

はじめに

今回は、不動産業におけるハラスメント対策の現状等について、厚生労働省の統計データ等を用いて、他産業との比較を通じて定量的分析を試みている。本稿は、その後編である。後編では、セクシャルハラスメント、妊娠・育休等ハラスメント及びパワーハラスメントについて、その被害と対策の実際の状況について概観する。その後、法制度上の位置づけはないが、最近とみに問題となっているカスタマーハラスメントと就活ハラスメントについても取り上げることとする。なお、章及び図表については前編からの通し番号となっている。

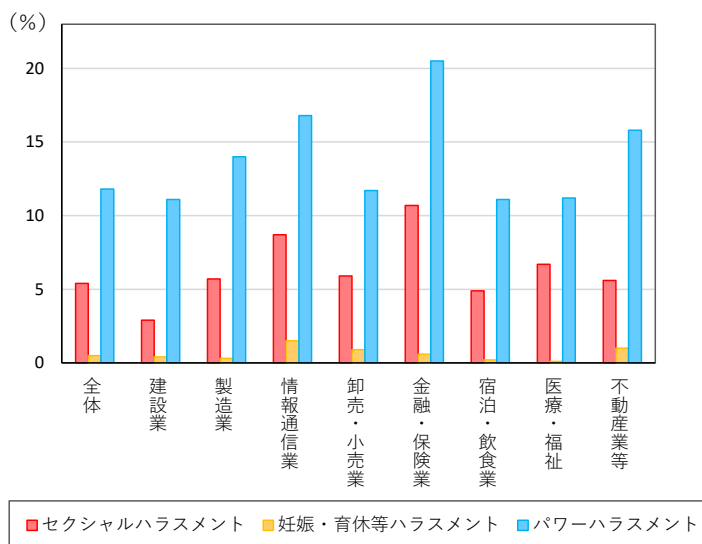
4. ハラスメントとその対策の実際の状況

(1) 企業におけるハラスメントに関する相談・事案の有無

次に、企業において実際にハラスメントに関する相談事例や事案があった割合についてみていく。図10は、セクシャルハラスメント、妊娠・育休等ハラスメント、パワーハラスメントのそれぞれについて、相談実績や事案があった企業の割合を示したものである。ハラスメント別にみると、パワーハラスメントの相談・事案の割合がもっと高く、セクシャルハラスメントの相談・事案の割合はその3分の1から半分程度、妊娠・育休等ハラスメントの相談・事案の割合は極めて低くなっている。妊娠・育休等ハラスメントに関しては、妊娠・出産については出産可能な年齢の女性のみ、育児休業については乳幼児である子がいる保護者のみなどとハラスメントの対象となる労働者の範囲や時期がある程度限定されていることによるものと考えられる。

産業別にみると、金融・保険業の割合が最も高くなっているが、これは金融・保険業においてハラスメントが多いことを示すのではなく、就業人数の多い企業の比率が高いため、企業単位では相談・事案のある企業の割合が高くなること、及びハラスメント対策の進んだ企業が多いことから相談等をしやすいことによるものと考えられる。逆に、中小企業が多く¹、ハラスメント対策が進んでいない宿泊・飲食業では、相談・事案があった割合は低くなっている。なお、建設業でセクシャルハラスメントの相

図10. ハラスメントに関する相談実績・事案のあった企業の割合



資料：令和3年度雇用均等基本調査(厚生労働省)より作成。

¹ 雇用均等基本調査は、常用労働者10人以上を雇用している民間企業を対象としているため、ここには飲食業でよくみられる家族経営に近いような零細企業は含まれない。

談・事案があった割合が低いのは、就業者に占める女性の割合が低いこと²⁾にもよると考えられる。また、医療・福祉については、ハラスメント対策を行っている企業の割合が高いにもかかわらず、相談・事案があった割合は比較的低いレベルにとどまっている。不動産業等は、妊娠・育休等ハラスメントとパワーハラスメントの相談・事案のあった割合が高めになっているが、これは対策自体が比較的進んでいることによるのではないかと考える。

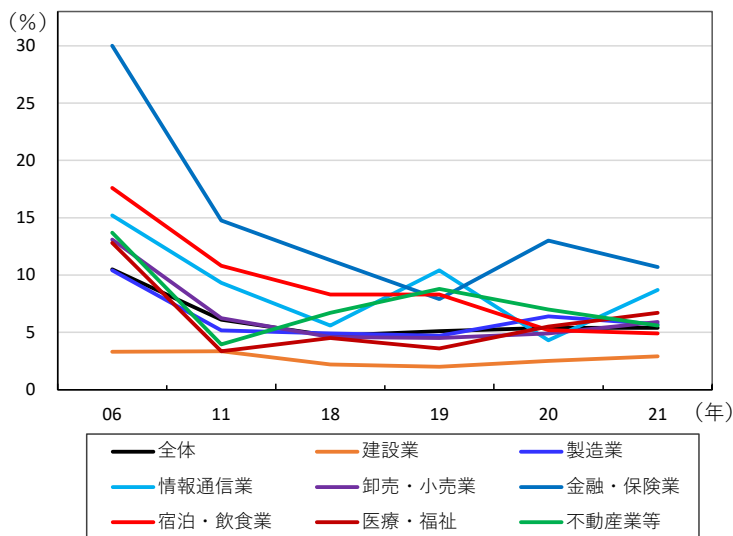
図 11 は、セクシャルハラスメントに関する相談実績や事案のあった企業の割合の推移を示したものである。建設業を除く各産業は、2006 年時点では相当程度の割合の企業で相談・事案があったのであるが、その後減少してここ数年は横ばいとなっている。これは、法改正等に伴い労使双方でセクシャルハラスメントに対する認識が深まっていった結果と考えられる。図 10 においてセクシャルハラスメントの相談・事案のあった割合がパワーハラスメントのそれよりも低いのも、このような経緯によるものと位置づけられる。

なお、パワーハラスメントの相談・事案があった割合は、いずれの産業についても 2020 年に比較して 2021 年の方が高くなっている(図 12)。これも、パワーハラスメント自体が増えたというより、パワーハラスメントに対する認識が深まり、企業側の相談体制等が整備されたことによるものと考えられる³⁾。

(2) 就業者側からみたハラスメントの現状

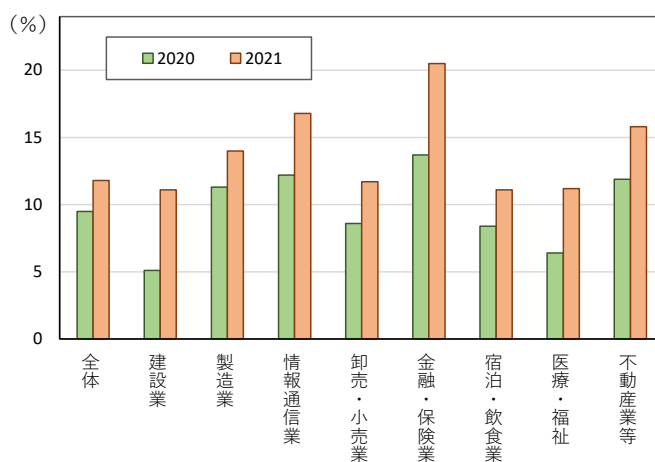
以上では、企業側からみたハラスメント対策とその現状について触れてきたが、ハラスメントについては企業と就業者との間に認識の差がある可能性も大きい。そこで、次に就業者側からみたハラスメント対策等について取り上げることとする。雇用均等基本調査では就業者に対する調査は行っていないため、以下では厚生労働省によ

図 11. セクシャルハラスメントに関する相談実績・事案のあった企業の割合の推移



資料:平成 18・23 年度・平成 30 年度～令和 3 年度雇用均等基本調査(厚生労働省)より作成。

図 12. パワーハラスメントに関する相談実績・事案のあった企業の割合(2020・2021 年)



資料:令和 2・3 年度雇用均等基本調査(厚生労働省)より作成。

²⁾ 従業者全体に占める女性の比率は、全産業で 44.3%に対して、建設業は 18.2%にとどまる(H28 経済センサス)。

³⁾ 厚生労働省の委託調査によると、2012 年、2016 年、2020 年において過去 3 年間にパワーハラスメントを受けた経験のある従業員の割合は、それぞれ 25.3%、32.5%、31.4%となっており(平成 28 年度職場のパワーハラスメントに関する実態調査報告書・令和 2 年度職場のハラスメントに関する実態調査報告書(厚生労働省委託・東京海上日動リスクコンサルティング(株))、ここ数年は横ばい傾向にあるものとみられる。なお、産業別の割合については、図 13 を参照。

る別の調査結果を用いて考察を進めていく。

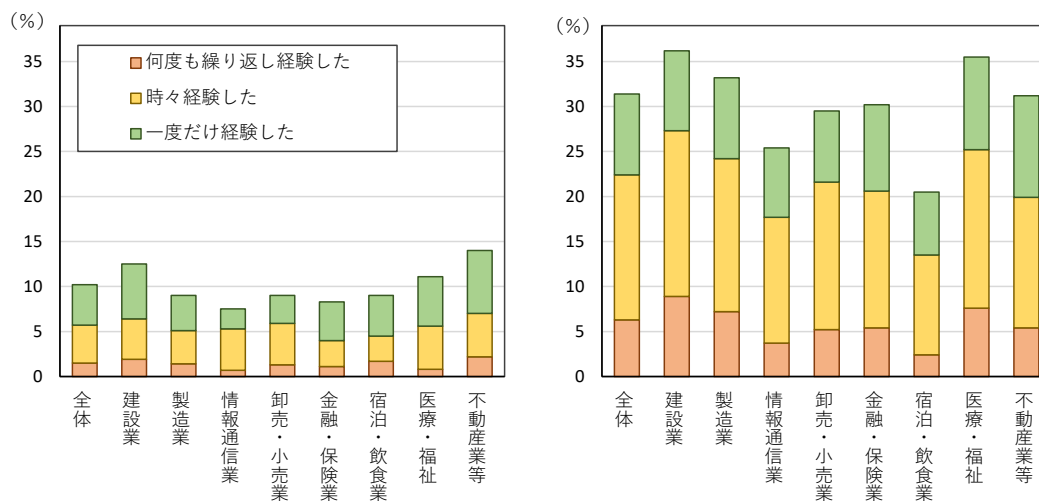
はじめに、ハラスメントの現状について取り上げる。図 13 は、セクシャルハラスメント又はパワーハラスメントについて過去3年間に受けた経験のある就業者の割合を示したものである。

まず、セクシャルハラスメントに比べ、パワーハラスメントを受けた者の割合の方が、およそ2~3倍高くなっている。この点は、図 10 の結果とも符合する。被害者は女性が主であるなどセクシャルハラスメントの被害者属性がある程度限定されていること、セクシャルハラスメントの方が社会的に問題視されてからの期間が長く問題意識が浸透していること、パワーハラスメントの場合ハラスメントに当たるかどうかの境界がよりあいまいであり、当事者による認識の差も大きいことなどによるものと考えられる。

産業別にみると、セクシャルハラスメントについては、不動産業等の割合が最も高く、建設業がこれに続いている。逆に割合が低いのは情報通信業、これに次いで金融・保険業となっている。情報通信業と金融・保険業が低いのは、おそらくハラスメント対策が進んでいるからだと推察される。不動産業等と建設業の割合が高い理由は不詳である。ここで取り上げた産業以外では、生活関連サービス業・娯楽業が不動産業等より若干高く、電気・ガス・熱供給・水道業が不動産業等並みなのであるが、産業特性等からみてこれらの産業で割合が高くなる共通要因は見出し難い。

パワーハラスメントについては、建設業と医療・福祉の割合が高く、宿泊・飲食業の割合が低い。ここで取り上げた産業以外では、生活関連サービス業・娯楽業と電気・ガス・熱供給・水道業が高くなっており、顧客や他社従業員を交えた現場労働の多い産業で割合が高くなっているようにもみえる。ただ、だとすると宿泊・飲食業の割合が低いのがやや不可解であるが、中小企業の割合が高いこととの関連で、パワーハラスメントに対する認識が労使ともに低いことによるのかもしれない。

図 13. セクシャルハラスメント・パワーハラスメントを受けた経験のある就業者の割合
(セクシャルハラスメント) (パワーハラスメント)



注) 過去3年間に、勤務先(過去3年間に勤務していた他の勤務先も含む。)でセクシャルハラスメント・パワーハラスメントを受けた経験のある就業者の割合を示している。

資料: 令和 2 年度職場のハラスメントに関する実態調査報告書(令和 3 年 3 月 厚生労働省委託・東京海上日動リスクコンサルティング(株)より作成(図 14・15 も同じ。))。

4 職場のハラスメントに関する実態調査の企業調査は、従業員 30 人以上の企業・団体を対象としているため、ここにはいわゆる零細企業は含まれない。なお、従業員 300 人以上の企業については全数調査としている関係上、やや規模の大きい企業の属性が強めに出ている可能性がある。

(3) 就業者側からみたハラスメント対策の現状

① 勤務先の取組みとその評価

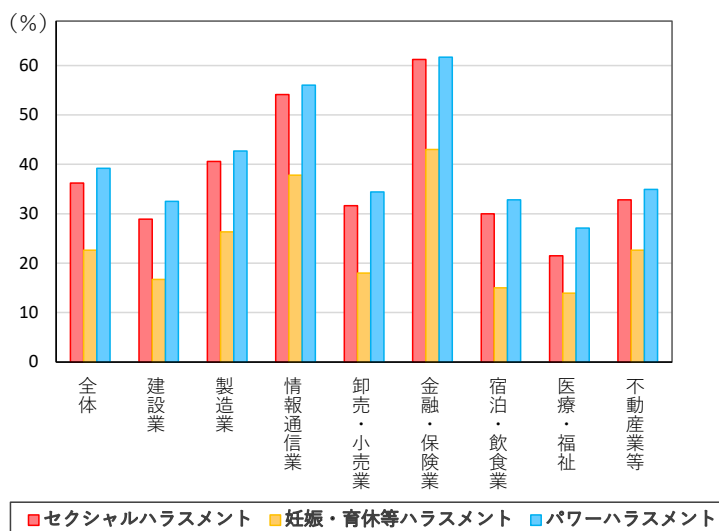
図 14 は、セクシャルハラスメント、妊娠・育休等ハラスメント、パワーハラスメントのそれぞれについて、就業者側からみて予防・解決のために取り組んでいるとされる勤務先の割合を示したものである。妊娠・育休等ハラスメントの割合が低めなのは、図 1 と同じであるが、調査時期に約 1 年のずれがあるものの⁵、全体に企業側からみて取り組んでいるとしている割合(図 1)よりもかなり低くなっている。要は、ハラスメント対策については企業側の認識と就業者側の認識との間でずれがあるということであろう。

産業別にみると、金融・保険業と情報通信業で高く、医療・福祉、建設業、宿泊・飲食業で低くなっている。金融・保険業と情報通信業、建設業と宿泊・飲食業については、企業側からみた取組割合の高低と符合している。特徴的なのは医療・福祉であり、企業側からみた取組みは比較的進んでいるにもかかわらず、就業者側からみた取組割合は最も低くなっている。慢性的な人手不足にコロナ禍が加わった厳しい労働環境の中で、従業者としてハラスメント対策を実感できない状況にあるものと考えられる。不動産業等については、産業全体よりもやや取組割合が低く、卸売・小売業と同じくらいのレベルとなっている。企業側からみた取組割合ではむしろ産業全体よりも高めであったことから、医療・福祉ほどではないが企業側の認識と就業者側の認識のずれが大きいといえよう。

次に、ハラスメント対策に対する就業者側の評価についてみていく。図 15 は、図 14 で勤務先がハラスメントの予防・解決のために取り組んでいると回答した就業者に対して、その取組みの評価を訊ねた結果である。

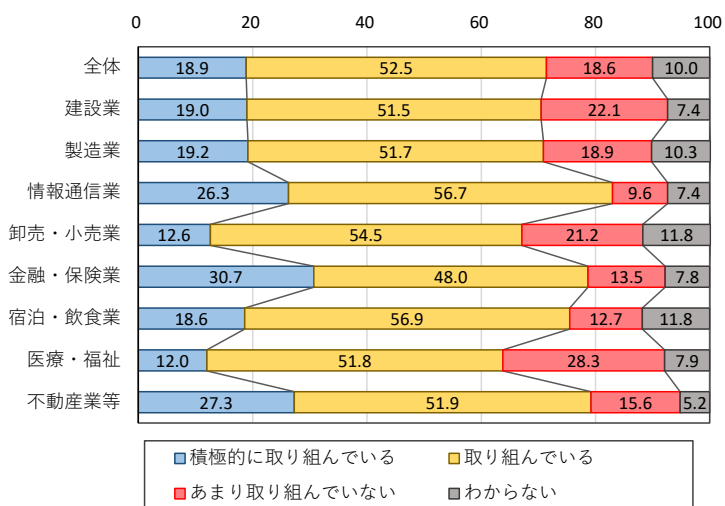
金融・保険業、不動産業等、情報通信

図 14. ハラスメントの予防・解決のために取り組んでいる勤務先の割合



注) 勤務先が上記のハラスメントについて、予防・解決のための取組みを行っているかとの問に対して、肯定した就業者数の割合を示している。

図 15. 勤務先におけるハラスメントの予防・解決に向けた取組みに対する評価



注) 勤務先がハラスメントの予防・解決のための取組みを行っているとは回答した就業者の、当該取組みに対する評価を示している。

⁵ 令和3年度雇用均等基本調査(図 1)は、2021年10月1日現在のデータなのに対し、職場のハラスメントに関する実態調査報告書(図 14)の調査時期は、2020年10月である。

業で積極的評価の割合が高い。他方、医療・福祉、建設業、卸売・小売業で消極的評価の割合が高い。概ねハラスメントの予防・解決の取組割合の高低の傾向と一致しているが、不動産業等については取組割合はやや低めであるが、取組みに対する評価は高い結果となっている。医療・福祉については、他産業と比較して消極的評価傾向が際立っており、やはり図 14 でも触れた医療・福祉独自の状況が影響しているものと考えられる。

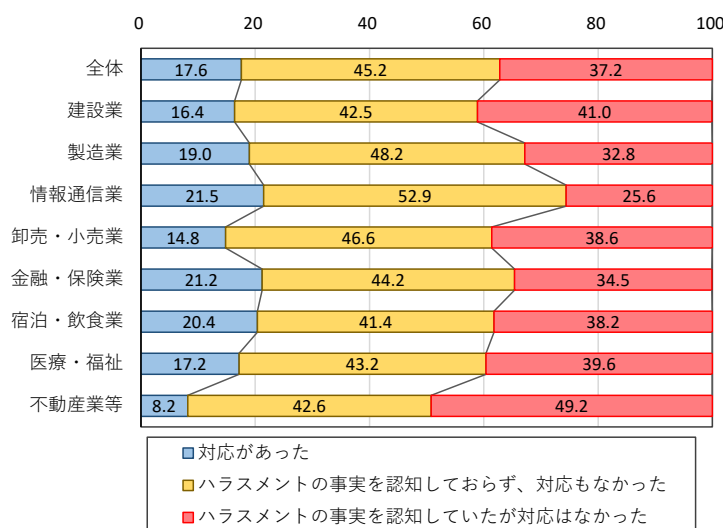
②企業側の実際の対応状況

次に、ハラスメント被害者からみた企業側の実際の対応状況についてみていく。この点については、①で用いた厚生労働省の委託調査(職場のハラスメントに関する実態調査報告書の労働者等調査)には産業別に比較できるデータが見当たらないため、民間シンクタンク((株)パーソル総合研究所)の調査結果を用いることとする⁶。

図 16 は、被害者が認識したハラスメントについての会社側の認知の有無と認知している場合の対応の有無について、それぞれの割合を示したものである。まず、ハラスメントの半数弱については、そもそも会社側が認知していない。同じ調査の別の間でハラスメント被害者が会社に相談行動をとった割合が産業全体で 48.7%とされており、被害者から会社への相談行為がなされないことが会社側による認知のなかった主な要因となっているようである⁷。

会社側の対応があった割合は、情報通信業や金融・保険業で高く、不動産業等で低い。会社側が認知していたにもかかわらず何らの対応もなかった割合は、不動産業等や建設業で高く、情報通信業で低い。ここで掲げた産業以外の産業を含めても、不動産業等は会社側の対応があった割合では最も低く、認知していたが対応しなかった割合では複合サービス事業と並んで最も高くなっている。この結果のみからいえば、不動産業等における会社側の個別具体的対応は、他産業と比較するとかなり消極的であることになる。

図 16. 被害者が認識したハラスメントに対する会社の対応状況



注) 5 年以内にハラスメントを経験した被害者が認識したハラスメントに対する会社側の認知・対応の有無を示している。

資料: 職場のハラスメントについての定量調査(2022年9月(株)パーソル総合研究所)より作成。

⁶ いずれの調査も調査会社のモニターを対象としたインターネット調査である。厚生労働省の委託調査は、全国の企業・団体に勤務する 20～64 歳の男女労働者 8000 名(就業構造基本調査をもとに、性別、年代、正社員・正社員以外で割付を実施)を対象としている。パーソル総合研究所の調査は、全国の就業者 20～69 歳男女 28135 名から、①5 年以内ハラスメント被害経験者 3000 名 ②5 年以内ハラスメント目撃経験者 1000 名 ③ハラスメント非経験・非目撃者 1000 名を抽出(いずれも性別×年代別で均等割付)して対象としている。なお、インターネット調査については、年齢、大都市居住率、学歴、持家率などにバイアスが生じるとされており(谷口将紀・大森翔子「インターネット調査におけるバイアス 国勢調査・面接調査を利用した比較検討」(2022年3月 NIRA 研究報告書)p3・11)、図 13 以下を見る際には、この点も留意する必要がある。

⁷ ちなみに、職場のハラスメントに関する実態調査報告書では、ハラスメント行為を受けた後何もしなかった割合が、セクシャルハラスメントで 39.8%、パワーハラスメントで 35.9%、勤務先がハラスメントの事実を認識していない割合が、セクシャルハラスメントで 69.8%、パワーハラスメントで 65.6%となっている。対象となるハラスメントの期間に差がある(同報告書では過去 3 年、図 16 の調査では過去 5 年)ほか、同報告書ではハラスメントの事実の認識ではもっとも最近のハラスメントに限定しているなど、回答の前提条件が異なるため単純な比較はできないが、ハラスメント被害者が会社に相談等せず、会社側もハラスメントの事実を認識できていないケースが少なくないことは確かであろう。

5. カスタマーハラスメントと就活ハラスメント

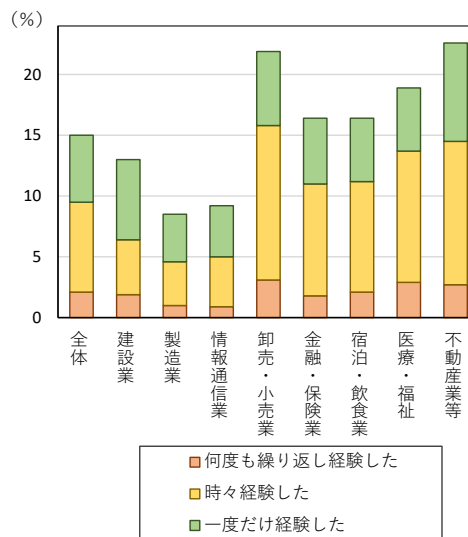
カスタマーハラスメント(顧客等からの著しい迷惑行為)と就活ハラスメント(就職活動中の学生等に対するハラスメント)は、法制度上の位置づけはないものの、近年問題視されることが多くなっている。厚生労働省の委託調査においても取り上げられていることから、最後にカスタマーハラスメント及び就活ハラスメントとその対策の実態について、簡単に触れることとする。

(1) カスタマーハラスメント

① カスタマーハラスメントの実態

図 17 は、カスタマーハラスメントについて過去3年間に受けた経験のある就業者の割合を示したものである。不動産業等や卸売・小売業、医療・福祉の割合が高く、製造業、情報通信業、建設業の割合が低い。ここで取り上げた産業以外では、生活関連サービス業・娯楽業が不動産業等より高く、電気・ガス・熱供給・水道業が不動産業等並みとなっている。やはり対面での顧客対応が多いと思われる産業で高く、少ないと思われる産業で低くなっているようである。

図 17. カスタマーハラスメントを受けた経験のある就業者の割合



注) 過去3年間に、勤務先(過去3年間に勤務していた他の勤務先も含む。)で、顧客や取引先からの著しい迷惑行為を受けた経験のある就業者の割合を示している。

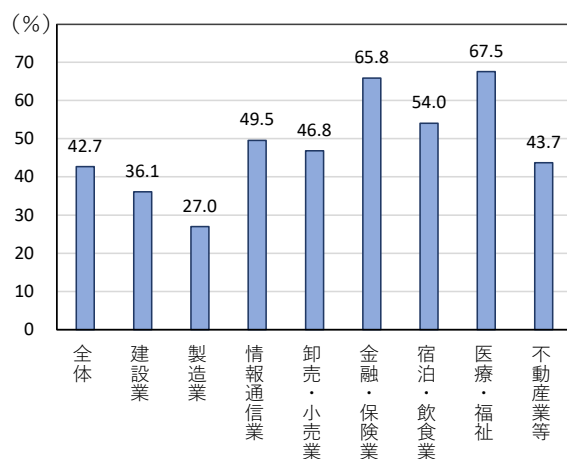
資料: 令和2年度職場のハラスメントに関する実態調査報告書(令和3年3月 厚生労働省委託・東京海上日動リスクコンサルティング(株)より作成(図 18・20も同じ。))。

② カスタマーハラスメント対策への取組状況

図 18 は、カスタマーハラスメントに対して、企業として何らかの取組みを行っているという回答した企業の割合を示している。医療・福祉と金融・保険業で高く、製造業と建設業で低い。やはり対面での顧客対応が少ないと思われる産業での取組割合が低いようである。ただ、対面での顧客対応が多く、カスタマーハラスメントを受けた経験のある就業者の割合の高い産業(図 17)においては、医療・福祉で取組みが進んでいる一方で、卸売・小売業や不動産業等で全産業並みの取組みにとどまるなど、業種によって取組みの程度がまちまちである。

なお、カスタマーハラスメントについては、他のハラスメントとは異なり、加害者が被害者の所属企業の管理下でないことから、企業としての取組み、特に予防策については、難しい面があることにも留意する必要があるだろう。

図 18. カスタマーハラスメントに対して取組みを行っている企業の割合



注) 全体からカスタマーハラスメントに対する取組みは特にないとする企業の割合を差し引いて算出している。

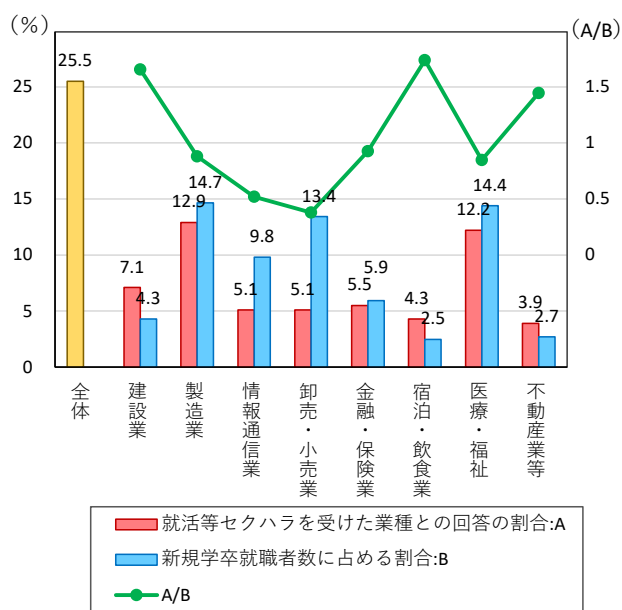
(2) 就活ハラスメント

① 就活ハラスメントの実態

就活ハラスメントは、就職活動中の学生等に対するハラスメント全般であり、ハラスメントの内容としてはさまざまなものが想定される。ここでは、就活ハラスメントの中でも特に問題視されることの多い就職活動中又はインターンシップ参加中の学生等に対するセクシャルハラスメント(以下「就活等セクハラ」という。)について取り上げることとする。

図 19 においては、2017～2019 年度卒業で就職活動中等にセクシャルハラスメントを受けたと回答した者の割合(黄色の棒グラフ)及び当該回答者において就活等セクハラを受けた業種別の割合(赤の棒グラフ)を示している。ただし、就職活動を行う学生数の多ければそれだけ就活等セクハラが発生の可能性も高まるはずであるから、この割合は、就職志望学生数、すなわち就職活動を行う学生数の多い業種で高くなる傾向があるはずである。もっとも、多くの学生が複数の業種で就職活動を行っていることもあり、業種別に就職活動を行った学生数を把握することは困難である。そこで、代わりに同じ時期(2018～2020 年)の新規学卒就職者数に占める業種別の割合を別途示している(青の棒グラフ)。

図 19. 就活等セクハラを受けた経験のある者の割合・その際の志望先の業種と新規学卒就職者数の産業別割合



注)黄色のグラフは、2017～2019 年度大学院・大学・短大・専門学校卒業で就職活動(転職を除く。)又はインターンシップを経験した者の中で、就職活動等においてセクシャルハラスメントを一度以上受けたと回答した者の割合を示している。

赤のグラフは、上記の就活等セクハラ経験者のうち、ハラスメントを受けた志望先業種として回答した者の割合を示している。この際、複数業種の企業・団体の従業員から就活等セクハラを受けた経験がある場合は、該当業種を全て回答している。

青のグラフは、2018～2020 年の新規学卒就職者(大学、大学院、短大を卒業・就職した者)全体に占める産業別の新規学卒就職者の割合を示している。

緑のグラフは、赤のグラフの数値を青のグラフの数値で割った値である。

資料:職場のハラスメントに関する実態調査報告書(図 17 の注を参照。)及び平成 30 年度～令和 2 年度学校基本調査(文部科学省)より作成。

まず、全体ではおよそ4人に1人が就職活動中にセクシャルハラスメントを受けた経験を有する⁸。就活等セクハラ経験者がハラスメントを受けたと回答した業種別の割合は、製造業と医療・福祉で高くなっているものの、いず

⁸ この割合は、同じ調査において過去3年間に勤務先でセクハラを受けた経験を有する就業者の割合(10.2%・図 14)と比較してもかなり高い。セクハラ行為の内容としては、「性的な冗談やからかい」の割合が最も高く(40.4%)、言葉・会話上のセクハラ行為が主であること、セクハラ行為を受けた場面としては、「インターンシップに参加したとき」の割合が最も高いこと(34.1%)などを考え合わせると、就職活動をする学生の側では、セクハラ行為に対する認識や感覚が高まっている一方で、採用企業側、特に人事・採用担当以外の部署の職員には、就活生に対するセクハラ行為についての認識・感覚が鈍いままとなっているのではないか。また、就活等セクハラを経験した割合を男女別でも、男性が 26.0%、女性が 24.9%とほぼ並んでおり、過去3年間に勤務先でセクハラを受けた経験を有する就業者の割合では男性が 7.9%、女性が 12.8%と女性の方が明らかに高いことと比較しても、就職活動をする学生側の方が、男性もセクハラ対象であるとの認識が浸透しているといえそうである。したがって、企業側としては、就職活動をする学生に対応するに当たっては、学生のセクハラに対する認識・感覚が旧来からの企業・従業員側の認識・感覚とは異なることに十分配慮する必要があると考える。

れの産業も新規学卒者の就職先として高い比率を占めており、就職志望学生者数が多いゆえに就活等セクハラを受けた業種としての割合も高くなった可能性がある。そこで新規学卒就職者数と比較してどの程度就活等セクハラ経験者の割合が高かったかを示すため、業種別の就活等セクハラ経験者の割合を新規学卒就職者の業種別の割合で除した値を別途示した(緑の折れ線グラフ)。この数値が大きいほど、単位新規学卒就職者数当たりの就活等セクハラ経験者数が多いことになる。

これを見ると、建設業と宿泊・飲食業の数値が高い一方、卸売・小売業と情報通信業の数値は低くなっている。また、不動産業等もここで挙げた産業の中ではかなり高めとなっていることには留意する必要がある。

②就活等ハラスメント対策への取組状況

図 20 は、就活等セクハラ対策に取り組んでいる企業の割合を示したものである。就活ハラスメントは、セクシャルハラスメントに限られるわけではないが、企業がセクシャルハラスメント以外の就活ハラスメントについてのみ対策を講じることは考えにくいため、ここでの取組割合は、就活ハラスメント対策への取組状況を示したものと同視できるであろう。なお、ハラスメント対策への取組みの有無は、企業側の認識と従業員側の認識とでずれがある場合も想定されるため(図 1・図 14 参照)、企業側からみた取組割合と従業員側からみた取組割合を並べて示した。

やはり、企業側の認識に比べて従業員側の認識での取組割合の方が低くなっている。特に卸売・小売業や宿泊・飲食業でのギャップが大きくなっている。

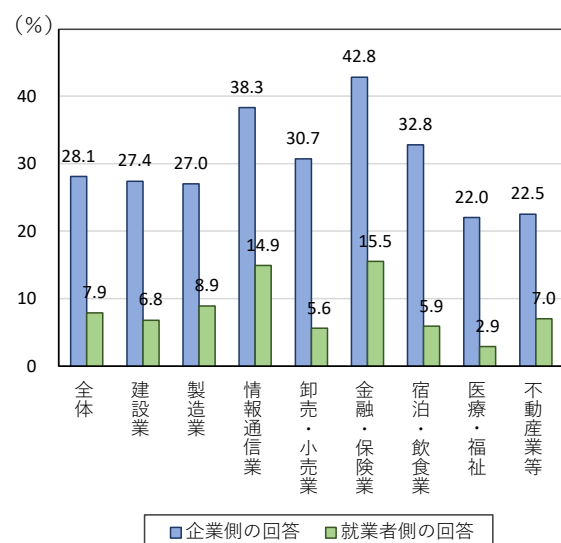
金融・保険業や情報通信業で取組みが進んでいる一方、医療・福祉での取組みが遅れているようである。その他の産業については、企業側の認識と従業員側の認識とにばらつきがある。不動産業等については、企業側の認識としては取組みが遅れているが、従業員側の認識としては概ね全産業並みとなっている。

むすび

以上、職場におけるハラスメント対策について、産業別に定量的比較を試みた。産業によってハラスメント対策への取組みの度合いがかなり異なること、企業側と就業者側との間にはハラスメント対策に対する認識・評価にギャップが存することなどが確認できたであろう。不動産業については、他産業と比較してハラスメント対策が進んでいる方といえるようであるが、セクシャルハラスメントやカスタマーハラスメントを経験した就業者の割合が高いこと、企業側が職場におけるハラスメントの事実を認知していたが対応のない割合が高いこと、就活等セクハラを受けたとする学生の割合も高いことなどが問題点として挙げられるのではないかと。

ハラスメント対策は、企業としてこれからも取り組んでいかなければならない課題である。不動産業においても企業側で雇用管理上十分なハラスメント対策を講じるとともに、就業者側でも自らがハラスメント行為者にならぬよ

図 20. 就活等セクハラ対策に対して取組みを行っている企業・勤務先の割合



注) 青グラフは、企業側の回答に基づく取組企業の割合である。全体から就活等セクハラに対する取組みは特にないとする企業の割合を差し引いて算出している。

緑のグラフは、従業員側の勤務先は就活等セクハラ対策の予防・解決のための取組みを行っているとする回答による取組企業の割合である。

う留意するのはもちろん、ハラスメント被害を受けた場合には速やかに声を上げてハラスメントの潜在化を回避することが必要であると考えます。

(齋藤 哲郎)