方、通常の就業者にとって、**大声を上げ続けられる**行為は**身体的・精神的苦痛**を伴うものであり「**就業環境が害される**」と言える**可能性**がある。具体的には、「**〇〇分**」を超える場合、**対応を打ち切る**ことが考えられる。
- 要求内容や態様に**問題がない**（例：穏やかな口調）場合でも、**長時間の拘束自体が就業環境を悪化させる**可能性がある。顧客等に**あらかじめ示した対応時間から「〇〇分」を超える**場合、**対応を打ち切る**ことが考えられる。
- **侮辱的・差別的・性的**な言動については、時間の**長短**や**回数**に関わらず、**就業環境を害する**点に留意が必要である。
- 生命・財産に関わる緊急時を除き、**早朝・深夜の苦情**（業務時間内である場合を除く）は、社会通念上、適切ではない。この場合、**顧客等の状況**や「**回数・頻度**」を**総合的に考慮**した結果、「**就業環境が害される**」と言えるか**判断する必要**がある。
- 同じ**要求を繰り返す**、**何回も退去命令**したにも関わらず**居座る**など、言動や行為の「**回数・頻度**」から「**就業環境が害される**」と言える場合がある。具体的には、「**〇回**」**繰り返される**場合、**対応を打ち切る**ことが考えられる。

【ポイント】

- 顧客等との関係や提供する商品・サービスの違いがある中で、**全業界共通の対応時間を定める**ことは**困難**です。各業界の実態を十分踏まえ、**対応時間に関する業界ルール**を設定することが**推奨**されます。
- 各業界団体においては、「就業環境が害される」と言える可能性がある「**時間・回数・頻度**」の**目安**を検討し、**会員企業**に対して**周知**することが**推奨**されます。**具体的な数値の目安**（〇〇分、〇回等）を**逆手に取った迷惑行為**が生じる可能性があるため、**情報の取扱い**について**メリット・デメリット**を含め**十分検討**してください。

視 点

- ▶ 各業界団体においては、会員企業に対して**顧客対応の中止**の流れを**例示**することが**推奨**されます。
- ▶ 個別の事情を十分に配慮し、就業者が真摯かつ丁寧に対応したにも関わらず、著しい迷惑行為が収まらない場合、現場監督者を含め、**組織的な対応**が求められます。
- ▶ その際、事業者は**就業者の安全を確保**するとともに、**対応の中止や退去命令**を検討する必要があります。

【顧客対応の中止（例）】

○. 顧客対応の中止

- 会員企業においては、以下を参考にして、**顧客対応の中止の流れ**を**就業者に周知**してください。

1. 一次対応者（就業者等）の判断

- 真摯かつ丁寧に対応したにもかかわらず、顧客等のクレームが止まらない、大声を上げ続ける、就業者の顔等を無断で撮影し続けるなどの**迷惑行為が続く場合**、**行為の中止を求めるとともに、対応を中断の上、複数人での対応、やり取りの記録（録音含む）など、組織的な対応**に移行します。
- カスタマー・ハラスメントの**可能性がある**と判断した場合、**現場監督者に報告の上、対応の中止を含めた方針を相談**します。

2. 二次対応者（現場監督者等）の判断

- 一次対応者からの報告を踏まえ、**顧客等からも聞き取り**を行います。
- あらかじめ設定した基準・目安に基づき、カスタマー・ハラスメントに**該当すると判断**した場合、二次対応者として**対応を代わり**ます。対面の場合は、**一次対応者と顧客等を引き離し、安全を確保**します。
- 「組織としての回答であること」「説明を尽くしていること」「これ以上の議論はできないこと」を顧客等に伝達した上で、このまま対応を継続すると**業務に支障が生じると判断**した場合、**対応の中止を検討**します。

3. 警告・退去の命令

- 現場監督者は、**膠着状態に陥って「〇〇分」を目安に対応を中止し、顧客等に伝達**します。それでも**迷惑行為が続く場合**、**警告の上、退去を命令**します。顧客等が**暴力を振るおうとしている場合は、その時点で対応を中止し、退去を命令**します。
- それでもなお、顧客等が**退去しない場合**、**最終警告の上、従わない場合は警察への通報を検討**します。

視 点

- ▶ 各業界団体においては、会員企業が警察への通報を躊躇しないよう**警察との連携方針**の提示を検討してください。
- ▶ カスタマー・ハラスメントは、暴行、脅迫など、刑法等による処罰対象となる行為が含まれています。**明らかな犯罪行為**があるなど、**緊急性を伴う場合は警察への通報**が不可欠です。

【連携方針（例）】

○. 警察等と連携した対応

- カスタマー・ハラスメントは、**違法性のある迷惑行為**であれば**刑法等に抵触**します。こうした行為に適切に対応する為、**警察**や**弁護士**など**外部専門家と連携し、厳正に対処**することが**重要**です。
- 当初は**正当な理由**に基づき、**社会通念上相当**であると認められる**手段・態様**により、顧客等から就業者に対して**申出（苦情・意見・要望等）**があっても、その後の**交渉や話し合いの過程**の中で**犯罪行為にエスカレート**する場合も想定されます。
- 特に、店舗等の**破壊行為**や「殺す」や「傷つける」等の具体的な**脅迫行為**など、**物理的な危害**や**生命の危険**が伴う行為に至った場合、現場の**就業者**での**対応は困難**であり、**速やかな警察への通報**が**不可欠**です。
- また、店舗等の中で**大声を上げる、長時間居座る**など、**社会通念上、限度を超えた行為**に対しては、**就業者や他の客の安全を確保**するため、躊躇することなく**警察に相談**することが**重要**です。
- **当協会**では、カスタマー・ハラスメントが発生した際に**就業者の安全を確保**するため、**会員企業**において、**警察との連携方針**を**明確に定めておく**ことを**推奨**します。

○. 対応の中止から警察への通報の流れ

- ・ **会員企業**においては、以下を参考にして、**警察への通報の流れ**を**就業者に周知**してください。

①対応の中止を伝える

- ・ 就業者の心理的負担や周囲の客への影響を考慮し、**対応の中止**を**顧客等**に伝えます。
- ・ 組織的な判断とするため、対応の中止は現場監督者を含めた**複数名**で**判断**することが望まれます。

②行為の中止を求める

- ・ **迷惑行為**を止めるよう**顧客等**に伝えます。2、3度繰り返します。

③退去を命令する

- ・ 迷惑行為を止めない場合、**施設管理権**に基づき**退去**を命じます。2、3度繰り返します。

④警察に通報する

- ・ 繰り返し退去を命じても**退去しない場合**、**最終警告**します。（例：出ていかないのであれば警察へ連絡します。）
- ・ なお退去しない場合、**警察に通報**します。（緊急時：110番、それ以外：所轄警察署、#9110（警察相談専用電話））

⑤警察官に状況を説明する

- ・ **警察官の現場到着後**、これまでの状況を説明し、録画・録音がある場合は、内容を確認してもらいます。その際、**顧客を退去させたい旨**を明確に伝えます。
- ・ 迷惑行為を行う顧客を**指導**するよう**依頼**します。（例：厳重に注意して欲しい。）
- ・ 警察官の**到着前**に相手が立ち去った場合でも、**再訪する恐れ**がある場合は「相手は立ち去ったが再訪する恐れがある」として**情報連携**しておきます。

⇒ **暴力行為や器物破損など、就業者が身の危険を感じた場合は、その時点で速やかに警察に通報してください。**

110番について

※「こんなときこそ110番（警視庁HP）」を基に作成

○110番通報で伝えること

- 何があったか
- 通報の何分前のことか
- 場所（住所や目標となる店舗や建物、階数等）
- 被害や目撃の状況、けが人の有無
- 犯人について（性別、人数、年齢、服装や逃走方向等）

○正しい場所を伝える

- 警察官がすばやく現場に到着するために、110番通報では正しい場所を伝える。
- 通報（発生）場所がわからないときは、交差点の名前や近くの建物の名前を伝える。

○110番につながらない時は

- 災害、停電、携帯電話回線のトラブルなどの影響により、通信障害が発生し、110番通報できなくなった場合は、慌てることなく、周囲に助けを求めて、他のキャリアの携帯電話、固定電話、公衆電話を利用して通報する。
- あらかじめ、自宅や勤務先等の周辺の警察署や交番の所在地を確認しておき、有事の際は、直接訴え出る。
- パトロール中の警察官やパトカーに直接訴え出る。

○110番映像通報システム

- 音声だけでは把握が難しい事件・事故等の現場の状況を、通報者のスマートフォン又はタブレット端末で撮影し、写真や映像とともに警察へ通報することができるシステム。

※110番は緊急通報です

- 110番受理件数は年間になると約211万件で15秒に1件の割合ですが、そのうちの約2割が問合せや相談・いたずらなどの緊急性のない110番となっています。
- 110番は、事件・事故等、緊急時に警察に通報するための緊急通報ダイヤルです。



110番映像通報システム（内閣府HPより）

9 1 1 0 について

※「警察専用ダイヤル#9110」及び「相談ホットラインのご案内」（警視庁HP）を基に作成

○警察に対する相談があるときは？

- ・ お困りごとや不安に思うことなど、警察に相談したいことがあるときには、警察相談ダイヤル#9110をご利用ください。
- ・ 警視庁総合相談センターでは、相談内容に応じて、相談窓口等をご案内します。
- ・ 相談は、最寄りの警察署でも直接受け付けています。

○警視庁総合相談センター

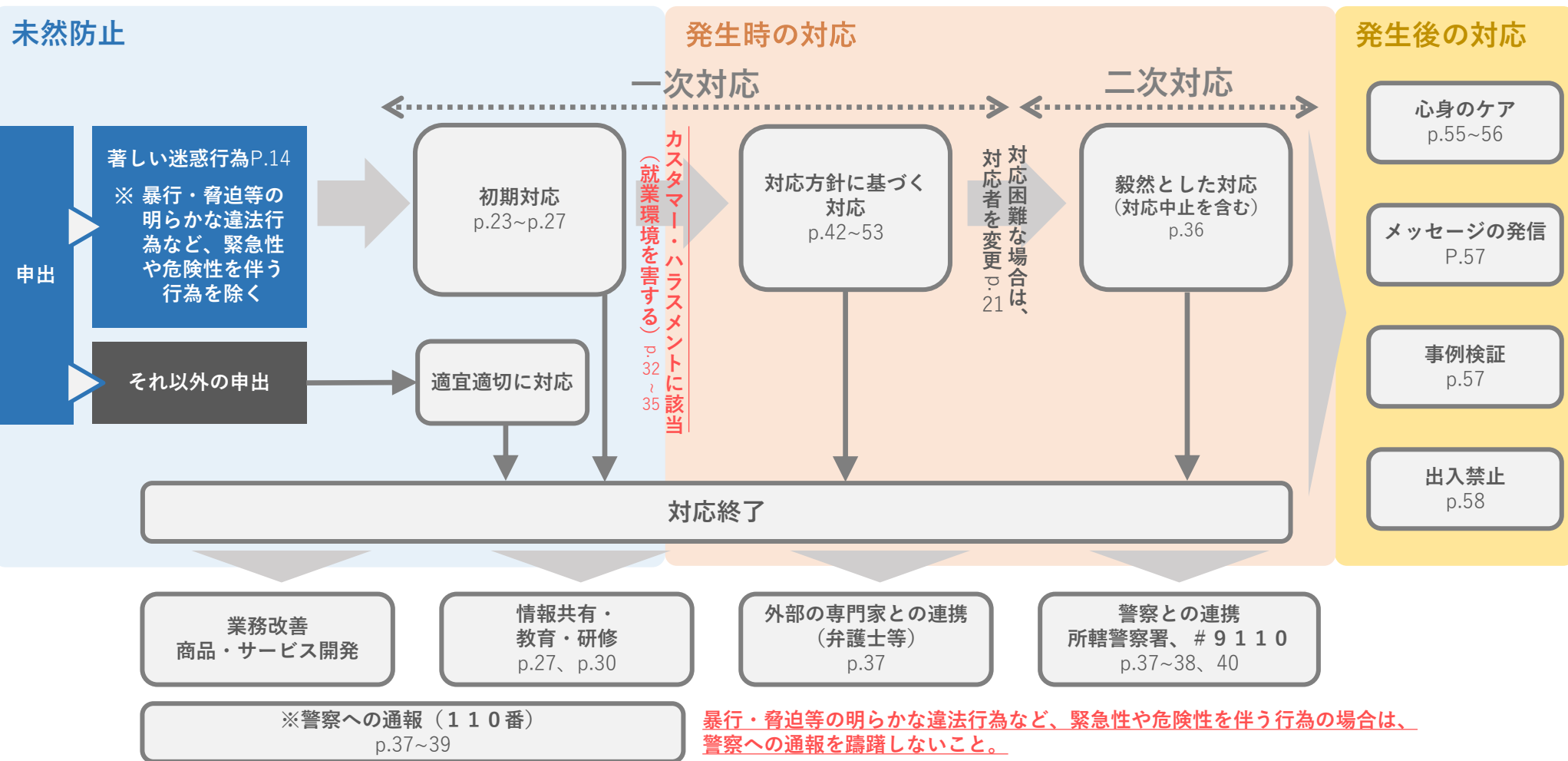
- ・ 110番の前に「#9」をつけて#9110にかけてください。
- ・ 電話：#9110（東京都内でダイヤルすると当センターにつながります。）
※都県境では、他県につながる場合があります。
- ・ 電話：03-3501-0110（東京都を管轄する当センターにつながります。）

カスタマー・ハラスメント対応フロー

視 点

- 各業界団体においては、警察や会社本部・弁護士との連携などを盛り込んだ**対応フロー**の作成が**推奨**されます。
緊急性や危険性を伴う場合、**警察への通報（110番）**を躊躇しないことが**重要**です。

【対応フロー（例）】



視 点

- 各業界団体においては、例示を参考に**業界特有の場面**を想定し、カスタマー・ハラスメントへの**対応方法**を検討してください。
- 条例第4条では、「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。」と規定しています。「あらゆる場において」とは、店舗等における対面での行為に限定されません。
- 「各団体共通マニュアル」では、発生時の具体的な場面として「対面」「電話」「訪問」「インターネット」に分類し、**場面別の対応方針**を示します。これらは限定列挙ではなく、**例示**である点に留意してください。

【場面ごとの特徴（例）】

対面

- 混雑した店舗内での対応やプライバシー確保が難しいなど、**物理的な制約**が発生し得る。
- 顧客等からの直接的な暴行など、**身体的な攻撃を受ける危険性**がある。
- 顔を合わせることで**顧客等が感情的になり、合理的な話し合いが困難**になる可能性がある。
- **騒音や他の客の存在**など、周囲の環境が**顧客等の行為に影響**を与える可能性がある。

電話

- 顧客等の視覚情報がなく、**言葉のやり取りだけで対応**する必要がある。
- **身体表現が使えない**ため、顧客等に**淡々とした口調**に聞こえる可能性がある。
- **いつでも電話**をかけることが可能であり、**相手の意思に関わらず切る**ことが可能である。

訪問

- **閉鎖空間で迷惑行為**が発生した際に、**迅速な対応が困難**になる可能性がある。
- 本社や本部から離れた場所のため、**円滑な情報連絡が困難**になる可能性がある。

インターネット

- 匿名による書き込みの結果、**過激な意見や誹謗中傷**が発生しやすい。
- **情報が短期間で広がる**特徴から、迅速に対応しない場合、**収束が難しくなる**可能性がある。
- **断片的で誤解を生む内容が真実として広まる危険性**がある。
- 投稿された情報は**削除されない限り**長期間にわたってインターネット上に**残り続ける**。

対面の事例（暴言）

（例）商品の売り切れを伝えた際に「お前は馬鹿だ。無能だ。商品をすぐに用意しろ。」と大声で怒鳴られた。

○ 冷静沈着に対応する

- 暴言で返すことなく**丁寧な言葉**を用いて**冷静・沈着**に対応する。（例：乱暴な言葉はお控えください。）
 - ①顧客等の**挑発に乗らない**。突然の怒声や罵声に慌てたり感情的になったりしない。
 - ②顧客等を**挑発しない**。顧客等の感情を害する言動をしない。
 - ③過度にへりくだらない。
- 怒声を発し、**周囲の客に恐怖感**等を生じさせる場合、怒声を抑えて**冷静に発言するよう注意**を促す。
- 不用意な発言をしないよう細心の注意を払い、**発言は必要最小限**にとどめる。不必要な議論に立ち入らない。
- **迷惑行為**であることを明確に伝え、**対応できない旨を伝える**。（例：これ以上お客様とはお話できません。）
- それでもなお**暴言が繰り返される**場合、**対応を打ち切る**。
- **録音・録画・対応記録**などを残し、**事後に検証**できるようにする。

【ポイント】

- 顧客等の感情を害する発言をすると、それを契機・口実にした**迷惑行為**等が行われるおそれがあります。落ち着いて対応することで、顧客等に言葉尻を取られることもなくなります。
- 暴言が止まらない場合、現場監督者から**対応を打ち切る**ことを**明確に伝える**ことが重要です。どのような発言が暴言に当たるか、あらかじめ**業界団体**や**会員企業**で**明文化**しておくことが推奨されます。

対面の事例（執拗な要求）

（例）商品の不具合を謝罪し、適切に交換対応したにも関わらず、文書で謝罪するよう何度も要求された。

○ 対応時間を定め、超過した場合は退去要求する

- 同じ要求が何度も繰り返された場合、**早い段階でこれ以上対応できない**旨を明確に伝える。
- あらかじめ**定められた時間を超過**した場合、**警察に相談**する旨を明確に伝える。
- 顧客等が聞き入れない場合、**現場監督者に報告**し、現場監督者から顧客等に**最終的な退去要求**をする。
- それでもなお聞き入れられない場合、**現場監督者から警察に通報**する。

【ポイント】

- 退去を要求する際は、**警備担当部署へ連絡し、不測の事態の発生に備えておく**ことが推奨されます。
- 退去要求に従わず、**顧客等が犯罪行為**に及んだ場合、**直ちに警察に通報して就業者の安全を確保**してください。

対面の事例（土下座の要求）

（例）サービスの不備を謝罪したにも関わらず「土下座して謝罪しろ。さもないと許さない。」と要求された。

○ 毅然とした態度で要求を拒否する

- 暴言で返すことなく **丁寧な言葉** を用いて **冷静・沈着** に対応する。（例：そのような対応はできません。）
- **明確に迷惑行為** であることから **対応できない** 旨を伝える。（例：これ以上お客様とはお話できません。）
- **録音・録画・対応記録** などを残し、**事後に検証** できるようにする。
- 顧客等が **聞き入れない** 場合、**現場監督者に報告** し、**現場監督者** から顧客等に **最終的な退去命令** をする。

【ポイント】

- 商品やサービスの内容に**瑕疵があった場合**でも、**原則、等価交換と謝罪以上の対応は必要ありません。**
- 顧客等に生じた**損害**と顧客等の**要求内容のバランス**を考慮した上で、**土下座**による謝罪を要求することは社会通念上も**度を越えた内容**であり、刑法第223条第1項の**強要罪**にも**該当し得る**ため、**拒絶することが重要**です。

対面の事例（暴行）

（例）クレーム対応中に「その態度は何だ！」と顧客等が激高し、胸ぐらをつかまれ、頭を叩かれた。

警察に通報する

- 刑法第208条の**暴行罪に該当**するため、現場監督者の判断を待つことなく、**ただちに警察に通報**する。
- 更なる暴力行為や他の客や就業者への危害が及ぶ可能性があるため、現場監督者を含め、**複数人で対応**する。
- **録音・録画・対応記録**などを残し、証拠として提出できるようにする。

【ポイント】

- 犯罪行為は**躊躇せず警察に通報**することが重要です。顧客等の行為が**エスカレート**することを**防ぐ**観点から、顧客等を**刺激しない**ように注意することも必要です。

電話の事例（高圧的な言動）

（例）「他社は金を払った。お前をクビにできるんだぞ。」と電話で怒鳴りながら金銭による賠償を請求された。

◎ 意思表示を明確にする

- **曖昧な発言**又はぶれた発言は**避ける**とともに、早く解決を図ろうとして、その場逃れの**安易な妥協をしない**。
- **誤った発言**をした場合、**速やかに明確に訂正**する。
- 顧客等が自らの主張を**一方的に強弁**し、又は**他社の事例を引き合いに不当な要求**を行っても、**明確に拒否**する。**事実関係が不明なまま要求を認めない**。

【ポイント】

- 早く解決を図ろうとして、顧客等の**主張を鵜呑み**にした**安易な妥協をしない**ことが重要です。

◎ 冷静沈着に対応する

- **丁寧な言葉**を用い、**冷静・沈着**に対応する。顧客等を特別扱いをせず、**過度にへりくだらない**。
- 顧客等の**挑発に乗らない**。顧客等の突然の怒声や罵声にも、慌てたり感情的になったりしない。
- 顧客等を**挑発しない**。感情を害する言動をしない。**発言は必要最小限**にとどめ、不必要な議論に立ち入らない。
- 怒声を抑えて冷静に発言するよう、**複数回注意**する。（例：お静かにお話してください。）
- 複数回注意しても**怒声が続く**場合、**対応を打ち切る**旨を告げ、**電話を切る**。（例：冷静にお話しできないようですので、電話を切ります。）

【ポイント】

- **危害を加えるような発言**があった場合、直ちに**現場監督者に報告**の上、**対応者を代わる**ことが必要です。内容によっては、**脅迫等の犯罪行為**に当たるため、**警察や弁護士に相談**することも重要です。

電話の事例（長時間の拘束）

（例）商品の交換はできないと繰り返し説明しても納得せず、電話で〇〇分※以上もやり取りが続いている。

○ 対応時間に関する業界ルールを定める

- 顧客等から**何度も同じ主張**が繰り返され、**堂々巡り**の状況が続いた場合、**対応を打ち切る**旨を伝える。
- 業界として設定した**対応時間の目安を超過**した場合、要求に応じられない旨を伝え、**電話を切る**。

【ポイント】

- 事例で示した「〇〇分※」は、**各業界の事情・背景**を考慮し、**1時間、30分、15分**など、**適切な対応時間の目安**を設定してください。
- **目安の時間を超えた段階**で直ちに**カスタマー・ハラスメントに該当するものではない**点に十分留意が必要です。

電話の事例（繰り返し）

（例）同一人物から、提供する商品・サービスと全く関係のない話について、何度も繰り返し電話がある。

○ 初期の段階で対応を拒否する

- 顧客等の主張を確認し、自社の商品・サービスと**全く関係のないことを確認**した場合、**初期の段階で対応できない**旨を明確に伝える。（例：当社の商品とは全く関係ない話であり、対応できません。）
- 自社の商品・サービスに関係のある話であっても、過去のやり取りを確認し、**以前の回答を伝えた上で、これ以上対応できない**旨を明確に伝える。（例：この件に関して、これ以上お話しすることはありません。）

【ポイント】

- 同一人物の電話が繰り返される場合、**担当者間で情報共有し、組織として統一的な対応**を図ることが重要です。
- 社会通念上、**限度を超えた回数**の電話が繰り返される場合、刑法第233条の**業務妨害罪**に該当する**可能性**もあるため、**警察や弁護士に相談**することも重要です。

訪問の事例（セクハラ）

（例）顧客等の自宅を訪問して自社のサービスを提供した際に、性的な言動を受けた。

◎ 毅然とした態度でセクハラであることを伝える

- 顧客等に性的な言動で不快になった旨を明確に伝える。
- 顧客等に全くセクハラを意識がない場合、例えば、厚生労働省などで提示されている性的な言動の例を示し、こうした言動をしないよう伝える。
- 顧客等が言動を改めない場合、その場でサービスの提供を打ち切る旨を伝え、速やかに現場監督者に報告する。

【ポイント】

- 閉鎖空間で身の危険を感じるなど、その場でセクハラの中止を求めることが難しい場合、訪問終了後、速やかに現場監督者に事実経過を報告し、現場監督者は顧客等に事実確認を行います。それでもなお顧客等が言動を改めない場合、今後のサービスの中止があり得ることを伝える必要があります。
- つきまとい行為など、就業者の安全を脅かす事態が発生した場合、速やかに警察に相談することが重要です。

◎ トラブル発生時には迅速に退去する

- 現場において暴行・脅迫等の事態が発生した場合、又は監禁されるおそれが生じた場合は、速やかに退去する。緊急時には就業者自らが警察に通報することを躊躇しない。
- 所属部署においても、就業者の連絡内容から、暴行等のトラブルが発生し、又は発生する可能性が高いと判断したときは、速やかに警察に通報する。

【ポイント】

- 訪問での対応は、就業者がトラブルに巻き込まれる可能性が常にあります。就業者の安全が脅かされるような緊急事態が発生した場合、警察への通報は躊躇しないことが必要です。

○ 入念な事前準備を行う

- 顧客等の**自宅等への訪問が業務の特性上避けられない**場合、就業者と所属部署が物理的に離れてしまうため、事前の役割分担や**連絡確認の徹底**など、**緊密な連携体制**を一層確保する。
- 店舗等における対面での対応とは異なるため、**訪問前**に就業者間や部署内の**役割を確認**しておく。
- 訪問する**就業者と所属部署**とは、**適宜連絡**を取り合い、**組織一体で対応**する。就業者は**現場での進捗状況及び対応状況を所属部署に連絡**する。
- 所属部署**は、就業者から**予定時刻に連絡がない**場合、**状況・安否確認**の目的で**就業者に連絡**する。
- 訪問先で**トラブルが発生したとの報告**があった場合、必ず**職場へ帰社**させ、現場での**対応状況を確認**する。

【ポイント】

- 訪問での対応は、**顧客等の環境下**での対応が求められ、**普段と異なる慣れない環境**にいと、どうしても緊張や萎縮をしてしまうことが想定されるため、入念な事前準備が大切です。
- 業界によって、**複数人での訪問が難しい場合**でも、訪問する**就業者の状況**について、**所属部署が逐次確認する体制づくり**が必要です。

インターネットの事例（誹謗中傷）

（例）SNS上に自社の就業者の顔写真と氏名が掲載され、就業者を誹謗中傷する内容が書き込まれた。

書き込み内容を特定して削除対応を検討する

- インターネット上で書き込まれた内容を確認し、**組織として書き込み内容を特定**する。
- 複数名の就業者で確認するなど、客観的に**社会通念上許されない限度**の内容であることを確認した場合、書き込み内容の**証拠を保全**した上で、**削除を含めて対応を検討**する。
 - ①**自社HP**の場合、**管理権限**に基づき内容の**削除を検討**する。
 - ②**他社HP**の場合、**サイト管理者**に問い合わせをし、**削除を依頼**する。

【ポイント】

- **他社HP**に書き込まれた**内容を削除**するためには、**法的な手続**が必要な場合があります。状況に応じて**弁護士等の専門家**に相談することを検討してください。

自社HP・SNS等を活用して対応方針を発信する

- 書き込み内容が**事実無根**であり、放置した場合に**就業者の名誉や企業の信用が傷つけられる**と判断した場合、自社の**HPやSNSを活用**し、自社の**対応方針を公表**する。
- 公表の際は、更なる誹謗中傷を防ぐため、**悪質な書き込み**に対しては、**毅然とした対応をすることを明示**し、書き込みをする人物に対して**損害賠償請求や刑事告訴の可能性**がある点を併記することも検討する。

【ポイント】

- 書き込みをした**人物が特定できない時点**では、対外的な情報発信が**更なる迷惑行為**を誘発する危険もあるため、**どのような内容を発信するか、慎重な検討**が必要です。

● 専門チームで対応する

- インターネット上で就業者への**誹謗中傷等を確認**した際は、迅速に**社内の関係部門（広報、法務、人事など）に報告し、適切な対応策を協議**する。
- 関係部門が**一貫した方針で対応**することで、事態が悪化する**リスクの減少**を図る。
- 誹謗中傷の**内容を分析し、法的措置**を検討するか等を**判断**し、必要に応じて**弁護士等の外部の専門家と連携し、対応方法を検討**する。
- 誹謗中傷の内容が**事実無根**である場合、企業としての**公式声明**で誤解を解き、**正確な情報を発信**するなど、誹謗中傷等が**拡散する前に迅速に対応し、リスクを最小限**に抑える。
- その後、**対応の評価**を社内で行い、今後の同様の事態への対策として**リスクマネジメント体制の改善**等を図る。

【ポイント】

- 誹謗中傷への対応は、**企業の評判に大きな影響**を与えかねないため、社内・社外問わず、専門家の意見を聞きながら、**慎重なリスクコミュニケーション**が求められます。

● 名札等の表記を見直す

- ・ SNS上に就業者の氏名が投稿されるリスクを防ぐため、**名札等の表記を見直す**ことを検討する。

【ポイント】

- SNSを通じたカスタマー・ハラスメントから就業者を守るため、**就業者の名札等の表記を「苗字のみ」や「ビジネスネーム」に変更する動き**が民間企業や自治体などでみられます。
- **氏名等の個人情報**が晒されることで、**ストーカー行為**や**更なる迷惑行為につながる可能性**もあるため、法令で氏名を表記することが求められる場合を除き、**名札等の表記を見直す**ことも**有効な手段の一つ**として推奨されます。

第4章

カスタマー・ハラスメント発生後の対応

視 点

- 各業界団体においては、会員企業に対して**就業者のケアの実施**を求めてください。カスタマー・ハラスメントを**就業者個人の責任**として押し付けるのではなく、**各企業が組織で対応**する視点が**重要**です。
- 条例第9条2項では、「事業者は、その事業に関して就業者がカスタマー・ハラスメントを受けた場合には、速やかに就業者の安全を確保するとともに、当該行為を行った顧客等に対し、その中止の申入れその他の必要かつ適切な措置を講ずるよう努めなければならない。」と規定しています。
- **事業者**においては、顧客等による暴力行為等によって**就業者の安全が脅かされる事態**が発生した場合、あらかじめ定めた対応方針に従い、**就業者への被害が継続しない**ようにすることが求められます。

【就業者のケア（例）】

○ 就業者の安全と健康の確保

- 会員企業においては、以下の事項を参考にして、**就業者の安全と健康を守る取組**を**就業者に周知**してください。

1. 現場における対応の引継ぎ

- カスタマー・ハラスメントに遭遇した際、一次対応者から二次対応者へ対応を引き継ぐ、または連携して対応します。二次対応者が不在の場合、**組織的に**対応するため、サポートデスクや近隣店舗のマネージャー、エリアマネージャーに連絡できるようにするなど、あらかじめ**複数人**によるバックアップ体制を整えます。

2. 職場における相談体制の整備

- カスタマー・ハラスメントに遭遇し、心身に負担が生じた**就業者が安心して報告や相談**ができるよう、社内窓口を設置します。また、就業者が**上司や先輩、同僚のサポート**を受けられる環境を整備することも検討します。
- 発生時の**状況確認**は、一次対応者に直接ヒアリングするのではなく、状況を把握する**現場監督者**（二次対応者）等に確認することで、**フラッシュバック**による二次被害が生じないように**配慮**します。加えて、**セクシュアル・ハラスメント**に関連した事案であれば、就業者の希望に応じて**同性による対応**を実施します。

3. 外部専門家の活用

- **メンタルヘルスの専門家**による**カウンセリング機会**の提供のほか、**法的対応や助言**を求める場合の**弁護士**による**法的サポート**など、必要に応じて、**外部専門家**を活用して対応します。

○. メンタルケアのポイント

- ・ **会員企業**においては、**外部専門家の活用が難しい場合**、以下の視点を基に**就業者のメンタルケア**に取り組んでください。

1. 「心の境界線」を保つ

- ・ メンタルケアでは「心の境界線」を保つことが重要です。理不尽な要求や怒りをぶつけられることで就業者は心理的に消耗します。行為者の感情と自分（就業者）の感情を切り離し、「顧客等の怒りは自分の責任ではない」と認識することで、心の負担が軽減されます。
- ・ 「どれだけ真摯かつ丁寧に対応してもカスタマー・ハラスメントが発生する場合がある」という意識を就業者が持つだけでも、平常心を保った対応が可能になります。

2. 心身をしっかり休ませる

- ・ カスタマー・ハラスメントへの対応後、就業者の心身をしっかり休ませることが大切です。できる限り、短時間の休憩を取る、早退させるなど、就業者への配慮が大切です。

3. 一人で抱え込ませない

- ・ 業務に習熟していない担当者（例：新入社員）の説明が原因でカスタマー・ハラスメントが発生する場合もあり得ますが、個人を責めることは不適切です。大切な人材の定着のためにも、組織の責任として捉え、メンタルケアにおいても組織的なサポート体制が重要です。
- ・ ソーシャルサポート（社会的支援）は、ストレス耐性を高める効果があるとされ、早い段階で上司や同僚に相談し労いや共感を得ることがストレス軽減につながることを期待されます。例えば、定期的な上司や同僚とミーティングする機会を設け、顧客対応での成功例や改善策を共有する場を設けるなど、職場全体で支え合う雰囲気醸成することも効果的です。

（参考）ソーシャルサポートの分類 ※e-ヘルスネット（厚生労働省）より

- ①情緒的サポート：共感や愛情の提供 ②道具的サポート：形のある物やサービスの提供
- ③情報のサポート：問題の解決に必要なアドバイスや情報の提供 ④評価的サポート：肯定的な評価の提供

4. 長期的なメンタルケア

- ・ カスタマー・ハラスメントによる心理的なダメージが大きい場合や心の回復に時間が掛かる場合は、被害を受けた「数日後」、「1週間後」、「1か月後」のように、定期的なチェックが必要です。
- ・ 真面目で責任感が強い人ほど、時間が経過してから、心理的な負担が表面化することもあります。この場合、医師の診察やカウンセリングを受けることを勧めてください。

視 点

- ▶ **各業界団体**においては、会員企業に対して、**業界内**で実際に発生した**事案への対応事例**などを共有し、企業ごとに**就業者による対応方法の改善**など、**再発防止に資する取組**を促すことが**推奨**されます。
- ▶ また、**カスタマー・ハラスメント防止対策**を継続していく中で、**取組の効果を高めていくためには**、必要に応じて**取組内容を見直す**ことも**効果的**です。

【再発防止に向けた取組（例）】

○. メッセージの発信

- **会員企業**においては、**カスタマー・ハラスメントの事例発生時**に、**就業者に何らかのメッセージ**を発信して**情報共有**してください。**現場監督者**でもある**管理職**に**注意喚起**をするだけでも**効果**が見込まれます。
- その際、**現場監督者**が「**カスタマー・ハラスメントを報告することで人事評価が下がる**」ことを懸念する**可能性**があるため、**現場監督者や従業員の責任ではないこと、適切に報告した場合は逆に評価される**ことなどを**周知・徹底**してください。

○. 事例検証を通じた再発防止

- 実際に発生した**事例を検証し、新たな防止対策の検討、経営者のトップメッセージ、顧客等からのクレーム対応マニュアル、研修の見直し・改善等**に役立っています。就業者の**プライバシーに配慮しつつ**、同様の問題が発生しないよう、**社内の主要会議で情報共有**することも大切です。**カスタマー・ハラスメントの端緒が、就業者の不適切な言動や対応にあった場合、その問題点等を改善するための取組**を検討してください。
- 事例発生を明らかにしなくても、**定期的な研修**を実施することも重要です。また、**社内研修だけでなく、社外セミナー等も活用し、就業者にレポート提出を課す**ことも考えられます。
- 過去に発生した事例における**就業者の相談内容の変化、相談件数の推移、相談対応者の感想等**を材料にして、**定期的**に**取組を検証し、改善点があれば見直しを図**ってください。
- 見直しに当たっては、**労働安全衛生法（昭和 47 年法律第 57 号）第 18 条第 1 項**に規定する**衛生委員会**の活用など、**就業者や労働組合等の参画を得つつ、アンケート調査や意見交換等**を実施することも有効です。

視 点

- ▶ **カスタマー・ハラスメントの発生後、同一人物が再び来訪し、繰り返し迷惑行為が行われる可能性があります。** 退去命令に加え、**施設管理権**等に基づく施設への**出入禁止**の措置を取ることが**可能**とされます。
(参考) 公共の建物ではない建物については、その所有者ないし管理者は、法令等に反しない限り、その所有ないし管理する建物内に、誰を立ち入らせて誰を立ち入らせないかを自由に決定することができるのが原則である。(静岡地裁沼津支部平成29年1月12日判決)
- ▶ **各業界団体**においては、**悪質な行為者**への**出入禁止の措置**を含め、**対応方針を定める**ことを検討してください。業界によっては、**既存の法律**(旅館業法、公衆浴場法、医師法など)を**十分考慮**する必要があります。
- ▶ なお、条例第5条にあるように、**顧客等の権利を不当に侵害しない**視点が大切です。**恣意的で正当な理由のない退去命令**や**出入禁止**の措置が取られないよう、会員企業に対する**十分な啓発**が**重要**です。

【対応方針(例)】

○. 迷惑行為を繰り返す顧客等への対応

- **当協会**においては、カスタマー・ハラスメントを行った顧客等が、再び来訪し、**繰り返し迷惑行為**を行うことを防ぐため、以下の考え方を根拠として、**顧客等の出入禁止**を**対応手段**の一つとして**提示**します。
 - ✓ 契約自由の原則：民法第521条第1項では、「何人も、法令に特別の定めがある場合を除き、契約をするかどうかを自由に決定することができる。」と規定されています。
 - ✓ 施設管理権：民法第206条では「所有者は、法令の制限内において、自由にその所有物の使用、収益及び処分をする権利を有する。」と規定されています。建物所有者には包括的な管理権が認められています。
- **会員企業**においては、**就業者の安全を確保**するため、**悪質な行為を行う顧客等**に対しては、警察や弁護士など外部専門家とも連携し、**出入禁止**や**誓約書**(今後迷惑行為を一切行わない等)を取り交わすなど、**厳正に対処**することを**推奨**します。その際、個人情報保護法などの法令に十分留意した上で、**悪質な顧客等に関する事案**を**企業間で共有**することも**有効な手段**の一つです。
- ただし、**あらゆる出入禁止の措置が認められるわけではありません**。例えば、個人の**差別につながるもの**や、**正当な理由のない恣意的な出入禁止の措置**は、民法の**不法行為**として**損害賠償責任**を負う**可能性**があります。出入禁止の措置を取る基準は**慎重に検討**してください。

第5章

企業間取引におけるカスタマー・ハラスメント

視 点

- **企業間取引**を背景としたカスタマー・ハラスメントは、様々なステークホルダーの人権侵害を防ぐ観点からも、**未然防止**が重要です。**各業界団体**は、会員企業に対して**自社の就業者がカスタマー・ハラスメントを行った場合**、具体的に**どのように対処**するかを**ルールとして明確化**し、自社の就業者に**周知**することを**推奨**してください。
- 具体的には、カスタマー・ハラスメントに**該当する言動と処分内容**を対応させた**懲戒処分規定**を定め、その**判断要素を明らかにする**方法等が考えられます。また、**社会全体**でカスタマー・ハラスメントを防ぐ観点から、**業務時間外**でも、**企業の信用を失墜**させるような**迷惑行為**は**厳に慎むよう周知**することも**推奨**してください。
- 条例には罰則はありませんが、**下請法**や**独占禁止法**に**違反する行為**があった場合、**公正取引委員会**による**勧告**や、**罰金**（刑事罰）や**課徴金**（行政罰）等の**対象**となります。

【基本姿勢（例）】

○. ハラスメント防止の基本姿勢

- **会員企業**においては、以下の内容を参考に、**企業間取引を含むハラスメント防止の基本姿勢**を**就業者に周知**してください。

1. ハラスメント防止の基本姿勢

- ハラスメント行為は人権に係る重要な問題であり、従業員の尊厳を傷つけ就業環境の悪化を招く点で絶対に許されない行為です。当社は、ハラスメント行為を決して許さず、あらゆる従業員が互いに尊重しあう、安全で快適な就業環境づくりに取り組みます。

2. ハラスメントの定義

- ハラスメントとは、セクシュアル・ハラスメント、パワー・ハラスメント、SOGIハラスメント、マタニティ・ハラスメント、パタニティ・ハラスメント、カスタマー・ハラスメント、就活ハラスメントなどを指します。

3. 対象者

- ハラスメント防止の対象者は**全ての従業員**です。役員、正社員のほか、嘱託社員や派遣社員なども含まれます。また、取引先企業の**経営者**や**従業員**、当社への入社を希望する**学生**や**インターンシップ生**など、**当社以外の者**に対してもハラスメント行為を行ってはなりません。

4. 相談窓口

- ハラスメントに関する相談・苦情および通報窓口は、○○部○○課です。すべての従業員は、窓口担当者に相談および苦情の申出、または匿名での通報が可能です。「○○規程」に従い、相談・通報内容に関する情報や個人情報**は厳重に管理・保護**されます。

5. 懲戒処分

- 就業規則に定める懲戒事由に該当するハラスメントの事実が認められた場合、懲戒処分を行います。業務時間内であるか時間外であるかを問わず、当社の名誉や信用を傷つけるようなハラスメントを行った従業員に対しては厳正に対処します。
- ハラスメントの事実を通報した相談者はもちろん、事実関係の確認に協力した方に不利益な取扱いはいりません。また、相談者や通報者本人に対して不利益な取扱いや嫌がらせ等を行った従業員がいた場合、上記と同様、就業規則に基づく懲戒処分を行います。

6. 取引先企業に対するハラスメントの禁止

- 取引先企業の経営者や従業員に対するハラスメントは「カスタマー・ハラスメント」に当たります。全ての従業員は、取引に当たっては、当社の従業員に対する場合と同様に言動に十分注意してください。
- 特に、立場の弱い取引先企業に対しては、「無理な要求をしない・させない」よう十分な配慮が必要です。

7. 取引先企業と良好な関係を築く

- 令和4年2月に厚生労働省が公表した「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」では、「取引先と良好な関係を築くための好事例」や「取引先との接し方に関する留意点」が示されています。当社は、こうした視点も参考に、適正な企業間取引を推進します。

(参考) 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」より

○取引先と良好な関係を築くための好事例

- 取引先はパートナー企業、取引先からの派遣従業員はパートナー従業員と呼び、自社従業員と同様に扱っている。
- 会社として、各取引先にアンケートを実施している。回答企業は無記名とし、「自社の社員が暴言をはいていませんか」等の設問を設け、問題のある部署にはヒアリングを行うようにしている。
- 企業の行動指針として、「取引先との関係」の項目を設け、自社従業員に他社従業員への接し方の注意について周知している。
- 被害者だけでなく、加害者にならないよう、コンプライアンスという観点で教育している。また、Eラーニング等を通して商習慣の中で過度な要求がないよう、取引先への伝え方等について指導している。

○取引先との接し方に関する留意点

- 業務の発注者、資材の購入者等、実質的に優位な立場にある企業が、取引先企業に過大な要求を課し、それに応えられない際に厳しく叱責する、取引を停止することや、業務とは関係のない私的な雑用の処理を強制的に行わせることは、独占禁止法上の優越的地位の濫用や下請法上の不当な経済上の利益の提供要請に該当し、刑事罰や行政処分を受ける可能性があります。
- ハラスメント以前に、取引先企業の利益を不当に侵害するような行為は控えなければなりません。

視 点

- 各業界団体においては、会員企業が取引先企業にカスタマー・ハラスメントを行った、あるいは取引先企業からカスタマー・ハラスメントを受けた可能性がある場合、**協力して事実確認※**することを**推奨**してください。

【事実確認の流れ（例）】 ※ 『雇用の分野における男女の均等な機会及び待遇の確保等に関する法律（昭和47年法律第113号）第11条第3項の規定の趣旨を踏まえ、就業者の行為に関連して取引先の事業者から「第5 事業者の取組に関する事項」の実施に関し必要な協力を求められた場合には、これに応ずることが求められる。』※指針（ガイドライン）第3の3（5）より

○. 取引先企業との間での事実確認

- 会員企業においては、以下を参考にして、**企業間取引における事実確認の流れ**を**就業者に周知**してください。

1. 自社の就業者がカスタマー・ハラスメントを「受けた」可能性がある場合

①自社の就業者からの相談への対応

- ハラスメントを受けた状況、発生日時や場所、相手企業の加害者と思われる就業者など、就業者からの情報を基に、ハラスメントの状況等を確認してください。就業者の精神的なケアや安全確保を最優先とし、必要に応じて適切なサポートを提供してください。

②取引先企業への協力依頼

- 自社で収集した情報を基に、取引先企業に対して事実関係の確認の協力を依頼し、正確な情報を収集してください。協力を依頼する際、自社の担当者は、先入観や偏見を排除し、双方の信頼関係に基づき、適切な情報提供と調査協力を求めることが重要です。

③取引先企業と共同での事実関係の確認

- あらかじめ自社と取引先企業で決めた調査方法に基づき、双方が協力して当該就業者から事実関係を確認してください。必要に応じて第三者機関や法律専門家の助言を得ることも検討してください。ハラスメント行為が確認された場合、取引先企業と連携して、適切な措置を取るための対応策を共同で検討してください。

2. 自社の就業者がカスタマー・ハラスメントを「行った」可能性がある場合

①取引先企業への協力

- 取引先企業からハラスメントに関する事実関係の確認の協力依頼があった場合、自社の担当者は、先入観や偏見を排除し、双方の信頼関係に基づき、適切な情報提供と調査協力を行ってください。その際、協力を求められたことを理由として、取引先との契約を解除するなどの不利益な取扱いを行わないようにしてください。

②取引先企業と共同での事実関係の確認

- あらかじめ自社と取引先企業で決めた調査方法に基づき、双方が協力して当該就業者から事実関係を確認してください。必要に応じて第三者機関や法律専門家の助言を得ることも検討してください。

③自社の就業者への適切な措置

- ハラスメント行為が確認された場合、取引先企業と連携して、適切な措置を取るための対応策を共同で検討してください。その際、行為の悪質性等を勘案し、自社の就業規則等に基づく対応（懲戒処分など）を検討してください。

第6章

その他

東京都の相談窓口

▶ カスタマー・ハラスメント関係の相談

全般

- **東京都カスタマーハラスメント総合相談窓口（仮称）**
事業者、従業員だけでなく、顧客等も対象に、カスタマー・ハラスメント全般に対応できる総合相談窓口を開設します。※4月以降、詳細を公表予定

事業者

- **カスタマーハラスメント対策実行のための相談対応** ※（公財）東京都中小企業振興公社
中小企業者等を対象に、カスタマー・ハラスメント対策を実行するにあたっての相談に対応しています。

事業者 就業者

- **介護現場におけるカスタマーハラスメントに関する相談窓口**
介護現場におけるカスタマー・ハラスメント（利用者本人や家族から職員に対するハラスメント行為）の防止や対策の促進を図るため、介護サービス事業者の管理者を対象とした法律相談や、現場職員を対象とした相談を行っています。

事業者 就業者

- **東京都在宅医療ハラスメント相談窓口**
在宅医療に関わる中で、患者やその家族等からの暴力行為や迷惑行為等のハラスメントに対する対応方法等について、相談を行っています。

事業者 就業者

- **東京都労働相談情報センター**
職場の安全配慮義務の観点から、カスタマー・ハラスメントを含むハラスメントに関する労働相談を受け付けています。

▶ その他のトラブルに関する相談

事業者

- **下請センター東京** ※（公財）東京都中小企業振興公社
代金の支払遅延や減額等、下請法の適用対象となる取引上の様々なトラブルに対して、専門相談員や弁護士が相談に応じます。フリーランスとして働く方からの相談も受け付けています。

事業者

- **学校問題解決サポートセンター** ※東京都教育相談センター
都内の公立学校（幼稚園、こども園含む）と保護者や地域住民との間で生じた、学校だけでは解決困難な問題についての相談に公平・中立な立場で助言をしています。

顧客等

顧客等

- **東京都消費生活総合センター**
商品を購入したり、サービスを利用した際の販売方法・契約・品質・価格などのトラブルに関して、トラブル解決のための助言、あっせん、情報提供等を行っています。

顧客等

- **東京都医療安全支援センター**
患者等からの都内の医療機関に対する相談・苦情に対応し、相談者又は医療機関に対し、必要に応じて助言を行っています。

国の相談窓口

▶ ハラスメント全般の相談

事業者
就業者

- **東京労働局 雇用環境・均等部**
職場におけるセクシュアルハラスメント、妊娠・出産・育児休業・介護休業等に関するハラスメント、パワーハラスメントのほか、男女雇用機会均等法、育児・介護休業法等に基づく相談を受け付けています

事業者
就業者

- **総合労働相談コーナー** ※東京労働局、各労働基準監督署
解雇、雇止め、配置転換、賃金の引下げ、募集・採用、いじめ・嫌がらせなどあらゆる分野の労働問題に関する相談を受け付けています

▶ その他のトラブルに関する相談

事業者

- **下請かけこみ寺** ※中小企業庁
中小企業の取引上の悩みの相談に企業間取引や下請代金法などに詳しい相談員や弁護士が無料で相談に応じています。

事業者

- **不当なしわ寄せに関する下請法の相談窓口** ※公正取引委員会
取引先から不当なしわ寄せを受けるおそれのある中小事業者等の皆様から下請法に関する相談を受け付けています。

事業者
就業者

- **違法・有害情報相談センター** ※総務省
ネット上の誹謗中傷（嫌がらせ）の書き込みについて削除するにはどうすれば良いのか、書き込んだ相手を特定するにはどうしたらよいのか、など、インターネット上のトラブルについて適切に対応するためのアドバイスや関連の情報提供を行っています。

事業者
就業者

- **日本司法支援センター（法テラス）**
どこでも法的なトラブルの解決に必要な情報やサービスの提供を受けられるように国によって設立された法的トラブル解決のための「総合案内所」です。

▶ メンタルヘルス不調に関する相談

事業者
就業者

- **働く人の「こころの耳相談」** ※厚生労働省
働く方やその家族、企業の人事労務担当者の方々からのメンタルヘルス不調や、ストレスチェック制度、過重労働による健康障害の防止対策などについての困りごと、お悩みなどのご相談を受け付けています。

事業者

- **地域産業保健センター** ※独立行政法人労働者健康安全機構
労働者50名未満の小規模事業場の事業主や小規模事業場で働く人を対象として、労働安全衛生法で定められた保健指導などの産業保健サービスを提供しています。

刑法

(不除去)

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者は、三年以下の懲役又は十万円以下の罰金に処する。

(不同意わいせつ)

第176条 次に掲げる行為又は事由その他これらに類する行為又は事由により、同意しない意思を形成し、表明し若しくは全うすることが困難な状態にさせ又はその状態にあることに乗じて、わいせつな行為をした者は、婚姻関係の有無にかかわらず、六月以上十年以下の拘禁刑に処する。

- 一 暴行若しくは脅迫を用いること又はそれらを受けたこと。
- 二 心身の障害を生じさせること又はそれがあつること。
- 三 アルコール若しくは薬物を摂取させること又はそれらの影響があつること。
- 四 睡眠その他の意識が明瞭でない状態にさせること又はその状態にあること。
- 五 同意しない意思を形成し、表明し又は全うするいとまがないこと。
- 六 予想と異なる事態に直面させて恐怖させ、若しくは驚愕がくさせること又はその事態に直面して恐怖し、若しくは驚愕していること。
- 七 虐待に起因する心理的反応を生じさせること又はそれがあつること。
- 八 経済的又は社会的関係上の地位に基づく影響力によって受ける不利益を憂慮させること又はそれを憂慮していること。

(傷害)

第204条 人の身体を傷害した者は、十五年以下の懲役又は五十万円以下の罰金に処する。

(暴行)

第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、二年以下の懲役若しくは三十万円以下の罰金又は拘留若しくは科料に処する。

(監禁)

第220条 不法に人を逮捕し、又は監禁した者は、三月以上七年以下の懲役に処する。

(脅迫)

第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、二年以下の懲役又は三十万円以下の罰金に処する。
2 前項の方法により、財産上不法の利益を得、又は他人にこれを得させた者も、同項と同様とする。

(強要)

第223条 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者は、三年以下の懲役に処する。

(名誉毀損)

第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、三年以下の懲役若しくは禁錮又は五十万円以下の罰金に処する。

(侮辱)

第231条 事実を摘示しなくても、公然と人を侮辱した者は、一年以下の懲役若しくは禁錮若しくは三十万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)

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者は、三年以下の懲役又は五十万円以下の罰金に処する。

(威力業務妨害)

第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。

(恐喝)

第249条 人を恐喝して財物を交付させた者は、十年以下の懲役に処する。

ストーカー行為等の規制等に関する法律

(つきまとい等又は位置情報無承諾取得等をして不安を覚えさせることの禁止)

第3条 何人も、つきまとい等又は位置情報無承諾取得等をして、その相手方に身体の安全、住居等の平穏若しくは名誉が害され、又は行動の自由が著しく害される不安を覚えさせてはならない。

下請代金支払遅延等防止法

(親事業者の遵守事項)

第4条 親事業者は、下請事業者に対し製造委託等をした場合は、次の各号(役務提供委託をした場合にあっては、第一号及び第四号を除く。)に掲げる行為をしてはならない。

- 一 下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請事業者の給付の受領を拒むこと。
- 二 下請代金をその支払期日の経過後なお支払わないこと。
- 三 下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請代金の額を減ずること。
- 四 下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請事業者の給付を受領した後、下請事業者にその給付に係る物を引き取らせること。
- 五 下請事業者の給付の内容と同種又は類似の内容の給付に対し通常支払われる対価に比し著しく低い下請代金の額を不当に定めること。
- 六 下請事業者の給付の内容を均質にし又はその改善を図るため必要がある場合その他正当な理由がある場合を除き、自己の指定する物を強制して購入させ、又は役務を強制して利用させること。
- 七 親事業者が第一号若しくは第二号に掲げる行為をしている場合若しくは第三号から前号までに掲げる行為をした場合又は親事業者について次項各号の一に該当する事実があると認められる場合に下請事業者が公正取引委員会又は中小企業庁長官に対しその事実を知らせたことを理由として、取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること。

私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律

(私的独占又は不当な取引制限の禁止)

第3条 事業者は、私的独占又は不当な取引制限をしてはならない。

性的姿態撮影等処罰法

(性的な姿態を撮影する行為等の処罰及び押収物に記録された性的な姿態の影像に係る電磁的記録の消去等に関する法律)

(性的姿態等撮影)

第2条 次の各号のいずれかに掲げる行為をした者は、三年以下の拘禁刑又は三百万円以下の罰金に処する。

- 一 正当な理由がないのに、ひそかに、次に掲げる姿態等(以下「性的姿態等」という。)のうち、人が通常衣服を着けている場所において不特定又は多数の者の目に触れることを認識しながら自ら露出し又はとっているものを除いたもの(以下「対象性的姿態等」という。)を撮影する行為
 - イ 人の性的な部位(性器若しくは肛こう門若しくはこれらの周辺部、臀でん部又は胸部をいう。以下このイにおいて同じ。)又は人が身に着けている下着(通常衣服で覆われており、かつ、性的な部位を覆うのに用いられるものに限る。)のうち現に性的な部位を直接若しくは間接に覆っている部分
 - ロ イに掲げるもののほか、わいせつな行為又は性交等(刑法(明治四十年法律第四十五号)第七十七条第一項に規定する性交等をいう。)がされている間における人の姿態

民法

(所有権の内容)

第206条 所有者は、法令の制限内において、自由にその所有物の使用、収益及び処分をする権利を有する。

(契約の締結及び内容の自由)

- 第521条 何人も、法令に特別の定めがある場合を除き、契約をするかどうかを自由に決定することができる。
- 2 契約の当事者は、法令の制限内において、契約の内容を自由に決定することができる。

(不法行為による損害賠償)

第709条 故意又は過失によって他人の権利又は法律上保護される利益を侵害した者は、これによって生じた損害を賠償する責任を負う。

労働基準法

(定義)

第9条 この法律で「労働者」とは、職業の種類を問わず、事業又は事務所（以下「事業」という。）に使用される者で、賃金を支払われる者をいう。

(労働時間)

第32条 使用者は、労働者に、休憩時間を除き一週間について四十時間を超えて、労働させてはならない。

(療養補償)

第75条 労働者が業務上負傷し、又は疾病にかかった場合においては、使用者は、その費用で必要な療養を行い、又は必要な療養の費用を負担しなければならない。

労働者災害補償保険法

第7条 この法律による保険給付は、次に掲げる保険給付とする。

- 労働者の業務上の負傷、疾病、障害又は死亡（以下「業務災害」という。）に関する保険給付

※ 精神疾患を含む精神障害の労災認定は「心理的負荷による精神障害の認定基準について」（令和5年9月1日基発0901第2号）により労働基準監督署で判断されます。

労働契約法

(労働者の安全への配慮)

第5条 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。

労働安全衛生法

(衛生委員会)

第18条 事業者は、政令で定める規模の事業場ごとに、次の事項を調査審議させ、事業者に対し意見を述べさせるため、衛生委員会を設けなければならない。

労働組合法

(労働者)

第3条 この法律で「労働者」とは、職業の種類を問わず、賃金、給料その他これに準ずる収入によつて生活する者をいう。

労働施策総合推進法

(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)

(雇用管理上の措置等)

第30条の2 事業主は、職場において行われる優越的な関係を背景とした言動であつて、業務上必要かつ相当な範囲を超えたものによりその雇用する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。

※ 労働施策総合推進法に基づく、「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」等については、厚生労働省「職場におけるハラスメント対策パンフレット」をご参照ください。

<https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/001338359.pdf>



雇用の分野における男女の均等な機会及び待遇の確保等に関する法律

(職場における性的な言動に起因する問題に関する雇用管理上の措置等)

第11条 事業主は、職場において行われる性的な言動に対するその雇用する労働者の対応により当該労働者がその労働条件につき不利益を受け、又は当該性的な言動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事業主の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、これに応ずるよう努めなければならない。

日本国憲法

（個人の尊重と公共の福祉）

第13条 すべて国民は、個人として尊重される。生命、自由及び幸福追求に対する国民の権利については、公共の福祉に反しない限り、立法その他の国政の上で、最大の尊重を必要とする。

（集会、結社及び表現の自由と通信秘密の保護）

第21条 集会、結社及び言論、出版その他一切の表現の自由は、これを保障する。

消費者基本法

（消費者の権利）

第2条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

（事業者の責務）

第5条 事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一 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。
- 二 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。
- 三 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。
- 四 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。
- 五 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。

障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律

（事業者における障害を理由とする差別の禁止）

第8条 事業者は、その事業を行うに当たり、障害を理由として障害者でない者と不当な差別的取扱いをすることにより、障害者の権利利益を侵害してはならない。

2 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

（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）

第7条 公共交通事業者等（高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律（平成十八年法律第九十一号）第二条第五号の公共交通事業者等をいう。）、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（前条に規定する者を除く。第二十三条において同じ。）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。

消費者契約法

（事業者及び消費者の努力）

第3条 事業者は、次に掲げる措置を講ずるよう努めなければならない。

- 一 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。
- 二 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。

個人情報保護に関する法律

(適正な取得)

第20条 個人情報取扱事業者は、偽りその他不正の手段により個人情報を取得してはならない。

(取得に際しての利用目的の通知等)

第21条 個人情報取扱事業者は、個人情報を取得した場合は、あらかじめその利用目的を公表している場合を除き、速やかに、その利用目的を、本人に通知し、又は公表しなければならない。

- 2 個人情報取扱事業者は、前項の規定にかかわらず、本人との間で契約を締結することに伴って契約書その他の書面（電磁的記録を含む。以下この項において同じ。）に記載された当該本人の個人情報を取得する場合その他本人から直接書面に記載された当該本人の個人情報を取得する場合は、あらかじめ、本人に対し、その利用目的を明示しなければならない。ただし、人の生命、身体又は財産の保護のために緊急に必要がある場合は、この限りでない。
- 3 個人情報取扱事業者は、利用目的を変更した場合は、変更された利用目的について、本人に通知し、又は公表しなければならない。
- 4 前三項の規定は、次に掲げる場合については、適用しない。
 - 一 利用目的を本人に通知し、又は公表することにより本人又は第三者の生命、身体、財産その他の権利利益を害するおそれがある場合
 - 二 利用目的を本人に通知し、又は公表することにより当該個人情報取扱事業者の権利又は正当な利益を害するおそれがある場合
 - 三 国の機関又は地方公共団体が法令の定める事務を遂行することに対して協力する必要がある場合であって、利用目的を本人に通知し、又は公表することにより当該事務の遂行に支障を及ぼすおそれがあるとき。
 - 四 取得の状況からみて利用目的が明らかであると認められる場合

(参考) 個人情報保護委員会HP「『個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン』及び『個人データの漏えい等の事案が発生した場合等の対応について』に関するQ&A」

Q 1-13

店舗や、駅・空港等に従来型防犯カメラ（防犯目的で設置されているカメラのうち、撮影した画像から顔特徴データの抽出を行わないもの）を設置し、撮影したカメラ画像を防犯目的で利用することを考えています。個人情報保護法との関係で、どのような点に留意する必要がありますか。

A 1-13

個人情報取扱事業者は、カメラにより特定の個人を識別することができる画像を取得する場合、個人情報を取り扱うことになるため、利用目的をできる限り特定し、当該利用目的の範囲内でカメラ画像を利用しなければなりません。また、個人情報の利用目的を本人に通知し、又は公表しなければなりませんが、カメラの設置状況等から利用目的が防犯目的であることが明らかである場合には、「取得の状況からみて利用目的が明らかであると認められる場合」（法第21条第4項第4号）に当たり、利用目的の通知・公表は不要と考えられます。

さらに、個人情報取扱事業者は、偽りその他不正の手段により個人情報を取得してはならないため、カメラの設置状況等から、カメラにより自らの個人情報が取得されていることを本人において容易に認識可能としない場合には、容易に認識可能とするための措置を講じなければなりません（法第20条第1項）。

例えば、防犯カメラが作動中であることを店舗や駅・空港等の入口や、カメラの設置場所等に掲示する等の措置を講じることが考えられます。また、外観上、カメラであることが明らかである等、カメラにより自らの個人情報が取得されていることを本人において容易に認識可能であったとしても、上記例で示した掲示等の措置を講じることにより、より容易に認識可能とすることが望ましいと考えられます。（令和5年5月追加）

最高裁平成12年7月12日判決

判示事項：

相手方の同意を得ないで相手方との会話を録音したテープの証拠能力が認められた事例

裁判要旨：

詐欺の被害を受けたと考えた者が、相手方の説明内容に不審を抱き、後日の証拠とするため、相手方との会話を録音することは、たとえそれが相手方の同意を得ないで行われたものであっても、違法ではなく、その録音テープの証拠能力は否定されない。

最高裁平成17年11月10日判決

判示事項：

- 1 人の容ぼう、姿態をその承諾なく撮影する行為と不法行為の成否
- 2 写真週刊誌のカメラマンが刑事事件の法廷において被疑者の容ぼう、姿態を撮影した行為が不法行為法上違法とされた事例
- 3 人の容ぼう、姿態を描写したイラスト画を公表する行為と不法行為の成否
- 4 刑事事件の法廷における被告人の容ぼう、姿態を描いたイラスト画を写真週刊誌に掲載して公表した行為が不法行為法上違法とはいえないとされた事例
- 5 刑事事件の法廷において身体の拘束を受けている状態の被告人の容ぼう、姿態を描いたイラスト画を写真週刊誌に掲載して公表した行為が不法行為法上違法とされた事例

裁判要旨：

- 1 人はみだりに自己の容ぼう、姿態を撮影されないということについて法律上保護されるべき人格的利益を有し、ある者の容ぼう、姿態をその承諾なく撮影することが不法行為法上違法となるかどうかは、被撮影者の社会的地位、撮影された被撮影者の活動内容、撮影の場所、撮影の目的、撮影の態様、撮影の必要性等を総合考慮して、被撮影者の上記人格的利益の侵害が社会生活上受忍すべき限度を超えるものといえるかどうかを判断して決すべきである。
- 2 写真週刊誌のカメラマンが、刑事事件の被疑者の動静を報道する目的で、勾留理由開示手続が行われた法廷において同人の容ぼう、姿態をその承諾なく撮影した行為は、手錠をされ、腰縄を付けられた状態の同人の容ぼう、姿態を、裁判所の許可を受けることなく隠し撮りしたものであることなど判示の事情の下においては、不法行為法上違法である。
- 3 人は自己の容ぼう、姿態を描写したイラスト画についてみだりに公表されない人格的利益を有するが、上記イラスト画を公表する行為が社会生活上受忍の限度を超えて不法行為法上違法と評価されるか否かの判断に当たっては、イラスト画はその描写に作者の主観や技術を反映するものであり、公表された場合も、これを前提とした受け取り方をされるという特質が参酌されなければならない。
- 4 刑事事件の被告人について、法廷において訴訟関係人から資料を見せられている状態及び手振りを交えて話しているような状態の容ぼう、姿態を描いたイラスト画を写真週刊誌に掲載して公表した行為は、不法行為法上違法であるとはいえない。
- 5 刑事事件の被告人について、法廷において手錠、腰縄により身体の拘束を受けている状態の容ぼう、姿態を描いたイラスト画を写真週刊誌に掲載して公表した行為は、不法行為法上違法である。

東京地裁平成30年11月2日判決 ※LEX/DB25562253

事案：

顧客とのトラブルに関する相談体制の整備等により企業の安全配慮義務違反が否定された事例

要約：

- 買い物客とトラブルになった小売店従業員が、客の暴言及び乱暴な行為があったにもかかわらず、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出来るよう必要な配慮がなかったとして、会社に対し損害賠償を請求
- これに対し裁判所は、入社テキストを配布して苦情を申し出る客への初期対応を指導していたこと、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体制にあったこと、緊急連絡先や近隣店舗の連絡先が掲示されていたこと、各店舗のレジカウンターに通報用の緊急ボタンが設置されており従業員に周知されていたこと、深夜の従業員を必ず2名以上の体制としていたことなどを列挙し、相談体制が十分整えられていたとして安全配慮義務違反と賠償責任を否定した。

東京高裁令和4年11月22日判決 ※労働判例ジャーナル133号36頁

事案：

従業員の心身の安全を確保するルールの策定や相談体制の整備等により企業の安全配慮義務違反が否定された事例

要約：

- コミュニケーター業務に従事していたコールセンター従業員が、要注意視聴者によるわいせつ発言や暴言等に触れさせないようにすべき安全配慮義務を怠り、精神的苦痛を受けたとして、会社に対し損害賠償を請求
- これに対し裁判所は、視聴者のわいせつ発言や暴言、著しく不当な要求からコミュニケーターの心身の安全を確保するためのルールを策定した上、これに沿って対処をしていることが認められること、視聴者による全てのわいせつ発言、暴言、理不尽な要求等について刑事告発や損害賠償請求等の強硬な手段をとることは事実上不可能であること、仮に強硬な手段に出たときには視聴者の反感を買ってかえってクレームが増加し、コミュニケーターの負担を増加させることなどを考慮すると、著しく不当な要求を繰り返す視聴者に対し、直ちに刑事・民事等の法的措置をとる義務があるとはまでは認められないとして安全配慮義務違反と賠償責任を否定した。

カスタマー・ハラスメント対策チェックシート（企業版）①

チェックすべきポイント



【未然防止－①】実態の把握

- 業界におけるカスタマー・ハラスメントの実態（発生状況や課題等）について把握しているか。
- 会員企業が団体／従業員が企業に求めるカスタマー・ハラスメントへの対応や取組について把握しているか。
- 日頃から、業界内／職場内の問題を共有できる体制やコミュニケーションが取れる環境を醸成しているか。



【未然防止－②】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

- 基本方針・基本姿勢を示す際に、団体／企業におけるカスタマー・ハラスメントの考え方を示しているか。
- 基本方針・基本姿勢を示す際に、業界特有のカスタマー・ハラスメントの現状・課題を示しているか。
- 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。
- 団体／企業としての基本方針・基本姿勢について、会員企業／従業員に周知・啓発、教育を行っているか。
- カスタマー・ハラスメントとなる行為の基準を示し、会員企業／従業員に周知・啓発を行っているか。
- カスタマー・ハラスメントへの対応について理解を深められる教育・研修の機会を設けているか。
- 接客対応や利用者目線の顧客サービスなど、カスタマー・ハラスメントを発生させないための就業者への教育・研修を行っているか。



チェックすべきポイント



【未然防止－③】組織内の体制整備（相談体制の整備・手引きの作成・内部手続）

- カスタマー・ハラスメントを受けた就業者が相談できる窓口をあらかじめ設置し、就業者へ周知しているか。
- 相談窓口担当者が、就業者から受けた相談内容や状況に応じて、適切に対応できるようになっているか。
- カスタマー・ハラスメントの相談をする就業者のプライバシーを保護する措置を講じるとともに、相談をもって不利益を受けない旨を定め、これらを就業者に周知しているか。
- カスタマー・ハラスメントが発生した際を想定し、現場での初期対応の方法、手順を作成しているか。
- 本社・本部との連携が必要な場合、内部手続（報告・相談、指示・助言）の方法、手順を作成しているか。

チェックすべきポイント



【発生時・発生直後の対応】カスタマー・ハラスメント発生時の対策

- カスタマー・ハラスメントが生じた際に、顧客等の要求内容を特定する取組を行ったか。
- 問題の本質を明確にし、適切な対応を行うため、5W1Hに区別するなど言動を整理して、より正確な事実関係を確認する取組を行ったか。
- 録音や録画により対応内容を記録する際には、あらかじめその旨を明示しているか。
- 複数人で対応する、あらかじめ役割分担（対応、記録等）を定めるなど、就業者が一人で抱え込まないようにするための必要な措置を講じているか。
- 対応場所を選定するなど、カスタマー・ハラスメントの発生場面に応じた対応を行っていたか。
- 対応した就業者は、傾聴や合理的な配慮等、顧客等に寄り添った対応は行っていたか。
- 警察との連携方針や110番通報の方法等を確認し、会員企業／従業員に周知を行っているか。
- カスタマー・ハラスメント対応フローを作成し、会員企業／従業員に周知しているか。

チェックすべきポイント



【再発防止の取組】 カスタマー・ハラスメント発生後の対応

- 出入り禁止や誓約書など、同様の問題が発生することを防ぐ再発防止策を示しているか。
- 現場における対応の引継ぎやカウンセリングなど、カスタマー・ハラスメントを受けた就業者のケアを実施する体制は整っているか。
- 取引先企業への依頼の流れなど、企業間取引における事実確認の方法を整理し、周知を行っているか。
- 実際に発生した事例を検証し、新たな防止対策の検討や、経営者のトップメッセージ、顧客等からのクレーム対応マニュアル、研修の見直し・改善等に活用しているか。

【その他】

- カスタマー・ハラスメントに遭った際に相談できる行政機関等の情報を会員企業／従業員に周知しているか。
- 関係法令・判例・裁判例等により、法的な知識を会員企業／従業員に情報提供しているか。

カスタマー・ハラスメント対策チェックシート（従業員版）

チェックすべきポイント



従業員の取組

- カスタマー・ハラスメントに関する自社の基本方針・基本姿勢を認識しているか。
- 自社のカスタマーハラスメント対策マニュアルを認識しているか。また、マニュアルを遵守し、マニュアルに基づいた対応をしているか。
- カスタマー・ハラスメントの要因となるような言動はないか。
- 実際に発生した事例を検証し、新たな防止対策の検討や、経営者のトップメッセージ、顧客等からのクレーム対応マニュアル、研修の見直し・改善等に活用しているか。
- 商品やサービスの適切な提供に必要な対応（商品やサービスに関する知識を含む）ができているか。
- 自社のカスタマー・ハラスメント相談窓口を知っているか。
- カスタマー・ハラスメントが発生した際の報告システムを知っているか。
- カスタマー・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。また、受けた相談については、上司や人事労務担当部署に報告・相談しているか。
- 職場におけるカスタマー・ハラスメントを黙認していないか。
- 自身がカスタマー・ハラスメントを受けた場合、一人で抱える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。
- 自らがカスタマー・ハラスメントを行っていないか。

公務現場について

- 公務現場でのマニュアル策定に当たって、個別に検討が必要な留意事項を記載しています。
- 公務現場をカスタマー・ハラスメントから守り持続可能なサービスを提供していく観点や、住民の正当な権利を損なわないための留意点などを記載しますので、参考にしてください。

公務現場でのマニュアル策定に当たって

- 「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例」に規定する「**就業者**」には、国の機関や自治体などの**公務現場で働く職員等も含まれ、「各団体共通マニュアル」の記載（相互に尊重しあう、悪質な行為には毅然と対応するなど、未然防止や発生時・発生後の適切な対応）は、基本的に、公務現場でもあてはまります。**
- 一方、**行政サービス**には、**民間企業**が提供する商品やサービスと異なる**特質**があることから、**住民等の権利を不当に侵害しないよう慎重な対応が必要な場合**もあります。
- **行政サービスを公正かつ持続可能なものとしていくため、公務の従事者をカスタマー・ハラスメントから守ることを基本に据え、公務の特殊性や現場ごとの特質を踏まえた防止対策を検討することが大切です。**

公務に関するカスタマー・ハラスメント

- 都内の**国の機関や自治体の職員**は「**就業者**」であり、行政サービスを提供する相手方である**住民**はこの条例の「**顧客等**」に当たる。行政サービスの提供を担う**受託事業者や指定管理者等**も、「**公務の現場**」に準ずるものである。
- **行政サービス**は、民間企業が提供する商品やサービスと異なり、**住民が自由に選択できるものではない**。**公務の従事者**においても、**すべての住民に対し、公平・公正に行政サービスを提供する義務を負う**。
- **住民から公務員に対する要求等**が、**住民の生命、財産に関わる問題**を背景とする場合も想定される。このため、例えば、経済的に困窮した場合の最後のセーフティネットである**生活保護制度**における要保護者への対応、**公共料金等の徴収の現場**など、それぞれの**現場の特質を十分に考慮し、カスタマー・ハラスメントに当たるかどうかを判断する必要がある**。
- **国の機関や自治体等**は、「事業者の取組に関する事項」に基づく取組を検討する際は、民間企業とは異なる**特質**があることを十分踏まえ、**住民の権利を不当に侵害しないよう、慎重な対応**が求められる。
- **議員**は、自治体等の職員にとって行政サービスを提供する相手方ではないが、「**就業者の遂行する業務の目的に相当な関係を有する者**」としてこの条例の「**顧客等**」に当たる。
- 一方、**議員**は、自治体の首長と同様に**特別職の公務員**である。議員は**行政の監視機能**を有し、地方自治法第89条第3項で「**住民の負託を受け、誠実にその職務を行わなければならない。**」と規定されており、地方議会の議員は**住民の声を公務員（行政）に伝える責務**も負っている。
- **議員に関連するカスタマー・ハラスメントへの対応については、議員の仕事の特質や、こうした活動に対するハラスメントが起こり得る視点も考慮する必要がある**。

公務現場について①

○ 公務現場の特質

- 国や自治体（公営企業、学校、警察・消防を含む。）などの**公務現場**では、行政サービスに従事する公務員等（指定管理者や都の政策連携団体など外郭団体職員を含む。）が「**就業者**」、**住民**、**施設利用者**、**在勤者**、**来訪者**、**議員**、**保護者**など幅広い関係者が「**顧客等**」にあたります。国や自治体が発注する業務の**受託事業者**との関係など、**公務員等**が「**顧客等**」にあたる場合もあります。**公務現場においても**、就業者と顧客等が**相互に尊重**し合うことや、**カスタマー・ハラスメントに毅然と対応**することは基本です。
- ただし、**民間企業では顧客を選別した対応が可能**（民法の契約自由の原則。一部の公共性の高い契約等を除く。）である一方、公務現場では「**すべての住民に対し、公平・公正に行政サービスを提供する（ガイドラインより）**」ことが求められます。公務員が「**全体の奉仕者※**」であることや、**住民を選別した対応はできない**、という特質に起因するカスタマー・ハラスメントが存在することにも留意が必要です。**公平・公正に行政サービスを提供するためにも**カスタマー・ハラスメントは放置せず、**行政サービスを受ける側・提供する側双方の人権が尊重され、住民福祉と公務従事者の心身の健康が並び立つ対応が重要**です。

※「全体の奉仕者」を明記する法令

- ✓ 日本国憲法第15条第2項：すべて公務員は、全体の奉仕者であつて、一部の奉仕者ではない。
- ✓ 国家公務員法第96条第1項：すべて職員は、国民全体の奉仕者として、公共の利益のために勤務し、且つ、職務の遂行に当つては、全力を挙げてこれに専念しなければならない。
- ✓ 地方公務員法第30条：すべて職員は、全体の奉仕者として公共の利益のために勤務し、（中略）全力を挙げてこれに専念しなければならない。

○ カスタマー・ハラスメントの判断

- 「各団体共通マニュアル」では、「就業環境が害されたか」を判断する要素として**①要求態様②要求内容③時間・回数・頻度**を例示しており、こうした要素による**判断基準を公務現場で設定することも可能**です。ただし、「すべての住民」が顧客であるなどの特殊性を踏まえ、**一律の基準・目安で対応を打ち切って良いか**、**慎重な検討が求められる現場**もあります。
- 例えば、暴言を吐く、大声を上げるといった行為の原因が、障害や病気である可能性があります。住民が何らかの悩みや困難を抱えていることで、意図せず感情的になっている可能性もあり得ます。まずは**傾聴に徹すること**で、**住民が置かれた状況・背景を丁寧に把握**し、カスタマー・ハラスメントか否かを判断することが求められます。
- 公務員や公務従事者の安全・健康を確保するため、**対応を打ち切る時間の目安を「〇〇分」と定めることも有効**です。しかし、例えば、生活保護の申請への対応など、住民の生命や財産に密接に関連するやり取りの場合、そもそも対応が長時間に及ぶことがあります。また、情報公開請求権等の**権利の正当な行使を侵害する恣意的な運用をしない**ことが求められます。
- 顧客等に上記のような状況や背景がある場合でも、**就業者が「暴力や暴言などの行為に耐える必要はない**」ことは当然です。このように、**働く人をカスタマー・ハラスメントから守る姿勢は明確にしておく**必要があります。

● 顧客等の出入禁止

- 「各団体共通マニュアル」では、繰り返し迷惑行為を行う可能性がある顧客等に対して、民法で認められる「施設管理権（建物所有者の包括的な管理権）」に基づく施設への出入禁止の措置を取ることが可能としています。
 - ✓ 民法第206条：所有者は、法令の制限内において、自由にその所有物の使用、収益及び処分をする権利を有する。
- 国や自治体の施設**では、一定の条件の下、「**庁舎管理権**」を根拠として**出入禁止の措置**を取るとは**可能**と考えられます。

(参考) 庁舎管理権は、単なる公物管理権にとどまるものではなく、公物管理の側面から、庁舎内における官公署の執務につき、本来の姿を維持する権能を含むものであり、一般公衆が自由に出入しうる庁舎部分において、外来者が喧噪にわたり、官公署の執務に支障が生じた場合には、官公署の庁舎の外に退去するように求める権能、およびこれに応じないときには、官公署の職員に命じて、これを庁舎外に押し出す程度の排除行為をし、官公署の執務の本来の姿を維持する権能をも当然に包含しているものと解すべきである。（東京高裁昭和51年2月24日判決）
- なお、自治体の「公の施設」は、**地方自治法**において、**正当な理由がない限り、利用を拒んではならない**と規定されています。正当な理由の判断に当たっては、カスタマー・ハラスメントの判断と同様、**住民が有する権利の正当な行使を侵害する恣意的な運用をしない**ことが求められます。
 - ✓ 地方自治法第244条第1項：普通地方公共団体は、住民の福祉を増進する目的をもつてその利用に供するための施設（これを公の施設という。）を設けるものとする。
 - ✓ 同条第2項：普通地方公共団体（次条第三項に規定する指定管理者を含む。次項において同じ。）は、正当な理由がない限り、住民が公の施設を利用することを拒んではならない。
 - ✓ 同条第3項：普通地方公共団体は、住民が公の施設を利用することについて、不当な差別的取扱いをしてはならない。

● 電話対応の中止

- 「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例」では、電話によるカスタマー・ハラスメントも禁止されます。この点、公務現場であっても、公務員や公務従事者を守るため、**合理性のある基準**により**電話対応を中止**することは**可能**です。
- ただし、例えば、**特定の番号**や**非通知**の電話を**一律に着信拒否**するなどの対応は、**慎重な検討**が必要です。

(参考) 総務省HP「『発信者情報通知サービスの利用における発信者個人情報の保護に関するガイドライン』の解説」より一部抜粋

6. 不当な差別的取扱いの制限

(中略) なお、国や地方公共団体の行政サービスにおいて、番号を非通知とする者や苦情・相談を行う特定の者に対して、行政サービスを拒否したり、遅延させたりすることは、憲法、国家公務員法、地方公務員法等の趣旨にかんがみ、公務員の職務上の義務に違反することは言うまでもないことである。

公務現場について③

● 公務現場での録音・録画

- 「各団体共通マニュアル」では、クレームへの初期対応として「対応内容の記録・情報共有」を提示しています。**録音・録画**などの対応は、**被害者・加害者双方**にとって、**重要な証拠**となるだけでなく、不適切な言動の**抑止効果も期待**でき、**公務現場においても同様**です。近年ではAIの活用など**業務改善を目的**に記録が日常業務に組み込まれる現場もあります。
- 一方、公務現場では、**特にプライバシー性の高いやり取り**を行うケースがあり得ます。「各団体共通マニュアル」では、同意を得ない録音は直ちに違法ではないとしていますが、原則、**録音する場合は相手方に告知**することが、より適切です。
- 住民がやり取りの録音・録画を希望**する場合があります。これについて、職員の情報の拡散等を防ぐ観点で、「**庁舎管理権**」を根拠に**庁舎内での録音・録画を禁止**する対応も見られます。様々な事例を参考に、**現場の課題**を踏まえた**対策の検討**が重要です。
- 録音・録画の導入や禁止に当たっては、**丁寧に理由を説明**し、理解を得られるよう努めることも大切です。例えば、**接遇・業務改善**や**記録保全のために**録音・録画を導入すること、第三者の**プライバシー**や職員の**肖像権**の侵害、**情報漏洩**の懸念から**禁止**することなど、**目的・理由・必要性**について、**対内・対外に十分に周知しておく**ことが重要です。
- なお、**録音・録画を希望**する人に対し、公務員や公務従事者の**名誉やプライバシーを棄損する目的**であることが**明らかな場合**、**対応を拒絶**することは**可能**と考えられます。

● 録音・録画データの取扱い

- カスタマー・ハラスメント防止に当たって記録する**録音・録画データ**は、行政機関の保有する情報の公開に関する法律（平成11年法律第42号）や各自治体の情報公開条例に基づき「**行政文書**」あるいは「**公文書**」となる**可能性**があります。こうした**録音・録画データ**については、あらかじめ**取扱いを決めておく必要**があります。
- なお、記録された内容から**住民等の個人が特定**される場合、**個人情報**に該当し得ます。個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）等に基づいた適切な取扱いが必要です。

● 名札の見直し

- 就業者の写真や氏名が記載**された**名札を撮影**し、**SNS上に投稿**するなどの迷惑行為があります。対応方法として、**名札の表記を「苗字のみ」や「ビジネスネーム」などに変更**する民間企業や自治体の動きもみられ、**一つの有効な対応**と考えられます。
- 一方、就業者の**責任感や信頼感**を高めるため、**所属・フルネーム・顔写真**のなど表示が必要な現場も考えられます。
- 公務員が「**全体の奉仕者**」であることと公務員の「**プライバシー保護**」との**バランスを考慮した対応の検討**が必要です。

事業者マニュアル（ひな形）

カスタマーハラスメント対策マニュアル (ひな形)

令和〇年〇月
(法人・団体名)

目次

- 1 はじめに
 - (1) カスタマーハラスメント対策の背景
 - (2) 組織的な対応の必要性
 - (3) マニュアルの位置づけ
- 2 カスタマーハラスメントの定義
- 3 カスタマーハラスメントに対する基本方針
- 4 顧客対応の考え方
 - (1) 基本的な心構え
 - (2) クレームの初期対応
 - (3) 顧客等の権利の尊重
- 5 カスタマーハラスメントへの対応
 - (1) カスタマーハラスメントの判断
 - (2) カスタマーハラスメントへの対応の流れ
 - (3) 警察との連携
 - (4) 行為別の対応例
- 6 社内体制
 - (1) 相談窓口の設置
 - (2) 再発防止の取組
 - (3) 研修の実施
- 7 企業間取引でのハラスメントの禁止
 - (1) ハラスメント防止の基本姿勢
 - (2) 取引先企業に対するカスタマーハラスメントの禁止
 - (3) カスタマーハラスメントの事実確認
- 8 参考資料
 - (1) 110 番について
 - (2) #9110 について

<適宜修正してください>

1 はじめに

(1) カスタマー・ハラスメント対策の背景

近年、カスタマー・ハラスメントが深刻な課題となっています。厚生労働省「令和5年度職場のハラスメントに関する実態調査」では、過去3年間に「カスタマー・ハラスメントを受けた」と回答した労働者は全労働者のうち10.8%と、パワーハラスメントに次いで多い状況です。

東京都では、令和6年10月に「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例」が成立し、都内で事業を行う事業者に対して、カスタマー・ハラスメントの防止に向けた措置が求められています。

令和〇年〇月に実施した社内アンケート調査においても、当社の従業員に対する著しい迷惑行為が確認されており、カスタマー・ハラスメント対策を強化することとしました。

(2) 組織的な対応の必要性

カスタマー・ハラスメントは、従業員に精神的・身体的苦痛を与え、その尊厳や人格を傷つける行為です。従業員一人ひとりをカスタマー・ハラスメントから守り、その能力を十分に発揮できるよう、良好な就業環境をつくることが重要です。

当社においては、現場の従業員任せにすることなく、あらかじめ統一した対応方法を定めるなど、組織的なカスタマー・ハラスメント対策に取り組みます。

(3) マニュアルの位置づけ

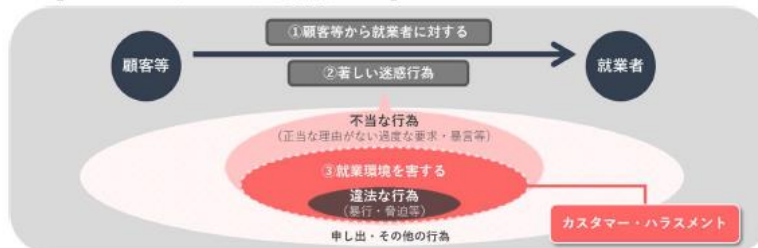
本マニュアルでは、カスタマー・ハラスメントの定義、カスタマー・ハラスメントに対する基本方針、当社における判断基準や対応例、社内体制などを示します。

<適宜修正してください>

2 カスタマー・ハラスメントの定義

当社においては、カスタマー・ハラスメントを「顧客等から従業員に対して行われる著しい迷惑行為であって、従業員の就業環境を害するもの」と定義します。

【カスタマー・ハラスメントの定義イメージ】



(資料) 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」より
「顧客等」とは、当社の商品やサービスを提供する顧客のほか、当社の事業に相当な関係を有する人、円滑な業務の遂行に当たって対応が必要な人を指します。

「従業員」とは、当社で働く人全てを指します。役員、正社員のほか、嘱託社員や派遣社員なども含まれ、当社の事業活動に密接に関わる業務委託先のスタッフなども該当します。

「著しい迷惑行為」とは、以下のような行為を指します。ただし、あくまで例示であり、これらに限られるものではありません。(実例は社内アンケート調査に基づくもの)

【著しい迷惑行為の例】

- ・暴力行為
(実例) 提供した飲食物が注文内容と異なるとして激高して胸ぐらをつかまれた。
- ・暴言・侮辱・誹謗中傷
- ・威嚇・脅迫
- ・従業員の人格の否定・差別的な発言
- ・土下座の要求
(実例) 提供した飲食物の味がまずいとして、土下座して謝るよう強要された。
- ・長時間の拘束
- ・社会通念上相当な範囲を超える対応の強要
- ・合理性を欠く不当・過剰な要求
(実例) 販売した食品を食べた結果、体調が悪くなったとして不当に高額な賠償金を請求された。
- ・会社や従業員の信用を棄損させる内容や個人情報等を SNS 等へ投稿する行為
- ・従業員へのセクシャルハラスメント、SOGI※ハラスメント、その他ハラスメント、つきまとい行為 など
※「SOGI」(ソジ) は、性的指向 (sexual orientation) と性自認 (gender identity) の頭文字をとった略称

「就業環境を害する」とは、従業員が身体的又は精神的に苦痛を与えられ、就業環境が不

「就業環境を害する」とは、従業員が身体的又は精神的に苦痛を与えられ、就業環境が不快なものとなったため、従業員が業務を遂行する上で看過できない程度の支障が生じることを指します。

判断に当たっては、平均的な就業者が同様の状況で当該行為を受けた場合、社会一般の就業者が業務を遂行する上で看過できない程度の支障が生じたと感じる行為であるかどうかを基準とします。

<適宜修正してください>

3 カスタマーハラスメントに対する基本方針

当社においては、以下の「カスタマーハラスメントに対する基本方針」に基づき、カスタマーハラスメントに対して、組織として適切に対応します。また、この基本方針を社内・社外に広く周知します。

〇〇株式会社「カスタマーハラスメントに対する基本方針」

1. はじめに

当社は、「〇〇の実現」という基本理念の下、安全・安心な〇〇体験を提供するため、お客様の要望に真摯に対応し、より満足度の高いサービスの提供に向けて取り組んでいます。また、お客様からお寄せいただくご意見・ご要望は、当社のサービスの改善・品質向上において、大変貴重な機会と考えております。

一方、一部のお客様の要求や言動の中には、従業員の人格を否定する暴言、脅迫、暴力など、従業員の尊厳を傷つけるものもございます。こうした社会通念に照らして著しく不当である行為は、従業員の就業環境を悪化させるだけでなく、安全・安心なサービスの提供にも悪影響を及ぼしかねない重大な問題であります。

従業員の安全な就業環境を確保することで、従業員が安心して業務に取り組むことが可能となり、ひいては、お客様との関係をより良いものとするにつながると考え、〇〇株式会社における「カスタマーハラスメントに対する基本方針」を定めました。

2. 当社におけるカスタマーハラスメントの定義

当社では、カスタマーハラスメントを「お客様から従業員に対して行われる著しい迷惑行為であって、従業員の就業環境を害するもの」と定義します。

具体的には、以下のような行為を指します。あくまで例示であり、これらに限られるものではありません。

- ・ 暴力行為
 - ・ 暴言・侮辱・誹謗中傷
 - ・ 威嚇・脅迫
 - ・ 従業員の人格の否定・差別的な発言
 - ・ 土下座の要求
 - ・ 長時間の拘束
 - ・ 社会通念上相当な範囲を超える対応の強要
 - ・ 合理性を欠く不当・過剰な要求
 - ・ 会社や従業員の信用を棄損させる内容や個人情報等を SNS 等へ投稿する行為
 - ・ 従業員へのセクシャルハラスメント、SOGI※ハラスメント、その他ハラスメント、つきまとい行為 など
- ※「SOGI」(ソジ)は、性的指向 (sexual orientation) と性自認 (gender identity) の頭文字をとった略称

3. カスタマーハラスメントへの対応 (社内)

- ・ カスタマーハラスメントを受けた場合、従業員のケアを最優先します。

- ・従業員に対して、カスタマーハラスメントに関する知識・対処方法の研修を行います。
- ・カスタマーハラスメントに関する相談窓口の設置や警察・弁護士等の連携など体制を整備します。

4. カスタマーハラスメントへの対応（社外）

- ・問題解決に当たっては、合理的かつ理性的な話し合いを行います。当社でカスタマーハラスメントに該当すると判断した場合、対応を打ち切り、以降のサービスの提供をお断りする場合があります。
- ・さらに、悪質と判断した場合、警察や外部の専門家（弁護士等）と連携の上、毅然と対応します。

<適宜修正してください>

4 顧客対応の考え方

(1) 基本的な心構え

顧客等から寄せられるクレームの全てがカスタマーハラスメントではありません。商品やサービスの品質に関する指摘、接客態度の不満など、正当なクレームは、業務の改善、新たな商品やサービスの開発につながる貴重な機会でもあります。

クレームに対する従業員の適切でない言動が端緒となって、カスタマーハラスメントを発生させている可能性もあります。

当社においては、以下の基本的な心構えに基づき、適切な顧客対応を実現します。

- ① 気持ちを理解して傾聴する
 - ・顧客等と良好な関係を築くため、相手の気持ちを理解する。
 - ・孤独・ストレス・不安など、顧客等の背景を推し測る傾聴を行う。
- ② 誠実に対応する
 - ・第一印象が重要であり、表情や言葉遣いなどに注意する。
 - ・不誠実な言動をしたり顧客等をクレマー扱いしたりしない。
- ③ 共感を伝える
 - ・相手との共感を深める上で効果的な「あいづち」を活用する。
 - ・具体的には、「なるほど」「よくわかります」「そうなのですね」など、声に出して傾聴する姿勢を見せる。
- ④ 限定的な謝罪を行う
 - ・責任が不明確な初期段階では対象を限定した謝罪を有効に活用する。
 - ・具体的には、「ご心配をおかけし（ご不快な思いをおかけし）申し訳ありません」と謝罪する。
- ⑤ 対応者を代わる
 - ・相手の怒りが収まらない場合、躊躇せず別の担当者や上位者に代わる。
 - ・対応する従業員が感情的になって対応を代わらないことは避ける。
 - ・自分が全て悪いと思わない、執拗に人格を責める言葉を真正面から受け止めない。

<適宜修正してください>

(2) クレームの初期対応

当社においては、カスタマーハラスメントを未然に防止するため、顧客等のクレームの初期段階で、以下のとおり対応します。

① 顧客等に寄り添う

- ・商品・サービスの不具合等を起因とした顧客等からの商品交換や代替サービスの提供等の要求自体は、社会通念上妥当であり、真摯に受け止める。
- ・傾聴し、時には寄り添いながら顧客等の主張を正確に聞き取る。

② 要求内容を特定する

- ・要求内容を明確に特定した上で、議論を限定する。
- ・特定した要求内容を踏まえ、対応の可否を検討する。
- ・電話でのクレーム対応の場合、顧客等の氏名や連絡先等を確認し、可能な範囲で特定する。要求内容を聞いた上で、同じ内容を復唱し、要求内容を特定する。

③ 事実関係を確認する

- ・5W1H(※)により正確な事実関係を確認する。
※When(いつ) / Where(どこで) / Who(誰が) / What(何を) / Why(なぜ) / How(どのように)
- ・事実を確認しないまま、顧客等の要求内容を認める発言はしない。
- ・事実関係の確認前の段階では限定的な謝罪(例:お客様に嫌なお気持ちを与えてしまい誠に申し訳ございません。)にとどめる。
- ・組織的な調査・確認が必要である場合は、必要な調査等を行った上で回答する旨を顧客等に伝える。
- ・調査・確認に時間を要する場合、具体的な日数(例:○日間、○週間程度)を伝える。

④ 複数人で対応する

- ・組織で対応することを明確にするため、原則、複数人(※)で対応する。
※顧客等が複数の場合、できる限り同数以上の複数人
※顧客等が多数の場合、必要最小限の人数(対応する従業員数以下)に制限して対応
- ・役割分担(応対、記録等)を定め、各自が役割を遂行する。
- ・訪問でのクレーム対応の場合、カスタマーハラスメントの発生を未然に防止するため、複数人で訪問する。不測の事態が発生した場合に早急な援助を期待できないことから、単独行動を取らない。
- ・電話でのクレーム対応の場合、初期対応した従業員による対応を原則としつつ、顧客等の要求が著しく相当性を欠く内容であれば、1人で抱え込まず対応者を上司に代わる。

⑤ 対応場所を選定する

- ・原則、事務所や店舗のオープンスペースで対応する。
- ・やむを得ない場合、次の措置を講じた上で、会議室等で対応する。

▼窓室状態にしない。ドアを開けて室内の状況を周囲が確認できるようにする。

▼すぐに退室できるように、従業員は出入口側に着席する。

▼退去しない場合に不退去とみなすため、管理権の範囲内の場所(例:執務室内の会議室)を選定する。

・顧客等を訪問してクレーム対応する場合、可能な限り、顧客等の自宅やオフィスでの対応は避ける。難しい場合、第三者がいる場所で対応する。

⑥ 対応内容を記録・情報共有する

・顧客等への対応内容を可能な限り詳細に記録する。

・対応内容は速やかに部署内で情報共有する。

・顧客等との会話を録音(※)する。

※トラブルを避けるため、事前承諾を得ることが望ましいが、同意を得ない録音でも直ちに違法ではないとされる。

・顧客等が同じ話を何度も繰り返す場合、記録を基にいつ、何回、何を回答(説明)しているかを具体的に伝え、経過を把握して対応していることを示す。

・インターネット上でのクレーム対応の場合、書き込まれた内容を正確に記録し証拠として残す。記録内容は、投稿者の属性、対応年月日・時間、要求内容、対応状況などで、投稿者のプロフィールやリンク、関連するやり取りも保存する。

・SNSの投稿やメッセージはすぐに削除される可能性があるため、スクリーンショット等を活用し保存する。

<適宜修正してください>

(3) 顧客等の権利の尊重

顧客対応に当たっては、消費者基本法で規定される消費者の権利など、顧客等の権利を十分尊重した対応が求められます。ただし、顧客等にどのような背景や事情があっても、「暴力や暴言などの行為に耐える必要はない」ことは当然です。

また、令和6年4月1日から、事業者による障害のある人への合理的配慮の提供が義務化されており、基本的な考え方を理解しておく必要があります。

(参考) 政府広報オンラインHPより抜粋

○不当な差別的取扱いとは？

- 障害のある人に対して、正当な理由なく、障害を理由として、財・サービスや各種機会の提供を拒否したり、サービスなどの提供に当たって場所や時間帯を制限したりするなど、障害のない人と異なる取扱いをして障害のある人を不利に扱うことをいいます。障害者差別解消法では「不当な差別的取扱い」を禁止しています。

○「合理的配慮の提供」とは？

- 社会生活において提供されている設備やサービスなどは障害のない人には簡単に利用できる一方で、障害のある人にとっては利用が難しく、結果として障害のある人にとっての社会的なバリアについて、個々の場面で障害のある人から「社会的なバリアを取り除いてほしい」という意思が示された場合には、その実施に伴う負担が過重でない範囲で、バリアを取り除くために必要かつ合理的な対応をすることとされています。これを「合理的配慮の提供」といいます。

○合理的配慮の範囲

- 合理的配慮は事業者等の事務や事業の目的・内容・機能に照らし、次の三つを満たすものでなくてはなりません。
 1. 必要とされる範囲で本来の業務に付随するものに限られること。
 2. 障害のない人との比較において、同等の機会の提供を受けるためのものであること。
 3. 事務・事業の目的・内容・機能の本質的な変更には及ばないこと。
- また、先述のとおり合理的配慮の提供については、その提供に伴う負担が過重でないことも要件となります。

○「過重な負担」かどうかの判断は？

- 合理的配慮の提供が、各事業者にとって「過重な負担」かどうかの判断は、以下の要素などを考慮して、個別の事案ごとに具体的な場面や状況に応じて総合的・客観的に判断することが必要です。
 1. 事務・事業への影響の程度（事務・事業の目的・内容・機能を損なうか否か）
 2. 実現可能性の程度（物理的・技術的制約、人的・体制上の制約）
 3. 費用・負担の程度
 4. 事務・事業規模財政・財務状況

5 カスタマーハラスメントへの対応

(1) カスタマーハラスメントの判断

当社においては、「2 カスタマーハラスメントの定義」に基づき、従業員の就業環境が害されるような顧客等による著しい迷惑行為があった場合、カスタマーハラスメントとして毅然とした対応を行います。

カスタマーハラスメントの判断に当たっては、①要求態様、②要求内容、③時間・回数・頻度に着目し、従業員の就業環境を害する行為であるか検討します。

なお、これらは絶対的な基準や目安ではなく、機械的な運用や判断とならないよう留意が必要です。

① 要求態様

- ・侮辱的な暴言、差別的・性的な言動、暴力や脅迫を伴う苦情か
(例) 馬鹿、死ね、○○、○○・・・など
- ・恐怖心を与えるような口調、大声、個人を攻撃する意図がある要求等か
(例) SNSに写真をアップする、○○する、○○する・・・など
- ・従業員の顔等を無断で撮影する、写真をインターネット上で公開する行為か

② 要求内容

- ・不当な金品の要求があるか
(例) ○○しろ、○○しろ・・・など
- ・土下座での謝罪の要求があるか
(例) ○○しろ、○○しろ・・・など
- ・書面での謝罪の要求があるか
(例) ○○しろ、○○しろ・・・など
- ・従業員の解雇の要求があるか
(例) ○○しろ、○○しろ・・・など

③ 時間・回数・頻度

- ・著しい迷惑行為（大声を上げ続けるなど）が「○○分」を超えているか
※侮辱的・差別的・性的な言動は時間の長さに限らず判断
- ・「○回」退去命令したにも関わらず居座り続けているか
- ・対応できない要求が「○回」に渡って続いているか
- ・業務時間外である早朝・深夜に苦情の電話があるか

<適宜修正してください>

(2) カスタマーハラスメントへの対応の流れ

個別の事情を十分に配慮し、真摯かつ丁寧に対応したにも関わらず、著しい迷惑行為が取まらない場合、現場監督者を含め、組織的な対応に移行します。

① 一次対応者（現場従業員）の判断

- ・顧客等のクレームが止まらない、大声を上げ続ける、従業員の顔等を無断で撮影し続けるなどの迷惑行為が続く場合、行為の中止を求めるとともに、対応を中断の上、複数人での対応、やり取りの記録（録音含む）など、組織的な対応に移行する。
- ・カスタマーハラスメントの可能性があると判断した場合、現場監督者に報告の上、対応の中止を含めた方針を相談する。

② 二次対応者（現場監督者）の判断

- ・一次対応者からの報告を踏まえ、顧客等からも聞き取りを行う。
- ・カスタマーハラスメントに該当すると判断した場合、対応を代わる。
- ・一次対応者と顧客等を引き離し、安全を確保する。
- ・「組織としての回答であること」「説明を尽くしていること」「これ以上の議論はできないこと」を顧客等に伝達する。
- ・このまま対応を継続すると業務に支障が生じると判断した場合、対応の中止を検討する。

③ 警告・退去の命令

- ・現場監督者は、膠着状態に陥って「〇〇分」を目安に対応を中止し、顧客等に伝達する。それでも迷惑行為が続く場合、警告の上、退去を命令する。
- ・顧客等が暴力を振るおうとしている場合は、その時点で対応を中止し、退去を命令する。
- ・それでもなお、顧客等が退去しない場合、最終警告の上、従わない場合は警察への通報を検討する。

<適宜修正してください>

(3) 警察との連携

カスタマーハラスメントは、違法性のある迷惑行為であれば刑法等に抵触します。当社においては、こうした行為が見られた場合、以下のとおり、警察と連携して厳正に対処することとします。

なお、暴力行為や器物破損など、身の危険を感じた場合は、その時点で速やかに警察に通報します。

① 対応の中止を伝える

- ・従業員の心理的負担や周囲の客への影響を考慮し、対応の中止を顧客等に伝える。
- ・対応の中止は現場監督者を含めた複数名で判断する。

② 行為の中止を求める

- ・迷惑行為を止めるよう顧客等に伝える。2、3度繰り返す。

③ 退去を命令する

- ・迷惑行為を止めない場合、施設管理権に基づき退去を命じる。2、3度繰り返す。

④ 警察に通報する

- ・繰り返し退去を命じても退去しない場合、最終警告する。
- ・なお退去しない場合、警察に通報する。

※緊急時：「110番」

※それ以外：所轄警察署、#9110（警察相談専用電話）

⑤ 警察官に状況を説明する

- ・警察官の現場到着後、これまでの状況を説明し、録画・録音がある場合は、内容を確認してもらおう。その際、顧客を退去させたい旨を明確に伝える。
- ・迷惑行為を行う顧客を指導するよう依頼する。
- ・警察官の到着前に相手が立ち去った場合でも、再訪する恐れがある場合は「相手は立ち去ったが再訪する恐れがある」として情報連携しておく。

<適宜修正してください>

【カスタマーハラスメント対応フロー】



(4) 行為別の対応例

以下の行為別に、具体的な対応例を示します。

- ① 暴言
 - ・暴言で返すことなく丁寧な言葉を用いて冷静・沈着に対応する。
 - ・怒声を発し、周囲の客に恐怖感等を生じさせる場合、怒声を抑えて冷静に発言するよう注意を促す。
 - ・不用意な発言をしないよう細心の注意を払い、発言は必要最小限にとどめる。不必要な議論に立ち入らない。
 - ・迷惑行為であることを明確に伝え、対応できない旨を伝える。
 - ・それでもなお暴言が繰り返される場合、対応を打ち切る。
 - ・録音・録画・対応記録などを残し、事後に検証できるようにする。
- ② 執拗な要求
 - ・同じ要求が何度も繰り返された場合、早い段階でこれ以上対応できない旨を明確に伝える。
 - ・「〇〇分」を超過した場合、警察に相談する旨を明確に伝える。
 - ・顧客等が聞き入れない場合、現場監督者に報告し、現場監督者から顧客等に最終的な退去要求をする。
 - ・それでもなお聞き入れられない場合、現場監督者から警察に通報する。
- ③ 土下座の要求
 - ・暴言で返すことなく丁寧な言葉を用いて冷静・沈着に対応する。
(例) そのような対応はできません。
 - ・明確に迷惑行為であることから対応できない旨を伝える。
(例) これ以上お客様とはお話できません。
 - ・録音・録画・対応記録などを残し、事後に検証できるようにする。
 - ・顧客等が聞き入れない場合、現場監督者に報告し、現場監督者から顧客等に最終的な退去命令をする。
- ④ 暴行
 - ・刑法第 208 条の暴行罪に該当するため、現場監督者の判断を待つことなく、ただちに警察に通報する。
 - ・更なる暴力行為や他の客や業者への危害が及ぶ可能性があるため、現場監督者を含め、複数人で対応する。
 - ・録音・録画・対応記録などを残し、証拠として提出できるようにする。
- ⑤ 高圧的な言動
 - ・曖昧な発言又はぶれた発言は避けるとともに、早く解決を図ろうとして、その場逃れの安易な妥協をしない。
 - ・誤った発言をした場合、速やかに明確に訂正する。
 - ・顧客等が自らの主張を一方向的に強弁し、又は他社の事例を引き合いに不当な要求を行っても、明確に拒否する。事実関係が不明なまま要求を認めない。

⑥ 長時間の拘束

- ・顧客等から何度も同じ主張が繰り返され、堂々巡りの状況が続いた場合、対応を打ち切る旨を伝える。
- ・「〇〇分」を超過した場合、要求に応じられない旨を伝え、対応を打ち切る（電話を切る）。

⑦ セクシャルハラスメント

- ・顧客等に性的な言動で不快になった旨を明確に伝える。
- ・顧客等に全くセクハラを意識がない場合、例えば、厚生労働省などで提示されている性的な言動の例を示し、こうした言動をしないよう伝える。
（例）性的な事実関係を尋ねること、性的な内容の情報（噂）を流布すること、性的な冗談やからかい、食事やデートへの執拗な誘い、個人的な性的体験談を話すこと、性的な関係を強要すること、必要なく身体へ接触すること、わいせつ図画を配布・掲示することなど
- ・顧客等が言動を改めない場合、その場でサービスの提供を打ち切る旨を伝え、速やかに現場監督者に報告する。

<適宜修正してください>

6 社内の体制

(1) 相談窓口の設置

当社においては、カスタマーハラスメントへの対応を現場任せにすることなく、会社全体の問題として組織的に対応します。従業員の心の健康にも配慮するため、カスタマーハラスメントに関する相談を受け付ける相談窓口を設置します。

相談に当たっては、〇〇規程に基づき、相談者や相談内容に関係する者のプライバシーや名誉を尊重し、知り得た事実の秘密を厳守します。また、相談等を理由に不利益な取扱いをされることは一切ありません。

① 相談窓口

- ・カスタマーハラスメントに関する相談窓口として以下の相談対応者を設定する。相談者は、いずれの相談対応者への相談も可能とする。

【社内】本社〇〇部〇〇課 担当：〇〇、〇〇

電話：〇〇-〇〇-〇〇 メール：〇〇@〇〇

（注）支店の場合、原則、各支店長を相談対応者とする。

【社外】〇〇弁護士事務所 担当：〇〇弁護士

電話：〇〇-〇〇-〇〇 メール：〇〇@〇〇

② 相談方法

- ・対面、電話、オンライン、メールで実施する。

③ 相談対応の手順

- ・相談対応者は、以下の手順で相談対応を実施する。
 - ✓相談者から聞き取りを行い、発生時の事実関係を確認する。ただし、フラッシュバックによる二次被害が生じないよう、事案に応じて、状況を把握する現場監督者等に確認する。
 - ✓相談者が証拠（対応記録メモ、写真、録音・録画データ等）を保有していれば、内容を確認する。
 - ✓客観的な証拠等に基づき、顧客等の要求内容の妥当性、要求態様の相当性などを検討し、カスタマーハラスメントに当たる行為か判断する。
 - ✓カスタマーハラスメントと判断した場合、「5 カスタマーハラスメントへの対応」に基づき、対応の中止や警察への通報など、適切な対応方法を指示する。
 - ✓カスタマーハラスメントではないと判断した場合、通常のクレーム対応として、適切な対応方法を指示する。
 - ✓顧客等からの暴力やセクシャルハラスメントなど、緊急性を伴う状況を確認した場合、現場監督者または相談対応者が対応を代わり、顧客等から従業員を引き離す。また、状況に応じて警察や弁護士と連絡を取りながら、安全を確保する。

④ 相談対応者の留意事項

- ・相談対応者は、以下の事項に留意して相談対応を実施する。

- ✓初期対応が非常に重要であり、適切、迅速に対応する。
- ✓相談者にプライバシーを保護し不利益な取扱いをしない旨を伝える。
- ✓相談者が対面の相談を望まない場合、他の方法を教示する。
- ✓相談者の心身の状況に配慮するとともに、話に真摯に耳を傾け、意向に沿いながら、詰問にならないよう丁寧に聞く。
- ✓相談者にメンタルヘルス不調の兆候がある場合、当社の産業医、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する。
- ✓相談者が顧客等からセクシャルハラスメントを受けた事案の場合、相談者の希望に応じて同性の相談対応者が対応する。
- ✓事案に応じて、相談対応者のみで対応することが難しいと判断した場合、法務部（電話：〇〇-〇〇-〇〇）または外部相談員（電話：〇〇-〇〇-〇〇）に相談する。

<適宜修正してください>

【相談対応フロー】

フロー図

(参考) カスタマー・ハラスメントの防止に関する指針 (ガイドライン) p23～24
<https://www.hataraku.metro.tokyo.lg.jp/plan/kasuharashishin0612.pdf>

<適宜修正してください>

(2) 再発防止の取組

カスタマーハラスメントの発生後、再発防止に向けて以下の取組を実施します。

- ① メッセージ発信
 - ・従業員、特に現場監督者に向けて注意喚起等のメッセージを発信する。
 - ・カスタマーハラスメントは、現場監督者や従業員の責任ではないこと、事案の報告や相談によって人事評価が下がることはないこと、適切に報告した場合は逆に評価されることなど、併せて周知を徹底する。
- ② 事例の検証
 - ・実際の事例を検証し、新たな防止対策の検討、対応マニュアルの改定、研修の見直しや改善等に役立てる。
 - ・従業員のプライバシーに配慮しつつ、同様の問題が発生しないよう、社内会議で情報共有する。
 - ・カスタマーハラスメントの端緒が、従業員の不適切な言動や対応にあった場合、その問題点を改善するための取組を検討する。
- ③ 研修の実施
 - ・事例発生に関わらず定期的な研修を実施する。
 - ・社内研修に加え、社外セミナー等も活用する。
- ④ 取組の見直し
 - ・過去の従業員の相談内容の変化、相談件数の推移、相談対応者の感想等を材料にして、定期的に見直しを図る。
 - ・取組の見直しに当たっては、社内アンケート調査の結果等を参考にしながら衛生委員会における議論等を実施する。

<適宜修正してください>

(3) 研修の実施

経営者や現場監督者を含め、当社の全ての従業員が顧客等からのクレーム、カスタマーハラスメントに対して適切に対応できるよう、以下の事項を基本として定期的な対応研修を実施します。

- ① カスタマーハラスメントに関する基本知識
- ② クレームへの対応
- ③ カスタマーハラスメントへの対応
- ④ 組織的な対応
- ⑤ 従業員のフォロー

その際、カスタマーハラスメントの判断基準、クレーム対応の基本的な手順、顧客等への接し方のポイント、ケーススタディ、ロールプレイングなど、現場で実践する上で役立つ内容を盛り込むこととします。

<適宜修正してください>

7 企業間取引におけるカスタマーハラスメント

(1) ハラスメント防止の基本姿勢

当社においては、以下の「ハラスメント防止基本方針」を定めており、カスタマーハラスメントも対象に含まれています。

ハラスメント防止基本方針

1. ハラスメント防止の基本姿勢

ハラスメント行為は人権に係る重要な問題であり、従業員の尊厳を傷つけ就業環境の悪化を招く点で絶対に許されない行為です。当社は、ハラスメント行為を決して許さず、あらゆる従業員が互いに尊重しあう、安全で快適な就業環境づくりに取り組みます。

2. ハラスメントの定義

ハラスメントとは、セクシュアルハラスメント、パワーハラスメント、SOGI ハラスメント、マタニティハラスメント、パタニティハラスメント、カスタマーハラスメント、就活ハラスメントなどを指します。

3. 対象者

ハラスメント防止の対象者は全ての従業員です。役員、正社員のほか、嘱託社員や派遣社員なども含まれます。また、取引先企業の経営者や従業員、当社への入社を希望する学生やインターンシップ生など、当社以外の者に対してもハラスメント行為を行ってはなりません。

4. 相談窓口

ハラスメントに関する相談・苦情および通報窓口は、〇〇部〇〇課です。すべての従業員は、窓口担当者に相談および苦情の申出、または匿名での通報が可能です。「〇〇規程」に従い、相談・通報内容に関する情報や個人情報は厳重に管理・保護されます。

5. 懲戒処分

就業規則に定める懲戒事由に該当するハラスメントの事実が認められた場合、懲戒処分を行います。業務時間内であるか時間外であるかを問わず、当社の名誉や信用を傷つけるようなハラスメントを行った従業員に対しては厳正に対処します。

ハラスメントの事実を通報した相談者はもちろん、事実関係の確認に協力した方に不利益な取扱いはありません。また、相談者や通報者本人に対して不利益な取扱いや嫌がらせ等を行った従業員がいた場合、上記と同様、就業規則に基づく懲戒処分を行います。

<適宜修正してください>

(2) 取引先企業に対するカスタマーハラスメントの禁止

取引先企業の経営者や従業員に対するハラスメントは、カスタマーハラスメントに当たります。全ての従業員は、取引に当たっては、当社の従業員と同様に言動に十分注意してください。特に、立場の弱い取引先企業に対しては、「無理な要求をしない・させない」よう十分な配慮が必要です。

令和4年2月に厚生労働省が公表した「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」では、「取引先と良好な関係を築くための好事例」や「取引先との接し方に関する留意点」が示されています。こうした視点も参考に、適正な企業間取引を推進します。

(参考) 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」より

○取引先と良好な関係を築くための好事例

- 取引先はパートナー企業、取引先からの派遣従業員はパートナー従業員と呼び、自社従業員と同様に扱っている。
- 会社として、各取引先にアンケートを実施している。回答企業は無記名とし、「自社の社員が暴言をはいっていませんか」等の設問を設け、問題のある部署にはヒアリングを行うようにしている。
- 企業の行動指針として、「取引先との関係」の項目を設け、自社従業員に他社従業員への接し方の注意について周知している。
- 被害者だけでなく、加害者にならないよう、コンプライアンスという観点で教育している。また、E ラーニング等を通して商習慣の中で過度な要求がないよう、取引先への伝え方等について指導している。

○取引先との接し方に関する留意点

- 業務の発注者、資材の購入者等、実質的に優位な立場にある企業が、取引先企業に過大な要求を課し、それに応えられない際に厳しく叱責する、取引を停止することや、業務とは関係のない私的な雑用の処理を強制的に行わせることは、独占禁止法上の優越的地位の濫用や下請法上の不当な経済上の利益の提供要請に該当し、刑事罰や行政処分を受ける可能性があります。
- ハラスメント以前に、取引先企業の利益を不当に侵害するような行為は控えなければなりません。

<適宜修正してください>

(3) カスタマーハラスメントの事実確認

当社と取引先企業との間でカスタマーハラスメントが発生した可能性がある場合、以下のとおり対応します。

- ① 従業員が取引先企業からカスタマーハラスメントを受けた可能性がある場合
 - ・従業員からの相談に対応する。
 - ✓「6 社内体制の整備」に記載の内容に基づき対応する。
 - ・取引先企業に対して協力を依頼する。
 - ✓取引先企業に対して事実関係の確認の協力を依頼する。
 - ✓協力依頼の際は、先入観や偏見を排除し、双方の信頼関係に基づき、適切な情報提供と調査協力を求める。
 - ・取引先企業と共同で事実関係を確認する。
 - ✓あらかじめ取引先企業との間で決めた調査方法に基づき、双方が協力して取引先の従業員から事実関係を確認する。
 - ✓状況に応じて法務部（電話：〇〇-〇〇-〇〇）または外部相談員（電話：〇〇-〇〇-〇〇）に相談する。
 - ✓ハラスメント行為が確認された場合、取引先企業と連携して、適切な措置を取るための対応策を共同で検討する。
- ② 従業員が取引先企業にカスタマーハラスメントを行った可能性がある場合
 - ・取引先企業の依頼に対して協力する。
 - ✓取引先企業からハラスメントに関する事実関係の確認の協力依頼があった場合、先入観や偏見を排除し、双方の信頼関係に基づき、適切な情報提供と調査協力を行う。
 - ✓協力を求められたことを理由として、取引先企業との契約を解除するなどの不利益な取扱いを行わない。
 - ・取引先企業と共同で事実関係を確認する。
 - ✓あらかじめ取引先企業との間で決めた調査方法に基づき、双方が協力して自社の従業員から事実関係を確認する。
 - ✓状況に応じて法務部（電話：〇〇-〇〇-〇〇）または外部相談員（電話：〇〇-〇〇-〇〇）に相談する。
 - ・カスタマーハラスメントを行った従業員に対して適切な措置をとる。
 - ✓ハラスメント行為が確認された場合、取引先企業と連携して、適切な措置を取るための対応策を共同で検討する。
 - ✓行為の悪質性等を勘案し、必要に応じて、人事部に報告した上で、就業規則に基づく懲戒処分の手続に移行する。

<適宜修正してください>

8 参考資料

(1) 110 番について ※警視庁HPを基に作成

- ① 110 番通報で伝えること
 - ・何があったか
 - ・通報の何分前のことか
 - ・場所（住所や目標となる店舗や建物、階数等）
 - ・被害や目撃の状況、けがの有無
 - ・犯人について（性別、人数、年齢、服装や逃走方向等）
- ② 正しい場所を伝える
 - ・警察官がすばやく現場に到着するために、110 番通報では正しい場所を伝える。
 - ・通報（発生）場所がわからないときは、交差点の名前や近くの建物の名前を伝える。
- ③ 110 番につながらない時は
 - ・災害、停電、携帯電話回線のトラブルなどの影響により、通信障害が発生し、110 番通報できなくなった場合は、慌てることなく、周囲に助けを求めて、他のキャリアの携帯電話、固定電話、公衆電話を利用して通報する。
 - ・あらかじめ、自宅や勤務先等の周辺の警察署や交番の所在地を確認しておき、有事の際は、直接訴え出る。
 - ・パトロール中の警察官やパトカーに直接訴え出る。
- ④ 110 番映像通報システム
 - ・音声だけでは把握が難しい事件・事故等の現場の状況を、通報者のスマートフォン又はタブレット端末で撮影し、写真や映像とともに警察へ通報することができるシステム。

<適宜修正してください>

(2) #9110 について ※警視庁HPを基に作成

- ① 警察に対する相談があるときは？
 - ・お困りごとや不安に思うことなど、警察に相談したいことがあるときには、警察相談ダイヤル#9110をご利用ください。
 - ・警視庁総合相談センターでは、相談内容に応じて、相談窓口等をご案内します。
 - ・相談は、最寄りの警察署でも直接受け付けています。
- ② 警視庁総合相談センター
 - ・110 番の前に「#9」をつけて#9110 にかけてください。
 - ・電話：#9110（東京都内でダイヤルすると当センターにつながります。）
※都県境では、他県につながることがあります。
 - ・電話：03-3501-0110（東京都を管轄する当センターにつながります。）

<適宜修正してください>