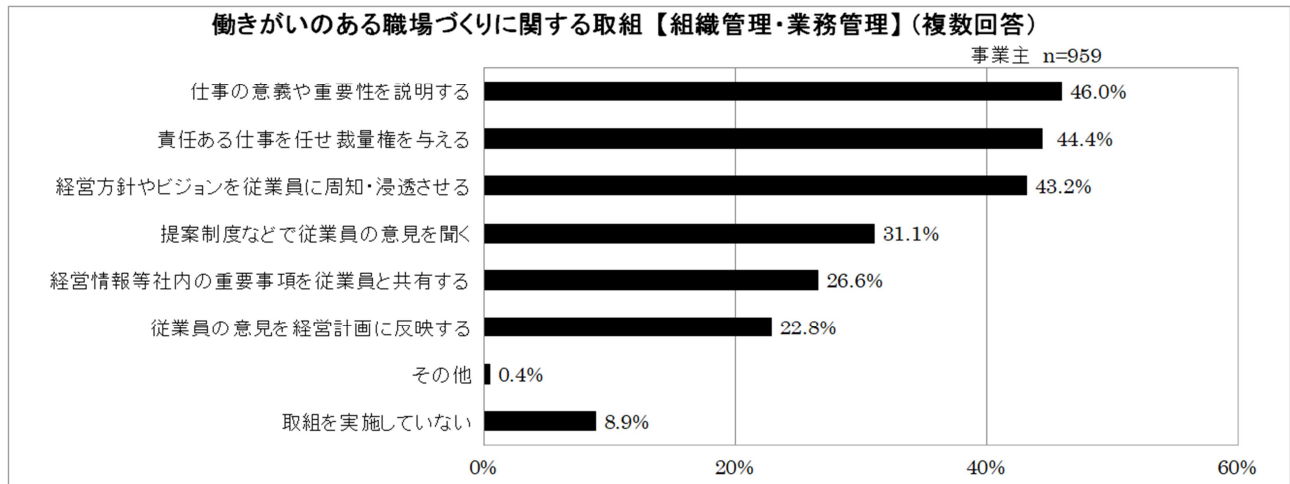


(2) 働きがいのある職場づくりに関する取組について

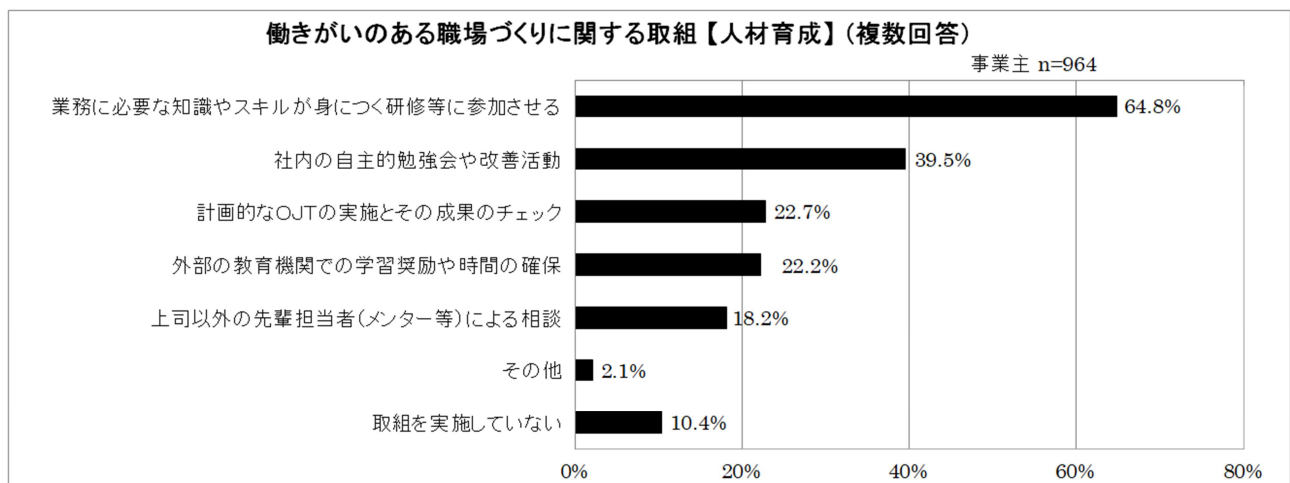
ア 働きがいのある職場づくりに関する取組 【組織管理・業務管理】

働きがいのある職場づくりに関する取組のうち、「組織管理・業務管理」については、「仕事の意義や重要性を説明する」が46.0%で最も多く、次いで「責任ある仕事を任せ裁量権を与える」(44.4%)などとなっています。



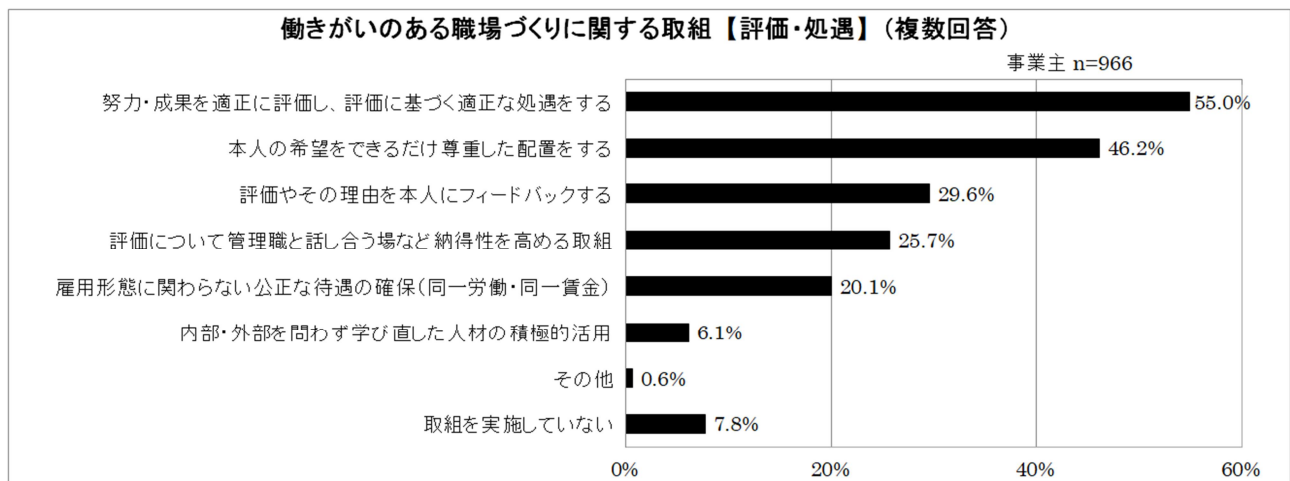
イ 働きがいのある職場づくりに関する取組 【人材育成】

働きがいのある職場づくりに関する取組のうち、「人材育成」については、「業務に必要な知識やスキルが身につく研修等に参加させる」が64.8%で最も多く、次いで「社内の自主的勉強会や改善活動」(39.5%)などとなっています。



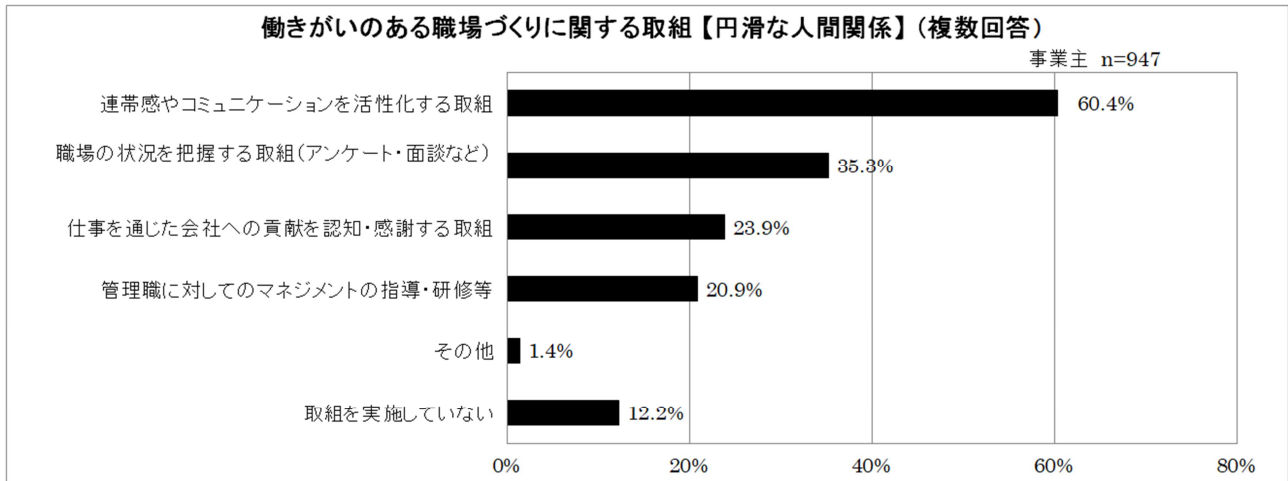
ウ 働きがいのある職場づくりに関する取組 【評価・処遇】

働きがいのある職場づくりに関する取組のうち、「評価・処遇」については、「努力・成果を適正に評価し、評価に基づく適正な処遇をする」が55.0%で最も多く、次いで「本人の希望をできるだけ尊重した配置をする」(46.2%)などとなっています。



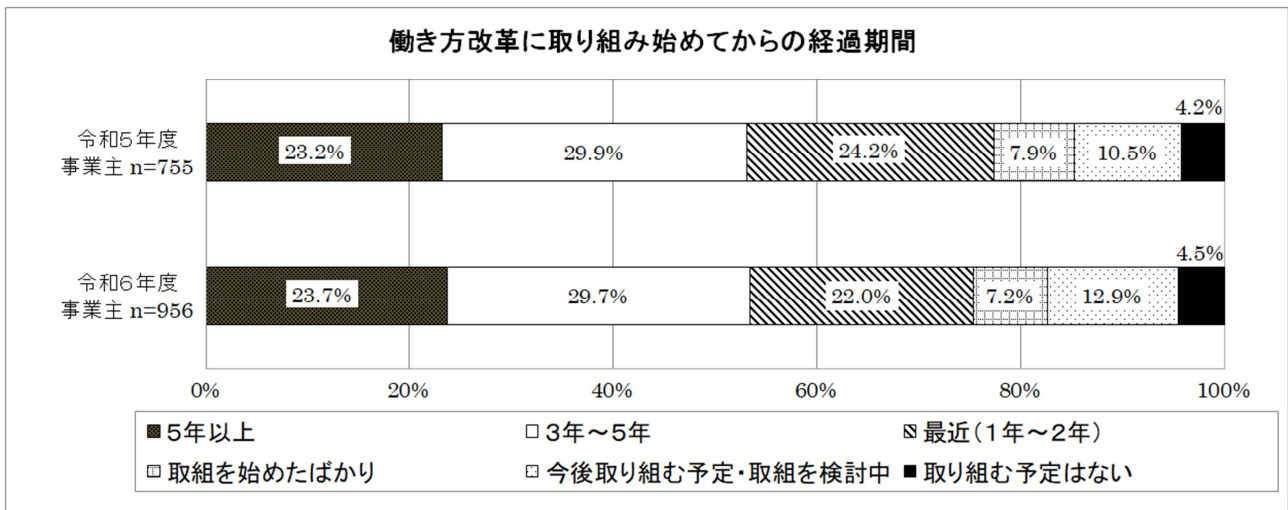
エ 働きがいのある職場づくりに関する取組 【円滑な人間関係】

働きがいのある職場づくりに関する取組のうち、「円滑な人間関係」については、「連帯感やコミュニケーションを活性化する取組」が60.4%で最も多く、次いで「職場の状況を把握する取組（アンケート・面談など）」（35.3%）などとなっています。



(3) 働き方改革に取り組み始めてからの経過期間

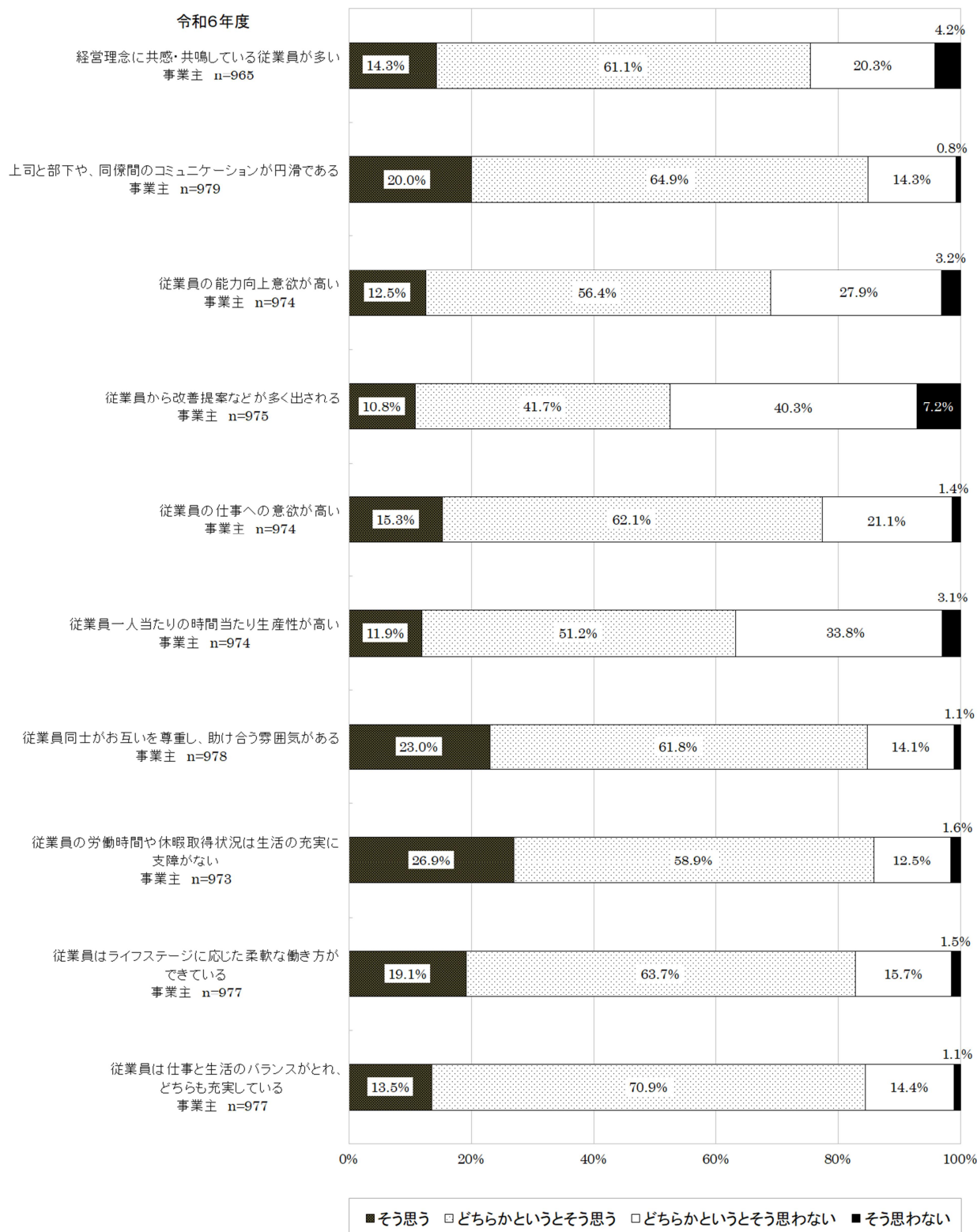
働き方改革に取り組み始めてからの経過期間については、「3年～5年」が29.7%で最も多く、次いで「5年以上」（23.7%）などとなっています。



(4) 働き方改革に対する現在の従業員の状況

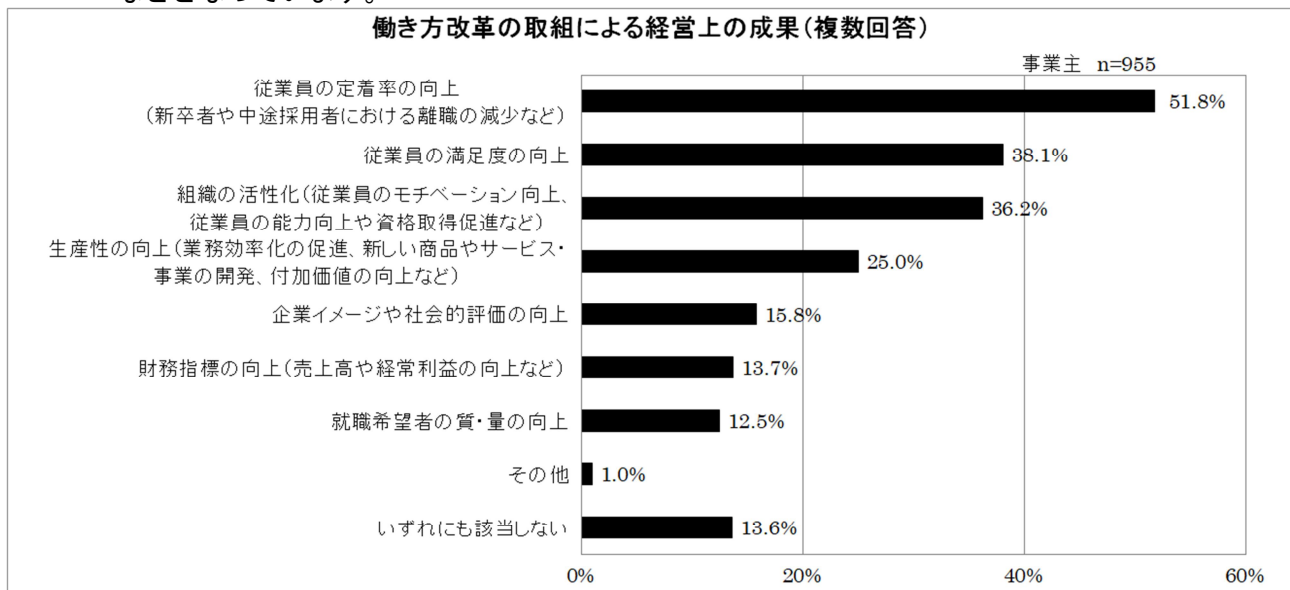
働き方改革に対する現在の従業員の状況については、「従業員の労働時間や休暇取得状況は生活の充実に支障がない」と回答した事業主が、「そう思う」(26.9%)と「どちらかというと思う」(58.9%)を合わせて85.8%と最も多くなっています。

働き方改革に対する現在の従業員の状況



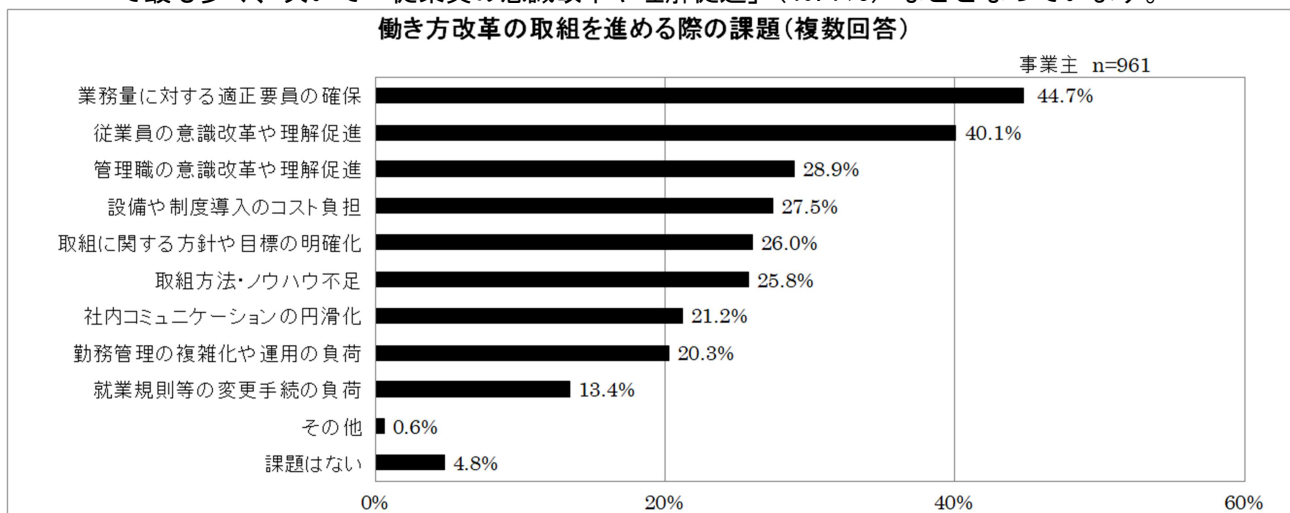
(5) 働き方改革の取組による経営上の成果

働き方改革の取組による経営上の成果については、「従業員の定着率の向上（新卒者や中途採用者における離職の減少など）」が51.8%で最も多く、次いで「従業員の満足度の向上」（38.1%）などとなっています。



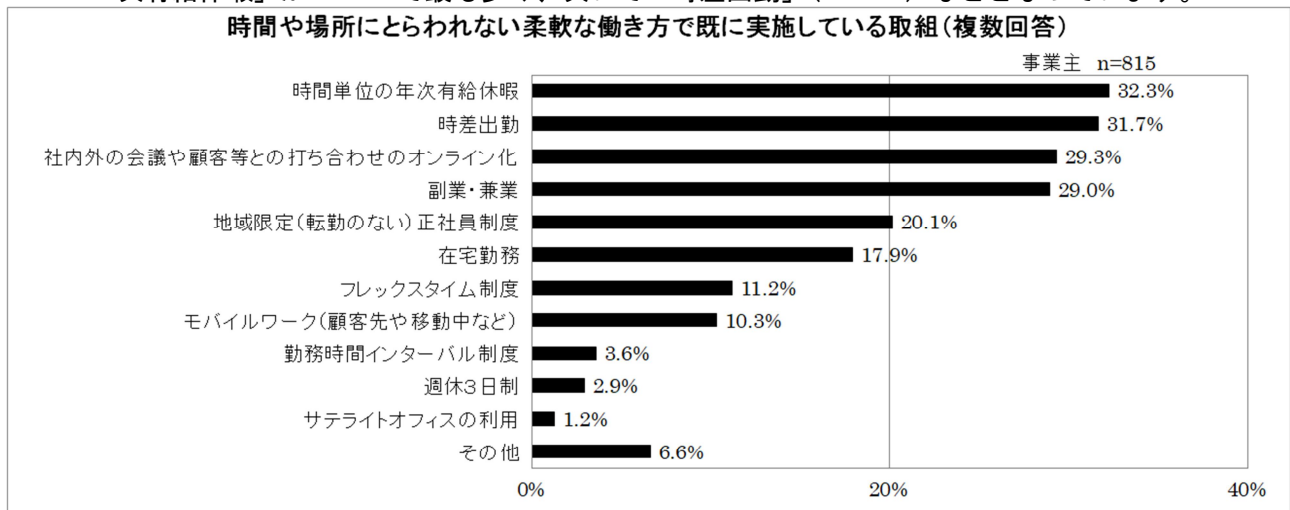
(6) 働き方改革の取組を進める際の課題

働き方改革の取組を進める際の課題については、「業務量に対する適正要員の確保」が44.7%で最も多く、次いで「従業員の意識改革や理解促進」（40.1%）などとなっています。



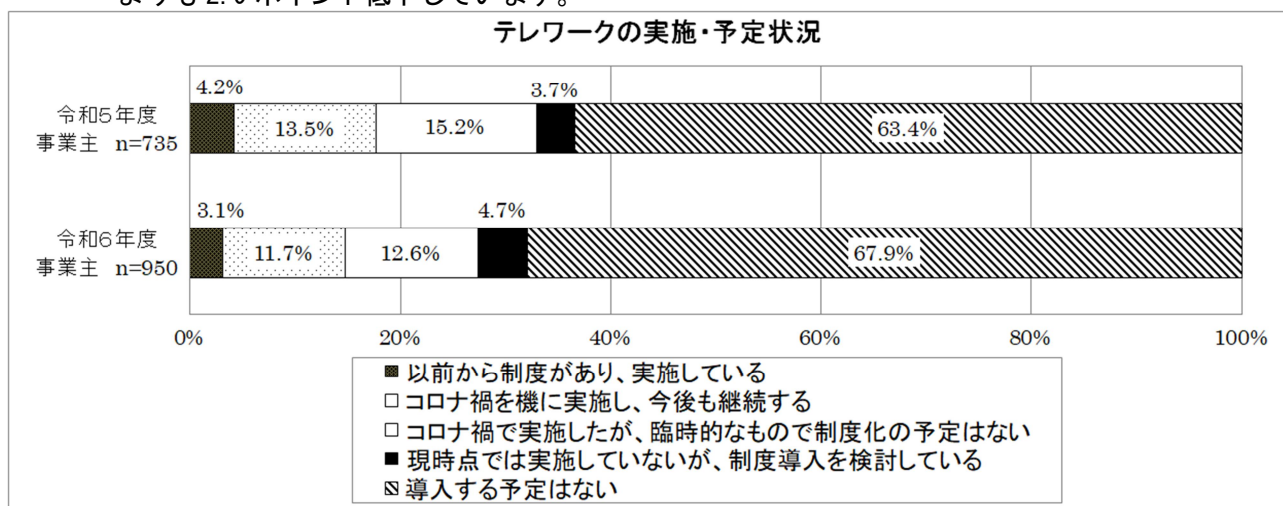
(7) 時間や場所にとらわれない柔軟な働き方で既に実施している取組

時間や場所にとらわれない柔軟な働き方で既に実施している取組については、「時間単位の年次有給休暇」が32.3%で最も多く、次いで「時差出勤」（31.7%）などとなっています。



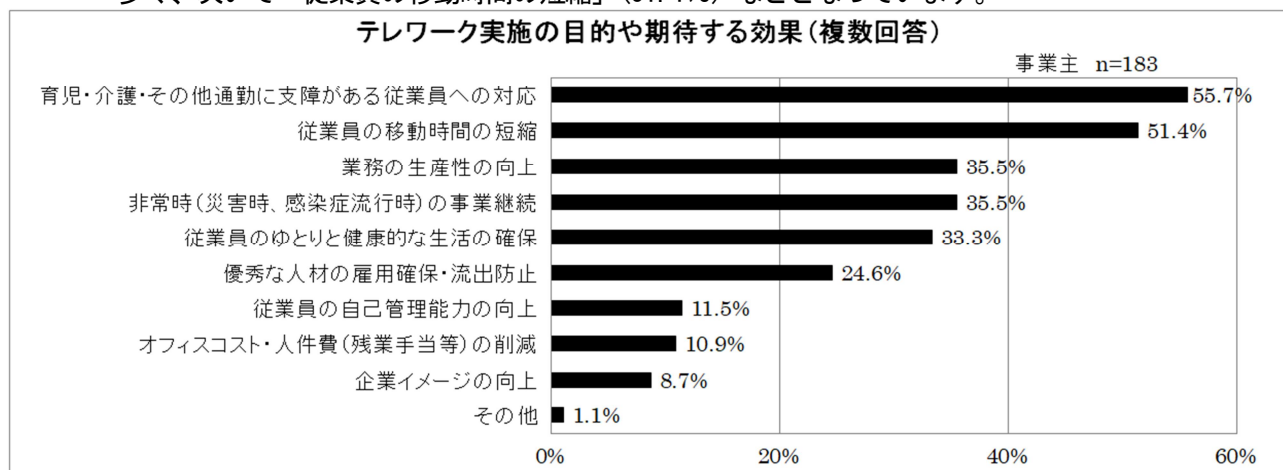
(8) テレワークの実施・予定状況

テレワークの実施・予定状況については、「以前から制度があり、実施している」(3.1%)「コロナ禍を機に実施し、今後も継続する」(11.7%)と回答した事業主が14.8%で、前年度(17.7%)よりも2.9ポイント低下しています。



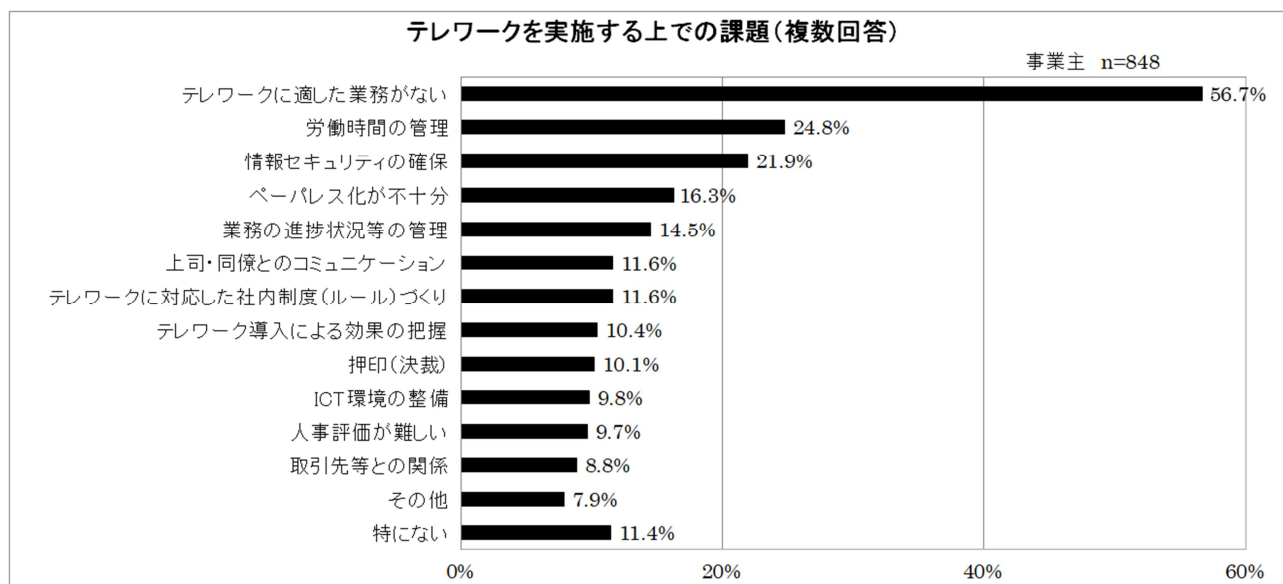
(9) テレワーク実施の目的や期待する効果

テレワークの実施・予定状況について、「コロナ禍で実施したが、臨時的なもので制度化の予定はない」又は「導入する予定はない」以外の項目を回答した事業主のテレワーク実施の目的や期待する効果は、「育児・介護・その他通勤に支障がある従業員への対応」が55.7%で最も多く、次いで「従業員の移動時間の短縮」(51.4%)などとなっています。



(10) テレワークを実施する上での課題

テレワークを実施する上での課題については、「テレワークに適した業務がない」が56.7%で最も多く、次いで「労働時間の管理」(24.8%)などとなっています。



3 その他

「イクボス」及び「イクボス同盟ひろしま」の認知状況

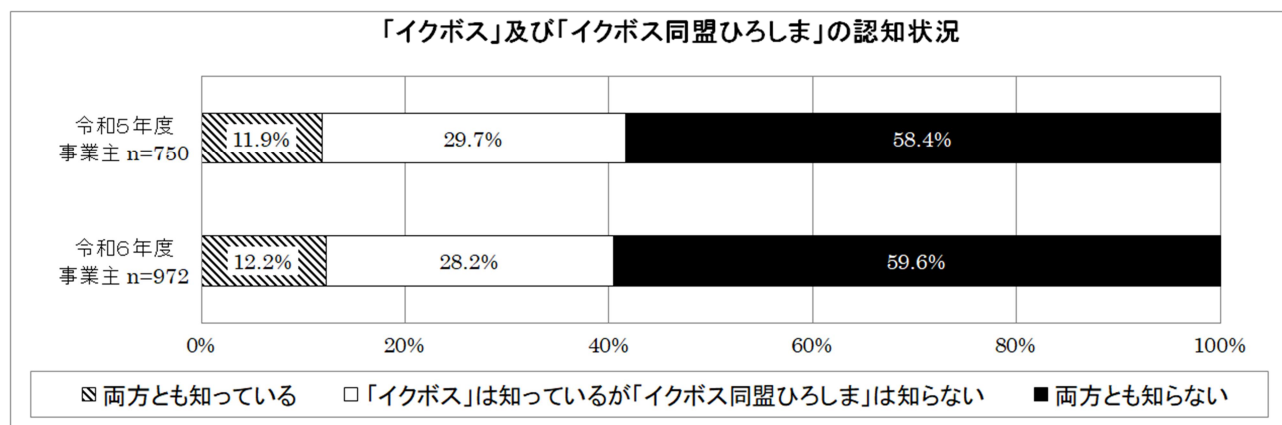
「イクボス」及び「イクボス同盟ひろしま」の認知状況については、「両方とも知っている」が12.2%で、前年度（11.9%）よりも0.3ポイント上昇しています。

※ 「イクボス」について

「イクボス」とは、職場で共に働く部下・スタッフのワークライフバランス（仕事と生活の両立）を考え、その人のキャリアと人生を応援しながら、組織の業績も結果を出しつつ、自らも仕事と私生活を楽しむことができる上司（経営者・管理職）のことです。

※ 「イクボス同盟ひろしま」について

「イクボス同盟ひろしま」とは、広島県にイクボスの輪を広げ、イクボスを増やしていくために結成された企業同盟のことです。

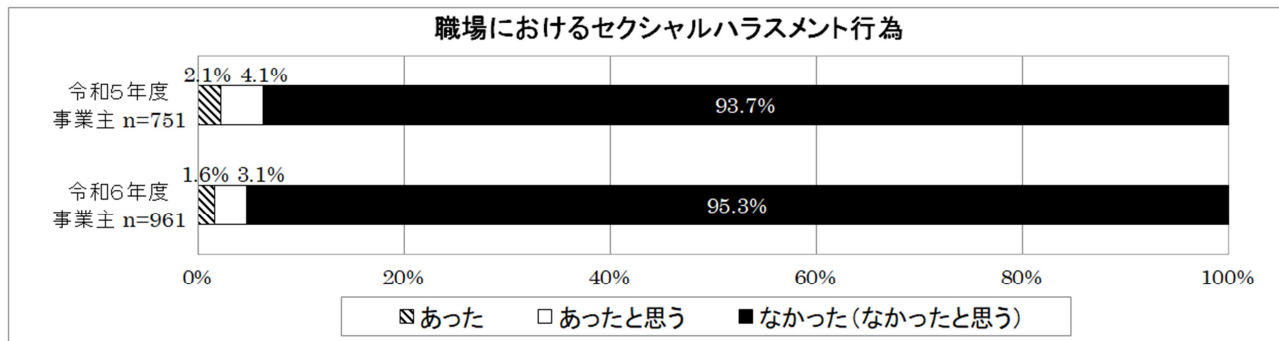


Ⅳ ハラスメント対策

1 セクシャルハラスメント

(1) 職場におけるセクシャルハラスメント行為

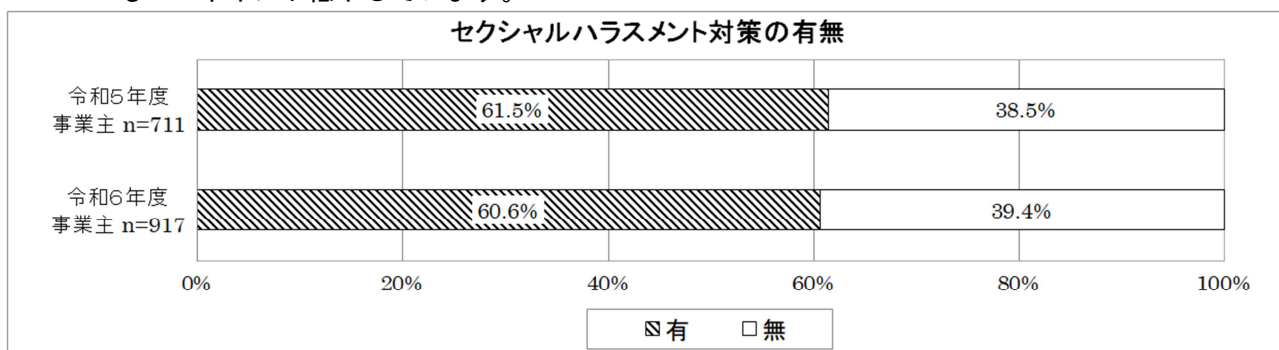
職場におけるセクシャルハラスメント行為（過去1年間）については、「あった」が1.6%で、前年度（2.1%）よりも0.5ポイント低下しています。



※ 調査対象期間は、過去1年間（R5. 4. 1～R6. 3. 31）

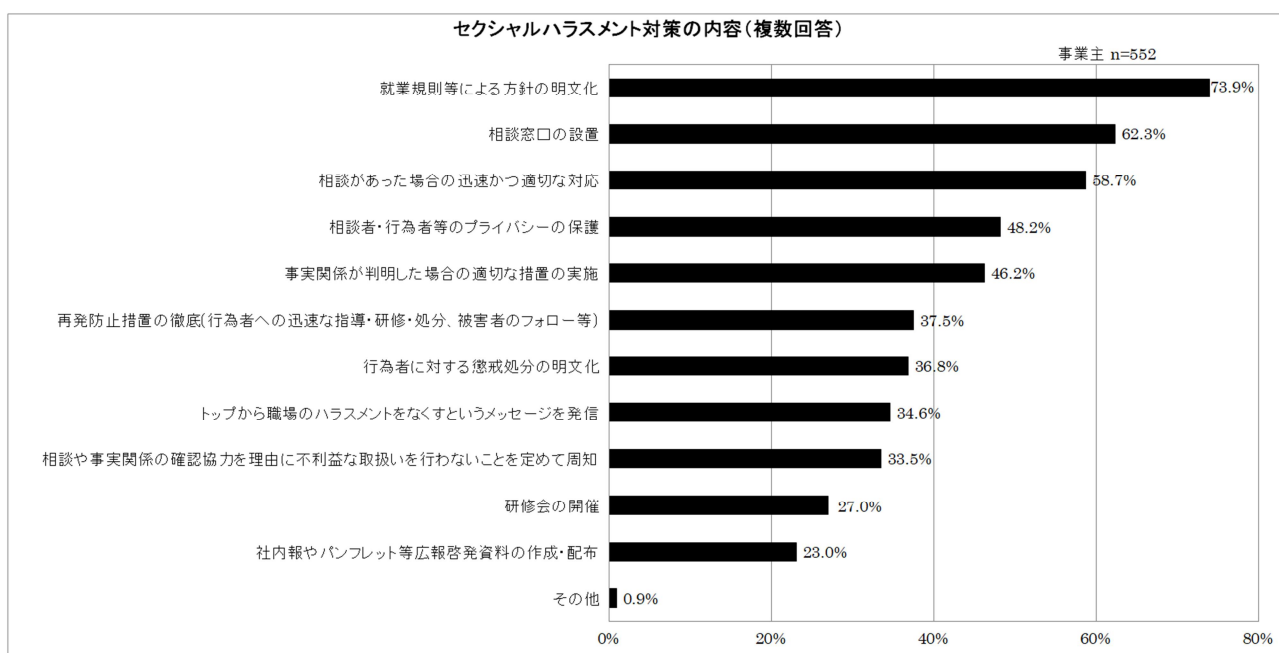
(2) セクシャルハラスメント対策の有無

セクシャルハラスメント対策の有無については、「有」が60.6%で、前年度（61.5%）よりも0.9ポイント低下しています。



(3) セクシャルハラスメント対策の内容

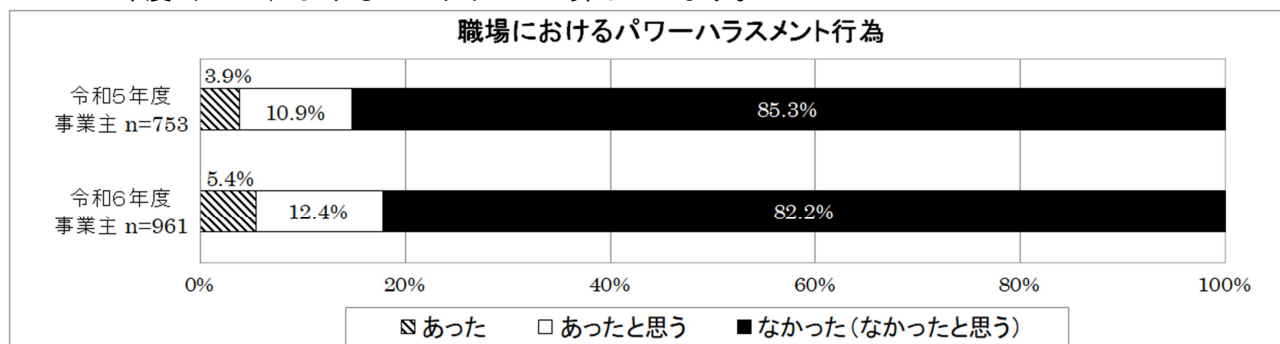
セクシャルハラスメント対策の有無について、「有」と回答した事業主の対策の内容は、「就業規則等による方針の明文化」が73.9%で最も多く、次いで「相談窓口の設置」(62.3%)などとなっています。



2 パワーハラスメント

(1) 職場におけるパワーハラスメント行為

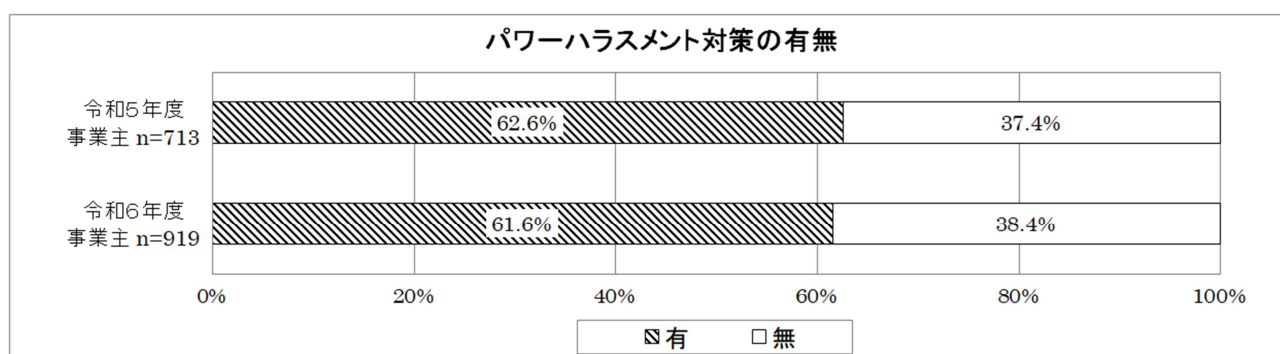
職場におけるパワーハラスメント行為（過去1年間）については、「あった」が5.4%で、前年度（3.9%）よりも1.5ポイント上昇しています。



※ 調査対象期間は、過去1年間（R5. 4. 1～R6. 3. 31）

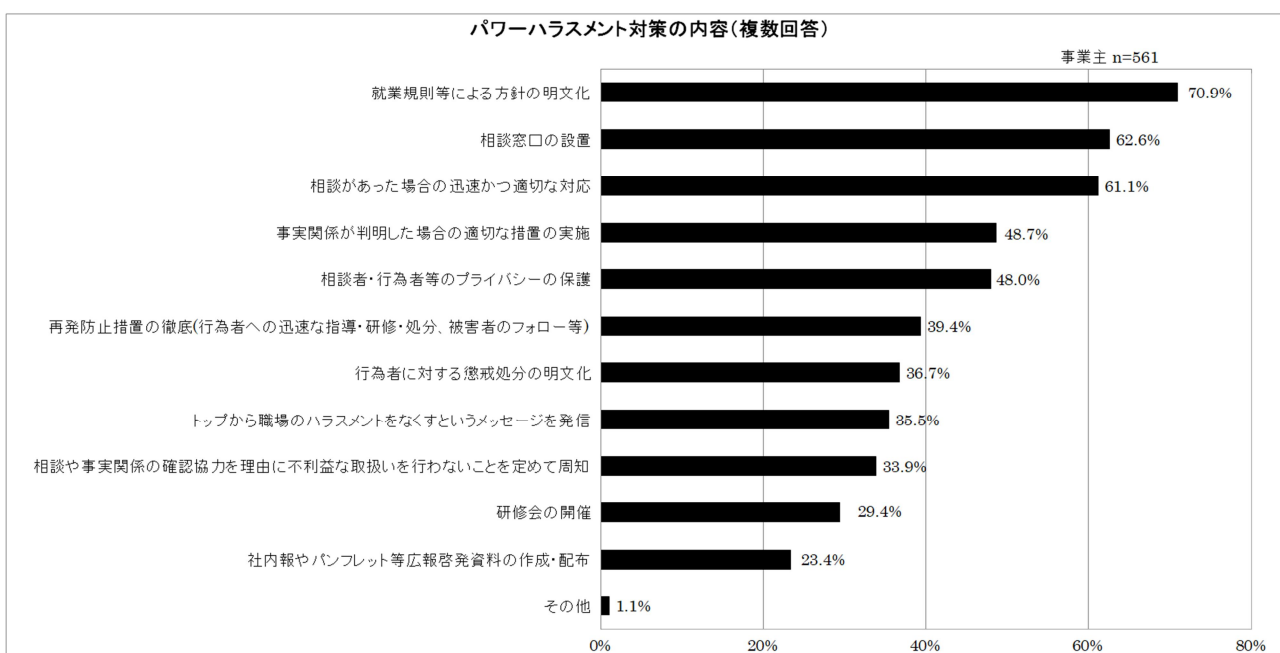
(2) パワーハラスメント対策の有無

パワーハラスメント対策の有無については、「有」が61.6%で、前年度（62.6%）よりも1.0ポイント低下しています。



(3) パワーハラスメント対策の内容

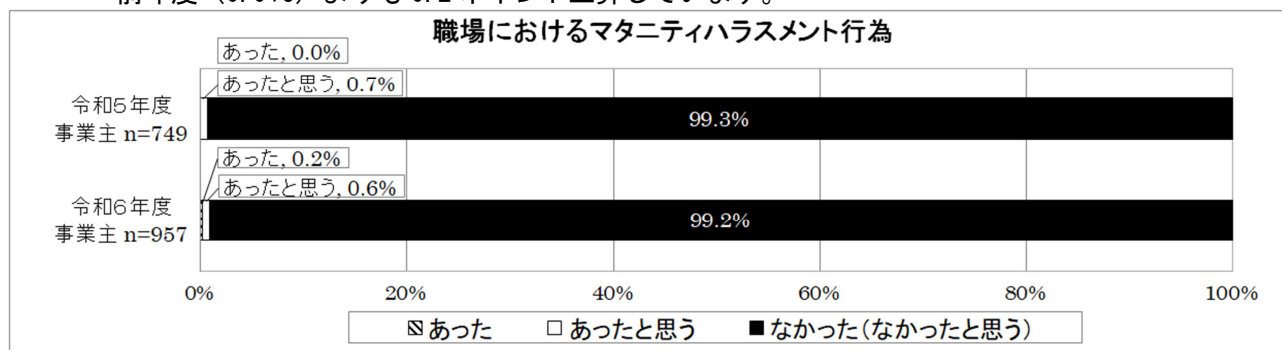
パワーハラスメント対策の有無について、「有」と回答した事業主の対策の内容は、「就業規則等による方針の明文化」が70.9%で最も多く、次いで「相談窓口の設置」(62.6%) となっています。



3 マタニティハラスメント

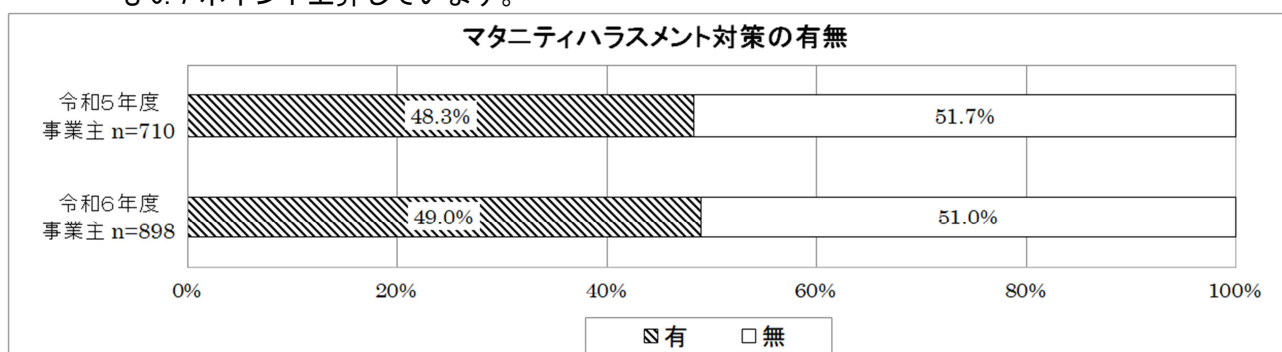
(1) 職場におけるマタニティハラスメント行為

職場におけるマタニティハラスメント行為（過去1年間）については、「あった」が0.2%で、前年度（0.0%）よりも0.2ポイント上昇しています。



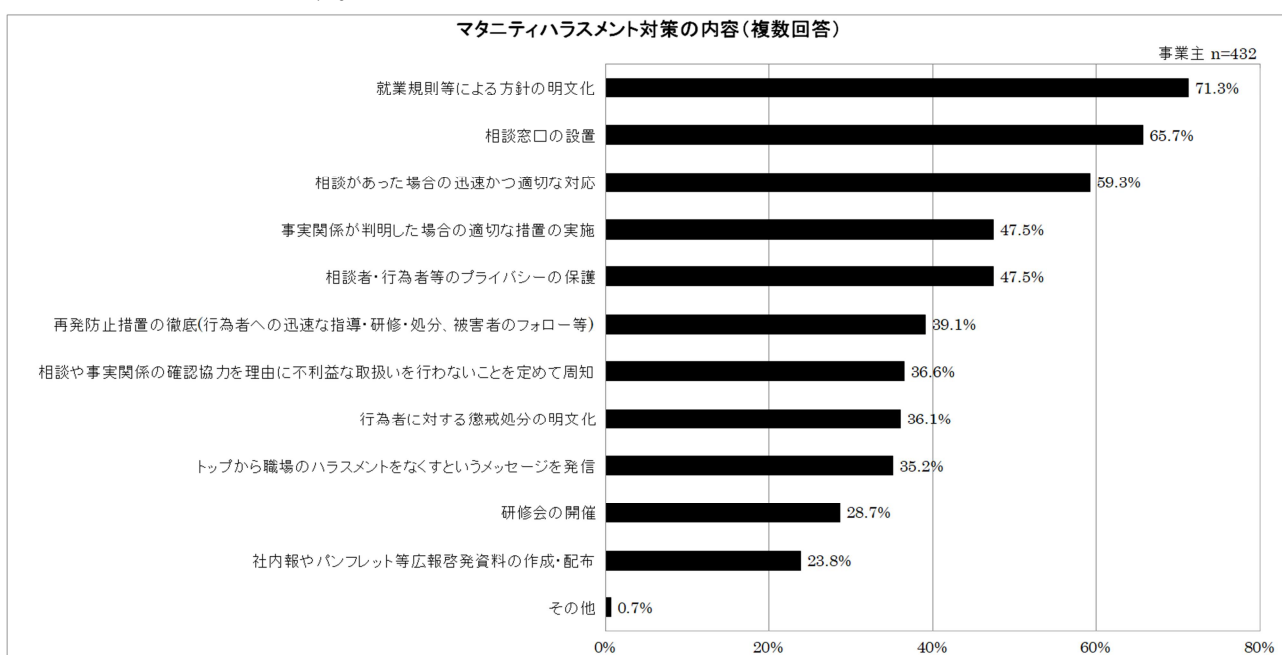
(2) マタニティハラスメント対策の有無

マタニティハラスメント対策の有無については、「有」が49.0%で、前年度（48.3%）よりも0.7ポイント上昇しています。



(3) マタニティハラスメント対策の内容

マタニティハラスメント対策の有無について、「有」と回答した事業主の対策の内容は、「就業規則等による方針の明文化」が71.3%で最も多く、次いで「相談窓口の設置」（65.7%）などとなっています。



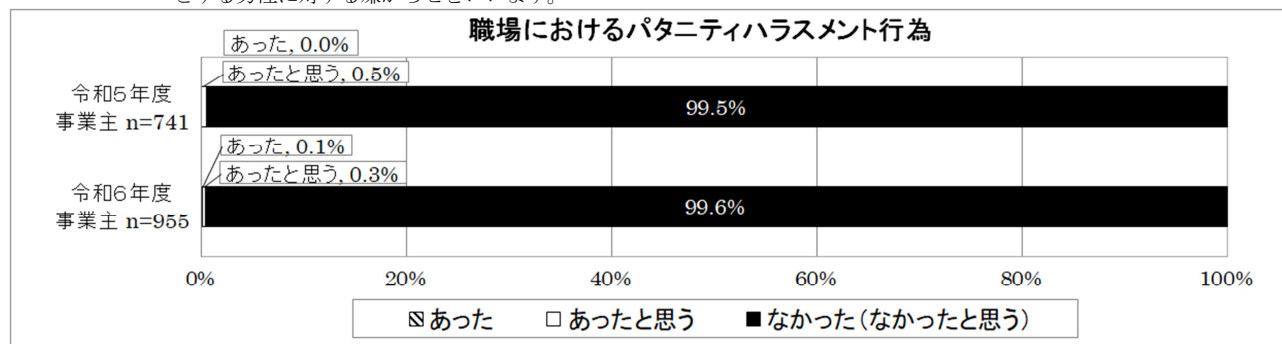
4 パタニティハラスメント

(1) 職場におけるパタニティハラスメント行為

職場におけるパタニティハラスメント行為（過去1年間）については、「あった」が0.1%で、前年度（0.0%）よりも0.1ポイント上昇しています。

※ 「パタニティハラスメント」について

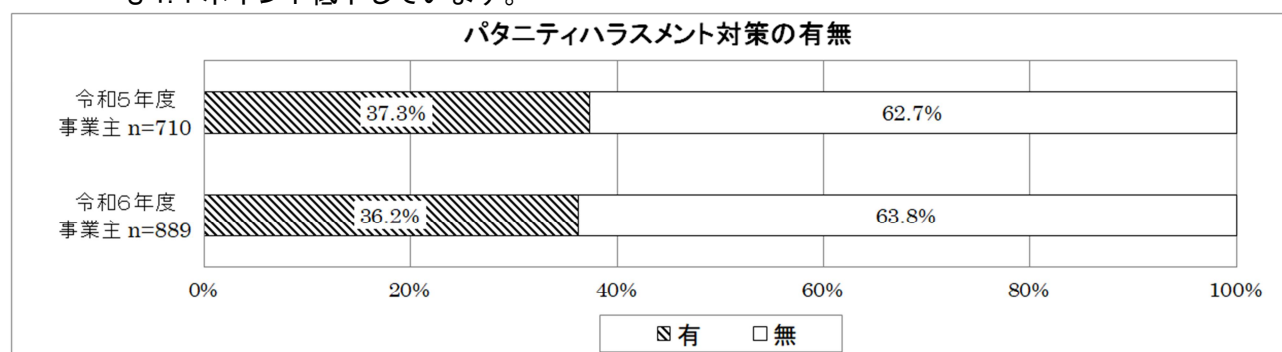
「パタニティハラスメント」とは、育児休業や子育てのために短時間勤務・フレックスタイム制度などを取得しようとする男性に対する嫌がらせをいいます。



※ 調査対象期間は、過去1年間（R5. 4. 1～R6. 3. 31）

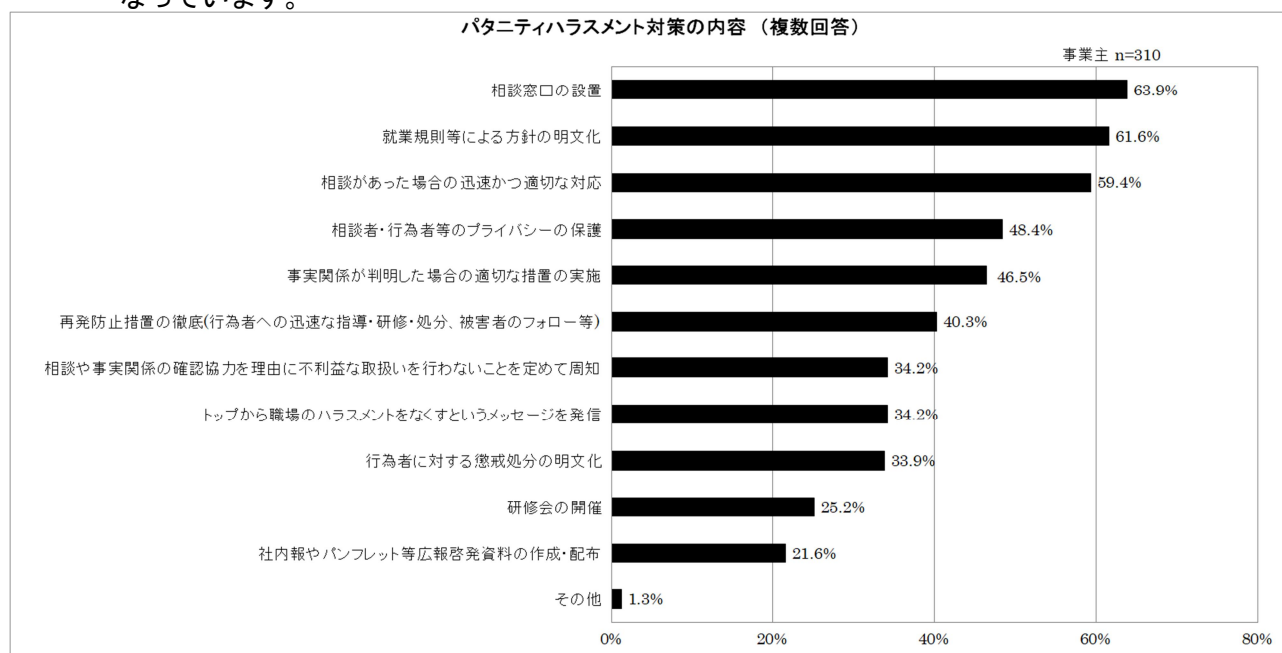
(2) パタニティハラスメント対策の有無

パタニティハラスメント対策の有無については、「有」が36.2%で、前年度（37.3%）よりも1.1ポイント低下しています。



(3) パタニティハラスメント対策の内容

パタニティハラスメント対策の有無について、「有」と回答した事業主の対策の内容は、「相談窓口の設置」が63.9%で最も多く、次いで「就業規則等による方針の明文化」61.6%などとなっています。



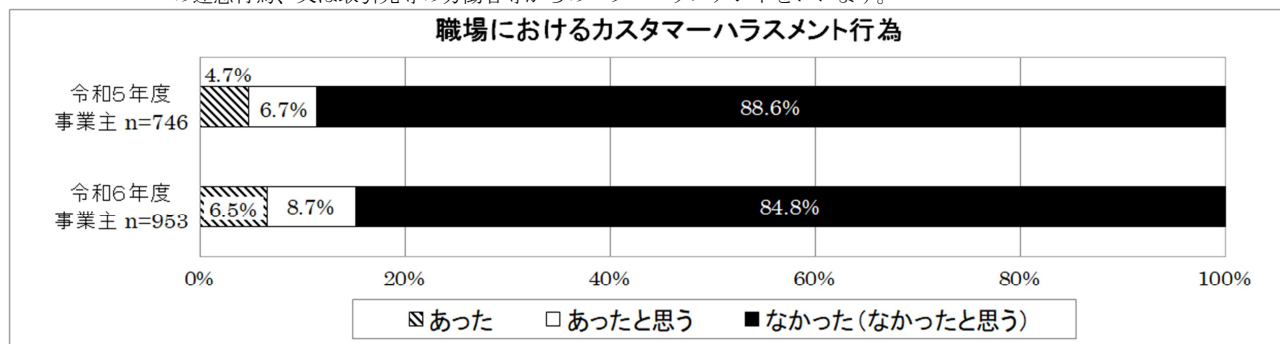
5 カスタマーハラスメント

(1) 職場におけるカスタマーハラスメント行為

職場におけるカスタマーハラスメント行為（過去1年間）については、「あった」が6.5%で、前年度（4.7%）よりも1.8ポイント上昇しています。

※ 「カスタマーハラスメント」について

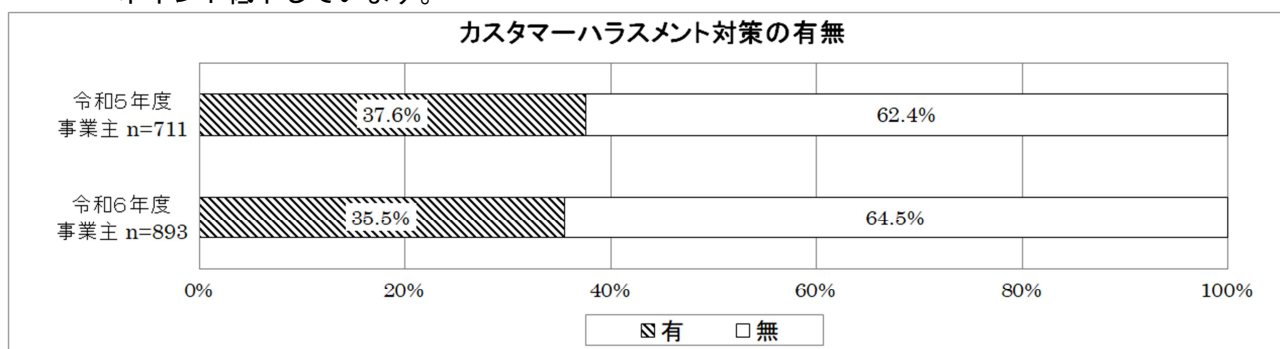
「カスタマーハラスメント」とは、消費者や顧客による自己中心的で理不尽な要求や悪質な嫌がらせ、クレームなどの迷惑行為、又は取引先等の労働者等からのパワーハラスメントをいいます。



※ 調査対象期間は、過去1年間（R5. 4. 1～R6. 3. 31）

(2) カスタマーハラスメント対策の有無

カスタマーハラスメント対策の有無については、「有」が35.5%で前年度(37.6%)よりも2.1ポイント低下しています。



(3) カスタマーハラスメント対策の内容

カスタマーハラスメント対策の有無について、「有」と回答した事業主の対策の内容は、「相談があった場合の迅速かつ適切な対応」が61.6%で最も多く、次いで「相談窓口の設置」(52.3%)などとなっています。

