

ハラスメントのない労働環境の 実現に向けた取り組み

おがさわら
小笠原

ともかず
呂和

● U A ゼンセン 政策政治局 部長

はじめに

ハラスメントは現代の労働環境において深刻な問題となっている。働く者が仕事を遂行する上で不安や苦痛を感じることは、メンタルヘルスや生産性に悪影響を与える可能性がある。また、ハラスメントは組織全体の雰囲気や信頼関係にも悪影響を及ぼし、チームの協力や成果にも悪影響を及ぼす可能性がある。

特に職場などの社会的な環境でのハラスメントは、被害者の労働スキルの進歩や成長を妨げることがある。労働組合や企業として、問題の把握や啓発、ハラスメント被害者の支援や相談、労働環境の改善など、様々な取り組みが求められている状況である。これらの取り組みを通じて、ハラスメントを根絶し、安心して働ける職場づくりを目指すことが重要な課題である。

ハラスメントの主な類型と背景、原因

セクシャル・ハラスメント

1989年に性的被害を問う裁判が福岡で起こされ、初めて違法性が認定されたことをきっかけにセクシャル・ハラスメントの概念が日本社会に浸透するようになってきた。1997年には男女雇用機会均等法が改正され、セクハラに関する事業主の防止配慮義務が規定されるなど、それまでは個人間のトラブルと捉えられてきた職場のいじめは、社会的な問題であるという考え方が一般的に定着した。

パワー・ハラスメント

厚生労働省は、都道府県労働局や労働基準監督署等への職場の嫌がらせに関する相談が増加を続け、社会的な問題として顕在化していることをうけて、2011年から「職場のいじめ・嫌がらせ問題に関する円卓会議」を開催。同会議の報告書は、パワー・ハラスメントが社会問題として顕在化した背景には、企業間競争の激化による社員の圧力の高まり、職場内のコミュニケーションの希薄化や問題解決機能の低下、上司のマネジメントスキルの低下、上司の価値観と部下の価値観の相違の

拡大など、様々な要因があると指摘している。

マタニティ・ハラスメント

2009年に刊行された「働く女性とマタニティ・ハラスメント」(杉浦浩美)で、初めてマタニティ・ハラスメントという言葉が社会的に発信されている。2013年5月に連合非正規労働センターが実施した「マタニティ・ハラスメントに関する意識調査」をきっかけに広く世間に知られるようになった。連合は、2013年～2014年にかけて女性をテーマに全国一斉の労働相談キャンペーン及び、調査を実施し、2013年調査で低かったマタニティ・ハラスメントの認知度が2014年度には大きく向上している。

カスタマー・ハラスメント

2017年にU Aゼンセンが、流通従事者の約7割が来店客から何等かの迷惑行為を受けた経験がある、という調査結果を報告したことで、一気に社会問題化した。2018年に厚生労働省によってとりまとめられた「職場のパワーハラスメント防止対策についての検討会報告書」においても、パワー・ハラスメントとならんで、顧客や取引先からのハラスメントであるカスタマー・ハラスメントが社会的に無視できない問題になっていると言及されている。

U Aゼンセンにおける職場のハラスメント対策

2020年6月にはハラスメントに係る各種改正法が施行となり、ハラスメントの防止措置が強化され、2022年4月からは中小企業でもパワハラ防止措置が義務化され、ハラスメントのない職場づくりに向け、労働組合の役割がますます重要になってきている。

U Aゼンセンの職場のハラスメント対策は、大きな取り組みとして、毎年の労働条件闘争方針に「職場のハラスメント対策」という要求項目を掲げ、セクシャル・ハラスメント、パワー・ハラスメント、マタニティ・ハラスメント、カスタマー・ハラスメント等、ハラスメント全般について、トータルな対策の整備を求めて、労使協議を行っている。

セクシャル・ハラスメント、パワー・ハラスメント、マタニティ・ハラスメントについては、既に企業に方針作成や体制整備等の措置義務が課されているので、それらを踏まえながら下記闘争方針を参考にし協議を行っている。

2023年U Aゼンセン 2023労働条件闘争方針 (抜粋)
総合的な労働条件の改善 職場のハラスメント対策
<p>基本的考え方</p> <p>企業のあらゆる活動において、国籍、性、性的指向や性自認、宗教、出身地、信条等を理由とした差別的取り扱いがあってはならない。— (中略) —</p> <p>職場におけるハラスメントは労働者の人権を侵害する重大問題であると認識し、顧客や取引先からの暴力、悪質なクレーム等の著しい迷惑行為を含め、職場におけるあらゆるハラスメントについて、トータルな対策を整備するよう労使で取り組む。</p>
<p>取り組み内容</p> <p>以下の7点を含めた、企業としてのトータルな対策を実施するよう労使協議を行う。</p>

- ① 企業トップによる社内外へのメッセージの発信
- ② 会社の方針の明確化と社内周知
 - a. 顧客や取引先からの迷惑行為に対する対応方針の明確化
 - b. ガイドラインや行動マニュアル、ポスターなどの配布・掲示
 - c. 管理職研修・従業員研修の定期的な実施
- ③ 労働協約や就業規則など社内規定への明記
 - a. 行為者への対処方針の明確化
 - b. 不利益取扱い禁止の明確化
- ④ 相談窓口や対応責任者の選任、外部専門機関との連携など相談体制の整備
- ⑤ ハラスメント事案対応のルール化と体制整備
 - a. プライバシー保護のためのルール化と対応マニュアルの作成
- ⑥ 従業員アンケートなどによるハラスメントの実態把握
- ⑦ ハラスメントの要因を解消する取り組みの推進
 - a. 定期的な面談やコミュニケーションスキル向上のための取り組み
 - b. 適正な業務目標の設定と業務体制の整備

労働条件闘争では、カスタマー・ハラスメントに対しても上記の闘争方針と併せて、UAゼンセン流通部門が作成した「顧客からのハラスメント

の定義とその対応に関するガイドライン」(下記資料)を参考にしながら他のハラスメントと同様の措置をとるように労使協議を行っている。

顧客からのハラスメントの定義とその対応に関するガイドライン (目次)

UAゼンセン流通部門 (2020年7月改定)

第1 顧客からのハラスメントに取り組むに至った経緯

- 1. 顧客からのハラスメントの実態
- 2. UAゼンセン流通部門 悪質クレーム対策 (迷惑行為) アンケート調査分析結果
- 3. 労働者の精神衛生上の問題などの被害と企業損失
- 4. 企業側の対応の遅れと違いについて
- 5. 顧客からのハラスメントの定義が存在しないことについて (判断が困難)

第2 顧客からのハラスメントの定義

- 1. 顧客からのハラスメントの判断基準について

第3 顧客からのハラスメントの類型別要求内容、及び要求態度について

- 1. 要求内容について
- 2. 要求態度について

第4 顧客からのハラスメントの一般的な対応について

1. 謝罪について
2. 顧客の言っていることの正確な把握
3. 事実確認
4. ハラスメントが疑われる場合の対応
5. 対応環境

第5 企業がとるべき対応、および雇用管理上の措置（防止措置）のポイントについて

1. ハラスメントの定義と判断基準の明確化について
2. ハラスメントを行ってはならない旨の方針の明確化と周知・啓発について
3. 相談窓口の設置
4. 相談への適切な対応
5. 事実確認
6. 被害者への措置
7. 行為者への措置
8. 再発防止
9. プライバシー保護
10. 不利益取扱いの禁止
11. 従業員への教育
12. 企業トップのメッセージ
13. 関係各所との連携

カスタマーハラスメント アンケート調査結果（概要）

ここで、2017年にU Aゼンセン流通部門・総合サービス部門で実施されたアンケート調査の結果を紹介する。この調査結果は流通部門の悪質クレーム（迷惑行為）に関するものである。

【調査結果の要点】

- ・有効回答数は5万弱で、その中で70%の人々が悪質クレームを経験したと回答している。
- ・迷惑行為の具体的な事例は暴言、内容の繰り返し、権威的態度、脅迫、威嚇、長時間拘束、セクハラ行為が挙げられている。
- ・悪質クレームという言葉で調査を行ったが、

実際には商取引とは関係のない場面での一方的な暴言やセクハラ行為が起きていることが明らかになっている。

- ・迷惑行為は従業員に強いストレスを与え、労災認定や精神障害の事例もあることが明らかになっている。

【迷惑行為の影響と対応】

- ・迷惑行為から受けた影響は5割以上の人々が強いストレスを感じている。
- ・迷惑行為への対応として、「謝罪」が5割近くにのぼっている。
- ・企業の組織体制の整備とクレーム対策教育が迷惑行為からの保護に向けた重要な措置とされている。

アンケート調査結果を踏まえた 取り組み

UAゼンセン流通部門、総合サービス部門、及び日本介護クラフトユニオン（NCCU）が行ったアンケート調査結果を受け、労働施策総合推進法の改正や労働安全衛生法の枠組みにおいて、ハラスメントへの対応を義務づける議員立法が提案

されている。厚生労働省からは介護現場におけるハラスメント対策マニュアルが提供され、介護業界での対策モデルとして活用されている。

さらに、厚生労働省、消費者庁、経産省、国交省、農水省、法務省、警察庁で構成する「顧客等からの著しい迷惑行為の防止対策の推進に係る関係省庁連携会議」で議論を行うとともに、企業向けマニュアル、リーフレット、ポスター等を省庁で作成し対策が進められている。

カスタマーハラスメント対策ポスター

そのクレーム、やりすぎていませんか？

早く帰れ! 暇か!

土下座しろ!!

お客様は神様じゃないのか!

お詫言ったら許してやめよ

お詫言ったら許してやめよ

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**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!

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

関係省庁連名（厚生労働省、消費者庁、経産省、国交省、農水省、法務省、警察庁）

今後の課題 ～カスタマーハラスメントを 中心に～

カスタマー・ハラスメントへの対策は、正当なクレームを尊重する企業の体制整備につながる。企業は労働者の対応範囲を明確にし、安全配慮義務を果たすための体制を整える必要がある。2020年6月にはハラスメントに係る各種改正法が施行となり、ハラスメントの企業による防止措置が強化され、2022年4月からは中小企業でもパワハラ防止措置が義務化されていたが、2020年の法改正ではカスタマー・ハラスメントの企業による防止措置義務化は見送られている。

今後、企業におけるカスタマー・ハラスメント防止措置の義務化をめざし、労働施策総合推進法の見直し時期（2025年6月）を見据え、再度の実態調査等を行いながら、世論喚起等を行っていく必要がある。

また、ハラスメントそのものを禁止する法整備が必要である。国際労働機関（ILO）の暴力とハラスメントに関する条約（第190号）は、あらゆる人の権利を尊重し、暴力とハラスメントのない職場環境を実現することを基本原則とし、第三者が関与する暴力やハラスメントについても言及している。G7では、イギリス、イタリア、カナダ、フランスが批准、ドイツが批准を表明している状況である。

日本でILO第190号条約の批准にあたっては、国内法の整備が必要であるが、①日本のハラスメント関連法は労働者を対象としているのに対し、条約は保護対象が広い（就活、研修期間、ボランティア等）、②日本の法は使用者の防止措置義務である一方、条約はハラスメントそのものの禁止規定がある、などの課題がある。

今後、これらの課題解決に向けて継続的な取り組みを進めて行くとともに、取り組みを通じてハラスメントを根絶し、安心して働ける職場づくりを目指すことが求められている。