

# 社内トラブルを予防する “感謝し合う”仕組みづくり

～ 良い感情を通わせて職場を明るく元気にしよう ～

坂本直紀社会保険労務士法人 代表社員 坂本 直紀

### □「4原則」定着化のために

少子高齢化による労働力人口の減少が懸念されるなか、優秀な人材の確保・定着は会社にとって重要な課題となっています。一方で、最近ではハラスメント、過重労働等により労使間でトラブルになり、なかにはブラック企業として問題視されるケースも出てきています。これでは、優秀人材の確保・定着を図ることは、とても難しいといえます。

重要なことは、会社が社員を大切にし、社員の会社への感情を良くしてもらうことです。すなわち、社員が会社に良い感情を抱けば、社員の会社への帰属意識が醸成され、会社への貢献意欲が高まります。その結果、会社の業績にもプラスの影響が出てくることが期待できます。

そして、社員が会社に良い感情を抱いてもらうには、本稿で述べている4つの原則が社内で当たり前のように実施されていることが、とても有効になります。ぜひ、最後までお読みいただき、良好な職場環境を形成するうえでのご参考としてください。

### 目次

#### 1 労務管理リスクの高まり

- 1-1 ブラック企業として糾弾されるリスク
- 1-2 行政・裁判における対応リスク

#### 2 非金銭的報酬の重要性

- 2-1 人は必ずしもお金で動くとは限らない
- 2-2 仕事の満足に関わる動機づけ要因

#### 3 良好な職場環境を形成する4原則

- 3-1 名前を覚える、名前を言う
- 3-2 あいさつする
- 3-3 ほめる
- 3-4 感謝する

#### 4 社内制度例

- 4-1 サンクスカード制度
- 4-2 家族への感謝制度
- 4-3 社員の自己啓発支援制度
- 4-4 様々なオリジナル休暇制度

#### 5 感謝の仕組み化へ



●坂本 直紀（さかもと なおき）

http://www.sakamoto-jinji.com/  
特定社会保険労務士、中小企業診断士、公益財団法人21世紀職業財団認定セクシュアルハラスメント・パワーハラスメント防止コンサルタント、坂本直紀社会保険労務士法人代表社員  
人事労務顧問、就業規則、メンタルヘルス・ハラスメント研修を中心に企業の人事労務管理を支援している。  
著書：『職場のメンタルヘルス対策の実務 第2版』（民事法研究会 編著）、『労働関係法改正にともなう就業規則変更の実務』（清文社 共著）等がある。  
セミナー：「残業問題徹底対策セミナー」（公益財団法人川崎産業振興財団）、「メンタルヘルス対策セミナー」（燕商工会議所）等多数実施している。

## 1 労務管理リスクの高まり

### 1-1 ブラック企業として糾弾されるリスク

インターネットが普及した今日におきましては、企業の労務管理が不適切であり、社員に対して問題ある対応をしていますと、ある日、突然ブラック企業として名指しで批判されるリスクが高くなっています。

この理由は、次の通りです。

#### (1) 労働者が労働法等に詳しくなっている

労働法は、労働基準法が代表的ですが、その他にも労働安全衛生法、雇用保険法等の様々な法律があります。

こうした法律の内容について、社員1人ひとりが理解するのは困難な面があり、仮に企業が法違反を行い、社員に不利益なことが生じても、これまでは大きなトラブルにつながりにくい面がありました。

しかし、今は違います。インターネットにより、社員は労働法に関する情報に容易にアクセスできるからです。

例えば、以下のようなことがありますと、社員はインターネットで調査し、必要に応じて弁護士や外部の労働組合等を通じて争うことも不思議ではなくなりました。

- 急に解雇だと言われた。理由はよく分からない。
- 残業しているにもかかわらず、残業手当が支給されない。
- 上司の嫌がらせを受け、精神的苦痛を受けた。
- フルタイムで長期間勤務していたにもかかわらず、退職後、失業手当が出ない。

#### (2) インターネットで拡散する

インターネットの怖いところは、例えば、2ちゃんねる、ブログ等に書き込みをされますと、その内容が一気に拡散することです。

例えば、先日、あるエステ会社で勤務していた女性社員が損害賠償を提訴した事件がありました。最終的には和解になりましたが、インターネット上では、このエステ会社の労務管理の問題点を浮き彫りにするようなかたちで、様々な記事を掲載していました。

しかも、記事の末尾には、FBやツイッターのボタンが設置されており、記事を拡散する仕組みが設けられています。さらに、2ちゃんねるにはスレッドが立っており、多くのコメントが書かれている状況でした。

こうしたことにより、ブラック企業として名指しされれば、悪い噂は一気に広がり、企業イメージに悪影響を及ぼすことは必至です。

従って、不適切な労務管理を行い、社員を傷つけるような行為は、何としてでも回避すべきといえます。

## 1-2 行政・裁判における対応リスク

また、厚生労働省や裁判所もブラック企業に対して厳しく対応しています。この点について、具体的に見ていきましょう。

### (1) 厚生労働省

今年の5月18日より、社会的に影響力の大きい企業が違法な長時間労働を複数の事業場で繰り返していると、経営トップに対して、全社的な早期是正について指導するとともに、その事実を公表する制度が始まりました。

また、パワーハラスメントについても、『パワーハラスメント対策導入マニュアル』を作成し、パワーハラスメント対策支援セミナー（委託先:株式会社東京海上日動リスクコンサルティング）を7月から全国で開催しています。なお、私も講師として依頼を受けており、複数回、会場にてお話しています。

このように、ブラック企業の典型ともいえる「長時間労働」「パワーハラスメント」に対して、厚生労働省は真剣に取り組んでおり、もし、企業が、こうした問題を発生させますと、労働基準監督署において厳しい監督指導が行われるリスクが生じます。

### (2) 裁判

ブラック企業といわれる企業を被告として、裁判が行われますと概ね企業に対して厳しい判決が下されます。以下に示しますのは、長時間労働、パワハラにより社員が自殺したことに関する今年の裁判例です。いずれも、高額の損害賠償の支払いを命じています。

また、あえて、ここでは会社名を記載していませんが、裁判では会社名も公表されます。こうした事件が明るみに出ますと企業イメージの失墜につながることは明白です。

#### <長時間労働>

事件の概要	判決
昼夜連続勤務や休日労働が恒常化し、ある月の時間外労働は、月254時間に達していました。社員は、長時間労働が原因でうつ病に罹患し、自殺しました。	大阪地方裁判所は被告に対して約1億円の支払いを命じました。

#### <パワハラ>

事件の概要	判決
上司は、業務成績を上げるよう男性を繰り返し叱責しました。職場の歓送迎会から帰宅する際に車の中で殴ったり蹴ったりしました。その後もノルマ達成を厳しく求め、男性は自殺しました。	甲府地方裁判所は、パワハラと自殺の因果関係を認め、被告に対して約3,400万円の支払いを命じました。

## 2 非金銭的報酬の重要性

### 2-1 人は必ずしもお金で動くとは限らない

#### (1) 給料を支払うことで満足していることが多い

これまで、ブラック企業としてのリスクを解説してきました。ブラック企業であることを防ぐには、会社と社員間において良好な関係を構築することが大切になります。

このようにお話すると、「わが社は、社員に対して、きちんと給料を支払っているので関係は良好だ」等の意見を聞くことがあります。

中小企業の経営者ほど、この傾向は強いものがあります。この理由ですが、中小企業の経営者、特に創業者は資金繰りの苦勞をなされた方が多く、お金の大切さを身に染みて実感しているからだと感じています。

従って、給料を社員に支払うことは、経営者にとって大変なことであり、言い換えれば、給料をきちんと支払うことで、会社としてはきちんと責任を果たしていると思われま

#### (2) 伝説の求人広告

ただ、残念ながら、人は必ずしもお金で動くとは限りません。

以下に示しますのは、探検家のアーネスト・シャクルトン卿が南極探検の仲間を募るために、1914年にロンドンの新聞に出した広告です。

求む男子。至難の旅。わずかな報酬。極寒。暗黒の長い月日。絶えざる危険。生還の保証無し。成功の暁には名誉と賞賛を得る。

これを、現代の企業の求人広告にしますと以下のような感じになります。

1. 男性限定
2. 報酬はわずか
3. 新規ビジネス
4. 過勞死、事故死の危険性あり
5. 成功した場合は、大スター

1から4を見ますと最悪の労働条件です。命の保証がない危険な仕事でありながら、報酬はほとんどもらえません。常識的に考えれば、誰も応募してこないと考えてしまいます。

しかし、世界中から応募が殺到。女性や15歳の少年も含めて、約5,000名の参加志望の手紙が舞い込みました。

ポイントは、5です。南極という未知の世界が大きな魅力となったのでしょう。

このように、人は必ずしもお金や良い労働条件で動くとは限らず、人は、本当に心を動かされたときに、思いがけない行動に出ることが分かります。

## 2-2 仕事の満足に関わる動機づけ要因

### (1) ハーズバーグによる「動機づけ衛生要因理論」

以上の通り、人は必ずしもお金で動くとは限りません。

しかし、だからといって、支払う報酬をケチっていいかというわけではありません。

以下に示しますのは、アメリカの臨床心理学者ハーズバーグによる「動機づけ衛生要因理論」における動機づけ要因と衛生要因です。

	動機づけ要因	衛生要因
意味	この要因が十分であるときに、人は意欲が高まります。	この要因が不十分なときに、人は不満足と感ずるというものです。
具体例	仕事内容、達成感、承認、責任、昇進、成長の可能性	会社方針、職場環境、給与、対人関係

この理論の特徴は、社員のやる気を引き出すためには、衛生要因を満たすだけでは足りず、動機づけ要因についても重要視していくものです。

すなわち、いくら給料を社員に多く支払いましても、動機づけ要因が満たされなければ、社員のやる気が高まるとは限りません。

先ほど、述べた通り、中小企業の経営者は、社員に支払う給料に関する意識は比較的高いのですが、一方で社員とのコミュニケーションが不足していることを、よく感じます。

なかには、「こんなに給料を払っているのに、なんで会社に不満があるのだ」等と悩まれ、場合によっては、給料が比較的高いのに、社員が離職することも珍しくありません。

このため、動機づけ要因について、適切に対応することが大切になります。

しかし、一方で、動機づけ要因だけを満たしても、衛生要因についても、適切に対応していなければ、従業員の不満が高まります。

こうしたことから、動機づけ要因と衛生要因のバランスを適切に保つことが重要です。

### (2) 適切な評価と処遇

以上の観点から見ますと、同業他社と比較して、高額な給料を支払うことは、さほど優先順位は高くなく、むしろ適切な評価と処遇が重要です。

すなわち、すべての社員が、会社から高い評価を受けて、これまで以上の処遇、つまり昇給されていることが理想的です。

そのうえで、例えば、社員のやる気を高めるために、昇給通知を渡すときに、「昨年は、とてもよく頑張ってくれて、ありがとう。〇〇さんの仕事ぶりが評価され、昇給することが決定しました。今年も、よろしく願います」と述べて、動機づけ要因である、達成感、承認、責任等を満たし、会社への帰属意識、貢献意欲を高め、その結果、会社の業績の向上に結びつけていくことが、あるべき姿です。

こうした対応は、次ページ以降記載の良好な職場環境の形成の4原則につながります。



### 3 良好な職場環境を形成する4原則

そして、社員との円滑なコミュニケーションを図る方法ですが、まずは、次の4つのことについて、社内で当たり前のように行われていることが大切です。以下、説明します。

1. 名前を覚える、名前を言う
2. きちんとあいさつする
3. ほめる
4. 感謝する

#### 3-1 名前を覚える、名前を言う

##### (1) 名前を覚えないことを正当化してはいけない

ときどき、人事担当者等から、以下のような話を聞くことがあります。

- 入れ替わりが頻繁なアルバイトについて、名前を覚えることはできない。
- 掃除に来ている外部の人についてまで名前を覚えなくてもよいのではないか。

このように、「アルバイトだから」「外部の人だから」等の理由を述べ、名前を覚えないことを正当化していますが、これではいけません。

##### (2) 名前を覚えることの大切さ

自己啓発書で世界的に著名なデール・カーネギーは、著書『人を動かす』の中で、名前を覚えることの大切さについて、次のように述べています。

名前は、当人にとって、もっとも快い、もっともたいせつなひびきを持つことばであることを忘れない。

名前を呼ばれますと、自分が認められたと感じる効果があり、呼んでくれた人に親近感を抱きます。従って、どのような立場の人であっても名前を呼ぶことは大切です。

##### (3) 名前を覚えるための工夫

ある通販大手企業の元経営者は、「会社が少し大きくなって、新しい社員が増えてくると、全員の名前を覚えるのは大変かもしれませんが、私は名前で声をかけるようにしています」と考え、名前を覚えるために、社内で名前当てゲームをしていました。

例えば、異動してきた社員に前に出てもらい、「これからあなたたちが、名前を知らなかったスタッフに自己紹介をしてもらいますから、全員の名前を覚えてください」と言い、スタッフをランダムに指さして、「この人は誰？」と聞いていきました。

また、自民党の前幹事長の石破茂氏も、幹事長時代は、衆院選で初当選した議員の顔と名前を覚えるための「新人議員カード」を安倍晋三首相ら党幹部に配りました。

カードは名刺大の大きさで、表に顔写真を印刷、裏に氏名や略歴、衆院選の得票数を記述することで、英単語を暗記するかの要領で覚えるようにしています。

このように、工夫して名前を覚えるように取り組むとよいでしょう。

## 3-2 あいさつする

### (1) あいさつの重要性

きちんと用件さえ伝われば、「あいさつをしても、しなくても」たいした違いはないと思っていないでしょうか。確かに、あいさつがなくても、例えば、「この商品をください」「1,000円です」と答えれば、あいさつがなくても、取引は成立します。

しかし、あいさつで人間関係がうまくいったり、いかなかったりします。

それは、あいさつが明確な内容を持たない言葉ですので、あいさつする人の心がそのまま表面に表れ、相手に「心の中」が見えてしまうからです。

従って、「いいあいさつをされた」と、あいさつをされた人が受け取りますと、その人から「いい気持ちをもたらした」と感じるようになります。

### (2) ビジネスにおけるあいさつ

ビジネスの世界でも、あいさつは人間関係の潤滑油です。従って、あいさつをすることも仕事の一部といえます。

もし、いいかげんなあいさつをしていますと、場合によっては仕事の能力や人格が疑われてしまい、仕事そのものに影響することもあるでしょう。

一方、あいさつが、きちんとできる人は、社内外を問わず、信頼できる人と評価されることにつながります。

### (3) 「名前」と「あいさつ」をセットにして対応

例えば、ある学習塾は、コピー機の点検に来るサービス・スタッフに名前を呼んであいさつしています。社員が皆、「〇〇さん、御苦労さまです」と声をかけます。あるサービス・スタッフは「こんな対応してくれるところは他にはない。うちにも子供がいるが、この塾なら安心して子供を任せられます」と感心していました。

このように社内のみならず、外部の方にもきちんと対応することで、売上に結びついたり、良い口コミが広がります。

### (4) あいさつ例

以下に示しますのは、あいさつの引き出しの例です。ご参考としてください。

感謝する	ありがとうございます
あやまる	申し訳ございません
恐縮する	おそれいりますが
待ってもらう	お待ちいただけますか
何かを引き受ける	承知いたしました、かしこまりました
席を立つ	少々失礼いたします
ねぎらう	おつかれさまです、ごくろうさまです

### 3-3 ほめる

#### (1) ほめられることの喜び

誰でも人にほめられると嬉しいものです。人はほめられることでドーパミンという脳内物質が分泌されるといわれています。この物質は精神を安定させ、気分を高める効果があります。その結果、ほめられると快感が得られます。

また、ドーパミンは人が行動を起こすための活力になるといわれています。従って、部下に対してほめることで、部下は自ら考えて次の行動をとることが期待できます。

#### (2) 第三者を介してほめる

このようにほめることは有効ですが、面と向かってほめることは難しいものがあります。

そこで、ほめることの方法として、第三者を介してほめることがあります。第三者を介してほめるとは「発信者」「中継者」「受信者」の関係です。具体例は、次の通りです。

A部長（発信者）→B主任（中継者）

「Cさんは、最近お客様からの評判が良いようだね。仕事のスピードも速くなったし、本当に成長してきたなあ」

別の日 B主任（中継者）→Cさん（受信者）

「A部長が、Cさんのこと、最近、お客様からの評判が良く、それから仕事のスピードも速く、本当に成長してきたと感心していたよ」

以上の通り、A部長がCさんのことをほめていたことを、CさんがB主任から聞くことになります。このとき、Cさんは、「A部長が自分の仕事ぶりを評価してくれている」ことが分かり、とても嬉しい気持ちになります。また、第三者のB主任から聞いているので、お世辞ではなく、内容に信憑性があると感じます。

#### (3) メールでほめる

以下に示すのは、営業先での商談に対して結果を出せた場合のメール文例です。

伊藤さん

ご苦労様です。大田です。

〇〇株式会社の件、報告読みました。正式受注おめでとう。

先方への提案書や活動日報を見るにつけ、伊藤さんは全力で頑張っていると感じました。しっかりした仕事ぶりに感心しています。

これからも頼りにしています。

面と向かってほめることは難しいのですが、メールでは、比較的ほめやすいのではないのでしょうか。このように具体的にほめられると嬉しいものです。また、ほめられたメールは残っていますので、後で見返すと気分がいいものです。



### 3-4 感謝する

#### (1) 感謝の重要性

自分の持っている幸せに気づく方法に、感謝することがあります。

感謝することは、その存在をありがたいと思うことです。また、それがあるお蔭で自分が助けられていると思うことです。「感謝」は自分自身が持っている幸せを引き出してくれます。「ありがたい」と心から思うことで幸せな気分になります。

#### (2) 感謝の肉体的・精神的効果

様々な研究で、感謝は次のように心理的・肉体的効果がある結果が出ています。このように感謝の気持ちは、健康面でプラスに寄与します。

##### <心理的効果>

自分が受けている恩恵を1つずつ確認することで、92%の人が以前より幸せだと感じるようになりました。

##### <肉体的効果>

感謝の心を持つことで性格が優しくなり、憎悪等の感情から解放されます。こうしたことから、感謝の心を持っている人は、寿命が7年くらい長くなるようです。

#### (3) 大切な言葉「ありがとう」

そして、感謝を伝える代表的な言葉は「ありがとう」です。

この「ありがとう」が社内で当たり前のように飛び交っていれば、職場環境が良好になります。なぜならば、日本人は「ありがとう」と言われることが、大好きだからです。

例えば、住友生命が、2010年に「あなたを笑顔にしてくれる言葉は何ですか？」というアンケートを実施しました。第1位「ありがとう」(48.4%)、第2位「大好き」(9%)、第3位「愛している」(2.5%)でした。ありがとうが、圧倒的に高い結果が出ています。

また、NHK放送文化研究所の調査でも、「日本人の好きな言葉」第1位が「ありがとう」(67%)でした。

#### (4) 感謝を伝える社内制度

「ありがとう」が社内で飛び交えば、社内での人間関係はよくなることは明白です。

一方で、ほめることと同様に、人によっては、なかなか「ありがとう」と感謝の言葉を述べることは難しい面があります。

そこで、多くの会社では、「感謝」に関する様々な制度を導入しています。

いわば、強制的に「感謝」を伝えなければいけない仕組みです。

その代表格が「サンクスカード制度」です。この制度については、次ページで取り組み事例を紹介します。

## 4 社内制度例

### 4-1 サンクスカード制度

#### (1) サンクスカードとは

サンクスカードは、「感謝カード」「ありがとうカード」のような呼び方もあります。いわば、感謝を伝えるためのツールです。

例えば、「いつも、私に行動力を与えてくれてありがとう」「いつも素敵なスマイルありがとう」といったメッセージを感謝する相手に渡します。

そして、このカードが社内で飛び交うほど、感謝が飛び交うことになりしますので、良好な職場環境の形成につながります。

このサンクスカードは、多くの企業で実施されていますが、各企業において独自の取り組みをしていますので、以下の通りご紹介します。

#### (2) サンクスカードで名前を覚え、表彰の対象とする

ホワイトボードの下に社員1人ひとりの写真を貼り付けています。そして、その下に透明なポケットを付けています。

例えば、仕事で世話になったときに、「〇〇ありがとう」のメッセージを付箋に記入してポケットに貼り付けたり、お菓子をポケットに入れる場合もあります。

そして、この情報が他の社員に伝わることで、写真がありますので名前と顔を早く覚えることができます。

毎週金曜日には、サンクスカードを最も多くもらった人がスピーチを行います。カードをたくさん取得すれば、社内表彰の対象にもなります。

#### (3) サンクスカードの掲示板貼り出しとノルマ化

サンクスカードに他の社員への感謝の言葉を書いて、本人に渡します。

そして、本人に渡った後のサンクスカードは回収されて、社内掲示板に貼り出されます。

また、一定の役職以上の社員に対しては、月に20枚以上のサンクスカードを書くことが義務化されています。

#### (4) サンクスカードで寄付活動

いつも世話になっていたり、仕事上で助けてもらった社員に対して、サンクスカードに感謝の気持ちを記載して手渡します。

そして、カードは1ヵ月単位で集計されます。

会社はカード1枚について10円を「あしなが育英会」に寄付しています。

## 4-2 家族への感謝制度

### (1) 家族への感謝の重要性

先ほどのサンクスカードのように、社内の人たちに感謝の気持ちを示すことは重要ですが、さらに一步進んで社員の家族にも感謝の気持ちを示すことが有効です。

社員の家族に対して感謝の気持ちを示すことで、家族は会社に対して良い感情を抱きます。その結果、次のような効果が期待できます。

#### <いざというとき、会社の味方になってくれる>

例えば、社員が会社に対して不満を感じてしまい、退職を考えていたり、トラブルになりそうな場面でも、家族が会社の考え方に対して理解を示し、社員の説得に協力してくれるかもしれません。

#### <社員を紹介してくれる>

会社に対して良い感情を抱いていたら、例えば、親戚等の方を社員として紹介してくれるかもしれません。また、「うちの子供が勤務している会社は、とても良い会社だ」等と言って宣伝してくれることも考えられます。

多くの会社では、家族へ感謝を伝える様々な制度を導入していますので、以下の通り、紹介します。

### (2) 家族感謝祭

会社設立日前後の休日に開催します。家族、彼氏・彼女を交え、社員全員がコミュニケーションを深めます。

会社近くのレストランで全員が会食し、その後は、会社に移り、社員全員が1人ずつ家族に感謝の言葉を伝えていきます。息子の言葉に涙する親の姿も見られることがあります。

### (3) 親孝行月間

毎年4月を親孝行月間としています。4月1日に社長が「寸志」と書かれた封筒を社員全員に渡します。その額は1万円です。

正社員だけでなく、契約社員やパート社員も含めた全社員が対象です。

社員は1万円をどのように使ったかを文書で報告することになっています。親孝行のためならどう使おうと自由です。

### (4) 配偶者の誕生日にフラワーアレンジメント

配偶者の誕生日に、季節に合わせたフラワーアレンジメントを贈っています。

社員が日々業務に邁進できるのも、社員を支える配偶者の存在があってこそだと考えています。そして、配偶者に対して感謝の気持ちを表すため、毎年実施しています。

### 4-3 社員の自己啓発支援制度

#### (1) 自己啓発支援の重要性

良好な職場環境を形成する4原則について、取り上げてきましたが、これらの内容が社内で実施されていれば、会社が社員のためを思って実施する様々な制度が生きてきます。

ここでは、自己啓発支援制度を紹介します。優秀な社員ほど、自己の成長発展に強い関心を示しています。こうしたことから、退社後や休日を利用して専門学校に通い、自助努力を通じて資格取得に励む社員も多くいます。

このような社員の能力開発につながる行動を会社が支援することは、優秀な社員のモチベーションの向上の観点から有効です。

自己啓発支援では、業務に関係する資格取得や通信教育受講に関する支援が代表的ですが、ここでは、以下に示す通り、ユニークな自己啓発支援制度事例を紹介します。

#### (2) 社外交流支援

社外ネットワークを構築するための支援として、月に1回まで社外の人とのランチ代を支給しています。

会社が提携する研修やセミナーへの参加を、業務内でも無料で参加できます。

#### (3) 読書感想文で図書券支給制度

社員に読書を通じて、様々なことに気づいてもらうことを会社が応援するために設けた制度です。

社員が、休憩室等にある本を読んで感想文を書いて会社に提出すると、図書カードまたは商品券を進呈いたします。

#### (4) 東京への往復交通費支援による自己啓発制度

山梨が所在地の会社ですが、東京への往復の交通費を、月2回まで会社が支援する自己啓発制度を設けています。

スタッフが東京方面へ出向く機会を増やすことが必要であると考え、設けた制度です。休日などの自分の時間を使って、様々な情報が集中する東京を散策し、何らかの仕事のヒントを見つけてくることを目的としています。

美術館やスポーツ観戦に出かける等、どこに行ってもよいとしています。

#### (5) 業務と直接関係ない資格取得支援

社員が取得した「資格」に毎月手当を支給します。

対象となる資格は「漢字能力検定」など、業務とは直接関係ないものでもOKです。

本社食堂には、「スキルボード」と題した掲示板があり、社員の名前と取得した資格が隙間なく書き込まれています。

## 4-4 様々なオリジナル休暇制度

### (1) 本来は必要に応じて有給休暇を取得することが理想

労働基準法により、会社は社員に対して、有給休暇の付与が義務づけられています。この有給休暇を必要に応じて社員が取得し、残すことなく消化していくことが理想的です。

ただ、一方で厚生労働省の平成26年就労条件総合調査結果によりますと、有給休暇の取得率は48.8%であり、まだまだ、十分に有給休暇を取得できている状況とはいえません。

やはり、私用での有給休暇という点、「職場に迷惑がかかる」「職場の雰囲気取得しにくい」等により、遠慮がちになってしまう面があると思われます。

### (2) オリジナル休暇制度

そこで、以下に示します通り、会社がオリジナル休暇制度を導入して、休暇の取得を促進する取り組みが見られます。なかには、ユニークな休暇制度もありますが、若い社員が多い会社では、ある程度遊び心がある休暇制度を取り入れてもよいかもしれません。

### (3) 理容室・美容室休暇

月に1回、理容室・美容室で施術を受けるために半日休暇が取れます。

この休暇は、理容院で受けられるシェービングや、美容院で受けられるネイルやヘッドスパでも取得することができます。

### (4) スクールイベント休暇

子供の運動会や授業参観など、学校行事への参加を理由に年2回取得できる制度です。スクールイベント休暇は、正社員だけでなく、アルバイトや契約社員も対象です。

希望する取得日の前月上旬までに申請します。上司は勤務シフトを調整して休暇を取れるようにします。

### (5) 墓参り休暇制度

年に2回、墓参りを理由に休暇を付与する制度です。

この制度は社員からも好評で、学生時代から長年途切れていた家族との縁が復活した社員もいます。取得率は、9割超になります。

### (6) 親孝行休暇

「親孝行」をすることが休暇を取得する条件です。

休暇を取得した社員は、取得した翌週の月曜日朝に行われる全社の朝会の場で、その活動内容を報告します。

親孝行の話聞くことで、ほかの社員の気持ちも温かくなる効果が出ています。



## 5 感謝の仕組み化へ

これからは、前半で解説したブラック企業と後半で取り上げた社員および社員の家族を大切に  
する会社とでは、企業の業績において大きな差が出てくることは間違いありません。

そもそも企業の経営資源における「ヒト」・「モノ」・「カネ」・「情報」の中で、最も重要なのは  
「ヒト」すなわち社員です。

なぜならば、資金を調達したり、運用するのは社員であり、製品を製造・販売するのも社員、  
適切な情報を入手し、活用するのも社員だからです。

従って、社員が会社に対して良い感情を抱くのと悪い感情を抱くのとでは、会社の業績に大き  
く影響を与えることは必然です。

そして、社員が会社に対して良い感情を抱いてもらうには、これまで説明してきました4原則  
(①名前を覚える、名前を言う、②きちんとあいさつする、③ほめる、④感謝する)が、社内で  
根付いていることが重要です。

そのうえで、後半に説明しました資格取得支援制度、オリジナル休暇制度等、社員を思いやる  
制度を設けていけば、効果的です。

最後に4原則を実施するうえでの留意点を説明します。

### (1) あまりお金をかける必要はない

極端なことをいえば、4原則については、本人の気持ちの問題ですので、基本的に費用が発生  
するものではありません。

ただ、社内制度化し、軌道にのせるには一定の費用をかけることも考えられます。その場合でも、  
負担にならない程度とし、初めはできることから小さく行います。

### (2) 距離を短くすることを意識する

ここでの距離とは、物理的な距離ではなく、心理的な距離を意味します。例えば、「上司と部  
下との距離」「同僚間の距離」であり、この距離を短くすることを意識します。

例えば、あいさつする場合、目を見て、相手に聞こえるように、笑顔であいさつします。相手  
が部下であれば、上司との心理的距離が短くなり、相談しやすい雰囲気ができます。

### (3) 社員のメンタルヘルス不調、ハラスメントの予防につながることを理解する

メンタルヘルス不調は「心の病」ともいわれます。「心の病」を防ぐには、「楽しい」「嬉しい」  
気持ちを感じることが有効です。4原則は、こうした気持ちを生み出します。

また、ハラスメントは、精神的・身体的苦痛を与える行為ですが、4原則の内容は、まさに真  
逆の行為です。従って、4原則が社風として根付いていけば、ハラスメントのような行為が発生  
しにくい雰囲気が形成されます。

ぜひ、今回の内容をご参考にしていただき、会社も社員もお互いに幸せになることができるよ  
うに前向きに取り組んでください。