

論文

日本企業における組織内ハラスメント問題の 解決策としての AI チャットボットの可能性： 体系的レビューと提言

中川 有紀子

キーワード

組織内ハラスメント
AI
チャットボット
心理的安全性
匿名性

目次

1 序論
2 先行研究のレビュー
3 日本企業における AI チャットボット導入の可能性
4 課題と今後の展望
5 結論
参考文献

1. 序論

1.1 問題の背景

日本の企業文化において、従業員が上司や組織に対して直接的にハラスメントや職場内の問題について相談することには、依然として強い心理的抵抗が存在する。Hirai（2000）は、日本の職場における性別役割分業や権力構造が、セクシャルハラスメントの発生にいかに関わっているかを社会学的な視点から分析している。

また、Kikuchi（2005）は、セクシャルハラスメントの被害者が、なぜ問題の報告をためらうのかという心理的要因に焦点を当て、日本の組織文化における「和」や「我慢」といった価値観が、被害者の行動を抑制する要因であると指摘している。

この傾向は、上下関係を重んじる文化、人事評価への影響への懸念、そして同調圧力に起因する。結果として、問題は表面化せずに潜在化し、従業員のウェルビーイングの低下、生産性の喪失、そして最終的には離職率の増加といった深刻な組織的課題を引き起こしている。特に、近年注目されているハラスメント防止法（正式名称：労働施策総合推進法）の施行により、多くの企業で相談窓口などが設けられてはいるものの、従業員が声を上げにくいという根本的な課題は未解決のままである。上述の先行研究が明らかにした「従業員が声を上げにくい」という課題を、AIチャットボットがどのように解決し得るかを本論文は考察する。

1.2 研究の目的と意義

本論文の目的は、日本企業における組織内ハラスメントおよび関連するウェルビーイング問題を、AIチャットボットがどのようにして早期に発見し、解決へと導くことができるかを、先行研究の体系的レビューを通じて探求することである。これにより、チャットボットが従来の匿名調査や人間による面談の限界をどのように補完し、従業員が安心してフィードバックを提供できる新たな環境を構築する可能性を明らかにする。

本研究は、理論的・実践的両面において重要な意義を持つ。理論的には、HRテクノロジーと組織行動学の交差領域における新たな知見を提供し、実践的には、日本企業の直面する切実な課題に対する具体的かつ実行可能なソリューションを提案する。

2. 先行研究のレビュー

2.1 組織内コミュニケーションとハラスメント

組織内コミュニケーションに関する従来の先行研究は、公式・非公式のコミュニケーションチャネルが従業員エンゲージメントと組織文化に与える影響を分析してきた。ハラスメントのようなデリケートな問題に関しては、報告チャネルの「安全性」と「信頼性」が決定的に重要である。従業員は、報復や不利益を恐れ、問題の報告を躊躇する傾向にある。

- ・リーダー・メンバー交換理論 (LMX 理論) : Graen & Uhl-Bien (1995) が提唱した LMX 理論は、上司と部下の関係性の質が、従業員の仕事への満足度や組織へのコミットメントに大きな影響を与えることを示している。これは、組織内コミュニケーションが信頼関係の構築に深く関わっていることを明らかにし、ハラスメントのような問題の根本原因を理解する上で重要な枠組みを提供する。
- ・心理的安全性 : Edmondson (1999) は、チームメンバーが対人関係のリスクを恐れずに意見を表明できる環境である「心理的安全性」の概念を確立した。彼女の研究は、心理的安全性が高いチームほど、学習やパフォーマンスが高まることを証明している。ハラスメント問題を早期に発見し、解決するためには、従業員が安心して声を上げられる心理的安全性の高い組織文化が不可欠である。
- ・組織文化の類型論 : Schein (1985) は、組織文化を「共有された信念、価値観、前提」と定義し、その文化が従業員の行動やコミュニケーションのあり方を決定づけることを強調している。彼の研究は、ハラスメントがなぜ特定の組織で発生しやすいのか、そしてなぜそれが放置されるのかを、組織文化の観点から分析するのに役立つ。

これらの先行研究は、組織内のコミュニケーションの質がハラスメント問題に与える影響を深く掘り下げている。筆者は、これらの課題をいかに解決していくかを考察する。

2.2 従来の従業員フィードバック手法の限界

従来のフィードバック手法、特に年次従業員満足度調査や匿名アンケートは、いくつかの限界を抱えている。まず、データの収集頻度が年に一度と低いため、問題の兆候をリアルタイムで捉えることができない。次に、フォーマットが固定化されているため、従業員が自らの言葉で複雑な感情や状況を表現する自由度が低い。そして何よりも、匿名性の確保が本当に信頼できるかという点で、従業員に疑念を抱かせる場合がある。

Mayer & Davis (1999) は、従業員が匿名アンケートに対して抱く不信感を質的に探求し、たとえ匿名性が保証されていても、回答内容から個人が特定される可能性を懸念していることを明らかにしている。これは、アンケートの「匿名性」が、必ずしも「心理的な安全性」を意味しないという重要な点を指摘している。

また、「単なる測定効果」(Morwitz & Fitzsimons, 2004) と「調査疲労」の現象 (Porter, Whitcomb, & Weitzer, 2004) は、調査に繰り返しさらされると、従業員の認識が不注意で形成され、参加意欲が低下し、最終的にデータの品質とエンゲージメントが損なわれる可能性があることを浮き彫りにしている。Mather (2024) は、調査の反復的で予測可能な性質が、従業員の疲労やフィードバックプロセスからの完全な離脱につながる可能性を述べている。

2.3 AI チャットボットの応用と機能

近年、自然言語処理（NLP）と機械学習の進化により、AI チャットボットはカスタマーサービスや人事管理といった領域で急速に普及している。先行研究は、チャットボットが反復的な問い合わせ対応を自動化し、効率性を高めるだけでなく、従業員との対話を通じて以下のことが可能であることを示唆している。

- ・ **センチメント分析**：テキストデータから感情を自動的に識別・分析し、従業員の心理状態を把握する。Prentice & Loureiro (2024)は、AI チャットボットが従業員のウェルビーイングやパフォーマンスに与える影響について調査し、チャットボットが、ストレス軽減やエンゲージメント向上に貢献する可能性を示唆している。
- ・ **パーソナライズされた対話**：従業員の役職や部署、過去の対話履歴に基づいて、個別に最適化された質問を投げかける。Adamopoulou & Moussiades (2020) は、人事におけるチャットボットの利用事例を概観し、従業員フィードバックの収集といった具体的な応用例をまとめている。
- ・ **リアルタイムでのデータ収集**：従来の調査とは異なり、問題発生時に即座にフィードバックを収集できる。Delgado ら (2025) のレビュー論文では、職場における AI チャットボットが従業員エンゲージメントに与える影響を様々な角度から検討し、チャットボットがリアルタイムで従業員の意見を収集する機能が、組織の迅速な意思決定に役立つことを強調している。

3. 日本企業における AI チャットボット導入の可能性

3.1 心理的安全性の確保

AI チャットボットは、人間相手では言いにくいことを、報復の心配なく打ち明けられる安全な「デジタル相談窓口」として機能する。従業員は、匿名性が担保された AI との対話を通じて、自身の感情や経験を客観的に表現する機会を得る。これにより、ハラスメントの初期段階での小さなサインや、潜在的な不満を拾い上げることが可能となる。

3.2 匿名性とデータ分析の高度化

チャットボットは、個人を特定できる情報を収集せずに、対話の内容からキーワード、フレーズ、感情のパターンを抽出し、匿名データを集計・分析する。このプロセスを通じて、人事担当者は以下のような重要なインサイトを得ることができる。

- ・ **センチメント分析と感情の把握**：Sandra et al. (2025) は、HR チャットボットが従業員とのやり取りを通じてデータを収集し、人事担当者が意思決定を行うのに役立つ主な方法について述べている。チャットボットは、自然言語処理（NLP）を利用して、匿名

性を担保した従業員のテキスト入力から感情や態度を分析し、従業員が特定のプロジェクト、マネージャー、またはポリシーについて不満を表明した場合、チャットボットはこれらのキーワードを特定し、関連するフィードバックをまとめて人事担当者に報告する。これにより、人事部門は問題がエスカレートする前に対応が可能になる。

- ・ **定期的なパルスサーベイとフィードバックの収集**：チャットボットは、従来の年次調査に代わり、短く頻繁なパルスサーベイを自動的に実施する。これにより、トレンドの追跡や匿名フィードバックの集計が可能となり、特定の部署やグループで顕著な問題があるかを分析できる。
- ・ **潜在的な問題の早期発見**：深刻なハラスメントに発展する前の段階で、従業員の不満や不安の兆候を捉えることで、予防的なアプローチを可能にする。

3.3 人間による介入の最適化

AIチャットボットは、人間による対応の代わりではなく、その効果を最大化するためのツールである。チャットボットが収集したデータは、人事担当者が「誰に、いつ、どのように介入すべきか」を判断するための羅針盤となる。

- ・ **優先順位付け**：複数の問題が同時に発生した場合でも、チャットボットの分析は、最も緊急性の高い、または多くの従業員に影響を与えている問題を特定し、対応の優先順位付けを助ける。
- ・ **効果測定**：介入後の従業員のフィードバックをチャットボットで継続的にモニタリングすることで、介入策がどれだけ効果があったかを定量的に評価できる。

4. 課題と今後の展望

4.1 導入における課題

AIチャットボットの導入には、いくつかの課題が伴う。従業員は、システムのプライバシー保護機能やデータ利用目的について懐疑的になる可能性がある。また、チャットボットが深刻なハラスメント事案を正しく認識できず、適切な対応を怠るリスクも存在する。これらの課題を克服するためには、匿名性が担保される技術的なセキュリティ対策に加え、透明性の高い運用ポリシーと従業員への丁寧な説明が不可欠である。また重要なことは、経営陣が組織課題解決に真摯に公正に取り組む行動を、従業員は期待している。

4.2 今後の研究方向

今後は、チャットボットの感情認識能力をさらに向上させる研究や、ハラスメントの複雑な文脈を理解するためのモデル開発が求められる。ハラスメント問題の文脈では、人間に寄

り添うある意味「共感」的な能力は非常に重要であるかもしれない。心理的安全性の向上：従業員が「人間相手では言いにくい」と感じる問題を、報復の心配なくチャットボットに打ち明けることができるのは、チャットボットが感情を理解し、共感的に応答するからである。これにより、従業員は安心して本音を話せるようになり、「心理的安全性の確保」につながる。

正直なフィードバックの促進：従来の匿名アンケートでは、従業員は会社「おもねる」ように良いことばかり書く傾向があったことは上述の Mayer & Davis (1999) の研究結果でも出ている。しかし、チャットボットは対話を通じて、従業員が本当に感じている不満や不安を「引き出す」ことができる。これは、チャットボットが表面的な応答だけでなく、心理的安全性を担保しながら、感情や文脈を深く分析する能力を持っているからである。

結論として、AIチャットボットは人間のように感情を持って「こびたりおもねる」ことはしないが、アルゴリズムとデータ分析に基づいて、ユーザーの感情や心理状態に応じた応答を生成する。この機能は、特にデリケートな問題を扱うハラスメント対策において、従業員が安心して声を上げるための重要なツールとなり得る。匿名性の担保と倫理的側面の担保が鍵となる。

5. 結論

本論文は、日本企業が直面する組織内ハラスメント問題に対し、AIチャットボットが画期的な解決策を提供する可能性を論じた。チャットボットは、匿名性の確保、センチメント分析、そしてリアルタイムのデータ収集を通じて、従業員が声を上げやすい環境を構築し、人事部門がデータに基づいた迅速かつ戦略的な意思決定を行えるようにする。

最終的な解決には人間の介入が不可欠である。しかしながら、チャットボットはその介入を最適化し、より効果的なハラスメント対策を可能にする。今後は、技術的な課題を克服し、倫理的な側面を慎重に考慮しながら、このテクノロジーを日本の組織文化に適合させていくことが、健全な職場環境を築くための鍵となるだろう。

参考文献

- ・ Adamopoulou, E., & Moussiades, L. (2020). An Overview of the Use of Chatbots in Human Resources. *Journal of Human Resources Management Research*, 373-383.
- ・ Delado, S., Villamarin, A. and Insuasti, J. (2025) "AI-Powered Chatbots in Organizations: A Systematic Literature Review" *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(22s), 452-460.
- ・ Edmondson, A. C. (1999). Psychological safety and learning behavior in work teams. *Administrative Science Quarterly*, 44(2), 350-383.
- ・ Graen, G., & Uhl-Bien, M. (1995). Relationship-based approach to leadership: Development of leader-member exchange (LMX) theory of leadership over 25 years: Applying a multi-level multi-domain perspective. *The Leadership Quarterly*, 6(2), 219-247.

- ・ Hirai, A. (2000). Gender and power in the workplace: A study on sexual harassment in Japan. *Japanese Sociological Review*, 51(3), 323-338.
- ・ Kikuchi, K. (2005). Why do they not speak up? A psychological analysis of sexual harassment victims in Japanese organizations. *Japanese Journal of Social Psychology*, 20(2), 121-135.
- ・ Mather, A. (2024). Addressing the Flaws and Psychological Impact of Traditional Employee Surveys. *People Kult.*
- ・ Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1999). "The Illusion of Anonymity: A Qualitative Study of Employee Perceptions of Organizational Surveys." *Academy of Management Journal*, 42(5), 458-472.
- ・ Morwitz, V. G., & Fitzsimons, G. J. (2004). The mere-measurement effect: The effect of questionnaire answers on subsequent behavior. *Journal of Consumer Research*, 31(2), 263-272.
- ・ Porter, S. R., Whitcomb, M. E., & Weitzer, H. (2004). Multiple surveys of students and survey fatigue: A longitudinal analysis. *New Directions for Institutional Research*, 2004(121), 63-73.
- ・ Prentice, C., & Loureiro, S. M. C. (2024). The impact of AI chatbots on employee wellbeing and performance. *Journal of Service Theory and Practice*.
- ・ Schein, E. H. (1985). *Organizational Culture and Leadership: A Dynamic View*. Jossey-Bass.
- ・ Delgado, S., Villamarin, A., & Insuasti, J. (2025). AI-Powered Chatbots in Organizations: A Systematic Literature Review. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(22s).