

6. グンゼ労働組合（大阪、ヒアリング実施日 2011.7.26）

1. 組織概要

組合員数：約 2,600 名。組合員の範囲：グンゼ株式会社を含む関係会社 3 社の正規従業員。
支部：全国 14 支部・10 分会等。専従者：専従役員は本部 6 名。上部団体：UI ゼンセン同盟
及び連合。

2. ハラスメントの発生状況等

2 年に 1 回、組合員満足度調査（回答率約 90%）を実施しており、その中でパワー・ハラ
スメントに関する設問および自由記述欄等を通じて、組合員の範囲ではあるが、ハラスメ
ントの実態把握に努めている。2010 年実施の調査で、直近 1 年間でパワハラを「受けたこと
がある」かどうかについての回答は、「ある」＝約 10%、「どちらとも言えない」＝約 20%、
「ない」＝約 70%であった。アンケートの結果と後述の相談窓口への相談件数には乖離があ
るが、相談窓口に相談にくるのはよほどの場合であると考えている。すなわち、ハラスメ
ントが潜在的には存在しているのであって、アンケートの数値の方が実態に近いと考え、こ
ちらを重視している。

3. ハラスメントの背景・原因と考えられるもの

・主な背景

第一に、コミュニケーション方法の多様化および双方向でやり取りする機会の減少に加え、
伝達するスキルそのものが低下しており、意思疎通不全となっている。第二に、雇用形態の
多様化および個人の価値観の多様化の影響で、従業員間あるいは上司と部下の間の人間関係
の希薄化および信頼関係の欠如が生じている。第三に、業績の悪化にともなう人員不足等、
職場に余裕がない状況や、目まぐるしく変化する環境への即応を迫られる状況から、トラブ
ルや軋轢等が増加している。

・具体的な原因

上司・部下ともに心身の疲弊とストレスが生じており、ハラスメントを引き起こす要因の
一つとなっている。すなわち、上司は自己統制が効かなくなり、過剰な指導・命令を行うよ
うになってしまう。一方で、部下は適正な範囲の指導に対しても過剰に反応してしまい、ハ
ラスメントと感じるケースが増加していると考えられる。

4. ハラスメント対策導入の経緯・意義

（組合員だけでなく、全従業員が）心身ともに健康でイキイキと働けるような職場環境づ
くりが、ハラスメント対策の意義であると考えている。

5. ハラスメント対策の具体的内容

・労使双方の担当者を配置したハラスメント専用の相談窓口（詳細は会社側取組み参照）

中央相談窓口の組合側担当者に相談が来た場合、組合だけでは解決が難しいと考えられる事例については、相談者の意向を確認した上で、中央相談窓口の会社側担当者と情報を共有化し、事実に基づき協働して解決にあたる。

事業所相談窓口の組合側窓口担当者は、相談者に向けての間口を広げるためにも事業場毎の支部分会役員から選出している。例えば、直接会社に相談することに抵抗がある人（不利益取扱を懸念している等）のための窓口として相談を受け付け、そこで①自力解決を試みる、②組合の仲介を求める、③会社に対応を求める（会社相談するので、組合の関与を希望したい）等の選択を図ることができる。

なお、問題解決に向けての事実関係の確認等は、基本的に会社側で対応する。

また、会社側と中央相談窓口会議を年2回開催（詳細は会社側取組み参照）し、双方の課題や今後の取組みについて情報を交換している。

・組合員満足度調査の活用

全体の数値と部門別の数値との比較をもとに、年に1回事業部門長との間で実施される労使連絡協議会、ならびに事業場（支部分会）経営協議会の中で問題提起をし、今後どう対応するか等を協議している。なお、全従業員を対象とした会社実施のCSRアンケートと、組合実施のアンケートの結果には、一定の相関関係があると考えている。また、組合、会社双方のアンケートの実施結果は、事業部門責任者に環境改善を求める際の説得力にもなっている。

・研修を通じた啓発

新任三役研修会・リーダー研修会等、組合執行委員を対象とする労組本部主催研修会のカリキュラムに「ハラスメント防止対策」を組み入れ、そのメンバーから組合員に展開するよう啓発している。さらに、支部分会の要請に応じて、随時、ハラスメント防止研修会を開催している。また、新任三役研修会（参加者約30名）では、組合活動の一環として行われる会議などで参加者の意見を活発に引き出すファシリテーションスキルのトレーニングを組み入れ、組合執行委員のコミュニケーションスキルを高めている。

・ハラスメント撲滅標語の募集を通じた啓発

啓発活動のひとつとして、UIゼンセン同盟の「ハラスメント撲滅キャンペーン」に参加し、ハラスメント撲滅標語の募集を年1回行っている。

6. 今後の課題

・早期の問題発見

相談に来る前の段階での解決が望ましいが、その段階で発見することは難しい。現時点では、組合員満足度調査や会社 CSR アンケート結果から兆候を見出し、ハラスメント研修会開催などによる防止活動に取り組んでいる。

・研修参加

会社の研修は就業時間内に全従業員を対象に実施可能だが、組合の実施する研修は原則就業時間外となり、参加メンバーが限定されがちである。支部分会執行委員を参加させ、そのメンバーから組合員に展開し浸透することを期待している。

7. 行政等への要望

・教育・研修・懲戒のための定義の必要性

特定の言動について、「ハラスメント」と評価するか、「人間関係の軋轢」と評価するか、という問題があるが、相談対応においては、「ハラスメント」に該当するか否かで対応の仕方が変わるわけではない。相談対応においては、ハラスメントか否かを「判定」するよりも、個別の事案に即してどう解決するかが重要と考えており、この観点からは定義の確立はさほど重要性が高くないともいえる。

しかしながら、ハラスメントについての研修・教育に際して分かりやすい基準を示す、あるいはハラスメントを理由として懲戒等の人事上の措置・処分を行うに際しては、やはり明確な規範違反性を示す必要があり、このような観点から、ハラスメントの定義の確立は必要であると考えている。

・相談対応のための各種支援

ハラスメント防止対策をさらに推し進めるには、相談対応者のスキルアップが必要であり、研修会等の受講や、企業および組合が研修を実施する際の講師の派遣等についての支援を望む。

1. 組織概要

従業員数：約 3,000 名（2010 年 3 月末時点。従業員の内訳は正社員約 2,200 名、非正規社員約 800 名）。本店所在地：大阪。事業拠点：東京本社、大阪本社その他、全国に約 10 支店、約 20 営業所等。事業内容：食品製造業。企業別労働組合：あり。

2. ハラスメント発生の背景・原因と考えられるもの

・就業形態と価値観の多様化

過去の正社員中心の時代と異なり、同じ従業員同士といっても派遣社員や期間社員などで立場が違い、また仕事をする目的も人それぞれであり、これが職場のコミュニケーションを難しくしている側面もあるように感じる。

・管理職の役割の変化

管理職がプレーヤーの要素も担いつつマネジメントを行うことから、同僚間の人間関係等の問題が生じた場合も、24 時間稼働で 3 交代制の工場等では管理職の目が行き届きにくいこともその背景の一つと考えている。部下ひとりひとりに十分目を配れていない現状もある。

3. ハラスメント対策導入の経緯・意義

・マネジメントへの影響

パワハラという新しい概念が出てきて、何がハラスメントに該当するのかの解釈が人によってばらばらで、各個人が戸惑いをもち始めてきた。管理職が指導をすること自体に躊躇する状況も出つつあったため、パワハラに関する正しい理解をする必要があると感じた。

・企業イメージの維持

コンプライアンス違反やハラスメントの発生が組織の活力低下を招くことは言うまでもないが、それに加えて企業イメージが損なわれるという懸念が、ハラスメント問題に取り組むきっかけの一つである。

4. ハラスメント対策の具体的内容

・労使共同のハラスメント相談窓口の設置・運営

従前から存在していたセクハラに関する相談窓口を、2010 年からパワハラまで含めた総合窓口としてリニューアルし、この問題に取り組み始めた。窓口は各事業所に設置され、会社（人事部）と労働組合それぞれから 1～2 名ずつ、合計 3～4 人で体制を作っている（後掲資料「相談窓口体制」参照）。相談をしたい人はこの窓口相談を寄せる。原則として名前を明

かして相談する。

相談窓口に寄せられる案件は、内容の重要度・深刻度から A レベル、B レベルの 2 つに分類される。A レベルは、「相談窓口で対応が出来ない、もしくは、明らかに法に触れるような重大な案件」であり、「明らかに法に触れるような重大な案件」の例としては、身体的暴力等を受けた場合、「辞めろ」などの脅迫的言動や「ばか」などの侮辱的な言動の繰り返し、その他法令に違反する行為の強要、人権侵害行為などが想定されている。A レベルに該当しないものは B レベルとなる。相談者に対して適切なアドバイスを行い、相談者に適切な対応を行ってもらうことで、相談者が納得する案件である（ハラスメント相談のフローについては後掲資料参照）。

各事業所の相談窓口がどう相談に対応するかについては、セクハラ・パワハラ防止委員会（XF 労働組合・人事部）作成の「ハラスメント対応マニュアル（相談窓口用）」を用意している。

A レベルの問題は、人事部（場合によってはコンプライアンス統括部も）と組合本部で構成する「セクハラ・パワハラ防止委員会」において事実確認を行い、対応を検討することになる。その際、相談者には、絶対に相談者の不利益にならないように対応することを説明して、了承を得ることになっている。どうしても了承が得られない場合には、相談者匿名にて同委員会に報告する。

A レベルの案件は年間に 4～5 件ぐらいある。同委員会での事実確認は、マネージャークラスの人物が現場でヒアリングを行っていくという形をとることが多い。内部通報窓口やこれらの相談窓口の存在は、イントラネットや職場に貼っているポスターなどを通じて従業員に周知している。

・内部通報窓口

コンプライアンス統括部が管轄する内部通報窓口に関して、2002 年から 2007 年までの利用件数が少なかったことを受けて、2007 年からリニューアルした（コンプライアンス統括部の「内部共通窓口」と外部の法律事務所の「外部共通窓口」を用意）。結果、年間 10～20 件の相談が寄せられるようになり、2010 年に関しては 90%がハラスメント関連の相談であった。匿名でも受け付けている。各部署に窓口に関するポスターを掲示して周知している。

相談窓口や内部通報窓口に寄せられる相談は、上司から部下のハラスメントの問題よりも、同僚間の問題（言葉づかいや態度）のほうが多いように感じる。問題となる言動に関して、相談者と周囲の受け取り方が違っている場合も多い。

・研修・啓発

前述のように、パワハラという新しい概念が出てきて、どこまでが指導でどこまでがハラスメントに該当するのかの解釈が人によってばらばらで、管理職が指導に躊躇するという状

況も出つつあったため、窓口の設置だけでなく、パワハラとは何かに関する啓発活動を行って、正しい理解を広める必要性を感じた。

具体的には、外部専門家を講師によんで、各部署長及びハラスメント相談の窓口担当者に対しパワハラに関する学習会を実施した。また、労使共同で、上級マネージャー、マネージャー、一般社員を対象に、ハラスメント防止学習会を実施した。

コンプライアンス統括部は、全国の事業所や関係会社を回り、ミドルマネージャー層、中間管理職層を対象に、「コンプライアンス学習会」を実施した。学習会のなかでは、パワハラを取り上げ、概念の説明、ケーススタディ、後述のアンケート結果のフィードバック等を行った。コミュニケーション関係では、アサーション研修も行った。また、同部が発行する「コンプラ通信」では、モラルハラスメントやアルコールハラスメントなどに関する啓発を行った。

・アンケートの実施

コンプライアンス統括部は、2008年から年に1回ずつ、コンプライアンスに関するアンケートを実施している。「あなたの職場はハラスメント、セクハラ、いじめ等がない職場ですか」などのハラスメントに関する質問項目と、「自由に話し合える職場ですか」、「上司からの指示がおかしいという場合、ノーと言えますか」などの職場のコミュニケーション状態に関する質問項目が含まれている。また、人事部が3年に1回、従業員の意識調査を実施している。調査結果は部署ごとにとりまとめ、各部署の担当者に送付してフィードバックしている。

ハラスメントやコミュニケーションに関する両調査の結果をみると、大きな経年変化はないが、一定の割合の問題は未だ存在していると感じている。

・キャリア相談の専門員による全員面談

メンタルヘルス対策の一環でメンタルヘルス専門の産業医と契約しているほか、キャリアカウンセラー資格を有する3人のベテラン社員が専門員となり、各事業所で「キャリア面談」を全員に巡回実施している。個別の報告はもらっていないが、職場の風土等の傾向などの定期報告をしてもらっている。全体的な傾向の把握と個別労働者のケアの2つの目的がある。

5. 今後の課題

・ミドルマネージャー層の研修

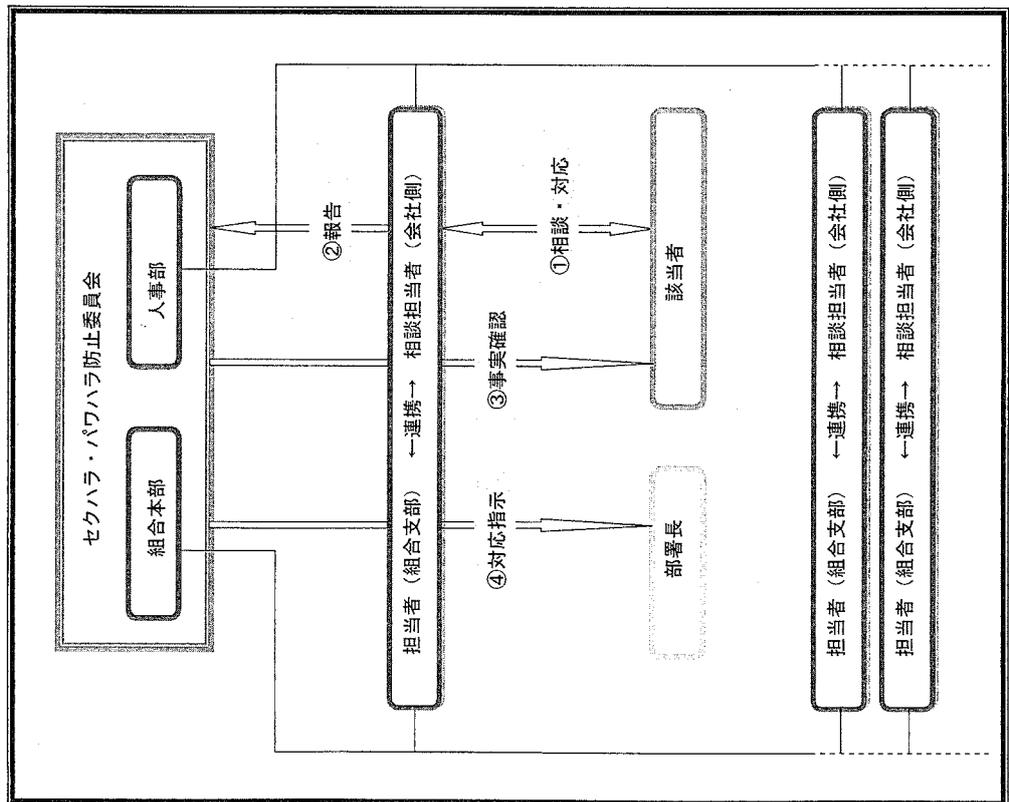
現在はまだミドルマネージャー層へのハラスメント研修が未実施のため、今後その層に広げていきたい。

・マネジメントの学習の継続

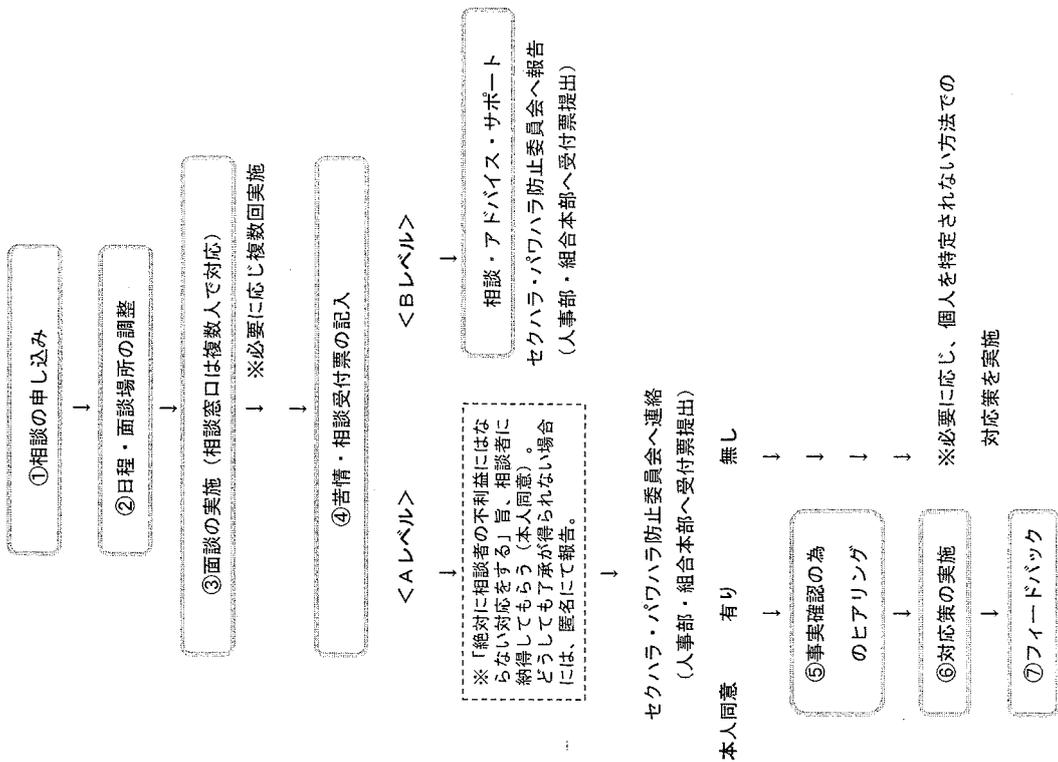
管理職に対し、パワハラに関する学習だけではなく、マネジメントの学習も継続して続けて行っていきたい。

～相談窓口体制～

相談窓口担当者は、セクハラ・パワハラ防止委員会（組合・会社（人事部）にて組織）のメンバーとして、活動をして頂きます。



(別紙) ハラスメント相談のフロー



※受付票は、人事部長、組合長宛 にメールまたは社内便にて送付して下さい。

8. XF 労働組合（大阪、ヒアリング実施日 2011.7.20）

1. 組織概要

組合員数：約 1,750 名（2011 年 5 月時点）。うち分会員約 150 名（勤続 4 カ月以上のパートタイマーは「分会員」として労働組合に加盟することができる）。組合員の範囲：XF 社の従業員。支部：全国 16 支部。専従者：1 名。上部団体：なし。

2. ハラスメント対策導入の経緯・意義

数年前から、活動の重点項目の中にメンタルヘルス、セクハラ・パワハラに関する学習や対応を労使で取り組むという項目を入れて取り組んでいる。

3. ハラスメント対策の具体的内容

・労使共同のハラスメント相談窓口の設置・運営

ハラスメントに関する相談窓口を労使共同で各事業所に設置・運営している（詳細は会社側取組みを参照）。

・パワハラの研修

2009 年秋に、外部講師を招き、工場の組合幹部 50 名を対象にパワーハラスメント対策の講習会を実施した。2010 年 10 月には、組合幹部 9 名が外部専門会社の実施しているパワハラのインストラクター養成講座を受けた。その幹部らが、2010 年 11 月から各事業所を回り、2011 年 5 月までにのべ 55 回、マネージャー、一般社員（基本的に非正規社員を含む）を対象に講師役としてパワハラ防止学習会を実施していった。学習会では、DVD 教材も利用した。

・組合員同士のコミュニケーション促進

労働組合が発行している機関誌には毎回アンケートページを付けており（回答者には景品つき）、これを通じて機関誌を手にとって読んでもらい、事業所内や従業員同士のコミュニケーション促進を図れるよう取り組んでいる。

4. 行政等への要望

・事例に基づいた啓蒙

パワハラの定義づけは難しいと思うので、どういう事例がパワハラに該当するか、具体的な事例に基づいた啓蒙が効果的だと思う。

1. 組織概要

従業員数：約 8,600 名（社員約 1,400 名、嘱託約 400 名、準社員約 4,400 名、アルバイト約 2,400 名）。本店所在地：鹿児島県。事業拠点：鹿児島県を中心に 92 店舗。事業内容：生鮮食品等の小売業。企業別労働組合：あり。

2. ハラスメント発生の背景・原因と考えられるもの

・生産性に追われる厳しい仕事環境

以前は、企業の売り上げも利益も上がり、人員も多いという時代だったが、今はどの企業でも、ぎりぎりの生産性に追われる仕事環境で、コミュニケーションの余裕がない。

・信頼関係の構築の困難

以前は、指導を受ける側も、指導する側が暖かみを持って指導していることを理解していたが、今はそうした人間関係・信頼関係を築くことができなくなっているのではないかと。職場の仲間と仕事外で関係性を作る機会も以前より少なくなった。加えて、価値観が変化し（例えば個人主義）、世代間の意識のギャップが大きくなったように感じる。

・若い管理職の経験不足に基づくコミュニケーションの問題

若い従業員が各部門の管理職になることが増えてきているが、経験の浅い若い管理職にコミュニケーション能力不足を感じることもある。例えば、年上の準社員等の職位の労働者に対し、基本的な挨拶ができなかったり、言葉遣いがよくなかったりすることがある。人生の大先輩かつ一緒に働く仲間に対する言動については、しっかり教えていきたいと考えている。

3. ハラスメント対策導入の経緯・意義

・社員が働きやすい環境づくり

労働組合の認識がきっかけとなり、労使共同で取り組み始めた。同社では「グッドカンパニー（よか企業）宣言」（すべての社員が自信と誇りと志を持って働く企業であり続けます）を 2007 年に出しており、行動規範に「社員の人格・個性を尊重し、満足して働ける職場環境の確保に努めます」とうたっている。このトップダウンの具体化がハラスメント対策と考えている。

また、会社にとっては、パワハラが起きれば職場の生産性が落ちる、被害者のメンタルヘルスの問題を引き起こす、という様々なリスクが考えられる。会社が生き残っていくためにもコンプライアンスの観点からの取り組みは重要である。

4. ハラスメント対策の具体的内容

・相談窓口の設置・運用

ハラスメントを含めた総合的な相談窓口「ホットライン」を労使共同で設置・運用している。労使双方の相談窓口の連絡先を「私たちのコンプライアンスカード」に明記し、アルバイト等を含む全従業員に配布している。また、セクハラ相談等に対応するため、女性窓口を新設した。

・ハラスメントの研修

毎年3月に、全10部門の主任、チーフ、部門長を対象にパワハラ講習会を実施している。労働組合から提供してもらった市販のDVDを見た後、講義を聞く。また、地区ごとに店舗の店長が集まる「地区店長会議」の場で、店長を対象に実例を用いたケーススタディを含むパワハラの研修を実施した。2011年7月には、店舗を回って指導する本部社員を対象にも研修を行った。

・職場のコミュニケーション活性化のための挨拶運動

職場の人間関係を築くことがパワハラ防止に最も重要であると考え、職場のコミュニケーションを活性化させるため、講師を呼んで学び、労使共同で「身だしなみを整え、従業員同士が笑顔で握手して挨拶する運動（フレンドリーサービス）」を2010年に一部店舗から開始した。2011年6月には運動を全店に拡大した。そもそも、フレンドリーサービスは顧客に最高の接客を行うための全社的な取組みである。その一環として、まずは働く仲間の人間関係が第一と考え挨拶運動を行っている。

「フレンドリーサービス」にはブロンズ・シルバー・ゴールドの認定制度がある。社長自ら、パート労働者に「今日一日お疲れ様です」と挨拶して握手して回ったり、認定取得に励むなど、熱心に取り組んでいる。

・店舗巡視時の意見聴取

内部監査のために店舗を巡視することがあるが、その際に、店舗のパート職員やアルバイト職員に無記名のアンケートを配布して記入してもらっている。アンケートでは「パワハラ・セクハラがありますか」という質問をしており、ここで把握して対応したケースもある。巡視は毎月約6店舗のペースで実施している。

・EAPや産業医等の外部専門家の利用

契約している地元のEAP機関（従業員支援プログラム）⁶や産業医とは、メンタルヘルス

⁶ EAPについては第2章注2参照。

だけでなく、ハラスメント関連でも相談をしたり、助言を受けたりしている。本人承諾が得られたものについては、EAP等と情報共有して対応策を検討することもある。メンタルヘルスとパワハラはコミュニケーションの問題でつながるところがあり、一体で取り組む必要性を感じている。

・上司と部下の面談

メンタルヘルスの取組みのなかで、EAPとも相談し、上司と部下の個人面談を行ったところ有効であることがわかった。ハラスメント防止にも利用できる手法だと考え、上司と部下が定期的に面談をする目標面談制度を導入した。

5. 今後の課題

・取組みの継続

長い会社の伝統のなかで、意識を変えるのはなかなか難しい。特に土地柄、体育会系の風土があり、取組みを地道に継続していくことが大切だと考えている。

・更生研修の実施

ハラスメントであると判断した場合には、行為者である管理者に対し、就業規則に規定しているとおりの措置をとるだけでなく、管理職に復帰してもらうため、6カ月間、マネジメント業務に関する様々な項目を勉強させるマネジメントプログラムを作成したところである。

1. 組織概要

組合員数：約 1,650 名。組合員の範囲：7 時間以上働く YA 社の従業員（非正規労働者を含む）。上部団体：UI ゼンセン同盟及び連合。

2. ハラスメント発生の背景・原因と考えられるもの

・認識の高まりによる問題の顕在化

以前から、「指導」や「しつけ」という名目で厳しい教育を行うことはあったが、それが「パワハラ」という言葉で顕在化してきたのは社会問題化した近年になってからである。ただし今の状態は、振り子が反対に振れたような状態で、「パワハラ」の言葉が一人歩きしていて、何でもかんでも「パワハラ」と言われるようになってしまっているように感じる。

3. ハラスメント対策導入の経緯・意義

ハラスメントの相談者が、自身の名前を明らかにして個別の事案を解決することよりも、職場全体に対するハラスメントの啓発を要望することが多かったため、啓発のためのポスターを作成することになった。

4. ハラスメント対策の具体的内容

・啓発ポスターの作成

相談者から啓発の要望が多かったことから、2011 年 1 月、「STOP パワハラ」の A3 大の啓発ポスター（後掲資料参照）を作成し、職場に掲示した。

また、2012 年 2 月からは、「ありがとうキャンペーン」を全支部で開始した。「言葉の最後に声に出してありがとうって言ってみませんか？」という啓蒙活動を実施している。感謝の気持ちを表すことで、コミュニケーション不足の改善に繋がるという考えでスタートした。ポスターも A3、A4、B5 版を作成し配布した。

・ハラスメントに関するアンケート調査の実施

2011 年 3 月、ハラスメントの実態をつかむため、組合員だけでなく全従業員（アルバイト等を含む）を対象に、ハラスメントに関する無記名のアンケート「職場環境調査」を配布した（調査票は後掲資料参照）。店舗ごとに 6,244 通配布し、約 4,000 通を回収した（回収率約 70%）。例えば、パワハラチェックシートで「挨拶をしても無視をされる」に○を記入した人は 24%であった。4 分の 1 の約 1,000 通に自由記述欄への回答があった。

ハラスメントの当事者に関しては、上司から部下に対するもののほか、キャリアの長いパート職員から新しく職場に入った人に対するものも見受けられる。

アンケートの結果は、労働組合の「支部長会議」の場で公表し、支部にフィードバックした。苦情や自由記述欄への回答が多い店舗等には、組合役員が出向き、従業員に直接、ハラスメントは許されないという話をしたり、店舗の担当者に対して改善を要求したこともあった。

会社側にも労使協議会において結果を示し、対応を協議した。「挨拶をしても無視をされる」の割合が高かったことから、労使共同で行っている挨拶運動（フレンドリーサービス、詳細は会社側取組みを参照）の推進を確認した。また、会社側の人事部長と一緒に、各商品部の部長を呼んで説明をした後、個別にどう改善するかを聞いたりした。

・相談窓口の設置・運用

労使共同で相談窓口「ホットライン」を、組合単独では相談窓口「ハートフルネット」を設置・運用している。どちらもハラスメントを含めた総合的な相談窓口である。

・職場のコミュニケーション活性化のための挨拶運動

職場のコミュニケーションを活性化させるため、労使共同で「身だしなみを整え、従業員同士が笑顔で握手して挨拶する運動（フレンドリーサービス）」を実施している（詳細は会社側取組みを参照）。

・支部長に対するパワハラ研修等

月に1回行う支部長会議の場を利用して、年2回程度、パワハラ啓発の勉強会を実施している。市販のDVDやUIゼンセン同盟が作成した資料「職場のハラスメント対策ハンドブック」（UIゼンセン同盟の資料参照）を活用している。また、支部長会議ではコミュニケーションの円滑化を目的に、40～60分間のグループディスカッションも行っている。

・会社の担当者会議でハラスメント問題を説明

組合が、会社側にお願いをして、主任会議のなかで10分の時間をもらい、現在のハラスメントの状況や同僚同士どのように接するべきのかなどのコミュニケーションの問題について話した。

5. ハラスメント対策の効果

・相談の増加

啓発ポスターを貼り出したことで、ハラスメントに関する相談が従前より多く寄せられるようになった（月1～2件であったのが、一時的に週2～3件に増加）。会社側より労働組合側の窓口の方が従業員にとって敷居が低いと感じられるのか、利用率が高い。

6. 今後の課題

・相談窓口の信頼性の確保

何か問題が生じて、問題を相談したり、問題に関する事実を伝えたりすることで、不利益や報復を受けるのではと考えて、口を閉ざしてしまうこともある。特に、その地域に住んでいて異動が事実上困難であるパート職員などはそう考える傾向が強い。したがって、相談後、相談者等を守っていくという姿勢を示すことが必要と感じている。

・労使協定の締結

UI ゼンセン同盟の協定案を利用して、労使協定を締結したいと考えており、会社側に提案中である。

7. 行政等への要望

・各都道府県での無料セミナー開催

民間会社のコンサルティングやセミナーには、財政的にも地理的にも参加が難しい。行政等が各都道府県で事例を交えた無料の講習会等を開催してほしい。現在では、紙媒体の資料が中心となっているが、企業内で起こっている事例はケースバイケースであるため、インタラクティブな講習がほしい。

・事例・判例の紹介

パワハラ関係の判例を調べることがあるが、理解が難しいため、わかりやすく解説してほしい。また、例えば、連合や UI ゼンセン同盟で把握している、訴訟までは至らずに解決したケースなどを紹介してもらえれば、実践的で参考になると思う。

STOP パワハラ

職場におけるパワーハラスメントとは

職場において、職務上の地位や影響力に基づき、相手の人格や尊厳を侵害する言動を行うことにより、その人や周囲の人に身体的・精神的な苦痛を与え、その就業環境を悪化させること、また雇用不安を与えること。口頭だけではなく、電話、メール、手紙等を含みます。

(職務上の地位や影響に基づき)とは

上司が部下に対して、社員が準社員さんアルバイトさんに対しては当然直接の上司以外であっても相手に対して実質的に影響力のある者による行為を含みます。

(例)

- ◇ バカ、クズ、辞めろなどと言う
- ◇ 存在が目障りだ、居るだけでみんなが迷惑している。
- ◇ お前は会社を食い物にしている、給料泥棒だ。
- ◇ 大声で怒鳴る。
- ◇ ゴミ箱を蹴る。
- ◇ 机をたたく。
- ◇ 身体や性格の特徴をなじる
- ◇ 孤立させる
- ◇ わざと噂やゴシップを広める
- ◇ 他人にミスを負わせる
- ◇ 無理に飲み会に誘う
- ◇ 非難メールを繰り返す
- ◇ 仕事が出来ないなどと叱責する など

思い込みは危険

「この程度なら許される」とか「本人の成長のために指導する」とか「自分が若いときはもっと厳しかった」というのは、自分勝手な思い込みである場合があります。相手は職場での上下関係や人間関係を考え、我慢しているかもしれません。相手の立場を考え、言い分を聴いて下さい。さもないと、意思、思い込みとは別に、相手に威圧感を感じさせたり、不快に思うことがあります。

相手の立場や気持ちを尊重し、どのような言動がパワーハラスメントになるのかを正しく認識しましょう！

お互いに信頼関係を築きながら働きやすい職場にしましょう！

職場環境調査

働きやすい職場環境にするために現状を把握し、改善したいと思います

記入後は折ってゼロハンテープ等で中身が見えないようにし、支部長に渡して下さい

ハラスメント (Harassment) とは、いろいろな場面での『嫌がらせ、いじめ』を言います。その種類は様々ですが、他者に対する発言・行動等が本人の意図には関係なく、相手を不快にさせたり、尊厳を傷つけたり、不利益を与えたり、脅威を与えることを指します。重要なことは相手がどのように感じ、考えるかは個人によって違うということであり、この点を充分認識して行動しましょう。

セクシュアル・ハラスメントとは？
セクシュアル・ハラスメントとは、本人が意図する、しないにかかわらず、相手が不快に思い、相手が自身の尊厳を傷つけられたと感じるような性的発言・行動を指します。

パワー・ハラスメントとは？
職務上上位にある者が、本人が意図する、しないにかかわらず、その地位及び職務上の権限を背景に人権を侵害する発言・行動で相手（部下など）に精神的な苦痛を与えることです。

労働組合

個人情報を守秘します。

記入されたくない方は、アンケートのみ回答して下さい。

店舗						
部門	鮮魚	青果	精肉	惣菜	食品	
	家庭用品	衣料品	酒類	会計	庶務	
	清掃	その他				

下記以降は必ず記入して下さい。

性別	男性	女性			
職種	正社員	嘱託社員	契約社員	パート	アルバイト

年齢	10代	20代	30代	40代
	50代	60代		

本部巡回時・職場にて思いあたるところに○を記入して下さい。

パワハラ チェックシート

1	上司から「おい」とか「おまえ」と呼ばれ名前で呼んでもらえないことが多い。
2	上司や先輩に対して、悪意を感じる。
3	八つ当たりで、怒られていると感じることがある。
4	挨拶をしても無視される。
5	明らかに、他の社員に対してと、自分に対しての扱いに差がある。
6	理不尽なことを要求される。
7	怖い上司や先輩がいて、誰も意見をすることができない。
8	上司から仕事を与えられない。
9	「ジョーズを買ってこい」など、業務に関係のない命令をされる。
10	仕事でミスをする、指導という名目でみんなの前で叱責される。
11	酒が飲めないことを馬鹿にされ、断っても無理矢理飲むことを強要される。
12	新人や後輩を脅め、おもしろがる風潮がある。
13	先に帰ろうとすると「もう帰るのかと嫌味を言われる」。
14	ノルマが達成されないと「つかえない」[異動だ] [異動だ] と言われる。
15	「馬鹿につける糞はない」などと、人格を否定するような発言をする。
16	「どうなってもいいんだな」などと成績や処遇をちらつかせて従わせる。

