

# (参考) 職場におけるパワーハラスメント対策

## 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<抄>

### 7 事業主が他の事業主の雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為に関し行うことが望ましい取組の内容

事業主は、取引先等の他の事業主が雇用する労働者又は他の事業主(その者が法人である場合にあっては、その役員)からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為(暴行、脅迫、ひどい暴言、著しく不当な要求等)により、その雇用する労働者が就業環境を害されることのないよう、雇用管理上の配慮として、例えば、(1)及び(2)の取組を行うことが望ましい。また、(3)のような取組を行うことも、その雇用する労働者が被害を受けることを防止する上で有効と考えられる。

#### (1) 相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備

事業主は、他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為に関する労働者からの相談に対し、その内容や状況に応じ適切かつ柔軟に対応するために必要な体制の整備として、4(2)イ及びロの例も参考にしつつ、次の取組を行うことが望ましい。

また、併せて、労働者が当該相談をしたことを理由として、解雇その他不利益な取扱いを行ってはならない旨を定め、労働者に周知・啓発することが望ましい。

イ 相談先(上司、職場内の担当者等)をあらかじめ定め、これを労働者に周知すること。

ロ イの相談を受けた者が、相談に対し、その内容や状況に応じ適切に対応できるようにすること。

#### (2) 被害者への配慮のための取組

事業主は、相談者から事実関係を確認し、他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為が認められた場合には、速やかに被害者に対する配慮のための取組を行うことが望ましい。

(被害者への配慮のための取組例)

事案の内容や状況に応じ、被害者のメンタルヘルス不調への相談対応、著しい迷惑行為を行った者に対する対応が必要な場合に一人で対応させない等の取組を行うこと。

#### (3) 他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為による被害を防止するための取組

(1)及び(2)の取組のほか、他の事業主が雇用する労働者等からのパワーハラスメントや顧客等からの著しい迷惑行為からその雇用する労働者が被害を受けることを防止する上では、事業主が、こうした行為への対応に関するマニュアルの作成や研修の実施等の取組を行うことも有効と考えられる。

また、業種・業態等によりその被害の実態や必要な対応も異なると考えられることから、業種・業態等における被害の実態や業務の特性等を踏まえて、それぞれの状況に応じた必要な取組を進めることも、被害の防止に当たっては効果的と考えられる。

## 5. 顧客や取引先からの著しい迷惑行為

本検討会において、流通業界や介護業界、鉄道業界では、顧客や取引先からの暴力や悪質なクレームなどの著しい迷惑行為については、労働者に大きなストレスを与える悪質なものがあり、無視できない状況にあるという問題が提起された。このことを踏まえ、本検討会においては顧客や取引先からの著しい迷惑行為への対応と職場のパワーハラスメントへの対応との関係についても議論を行った。これについては、顧客や取引先からの著しい迷惑行為については社会全体にとって重要な問題であり、何らかの対応を考えるべきという意見が示された一方で、この問題は消費者問題や経営上の問題として対応すべき性格のものであり、労働問題としてとらえるべきなのか疑問であるため、職場のパワーハラスメントについては職場内の人間関係において発生するものに限るべきとの意見が示された。

この問題については、そもそも、使用者には労働契約に伴って安全配慮義務があり、その具体的内容は、労働者の職種、労務内容、労務提供場所等安全配慮義務が問題となるその具体的状況によって異なるものの、一般的には、顧客や取引先など外部の者から著しい迷惑行為があった場合にも、事業者は労働者の心身の健康も含めた生命、身体等の安全に配慮する必要がある場合があることを考えることが重要である。

このことを踏まえれば、事業主が労働者の安全に配慮するために対応が求められる点においては、顧客や取引先からの著しい迷惑行為は職場のパワーハラスメントと類似性があるものとして整理することが考えられる。

しかしながら、顧客や取引先からの悪質な著しい迷惑行為への対応は、職場のパワーハラスメントへの対応と次の点で異なる。

- ①職場のパワーハラスメントと比べて実効性のある予防策を講じることは一般的には困難な面がある。
- ②顧客には就業規則など事業主がつかさどる規範の影響が及ばないため、対応に実効性が伴わない場合がある。
- ③顧客の要求に応じないことや、顧客に対して対応を要求することが事業の妨げになる場合がある。
- ④問題が取引先との商慣行に由来する場合には、事業主ができる範囲での対応では解決につながらない場合がある。
- ⑤接客や営業、苦情相談窓口など顧客等への対応業務には、それ自体に顧客等からの一定程度の注文やクレームへの対応が内在している。

こうした議論を経た上で、顧客や取引先からの著しい迷惑行為を受けた労働者に対して、事業主が配置転換や相談を受け付けることなど何らかの対応に取り組むことが必要とされているのではないかという意見が示された。一方で、相違点を踏まえれば、事前に行行為者が予見できない場合には予防が難しいと考えられることや事業主が自社の労働者に対して講じるのと同様の措置を講じることは難しいという意見も示された。こうした議論を踏まえれば、例えば、セクシュアルハラスメントや妊娠・出産・育児休業等に関するハラスメントに対して事業主が雇用管理上講ずべきとされている措置の内容と照らした場合には、「行為者への対処方針・対処内容の就業規則等への規定」、「周知・啓発や、事実関係の迅速・正確な確認」、「行為者に対する対応の適正な実施、再発防止に向けた対応の実施」などの措置について、顧客や取引先からの著しい迷惑行為への対応として事業主が取り組むことに一定の限界があると考えられる。

また、顧客や取引先からの著しい迷惑行為への対応については、事業主が顧客に対してあらかじめ著しい迷惑行為をしないよう働きかけることは難しくとも、雇用する労働者に対して取引先の労働者等に対して著しい迷惑行為をしないよう周知・啓発することは可能であり、まずはそうした取組から進めるべきではないかとの意見が示された。加えて、顧客や取引先からの著しい迷惑行為が社会的な問題になっている状況を踏まえれば、顧客や取引先からの著しい迷惑行為の問題に対応するためには、事業主に対応を求めるのみならず、周知・啓発を行うことで、社会全体で機運を醸成していくことが必要であるという意見が示された。その際に、例えば「カスタマーハラスメント」や「クレーマーハラスメント」など特定の名前やその内容を浸透させることが有効ではないかとの意見が示された。

さらに、顧客や取引先から過剰な要求があった場合に、そのことが企業にとって強い圧力となり、その結果労働者への負荷が大きくなるのが、職場のパワーハラスメントの背景にもなり得るとの意見が示された。このため、一人一人が顧客や取引先の立場となる場合も含め、職場の内外を問わず、他者に対して著しい迷惑行為をしてはいけないという社会認識を形成していくことも重要であるという意見も示された。こうした意見を踏まえれば、個別の労使のみならず業種や職種別の団体や労働組合、関係省庁(厚生労働省、経済産業省、国土交通省、消費者庁等)が連携して周知、啓発などを行っていくことが重要であると考えられる。

ただし、顧客や取引先からの著しい迷惑行為については、業種や職種ごとに態様や状況に個別性が高いことも事実であることから、今後本格的な対応を進めていくためには、関係者の協力の下、更なる実態把握を行った上で、具体的な議論を深めていくことが必要であると考えられる。

## 6. まとめ

(中略)

加えて、本検討会においては、顧客や取引先からの暴力や悪質なクレームなどの著しい迷惑行為については、労働者に大きなストレスを与える悪質なものがあり、無視できない状況にあるという問題が明らかになった。

こうした著しい迷惑行為については、事業主が労働者の安全に配慮するために何らかの対応に取り組むことが必要とされているのではないかという意見が示された。一方で、職場のパワーハラスメントへの対応との相違点を踏まえれば、事前に行行為者が予見できない場合には予防が難しいと考えられることや、事業主が自社の労働者に対して講じるのと同様の措置を講じることは難しいという意見も示されるなど、業種や職種ごとに態様や状況に個別性が高いことも事実である。

このため、顧客や取引先からの著しい迷惑行為について事業主に取組を求めることや社会全体の気運の醸成などの対応を進めるためには、職場のパワーハラスメントへの対応との相違点も踏まえつつ、関係者の協力の下で更なる実態把握を行った上で、具体的な議論を深めていくことが必要である。