

滑化に努めながら、日本NCPとして適切な機能を果たすことなどを掲げた。日本NCPとは、同行動指針の普及、行動指針に関する照会処理、問題解決支援のために設けられた国内の連絡窓口。外務省、厚生労働省、経済産業省の3者で構成している。

このほかでは、外国人技能実習機構による技能実習生に対する母国語での相談対応や、人権侵害が発生したときなどの転籍支援を、引き続き実施していく（法務省、厚生労働省）ことなどを盛り込んでいる。

ILO原則の尊重などを継続

複数の観点から横断的に取り組むことが適切な事項については、行動計画は「横断的事項」として示し、その1つに「労働（ディーセントワークの促進等）」をあげる。

「労働（ディーセントワークの促進等）」の分野で今後行っていく措置として、「ILO宣言」に述べられている基本的権利に関する4つの原則（①結社の自由および団体交渉権の実効的な承認②あらゆる形態の強制労働の撤廃③児童労働の実効的な廃止④雇用および職業についての差別の撤廃）の尊重、促進、実現のため

に労働政策を推進することをあげ、ディーセント・ワークの実現に引き続き努めていく（内閣府、厚生労働省）などとしている。

行動計画期間は5年間で3年後に意見交換を実施

第3章では、政府が企業に寄せる期待を表しており、「国内外において責任ある企業活動を推進していく上で、企業からの理解と協力を得ることは、特に重要と考えている」と表明。企業が「ILO宣言」の基本的権利の原則を尊重することや、人権デュー・ディリジェンスのプロセスを導入していくことなどを期待としている。

第4章では、行動計画の実施・見直しに関する枠組みを説明。行動計画の期間は2020年度～2025年度までの5年間としている。

毎年、関係府省庁連絡会議で実施状況を確認し、ステークホルダーとの対話の機会も設けることを明らかにしている。

3年後をめどに、国際動向と日本企業の取り組みの状況について意見交換を行い、5年後に改定すると表明している。

食品・日用品の流通・製造企業がコロナ禍の従業員健康確保措置を紹介 ——CHL ジャパンレポート「ウィズコロナ時代の食品・日用品のサプライチェーン」

世界の約400の食品・消費財業界の企業が加盟する業界団体The Consumer Goods Forum(CGF)では、消費者の信頼を築く活動だけでなく、2017年からCollaboration for Healthier Lives(CHL)として、流通とメーカーが連携することで、従業員の健康や福祉のための取り組みも行っている。加盟する日本企業5社でつくる「従業員健康栄養促進ワーキンググループ」は2021年2月、「ウィズコロナ時代の食品・日用品のサプライチェーン」と題するレポートを公表。コロナ禍での企業による従業員の健康確保措置の制度の設計や、従業員相互のつながりなどの事例を紹介している。

フィジカル・メンタル両面での健康維持が課題

レポートでは、「株式会社ローソン」(小売業)、「ネスレ日本株式会社」(製造業)、「キリンホールディング

ス株式会社」(製造業)、「花王株式会社」(製造業、一部対面販売の従業員を含む)の4社について、販売現場で働く従業員のほか、本社の事務部門や各社のグループ会社の取り組みを含めて調査を実施。2020年5月～9月までの取り組みについて、「フィジカル」「メンタル」「環境整備」の3つの項目に分類してまとめている。

レポートははじめに、4社のサプライチェーン全体に共通する取り組みを整理。それによると、各社とも従業員について、出社禁止やリモートワークの推奨により自宅と会社間の通勤移動や運動量が減少する、先が見えない不安やコミュニケーション不足が起きるなど、フィジカル・メンタル両面での健康維持が大きな課題になっている、としている。

一方、感染防止の観点から、接触を減らすためのリモートワークの促進やオフィス内の新ルールの整備なども促進。各社ともに働き方改革として、すでにリモー

トワークなどの環境整備は実施されていたが、コロナ禍を契機に一気にリモートワークを取り入れた働き方が浸透した、としている。

職場などで感染者・感染疑いのある者が出た際の対応マニュアルについても整備が進んでおり、レポートからは、従業員が安心して働くことができる環境づくりが行われていることがうかがえる（表）。

表 各社の行った取り組みの状況（サプライチェーン全体共通）

区分	取り組み内容
フィジカル	<ul style="list-style-type: none"> ・ 職場に応じた感染防止マニュアルの整備 ・ 職場等で感染者が出た際の対応マニュアル ・ 従業員向け健康増進支援サービス、情報提供 ・ 健康増進支援アプリの運用
メンタル	<ul style="list-style-type: none"> ・ トップからの従業員に対するメッセージ ・ イン트라ネットに開設した新型コロナウイルス感染対策状況サイトで、従業員相互の理解と共感促進 ・ メンタルヘルス研修 ・ 従業員エンゲージメント調査、アンケート調査 ・ ストレスチェック ・ 出社禁止期間中のエッセンシャルワーカーへの出勤要請に対する特別要請手当支給
環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ フリーアドレスによるオフィス内の物理的距離の確保 ・ 会議室利用新ルールの整備 ・ 来客対応新ルールの整備 ・ 働き方制度見直し(場所を問わない、成果主義等)

アプリを活用して健康増進策を実施

レポートは続いて、各社の取り組み内容について具体的に紹介している。

ローソンでは、フィジカル面での取り組みとして、外出自粛により運動不足となりがちな従業員向けに、アプリを利用した健康増進策を実施。このアプリは2016年度から導入されていたが、2020年は新型コロナウイルス感染症の影響を受け、食事の登録へのポイント付与で食事管理を積極的に促したり、健康リテラシーが高まる記事や自宅でできる運動メニューの紹介を行うなどの工夫を実施。その結果、調査期間中に全従業員の約4割にあたる2,000人が参加し、過去最高の参加者数となった。毎年恒例となっているスポーツ大会についても、アプリを活用して実施している。

メンタル面での取り組みでは、店舗でエッセンシャルワーカーとして働くスタッフに対するエンカレッジ・モチベーションの維持向上の目的で、イントラネットでの応援ビデオの配信や、店舗への感謝メッセージの送付などを行っている。

以前からの制度設計によりコロナ禍でも対応がスムーズに

ネスレ日本では、メンタル面の取り組みとして、オンラインSNSやリモート会議ソフトを活用した社内イベントを企画。始業時、コーヒーブレイク時にオンラインで自由に会話する機会の提供や、主力商品であ

るコーヒーと健康に関する啓発セミナーを開催するなど、リモートワーク時でも従業員間のつながりや心身の健康維持を保つ取り組みを推進している。

また、環境整備面の取り組みでは、コロナ禍以前の2017年から、時間と場所にとらわれない働き方、成果マネジメント、ワーク・ライフ・バランスを柱とした「ネスレ日本型ホワイトカラーエグゼンプション」を導入。これにより、年功的給与、属人的手当の廃止や午後7時での退社ルールの設定など、従業員の働きがいと健康維持のバランスを大切にしつつ、労働生産性の向上を推進している。

2016年からは、工場勤務者など一部社員を除く全社員を対象に、利用事由を問わず、利用回数も制限がないフレキシブルワーキング制度を導入しており、今回のコロナ禍での従業員のリモートワークへの切り替えにも円滑に対応している。

意識調査を導入して状況改善につなげる

キリンホールディングスでは、フィジカル面として、健康保険組合と連携した取り組みを実施。イントラネットを通じて健康維持のための情報を定期的に配信したり、グループ会社の健康動画配信サービスをキリングループ全従業員に提供するなどしている。

また、メンタル面の取り組みとして、従業員意識調査を開始。一人ひとりの意識や行動に関する現状を定期的に把握し、より良い組織運営とより安心して勤務できる環境整備につなげるため、オンラインで四半期ごとに実施し、状況改善に役立てている。

新たな経営環境での「働きがい」改革

同社は環境整備面でも、2020年7月から、新型コロナウイルスによるさまざまな環境変化を会社と従業員双方が成長する機会と捉え、国内のグループ従業員約2万人を対象に、新たな経営環境における新しい働き方改革として『『働きがい改革』KIRIN Work Style 3.0』を開始している。

同社のホームページによると、具体的には、「働く場所の選択」「システム/ITツールの拡充」「働き方に関する制度の拡充」「新たなコミュニケーションスタイル」を4つの柱として掲げ、事業所への出社を前提としない社員への通勤費の実費支給や、在宅勤務手当の支給など、効果的・効率的な働き方の支援を推進している。

従業員相互の理解と共感を促進

花王では、フィジカル面での取り組みとして、働き方や生活スタイルの急な変化による体調不良や運動不足を解消するための、オンラインラジオ体操の開催やコミュニティの促進を実施。調査期間中の8月には延べ3,244人が参加するイベントとなっている。

また、メンタル面では、各現場の従業員の取り組みをタイムリーに紹介し、従業員相互の理解と共感を促進するための特別企画「#oneKao」をイントラネットに立ち上げている。メッセージ動画の掲載や従業員の思いなども紹介し、それに対する他の従業員の感想や意見も随時掲載することで、グループ全体が企業理念に立ち返り、乗り越えていくための拠り所を整備している。

ほかにも、出社禁止期間（2020年4月初め～5月GW明け）の出社要請に対する特別要請手当支給や生活用品の支給などを実施している。

自社研究・現場で得た知見をベースに感染対策ガイドラインを作成

同社は環境整備面でも、2020年7月から、社員が職場で安心して働けると同時に事業活動も継続することを目的に、「感染症リスクアセスメントプロジェクト」を発足。同社の衛生科学研究と医療・介護現場などへの衛生製品販売事業で培った知見をベースに、エビデンスに基づいて現場の感染リスクを洗い出し、業務に即した感染対策のガイドラインを作成している。

また、社員だけでなくその家族も含めて、日常的に習慣化してほしい感染症予防対策の基本をイラスト入りでわかりやすくまとめ、国内外の花王グループに配信している。

エッセンシャルワーカーへの配慮も

各社の取り組み状況を踏まえてレポートは、先の見えないなかで、経済活動再開を意識した各職場への感染防止策だけではなく、エッセンシャルワーカーのメンタル面等も配慮する形で、従業員の健康、特に安全確保が進められてきた、とまとめている。

また、早い段階から企業トップが従業員とその家族の健康を守ることを最優先とするメッセージを配信することも重要と指摘。それにより、従業員の会社への帰属意識が一層強まり、感染防止への取り組みもスムーズに行われると推測している。

加盟組合の企業の3割以上で取引先への要請で効果あり ——7年目に入ったJAMの公正取引慣行に向けた取り組み

機械・金属メーカーの中小労組が多く加盟する産業別労働組合のJAM(安河内賢弘会長、約37万人)では7年前から、受発注間での製品の価値などに見合った価格の設定など、適正な取引慣行の促進に向けた取り組みを展開している。受注側の立場になることが多い中小企業に、付加価値が適正に分配されれば、より利益を確保することができ、労働者の処遇改善にもつな

げられるからだ。2020年度では、JAMに加盟する単組が会社側に働きかけた結果、取引先に対して取引条件の見直しを要請した会社の3割以上で、製品価格が見直されるなどの効果があったという。

スローガンは「価値を認めあう社会へ」

JAMの加盟組合では、組合員数が100人以下の組合