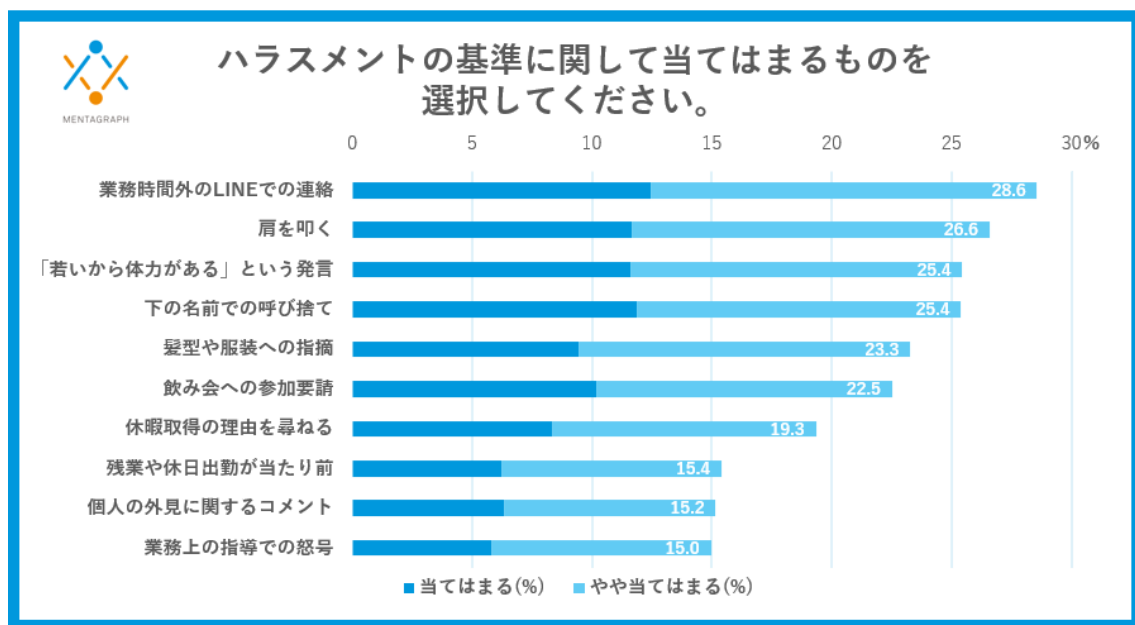




報道関係者各位

“肩ポン”“下の名前の呼び捨て”に厳しさ—大声よりも接触・呼称に注意
「どこからがハラスメントか」管理職と非管理職の認識調査
非管理職は厳しめ、管理職は相対的に緩やかな認識傾向が明らかに

MENTAGRAPH 株式会社（本社：東京都中央区、JT 100%連結子会社）は、22～65 歳の全国のビジネスパーソン 1,800 人（管理職 900 名・非管理職 900 名）を対象に、「ハラスメントの基準」に関する調査を実施しました。その結果、非管理職のほうが“身体的接触”や“私的時間への介入”により敏感であることが明らかとなり、「LINE での業務連絡」「肩を叩く」「呼び捨て」などがハラスメントとみなされやすい傾向が浮かび上がりました。



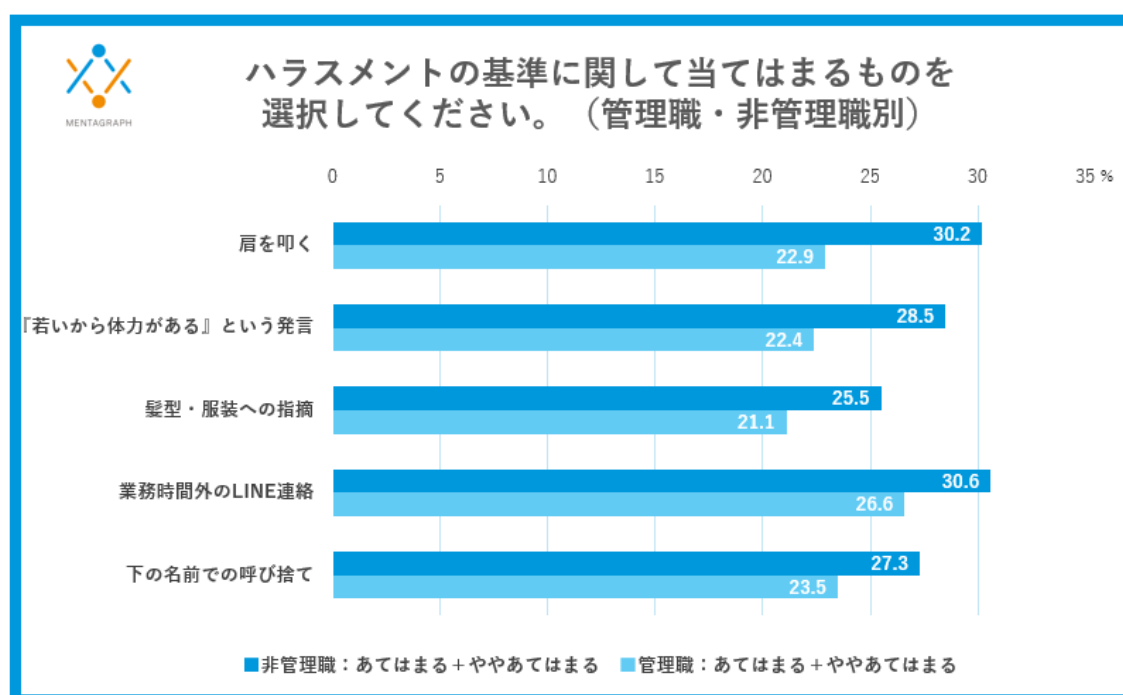
今回の調査は、「ハラスメントの境界」という不明確な議題について、「職場における許容ライン」の実態を明らかにすることを目的に実施しました。

業務内で行われる様々な行為について、「ハラスメントの基準に関して当てはまるものを選択してください」という質問に対し、5段階で評価を収集しました。ハラスメントとみなす割合（当てはまる/やや当てはまると回答）で、最も多い結果となったのは、「業務時間外のLINE連絡」28.6%（非管理職 30.6%/管理職 26.6%）という結果になりました。続いて「肩を叩く」が、26.6%（非管理職 30.2%/管理職 22.9%）、「若いから体力があるという発言」と「下の名前での呼び捨て」は、同率 25.4%でその後に続く結果になりま

した。一方で、「業務上の指導での怒号」は 14.9%（非管理職 16.0%/管理職 13.9%）にとどまり、大声よりも接触・呼称が問題視されやすい傾向がみられました。

ハラスメント認定が高い項目（全体・上位 5 つ）

- 1 位：業務時間外の LINE 連絡（28.6%）
- 2 位：肩を叩く（26.6%）
- 3 位：『若いから体力がある』という発言（25.4%）
- 4 位：下の名前での呼び捨て（25.4%）
- 5 位：髪型・服装への指摘（23.3%）



また、管理職と非管理職の認識において、最も差が大きかったのは「肩を叩く」行為で、非管理職 30.2%に対し管理職 22.9%、ギャップは 7.3pt という結果になりました。続いて「若いから体力があるという発言」が 6.0pt 差（非管理職 28.5%/管理職 22.4%）、「髪型・服装への指摘」が 4.3pt 差（非管理職 25.5%/管理職 21.1%）と続き、「業務時間外の LINE 連絡」が 4.0pt 差（非管理職 30.6%/管理職 26.6%）、「下の名前での呼び捨て」が 3.9pt 差（非管理職：27.3%/管理職：23.5%）となりました。

いずれも身体的接触や属性・外見への言及、私的時間への侵入といった“グレーになりやすい行為”が並び、現場（非管理職）はリスクとして敏感に捉える一方、管理職は「コミュニケーションの一形態」「指導の一環」と捉えがちで線引きが甘くなりやすい可能性が示唆されています。

管理職と非管理職で“認識ギャップ”が大きい項目（非管理職/管理職：上位 5 つ）

- 1 位：肩を叩く（7.3pt 差 | 非管理職 30.2% / 管理職 22.9%）
- 2 位：『若いから体力がある』という発言（6.0pt 差 | 非管理職 28.5% / 管理職 22.4%）
- 3 位：髪型・服装への指摘（4.3pt 差 | 非管理職 25.5% / 管理職 21.1%）
- 4 位：業務時間外の LINE 連絡（4.0pt 差 | 非管理職 30.6% / 管理職 26.6%）
- 5 位：下の名前での呼び捨て（3.9pt 差 | 非管理職 27.3% / 管理職 23.5%）

さらに、管理職に対して、「自分の意図と違って捉えられた経験」を尋ねると、「部下の興味・特徴の把握」が 57.0% と突出するという結果になりました。次いで「会社方針の伝達」12.2%、「目標・進捗管理」10.7% という結果に。支援意図の関与でも、詮索・干渉に映る危険性が示唆されており、目的の共有、同意の取得、頻度の合意というプロセスを挟み、情報の取り扱い範囲を事前に示すことが求められます。

ランキングからは、私的時間への連絡、身体接触、呼称、属性言及、身だしなみ指摘といった“対人境界”に関わる領域で、非管理職の基準がより厳しいことがわかりました。企業においては、こうした意識ギャップを“可視化”し、上司・部下間で期待値をすり合わせる機会を設けることが、よりよいマネジメント環境づくりにつながります。

調査手法：インターネットによるアンケート調査

調査期間：2024 年 12 月 3 日～12 月 17 日

分析期間：2025 年 8 月 15 日～8 月 31 日

調査対象者：22～65 歳のビジネスパーソン 1,800 人（管理職 900 人・非管理職 900 人）

MENTAGRAPH 株式会社について



MENTAGRAPH 株式会社は、働く人の心を可視化し、職場全体の適切な休憩取得を推進と、最適なマネジメントを支援する「Mental Battery サービス」を BtoB 向けに展開する企業です。日本たばこ産業（JT）のコーポレート R&D 組織「D-LAB」から誕生し、「心の豊かさ」を軸にストレスや疲労の見える化を通じた“心のケア改革”を推進しています。

主力プロダクトは、装着型センサー「mentoring」、アプリによる休憩レコメンド、ダッシュボードによる組織全体のストレス状態の管理などで構成される「Mental Battery」サービス、これにより、従業員の疲労やストレスをリアルタイムで数値化し、適切な休憩タイミングを可視化。管理職・人事は組織的なケアに活用可能です。

従来のストレスチェックでは補えなかった“継続的かつ高精度な計測”を実現し、従業員満足度・業務効率・チームパフォーマンスの向上へとつなげます。企業文化として「休憩をとること」が自然となる社会の実現を目指しています。