

企業と社会と学生が交差するマガジン

cross



point

vol.

5



Sustainableな社会をつくろう

戦争、貧困、地球環境の破壊、食糧危機、資源枯渇。
世界には今ある世界を損なうかもしれない問題がたくさんあります。
世界がこれからどうなるのか。それは誰にもわかりません。
さて。私たちの生活には、多くの企業が関わっています。
食べ物や服をつくったり、列車を動かしたり、お金を管理したり。
生活に深く関わる企業は、この世界に欠かせない存在です。
Sustainableは、持続可能な、という意味の英単語。
ともに世界を持続していく存在として、また将来そこで働くかもしれない場所として、
企業にもっと注目してみましょう。



Contents

- 4 新型コロナウイルスは経済・企業にどのような影響を与えるのか？
- 10 企業インターワーク イベントダイジェスト
- 12 Column 1
コロナから一歩先へ
ニューノーマルは新しい幸福を描けるのか？
- 14 Column 2
戦国時代のパワハラ、加害者・被害者は誰なのか？

新型コロナウイルスは 経済・企業にどのような影響を与えるのか？

2020年度、新型コロナウイルス感染症のパンデミック(世界的大流行)は、ロックダウン(都市封鎖)や長期的なマスク着用、レジャー活動の自粛など、さまざまな形で人々の暮らしに影響を与えました。その影響は、世界各地の企業にも及んでいます。新型コロナウイルスの感染拡大が企業に及ぼした影響と、それに対して企業がどのように対応したのかをご紹介します。



世界・日本への影響

感染者数・死者数

Global

- 感染者数 **1億6,959万7,415人**
- 死者数 **353万582人**

Japan

- 感染者数 **74万1,674人**
- 死者数 **12,920人**

出典：2021年5月30日現在 WHO公式情報特設ページ

経済損失

Global

2020年から2025年までの経済損失
累計**22兆ドル**(約2,300兆円)
出典：国際通貨基金(IMF)世界経済見通し(WEO)2021年1月

Japan

2020年度の経済損失 約**30兆円**
参考：経済産業省「新型コロナウイルスの影響を踏まえた経済産業政策の在り方について」

パンデミックの影響で世界の貧困層が増加

パンデミックによって最も深刻な打撃を受けたのは、世界各地の貧困層であるといわれています。SDGs^{※1}が第一の目標に「貧困をなくそう」と掲げていることからわかるように、貧困層(1日1.90ドル未満で暮らす人々)の撲滅は世界で解決すべき大きな課題です。この数十年の間、貧困層の数は着実に減少してきましたが、新型コロナウイルスはその成果をあっさりといっぺり返してしまいました。世界銀行グループは2020年度以降、貧困層の数は増加に転じ、最悪の場合では1億1,500万人に達すると予測しています。増加の要因として挙げられているのが、出稼ぎ労働者による送金の減少です。発展途上国の貧困家庭では、他国

へ働きに出ている家族からの送金を頼りに生活している場合も少なくありません。それがパンデミックを抑えるための移動制限・ロックダウン、また企業の収益悪化による解雇で難しくなりました。ワクチンが開発されパンデミック収束への道筋が見え始めましたが、世界経済の先行きはまだまだ「不確実」と、IMF(国際通貨基金)は評しています。パンデミックを乗り越え再び貧困層を減少させるためには、各国の政府や国連、NPO・NGO やさまざまな企業が力を合わせ、必要なデータや技術や人員を共有していくことが求められています。

※1 SDGs: Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)。2015年に国連で採択された国際目標で、2016年～2030年までの15年間で世界が達成すべきゴールをあらわしている。

各業界への影響

製薬業界

新型コロナウイルス感染症対策として注目されているのが、製薬会社のワクチンです。アメリカのファイザー社、イギリスのアストラゼネカ社をはじめ多くの製薬会社が開発に取り組んでおり、中国・ロシアでも積極的な製造・輸出が行われています。そうして注目される一方、日本の製薬会社の多くは2020年4月以降、大幅な減収減益となっています。理由は、病院での感染リスクへの警戒から受診抑制が起きたため、病院に行く人が少なくなり、薬の需要も減りました。新型コロナウイルスの感染が拡大する一方で、インフルエンザなどほかの病気が減ったことが、製薬会社の収益を悪化させたのです。



飲食業界

営業時間短縮要請など、コロナ禍で最も直接的な影響を受けたのが、飲食業界です。日本では、2020年の飲食店事業者の倒産件数は過去最大の780件となりました。海外でも飲食店の閉店は増加しています。アメリカではコロナ禍により全飲食店の17%、11万店以上が2020年12月までに閉店したと報じられました。同じく飲食店の営業規制が長引く欧州では補償・支援の動きが広がっており、フランス、ドイツ、スペインでは従業員給与の6～7割を政府負担する支援策が行われています。



IT・通信業界

With コロナ時代を見据え、活発に技術開発やビジネスモデル構築に取り組んでいるのが、IT・通信に関する業界です。新型コロナウイルスの影響が長期化するにつれ、人々の暮らしにおけるIT・通信の重要性はどんどん高まっています。例えば、Web会議ツール「Zoom」を提供する企業の日本法人ZVC Japanは、1年で顧客企業数が8倍、社員数が3倍、売上高は10倍に急成長しました。さらに、2020年3月から開始される5Gの通信サービスがDX(デジタルトランスフォーメーション)を加速させ、世界経済の回復・発展を牽引すると期待されています。



エンターテインメント業界

パンデミックによって、余暇の過ごし方は大きく変わりました。いわゆる「巣ごもり需要」が大きく影響したのが、エンターテインメント業界です。外出して訪れるレジャー施設が過去に類を見ないほどの赤字を出した一方、定額動画配信サービス(コンテンツ視聴サービス)や家庭用ゲーム機は順調に売上を伸ばしました。2020年以降、ソニーや任天堂、アマゾンが過去最高益を記録、オリエンタルランドやユニバーサル・スタジオ・ジャパンの運営会社は過去最悪の赤字を出すという、くっきりと明暗が別れる結果となりました。



企業インターワーク

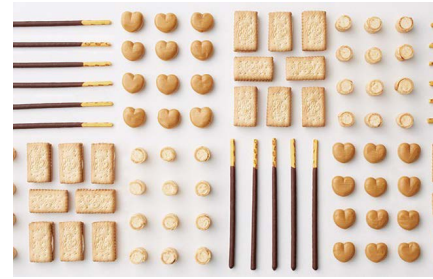
中学生・高校生たちが企業のインターンとなって課題解決に取り組む授業プログラム
「企業インターワーク」でも、新型コロナウイルスの影響を踏まえたミッションが出題されました。

江崎グリコ株式会社

Mission

「“With コロナ時代”にも変わらず「おいしさと健康」を世界に届けるために活躍できる、新入社員採用の広報企画を提案すること！」

江崎グリコは、菓子、アイスクリーム、飲料、加工食品、牛乳・乳製品、食品原料などを製造・販売する企業で、その歴史は大正11年の「栄養菓子グリコ」の販売から始まりました。「おいしさと健康」を企業理念に掲げ、現在は世界12カ国で事業を展開しています。2020年度の企業インターワークでは、Withコロナという大きな社会変化に対応する新しい社員採用の形について考え、企画するミッションを設定しました。



企画案紹介

桐光学園高等学校 チーム：栗子

パンデミックの最中でも実施できる「オンライン採用」を提案。例年、東京・大阪で実施しているインターンシップまで、採用過程のすべてをオンラインとすることで、感染リスクのない安全な採用活動が可能となる。

さらに志望者を増やすために、「音のないCM」を作成し、電車内ビジョン広告・YouTube広告として放映する。アメリカの団体による調査では、音のあるCMは視聴者の負担が大きいという結果だったことから、あえて音のないCMとすることで多くの学生に負担なく見てもらえるものとする。さらに電車内でも流すことで、通学時の学生の目に触れる機会を増やす。



豊島岡女子学園中学校 チーム：Little OL Girls

採用試験ではまずオンラインで課題を出し、選考を進めて人数を絞り込んだのち、最終候補者のみ集まってもらいいくつかのチームをつかってグループワークを実施。採用すべき人材かどうかを見極める。江崎グリコで活躍できるような向上心・協調性があり、創造的なアイデアを生み出せるかを確かめることを目的に、「売上が少ない商品を改善し、“Withコロナ時代”でも安心して食べられるよう工夫する」を課題とする。

志望者が対面でのグループワークに参加したい、頑張る良い結果を出したいと思えるように、グループワークで提案された商品案の試作品を作成し、試食会も行う。優秀賞を取得したチームの案は、可能であればリメイクして製品化を試みる。



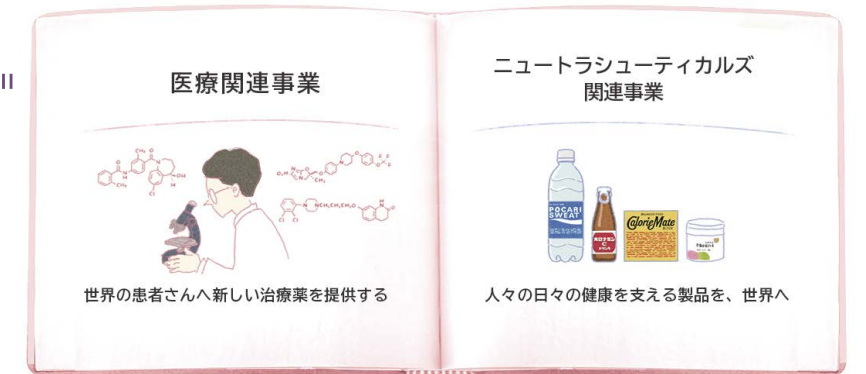
大塚製薬株式会社

Mission

「世界中の人々を感染症の脅威から守るための、独創的な製品・サービスを企画提案すること！」

大塚製薬は医薬品を扱う医療関連事業と、健康の維持・増進のための製品（食料・飲料など）を提供するニュートラシューティカルズ関連事業の2つの事業を通して、人々の健康に貢献するトータルヘルスケアカンパニーです。

2020年度のミッションでは、感染症のパンデミックというまさに今直面している社会課題について調べ、大塚製薬の製品を通してその課題を解決する企画を提案してもらいました。



企画案紹介

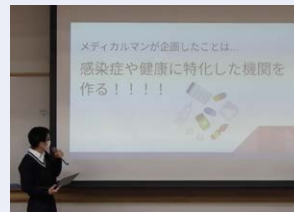
立命館守山高等学校 チーム：金木犀

感染症の脅威から人々を守るためには、医療崩壊を防ぐことが重要。医療従事者の健康を守る機能を持つアプリを開発する。アプリは毎日の健康チェック、感染症対策に必要な持ち物チェック、感染症に関するニュースの提供、さらに健康チェックの結果から特定したおすすめ製品に関する情報の提供を行う。おすすめ製品は大塚製薬の食品や飲料などで、アプリ上で購入することもできる。アプリの告知は電車内ビジョン広告、Webサイト、テレビCM、大塚製薬のドリンクに貼ったシールなどで幅広く行い、多くの医療従事者に利用してもらうことで、医療崩壊の防止・感染症の脅威の減少へとつなげる。



桐光学園高等学校 チーム：メディカルマン

感染症対策や人々の健康維持に特化した“機関”を設立する。機関の名称はMDT (Medical town)。薬科部門、製品部門、感染者部門、衛生部門の4つで構成される。薬科部門では感染症の特効薬を開発し、さらにその薬をドローンで病院や患者のもとまで届けるサービスを展開する。ドローンを使用することで、感染症が蔓延する状況でも安全に薬を届けられる。製品部門では、感染症対策に必要な道具（抗菌・抗ウイルス仕様のペンや家具、高性能な防護服など）を開発・製造する。感染者部門は感染者の隔離や感染経路の調査、濃厚接触者を特定するアプリの配布などを行い、衛生部門は街の空気の管理、住人の意識啓発を行う。これらの部門の働きにより、感染症の脅威から人々を守る。



ファーストリテイリング

困難な状況にある人々へ、 迅速に的確に必要な物資を届ける

2020年3月以降、新型コロナウイルス感染症の拡大により困難な状況にある人々を支援するため、ファーストリテイリングは26の国や地域で医療機関や介護施設を中心にマスク、アイソレーションガウン(医療現場で使用できる保護具)、ユニクロの機能性肌着「エアリズム」、インナーやアウターなどを提供してきました。活動は現在も継続中で、各国・地域、国連機関、NPOなどからの要請を踏まえて必要とされる物資を届けるなど、今後も衣料を通じてできることに取り組んでいきます。

急速な感染拡大 世界各地のマスク不足に対応

世界中へ広がった新型コロナウイルス感染症は、ファーストリテイリングが事業を展開する国・地域でも猛威を振りました。特にイタリアと米国では急速な感染拡大のため、医療機関でマスク不足が発生。そこでファーストリテイリングは中国の自社取引先工場の協力のもとマスクを調達し、それぞれ約100万枚のマスクを寄贈しました。さらに、同じく感染が拡大していたスペイン、フランス、英国、韓国においても現地法人を通じて情報収集を進め、支援を必要としているか、またどのような支援が適切なかを把握したうえで、順次対応しました。ファーストリテイリングではより状況の深刻な国・地域への支援に注力しており、支援の内容についてもマスクだけでなく、ヒートテックやダウンジャケット、エアリズム等の衣料提供や、現地 NGO への寄付

など、刻々と変化する状況に合わせて臨機応変に行っています。

現地の声を聞き、 必要とされるものを届ける

各地へ支援物資を送るにあたり、ファーストリテイリングは素早く確実に社会を支える人々に届けるため、まずエッセンシャルワーカー^{※1}を対象としました。そして支援を行いながら、もっと必要とされるものはあるのか、困難な地域はないかと、彼らや現地自治体の声に耳を傾けました。その中で、ユニクロの機能性肌着「エアリズム」が防護服やガウンの下に着ることで蒸れを防ぎ、医療従事者の負担を軽くできるという意見が届きます。早速、「エアリズム」が支援物資に加わりました。

いつでも安心・安全は最優先

ファーストリテイリングでは、日頃からお客様が安心・安全にご使用いただける商品をつくるため、徹底した品質・安全管理を行っています。同じように支援物資として調達した医療用マスク等も安心・安全にこだわり、各国の基準に合わせて調達するとともに、品質検査を行ってから届けました。医療従事者からは、「ファーストリテイリングからのマスクなら安心して使える」という評価をいただいています。

※1 主に医療・福祉、農業、小売・販売、通信、公共交通機関など、社会生活を支える仕事をしている人々。



支援状況 (2021年3月31日現在)

マスク	約 1,774 万枚
エアリズムマスク	約 230 万枚
アイソレーションガウン	約 143 万着
エアリズムインナー	471,883 着
エッセンシャルウエア	790,545 着
金銭的支援	約 1,260,000 ドル

LifeWear

ユニクロが掲げるコンセプトで、あらゆる人の生活をより豊かに、より快適に変えるための服。いわば「究極の普段着」。ファーストリテイリングの支援活動の根底には、このLifeWearの考えがある。

2021年度に行う支援

新小学一年生となる子どもたちが安心して学校生活を過ごすことを応援するため、「エアリズムマスク」を寄贈(受付はすでに終了)。



ファーストリテイリング

ユニクロをはじめ、ジーユー、セオリーなど複数のブランドを世界中で展開する。売上規模は、世界のアパレル製造小売業の中で第3位。「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」を企業理念に掲げ、世界中のあらゆる人々に、良い服を着る喜び、幸せ、満足を提供することを目指している。



SUMMER SCHOOL 2020

9つの講座の中から3つ以上を選択して受講。各20分ほどの動画を視聴します。講座ごとに与えられた課題にチャレンジし、後日、オンライン提出。課題をすべて提出した生徒に「修了証」を配布しました。

Skill

すぐに実践できて、これからの勉強や仕事などで役立つ企画づくりのコツや、プレゼンテーション・スライドの表現力を劇的に変える具体的なポイントを学ぶ講座です。

● アイデア ● リサーチ ● スライド



TWICE PLAN Work

トゥワイス・プランのワーク別に、課題解決や制作のコツ、達成することの理解促進を図ります。

● 企業 ● ロールモデル ● 論文



Resourcefulness

さまざまな場面で自分らしく能力を発揮して生きていくために、効果的な「人間力」を身につけます。

● リーダーシップ ● 健康



受講した生徒たちの声

「コロナの影響で授業が進んでいなかったが、サマー・スクールで違った視点で勉強することができたと感じた。ためになることが多くて良かった」

(明治大学付属明治高校 1年生)

「どの講座もとてもわかりやすく、学校でも、将来も使えそうな素晴らしいスキルを身につけることができ、自分が成長できたと思うので良かったです」

(明治大学付属中野八王子中学校 3年生)

「将来にも役立つさまざまなことを学べたので、このサマー・スクールに参加してとても良かったです。もっと深く調べてみたいと思ったものもあったので、自分なりに調べて実行に移したいなと思いました。そのようなきっかけも得られたので、本当に良い機会だったなと思いました」

(江戸川女子高校 2年生)

「私は今までこのような講座を受けたことがなかったのですが、今回受けてプレゼンの新しいコツや、やり方を知ることができて、とても面白かったです。これからもこのような講座があれば参加したいです」

(大阪夕陽丘学園高校 2年生)

「今回初めて挑戦しました。難しさは感じず、楽しかったです。興味のある分野を選びその興味を深く掘り下げることが、今回特に学べたことです。将来自分が発表をする側になったら、みんなにわかりやすくはっきりと伝えられるようになりたいと思いました」

(玉川学園高等部 1年生)

「今まで苦手意識があったり、自分にはできないかもしれないと不安に思っていたことが、今回の講座を受けて印象が変わりました。具体例や絵を使った説明で、楽しみながら受講することができました。」

(桐光学園高校 1年生)

AUTUMN SCHOOL 2020

9つのスキル動画と6つの特別講座の中から3つを選んで動画を視聴。スキル動画はSUMMER SCHOOLと同じラインナップで、特別講座は企業インターワークに協力している企業が行いました。それぞれの企業が大切にしている理念・ビジョン、実際に向き合っている課題や取り組みなどについて、企業の担当者から直接話を聞き、社会に出た際にも役立つヒントを見つける機会となりました。



特別講座：株式会社明治

質疑応答では、ターゲット設定を意識した商品企画の観点や、社会環境との関わり、知的財産の側面からの回答も。専門的な内容をわかりやすく噛み砕いて伝えていただきました。



特別講座：森永乳業株式会社

経営陣と社員みんなで作ったコーポレートスローガンや、担当者が就職活動で「温かな社風」を感じたことなど、生徒たちにも身近に感じられるエピソードを交えながらお話いただきました。

受講した生徒たちの声

「明治グループは食品のイメージが強く、実際に社員の方がされている仕事も食品関係のことが大半なのではないかと思っていましたが、地球環境や社会の持続可能性を高める取り組みを推進したり、商品の権利を扱う部署があるということを知って、さまざまなことに配慮した企業であることができました」

(桐光学園高校 1年生)

「インターネットのみでの情報の収集には限界があり、少し行き詰まっていたところを、今回質問に答えていただけて前進させることができました」

(桐光学園高校 1年生)

「5Gなどの新技術は、例えばハロウィンなどの大きなイベントでいつの間にか使われているのだということが、一番印象に残りました」

(城北埼玉高校 1年生)

「将来どんな企業に入るのか、どう選べば良いのかを考えている中でAUTUMN SCHOOLの企業講座を見たので、とてもわかりやすく、驚きました」

(十文字中学校 1年生)

「持続可能性を大切にすること。これは私たちでも考えることができると感じました。地球にとって何が大切なのか、その大切なことをどう人に伝えていくのか、どうしたら協力してもらえるのかを、考えていきたいです」

(江戸川女子高校 2年生)

「持続可能な社会の実現のために、さまざまな取り組みがなされているとわかりました。企業インターンのプレゼンテーションに向けて、明治ミルクプロテインの印象をまわりの人にアンケートしてみたいと思いました」

(江戸川女子高校 2年生)

コロナから一歩先へ ニューノーマルは新しい幸福を描けるのか？

新型コロナウイルスは、今なお経済活動に打撃を与え続けています。

旅行、飲食、エンターテインメントなど多くの業界が利用機会の減少に苦しんでいます。緊急事態宣言における大きな施策の柱となっていた「在宅リモートワークの推進」もまた、経済活動にさまざまな影響を及ぼしています。

これまで、4回にわたる緊急事態宣言(2021年5月現在)において、多くの企業が在宅を中心としたリモートワークを導入しました。2020年4月の最初の緊急事態宣言時には「人との接触8割減目標、最低7割」を目指し、大企業を中心に社出が制限されました。本当にオフィス街から人が消えた景色を、記憶されている人も多いかもしれません。

さて、これによって感染抑制以外に、何が起こったのでしょうか？

良い面としては、通勤から解放された働き方が可能になり、時間を自由に、効率的に使うことができるようになりました。育児・介護との両立がしやすくなった、あるいは商談や会議がリモートになり移動の手間や非効率的な打ち合わせが減った、上司との付き合いや接待が減った……。これらは、もともと日本が働き方改革を中心に進めようとしていた生産性向

上につながるものです。例えばリモートワークという視点でいえば、2030年代に30～40%の実施を目標としていたものが一気に進み、2021年の段階で60%を超える企業が一度は実施済みとなりました。これは、この先どう活用するべきかという視点からも、経験という大きな財産になったといえるでしょう。

ただし、急激な変化は良いことばかりではありません。在宅をはじめとするリモートワークの普及により、オフィス関連企業の事業は厳しい状況に陥りました。事務機器、オフィスの清掃業者など直接的に仕事なくなった業者だけでなく、オフィスのテナント、飲食店、社員食堂業者、通勤インフラとなる運輸などでも多くの需要が消失しています。

わかりやすいところというコピー用紙です。企業にはコピー機があり、大量の資料をプリントしています。ところが、リモートになるとそもそも社員が来ないのでプリントされません。コピー機の業者はこのコピーの使われた分をカウントした料金や、コピー機のメンテナンス費用を収入としているのですが、それが激減してしまいました。ビル清掃の回数や、足拭きマットを交換する仕事も減少し、担当していた人々の働く機会が奪われました。しかも彼らに公

的な補償はありません。また、社員が出社しないのですから社員食堂や、そのビルに入っているテナントの飲食店の商売も上手くはいきません。

これらの問題に対する企業の対応もさまざまです。社員食堂を運営するある企業では、これまでのランチタイムに限定したメニューを一斉に提供するスタイルから、社員の密を避けるため、休憩時間のフレキシブル化に対応するために、カフェのようにいつでもいろいろなメニューを注文できるスタイルへと変化させようとしています。オフィス街に展開するカフェもまたお客様の数を減らしましたが、逆に家で珈琲を飲む人が増えたことにより、郊外のロースター(焙煎して豆を売店)の売上は順調に伸びています。そこで各カフェでは、テイクアウト用のオリジナル容器を開発するなど、さまざまな新しい取り組みを進めています。

在宅リモートワークの果実と毒

リモートによる在宅ワークの急激な普及は、企業を経営する側、働く社員の側それぞれにさまざまなギャップを生み出しています。経営側では、業務管理の難しさやセキュリティリスク、

コミュニケーションの欠落などが課題です。効率と生産性の観点から在宅リモートワークを続けていこうとする日本の富士通や日立などの企業もありますが、アメリカのNetflix社では、コロナ禍の収束後は全社員を基本的には出社する体制に戻すと発表しています。

一方、働く側もすべてがハッピーというわけにはいきません。自由な働き方、家族と過ごす時間が増えるなどポジティブな面が増える一方、在宅ワークで業務外のコミュニケーションが減ったと75%の人が答えています(Q1参照)。また、運動不足、孤独感、仲間意識の薄れなどが深刻化している例も増えていきます。公私の境目がなくなりストレスを感じている人も増えています。夫婦ふたりともが在宅ワークになった時の家事の配分や、広くない室内での執務スペースの確保など課題も山積んでいます。このような課題に対してITを利用した革新へのチャレンジは続いています。一方でビジネスとして解決のために業種や会社の垣根を越えて、対応する商品やサービスを通じた取り組みを開始している企業も飛躍的に増えています。オフィス機器で有名なリコーグループとマンションなど住まいを提供するコスモイニシアという企業が協業し、「仕事とプライベートが融ける家」

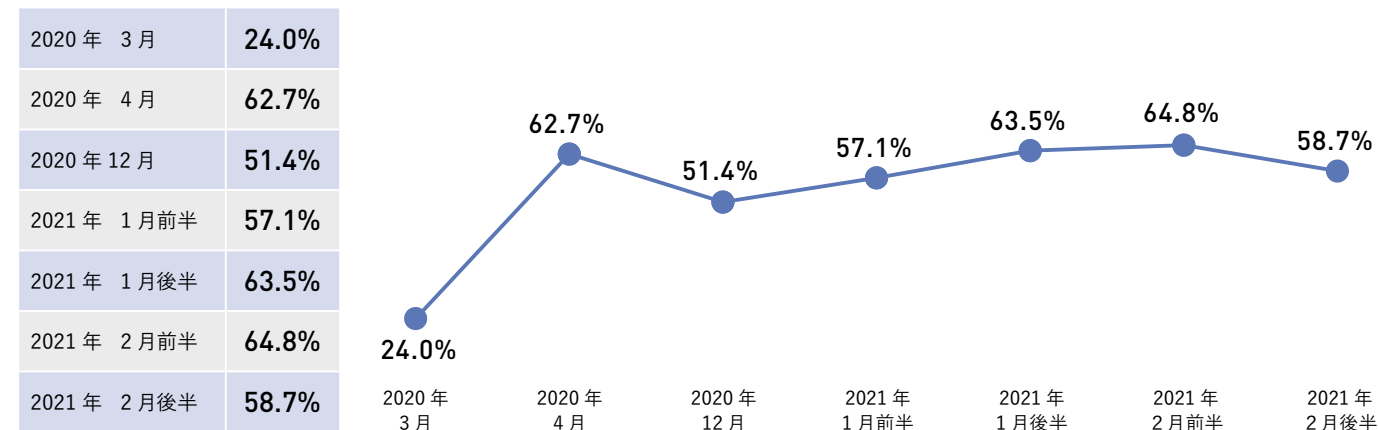


として、「家の中にもれる空間がある」をコンセプトに、マンションの中にリコーの映像技術を活用し集中できる空間を設ける「コモリワーク」を開発。さらに「自宅と社会がつながる家」として、オンとオフをゆるやかにつなげるために、住まいと仕事場の入り口を分けることで、室内に小さな執務スペースを独立させて確保する間取りの物件「ドマワーク」を発売しました。お子さんがいる家であれば、窓越しに勉強したり遊んだりしている姿を捉えながら、手元の仕事には集中できるという、まさに多様な働き方に対応するリノベーションとなっています*1。このように、新型コロナウイルスはビジネスや暮らしに大き過ぎる影響を与えると同時に、私たちにとって、何が幸せなのか、新しい時代の価値観を問いかけています。答えを出すには、

まだまだ少し時間がかかるとは思いますが、大切なのは世界にはさまざまな立場があり、視点があり、価値観があることを理解することです。在宅ワークを活用し、自由でフレキシブルで生産性の高い働き方をする。それは素晴らしいことです。しかし、会社に行くこと、学校に行くこと、人と会い、仕事以外の話をする。そこからしか生まれないものはまだまだ数多く存在します。本当のニューノーマル=新しい日常というのは、多様な幸せのかたちを受け入れることで築かれるはず。一人ひとりが、新しい日常の中で、やりたいこと、やるべきことをしっかりと見据えながら日々を重ねることで初めて、世界は持続可能になるのです。

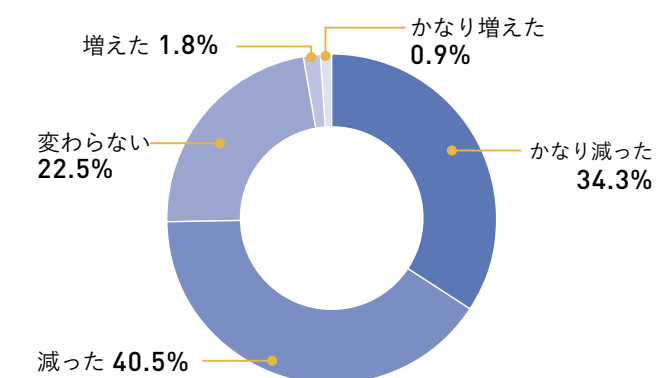
*1 リコー×コスモイニシアの取り組み
<https://www.cigr.co.jp/newsrelease/news/2020/04/ricoh-rm.html>

東京都の企業のリモートワーク普及率



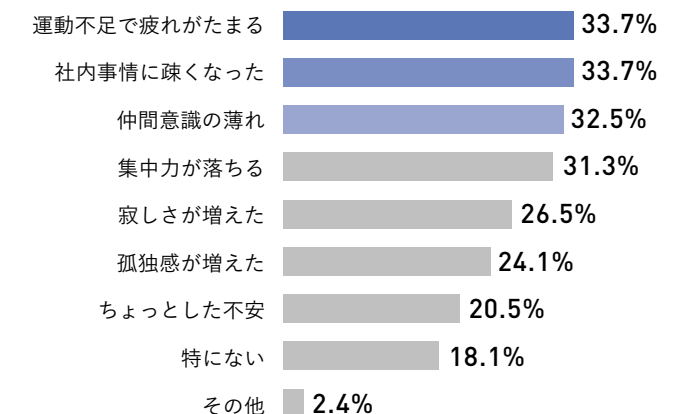
出典:東京都産業労働局調査

Q1 出社時と比べ、リモートワークでは業務外のコミュニケーションの時間は減りましたか？



出典:全検本株式会社による「週5日でテレワークを行っている会社員」を対象とした調査

Q2 Q1で「かなり減った」「減った」と回答した方にお聞きます。現在リモートワークで生じた影響を教えてください(複数回答)。



戦国時代のパワハラ、加害者・被害者は誰なのか？

織田信長と明智光秀。日本史を学べば必ず出てくる戦国武将ですが、歴史小説や漫画・ゲームで彼らを知ったという人も多いでしょう。天下統一を目前に裏切られるというドラマチックな物語は、さまざまなエンターテインメントに取り入れられてきました。その一つに歌舞伎があります。四谷怪談で有名な鶴屋南北の代表作「時桔梗出世請状（ときもききょうしゅっせのうけじょう）」^{※1}。「馬盥（ばだらい）の光秀」の通称でも知られ、明治時代以降は江戸幕府に配慮して織田信長を小田春永、明智光秀を武智光秀と書き換えられましたが、今も人気の高い演目です。

ある日、武智光秀は主君の小田春永より勅使饗応の役目を命じられます。しかし武智家の桔梗の紋の入った幕を用いたことで春永の怒りを買ひ、額を鉄扇で割られ謹慎の身となります。その後、本能寺で目通りを許されるも、春永は馬盥^{※2}で酒を飲ませたり、光秀が貧しかった頃に売った妻の黒髪を持ち出したりして、恥辱を与えました。ついにこらえられなくなった光秀は謀反を決意。謀反を勧めた連歌師紹巴をあえて斬り春永の使者を油断させた後、本能寺に向けて出陣します。

この作品の魅力は、理不尽な嫌がらせにじっと耐えるも、最後には抑えていた怒りを表に出す光秀の激変ぶりだそうです。馬盥で酒を飲ませるなどの行為は確かに悪質で、上司から部下への仕打ちですからパワハラともいえるでしょう。戦国時代であれ現代であれ、こんなことをすれば裏切られても仕方ありません。観客の中には、「やはりパワハラは駄目だ」と上司の立場から気を引き締める人もいるかもしれません。

しかし、個人的に気を引き締めるだけで良いのでしょうか。

光秀と並んでもう一人、非常に理不尽な目にあう登場人物がいます。連歌師紹巴です。紹巴は謀反を勧めた結果、斬り殺されてしまいます。被害者が一転、加害者に。もちろん、連歌師なら簡単に殺して良いなどという話ではありません。つまりこれは、春永が特別に悪い人物だったのではなく、理不尽が珍しくない世の中、パワハラが横行する社会だったということではないでしょうか。パワハラを本当に防ぐためには、社会の在り方・人々の価値観から変えていくことが重要です。

※1 現在は「時今也桔梗旗揚（ときはいまききょうのはたあげ）」の外題（げだい）で上演されることが多い

※2 馬を洗う大たらいの形をした生け花の水盥



cross point

2021年06月

発行

株式会社サステナビリティ・コミュニケーション・ハブ
東京都新宿区天神町14 神楽坂藤井ビル6階

Tel. 03-3513-0850

Fax.03-5227-6746

株式会社トウワイス・リサーチ・インスティテュート

東京都中央区日本橋箱崎町1-11-804

Tel. 03-6861-3553

Fax.03-6861-3554

■本誌内情報は別途記載がない限り、2021年5月現在のものとなります。

■本誌掲載の記事・写真・イラストの無断転載を禁じます。