土地家屋調査士会　様

今、士業事務所が知っておきたい
ハラスメント対応

ＹＵＫＩビジネスサポート　社会保険労務士　前野　優紀

本研修の目的・目次

本研修の目的

ハラスメントについて学び、身近で起きたらどうするか、
また、対応・予防について考える

- 1. ハラスメントの定義・実例について
- 2.　カスタマーハラスメントとは
- 3. 企業の取るべき対策
- 4. 相談窓口設置・対応マニュアルのポイント
- 5. 法的対応の準備
- 6. SNS/インターネット上の誹謗中傷対策
- 7.　ハラスメントを予防するには

ハラスメントとは

- 「いじめ・嫌がらせ」

★パワーハラスメントとは

「優越的な関係を背景とした言動であって、業務上必要かつ相当な範囲を超えたものにより、労働者の就業環境が害されるもの」

★カスタマーハラスメントとは

顧客等の要求の内容が妥当性を欠く場合

要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当な言動で、それにより社員の就労環境が害されるもの

（土下座の要求、差別的な発言、暴力/暴言、個人攻撃）

★その他、マタハラ、就活ハラスメント、・・・

ハラスメントの実情①

令和5年度　職場のハラスメントに関する実態調査報告書

（厚生労働省　より）

★2023年12月に全国の従業員30人以上の企業を対象に郵送およびWebで実施（回収率31.7%）。

★労働者調査: 2024年1月に全国の企業・団体に勤務する20～64歳の男女労働者を対象にインターネット調査を実施（サンプル数8,000名）

＜企業調査結果＞

ハラスメントの発生状況: パワハラが最も多く、次いでセクハラ。顧客からの迷惑行為も増加傾向にある。

取組状況: 企業の約7割が相談窓口の設置と周知を行い、次いでハラスメント防止の方針を明確化し周知している。

課題: ハラスメントかどうかの判断が難しい、従業員の精神的ケアが難しいなど。

パワハラ、セクハラ、妊娠・出産・育児休業・介護休業等ハラスメント、顧客等からの著しい迷惑行為、就活等セクハラに対して予防・解決のために実施している取組として、「相談窓口の設置と周知」の割合が最も高く、約 7 割以上の企業が実施している。次いで「ハラスメントの内容、職場におけるハラスメントをなくす旨の方針の明確化と周知・啓発」の割合が高く、約 6 割以上の企業が実施している。業種別にみると、いずれのハラスメントにおいても、「金融業、保険業」、「複合サービス業」などで、取組を実施している割合が全般的に他の業種より高かった。

ハラスメントの実情②

＜労働者調査結果＞

- ハラスメント被害の経験:
- ・パワハラが19.3%、セクハラが6.3%、顧客からの迷惑行為が10.8%。

勤務先の対応: パワハラやセクハラに対しては「特に何もしなかった」が多く、顧客からの迷惑行為に対しては相談に応じることが多い。

今後の必要な取組: 企業の自主的な取組の促進・支援が必要とされている。

相談件数の多かった業種としては、パワハラ、セクハラ、妊娠・出産・育児休業等ハラスメン

ト、介護休業等ハラスメントでは、「金融業、保険業」、「教育、学習支援業」、「宿泊業、飲食

サービス業」、「医療、福祉」や「生活関連サービス業、娯楽業」が多い傾向にあった。

顧客等からの著しい迷惑行為では、「医療、福祉」、「宿泊業、飲食サービス業」、「不動産業、物品賃貸業」(それぞれ 53.9%、46.4%、43.4%)が、就活等セクハラについては、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「教育、学習支援業」の順に相談があった企業の割合が多かった(それぞれ 2.9%、2.1%、1.4%)

ハラスメントの及ぼす影響

もし、行為者になったら・・・

○社会的影響

・事業所内での処分

・民事上の責任

（行為者には）民法709条の不法行為責任
（会社には）　民法415条の債務不履行責任（安全配慮義務違反）
民法715条の使用者責任

・刑事上の責任

名誉棄損、侮辱罪、脅迫罪、暴行罪、傷害罪等

⇒そして、社会的信用、社会的地位を失う。自身の家庭が崩壊する。

・事務所（会社）のイメージダウン

ハラスメントの及ぼす影響

金品や土下座の要求も…　千葉県職員1342人カスハラ被害　マニュアル作成、対策検討　過去3年実態調査

7/3(水) 20:03 配信　13

千葉日報



千葉県庁

千葉県は職員を対象にしたカスタマーハラスメント（カスハラ）の実態調査で、1342人の職員が過去3年間に職場で県民らから著しい迷惑行為を受けたと回答したと明らかにした。県は本年度中に対応マニュアルを作成するなどして、対策を検討する方針。

県総務課によると、職場でのカスハラの傾向や実態を把握するため、昨年12月～今年2月に知事部局の職員約1万人を対象に匿名のアンケート調査を実施。調査に応じた約3300人のうち、約4割に当たる1342人が過去3年間に1度以上カスハラを経験したことがあると回答した。

1342人のうち「時々経験した」が889人、「何度も繰り返し経験した」は250人、「1度だけ経験した」は203人だった。迷惑行為の内容（複数回答）は「長時間の拘束や同じ内容のクレーム」が1059人で最も多く「名誉毀損（きそん）・侮辱・ひどい暴言」が685人と続いた。金品や土下座の要求、脅迫を受けた職員もいて、53人が「暴行・傷害」に回答した。

穴沢幸男副知事はアンケート結果を踏まえ「社会通念上、不相当とされる要求などに組織として毅然（きぜん）とした対応を行えるよう、新たに対応マニュアルを作成する」と説明。職員の負担軽減へ「他団体の取り組みも参考にして対策を検討し、職員が安心して働ける職場作りに努める」と述べた。

なぜ、カスハラが起こるのか

①認識の違い（自覚のなさ）★他のハラスメントにも同じ

　カスハラを行っている当人としては「迷惑行為」と認識しているケースは少なく、その大半は「正当なクレーム」だと認識していると考えられる。つまり「企業側が間違っているから問題点を指摘してあげて、改善を要求しているだけだ」

②ＳＮＳの普及

　顔の見えない状態で、匿名の状態でも自分の意見を主張することが簡単にできる

★ネットリテラシーの低さ

企業が取り組む対策

①従業員を守る対応策の確立

→トップ・経営者が、ハラスメントにどのように対応するかの考え方を決めて、それを周知する

②正当なクレームと不当なクレームの区別

→事例を共有し、検証する

③毅然とした対応

→もし、カスハラが発生した場合の対応についてできるだけ具体的な行動を検証しておく（研修など）

大手企業の対応

ドコモ、“カスハラ”への対処方針を発表

7/12(金) 15:27 配信

ケータイ Watch



写真：ケータイ Watch

NTTドコモは、いわゆるカスタマーハラスメント（カスハラ）への基本方針を策定したと発表した。

同社では、“カスハラ”を、「内容に妥当性を欠く、あるいは妥当でもその手段や態様が社会通念上、不相当で、スタッフの就業環境が害されるもの」と定義する。

たとえば、身体や精神への攻撃や威圧的な言動、土下座の要求、長時間の電話や居座り、許可なしでの関連施設内への立ち入り、差別的な言動や性的な言動などが例として挙げられている。

スタッフへ知識や対処方法を学ぶ研修を進める一方、被害にあったスタッフのケアを最優先にする。もし発生すれば、スタッフを守るため毅然と対応し、必要によってはサービスや商品の提供などを断る。

マニュアルの作成と周知

- クレーム対応の基本方針
- →正当なクレームとは
- →理不尽・不合理なクレームとは

従業員のミスが原因か、製品の瑕疵が原因か、感情に沿った解釈が原因か

悪意のあるクレームの場合、不当な謝罪や、ときに金銭や物品による補償を求めるケースがあるので注意が必要です。自社側に落ち度がない場合は、毅然とした態度で要求を断りましょう。

- 具体的な対応手順

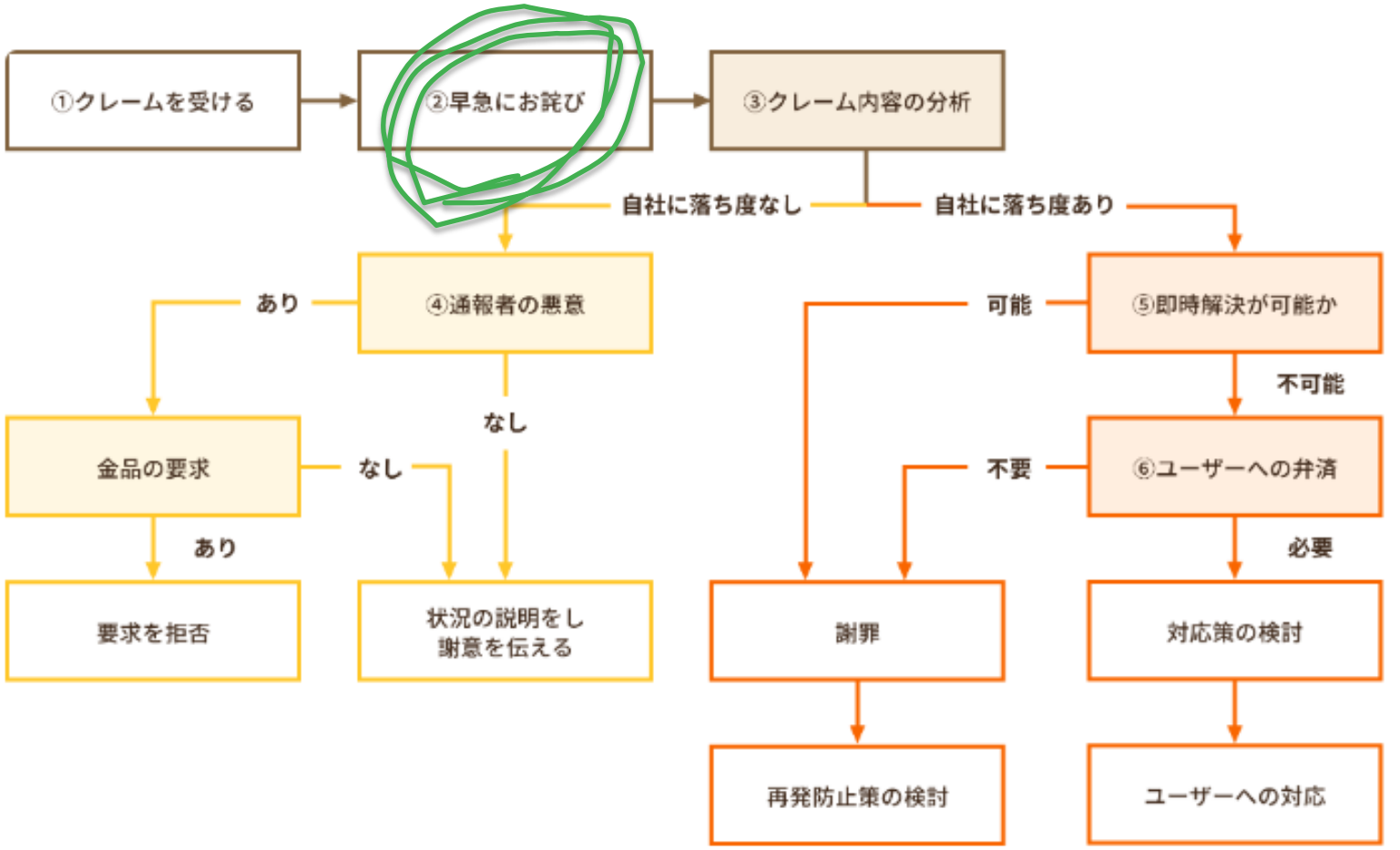
当事者一人で対応しない。記録を残すなど

★すぐに謝らない、謝ってばかりにしない

- エスカレーションプロセス

顧客の問題を上位レベルのサポート担当者やマネージャーに引き継ぐためのプロセス。迅速・的確が重要

クレーム対応の基本フロー



教育・研修の実施

- カスタマーハラスメントの理解を深める
- 従業員へのメンタルケア

①カスハラ・クレーム・苦情の定義を共有化

②具体的な対応策

★初期対応（初動）の重要性を知る

苦情申出人のプライバシー保護のために、個室で話を聴く

個室では、苦情受付担当者のほかに上司1名などの複数人で対応をする

苦情申出人の話を途中で遮らない

苦情申出人に対して、勝手な思い込みや先入観を持たないようにする

苦情申出人に対して、不快な思いをさせたことは謝罪する

不当な要求には毅然とした態度で対応をする　など

③クレーム受付・相談窓口の体制構築

カスタマーハラスメントの事例

・時間拘束型

【例】長時間にわたる従業員の拘束、居座り　など

・リピート型

【例】理不尽な要望に関連して、繰り返しの面会の求めや電話をしてくる　など

・暴言型

【例】大きな怒鳴り声や人格否定、侮辱的に発言する　など

・暴力型

【例】社員や顧客、店の設備などを殴る、叩く、蹴る、体当たりする　など

・威嚇・脅迫型

【例】脅迫的に発言する、反社会的な勢力とのつながりをほのめかす　など

・権威型

【例】正当な理由のない状況で特別扱いを要求する　など

・店舗外拘束型

【例】クレームの詳細がわからない状況で、職場外である顧客などの家や特定の場所に呼びつける　など

・SNS／インターネット上での誹謗中傷型

【例】インターネット上での名誉毀損や、プライバシーを侵害する情報を掲載する　など

・セクシャルハラスメント型

【例】社員の身体に触る、つきまとう、デートや食事に誘う、性的な冗談を言う　など

法的対応の準備

必要に応じた法的措置

- ○民事上の責任
- ○刑事上の責任
- ○警察への相談

弁護士との連携

　悪質なクレーム・ハラスメントについては弁護士へ相談できるよう、連携体制を整える

○脅迫罪　強要罪　恐喝罪　威力業務妨害罪

偽計業務妨害罪　不退去罪

従業員のメンタルケア

○カスタマーハラスメントによる精神的なダメージは、従業員のモチベーションや集中力などを低下させます。また、メンタル不調がひどくなれば、うつ症状やパニック発作などで仕事を休職・離職せざるを得なくなるでしょう。

○従業員のモチベーションや集中力を維持し、長く働いてもらうためにも、早期の対応、傷ついた心のケアを含めたカスタマーハラスメント対策が必要となります。

SNS/インターネット上の誹謗中傷対策

- 名誉毀損やプライバシー侵害の対策
- 掲示板やSNSの運営者に対する削除依頼
- 発信者情報の開示請求
- 名誉毀損の処罰要求

★ネットリテラシーとは★

インターネット・リテラシーを短縮した言葉で、インターネットの情報や事象を正しく理解し、それを適切に判断、運用できる能力を意味します。

ハラスメントに適切に対応するためには

①事実確認

・時系列での事実確認（記録）

・相手の要求（主張）を整理する

・相手の要求の妥当性、社会通念上相当かを件等

②情報共有

・現場従業員全員での情報共有

・場合によっては建物・事務所への立ち入り禁止

③再発防止のための取り組み

・研修・会議・情報共有

ご静聴ありがとうございました。

～私たちは、一生懸命頑張っている人を応援します～

YUKIビジネスサポート

〒514-0004

三重県津市栄町二丁目420番地　オフィス5　1階

電話：059-253-3564

FAX：059-253-3573

URL：https://yuki-bs.jp

