

# 企業における人権啓発と 研修の進め方

大阪企業人権協議会サポートセンター長

芝本 正明

## 目 次

1. はじめに—大阪企業人権協議会の紹介—
2. 企業内の人権啓発について
  - (1) 企業内の人権啓発の必要性
  - (2) 社内の啓発体制の整備
  - (3) 人権啓発の具体的手法
  - (4) 人権デューディリジェンスに関わる取り組み
3. 人権研修の企画のポイント
  - (1) 人権研修の目的・狙い
  - (2) 研修対象者
  - (3) 研修テーマの選定
  - (4) 研修方法
  - (5) 講師について
  - (6) 研修の時間
  - (7) 研修資料の作成
  - (8) 研修運営の留意点
4. 具体的な研修モデル例
  - (1) 人権とは？
    - ① そもそも人権とは
    - ② 人権に関する個別法
    - ③ 人権の特性
    - ④ 国際社会における人権と日本
    - ⑤ 日本の人権課題

## (2) 差別とは

- ① 「差別」の定義
- ② 差別の認識・気づき
- ③ 差別（人権水準）は変化する
- ④ あなたは、どう考えますか？
- ⑤ ステレオタイプが生まれる要因
- ⑥ 差別のメカニズム
- ⑦ 差別に対する七つの立場
- ⑧ 人権CSRで求められる「加担の回避」

## (3) 「人権腕だめし」を活用した研修

- ① 「人権腕だめし」を活用した研修の趣旨
- ② 「人権腕だめし」を活用した研修の進め方

## 5. おわりに—企業の人権啓発・研修のあり方を考える—

### (1)差別事件で問われたこと

### (2)検証

## 1. はじめに—大阪企業人権協議会の紹介—

ただ今、ご紹介いただきました大阪企業人権協議会の芝本と申します。私のプロフィールは只今、紹介いただきましたので、大阪企業人権協議会の紹介をさせていただきます。資料にありますように、私どもは、大阪労働局とハローワーク等の国の関係行政機関ならびに大阪府および大阪市をはじめとする府下の市町村と連携を取りながら、人権について企業という立場で取り組んでいる団体であります。現在、大阪府下の会社、医療法人、社会福祉法人、大学等教育機関など約6千余りの事業所が参加しております。

活動目的の一つは、就職差別のない公正な採用選考を推進することです。もう一つの目的は、差別や人権侵害のない事業活動、職場運営を推進することです。日本の企業の人権取組みの多くは、社員啓発・研修ということに重点をおいていますが、差別や人権侵害は、社員だけではなく、事業活動そのものの中でも発生する可能性がある。その場合、会社責任は大変重いだけに、人権を尊重した事業活動・職場運営をサポートさせていただく活動を行っています。

本協議会のサポートセンターの活動は、①職場内研修への「社外講師の派遣」事業です。先ほど、「県の講師派遣制度を活用してください」というお話がありましたが、私どもも企業OBの講師を企業に派遣する事業を行っています。②「人権リーダー養成講座」です。詳細は後で述べます。③「人権リーダー認定者スキルアップ研修会」、④「人権研修教材」を作成し、会員事業所に提供。⑥「人権研修の相談・アドバイス」を行っています。特に⑥は、企業から「どういうテーマを選んだらいいのか」、「どういう内容で研修をしたらいいのか」、「どのように研修資料を作成したらいいのか」など、企業の研修担当者の悩み・相談に私どもがアドバイスをさせていただいています。

今、申し上げた事業概要について、若干、補足しておきます。「社内研修への講師派遣」であります。講師として、以前それぞれの企業で人権啓発を担っておられた方、私もそ

の一人ですが、そのような人権啓発担当者OBの方を10名ほど擁しております。企業について非常によく分かっておられて、なおかつ企業における人権の研修の難しさもよく存じておられる方々が講師として活動していただいています。大体、今ご利用いただいている企業等の数は、年間約250余りで私も年間80～100回程度企業等で研修をさせていただきます。

それから、先ほどご紹介しました「人権リーダー養成講座って何だろう」と思われるかも知れません。これは資料にも書いていますように、今日お見えになっている皆様も、おそらく人事部あるいは総務部・労務部というセクションの方が多いのではないでしょうか。おおよそ日本の企業では人権の担当をされている方は、そういうセクションの方が多いです。しかし、企業の、あえて言えば人権リスクというものは、決して人事部や労務部や総務部というセクションだけで発生しているわけではありません。それぞれの事業領域でも起きているわけですし、それを如何に未然に防ぐかという点、これは人事部や労務部の方だけでは防ぎようがないわけです。それぞれの事業領域の中で、人権ということについて一般の社員さん以上にある程度知識や感性を持っている方がいるかないかで全く違って来ます。今、そういう方々を出来るだけ育てていきたいというニーズが企業の中に出て来ているわけです。したがって人権は人事部の方の専門領域ではなくて、一般の事業領域において、そういう知識を持った方を増やしていこうとする企業ニーズに応える講座を主催させていただいているわけです。この講座は2012年からスタートして、年間3回の講座でこれまで述べ2300名が卒業されています。その方々については全部きちんとお受けいただいて、最後に理解度確認という簡単なテストをやらせていただいています。終了された方が、現時点では、会社数でいえば435事業所になっています。そして、その方々を対象に基礎的な知識ではなく、少し深掘りした講座を持っておりまして、それが「人権リーダー認定者スキルアップ研修会」になります。

人権研修教材を作っていることについて、少しご紹介させていただきます。資料の上の方の「人権腕だめし」については、後ほどの具体的な人権研修の進め方の中でこのツールを使った方法をご紹介したいと思いますので、ここでは割愛させていただきます。下の方は近畿大学の奥田先生が市民意識と「土地差別」の問題について、分かりやすく解説いただいたDVD教材を作らせていただき、社員研修に活用いただいています。

以上、簡単ですが大阪企業人権協議会のご紹介と、サポートセンター事業の内容について紹介させていただきました。これはPRさせていただいているのではなくて、本日のテーマである「企業内の人権啓発・研修の進め方」と関係がありますので、最初に紹介をさせていただきます。

## 2. 企業内の人権啓発について

### (1) 企業内の人権啓発の必要性

企業内の人権啓発について話を進めさせていただきたいと思います。お手元にもこのパワーポイントを印刷したものを、お配りさせていただいております。そちらの方を見ながら、私の話を聞いていただけたらと思います。まずは人権啓発という広い意味でとらえて、おさらいをしておきたいと思います。それは、企業がなぜ人権啓発あるいは人権研修をす

る必要があるのかということです。企業の新人社員研修に行かせていただいた時に、人権教育プログラムが入っています。そうすると、社員の方にお聞きすると「まさか会社に入って人権について、もう一度学ぶとは想像していなかった」とか、「なぜ会社が人権に取り組んでいるのか」。そういった疑問を持っている方がおられることがあり、そこでいつもこういう話をさせてもらっているわけです。なぜ企業が人権に取り組む必要があるのか、色々な考え方があると思いますが、私は次の三点を申し上げます。皆様方にも確認していただけたらと思います。

まず一つ目に、お客様や社会の信頼獲得に不可欠な「人権」。これは、申しあげるまでもなく私たちの社会生活は、人と人とで構成されています。そして自分のことを認めてほしいと思っている沢山の方がおられるわけです。自分のことを認めてほしいというのは当然相手のことも認める。これが堅苦しい言葉で言えば「人権尊重」ということですが、企業も同じです。企業は単独で活動しているわけではありません。まさしく、企業市民と言われるかもしれませんが、お客様があり、あるいは取引先の方がおられ、地域の住民の方がおられ、もつという社会というものを背景にして事業活動を行っているわけです。全て人で成り立っています。社員の方ももちろんそうです。そういった意味では、企業も人権を尊重した企業活動を行うということは当然であります。これをやらないと企業の社会的信頼とか、社員さんからの企業に対する信頼は得られないわけです。このことは、裏返すとよく分かってもらえますが、昨今企業の不祥事が非常に沢山起こっています。2000年以降のデータを見ると、あらゆる業種で企業の不祥事が発生しています。企業不祥事が発生していない業種は一つもありません。そして、その不祥事をよく見てみると、全てとは申しませんがかなりの部分で、その会社が提供されている製品やサービスをご利用になっているお客様の安心や安全を損ねている企業不祥事が結構起こっています。例えば、建物データの改ざんあるいは耐震偽装。これはまさしく建物をこれからご利用になさろうとしている人たちの安心、安全を損ねることにつながるわけです。一般的にはコンプライアンス違反、と言われますが、実は大元にはお客様の人権を軽視していることにつながっているのではないかと。そういう意味では、企業は人権を尊重した事業活動を軽視したりあるいは無視して、短期的な利益ばかりを追求していると、お客様からの社会的信頼を一気に失墜する。場合によっては、会社の看板がマーケットから消えてしまったという会社さんも現実にあるわけです。そういった意味で、企業にとって「人権」が不可欠な取り組みのテーマといえるのではないのでしょうか。

二つ目は、人権を尊重した企業活動は、「企業の社会的責任」であると最近強く言われるようになってきました。この言葉自体は半世紀以上前からある言葉ですが、昨今それにCSRという言葉がついて、まさしく以前から言われている企業の社会的責任という概念をもっと具体的に、そして強く問われる考え方が出てまいりました。その中に人権が、必ず入っているわけです。こういった観点からも、企業が企業の社会的責任を全うする意味で、人権を尊重して行く活動をしなければならない。そういう時代に、今入ってきていると思います。

三つ目は、企業に関わる過去の重大な事件の反省です。なぜ日本の企業が人権に取り組むようになったのか。皆さん方の会社はいつごろから人権研修やっておられるかご存知で

すか。ご自身の会社が人権研修を一体いつごろからやっているか。意外とご存じない方も多いのです。大体早い会社で1970年頃からです。それより以前にわが社は人権研修をやっていたという会社は、余りありません。一番早い会社は1965年過ぎたあたりからです。これには理由があります。1965年に同和対策審議会答申が出て、それが大きな契機になって企業も同和問題の解消に向けていち早く取り組み出したのが1970年ちょっと前ぐらいです。これが、日本の企業で一番早く取り組み出した企業で、それ以降、順次増えていったわけです。しかし、企業の人権取り組みにおいて最も大きな契機は1975年の部落地名総鑑事件です。この差別事件をきっかけに多くの企業が同和問題研修をはじめとする人権研修を始めたわけです。そういった経緯の中で、人権取り組みが継続・発展しているわけです。企業がなぜ人権に取り組んでいるのか、企業が人権に取り組む意義、必要性はどこにあるのかについて、少なくとも、この3つの観点から、確認をしていただきたいと思います。

## (2) 社内の啓発体制の整備

では、人権啓発を社内で進めて行くにはどうして行くのかということで、いくつか挙げてみました。たとえば、社内の啓発体制です。ただし、資料に掲載の啓発体制が全ての事業所にあてはまるわけではありません。企業としての体力、規模、業種、色んな中で出来るものと出来ないものがあります。こんな立派な体制は作れないという会社様も、もちろんあるかと思います。別にこれにこだわっていく必要は全然ございません。ただ一つ、体制として作るとしたら、こういう体制もあるという例を挙げたものです。重要なところは一番上です。経営トップが人権啓発体制のリーダーに立っていただくことが大事です。トップの方の姿勢が、人権に取り組むには重要な要素になってまいります。したがって、委員長として社長や副社長が啓発推進体制のトップになっている会社も多いのではないかと思います。では、それぞれ体制を作ったところで、大切なポイントを申しておきますと、まず年間計画が大事になります。場当たりの、人権研修担当者の方が慌てて、「そろそろ人権週間がやって来る…。うちも社内研修を何かしないといけないが何にも決めていない。テーマどうしようか」ということにならないよう、主体的な計画作りが大切です。ときどき、私どもに「今一番流行っているテーマは何ですか」という問い合わせが来ます。流行っているテーマと言われても、テレビの朝ドラではないし、これが視聴率高いですよとか、そんなことは言えません。いつ、どんなテーマで、どういう人たちを対象に社内研修をされるのか、年初に主体的に計画を策定することが大事だと思います。

もう一つは、社内で人権問題事象が発生することがあります。社員の方が何らかの形で起こす場合もあれば、事業そのものの中で起きているケースもあるわけです。そういう問題事象の報告がきちっと社内につながっているかどうか、これは極めて重要です。そういう情報を会社として把握するためにも、こういう啓発体制・組織（担当者）を作るということは、有効ではないかと思います。人権を推進するミッションを明確に持っている組織なり、担当者の方がおられるのと、おられないのでは全然違います。加えて、日ごろの業務と人権に関する相談を受けることも大切な啓発体制・組織（担当者）の役割です。セクハラやパワハラなどについては、男女雇用機会均等法の措置義務の関係で、専門に作って

おられるという会社は沢山あります。しかし、日常の業務を人権の視点から判断するにあたって、社員だけでは判断がつかない場合がありますが、その場合、一体誰に相談すればよいのか。そこで、啓発体制・組織（担当者）に相談が上がって来るのが望ましい姿ではないかと思えます。そういう社内体制の整備も大切な一つであると思えます。

### (3) 人権啓発の具体的手法

次に啓発の手法です。これも皆さんでの会社では、もっと素晴らしい先進的な取り組みをされている会社もあると思えますが、ここでは一般的によく行われている手法を資料でご紹介しておりますのでご覧ください。この中で特に申しあげたいのは朝礼での人権スピーチです。時には、職場において上司・管理職の方が朝礼をされる時に仕事のことばかりではなくて、仕事に関連した人権に関するスピーチを入れられると、これは社員の方にとっては非常にインパクトが大きい話です。「うちの会社では、日頃から人権について語られている」と。年に一回の人権研修だけが人権に触れる機会ではなく、もっと日常的な中で、そういうものを入れ込んで行くというのも、大事な要素だろうと思えます。それから、日常の業務の中で、例えば法令との関係で大丈夫かという話はあっても、人権の関連で大丈夫かとチェックを入れるのは少ないのではないかと思えます。しかし、日常の業務での判断・意思決定の際に人権の観点からもその判断・意思決定は大丈夫なのか、きちんと人権の配慮が行き届いているのか、チェックの一つに入れていただくというのは、まさしく日常業務において人権の視点をきちっと入れ込んだ仕事の進め方になるのではないかと思えます。

### (4) 人権デューディリジェンスに関わる取り組み

もう一つ、是非皆様にお伝えしたかったことは、人権デューディリジェンスに関わる取り組みです。デューディリジェンスという言葉をお聞きになられたことがある方もいらっしゃると思えますが、差別・人権侵害を未然に防ぐための取り組みことを人権デューディリジェンスと言います。ISO26000という企業の社会的責任(CSR)の手引き、ガイドンと言われるものが、国際社会において発表されています。この中で、大事な要素としてデューディリジェンスという考え方が出ています。これは何かと言うと、「社員の意識啓発や教育に加えて、そもそも会社の中に「人権侵害や差別を起こさない仕組みとかシステム」を作る必要がありますよと言っているわけです。社員研修で差別や人権侵害を全て防げるわけではなく、事業活動そのものの中でも人権侵害や差別が起きる可能性や危険性はあるわけで、そういうものを如何に防いでいくか。その手立てを講じることが大事ですよというのが、デューディリジェンスの考え方です。

それで、資料では、私が講師として行かせていただいている会社の事例を挙げさせていただきました。例えば、企業活動全般を人権との関わりからとらえる組織の設置です。これは、大きな会社でないと出来ないかも知れませんが、事業領域全般を人権という観点で常にチェックしている組織を持っている会社があります。例えば、お客様に出している帳票やコマーシャル、ポスター、チラシ、パンフレットなどの表現の中に人権の配慮に欠けるものが入っていないかどうか。そういうものを専門的に、人権の知識を持った人がチェ

ックされているという会社もあります。また、会社の人権基本理念に「加担の回避」の視点を組み込んでいる例もあります。ある会社では、もともと持っておられた人権尊重の基本方針に、最近二つの項目が追加されました。一つは「予防」という項目です。具体的には、「私達は、お客様をはじめとする全ての人との関わりにおいて人権を尊重し…グループ一体となって人権侵害が生じないように常に未然防止に努めます。」というものです。この会社はグループ企業を持っておられ、本体の会社の人権のレベルと同じレベルをグループ企業にも求めているわけです。そして、一体となって人権侵害を起こさない、未然防止を防ぐことに努めている。これを人権基本方針として、社内外に周知しています。さらに、この会社では人権基本方針にもう一つ、取引先との関係を入れておられます。具体的には「私たちは取引先にも人権を尊重することを求め、人権侵害に加担し、もしくは助長する取引先に対しては毅然とした態度で臨みます」という表現を入れておられるわけです。従来はこの項目は入っていなかったのです。そういう形で、デューディリジェンスの考え方を広げて行っておられるわけです。

また別の例ですが、皆様の会社におかれてもさまざまな事業領域があると思いますが、そういう事業領域で日常行われている仕事の中で人権配慮がなされていることを点検したり、あるいはそれをより高めて行くための仕組みを作っている会社もあります。具体的には、ある会社では、広告とか宣伝とかを活発に事業活動の中でなさっておられます。そうすると、そういう広告や宣伝の表現の中に、さまざまな立場の方々の人権に配慮した表現になっているのかどうかの点検をしておられる。それから社内では使っている規定やマニュアル等の中には、従来であれば当たり前だったものが、今日の人権水準からみておかしいのではないかと思われるものが、いまだに残っているというケースもあります。そういうものがないかどうかを12月の人権週間が来た時に、研修だけでなく全社でそういうチェックをするという運動をされている会社もあるのです。また、先ほども言いましたが、人権啓発・研修を人事部や労務部の方だけが担当するのではなく、さまざまな事業領域に人権を推進するリーダーを任命して、日頃の業務の人権チェックと職場研修を行うミッションを持っておられる方を育てている会社もあります。これも研修からさらに輪を広げた一つの啓発のあり方だと思います。

### 3. 人権研修の企画のポイント

#### (1) 人権研修の目的・狙い

それでは次に、人権研修の企画のポイントを申し上げたいと思います。ここでは、より人権研修を実際にやって行くとしたらどういうところに留意して行くのか、どんなところに重点を置くのか。皆様もよくご存じのお話かもしれませんが、再確認しておきたいと思います。まず、人権研修をするとなると当然目的が必要です。どういうところに狙いを置くのか、知識の習得に重点を置いた研修、あるいは社員さんの人権感覚、気づきというものが高めるような研修、あるいは企業が抱えている人権課題の解決に向けた研修をするのか、どこに重点を置いた研修をするのかで全然内容が異なってきます。一言で研修といっても目的は色々あります。そして、目的に応じたテーマ設定をするわけです。

例えば、目的設定例1の「様々な人権問題に共通する人権の基礎知識を習得する」とい

うテーマ例は人権の基礎的な知識の習得を目的とした研修の場合です。

目的設定例2は「業務に関わる人権問題を理解し、日頃の仕事に生かす」、こういう目的もあると思います。日常の業務、仕事に関わる人権問題は、実は企業の中では結構起っています。例えば、土地ということに関わる人権の問題、部落差別における土地差別の問題もその一つです。営業の領域において部落の土地に関わる差別発言も結構起きているのです。「あそこは同和地区ですよ。何かあったら大変なことになりますよ」と営業の方がお客様に言っていることがあります。言っているご本人は、差別とは全く思っていない。お客様から逆に「あなたの言っていることは差別発言じゃないのか」と指摘されるケースもあります。したがって、お客様と接する営業という業務を担当されている方々を対象にした人権研修も企画できるわけで、一般社員、新任課長、新入社員という層別ではなくて、業務という特性から人権課題を導き出して、それに関わる人権研修をするというのも一つのターゲットです。

目的設定例3は、「過去の差別事件を風化させない。」です。企業によっては、ご自身の会社の過去の歴史の中で重大な差別事件を起こしたところもあります。ところが、10年、20年と経って行くと、風化してみんな忘れてしまう。いつの頃かまた同じような問題が発生する可能性もあり、企業の責任が当然問われることになります。したがって、こういった過去の差別事件を風化させないことを目的とした研修もあると思います。

目的設定例4は「国際人権水準を理解する」ということです。特にグローバル展開されている会社、たとえば海外に進出しているとか、海外から資材等の調達をしている会社だけでなく、最近では外国からのお客様も沢山来られているように、外国人との接点を持っている会社は多くあります。これらの会社は、とりわけ国際社会の人権水準を、しっかり理解することを目的とした研修を行うことが大切だと思います。

目的設定例5は「短時間でも継続して学ぶことで人権意識を高める」研修です。研修というと60分とか1時間半とか、きちっと学ぶためには少なくともそれくらい必要かと思いますが、企業によっては勤務形態が2交代3交代、全社員がそろって研修を受けることが難しい。あるいは、業務が多忙で1時間も1時間半も社員を拘束して人権研修出来ない。しかし出来ないからといってやらないことも、また問題があります。そこで、工夫次第では20分～30分程度の短時間研修も出来るわけです。ただし大事なものは、それを如何に継続するかということです。継続していけば仮に30分の研修を毎月すれば、年間で30分×12回となります。むしろ、こっちの方が人権意識が高まるかも知れません。

目的設定例6は、先ほどから申し上げている、「人権啓発担当者の育成」です。人権研修するといっても簡単には出来ませんので、その方々を育成することが必要になります。

以上の目的設定例1～6の他にも色々あると思いますが、研修を企画するうえで大切なことは、何を目的に研修をするのかを、できる限り明確にしておくことです。

## (2) 研修対象者

次に、「研修対象者」です。全従業員を対象にするのか、役員、管理職だけを対象者にするのか。管理職も含めた全社員、または新入社員だけを対象者にするのか。あるいは、新任課長や新任主任の方々を対象にするのか等によって、研修目的・内容は変わってきます



ね。

また資料の(3)は、「事業部門別の所属員の方を対象」にする。つまり、業務の特性に応じてその方々だけを対象にした研修です。このような研修を、実際にやっておられる会社があります。

資料の(4)は各職場の人権推進担当者を対象者にするものです。

以上、(1)～(4)のように色々研修対象者も別れて来ると思います。私どもの講師派遣実績から、派遣先の会社がどういう方々を対象に研修をやっておられるのかを分析してみました。これを見ますと、多いのは、管理職も含めた全社員を対象にした社内研修が65%です。その他には、管理職だけを対象にした研修が約2割です。この管理職対象の研修テーマは、CSR、パワハラ等に加えて最新の人権水準を学ぶなどのテーマ設定もあります。それから新入社員研修も二通りありまして、基礎的な知識の習得に重点を置くケースと、その会社の業種・事業内容にかかわる人権に焦点をあてて学ぶケースです。例えば、私が行かせていただいている宅地建物取引会社やディベロッパーでは、そういう業種・業界に発生している人権問題と、それに関わる法令とか条例等、コンプライアンスの理解を内容とした人権研修を行っています。このように出来るだけ仕事と関わりのある人権研修が大切と思います。

### (3) 研修テーマの選定

次に「研修テーマ」です。これは結構、人権研修担当者の方は悩まれるわけです。どういうテーマを設定するのかでは、「(1) 長期的に研修計画を立てる。」会社によっては2年～3年の期間の計画を立てて、それに沿って毎年着実に人権研修を実施されている。今年はこのテーマでしっかりやっていこう。来年はこのテーマ、再来年はこのテーマと3年間かけてやっていく、といった進め方ですね。

それから、「(2) 自社の事業に関係の深い人権課題を選ぶ。」このテーマ選定の観点も大事です。そういうことを、ご自身の会社できっちりやっておられるところもあります。例えば、社会福祉法人に私も研修でよく行かせていただきますが、社会福祉法人の場合であれば障がい者の人権あるいは高齢者の人権について学ぶ、というテーマがあります。

「(3) タイムリーなテーマを選定する。」社会の中でクローズアップされている企業に関わりのある人権をテーマに挙げるということです。例えば、以前はセクハラというテーマが主流でした。最近はセクハラに加えて、パワーハラスメント、さらにマタニティハラスメント等の人権問題が出て来ました。これらは、男女雇用機会均等法や育児介護休業法等の法律の改正があって、企業が取り組まなければならない大切なテーマです。また、人権問題と労務問題が重なり合ったテーマといえます。

(4)は、ご自身の会社で過去に研修された場合にアンケートをお取りになっているところも多いです。皆さんの会社はどうでしょう。研修をされたらアンケートを取っていますか。アンケートをぜひ取っていただきたい。そうすると社員の意識や人権の理解状況も分かります。そしてアンケートの質問項目の一つに、「関心の高いテーマは何でしょう」という設問を入れて、社員が関心の高いテーマを、次の研修に活かしていくという進め方もありますね。

(5) は、ご自身の会社で過去に起こった出来事、もしくは、ご自身の会社が属する業界・業種で起こっている人権問題も考えて行く必要があります。同業種の他の会社で起こっている問題だが、わが社で起こる可能性がないのだろうか。そういう観点からテーマを選定して行くという方法もあると思います。これは、未然防止ということでは極めて重要なアプローチの仕方の一つだと思いますが、研修テーマを選ぶ参考にさせていただきたい。

そこで、参考までに、お手元の資料に「人権研修講師派遣のご案内」のチラシが付いています。そこに研修テーマ例が載っているのをご覧いただけますでしょうか。これはここ4年ほど、私どもの会員企業からこんなテーマで社内講師を派遣してほしいといただいたテーマです。それを、ジャンル別に分けてみました。人権全般、あるいは企業と人権、職場の人権、同和問題、外国人の人権、障がい者の人権、高齢者の人権、その他と大きく区分しています。右側には、それらの区分にそった具体的なテーマ例が出ています。皆様が社内で研修されるにあたって、どういうテーマを検討される際の参考になるかと思って付けさせていただきました。また図表く大阪企業人権協議会 企業内研修への講師派遣実績から>は、この4年ほどで私どもにいただいた講師派遣のテーマを統計にしたものですが、パワハラや人権の基本知識の習得をテーマとする割合が高いです。その他には、セクハラやメンタルヘルス、特に、メンタルヘルスはストレスチェック制度の関係もあって要望の多いテーマですね。それ以外は大体均等に色々なジャンルのテーマについて講師派遣させていただいていることから、各社で様々な研修テーマに取り組んでいることが分かっているかと思えます。

#### (4) 研修方法

それでは、研修方法についてです。皆様も非常に工夫されて研修を実施されていると思いますが、講義形式か、ビデオを交えるのか、あるいは資料・教材を使ってやるのか、話し合いを含めた参加型でやるのか、色々あります。⑤の方法以降はそれらの組み合わせです。色々な組み合わせの中で研修のやり方が色々あり、特にこれでないといけないというのは当然ありませんから、皆様方の出来る範囲の中で組み合わせてやっていただけたらいいのではないかと思います。

#### (5) 講師について

次に講師についてですが、研修担当者ご自身で出来るという方はいいのですが、社外講師を使うにしても、どういう講師がおられるのか、色々悩ましいところがあります。ご自身が研修講師を担当されるにしても勉強して正確な人権知識を習得するためには負荷が大きく、すぐには難しい場合もあります。そういう中で、社外講師の活用を考えるのも一つの方法だと思います。先ほど、県庁の方がおっしゃっていましたが、無料で社外講師を派遣していただけるということですから、ぜひ活用されたらよいと思います。社内の人が話すのと社外の方が話すのではインパクトも違います。お互いよく顔を知った人が先生になって講義するのと社外講師とでは、同じ話でも、社員の方の受け止め方も異なる場合があります。社外講師の活用は有効だと私は思いますので、ぜひ、ご利用されたらよいと思います。

人権研修担当者だけでなく、各事業領域の社員の中で人権を学んだ人材を作っていくという要請が最近多いことは先ほど申し上げました。そこで、次のグラフ(参考)は、私どもが開催している人権リーダー養成講座にどのような立場の方が企業から来られているのかという分布です。公正採用選考人権啓発推進員の立場の方も1割ぐらい来られています。今日お見えの方もそういう立場の方がおられると思います。因みに、公正採用選考人権啓発推進員とは、国と自治体の共管制度です。設置基準は都道府県によって違います。長崎県は何名以上か存じませんが、大阪府は常時25名以上雇用している事業所は設置しなさいとなっています。新しく任命された方を対象に大阪府は研修を行っていますが、その方々ももっと勉強したいということで私どもの講座も受けに来られています。それから、企業の人権研修担当者が約2割来られています。また、人権担当者ではないが人事・労務に所属しているので人権についても学びたいという方が25%。さらに一般事業部門の管理者の方が34%と一番多い。これは、人事・労務部門以外の事業領域の方も、人権についてしっかり勉強させておきたいという会社の意向で、受講に来られている人が多いと思われます。

この人権リーダー養成講座では何やっているのかと申しますと、先ほど見ていただいたチラシがもう一枚入っていると思いますので、参考にしてください。裏面に、人権リーダー養成講座の内容が載っています。縦軸に①～④まで四つずつ並んでいますが、これを全部合わせますと12講座あります。少なくとも企業の方々が人権について学んでほしい企業との関わりのあるテーマを、選んでいます。これらのテーマについて、出来るだけ詳しい知識や感性を持っていただくための研修をさせていただいています。この講座を卒業された方が、延べ約2800名と相当の数に上っているという状況でございます。

## (6) 研修の時間

次に「研修の時間」です。これは先ほど言いましたように、何十分、何時間やらないといけないというのは当然ございません。しかし、通常きっちりとした研修をするのであれば、最低限60分は欲しいと私は思います。この前、ある会社に研修に行かせていただいたら、そこは3時間研修でした。最初の1時間半は一般社員も管理職の方も交えた全体研修、その後、管理職の方々が残られて残り1時間半研修をやっておられました。私どもの講師派遣先の会社を調べてみたら、90分程度という会社が6割です。これは社外講師を活用していることもあって、このような時間になっているかも知れません。他には、60分以内という会社が約3割、2時間という会社も1割強あります。これらを参考に、皆様方の会社の実情や研修テーマ等を考慮して時間設定して頂ければよいと思います。

## (7) 研修資料の作成

研修講師をされる場合、資料をお作りになっているのでしょうか。出来ればレジュメを作っておくとよいと思います。レジュメを作る時には、二種類の作り方があります。aは項目となる柱だけを書く。そうするとA4、1ページ程度で終わります。下のbはテキストに近いレジュメです。出来るだけ書き込んで文章化するので、ページ数は結果的に増えます。どちらがお勧めかというと、下の方がお勧めです。ご自身の勉強や知識の整理になり

ますし、講義する時の整理も出来ます。そのレジュメに沿って話せばよいわけです。ところが a のように項目だけ載せていると、話すことを別途整理しなければいけないので大変です。いずれにしても、人それぞれですが、レジュメを作ることは出来るだけやっていた方がよいと思います。

## (8) 研修運営の留意点

研修運営の留意点を挙げました。時間の都合で説明は割愛しますが、ぜひ見ておいてください。特にグループでの話し合いを設ける場合は、社員同士が本当に話し合ってくれるかどうか分からない。みんな雰囲気が高いですから、そうすると研修が進んで行かない場合もあるので、話し合いを設ける場合はよく検討しておく必要があります。また、もし話し合いを設けるのであれば、話し合いのルールをきちっと社員さんに徹底して頂くことが大切です。資料に掲載の「話し合いのルール」ご参考にしてください。

## 4. 具体的な研修モデル例

### (1) 人権とは？

#### ① そもそも人権とは

ここからは具体的に研修テーマを設定した時にどんな資料内容で、どんな講義をしていくのかについて、実際に私どもでやらせていただいているテーマを例にご紹介します。先ほど挙げていた研修目的例の一番上の「人権の基礎知識を習得する」というテーマを挙げた時に、どんな資料構成にして、どんな講義や進め方をしたらよいのか、ということで見えていきましょう。

最初には「人権とは」の理解です。社員の方々の中には、企業内で人権研修を受けて来られている方もおられれば、まだそういったことについて理解がないという方もおられるかも知れません。こういうテーマを掲げると、大半の社員の方が「そんなの分かっているよ」、「堅苦しいテーマだな」といった反応が出ると思います。しかし、大事なところなので押さえて置きたいことですね。

そこで、まず「人権とは」ということを語って行く必要があります。そこで定義を挙げてみました。これは私が講師をしています大阪府主催の公正採用選考人権啓発推進員のテキストに書いてある定義です。(因みに、大阪府では公正採用選考人権啓発推進員の新任基礎講座を毎月やっていて、毎回100名ぐらいの方が、二日間にわたって研修を受けています。) そのテキストの定義は「私たちが生まれながらに持っている様々な自由や権利の総称」というものです。しかし、これだけ読んでもよく分からない。自由や権利の総称って何なのか。そこで、このような図をもとに次のような説明をしてみてもうかがいましょうか。

「人間は生まれてきたら、全ての人が色々な願いや未来の夢を持っていますが、共通した一つの願いとして人間らしく幸せに生きたい、自分らしく幸せに生きたいといった思いがあります。しかし、それを実現するためには条件が必要になります。ただし、これだけの条件があれば地球上全ての人がみんな自分らしく人間らしく幸せに生きていける、といった十分条件を挙げるのは難しいけど、必要条件というのはあるのではないかと考えています。

その必要条件が「自由」と「権利」です。「自由」って、何でしょうか。つまり、束縛されないということです。基本的には人権というものは、国家と私たち国民との関係における考え方ですが、「自由」には、心の自由と行動の自由とあります。心の自由というのは私たち内面の問題です。思想の自由、良心の自由、信教の自由など。一方で行動の自由があり、これがよく聞く表現の自由とか、職業選択の自由、あるいは居住移転の自由といったものです。ここで、仕事と結び付けて具体例を話しますと、例えば、職業選択の自由について言えば、社員の方々は誰かに指図されて今の会社に入って来られたわけではなく、ご自身の意思で会社を選ばれたわけです。まさしく、職業選択の自由があるからです。居住移転の自由、みんな今お住まいになっているところは、誰かにここに住めと言われているわけではなくご自身の意思で、今の土地を選び、家を選んでいるわけです。これらは、みんな自由という基本的人権です。一方、「権利」を見てください。「してほしい、してもらえ」という権利です。例えば、衣食住が保障される権利、教育を受ける権利、働く権利があります。就職差別って何でしょうか、この働く権利を奪っているわけです。そういうふうに結び付けて話をさせていただくと、この定義にある「さまざまな自由や権利の総称」と呼ばれるものが何なのかということが、社員の皆さんとの関わりから少しご理解が進むのではないかと思います。人権の定義を理解するアプローチの仕方としては、そういう講義の仕方があるのではないのでしょうか。

まら、この「人権」を、考え方だけではなく、具体的な保障として人権の法的保障というものがあることも理解しておきたいことですね。

こういう「自由」と「権利」を、私たちは法律でいつも保障されている。これが日本国憲法であったり、国連が作った人権条約であったり、個別の法律であったりということです。これらの法と企業の事業活動とは関わりがあるという話をさせていただくとともに、自由と権利を侵害する、妨げるものとして差別や人権侵害というものが存在しているということを理解していただくことが、まず大切ではないかと思います。

## ② 人権に関する個別法

今申し上げた憲法、条約や個別法については時間が取れるのであれば日本国憲法の中に書かれている基本的人権に関わる資料を一つ入れていただくとともに、日本国憲法というのは包括的な法律ですから、より個別の人権（問題）を対象とした法律が最近沢山あります。資料で示している法律は最近の人権に関わる法律です。2000年以降の主なものを挙げていますが、これ以外にも沢山あります。よく見ていただくと、これらの個別の法律の中に皆様の会社活動、事業と関わりのある法律も結構あるということが分かっていただけると思います。

例えば、セクハラは男女雇用機会均等法にも関係する問題でもありますし、あるいは福祉施設や保育所では虐待防止法が関連してきますし、企業活動において身体障害者補助犬法や障害者基本法等も理解しておかなければいけない大切な法律です。さらに個人情報保護法は、お客様や従業員の個人情報取得・利用、安全管理等にあたって非常に関わりが出てきます。こうやって見ていただければ、これらの人権に関わるさまざまな個別法は皆様の会社の仕事と関連の深いものが多いということを社内研修でご説明いただけたらいいか

と思います。

### ③ 人権の特性

社員の方の中には自分は差別されているわけではないし、人を差別しようとも思っていないので、人権は自分には関係のない話で関心はない。したがって「また、人権研修か」といった受け止め方になるわけです。しかし、人権というのは普遍的なものなので、何も差別を受けている方だけの問題ではない。また、人権の特性として、日常性ということがあるということです。つまり、先ほどご説明したように人権とは働く権利であったり、どこに住むのかといったことは、みんな日常的な話です、遠くかけ離れた話ではないわけです。人権とは、非常に身近な問題だということを、こういった資料でご説明いただくということも大切だと思います。

### ④ 国際社会における人権と日本

また、先ほど申し上げた日本の社会における人権は、国際社会の人権と強くつながっています。例えば、第二次世界大戦以後の国際社会における人権の基本になっている世界人権宣言を理解していただくことも大切だと思います。併せて「12月10日という日は何の日でしょうか？」と問いかけることにより、人権週間と世界人権宣言について説明することも、身近な話としてはいいと思います。また、世界人権宣言が“宣言”だけにならないように、国連では、人権に関わる法律、人権規約・条約を沢山作っています。日本もそのいくつかを批准している。例えば、日本は女子差別撤廃条約を批准しました。これを国内できちんと守って行くために作られた法律の一つが男女雇用機会均等法で、そしてこの均等法に伴い、企業が強く取組みが求められるようになった人権の課題が、セクシュアルハラスメントです。こういうつながりを話していただくと、国際社会の人権の動きと日本社会の人権が結びついていることを理解いただけるのではないのでしょうか。ここでクイズを入れていただくのも一つのアイデアです。「いま国連の人権条約と日本の法の話をしました。つい最近2014年に日本は国連で作った条約の一つを国会で承認し、批准しました。何の条約か覚えておられますか」と、皆さんに問いかけてみてください。

参加者の皆さんは、自分に質問が飛んで来るのではないかと緊張される方も多いので、そういう時に「一つのテーブルに2人座っておられますので、お隣の方と今の答えを考えてみてください」とすると、これが受講者同士の話し合いになるわけです、ある種の参加型です。班編成をきちっと作ってやらなくても簡単に話し合いを設けることができます。また、講師の方が「どんな答えが出ましたか」といくつかのテーブルに聞いていただくことによって、研修担当者と受講者の方との会話になります。そして、研修担当者が、「答えは障害者権利条約ですね。では障害者権利条約を日本が批准したことで、国内でどんな法律が生まれてきていますか」「皆さんの仕事に関わる法律がいっぱい出てきていますよ」と進めて、障害者差別解消法や障害者雇用促進法などを説明いただくと、社員の中には「世界人権宣言が私達にどんなかわりがあるの?」と思っている人も、こういうつながりを聞いて行くと「そうか、最近うちの会社でも合理的配慮とか言うようになってきたな。ずーっとこうやってつながってきているんだ」とか分かっていただけではないかと思いま

す。

## ⑤ 日本の人権課題

日本社会にはどのような人権課題があるのでしょうか。政府が掲げている社会的人権課題を資料に掲載しました。ご存じの課題がいっぱい入っています。しかし最近こういう政府が掲げている課題には入っていないような人権課題も沢山出てきました。しかも、それらの人権課題の中には、私たちの職場に関わるセクハラ、パワハラ、マタハラといった人権問題も発生しています。資料の上段のテーマは差別に根差した課題が沢山入っています。下段の方はセクハラやパワハラなど、企業の労務問題と人権問題が大きく重なり合っている問題です。特にパワハラは、男女雇用機会均等法という法的な根拠のあるセクハラとは異なるだけに、取組みに困難性を感じている企業も多いですが、企業にとっては非常に重要なテーマです。

## (2) 差別とは

### ① 「差別」の定義

次に「差別」についても研修に入れていただければいいと思います。何故ならば、「人権」をもっとも重大かつ深刻に奪うものとして「差別」という問題が、日本社会においては非常に根深く深刻に残っている問題だからです。

研修では、まず「差別の定義」を理解してもらうことです。例えば、部落解放・人権研究所の辞典では「差別とは、個人の特性を無視し、所属している集団や社会的カテゴリーに基づいて、合理的に説明出来ない他の集団と異なった不利益な取り扱いをすること」と書いてあります。これを解説していけばいいと思うのです。「個人の特性を無視し…」については、一人ひとり違いを無視して、障がい者だから、外国人だから、女性だから、男性だから、あるいは性的マイノリティだからと、こういう属性を理由に排除したり、不利益を与えることが差別であることを理解してもらってください。

### ② 差別の認識・気づき

企業の研修においては、ここから先が大事です。差別の定義は皆さん分かっています。そして差別をしてはいけないということも皆さんご存知です。社員も、そして会社も差別してやろうという人は、まずいないと思います。ところが、何故、社員や企業が差別事件を起こすのか。長年に亘って人権研修の積み重ねがあるにも関わらず、なぜ差別事件が起こるのか。それは、差別がいけないということは分かっているけれど、「何が差別か」という認識を持っていない、理解が出来ていない。その結果、自らの行為が差別行為だということに気が付いていないことが少なからずあるのではないかと。

例えば、会社のコマーシャルに使われた表現が非常に差別的だと問題になっている事例があります。会社は差別してやろうと思ってコマーシャルを作っていないでしょうが、結果として差別コマーシャルになっている。何故か？会社として何が差別かという認識がないからではないでしょうか。また、こういう例があります。「あなたの出身地はどこ」という質問です。皆さんは、これは差別質問だと思いますか、それとも差別質問ではないと思

いますかと、受講者に投げかけてみてください。そして「どう思うか、隣の方と話し合ってください」といった参加型で進めることもできます。

そして解説では、ご自身の体験を交えて語っていただくのもいいと思います。例えば、私の場合、営業の仕事にお客様から「あなたはこの出身？」とよく聞かれました。「□□県の□□市」と言ったら「有名な城がある所だね」とか、「最近世界遺産になって…」。

こういう会話で、結構互いの距離が縮まるわけです。当然、相手は差別を意図した質問とは思っていませんし、私も差別だとは受け止めていません。聞いている周りの方も、そういう状況や関係性の中の質問ですから同じ受け止め方でしょう。しかし同じ質問を、もし皆様が企業の人事担当者で、応募に来られた学生に「あなたの出身地はどこですか」と聞いたら、これは職業安定法（5条の4）の違反ですし、差別質問です。

実は、このような事例が実際に起きているのです。ある会社に人材紹介会社から紹介された人が面接に来られたので、役員の方が面接をされました。応募者の緊張を和らげようと「あなたは、□□県のどこの出身？」と聞いた。応募者は「そういう質問にはお答え出来ません」と答えた。これは正しい対応です。ところが、面接者は「営業の仕事では、お客様からそんな質問を受けることはよくあるので、答えられなかったら仕事にならない。もう一度聞くけど、どこの出身？」と、もう一回聞いたわけです。応募者は「そういう質問は差別につながる恐れのある質問だと私たちは学校で学んでいます。だから、その質問にはお答え出来ません」と言うと、面接者は「そんなに差別、差別と言うなら、あなたは差別を受けたことがあるのか」と聞き返したのです。その応募者の方は困った。差別を受けたことがありますと正直に言ったら、自分は差別を受けている当事者だということになる。しかし嘘をつくわけにはいかない。正直に「私は、自分の出身を理由に差別を受けたことがあります」と答えたわけですが、これは、明確な差別面接です。この面接者は、差別をしてやろうという意図で質問しているわけではないかもしれないが、結果としては明確な差別面接になっているわけです。この事例では、きびしく企業の責任が問われ、行政等からも指導を受けるという事態になりました。

もう一つ、大阪の有名百貨店で最近起こった事例を取り上げてみましょう。聴覚障がいの方が聴導犬を連れてレストランに入ろうと思ったら、「食べ物を扱っている店だから、犬を連れて入って来られたら困ります」と言われた。これは、身体補助犬法違反でも障害者差別解消法違反でもあります。この百貨店は全国の百貨店に先駆けて、補助犬を受け入れますと表明した百貨店ですが、その百貨店で起きた事例です。会社がいくら立派な人権尊重の基本方針を作っても、社員に徹底出来なかったらこんなことになります。企業イメージも大きくダウンします。

以上、「差別はいけないことは分かっているけど、何が差別かが理解出来ない」ことによって起きた事例を上げましたが、皆さんが研修される場合は、このように事例を挙げて講義すれば、より受講者の理解が深まると思います。

### ③ 差別（人権水準）は変化する

もう一つ社員研修で取り上げたいことは、差別の定義は普遍でも、何が差別かは、社会が変わることによって変わってくるということです。



今まで、当たり前のように思い、誰もが差別だと認識してなかった。しかし、社会の人権水準が高まって行く中で、差別としての認識を社会がするようになり、差別と認識されるようになった事柄も結構あります。したがって企業としては、社会の人権水準をよく理解・認識しておかなければなりません。今までと同じことをしているから大丈夫かという、そうではないということです。

例えば、以前は採用条件で、女性は親元からの通勤に限る、男性にはそんな条件は一切していない。今でも時々こういう条件を付した事業者があって行政の指導を受けている事例が発生しています。しかし、1960年～70年当時はこういう条件を付すことが差別という認識は、企業はあまり持っていなかった。しかし、社会が変わることによって法律が変わり、社会の人権意識が変わることによって、これが差別だということになってきました。セクハラの実態もそうです、男女雇用機会均等法が出来た当初は、セクハラの被害者は女性に限られていました。そこから男性が入り、今や同性同士でもセクハラの対象になりました。さらに、役割分担意識に基づく「男のくせに」、「女のくせに」といった言動もセクハラの原因となるため職場から、このような言動をなくすことが大切になってきた。後ほど石崎さんの講義がありますが、LGBTの人たちをはじめとする性的マイノリティに対する、配慮に欠ける言動が職場の中で行われるとしたら、それもセクハラになります。このようにセクハラについても、どんどん変わっているわけです。

それから言葉も大きく変わって来ています。例えば、少し前まで痴呆症や精神分裂症、精神薄弱といった言葉は、社会では当たり前に使われていた言葉ですが、今では使われなくなって来ました。痴呆症は認知症、精神分裂症は統合失調症、精神薄弱は知的障がいという言葉に変わって来ています。ただ、この変化は単純に言葉が置き換わって言っているわけではないのです。社会の人権意識が高まる中で、もっと適切な言葉、人権に配慮した言葉がどんどん生まれて来ているわけです。従来使われていた言葉は、痴呆とか分裂とか、ひどい漢字が使われているわけです。このような漢字が使われた言葉が私たちの偏見や差別意識とつながっているわけです。そういう差別的なまなざしで社会は、当事者の人たちを見てきたわけです。これは一つの例ですが、社会が変われば人権水準も大きく変化していくことを理解認識できるような社員研修をやっていただきたいと思います。

#### ④ あなたは、どう考えますか？

この教材はステレオタイプについて受講者に理解を深めていただくために使っていたきたい教材です。皆さんの中には答えがすぐ出てくる方と、これどういうこと言っているのかなと思われる方とおられるのではないのでしょうか。考えるヒントを言いますと、外科部長は、男性とは限らないということです。外科医という職業、部長という役職、そこから、すぐに直感的に男性と考える方は結構おられます。そうすると、この答えはなかなか出て来ない。男性とは限らないということになると、違う答えがすぐに導き出されるということになります。この教材を使った研修の進め方としては、「まず、一人で考えていただいて、今度はテーブル単位でお隣の方と正解を導き出してください」とやっていただいたら、ワイワイ皆さん話し合いをされます。最後になって答えをおっしゃったら「そうか」と思われる方が沢山おられます。この教材の目的は、多くの方が持ちやすいステレオタイ



製品に貼っているレッテルです。何が抗議されたのか、皆さん見てすぐに分りますね。このイラストは黒人を非常に文明から遅れているイメージとして打ち出しているものです。典型的なステレオタイプのコマーシャルで、抗議を受けて製品を回収することになりました。それどころか企業のイメージも悪化するということになりました。右側のイラストも、ある会社のテレビコマーシャルです。日本人の俳優が金髪のかつらをかぶって、高い鼻をつけている。つまり外国人を典型的なステレオタイプで描いているとして、外国人から抗議を受けました。これらの事例は企業活動そのもので起きた人権問題です。したがって、企業の人権取組みにあたっては、社員の方の意識啓発ももちろん大切ですが、企業の事業活動そのものの中で人権に配慮が出来るかどうかをよくチェックしておかないと、こういう問題が起こしたりするわけです。

## ⑦ 差別に対する七つの立場

差別に対する七つの立場は、ぜひ社員研修の中で使っていただきたい。差別に対しては、「差別をする人」から「差別をなくそうと思って努力する人」まで、さまざまな立場があります。皆様が本日の研修を受けたり、あるいは企業内で人権研修を担当されていることは、まさしく⑦の企業において「差別をなくすために努力する立場」の方だと思います。しかし、社員の人たちの中にも結構多いと思われるのは④、⑤の「無関心、見て見ぬふり」をする立場に立つ人たちです。この立場は差別をしていないわけではなく、差別に対して見て見ぬふりをしたり、全く関心を示さないわけで、結果的に差別に加担しているわけです。加担というのは手を貸している、差別を支えているという立場なのです！ということ、社員の人たちには理解してもらうことが大切です。

もう一つ、研修で社員の皆様に理解してほしいことは、差別に対する7つの立場は企業も同じだということです。企業が差別に無関心、見て見ぬふりをしているということは、結果として企業が差別に加担しているということになって来るわけです。

## ⑧ 人権CSRで求められる「加担の回避」

先ほど、差別に対する7つの立場の中で無関心や傍観者の立場は、実は差別に加担する立場だということを申し上げましたね。この講義の最初のところでお話したデューデリジェンスという考え方の中にも加担という言葉が出てきました。加担に関わる事例を資料に挙げてみました。

Jリーグの浦和レッズとサガン鳥栖の試合で、一部の熱狂的なファンが試合開始前にスタジアムに「Japanese only」という外国人差別スローガンを掲げた。この行為に対して、日本サッカー協会は浦和レッズに無観客試合という前例のない制裁措置を科せられたのが思い出されます。浦和レッズは、なぜ無観客試合というということを科せられたのかを、考えて欲しいのです。差別行為をしたのは一部の熱狂的なファンです。考えようによっては浦和レッズは一部のサポーターの行為によって責任を問われたわけで、被害者ともいえる。それなのに、浦和レッズがサッカー協会から制裁措置を科せられないといけないのか。この時にサッカー協会がどんな判断をしたのかが新聞に出ていました。浦和レッズが、このような掲示を試合開始前に掲げられているのが分かっていたのに、撤去させたのは試合

が終わった後です。人権問題というのは発生したらすぐに対処しなければいけないのです。業務優先だったら困る。皆様方の会社でもし差別が発生したら、「いや、今忙しいから後で」という話ではないのです。業務と同じように、それも最優先で対処しないとイケない。ところが、このケースは試合終了まで放置していたことを問われました。これが企業の社会的責任としての「加担」の回避という問題なのです。社員の方々の研修をされる時には、こういう事例を挙げながらお話していただくのも分かりやすいかと思います。

以上、さまざまな人権課題に共通する人権の基礎知識を社員の方に研修する場合に、参考にしていただきたいことをお話ししました。特に申しあげたいのは、出来るだけ事例を交えることで、受講者の理解が進みむとともに、自身の仕事と結び付けて考えていただける研修になって行くのではないかと思います。

### (3) 「人権腕だめし」を活用した研修

#### ① 「人権腕だめし」を活用した研修の趣旨

次は具体的な研修モデル例です。「人権腕だめし」は、私どもで作成している教材の名称ですが、出来るだけ短時間で、楽しみながら受講者に知識の習得と人権意識を高めていただくことを目的にしています。

#### ② 「人権腕だめし」を活用した研修の進め方

例えば、外国人の人権や女性の人権、障がい者の人権などに関わる設問を3問から5問程度作って、朝礼の時間等を利用して配る。「正しいと思う場合は○、正しいと思わない場合は×してください」と言って、まず一人一人を考えてもらい、次に、隣同士で答えを見比べてもらう。答えが隣の人と違っている場合は、お互い意見交換していただくのもいいですし、時間がなければ意見交換なしで研修担当者の方がきちんと解説を加えることが大切です。時間配分は研修担当者が設問を読み上げ、各自で回答を考えるのに5分、隣同士で互いの回答を見比べて、違っている設問について話し合っただけで正解を考えてもらうのに5分～10分程度。それから研修担当者が回答を発表して解説を行うのに15分～20分。おおよそ30～40分ぐらいで出来る研修ですが、継続してやることが会社の人権風土を高めていくことになります。

## 5. おわりに—企業の人権啓発・研修のあり方を考える—

### (1) 差別事件で問われたこと

最後になります。過去の差別事件で企業が問われたことから、企業の人権啓発・研修のあり方を考えてみたいと思います。企業が起こした差別事件は決して少なくありませんが、ここでは主な重大事件を取り上げて考えてみたいと思います。例えば資料の(課題1)、大阪府部落差別規制条例違反事件です。この事件は、就職差別につながる身元調査に関わる差別事件です。大阪府内のある調査会社と採用調査に関わる契約を結んでいた企業、約1400社のうちの約700社を超える会社が、この調査会社から差別につながる身元調査報告書を受け取っていた事実が発覚した事件です。それらの企業の中には、身元調査を委託していた会社も一部あるのですが、大半の会社は、身元調査は委託していなくても求職者

の履歴書を調査会社に丸投げしていたため、調査会社は、同和地区出身者ではないか、あるいは在日ではないか、信仰している宗教などを調査していた。多くの企業は、その報告書を黙って受け取っていた。これは、大阪府の部落差別調査等規制条例に違反する事件です。それで大阪府も乗り出しました。この事件で何が企業に対して問われたかという、会社が行っている人権研修と採用システムとが全然つながっていなかったわけです。一方では差別はいけないという人権研修を行っているのに、一方では採用にあたって平気で身元調査につながるような報告書を受け取っている。これが問題になった事件です。

(課題2)は、「大阪府土地差別調査事件」という事件が起きました。これは、ディベロッパーと仲介の広告代理店と、土地調査を専門にしている土地リサーチ会社の3つの業界が関係している事件でした。事件の内容は、ディベロッパーからマンションの建設予定地について土地調査を委託された土地リサーチ会社が色々調べて、報告書としてディベロッパーに渡した。その報告書の立地特性という記載項目に「要注意地域」とか「地域下位地域」といった同和地区の所在地を示した差別記載があったという事件です。

大阪府の個人情報保護条例では、事業者に対してセンシティブ情報、差別につながるおそれのある個人情報の厳格かつ慎重な取り扱いを求めています。この事件は、その条例に違反しているとして大阪府が当該の業界を調査した結果、長年にわたって、慣行的に行われていたことが分かってきたのです。

結局、大阪府部落差別調査等規制条例の改正にもつながった事件ですが、この事件で私たちが学ばなければいけないことは、先ほどのサッカーの話と同じ「加担」ということです。差別報告書を作成した土地リサーチ会社の責任は勿論重いですが、報告書を受け取っていたディベロッパーも広告代理店も、それに対して問題指摘を何もしていない、つまり「加担責任」が問われた事件です。従って、加担を回避するためには、企業は、自社だけではなく、相手先の人権状況についても関心を持っておかないと、こういう問題には対処出来ない可能性があるわけです。最後にもう一つ、この事件から学ばなければならないことがあります。それは、近畿大学の北口末広教授が、この事件を調査してみたら、この報告書を見たディベロッパーの社員の多くが、その記載が差別だという認識さえなかったと指摘されています。しかし、皆さんも考えてみてください、この事件に関わっている会社の多くは長い間、同和問題をはじめ人権研修を実施してきているのですよ。ところが、研修を受けているはずの社員の多くが自分が仕事で報告書を見た時に差別とは気が付いていない。私たちが行っている社員研修の実効性が厳しく問われた事件なのです。

## (2) 検証

そこで検証1、まず考えてみたいことは、人権に取り組む会社の姿勢です。「とりあえず研修をしている」とか、「人権研修をしなくても業績に大きな影響はない」といった消極的な姿勢では、コストだけ使って全く研修効果は上がりません。よく考えておきたいことは、会社として、「人権」は企業の社会的責任 CSR であることをしっかり経営の中に据えて、人権を尊重した事業活動に取り組むことが企業価値を高めることにもなります。受け身ではなくて、人権をもっとポジティブにとらえておくことが大切ではないでしょうか。

検証2、「研修が目的」なのか、「研修の目的」は何なのか。研修をやりさえすればいい

というのは「研修が目的」になっています。しかし、「研修の目的」というのは、人権研修は、企業の社会的責任を果たすという目的のための手段の一つであるということです。研修が目的だということになってしまうと、研修さえすればいいという考え方になり、社外講師を頼む時にも、笑い話のように先ほど言いましたが「最近はやりのテーマは何ですか？」とか、「講師に一任します」といったことになって、企業の主体性がどこにもなくなってしまいます。もっと企業は主体性を持って、人権に関わる企業の社会的責任を果たす手段として人権研修を行っていくという姿勢が大切なのではないでしょうか。

検証3、人権研修と仕事とは別物なのかどうか。企業の人権研修のあり方を考えるにあたって、人権研修と皆様の仕事の内容を、出来るだけ結び付けていく。そのために事例を紹介することが、社員にもわかりやすいことと、日頃の仕事の中で、人権上の配慮が出来ているか、人権上問題はないかといった気づきにつながって行くと思うのです。これが全く仕事から離れた人権研修であれば企業のデューディリジェンスは達成出来ません。先ほどの百貨店の事例のように、せっかく全国に先駆けてやっているのに一気にブランドイメージを失墜するということになってしまうわけです。信頼を回復するには、かなり時間がかかります。だから私は、人権研修は非常に大きな意味を持っていると思っています。社員の皆様が人権研修によって人権を尊重した仕事の在り様を真剣に考えるとともに、家庭・地域に帰れば人権を大切にする市民であっていただければ嬉しいです。

ご清聴ありがとうございました。