

発行人：

一般社団法人おおた労務管理協会 代表理事 音田崇幸

〒143-0027 東京都大田区中馬込 1-1-17-1F

TEL:03-3776-5562 FAX:03-3776-5563

Mail:otaromu@ota-sg.com

令和6年度定時社員総会開催のご案内

来る令和6年6月19日(水)18:00より消費者生活センター(大田区蒲田5-13-16、電話:03-3736-7711)第四集会室にて令和6年度定時社員総会を開催する運びとなりました。会員の皆様におかれましては、奮ってご参加の程よろしくお願い申し上げます。



企業法務個別相談会のご案内

会社様の経営上のお悩みをお聞きし、相談によって解決の方向性を見いだしていただくための税理士・公認会計士・行政書士・社会保険労務士による企業法務個別相談会(無料)を7月に開催予定です。ご興味のある方はご連絡をおまちしております。

担当：音田崇幸(オトダタカユキ、TEL:03-3776-5562、Mail:otaromu@ota-sg.com)

新設法人個別説明会のご案内

新しく法人を立ち上げご予約の方、もしくは法人を立ち上げたばかりの方を対象に、各種制度や仕組みをご説明し、疑問にお答えする新設法人個別説明会を9月に開催予定です。

会員様方は是非、該当しそうなお知り合いの方を是非

ご紹介ください。ご興味のある方のご連絡をおまちしております。

担当：音田崇幸(オトダタカユキ、TEL:03-3776-5562、Mail:otaromu@ota-sg.com)

新入会員ご紹介

株式会社 IMUZA 中澤夏美様

品川区大井の「和ごころ訪問看護ステーション」の運営会社様です。とても親身にサービスを提供していらっしゃいます。

一般社団法人平多正於舞踊研究所

舞踊こまどり会 本多実千子様

大田区上池台の「こまどり芸術学園」というモダンバレエ教室様です。東京圏各地にいくつも支部があり、楽しみながら技術を高められる、大変伝統あるお教室です。

株式会社野谷組 野谷朋也様

大田区の鳶職の建設会社様で、社長ご本人も「ガテン系社長」ユーチューバーとして活躍されています。

一般社団法人羽田ヴィッキーズ

女子バスケットボールクラブ 小松篤夫様

大田区が誇る女子プロバスケWリーグ1部の東京羽田ヴィッキーズの運営会社様です。協会職員を挙げて応援に行かせていただいております。

株式会社K-エイト 楠ノ瀬雄也様

大田区中馬込2-7-11馬込図書館坂下のファミリーマート向かいの「sing 薬局 馬込」の運営会社様です。とても丁寧な接客の安心できる薬局さんです。

株式会社 B-Dash 澤田忠弘様

千葉県香取市与倉の「アップル香取佐原51号店」の運営会社様です。とてもフットワークの軽い営業スタイルをされています。

有限会社 877 根津慎哉様

店舗デザインに特化した内装会社様であり、世田谷区代沢、世田谷区駒沢にそれぞれ店舗のあるとて

もお洒落なカフェ「YELLOW」の運営会社様です。

合同会社A I D 楠ノ瀬雄也様

大田区の薬剤師関係の会社様です。

株式会社マサタニ 三谷貴子様

大田区千鳥の塩ビ（プラスチック）専門の特注加工の会社様です。

眞保炉材工業株式会社 高橋哲様

大田区南蒲田の炉の改修工事、耐火物製造販売の会社様です。栃木県、岩手県にも拠点があります。

株式会社秀栄工業 高野秀伸様

大田区中馬込のシャッター施工の会社様です。

アロック工業株式会社 白石正俊様

大田区西馬込のダム等の水深測定器の製造会社様です。

有限会社金箱構造設計事務所 金箱温春様

品川区西五反田の、構造設計専門の設計事務所様です。多数の有名建築物の実績があります。

株式会社アクティブネットワーク 日比豊様

各小学校等へ石灰等の販売を行っている、横浜市の会社様です。

山豊運輸株式会社 高橋圭一郎様

江東区辰巳の産業用機器の運搬・据付工事を行う会社様です。

会員募集中

一般社団法人おおた労務管理協会では会員を募集しています。協会は、働き方改革等で中小企業の経営環境が激変する中、適切な労務管理の実現のために各種セミナーや経営情報の提供を行うと共に、会員同士の交流のために異業種交流会などを開催し、会員の経営と労務の向上に資することで、地元大田区の方々に貢献することを目指しています。

会員の特典としては、イベント・セミナーの無料参加または割引、会員間の異業種交流会、会員企業の従業員のための福利厚生共済事業などがあります。

会費は正会員年 30,000 円(月 2,500 円、消費税対象外)となります。ご紹介・お問い合わせは下記までお気軽にご連絡ください。

担当：音田崇幸(オトダタカユキ、TEL:03-3776-5562、Mail:otaromu@ota-sg.com)

令和 6 年 4 月 1 日現在当協会会員数：32 名



TOPICS

①リファラル採用の概要と留意点

株式会社帝国データバンクの「人手不足に対する企業の動向調査(2023年10月)」によると、正社員の人手不足を感じている企業の割合は52.1%と高水準になっており、人手不足の問題は年々深刻化しています。本稿では、今後も労働力人口の減少が見込まれる中で、「いかに優秀な人材を確保するか」について、その具体策の一つである「リファラル採用」についてご紹介してまいります。

1. リファラル採用のメリット

リファラル採用とは、自社の社員から知人や友人の求職者を紹介してもらう採用手法のことで、主なメリットは次の通りです。

【リファラル採用の主なメリット】

採用コストを削減	広告掲載費、転職エージェントへの報酬等が抑えられ、大幅なコスト削減が可能となる。
優れた候補者の確保	紹介された者は、社風に合っている可能性が高く、必要なスキルや経験を持っている可能性も高い。
採用プロセスの迅速化	既に紹介者による一次審査が済んでいるので、候補者の絞り込み、評価、面接の時間を短縮できる。
定着率の向上	採用のミスマッチを回避できる可能性が大きく、採用された候補者の早期の離職が発生しにくい。

入社後の孤立を回避

紹介された者にとって、知り合いが既に職場におり、職場で孤立してしまう可能性が低い。

また、これまでの採用手法で発生していた求人広告の掲載費や転職エージェントへの報酬は社外に出ていくコストとなりますが、リファラル採用により従業員（紹介者）に紹介報酬（インセンティブ）を支払う仕組みを構築すれば、そのコストが、従業員の会社への忠誠心や帰属意識の向上を生む効果をもたらします。

2. リファラル採用の実施状況と注意点

「就職白書2023」（株式会社リクルートの研究機関・就職みらい研究所）によると、2024年卒の採用方法・形態において、全体の18%の企業がリファラル採用を実施しており、前年比で3%増加するなど、多くの企業に浸透しつつあります。また、従業員規模別では、次の通りの結果となっています。

【2024年卒の採用方法・形態の予定

～リファラル採用～】

企業の従業員規模	割合
5000人以上	17.2%
1000～4999人	24.8%
300～999人	18.7%
300人未満	12.3%

※(株)リクルート：就職みらい研究所「就職白書2023」

前述の通り、多くのメリットがあるリファラル採用ですが、仕組みとして、紹介してくれた社員に「紹介報酬」を支払う場合は、注意が必要です。「紹介報酬の支払い」については、職業安定法で規制されており、この法律に抵触しないようにしなければなりません。

法律に抵触しないためには、リファラル採用を社内制度として確立し、その報酬が、職業紹介における報酬とみなされないよう「賃金・給与」として支払う必要があります。

賃金・給与として支払う場合には、労働基準法の定めに基づいて、就業規則にリファラル採用を業務として記載することが重要です。

また、紹介報酬があまりに高くなりすぎると「職業紹介の報酬」とみなされるリスクが生じますので、適切な金額に設定することもポイントとなります。

3. さいごに

今後、人材獲得競争がより激しさを増していく中

で、会社を成長、存続させる為に「優秀な人材の確保」は欠かせません。従来の採用手法のみでは人材の確保が困難となっている状況で、会社の規模を問わず各社が新しい採用手法を検討・導入しています。今回ご紹介したリファラル採用は、注意しなければならない点がありますが、高効率、低コスト、ミスマッチの回避等のメリットも多い採用手法です。

リファラル採用をうまく活用することで、優秀な人材の獲得のみならず、社員の会社への帰属意識やモチベーションの向上につなげ、人材定着の手段として役立ててみてはいかがでしょうか。

②カスタマーハラスメントの現状と対応

カスタマーハラスメントとは、顧客や取引先などからの不当・悪質なクレームによる著しい迷惑行為のことです。被害を受けた従業員は、その対応に追われて本来の業務ができなかったり、メンタル不調に陥ったりするケースも少なくありません。

本稿では、カスタマーハラスメントの実態や、厚生労働省の対応、企業が行うべき対策などについてお伝えします。

1. カスタマーハラスメント被害状況

企業の危機管理を支援する「株式会社エス・ピー・ネットワーク」が2023年7月に行った調査では、直近1年間にカスタマーハラスメントを受けた企業の担当者は、64.5%にも上りました。1年間に16回以上被害を受けた人も、3.1%いました。

また、この調査では、「土下座の要求」や「3時間以上の拘束」といった甚大な被害が多いことも判明。業界別では、卸売・小売(百貨店・スーパー・コンビニ)と交通インフラ(鉄道・飛行機・バス・タクシー)で、50%以上が「執拗な言動」や「威圧的な言動」の被害にあったと答えました。

一方、カスタマーハラスメントについて、対策の方針がない企業が55.3%、マニュアルがない企業も68.1%に上り、企業の対応の遅れが明らかになっています。

■直近1年以内に不当要求やカスハラ被害に何回くらい遭ったことがありますか。

2. 厚生労働省の対応

厚生労働省は指針のなかで、カスタマー・ハラスメントについて、適切な対応のための体制整備、被害者への配慮の取り組みなどを推奨しています。

2022年2月には、「カスタマー・ハラスメント対策企業マニュアル」を公表し、企業の対応として以下のポイントを挙げました。

＜カスタマー・ハラスメントを想定した事前準備＞	
①	基本方針の明確化、従業員への周知・啓発
②	従業員（被害者）のための相談体制の整備
③	カスタマー・ハラスメントへの対応方法の策定
④	社内対応ルールの従業員等への教育・研修
＜カスタマー・ハラスメントが起こった際の対応＞	
①	事実関係の正確な確認と事案への対応
②	従業員への配慮
③	再発防止の取り組み
④	相談者のプライバシー保護、不利益取扱いを行わない旨を従業員に周知

※厚生労働省「カスタマー・ハラスメント対策企業マニュアル」より抜粋要約

さらに、2023年9月には、労災認定を行う際の「心理的負荷による精神障害の認定基準」を見直し、ストレスの原因となる業務上の出来事に「顧客や取引先、施設利用者等から受ける著しい迷惑行為」（いわゆるカスタマー・ハラスメント）を追加しています。

3. さいごに

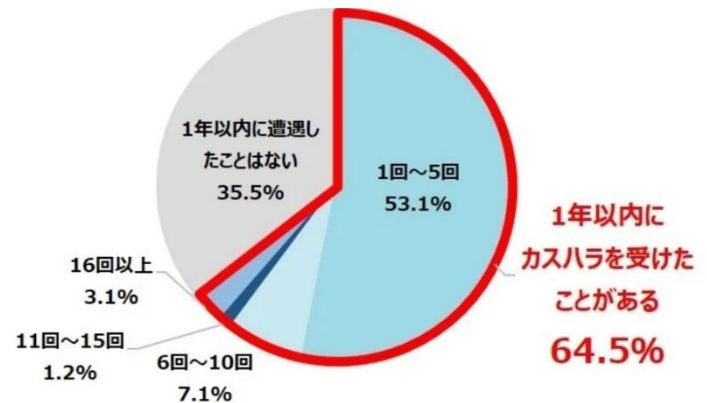
カスタマー・ハラスメントは、加害者が顧客や取引先であるため、企業としては対応に苦慮しがちです。まずは、企業のトップが基本方針を示す必要があります。そのためにも、職場におけるカスタマー・ハラスメント被害の実態調査から始めることをお勧めします。



Q&A

Q：カスタマー・ハラスメントの労災認定について教えてください。

A：カスタマー・ハラスメントの状況や当該出来事が生じるに至った経緯等も含めて総合的に考慮して、当該出来事の心理的負荷の程度を判断し、認定すること



となります。

なお、心理的負荷の総合評価の視点や強度を「弱」「中」「強」と判断する具体的出来事の例示を参考としてご紹介します。

心理的負荷の総合評価の視点

- ・迷惑行為に至る経緯や状況等
- ・迷惑行為の内容、程度、顧客等（相手方）との職務上の関係等
- ・反復・継続など執拗性の状況
- ・その後の業務への支障等
- ・会社の対応の有無及び内容、改善の状況等

（注）著しい迷惑行為とは、暴行、脅迫、ひどい暴言、著しく不当な要求等をいう。

心理的負荷の強度を「弱」「中」「強」と判断する例

「弱」になる例

- ・顧客等から、「中」に至らない程度の言動を受けた

「中」になる例

- ・顧客等から治療を要さない程度の暴行を受け、行為が反復・継続していない
- ・顧客等から、人格や人間性を否定するような言動を受け、行為が反復・継続していない
- ・顧客等から、威圧的な言動などその態様や手段が社会通念に照らして許容される範囲を超える著しい迷惑行為を受け、行為が反復・継続していない

「強」になる例

- ・顧客等から、治療を要する程度の暴行等を受けた
- ・顧客等から、暴行等を反復・継続するなどして執拗に受けた
- ・顧客等から、人格や人間性を否定するような言動を反復・継続するなどして執拗に受けた
- ・顧客等から、威圧的な言動などその態様や手段が社会通念に照らして許容される範囲を超える著しい迷惑行為を、反復・継続するなどして執拗に受けた
- ・心理的負荷としては「中」程度の迷惑行為を受けた場合であって、会社に相談しても又は会社が迷惑行為を把握していても適切な対応がなく、改善がなされなかった

※厚生労働省「業務による心理的負荷評価表」より