

## 第7章 ハラスメントへの取組状況

### 1 パワーハラスメント防止に関する取組状況

調査票 問 31

第1-7-1表及び第1-7-2図は、パワーハラスメント防止に関する取組状況を示したものである(複数回答可)。全体では、「周知・啓発」(61.3%)が最も高かった。以下、「事実関係の確認」(44.5%)、「方針等の明確化」(44.3%)、「相談窓口の設置」(42.7%)、「相談体制の整備」(38.7%)となっている。

産業分類別でみると、「周知・啓発」は運輸業、郵便業(79.7%)、医療、福祉業(71.4%)、製造業(66.8%)が高かった。「事実関係の確認」は医療、福祉業(57.1%)が最も高く、医療、福祉業では「方針等の明確化」(71.4%)、「相談窓口の設置」(69.0%)、「相談体制の整備」(64.3%)、「事実関係の確認」(57.1%)、「再発防止に向けた措置」(45.2%)でも最も高くなっている。

規模別でみると、取り組みのある項目ではいずれも大企業が中小企業より高くなっている。「特になし」は中小企業(20.2%)が大企業(0.0%)より20.2ポイント高くなっている。

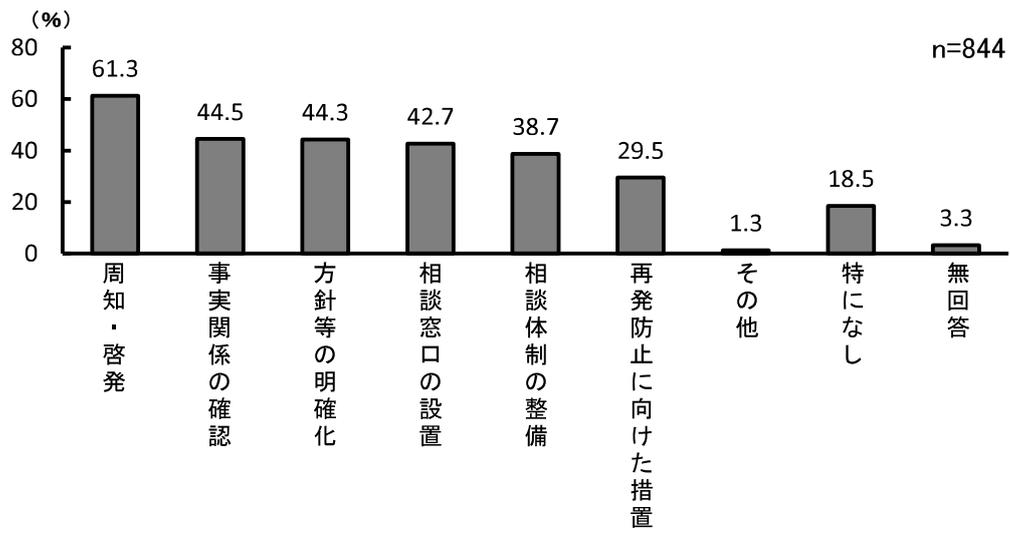
第1-7-1表 パワーハラスメント防止に関する取組状況

(単位：%)

		調査数	方針等の明確化	周知・啓発	相談体制の整備	相談窓口の設置	事実関係の確認	再発防止に向けた措置	その他	特になし	無回答
全体		844	44.3	61.3	38.7	42.7	44.5	29.5	1.3	18.5	3.3
産業分類別	建設業	148	31.8	51.4	29.7	26.4	45.3	28.4	—	28.4	1.4
	製造業	223	46.2	66.8	38.1	44.4	47.1	33.6	1.3	16.6	2.7
	情報通信業※	19	78.9	78.9	57.9	73.7	36.8	31.6	5.3	—	—
	運輸業、郵便業	69	58.0	79.7	46.4	63.8	47.8	40.6	1.4	4.3	2.9
	卸売・小売業	89	43.8	56.2	39.3	38.2	49.4	22.5	1.1	19.1	4.5
	宿泊業、飲食サービス業※	11	54.5	72.7	45.5	36.4	72.7	36.4	—	9.1	—
	教育、学習支援業※	14	35.7	64.3	57.1	71.4	50.0	21.4	—	7.1	—
	医療、福祉業	42	71.4	71.4	64.3	69.0	57.1	45.2	4.8	11.9	—
	サービス業	93	35.5	55.9	33.3	34.4	39.8	21.5	2.2	17.2	3.2
	その他	125	42.4	53.6	36.8	41.6	32.8	24.0	0.8	24.0	8.8
規模別	大企業	120	73.3	86.7	75.8	88.3	73.3	63.3	1.7	—	2.5
	中小企業	535	38.9	57.9	32.0	33.5	41.7	23.9	0.9	20.2	2.1

※調査数が30以下は参考値のため、コメント・分析に含めていない

第1-7-2図 パワーハラスメント防止に関する取組状況



## 2 従業員からカスタマーハラスメントに関する相談を受けた経験

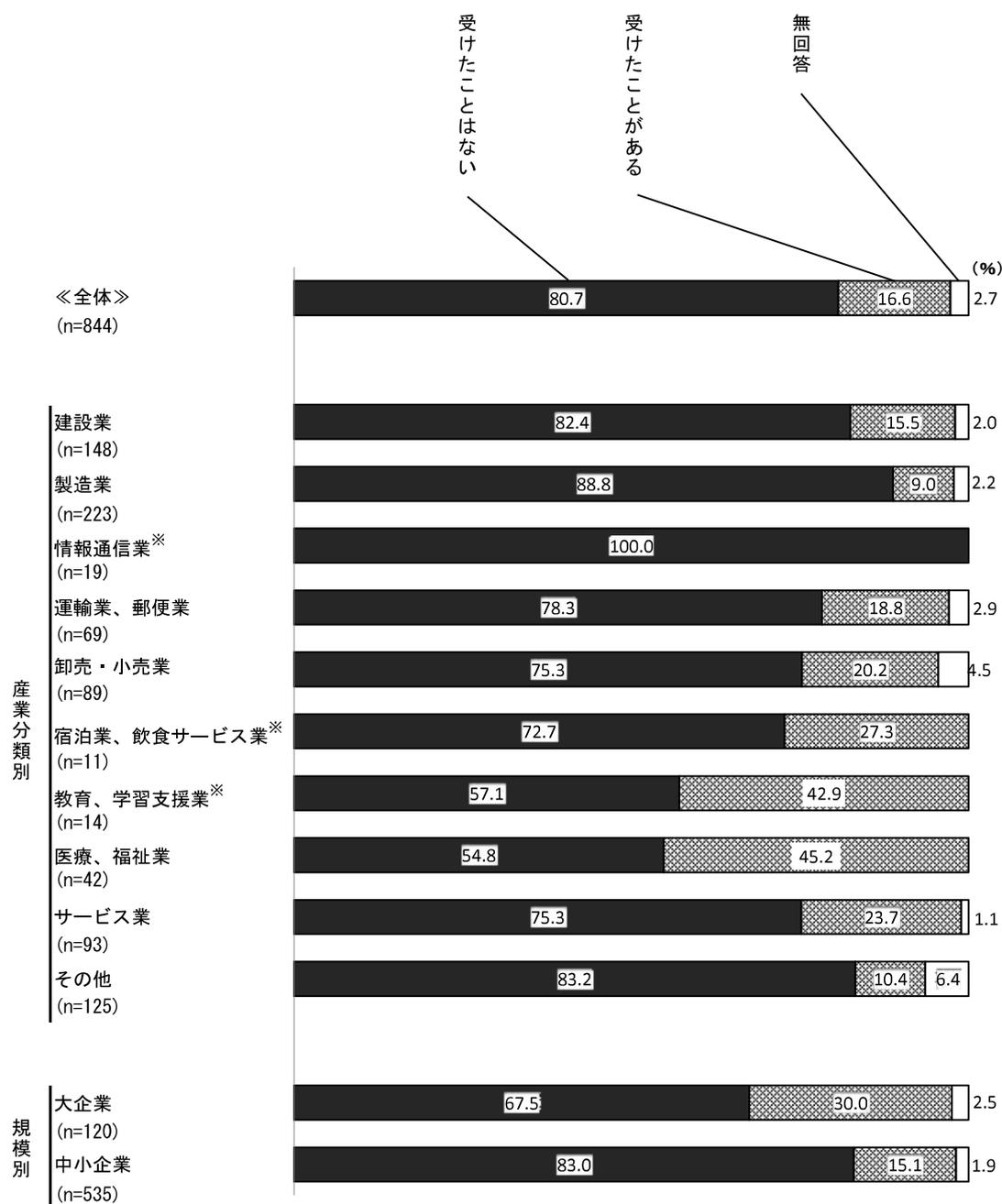
調査票 問 32

第1-7-3図は、従業員からカスタマーハラスメントに関する相談を受けた経験を示している。全体では、「受けたことはない」(80.7%)で、「受けたことがある」(16.6%)に比べて64.1ポイント高くなっている。

産業分類別でみると、「受けたことはない」は、いずれの業種も半数を超え、特に製造業(88.8%)、建設業(82.4%)、運輸業、郵便業(78.3%)、卸売・小売業とサービス業(ともに75.3%)が高くなっている。

規模別でみると、「受けたことはない」は中小企業(83.0%)が大企業(67.5%)より15.5ポイント高く、「受けたことがある」は大企業(30.0%)が中小企業(15.1%)より14.9ポイント高くなっている。

第1-7-3図 従業員からカスタマーハラスメントに関する相談を受けた経験



※調査数が30以下は参考値のため、コメント・分析に含めていない

第 1-7-4 表及び第 1-7-5 図は、カスタマーハラスメントに関する取組状況を示したものである（複数回答可）。全体では、「周知・啓発」（32.6%）が最も高く、以下、「相談窓口の設置」（23.3%）、「対応方針の明確化」（23.2%）となっている。一方、「特になし」は 45.5%であった。

産業分類別でみると、「周知・啓発」は運輸業、郵便業（42.0%）、建設業（39.2%）、医療、福祉業（38.1%）、サービス業（34.4%）、卸売・小売業（33.7%）が高かった。「相談窓口の設置」は医療、福祉業（47.6%）、運輸業、郵便業（40.6%）が高く、医療、福祉業は「対応方針の明確化」（52.4%）でも高かった。

規模別でみると、取り組みのある項目のすべて、大企業が中小企業より高くなっている。「特になし」は中小企業（49.3%）が大企業（28.3%）より 21.0 ポイント高くなっている。

第 1-7-4 表 カスタマーハラスメントに関する取組状況

(単位：%)

	調査数	対応方針の明確化	対応マニュアルの策定	研修の開催	相談窓口の設置	周知・啓発	その他	特になし	無回答	
全体	844	23.2	12.1	10.3	23.3	32.6	1.5	45.5	3.8	
産業分類別	建設業	148	21.6	6.1	4.7	15.5	39.2	—	46.6	2.0
	製造業	223	16.6	8.1	5.4	17.0	24.7	0.4	57.4	4.0
	情報通信業※	19	26.3	15.8	15.8	36.8	21.1	5.3	42.1	—
	運輸業、郵便業	69	26.1	15.9	10.1	40.6	42.0	1.4	36.2	1.4
	卸売・小売業	89	24.7	18.0	10.1	24.7	33.7	2.2	41.6	6.7
	宿泊業、飲食サービス業※	11	63.6	27.3	27.3	—	63.6	9.1	18.2	—
	教育、学習支援業※	14	28.6	21.4	21.4	50.0	35.7	—	21.4	—
	医療、福祉業	42	52.4	28.6	26.2	47.6	38.1	4.8	23.8	—
	サービス業	93	21.5	9.7	10.8	20.4	34.4	2.2	40.9	3.2
	その他	125	22.4	13.6	16.0	26.4	28.0	1.6	48.0	8.0
規模別	大企業	120	35.0	24.2	25.0	43.3	43.3	2.5	28.3	3.3
	中小企業	535	20.4	8.4	5.0	18.3	30.8	1.1	49.3	3.0

※調査数が 30 以下は参考値のため、コメント・分析に含めていない

第1-7-5 図 カスタマーハラスメントに関する取組状況

