▼△ カスハラって？ 法改正で義務化されるカスハラ対策 △▼

近年、カスタマーハラスメント（略称「カスハラ」）が社会問題となっています。これを受け、昨年６月に法改正が行われ、2026 年 10 月１日より企業等に対し、カスハラ防止のための措置を講じることが義務付けられました。
ここでは、厚生労働省の指針などを基に、カスハラの定義や具体例、改正法の内容、企業・労働者・顧客のそれぞれが意識すべきポイントを分かりやすく解説します。

■カスハラとは？（３つの要件）
法律では、次の３つの要件をすべて満たすものが「カスハラ」と定義されています。
1.関係者の言動であること
・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

2.限度を超えていること
・業務の性質などに照らし、社会通念上許容される範囲を超えた要求や態度

3.就業環境が害されること
・労働者の働く環境が著しく悪化すること

【ポイント】正当な「クレーム」との違い
商品やサービスへの不満を伝える通常のクレームは、業務改善や新商品開発につながる大切な意見であり、問題はありません。しかし、過度な要求や悪質なクレームはカスハラに該当します。労働者に強いストレスを与えるだけでなく、企業にも大きな損失をもたらすため、適切な保護対策が必要です。

■カスハラに該当しうる例
厚生労働省の指針では、社会通念上許容される範囲を超えた言動として、以下のような例が挙げられています。

1.＜言動の内容が社会通念上許容される範囲を超えるもの＞

・理由のない要求・無関係な要求：商品の不具合とは関係のない、労働者のプライバシーに関わる要求や性的な要求。
・著しく過剰なサービス要求：契約や料金で定められた範囲を大幅に超える対応を求める。
・実現不可能な要求：契約金額の極端な減額や、物理的・制度的に不可能な対応を強要する。
・不当な損害賠償要求：自社の過失と釣り合わない過大な金銭を要求する

2.＜手段や態様が社会通念上許容される範囲を超えるもの＞
・身体的な攻撃：殴る、蹴る、物を投げつけるなどの暴行。
・精神的な攻撃・威圧：大声を出す、机を叩く、人格を否定する暴言を浴びせる。
・名誉毀損・脅迫：SNS 等へ晒すと脅す、誹謗中傷する。「クビにする」などと脅迫する。
・拘束・執拗な繰り返し：長時間居座る、帰らない、または電話や対面で同じ要求を何度も繰り返す。
・土下座の強要：社会的な相当性を欠く謝罪の方法を求める。
※カスハラに類する行為は、内容によって暴行罪、器物損壊罪などの犯罪行為にも該当する可能性があります。

▼実際に企業で確認されている悪質な例▼
実際に企業が受けたカスハラに類する行為として、次のような行為が確認※されています。
※厚労省「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」より
・長時間の電話対応や、頻繁な来店による連続的なクレーム
・「殺す」「物を壊す」といった発言による脅迫
・インターネット上へのスタッフの氏名・顔写真などの無断投稿

■カスハラの現状と改正法
厚労省の「職場のハラスメントに関する実態調査（2023 年度）」によると、過去３年間に労働者から「顧客等からの著しい迷惑行為」（カスハラ）の相談があったと答えた企業は 27.9%となり、前回（2020 年度）調

査から 8.4 ポイント増加しています。
こうした現状を踏まえ、改正労働施策総合推進法により、2026 年 10 月 1 日からカスハラ防止措置が義務化されました。企業等は国の指針に基づき、具体的な体制整備を進める必要があります。また、企業だけでなく、労働者や顧客自身にもそれぞれの責務が定められています。

● 企業に義務化される対策と、顧客対応の改善
1. 企業に求められる基本的な枠組み企業は、労働者からの相談に適切に応じるための体制を整える必要があります。

◎事前の準備
・カスハラに毅然と対応する方針を明確にし、社内に周知・啓発する
・カスハラの定義や対処方法、相談窓口をあらかじめ定めて周知する
・相談窓口担当者が適切に対応できるようトレーニングを行う
・悪質なケースに備えた対応方針と体制を整えておく

◎発生時の対応
・事実関係を迅速かつ正確に確認する
・被害者（労働者）への配慮やケアを速やかに行う
・再発防止策を講じる
・相談者のプライバシーを保護し、相談を理由とした不利益な取扱いを禁止する

2. 顧客対応（接客側）の改善も課題に
カスハラの発生には、商品・サービスの不備やコミュニケーション不足がきっかけとなるケースもあります。2024 年のスーパーマーケット業界の調査によると、「カスハラに発展した原因」のトップは「対応・サービスの遅延」（71.2%）、次いで「説明・コミュニケーションの不足」（63.6%）でした。

トラブルを防ぐためには、研修による接客力の向上やマニュアル整備だけでなく、「担当者を一人にさせず、組織全体で対応する」体制づくりが効果的です。

■顧客がカスハラ「加害者」とならないための 5 つのポイント
消費者庁の啓発冊子「ぼのぼのと考えよう カスハラってなんのこと？」では、顧客と従業員の間の「すれ違い」を防ぐ「上手な意見の伝え方チェックリスト」を提案しています。
1.ひと呼吸、おこう
感情的になりそうなときは、まず深呼吸して気持ちを落ち着かせましょう。

2.具体的に伝えよう
何をどうしてほしいのか、理由を添えて論理的に伝えましょう。暴言や暴力は絶対 NG です。

3.相手の話を最後まで聞こう
一方的に主張せず、相手の説明や事情も最後まで聞き取りましょう。

4.相手の立場を理解しよう
店舗や担当者の権限・状況によっては、すぐに解決できない場合もあります。

5.相手に敬意を持って接しよう
顧客も従業員も同じ人間です。お互いを尊重し、思いやりを持った対話を心がけましょう。
お互いの立場を理解し、「勘違い」や「すれ違い」を減らすコミュニケーションを意識することが、カスハラのない心地よい社会づくりにつながります。

以上