

労災事故による 企業へのダメージ

注目トピックス

01 | 労災事故による企業へのダメージ

企業は、仕事中に怪我をしたり病気になることがないよう、従業員に安全配慮をする必要があります。ここでは、企業に課せられる「安全配慮義務」と、労災事故補償に備える重要性について説明します。

特集

02 | 問題事実を記録する意味

遅刻や欠勤、業務上のミスを繰り返す社員の問題行動に対して、「始末書」や「再発防止計画書」などで事実を記録しておくことは大きな意味があります。

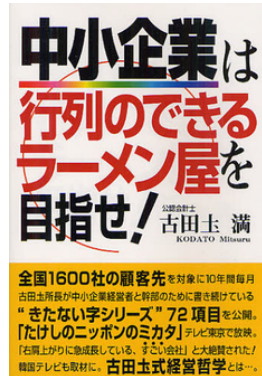
03 | 会議でアイデアを出す方法

業務改善・効率化、商品開発、問題の解決など、あらゆる会議の場では参加者が「アイデアを出し合う」ことが大切です。ここでは、アイデアを出す発想法を紹介します。

話題のビジネス書をナメ読み

04 | 中小企業は行列のできる ラーメン屋を目指せ！

本書は、著者が10年間かけて執筆した「中小企業経営者へのメッセージ」原稿を書籍化したものです。短編集になっているので、非常に読みやすいのが特徴です。中小企業で頑張っているすべての経営者におすすめの1冊です。



労災事故による 企業へのダメージ

企業は、仕事に怪我をしたり病気になることがないように、従業員に安全配慮をする必要があります。

安全配慮義務(健康配慮義務)とは

【労働契約法】第5条(労働者の安全への配慮)

使用者は、労働契約に伴い、労働者がその生命、身体等の安全を確保しつつ労働することができるよう、必要な配慮をするものとする。

もともとは、民法や労働安全衛生法などの法律をもとに、雇用契約に付随して発生する義務として裁判例により確立された考え方でしたが、平成20年3月より上記のように法条文として明文化されました。

この安全配慮義務という考え方は、かつては主に工業(製造業)などの業種における薬品や重機の取扱いによる直接的な事故・身体的危害に対して、適用されてきました。

しかし、社会経済がサービス業にシフトしていくに従って、メンタルヘルス不全や過労などの精神衛生面においても広く適用されるようになってきました。

現在では、物理的環境から労働時間などの時間環境、さらには精神的な「気持ち」の部分まで、職場環境のあらゆる場面に安全配慮義務が発生しうる状況にあると言えます。

「自分(被災者)がこうなったのは(危険に陥ったのは)、会社の安全配慮が〇〇という点で足りなかったからだ」という理屈が成り立つものは、ほとんど全てがこの安全配慮義務違反を問われると考えておいた方がよいでしょう。

労災保険に加入していれば安心か

前述した「安全配慮義務(健康配慮義務)」に違反している場合、企業には民事上の損害賠償責任が発生します。なお、一部事案には刑事罰が科せられる場合もあります。

安全配慮義務違反による補償を求められるのは大抵が裁判の場であり、**賠償額が非常に高額**であることが特徴です。また近年は、事案が過労や精神疾患の場合、労働者寄りの偏った内容で報道されることもあり、社会的な信用を失う可能性もあります。

例) 安全配慮義務違反を巡る裁判の賠償額

【ケース1】電通事件

長時間労働によりうつ病になり自殺した事案。一審判決、**約1億2,000万円**。

【ケース2】システムコンサルタント事件

ソフト開発会社においてプロジェクトリーダーとして働いていた労働者が長時間労働と精神的負荷を負い、脳幹部出血により死亡した事案。二審判決、**3,200万円**。

特に死亡に関わる事故が起こった場合は、逸失利益や精神的苦痛に対する賠償などが重なり、高額になりやすいと言えます。なお、逸失利益とは「その事故がなかったら得られたであろう利益」のことです。

一方で、**労災保険がカバーできるのは、治療費、休業補償、障害・遺族補償年金、その他一部の一時給付などだけであり、逸失利益や精神的苦痛に対する賠償には十分に対応していません。**金額についても、遺族補償年金でも**給付基礎日額(≒平均賃金)の153日~245日分程度**です。

上記の通り、国の労災保険だけでは安全配慮義務違反に関わる損害賠償リスクをカバーできないため、上乗せ労災や民間の損害保険などによるリスクヘッジをご検討下さい。

労災対策に関するご相談は、お気軽に当事務所までお寄せください。

問題事実を 記録する意味

遅刻や欠勤、業務上のミスを繰り返す社員の問題行動に対して、事実を記録しておくことは大きな意味があります。

はじめに

数分単位の遅刻を繰り返す、報告・連絡・相談が不十分である、業務上のミスを繰り返すなどの、「それほど大きくないが困りもの」の問題行動を起こす社員はいませんか？

そのような社員にペナルティーを科したい場合、また解雇を検討している場合は、「始末書」や「再発防止計画書」などで問題事実を記録することが重要です。ここでは、問題行動に対する記録方法と注意点について取り上げます。

始末書とは

始末書とは、一般的に「**過ちを詫びるために、事情を記して関係者に提出する書面**」を指します。つまり、始末書という言葉の中には、すでに「過ちがあったことを認める」という要素が含まれています。

再発防止計画書とは

再発防止計画書とは、主に業務上のミスなどについて「**再発しないためにどのような行動をするか**」を当人に計画させるための書面です。「計画書」と銘打ってある点で、始末書よりは謝罪の意味合いが弱いと言えるでしょう。

提出時のポイント

上記書類の提出時に大切なポイントは、以下の通りです。

【1】日時、場所、具体的な問題事実、問題発生の原因、改善方法と期限、主体となる者の氏名が書かれていること

客観性のある日時や状況について具体的に書かれてあることで、懲戒などのペナルティーを検討する際の拠り所となります。

【2】会社側が内容をあらかじめ雛形文書にまとめてサインさせないこと、また心理的に圧迫していると取られかねない方法で強要しないこと

会社側が問題行動の文書をまとめ、「これにサインをして下さい」と言った場合、のちに「サインを強要されただけで、事実として認めていない」と主張されるリスクがあります。会社が雛形を用意する場合であっても、本人が事実として「認める」か「認めない」かを選ぶ自由があることは言い添えましょう。

また、大声で書面提出を強要したり、他の従業員の面前で非難をしたりしないよう、あくまで「冷静に」「粛々と」事実を調査する目的で臨みましょう。

【3】再発防止のための教育・指導をし、その指導をした事実も記録すること

単に始末書や再発防止計画書を提出させるだけでなく、問題行動が再発しないよう、会社が教育・指導を試みることも重要です。始末書の目的は、「反省させて懲らしめる」ことよりも「失敗を繰り返させない」ことにあるためです。

書面が効果的となる時

問題行動が深刻になり、減給・出勤停止・解雇などを検討するレベルになったときに、これらの書面が「**本人も認識している問題行動の事実があったこと**」の証拠となります。たとえば解雇の合理性を争うことになった場合、以下2つの主張では、【1】の方が合理性が高いと言えます。

【1】始末書A事案について〇月〇日に〇〇の指導をして、始末書B事案について×月×日に××という教育をして、それでも直そうとしないため、やむを得ず減給をして反省を促しましたが、それでも改善しないので解雇しました。

【2】時期は記録していませんが、AやBやCなどの悪いことをしていたため、我慢できずに解雇しました。

問題社員対策は、文書で記録を残すことから始めましょう。

会議でアイデアを出す方法

業務改善・効率化、商品開発、問題の解決など、あらゆる会議の場では参加者が「アイデアを出し合う」ことが大切です。

はじめに

ある社員が優れた発想力を持っていたとしても、その人の発想力に頼ってばかりでは組織として知力を結集する風土はできません。働いている人たちがそれぞれ目の前の業務上の課題に当事者意識を持つためには、リーダーが適切に発想を促すことも重要です。ここでは、「KJ法」「なぜなぜ5回法」について取り上げます。

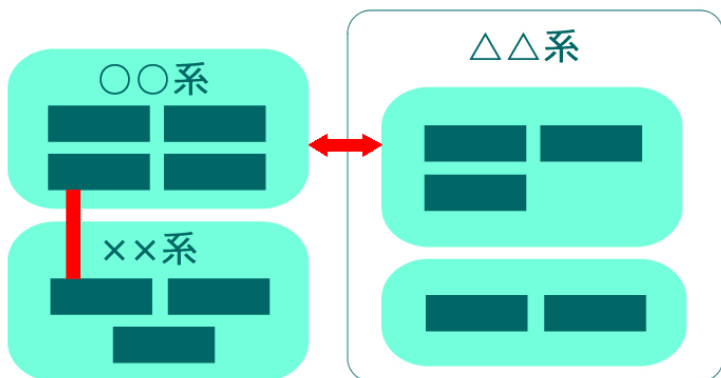
KJ法とは

～水平方向にアイデアを出して仲間わけする～

KJ法とは、川喜多二郎氏によって1965年に開発されたアイデア発想法です。開発者のイニシャルから名付けられました。KJ法は以下の要領で行います。

【KJ法のやり方】

1. テーマに関するアイデアをカードに書き出す。
2. カードの中で、似たものを集めてタイトルをつける。
3. さらに似たものを集めて、タイトルをつける。
4. 3でまとめたものを紙の上で分類し、因果関係に基づいて関係線を記入する。
5. 全体を文書化する。



KJ法は、**見ただ目で直感的にアイデアを分類できる**ことに特徴があります。複数人の意見を水平的に広く集めて統合する際などに、大きな模造紙とフセンなどを使ってグループワークとして行くと効果的でしょう。

なぜなぜ5回法

～垂直方向にアイデアを掘り下げる～

「なぜなぜ5回法」とは、トヨタ自動車の大野氏によって1975年に開発されたアイデア発想法です。主に問題解決や改善の場面で効果的です。

【なぜなぜ5回法のやり方】

1. 問題を書き出す。
2. 書き出した問題に対して、「なぜ●●なのか?」と質問する。
3. 「なぜなら〇〇だから。」と答える。
4. 2,3を5回繰り返す。

【例】製造工程で違うネジをつけてしまった問題について

- ① 違うネジを付けてしまった
▼なぜ?
- ② ネジを取り間違えたから
▼なぜ?
- ③ ネジAとネジBを入れる容器の色形が似ているから
▼なぜ?
- ④ 同じ規格の容器をまとめて買っているから
▼なぜ?
- ⑤ その方が安価だから
▼なぜ?

上記の他にもたくさんの発想法があり、独自の手法をお持ちの方もいると思います。

状況や対象に合う発想法をいろいろと試しつつも、「発想法は手段であって目的ではない」ことも常に参加者に意識させ、その発想を現実の行動に移してみてください。

中小企業は 行列のできるラーメン屋を目指せ！

古田土 満 著

単行本：214 ページ
出版：秀作社出版
価格：1,575 円（税込）

はじめに

タイトルに惹かれて本書を購入したのですが、読む前は、営業コンサル視点で売上アップのノウハウが書かれた内容だと思っていました。ところが、手に取って読み始めると、経営者への応援本のように思えてきたのです。

それも当然で、本書は、著者が毎月事務所だよりに掲載するために書いていた「**中小企業経営者へのメッセージ**」の原稿を書籍化したものなのです。タイトルごとに3~4ページで完結しているため、とても読みやすいのが特徴です。

10年間の原稿の中から選択された72項目で構成されているため、「やや話題が古いのでは？」と感じることもありますが、その頃の自分の行動を思い出し、これからの経営につなげていくのも良いのではないかと思います。

お客様が感じる価値の高さ

「中小企業は行列のできるラーメン屋を目指せ！」というタイトルを見ただけで、ご自身がヒントになるものを感じる経営者の方も多いのではないのでしょうか。

「行列に並んででも食べたい」と思わせるラーメン屋は、**どのような特徴があり、どういった点が認知されているのか**、思い浮かべやすいと思います。そして、そういった特徴を自分の会社の商品に置き換えてみるのです。

ラーメンという商品自体も、店舗スタッフのサービスも、自社商品がラーメンとは比べようもないものであっても、**原理・原則はすべて同じと思える柔軟性**が大切です。

著者は、「ラーメンは価格が300円~1,000円以上と幅があり、高い店でも行列ができています」と言っています。なぜ、行列に並んででも食べたいのでしょうか。それはラーメンの価格より、**お客様が感じる価値が高い**からです。

「ブランド」の重要性

私たち中小企業は、業界で「**ブランド**」になるべきだと思います。そのためには、**会社自身が、お客様・仕入先・社員・地域から信頼され、社長が社員から尊敬されていることが重要**です。

社員は、規模は小さくとも**家族に自慢できる会社**を目指すべきだ。そして会社は、**独自性・社員の誇り・時代の変化**についていける**永続性**のある会社にするべきだ。

タイトルから読み取るメッセージ

本書は、他にどのようなテーマで経営者にメッセージを送っているのでしょうか。タイトルの一部をご紹介します。

- **社員は社長の後ろ姿を見ている**
- **腐ったミカン、早く取り除け**
- **経営者、リーダーは人格を磨け**
- **会社はお客様第一主義、社長は社員第一主義**
- **社員・パートは最先端**
- **現状維持は衰退と思え**

これらのタイトルを見ただけで、読み取れることも多いのではないのでしょうか。最後に、私は社会保険労務士という立場で本書を読みましたが、以下が印象に残りました。

商売に負けられないコツは、労働時間である。経営者の労働時間が長い会社は、競争に勝つ。経営者の熱意のパロメーターが労働時間だと思う。

週40時間制のルールは、経営者には適用されません。お客様と自分自身の可能性のために、思う存分、仕事に打ち込んでいきたいと思っています。

