

職場のハラスメント防止に関するアンケート結果

2021年12月14日

一般社団法人 日本経済団体連合会

調査の概要

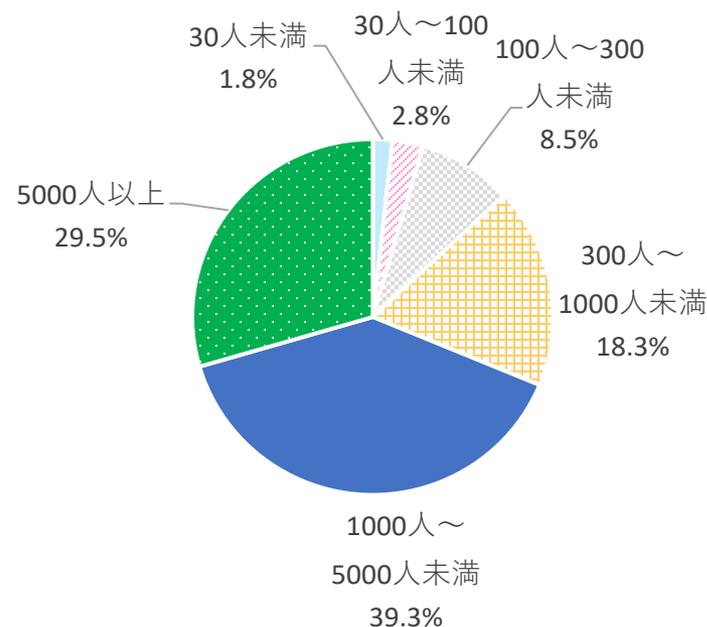
調査目的

職場のハラスメント防止に関する法律等の施行から1年が経過したことを踏まえ、企業における課題や取組みについて調査し、今後の政策を検討する参考とするとともに、効果的な取組等を広く展開する。

調査項目・回答状況

調査項目	■ 職場におけるハラスメント等に関する相談状況 ■ 職場におけるハラスメントの課題と対応 ■ 雇用する労働者以外に係るハラスメント対応 等
調査期間	2021年9月7日～10月15日
調査対象	経団連会員企業
回答企業数	400社（回答率26.9%）
業種別内訳	製造業45.0%、非製造業55.0%
労働組合の有無	有り 72.0%、無し 28.0%

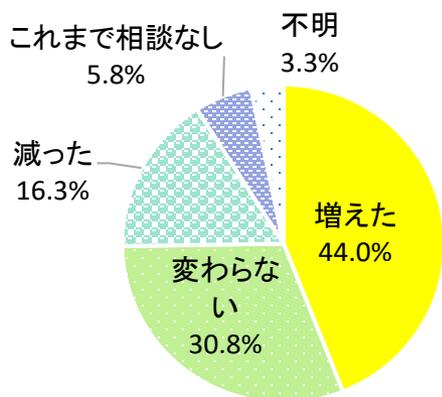
【従業員数別内訳】



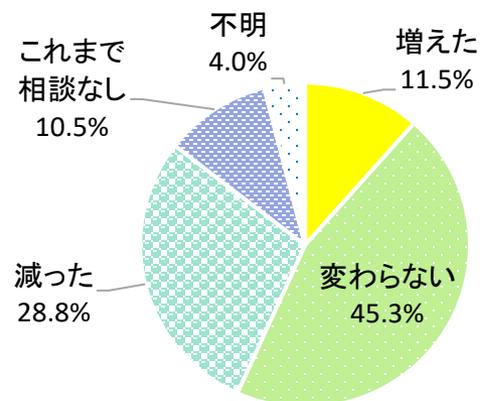
5年前と比較した相談件数

- パワーハラスメントに関する相談件数は、「増えた」が44.0%と最も多く、次いで「変わらない」が30.8%
- セクシュアルハラスメントに関する相談件数は、「変わらない」が45.3%と最も多く、次いで「減った」が28.8%
- その他のハラスメントに関する相談件数は、いずれも「これまで相談なし」が50%超

パワーハラスメント



セクシュアルハラスメント



パワーハラスメント

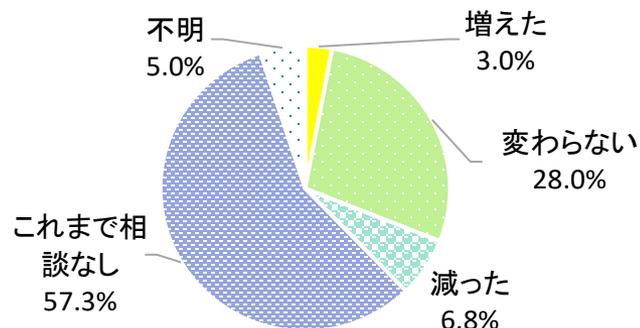
：職場において行われる①優越的な関係を背景とした言動であって、②業務上必要かつ相当な範囲を超えたものにより、③労働者の就業環境が害されるものであり、①から③までの3つの要素をすべて満たすもの

《相談件数が増えた理由》

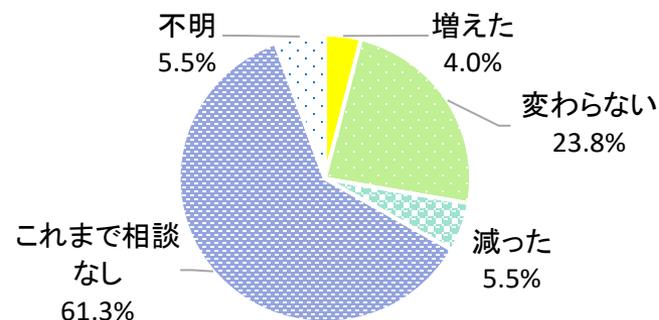
法施行に伴う社会の関心の高まり、相談窓口の周知の強化、経営トップメッセージや研修実施による意識の向上、相談しやすい雰囲気の醸成、継続した啓蒙活動、相談に関する規定の策定・改訂 等

5年前と比較した相談件数

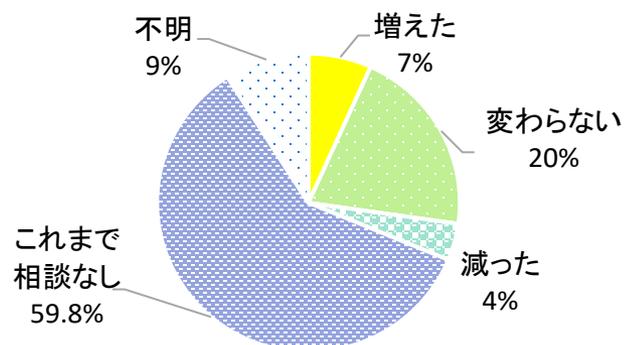
妊娠・出産に関するハラスメント



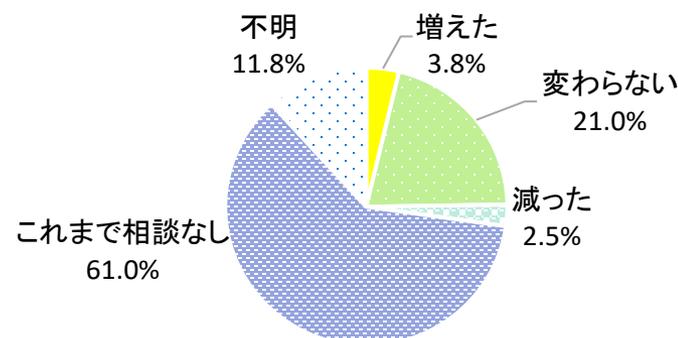
育児休業・介護休業等に関するハラスメント



雇用する労働者以外に関するハラスメント



取引先からのパワーハラスメントや カスタマーハラスメント



取引先からのパワーハラスメント

: 取引先の役員や労働者から行われるパワーハラスメント

カスタマーハラスメント

: 顧客からの著しい迷惑行為(暴行、脅迫、ひどい暴言、著しく不当な要求等)

取組み数が多い企業の相談状況

- 職場におけるハラスメントの課題への対応に関する取組み数が多い企業*（18社）の5年前と比較した相談件数は、全体と比べて、パワーハラスメントでは「増えた」との回答が17.1%ポイント高く、セクシュアルハラスメントでは、5.2%ポイント高い

パワーハラスメント

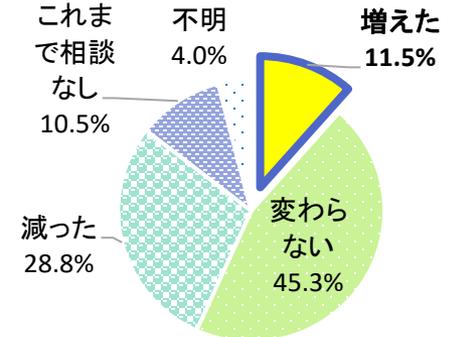
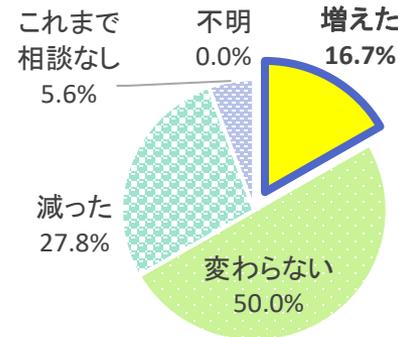
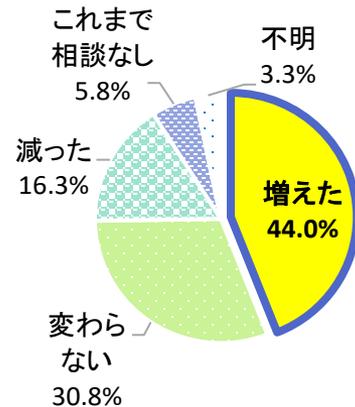
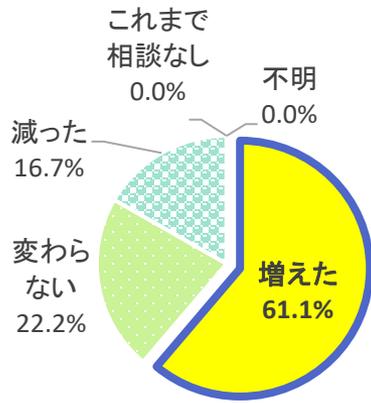
セクシュアルハラスメント

【取組数が多い18社】

【全体400社（再掲）】

【取組数が多い18社】

【全体400社（再掲）】



【取組数が多い18社】以下取組み全41個のうち、30個以上取り組んでいる企業（その他取組み4つ含む。*を階層別（3階層）に実施している場合は各1カウント）

- **ハラスメントの理解促進のための取組み**
経営トップからの定期的なメッセージ発信、ハラスメントに関する集合研修の実施*、ハラスメントに関するeラーニング実施*、ハラスメントに関する事案等の共有*、ハラスメント調査結果の社内公表*、職場単位でのハラスメント勉強会の実施、ハラスメント防止月間・週間の設定・周知、会社独自のパワハラガイドラインの作成・周知
- **コミュニケーション活性化のための取組み**
1on1ミーティングの実施、コミュニケーション能力向上のための研修、感情をコントロールする能力向上のための研修、褒めあう文化の醸成、社内イベントの実施、社内交流サイトの設置・SNSの活用、挨拶励行の活動
- **組織風土改善等の取組み**
ダイバーシティ&インクルージョン研修の実施、若手社員へのメンター制度、360度評価の実施、人事部門と社員個々人との定期的面談の実施、長時間労働の削減、過度なノルマ主義の見直し
- **相談しやすい体制の整備等**
相談内容を広く受付、複数の相談窓口を設置、相談窓口の定期的な周知、男女の相談員の配置、相談窓口担当者向けの対応マニュアルの作成、相談窓口担当者を対象とした研修の実施、社外の専門機関や専門家の活用、調停の活用

ハラスメントに関する最近の相談動向・形態

➤ コミュニケーション不足を起因とする相談の増加

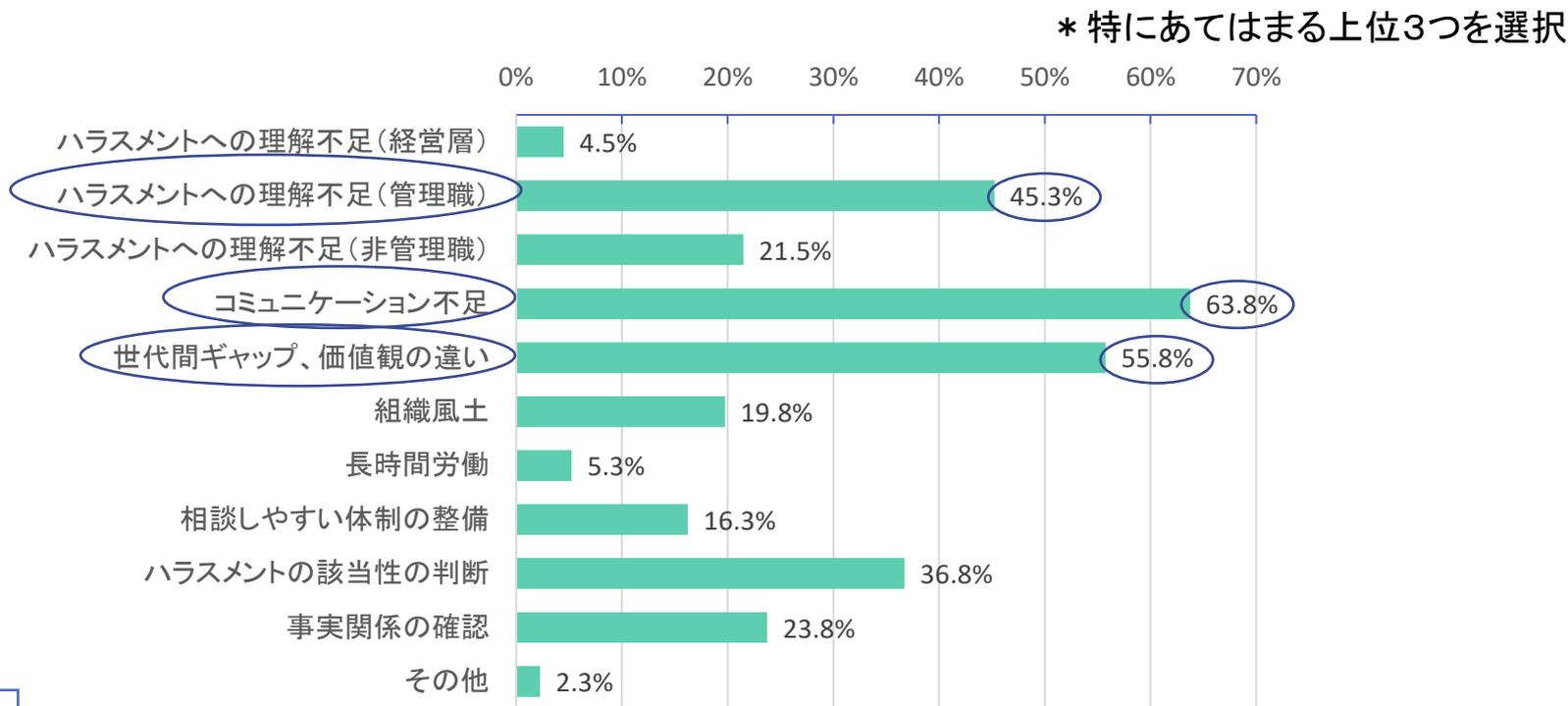
- リモートワークにより、コミュニケーションが希薄化するために起こるすれ違い
- コミュニケーションの不足からお互いの信頼関係が構築されないことにより、上司等の業務上の注意や指導をパワー・ハラスメントと捉え相談するケース
- リモートワークによるコミュニケーション不足を訴える社員の増加
- ハラスメントかどうかの判断が難しい、コミュニケーションの相違が根底にあるとみられる問題の増加
- ハラスメントには至らない、組織内のコミュニケーション不全に起因する相談の増加

➤ パワーハラスメントの理解不足による相談の増加

- マネジメント上の問題をハラスメントとして提起するケース
- ハラスメントというより、従業員間の諍いごとといった内容の相談・訴え
- 指導・指摘、あるいは上司や周囲の言動で、本人の意に沿わないという点のみで、ハラスメントを主張してくるケース
- 上司が業務上必要な注意指導をしたのにも関わらず、「上司からパワハラを受けた」という相談の増加
- パワーハラスメントとまではいかない相談や上司のコミュニケーションスタイルが部下と合わずに相談に至るケース
- パワハラと指摘されてしまうのを恐れ、必要な範囲の厳しい指導が難しいという管理職のジレンマ
- 上司が適切な指導に対して、萎縮する懸念。何かあると部下から「ハラスメントだ」と言われることを恐れるあまり、仕事を抱えてしまう、適切な部下指導が出来ない管理職がいるという声
- 従来とは違う多様な価値観の違いにより、どの程度をハラスメントとするのかそのGapが大きくなりつつある。指導とハラスメントの境界線が線引きしづらい

ハラスメント防止・対応の課題

- ハラスメント防止・対応の課題について、特にあてはまる上位3つを選択としたところ、「コミュニケーション不足」が63.8%、次いで「世代間ギャップ、価値観の違い」が55.8%、「ハラスメントへの理解不足（管理職）」が45.3%



その他回答

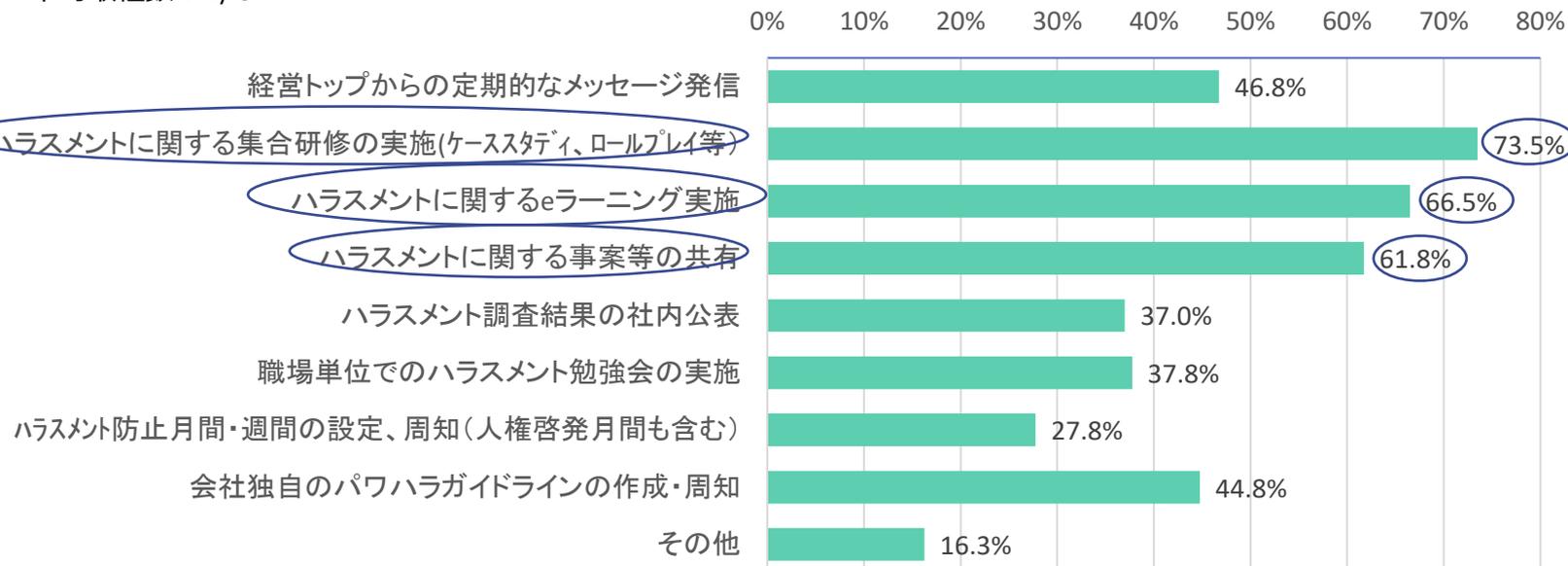
- 業界の体質
- ハラスメント相談の際、被害者が相談後の人間関係や報復などを恐れるケースが多く、事実関係の把握や加害者への働きかけが難しい
- リモートワーク環境における迅速かつ適切な相談対応

ハラスメントの理解促進のための取組み

- ハラスメントに関する集合研修の実施が73.5%と最も多く、次いでeラーニング実施が66.5%、事案等の共有が61.8%

最大取組数：9/9

平均取組数：4/9



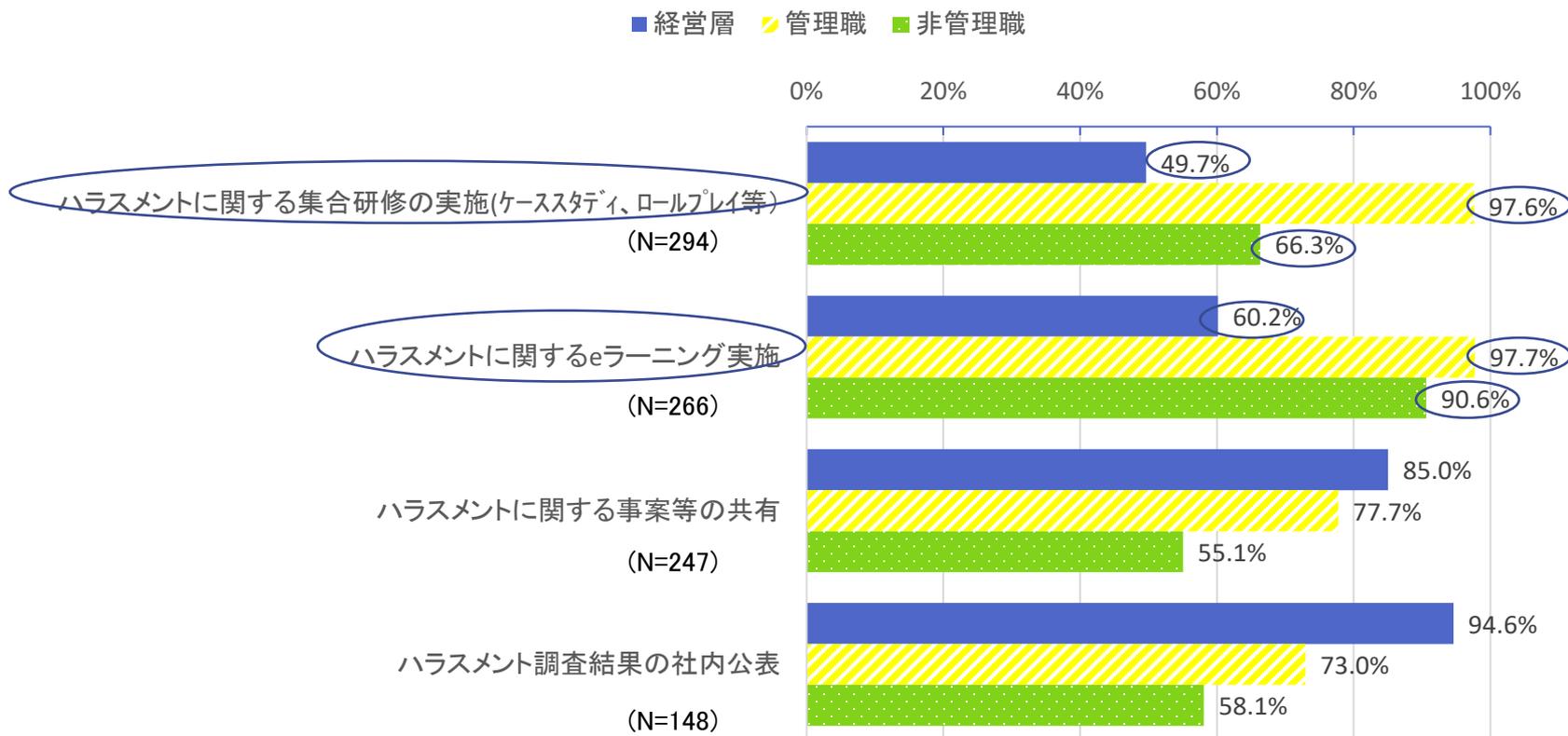
研修等の
対象は
次頁

その他取組み

- ハラスメント防止ハンドブックの作成・配布・読み合わせ
- 自社行動規範の定期的な読み合わせ
- 管理職向けにパワハラ事例集を作成・周知
- 社内報やイントラネットでの啓発メッセージの発信
- 人権標語の募集
- 毎月発行するコンプライアンスニュースにおいて、ハラスメント防止の話題を採り上げ

ハラスメントの理解促進のための取組み（階層別取組状況）

- ハラスメントに関する集合研修を実施している企業（294社）では、経営層対象に実施49.7%、管理職対象に実施97.6%、非管理職対象に実施66.3%
- Eラーニングの実施は、経営層60.2%、管理職層97.7%、非管理職90.6%



ハラスメントの理解促進に効果的な取り組み事例

◆経営トップからの定期的なメッセージ発信

- 「安全・(心と体の)健康、コンプライアンス、これらは業績よりも優先します。」という社長メッセージを全社員に発信。あらゆる場面で経営層がこの姿勢にもとづく思いや、活動を推進
- トップメッセージ(人事担当役員)は、それを足掛かりにして管理職も自他含めハラスメント予防を職場内で呼びかけるといったアクションにつながる
- 経営トップから、カスタマーハラスメント等時勢に応じたメッセージを発信(トップ自らの発言を社内電子掲示板に載せたことに拠り、カスタマーハラスメントに対する社内意識を醸成)
- 社長の想い、社員とのベクトル合わせ、働き甲斐のある会社づくり等のため定期的(四半期毎)に場を設定。ハラスメントの理解・防止等についても社長の考え、会社の姿勢を社員が直に聞くことができる場を設定

◆ハラスメントに関する集合研修の実施

- ハラスメントの原因となり得るコミュニケーション・ギャップに関するディスカッションを各職場で実施、研修で発表
- 具体的な事例を基にディスカッションするとハラスメントに対する意識付けや抑止に繋がる
- 管理職にケーススタディや事例について話し合うワークショップを実施。ディスカッションを行うことで理解度も向上。定期的な教育の実施は啓発、浸透を行う上で効果的
- 座学ではなく、ディスカッション形式の小グループ研修は効果的。全社員を対象とした集合研修(コロナ禍対応のためWEB)を年1~2回、部門単位で実施。加えて、ハラスメント等に関するショートムービー(1本5分程度を複数本)を題材としたディスカッション形式の研修を部・室・営業所単位で年1回実施。ディスカッション形式の研修では、上長がファシリテーターを務め、部内・室内・営業所内における上司部下の相互理解、目線合わせにつながっている
- 管理職を対象に、外部機関を利用し自身の「行動価値検査」およびフィードバック研修を実施。パワハラ「リスク要素」を明確化させることで、自身の行動・思考にどの程度パワハラリスクが存在するか、業務上どのような部分に気を付けるべきかを把握
- 国内グループ全従業員を対象に毎年実施。その時々々の時勢に合わせたテーマを設定。直近ではコロナ禍におけるハラスメントを取り上げ。基本はチーム単位でディスカッションを行うが、リモートワーク中心のときにはオンラインで実施
- 常用雇用労働者を対象とした調査を行い、結果を研修内容に反映
- 管理職研修や職長研修において、部下を注意・指導する際の言葉遣いや注意・指導の仕方を具体例を示しながら説明
- 部門長参加で部門ごとの啓発研修(年1回程度)
- 経営、管理職、非管理職それぞれのレイヤーに対して、コンテンツの異なるハラスメント防止研修を年に複数回実施。特に役割転換が発生するタイミングでは必修。メンタル不調対策としても社員に対してハラスメント防止やハラスメント事案に触れた場合の対応を周知

ハラスメントの理解促進に効果的な取り組み事例

◆ハラスメントに関するeラーニング実施

- 毎年、管理職向け及び非管理職向けを作成し、全社員必須研修との位置づけで実施。最近起きた事例等を盛り込んだり、最後にチェックテストをつける等理解が深まる内容としている
- 役員、派遣社員を含めてPC環境が整う全従業員向けに年1～2回実施
- 全社員を対象に年1回、実際にあった事例について対象者を特定できないように配慮しながらできるだけ具体的に共有
- 具体的な事例をもとにした判例等の紹介ならびに影響範囲など、具体的な事象のおけるケーススタディ
- 全社員に対してe-learning形式という誰もがいつでもどこでも受講できる環境下で定期的実施することでハラスメントに対する意識の醸成を図ることができている
- 管理職向けに「ハラスメント研修」を動画配信にて実施。「いつでも見れる」「何回でも確認できる」と好評
- ハラスメント防止に関する意識の高揚は継続した定期的な教育が必要。(Eラーニングによる全社員の継続教育は効果的。1回/年実施)
- 自社での事案を基にしたケーススタディを織り込み、当事者意識を促進
- イン트라ネットでハラスメントに関するeラーニングのための動画を常時見ることができるようにし、定期的に新しいコンテンツを追加
- 全従業員を対象に実施。全20問あまりの中で、ハラスメントに関する設問が数問あり、個々人の正答率が8～9割に達するまで繰り返し回答する仕組みとした
- 1年に1回の定期で実施。基礎的な内容のリマインドと直近動向の紹介を同時に行うことは従業員の知識レベルの向上に役立っている
- Eラーニングはよりマイクロなサイズとして頻度をあげタッチポイントを増やすことで意識を保つよう工夫

◆職場単位でのハラスメント勉強会の実施

- 2～3ヶ月に1度、ケーススタディを活用した職場ディスカッションを実施。ハラスメントに対する感度や知識を高めるとともに、職場内で各人の考え方や価値観を共有
- 年に一度、職場単位(チーム単位)でハラスメント防止ミーティングを行い、厚生労働省サイト「明るい職場応援団」の動画を見ながらコミュニケーションをとる
- 部長、支店長等が、職場の従業員向けに自ら指導する事項に「ハラスメントの防止」をとり上げ、自社での実際の事例を踏まえた内容で職場研修を実施
- 各職場にて、年1回の頻度で開催している管理者を交えた勉強会の場で、ハラスメント事例を見ながら、それぞれの意識や考え、価値観を共有

ハラスメントの理解促進に効果的な取り組み事例

◆ハラスメントに関する事案等の共有

- 実際に発生したハラスメント事案の共有。毎年実施しているコンプライアンス研修(動画を含む集合研修)にて、全役職員に共有
- ハラスメントに関する事案等の共有は、懲戒事案となったケースを人物特定できない加工を施したうえで、社内イントラ内にサイトを設けて提示・共有。事案内容から、不適切な行為の具体化、またそれに伴う懲戒内容を示して事案程度の重軽を示唆し、認識およびリスク感度を高めている
- グループ各社の総務人事担当部長がメンバーの会議のなかで、ハラスメント懲戒事案の概要、発生の背景、再発防止策について月単位で発信。また、四半期単位でハラスメント懲戒事案の概要のみ、全社従業員向けに通達を発信
- 毎月1回開催している全国支店長会議で速やかに事案を共有し、再発防止
- ハラスメント懲戒の一部(被害者保護の要請の高いものを除く)をEメールによる情報誌として定期的に全役職員に送付

◆ハラスメント調査結果の社内公表

- ハラスメント意識調査の結果を社内で公表し、結果に懸念ある組織を「強化先」として対策を講じさせ、次回調査(2年後)へ向けて改善を図る(2~3年に1回)
- 毎年コンプライアンス意識調査の中にハラスメントの有無を織り込み、問題のある職場に対しては、事実関係を掘り下げるアンケートを実施して、対応

◆パワハラ防止月間・週間の設定、周知(人権啓発月間も含む)

- 毎年10月をグループ会社全体を含めたハラスメント撲滅強化月間とし、一斉に朝礼・学習機会等を実施。長年10月に設定し取り組みを続けていることで、全社的にもその認識が一定根付いている
- 毎年10月を倫理月間と定め、全社員を対象にトップメッセージの配信、Eラーニングの受講、職場討議等による啓発を実施
- 年1回 ハラスメント防止標語、ポスターの募集

◆その他

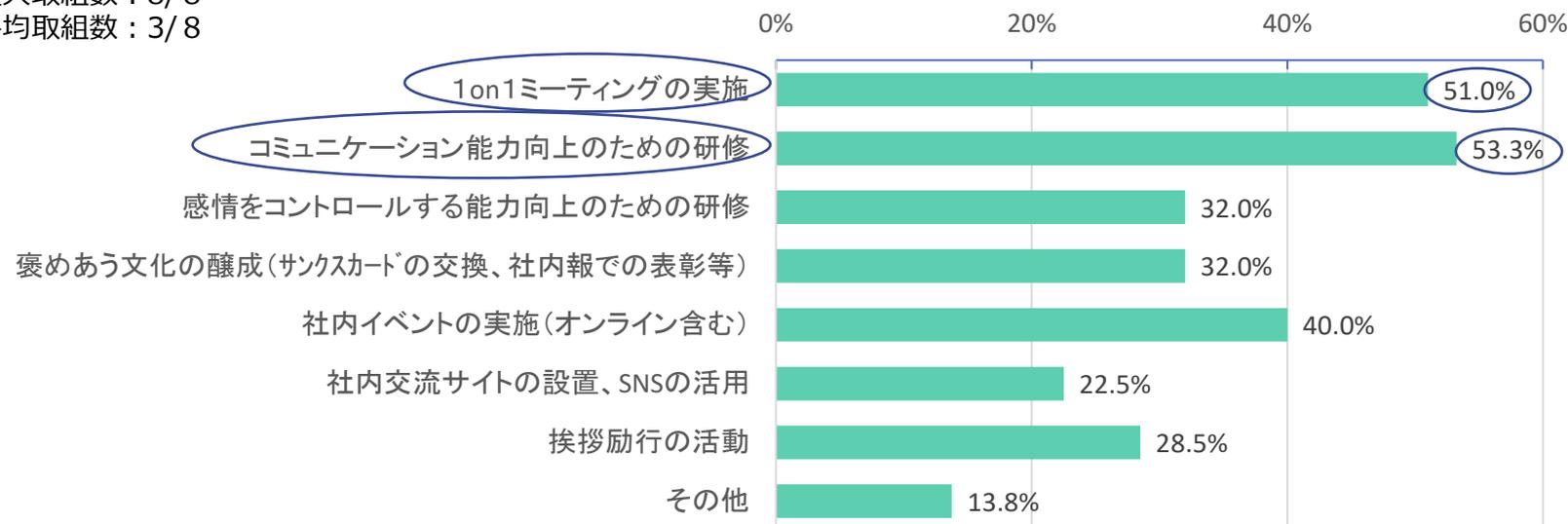
- 「ハラスメントはダメ」という会社の風土および個人の意識を醸成するため、地味であっても地道に継続して実施することが重要
- 大切なのは意識を持続させることと認識しており、様々な媒体を活用し、啓蒙活動を継続
- 自社行動規範の定期的な読み合わせ。各部門単位で、2回/年実施、配布冊子をもとに全員で読み合わせ

コミュニケーション活性化のための取組み

- コミュニケーション能力向上のための研修53.3%、1 on 1ミーティングが51.0%と、半数の企業が実施

最大取組数：8/8

平均取組数：3/8



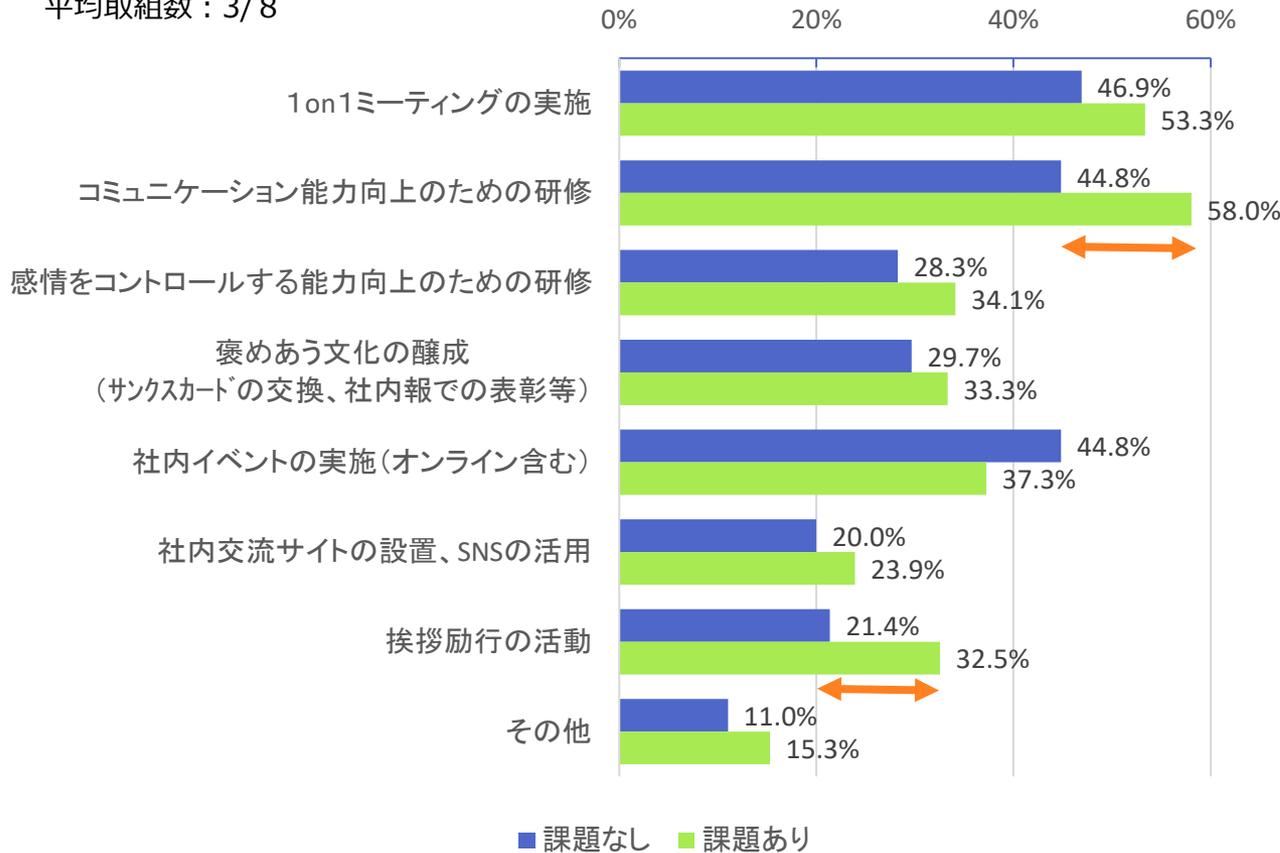
その他取組み

- 「さん」付け運動
- Web版社内報等で社員の人となりや在宅勤務でのちょっとしたtipsなどを紹介することによるコミュニケーションのきっかけ作り
- オンライン懇親会への費用補助
- レクリエーションイベントの定期的開催
- 顔写真入り自己紹介サイトの設定
- ウォーキング企画、ウォーキングアプリの活用
- オフィスのフリーアドレス化、グループ会社社員が利用できるコミュニケーションスペースの設置
- 在宅勤務の拡大により、自然発生的に行われていた雑談の機会が減っているため、意識的に機会を作ることを推奨

「コミュニケーション不足」の課題の有無別の状況

「コミュニケーション不足」が課題とした企業が、そうでない企業と比較して、「コミュニケーション能力向上のための研修」「挨拶励行の活動」について、約10%ポイント実施率が高い

最大取組数：8/8
平均取組数：3/8



従業員数別回答

	課題なし	課題あり
30人未満	57.1%	42.9%
30人～100人未満	63.6%	36.4%
100人～300人未満	50.0%	50.0%
300人～1000人未満	34.2%	65.8%
1000人～5000人未満	38.2%	61.8%
5000人以上	27.1%	72.9%

労働組合有無別回答

	課題なし	課題あり
労働組合有り	33.0%	67.0%
労働組合無し	44.6%	55.4%

コミュニケーション活性化に効果的な取り組み事例

◆ 1on1ミーティングの実施

- 社員個々に設定した目標管理シートに毎月面談日を記載することにより、全部署徹底。悩みや問題点吸い上げに高い効果。目標シートは売上などの定性的な情報以外に指導性やリーダーシップなどについても記載されており、これを基に上司と部下が1対1で面談を行うため、ハラスメント問題予防に効果
- 所属員がテーマを選定、月に1回、所属長と所属員が面談する場を会社としてルール化。所属員が主体となって話をする場を提供することにより、心理的安全性の確保・相談しやすい環境を整備するとともに、所属長は傾聴・所属員の成長支援に重点を置き、本人のやりがいや会社・所属への貢献意欲である「エンゲージメント」の向上を目指す
- 上司と部下の間で個人目標立案時、中間レビュー時、最終レビュー時に1on1で各1時間程度の時間をかけ業務のことはじめ共有・相談する時間を設定している。また、従業員のこれまでのキャリアを振り返り、今後のキャリアビジョンを共有し、上司部下で一緒に考える機会も年に1回設定しており、信頼関係構築や人材育成に繋がっている。これら施策の延長線上に日日のオンライン、対面によるコミュニケーションが展開されており、効果は十分ある取り組みである
- ハラスメントの防止には管理職の理解が不可欠との認識のもと、ハラスメント相談窓口の主管部署の長が全国の支店長との1on1ミーティングを実施。1on1形式のため、日頃聞けなかった疑問や質問にも回答でき、ハラスメントに対する理解向上につながっている
- 社長による1対1の全員面談で職場課題をトップ自らが把握
- 社内カウンセラーによる、全社員を対象とした1on1を2回／年度にて実施

◆ コミュニケーション能力向上のための研修実施、感情をコントロールする能力向上のための研修の実施

- 過去にパワハラを惹起した者等を対象にアンガーマネジメント研修を年1回開催。その後、フォロー面談を実施
- 全従業員が利用可能なeラーニングでアンガーマネジメントに関する講座を受講推奨
- アサーティブコミュニケーションやアンガーマネジメントに関する研修が有効
- マネジメント層に対し、リモートワークにおける労務管理、オンライン上のコミュニケーションスキルを学ぶ研修を実施。時宜に応じたものとして効果的
- 人材開発課研修担当から、研修受講後、タイムリーにサンクスカードが送られていることで、研修の継続受講意識が浸透
- 脳神経科学の知見を活用したマインドフルネスなどの研修を定期的実施
- 社内アンケートにて、テレワークでのコミュニケーションに課題を感じる従業員が多かったため、e-learningで対策を周知
- 毎年実施している管理職の「多面評価」にてスコアが低い課長に対して実施。5ヵ月間毎月1回、半日又は2時間程度の小グループWebゼミを実施し、毎月意図した部下へのアプローチを実施した事例及びその効果を発表して気づきを得ている

コミュニケーション活性化に効果的な取り組み事例

◆褒めあう文化の醸成

- 上司がグループビジョンに基づいた行動を実践した部下に対し、「Good Job カード」を利用して声をかける取組みを全社で行い、職場の風通しや風土の改善につなげている。活用事例を社内報や従業員向けWEBサイトで紹介し共有することで、声掛けを促進
- 会社の周年事業にて当社を代表する100人を推薦しあう企画。地道にコツコツと事業運営を支える社員を推薦・選定し経営陣が表彰する制度
- 上長や関係者と良好な関係性を築くことを目的とし、人事評価に「感謝・称賛」項目を入れており、年に1度評価を実施
- 普段言葉では伝えにくい感謝や労いの言葉をオンライン上のカードに記載し、送り合う取組みを実施。カードをもらった従業員は、その言葉により働きがいを感じ、より一層意欲的に業務に取り組むことができ、好循環が生まれると認識。実際に取組みを実施した従業員からも高い評価を得た
- サンクスギフトアプリの導入。対象:役員含む全従業員、形式:アプリ上でサンクスカードを贈る、頻度:1日1枚を推奨

◆社内イベントの実施（オンラインを含む）

- 職場懇親のため従業員一人当たり1万円/年の慰安会費用を会社負担しており、有効に活用されている
- 従業員同士の親睦融和を図ることを目的として部署単位で年1回懇親会やレクリエーション活動を実施し、その活動に対して会社が一部補助
- コロナ禍以前は対面形式でのイベントを全社～チーム単位まで随時頻繁に実施することでコミュニケーションを活性化。コロナ禍においては、回数が減っているものの、イベントのオンライン実施、オンライン飲み会に会社から補助する形でコミュニケーションを活性化
- 職場コミュニケーションの活性化による「働き方改革」の推進を目的に業務時間外のコミュニケーションを費用面でサポートするいきいきコミュニケーション活動」の実施。(上限1,200円/人を支給し活動をサポート)
- 経営層による社員への情報発信の場として、Web会議機能を活用した社長挨拶やその他の役員によるトークイベントをそれぞれ隔月で開催。トークイベントは、チャット機能を活用した双方向コミュニケーションを重視したイベントとしている
- 若手社員を対象に社長座談会を実施。経営と従業員のコミュニケーション活性化に寄与

◆社内交流サイトの設置、SNSの活用

- 女性社員のネットワーク強化の取組や、意図的に「雑談」を増やす取組みを実施。社内交流サイトはTEAMSにおいて各自が所属やフロア・興味関心事別に小集団を形成してコミュニケーション
- 社内掲示板を構築し、誰でも書き込みが出来るような状態にしており、交流を促進

コミュニケーション活性化に効果的な取り組み事例

◆挨拶励行の活動

- 社員の行動規範の一つに「挨拶は 職場の明るさ バロメーター」という標語的な項目を示しており、挨拶運動と称した活動を毎月展開
- あらゆる取り組みが重要だが、一番は挨拶の習慣。日々の挨拶をきっかけにコミュニケーションがなされ、十分なコミュニケーションがなされればあらゆる問題が解決され、活性化につながると思ひ、全社員対象に取り組み
- 製造業でもあり、まずは職場での挨拶、声かけ、ちょっとしたことでも褒める、注意するなどの基本的なコミュニケーション活動が重要
- 人事部門から1年に1度全社員へ挨拶励行に関する案内を発信し、活気ある職場作りに取り組み

◆その他

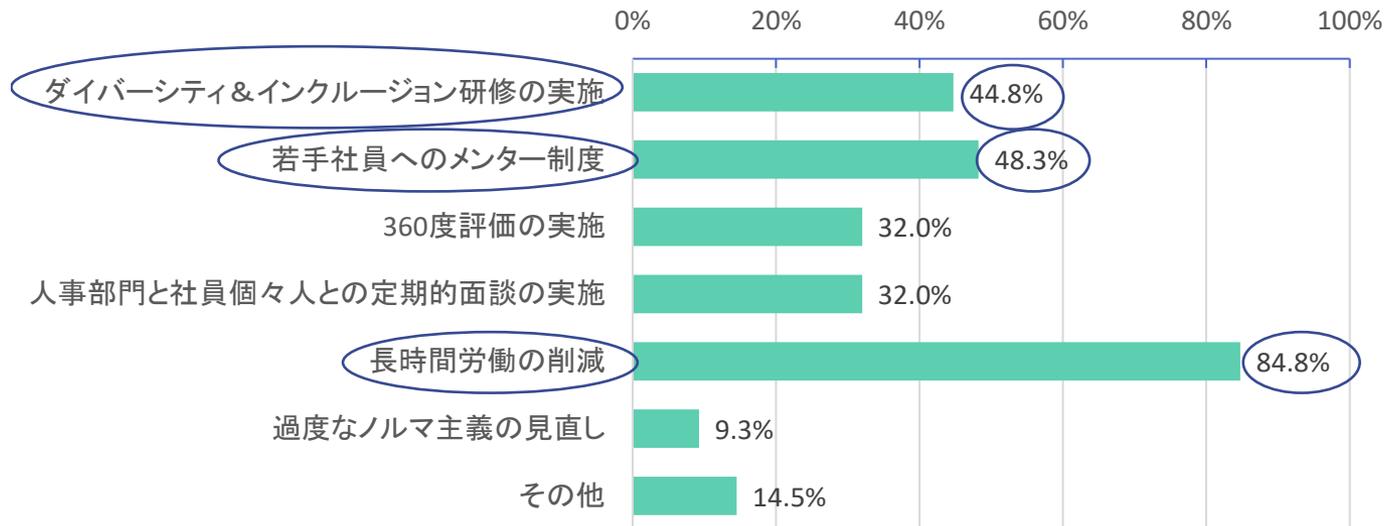
- 多くの従業員が在宅勤務のため、ミーティング・社内イベントの際には、電話ではなくビデオでの対応を推奨
- 当社の健康経営は、本社組織のほかに、各工場に推進リーダー(労使より各1名)を設置して推進。身体・心の健康増進だけでなく、こころの健康に向けた取り組みを展開し、リーダーを中心に職場での声掛けや意見聴取を積極的に行っている
- 企業風土改革の一環として、社内では、対面でもメール等の文字コミュニケーションでも、役職名を付けず「〇〇さん」と呼ぶことを推進し、社長メッセージとしても発信している
- 年に1度、職場単位で実施するハラスメントの起きない職場づくりに向けたコミュニケーション運動。挨拶やさん付け、褒め合うなど職場単位で行動を決め、約1か月間実行する
- 個人の席を固定しないグループアドレス制の導入や気軽に打ち合わせができるよう多くのオープンスペースを設置するなど、コミュニケーション活性化のための取り組みを実施
- グループ会社社員が利用できるコミュニケーションスペースの設置
- 半期に1度、全従業員が「チャレンジカード」制度を通じてグループビジョンに参画するための企画提案を行う。エントリーされたチャレンジカードの中から各社アワードを勝ち抜いた優秀アイデアの発明者が一堂に会し、互いの発明を発表し称え合う「グループ発明アワード」を年1回開催

組織風土改善等の取組み

- 「長時間労働の削減の実施」が84.8%、次いで「若手社員へのメンター制度」が48.3%、「ダイバーシティ&インクルージョンの研修の実施」が44.8%、

最大取組数：7/7

平均取組数：3/7



その他取組み

- 有志、若手による職場風土改革施策の提案
- 管理職層へのコンプライアンス研修の中でテーマとして採り上げ
- 職場環境・組織風土に関する意識調査を行い、その結果をもとにリーダー層を対象としたディスカッション形式の研修を実施

組織風土改善等に効果的な取り組み事例

◆ダイバーシティ&インクルージョン研修の実施

- 2020年度より、働き方改革を前進させる取り組みの中で、Reflection&Dialog開催。内容:トップメッセージ発信、全職場単位で開催(1回/年)。テーマは対話(Communication・Dialog)と多様性(Openness)で、まずは内省で自分を振り返り、それを対話を通じてお互いを深く知り、何でも話せる関係性を築くことで組織の心理的安全性を醸成することを目指す
- 全社員(テーマによって対象は異なります)、集合研修またはオンライン研修、年に2~3回、「お互いを尊重し合い認め、多様性を組織の力にする」ことを目的とした研修を実施
- 新規入社時、以降年1回程度の人権・ダイバーシティに関する教育機会の提供。希望者は随時オンラインでeラーニングによる研修を受講可
- 「アンコンシャスバイアス」に関する研修を管理者層に実施
- 互いを理解する取り組みの一つとして、外国籍従業員との交流会やミーティングを定期的で開催し、文化の違いによる認識の差や疑問を解消し、互いに自然と歩み寄る機会を設けており、結果として共創できる環境づくりに効果があると認識
- 近年は外国人採用数が増加傾向にあり、文化や考え方等の多様性を踏まえた教育指導の対応ができるようにコーチング指導を含めた研修を実施
- 管理職向け・女性管理職向け・シニア向けの研修を実施。入社初期研修の中でも、ダイバーシティ&インクルージョンに関する研修を実施。くわえて、各所属でダイバーシティ&インクルージョンに関する討議・意見交換の機会を設定。

◆若手社員へのメンター制度

- 新入社員または中途入社社員について、入社から1年間、業務以外のことも含めた相談をする先輩(ブラザー)を職場で任命。当該社員と先輩社員で月1回コミュニケーション。当該社員のオンボーディングの一環のみならず、先輩社員にとっても面倒見を通じた自己認識、コミュニケーションの取り方等の気づきの場となっている
- 違う部門・有能・年齢が近い(30-37才)社員をメンターとして、悩み事のフォローや、考え方などをレクチャー
- 入社5年目までを対象に、先輩社員をメンター、後輩社員をメンティーとして月1回程度のメンタリングや、グループでの懇親会、全員対象の勉強会などを実施
- 新入社員、若手社員、中堅以上社員の3名1組のメンター制度
- 入社1年目の社員にトレーナー(職場内の先輩社員)をつけ、若手社員が相談しやすい環境づくりとともに、若手社員との価値観の違いなどギャップを知る機会になっている
- 導入から15年以上経過し定着。お互いを認め合い風通しのよい職場風土を醸成するには、繰り返し会社から発信し体感する取り組みが必要

組織風土改善等に効果的な取り組み事例

◆360度評価の実施

- 部下による上司のマネジメント評価を実施。マネジメント評価の結果に基づき、課題のある上司に対し人事総務本部長による1対1の面談を実施
- 対象：管理職、頻度：3年に1回、Feedback結果について、改善取り組み内容をPDCサイクルで実行
- 役職者を対象に年1回360度評価を実施し、フィードバック研修を実施
- 360度評価を実施し、結果の「読み解き会」を実施し、改善策を検討してもらう
- 営業部門の管理職に対する360度評価では、コミュニケーション能力に関する項目を得点化し、自己認識と部下認識の差異を認識させることで、パワハラ未然防止につなげている
- メンバーを持つリーダーを対象に、年2回実施。リーダーシップの発揮度合や課題について定期的に点検
- 360度評価の調査と同時に、職場の心理的安全性度合いも測定。それらを複合的に見て職場改善につなげている

◆人事部門と社員個々人との定期的な面談の実施

- 若手社員と総務部の面談を毎年実施。対象は新卒1～3年目とし、社員1名に対して総務部2名（聞き取り、書記）を行う。若手社員の声を聞く中で、問題の種があれば速やかにトップマネジメントへ報告し対処
- 人事部による全社員を対象としたキャリア面談を2年に1度実施しており、各人の自発的なキャリア形成を促すきっかけにすると同時に、職場環境等をヒアリングすることでハラスメントの実態調査にもつなげている
- 年に一度、副部長以下の社員を対象に、業務上の悩みやキャリア志向等をヒアリングする場として人事ヒアリングを実施。トラブルがありそうな際には、本人及び周辺の社員にもヒアリングを行い、客観的な事実確認の場として活用
- 月1回程度（必要があれば都度）実施しており、社員のモチベーション、業務状況などを把握し、組織風土改善に反映する取り組みは効果があると認識
- 階層別研修、職種別研修などにおいて、人事担当者が個別面談を実施し、近況やキャリアプランなどについて話す機会を設けている

組織風土改善等に効果的な取り組み事例

◆長時間労働の削減

- 半期に1回、全社員を対象に長時間労働に関連するアンケートを実施し、調査・改善・対策する事により長時間労働の削減を実現
- 毎月1回、各事業本部単位で時間管理会議を開催。参加者は人事部、労働組合、各事業本部管理部門。労働時間削減施策の検討、状況確認、労働時間、年次有給休暇取得進捗確認など
- 働き方変革ポータルに、ワークライフバランスやテレワーク推進、労働時間削減等に資する社内制度の内容や利用方法、全社施策のみならず各事業部門の活動方針と対応状況等を集約して掲示しており、社員の意識向上やこれら施策の理解浸透・定着化
- 総労働時間の縮減取組みとして、「有給休暇の取得促進」、「メリハリをつけた働き方の促進」を社内通知で周知し、ライン部長宛、月次で配下社員の有給休暇取得状況や労働時間のデータを提供
- 長時間労働削減については労働組合との「時間管理専門委員会」を設置し、長時間労働防止に関する啓蒙活動や月中での長時間勤務者へのアラート発信等を実施
- 各社員のPCのログイン可能時間を20:00を上限として、延長使用については所属上長の許可制
- PCのログイン・ログオフ時刻の勤務表への表示、一定の残業時間に達するとアラートを発信する仕組みを導入
- 時間外労働の上司指示要否の見極め徹底、フレックスタイム制度を活用したタイムマネジメント強化(同月度内での時間外労働の吸収)
- 「遅くとも19時前退社・業務終了」を掲げ、長時間労働の削減に取組み。上司は、従来の運営に捉われずに、業務プロセスを抜本的に見直すとともに、社員一人ひとりには、「限られた時間で生産性高く働く」ことを意識した、メリハリのある働き方を実践し、総労働時間の削減、労働環境の改善に繋げている

◆その他

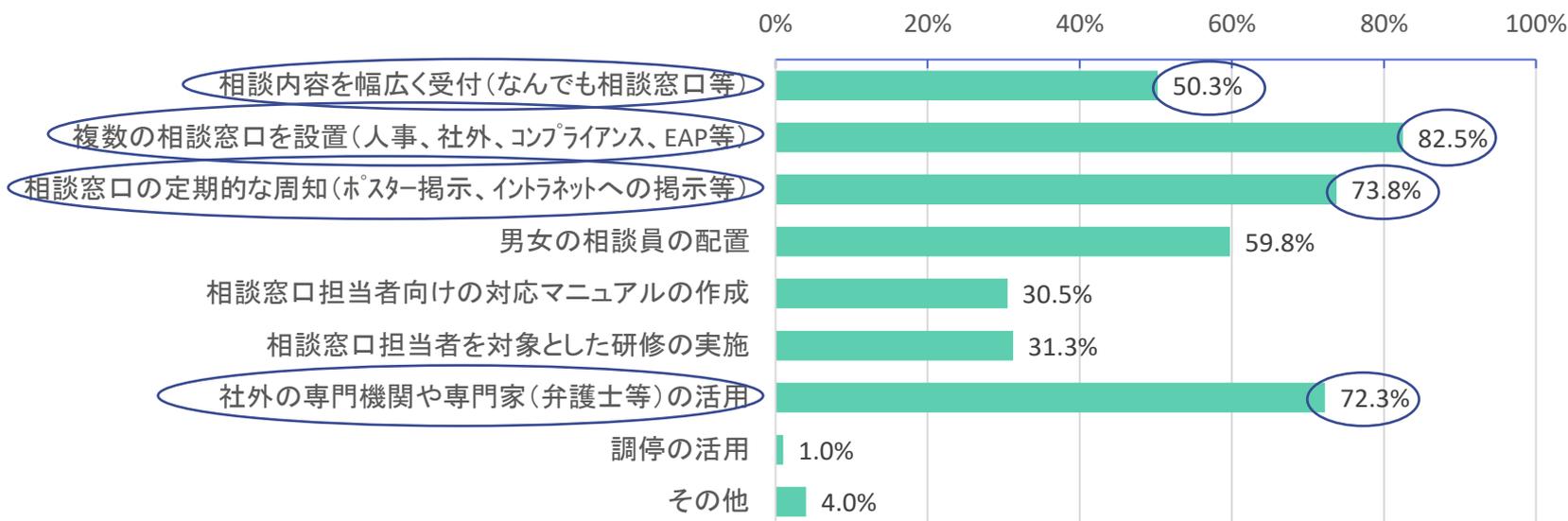
- 「組織風土アセスメント」「こころの健康診断」を年2回実施。組織風土アセスメントについては管理職が内容の分析とともに改善目標(ポイント)を設定。この改善の取り組みを管理職の評価にも反映
- 社員一人ひとりのエンゲージメントを高め組織の活性化を図る起点として、グローバル共通で社員エンゲージメント調査を実施。会社への信頼、価値創造、仕事の効率・効果、働きやすさ・働きがい、キャリア・成長といった、社員のエンゲージメントを持続的に高めるための重要な要素について社員の声を収集・分析し、さらなる向上を目指した重点領域の特定とアクションにつなげている
- エンゲージメントサーベイを年1回実施。各職場単位でサーベイスコアならびに自部門の強み/弱みが明示され、さらなるエンゲージメント向上に向けたアクションプランを職場リーダーが作成・展開
- エンゲージメントサーベイを年1回実施、その結果を踏まえた組織開発支援プログラムを半年間程度かけて提供、社内ホームページにて各組織における取り組み事例紹介
- 各取組みを地道に実施することがハラスメント防止に向けた組織風土改善につながる

相談しやすい体制の整備等

- 複数の相談窓口の設置（人事、社外、コンプライアンス、EAP等）が、82.5%、次いで、相談窓口の定期的な周知73.8%、社外の専門機関や専門家（弁護士等）の活用が72.3%
- 企業が相談内容を幅広く受付けている企業は50.3%

最大取組数：8/9

平均取組数：4/9



その他取組み

- ・ ハラスメント相談員認定の取得、相談員リストを社内ポータルサイトに公開
- ・ 現場に訪問(含むWeb面談)をして各従業員と面談し、実態の確認とともに、悩みなどを聴取

相談しやすい体制の整備等に効果的な取り組み事例

◆相談内容を幅広く受付

- 匿名、記名で会社に対する要望や相談を受け付けるフォームを設置
- 従業員への周知の際「火種が小さいうちに相談してほしい。お悩み相談でも良いので」とアナウンス
- 業務上のコミュニケーション等に関するお悩み相談窓口を新たに設け、具体例を示し、相談を促している
- 「お悩み相談窓口」を設けることによって、ハラスメント問題となる前に対処できている
- 通報窓口を「相談・通報窓口」とし、不正に限らずコンプライアンス違反に係ると思われること全て受け付ける制度としていることで相談・通報制度利用のハードルを下げ利用しやすい状況になっている
- 専門機関に電話することはハードルが高いと感じる人もいることから、職場単位で職場相談員を設け、まずは何でも気軽に相談できるようにしている

◆複数の相談窓口の設置

- ハラスメント相談員、ハラスメント相談窓口・EAP相談窓口(いずれも社外専門家)、ヘルプライン(社外弁護士事務所)等、複数の相談窓口を設置。人権啓発全般を所管する人権啓発室も社内にて設けており、メールによる相談受付も随時
- 相談(通報)窓口をメール、Web、電話と複数ルート提供
- 各店舗にコンプライアンス・リーダーを設置し、コンプライアンス統括部の担当者と常時コミュニケーションを図ることで何でも相談できる体制を構築
- 各工場にも投書箱を設け匿名の通報も受付
- 複数の窓口を設置することで、匿名対応など可能など、気軽に相談出来る体制づくり。従業員だけに限らず、協力会社社員でも相談出来る仕組み
- 社外窓口の設置が効果的。匿名性が担保される点・内部窓口より受付時間が長い点及び土日・祝日の受付可能な点・社外の人間である点等が、相談初動の段階では心理的ハードルが下がる効果があると推測
- 「コロナ相談窓口」「職域接種相談窓口」等、時宜に応じた相談窓口は効果的
- 複数の相談窓口の設置と周知が相談のハードルを下げている
- コンプライアンスの内部通報窓口とは別に、セクハラ・マタハラ・LGBTの相談窓口を設け、女性の担当者を置くことで、相談に対する心理的ハードルを下げている
- 相談、通報窓口の受付業務を外部委託して、個人情報保護を強化。今年度の相談件数は過去最高だった数年間に比べて倍増
- 複数の相談窓口を設置することにより、相談者の心理的なハードルを下げ相談しやすくするとともに、企業側もさまざまな切口でキャッチアップすることができるようになり、課題の芽が小さいうちに対応することができる
- 相談ジャンルにあわせた複数の相談窓口設置(育児・介護・障がい者・外国籍従業員・ハラスメントなど。社内外に相談窓口あり)

相談しやすい体制の整備等に効果的な取り組み事例

◆相談窓口の定期的な周知

- 社内ポータルページでの周知や名刺サイズのカードを配布
- 毎月のコンプライアンス通信、年1回のポスター、通達
- 毎年設定するハラスメント撲滅月間に合わせて、相談窓口を周知
- 食堂、休憩室など多くの人を利用する場所でのポスター掲示
- パソコン起動時に相談窓口及び連絡先を画面上に定期的に案内
- 年1回開催の企業倫理月間での周知
- 複数の相談窓口を社内イントラにて常時周知。各種相談窓口のメール周知(1回/月)。相談窓口案内カードの配布(入社時)
- 毎月発行のコンプライアンスニュースに内部通報窓口を必ず記載。通報しやすいように通報連絡フォームにつながるQRコードの周知
- 社内イントラのトップページに「相談窓口一覧」を掲載し、社内外の窓口を周知
- 新人研修で告知することに加えて、配属前に男女の相談員が個別に面談を実施
- 社内報や社内衛星放送番組を通じ年3回程度実施するとともに、アンケートを通じて周知の状況を確認
- 各事業所にポスターを掲示。見た人に気付きを与えるイラストとともに相談窓口連絡先を記載
- 社内掲示板での定期的な周知(月1回)

◆男女の相談員の配置

- 複数(男女含む)の担当者を設置し、性別以外でも選択可
- 女性向けに「ウーマンホットナビ」を設定。セクハラその他、出産や育児等に関する相談を女性社員が対応
- 人事やコンプライアンス担当者以外の、一般従業員を毎年相談員に任命しており、当該従業員への人材育成にも役立っているほか、様々な人が相談員を経験することで職場環境自体の改善につなげている

相談しやすい体制の整備等に効果的な取り組み事例

◆相談窓口担当者を対象とした研修の実施

- 年1回、外部講師を呼びロールプレイ中心の担当者研修を実施
- 不定期ではあるが、相談窓口担当者研修(社内及び関係会社)を実施。本研修を通じて、相談に対する基本的な事項や姿勢の見直しや、新担当者への教育を行き届かせることが可能(2020年度はWEBで実施)。また、講師との対話(質疑やディスカッション)により、相談担当者としての具体的な対応方法も確認することが出来るため、担当者間での相談対応時の心構え、意識の統一を図ることも可能
- 担当者の目線合わせ、対応内容の平準化のため、グループ各社の担当者および人事担当を対象に外部講師によるオンライン研修を年1回実施
- 職場内から選出された身近な相談相手(委員)、オンライン、年に1~2回
- 窓口担当者向け研修にて対応マニュアルに沿った教育(対象:コンプライアンス責任者・推進者、形式:WEB、頻度:年1回)
- グループ会社を含めた相談対応実務者に、公益通報者保護法改正法、とくに通報者保護の強化について説明し、相談窓口の規程を順守する旨の誓約書を取得した。これにより、従業員がより安心して相談できる環境が整備
- 毎年、新規担当者を中心にハラスメント相談窓口担当者向けに研修を実施(外部講師を招き、近年はオンラインで開催)

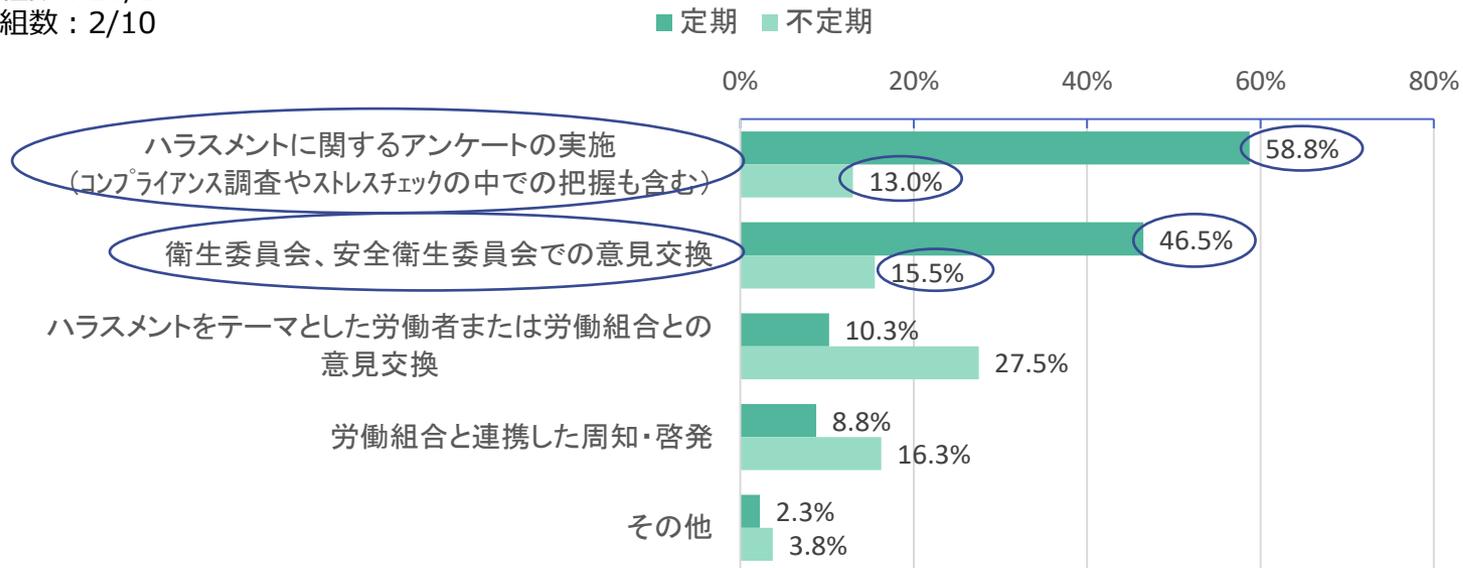
◆その他

- 相談員を定期的に見直し、常に最新の情報を従業員に提供できるような体制を整備
- ハラスメントに関して、被害者だけではなく目撃した人も必ず窓口に通報するように定期的な教育を実施。加えて、通報に対して、報復は会社として禁じており、その旨も定期的な研修に含んでいる。窓口への相談内容は、経験方法な労務担当が守秘義務を保って事実確認の調査を実施
- 全社員を対象に実施するハラスメント研修時に通報相談窓口の利用方法、通報への対応方針などを周知。部門毎に年1~2回実施。このハラスメント研修においては、利用方法だけではなく、通報への対応方針(調査の流れ、秘密保持、通報者保護、匿名性の担保等)を伝えることで、窓口への信頼性向上につなげている

労働者や労働組合等と連携した取組み

- 「ハラスメントに関するアンケート調査の実施」が70.3%（定期58.8%、不定期13.0%）、次いで「衛生委員会、安全衛生委員会での意見交換の実施」が61.3%（定期46.5%、不定期15.5%）

最大取組数：10/10
平均取組数：2/10



その他取組み

- ・ 社長へ直接匿名で届けられるアンケート
- ・ 社長による全員面談
- ・ 労使による苦情処理委員会の設置
- ・ 労働協約にハラスメント・人権侵害行為に対する懲戒を規定
- ・ ハラスメント対策委員会に労組書記長がメンバーとして参画

労働者や労働組合等と連携した効果的な取組み事例

◆ハラスメントに関するアンケートの実施

- 従業員意識調査について労働組合と共有
- 毎年実施している全従業員を対象にした「コンプライアンスに関する意識調査」において、職場におけるハラスメントの状況を把握。調査結果を踏まえた対策・取組み、個別に対応を行って職場改善に取り組み
- 年に一度定期的実施する「内部統制に関わる社員意識調査」で実態把握。ハラスメントについては相談できる相手やルート有無の確認や自由記述欄を設ける等で、具体的な対策に繋げるよう意識して取組み
- コンプライアンスに関するeラーニングと会社の行動基準の確認を、毎年全従業員に実施
- 全社員を対象として、人事情報システム経由で、職場におけるハラスメント、コンプライアンスに関する状況について、随時、報告を受付
- 毎年1回全従業員対象に実施している自己申告制度活用し、職場での悩みを人事部にて把握。社内外問わず、ハラスメント案件を個別に対応
- ハラスメントアンケート調査(全社員対象、Webアンケート、1回/年)が定着化しており、ハラスメントを無くすために、有効な施策や取組みについては、調査結果からも「職場における実態の調査(アンケート・ヒアリング等)」が最も多い
- コンプライアンス意識調査で毎回ハラスメントに関して確認。ハラスメントに関して、あった、見たという回答を受けた場合には、その内容の深堀のためのアンケートを実施し、より対策を明確化
- 全従業員にオンラインで年に1回実施。アンケート結果から課題のある職場については、職場と人事担当で状況に応じた改善策を実施(会社方針・トップメッセージの確認や職場勉強会など)
- 「企業倫理強化月間」において、従業員にアンケートを依頼。例年、同様の質問を行い定点観測。その結果は社内広報誌に掲載して報告
- 全社員を対象として年一回、Webからのアンケート方式により実施している。その中で所属長や同僚との関係性についてどう感じているかの質問や、経営陣に伝えたいことを記載する自由記入欄がある

◆衛生委員会、安全衛生委員会での意見交換

- 中央安全衛生委員会やハラスメント対策委員会等トップが参加する会議体でハラスメントの発生状況や対策をフォローする取組みが一定の抑止効果を発揮(中央安全衛生委員会、ハラスメント対策委員会とも年2回実施)
- 男女の相談員が衛生委員会を兼務
- リスク管理の観点から関係者(組合含む)による情報共有会を隔週で行い進捗管理を実施。また、原則として年4回、労使メンバーによるグループハラスメント防止対策委員会を開催して、ハラスメントの動向と対策について意見交換を実施
- 四半期毎に開催するコンプライアンス委員会(社長、社外取締役、役員、労働組合代表等で構成)で、情報共有や解決に向けた施策を実施

労働者や労働組合等と連携した効果的な取組み事例

◆ハラスメントをテーマとした労働者または労働組合との意見交換

- 労働組合と定期的(3カ月に1回)に情報交換を行い、事例の共有とともに事案発生リスクのあるケースについては連携して解決
- 年数回の労働組合との団体交渉を通じて、労働者が感じているハラスメントについて意見交換を行い、時にその内容を踏まえて研修内容に取り入れ
- 労働組合と「職場環境改善委員会」を設定。四半期に1回程度の会合を開催し、情報収集や啓蒙活動を実施
- 毎月1回、労組と情報を共有する場を設けていることで会社には直接上がってきていない事案にも比較的早く対処できている
- 年1回開催されるコンプライアンス委員会に労働組合代表者も出席し、議論に参加
- 年1回開催の人権推進委員会(全社・各拠点)に、労組役員も委員として参加。相談の状況や対応についてタイムリーに共有
- 従業員代表と四半期に1回、ハラスメント他、就業上の問題点の話し合いを実施
- 会社と労働組合の全役員が出席する会議でハラスメントを撲滅するテーマを話し合い
- 方針説明会(四半期毎)にてハラスメントについて意見交換
- 労使による苦情処理委員会の設置

◆労働組合と連携した周知・啓発

- 働き方改革への取り組み、労働時間管理、コンプライアンス、職場の雰囲気等をテーマとした事業所ごとの「従業員ヒアリング」を、内部監査担当部署(監査本部)が労組と協力して実施
- 労働組合が毎月実施するオルグ・職場会議や年一回の実態調査を通じて把握した実態について、必要に応じて意見交換や啓発等を実施
- 社員への浸透や理解については、会社側だけでなく組合側と連携して双方から進めることで、社員への発信露出が増えること、ならびにハラスメントの対象者となりやすい組合員層への浸透・理解が進むことなどが、効果として実感
- 制度およびしくみの変更の際には、それぞれに情報提供を通じて周知活動を実施

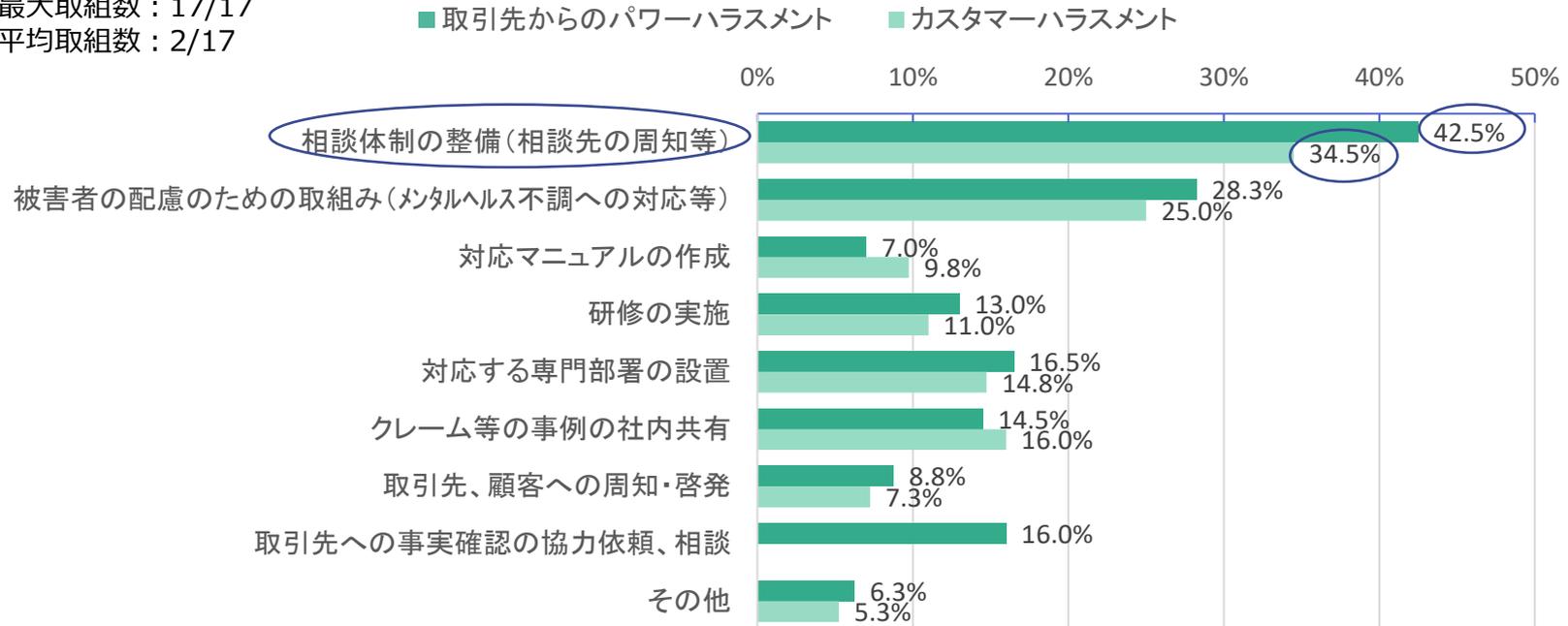
◆その他

- 各部署で勤務している社員から、一人ずつ面談等により、ハラスメントなどに関する意見を聴取(不定期)
- 労働組合とハラスメント防止に関して、労使協定を行い、労使一体となった取組みを実施

取引先からのパワーハラスメントやカスタマーハラスメント防止・解決の取組み

- 相談体制の整備が、取引先からのパワーハラスメントへの取組み、カスタマーハラスメントへの取組みとも最多（それぞれ42.5%、34.5%）

最大取組数：17/17
平均取組数：2/17



その他取組み

- 経営トップから取引先からのハラスメント (含むカスタマーハラスメント) に対して毅然とした対応をとるようメッセージ発信
- 特化した取組みは現状ないが、通常のハラスメント申告窓口で相談があれば個別に対応
- 「取引先CSRガイドライン」を作成・配布
- 全ての役職員 及び グループ会社社員を対象とするハラスメント研修による周知。周知により顧客であろうとハラスメントすることも、受けることも許容してはならないというメッセージを発信
- 業界団体と連携しながら厚生労働省に対してポスター作成などによる啓発活動について働きかけ

取引先からのパワーハラスメントやカスタマーハラスメント防止・解決に効果的な取り組み事例

◆相談体制の整備

- 社内と同様、取引先やお客様からのハラスメントについても社内に関した相談窓口が担当し、従業員からの相談に対応
- グループ共通の通報・相談窓口を設置し、従業員に広く周知
- 社内Web上でカスタマーハラスメントを類型別に整理し、それぞれの対応方法や本社の相談部署、連絡先窓口をマニュアルとともに開示。これにより、どこに何を相談すればよいか、営業社員や管理者が自身で確認した上で相談・連絡するという意識付けができたこと認識

◆被害者の配慮のための取り組み

- メンタル不調者に対する配置転換等の配慮や、場合によっては取引先に対する改善要望等も実施
- 健康管理センターやEAPを設置し、メンタルヘルス不調者が相談しやすいようにしている。また、希望者に対して人事面談や産業医面談を実施
- 本人上司だけでなく、産業医/産業保健スタッフ/人事部門が連携して対応

◆対応マニュアルの作成

- カスハラの実行者特徴、事例、対処方法及びその法的根拠などを記載したマニュアルを作成。各行員が随時参照できる状況。各種研修会などでも情宣し、カスハラ事案に対して担当者任せにしないこと、上席者が早めに関与すること、本部所管も一体となって対処することなど徹底
- 対応から解決に至るフローを関係各部との連携を含めてチャート化したわかりやすいマニュアルを作成し、活用
- 言いがかりを含む苦情等に対応するためのマニュアルを整備。言いがかりを含む苦情等を、本部の所管部署で一元的に管理
- マニュアルを用いて、コールセンターや現場責任者へ研修を実施

◆研修の実施

- 全従業員に対し、カスハラを含めた様々なハラスメントに対する知識の付与ならびに対応の方法等について、eラーニングを活用した研修を実施するとともに、研修の内容をハンドブックへ記載
- 年に数回開催されるコンプライアンス研修において、取引先からのパワーハラスメント等についても会社に対応する旨と相談窓口を周知
- 営業部署から予想以上の積極的参加姿勢が伺え、結果として研修後に対応相談が立て続けて舞い込んだ

◆クレーム等の事例の社内共有

- 発生する度に、管理職によるクレーム報告会が開かれ、情報共有と再発防止に努めている
- 取引先や消費者からの問い合わせやクレーム等をデータベース化し、社内共有
- お客様の発言やその対応について、発生都度関係者で共有を行って対策を検討
- 一方的な苦情、クレーム等の無理難題を含め、毎月の苦情事例を行内イントラに掲示して役職員に還元し、情報共有
- クレーム事例(対応等)のライブラリー化
- 毎月営業職員等へ防犯ニュースを提供し、実際の被害事例や対応ポイント等を掲載し、未然防止に役立てている

◆取引先・顧客への周知・啓発

- 取引先に対しても相談窓口について周知
- 自社から取引先へのハラスメントがあった場合の相談先を周知
- 通報窓口をホームページ上で公開
- 「グループ調達ガイドライン」を制定。「コンプライアンスの確立」「人権の尊重」等が盛り込まれており、取引先の協力を要請し適正な商慣習と企業倫理に基づいた企業活動を行うことが目的

◆取引先への事実確認の協力依頼、相談

- 取引先の状況を適宜共有し、組織で対応にあたる。過去には、明らかな取引先によるパワハラに対し、取引先に対して正式な申し入れを行い、調査及び取引先による改善対応に至った
- 取引先からハラスメント等の報告があれば、取引先・関係者へのヒアリング等事実確認調査の協力を求め、対応

◆その他

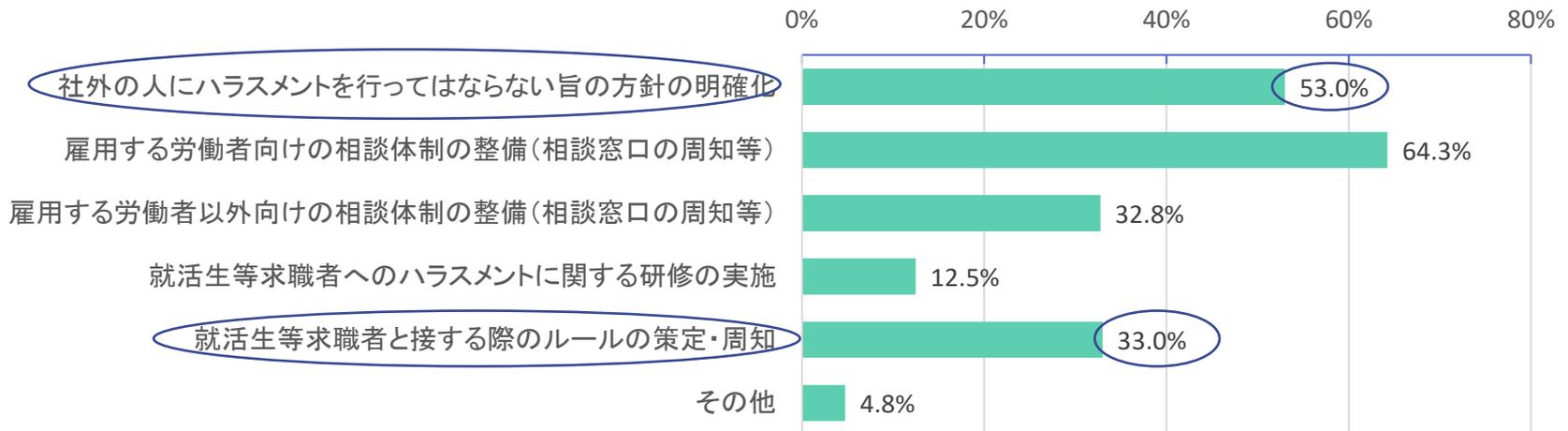
- 社内専用webページを使用した、マニュアルの周知、年1回の研修会の実施、メルマガによる定期的な事例紹介(月1回)、契約書・約款への記載等
- 「職場におけるハラスメント防止対策指針」の対象に含めている
- 取引先からのパワハラやカスタハラがあった場合は、上司に相談するよう記載した「コンプライアンスガイドブック」を全社員に配付
- 社内イントラネットのハラスメント防止ガイドに「得意先からのセクシュアル・ハラスメント防止のためのガイドブック」を掲載
- 取引先に対しては個人ではなく組織として対応するように注意喚起
- 防犯事案報告システムを稼働し、被害事案の報告・管理態勢を整備し、事案の早期解決を図る

雇用する労働者以外（*）へのハラスメントの防止・解決の取組み

（*）他の事業主が雇用する労働者、就職活動中の学生等求職者、フリーランス、インターンシップ等

- 「社外の人にハラスメントを行ってはならない旨の方針の明確化」が53.0%
- 就活生等求職者と接する際のルール策定・周知をしている企業が33.0%

最大取組数：5/6
平均取組数：2/6



その他取組み

- ・ 問い合わせ窓口を通じて、すべてのステークホルダー（個人や地域住民等を含む）が相談可能
- ・ ホームページ問い合わせサイトにて、社外からの告発を行いやすいようにコンプライアンス（違反）に関する項目を設定
- ・ 取引先や就活生等にハラスメントを行ってはならない旨を記載した「コンプライアンスガイドブック」を全社員に配布
- ・ 就活生等と接する際に起こっている世の中の事例紹介と留意点をまとめた資料を作成し、周知
- ・ 面接官向けハンドブックの配布、説明会・研修等の実施
- ・ 年1回取引先アンケートの実施
- ・ グループ行動規範およびコンプライアンスガイドブックに対象者を限定せず「個の尊重・ハラスメントの禁止」を定め、周知

雇用する労働者以外へのハラスメント防止・解決に効果的な取り組み事例

◆社外の人にハラスメントを行ってはならない旨の方針の明確化

- 人権尊重の経営方針をグループ人権方針としてまとめ公表し、経営トップからは、人権尊重についてのメッセージを、社内外に発信
- 経営トップメッセージと行動指針のホームページへの掲載・周知
- 規則やガイドラインに社外の人へのハラスメントも行ってはならないと明記し、入社時研修、eラーニング、適宜規程改定時に周知・徹底
- 行動基準で明示し、社内教育の内容に含めている
- 全社員に配布しているコンプライアンスマニュアルにおいて、取引先等社外の人にハラスメントを行ってはならない旨、徹底
- 就業規則で、他の事業主が雇用する労働者や求職者へのハラスメントを禁止
- 社内外問わず、いかなるハラスメントも認めない旨を行動倫理憲章で周知
- 社内規程「ハラスメント防止規程」の中で、「ハラスメントには、他の会社の者に対する行為も含む」と会社の姿勢を明確化。規程に定める禁止行為を行った場合、賞罰委員会の審議を経て制裁処分を科す事があるなど
- 取引先や就活中の学生等にハラスメントを行ってはいけない旨を記載した「コンプライアンスガイドブック」を全社員に配付
- 行動規範において、社内外を問わずハラスメントの禁止を徹底
- 懲戒処分の対象化
- 社員全員にコンプライアンスマニュアル、企業倫理ハンドブックを配布し、部門毎に朝礼等の場で読み合わせをして周知徹底
- 禁止事項等の明文化は、抑制効果にもつながるため、法改正に伴って定義や相談窓口体制等に関する資料を社員全員に配布し、社内教育用として適宜活用

◆雇用する労働者以外向けの相談体制の整備

- 自社雇用以外の労働者が多い業態のため、原則として雇用状況に関わらずハラスメント通報を受け付ける体制を整備
- 業務委託先向けに相談窓口周知のための資料を作成
- 相談窓口は、雇用形態にとらわれず、自社で働く人に対して開放
- ホームページ上で、取引先に対し「専用お問い合わせ窓口」を設置
- 雇用する労働者以外という区別はなく、会社で働く全ての立場の人を対象に相談窓口の周知等、ハラスメント防止・解決の取り組みを実施
- 取引先に対して、契約締結時にホットラインを周知
- 取引先の従業員から、ハラスメントを含むコンプライアンス違反を随時受け付ける通報窓口（取引先ヘルプライン）を設置
- 社外人材に対しても、社内イントラネットに当社オリジナルのハラスメント防止ガイド（「社内規程」「各種ハラスメント防止について」「本社及び各支店の相談窓口」を掲載）を公開しており、相談しやすい環境づくりを構築
- 社内で働くスタッフも見れる社内イントラトップ画面に、ハラスメント窓口のバナーを設置し、周知徹底
- ハラスメントに関することは、いつでも、誰からでも、どのような内容でも相談窓口で受付

雇用する労働者以外へのハラスメント防止・解決に効果的な取組み事例

◆就活生等求職者へのハラスメントに関する研修の実施

- 毎年新卒採用面接前に、面接担当者向けの事前研修を実施
- 社内新卒採用面談者への研修実施、ハラスメント内容織り込み
- リクルーターへのガイダンス実施し、就活生との接し方(1対1での飲食を伴う接触の禁止等)を指導
- 面接官トレーニングでのハラスメント防止注意喚起
- 初めて学生と面談する社員に対して、面談官トレーニングを実施。基本的な面接の進め方に加え、マナー(ハラスメント対策要素あり)等を習得
- 採用担当者に対する社外講師によるセミナー(年1回)

◆就活生等求職者と接する際のルールの策定・周知

- 学生と接する社員に対しては毎年、他社での過去の不芳事例と処分などを説明会で説明
- 新卒採用に協力する社員リクルーターに対応ガイドとしてハラスメントの禁止含めた遵守事項を周知している。中途採用面接に関わる社員向けの面談ガイドラインにおいても、ハラスメント含めた対応要領の配布を開始
- 所定外時間や個人的に社外で就活生と接触することを原則禁止し、必要な場合は人事部門と共有
- 就活生によるOB/OG社員訪問について、私的な面会を禁止。就職エージェントが提供するシステムを介したオンライン面会のみ対応可としており、メールやチャットにて個人の連絡先交換等の不適切行為がないかモニタリングを実施(システム活用にあたり、当該ルールを明記しており牽制を図っている)
- 就職活動学生と関わる際の注意事項の周知徹底を社内イントラ内で文書にて通知
- 採用活動における面接官へのマニュアル作成。Fair(公正)やDiversity(多様性)などのポリシーを掲げ、社員が求職者に対してとるべき行動規範を明示
- 面接官に面接の際に質問してはいけない項目や内容を文書化し、説明することにより、ハラスメントや差別的発言を防止
- 就活生と接する機会(OB訪問や面接時)の注意事項を社員に周知
- OB・OG訪問に関する対応ルールの策定・周知

◆その他

- 年1回お取引先アンケートを実施し、ハラスメントを含め、法令違反や不公正な取引がないか確認