

商店街のための

多様なお客様への対応と 法令ガイド



東京都商店街振興組合連合会

はじめに

近年商店街の様子が変わってきています。世代交代や、時代の移り変わりと共に、商店の形態が変わり、商店街に出店する店舗の構成も変化しています。

また、お客様も今までは昔からの顔見知りや、町内会の方々が多かったのですが、マンションが増えて、新しく移り住んできた住民や、インバウンドで来日した人も商店街を訪れるようになってきました。

そして、令和の今は新しい価値観も重要視されています。商店街もその価値観を無視することはできない状況です。

外国のお客様の増加による新たな配慮や、障害のあるお客様、妊娠中のお客様など、多様なお客様への配慮が必要になっています。

それから、カスタマーハラスメントといった問題も深刻化しています。配慮や対応の仕方ももちろんですが、それらに伴う法律をしっかりと理解しておくことで、毅然とした対応が可能となります。

このように多様なお客様が集まる商店街では、防災にも配慮する必要があります。防災に関する条例もありますので、防災対策に加え、備えておかななくてはならないものの最低限の知識をまとめました。

昨年は多様なハラスメントについてまとめた冊子を発行いたしましたが、本年はその第二弾として、昨年と同じ弁護士の村田先生監修の元、法令の視点から多様なお客様への対応を学んでいきたいと思います。

本冊子が日々の業務に役立ち、商店街全体の発展に寄与することを願っています。

もくじ

1	多様なお客様への配慮	4
	① 外国のお客様への配慮	4
	② 障害のあるお客様への配慮	6
	③ 妊娠中、子連れのお客様への配慮	7
2	カスタマーハラスメントへの対策	8
	① 正当なクレームとの区別	8
	② 事前の準備	9
	③ クレーム対応	10
	④ 従業員への配慮	11
3	個人情報、肖像権、知的財産権等の取り扱い	12
	① 商店街における個人情報とは	12
	② 商店街における肖像権、知的財産権とは	12
4	商店街における防災対策	14
	① 緊急時のマニュアルの策定	14
	② 従業員の教育	14
	③ 防災用品等の整備・管理	15
	④ 防災訓練	15

1 多様なお客様への配慮

商店街は開かれた場所であり、様々なお客様が訪れます。昔は商店街というと、町内会や近所の方などよく知った顔の方が訪れる印象でしたが、近年は海外からの観光客や外国人労働者、SNSなどを見て商店街の名物を目当てに遠方から来訪される方、様々な宗教・考え方を持つお客様、妊娠中の方や高齢者、障害のあるお客様も多く商店街を訪れています。

そのため、商店街では多様化するお客様に配慮する必要があります。

ここでは外国のお客様、障害のあるお客様、妊娠中・子連れのお客様を例に、配慮の仕方やサービスの事例をご紹介します。それに関わる法律をご紹介します。

① 外国のお客様への配慮

多言語、デザインによるサポート

案内板やメニュー、パンフレットなど、多言語での案内やサービス提供を行うことが有効です。英語、中国語、韓国語に加え、タイ語、ベトナム語でも案内することも考えられます。例えば、北品川本通り商店会では、QRコードを読み込むと商店街の観光サイトが立ち上がり、商店会に加盟する約40店舗の店舗やサービスの写真、日本語と英語の紹介文を見ることができる案内を行っています。

また、六本木商店街振興組合や大阪の鶴七商店街では、営業時間、駅までの距離、授乳やおむつ交換ができるスペース、混雑マップなどをピクトグラム（非常口のようにデザインで情報を伝えるもの）で案内しています。

※訪日外国人のマナー啓発

他方で、訪日外国人による騒音、路上飲酒、ゴミ捨てなどの行為も問題となっており、渋谷区では10月から路上や公園での夜間の飲酒を禁止する条例改正を行い、京都市では日本・京都の習慣やマナーの啓発ためのチラシを作成しています。

京都市のマナー啓発ツール

「MIND YOUR MANNERS」チラシ

出典:公益社団法人 京都市観光協会



文化的背景の理解と対応

今や日本は世界で人気の観光地です。様々な異なる文化や習慣のある観光客が来日しています。その文化や習慣についての理解を深め、尊重することが重要です。宗教的な慣習や食事習慣、服装などに対しても柔軟な姿勢を持ち、お客様の文化的なニーズに対応しましょう。

食事への配慮

個人差があるものの、ムスリム（イスラム教を信仰する信者）は豚、豚由来成分を食べず、アルコールを飲まないといわれています。また、ベジタリアンは肉や魚介類を食べず、ヴィーガンは肉、魚介類に加えて卵、乳製品、蜂蜜、ゼラチンも食べないとされています。さらに、特定の食べ物（えび、小麦、そば、卵など）を食べたり触れたりした後にアレルギー反応があらわれる食物アレルギーを抱える人もいます。

このような食事に制限のあるお客様を受け入れるため、使用している・していない食材の明示（豚の使用の有無等）や、対応メニューなどを表示することが考えられます。

原材料の情報は、英語表記と併せて、ピクトグラム（デザインで情報を伝えるもの）も使うとより分かりやすいです。

観光庁が4月に公表した「ベジタリアン・ヴィーガン/ムスリム旅行者おもてなしガイド」も参考になります。



※ [観光庁 ベジタリアン・ヴィーガン/ムスリム旅行者おもてなしガイド](#) 検索 または



宗教への配慮

特定の宗教的な需要に対応する施設やサービスを提供することができれば、それによって異なる宗教や信条のお客様にも配慮できます。

ムスリム（イスラム教を信仰する信者）は、1日5回（夜明け前、昼、午後、日没時、夜）メッカの方向を向いて礼拝を行い、マット（じゅうたん）を使用するので、礼拝の場所やアイテムを用意することが考えられます。

例えば、名古屋の栄町商店街には、商業施設内に礼拝所があり、礼拝用のマットや服も用意しています。

職場での配慮

来街者だけでなく、従業員やアルバイトにも外国人が多くなってきました。

業務のマニュアルを多言語、写真などで分かりやすく提供することが重要です。

また、休暇についても、各国の旧正月（中国の春節、ベトナムのテト。国や年によっても異なります。）に帰国したい人は少なくないので、労働日・休暇を調整することが重要です。

法令ガイド 出入国管理及び難民認定法（入管法）

入管法では、外国人が日本に入国、在留、日本から出国する手続きや在留資格などについて定められています。外国人は、在留期間の範囲で日本に在留することができ、これを過ぎると違法なオーバーステイとなり、刑罰も定められています。

また、在留資格には無制限で就労できるもの（永住者、日本人の配偶者等、永住者の配偶者等、定住者、特別永住者）、一定範囲で就労可能（技術・人文知識・国際業務、技能実習、特定技能など）、原則として就労できず許可を受けた範囲で就労できる資格（文化活動、短期滞在、留学、研修、家族滞在、特定活動の一部）があり、認められていない活動をする違法な資格外活動となり、これについても刑罰が定められています。

事業者が不法就労活動をさせると、違法な不法就労助長罪に当たり、これについても刑罰が定められています。事業者としては、外国人を雇用する場合、在留カードを確認し、在留資格、在留期間を確認することが重要です。



2 障害のあるお客様への配慮

日々、多くのお客様と接する中で、障害のあるお客様に対しても安心して利用していただけるような環境を提供することが大切です。今回は、具体的な対応例や職場での合理的配慮についてお伝えします。

対応の具体例

まず、視覚障害のある方には、商品の説明や店舗内の案内を口頭で丁寧に行うことが重要です。

また、聴覚障害のある方に対して、手話の他、筆談やスマートフォンの画面を示すことでコミュニケーションが図れます。

車椅子利用者のためには、店舗入り口や通路を広く保ち、商品の陳列も手の届きやすい高さに調整したり、バリアフリートイレなど障害の有無や性に関わりなく利用できる施設を設けることも検討するとよいでしょう。

職場での配慮

障害者雇用促進法により、雇用の分野における障害を理由とした差別的取扱いが禁止され、障害者が職場で働くに当たっての支障を改善するための「合理的配慮」を講ずること（ただし、当該措置が事業主に対して過重な負担を及ぼすこととなる場合を除きます。）が義務付けられています。合理的配慮の例として、車いすを利用する従業員に合わせて机や作業台の高さを調整すること、視覚障害のある従業員に対して文字だけでなく口頭での説明を行うこと、聴覚障害のある従業員に対して口頭だけでなくわかりやすい文書・絵図を用いて説明すること、筆談ができるようにすることも考えられます。スロープの設置やトイレのバリアフリー化も有効でしょう。

炎上事例

映画館での介護負担

ある映画館で、車椅子を利用している女性が、車椅子席ではなくスタッフによる介助が必要な席での映画鑑賞を希望し、スタッフに介助してもらった際に、スタッフから今後他の劇場で鑑賞することを勧められた旨をSNSに投稿しました。スタッフの発言が不適切とする意見の他、スタッフの負担が大きく、介助を当然と考える利用者に対する批判的な意見もあり、両者が言い合いになるいわゆる「炎上」に発展し、映画館が謝罪文を公表するに至っています。障害のあるお客様への配慮も重要である反面、転倒等のリスクやスタッフの負担も考慮すべきで、できないことはできないと伝え、お互いが思いやりの気持ちを持つことが重要と考えます。



法令ガイド 障害者差別解消法と改正点



障害者差別解消法は、障害のある人もない人も共に生きる社会（共生社会）を目指し、障害がある人への「不当な差別的取扱い」を禁止し、「合理的配慮」及び「環境の整備」を行うこととしています。

共生社会を実現するための取組を推進するため、事業者に対し「合理的配慮」の提供を義務付けることなどを内容とする「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律の一部を改正する法律」（「改正障害者差別解消法」）が、令和6年4月1日に施行されました。

詳しくは内閣府のリーフレット*もご参照ください。

* [内閣府 合理的配慮 リーフレット](#) 検索 または



3 妊娠中、子連れのお客様への配慮

妊娠中の女性や子連れのお客様は身体的な負担や不安を抱え、移動や行動に制限があることも多いため、快適に過ごせる環境を提供することが重要です。

例えば、前述の鶴七商店街では授乳やおむつ交換ができるスペースが設けられ、ピクトグラム（非常口のようにデザインで情報を伝えるもの）で案内することで安心して入ってもらえるようになり、一見さんや家族連れにもやさしい商店街であることが発信できています。

対応の具体例

妊娠中、子連れのお客様が安心してお買い物を楽しめるように、店内の通路を広めに保ち、移動しやすい環境を整えることや、椅子や休憩スペースを提供することは有効です。

また、妊娠中の女性は疲れやすく、重い荷物を長時間持つことも身体に負担がかかるため、荷物の持ち運びを手伝ったり、レジ待ちの際に優先的に対応するなど、コミュニケーションや思いやりのある対応を取ることも望ましいといえます。

職場での配慮

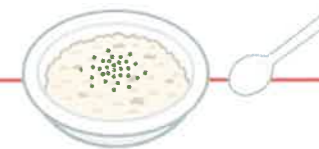
職場で妊娠中のスタッフが働きやすいように、勤務時間中の健診時間の確保（均等法12条）、重い物を持つ作業や長時間の立ち仕事を避けたり（妊婦の軽易業務転換につき労働基準法65条3項）、体調が悪いときなど必要ときに休憩を取れるよう（医師等から指導を受けた場合の休憩に関する措置につき均等法13条）、コミュニケーションや思いやりのある対応を取ることを求められます。

炎上事例

スープ専門店チェーンの離乳食の無償提供

ひとりで来店する女性をターゲットとしていたスープ専門店チェーンが、令和5年4月に離乳食の無償提供を始め、その際に「お客様のライフステージも変わり」と指摘しました。

これを受け、無料提供を喜ぶ子育て層、疎外感を感じたひとりで来店する女性、混雑や店内が賑やかになることを懸念する者などの間で言い合いになる、いわゆる「炎上」に発展しました。メッセージを发出する際には、特定の属性を優遇したり、属性間の分断が生じないように配慮が重要になると考えます。同チェーンは、炎上後に「お客様を年齢や性別、お子さま連れかどうかで区別をし、ある特定のお客様だけを優遇するような考えはありません。」「これからも「Soup for all!」の取り組みを続けていきます。」などと表明し、炎上は収束するに至っています。



法令ガイド 育児・介護休業法



育児・介護休業法では、原則として1歳に満たない子を養育する労働者が育児休業を取ることができる旨や、介護を行う労働者が介護休業を取ることができる旨、制度利用の申し出や制度利用を理由とする不利益取り扱いの禁止などを定めています。

改正も多く、厚生労働省のホームページで詳しく解説されているので、これらの情報も参考に、制度を理解し、適切に対応することが求められます。



2 カスタマーハラスメントへの対策

労働組合であるUAゼンセンの調査によると、小売りやサービス業で働く約2人に1人が、2年以内にカスタマーハラスメントの被害に遭っている*とのことです。正当なクレームはサービス向上のために重要ですが、カスハラは従業員の負担を増やし、業務に支障をきたすため、適切な対応が必要です。

※出典: UAゼンセン流通部門・総合サービス部門「カスタマーハラスメント実態調査」令和6年1月18日～3月18日実施

1 正当なクレームとの区別


カスタマーハラスメント (カスハラ)

カスタマーハラスメントとは、「顧客等からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求の内容に照らし、当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものであって、当該手段・態様により、労働者の就業環境が害されるもの」をいいます。

カスタマーハラスメントと正当なクレームの区別は、要求の内容と、要求を実現するための手段・態様の社会通念上の相当性により判断すると考えます。

	正当なクレーム	カスタマーハラスメント
要求の内容	要求の内容が妥当	要求の内容が妥当性を欠く ●事業主の提供するサービスに瑕疵(傷)・過失(落ち度)が認められない場合(合理的レベルを超える品質の要求) ●法的な責任を超えた不当な要求(土下座の要求、個人の謝罪の要求、提供していないサービスの要求、合理的理由のない事業所以外の場所への呼び出し、社内処分の要求)
手段・態様の相当性	かつ 要求を実現するための手段・態様が社会通念上相当	または 要求内容の妥当性にかかわらず不相当なもの ●身体的な攻撃(殴る、蹴る、押す、物を投げつけるなどの行為) ●精神的な攻撃(脅迫、誹謗中傷、人格攻撃、侮辱、暴言、威圧的な言動、乱暴な口調など) ●同じ内容の繰り返しや長時間、連日の要求、拘束的な言動(長時間の叱責、不退去、居座り、監禁) ●性的な言動、差別的な言動、プライバシー侵害、その他の個々の侵害(監視、撮影、SNS・インターネットへの投稿、個人情報の聞き出しなど) ●財産的な損害を与える行為(設備や備品の損壊、電気や水道の通常の範囲を超えた使用など) 要求内容の妥当性に照らして不相当とされる場合があるもの ●商品交換の要求 ●金銭補償の要求 ●謝罪の要求(土下座や個人の謝罪の要求を除く)

令和4年には厚生労働省の委託を受けた委員会が、カスタマーハラスメント対策マニュアル*を公表しているので、併せて参考にいただければと思います。

※ [カスタマーハラスメント対策マニュアル](#) 検索 または 

2 事前の準備

張り紙による顧客への注意喚起・抑止、従業員への啓発

ホームページやポスターで、カスタマーハラスメントに毅然と対応するという企業の意思表示、カスタマーハラスメントをやめてほしいという顧客への注意喚起、カスタマーハラスメントの定義したりを行う企業が増えてきました。ポスターは自社で独自に作成してもよいですし、厚生労働省のホームページでもポスターの例(企業の従業員がスーツ姿、レジ打ち、飲食店のホールスタッフ、配達員、コールセンター、任意のイラストを追加できるもの)が提供されているので、これらを活用するもひとつの手段です。



そのクレーム、やりすぎではありませんか?
暴力、暴言、土下座の強要...


STOP! カスタマーハラスメント

—みなさまに気持ちよく過ごしていただくために—

カスタマーハラスメントとは?
カスタマーハラスメントとは、例えば、
・過大な要求や不当な言いがかりなど、**主張内容**等に問題があるもの
・主張する内容には正当性があるが、**暴力や暴言**など、**主張方法**に問題があるものが考えられます。
暴力行為を始め、中には犯罪行為に当たる可能性のあるものも含まれます。

意見を伝える際のポイント
意見がきちんと相手に伝わるように、従業員に意見を伝える際には、以下の点を意識してみてください。
①ひと呼吸、置きましょう!
②言いたいこと、要求したいことを明確に、そして理由を丁寧に伝えましょう!
③従業員の説明も聞きましょう!

厚生労働省が提供している「カスタマーハラスメント対策啓発ポスター*」
国土交通省 経済産業省 消費者庁 厚生労働省 法務省 警察庁 農林水産省

※ [カスタマーハラスメント対策ポスター](#) 検索 または 

物的な準備

- 防犯カメラの設置によって抑止、やり取りの録画をしておく。
- ICレコーダーやスマートフォンの録音機能によって、やり取り、電話の録音をできるようにしておく。
- 名札のフルネーム、実名表記、顔写真掲載をやめ、アルファベットやイニシャル、ビジネスネームなどにする。



カスタマーハラスメント行為への対応体制、方法等をあらかじめ決めておく

- 顧客への注意、警察への相談（警察相談専用ダイヤル（#9119））、被害届の提出、弁護士を通じて対応する旨の告知、弁護士への相談など、行為によって対応を決めておく。

主な刑法の定め

行為	罪名	内容	具体例
業務を妨害する	偽計業務妨害罪	虚偽のうわさを流して業務を妨害する	食品に虫が入っていたなどとの虚偽のうわさを流す
	威力業務妨害罪	暴行、脅迫により業務を妨害する	大声を出す
公然と社会的評価を傷つける	名誉棄損罪	具体的事実を示す	食中毒になったなどと言う
	侮辱罪	事実を示さない	「バカ」「アホ」などと言う
脅す	脅迫罪	危害を加えることを告げる	子どもを殺す、インターネットで公表するなどと言う
	恐喝罪	暴行、脅迫により財物を脅し取る	インターネットに投稿されたくなければ金銭を支払えと言う
	強要罪	義務のないことを強要する	土下座の強要
暴行	暴行罪	身体に不法な有形力を行使する	殴る
	傷害罪	傷害を負わせる	殴って怪我をさせる
居座り	不退去罪	要求を受けても退去しない	退去するよう要求を受けても店に居座り続ける

従業員のための教育、体制の整備

- 従業員にカスハラについて説明し、カスハラの可能性がある言動を受けた際は相談することや相談対応者を伝えておく。

3 クレーム対応

顧客からのクレームに対応する際は、次の点に留意して対応することが重要です。

- 対象となる事実の5W1Hや状況、顧客が求めていることを正確に確認する。
- 店頭では対応せず、応接室等の個室に招いて2人以上で対応する。
- 録画や録音しておく。
- 相手が感情的になっても丁寧な話し方で冷静に対応し、よく話を聞く。その場しのぎの対応はせず、できないことは断り、カスタマーハラスメントには対応しない旨を伝えるなど毅然と対応する。相手を落ち着かせたときは確認の上回答するなど伝えて冷却期間を設ける。
- 謝罪する場合、対象を明確化、限定して謝罪する。

4 従業員への配慮

顧客から暴行や性的な言動、長時間の拘束、長時間・休日などの電話を受け、メンタルヘルス不調に至る従業員も少なくありません。そのため、然るべき者が情報共有を受け、対応を引き継ぎ、従業員の安全を確保する必要があります。

令和5年9月には精神障害が労災と認定される基準が改正され、カスハラによって精神障害を発症した場合も労災認定がされることになりました。カスハラを受けたり相談した従業員のメンタルヘルスのケアをすることが重要です。経営者は医学については専門的な知識を持たないのが通常ですので、心療内科の医師などに相談を促したり、医師の意見を聴くことも重要です。

事例

衣料品店の事例

平成25年に札幌市の衣料品店で、子連れの主婦が、店で購入したタオルケットに穴が空いていたクレームを言い、「店に来るのに使った交通費を返せ！」などと述べた上、対応した店員2人に土下座させて写真を撮り、その写真をSNSに投稿した上に、自宅に謝罪に来よう言いました。主婦の投稿は炎上し、氏名や住所がインターネット上で拡散され、店側が警察に被害届の提出し、主婦は強要罪（義務のないことを強要する）で逮捕され、罰金刑を受けました。

ラーメン店の事例

令和4年に水戸市のラーメン店で、男性客がトッピングのタマネギを手をつけないのに何度も注文し、次の来店時に店側が対応を断ったところ、男性が机の上にあったつまようじをすべてラーメンの中へ入れ、店の椅子を蹴り飛ばしました。男性はその後来店し、同様の行為を繰り返したことから、店側は男性客に注意したり警察に相談したものの、男性の行為はエスカレートし、1日20回ほど「殺すぞ」「火をつけてやる」などの電話をかけてくるようになりました。店側は電話記録や防犯カメラの映像をまとめ、警察に提出しましたが、男性客が脅迫罪で罰金刑を受けるまでの1年にわたり行為は続き、従業員は退職し、店も閉店に追い込まれました。

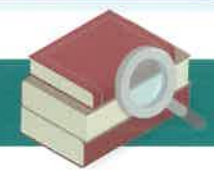
土浦市の事例

土浦市の女性職員が来庁した男性に対応していたところ、男性が女性職員をスマートフォンで無断で撮影しました。職員が画像を確認すると、顔と一緒に名札も写っており、女性職員は強い不安を感じたとのこと。同市ではこの件を機に、職員の名札表記をフルネームから名字だけにして、顔写真の掲載もやめたとのこと。

法令ガイド 東京都カスハラ条例



東京都では、社会全体でカスタマー・ハラスメントを防止するため、東京都カスタマー・ハラスメント防止条例が制定され、令和7年4月1日から施行されます。同条例では、カスタマーハラスメントを「顧客等から就業者に対する、著しい迷惑行為であり、就業環境を害するもの」と定義し、その禁止が定められる他、都、顧客等、就業者、事業者それぞれの責務が定められる見通しです。また、熊本市でもカスハラ防止条例の制定を検討しているとのこと。



3 個人情報、肖像権、知的財産権等の取り扱い

目に見えない情報や権利の取り扱いについてもトラブル事例が増えています。ここでは顧客や従業員の個人情報、肖像権、著作権や商標権といった知的財産権、不正競争防止法について、事例も取り上げて解説します。

① 商店街における個人情報とは

個人情報とは、生存する個人に関する情報で、特定の個人を識別できるものをいい、氏名、住所、性別、生年月日、顔画像等個人を特定する情報は個人情報に含まれます。個人情報保護法により、個人情報の利用目的を特定、通知・公表すること、適正な取得、利用目的の範囲内で個人情報を取り扱うこと、データが漏えい、滅失又は毀損しないよう安全管理のために必要かつ適切な措置を行うこと、あらかじめ本人の同意を得ずに第三者にデータを提供してはならないことなどが定められています。個人データの漏えい等が発生し、個人の権利利益を害するおそれがあるときは、個人情報保護委員会への報告及び本人への通知が必要となります。

顧客情報（ポイントカード、アンケートなど）

商店街では、顧客サービス向上のためにポイントカードやアンケートを通じて、氏名、住所、性別、生年月日などの個人情報を取得することがあります。これらの個人情報の取得、取り扱い、第三者提供にあたっては、前述の個人情報保護法に留意することが重要です。また、近時ではポイントカードを匿名にするなど利用しない個人情報は取得しないケースも増えています。



従業員情報

従業員情報も個人情報として慎重な取り扱いが必要です。従業員の個人情報は、採用、給与、福利厚生などの目的で収集されますが、これらの情報は権限を持つ者だけがアクセスできるようにしなければなりません。個人情報保護のために、定期的な研修や教育を実施し、情報漏えい防止策を講じることが大切です。従業員情報が不正に利用されないように、適切な監視体制を整えることも必要です。

② 商店街における肖像権、知的財産権とは

肖像権

肖像権は、みだりに自分の肖像や全身の姿を撮影されたり、撮影された写真をみだりに公開されない権利をいいます。

ホームページやSNSでサービスの紹介や求人募集のためにお客様や従業員の写真を公開する際は、事前に公開する目的であることを説明し、同意を得て撮影、公開すべきです。



著作権

著作権法の保護を受ける著作物とは、思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するものをいいます。音楽、アニメ・漫画も著作権により保護されます。

著作物を無断で利用（複製等）すると、権利侵害行為であるとして侵害行為の差止め、損害賠償の請求、刑事罰を受けることがあります。

令和2年には、岐阜県の露天商や男女4人が人気アニメ「それいけ!アンパンマン」のキャラクターをかたどった人形焼を著作権者の許諾を得ずに販売し、約3年間で約360万円を売り上げていたなどとして著作権法違反の疑いで書類送検され、罰金刑を受けました。

また、つくばエクスプレスを運行する首都圏新都市鉄道が社内イントラネットに新聞記事を無断掲載していたことに対して、日本経済新聞社と中日新聞社が損害賠償を請求する訴訟を提起し、令和5年に知財高裁で首都圏新都市鉄道に対して日本経済新聞社に696万円、中日新聞社に約133万円を支払うことを命じる判決が出ています。

さらに、音楽教室に対してJASRAC（日本音楽著作権協会）が著作権利用料を請求する事例もあります。著作物を使用する際には権利者の許諾を受けるべきです。

商標権

商標権は、商品やサービスに付ける「マーク」や「ネーミング」を財産として守るもので、マークと、そのマークを使用する商品・サービスの組合せで一つの権利となっています。

商標権を取得するためには、特許庁へ商標を出願して商標登録を受けることが必要です。他社が商標の登録を受けている商標を使用してしまうと、その他社の商標権の侵害にあたる可能性があるため注意が必要です。

詳しくは特許庁のホームページ「商標制度の概要※」もご参照ください。

※ または

法令ガイド 不正競争防止法



不正競争防止法により、他社の営業秘密を不正取得する行為（かつば寿司の運営会社がま寿司の営業秘密を不正に使用し罰金 3000 万円の刑罰を言い渡された件など）、著名な表示を使用する行為（マリカー事件など）、他社の商品の形態を模倣した商品を譲渡する行為（たまごっち事件）、原産地、品質等を誤認させるような表示をする行為（富山県氷見市内で製造もされず、その原材料が氷見市内で産出されてもいないうどんに「氷見うどん」等の表示を付して販売する行為に対して約 2 億 4000 万円の損害賠償の支払いが命じられた氷見うどん事件など）などは、差止め、損害賠償、刑罰の対象になります。

詳しくは経済産業省のホームページ「不正競争防止法※」もご参照ください。

※ または

事例

マリカー事件

任天堂の「MARIO KART」「マリオ」等と類似する「MariCar」、キャラクターコスチューム等の表示を使用した被告に対して、著名表示冒用行為に当たるとして使用差止め等と損害賠償が命じられた。



被告コスチューム

たまごっち事件



模倣品

4 商店街における防災対策

今年、令和6年1月1日、石川県能登半島でM7.6の地震が発生しました。さらに、8月には日向灘で地震が発生し、巨大地震はいつ起きてもおかしくないとされています。また、大雨やそれに伴う水害も各地で毎年のように発生しています。商店街においても防災対策は急務といえます。

1 緊急時のマニュアルの策定

緊急時のマニュアルの策定は、防災対策の基本です。ハザードマップや避難場所等も確認の上、商店街全体で統一されたマニュアルを作成し、各店舗に配布することが考えられます。マニュアルには、地震や火災、台風などの災害が発生した際の対応手順を具体的に記載します。例えば、地震発生時には、まず身の安全を確保し、揺れが収まった後にお客様を安全に避難させるための手順を細かく説明します。

避難経路や避難場所、応急処置の方法なども明示し、従業員がすぐに行動に移せるようにします。また、マニュアルは定期的に見直しを行い、最新の情報や技術を反映させることが重要です。災害時の連絡体制や責任分担も明確にし、誰がどの役割を果たすかを事前に決めておくことで、混乱を防ぎます。

杉並区の教会通り商店街では、災害時に火災が発生したらどこへ避難させるべきか、誘導にメガホンを使用することなど、災害時の対応策を決めたり、「防災スタンプラリー」と称して消火栓、消火器など設置箇所を巡ったり、病院のトリアージ訓練や区の起震車、消防署の煙体験、緊急炊き出しの実施などの体験ができる催しも行っているそうです。

事例

東日本大震災に関し損害賠償責任が認められた事例

石巻市立大川小学校津波訴訟（仙台高裁平成30年4月26日判決）では、津波により大川小学校の児童らが死亡した事故に関して、校長らは同小学校が津波の被害を受ける可能性を予見でき、危機管理マニュアルを改定し校庭から避難すべき避難場所、避難経路及び避難方法を予め定めておく必要があったという防災対策の不備を理由に市及び県の損害賠償責任を認めました。

2 従業員の教育

従業員の教育も欠かせません。緊急時に冷静かつ迅速に対応できるよう、定期的に防災に関する研修を実施します。研修では、地震や火災が発生した場合の初期対応や避難誘導の方法、心肺蘇生法（CPR）などの応急処置について学びます。例えば、火災が発生した際には、初期消火の方法や煙に巻かれた場合の対処法など、具体的な対応手順をシミュレーションします。

また、防災意識を高めるための講習会やシミュレーション訓練も有効です。従業員が一丸となって対応できるよう、チームビルディングの一環として防災教育を行うことも考慮します。これにより、従業員同士の連携が強化され、緊急時における対応力が向上します。

3 防災用品の整備・管理

防災用品の整備と管理も重要なポイントです。非常用食料や飲料水、応急手当用品、非常用電源、簡易トイレ、避難用具などを各店舗で備えておきます。これらの防災用品は定期的に点検し、使用期限の確認や不足している物品の補充を行います。例えば、非常用食料や飲料水は、賞味期限が切れていないか定期的にチェックし、必要に応じて交換します。

また、消火器やAED（自動体外式除細動器）の設置も検討し、従業員が使用方法を熟知していることを確認します。AEDは心停止状態の人を救命するための重要な装置であり、使い方を正しく理解していることが重要です。さらに、防災用品の保管場所は、非常時にすぐに取り出せるように工夫します。例えば、避難口近くや従業員が常にアクセスできる場所に設置することで、迅速な対応が可能となります。

4 防災訓練

防災訓練は、実際の災害に備えるために欠かせません。防災訓練には、消火訓練、避難訓練、応急救護訓練、安否確認訓練などがあります。商店街全体で定期的に防災訓練を実施し、各店舗が連携して避難誘導や応急救護を行う練習をします。地震や火災を想定したシナリオを用意し、実際に避難経路を確認しながら訓練を行います。例えば、避難訓練では、従業員が指示を出しながらお客様を安全に避難させる手順を実際に体験します。

また、地域の防災組織や消防署と連携し、より実践的な訓練を実施することも効果的です。これにより、地域全体の防災力が向上し、商店街と地域社会が一体となって災害に立ち向かう準備が整います。訓練後には反省会を開き、改善点を共有して次の訓練に反映させます。これにより、訓練の質が向上し、実際の災害時により効果的な対応が可能となります。

事例

戸越銀座の防災訓練

令和5年9月24日に戸越銀座商店街で行われた防災まちづくりの取り組みが、総務省消防庁主催第28回防災まちづくり大賞において「消防庁長官賞」を受賞しました。戸越銀座商店街連合会はコロナ禍を契機に、商店街が長く続けてきたお祭りを「まちなか防災訓練」に切り替えました。これには企業や行政も参加し、放水体験、防災クイズラリー、備蓄食販売、募金、防災紙芝居などが体験でき、地域の防災力向上に大きく貢献しました。



法令ガイド 東京都帰宅困難者対策条例



平成25年に施行された同条例では、都民の取組として、むやみに移動を開始しない（一斉帰宅の抑制）、家族との連絡手段を複数確保するなどの事前準備、事業者の取組として、従業員の一斉帰宅の抑制（施設の安全を確保した上で、従業員を事業所内に留まらせること、必要な3日分の水や食料の備蓄に努めること）、従業員との連絡手段の確保など事前準備などを定めています。

同条例の概要リーフレット*が日本語、英語、中国語、韓国語で紹介されていますので、併せて参考にしてください。

* [帰宅困難者リーフレット](#) 検索 または



商店街のための多様なお客様への対応と法令ガイド

令和6年10月

発行：東京都商店街振興組合連合会



著者：弁護士 村田 浩一

平成19年中央大学法学部卒業、平成21年中央大学大学院法務研究科修了。平成22年弁護士登録、高井・岡芹法律事務所入所、令和2年根本法律事務所入所。経営法曹会議会員、中央大学講師、その他法人役員等。人事・労務の分野を中心とする企業法務を扱い、懇切丁寧な対応を心掛けている。主な著書に『退職勧奨・希望退職募集・PIPの話法と書式』（編著、青林書院）、『同一労働・同一賃金の実務と書式』（編著、青林書院）、『SNSをめぐるトラブルと労務管理 事前予防と事後対策・書式付き〔第2版〕』（共著、民事法研究会）、『外国人雇用の法律相談Q&A—在留資格の確認から労務管理まで』（編集代表、法学書院）等がある。

