

労働政策審議会 雇用環境・均等分科会（第75回）	資料1-2
令和6年11月8日	

## これまでの労働政策審議会雇用環境・均等分科会での主な御意見

※下線部が第74回（令和6年10月21日）の御意見

### 1. 女性の職業生活における活躍の更なる推進

#### (1) 女性活躍推進法の延長

- ・ 日本のジェンダーギャップ指数は先進国の中で最下位である等、未だ課題があることを踏まえると、女性活躍推進法の期限は延長する必要がある。
- ・ 女性が働きやすい環境整備は着実に進んできているが、L字カーブ、管理職比率、男女間賃金差異といった課題は残されている。企業の取組を推進・支援するという点で女性活躍推進法に基づく取組は重要であるため、延長に異論はない。
- ・ 中小企業においても深刻な人手不足の状況にあり、女性活躍を推進していくことは重要であるため、女性活躍推進法の期限延長に異論はない。
- ・ 女性活躍推進法が制定されてからこれまで、各種法制度の見直し・充実をさせてきた。期限延長にあたっては、そうしたことを整理した上で、これからの女活法のあり方についての考え方をまとめていく視点が重要ではないか。
- ・ 期限を単に延長するのではなく、行動計画推進のPDCAサイクルの充実をはじめ、男女間格差是正の実効性の向上が必要。
- ・ 取組の更なる推進に当たっては、業種・業態や企業規模による取組の難しさや、男性社員に対する理解促進という点にも配慮すべき。
- ・ あらゆるハラスメント対策の強化、職場社会の意識改革、長時間労働を前提とした働き方の見直し等は、性別にかかわらず必要不可欠な取組であり、併せて推進していく必要がある。

#### (2) 中小企業における取組の推進

- ・ 中小企業の多くが、女性活躍推進に向けた取組が重要であると考えている。一方で、規模が小さい企業ほど、自社にノウハウがないために、十分に取組実施ができていない。負担が増えるだけで具体的な取組は難しいという実態を踏まえ、まずは取組に対する支援を進めるべきで、100人以下規模企業の行動計画策定に関しては、引き続き努力義務とすることが適当である。
- ・ 中小企業における自主的な取組を促進することは人材確保の観点からも大切であり、好事例発信やコンサルティング支援をしっかりと進めていくべき。コンサルティング支援においては、どのような能力を有する者が対応できるのかも定める必要があるのではないか。
- ・ 形式的に義務を遵守させるのではなく、行動計画策定のハードルを下げる必要がある。また、行動計画策定によるメリットを中小企業に実感してもらえれば、取組促進にもなるのではないか。
- ・ 努力義務企業でも、約8千社は行動計画を策定している。将来的には中小企業を含めた全ての企業における行動計画策定を目指して、支援が必要。また、行動計画の策定、格差の是正の実効性を向上させるため、すべての企業に対して経年で効果があったかの測定を支援するツールの提供等、支援が必要。

### (3) 女性の職業生活における活躍に関する情報公表の充実

#### ① 男女間賃金差異の情報公表の拡大

- ・ 全ての女性の活躍という観点から、男女間賃金差異は、企業規模にかかわらず是正していくことが重要であるため、情報公表義務の対象企業拡大が必要。
- ・ 男女間賃金差異の数値の公表だけでは格差是正にはつながらない。一連の取組を格差是正につなげていくために、説明欄を活用し、要因分析や是正に向けた取組の記載を促すべき。
- ・ 例えば正規雇用労働者の中でも、職種によって賃金が大きく異なり、職種ごとの男女の比率に偏りがある場合、同一職種の中でも格差がある場合、役職ごとの男女の比率に偏りがある場合等、様々な課題が考えられるため、雇用管理区分ごとの平均賃金の比較だけでは格差の是正に向けた取組に繋がらないことを懸念。要因分析・是正に向けた取組や、それらについて説明欄への記載を促すことが必要。
- ・ 男女の人事評価の結果における差異など、賃金格差の要因となるような状況把握の任意項目についても、基礎項目として把握することが必要。特に「男女別の配置状況」や、「教育訓練の男女別の受講状況」、「男女別の一つ上位の職階に昇進した者の割合」、「男女の人事評価の結果における差異」等については、基礎項目として把握を義務づけるべき。要因分析及び是正においては、労使でしっかり点検し、改善に取り組むことが重要である。
- ・ 現行の状況把握項目の基礎項目については、賃金差異の大きな要因ともされている項目が設定されている。一方、任意項目では、自社の実情を踏まえ、基礎項目を把握・分析した上で、特に課題と考えている項目を選べる位置付けとなっている。今後も企業の継続的な施策を支援していく上で、多様な事情を抱える企業が効果的に取組を進められるよう、負担にも配慮し、基礎項目は現行のままとすべき。
- ・ 業種・業態や企業規模の違いによる取り組みの難しさ、女性が少ない職種・業界等では取組の成果が出るまでに時間がかかる等の課題や背景も含め、制約がある中で是正に向けてどのように知恵を絞って取り組んでいくかなどを説明欄に記入することを促していくべき。
- ・ 男女の賃金の差異について、詳細分析を行った企業の方が、「賃金差異改善に向けた社内の意識向上」、「新たな取組の実施や制度の創設」に繋がった企業の割合が高いというデータもある。状況把握や要因分析のためのツールの提供など、取組を促すための支援を行っていくべき。
- ・ 「民間企業における女性活躍促進事業」として、令和7年度の拡充事項に指導員の設置があるが、それに加えて、コンサルタントの活用や、賃金差異の要因分析のためのツールの提供などの支援についても検討する必要がある。
- ・ 男女間賃金差異及び女性管理職比率は、公表すること自体が目的ではなく、要因分析と改善のための取組が重要である。分析を行うリソースが中小企業にはないということを踏まえる必要がある。今のままでは負担感のみが増えてしまうのではないか。
- ・ 情報公表によって求職者に与える印象は気になる。人数規模が小さく定期的に採用を行っているわけではない中小企業においては、母数が影響する部分が多い。また、大企業に比べて打てる手も多くない。中小企業での取組も進めていくことは重要だが、義務の拡大は、実態を踏まえた慎重な検討が必要であると考えられる。
- ・ 中小企業の経営者が、自社にとって意義があるという納得感を持って取組を進められるようにしなければ、裾野が広がることは期待できず、かえって抵抗感が広がってしまう。企業が前向きに取り組める環境整備が重要であり、まずは大企業での取組の中から、中小企業でも進めていけるような事例の共有や、取組への支援を行い、ある程度取組が進んだところで公表義務対象の拡大を考えるべきである。

- ・ 2022年に301人以上の企業に男女の賃金の差異の公表が義務付けられたが、諸外国では一層の取組が進んでおり、日本のジェンダーギャップ指数は146か国中118位と低位にとどまっている。従来の内容で期限を延長するだけでは不十分であり、中小企業に対しても、国が負担軽減のための支援を行うこととあわせ、男女間賃金差異の公表義務対象を101人以上の企業に拡大していくべきである。
- ・ 賃金差異の情報公表拡大について、説明欄の活用は重要と考えているが、企業負担の面から、主要な共通する内容を例示して選択式にするといったことを考えてもよいのではないか。
- ・ 中小企業への公表義務化は慎重であるべき。説明欄の活用について、単に、全社員及び雇用管理区分別の状況を把握し、説明欄を活用することを促すだけではなく、分析・公表と、構造的な説明を結びつけてセットで行うことを、積極的に進めていくべきである。
- ・ 2024年の春に、一般事業主行動計画策定支援マニュアルが改訂されており、その中に、賃金差異の分析や公表方法も示されている。本マニュアルの周知も必要ではないか。
- ・ 有価証券報告書にも、女活法の「説明欄」と同様、「任意の追加的な記載欄」がある。数値の持つ意味を分析し、是正にむけていかに取り組むかが投資家から問われている。こうした企業の姿勢は労働者のエンゲージメントを高めるとともに、求職者からも重視されるため、「説明欄」と同様に「任意の追加的な記載欄」の活用を促していくべき。

## ② 女性管理職比率等の情報公表の義務化等

- ・ 女性管理職比率は一定程度増えてきており、女性の採用数も増えているが、管理職相当の人材になるまでの育成には時間を要するので、管理職比率をあげるのには一定の時間を要する。また、個人の事情や意思にも影響されるということも考慮する必要がある。一律に公表を義務化することが管理職比率上昇に寄与するのか、慎重な議論が必要。
- ・ 例えば製造現場や技術系・技能系の職種では、企業が女性社員や女性管理職の増加に取り組んでもなかなか成果につながらず、相当の年数がかかるということで苦慮している状況がある。男女別管理職登用比率を参考値として記載することは、あくまで任意とすべきである。
- ・ 女性管理職比率の低さは男女間賃金差異の大きな要因の一つ。女性のキャリア形成をはじめ女性活躍推進の観点からも、取組の加速化が必要であり、公表を義務化すべき。
- ・ 対象となる企業規模については、PDCAサイクルを回す上で、行動計画の策定と情報の公表を一体的に取り組むことが有効であり、行動計画策定が義務付けられている企業に合わせることを考えられる。
- ・ 新たに説明欄を設けた上で、男女別管理職登用比率を参考値として記載することが必要。差異の要因分析結果や、是正に向けた取組も記載することが必要。
- ・ 女性管理職比率の公表においては他社と比較できることが重要であり、不適正な計上を防ぐ観点からも、説明欄に厚生労働省が示す管理職の定義に沿う旨や、計上している役職呼称名を明記することが必要。選択式にする等、記載のハードルを下げる工夫も検討できるのではないか。
- ・ 管理職について、企業で組織のフラット化やジョブ型の導入が進み、マネジメントも変化している。「課長」「係長」などではなく、「マネージャー」としていたり、専門職の役職も増えている。独自の役職名を用いているところも多い。管理職の定義については、各社の事情に応じて適切に管理職数を計上できる運用や周知が必要である。
- ・ 説明欄に役職の呼称名を記載することについて、全ての役職を記載するとなるとかなりの数に上ることが想定されるので、実務面は配慮していただきたい。
- ・ 企業では、管理職になった女性から「管理職になることだけが女性活躍なのか」という問題提起があったり、女性社員を積極的に管理職登用する中でスムーズに適應できない

社員がいたりする。女性管理職比率向上の重要性は理解しているが、それ相応の期間を要するものであり、女性労働者一人一人のエンゲージメントの向上を伴うことが不可欠であることの周知が必要。

### ③ 情報公表必須項目数

- ・ 企業が情報公表をする際に期待することの1つは、採用上の効果だと思うが、現状ではこの効果は大きくなく、男女間賃金差異の公表の拡大や管理職比率の公表義務化も議論されている中では、企業負担の面から、項目数の拡大には慎重であるべき。
- ・ 項目数は増やすべき。また、少なくとも状況把握項目の基礎項目に関連する項目の公表を必須とするのが適切ではないか。さらに、状況把握において雇用管理区分ごととなっている項目については、公表においても同様に雇用管理区分ごととすべきではないか。
- ・ 女活法に基づく状況把握は、企業が業種・業態の特性など自社の実情を踏まえて取り組むことができるように基礎項目と任意項目が設定されている。他方、情報公表は、公表範囲そのものが事業主の姿勢を表すものとして、主体性を尊重する形になっている。情報公表項目数の見直しについては企業の主体性に委ねることを基本としたうえで、検討すべき。

### ④ 女性の活躍推進企業データベース

- ・ データベースの認知度が高いとは言えない状況にあり、これを高めていくことが前提となる。データベースへの公表が企業にとってメリットとなることが分かれば、自ずと取組は進んでいくと思う。一律に数値が比較される環境には、懸念を感じている。
- ・ 企業によっては自社 HP の更新頻度が低いようなケースもあることから、情報公開義務がある企業に対してデータベースの活用勧奨を推進することは必要であるが、一方で一覧性や比較等のために登録を義務化することは行き過ぎではないか。
- ・ 企業だけではなく世間一般においても、データベースの認知を高めていくことも急務。
- ・ データベースは、各社の取組を一覧でき、企業が他社の好事例を活用する機会を提供するとともに、企業間の切磋琢磨による好循環を促し、女性活躍がより促進されることをめざしているのではないか。就活生を含む求職者にとっても企業選択の際に一覧できる方が利便性が高いため、データベースでの情報公表を原則とすべき。
- ・ 事業主が他社と比較して課題を認識し、是正に向けて PDCA サイクルを回していくことが重要。求職者の職業選択にも資する観点から、一覧性を高めるとともに、登録内容を経年比較できるようにデータベースを機能強化することが必要。経年比較できるようにすることでエラーチェックも可能となり、正確性の確保にもつながる。
- ・ 企業の HP かデータベースかのどちらかで良いという公表の仕方については、一覧性向上の観点から課題があるため、データベースでの公表を原則とすることが必要ではないか。併せて、データベースの認知度を高める取組が必要である。
- ・ 女性活躍推進企業データベースを利用していない理由の中で、「データベースの利用の仕方が分からなかったから」が 23.2%となっている。認知度の向上の必要性に加え、利用の仕方が分からないことによって利用を断念するようなケースについて、その理由を分析したうえで、予算事業も活用しながら具体的かつ実効性ある施策を図るべきではないか。
- ・ 企業によっては、自社 HP に充実した情報を掲載している。こうした企業の場合、女性活躍データベースに企業 HP のリンクを貼って代替することも認めていただきたい。また、データベースの情報をえるばし認定の手続の際に連携できる機能があればよい。

#### (4) 職場における女性の健康支援の推進

- ・ 事業主が性差の特徴に応じて健康支援に取り組むことは重要。国として性差による健康課題の実態把握や企業の健康支援の状況を把握・分析したうえで、事業主に対して、必要性を周知し、取組を支援していくことが必要である。具体的な取組としては、労働者のヘルスリテラシー向上のための研修、健康支援に関する制度の創設、管理職などへの研修などが考えられる。
- ・ 女性活躍推進法は定量的に状況把握、情報公表を行う法律上の仕組みとなっていることから、行動計画策定指針に健康に関する要素を盛り込むことが適切なのか、盛り込む場合どのような要素が適切なのかは慎重に検討すべき。労働者の健康情報に係る項目は、プライバシー保護の観点から盛り込むべきではない。
- ・ 特定の社員に限定した休暇制度の拡充などは全社の理解を得られにくい。女性だけでなく労働者全体の健康支援といった取組を検討していくことも必要。男性のヘルスリテラシー向上も重要であり、それに資する情報発信やコンテンツの提供等も検討すべき。
- ・ 女性の健康について、女性のみを取り上げた取組を計画に盛り込むことと、それに基づく認定を行うことについては、慎重に検討すべき。女性活躍推進のために必要な施策は、女性対象の施策だけではない。総合的な課題の見直しが多様な人材の活用に繋がり、女性活躍に資する。

#### (5) えるぼし認定制度の見直し

- ・ 認定制度はインセンティブも設けられているため、あくまで結果で判断すべき。健康課題に対応する相談窓口の設置や、休暇制度などの健康支援に関する制度の創設を、プラス認定に盛り込むことも考えられるが、労働者の健康情報に係る項目はプライバシー保護の観点から盛り込むべきではない。
- ・ 認定制度を広く社会に周知することが必要。
- ・ 認定を取得しない理由として、「存在を知らない」「メリットを感じない」の割合が高いことから、まずはえるぼし認定や認定を取得するメリットの周知が必要。
- ・ 1段階目は数社しか認定がないという状況を踏まえると、全ての段階が必要なのか。1段階目に関しては、頑張っている企業に対しても少しインセンティブを与えられるような見直しが考えられるのではないかと。例えば、満たさない基準について2年連続して実績が改善しているという基準のハードルが高いのではないかと。
- ・ えるぼし1段階目を取得した企業数は24企業と少ないが、そのうち8企業が次の2段階目に移行しており、1段階目は2段階目以降を取得するための初期ステップとして機能しているとも考えることもできるのではないかと。
- ・ えるぼし認定の見直しの方向性について事務局から案を示した上で、議論したほうがよいのではないかと。

## 2. 職場におけるハラスメント防止対策の強化

### (1) 職場におけるハラスメントは許されるものではない旨の明確化

- ・ ハラスメントは人権侵害であり、法制化されている4種類とは別に、あらゆるハラスメントを行ってはならないことを法律で明確にし、職場だけでなく、国として広く一般も含めて周知することが重要。
- ・ 労働者も職場を離れば消費者・生活者であることから、職場内のハラスメント対策と一体的に取り組み、仕事の世界におけるあらゆるハラスメントを行ってはならないことについて周知啓発を進め、社会的な合意形成をしていくことが必要。
- ・ ハラスメントの相談件数は高止まりしている。法制化されている4種類のハラスメント

- 対策の強化についても審議が必要。また、指針やマニュアルの改正・更新も検討が必要。
- ・ 労働局への相談件数について、パワーハラスメントに関する相談が高止まりしているが、労働者からの相談に限らず、企業からの相談も相当数入っていることに留意が必要。
  - ・ 令和5年度職場のハラスメント実態調査（労働者調査）では、令和2年度調査と比較するとハラスメントを受けた経験があると回答した者の割合が減少しており、改善している状況にある。
  - ・ パワーハラスメントについては、雇用管理上の措置を維持したうえで、企業が指針等を踏まえた取組を徹底し、従業員の意識・行動の変容に取り組む必要がある。厚労省で実施する、事業主を対象とした研修や伴走型取組支援等の支援策を活用しつつ、不断に取り組んでいくことが肝要。
  - ・ 性的指向・性自認に関して、パワーハラスメントに該当する例として指針においてアウティングが触れられているが、カミングアウトの強要や、カミングアウトを禁止する行為も追記すべき。
  - ・ IL0190号条約の批准に向けて、既に批准している先進国の状況なども参考にしながら、引き続き、検討や法整備が必要。
  - ・ 昨今、働く中で個人が不快に感じること一つ一つに〇〇ハラスメントと、名前がつけられる状況がある。一般にハラスメントは許されないとの規定によって、ハラスメントの範囲が過剰に広く解釈されることで、却って混乱を招く恐れがある。慎重に検討し、対象となる行為の範囲や行為者を明確化することが不可欠。
  - ・ 職場におけるハラスメントは許されるものではないことを明確化することには異論はない。
  - ・ 職場におけるハラスメントは許されるものではないことを明確化するには、その対象に関する考え方を一定程度整理し、誤解や混乱を招かないよう、文言を精査する必要がある。
  - ・ 職場におけるハラスメントは許されるものではない旨を法律で明確にすることについては、それがどのような効果をもたらすのかということと併せて検討する必要がある。職場におけるハラスメントは許されるものではないという趣旨を社会において定着させる原動力にする意味合いや、各種ハラスメント対策について一体的に運用していくべきことをはっきりさせる意味合いも考えられる。
  - ・ 職場での取組も重要だが、社会全体でも進める必要がある。社会と職場の意識のギャップが大きくなることが懸念されるため、職場だけではなく、社会全体でも議論を喚起することが重要。職場と社会の間で認識のギャップが大きくなると、企業の中での対応も難しくなってくる。社会全体での議論・対策を併せて検討しながら、職場での法的措置も進めていくべき。

## (2) 顧客、取引先等からの著しい迷惑行為等（カスタマーハラスメント）対策の強化

### ① 雇用管理上の措置義務の創設

- ・ カスタマーハラスメントについて、対策を進めている企業は未だ一部にとどまる一方、被害は広範にわたっている。また、対策を行っている企業では一定の効果が見られることを踏まえて、事業主の雇用管理上の措置義務とすることが必要。措置義務を設ける場合、具体的な内容を指針で明確化すべきという点に異論はない。
- ・ カスタマーハラスメント対策を措置義務とする場合、現行法に規定されているハラスメントと同様の内容になると承知。カスタマーハラスメントについて、自社においても、会社が策定した方針を踏まえて、管理職・担当者が連携して対応しているが、顧客の言動の態様や頻度によっては、従業員がメンタルヘルス不調を起こしたり、退職に至ってしまうことも懸念される。従業員を守るための雇用管理上の措置は大切であると考えて

いる。

- ・ ハラスメントは、元々、刑事・民事上の責任を問いつらい、曖昧なものであるので、事例を積み重ねていかなければかえって混乱することはあると思うが、カスタマーハラスメントについて、現在深刻な問題になっているところではあるので、啓蒙活動を推進するという意味で、法制化を考えていく良い時期である。
- ・ 企業経営の観点から、カスタマーハラスメントに関して、一定の雇用管理上の措置を講ずることは必要で、内容を指針で明確化することは妥当である。ただし、大企業と比べて経営資源に制約がある中小企業には、例えば経過措置の適用も考えるべき。また、中小事業における取組には、国が積極的に支援していく必要があると考えており、例えば、フリーランス・トラブル110番、下請かけこみ寺等を参考に、中小事業主にわかりやすく頼りがいのある、ワンストップのサービスが必要ではないか。
- ・ 第三者からのハラスメントは1事業主の取組みだけでは防止が難しく、企業規模を問わず、業界全体で同時に取組みを行うことが重要である。国として業界全体で足並みを揃えることができるよう、相談窓口など支援してほしい。
- ・ 措置義務となった場合に、カスタマーハラスメントについて、社内相談窓口でどのように対応したらよいか手探りになる。特に中小企業では、業種業態ごとに様々な実態があるところであり、窓口になった社員が必ずしも専門的知識を有しているとは限らないため、負担の大きさや、どこまで対応できるかということに不安を感じている。よりどころになるマニュアルや支援窓口を示していただくとありがたい。
- ・ 措置義務規定を設ける場合、現行の措置義務規定には、あわせて責務規定があるため、同じように考えるのであれば、責務規定の在り方も考える必要がある。
- ・ カスタマーハラスメントは、関係省庁と協議もしながら、消費者政策や企業間取引の適正化と併せて、進めていく側面がある。この点、労働立法の観点からどこまで対応するのかという論点はあるが、基本的に、労働者を守るために必要なことについては対応していくということで、政府全体に係る施策のことも、労働立法の中で関係者の責務規定などに反映できるか検討する必要がある。
- ・ カスタマーハラスメントは業種によりその態様が異なる。犯罪になるようなものもあれば、例えば、航空法の機内安全阻害行為に該当し得る行為等もある。警察庁や業所管省庁が連携して対策を検討し、必要に応じて業法の見直しも検討する必要がある。
- ・ 中小企業を含めた業界ごとのカスタマーハラスメント対策の足並みを揃え一体となって取組むため、国が業界ごとの標準的な取組マニュアルを策定する必要がある。
- ・ 東京都の条例化の動きと前後して、各業界ごとの取組が進んでいる。各業界や業種によって、どのような場面でカスタマーハラスメントが起こるのかは、様々である。業界団体が、どのような場合にカスタマーハラスメントが起こるのか、どこまでは業界として正当なクレームとして受け止めるのか、ということを利用者・顧客に示していくことが有効ではないか。
- ・ 国としては、カスタマーハラスメントをなくすという大きな方向性を示すとともに、各業界業種でのガイドライン策定等の取組をしっかりと後押ししていく、加えて、業界の取組を進めて行く上で相談できる枠組みを作っていくということが求められるのではないか。

## ② カスタマーハラスメントの定義

- ・ カスタマーハラスメントの定義については、今後労使でカスタマーハラスメント対策をしていく上で、よりどころになると考えている。定義を基本としながら、個別の企業の対策を促していくことが重要だが、併せて業界団体等による業種業態の特性を踏まえたガイドラインの作成、関係省庁が連携した消費者の意識・行動の変容に向けた取組、こ



の3つをセットで取り組むべき。政府による業界団体への支援と消費者への働きかけを検討すべき。

- ・ カスタマーハラスメントの行為者の「利害関係者」について、現時点では例示か限定列挙か不明だが、限定列挙になるのであれば、施設利用者の親族も「利害関係者」に含めた上で、過去の相談事例等も参考にしつつ、網羅できるのかを検討する必要がある。
- ・ 「利害関係者」について、例えば、企業の人事担当者が、従業員や退職者等から心ない言動を受けて、心身が疲弊してしまう実態もある。カスタマーハラスメントか、パワーハラスメントか判断に迷うところではあるが、こういった事例も踏まえて法整備について検討すべき。
- ・ 「社会通念上相当な範囲を超えた言動」について、職場のハラスメントに関する実態調査では、いずれのハラスメントも、行為者として顧客等（患者やその家族）や、取引先等の他社の従業員・役員が挙げられている。したがって、カスタマーハラスメントの言動の内容、手段・様態にはあらゆるハラスメントに係るものを含める必要がある。
- ・ 顧客等の第三者に対して、ハラスメントに該当する行為を明確に示す必要があると考える。
- ・ 「社会通念上相当な範囲を超えた言動」について、「言動の内容」や「手段・様態」の例の中に、パワーハラスメントに当たるようなものだけでなく、セクシュアルハラスメントや妊娠・出産等に関するハラスメントなど、あらゆるハラスメントが含まれることを明確にすべき。
- ・ 「労働者の就業環境が害されること」について、「平均的な労働者の感じ方」を基準とすることが適当であるとされているが、企業で判断する際は、労働者の心身の状況、受け止め、認識には個人差があるので、丁寧かつ慎重に相談対応・事実確認等を行う必要がある。
- ・ 例示について指針等で示すこととなった場合において、カスタマーハラスメントをめぐる状況は日々変化しているため、改めて企業の実態把握を必要に応じて行った上で、実態に即したものになるようにすべき。

### ③ 上記のほか指針等において示すべき事項

- ・ 消費者等からの正当なクレームは妨げられないこと、特に、高齢者や障害者の、消費者としての権利に配慮することは重要。例えば教育現場でも、学校に通う子の保護者に障害等の事情がある場合、配慮が必要との声が上がっている。特に公務、教育、保育、医療、介護等の業種においては、代替性の有無や行為者の権利も配慮すべき。
- ・ 「相談に応じ、適切に対応するために必要な体制の整備」について、相談には、他のハラスメント同様に苦情が含まれているか。講ずべき措置の詳細は、他のハラスメント指針の内容を参考にしつつ、行為者が、顧客や取引先等の第三者であることを考慮して検討していくべき。
- ・ 消費者の利益は、軽視されてしまう傾向にある。すべてのクレームがハラスメントに該当するわけではないのはもちろん、消費者の利益と両立させていくということが重要。
- ・ 消費者のハラスメントが起こるとき、企業や役所で、クレームの処理がうまくできていないということもある。正当なクレームをきちんと処理していく体制を整えることが、カスタマーハラスメントそのものを減らしていくことにもなる。消費者の意見は伝わりづらいところもあるという点も考慮して、環境作りを進めていくべきである。
- ・ 障害者への合理的配慮の提供義務の遵守は重要。カスタマーハラスメントの定義が確定した後、合理的配慮の提供に向けた障害者と事業者の対話において、どのようなケースがカスタマーハラスメントに該当するのか具体例の紹介があれば、企業にとって参考になる。



#### ④ 他の事業主から協力を求められた場合の対応に関する規定

- ・ 取引先の労働者に対するカスタマーハラスメントを考えた場合、取引先の事業主から協力を求められた場合の対応に関する規定がなければ、機能しない。カスタマーハラスメントは業界一体となり足並み揃えて対応していくべきという観点からも、努力義務ではなく義務とすべき。併せて、セクシュアルハラスメントに係る同様の努力義務も、義務に見直すべき。また、事業主は、取引先の事業主から必要な協力を求められたことを理由に、その取引先との契約を解除するなど不利益取扱いを行ってはならないことを、明記すべき。
- ・ 他の事業主から協力を依頼された場合には、大半の企業が応じているが、応じていない企業もわずかにある。自社における取り組みと同様、他の事業主が雇用する労働者に対してもハラスメントを行ってはならないことを周知するとともに、他の事業主から協力を依頼された場合には応じ、ハラスメントを行った者に対しては厳正に対処することが必要。
- ・ データを見ても、他社から協力を求められた場合にはほとんどの企業が対応しているため、協力規定を義務とする必要はなく、セクシュアルハラスメントと同様に、努力義務とすべき。
- ・ 必要な協力を求められた事業主は、必要に応じて、周囲の労働者に協力を求めることが必要になるが、その際協力した労働者に対して不利益取扱いを行わないことを定めて、労働者に周知することが必要。
- ・ 協力した労働者への不利益取扱いや協力を依頼した取引先との契約解除についても、現行のセクシュアルハラスメントと同様の規定とし、企業の対応を促していくことが適切。
- ・ 雇用している労働者が取引先の労働者へ実際にカスタマーハラスメントを行っていた場合、事業主は、その労働者が職場におけるハラスメントを行った場合と同様に、厳正な対処を行うことが必要。
- ・ 雇用している労働者が取引先の労働者へカスタマーハラスメントを行っていた場合、その企業は自社の懲戒規定等に応じて適切に対処するものであり、法制面の手当の必要はない。
- ・ 他の事業主から対応を求められたことがない企業の割合が最も高いことについては、ハラスメントが発生していないから求められたことがないのか、他の事業主が協力を申し入れることができず求められていないのかがこのデータからは読み取れず、今後調査の補強が必要ではないか。
- ・ 他の事業主から協力を求められた場合の対応に関する規定の整備には異論ない。その上で、セクシュアルハラスメントは明らかに業務と関係ないので対処しやすい一方、カスタマーハラスメントは契約に基づく業務内容に端を発することが多く、今後の取引のことを考えて協力を求めにくいこともあるのではないか。企業からは、問題があった際に相談して、具体的なアドバイスをもらえるような窓口があると助かるとの声が多く寄せられている。そういった面で、都道府県労働局における支援への期待は大きい。体制拡充を検討いただきたい。
- ・ 取引先との力関係があるため、協力を求めることができないということがないように、業所管省庁における相談窓口の設置等の必要な支援を行うべき。
- ・ カスタマーハラスメント対策においては、人事や法務、コンプライアンス等、様々な担当が連携する必要がある。一方で個人情報保護やプライバシーの観点からどこまで共有するかも悩ましい問題。取引先との間でカスタマーハラスメント問題が生じた場合の対応体制や対応の流れについて、モデル事例を周知していただければ取り組みやすい。

### ⑤ カスタマーハラスメントの防止に向けた周知・啓発

- ・ カスタマーハラスメントについて、労働関係法令だけでは対策は難しい面がある。国として、消費者の権利に配慮しつつ、消費者の教育も進めていくことをはじめ、総合的な取組に繋げていくことが必要。
- ・ カスタマーハラスメントは、事業主の取組だけでは防止が難しい。社会全体で取り組む課題として、国が消費者教育等により必要な周知啓発を行い、社会的な合意形成に繋げていくことが不可欠。また、事業主は HP やポスター等を活用し、顧客や取引先、施設利用者等に対し、カスタマーハラスメントを許さない旨の業務方針を明確に示すとともに、消費者の権利に配慮し、誠意を持って対応しつつも、必要な場合は毅然とした態度で対応する等の基本姿勢を周知することも必要。
- ・ 消費者等に対して必要な周知啓発を行うことは非常に大切であり、積極的に行っていたきたい。

### ③ 就活等セクシュアルハラスメント対策の強化

#### ① 雇用管理上の措置義務の創設

- ・ セクシュアルハラスメント防止指針によって、望ましい取組を定めているにもかかわらず、職場のハラスメントに関する実態調査では、3割以上の者が就活セクシュアルハラスメントを経験しているというデータが示されていることから、就活セクシュアルハラスメント対策を措置義務化すべき。また、就活パワーハラスメントについても措置義務とすべきである。さらに、学生のみならず求職者全体に対するハラスメント防止の観点から、セクシュアルハラスメントやパワーハラスメントに限らずあらゆるハラスメントを対象とすべき。
- ・ 就活等におけるハラスメントに関しては、選考を辞退すればよいという考えもあるが、だからといってハラスメントがそのままにされて良いわけではなく、心身の損害は容易に回復するものではないことに留意すべき。
- ・ 雇用されていない方であっても、セクシュアルハラスメントを受けることはあってならない。近年、インターンシップを重視している企業が増えており、参加者の増加、期間の長期化といった傾向がある中、従業員と学生が接点を持つ機会が増えている。企業としても、セクシュアルハラスメント防止の取り組みを進めることは重要と考えている。事業主の措置を盛り込むことについて異論はない。
- ・ 事業主の措置は、求職者は雇用する労働者ではないという特徴に配慮し、セクシュアルハラスメント防止に向けた方針の策定や相談窓口の設置等、企業規模にかかわらず実施できる基本的なものとするのが適切。また、就活等におけるパワーハラスメントについては、労推法の定義ではカバーできない面がある。まずは実態を把握しつつ、就活等におけるパワーハラスメントの防止に取り組むことが望ましい旨を周知していくのが適切。
- ・ 就活ハラスメントに対して、法整備を進めることは方向性として適当。職場における雇用管理の延長として捉えるということについて、具体的にどういう範囲を見ていくのかということをもっと詳細に整理する必要があるのではないかと。
- ・ ハラスメント法制においては、「職場」は「事業場」よりも広く捉えることになっているが、就活生には厳密な意味の職場がなく、企業が接触する場面としては、インターンや OB・OG 訪問など、多くが考えられる。こういった考え方でこういったものを捉えていくのか検討が必要。
- ・ 職場におけるハラスメントは、雇用関係があることで、被害を回避することが難しいために、ハラスメント被害の発生に繋がるという面があるが、就活生と企業との関係

について、どこまで同様の、ハラスメントの発生につながり得る関係ととらえていくか。具体的には問題事例を踏まえて検討していくべき。

## ② 指針等において示すべき事項

- ・ 講ずべき措置は、セクシュアルハラスメント対策指針の措置を参考とするのが適当。事業者の方針等の明確化の対象は、OB、OG 訪問など、雇用する労働者が求職者と接するあらゆる機会を含めていくべき。行為者の謝罪は必要であるが、謝罪の方法については、事案の内容や状況、特に被害者の心情に十分な配慮が必要であり、これは職場のセクシュアルハラスメントも同様である。
- ・ 国においては、求職者に対し、ハラスメントに該当する行為をしっかりと周知していくことに加え、都道府県労働局に設置されている総合労働相談コーナー、大学のキャリアセンター、ハローワークが相談窓口として利用できることを周知していくべき。併せて、大学のキャリアセンター・ハローワークにおいては、相談内容に応じて都道府県労働局雇用環境・均等部に相談内容を共有し、それを受けて都道府県労働局が必要に応じて、助言指導等を徹底することで、求職者へのハラスメントに関するトラブルの解決・再発防止を図っていくべき。
- ・ 採用の過程にある求職者と採用する側には力関係に差があることを踏まえ、ハラスメントを受けた場合の相談・支援体制を国として構築し、周知していくべき。

## (4) いわゆる「自爆営業」についての考え方の明確化

- ・ 職場におけるパワーハラスメント3要件を満たす場合にパワーハラスメントに該当するのはある意味当然。必要があれば、指針に明記すればよいのではないか。