

～コンプライアンスとハラスメント～

中小企業診断士・特定社会保険労務士・行政書士・1級ファイナンシャルプランニング技能士 清成真一

日本ではコンプライアンスを“法令等遵守”と訳しています。ハラスメントとは“いじめ”や“嫌がらせ”と同義と考えて良いでしょう。両者は一見無関係のように考えられますが、事業経営に与える影響という側面では関連性が強いと考えた方が良さそうです。何故、そのように考えるのかを本稿で一緒に考えてみましょう。

1. 会社は未来へ存続することが最低限の義務である

会社が現代社会において構成員として認められるには、一定の貢献を社会に果たさないとはいけません。貢献の態様は多様です。「納税」「従業員の雇用」「環境（インフラ）維持への支援」「新しい商品・サービスの提供」等々、貢献例を挙げようとすると枚挙にいとまがありません。その中でも最大級の貢献と言えるものの1つは「会社を未来へ継続させる」ことでしょう。会社が「倒産」「事業閉鎖」「他地域への移転」「事業規模縮小」等で地域からなくなったときは、その地域社会は大小様々な影響を被ることになります。

このように考えていくと、経営者の最大の責務の1つは「会社を未来へ繋げて行く」ということにつきます。私心で「会社を残したい」のではなく、社会の公器たる会社の経営者という公的な立場から「会社を残す」ことが重要なのです。その為には、存続に必要なかつ可能な利益をしっかりと残す経営努力が経営者に求められています。

2. コンプライアンス違反を繰り返す会社に未来はあるか？

「会社を未来へ繋げる」という観点から、コンプライアンス違反を考えてみることにします。コンプライアンス違反は法令等遵守と理解されています。法令等ですから、法律や政令、省令等も含まれますし、地方公共団体が制定する条例等も該当します。これらは立法機関や行政機関が関与しています。これ以外に会社内で明文化された就業規則等の文書も法令等に網羅され、また明文化されていないものの長年の慣行として運用されているルールも法令等の守備範囲です。更には、地域社会等で暗黙のうちに行動規範となっている風習や倫理、道徳等もコンプライアンスに含まれていると考えなければなりません。

日本人は規律正しく行動し、所定のルールを遵守するという思想が古来より私達のDNAに刷り込まれてきました。平成23年3月11日に発生したあの悲惨事でも、暴動が起らず被災者が規律正しく行動していたことに世界は驚嘆しました。日本人が持ってきたこのような気風や精神文化は徐々に薄れてきているとは言え、まだ私達の行動や発言を制御するコントロールセンターとなっています。

このように考えると「誰も知らないから」とか「同じことを他者も行っているから」といった独り善がりの動機から、コンプライアンスに抵触した行動や発言を行うと、それに対する反発が一挙に拡散する可能性が高まります。SNSで拡散されてしまうと「申し訳ございません」と釈明会見を開催したとしても、一般市民の憤りは沈静化することはできません。このような状況に至らしめた経営者は辞任に追い込まれ、会社は不買運動等で深刻なダメージを負うことになってしまうのです。

3. ハラスメントに対し無為無策の会社に未来はあるか？

「会社を未来へ繋げる」という観点から、ハラスメント対応を考えてみることにします。代表的なハラスメントと言えば、セクハラ、パワハラ、マタハラ等があげられます。これらは弱者と考えられている従業員が、会社や上司、同僚等から嫌がらせ等を受けるというイメージです。なお、会社（と従業員ら）が加害者ではなく被害者になるというハラスメントもあります。例えばモラル・ハラスメントであったり、カスタマー・ハラスメントです。本稿では会社と従業員という軸で考察してみようと思います。

誰でもハラスメントは受けたくはありません。ハラスメントは身体以外に心にも深刻なダメージを与えます。被害者以外に同じ職場で働く他の従業員にも少なからず影響を与えます。こうなると職場は安全にまた楽しく働ける空間ではなくなります。砂漠のように無味乾燥で殺伐とした環境下で働く従業員の心中に、悪い影響を与えることは確実です。

被害者の家族にも少なからず影響が及びます。「お父さんは最近元気がないけど、どうしたんだろう？」と妻と子どもが心配する。自傷行為に至ったとすれば、「どうして気が付かなかったのだろう」と家族が自分を責めることにもなりかねません。そしてその原因が上司や同僚によるハラスメントにあると知れば、驚きと共に怒りの矛先は経営者へ向かっていくに違いありません。

ハラスメントの兆候を感じたときは即時に適切な対応を取らなければなりません。会社を取るべき対応ルールが明文化されているかを確認して下さい。第三者が会社のハラスメント対応が不十分だと考えたとき、その会社の商品等を喜んで購入するでしょうか。その会社しか売っていない商品でも購入ボイコットが発生する可能性は高くなるでしょう。

4. コンプライアンス違反とハラスメント無為無策は社員と消費者の離反を促進する

会社はどのような事業を行っていたとしても、「販売する（売る）」という経済活動が必ず発生します。「従業員を雇用する」「店舗・工場を建設する」「製造・加工し商品を作る」などの活動は資金面からは支出として捉えることができます。自明の理ですが、資金流出だけでは会社は存続することはできません。資金流出の反対である資金流入が絶対に必要です。資金流入には「銀行から融資を受ける」「不要不急資産を売却する」などのアプローチもあります。しかしこれらは一時的なものです。経営を安定化させるには、恒常的に会社に現金が入ってくる仕組みを創り出さないとはいけません。それが「商品の販売」という基本的でありかつ最も重大な経営活動へ繋がるのです。

既にみてきたようにコンプライアンス違反やハラスメント行為等は商品を購入するお客様に対して良くない心証を持たせることになるでしょう。喩えがよくありませんが、異口同音に極悪人だと指摘される者であっても「あいつに比べると俺はそんなに悪いことはしていない」と言い放つかも知れません。仮初めにも、コンプライアンス違反やハラスメント行為等を行った当事者や経営者がこのような考えを持っていたりすると、自分の非を素直に認めないので、やがては馬脚を露わすこととなります。発覚後の当該者の行動や発言が二次被害、三次被害へと被害や負の影響が拡大再生産されていきます。このような会社を従業員や消費者が末永く支持し続けるだろうと考えることができるでしょうか。答えは1つしかありません。それは「できない。必ず離反する」という答えです。