

パワハラ防止法施行から1年 人事労務担当者への調査

法施行は意識変化のきっかけとなる「良い影響」

一方で「パワハラ行為者の自覚欠如」は課題

株式会社アドバンテッジリスクマネジメントは、今年5月、当社のメールマガジン会員を対象に、改正労働施策総合推進法(パワハラ防止法)施行1年目の振り返りとして、企業の実態について調査いたしました。247名から得た回答結果より、以下のことが明らかとなりました。

【調査結果のサマリー】

- 法施行済み企業のうち約7割が計画的に実施できており、うち2割以上が「十分」と回答している。一方、法施行前企業は「何もやっていない/できていない」が4分の1を超える(27.2%)。
- パワハラ防止策の取り組みのうち、もっとも実施しているのは「相談窓口の設置」。法施行済み企業は9割を超え(93.4%)、法施行前企業であっても7割を超える(74.4%)。
- 相談窓口への相談件数について、法施行済み企業は、法施行前企業と比較し「増えた」の回答が11.8ポイント上回る(25.8%)。「周知により相談する道筋が明確になった」という回答がある一方で、「パワハラに該当しないような案件も増えた」との回答も挙がった。
- 「パワハラ防止の意識を啓発する研修、講習」は法施行時期間問わず約9割が実施している。一方、「コミュニケーションスキルアップについての研修」や「感情をコントロールする手法についての研修」など、根本原因にアプローチする内容は半数に満たない。
- パワハラ問題において難しいと感じる点としてもっとも多いのは「行為者にパワハラをしている自覚がない」(53.8%)。次いで、「受け手がパワハラであると過剰に捉えてしまう」(37.2%)、「世代間ギャップがあり従業員によって認識が異なる」(36.4%)と続く。
- パワハラ防止法による影響について、法施行済み企業は半数以上が「良い影響があった」と回答した(54.1%)。一方、「どちらともいえない」も4割を超え、課題も残る。

■補足

パワハラ防止法が施行され、1年が経過した。本アンケートでは、回答者の半数以上が2022年4月施行の対象企業・団体であるものの、昨年の法施行に伴い社会的な動きがあったことで「パワハラ」への意識が高まっている様子がうかがえる。

法施行が良い影響を与えている反面、パワハラ行為者の自覚欠如やコミュニケーションに関する課題は残る。パワハラ問題には、「アンコンシャス・バイアス(無自覚の偏見や思いこみ)」に起因するものが多い。行為者の多くは、自分自身の怒りポイントを理解していなかったり、考え方や捉え方の癖に気づいていなかったりする傾向にあり、自分の怒りに気づかず、結果としてハラスメント行為になっているケースもある。行為者が自身のアンコンシャス・バイアスに気づき、「このままではまずい」と思える感情的経験をもとに、行動変容の動機づけを行うことが重要である。

企業内で対応できることもあるが、自身が認識していないハラスメント行為の引き金やそれに至るまでの行動の棚卸、その後の行動変容には、心理学的なアプローチが有効といえる。カウンセラーなど心理専門家とともに、伴走する体制づくりが重要だといえる。

【調査方法】

調査目的
調査対象

パワハラに対する企業の対応状況や意識について把握する。
当社のメールマガジン会員(企業・団体の人事労務担当者、産業保健スタッフ等) 247 名
* 当社サービスをご利用の企業さま以外も含まれます。

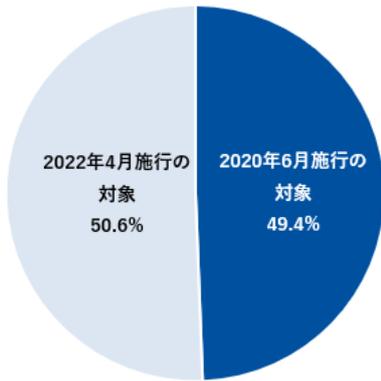
調査手法
調査時期
調査主体

インターネット調査
2021年5月21日(金)～2021年5月31日(月)
株式会社アドバンテッジリスクマネジメント

【調査結果(一部)】

* レポート全文はこちらからご覧いただけます。 https://www.armg.jp/docs/powerharassment_survey_202108.pdf

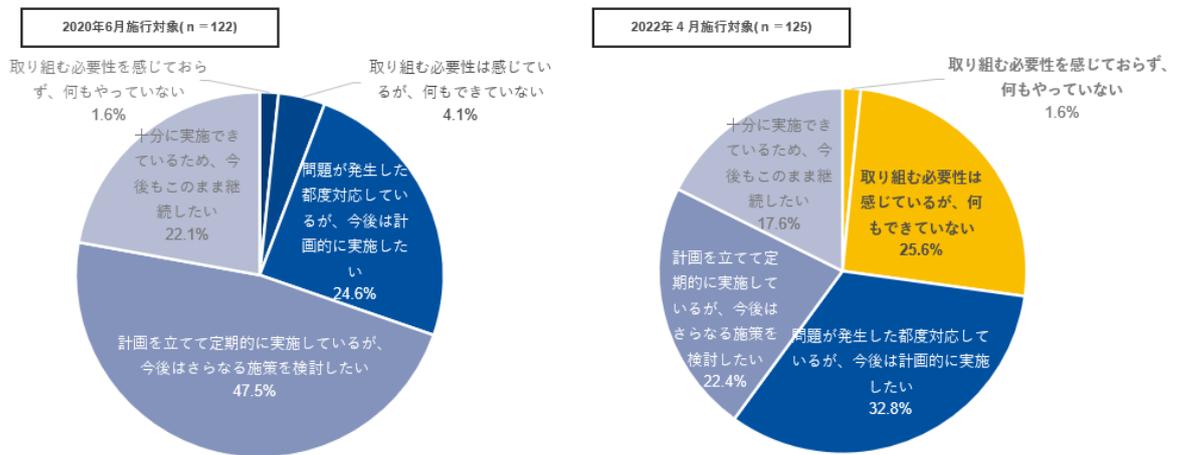
Q. あなたがお勤めの企業・団体は、パワハラ防止法において以下のどちらに該当しますか。(n=247)



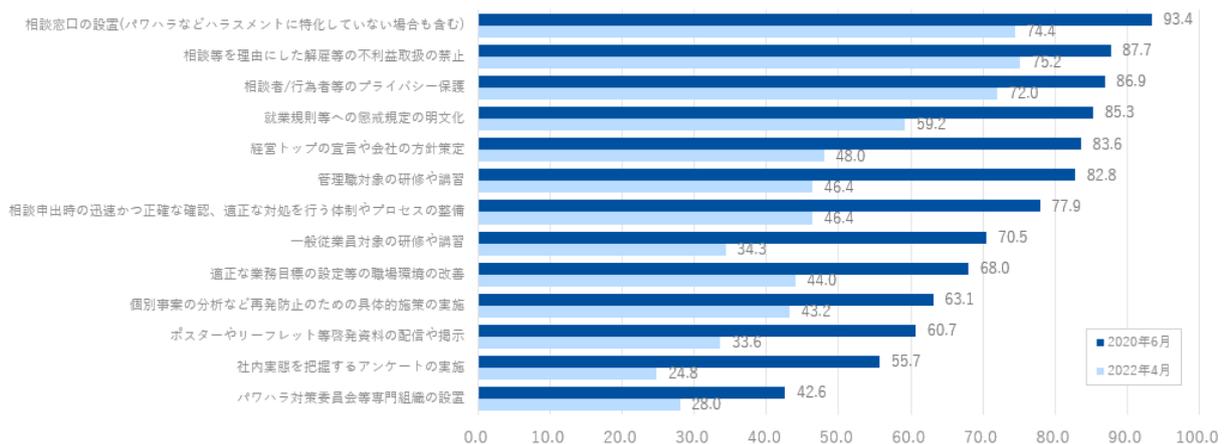
回答者のうち、すでに 2020 年 6 月にパワハラ防止法が施行となった企業・団体は 49.4%。わずかながら、本調査では、2022 年 4 月の施行対象企業・団体が上回っている(50.6%)。

以降、2020 年 6 月施行対象の企業・団体を「法施行済み企業」、2022 年 4 月施行対象の企業・団体を「法施行前企業」とする。

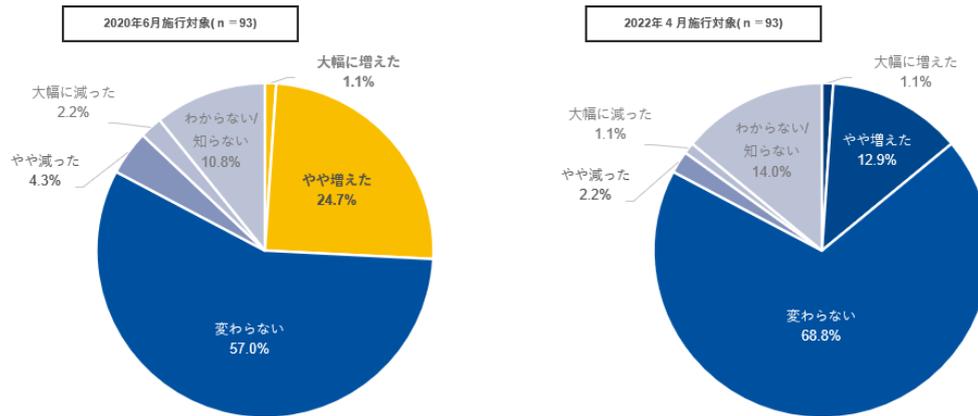
Q. あなたがお勤めの企業・団体におけるパワハラ対策のお取り組み状況について、近いものをお答えください。(n=247)



Q. 次に挙げるパワハラ防止策において、実施しているものをお選びください。(n=247)



Q. 【「相談窓口の設置」(パワハラなどハラスメントに特化していない場合も含む)を実施していると回答した方へ】
相談窓口への相談件数はどうなりましたか。近いものをお答えください。

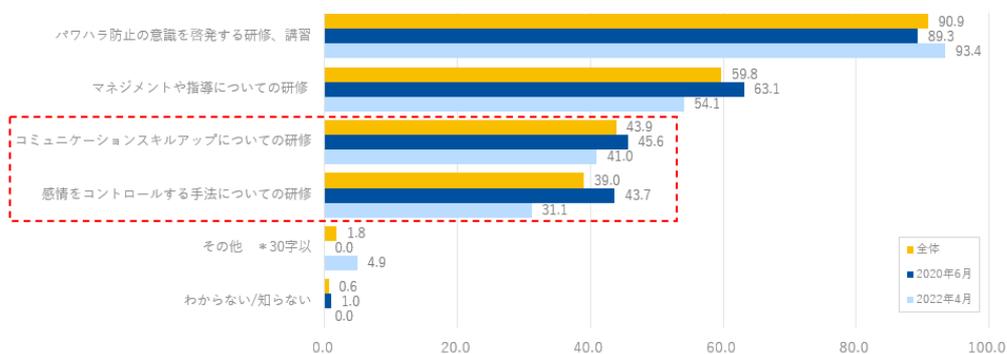


【「大幅に増えた」「やや増えた」と回答した人のコメント(一部)】 *カッコ内は業種/従業員規模

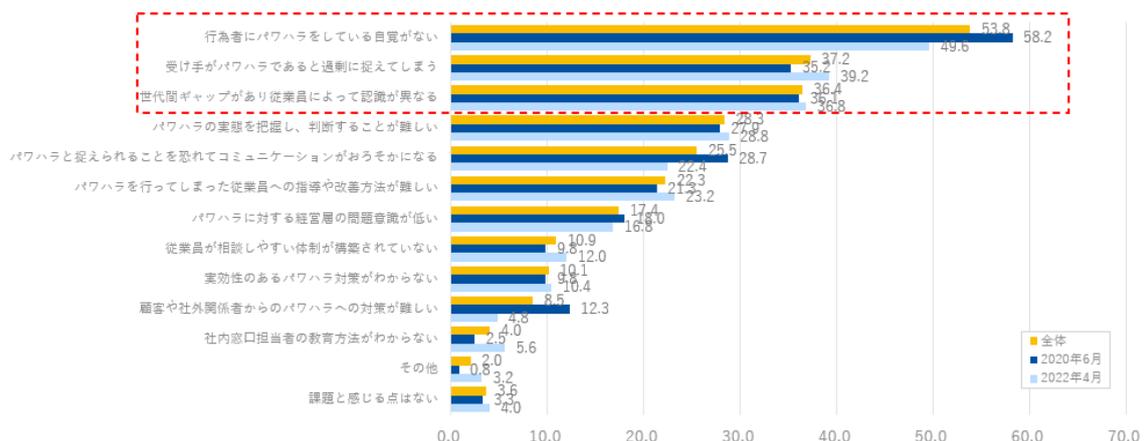
- 相談窓口の周知、全従業員への研修を実施したことにより、「相談していいんだ」という意識につながっていると感じる。(卸売・小売/2,000~4,999名)
- 部署内・利害関係者以外に相談できる道筋が明確になったことが相談件数の増加につながっていると思う。(電気・ガス・熱供給・水道/1,000~1,999名)
- パワハラ非該当と判断されるものも含め、情報を耳にする機会が増えたことで声をあげやすい雰囲気になっているものとする。(製造/500~999名)
- パワハラに該当する行為が理解されたため、相談する件数が増えたのではないかと考える。(その他/500~999名)

Q. 【「管理職対象の研修や講習」「一般従業員対象の研修や講習」を実施していると回答した方へ】

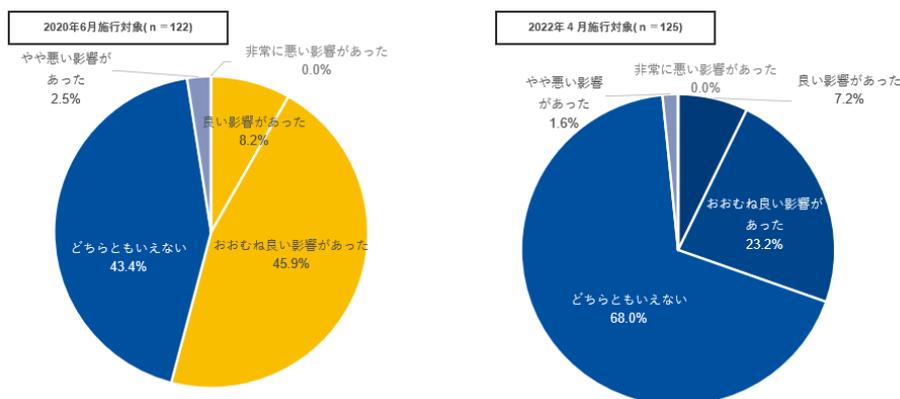
研修や講習に関してパワハラ防止指針が規定する以下の内容について、実施されているものをすべてお答えください。(n=164)



Q. あなたは、パワハラ問題においてどのような点が難しいと感じますか。上位3項目までお答えください。(n=247)



Q. パワハラ防止法は、あなたがお勤めの企業・団体にどのような影響がありましたか。あてはまるものをお選びください。(n=247)



【「良い影響があった」「おおむね良い影響があった」と回答した人のコメント(一部)】 *カッコ内は業種/従業員規模

- 誰もがパワハラに対して配慮するようになり、社内の雰囲気が良くなった。(卸売・小売/2,000～4,999名)
- 強制力が高まり、管理職の意識が変わるきっかけになる。(製造/10,000名以上)
- 以前よりもパワハラによるメンタル不調者が減ったように思う。おそらく、パワハラの認知が広まったことにより、早い段階で気づき、相談できているためと思われる。(卸売・小売/2,000～4,999名)
- 施行が決まり、今後本腰を入れて対応していく方針になっている。(製造/200～499名)

【「どちらでもない」と回答した人のコメント(一部)】

- 研修等によりパワハラについて職員の意識が向上したと思うが、実際についての測定はできていないから。(建設/1,000～1,999名)
- 会社は法律ギリギリの方針の羅列だけで実効性がない。(農業・林業・漁業・鉱業/200～499名)
- パワハラが減ることは良いことだが、パワハラに抵触しないか委縮してコミュニケーションが希薄化するのは良いとは言えない。(建設/50名未満)
- 過剰に反応する社員が一定数いるため、いいか悪いかは、今後正しい情報を提供し続けた先に見えてくると思う。(運輸/200～499名)

■参考:ハラスメント対策としての「アドバンテッジ タフネス カウンセリング」

24時間、土日祝、いつでも専門家に相談可能なカウンセリングサービス。電話/SNS/メール/Web/出張カウンセリング対応。考え方や行動の変化まで支援するカウンセリングが特長です。
ハラスメント相談者のメンタルケアだけでなく、ハラスメント行為者に向けた行動変容もサポートし、再発防止に寄与。また人事担当者様向けに、従業員への対応方法について相談できる専用ダイヤルも設けています。

■株式会社アドバンテッジ リスク マネジメント(本社:東京都目黒区、代表取締役社長:鳥越 慎二)

1995年、休職者の所得を補償する保険「GLTD(団体長期障害所得補償保険)」専業代理店として創業。
2002年より、日本で初めてストレスチェックを取り入れた予防のためのEAP(従業員支援プログラム)サービスの提供を開始し、周辺領域へと事業を拡大。2017年12月に東京証券取引所 市場第一部銘柄に指定。
現在は、EAPや研修・ソリューション、健康経営支援を軸とする「メンタリティマネジメント事業」、病気・ケガ、出産・育児、介護による休業・復職支援や仕事との両立支援を軸とする「就業障がい者支援事業」、個人向け保険販売を軸とする「リスクファイナンス事業」を展開。
従業員の「ウェルビーイング」、「ハピネス」向上を掲げ、今後は福利厚生アウトソーシングや労務管理支援、組織活性のためのツールなどへと事業拡大。各種サービスのDX化を推進し、「ウェルビーイング領域におけるNo.1プラットフォーム」をめざす。

【お問い合わせ先】

株式会社 アドバンテッジ リスク マネジメント
(取材・広報に関して) 広報担当: 小林
(サービスに関して)

<https://www.armg.jp/>
pr-info@armg.jp
marketing@armg.jp