

「誰もがずっと、
安心して、暮らせる社会」

－日本生命グループが目指す企業像－

－人権尊重の企業づくり－

職場での具体的な取り組みについて

日本生命保険相互会社人事部人権啓発担当部長

桜井 哲也

－ 目 次 －

はじめに

1. 日本生命グループのご紹介
2. 日本生命の目指す企業像と社会
3. 日本生命におけるDE&I推進
4. 全ての人々の人権を尊重する経営
5. 社内の人権研修のご紹介
 - (1) 社内推進体制
 - (2) 2024年度重点取組テーマ
 - (3) 2024年度社内人権研修体系
 - (4) 主な研修コンテンツの具体内容について
6. テーマ別の社内研修教材(資料素材)のご紹介

おわりに

はじめに

皆さん、こんにちは。日本生命人事部で人権啓発を担当しております桜井と申します。本日は貴重なお時間をいただき、ありがとうございます。弊社における人権領域の取り組み全般について今日をご説明させていただきたいと思っております。

まずは本日の話の内容ということで、お手元の資料のスライド(パワーポイント2、以下P)の一番目と二番目、日本生命グループの紹介、それから日本生命が目指す企業像と社会について話をさせていただきます。次に日本生命におけるDE&Iの推進ということで、人権と非常に関わりの深いDE&Iの取り組みについて紹介をさせていただきます。そして四番目がすべての人々の人権を尊重する経営ということで、日本生命が人権尊重というところをその業務の中に取り込んでいるその具体的な中身をご説明させていただきます。五番目に社内の人権研修の紹介ということで、弊社社内での人権啓発の推進体制から取り組みの重点テーマや研修体系等について、順次ご説明をさせていただきます。そして最後六番目のところで、テーマ別の社内研修教材ということで、実際に弊社が社内の人権研修で使用している資料の中からいくつか抜粋して要約したものを教材として載せております。

1. 日本生命グループのご紹介

それでは早速内容に入って、まずは日本生命グループの紹介から話に入ります。日本生命は1889年7月4日、明治22年になりますが、滋賀県彦根の銀行家である弘世助三郎によって、有限責任日本生命保険会社という形でスタートしました。現在は全国に約5万人の営業部隊を展開する従業員総数で7万人規模の会社に育ちました。グループ全体における連結の従業員数は、約8万5千名となっています。日本生命本体は全国208の支社があり、その下に営業店舗が1,466、つまり約1,500の営業店舗がぶら下がる形で事業展開をしております。そして子会社関係については、数だけここに書いていますが、事業別に合計で88社ということになります。

グループ会社の部分ですが、その概要を一枚物(P4)にまとめております。保険関連事業としてまず21社、この中には数年ほど前にグループにお迎えした大樹生命さんなども入っています。続いて資産運用関連事業ですが、こちらはアセットマネジメントの領域だけではなく、リースやビル管理などを含め60社というグループ会社になっております。そして総務関連事業ということで11社入っていますが、この中には今年度、6月にグループにお迎えしたばかりのニチイさんの名前も入れさせていただきます。そして最後右下のところ、公益財団法人を5社ほど運営させていただいており、それぞれ医療、文化、健康、青少年育成、さらには高齢化といったさまざまな問題への対応を図っているところでございます。

2. 日本生命グループが目指す企業像と社会

次に日本生命グループが目指す企業像と社会といったテーマでお話をさせていただきます。本社は「誰もが、ずっと、安心して暮らせる社会」を目指すということをスローガンとして、様々な取り組みを行っております。この資料(P7)見ていただきますと「安心の多面体」という言葉が出てま

います。もともと日本生命という会社はこの生命保険、つまりリスクが発生した際に役立つ生命保険事業を主に運営をしてきましたが、次第にお客様のニーズも広がってきて、例えば資産形成の領域、それからヘルスケア、健康維持、健康増進といった領域等々。私どもとしても人生という長いライフタイムを見渡したときに、生命保険だけではなかなかカバーできない安心がまだまだあるぞということで、改めてこの多面体という概念の中で、生命保険を中心にアセットマネジメント、ヘルスケア、介護、そして保育などを提供できる安心の多面体を目指して事業を展開していくというスタンスで進めております。

そして、日本生命が目指す社会ということの中では一人ひとりの夢や希望、不安に向き合い、人・地域社会・地球環境のサステナビリティの向上に取り組みながら、「誰もが、ずっと、安心して暮らせる社会」を目指して事業運営をしていくということを決意させていただいています。

3. 日本生命におけるDE&I推進

次に大きな三番目、DE&Iの推進に話を移します。皆さんご存じと思いますが、DE&IのDはダイバーシティ、いわゆる多様性という言葉です。それからE、エクイティーというのは公平とか公正といった意味合い。そしてIはインクルージョンで、包摂といった意味合いになります。どの単語をとっても、働きやすく、働きがいのある職場づくりといったところに直結してくるようになります。私自身もまた会社としても、日本生命として一定の戦略性を持って取り組むべき課題であると認識しております。

見ていただいているスライド(P10)が本社のダイバーシティ推進方針です。設定日が2017年3月25日ですので、2017年度からこの方針を掲げて運営を行っています。ポイントは大きく二つあります。一点目は性別・年齢・国籍、そして障がいの有無・働き方・価値観・性的指向や性自認による違い、様々な違いがあるかと思いますが、その違いを尊重して多様な人材の雇用や育成に取り組んでいくということです。そして二つ目が多様な視点や個性を受容し認めて、相互に学び、認め合い、一人ひとりがその意欲や能力を最大限に発揮できる組織風土づくりを進める。この二つが本社におけるダイバーシティ推進方針ということになります。

そのDE&Iを進めていくにあたって、少し補足しますが、一つは女性活躍の推進です。女性活躍の推進に関しては、他の会社でもそうだと思いますが、やはり数値目標が必要です。スライド(P11)にあります。まずは女性取締役の比率を2030年までに30%以上に持って行くという目標を立てています。二番目に女性部長相当職の比率、いきなり取締役ができるわけではありませんので、その前段となる部長相当職の比率を2027年度までに10%程度まで伸ばすことを目標にしております。そしてこれらのすべてのもとになるのが女性管理職ということになりますので、その比率を2030年までに30%以上にするという数値目標を立てています。また社内ではこれを達成して終わりではなく、ずっとここを維持していくのが大切になってくるということを議論しています。さらに、数値目標はいいのですが、数値目標だけでいきなりこれ達成できることでもありませんので、育成支援と両立できる環境の整備というその二つを抱き合わせでやっていかなければいけないという議論をしております。育成支援はそれぞれ部長、管理職、そしてこれから管理職になっていく人たちとい

う層別に、それぞれのリーダー育成プログラムによる支援を進めます。環境整備については育児、介護、そして病気治療といったことと、仕事が両立できるような支援を福利厚生面でしていくといった形で環境を整えています。これらのことを合わせて、将来に向けてさらなる女性活躍の推進を目指していくということです。

そしてもう一つ、「LGBTフレンドリー」というタイトルのスライド(P12)です。先ほどのダイバーシティ推進方針にもありましたように、性別・年齢・年齢・国籍・障がいの有無・働き方・価値観、そして性的指向/性自認等による違いを尊重し、多様な人材の雇用・育成に努める。そのことに社内でしっかり取り組むために、様々な取り組みをしています。一つは従業員向けにこの領域のリテラシーを上げていくためのセミナーを開いて啓発を図っています。併せて様々な関連グッズなどを作って、いろんなイベントの中で使ったり、実際に従業員にも使ってもらったりという形で、少しでもそのリテラシーを上げていくために役立てています。ここに少し書いていますが、社内の福利厚生制度の中でも同性パートナーを配偶者とみなすような運用をすでにスタートしております。社外では資料の一番下にお客様への対応ということで、生命保険契約の死亡保険金受取人に同性パートナーの指定を可能とするよう、すでに取り扱いを変更しております。また、加入の保険契約における性別変更も可能になっています。生命保険を加入の方はご存じと思いますが、保険に入るときにいわゆる医学的な男性と女性とでは保険料率も違います。そこを踏まえて保険に加入いただくわけですが、加入後に何らかの理由で性別を変えたいというご要望があった場合は、そこに対応できるようにしているということです。こうしたさまざまな運営を通じて、直近では2023年度プライド指標ではゴールドを獲得していますが、2024年度はまさに今審査中ということですので、結果を楽しみに待っているところです。

4. 全ての人々の人権を尊重する経営

続いて全ての人々の人権を尊重する経営というところに移ります。まずは人権方針です。このスライド(P14)は「人権方針(全掲)」ですので、文字が少し小さいですが全体を入れております。2018年にこの人権方針を作りました。直近では国連の「ビジネスと人権の指導原則」の内容等を加えて少し手を入れ、2023年3月25日に改訂した結果、今この内容になっております。弊社のオフィシャルホームページにも掲載し情報開示をさせていただいています。文字が小さくて恐縮ですが、この第2条の「事業活動全体を通じた人権尊重」の第3項に、「同和・人権問題に対する基本方針は別途定める」という記述があります。次のスライド(P15)が、この「同和・人権問題に対する基本方針」です。実は2018年度に人権方針を定める以前、それまではこの基本方針が弊社の人権啓発を進めていくにあたっての基本方針としていました。新しい人権方針は2018年に作りましたが、しかしそれ以前からあったこの基本方針はマインドとしてしっかり持っていかなければならないということで、今の人権方針の中にもこの基本方針を閲覧できるような形で堅持しております。

次にでは、人権啓発の取り組みをどのような体制で進めているのかということです。スライド(P16)に詳しく記載していますが、当社の場合は取締役会があって、経営会議があってという形です。その経営会議の諮問機関として社内にはいくつかの委員会がありますが、そのうちのサステナビリティ

ティ委員会と同和・人権研修推進委員会という二つの委員会の連携を通じて、人権尊重及び人権啓発の取り組みを推進しています。サステナビリティ委員会というのは、人権方針の改訂やグループ全体での意識啓発強化など主に企画を中心に担当します。そして同和・人権研修推進委員会はまさにその人権啓発に関してどんな形で実施して、その結果はどうであったか。来年度はまたどういふふうに進めていくかといった、いわゆる人権尊重におけるPDCAサイクルの中心を担うといった形の役割分担で進めております。

続いて「人権デューデリジェンスの実施」についてです。このセミナーを受講されている企業の皆様の中にも、「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づいて人権デューデリジェンスを進めておられるところもあると思いますが、弊社における取り組みについてスライド(P17~19)に詳しく記載しております。この人権デューデリジェンスのPDCAサイクルをどう考えているかというのがP17の図です。絵を作ることが大事ではなく、これに基づいて毎年、毎年しっかりPDCAが回っていることが大事だということを社内でも共有し、とりわけその中心になってくるのが人権啓発の領域になってくるという意識を持ちながら、私どもも日々の業務に取り組んでいるところであります。

人権デューデリジェンスについて少し補足しますが、ここにおいては自社のビジネスパートナーも含めたビジネスモデルをチェックしていく中で、すべてのステークホルダーに対して、どんなところに人権上の課題やリスクがあるのか、それに対してどんな対応をしていくのかといったところを分析することが当然求められてきます。これらについて分析をした結果をすべて載せるのは大変です。こういった形で整理している内容がスライド(P18)になります。仕事の幅も多岐にわたりますので、ステークホルダーや実際の人権課題なども多岐にわたっているということがご確認いただけるのではないかと思います。人権デューデリジェンスの実施では、人権侵害の救済・是正(苦情処理メカニズム)に関して弊社ではこのような体制で実施しているということをスライド(P19)に載せております。お客様からの申出が多いのはこのニッセイコールセンターというところになります。コールセンターではお客様からの申出の内容について、システム的に人権関連のキーワードで抽出と検索を行い、もし人権侵害に関わるような内容であったときには、すぐに人権担当の所管でその内容を確認し対応することで、必要に応じて救済につなげるといった形で、ルーティンを回しているということです。

5. 社内人権研修のご紹介

(1) 社内推進体制

次に社内人権研修の紹介に移ります。この部分は人権リスクの軽減や予防に直結してくる重要な部分になりますので、少し時間をかけて説明させていただきます。まずは社内の推進体制についてです。冒頭にも説明しましたが、この同和・人権研修推進委員会は経営会議の諮問機関として位置付けられており、委員長は代表取締役副社長になります。スライド(P21)にあるように、事務局は業務部と人事部の人権啓発担当部長で構成し、両部の部長に営業教育部長やコンプラ統括部長などが副委員長として名を連ねる形になっています。本部所管の35の関係各部長による本部推進委員に

さらに若干の関係メンバーが加わり、総勢では50人ほどの人数になるのですが、その人数で年に5月と2月の2回、定例会議を開催しています。5月は年度当初ですので、その年度の研修計画を確定するというのが主なミッションなり、2月は一年間取り組んできた結果になることから、その結果や時には個別事案なども含めて振り返り、次年度の計画骨子を定めるということを行っています。そしてこの本部の委員会の動きを受けて、冒頭に108あると言いましたが、全国の支社では支社長をトップとした支社同和・人権推進委員会を年に3回開催してもらう。また、本店・本部所属については各所属長が推進委員として責任もって人権研修にあたる。グループ会社については基本的に各社の運営に任せており、後ほど説明いたしますが、人権啓発を進めていく上での支援を行っているという形で運営しております。

(2) 2024年度重点取組テーマ

続いて弊社における2024年度の人権啓発に係る重点取組テーマです。スライド(P22)ですが、これも社内で共有している資料をそのまま載せています。一番目は同和問題です。後ほど説明しますが、本社の人権問題の原点として認識をしている領域になります。二番目が外国人の人権です。様々なステークホルダー、従業員からお客様まで含めて、外国人の人権問題というのは外すことができない重要課題だということです。三番目ですがこれは一番目と二番目の問題も含めて、人権を尊重する業務(職場)運営ということで掲げています。ハラスメントやダイバーシティの推進などの課題がありますが、業務(職場)運営の中では様々な人権リスクが内在していますので、正しい知識に基づいて人権尊重の業務運営が行われることを目指しています。そしてこれは今年度のトピックになりますが、アンコンシャス・バイアス(無意識の偏見)とマイクロアグレッションの理解促進という課題を取り上げています。これは昨年度来から惹起しました個別の事案等を含め、その差別的言動だったり、いろんな問題が起こってくる原因としてしっかり押さえておいたほうがよいということを、委員会としても課題として認識をしましたので、このことの啓発を大いに進めていくための重点取組テーマになっております。

(3) 2024年度社内人権研修等体系

この重点取組テーマを踏まえた社内の人権研修の体系が、スライド(P23)になります。少し細かくなっていますが、真ん中のところから順番に説明いたします。中央の部分に本部と書かれています。本部のところでは「部長以上」「課長層」「全層」ということで、大きくは三つの研修に区分しています。そして左側に支社・営業部ということで、ここでは支社長をトップに「支社幹部や拠点長」を対象に、年に3回は人権研修をやってもらう形で運営をしています。次に会社の紹介をした時に全国に5万人規模でいると言いました「営業職員」の領域です。ここでは8月の営業職員特別研修と12月の全国営業職員同和・人権研修として全員が受講することになっています。年2回は必ず研修を受講するという形です。その営業職員の中でも部下を育成するという個別ミッションを持っている職員が何人かいるわけですが、その人材育成リーダー職員については、それとは別に研修を実施するというカリキュラム体制になっています。

次に右側になりますが、グループ会社のところですが、それぞれグループ会社は独自に自社内で取り組みを進めていくわけですが、総務担当役員が集まる会議の中でグループとしての取り組みを説明したり、また、個別にいくつかのグループ会社の人権啓発では年間計画をすり合わせたり、課題を共有したりといった形でのミーティングを実施していますので、その中で様々なアドバイスを行っています。グループ会社向け人権研修支援としては、本体で作っている研修教材の提供やオーダーがあれば講師を派遣するといったことなども実施しています。また、グループ全体としては人権標語の取り組みというのを、グループで一体的に運営しております。これについても後ほどまた触れさせていただきます。

(4) 主な研修コンテンツの具体的な内容について

続いて人権研修の具体的な中身について、簡単に説明いたします。まずは支社・営業部のところですが、スライド(P24)をご覧ください。先ほど支社・同和研修推進委員会として管理職向けに年3回実施すると言いました。研修の中身はこの一覧表のとおりで、1回目は今年度の重点取り組みの土台として定めたアンコンシャス・バイアスの研修をやり、2回目がペップトーク研修です。これは皆さんも最近聞かれることも多くなっているのではと思いますが、いわゆる本人のやる気や元気を引き出すアドバイスの仕方やマネジメントのやり方などを学んでもらいます。第3回目は人権事例の研修ということで、現場の方で起こった様々な個別事案などを振り返りつつ、どういった点に留意していかなければならないかといった形でケーススタディしてもらって学びます。次に営業職員や人材育成リーダー研修ですが、その具体的な中身がスライド(P25)です。ここでもやはりアンコンシャス・バイアスに関する研修についてリーダーを担当する者も部下の立場にある者も受講してもらい、知見を高めてもらうという取り組みを進めています。

そして本部については先ほど、層別に大きくは三つに区分してということ全体の中でも説明しました。スライド(P26、27)をご覧ください。一つ目は全部門経営会議といいまして、メンバーは本社の部長以上の役員とグループ会社の社長で、総勢500人規模の大会議になります。その会議には例年、近畿大学の北口主任教授を講師に研修をお願いしてやっただいております。今年度も9月に実施されましたが、通算すると40回を超える回数で続けています。そして二つ目の管理職層同和・人権研修では、本部課長クラス以上が必ず受講するということになっています。テーマは生命保険会社におけるビジネスと人権になりますが、ビジネスと人権の話はどうしても国が作っている資料などを見ると、中身が一般的な概念などになっていて、なかなか私ども自分たちの仕事や作業との関わりの中で理解することが難しいです。そこで生命保険協会が1年間かけて三菱UFJリサーチ&コンサルティングの櫻井さんという方を座長に、生命保険会社におけるビジネスと人権に関するハンドブックを作ってくれました。その座長の櫻井さんに講義をお願いして、生命保険会社におけるビジネスと人権の関わりをテーマに講演していただきました。

それから最後の部門別人権研修というのも、ビジネスと人権の取り組みの中では弊社なりに工夫をしているところであります。社内を部門ごとにみると生命保険営業関係もあれば資産運用関係もある、また不動産関係部門やお客様サービスのみの部門などいろいろあって、これを大きく7つの

部門に分けます。分けている理由というのはそれぞれの部門によって仕事の内容が全く違うので、当然関連してくる人権リスクも変わってくるだろうということです。その部門ごとに、自分たちの部門で業務特性と関わりの深いテーマを選択講座としてもらい、それに必修講座をプラスした形で人権研修を受けていただくという工夫をしております。そして次の全層向け同和・人権研修ですが、ここでもアンコンシャス・バイアス研修をやっています。講師は大阪企業人権協議会の芝本サポートセンター長にお願いして、1回目がアンコンシャス・バイアスの基礎、2回目がそれへの対処というテーマでそれぞれ30分程度の講座で対応しております。

次に人権標語の取り組みについてですが、その概要をスライド(P26)にまとめています。グループ全体でやりますが、毎年かなりの数の応募がありますので、4～5回の審査を経て最終的に22の優秀作品を選びます。優秀作品に対しては同和・人権研修推進委員会の委員長名の表彰状を本人に渡します。表彰状に使用する紙は弊社の特例子会社で知的障害のある方が手すきで作った上質の紙があり、それを使って表彰しています。

続いて主な研修コンテンツの具体内容についてということで、スライド(P29)に社外研修への参加状況をまとめております。社内には私も含めて十名の人権啓発を担当している職員がおり、全員で参加するものもあれば手分けをして参加するものもあります。次のスライド(P30)は、先ほど生命保険会社におけるビジネスと人権ということで紹介しました生命保険協会が作成した人権対応ハンドブックです。これは生命保険協会のホームページに掲載されていますので、興味のある方は見ていただければと思います。ハンドブックに記載されている内容には業務に関わるバリューチェーン全体の分析などもされており、社内の取り組みを考えていくにあたって大変参考にさせていただいている教材です。

6. テーマ別の社内研修教材(資料素材)のご紹介

ここまで人権啓発の具体的な取り組みに関わる話をしてきましたが、ここからは付録的な意味でつけている社内研修教材(資料素材)について、簡単にそのポイントを説明してまいります。スライド(P32)に載せていますが、社内で実際に私どもが人権研修で使ってる資料を抜粋した59のテーマ別一覧です。時間もありませんので、ポイントだけとらえてご説明します。

(企業が人権啓発に取り組む原点)

スライド(P33)はテーマ1「企業が人権研修に取り組む原点」ということで、これはどこの企業におかれても一緒かもしれません。管理職に人権研修をするときに、第二次世界大戦が終わって、日本国憲法ができて、世界人権宣言が採択される。このような中で就職差別や「部落地名総鑑」事件など、国内の企業をめぐって差別や人権問題が生じた。そしてこれらを経て国際的な諸法則や規約が整備されていく中で、人権の尊重という課題は、企業の社会的責任になってきているという、その入り口の部分をしっかりと頭に入れていただくということです。次のスライド(P34)は、日本における様々な人権課題、わが国の様々な人権問題って何なのと問われたときにこのスライドを使って説明しています。ビジネスと人権が語られるようになると、企業における人権尊重の責任は自

社やグループ会社内だけでなく、取引先や顧客、消費者等サプライチェーン全体にまで広がっていくというイメージをする必要があることを示した資料です。

次のスライド(P36)は、人権デューデリジェンスとは何かということで、人権侵害を予防・発見し、救済などの適正な対応をとる。人権尊重に伴うPDCAなのだとすることを社内でもしっかり徹底したいという思いで作っている使用頻度の高い資料です。次のスライド(P37)は日本生命の管理職に求められる立場ということで、差別やハラスメント関与してもいけないし、加担してもいけない。差別やハラスメント見過ごさず無くしていく動きをするのが管理職の立場だということを、繰り返し繰り返し徹底しています。次のスライド(P38)は、もし社内で何らかの差別事象や事案が起こったときに、どういう動きをしないといけないのか、三つの初期対応ということで、まずは速やかに本部関係所管、私どもの部署に報告する。私たちはその内容をすぐに分析し、どういう動きをしていったらいいのかということを示し、現地で対応してもらおうといった形をとっています。第一歩が非常に大事だということで、そこを躊躇せず報告してもらえようこの資料で説明しています。

(差別やハラスメントにつながる構図)

「差別やハラスメントにつながる構図」(スライドP39)も、非常に今年度使う機会が多くなっている素材です。差別やハラスメントはなぜ起こるのかを考える、今年度の重点取り組みテーマにしているアンコンシャス・バイアスをマイクロアグレッションと絡めて整理した図になっています。お客様や職場、家族など私たちの周囲にあるステークホルダーの中には、多様な属性や価値観、人権課題の当事者など様々な方がいるかもしれないということに気づかないといけない。それが他者の視点ということになるのですが、相手がどう感じるかといったところも含めて、そのような視点でもし欠如していると、人は誰でも無意識の偏見、アンコンシャス・バイアスを持っていますので、無意識に偏ったものの見方やとらえ方をしているところがあるだろう。周りにその当事者の方がいるかもしれないということが欠如していると、気づかないままに周囲の人を傷つけるという行動が出てしまい、悪気はなくても差別言動をしてしまうといった構図になるということです。例えば、LGBTQ+、障害のある人、定住外国人という三つの人権課題だけに限っても日本の人口の20%を占める、5人に一人という数字を示しながら説明をしています。スライドのP39、P40、P41に記載しているのは以上の内容です。

(アンコンシャス・バイアスとマイクロアグレッション)

次のスライド(P42-43)は、アンコンシャス・バイアス(無意識の偏見)とマイクロアグレッション(無意識に誰かを傷つける言葉、態度)の定義です。アンコンシャス・バイアスにしっかり気づいて、マイクロアグレッションをしないように自覚し、自制する。そして相手がどう感じているか、この感性を持つことを理解し認識することが人権尊重につながっていく。このことをまとめた構図をスライド(P44)に書いています。

(同和問題、インターネットによる脅威(人権侵害)について)

次のスライド(P45)は、同和問題は今なお存在する人権問題であるということ話すときの資料です。同和問題について説明し、啓発しようとするときは、過去の歴史をさかのぼってどのようにしてこの差別が形成されてきたかというところに触れます。その関係から過去の歴史の話といったふうにとらえられがちな部分がありますので、今なお存在するということをはっきりと申し上げるために、部落差別解消推進法は2016年に施行されたもので、今なお存在する問題なのだということを説明しています。最近の問題として、インターネット上の脅威(人権侵害)についての説明資料がスライド(P46)です。次のスライド(P47)は、「寝た子を起こすな論」についての考察を記載しているものです。「寝た子はきちんと起こさないと差別的な偏見や予断を持った形で間違っ起こされる」という考え方を社内では共有しております。間違っ起こされるということがあってはならず、何が差別なんだというところを見抜く感性をしっかりと養い、その知見を高めることと合わせて身につけてもらうためにも、同和問題についてはしっかりと学習しないといけないという立ち位置で従業員に対する啓発をすすめています。

(在日外国人に関する人権問題)

次のテーマは在日外国人問題で、スライドのP48-49に記載しています。在日外国人はどのくらいいるのか。約322万人、日本の人口の2.6%という数字で、普通に身近にいてもおかしくはないということをしっかり意識してもらおうという意図です。続いて在日コリアンの歴史理解というところになります。在日外国人の中でも在日コリアンについては皆さんもご存じのとおり、日本と朝鮮半島をめぐる歴史の中で、日本に来ることを余儀なくされた人々とその子孫です。そして1952年まで日本国籍であったところを、それ以後は日本国籍を失う措置が取られるなどの歴史がありました。そのような事実を踏まえて歴史認識も含めた学びが必要ということで、こういったまとめを作っています。次は「人種的偏見に基づくハラスメント発言事例」で、スライドのP50になります。こんな発言を言ったり、聞いたりしたことはないでしょうかという事例を示しています。

(ハラスメントについて)

次からはハラスメントの問題に入りますが、このスライド(P51)は実態調査の結果を記載しています。まずはハラスメントの定義で、スライド(P52)を見てください。どのハラスメントにも共通しますが、ハラスメントとはいろいろな場面での嫌がらせ・いじめのことを言います。相手を不快にさせたり尊厳を傷つけたり、不利や脅威を与えたりすることがハラスメントなのだということを理解してもらうための資料です。ハラスメントに伴うリスクは様々にあり、刑法に関わってくることなどを含めて、特に管理職への理解を徹底しています。なぜ、ハラスメントを防止しなければいけないのかといことはスライドのP53-55を参照してください。

続いてパワハラ、セクハラの問題についてです。まずはパワハラで、職場におけるパワハラの定義をスライド(P56)に書いていますが、優越的な関係を背景とした言動で、業務上必要かつ相当な範囲を超えて、労働者の就業環境が害されること。この三点が私たちの啓発ポイントで、これらが

認定されるとパワハラとみなされるということを理解してもらうための資料です。職場におけるパワハラとしてどんな種類があるか、その類型をスライド(P57)で示しています。スライドのP58～60は、業務上どこまでが適正なのかその線引きが難しいところがありますので、そのことをしっかり理解してもらうために管理職としての心得やパワハラを起こしやすい人の具体例などを例示し、さらにそれを細分化してセルフチェックというところで、自分自身のマネジメントスタイルやパワハラ的なところがないかといったことに気づいてもらうための工夫をしています。

次にセクハラについて説明します。セクハラについては、スライド(P61)にその定義を示しております。男女雇用機会均等法第11条に規定されていますが、職場とはどういうところを指すのか、そして相手の意に反するとはどういうことか、性的な発言や行動とは何かといったことなどについて説明を加えています。これでしっかりとセクハラについて理解してもらいます。次のスライド(P62)がセクハラ具体例で、まずはこれを管理職に学んでもらうようにしています。スライドのP63にはセクハラのない職場をつくるために、第一にセクハラをしない、第二にセクハラをさせない、第三にセクハラを見過ごさないという三つの視点をスローガンにして取り組みを進めています。時間がないので説明は割愛しますが、それぞれセクハラをしない留意点として言動や相手の気持ちの具体内容を説明し、次にセクハラをさせないための環境づくりや意思表示が重要であることなどを説明します。そしてセクハラを見過ごさないために必要なこととして、一人で抱え込まず上司に相談する、見かけたら注意を促すと同時に上司・所属長に相談するといった具体的な内容を説明しています。この部分はスライド(P64-69)を参照してください。

(SOGI(ソジ)ハラ、LGBTQ+について)

続いてSOGI(ソジ)ハラについてです。あまり見る機会はないと思いますが、スライド(P70)がその具体的な言葉の意味合いについて記載しています。次のスライド(P71)がLGBTQ+の概念についての資料です。「LGBT」から「LGBTQ」そして「LGBTQ+」といった形で表現される変化なども説明し、誤解のないように啓発をしているところです。LGBTQ+については直接的な人権問題として職場の中でも大きな問題になってくる可能性もありますので、どのぐらいの人がいるのかという民間団体の調査結果などを示して、とても身近な問題なのだということを説明しています(P72)。

(マタハラ、ケアハラについて)

続いては、マタニティハラスメントです。マタハラではせつかくの福利厚生制度がありながらも、職場の中でハラスメントが起こったのでは本末転倒ですので、スライド(P73)の資料で啓発をしています。スライド(P74)はケアハラスメント(ケアハラ)についてですが、マタハラと同じような形で啓発しています。

(ハラスメントをなくすために)

さて、次からはハラスメントをなくすためにどうしたらいいのかという論点で、資料を作っているものを順番に載せています。スライドのP75～P79までを参照してください。ポイントだけ押さえておきますと、一番大切なのは問題が生じた際の初動対応で、それがまずいと問題が大きくなるということです。この初動の部分にスポットをあて、問題を軽く扱ったりすることがないように、速やかに動くということを徹底しています。また上司であったり出向先であれば、自分が上司であること・出向者であること自体がパワーであって、そのことがポジションを背景にした圧力につながる可能性があるということをきちんと理解しないといけない。そのことを伝えるために作成した資料がスライド(P76)です。大事なことはスライド(P77)に記してある5番目のところで、上司は部下に対する指導・監督責任があり、部下はまた社会人として業務上の指導や他人との接触によるトラブルに対して受忍する義務があります。上司からの注意や指導が不快だったからといってそれがパワハラになるものではないし、業務上必要かつ相当の言動であればパワハラには該当しない。要するになんでもかんハラスメントになるということとは少し違うのだという意味合いを説明するために、これらの資料を使っています。ハラスメントをなくすためにできること・すべきことについて、スライド(P78)に載せていますが、これは読んでいただければわかると思います。最後が相談窓口のことで、相談を受けたらこういうやり方で対応を進めようと、被害者になっている方をひとりにしないということが大事だということをスライド(P79)に記しています。

(障がい者に関する人権問題について)

続いて、障がい者に関する人権問題というところに移ります。スライドのP80～84を参照してください。まずは障がい者の方が日本にどのくらいおられるか、必ず直近のデータを示して啓発を進めます。厚労省によれば約1,160万人で、10人に一人ぐらいの割合だということを理解してもらいます。合理的配慮というのが分かりにくいというところがありましたので、障がいに対する考え方の変遷につて、従来の考え方である医学モデルと、社会モデルとして考える現在の考え方の違いについて必ず触れるようにしています(P81)。そしてノーマライゼーションです。障がい者の人権問題の中でよく出てきますが、様々なバリアを取り除くということで、このバリアの分類についても触れながら取り除くことが社会的に必要なだということを説明します(P82)。次のスライド(P83)が障がい者雇用と企業の社会的責任ということで、障害者雇用促進法について2026年7月には障害者法定雇用率が2.7%に引き上げられますので、このことが企業の社会的責任として求められており、それができるかどうか企業がの評価にもつながってくるということを所属長研修などで必ず触れることにしています。そして障害者差別解消法の説明になりますが、この合理的配慮といったところがやはり概念としてなかなか難しかったりするので、特にていねいに説明するようにしています。合理的配慮については、実際には当事者の方とコミュニケーションをしっかりとって調整を図りながら、どこまでできるのかといった点などを丁寧にすり合わせしていく。そのような動きやプロセスが大事だということを説明できるよう工夫しています。

(言葉と人権について)

続いて、お客様あて文書の視点から見た「言葉と人権」に関することです。スライドのP85から参照してください。お客様あてにお配りする生命保険の案内ビラなどに不用意な表記があったりすると、大変な人権問題になったりします。弊社では2001年度からお客様あてに出す文書については、文書審査を行うセクションを設けてそこで全件を審査していますが、その中で人権的な視点を盛り込むようにしています。お客様あて文書審査のポイントについては、「差別語」や「差別表現」は絶対ダメですが、そこに至らないまでも「不快語」や「不快表現」というものもあるということを説明します。また、「差別語」や「差別表現」というのは具体的にはこのようなものだということをスライド(P87-88)などで説明するとともに、「不快語」「不快表現」についてもスライド(P89)を見てもらいながら、できれば使わないほうがいいし、他の表現に変えたほうがいいといったことなどを説明します。従業員の皆さんには、一定のレベルでしっかり集中して知見に組み込んでほしいという思いで、これらの教材・資料を使っています。次のスライド(P90)「レイシャルハラスメントにつながる言動」になりますが、このような言葉・表現などを使っていませんかということで、個人でも気づいてもらえるような工夫をしています。最後の資料(P91)ですが、改めて「差別語・差別表現」と「不快語・不快表現」ということで、単にその言葉や表現を使わなければ良い、言葉の言いかえをすれば良いというのではなく、本当に大事なはその言葉に込められた背景や意味合いをしっかり認識してもらうことが重要だということです。これらの資料を使いながらそのことを理解してもらうよう取り組んでいます。

おわりに

以上で私からのお話は終わりになります。本セミナーをご視聴されている方の中でも、多くの皆さんがご自身の所属されている組織で人権に関わる仕事をされていたり、人権啓発にからむ仕事をされているのではないかと思います。ビジネスと人権といった形で、企業・会社として人権の尊重を求められる時代になっていますので、当然その中で人権を担当する部署の皆様も非常に重要な位置づけになってきているのではないかと思います。そういう意味で日々、従業員の教育や啓発といったところに割かれる労力も、並々ならぬものがあることと思います。

今日お話をさせていただいたことなどは、本当に一部のところかもしれませんが、お聞きになって皆様方に少しでも役立てていただくことができれば、こんなに嬉しいことはありません。皆様方と志を一つにする人権啓発の担当者として、私もこれからも頑張っていきたいと思っています。1時間を超える話になりましたが、ご清聴いただきまして本当にありがとうございました。