

カスタマー・ハラスメント防止対策
美容業界向けマニュアル



プラザ協同組合

2025 年 12 月

目次

第1	総論.....	3
1.	マニュアルの目的.....	3
2.	カスタマー・ハラスメントの定義.....	3
3.	カスタマー・ハラスメントに対する基本方針.....	5
4.	業界特有の事情・背景.....	6
5.	業界で見られる迷惑行為.....	8
6.	組合員サロンが取り組むべき事項.....	9
第2	未然防止の取組.....	11
1.	顧客対応の考え方.....	11
2.	クレームへの初期対応.....	13
3.	相談体制の整備.....	15
4.	教育・研修の実施.....	16
第3	カスタマー・ハラスメント発生時の対応.....	18
1.	カスタマー・ハラスメントの判断.....	18
2.	顧客対応の中止.....	18
3.	警察との連携.....	20
4.	カスタマー・ハラスメント対応フロー.....	20
5.	場面別の対応方針.....	21
第4	カスタマー・ハラスメント発生後の対応.....	29
1.	就業者のケア.....	29
2.	再発防止に向けた取組.....	30
3.	顧客等の出入り禁止.....	31
第5	企業間取引におけるカスタマー・ハラスメント.....	33
1.	取引先へのカスタマー・ハラスメントの未然防止.....	33
2.	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.....	35
第6	その他.....	36
1.	各種相談窓口.....	36
2.	関係法令・判例・裁判例.....	38

第1 総論

1. マニュアルの目的

(1) 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日から施行されました。当組合の組合員サロンからも、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、美・プラザ協同組合（以降、当組合）として対応マニュアルを策定することとなりました。

(2) 組織的な対応の必要性

- ・ カスタマー・ハラスメントはサロンで働くスタッフの尊厳や人格を傷つける行為です。
- ・ 現場のスタッフ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、スタッフへの攻撃や嫌がらせを助長し、ひいてはスタッフ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、スタッフ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。
- ・ 組合員サロンにおいては、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サロン内で議論した上で、自店のマニュアルを作成することを推奨します。

(3) マニュアルの位置づけ

本マニュアルでは、美容業界におけるカスタマー・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、当組合としての判断基準や対応例などを示します。

2. カスタマー・ハラスメントの定義

(1) カスタマー・ハラスメントの定義

- ・ 当組合においては、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。
- ・ 各サロンにおいては、自店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。



(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
 リンク：[kasuharamanual_20250314.pdf](#)

(2) カスタマー・ハラスメントに当たり得る行為

当組合においては、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。

【カスタマー・ハラスメントに当たり得る行為の例】

- ・ 暴力行為。

(実例) 仕上がりイメージと異なるとして、激昂して胸ぐらをつかまれた。

- ・ 暴言・侮辱・誹謗中傷。

- ・ 威嚇・脅迫。

- ・ スタッフの人格の否定・差別的な発言。

- ・ 土下座の要求。

(実例) カラーの色味が気に入らないとして、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) 仕上がりが入らず、結婚式を台無しにされたとして、不当に高額な賠償金を請求された。

- ・ 会社やスタッフ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。

- ・ スタッフ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・ハラスメントに対する基本方針

会員サロンにおいては、以下の作成例を参考に自店の基本方針を策定し、社内・社外に広く周知してください。また、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。

〇〇株式会社（〇〇美容室）「カスタマー・ハラスメントに対する基本方針」

1 はじめに

〇〇株式会社（〇〇美容室）（以下、当社（当サロン））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（当サロン）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、スタッフの人格を否定する暴言、脅迫、暴力など、スタッフ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、スタッフ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。

スタッフの安全な就業環境を確保することで、スタッフ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ぐと考え、当社（当サロン）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（当サロン）におけるカスタマー・ハラスメントの定義

当社（当サロン）では、カスタマー・ハラスメントを「お客様からスタッフに対して行われる著しい迷惑行為であって、スタッフ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（例：物を投げつける／スタッフの身体を叩く・押す／施術中に手を掴む・乱暴に触れる など）。
- ・ 暴言・侮辱・誹謗中傷（例：大声で怒鳴る／「バカ」「使えない」などの侮辱的な表現を浴びせる／技術者としての能力を貶める発言を繰り返す など）。
- ・ 威嚇・脅迫（例：「責任を取らせる」「店を潰す」など威圧的な発言をする／机を叩く・詰め寄るなど威嚇する行為／家族や個人情報を示唆して脅す など）。
- ・ スタッフの人格の否定・差別的な発言（例：外見・年齢・性別・国籍等を理由に見下す発言をする／「あなたのせいで全部ダメになった」など人格そのものを否定する発言／技術者としての価値を全否定する など）。
- ・ 土下座の要求（例：「土下座して謝れ」と要求する／ひざまずく姿勢を強要する／謝罪の形を執拗に指定する など）。

- ・長時間の拘束（例：何時間にもわたりクレーム対応を要求する／店外へ出られない状況を作る／閉店後も退店を拒む など）。
- ・社会通念上相当な範囲を超える対応の強要（例：営業時間外・休憩中の対応を強要する／担当者の変更を認めず執拗に対応を迫る／即時対応できない内容に対し、常識を超える期限を求める など）。
- ・合理性を欠く不当・過剰な要求（例：施術に問題がないのに全額返金を求める／無料でやり直しや追加施術を繰り返し要求する／サロンの権限を超える補償を求める など）。
- ・当社（当サロン）やスタッフ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（例：事実と異なる内容をSNSや口コミサイトへ書き込む／個人名・顔写真・個人情報を無断で投稿する／誹謗中傷を拡散する目的で情報発信する など）。
- ・スタッフへのセクシャル・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（例：身体や外見に対する性的な発言／性的な接触や誘い／性自認・性的指向に関する差別的発言／連絡先交換の強要／待ち伏せ・店外でのつきまとい 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（サロン内）

- ・カスタマー・ハラスメントを受けた場合、スタッフのケアを最優先します。
- ・スタッフに対して、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（サロン外）

- ・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（当サロン）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。

4. 業界特有の事情・背景

以下に、本業界におけるカスタマー・ハラスメントの発生要因や傾向を示す具体的な事例を挙げます。組合員サロンは実効的な対策を検討する際の参考としてください。

【ヘアサロン】

- ・カウンセリング時に仕上がりイメージの共有が不十分で、期待とのギャップが生じやすい。



- ・ 薬剤施術による髪へのダメージや頭皮のかぶれが生じる可能性がある。
- ・ シャンプー台で首を痛める等、施術者の技術に起因しないクレームが発生する可能性がある。
- ・ 店内構造により、段差等があると転倒事故が発生し、カスハラに発展しやすい。
- ・ プライベートサロンゆえ、事実確認が難しく、カスハラに発展しやすい。
- ・ 地域密着型店舗ゆえ、周辺住民への風評被害を恐れ過度な要求を我慢し、クレームがエスカレートしやすい。 など

【まゆ毛・まつ毛（目元関係）】

- ・ 入社間もないスタッフの技術不足による事故が発生した場合、トラブルになりやすい。
- ・ 未熟な接客態度から、顧客の怒りを買ひ、クレームが発生しやすい。
- ・ 薬剤による眼周辺のかぶれや炎症などのトラブルが発生する可能性がある。 など

【ブライダル（着付・ヘアメイク）】

- ・ サービスが高額になる、一生に一度など人生の一大事におけるサービスのため、トラブルやクレームが発生しやすい。
- ・ 取引先企業が優位な立場にあることで、無理難題な要求を受け入れざるを得ないケースがある。また、仲介が入ることでクレーム対応が複雑化する。
- ・ 利用者が後日、家族や友人など第三者から指摘を受け、クレームを申し出ることがある。
- ・ 顧客が着物備品を準備していないにもかかわらず、責任を店舗側に転嫁する。
- ・ 費用全額の支払い拒否や高額な減額要求など、過剰な金銭要求に対応せざるを得ない場合がある。 など

【ネイル】

- ・ ネイルはアート要素が強く、顧客の理想と施術者の認識のズレが強い不満や攻撃的態度につながりやすい。
- ・ 顧客の生活環境により、ネイルの持続性が異なる可能性がある。 など

【訪問美容】

- ・ 施設や自宅という顧客の領域で施術するため、顧客がサービスを支配している意識を持ちやすい。
- ・ 高齢者や認知症の方による暴言・暴力など、意図しないトラブルが起こる可能性がある。
- ・ 家族や施設職員などが過度に介入し、間接的な理不尽要求やクレームにつながる。
- ・ 事故防止のため家族やヘルパーの同席を依頼しても、同意が得られない場合や、離席している場合はトラブルが起きやすい。 など

5. 業界で見られる迷惑行為

以下に、現場で確認された迷惑行為の具体的な事例を示しますので、対応策を検討する際の参考としてください。

【美容業全般】

① 言葉・態度によるハラスメント

- ・ 接客態度が気に入らないと施術中怒鳴られ続けた。
- ・ 「下手すぎる」「使えない」「なんでこんなこともできないの？」など人格を否定する発言をされた。
- ・ 「金返せ」「クレーム入れるぞ」などの脅しを受けた。
- ・ 施術中や接客中に「こうしろ、ああしろ」と上から目線で指示された。
- ・ 電話や謝罪要求の執拗な繰り返し、社長や弁護士事務所への過剰な連絡をされた。
- ・ 高飛車・萎縮させる態度、感情的なヒステリック行動をされた。
- ・ 顧客から話しかけられ、センシティブな内容を大声で話し続けられた。

② 不合理・理不尽な要求

- ・ 施術中に無理な変更要求（カラーやカットの途中で「やっぱり違う色・髪型にして」など）をされた。
- ・ 時間外・予約外でのサービスを要求された。
- ・ 過剰な値引きや無料サービスを要求された。
- ・ 個人的な連絡先やSNSのフォロー・接触を要求された。
- ・ 帰宅後に施術の仕上がりに対するクレームを入れられたうえに、金品を要求された。

③ 身体的・空間的ハラスメント

- ・ 不必要に近づく、触れるなどの、セクハラ行為を受けた。
- ・ 個室・席での無断撮影や動画撮影をされた。
- ・ 席や器具を故意に壊すなど、乱暴に扱われた。

④ ソーシャル・ネット絡み

- ・ ネットでの悪質口コミや晒し行為を受けた。
- ・ SNSやメッセージでの執拗な連絡・嫌がらせを受けた。

⑤ その他の理不尽行為

- ・ 予約時間の大幅な遅刻や早すぎる来店、災害時の来店強要を受けた。
- ・ 気に入らないスタッフを無視された。
- ・ 来店したことのない人からのネットへの悪評書き込みをされた。

【ヘアサロン】

- ・ 髪の毛を切りすぎた場合に過剰要求を受けた。また、来店して暴れるなど、警察沙汰になるケースもあった。

- ・ 仕上がりのイメージを事前に共有したにもかかわらず、完成後に不満を言われ続けた。

【まゆ毛・まつ毛（目元関係）】

- ・ 研修明けスタッフの施術による目のトラブルに対する過剰要求や補償請求を受けた。
- ・ 目が腫れて、仕事を休むことになった、旅行をキャンセルすることになったとして、旅行代金などの補償を強要された。

【ブライダル（着付・ヘアメイク）】

- ・ 和装での結婚式時に、打掛をおろした後ろ姿の写真がなかったと、全額会場負担でやり直す様要求された。
- ・ クレーム対応の過程で、会場担当者より、「返金対応しますので請求はなしで」と対応を決められた。

【ネイル】

- ・ オーダー通りに施術したにもかかわらず「イメージと違う」とやり直しを要求された。
- ・ ジェルネイルが短期間で剥がれるなど、持ちに関する不平を言われた。

【訪問美容】

- ・ 認知症患者やストレスを抱えた家族からの侮辱的発言を受けた。
- ・ 清掃・水道代・電気代など業務外の過剰な指示や請求をされた。
- ・ 女性スタッフに対するセクハラ（私的空間での不適切要求）を受けた。

6. 組合員サロンが取り組むべき事項

組合員サロンにおいては、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。

（1）基本方針等の策定

- ・ 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。

（2）相談体制の整備

- ・ 相談担当者の決定・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。

（3）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。

（4）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。
- (5) 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 未然防止の取組

1. 顧客対応の考え方

組合員サロンにおいては、以下の内容を参考に、顧客対応の考え方をスタッフに周知してください。

(1) 顧客対応の基本姿勢

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。施術結果に対する不満、仕上がりのイメージ違い、接客態度に対する正当なクレームは、業務の改善や、より良いサービスにつながる貴重な機会でもあります。

クレームが起こりやすい状況を理解し、回避するために施術前～施術後は次の点に注意をすることで、できるだけクレームが起こらない状況を作ります。

- ① 施術前に、顧客との対話を丁寧に行い、仕上がりイメージの認識を一致させる
 - ・ 要望することしないことを具体的に聞く。
 - ・ 写真やビジュアルイメージを共有し合意を得る。
 - ・ かぶれなどのリスク説明を行う。
- ② 誠実に対応する
 - ・ 施術中の態度や言葉遣いに注意する。
 - ・ 丁寧な所作を心がける。
 - ・ 適宜明るい会話など顧客に合わせたコミュニケーションをとり、信頼関係を築く。
 - ・ 途中でトラブルや意見をいただいた際には、中断または顧客の意見を真摯に聞き、対応変更や検討を行う。必要であれば、責任者へ報告する。
- ③ 施術後に顧客の満足度を確認する
 - ・ 施術前に確認した仕上がりイメージとの合致を伝え、そのうえで不満足や不足がないかを確認する。
 - ・ 顧客の非言語情報（表情や態度）を観察し、納得していない様子の場合は、質問しながら誠実に対応する。
 - ・ アフターケアの方法も顧客の理解度に合わせて丁寧に説明する。
- ④ 顧客の満足度と納得感を確認した後、会計に進む
- ⑤ 感謝の気持ちを込めてお見送りする

(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のいる行為です。「仕上がりへの不安や違和感」は顧客にとって重大であり、上手く言語化できない場合もあります。高齢、障がい、病気、緊張等、状況によって説明が難しい場合もあります。
- ・ 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・事業規模財政・財務状況

2. クレームへの初期対応

クレーム対応におけるスタッフの不適切な言動が、カスタマー・ハラスメントを誘発してしまうケースもあります。当組合においては、1. 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。

(1) 顧客等に寄り添う

- ・ 施術の仕上がりに関する再施術・修正提案等、社会通念上妥当な要求は真摯に受け止める。
- ・ 顧客等の主張を丁寧に聞き取り、感情の背景を理解するよう努める。

(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、来店日時等を確認し、可能な範囲で特定する。要求内容を電話口で聞いた上で、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)
- ・ 来店日時、担当スタッフ、施術内容、スタイル画像の提示有無、カウンセリングの記録などを確認する。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、可能な限り複数人 (※) で対応する。
 ※ 顧客が複数名で来店している場合は、できる限り同数以上のスタッフで対応する。
 ※ 顧客の人数が多い場合は、対応するスタッフの人数を超えない範囲で、必要最小限の人数に絞って対応する。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、初期対応したスタッフによる対応を原則としつつ、顧客等から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。

(小規模サロン向け補足)

- ・ スタッフが1名または少人数で対応できない場合、外部の相談窓口・顧問先・業界団体等に相談をした上で対応するようにする。
- ・ 顧客に対しては「確認の必要がありますので、折り返しご連絡いたします」と一度電話・会話を切り、心身の負担を軽減しつつ整理して対応する。

(5) 対応場所を選定する

- ・ 個室やシャンプーブースなど密閉的な空間での対応は避ける。原則、受付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、個室等で対応する。
 ✓ 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。
 ✓ すぐに退室できるように、スタッフ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：受付等）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、第三者がいる場所に対応する。

(小規模サロン向け補足)

- ・ 店舗構造的にスペースが限られる場合、「ドアを開けておく」、「必ず、出入口側にスタッフが座る」、「店舗外の共有スペース（商業施設の共有席など）を利用する」など、安全性を確保する。
- ・ 訪問対応は可能な限り避ける。必要な場合は、店舗以外の公共の場所（カフェ、レンタルスペース等）を検討し、第三者がいる環境を確保する。

(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と判断されることはない。

- ・ 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・口コミサイト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。

3. 相談体制の整備

(1) 相談窓口・相談対応者の設置

- ・ 組合員サロンにおいては、スタッフがカスタマー・ハラスメントに関して気軽に相談できる窓口（相談対応者）をサロン内に明確にしてください。
- ・ サロンの運営形態に応じて、通常は店舗責任者（例：店長・チーフ）を相談対応者とするのが考えられます。
- ・ 暴力行為、脅迫、ストーカー行為、性的強要など、刑事事件に該当する可能性がある行為については、速やかに警察・弁護士等の外部機関と連携できる体制を整備することが重要です。
- ・ 相談対応者は、スタッフから相談を受けた場合、必要に応じて経営者・本部・管理部門へ迅速に共有し、対応が属人的にならないようにしてください。
- ・ 複数店舗を運営する組合員サロンでは、相談対応者同士が定期的に情報共有を行い、クレームの傾向や困難事例を学び合うことが望まれます。
- ・ 個人経営等の小規模サロンの場合、経営者自身が相談窓口を兼ねる形も考えられます。この場合、経営者が相談窓口・相談対応者として、スタッフからの相談に適切に対応してください。
- ・ 組織規模に応じて、サロン内に「カスタマー・ハラスメント防止対策担当（チーム）」を設け、継続的な対策に取り組むことが推奨されます。

(2) 適切な相談対応

- ・ 相談窓口は、形式的に設置するだけでなく実際に利用しやすい方法（対面・電話・SNS・メール等）を複数整備してください。
- ・ スタッフ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、顧客への対応方法の検討、スタッフ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サロン内で明確にし、安心して相談できる環境を整えてください。
- ・ 就業規則等において、スタッフが相談したことを理由に不利益な取り扱いを受けない旨を明記し、周知してください。
- ・ 組合員サロンにおいては、相談対応者が適切に対応できるよう、組合・外部団体・自治体等が実施する研修の受講を推奨します。また、必要に応じて弁護士・行政窓口との連携を検討してください。

(小規模サロン向けの補足)

- ・ スタッフ同士の人数が少ない場合、相談が経営者1名に集中することがあります。経営者が抱え込まないよう、「外部相談窓口（美容組合などの業界団体、商工会など）」、「顧問税理士・社労士・弁護士」、「外部カウンセラー」などを相談先として事前に確保しておくことが重要です。

- ・ SNSやLINEで誰かに相談がしやすい体制を用意するなど、心理的障壁を下げる工夫も効果的です。
- ・ 経営者自身が相談対応の負担で疲弊しないよう、相談内容の記録・外部への共有を習慣化し、問題を一人で抱え込まない体制を整えてください。

(3) スタッフに対するフォロー

- ・ カスタマー・ハラスメントを受けたスタッフは身体的・精神的なダメージを負っています。組合員サロンにおいては、速やかにスタッフのケアに取り組む必要があります。
- ・ スタッフにメンタル不調の兆候がある場合、産業医やカウンセラー等の専門家の支援を得ることが望まれます。
- ・ 産業医等の配置がない場合は、外部相談窓口や医療機関など、サロン外の支援先を案内・利用検討してください。
- ・ 顧客等の言動・行動が性的な側面を含む場合（例：身体への過度な接触、性的な質問等）は、スタッフの希望に応じて同性の相談担当者が対応するなど、十分な配慮が必要です。
- ・ スタッフ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。

4. 教育・研修の実施

組合員サロンにおいては、以下の事項を参考にしてスタッフに対する教育・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) 就業者へのフォロー※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 カスタマー・ハラスメント発生時の対応

1. カスタマー・ハラスメントの判断

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、スタッフ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) 「下手くそ」「死ね」「ブス」「可愛くない」などの言葉、施術中に身体を触る要求、性的な冗談や質問（スリーサイズを聞く等）
- ・ 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にひどい写真を上げるぞ」「悪口をネットに書く」「友達に伝える」などの発言
- ・ スタッフの顔等を無断で撮影する、写真等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) 「カット代を全額返せ」「無料でやり直せ」「追加料金なしでカラーしろ」などの要求
- ・ 土下座での謝罪の要求があるか
(例) 「店長の前で謝れ」「手をついて謝れ」「頭を地面につけろ」など過度な謝罪の要求
- ・ 書面での謝罪の要求があるか
(例) 「謝罪文を書け」「SNSで謝れ」など過度な謝罪の要求
- ・ スタッフの解雇の要求があるか
(例) 「あのスタッフをクビにしろ」「担当を変えろ」「今すぐ追い出せ」などの要求

(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「30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
- ・ 「3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「3回」に渡って続いているか
- ・ 業務時間外である早朝・深夜に電話・メッセージでの執拗な苦情があるか

2. 顧客対応の中止

組合員サロンにおいては、以下を参考にして、顧客対応の中止の流れをスタッフに周知してください。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、著しい迷惑行為が収まらない場合、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（担当スタッフ）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、スタッフ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かと判断した場合、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「30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行うことを前提に対応する。

【ポイント】二次対応者が存在しないサロンにおける対応方針

美容業界では、一人サロンや親族のみで運営しているサロン、小規模サロンなど、サロン内に二次対応者（現場監督者など）が不在となる営業形態が多くあります。このような体制のサロンでは、一次対応者が全ての判断を背負い込むことになり、危険や精神的負担が集中する恐れがあります。そのため、二次対応者がいない場合であっても、単独で抱え込まない仕組みを事前に整えることが重要です。

カスタマー・ハラスメントが発生した場合には、弁護士などの専門家や相談できる他者（近隣の美容師や美容組合）、悪質な場合には警察への相談・通報に速やかに移行できるよう、ルールを明文化しておくことが望まれます。特に一人サロンでは、暴力的行為や居座り等が生じた際、判断の遅れがリスクにつながるため、警察への通報基準をあらかじめ設定しておくことが安全確保につながります。

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

- ・ スタッフ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」

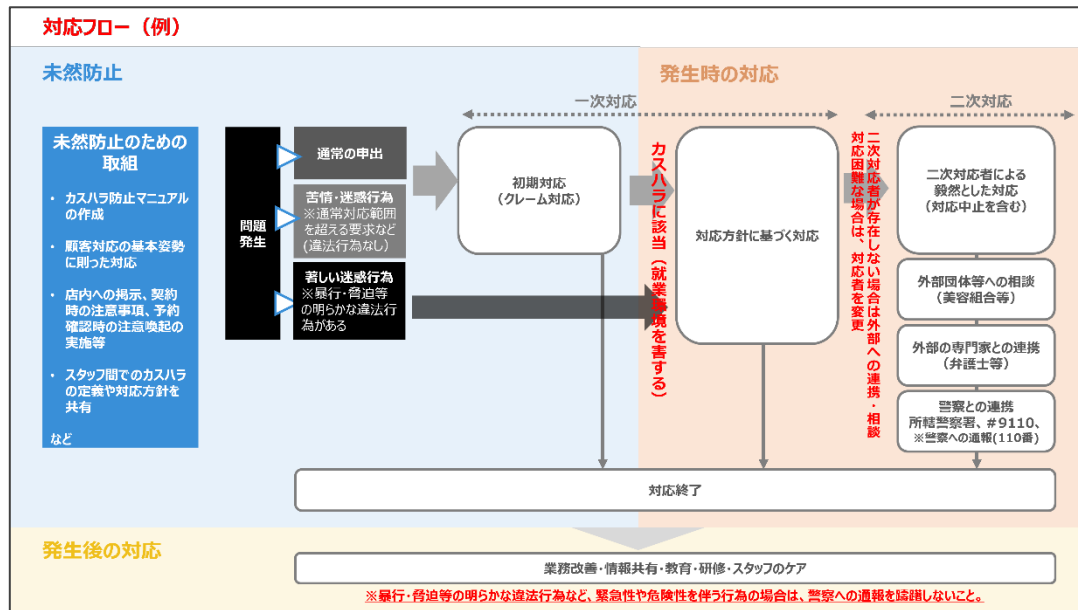
※それ以外：所轄警察署、#9110（警察相談専用電話）

(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。

4. カスタマー・ハラスメント対応フロー

カスタマー・ハラスメントが発生した際に、現場のスタッフが適切かつ冷静に対応できるよう、対応の流れを明確にしておくことが重要です。以下に、対応の一般的なフローを示しますので、組織的な対応体制の整備やスタッフ教育の参考としてください。



（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」を参考に作成（BA東京HP上からDLできます）

5. 場面別の対応方針

以下に、代表的な場面ごとの対応方針を示しますので、実際の対応時の判断や職場での対応ルール整備の参考としてください。

（1）場面ごとの特徴

① 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。
- ・ 騒音や他の顧客の存在など、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。

② 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。

③ 訪問（訪問美容等）

- ・ 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。
- ・ 店舗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。

④ 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。

(2) 対面の事例

① 暴言

(例) 施術終了後に「カットの仕上がりが気に入らない！ お前は下手くそだ！」と大声で怒鳴られる。

○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。)
- i. 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。
- ii. 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。
- iii. 過度にへりくだらない。
- ・ 怒声を発し、周囲の顧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、あらかじめ確認しておきましょう。

② 執拗な要求

(例) 施術内容や料金について謝罪・対応したにも関わらず、何度も文書で謝罪するよう要求された。

○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スタッフの安全を確保してください。

③ 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、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。

④ 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顧客やスタッフへの危害が及ぶ可能性があるため、現場監督者を含め、複数人に対応する。
- ・ 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。

（3）電話の事例

① 高圧的な言動

(例)「別のサロンは金を払った。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、又は他サロン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。

② 長時間の拘束

(例) 無料での染め直しはできないと繰り返し説明しても納得せず、電話で30分以上もやり取りが続いている。

- ・ 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。
- ・ サロン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「30分」は、各サロンの事情・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。
- 目安の時間を越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。

③ 繰り返し

(例) 同一人物から、施術内容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、自店の商品・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。)
- ・ 自店の商品・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、サロン内で情報共有し、サロン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。

(4) 訪問の事例（訪問美容）

① セクハラ

(例) 訪問美容のサービスで自宅訪問中に、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の意識がない場合、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、スタッフ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避する

- ・ 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、速やかに退避する。緊急時にはスタッフ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、スタッフがトラブルに巻き込まれる可能性が常にあります。スタッフ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

- ・ 訪問美容の特性上、スタッフとサロン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、訪問前にスタッフ間やサロン内の役割を確認しておく。
- ・ 訪問するスタッフとサロンとは、適宜連絡を取り合い、サロン全体で対応する。スタッフは現場での進捗状況及び対応状況をサロンに連絡する。
- ・ サロンは、就業者から予定時刻に連絡がない場合、状況・安否確認の目的でスタッフに連絡する。
- ・ 訪問先でトラブルが発生したとの報告があった場合、必ずサロンへ戻らせるようにし、現場での対応状況を確認する。

【ポイント】

- 訪問美容は、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て、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。

(5) インターネットの事例

インターネット上での誹謗中傷・虚偽投稿は、一度拡散すると收拾をつけることが難しく、サロンの信用やスタッフの安全に深刻な影響を及ぼすおそれがあります。したがって、トラブルが発生した際の対応策を整備するだけでなく、そもそも投稿されにくい環境を作るための予防的な取り組みが極めて重要です。

まず、サービス提供前に実施するカウンセリング内容の明確化や同意書の締結、施術に関する注意点の事前説明などを丁寧に行い、顧客との認識のズレが生じないように努めてください。また、施術品質の向上や衛生管理、予約・待ち時間管理など、日常業務における基本的なサービス改善も、インターネット上の苦情・不満の発生を未然に防ぐ効果があります。

特に個人経営・小規模サロンにおいては、スタッフ数が限られるため、リスクはより重大なものになります。フルネームの外部公開を避ける工夫（苗字のみの表記・雅号の使用）や、SNS運用ルールの明確化などにより、スタッフの個人情報に過度に露出しない環境を整えることも大切です。

こうした予防策を講じた上で、それでも発生してしまうインターネット上の誹謗中傷・虚偽投稿に対しては、サロンとして一貫した方針に基づき、適切かつ迅速に対応することが求められます。

① 誹謗中傷

(例) SNS上に自店のスタッフの顔写真と氏名が掲載され、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。
- ・ 複数名のスタッフで確認するなど、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。
- i. 自店HPの場合、管理権限に基づき内容の削除を検討する。
- ii. 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。

○自店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、放置した場合にスタッフの名誉やサロンの信用が傷つけられると判断した場合、自店のHPやSNSを活用し、自店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の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スタッフへの誹謗中傷等を確認した際は、迅速にサロン内に情報共有し、適切な対応策を協議する。
- ・ サロン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、サロン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、対応の評価をサロン内で行い、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、サロンの評判に大きな影響を与えかねないため、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上にスタッフのフルネームが投稿されるリスクを防ぐため、予約サイト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、スタッフの名前の表記を「苗字のみ」や「雅号」に変更することを検討することも必要です。
- 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、名前の表記を見直すことも有効な手段の一つとして考えられます。

第4 カスタマー・ハラスメント発生後の対応

1. 就業者のケア

カスタマー・ハラスメントを受けたスタッフに対しては、心身の負担を軽減し、安心して働ける環境を整えるための配慮が重要です。以下に、スタッフのケアに関する基本的な考え方と取り組みの方向性を示しますので、体制整備や支援策の検討時にご活用ください。

(1) スタッフの安全と健康の確保

組合員サロンにおいては、以下の事項を参考にして、スタッフ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

- ・ 迷惑行為が発生した場合、一次対応（担当スタッフ）から二次対応（オーナー／店長／系列店の担当者）へ確実に引き継ぎを行ってください。
- ・ 小規模サロンでは、オーナー1人で対応が難しい場合に備え、事前に連絡できるバックアップ先（例：美容組合の相談窓口、近隣サロン、交代要員）を決めておきます。
- ・ 夜間や一人勤務時の対応ルール（例：「一人で対応せず、まずは電話で状況を共有してから対応する」）をあらかじめ決めておく安全です。

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スタッフが安心して報告や相談ができるよう、サロン内で相談しやすい窓口（オーナー、指定の相談担当者など）を明示してください。小規模なサロンでも「相談できる相手」を明確にすることが重要です。
- ・ 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、スタッフ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。

(2) メンタルケアのポイント

組合員サロンにおいては、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スタッフ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ります」という意識をスタッフが持つだけでも、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、スタッフ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、スタッフ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：アシスタント）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、サロンの責任として捉え、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と考えられます。オーナーや上司が早めにフォローし、同僚からの情緒的・実務的サポート（手伝い、替わりの施術、相談時間の確保）を行うと回復が早まります。

（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

- i. 情緒的サポート：共感や愛情の提供
- ii. 道具的サポート：形のある物やサービスの提供
- iii. 情動的サポート：問題の解決に必要なアドバイスや情報の提供
- iv. 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。

2. 再発防止に向けた取組

カスタマー・ハラスメントの発生を防ぐためには、個別の対応だけでなく、組織としての継続的な改善が不可欠です。以下に、再発防止に向けた方針を示しますので、サロン内の体制や運用の見直しに役立ててください。

（1）メッセージの発信

- ・ 事例発生時には、オーナーからスタッフへ迅速に情報とメッセージを出してください。（例）「今回の件はあなたの責任ではない」「報告してくれてありがとう」など、安心感を与える一言が重要です。

- ・ 報告したことが不利益評価に繋がらない旨（評価の懸念がある場合は逆に評価される旨）を明確に伝え、スタッフが気軽に報告できる雰囲気を作ってください。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、現場監督者やスタッフ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。

（２）事例検証を通じた再発防止

- ・ 発生した事例は、スタッフ（または信頼する外部アドバイザー）とともに、事実の確認・再発防止策の検討を行ってください。個人情報保護に配慮し、当該スタッフの同意を得たうえで必要最小限の情報共有を行います。カスタマー・ハラスメントの端緒が、スタッフ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。
- ・ 改善項目はマニュアルや予約・同意書の仕組み（施術前の説明・写真撮影の同意等）に反映して定期的に見直してください。
- ・ 定期研修や簡易ケースレビュー（スタッフ間での短い共有会）を設け、対応スキルを維持します。組合などの外部セミナーを利用するのも有効です。
- ・ 見直しに当たっては、大規模サロンであれば労働安全衛生法（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し、衛生委員会のような社内組織を持たない小規模事業では、定期ミーティングで代替して、意見交換等を実施することも有効です。

3. 顧客等の出入り禁止

悪質な迷惑行為を繰り返す顧客等に対しては、スタッフの安全と就業環境を守るため、必要に応じて厳正な措置を講じることが求められます。以下では、顧客等の出入り禁止を対応手段とする際の考え方について、法的根拠を含めて整理します。

（１）迷惑行為を繰り返す顧客等への対応

- ・ 当組合においては、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、顧客等の出入り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。
- ・ 組合員サロンにおいては、スタッフ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、出入り禁止や誓約書（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サロン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 企業間取引におけるカスタマー・ハラスメント

1. 取引先へのカスタマー・ハラスメントの未然防止

美容材料メーカー、ディーラー、予約サイト運営会社、専門学校、モデルなど、サロンは多くの外部事業者と関わりながら運営されています。スタッフが取引先担当者に対して不適切な言動を行うことも「カスタマー・ハラスメント」に当たります。業界全体として、サロンからの立場の強要や過度な要求を防ぐことは、取引先スタッフを含めた関係者の人権を守り、健全な業界関係を保つ上で重要です。当組合としては、組合員サロンが「自店がどのような姿勢で取引先と接するか」を整理し、スタッフに共有することを推奨します。

(1) ハラスメント防止の基本姿勢

組合員サロンにおいては、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、スタッフ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。当サロンは、ハラスメント行為を決して許さず、あらゆるスタッフ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スタッフです。オーナー・店長・正規スタッフのほか、フリーランスやアルバイトなども含まれます。美容材料メーカー、ディーラー、予約サイト運営会社、専門学校、モデル・インターン生など、サロンに関係するすべての人に対して、スタッフは、立場や契約の有無に関わらず、相手への敬意を忘れず対応します。

④ 相談窓口

- ・ 個人サロンの場合、まずはオーナーに相談することを基本としてください。複数スタッフが在籍するサロンは、オーナーに相談しづらい場合に備え、同僚など第三者に相談できる経路を確保することを推奨します。相談内容や個人情報適切に取り扱い、外部に不用意に共有しないようにします。

⑤ 懲戒処分

- ・ 就業規則等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、サロンの名誉や信用を傷つけるようなハラスメントを行ったスタッフ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

がらせ等を行ったスタッフがいた場合、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スタッフ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。全てのスタッフは、取引に当たっては、当社のスタッフ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」ような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、取引先からの派遣スタッフはパートナースタッフと呼び、自店スタッフ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、「自店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、自店スタッフに他社スタッフ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。

2. 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

(1) 取引先企業との間での事実確認

組合員サロンにおいては、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 組合員サロンのスタッフがカスタマー・ハラスメントを「受けた」可能性がある場合

i. 組合員サロンのスタッフ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、相手先の加害者と思われる就業者など、スタッフからの情報を基に、ハラスメントの状況等を確認してください。スタッフ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。

ii. 取引先企業への協力依頼

- ・ 組合員サロン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、組合員サロンの担当者は、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。

iii. 取引先企業と共同での事実関係の確認

- ・ あらかじめ組合員サロン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 組合員サロンのスタッフがカスタマー・ハラスメントを「行った」可能性がある場合

i. 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、組合員サロンの担当者は、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。

ii. 取引先企業と共同での事実関係の確認

- ・ あらかじめ組合員サロン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。

iii. 組合員サロン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、自店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 その他

1. 各種相談窓口

(1) 美容関係の相談窓口

【事業者】

- 東京都美容生活衛生同業組合
組合員サロンを対象に、顧客にケガをさせたり、衣服を汚したりした場合に使用できる美容所賠償責任補償制度がございます。組合員サロンで事故が発生した場合は、まずご連絡ください。また、初回の電話相談料が一回無料になる顧問弁護士をご紹介しますことも可能です。

TEL： 03-3370-2131

Email： info@beauty-city.com

【事業者】

- 公益財団法人 東京都生活衛生営業指導センター
東京都内で生営業を営む方を対象に、年5回まで利用可能な無料の法律相談を実施しています。事前に電話予約をするとご利用が可能です。

TEL： 03-3445-8751

(2) 東京都の相談窓口

① 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
事業者、スタッフだけでなく、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ています。

【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】

- 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。

② 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。

(3) 国の相談窓口

① カスタマー・ハラスメント関係の相談

【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。

● 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。

② 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。

● 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。

● 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。

③ 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。

● 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。

2. 関係法令・判例・裁判例

(1) 刑法

(不退去)

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、若しくは驚愕させること又はその事態に直し恐怖し、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。

(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。

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。

(2) 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、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。

(3) 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。

(4) 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。

(5) 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）第一百七十七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

(6) 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。

(7) 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。

(8) 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。一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。

(9) 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。

(10) 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。

(11) 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。

(12) 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/11900000/0/001338359.pdf>

(13) 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っ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、これに応ずるように努めなければならない。

(14) 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。

(15) 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。

（16） 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。

（17） 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。

(18) 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。

(19) 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

(20) 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。

(21) 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。

(22) 東京地裁平成30年11月2日判決

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スタッフが、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スタッフに周知されていたこと、深夜のスタッフを必ず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。

(23) 東京高裁令和4年11月22日判決

事案：

スタッフ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スタッフが、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。