

企業経営情報 REPORT

Available Information Report for Corporate Management

労　務

カスハラ対策義務化時代における「従業員を守り、顧客に選ばれる会社」の職場づくり

1 なぜ今、カスハラ対策が求められるのか
2 カスハラとは何か、会社に求められること
3 カスハラ対策を実務で進めるポイント
4 カスハラ対策に取り組む企業の事例とまとめ

2026
11
NOV

税理士法人　森田会計事務所

企業情報レポート

01　なぜ今、カスハラ対策が求められるのか

顧客や取引先からの暴言や威圧的な言動、不当な要求といった著しい迷惑行為、いわゆる「カスタマーハラスメント（カスハラ）」が、いま社会問題になっています。

人手不足が続く中で、カスハラによって従業員が心身の不調を抱えたり、職場を去ったりすれば、企業にとって大きな損失になります。

こうした状況を受けて 2025 年 6 月に労働施策総合推進法が改正され、2026 年 10 月 1 日からすべての事業主にカスハラ対策が義務付けられました。これからは現場の我慢や個人の対応力に頼るのではなく、会社として従業員を守る体制を整えることが求められるようになったのです。

すでに対策に力を入れている企業では、従業員が安心して働ける環境を整えることで、人材の定着やサービス品質の向上につなげています。

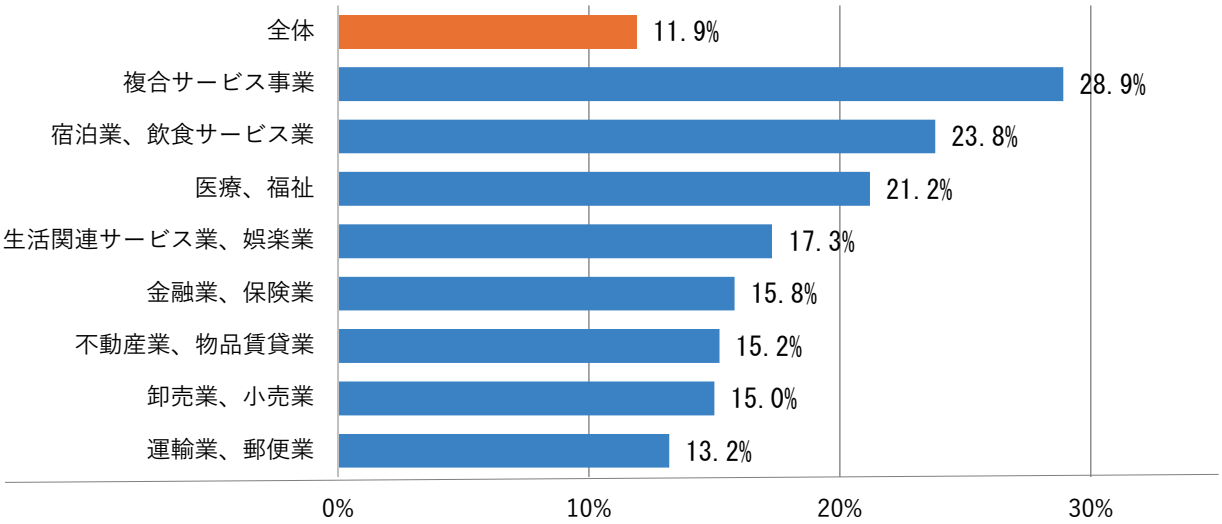
そこで本レポートでは、義務化のポイントと、企業に求められる具体的な取り組みを順に紹介します。

1　データで見るカスタマーハラスメントの実態

東京都が 2026 年 3 月に公表した「カスタマーハラスメントに関する実態調査」によると、過去 1 年間にカスハラの被害にあった従業員の割合は 11.9％でした。被害を見聞きした人（29.0％）を合わせると、約 4 割が職場でのカスハラを認識しています。

業種別では、宿泊業、飲食サービス業（23.8％）や医療、福祉（21.2％）など、顧客と接する機会の多い業種で高くなっています。

■図1-1：過去 1 年間にカスハラの被害にあった従業員の割合（業種別）



東京都：「カスタマーハラスメントに関する実態調査」（2026年３月）参照

しかし、防止対策に「取り組んでいる」とする企業は 38.5％にとどまります。取り組んでいない理由としては「正当なクレームとの判断の難しさ」（29.6％）や「ノウハウ不足」（23.8％）が上位に挙がっており、何から始めればよいか分からないまま、対応が現場任せになっている企業も少なくないようです。

2　カスハラが企業経営にもたらす影響

カスハラの影響は、被害を受けた従業員個人にとどまりません。暴言や威圧的な言動、長時間の拘束が続けば、従業員は強いストレスを受け、心身の不調や休職、離職につながるおそれがあります。さらにはその様子を見ていた同僚が、不安を感じることもあります。

対応に時間を取られれば本来の業務が滞り、サービス品質や職場の士気も下がります。顧客対応に追われる職場では周囲の従業員の負担も増え、悪循環に陥りがちです。東京都の調査でも、企業の損害として「従業員の仕事への意欲・やりがいの低下」（77.0％）、「通常業務の遂行への悪影響」（65.1％）が上位を占め、「従業員の離職」も 15.5％にのぼります。

加えて、法的なリスクもあります。会社が適切な対策を講じないまま従業員が被害を受ければ、安全配慮義務違反として損害賠償責任を問われる可能性があります。このようにカスハラは、企業にとって見過ごすことのできない経営上のリスクといえます。

一方で、カスハラ対策は従業員を守るためだけのものではありません。会社が対応の基準をはっきり示せば、従業員は安心して顧客と向き合え、正当な要望やクレームにも落ち着いて応じられます。その結果、サービス品質の向上や顧客からの信頼にもつながります。対策は「守り」であると同時に、企業の価値を高める取り組みでもあるのです。

■図1-2：カスハラへの向き合い方による企業への影響

カスハラへの向き合い方（比較）		企業への影響
①	従業員の我慢に任せ、特に対策を取らない	心身の不調や離職が増え、人材の確保・定着が難しくなる。
②	対応を現場や個人の判断に任せる	対応にばらつきが生じ、トラブルの長期化や被害拡大を招く。
③	会社として方針を示し、組織で対応する	従業員が安心して働け、人材の定着やサービス品質の向上につながる。

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」

「お客様の要望にはすべて応えるべき」「現場で何とか収めるべき」という従来の考え方のままでは、従業員を守ることも、顧客の信頼を保つこともできません。企業には、カスハラを個人の問題ではなく「経営課題」として捉え、組織で対応する体制へと切り替えることが求められています。

まずは経営者自身がこの認識を持ち、方針等を社内に明確に示すことから、対策は始まります。

3　法改正によりカスハラ対策が事業主の義務に

2025 年 6 月の労働施策総合推進法の改正により、2026 年 10 月 1 日からカスハラ対策は事業主の義務になりました。これまで指針上の「望ましい取組」とされていたものが、パワハラやセクハラと同じ「雇用管理上の措置義務」に位置付けられたことになります。

対象は労働者を 1 人でも雇用するすべての事業主で、中小企業への猶予期間もありません。2026 年 2 月には講ずべき措置を示した指針が公表され、同年 9 月には厚生労働省の企業マニュアルも改訂されました。

■図 1-3：カスハラ対策義務化までの主な流れ

2022年2月	2025年4月	2025年6月	2026年2月	2026年9月	2026年10月
厚生労働省のカスハラ対策企業マニュアル策定	東京都カスハラ防止条例の施行	改正労働施策総合推進法の成立	事業主が講ずべき措置等の指針の公表	企業マニュアル改訂版の公表	カスハラ対策の義務化（施行）

措置義務に違反しても直接の罰則はありませんが、助言・指導・勧告の対象となり、勧告に従わない場合は企業名が公表されることがあります。また、対策を講じていないことは、安全配慮義務違反の判断において不利に働くおそれもあります。

なお、東京都をはじめ、独自のカスハラ防止条例を定める自治体も増えています。条例の中には、顧客側の責務や事業者の努力義務を定めているものもあるため、本社だけでなく店舗や事業所の所在地も含めて、条例への対応状況を確認しておく必要があります。

■図 1-4：カスハラ対策義務化のポイント

対象	労働者を1人でも雇用するすべての事業主
施行日	2026年10月1日（中小企業に対する猶予期間なし）
義務の内容	雇用管理上の措置義務 （方針の明確化と周知、相談体制の整備、事後の迅速かつ適切な対応など）
違反した場合	直接の罰則はないが、行政による助言・指導・勧告の対象となり、勧告に従わない場合は企業名が公表されることがある

厚生労働省：カスタマーハラスメント対策に関する指針

義務化を「仕方なく対応するもの」と受け身で捉えてはいけません。従業員を守る体制づくりは、人材の定着にも、顧客から選ばれ続ける会社づくりにもつながります。法令への対応を最低限の目標としつつ、自発的に自社の職場づくりを見直す機会として生かすことが大切です。

次章では、カスハラの定義と、会社に求められる措置を整理します。

企業情報レポート

02　カスハラとは何か、会社に求められること

1　カスハラの定義と３つの要素

カスハラ対策の出発点は、どのような言動がカスハラに当たるのかを社内で共有することです。基準があいまいなままでは、対応が従業員ごとにばらつき、被害を見過ごしたり、正当な申入れまでカスハラとして扱ったりするおそれがあります。まずは、社内で同じ「物差し」を持つことから始めましょう。基準がそろえば、従業員も迷わず行動できます。

職場におけるカスハラとは、①顧客等の言動であること、②その言動が業務の性質等に照らして社会通念上許容される範囲を超えていること、③それによって労働者の就業環境が害されること、の３つの要素をすべて満たすものです。ここでいう「顧客等」には、商品やサービスを利用する顧客だけでなく、取引先や施設の利用者なども含まれ、店頭のお客様に限られるわけではありません。

次の図は、３つの要素を整理したものです。いずれか一つでも欠ければカスハラには当たりません。たとえ口調が強くても、要求の内容と手段・態様が相当であれば、正当な申入れとして扱われます。したがって印象や感情に流されず、事案ごとに要素に照らして判断することが求められます。判断を個人に任せず、組織として共通の基準で見ることが重要です。

■図 2-1：カスハラに該当する３つの要素

要素①　顧客等の言動	要素②　許容範囲を超える言動	要素③　就業環境が害される
顧客、取引先、施設の利用者など、商品やサービスの利用者等による言動	要求の内容や手段・態様が、業務の性質等に照らして社会通念上許容される範囲を超えている	その言動によって、労働者が身体的・精神的な苦痛を受けるなど、就業環境が害される

▼

３つの要素をすべて満たすものが「職場におけるカスハラ」に該当

厚生労働省：カスタマーハラスメント対策に関する指針

なお、「社会通念上許容される範囲」かどうかは、要求の内容や言動の手段・態様、業種や業務の性質などから総合的に判断されます。同じ言動でも、業種や場面によって受け止め方は変わります。そのため、自社の業種や顧客対応の実態に合わせ、判断の目安をあらかじめ決めておくことが大切です。

社内の過去の事例を振り返り、「カスハラに当たるもの」「正当な申入れとして受け止めるもの」を具体例で整理しておくと、目安として使いやすくなります。迷ったときに立ち返れる基準があれば、現場も落ち着いて判断できるようになります。

2　正当なクレームとカスハラの違い

苦情のすべてがカスハラに当たるわけではありません。指針は、社会通念上許容される範囲で行われたものは正当な申入れであり、カスハラには当たらないと明示しています。正当なクレームは、商品やサービスを改善するための貴重な情報でもあります。次の表は、両者の違いを整理したものです。

■図2-2：正当なクレームとカスハラの違い

項目	正当なクレーム・要望	カスハラ
①要求の内容	商品・サービスの不備など、要求に理由がある	理由のない要求や過大な要求（土下座の強要、過剰な補償など）
②手段・態様	冷静な申入れなど、社会通念上相当な方法	暴言・威嚇、長時間の拘束、執拗な電話、SNSでの誹謗中傷など
③会社の対応	真摯に受け止め、商品・サービスの改善につなげる	方針に基づき毅然と対応し、組織で従業員を守る
④留意点	強い口調だけを理由にカスハラと判断しない	犯罪に該当し得る言動は警察へ通報する

厚生労働省：カスタマーハラスメント対策に関する指針

両者を区別する主なポイントは、「要求の内容に理由があるか」と「要求の手段・態様が相当か」の２点です。たとえば、商品の不具合を理由に交換を求めるのは正当な申入れですが、同じ要求でも、大声で威圧したり従業員を長時間拘束したりすれば、手段・態様の面からカスハラに当たる可能性があります。

また、障害のある方が障害者差別解消法に基づいて合理的な配慮を求めることも、カスハラには当たりません。言い方が強いというだけでカスハラと決めつければ、正当な要望まで封じることになり、かえって顧客の信頼を損ねることにもなります。

カスハラには毅然と対応しつつ、正当なクレームには真摯に向き合う姿勢が求められます。

3　事業主が講ずべき10の措置

義務化により、事業主は指針に定められた措置を講じなければなりません。措置は全 10 項目で、「方針等の明確化と周知・啓発」「相談体制の整備」「事後の迅速かつ適切な対応」「抑止のための措置」の４つの柱と、あわせて講ずべき措置で構成されています。

次の図は、措置の全体像を取り組みの流れに沿って整理したものです。

■図2-3：事業主が講ずべき措置の全体像

方針等の明確化と 周知・啓発	①カスハラに毅然と対応し、従業員を守る方針の明確化・周知 ②カスハラ発生時の対処内容の策定・周知
▼	
相談体制の整備	③相談窓口の設置・周知 ④相談担当者が適切に対応できる体制づくり
▼	
事後の迅速かつ 適切な対応	⑤事実関係の迅速・正確な確認 ⑥被害者への配慮　⑦再発防止に向けた措置
▼	
抑止のための措置	⑧特に悪質なカスハラへの対処方針の策定・周知と、 対処できる体制の整備

※あわせて、⑨相談者等のプライバシー保護、⑩相談等を理由とする不利益取扱いの禁止も必要です。

厚生労働省：カスタマーハラスメント対策の義務化に関するリーフレット　参照

１つ目の柱は、方針等の明確化と周知・啓発です。「カスハラには毅然と対応し、従業員を守る」という会社の方針を明確にして従業員に伝え、カスハラが起きたときの対処もあらかじめ決めておきます。指針では、管理監督者に対応方針の指示を仰ぐ、できる限り一人で対応させない、犯罪に該当し得る言動は警察へ通報する、といった例が示されています。

２つ目の柱は、相談体制の整備です。相談窓口をあらかじめ定めて従業員に周知し、担当者が相談の内容や状況に応じて適切に対応できるようにしておきます。窓口を設けても、その存在が知られていなければ十分に機能しません。設置と周知はセットで考える必要があります。

３つ目の柱は、事後の迅速かつ適切な対応です。相談があれば事実関係を迅速かつ正確に確認し、被害を受けた従業員に配慮した上で、再発防止の措置を講じます。背景に商品・サービスや接客上の問題がある場合は、その改善に取り組むことも欠かせません。

４つ目の柱は、抑止のための措置です。特に悪質なカスハラへの対処方針を先に定めて従業員に周知し、実際に対処できる体制を整えます。これは、パワハラやセクハラの措置義務にはない、カスハラ特有の項目です。

さらに、相談者のプライバシー保護と、相談を理由とする不利益取扱いの禁止を定め、従業員に周知することも求められています。相談したことで不利になるという不安があれば、従業員は声を上げにくくなるためです。

このように、事業主に求められているのは、一人ひとりの対応力に頼ることではなく、会社として従業員を守る仕組みを整えることです。個人の我慢に委ねてきた対応を組織の仕組みに置き換えることが、義務化の本質といえるでしょう。次章では、これらの措置を実務でどう進めていくかを紹介します。

企業情報レポート

03　カスハラ対策を実務で進めるポイント

1　まず整えたいカスハラ対策の基盤

ここからは、前章で整理した 10 の措置を実務でどう進めるかについてを紹介します。まず優先して整えたいのは、会社の「基本方針」、就業規則などの「社内ルール」、「相談窓口」、そして現場の「対応手順」の 4 つです。

基本方針は、「カスハラには組織として毅然と対応し、従業員を守る」という会社の姿勢を明文化したものです。経営トップ自らが発信することで従業員に安心感を与え、店頭やウェブサイトで顧客にも示すことで、カスハラの抑止にもつながります。

社内ルールとしては、就業規則や社内規程に、カスハラへの対応方針や相談窓口、相談者のプライバシー保護、相談を理由とする不利益取扱いの禁止などを明記します。すでにパワハラ・セクハラの防止規程がある場合は、そこに追記する形にすると、規程同士の整合も取りやすくなります。

相談窓口は、既存のハラスメント相談窓口と一体で運用しても構いません。専任の担当者を置くのが難しければ、社会保険労務士などの専門家や外部の相談窓口を活用するのも有効です。

次の表は、4 つの基盤と実務のポイントをまとめたものです。

■図3-1：まず整えたいカスハラ対策の4つの基盤

項目	主な内容	実務のポイント
①基本方針	「カスハラには組織として毅然と対応し、従業員を守る」旨を明文化する	経営トップが発信し、店頭やウェブサイトで顧客にも示す
②社内ルール	就業規則・社内規程に対応方針や相談窓口、相談者の保護を明記する	既存のハラスメント防止規程に追記し、整合を図る
③相談窓口	相談窓口と担当者を定め、従業員に周知する	パワハラ等の窓口と一体で運用し、外部窓口も活用する
④対応手順	判断基準や初期対応、報告・引き継ぎの流れを定める	業種や顧客対応の実態に合った具体例を盛り込む

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」

これらを最初から完璧に整える必要はありません。まずは方針と相談窓口を明確にし、従業員が「困ったときは会社に相談できる」と思える状態をつくることが第一歩になります。

注意したいのは、規程やマニュアルをつくること自体が目的にならないようにすることです。自社の業種や顧客対応の実態に合った具体的な場面を想定しながら、現場で実際に使える仕組みとして整えていきましょう。

2　体制づくりの５ステップ

基盤ができたら、次はそれを現場に定着させる段階です。方針を定めて終わりにせず、判断基準や手順を具体化し、研修で浸透させ、実際の事案を記録・検証して見直すという流れで、段階的に体制をつくっていきます。

次の図は、その流れを５つのステップに分け、各段階で確認したいことと主な実施事項をまとめたものです。

■図3-2：カスハラ対策の体制づくりの５ステップ

確認したいこと	取り組みのステップ	主な実施事項	主な担当
□方針を明文化しているか □トップが発信しているか	STEP1 方針を策定・発信する	●基本方針の策定 ●社内外への周知・掲示	・経営者 ・人事・総務
□判断基準は明確か □対応手順が決まっているか	STEP2 判断基準と 対応手順を定める	●判断基準の作成 ●対応マニュアルの整備 ●就業規則への明記	・人事・総務 ・現場責任者
□相談窓口を周知しているか □担当者は対応できるか	STEP3 相談体制を整える	●相談窓口の設置 ●担当者の育成 ●外部窓口の活用	・人事・総務
□対応方法を理解しているか □管理職の役割は明確か	STEP4 研修で浸透させる	●全従業員向け研修 ●管理職向け研修 ●ロールプレイング	・人事・総務 ・管理職
□事案を記録しているか □再発防止に生かしているか	STEP5 記録・検証し、見直す	●対応記録の作成 ●事例の共有 ●方針等の見直し	・経営者 ・人事・総務

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」　参照

各ステップは、経営者、人事・総務部門、現場の責任者が役割を分け合い、組織全体で進めます。特に研修では、判断基準や手順を説明して終わりにせず、ロールプレイングなどで実際の場面で動けるようにしておきましょう。

3　現場での初期対応と継続的な見直し

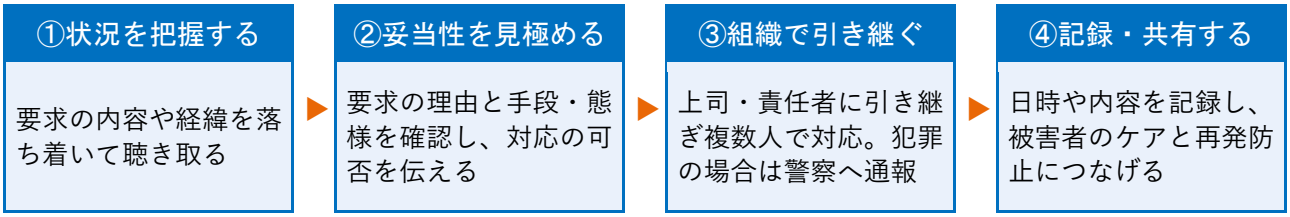
カスハラが疑われる場面では、初期対応が重要です。まずは顧客の話を落ち着いて聞き、要求の内容と事実関係を確かめます。その上で「要求に理由があるか」「手段・態様が相当か」を見極め、対応できることとできないことをはっきり伝えます。

対応が長引いたり、暴言や威圧的な言動が続いたりしたら、従業員一人に抱え込ませてはいけません。上司や責任者に引き継ぎ、複数人で対応します。暴行や脅迫など、犯罪に該当し得る言動があれば、ためらわず警察へ通報します。

対応が終わったら、日時や内容、経過を記録して社内で共有します。記録は再発防止に役立つだけでなく、悪質な事案に対処するときの根拠にもなります。あわせて、被害を受けた従業員の心身に配慮し、必要に応じて業務の調整や相談窓口へのつなぎを行います。

次の図は、初期対応の基本的な流れを整理したものです。現場で判断に迷ったときの目安として活用してください。

■図3-3：現場での初期対応の基本的な流れ

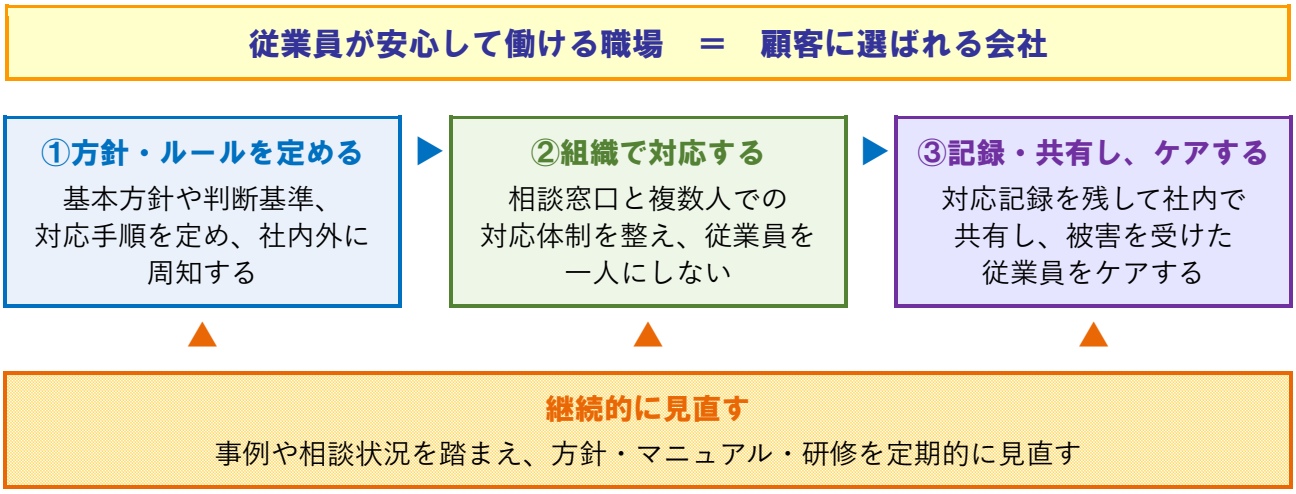


厚生労働省：「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」

また、カスハラ対策は一度仕組みをつくれば終わりというものではありません。蓄積した事例や相談の状況をもとに、方針やマニュアル、研修の内容を定期的に見直すことで、対策は実効性のあるものとして職場に根づいていきます。見直しの際には、実際に対応にあたった従業員の声を聞き、手順が現場で使いやすいかどうかを確かめることも欠かせません。

ここまでの運用の流れを整理すると、図 3-4 のようになります。それぞれの取り組みが一つの循環としてつながっている点がポイントです。

■図3-4：カスハラ対策を定着させる運用サイクル



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」

方針やルールを定めるだけでは、対策は機能しません。現場で組織として対応し、その結果を記録・共有して見直すという流れを、継続して回していくことが重要です。この循環が根づけば、従業員は安心して顧客と向き合えるようになり、サービス品質の向上や顧客からの信頼の獲得にもつながります。何よりも経営者と現場が同じ方向を向いて取り組み続けることが、対策を形だけで終わらせないための鍵になります。

次章では、実際にカスハラ対策に取り組み、従業員が安心して働ける職場づくりにつなげている企業の事例を紹介します。業種も規模も異なる 2 社の工夫には、自社で生かせるヒントが多く含まれています。

企業情報レポート

04　カスハラ対策に取り組む企業の事例とまとめ

事例①：「15分ルール」とマニュアルで現場の従業員を守る

A社 （愛知県・小売業）	■所在地：愛知県　■業種：小売業　■従業員数：250人

(1)企業概要と経営課題

A 社は、愛知県内で店舗を運営する従業員 250 人の小売業です。店舗では以前から、1 時間以上に及ぶ拘束や土下座の要求、執拗なクレームが繰り返しが起きており、精神的な苦痛から担当を外れざるを得なかった従業員もいました。

しかし当時は、これらをすべて「クレーム」とみなして従業員に対応を任せていたため、現場の負担は非常に大きくなっていました。国がカスハラへの方針を示したことをきっかけに、会社として対策を検討することになりました。

(2)取り組み内容

まず、担当者が外部研修を受けた上で要点を絞った独自のマニュアルを作成し、店舗のバックヤードに掲示していつでも確認できるようにしました。電話対応では、同じ内容の不満が 15 分を超えて続く場合は上司に代わるか電話を切る「15 分ルール」を設け、パートやアルバイトを含む全員に、一人で抱え込まず店長・副店長に助けを求めるよう徹底しています。

さらに、ホームページにメールでの問い合わせ窓口を設け、従業員向けには女性専用の相談窓口も設置しました。会社の方針にはハラスメントと判断した場合は対応を中止することを明記し、「顧客は神様」という考え方からの脱却を図っています。

(3)結果

従業員は「会社が守ってくれる」という安心感を得て、「明確な対応手順がある」「こういう時は断っていい」と、自信を持って業務に臨めるようになりました。対応時間の目安や相談先を決める取り組みは費用をかけずに始められ、同規模の中小企業でもすぐに取り入れられます。

取り組みポイント	①長時間拘束や土下座の要求などを機に検討 ②要点を絞ったマニュアルを作成・掲示 ③電話対応に「15分ルール」を導入 ④対応中止を方針に明記し、従業員の自信に

事例②：ウェアラブルカメラの導入で駅係員の安心と安全を守る

小田急電鉄 株式会社	■所在地：東京都新宿区　■設立：1948年　■従業員数：3,732名 ■事業内容：鉄道事業・不動産業　■資本金：603億円

(1)企業概要と経営課題

同社は、東京都と神奈川県で鉄道事業などを展開する企業です。駅構内では、運賃の支払いを拒んで係員に暴言を吐く、忘れ物が見つからないことに腹を立てて係員を罵るといったカスハラが起きており、暴力や暴言を含む件数は増加傾向にありました。人手不足が続く中、駅係員が安心して働き続けられる環境づくりが課題となっていました。

(2)取り組み内容

同社は、以前よりカスハラ対応指針の策定などに取り組んできましたが、2026 年 4 月からは、小田急線の全 70 駅で、駅係員が胸部に装着する小型のウェアラブルカメラを導入しています。

導入台数は計 90 台で、各駅に 1～3 台を配備しました。トラブルやカスハラなどの異常時に現場の状況を記録し、事実に基づいて判断・対応できるようにするとともに、「録画中」と明示して抑止効果を高めています。

カメラを着けるときは、警備会社へすぐに通報できる非常ペンダントも携行します。万一のときに、駅係員を一人にしないためです。また、平常時の駅構内の巡回でも活用し、不審物や設備の不具合の記録・共有にも生かしています。

大がかりな取り組みに見えますが、「録画・録音していることを示す」「記録を残す」という考え方は、店頭での防犯カメラの表示や電話の録音告知など、中小企業でも比較的少ない費用で取り入れられます。録音・録画環境の整備を支援する自治体の制度もあります。

(3)結果

2026 年に発生したカスハラ 5 件は、いずれも駅係員がカメラを装着していない場面でした。効果を検証するには期間も件数もまだ十分ではありませんが、「録画中」の表示が抑止力として働いている可能性があります。同社は、駅係員の心理的な負担の軽減や安心感の向上といった効果もあったとしています。

取り組みポイント	①暴言などカスハラの増加を受けて導入を決定 ②全70駅に計90台のウェアラブルカメラを配備 ③「録画中」の明示で抑止と事実確認を両立 ④非常ペンダントの携行で一人にしない体制に

まとめ：従業員を守る仕組みが、顧客に選ばれる会社をつくる

(1)2つの事例に共通するポイント

2 つの事例は業種も規模も異なりますが、どちらも「現場の我慢に任せず、会社として従業員を守る」姿勢を明確にし、それをルールや道具という具体的な仕組みに落とし込んでいる点が共通しています。特に、対応時間の上限を決める、録音・録画を告知するといった工夫は、中小企業でも取り入れやすいものです。

■図 4-1： 2 つの事例の比較

項目	A社（小売業）	小田急電鉄
①きっかけ・課題	長時間拘束や土下座の要求が発生	暴力・暴言を含むカスハラが増加
②主な取り組み	マニュアル掲示と「15分ルール」	全駅にウェアラブルカメラを導入
③中小企業での生かし方	対応時間の上限と相談先を決める	録音・録画の告知で抑止する
④主な効果	従業員が自信を持って対応	抑止力と係員の安心感の向上

愛知県「あいちカスハラ防止対策ナビ」等

(2)これからカスハラ対策に取り組む企業へ

中小企業では、専任担当者の配置や大がかりな仕組みを用意するのは難しいかもしれません。

しかし、その場合にあっても、まずは経営者自らが基本方針を示し、既存の相談窓口や就業規則を生かしながら、事案の記録と見直しを重ねていくことが現実的な進め方です。

(3)おわりに

人手不足が続く中、従業員が安心して働ける職場づくりは、人材の確保・定着に直結する経営課題です。従業員を守る仕組みは、顧客から選ばれ続ける会社づくりにもつながります。

義務化をきっかけに自社のカスハラ対策を見直し、従業員と顧客の双方から信頼される職場づくりを進める上で、本レポートがその一助となれば幸いです。

まとめのポイント

①カスハラ対策は2026年10月から全事業主の義務
②３つの要素で判断し、正当なクレームとは区別する
③方針・ルール・窓口・手順の４つの基盤から整える
④記録と見直しを繰り返し、対策を職場に定着させる

■参考資料

東京都：「カスタマーハラスメントに関する実態調査」（2026年３月公表）

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」

「カスタマーハラスメント対策に関する指針」

「カスタマーハラスメント対策の義務化に関するリーフレット」

愛知県：「あいちカスハラ防止対策ナビ」

企業経営情報レポート

カスハラ対策義務化時代における「従業員を守り、顧客に選ばれる会社」の職場づくり

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人　森田会計事務所

〒630-8247　奈良市油阪町 456 番地　第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578　　FAX 0742-27-1681

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複写することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。