

# 2026年実施予定 雇用関連法の主な変更点

近年、雇用を巡る法制度は大きな転換期を迎えています。少子高齢化の進行、働き方の多様化、ハラスメント問題などを背景に、雇い主に求められる責任は年々増大しています。2026年中に予定されている雇用関連の法改正のうち、特に実務への影響が大きい4点について紹介します。

これまで高齢者雇用を巡っては、定年延長や継続雇用制度といった「雇用の継続」に重点が置かれてきました。今後は、高齢者雇用について「雇用を継続しているか」だけでなく、「安全に働ける環境を整えているか」が問われるようになります。

## 3.子ども・子育て支援金制度の創設と医療機関への影響【4月～5月】

少子化が急速に進行する中、子育て支援を社会全体で支える名目で、社会保険負担増となる子ども・子育て支援金制度が導入されます。子育て支援施策の安定的な財源確保を目的とし、医療保険に上乗せする形で支援金を徴収する制度となっています。

既に導入されている「子ども・子育て拠出金」とは、名称は似ていますが異なる制度です。子ども・子育て「拠出金」は全額事業主負担となりますが、子ども・子育て「支援金」は健保組合等の被用者保険に加入している場合、従業員と事業主で原則折半します。2026年度の料率は標準報酬月額0.23%であり、4月分保険料(5月給与)から拠出することになるため、予め従業員に周知するとともに、給与計算の際には注意が必要です。

## 4.カスタマーハラスメント防止義務化【10月予定】

2026年10月にカスタマーハラスメント防止が義務化される予定です。2025年4月に東京都では既に条例として制定されていますが、国としても法制化され、事業主に対応が求められます。

これまで、ハラスメント対策といえば、セクハラ・パワハラなど「職場内」で発生する問題が中心でしたが、顧客からの暴言や人格否定、長時間に及ぶ執拗なクレーム、土下座要求や過剰な謝罪の強要といった行為により、従業員が精神的に追い込まれ休職・退職してしまう事例が多く見られるようになりました。医療機関においても、いわゆるペイシェントハラスメントが大きく問題視されています。こうした外部からの加害行為についても、労働者の安全と健康を守るという観点から、事業主にも一定の環境整備等を求める流れとなっています。

対応内容としては、

- ・カスハラに対する基本方針の明文化
- ・相談窓口や報告体制の整備
- ・発生時の対応手順の策定
- ・従業員向けの教育・研修

等が求められます。

義務化までに患者からの「どこまでが正当なクレームで、どこからがハラスメント行為なのか」を医療機関として明確にし、従業員が安心して業務に専念できる環境を整えることが必要です。

## ■まとめ

直近の雇用関連の制度変更は、扶養認定における必要書類の変更、高齢者に対する安全配慮、子ども・子育て支援金制度への対応、カスタマーハラスメントへの組織的対応と多岐にわたります。日常診療で忙しい中ではありますが、人材獲得競争が激しくなる中で、今後の雇用管理においては、法令遵守を出発点として、従業員一人ひとりの働き方や生活に目を向けた丁寧な対応が求められます。

※東京保険医新聞2026年3月5日号より転載(一部編集)

東京電力福島第一原発事故から15年を迎えた3月11日、原子力規制委員会の山中伸介委員長は、中部電力による浜岡原発の基準地震動データの捏造など原発を抱える電力会社の不祥事が相次いでいることを受け、「安全やセキュリティに対する取り組みが劣化しているのではないか」と懸念を示した。果たして、このような中部電力に連転主体としての適格性はあるのか。

原子力規制委員会もまた、実際には原発推進の

## 主張

### 原発運営、適格性を問う

た。そもそも規制委は原発の安全を証明するのではなく、新規制基準に合致したかどうかを審査する組織だとされる。では一体、誰が原発の安全性

福島原発事故の被害補償は、浜岡原発立地の静岡

は、浜岡原発立地の静岡

は、浜岡原発立地の静岡

は、浜岡原発立地の静岡

は、浜岡原発立地の静岡

は、浜岡原発立地の静岡

は、浜岡原発立地の静岡

は、浜岡原発立地の静岡

は、浜岡原発立地の静岡

## 相模原支部研究会 「自院の強み」 伝わる工夫で採用へ

相模原支部は3月26日、支部研究会をユニコムプラザさがみはらとWEB併用で開催した。テーマを「2026年医療業界の採用最前線―人材不足時代の採用・定着・組織づくり―」として株式会社Dental Happyの野崎卓朗氏が講演し、14名が参加した。



講師の野崎氏

氏は現在を売り手市場の“求職者が就職先をジャッジする時代”だとし、面接の重要性に触れた。求職者が入社したいと思える「自院の強み」が伝わる施設見学や体験、WEBサイトの運用を通じ、効果的に面接へ繋げる必要があると強調した。また、“採用に至るまでの公式”として、「インプレッション数×クリック率×応募率×訪問率×採用率=採用数」を示し、自院のイメージ画像を含めた魅力的なWEB広告づくりや、「求める人材が閲覧する媒体・WEBサービスは何か?」の検討―等、採用戦略についても事例を交え詳説。参加者からの切実な悩みにも回答した。

なお、本研究会はアーカイブ配信を行っているため、詳しくは協会ホームページ内の「KANAOI TV」をご覧ください。

## 活動報告

quick reports