

企業の CSR の取組みと少子化問題・教育問題
への貢献に関する研究報告書

平成 20 年 3 月

財団法人 国際経済交流財団
委託先 財団法人 企業活力研究所

KEIRIN



この事業は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://ringring-keirin.jp/>



はしがき

昨今、わが国企業においては、社会における存在意義の実現、企業のリスク管理能力の向上、経営の効率化、海外市場での競争、資金調達確保等企業の持続的発展の観点から CSR（企業の社会的責任）を積極的に評価し、活用すべきであるとの考え方が広がっている。このような考え方の下、大企業を中心に環境保全、顧客志向、あるいは、企業統治といった領域では、CSR の取り組みが着実に進んできている。

一方、企業を取り巻く社会においては、環境保全などの問題と並んで、喫緊の重要課題が存在している。一つは、少子化問題である。政府は 1990 年代半ばから育児休業制度の整備や保育所の充実などの子育て支援などに着手し、更に近年では更なる少子化の対応施策を講じているが、十分な効果は上がらず、出生率の低下にも歯止めが懸からない。この結果は、核家族化が定着した中で新たに発生した、「女性の社会参画」、「未婚化・晩婚化」という急激な社会の変化に対して、従来型のわが国の経済システムが対応しきれないことを意味していよう。

さらに、教育問題も重要課題である。わが国の社会経済を支えるファンダメンタルな強さの要因として、人々の基礎的学力の高さが上げられてきた。しかしながら、近年では、国際機関による調査から、学力低下が明らかになってきている。また他方で、国際的に活躍できる人材創出ができるよう大学・大学院での教育も改革が求められている。このような状況下、政府においては教育再生の検討が行われており、企業も地域社会、学校、家庭に協力し「社会総がかり」で教育を立て直すという、合意が形成されつつある。

企業が、地域社会の「良き企業市民」として、将来も永続的に活動を行っていくためには、直接的にこれらの問題の解決のために働きかけることは当然であり、将来の日本の経済社会を支える人材の問題は、産業の国際競争力や健全な企業発展の基盤をなす重要事項であり、社会に貢献するとか協力するという受け身の姿勢を超えて、企業や産業自身が発展基盤を構築する自らの本来業務課題として、主体的に取り組んでいくべき課題ではないかという観点も必要であろう。

本調査では、2部構成として、第Ⅰ部で少子化問題への対応、第Ⅱ部で教育問題への対応について調査している。それぞれ、第1章で問題の現状を分析したうえで、第2章で国内の大手企業を中心に実施したアンケート結果をもとに、わが国企業の取り組みに関する実態を調査・分析した。第3章では、文献調査、インタビュー調査から国内外

企業の先進的な取り組み事例を、少子化問題と教育問題合わせ 22 分野 179 事例取り上げている。以上を踏まえて、最後の第 4 章では、今後わが国の企業がとるべき方向性について、少子化問題、教育問題それぞれの観点から各 4 つの提言を行った。

平成 20 年 3 月
財団法人 企業活力研究所

当該事業結果の要約

第 I 部 少子化問題への対応

第 1 章 わが国における少子化問題について

わが国の出生数は、1970 年代前半の第 2 次ベビーブームをピークとして、その後、ほぼ一貫して減少傾向が続いている。この少子化の傾向は、個人の結婚観の変化、女性の社会進出、社会構造の変化などの影響を受けて引き起こされていると考えられる。近年、わが国政府も、海外諸国の例に倣い様々な対策を講じているが、依然として少子化という潮目が変わったとは言えないのが現状である。

依然として少子化傾向に歯止めがかからない一因は、「仕事と子育てを両立する」ことが困難であるためと考えられ、硬直的な長時間労働、あるいは、それを是とする職場の風土を改善していくことが、現在のわが国の企業に求められる社会的責務であると考えられる。そのため、企業が導入しているワーク・ライフ・バランス実現のための様々な施策は、実は国のレベルで考えれば少子化対策と重なる側面があり、わが国が抱える社会的課題に応えるものである。

第 2 章 少子化問題解消への貢献に関するアンケート調査

少子化問題が CSR として取り組むべき課題と認識されている傾向が読み取られ、実際に具体的な方針の中で明文化している企業も約 9 割に上っている。企業が実施している環境整備について、「時間の創出」に関係する取り組みは多いことが明らかになった。また、全体的に、取り組みによって従業員満足度が向上しているものが多く、離職率の低下にも一定の効果が認められる結果となった。

一方で、取り組みが遅れていて、かつ要望が強いものとしては、

(1) 育児と仕事の両立期における仕事と在宅勤務制度や事業所内託児所への対応

(2) 人材補充の制度などの休職者不在環境の整備

(3) 休業中の経済的側面の環境整備

(4) 休業中のスキル維持向上を目的とした教育制度など情報・スキル面の支援
の 4 つがあげられる。

第 3 章 少子化問題解消への企業の貢献

「休業・休暇制度の充実」「勤務形態の柔軟化」「復職を促進させる制度の構築」「経済的支援」、そして「企業全体での意識の向上」の観点から企業の先進的な取り組み

を考察した。

その結果、これらの取り組みを進めている企業には、

- (1) 従業員の満足度の向上を目標としており、労働生産性を向上させて企業にとって人的資本の損失を防ぐという効果を期待している。
 - (2) トップのコミットメント・明確な推進ビジョンを用意し、方向性や枠組みを決定し、取り組みをスムーズに進めている。
 - (3) タスクフォースチームを組成し、従業員の生の声や意見を吸い上げ、自社のニーズを満たす制度の構築に務めている。
 - (4) 「働く」環境を整備し、キャリアを志向する従業員に、子育ての時間の捻出だけでなく、早く仕事に復帰できる制度などを講じて従業員の能力発揮につなげている。
- という共通点が認められた。

第4章 少子化問題解消への企業の取り組みのあり方

以上を踏まえれば、今後企業においては次の方向に取り組んでいくべきと考えられよう。

- (1) 経営トップがワーク・ライフ・バランスへの取り組みについて従業員の満足度向上にもつながるものとして、強くコミットして推進することが望まれる。
- (2) 少子化問題に取り組むための制度・仕組みについては、先進事例を参考にし、て不断に充実努力することが望まれる。
- (3) 円滑な職場関係の維持が重要であるので、従業員全般の少子化問題に対する理解を深め、企業全体で少子化問題に取り組むという意識を醸成することが望まれる。
- (4) これまで取り組みの遅れがみられる従業員の職場復帰を支援する制度を拡充することが望まれる。

第Ⅱ部 教育問題への対応

第1章 わが国における教育問題について

近年、新卒採用者に対する評価は低下傾向が見られ、企業が持続的に発展していくための基盤となる人材の質が、大きな問題となっている。OECD(経済協力開発機構)が行ったPISAによれば、2007年12月の最新結果でも、わが国の子供の学力低下の傾向には歯止めがかかっていない。この調査の結果を受けて最近教育に対する信頼が大きく揺らいでいる。

グローバル経済化、情報化社会の構築が進み、経済の重要なファクターが物的な資源から人的な資源へと移行していく中で、各国とも認識し、教育問題を最重要課題に位置付けている。わが国でも、教育問題を喫緊に解消されるべき最も重要な課題と位置づけて、「社会総がかり」、すなわち、学校、地域、家庭とともに企業も「一体」となって、教育問題に積極的に取り組んでいくことが求められている。それというのも、企業が地域社会の「良き企業市民」として将来も持続的に活動を行っていく上で、人材の問題は、産業の国際競争力や健全な企業発展の基盤をなす重要事項であり、企業自身はその発展基盤を構築する自らの本来業務課題として、主体的に取り組んでいくべき課題であるからである。

第2章 教育問題への企業の取り組みに関するアンケート調査

ほとんどの企業において、国内の教育問題をCSRとして取り組むべき社会的課題と認識している。また、企業は地域社会や小中学校での教育支援に積極的に取り組んでいる一方で、従業員が各家庭で子供を教育することを意識した人事・福利厚生制度については、取り組みを行っていない企業も相当数あった。また、今後の方針についても、地域・小中学校での教育に対する支援は「拡充していく方針」が多数を占めるのに対し、家庭における教育に対する支援は「方針を決めかねている」企業が多い。特に、有害情報スポンサーシップの見直しに至っている企業はまだ少ない。

相当数の企業は、初等教育、高等教育の支援に障害は認識していないものの、障害があると回答した企業では、社内での方針が固まっていないこと、及び企業と教育現場をつなぐコーディネーターの必要性を挙げている例が多く見られた。

第3章 教育問題への企業の取り組みの現状

「小中学生にむけた取り組み」「高校生にむけた取り組み」「大学生に向けた取り組み」と教育対象毎の3つに分けて取り組みを考察した結果、取り組みを進めている企業には、

- (1) 教育への取り組みに積極的な従業員の自発的な意欲を側面支援することで、より多くの従業員を取り込み、従業員の力の向上、モチベーションアップに役立っている。
- (2) 教育の範疇が多岐にわたっているため、取り組む分野を明確にしている。これにより、目的と効果を常に意識することで、取り組みの形骸化を防ぎ、より価値のある活動の実施を可能にしている。
- (3) 教育現場に携わっているわけではない企業にとって教育現場におけるニーズを直接把握することは難しく、橋渡しとなる NPO と協働している。
という共通点が認められた。

第4章 教育問題への企業の取り組みのあり方

以上を踏まえれば、今後企業においては次の方向に取り組んでいくべきと考えられよう。

- (1) 教育問題に取り組むための制度・仕組みの充実については、主体性のある従業員を側面的に支援しながら、常に新しい時代のニーズを的確に捉え、不断の検討を行っていくことが重要である。そして、より多くの従業員を取り込んでいく新しい制度・仕組みを整えていくことが期待される。
- (2) 教育現場の要望を的確に把握し、長期的ビジョンに立って支援を進めることで、教育現場との強固なパートナーシップを実現することが望まれる。そのためには、NPO、公益法人、地域等の第三者機関との協働も有効と考えられる。
- (3) 従業員による子供を教育する時間・機会を増やすことが望まれる。
- (4) 子供に対する「情報教育」の取組も強化することが望まれる。

CSR 委員会 委員名簿

【委員長】

藤井 良広 上智大学 大学院地球環境学研究科教授

【顧問】

高 巖 麗澤大学 大学院国際経済研究科教授（企業倫理研究センター長）

【委員】

足達 英一郎 (株)日本総合研究所 主席研究員

石井 節 花王(株) コーポレートコミュニケーション部門CSR推進部

上山 静一 イオン(株) グループ環境・社会貢献担当

大日向 雅美 恵泉女学園大学 大学院教授

川本 恵子 富士ゼロックス(株) 人事部 人事グループ プロセス改革チーム

見学 信一郎 東京電力(株) 企画部経営調査グループマネージャー

後藤 麻里 東京ガス(株) 広報部 社会文化センター 所長 兼 CSR室 室長

榊原 智子 読売新聞東京本社 生活情報部 記者

白井 純 (株)東芝 CSR推進室長

新海 一正 新日本製鐵(株) 総務部 総務グループ グループリーダー

菅 慶太郎 日産自動車(株) グローバルコミュニケーション・CSR本部 課長

杉山 千佳 有限会社セレーノ 代表取締役 子育て環境研究所 代表

鈴木 敦子 松下電器産業(株) CSR担当室 室長

鈴木 均 日本電気(株) CSR推進本部 CS推進部長 兼 CSR推進室長,
社会貢献室長

高橋 陽子 (社)日本フィランソロピー協会 理事長

田幸 大輔 (社)経済同友会 政策調査マネージャー

富田 秀実 ソニー(株) CSR部統括部長

長谷川 雅世 トヨタ自動車(株) CSR・環境部 CSR室長

古田 豊 立教新座中学校・高等学校教諭 NPO法人ガリレオ工房 副理事長

村田 浩 本田技研工業(株) 法務部 CSR室 室長

森 まり子 東京商工会議所 企画調査部 課長

安威 誠 学研教育総合研究所 所長

山極 清子 (株)資生堂 人事部 次長

山口 孝 旭化成(株) 総務部 CSR室課長

【オブザーバー】

木村 聡 経済産業省 経済産業政策局 企業行動課 企画官
坂本 紀代美 経済産業省 経済産業政策局 企業行動課 企業経理係長
大西 啓仁 経済産業省 経済産業政策局 経済社会政策室 課長補佐
(企画担当、男女共同参画担当)
加藤 路子 経済産業省 経済産業政策局 産業人材参事官室

【事務局】

黒田 眞 (財) 企業活力研究所 顧問
土居 征夫 (財) 企業活力研究所 理事長
沖 茂 (財) 企業活力研究所 専務理事
星埜 由和 (財) 企業活力研究所 常務理事・事務局長
菊井 大志 (財) 企業活力研究所 研究員
佐藤 浩介 (株) 日本総合研究所 主任研究員
森田 美智子 (株) 日本総合研究所 研究員
古賀 啓一 (株) 日本総合研究所 研究員

目次

はしがき	i
要約	iii
CSR 委員会 委員名簿.....	vii
第 I 部 少子化問題への対応.....	1
第 1 章 わが国における少子化問題について	1
1. わが国の少子化問題の現状	1
2. 政府における少子化問題への取り組み.....	4
3. 企業に求められる少子化問題への責務	5
第 2 章 少子化問題解消への貢献に関するアンケート調査.....	8
1. 調査の概要	8
2. 少子化問題に関する回答.....	10
3. アンケート調査結果のまとめ.....	28
第 3 章 少子化問題解消への企業の貢献	30
1. 先進的な取り組み事例	30
2. ワーク・ライフ・バランスへの取り組みを推進する力	47
第 4 章 少子化問題解消への企業の取り組みのあり方	52
1. 明らかになった課題.....	52
2. 今後企業に求められる方向性.....	53
第 II 部 教育問題への対応.....	55
第 1 章 わが国における教育問題について.....	55
1. 教育問題の現状.....	55
2. 政府における教育問題への取り組み	60
3. 企業に求められる教育問題に関する責務	62
第 2 章 教育問題への企業の取り組みに関するアンケート調査.....	65
1. 調査の概要	65
2. 教育問題に関する回答.....	65
3. アンケート調査結果のまとめ	75
第 3 章 教育問題への企業の取り組みの現状	76
1. はじめに.....	76

2. 先進的な取り組み事例.....	77
3. 教育問題への取り組みを推進する力	99
第4章 教育問題への企業の取り組みのあり方.....	103
1. 明らかになった課題.....	103
2. 今後企業に求められる方向性	104
あとがき	107
参考資料.....	108

第 I 部 少子化問題への対応

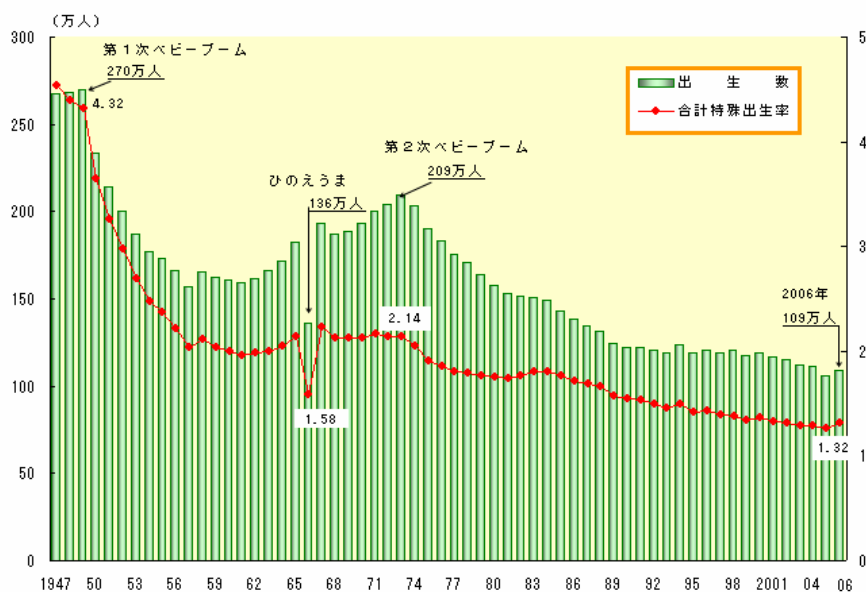
第 1 章 わが国における少子化問題について

1. わが国の少子化問題の現状

(1) 出生数の一貫した減少

わが国の出生数は、1970 年代前半の第 2 次ベビーブームをピークとして、その後、ほぼ一貫して減少傾向が続いている。1984 年には 150 万人を割り込み、2006 年は若干持ち直したものの、その値は 109 万人で、第 2 次ベビーブーム期でもっとも出生数の多かった 1973 年（209 万人）の約半分にすぎない。

わが国の出生数推移



(出所：厚生労働省大臣官房統計情報部「人口動態統計」)

(2) 晩婚化・未婚化の進行

この少子化の傾向は、個人の結婚観の変化、女性の社会進出、社会構造の変化などの影響を受け、「晩婚化」「未婚化」が進行したことにより引き起こされていると考えられる。まず、晩婚化についてみてみると、下表にあるとおり、日本人の平均初婚年齢は、夫が 1975 年の 27.0 歳から、2006 年時点で 30.0 歳に、妻が

1975年の24.7歳から28.2歳と上昇傾向にあり、この約30年で、夫は3.0歳、妻は3.5歳、初婚年齢が上昇している。また、それに伴い、出生時の母親の平均年齢が高くなる「晩産化」も進み、2006年には、第1子が29.2歳、第2子が31.2歳、第3子が32.8歳であり、約30年間で、それぞれ3.5歳、3.2歳、2.5歳平均年齢が高くなっていることがわかる。

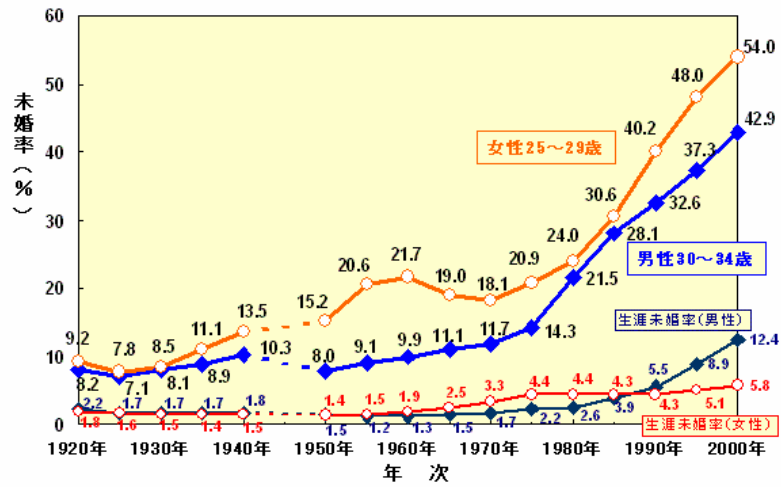
表 晩婚化・晩産化の傾向



(出所：内閣府(2007)「少子化白書」)

一方で、近年未婚率も急速に高まっている。下表にあるとおり、特に、20代後半の女性の未婚率は、1980年～2000年の20年間で30ポイント(1980年が24%に対して2000年は54%)も急激に上昇している。また、30代前半の男性の未婚率も同様に、1980年～2000年の20年間で21.4ポイント(1980年が21.5%に対して2000年は42.9%)と急激に上昇している。

未婚率の推移



(出所：総務省「国勢調査」)

1975年～2000年の調査で、結婚が子供をもつことに対する寄与度が71.3%となっていることからわかるように、わが国の場合、結婚という行為と子供をもつこととの間には強い相関関係がある(下表参照)。

とすれば、近年の晩婚化・未婚化によって、わが国の少子化は今後さらに強まる可能性がある。

「結婚」が子供を持つことに対する寄与度

期間	1975	～	1980	～	1990	～	2000	1975	～	2000
TFR実績値(年央人口分母)	1.94		1.74		1.55		1.35	1.94		1.35
総変化量		┌ -0.20	└		┌ -0.19	└		┌ -0.58	└	
		(100.0)			(100.0)			(100.0)		
結婚行動の変化に起因する										
変化量		-0.17			-0.17					-0.42
寄与率(%)		(86.9)			(89.3)					(71.3)
夫婦の出生行動の変化に起因する										
変化量		-0.03			-0.02					-0.17
寄与率(%)		(13.1)			(10.7)					(28.7)

(出所：経済産業省(2006)「少子化時代の結婚関連産業の在り方に関する調査研究」)

2. 政府におけるに少子化問題への取り組み

近年、少子化問題は先進各国でも同様に深刻な問題となっており、各国ともに対策を講じている。そのような中で、フランスでは、「フランス・モデル」と呼ばれるほどその対策が効果をあげている。同国では、第二次世界大戦前に導入された育児支援制度が定着し、家族手当などの経済的な支援だけでなく、地域や職場に大小さまざまな保育施設を設置し、また、ベビーシッターなどの保育サービスを充実させる等、出産後の女性が就労しやすい環境を整えるために多岐にわたる対策が講じられ、夫婦が共に働くことが支援されている。このような育児と仕事を両立しやすい環境整備を通じて、出産期(25~44 歳)の女性の労働力率は 79.5%と非常に高い水準である一方、合計特殊出生率も、1.89 (2003 年)と日本 (1.29)、ドイツ(1.34)よりも高い水準を維持してきており¹、2006 年では合計特殊出生率を 2.005 まで上昇させた。

わが国政府も、少子化問題が、長期的には年金等現行の社会保障制度の維持に重大な悪影響を及ぼすという認識に立ち、海外諸国の例に倣い、様々な対策を講じている。1990 年に 1989 年の人口動態統計で合計特殊出生率が 1.57 まで落ち込んだこと(「1.57 ショック」)が発表されたことを契機に 1991 年に育児休業法が成立(1992 年施行)し、1994 年には、社会全体の子育てに対する気運を醸成し、企業・職場・地域社会などの子育て支援の取り組みを推進することを目標とした「今後の子育て支援のための施策の基本的方向について」(エンゼルプラン)が策定された。また、最近では、政策の実効性を高めるために 2003 年の「次世代育成支援対策推進法」「少子化社会対策基本法」、2004 年の「少子化社会対策大綱」、また、2006 年の「新しい少子化対策について」も制定された。

そして、2007 年には、「すべての子供、すべての家族を大切に」という理念のもと、「結婚したいけどできない」という若い人、「子供を生みたいけど躊躇する」という若い家族を支えるべく、制度・政策・意識改革などあらゆる観点から効果的な対策の再構築及び実行を図るために「子供と家族を応援する日本」重点戦略検討会議が設置されるとともに、12 月にはその具体的な行動原則を明記した、「仕事と生活の調和(ワーク・ライフ・バランス)憲章」及び「仕事と生活の調和推進のための行動指針」が制定された。さらに現在、次世代育成支援対策推進法を改正し、従

¹内閣府経済社会総合研究所(2005)「フランスとドイツの家庭生活調査ーフランスの出生率はなぜ高いのかー」

業員 301 人以上の企業に義務付けていた行動計画の策定を、101 人以上の企業にも広げて義務付けようとする動きがあるが、この例に見られる通り、今後も、政府には子供を産み育てる環境づくりを促進していこうとする姿勢が認められる。

このような矢継ぎ早な対策が打たれている中で、本章の冒頭に述べたように、日本の合計特殊出生率は 2005 年に過去最低の 1.26 となった後、2006 年には 1.32 と前年を上回った。しかし、「団塊ジュニア世代」が出産期のピークにいることを考慮すれば、依然として少子化という潮目が変わったとは言えないのが現状である。

(参考) わが国の少子化関連施策年表

年	施策名
1991	育児休業法成立
1994	エンゼルプラン、緊急保育対策等 5 か年事業
1996	育児休業法改正
1999	新エンゼルプラン少子化対策推進基本方針、
2001	待機児童ゼロ作戦
2002	少子化対策プラスワン
2003	少子化社会対策基本法、次世代育成支援対策推進法
2004	少子化社会対策大綱、子供、子育て応援プラン
2005	育児・介護休業法改正
2006	新しい少子化対策について
2007	「子供と家族を応援する日本」重点戦略検討会議 ワーク・ライフ・バランス憲章

3. 企業に求められる少子化問題への責務

政府の対策にもかかわらず、依然として少子化傾向に歯止めがかからない一因は、「仕事と子育てを両立する」ことが困難であるためと考えられる。すなわち、少子化傾向の背景には、依然として、家庭よりも職場を優先することを求める旧来型の雇用慣行や、それを当然とする企業風土・雰囲気、固定的な男女の役割分業意識、保育サービスの整備の不十分さ等があると推測される。

内閣府の平成 16 年度版「少子化社会白書」によれば、妻が考える理想の子供数

と実際に持つ子供数とに格差がある原因として、「子育てや教育にお金がかかりすぎるから」(62.9%)、「高齢で産むのがいやだから」(33.2%)などの理由が上位にあがる一方、「自分の仕事に差し支えるから」(17.1%)「夫の家事・育児への協力が得られないから」(12.1%)という理由もそれぞれ1割を上回り、看過できない程度に挙がっている。

確かに、子育てや教育にかかる経済的負担を緩和することは、主として行政の役割であり、高齢であることは、人為的に解消しがたい問題かもしれない。

しかし、「自分の仕事に差し支える」あるいは、「夫の家事・育児への協力が得られない」ことは、仕事と子育ての両立が難しいことを窺わせる理由であり、企業での働き方の是正によって、改善できる余地が大きいと考えられる。

理想の子供数を持たない理由 (%)

	子育てや教育にお金がかかりすぎるから	家が狭いから	自分の仕事に差し支えるから	子どもがのびのび育つ社会環境ではないから	自分や夫婦の生活を大切にしたいから	高齢で生むのはいやだから	これ以上、育児の心理的・肉体的負担に耐えられないから	健康上の理由から	欲しいけどできないから	夫の家事・育児への協力が得られないから	夫が望まないから	一番末の子が夫の定年退職までに成人してほしいから	その他
総数	62.9	14.6	17.1	20.4	11.5	33.2	21.8	19.7	15.7	12.1	7.2	9.6	5.6

同白書では「労働時間の長さ」にも着目しており、5割近くの女性が週40時間以上働いている点を指摘している。また、6歳未満の子供のいる世帯における家事・育児等の家事関連時間について夫婦で比較した場合、平日の夫の家事関連時間は21分と仕事をしている女性の5時間に比べて15分の1程度、また、土・日曜日でも5分の1程度と、わが国では、父親の育児にかかる時間が、他の先進諸国に比べて突出して少ないことも指摘している。このように、現在のわが国では、男性は「仕事」という旧来の役割分担に留まる一方で、女性は「仕事も家庭も」というように、仕事と家事・育児の負担が集中しているのである。

このような女性への過度な負担の軽減を図る一方で、男性が家事育児により多くの時間を充てられるようにする、換言すれば、日本の企業における硬直的な長時間労働、あるいは、それを是とする職場の風土を改善していくことが現在のわが国の企業に求められる社会的責務であろう。つまり、近年優秀な従業員を獲得するため、あるいは、従業員のモチベーションを向上させて企業への帰属意識を高めるために導入しているワーク・ライフ・バランス実現のための様々な施策は、実は国のレベ

ルで考えれば少子化対策と重なる側面があり、わが国が抱える社会的課題に応えるものなのである。

企業活動の向上は、活力ある社会基盤、すなわち、従業員が充実した家庭生活を過ごし、子供を持つ人が増える社会基盤の上に成り立つものである。このことから、企業が、従業員がワーク・ライフ・バランスを実践し、充実した家族生活を送るようにすることは、重要であることを認識する必要がある。

第2章 少子化問題解消への貢献に関するアンケート調査

1. 調査の概要

(1) 調査の目的

本調査は、今般企業の持続的発展を確保するとともに社会の健全な発展に寄与するための CSR（企業の社会的責任）活動に関して、現下の緊急かつ重要な社会的課題である「少子化問題」と企業との関係を取り上げて調査研究することを目的とした。

(2) 調査の特徴

「働きながら子供を持ち、育てる」ために、従業員に必要となる支援は、女性従業員が出産する前後の段階と、実際に子供が生まれ働きながら育児する段階など、それぞれの段階によって異なる。そのため、企業は従業員が直面するいくつかのステージを想定して、多様な少子化問題の対策となる従業員への支援策を構築している。そこで、本アンケート調査では、少子化問題への支援策について「出会い期」「パートナーとの生活期」「出産・育児期」「両立期」の4段階に分け、ステージごとに実態調査を行うとともに、併せて、従業員が子育てをしながら仕事に携わるには周囲の理解が不可欠といわれているので、「周囲の理解」について調査を行った。

(参考) 東芝の少子化問題への取り組みの概要

V. ワークライフ・バランスの実現に向けた現在の取組①	
① 主な両立支援に関する取組み	
それぞれのステージに対応した両立支援を実施	
子どもが生まれるまで	不妊治療のための休職、不妊治療のためのワイドプラン休暇
妊娠	妊娠障害休暇
出産時	配偶者出産休暇、出産一時金(健保付加給付)、産前産後休業
出産後	育児休業制度(子1人につき3回、最大3年間、配偶者が育児可能な場合も取得可) 再雇用制度(配偶者転勤に同伴、介護、出産、育児のための退職)
子を育てる	短時間勤務制度、1時間単位年休、次世代育成手当、看護休暇、 選択型福祉制度(Teetime)における優遇措置
介護を行う	看護休暇、介護休業制度、短時間勤務制度、1時間単位年休 選択型福祉制度(Teetime)における優遇措置

東芝では、少子化問題への支援策について、「子供が生まれるまで」「妊娠」「出産時」「出産後」「子を育てる」という5段階にわけて、それぞれの段階に必要な支援策を講じている。

(出所：第2回委員会資料)

(3)調査の内容

本調査は少子化問題と教育問題の二つのアンケートで構成された調査票をもとに実施した。

(4)調査の対象と方法

東京証券取引所一部上場企業のうち、2007年4月時点での時価総額上位300社を調査対象とし、郵送によりアンケートを送付した。アンケートの送付は2007年10月5日（金）、アンケートの締め切りは2007年10月26日（金）とした。

(5)調査の結果

300社へのアンケート送付に対する有効回答数は57社（19.0%）となった。

2. 少子化問題に関する回答

企業と少子化問題の関係について、少子化問題に対する認識、具体的な少子化への取り組み、そして、少子化対策実施後の感想を調査した。

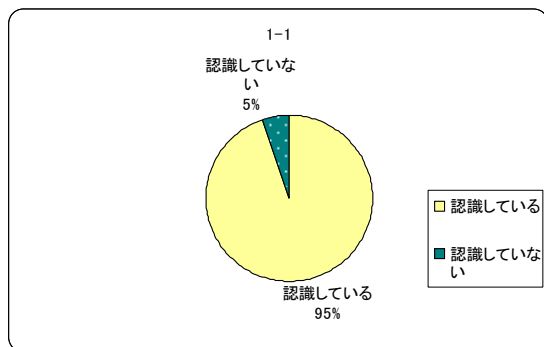
(1)少子化問題に対する認識

少子化問題は CSR としての認識が高まる

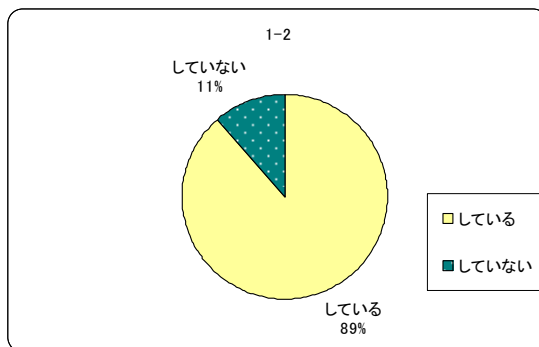
まず企業が少子化問題についてどのように認識しているのか、基本的な姿勢について尋ねた。

「少子化問題を CSR として取り組むべき社会的課題と認識している」と回答した企業が 95%（下図左）、また、「少子化問題の解消のための育児制度の充実等を経営方針などの中で明文化している」と回答した企業が 89%（下図右）に上るといった結果になった。

1-1 現在わが国で議論されている「少子化問題」を CSR として取り組むべき社会的課題であると認識していますか。



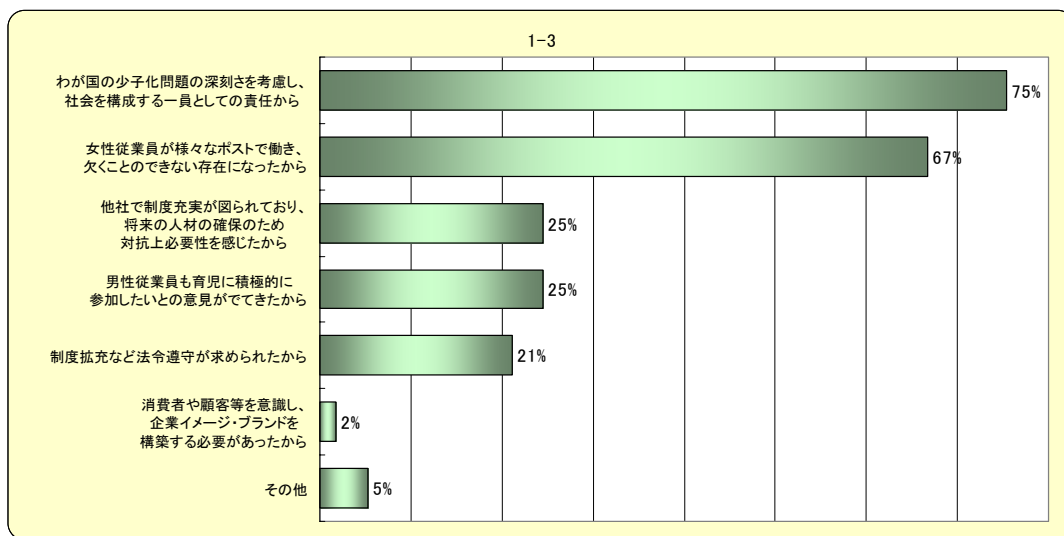
1-2 (1-1で「認識している」と回答した場合) 「少子化問題」の解消に取り組むため、育児制度の充実等について、経営方針、人事規則、指針等の中に明文化していますか。



少子化は国家的な視点と自社の人材の視点で捉えられる

少子化問題に取り組む理由について、複数選択可として尋ねた結果が下のグラフである。「わが国の少子化問題の深刻さを考慮し、社会を構成する一員としての責任から取り組んだ」と国家的視点から対応したとする回答（75%）と、「女性従業員が様々なポストで働き、(人材的に) 欠くことができない存在になったから」とする回答（67%）が、特に多いという結果になった。

1-3 (1-1で「認識している」と回答した場合)「少子化問題」をどのような理由から取り組むべき課題であると認識されていますか。下記の選択肢の中で当てはまるものを最大3つまでお選びください。



(2)具体的な少子化への取り組み

具体的な少子化への取り組みについて、「出会い期」「パートナーとの生活期」「出産・育児期」「両立期」という4つのステージと、「周囲の理解」という項目に分けて調査した。

①出会い期

出会いの時間創出は進むが、機会創出は少ない

若年層の人々が、プライベートに割く時間を確保し、異性と出会う機会を持つことができるかどうかは、少子化問題で対策を講ずべき最初の段階の課題である。

アンケート回答企業の中では、「プライベートの時間を長くする」ということに資する取り組みは、比較的多くの企業で実施されていた(有給休暇・長期休暇取得の励行:94.5%、業務の見直し効率化:92.9%、残業状況の可視化:92.7%、出退勤管理の厳正化:88.9%、ノー残業デー:83.9%)。

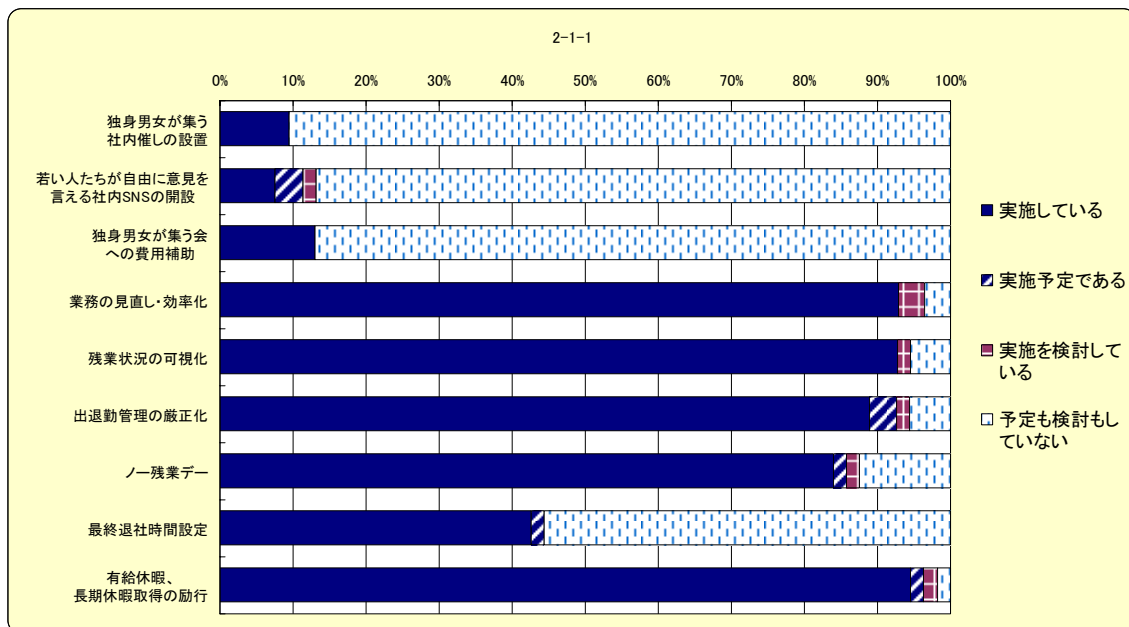
その一方で、「出会いの機会を増やす」ということに資する取り組みを実施している企業は少ない(独身男女が集う社内催しの設置:9.4%、若い人たちが自由に意見を言える社内SNSの設置:7.5%、独身男女が集う会への費用補助:13.0%)、

という結果となった。

2-1 「出会い期」

未婚率が上昇している原因の一つに、若年層の人々の長時間勤務によりプライベートの時間が減少していること、また、パートナーと出会う機会が以前に比べ少なくなっていることがあると言われています。若年層の人々が、プライベートに多くの時間を割き、異性と出会う機会を持つことへの環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-1-1 取組みの状況

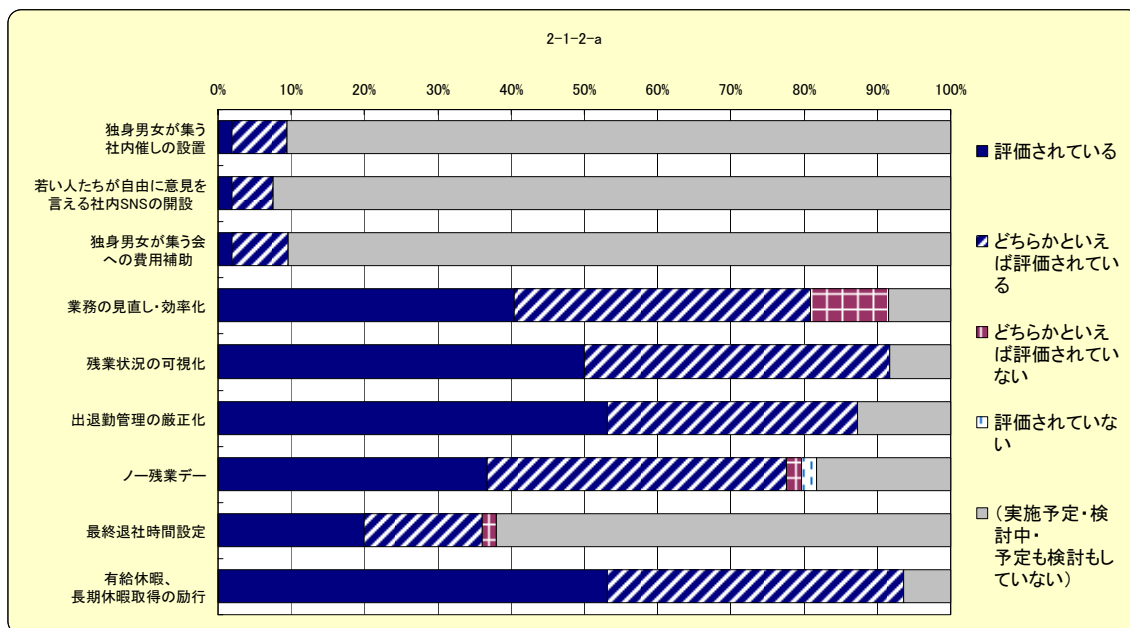


取組みは従業員から評価されている

異性との出会いのための時間や機会に資すると考えられる企業の取り組みに対して、従業員がどのような評価をしているのか尋ねたところ、実施した取り組みについては、概ね好意的な評価を受けているという結果となった。

一方、否定的な評価（どちらかといえば評価されていない、評価されていない）がついている項目は、「業務の見直し・効率化」(10.6%)、「ノー残業デー」(4.1%)、「最終退社時間設定」(2.0%)の3つにとどまった。

2-1-2 従業員からの反応 a



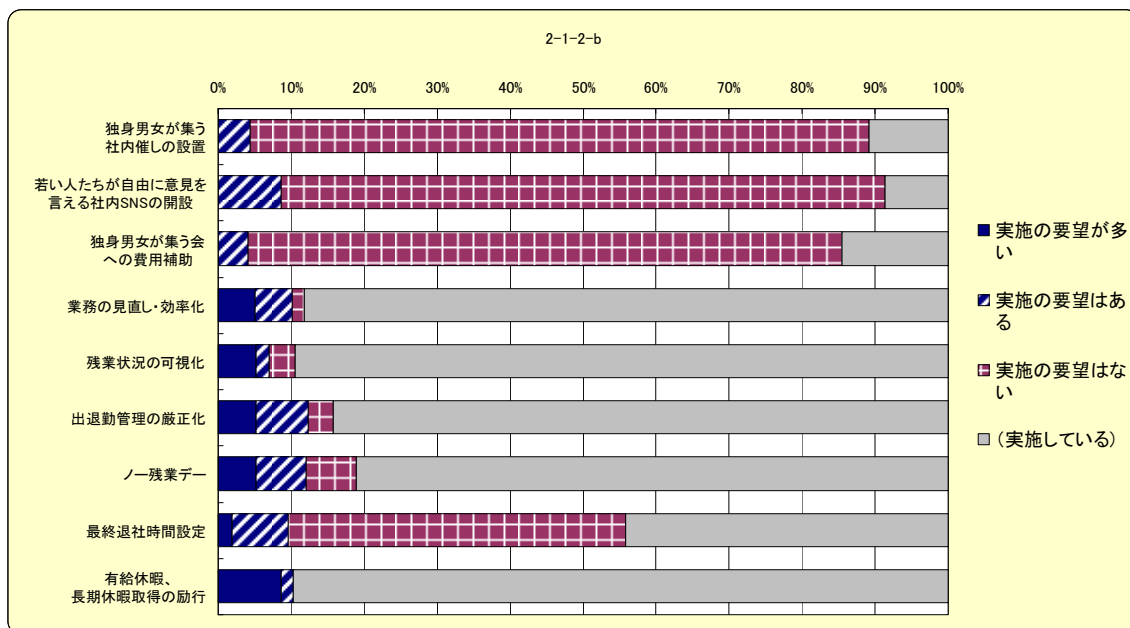
機会の創出には従業員からも要望が少ない

まだ実施されていない取り組みの中で、従業員から要望がどの程度出ているかを尋ねたところ、特に異性との出会いの機会に関する取り組みは、「実施の要望はない」と、従業員からの要望が特に無いことが明らかになった。

具体的には、「独身男女が集う社内催しの設置」では84.8%、「若い人たちが自由に意見を言える社内SNSの開設」では82.6%、「独身男女が集う会への費用補助」では81.3%で、「実施の要望はない」とした。

また、「最終退社時間設定」についても46.2%が、「実施の要望はない」とする回答であり、比較的多かった。

2-1-2 従業員からの反応 b



②パートナーとの生活期

不妊治療や在宅勤務制度に遅れ

従業員がパートナーと生活を共にするようになった後でも、プライベートな時間の短さや金銭的問題などの要因により、子供を持つという意識が希薄になるということが考えられる。

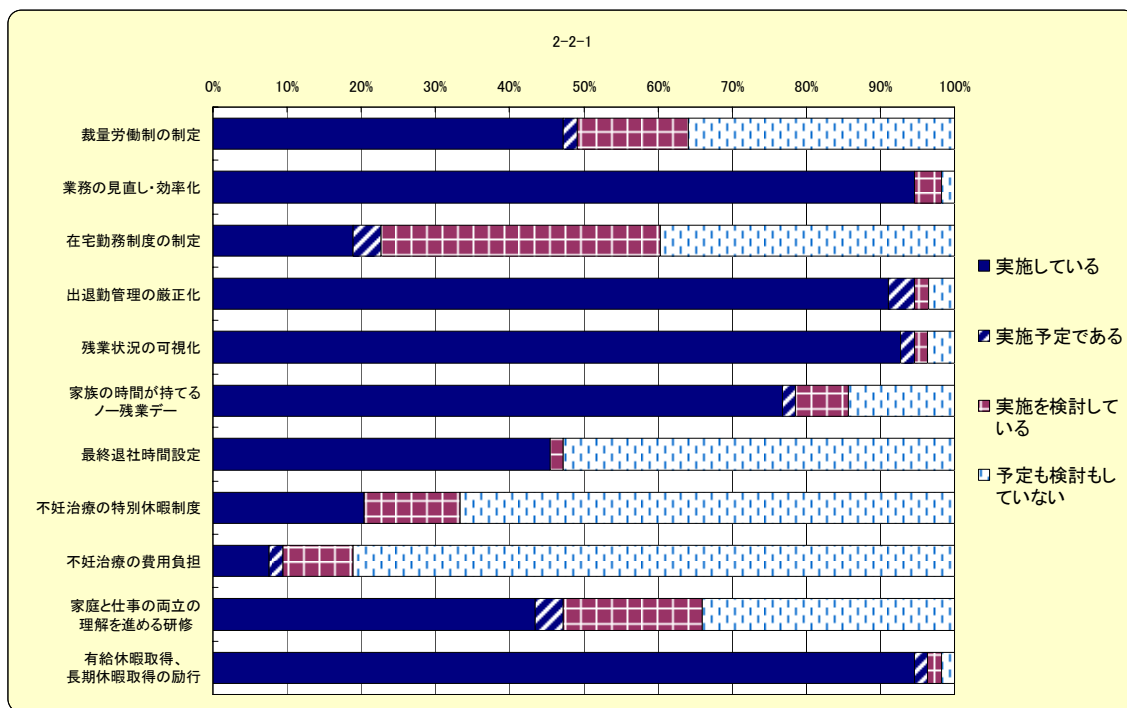
そこで、企業が実施できる環境整備の現状について尋ねたのが次のグラフである。90%を超える企業は、「業務の見直し・効率化」、「出退勤管理の厳正化」、「残業状況の可視化」、「有給休暇取得、長期休暇取得の励行」を実施しているとする結果となった。

特に実施していると回答する企業が少なかった取り組みは、「不妊治療の費用負担」の7.5%、「在宅勤務制度の制定」が18.9%「不妊治療の特別休暇制度」が20.4%であり、一部で報道されている、不妊治療に関する取り組みと在宅勤務制度に関する取り組みは、まだ一部の企業に限定されていることが判明した。

2-2 パートナーとの生活期

従業員がパートナーと生活を共にするようになった後でも、勤務時間が長くなり、プライベートの時間が減少していること、あるいは経済的な制約から、子供を持つという意識が希薄になるということが言われています。従業員が子供を持つという意欲が持つことができるための環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-2-1 取組みの状況

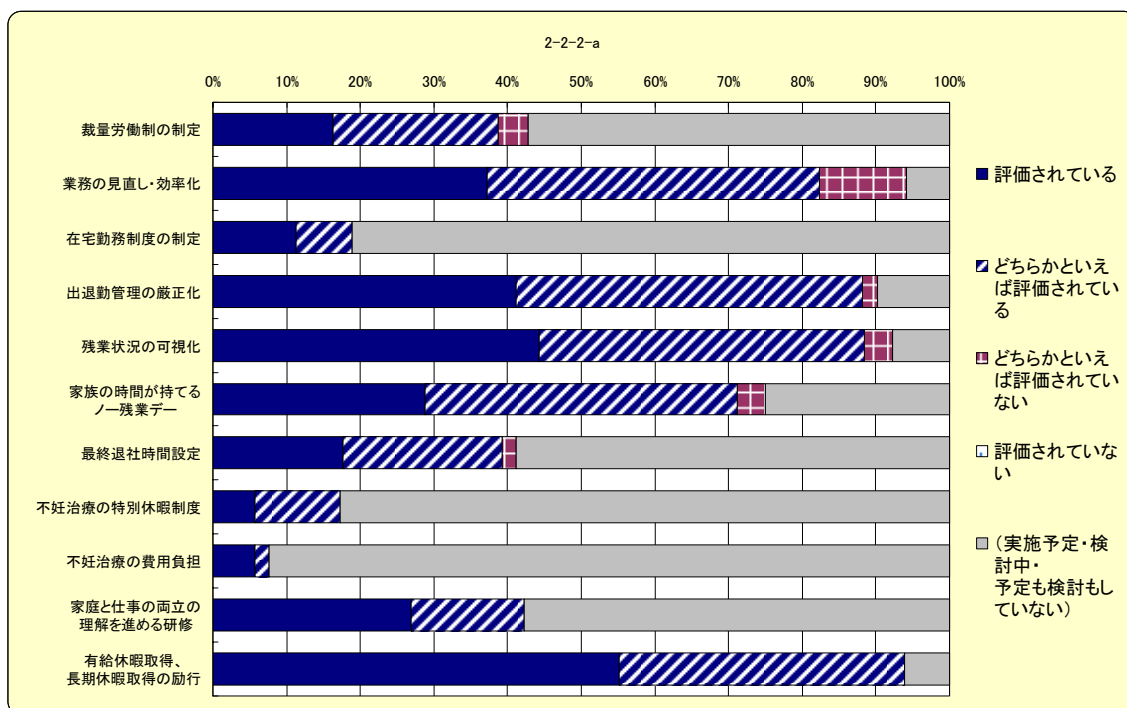


全ての取組みが基本的に評価されている

企業が実施している、パートナーとの生活を共にする時期に関連する環境整備について、従業員からの反応は概ね肯定的（「評価されている」「どちらかといえれば評価されている」）なものとなった。

「評価されていない」とする回答は、全ての質問項目で存在しなかった。また、「どちらかといえば評価されていない」とする回答が最も高くなったのは、「業務の見直し・効率化」の11.8%であり、その他の項目は全て5%を下回る結果となった。

2-2-2 従業員からの反応 a

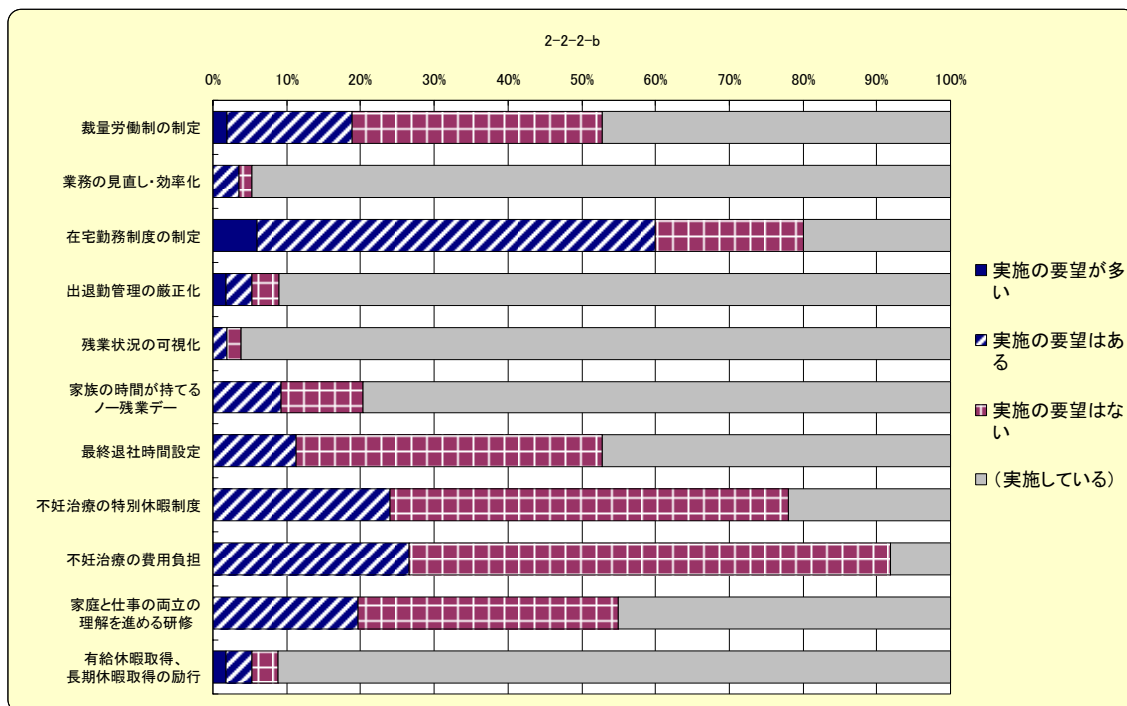


在宅勤務にニーズが集まる

まだ実施されていない取り組みの中で、従業員から要望がどの程度出ているかを尋ねたところ、在宅勤務制度の制定で肯定的な回答（「実施の要望が多い」「実施の要望はある」）が60.0%となり、特に要望が多いことが明らかになった。

取り組みに遅れが見られた不妊治療については、「実施の要望はある」とする回答が、「不妊治療の特別休暇制度」で24.0%、「不妊治療の費用負担」で26.5%と、無視できない程度の回答があったが、その一方で、「実施の要望はない」とする回答がそれぞれ54.0%、65.3%と、肯定的な回答を上回る結果となった。

2-2-2 従業員からの反応 b



③ 出産・育児期

育児休業中の経済的支援と出産後の再雇用にやや遅れ

従業員に子供ができた時や子供ができた後に、出産・育児がしやすい環境整備として、どのようなものが実施されているのかを尋ねた。

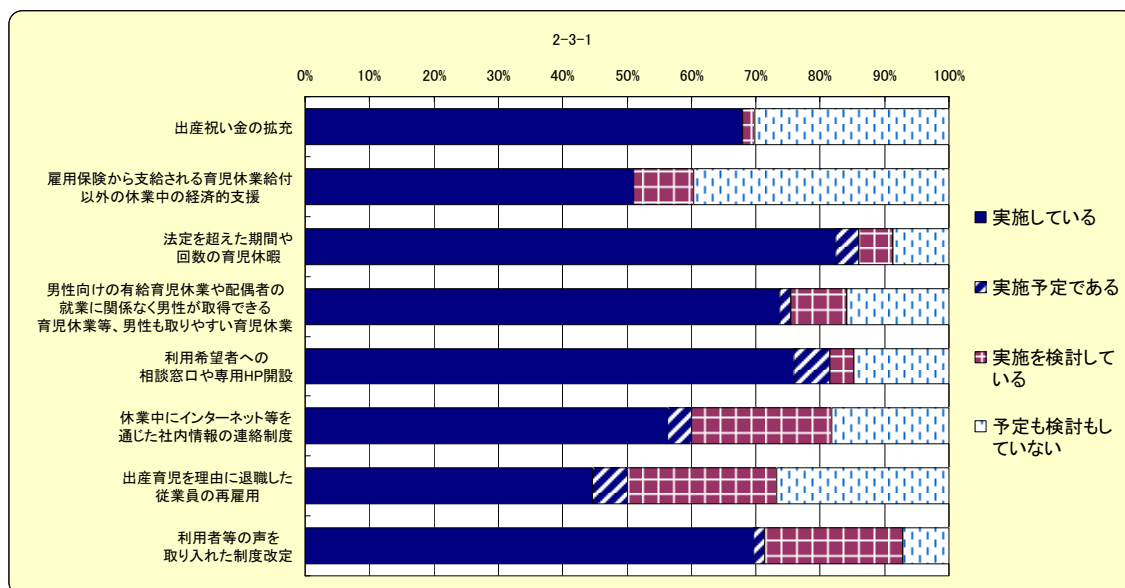
取り組みに最も遅れがでていたのは「出産育児を理由に退職した従業員の再雇用」であり、「実施している」とした企業は 44.6%だった。続いて、「雇用保険から支給される育児休業給付以外の休業中の経済的支援」が 50.9%、「休業中にインターネット等を通じた社内情報の連絡制度」が 56.4%となった。

一方、最も取り組みが進んでいたのは「法定を超えた期間や回数の育児休暇」であり、82.5%の企業がすでに実施していることがわかった。

2-3 出産・育児期

従業員の出産・育児に関して、政策として様々な取組みがなされていますが、さらに、企業の創意工夫も期待されています。従業員が出産・育児を行いやすい環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-3-1 取組み状況

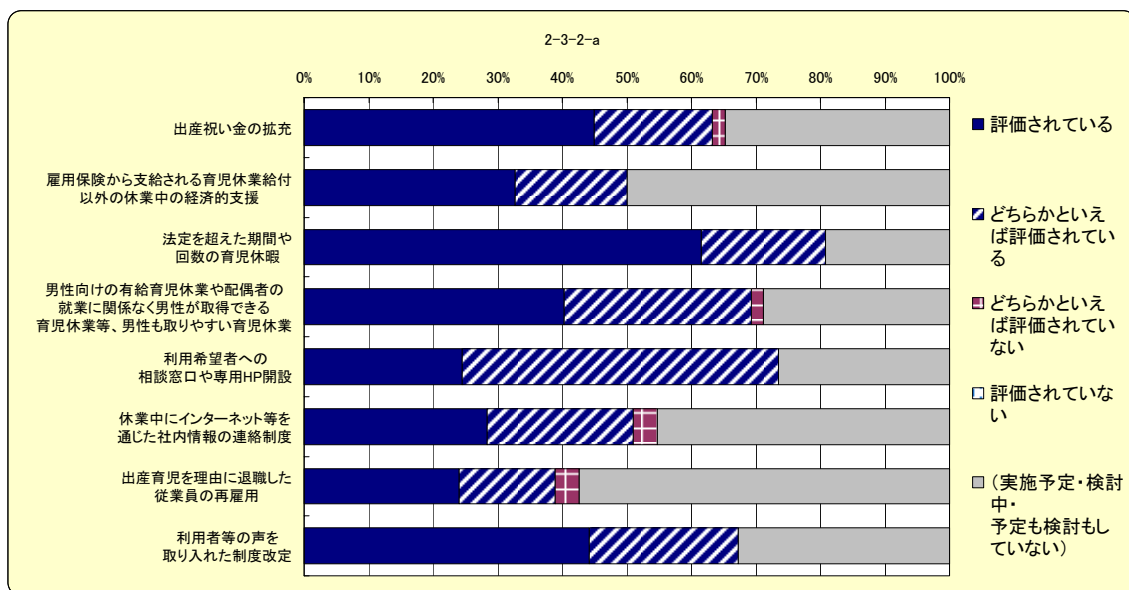


それぞれの取組みが広く評価される

企業が実施している、出産・育児期に関連する環境整備について、従業員からの反応は概ね肯定的（「評価されている」、「どちらかといえば評価されている」）なものとなった。

一方、「評価されていない」とする回答は、全ての質問項目で存在しなかった。また、「どちらかといえば評価されていない」とする回答は、「休業中にインターネット等を通じた社内情報の連絡制度」で3.8%、「出産育児を理由に退職した従業員再雇用制度」で3.7%、「出産祝いの拡充」が2.0%、「雇用保険から支給される育児休業給付金以外の休業中の経済的支援」が1.9%となった。

2-3-2 従業員からの反応 a

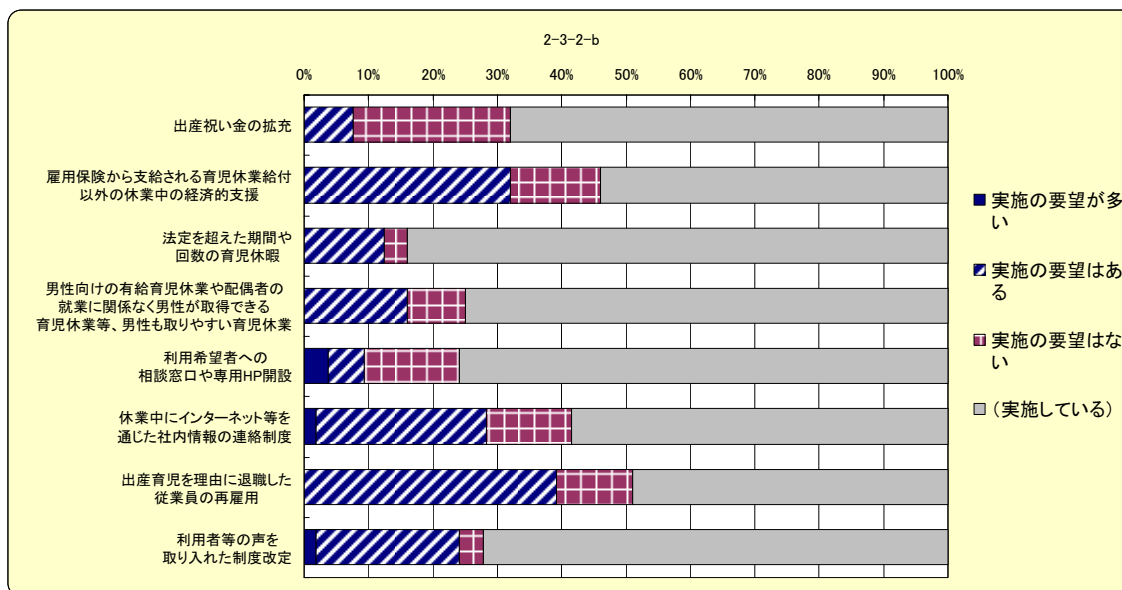


再雇用、経済的支援と共に、利用者の声を反映した制度の要望が高まる

まだ実施されていない取り組みの中で、従業員から要望がどの程度出ているかを尋ねたところ、肯定的な回答（「実施の要望が多い」、「実施の要望はある」）が多かったものの順に、「出産育児を理由に退職した従業員の再雇用」で 39.2%、「雇用保険から支給される育児休業給付金以外の休業中の経済的支援」が 32.0%、「休業中にインターネット等を通じた社内情報の連絡制度」が 28.3%となった。

また、「利用者等の声を取り入れた制度改定に対する要望」については、肯定的意見が 24.1%と比較的多いだけでなく、実施の要望はないとする回答が 3.7%と特に低く、興味を引く結果となった。

2-3-2 従業員からの反応 b



④両立期

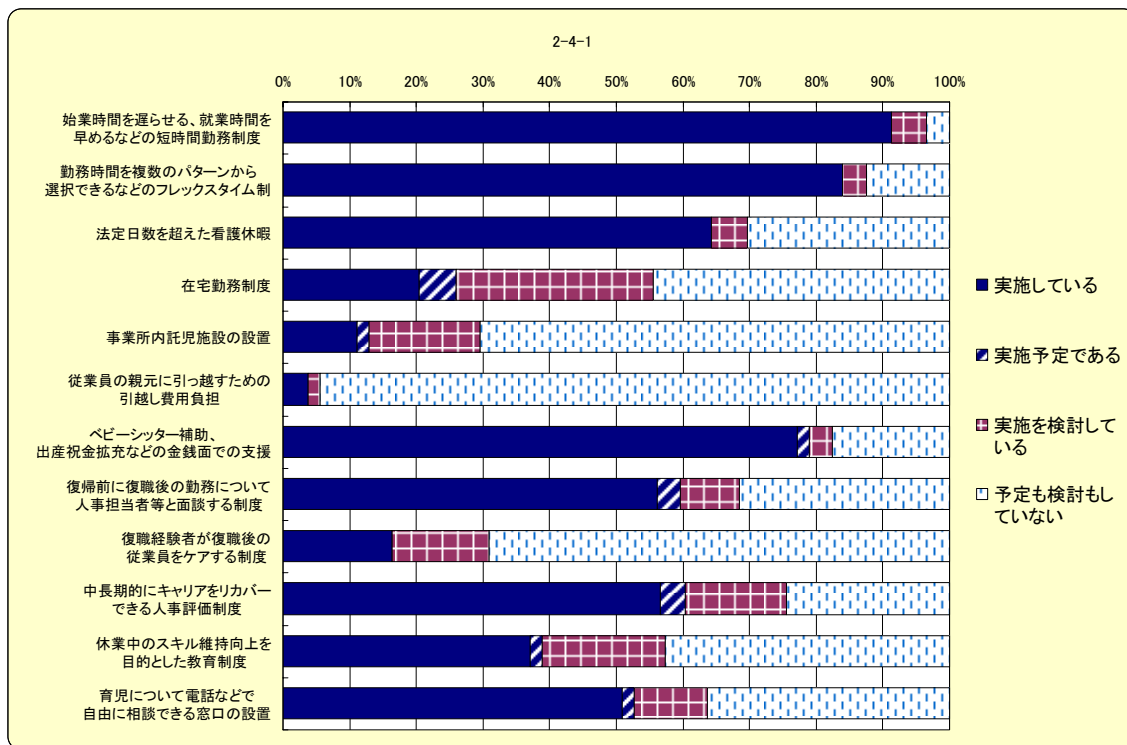
時間の創出は進む

育児休業が終わってから復職し、育児と仕事を両立していく時期において、企業が実施できる環境整備の現状について尋ねた。実施していると答えた企業が多かったものから順に、「始業時間を遅らせる、就業時間を早めるなどの短時間勤務制度」が 91.2%、「勤務時間を複数のパターンから選択できるなどのフレックスタイム制」が 83.9%、「ベビーシッター補助、出産祝金拡充などの金銭面での支援」が 77.2%となった。一方で、実施していると答えた企業が少なかったものから、「従業員の親元に引っ越すための引っ越し費用負担」で 3.7%、「事業所内託児施設の設置」で 11.1%、「復職経験者が復職後の従業員をケアする制度」で 16.4%、「在宅勤務制度」で 20.4%となっており、取り組みが進んでいない実態が明らかになった。

2-4 両立期

育児休業取得した従業員が復職し、スムーズに育児と仕事の両立をしていくことに、難しさを感じる従業員が多いといわれています。従業員が育児と仕事を両立していくことを容易にする環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

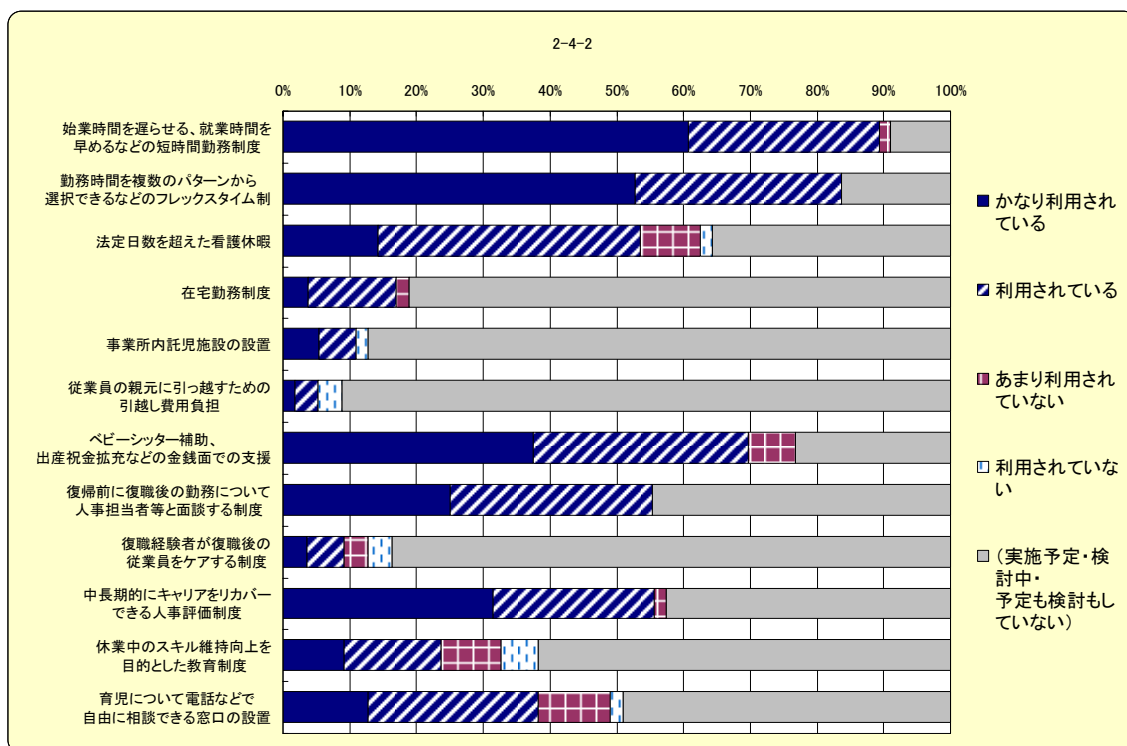
2-4-1 取組み状況



実施した環境整備は概ね利用されている

育児と仕事を両立していくことに関連した環境整備について、利用状況を尋ねた結果が次のグラフである。制度を導入した企業においては、ほとんどの制度について利用された実績があるが、否定的な回答（あまり利用されていない、利用されていない）も、「休業中のスキル維持向上を目的とした教育制度」で14.5%、「育児について電話などで自由に相談できる窓口の設置」で12.7%、「法定日数を超えた看護休暇」で10.7%確認された。

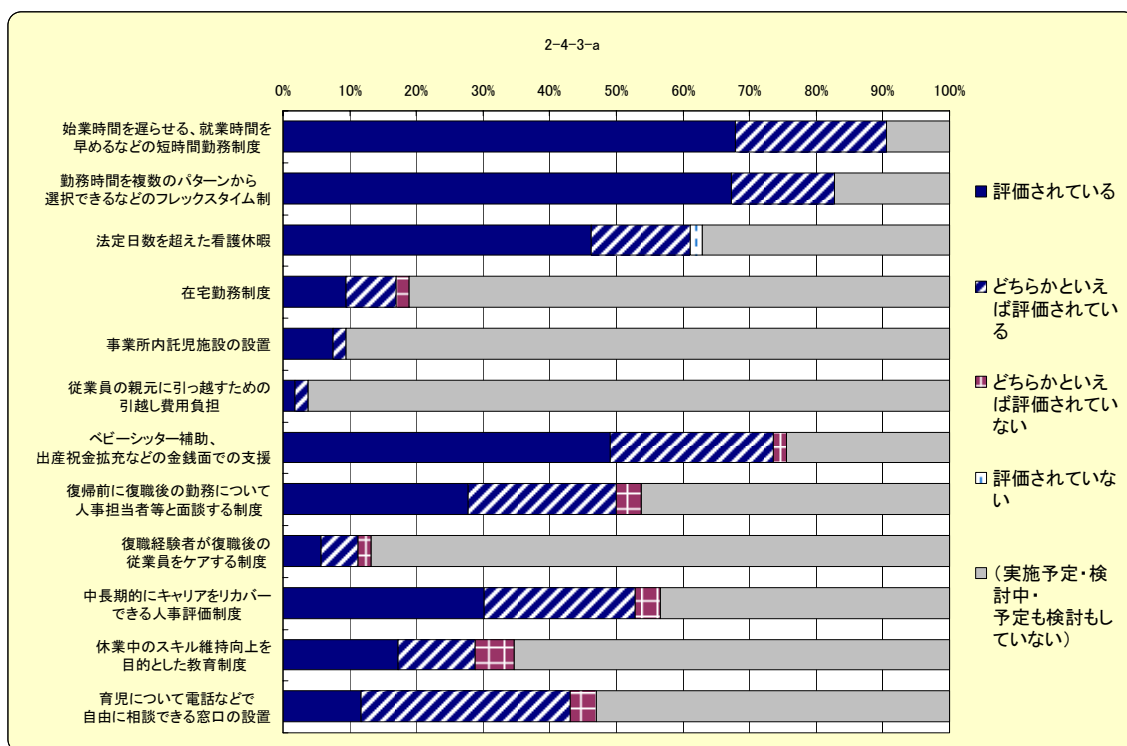
2-4-2 実際の利用状況（取組み状況で「実施している」に回答した制度についてご回答下さい）



全ての取組みで従業員から広く評価

企業が実施している、育児と仕事を両立していくことに関連した環境整備について、従業員からの反応は概ね肯定的（評価されている、どちらかといえば評価されている）なものとなった。評価されていないとする回答は、「法定日数を超えた看護休暇」で1.9%確認された。評価されているとする回答は、「始業時間を遅らせる、就業時間を早めるなどの短時間勤務制度」が67.9%、「勤務時間を複数のパターンから選択できるなどのフレックスタイム制」が67.3%と、特に高い結果となった。

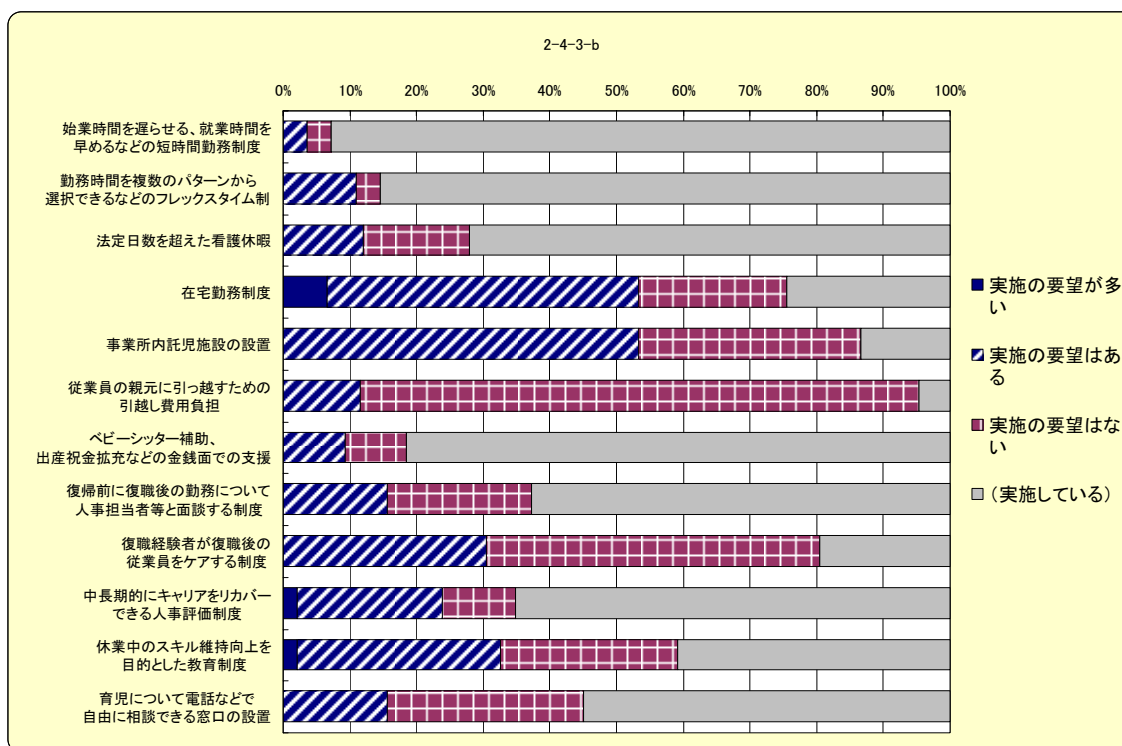
2-4-3 従業員からの反応 a



在宅勤務と事業所内託児所に要望が高まる

まだ実施されていない取り組みの中で、従業員から要望がどの程度出ているかを尋ねたところ、肯定的な回答（実施の要望が多い、実施の要望はある）が多かったものから、「在宅勤務制度」で 53.3%、「事業所内託児施設の設置」で 53.3%、「休業中のスキル維持向上を目的とした教育制度」で 32.7%、「復帰前に復職後の勤務について人事担当者等と面談する制度」で 30.4%となった。

2-4-3 従業員からの反応 b



⑤周囲の理解

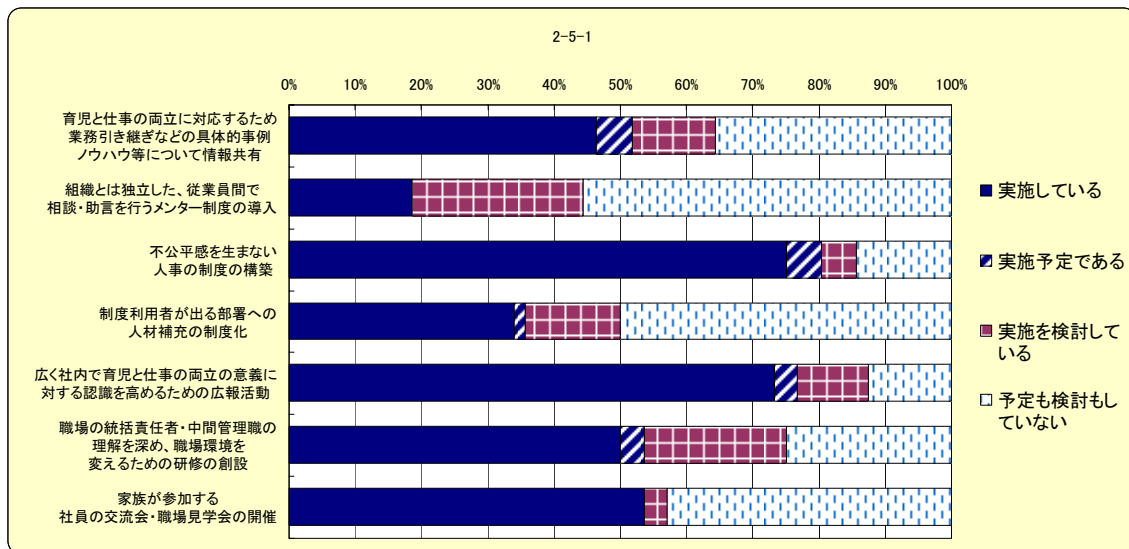
メンター制度、人材補充制度に遅れが見られる

育児をしながら仕事をするための制度は整いつつある一方で、制度を利用する従業員の周囲で理解が進まない限り実効性が乏しいとされている。次のグラフは周囲の理解を促進する環境整備の実施状況を尋ねたものである。実施していると回答した企業が特に多かった制度は、「不公平感を生まない人事の制度の構築」で75.0%、「広く社内で育児と仕事の両立の意義に対する認識を高めるための広報活動」で73.2%となった。実施していると回答した企業が特に少なかった制度としては、「組織とは独立した、作業員間で相談・助言を行うメンター制度の導入」で18.5%、「制度利用者が出る部署への人材補充の制度化」で33.9%となった。

2-5 周囲の理解

制度的には育児をしながら仕事をする環境が揃ってきていますが、従業員の周囲が進まないために制度の実効性が乏しいと言われています。育児をしながら仕事をするに対する周囲の理解を促進する環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

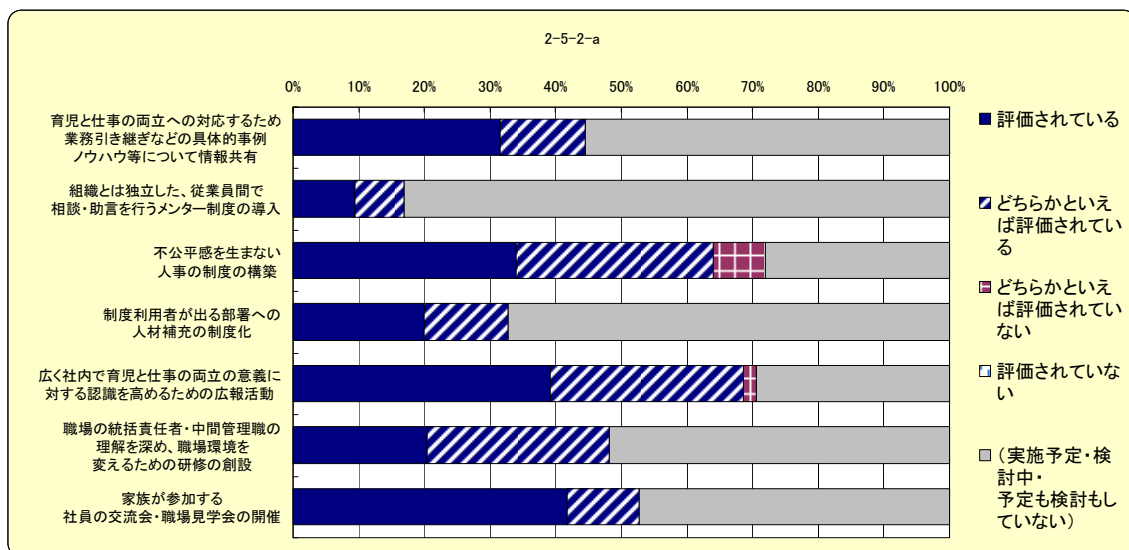
2-5-1 取組み状況



導入した環境整備は概ね評価されている

企業が実施している、制度利用者の周囲の理解を進めることに関連する環境整備について、従業員からの反応は概ね肯定的（評価されている、どちらかといえば評価されている）なものとなっている。評価されていないとする回答は、全ての質問項目で存在しなかった。また、どちらかといえば評価されていないとする回答は、「不公平感を生まない人事の制度の構築」で 8.0%、「広く社内で育児と仕事の両立の意義に対する認識を高めるための広報活動」で 2.0%となった。

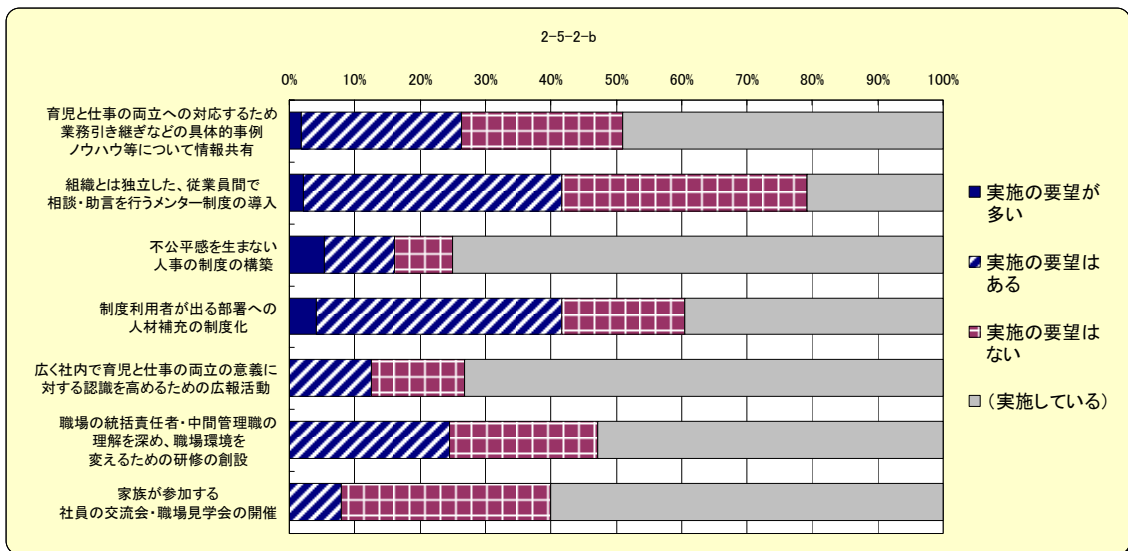
2-5-2 従業員からの反応 a



人材補充の制度化とメンター制度の導入が望まれる

まだ実施されていない取り組みの中で、従業員から要望がどの程度出ているかを尋ねたところ、肯定的な回答（実施の要望が多い、実施の要望はある）が多かったものから、「制度利用者が出る部署への人材補充の制度化」で41.7%、「組織とは独立した、従業員間で相談・助言を行うメンター制度の導入」が41.7%となった。一方、「家族が参加する社員の交流会・職場見学会の開催」は肯定的な回答が8.0%ともっとも少なく、実施の要望はないとする回答も32.0%と比較的多くの企業が回答する結果となった。

2-5-2 従業員からの反応 b

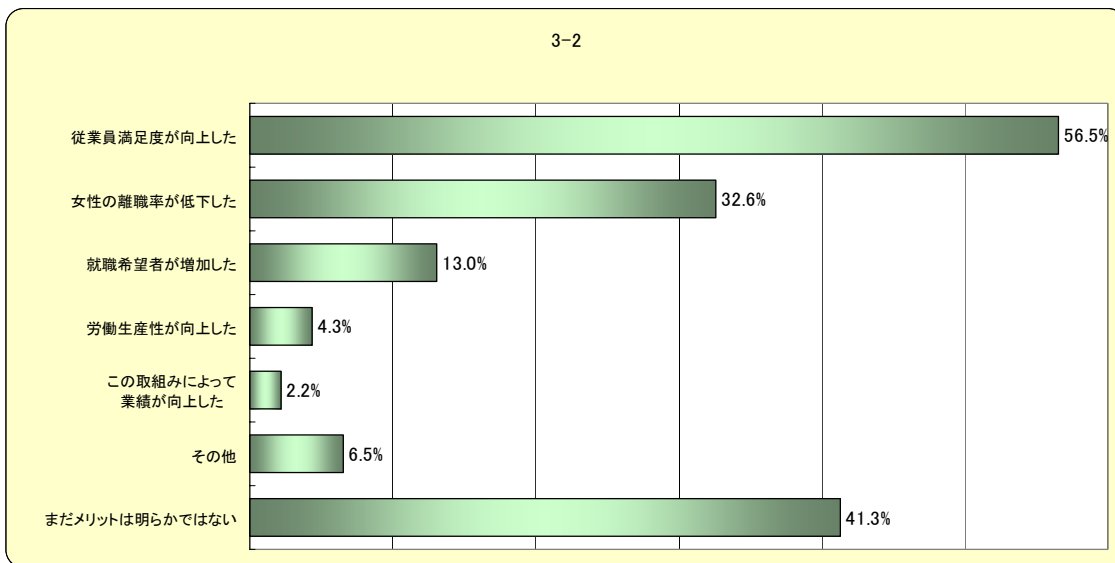


(3) 少子化対策実施後の感想

取組みが従業員満足度の向上、離職率の低下に効果がある

少子化対策に関する取り組みを実施することで現れたメリットとして何かあるかを複数選択可で尋ねた。「まだメリットは明らかでない」とする回答も41.3%と比較的多く見られた一方、「従業員満足度が向上した」とする回答が56.5%、「女性の離職率が低下した」とする回答が32.6%あった。

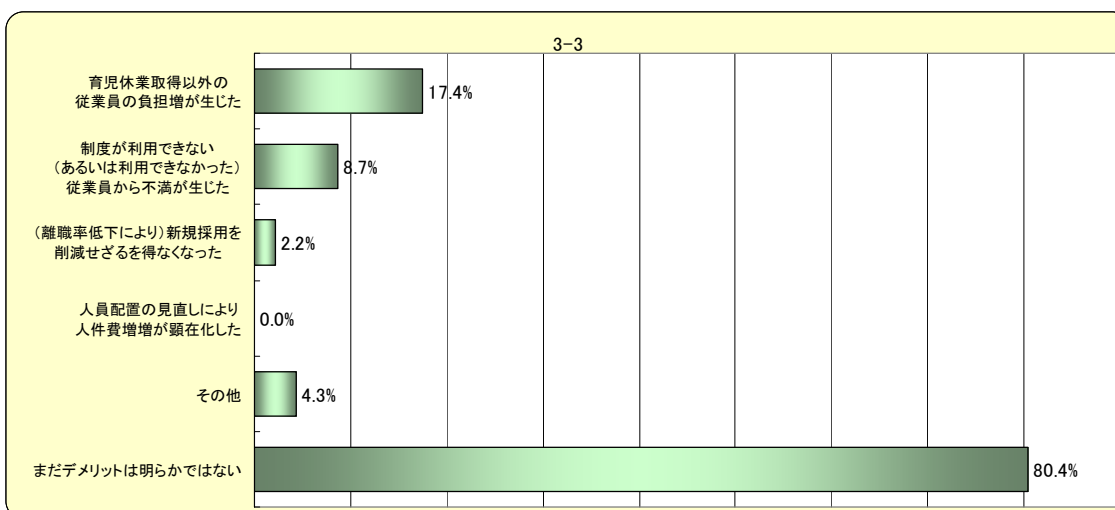
3-2 取組みを行ったことを通じて、どのようなメリットが現れましたか。(複数選択可)



制度外の社員への負担増と不満がやや見られる

上とは逆に、少子化対策に関する取組みを実施することで現れたデメリットとして何があるかを複数選択可で尋ねた結果が下のグラフである。「まだデメリットは明らかではない」とする回答が80.4%と、非常に多い結果となった。最も多くデメリットとしてあげられた項目は、「育児休業取得以外の従業員の負担増が生じた」との回答で17.4%だった。

3-3 取組みを行ったことを通じて、どのようなデメリットが現れましたか。(複数選択可)



3. アンケート調査結果のまとめ

本アンケートの調査票配布先が一定以上の規模を持つ企業であり、また、回収率が19.0%程度であったことから、回答母集団は比較的取り組みの進んだ大企業であることが想定されるので、その前提に立ち、調査結果を理解すべきと考えられる。

- (1) 本アンケートの回答企業においては、少子化問題がCSRとして取り組むべき課題と認識されている傾向が読み取られた。また、ほとんどの企業が実際に具体的な方針の中で明文化しており、回答企業の意識の高さを窺わせる結果といえる。
- (2) 集計表の少子化編1-4と1-6にある通り、子供の有無、シングルマザーかどうか、で採用面の取り扱いに違いはないか尋ねたところ、全ての回答企業で違いはないとする結果となった。
- (3) 回答企業が実施している環境整備について、出会い期、パートナーとの生活期ともに時間の創出に関する取り組みは多いことが明らかになった。一方で、出会い期における出会いの機会創出のための取り組みは少なく、従業員側からの要望も少ないという結果になった。時間創出に関する取り組みは出産・育児期、両立期などでも多くの取り組みが見られ、全般的にプライベートの時間を確保するための制度が進められている傾向にあるといえる。
- (4) 取り組みが遅れていて、かつ要望が強いものとしては、①場所の制約の緩和、②休職者不在環境の整備、③経済的側面の環境整備、④情報・スキル面の支援の4つに分類することができる。
 - ① 場所の制約を緩めるものについては、特に両立期において在宅勤務制度や事業所内託児所に要望が高まっていた。
 - ② 休職者不在環境の整備については、少子化対策を実施した際のデメリットとして挙げられる、制度外の従業員の負担増に対応するための人材補充の制度化という形で表れている。育児をしながら仕事をすることに対する周囲の理解を促進する環境整備として人材補充のニーズが高まっていることが明らかになった。

- ③ 経済的側面の環境整備については、出産育児のために退職した従業員が再雇用を求めていること、雇用保険から支給される育児休業給付以外の休業中の経済的支援に要望が高まっていることから明らかになった。
 - ④ 情報・スキル面の支援については、両立期における復職経験者が復職後の従業員をケアする制度、休業中のスキル維持向上を目的とした教育制度で要望が高まっていること、また、周囲の理解を得るための環境整備として、組織とは独立した、従業員間で、相談・助言を行うメンター制度の導入に要望が高まっていることが窺える結果となった。
- (5) 全体的に、取り組みによって従業員満足度が向上しているものが多く、また、離職率の低下にも一定の効果が認められる結果となった。

第3章 少子化問題解消への企業の貢献

1. 先進的な取り組み事例¹

第2章においては、少子化問題への支援策について「出会い期」、「パートナーとの生活期」、「出産・育児期」、ワーク・ライフ・バランスを実践する「両立期」の4段階に分けアンケート調査を行うとともに、併せて、「周囲の理解」について調査を行った。このアンケート調査と別途実施した文献調査から、主に企業においては「出産・育児期」「両立期」を中心に取り組みがなされていることが明らかになった。

そこで、本項では、「出産・育児期」と「両立期」に係る企業の具体的事例について、(1)休業・休暇制度の充実、(2)勤務形態の柔軟化、(3)復職を促進させる制度の構築、(4)経済的支援の4つの切り口で考察していく。また、同様に「周囲の理解」についても、先進的な事例が多くみられたため、別途(5)企業全体での意識の向上として考察を加える。なお、各取り組みの見出しの部分には、本報告書で取り挙げた分野数、事例数を記載しておく。

(1)休業・休暇²制度の充実 (2分野 22事例)

①出産・育児休業制度の充実

出産・育児休業制度の先進的な事例として、出産休業では、法定以上の期間を独自に設定している事例がある（富士フィルムホールディングス）。

また、育児休業では、子供が小学校就学直後の4月末までに、また、休業の分割取得も可能にした上で、通算で2年間まで休業できるというように、休業期間を長期化させるだけでなく、取得時期や分割取得について従業員が選択できるようにした事例がある（松下電器産業）。

¹本章で取り上げた事例は、インタビュー、ないしは個別の出所の記載がないものについては、各企業のホームページ、各種報告書からの事例を採用している。また、海外企業の取り組みは、NEWSWEEK 2007年7月4日号に掲載された「2007年度版世界企業ランキング500社」の上位50社を中心に各企業のホームページから取り組みを調査した。

²育児に伴い従業員が休む制度の名称は、「休業」「休暇」「休職」など、企業によって異なる。ここでは、例えば数ヶ月など長期間職を休むことを「休業」、一日もしくは数日など短期間休むことを「休暇」として、名称を統一する。

(ア) 出産休業（産前産後休業）は、法定では産前 6 週間、産後 8 週間である。一方で、富士フィルムホールディングスでは産前 7 週間と期間を延ばしており、また、ミレアホールディングスの東京海上日動では、産前 8 週間から休業可能であるとしている。これは、女性従業員が妊娠後期になった場合、法定の休業に入るまえから通勤・勤務に支障を来すことに配慮したものであると考えられる。

(イ) 乳幼児期の子供がいる時期においては、一日の中で、育児に費やす時間は非常に長い。そのため、産後休業（法定では産前 6 週間、産後 8 週間）の他に、長期間に渡って会社を休業することは必要不可欠である。そのため、育児・介護休業法では、従業員は子が 1 歳に達するまでの間、1 人の子につき 1 回の育児休業を取得することができるとしている。さらに、子が 1 歳を超えても休業が必要と認められる一定の事情がある場合は、子が 1 歳から 1 歳 6 か月に達するまでの間、1 人の子につき 1 回の育児休業を取得することができるように定めている。

しかし、上述の通り、育児・介護休業法の定める育児休業は、子供が産まれた直後に取得されることが想定されている。また、休業期間も短く、分割取得もできないものとされている。そのため、休業取得希望者が、「分割して休業を取得したい」、「家庭の事情で子供が（生まれた直後ではなく）幾分か大きくなった時に取得したい」などと希望しても、このような希望に応えることができない。このような経緯から、企業は、育児休業の期間を長くしたり、取得時期を従業員の任意にしたり、あるいは、休業を分割して取得できるようにするなど、法定以上の、より柔軟性を高めた休業制度を独自に設けている。

まず、育児休業期間の延長事例であるが、おおよそ子供が 3 歳になるまでというものが多く（NTT データでは、子供が満 3 歳に到達するまで、東京電力、関西電力では、子供が満 3 歳となる年度末まで、旭化成では、満 3 歳到達後の最初の 4 月 1 日、東京ガスでは満 3 歳到達後の最初の 4 月末日を迎えるまで）。

また、休業取得時期に配慮した事例として、富士フィルムホールディングスは、子供が満 3 歳になるまでの期間で最長 2 年間、必ずしも産後休業に連続することなく育児休業を取得できるよう制度を工夫している。

休業を分割した事例であれば、三洋電機では、短期間で夫婦の交代、すなわち、妻が育児休業を取得し、妻が職場に復帰した場合には夫が育児休業を取得するというように、回数に制限を設けずに、子供が満1歳になるまで何回でも育児休業を取得できるようにしている。

東芝と松下電器産業では、上述の期間、時期、分割取得という点の柔軟性を総合的に高めている。すなわち、東芝は、子供が満3歳に到達するまで、最大3回まで分割取得することを可能としている。また、松下電器産業では、子供が小学校就学直後の4月末まで、分割取得も可能なうえ通算2年間休業できるとしている。

(ウ) さらには、「男性従業員の育児」を促進している企業も多い。三菱電機では、「配偶者出産休暇制度」として、配偶者の出産時に、男性従業員が最大5日間の特別有給休暇を取得できる。また、高島屋では、申請期間が14日以内であればその期間を有給とした「短期育児休業」制度も導入されている。

②看護などの休暇制度の充実

育児を充実していくうえで必要となる休暇制度の先進的なものとしては、まず、看護休暇の付与日数を年間10日に拡大している事例がある(マツダ)。その他にも、最大60日の年次休暇の積み立てを認めている事例(セイコーエプソン)や、年休を1時間単位として、僅かの時間だけの休暇取得を可能にしている事例(東芝)、あるいは、「看護」という目的に限定しない特別な有給休暇を導入している事例(アサヒビール)がある。

まず、看護休暇であるが、育児・介護休業法では、「小学校就学前の子の看護のための休暇制度(看護休暇)は、年5日まで」とされている。しかし、子供は頻繁に病気になる場合が多く、「小学校就学前まで」という年齢の制限、あるいは、「年5日」という取得日数の制限があっては、従業員のニーズを十分に満たせない。そのため、企業は、休暇の日数等を充実させた独自の制度を設けている。

付与日数を増やした事例として、マツダでは、法律を上回る年 10 日の看護休暇を付与している。また、対象期間を延長した事例として、富士フィルムホールディングスでは、(年間取得可能日数を年 5 日から 6 日に増やすとともに、) 子供の対象年齢を小学校入学前から小学校 3 年生まで引き上げている。また、花王では、年次休暇の積み立てにより、年最大 40 日としている。また、セイコーエプソンでも、60 日の年次休暇の積み立てを可能にしている。これらの制度は、長期期間の病気療養に対応するためと考えられる。

さらに、子供の急な発病、通院等に対応するため、半日休暇制度を設けている企業も多いが、東芝ではさらに休暇を細分化して、「1 時間単位年休」制度を導入している。

また、「看護」という目的に限定しない休暇制度を設けている企業もある。アサヒビールでは、「子育て休暇」という名目で、中学校就学前までの子供に関して、子供一人当たり最大 10 日間の休暇を取得できるようにしている。充実した家庭生活を送るため、ウィークデーに行われる父兄参観や運動会等の学校行事に参加しやすいよう、休暇を年次有給休暇とは別に取得できるようにしたものである。一方、NEC でも、子供の看護や学校行事等のための休暇制度を年次有給休暇とは別に定めており、同制度において、妊娠中の母体の保護と子供を望む従業員への支援として、「つわり」を理由とする取得も認めている。

(2)勤務形態の柔軟化 (3 分野 21 事例)

①短時間勤務制度³・フレックスタイム制度

短時間勤務制度の先進的な事例として、子供が、「高校を卒業するまで」の間、従業員に短時間勤務制度を認める制度がある(日本ユニシス)。また、一律の短時間勤務ではなく、週 2 日、3 日勤務などの短縮勤務を選択できるフレックスタイム制度の事例もある(松下電器産業)。

法定では、勤務時間の短縮等の措置は、「3 歳未満の子供」、努力目標として小学校就学前までとしている。しかしながら、子供を狙った重大犯罪が増加するなど社会環境が変化するに伴い、対象となる子供の年齢制限緩和を求めるニーズが

³一日あたりの勤務時間を縮減する制度の名称は、「時短勤務」「育児時短制度」など、企業によって異なる。ここでは、「短時間勤務制度」という名称で統一する。

増えてきた。特に下校時間が早い小学校低学年の子供を持つ従業員のなかには、より早い時間に帰りたいというニーズが多い。

対象となる対象の子供の年齢制限を緩和する事例として、オリックスでは終了時期を小学校卒業時、イオンでは小学校を卒業する年の4月20日までと大幅に緩和している（とくに、オリックスでは短時間勤務の開始時期を「妊娠中」まで拡大している）。さらに、日本ユニシスでは、子供が高校を卒業するまで短時間勤務を認める制度を導入している。

より早い時刻に帰りたいというニーズに対応する事例として、花王では、一日最大で2時間、旭硝子では、2.5時間、セブン&アイホールディングスのイトーヨーカドーでは、勤務時間を最大4時間短縮できる短時間勤務制度を設けている（とくに、イトーヨーカドーでは、小学校3年生以下の子供をもつ正規従業員の終業時間を、午後7時まで限定するという強制力を備えた制度も講じている）。

もっとも、短時間勤務制度は、一旦決定した勤務時間を変更できないため、デスクワークを中心にした従業員にとっては、たとえば夕方からのミーティングに出席できないなど使い勝手が悪く、制度の利便性に乏しいこともあり得る。そこで、東レでは、従来併用できなかった短時間勤務制度とフレックスタイム制度の併用を可能にしている。

さらにフレックスタイム制度の柔軟性を増した勤務体制を設けている企業もある。マツダやユニ・チャームでは、フレックスタイム制度に、かならず働いていなければならない、コアタイムを設けない「スーパーフレックスタイム」を構築している。また、松下電器産業では、週2日、3日勤務などの短縮勤務が選択できる「ワーク&ライフサポート勤務」を認めている。

フレックスタイム制度の柔軟度という点では、海外の企業に進んだ事例がある。イギリスのロンドンに本社を置き医薬品を製造するグローバル企業のアストラゼネカ(Astra Zeneca)では、労働時間の削減だけでなく在宅勤務など勤務する場所に柔軟性を持たせようと励行していることに加えて、フレックスタイム制をさらに進めた制度を導入している。この制度は、“Flexible time/flexible Friday”制度と呼ばれ、従業員は一週当たり37.5時間勤務することが義務付けられているものの、金曜日に半日働く以外は、従業員の望むように労働時間を割り振ることができ、また、従業員の好きな時間に出社・退社することを可能にしている。

②在宅勤務／テレワーク

在宅勤務／テレワークの先進的な事例として、育児休業中に自宅で仕事をできる制度を、全職種に導入している事例（ソニー）や、全社員を対象に、情報・通信技術を駆使して、自宅にしながら仕事場と同様の職場環境を実現することを目指している事例（松下電器産業）がある。

在宅勤務制度の事例として、ソニーでは、育児休業中に在宅で仕事ができる制度を、職種を問わず全職種に導入している。また、サントリーでも全職種で、中学校入学前の子供がいる従業員を対象に、業務に支障が生じないことなどを人事部が認めることを条件に、原則週 1 日在宅勤務ができる制度を導入した。また、ジョンソン・エンド・ジョンソンでは、年間 20 日間までの在宅勤務を認める「Flexibility SOHO Day（フレキシビリティソーホーデイ）」を導入している。

IT インフラの普及をうけて、情報・通信技術を駆使し、自宅にしながら仕事場と同様の職場環境の実現を目指す企業もある。松下電器産業は「e-Work Home」を進めている。「e-Work Home」とは、ユビキタスを活用した働き方として情報通信機器を活用し、労働時間の全部または一部について在宅勤務だけでなく、パソコンを備えたスポットオフィス五カ所で、社外用パソコンを使っても業務に従事（「モバイルワーク」）できる制度である。必ずしも育児当事者を対象にしたものではなく社員 45,000 人を対象にしたものであるが、在宅勤務は、2007 年 12 月時点までに 800 人強が利用している。

③ 事業所内保育所

事業所内保育所の先進的な事例としては、従業員の勤務時間に応じて午前 7 時半から午後 10 時まで預け入れ可能とした事例（日産自動車）、あるいは、看護師を常駐させて、一般の保育園では受け入れできない体調不良児の保育も可能とし、従業員の利便性を向上させている事例（マツダ）が見られる。

郊外の工場・研究所の施設内に事業所内保育所を設置した事例として、オムロンでは、京阪奈イノベーションセンタ近隣の施設内に託児所「きらら京阪奈」を設置している。また、都心部の本社などのオフィスに開設している企業もある。日本郵船では、オフィスエリアの東京丸ノ内の本社内に「郵船チャイルドケア 丸

の内保育室」を設けた。資生堂では、インターネットカメラを通じて、預けた子供の様子を従業員が見ることができる「カンガルーム汐留」を子育て中の従業員のために開設している²。

特に注目すべきは、従業員の勤務時間に応じた保育ができる点である。日産自動車では、厚木の日産テクニカルセンター内に託児所「マーチランド」設置し、利用時間を午前7時半～午後10時と一般的な保育園よりも長く設定している。また、通常の保育サービスより優れたものを提供している点もあげられる。マツダの「わくわくキッズ園」では、看護師を常駐させることにより、一般の保育園では預かることが難しい体調不良児の保育も可能とし、利便性を一層向上させている。

マツダの事業所内保育所「わくわくキッズ園」



(出所：マツダホームページ)

このような事業所内保育所の設置には、都心部における待機児童の解消というメリットの他、子供の送迎と通勤が同時に済む、あるいは、従業員が急な発病の多い子供のそばで安心して働けるといったメリットがある。しかし一方で、事業所内保育所には、運営や保育内容等が行政指導の対象となり運営方針が硬直的になりやすいこと、通勤ラッシュの中で子供を都心部の保育所に通園させることは現実的でないこと等のデメリットもある。そこで、事業所内保育所設置に慎重な姿勢をとり、代わりに、育児費用補助を手厚くして従業員の居住地域での保育を勧奨する企業も見受けられる。

² 資生堂へのインタビューによれば、この「カンガルーム汐留」は、単なる保育施設としてだけでなく、男性従業員の育児への積極的な参加を促進するために設立したものであるとしている。

なお、海外では、託児サービスを質・量ともに、さらに進めた先進的な事例がある。アメリカの IT 関連製品メーカーであるシスコシステムズ (Cisco Systems) では、サンホセ最大規模の 400 人以上もの乳幼児を預かることができる託児所を設置するとともに、乳児期における「母乳による育児」の重要性が見直され、希望する従業員の増加に対応して社内いくつかの複数の授乳室 (mother's room) を設置して、従業員の希望する「母乳による育児」の支援をしている。また、同社では、託児所において様々な幼児向けの教育プログラムを提供し、育児サービスの充実を図っている。具体的には音楽教室、ダンス教室、体操教室に加えて、数ヶ国語の語学教室を開催している。

(3)復職を促進させる制度の構築 (3分野 17事例)

1991 年に育児休業法が成立してから、着実に育児支援策は定着していると言われているものの、それはあくまでも「出産しても仕事を継続する女性」従業員の間において定着していると言われている。一方で、日本労働研究機構(2001)「女性の仕事と家庭生活に関する研究調査」において、初めの就業者数を 100%としたとき、第 1 子出産を機に半数近い 47.6%が退職し、第 1 子出産後も就業継続する女性は 23.6%にすぎないことが指摘されている (残りの 29.1%は自然退職) ように、出産を機に多くの女性従業員が仕事を辞めているという現実もある。そこで企業は、休業していた従業員が復職することに対する不安を解消し、円滑に職場復帰できるようにする各種制度、あるいは、一旦従業員が退職したとしても、再就職できる制度を講じている。

①情報・スキルの提供

情報・スキルの提供の先進的な事例としては、インターネットを通じて、出産・育児の情報提供だけでなく、育児休業中に教育訓練の機会(e ラーニング)を提供している事例があげられる (資生堂)。

育児と仕事の両立というワーク・ライフ・バランスを実践するためのノウハウが従業員には必要不可欠である。それらの情報不足を補うために、両立経験者の講演会、社内報、ガイドブック専用パンフレットや WEB サイト等を設けている企業が数多くみられる。

大和証券グループ本社では、育児に関する情報交換を進めるために、育児支援サイトの「ダイワ・ファミリーネット」を開設している。また、りそなホールディングスのりそな銀行では、子育て中や妊娠中の従業員による「ママの会」を設けており、オリックスではワーキングマザー同士の交流を図り、復帰を支援する懇親会「オリックスグループ・ママ」を年2回開催している。このように、社内の働く女性ワーキングマザー同士による直接的・非直接的な交流を積極的にすすめているケースもある。

NECでは、「NEC ワーキング・マザーサロン」として、NPO 法人マドレボニータプロジェクトとの協働で、育児休職からの職場復帰支援セミナーを開講している。そこでは、職場や家庭でのコミュニケーションスキル向上を目的としたワーク等のプログラムを提供している。

一方、休業中の会社の情報を提供することも、復職をスムーズにし、休業者を安心させる意味で価値がある。そのため、麒麟麦酒（キリンビール）などのように、インターネットを利用して休業中の社内情報の提供をおこなっている企業も多い。

また、資生堂では、一歩進めて、社内ベンチャーが育児休業中の女性同士や、育児休業中の女性と企業とのコミュニティの場を提供するとともに、育休の期間中に、eラーニングで自己研鑽ができる、web 支援システム（「wiwiw」）を開発している（なお、このシステムを多くの企業で利用できるよう、運営会社を別会社として独立させており、現在、大日本印刷、味の素、日興コーディアル証券、野村アセットマネジメントなど数多くの企業がこの wiwiw を採用している）。

さらに、資生堂のオリジナルなものとして、専門の保健士を社内の医務室に配置し、妊娠、出産、育児に関するさまざまな不安・疑問に答える「チャイルドケアサポートセンター」がある。

②希望する職場、勤務地に務めることができる制度

希望する職場、勤務地に務めることができる制度の先進的な事例としては、原則として休業前職務へ復帰する制度（旭硝子）、あるいは、配偶者の転勤時に同じ地域へ一緒に転勤できるようにする制度（帝人）があげられる。

育児休業から無難に職場復帰できるのかと不安を持つ従業員が多く、この不安が乗じて休業から復帰することなくそのまま退職してしまうケースを数多く生んでいると思われる。そこで、オムロンをはじめ多くの企業で、休業満了3カ月前に上司と面談するなど、休業が終了する前に復帰に向けて準備する制度を設けている。また、花王では従業員の育児休業取得から職場復帰をスムーズにし、復職後のケアをするために、休復職前後に本人・上長・人事（キャリアコーディネーター）の3社で面談を行っている。

さらに、旭硝子では、復職後は原則として休業前職務へ復帰することを制度化している。

また、夫婦とも共に働く世帯の場合は、配偶者の転勤によって仕事を断念せざるを得ず、仕事と家庭の両立が妨げられることも考えられる。帝人では、配偶者の転勤時に同じ地域へ一緒に転勤できるようにする人事制度を構築している。

③再雇用制度

再雇用の先進的な事例としては、10年以内に退職した従業員を、退職時と同じ待遇で正従業員として再雇用する制度があげられる（帝人）。

結婚や出産等を機に一旦は離職したが、その後生活環境が変わって過去の経験を活かし、もう一度働きたいと考える人もいる。そのため、関西電力では、出産・育児を理由に退職した従業員を再雇用する制度「f-スタッフ制度」を導入している。大日本印刷では、グループ全体で専門知識・業務経験などを蓄積している人材を再活用する「re-work制度」を推進している。特に、帝人では、退職時と同じ待遇で正従業員として再雇用する条件について、2007年度にはそれまでの「3年以内の復帰」から「10年以内の復帰」に緩和している。

(4)経済的支援 (3分野 15事例)

①祝い金

経済的な支援としてまずあげられるのが、祝い金であるが、その先進的な事例としては、1子につき100万円、あるいは、第3子が誕生したときの祝い金を200万円に増額していることがあげられる（大和証券グループ本社）。

法定（健康保険法）では、出産に関して、従業員の所属する健康保険から1子につき35万円の出産育児一時金が給付される。しかし、この給付だけでは十分でないために、「次世代育成一時金」「ファミリーフレンドリーファンド」などと称して独自の上乗せ給付を行っている。

NECでは、本人または配偶者の出産時に1子につき、55万円を支給している。また、TOTOや大和ハウス工業では1子につき100万円としている。富士フィルムホールディングスでは、出産一時金の支給を、第1子の場合5万円、第2子の場合10万円、第3子以降の場合は、1人100万円を支給している。

また、大和証券グループ本社では、第3子が誕生したときの祝い金を200万円に増額している。このように、第三子に手厚い祝い金を支給する背景には、一般に第3子を設けるかの決断は、経済的負担感によるものが大きいという調査結果が出ていることが影響していると考えられる。

出産時以外にも祝い金を支給する事例がある。バンダイナムコホールディングスのバンダイでは、就学祝い金として、幼稚保育園入園時に5万円、小学校入学時に10万円、中学校入学時に15万円、高等学校入学時に20万円を支給している。

②出産・育児休業中の給与補償

出産・育児休業中の給与補償の先進的な事例として、給与の100%を支給していることがあげられる（花王）。

法定では、産前産後の出産休業中には従業員の所属する健康保険から給与の3分の2相当が「出産手当金」として、そして、育児休業期間中には雇用保険から、「育児休業基本給付金」として原則的に給与の30%相当が支払われる（さらに、職場復帰して引き続き6か月以上雇用されている場合には、「育児休業者職場復帰給付金」として育児休業基本給付金給付と同期間分、給与の20%相当が支払われる）。しかし、休業中の給与補償が不十分で収入が減ることに対する不安を訴える従業員も多い。

そのため、花王では、育児のための休暇取得で生計維持困難な場合、給与の

100%を支給している。東京海上日動でも同様に育児休業中に給与の 100%を支給している。

海外では、さらに長期間、あるいは、支給割合の高い給付制度を導入している先進的な事例がある。アメリカに本拠を置くトイレットペーパーメーカーであるプロクター・アンド・ギャンブル（P&G）では出産・育児休業の間、15週間まで95%の給与を支給している。また、イギリスのブリティッシュ・テレコム（BT）では、1年間の有給の出産・育児休業を認めている³（なお、BTの産休・育休で一度職から離れた女性従業員のうち99%は復職し、この数値は他企業平均値である47%の倍以上である）。

③育児費用支援

育児費用支援の先進的な事例として、子供が誕生してから小学校に入学するまで、年間30万円を、用途を問わず支給していることがあげられる（ジョンソン・エンド・ジョンソンメディカルカンパニー）。

富士通、三井住友銀行をはじめ多くの企業で、ベビーシッター・在宅保育サービスの利用費用を補助する制度がある。特に、伊藤忠商事は、ベビーシッターを利用する際の費用を、月額で5万円を上限に補助する制度を構築している。また、支援期間を長期化するとともに、使用用途を問わないケースもある。ジョンソン・エンド・ジョンソンメディカルカンパニーは、「育児補助金」として、子供が誕生してから小学校に入学するまで、年間30万円を、用途を問わず支給している。

ただし、このような費用補助は、乳幼児がいる従業員だけが対象となるため、従業員の間不公平感が生じやすいというデメリットがある。そのため、ベネッセなどのように、従業員自身が様々なサービスのメニューの中から選択できるカフェテリア方式の福利厚生制度に組み込み、従業員の間で不公平感をなくそうとしているところもある。

³ BTではこのほか、復帰後フレキシブルワーキング制度、また、父親も出産・育児に関して2週間の有給休暇と2週間の無給休暇、フレキシブルワーキング制度が利用できる。

ベネッセのカフェテリア方式による福利厚生制度

系統	メニュー	系統	メニュー
育児・教育	保育施設利用補助	財産形成	一般財形補助
	ベビーシッター利用補助		年金財形補助
	東京本部事業所内託児所利用		持株会奨励金(定率・定額)
	進研ゼミ受講料補助		持株会奨励金(継続積立)
	アンファミリーユ食材料補助		持株会奨励金(入会奨励金)
医療	入院差額ベッド補助		持株会奨励金(抛却再開奨励金)
	入院・障がいに伴う家事援助補助		持株会奨励金(再入会奨励金)
	医療費補助(健康保険内診療)	リスクヘッジ	カウンセリング・コンサルティング受講補助
	医療費補助(健康保険外診療)		生命保険・損害保険・個人年金保険補助
介護	介護サービス利用補助		ベネッセインシュアランスサービス自動車団体保険
			セキュリティ対策補助
健康増進	人間ドック補助本人	住宅	住宅財形補助
	人間ドック補助家族		
	整体・マッサージ利用補助		住宅ローン利子補給
	スポーツクラブ利用補助		

(出所：ベネッセホームページ)

(5) 企業全体での意識の向上 (4分野 20事例)

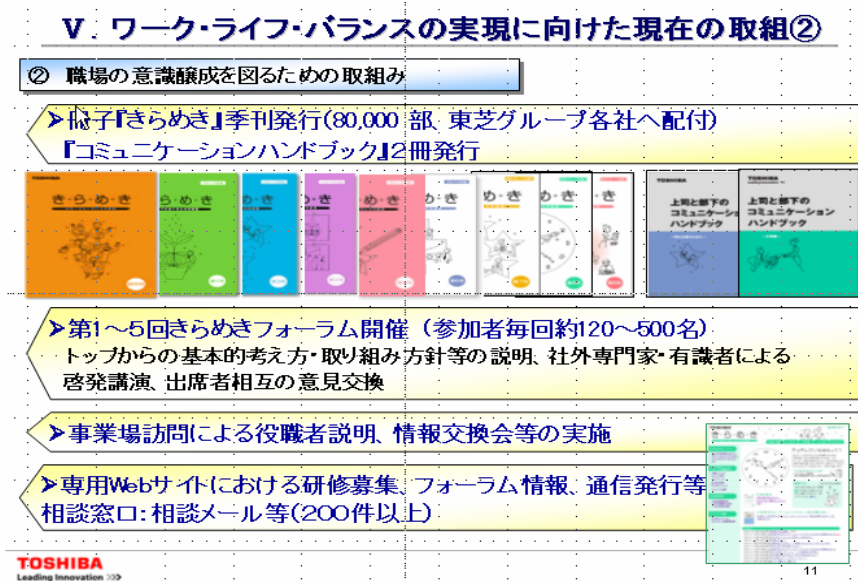
育児休業制度が導入されても、一般的に従業員の「働き方」は従来のみで、休業を職場で取得しづらい環境があるため、様々な少子化対策となる制度を構築しても実際に活用されないことが多い。日立製作所では、2000年3月から、仕事と家庭の両立というワーク・ライフ・バランスの実践を支援し従業員が働きやすい職場環境づくりを目的とした「ジェンダー・フリー&ファミリー・フレンドリー・プラン (F.F.プラン)」に取り組んできた。しかし、制度面の整備は進んだものの、会社生活に関する従業員の意識調査の分析結果などから、さらなる職場の意識改革の必要性が浮かび上がった。そこで、2006年に、女性従業員が働きやすい職場環境づくりに重点をおいた「ダイバーシティ推進プロジェクト」を社長直轄の組織として立ち上げ、仕事と家庭の両立に関する社内全体の意識改革と、行動改革を目的とした「F.F.プラン II」をスタートさせている。このように、諸制度が活用されるためには、企業による従業員全体の「意識改革」と「行動(働き方)の改革」の二つが必要である。

①意識改革

従業員全体の意識改革を進める先進的な事例では、人事部が主導して、子供を育てる従業員がいる部署の管理職一人一人に、当該従業員が短時間勤務制度などを利用しやすいよう、環境整備・制度利用の推進を促す方策を講じている事例（大和証券グループ本社）がある。

各企業とも、子育て中の従業員が諸制度を活用しやすい職場風土を醸成するために、職場環境・風土整備のPR・啓蒙活動を行っている。東芝では、グループ各社まで含めて冊子「きらめき」や「コミュニケーションハンドブック」の発行、企業トップからの基本的な考え方や取り組み方針等を説明する「きらめきフォーラム」の開催、また、事業場訪問による役職者向けの説明や情報交換等さまざまなツールを使つてのPR・啓蒙活動を行っている。

東芝の会社全体での意識の向上の取り組み事例



（出所：第2回委員会資料）

特に、子育て当事者の上司に当たる管理職の意識が低いことが考えられるため、管理職を中心にした教育・研修を実施している企業が数多く見られる。NECでは、ワーク・ライフ・バランスに関する職場全体の意識向上のため、管理職全員（7,000人）を対象に、Webを活用した「(仕事と育児)両立支援マネジメント研修」を実施している。花王では、男性従業員の育児休職取得を促進しており、ポス

ターを各部に貼付するとともに、外部講師を招いて「次世代育成フォーラム」も開催している。

花王の次世代育成フォーラム



(出所：花王ホームページ)

インタビューを行った大和証券グループ本社では、「現場では、やはり子育てと仕事の両立が頭で理解できても実感が伴わない面があって、社員が制度を利用することを言い出しにくい雰囲気があった」という。そこで、「人事部がサポートして、子供を育てる社員がいる部署の管理職一人一人に、当該社員が時短勤務などを利用できるよう、電話をして環境整備・制度利用の推進を促したところ、管理職の子育てと仕事の両立の理解がかなり進んだ」という⁴。

また、子供を従業員のオフィスに招待する「家族参観デー」の開催も注目される。従業員に、各人の家族の存在を意識させ、ワーク・ライフ・バランスの考え方を浸透させることに効果があると言われている。イオンでは、「イオンタワー子供参観日」を設けているが、この催しは、従業員に、「次世代育成」「仕事と家庭の両立」「子供とのきずな」の意識を芽生えさせ、また、従業員の子供に対しては、「親に対する尊敬の気持ちを向上させること」にも効果があるとしている。

⁴ なお、現在では、アンケート等から、上司よりも、社員の同僚の理解を進めていくことがポイントと考えているという。

イオンの家族参観デー「イオンタワー子供参観日」



(出所：第2回委員会資料)

②行動（働き方）の改革

行動（働き方）改革の先進的な事例では、全社的に一定の時間に退社を義務づけ労働時間の短縮を確実に実践している事例（大和証券グループ本社）と、夜遅くまで仕事をする労働習慣を改めることを促進している事例（大和ハウス工業）があげられる。

インタビューによれば大和証券グループ本社では、総労働時間の短縮（19時までに退社）という施策を講じているという。19時までに退社という施策はグループ本社、大和証券を中心として進んでおり、社員からは退社時間を早くするため、働き方が変わった、生産性向上への意識が強くなったとの声が寄せられているという。

一方、T&D 保険グループでは「リミット 21」として、本社ビルにて 21 時全館一斉消灯している。また、大和ハウス工業では、2004 年度から、夜 10 時以降は事務所を「ロックアウト」するルールを実施している。

このような方策が打ち出された背景に、近年、労働面で法令遵守の取り組みが進んでいることも見逃せない。花王では、就業マネジメントシステムを構築して的確な勤務状況を把握している。ユニ・チャームでは、web で超過勤務状態にある従業員にアラームを発信する、企業の労働状況管理の高度化が進んでいる。また、多くの企業で取り組みが進んできた「ノー残業デー」を週 2 日に拡大している伊勢丹などの例もある。

さらに、夜遅くまで仕事をする労働習慣を改めようとしている企業もある。日

本郵船では、「朝型ワークスタイルサポート」として、出勤1時間前分の手当を支給して業務が集中して効率的に処理できる朝に労働のウェイトを高めることを奨励している。

③休暇取得の推進

休暇取得の推進の先進的な事例として、休暇の名目を多様化することにより、従業員の休暇取得を促進している事例（NEC）がある。

生産ラインを抱えるメーカーでは、一斉有給、有給消化促進日の設定などがよく見受けられるがまた、休暇の名目を多様化することにより、従業員の休暇取得を促進しているケースもある。NECでは、「ファミリーフレンドリー（FF）休暇」、また、アサヒビールでは、「アニバーサル休暇」「メモリアル休暇」を設定している。また、エーザイでは、「リチャージ休暇」として3日以上連続して有給休暇を取得するよう奨励している。

また、大和ハウス工業が、有給休暇を計画的に取得することを奨励するため、「ホーム・ホリデー制度」として3ヶ月に1日の有給休暇の取得を義務付ける制度を導入していることも注目される。

④人材の補充

出産・育児休業中の従業員の補充の先進的な事例として、派遣社員ではなく、正社員を充てている事例（東京海上日動）がある。

出産・育児休業の従業員が出た部署では、残った人たちの負担が増大するため、休業を取りづらい雰囲気があると言われている。そのため、多くの企業で、一時的に戦力ダウンもやむを得ないとしながら、派遣社員を代替の人材として充当している。そのような中で、ミレアホールディングスの東京海上日動では、育児休業の利用促進の観点から、利用者が出た場合に、可能な限り正社員での要員補充を行っている（同社も従前は派遣社員であったのを正社員に切り替えている）。これにより適正な業務分担が可能になっている。

同様に、資生堂では、営業職が短時間勤務制度を利用できるよう、夕刻以降の店頭活動をサポートする「カンガルースタッフ」の派遣システムを導入している。カンガルースタッフには、全国の学生や主婦、資生堂OBなど約500名が登録し

ている。

なお、反対に代替人員を置かない企業もある。花王では、「席を空けて待っている」という休業取得者へのメッセージのために、業務に支障がある場合を除いて、代替人員を置かないことにしている。

2. ワーク・ライフ・バランスへの取り組みを推進する力

以上のように各企業の取り組みをみてきたが、それでは、どのようにしてこのような取り組みをするように至ったのか。取り組みを進めている企業には共通するいくつかの特徴が挙げられる。

(1) 従業員の満足度の向上を目標とする

少子化問題への取り組みは、企業にとっては従業員の満足度を向上させる施策の一環であることが多い（6頁参照）。家族とのコミュニケーションが深まり、家庭生活とのバランスが確保できることを通じて、従業員が日々の生活の充実感、幸福感を感じながら仕事に取り組めることとなり、最終的に従業員の仕事に対するモラル（やる気）の増進を通じて、労働生産性が向上するという考え方があるからである。

従業員が幸福な家庭生活をもつことを奨励していることの一つの表れが、不妊治療支援だと考えられる。オムロンや富士フィルムホールディングスでは、不妊治療支援として、不妊治療目的の繰り越した有給休暇の使用や最大1年間の休業を認めている。また、松下電器産業でも不妊治療のために通算1年間取得できる「チャイルドプラン休業制度」を設定している。

また、別の角度から言えば、従業員の退職は、「企業にとって人的資本の損失である」という考えに立ち様々な人事制度を構築したことも、従業員満足度を向上させることと同義であると言える。

インタビューを行った NEC は、わが国の企業の中でも、法制化に先駆けて少子化問題にいち早く取り組んだ企業であるが、その背景には、1981年から、ソフト技術者や SE 要員として、総合職女性を文系も含めて大量採用したことがあるという。同社の主力事業の一つであるソフトウェア開発やシステム構築の業務

に関して、新卒者を一人前の技術者として育成するには、時間と費用（研修・教育）が必要であるが、丁度これからの活躍が期待できる時期に、結婚や出産（育児）で退職してしまうケースが数多く出てきた。戦力化したばかりの人材が退職してしまえば、企業にとって大きな人材投資の損失であると考え、同社は、1992年の法令施行より2年も前の1990年に、他社に先駆けて「育児休業制度」を導入し、1992年には時短勤務制度を創設したという。

戦後わが国の企業における特有の経営システムとして称賛されてきた、「終身雇用」「年功賃金」に代表される従業員に対する取り組みは、様々な社会的な環境の変化で優位性が失われてきた。そのような中で、社会的に問題になりつつある少子化問題に関連する従業員への取り組みは、新たな経営システムの重要な施策として位置付けられつつあるとも言えよう。

(2) トップのコミットメント・明確な推進ビジョン

企業の少子化問題への取り組みは、単に従来からの福利厚生制度の変更という次元ではなく、働くということの考え方、あるいは働き方そのものを変えていくという根底の次元の変更を伴うだけに、様々な障害があることが予想される。そのような場合に、トップのコミットメント、いいかえればトップダウンで方向性や枠組みが決定されていけば、取り組みはスムーズに進むと考えられる。

インタビューを行った大和証券グループ本社では、従業員の出産・育児を支援するトップのコミットメントの影響が大きいと考えられる。2004年6月に鈴木現社長が社長に就任する際、「現場」の声を吸い上げ従業員の両立支援を進めていく方向性が、トップダウンで決まったという。その結果、2006年度を初年度とする中期経営計画「“Passion for the Best”2008」の中で、企業価値の向上は従業員とそのモチベーションにかかっていることを認識し、「業界最高水準の人材が集い、高いモチベーションを持って仕事にチャレンジできる環境・体制を整備する」ことを人事の基本戦略として、「処遇」「採用」「教育・研究」「高齢者活躍支援」とともに「両立支援」を打ち出し、業界最高水準の施策を立案し実施したという。

また、セイコーエプソンが労働組合と協働して、「私たちのめざす働きかた・働く風土」を制定した事例のように、従業員の働き方を明確に定めること、さらには、また、数値目標などを設定して行動計画やアクションプログラムを構築し

ている事例も見られる。このように企業が目指す目標、あるいはビジョンを明確にすることを通じて、全社的に意識の統一や価値観共有を図ることも、トップのコミットメントと同様、取り組みをスムーズに進めるために有益である。

パイオニアの行動計画表

第1期活動成果（2005年4月～2007年3月）	第2期行動計画（2007年4月～2009年3月）
<ul style="list-style-type: none"> ● 育児を行う社員に向けた 両立支援のためのプログラム <ol style="list-style-type: none"> 1. 育児休業取得者に対する職場復帰プログラムの拡充導入 2. 休業中の社員への情報提供、情報交換ツールの作成 3. 育児関連の相談窓口の設置 ● すべての社員を対象としたプログラム <ol style="list-style-type: none"> 4. 次世代育成リーフレットの作成、配布 5. アンケート、e-ラーニングの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● 女性の活躍支援 <ol style="list-style-type: none"> 1. 仕事と家庭の両立を支援するためのセーフティネット整備 2. 育児をしながら働く社員がより能力を發揮できる環境整備 ● 職場の理解促進と育児を行う社員本人の意識の啓発 <ol style="list-style-type: none"> 1. 育児を行う社員本人の両立に対する意識の醸成 2. 職場全体での両立実現に対する理解促進・協力体制の構築 ● 男女がともに育児参加しやすい環境の整備

（出所：パイオニアホームページ）

明確な行動計画を示す企業も多い。これには、「次世代育成支援対策推進法」において、従業員が301人以上の企業（300人以下の企業は努力義務）に対して育児と仕事の両立に向けた雇用環境を整備するため、計画期間、目標、目標を達成するための対策と実施時期を記した行動計画を策定したことの届け出が義務づけられ、また、一定の基準を満たし、行動計画に定めた目標も達成した場合、都道府県労働局長から認定（くるみんマーク）も受け、消費者等に企業のブランドイメージを広く伝えられるようになったというインセンティブを与えたことが、大きく貢献している。

くるみんマーク



(出所：厚生労働省ホームページ)

(3) タスクフォースチームの設置

各企業ともに、外部のコンサルファームに頼ることなく、様々な職種に就いている女性従業員により、少子化問題に特化したタスクフォースチーム（あるいはプロジェクトチーム）を組成している。これにより、先行企業に対し実務レベルでのヒアリングを実施し、また、たとえば「座談会」などの形で従業員の生の声や意見を吸い上げて、実効性の高い施策を打ち出している。

インタビューを行った大和証券グループ本社では、2006年2月に人事部内の3名による「女性活躍推進チーム」を発足させ、2007年7月には、第2段階として、運用の充実を図るべく、人事部4名、現場6名の計10名（すべて兼任）に増員している。東芝では、2000年にスタートした「組織活性化PJ」がベースとなっており、2004年10月に「きらめきライフ&キャリア推進室」が生まれている。また、三井住友銀行では、2005年10月に「Next W・ing プロジェクト」という組織を立ち上げ、本業の金融サービスで女性顧客向けサービスの企画立案を行うとともに、同社の仕事と育児が両立しやすい職場づくりのサポートもしている。

このようなタスクフォースチームの成果として各企業が独自に自社のニーズを満たすよう制度を構築している。そのため上述の通り、例えば同じ育児休業制度をとっていても、結果として多種多様な制度が確立していると考えられる。

(4) 「働く」環境の整備

従来の取り組みは、「ワーク・ライフ・バランス」でいえば「ライフ（生活）」、すなわち子育ての時間を捻出することに力点を置いてきた。しかし反対に、「ワ

ーク」すなわち働くという観点から、キャリアも志向して、早く仕事に復帰できるようにするための施策を講じることも重要であろう。パイオニアが、第2期行動計画（2007年4月～2009年3月）として、「育児をしながら働く従業員がより能力を発揮できる環境整備」を掲げる事例はその好例である。

インタビューを行った NEC では、「同社は技術革新が激しい業界であり、休業期間も制度上限の2年間を利用するのではなく、極力早く復職し、短時間勤務も選択しない働き方を希望する女性が出てきた」という。そこで、同社は、2005年～2006年度の行動計画で、新たにキャリア重視者のための施策を導入することとした。例えば、キャリアを重視する従業員が仕事と育児の両立を図る上では、本人とその配偶者だけで対応するには限界があり、周囲（地域、家族等）のサポートを得ることが必要になってくる。そこで、子供の送り迎えを代わってくれる地域のファミリーサポートセンターを利用した場合に利用料を補助する制度、また、育児に自分たちの親の手を借りるため、従業員が親の近くに転居する場合、あるいは親が従業員の近くに転居する場合に、その転居費用を補助する制度を設置している。

第4章 少子化問題解消への企業の取り組みのあり方

少子化問題は、喫緊の重要課題であり、国、社会が一体となって取り組むべき問題である。一方、少子化問題は、企業での働き方や職場風土と密接に関わっていることから、国、社会とともに、企業にもワーク・ライフ・バランス施策等を通じた貢献が期待される。この点、企業の貢献にとっての課題や今後の方向性について、下記の通りまとめていく。

1. 明らかになった課題

本報告書第I部のアンケート調査の分析結果やワーク・ライフ・バランスに関する企業の先進的な取り組み事例、CSR委員会での議論を踏まえると、少子化問題における課題は、次の通りである。

(1) ワーク・ライフ・バランスに対する管理職の意識が十分でない。

子供を持つとする、あるいは子供を産み育てている従業員に対する企業の取り組みは、各企業とも積極的に進めてきている。一方、制度を作るだけでなく、利用しやすい環境を整えることも、ワーク・ライフ・バランスの実践、ひいては、少子化問題解消のためには不可欠である。この点、多くの企業では、管理職の大半を男性従業員が占めているが、特に管理職を中心とした男性従業員の意識改革は未だ進んでいない。このため、少子化問題の解決に資する制度があっても、十分に生かされていない側面が認められる。

(2) 育児休業を取得した従業員の職場復帰支援制度に遅れがみられる。

従業員の子育て支援のメニューが増えつつある中で、女性の職場復帰支援の取り組みには遅れが見えている。少子化問題の視点から、育児休業中の従業員に対するきめ細やかなフォロー、復職後のキャリアパスの明示など、どのようにすれば女性従業員が復帰しやすくなるのか、問題を多角的に捉えられていないことがその根本の原因にあると考えられる。

(3) 経営の姿勢と制度改善への不断の努力が重要である。

次世代法施行後、大企業では全般的にワーク・ライフ・バランスの制度構築

は進んできている。しかしながら、欧米の企業では、事業所内保育所の充実、多様な勤務制度の導入など、更に進んでいるところもある。わが国においても、これで制度構築は終わりではなく、従業員との対話を通じながら、さらにより良い制度を構築できるよう、不断の努力が求められる。

2. 今後企業に求められる方向性

上記の課題を踏まえ、今後企業においては以下の方向に取り組んでいくべきと考えられよう。

(1)経営トップがワーク・ライフ・バランスへの取り組みについて従業員の満足度向上にもつながるものとして、強くコミットして推進することが望まれる。

ワーク・ライフ・バランスは、単なるコストアップではなく、従業員の満足度向上を通じて、労働生産性の向上にも繋がると考えられる。従って、かかる制度が、因習的な雰囲気にとらわれ利用されずに終わることのないよう、企業文化・企業風土を変革していくことが肝要であり、そのためには、経営トップ自身に明確なワーク・ライフ・バランスの実践に対するコミットメントが必要である。

(2)少子化問題に取り組むための制度・仕組みについては、先進事例を参考にし、て不断に充実努力することが望まれる。

今回の調査結果を概観するに、各社とも少子化問題に対応する取組を、それぞれ特徴をもって行っていることが窺える。しかし、少子化問題に関する理解の度合いや働き方に対する従業員の考え方など、企業を巡る環境は常に変化し続けている。とすれば、制度の構築・仕組みの充実について、完全ということではなく、不断の検討を行っていくことが重要である。その検討にあたっては、①タスクフォースチームを組織することにより、従業員の生の声や意見を吸い上げ、自社のニーズを的確に把握すること、②先進的企業におけるベストプラクティスを参考にすること、が有用であると考えられる。

(3) 制度の実効性を高めていくためには、本人とともに職場の関係者の理解が必要である。このため、研修や他の従業員の家族に対する認識を深める機会を設けることを通じて、従業員全般の少子化問題に対する理解を深め、取り組みやすくすることが望まれる。

少子化の問題やそれを取り巻く環境について、従業員全般の理解を進める必要がある。少子化問題に対応すると考えられる制度はありながらも、有効に利用されていない実態が指摘されている。

制度の有効な利用においては、特に男性管理職の理解を如何に得るかが障害を取り除く鍵となっている。具体的には、経営理念や行動規範に盛り込み、全社的に少子化問題に取り組むという方向性を打ち出すとともに、制度の意義についての研修や、例えば、「子供参観日」のように、子どもが親の職場を訪れることによって、従業員相互がそれぞれの家族に関する認識を深める機会をつくるなどの多角的な施策を通じて、制度が有効に機能する労働環境を整え、その実効性を高めていくことが求められる。

(4) これまで取り組みの遅れがみられた従業員の職場復帰を支援する制度を拡充していくことが望まれる。

少子化問題解消のため、出産・育児と仕事との両立を支援していくことは不可欠である。すなわち、子供を持って、引き続き従業員が安心して働けるよう、必要な時に休業を取得でき、戻りたいときに復職できる体制を今後も整えていく必要がある。

従業員の職場復帰や特に女性従業員の定着の問題は、多角的に捉えられるべきである。①事業所内託児所や ICT を利用した在宅勤務制度の導入などハード面の整備のほか、②育休中の従業員へのきめ細かなフォロー、キャリアパスの明示といったソフト面の整備も有効である。

そのような中で、育児と仕事を両立する場合にメンタルヘルスを維持していくことの困難さが指摘されてきている。今後は、③育児支援の問題とメンタルヘルスの問題を分けずに、社内でコーディネーターを配置したり、メンター制度を整えることも必要である。これらの企業と従業員個人を繋ぐパイプ役を通じて、横断的に育児の問題を捉えて、従業員の家族を含めて企業内で継続的に支援する体制を整え、子供を持ち、育てやすい環境を整備することが求められる。

第Ⅱ部 教育問題への対応

第1章 わが国における教育問題について

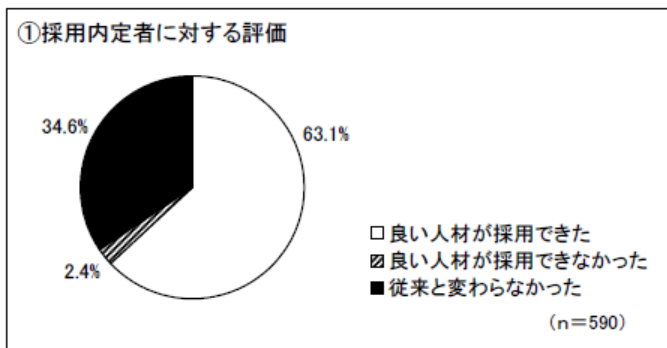
1. 教育問題の現状

(1) 企業の新卒採用者に対する評価の低下傾向

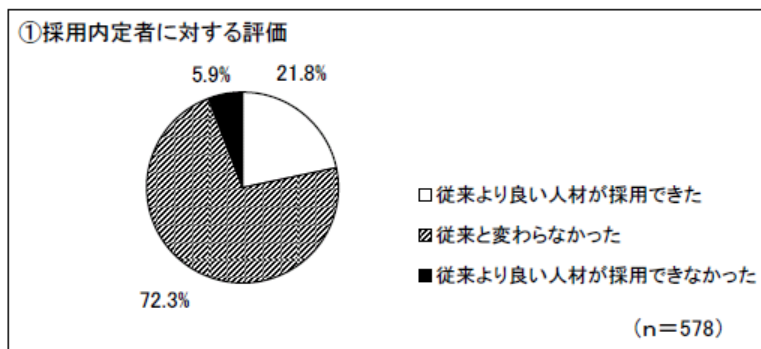
近年、新卒採用者に対する評価は低下傾向が見られる。日本経済団体連合会によれば、2003年度の新卒者に対しては「良い人材が採用できた」とする企業が63.1%に上ったのに対し、2007年度は大幅に下落し、21.8%にとどまっている。新卒者の質の低下を指摘する事例は増えており、企業が持続的に発展していくための基盤となる人材の質が、大きな問題となっている。

新卒者採用の総合的な評価について

2003年度



2007年度



(出所：(社)日本経済団体連合会 新卒者採用に関するアンケート調査集計結果)

こうした問題は、業務環境の変化が激しくなった企業が、新卒者を「一から育てる」という人事方針から、いわゆる「即戦力」の新卒者を採用するように変化してきたことから生じたとも考えられる。

また、特定の専門性のみならず、あらゆる職務に必要な基礎能力や、新しく基礎能力として求めるものが増えているとする意見もあり、採用現場で新卒者に求める能力の変化は着実に起こっている。

人材像	コード	順位						解釈
		71年	86年	01年	71年	86年	01年	
① 問題を起こさぬこと 〔「赤化学生」対策〕	思想確固中立	16	178	168	→		71～86年の変化	
	円満な人柄	17	143	143				
	忍耐力	27	78	81				
② 社会の変化に進んで 取り組む力	感性豊か	56	26	16	→		会社内部の既存 ルールへの適応 ↓ 外部環境への 柔軟な対応	
	思考力	63	30	42				
	柔軟性	47	6	4				
	問題意識を持つ	84	40	26				
	変化に対応	63	16	21				
	チャレンジ	51	2	1				
	失敗を恐れない	84	34	27				
グローバル	91	23	18					
③ 体育会的気質	ファイト	9	32	103	→		86～01年の変化 「やる気」重視の 精神論 ↓ 実際に何をなすか	
	健全な精神	13	29	81				
	健康	1	11	29				
	協調性	3	13	31				
	不屈の精神	18	16	44				
	気概	27	21	44				
④ 雇用される能力 (エンployヤビリティ)	専門性	59	66	23	→		71～01年の変化 「素質」ある者を 採用・育成 ↓ 自分の問題意識を持 ち、自ら目標を立て 実行する者を重用	
	自立・独立心	55	49	25				
	変革心	56	38	22				
	前向き	63	45	14				
⑤ 将来伸びうる素質	学業成績	24	92	143	→		71～01年の変化 「素質」ある者を 採用・育成 ↓ 自分の問題意識を持 ち、自ら目標を立て 実行する者を重用	
	業務内容に興味関心	19	85	103				
	基礎的な能力	29	66	118				
	研究心	21	58	103				
⑥ 新しい方向性を 追求する姿勢	常識	25	58	81	→		71～01年の変化 「素質」ある者を 採用・育成 ↓ 自分の問題意識を持 ち、自ら目標を立て 実行する者を重用	
	目標を立て実行する	56	32	15				
	好奇心	181	34	17				

(出所：リクルートワークス研究所)

その一方で、若者の質の低下、すなわち学力の低下のため、十分に満足がいく新卒者を確保できないという意見もある。以下では、特に若者の質について取り上げる。

(2)歯止めがかからない学力低下

OECD(経済協力開発機構)が行った PISA(The new Programme for International Student Assessment of the OECD ; 生徒の学習到達度調査)によれば、わが国の子供の学力が国際的に見れば低下傾向にあることが明らかになり、世間で大きく話題に上った。2007年12月には最新の2006年の結果が公表されたが、その学力低下の傾向には歯止めがかかっていない。

数学的リテラシー部門では、10位(2000年1位、2003年6位)、読解力部門では15位(2000年8位、2003年14位)、科学的リテラシー部門6位(2000年2位、2003年2位)とそれぞれ順位を下げている。

国際間での学力の比較

①数学的リテラシー

順位	2000年		2003年		2006年	
	国名	得点	国名	得点	国名	得点
1	日本	557	香港	550	台湾	549
2	韓国	547	フィンランド	544	フィンランド	548
3	ニュージーランド	537	韓国	542	香港	547
4	フィンランド	536	オランダ	538	韓国	547
5	オーストラリア	533	リヒテンシュタイン	536	オランダ	531
6	カナダ	533	日本	534	スイス	530
7	スイス	529	カナダ	532	カナダ	527
8	イギリス	529	ベルギー	529	マカオ	525
9	ベルギー	520	マカオ	527	リヒテンシュタイン	525
10	フランス	517	スイス	527	日本	523
11	オーストリア	515	オーストラリア	524	ニュージーランド	522
12	デンマーク	514	ニュージーランド	523	ベルギー	520
13	アイスランド	514	チェコ	516	オーストラリア	520
14	リヒテンシュタイン	514	アイスランド	515	エストニア	515
15	スウェーデン	510	デンマーク	514	デンマーク	513

②読解力

順位	2000年		2003年		2006年	
	国名	得点	国名	得点	国名	得点
1	フィンランド	546	フィンランド	543	韓国	556
2	カナダ	534	韓国	534	フィンランド	547
3	ニュージーランド	529	カナダ	528	香港	536
4	オーストラリア	528	オーストラリア	525	カナダ	527
5	アイルランド	527	リヒテンシュタイン	525	ニュージーランド	521
6	韓国	525	ニュージーランド	522	アイルランド	517
7	イギリス	523	アイルランド	515	オーストラリア	513
8	日本	522	スウェーデン	514	リヒテンシュタイン	510
9	スウェーデン	516	オランダ	513	ポーランド	508
10	オーストリア	507	香港	510	スウェーデン	507
11	ベルギー	507	ベルギー	507	オランダ	507
12	アイスランド	507	ノルウェー	500	ベルギー	501
13	ノルウェー	505	スイス	499	エストニア	501
14	フランス	505	日本	498	スイス	499
15	アメリカ	504	マカオ	498	日本	498

③科学的リテラシー

順位	2000年		2003年		2006年	
	国名	得点	国名	得点	国名	得点
1	韓国	552	フィンランド	548	フィンランド	563
2	日本	550	日本	548	香港	542
3	フィンランド	538	香港	539	カナダ	534
4	イギリス	532	韓国	538	台湾	532
5	カナダ	529	リヒテンシュタイン	525	エストニア	531
6	ニュージーランド	528	オーストラリア	525	日本	531
7	オーストラリア	528	マカオ	525	ニュージーランド	530
8	オーストラリア	519	オランダ	524	オーストラリア	527
9	アイルランド	513	チェコ	523	オランダ	525
10	スウェーデン	512	ニュージーランド	521	リヒテンシュタイン	522
11	チェコ	511	カナダ	519	韓国	522
12	フランス	500	スイス	513	スロベニア	519
13	ノルウェー	500	フランス	511	ドイツ	516
14	アメリカ	499	ベルギー	509	イギリス	515
15	ハンガリー	496	スウェーデン	506	チェコ	513

(出所：OECD(2007) PISA)

(3)学校の授業と仕事との関連性の意識の希薄

特に深刻な問題なのが、2007年に発表されたOECDのPISAによれば、わが国の子供は、学校の授業と仕事に関連しているという意識が世界的に見て極めて希薄であるという点である。このことが、学力低下を引き起こしている可能性がある。

下表は、「科学に関連した職業に就くための準備としての学校の有用性に関する生徒の認識」指標を構成し、各国の平均値を比較したものである。それぞれを構成する質問項目において、肯定的に回答（「全くそうだ」もしくは「そうだと思う」と回答）したわが国の子供の回答割合は、参加国中で最も少ないかそれに近い水準である。

「A）私の学校では、科学に関連する職業に就くための基礎的な技能や知識を学ぶための科目を受けることが可能である」について、日本は67%であるが、OECD平均は83%と多い。

「B）私の学校の理科の授業では、多くの異なる職業に就くための基礎的な技能や知識を生徒に教えている」については、日本は53%、OECD平均は80%である。

「C）私の学校の先生は、科学に関連した職業に就くための基礎的な技能や知識を教えてくれている」については、日本は55%、OECD平均は73%である。そして、

「D）私が学んでいる科目では、科学に関連する職業に就くための基礎的な技能や知識が学べる」については、日本は55%、OECD平均は71%である。

	各質問項目に対して、まったくそうだもしくは そうだと思うと回答した生徒の割合(%)			
	A	B	C	D
アゼルバイジャン	94	89	91	89
キルギス	93	89	91	88
タイ	98	96	95	95
チェルノブイリ	92	86	81	83
コロンビア	89	93	84	84
ヨルダン	89	86	85	88
メキシコ	93	87	85	87
リトアニア	95	88	88	89
ルーマニア	92	89	84	84
ブルガリア	91	89	84	83
モンテネグロ	87	84	85	84
インドネシア	93	85	91	87
カナダ	92	89	85	80
ロシア	90	87	85	84
エストニア	88	89	81	87
台湾	88	84	88	87
アメリカ	92	87	85	80
チリ	78	84	76	78
ラトビア	91	86	84	84
ポルトガル	92	91	79	79
オーストラリア	93	90	80	70
イギリス	92	87	84	77
ニュージーランド	93	89	81	74
アイルランド	92	87	74	75
クロアチア	87	85	81	81
カタール	82	77	73	76
フィンランド	91	86	84	86
ブラジル	84	81	78	79
セルビア	85	83	78	79
アルゼンチン	82	82	76	75
リヒテンシュタイン	82	73	73	70
ドイツ	79	80	70	73
ウルグアイ	86	87	78	77
スロベニア	86	83	80	78
フランス	81	84	74	71
スペイン	86	84	75	73
アイスランド	87	82	72	76
ハンガリー	83	83	74	74
ポーランド	86	77	77	80
スイス	80	78	71	69
OECD平均	83	80	73	71
デンマーク	79	85	74	75
スウェーデン	82	77	73	74
イスラエル	78	74	63	65
イタリア	76	79	69	66
ルクセンブルグ	76	77	63	65
ギリシャ	78	74	66	69
ベルギー	82	77	66	62
香港	84	78	77	66
トルコ	75	73	65	63
スロバキア	77	78	68	70
マカオ	80	78	72	69
チェコ	80	74	70	67
オーストリア	70	65	61	60
オランダ	85	83	65	56
韓国	78	67	69	68
ノルウェー	65	76	66	65
日本	67	53	55	55

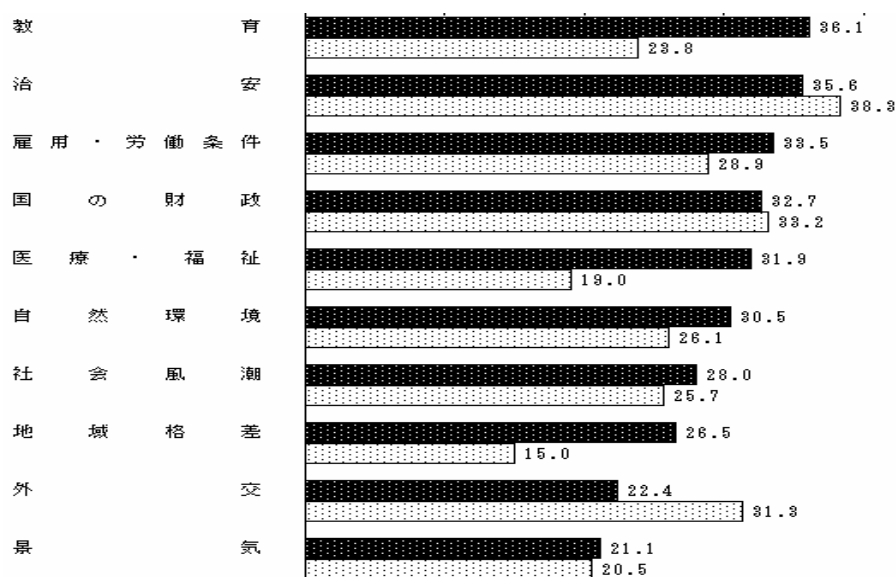
(出所：OECD(2007) PISA)

(4)教育問題についての認識～教育に対する信頼性の低下

このような調査の結果を受けて最近教育に対する信頼が大きく揺らいでいる。内閣府が定期的に行っている「社会意識に関する世論調査」の最新分である平成19年1月の調査では、「現在の日本の状況について、悪い方向に向かっていると思うのは、どのような分野か。」という設問に関して、「治安」「雇用・労働条件」「国の財政」「医療・福祉」「自然環境」などの各分野を抑えて、「教育」が、最多の36.1%に上った。また36.1%という値は、平成18年2月の前回調査の23.8%から急増しており、この近年で特に教育に対する人々の意識が高まっていることが分かる。

教育問題の重要度

問)「悪い方向に向かっていると思うのは、どのような分野か」



■ 今回調査
□ 平成18年2月調査

(出所：内閣府(2007)「社会意識に関する世論調査」)

2. 政府における教育問題への取り組み

では、この教育問題は、今後我々にどのような事態を引き起こすと想定されるのだろうか。「消費者」「企業」「国」という立場に立って考えてみよう。消費者から見れば、一般的な教育サービスの低下は、教育に対する追加的・補完的支出が増加する可能性がある。企業からみれば、優良な従業員が不足し、生産性が低下する可能性が生じてくる。また、国のレベルで考えれば、わが国が保持してきた文化の継承が困難になる可能性、

あるいは社会の規律の維持が困難なる可能性等があるであろう（下表参照）。このように、少子化問題同様、教育問題の影響は様々な分野に波及することが考えられる。教育問題も少子化問題と同様に、社会・経済環境の在り方に深く関係しており重要な問題であると言えよう。

教育問題が引き起こす事態

消費者	教育に対する追加的・補完的支出の増加
企業	優良な従業員の不足、生産性の低下
国	文化の継承、社会的な規律の維持が困難 社会的落伍者の増加と社会コストの上昇

グローバル経済化、情報化社会の構築が進み、経済の重要なファクターが物的な資源から人的な資源へと移行していく中で、教育問題が重要であることは各国とも認識している。林業中心から ICT や電気産業などのハイテク産業中心の産業構造へと変化を遂げて高い経済成長を達成したフィンランドでは、近年教育水準の高さ、またそれを支える教育メソッドに成功の秘訣が隠されていると考えられている。また、1997年にイギリスの首相に就任したブレア氏は、就任時に優先する政策は「第1に教育、2番目も教育、3番目も教育（Education、Education、Education）」であると唱え、公立学校で提供する教育のレベルアップを図った。また、先に政権が変わったオーストラリアでも、副首相のジュリア・ギラード氏を教育相に任命することで、新労働党政府が教育問題を最重要課題として取り扱っていく方針を明確にし、国内の教育制度を世界のトップレベルに引き上げることを打ち出している。

このように、世界各国が教育問題を最重要課題に位置付ける中で、わが国も、教育問題、すなわち教育レベルの低下傾向に歯止めをかけることを喫緊に解消されるべき最も重要な課題と位置づけている。その裏付けが、一昨年に組成された「教育再生会議」であろう。教育再生会議では、2007年の第一次報告から、「ゆとり教育」の見直しに始まる公教育の建て直しを中心的な課題として議論してきた。

教育再生会議の歩み

第一次報告（2007年1月）

「社会総がかりで教育再生を～公教育再生への第一歩～」

第二次報告（2007年6月）

「社会総がかりで教育再生を・第二次報告～公教育再生に向けた更なる
一歩と「教育新時代」のための基盤の再構築～」

第三次報告（2007年12月）

「社会総がかりで教育再生を・第三次報告～学校、家庭、地域、企業、
団体、メディア、行政が一体となって、全ての子供のために公教育を再
生する～」

最終報告（2008年1月）

「社会総がかりで教育再生を・最終報告～教育再生の実効性の担保のた
めに～」

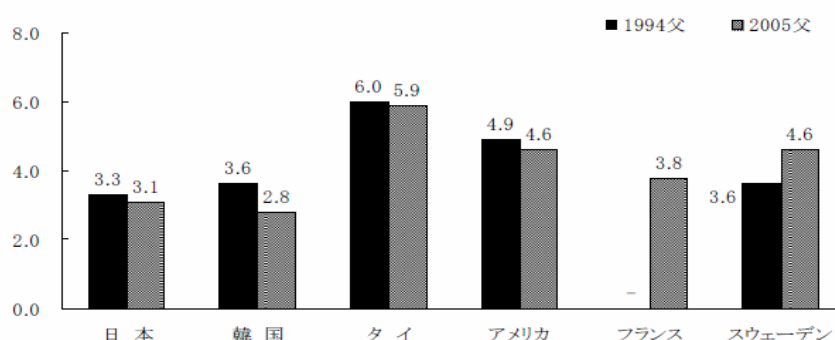
3. 企業に求められる教育問題に関する責務

教育の建て直しは、国あるいは学校などの教育機関の専任事項ではない。教育再生会議の答申でも何度となく記述されている通り、社会の構成員全て、「社会総がかり」で取り組んでいくべきものであり、わが国の企業も社会の一員として、学校、地域、家庭とともに「一体」となって、教育問題に積極的に取り組んでいくことが求められている。それというのも、企業が地域社会の「良き企業市民」として将来も持続的に活動を行っていく上で、将来の日本の経済社会を支える人材の問題は、産業の国際競争力や健全な企業発展の基盤をなす重要事項であり、企業や産業自身はその発展基盤を構築する自らの本来業務課題として、主体的に取り組んでいくべき課題であるからである。

主体性のある従業員のモチベーションを活用しながら、出張授業などの教科学習、ものづくりや職業体験などの職業教育、あるいは、食育、文化・芸術、スポーツなどの幅広い教育に取り組むことが期待される。また、これらの取組は、ただ「提供する」ものだけではなく、従業員の技術等の自社に対する理解、問題解決力の向上、モチベーションアップに役立っているのである。

また、取り組みを進める中で、従業員を通じて間接的に教育に取り組むことにも留意する必要があるだろう。子供への教育で重要なウェイトを占めているのは、親による教育（特に父親）であるからである。親が子供に接する時間が多いほど、子供の学力が高くなっているとの指摘もなされている。⁴国立女性教育会館の行った調査によれば、わが国では父親が子供と一緒に過ごす時間は、2005年時点で、スウェーデン、アメリカよりも、一日あたり1.5時間も少なく、また、1994年時点と比較しても0.2時間減少している。

父親が子供と一緒に過ごす一日あたりの時間
(平均、単位：時間)



(出所：独立行政法人国立女性教育会館(2006)「平成16年度・17年度家庭教育に関する国際比較調査」)

父親が子供と一緒に過ごす時間の少なさも、第I部で見たとおり、硬直的な日本の企業の長時間労働体質、あるいは、それを是とする職場の風土に一因があると考えられる。この点からも、従業員がワーク・ライフ・バランスを実践し、充実した家庭生活をおくことができるように環境を整備することは重要なのである。

⁴ 学研教育総合研究所(2007)「父親と家庭教育に関する調査」では、①「父親の生活に対する満足度と子どもへの満足度の相関関係」②「父親と子どものふれあい度と子どものタイプとの相関関係」③「父親と子どもの具体的なふれあいと子どものタイプとの相関関係」④「家庭での行事と子どもの学力との相関関係」⑤「父親との会話の内容と子どものタイプ」「父親が子どもに関して知っていることと子どものタイプ」という各テーマについてクロス集計を行っている。

その中には、成績上位の子どもに父親が何を教えたかという分析があり、教えた内容について、全30項目中21項目で成績との比例傾向が見られたとしている。比例傾向がみられた項目の中には、「勉強のコツ」や科学・歴史の知識といった学習に直結するような内容だけでなく、「ヒモの結び方」「お金の使い方」「アウトドア」「先祖の話」など、日常の常識や生きる知恵が多く含まれており、同調査では、直接的な勉強以外のことも含めて、父親がどれだけのことを子どもに教えているかが、子どもの成績とリンクしていると分析している。

また、テレビ、インターネット、ゲーム、出版物から送り出される不用意な有害情報が子どもの心を傷つけて、犯罪を助長させる要因の一つにもなっていると言われている。このような有害情報から子どもを守るように、企業が責任をもって取り組むことが求められている。

第2章 教育問題への企業の取り組みに関するアンケート調査

1. 調査の概要

(1)調査の目的

本調査は、今般企業の持続的発展を確保するとともに社会の健全な発展に寄与するための CSR（企業の社会的責任）活動に関して、現下の緊急かつ重要な社会的課題である「教育問題」と企業の間係を取り上げて調査研究することを目的とした。

(2)調査の内容

本調査は少子化問題と教育問題の二つのアンケートで構成された調査票をもとに実施された。

(3)調査の対象と方法

東京証券取引所一部上場企業のうち、2007年4月時点での時価総額上位300社を調査対象とし、郵送によりアンケートを送付した。アンケートの送付は2007年10月5日（金）、アンケートの締め切りは2007年10月26日（金）とした。

(4)調査の結果

300社へのアンケート送付に対する有効回答数は59社（19.7%）となった。

2. 教育問題に関する回答

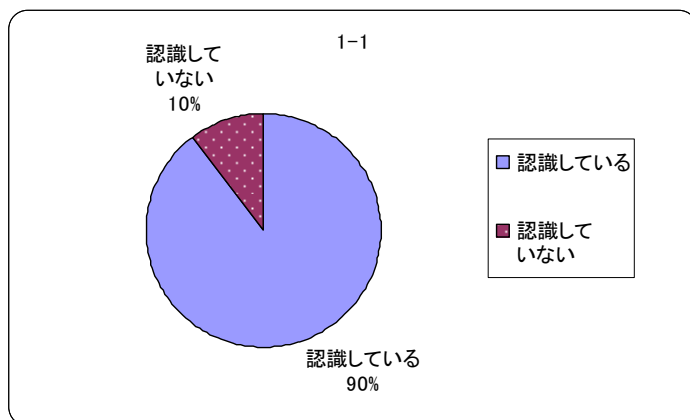
前節と同様、企業と教育問題の間係について、教育問題に対する認識、子供の教育に対する支援、大学・大学院での教育に対する支援を調査した。

(1)教育問題に対する認識

教育問題への取組みは CSR である

教育問題を CSR として取り組むべき社会的課題として認識しているかを尋ねたところ、回答企業の 90%が「認識している」とした。

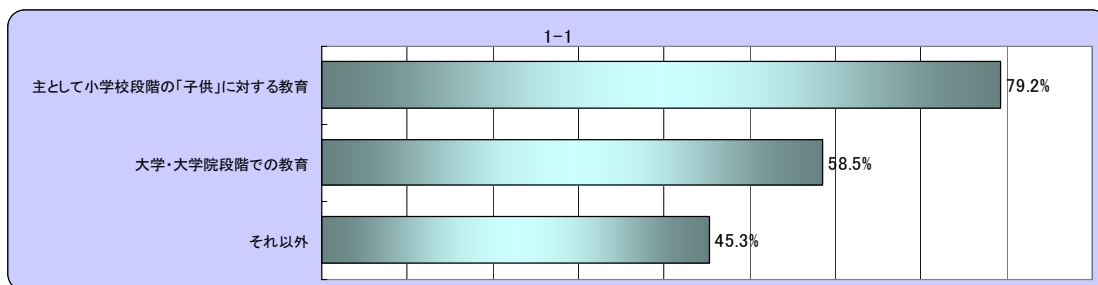
1-1 現在わが国で議論されている「教育問題」を CSR として取り組むべき社会的課題として認識していますか。



より初等教育に近い段階に高い注目

特に社会的課題と考えている教育の段階について、複数選択可で尋ねた結果が以下のグラフである。「大学・大学院段階での教育」については 58.5%の企業が回答したのに対し、「主として小学校段階の「子供」に対する教育」については 79.2%の企業が回答した。現状では初等教育に近い段階での教育にやや多くの目が向けられている状況が読み取れた。「それ以外」とする回答には、中学校及び高等学校とする回答が多く、教職員を対象とするというもの、生涯学習といった回答が得られた。

どの段階の教育を CSR の対象として認識していますか。(複数選択可)

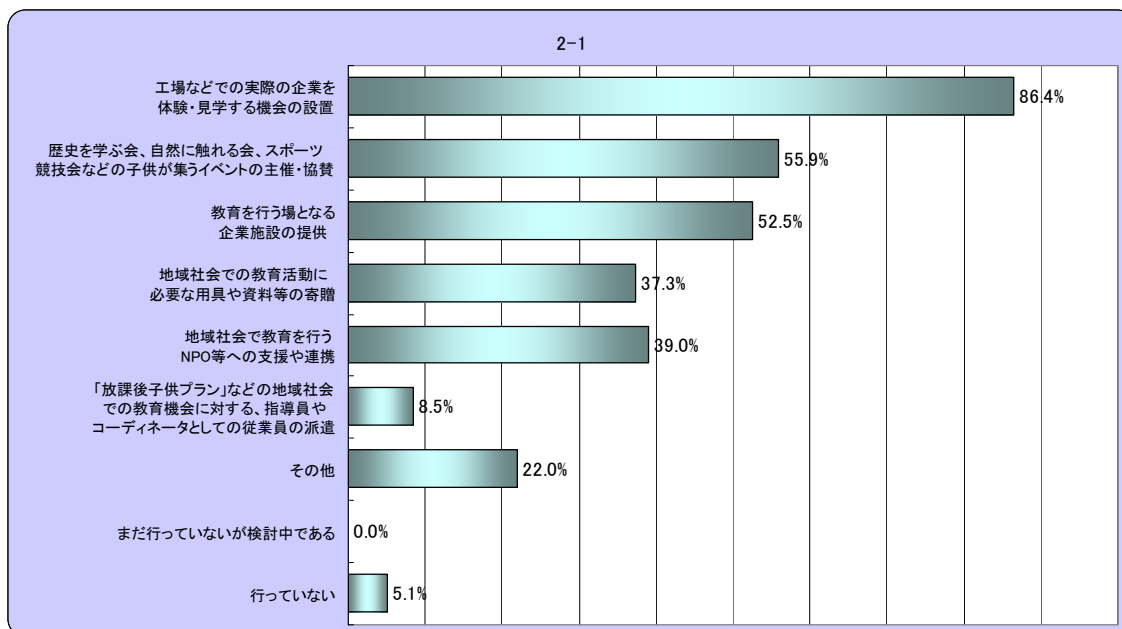


(2)子供の教育に対する支援

地域社会における教育は職場体験・見学がメイン

地域社会における教育についてどのような支援を実施しているのかを尋ねた結果、「工場などでの実際の企業を体験・見学する機会の設置」が86.4%と、最も多くの企業が実施していることが明らかになった。他に、「歴史を学ぶ会、自然に触れる会、スポーツ競技会などの子供が集うイベントの主催・協賛」が55.9%、「教育を行う場となる企業施設の提供」が52.5%となり、比較的多数の企業が何らかの支援を実施していた。

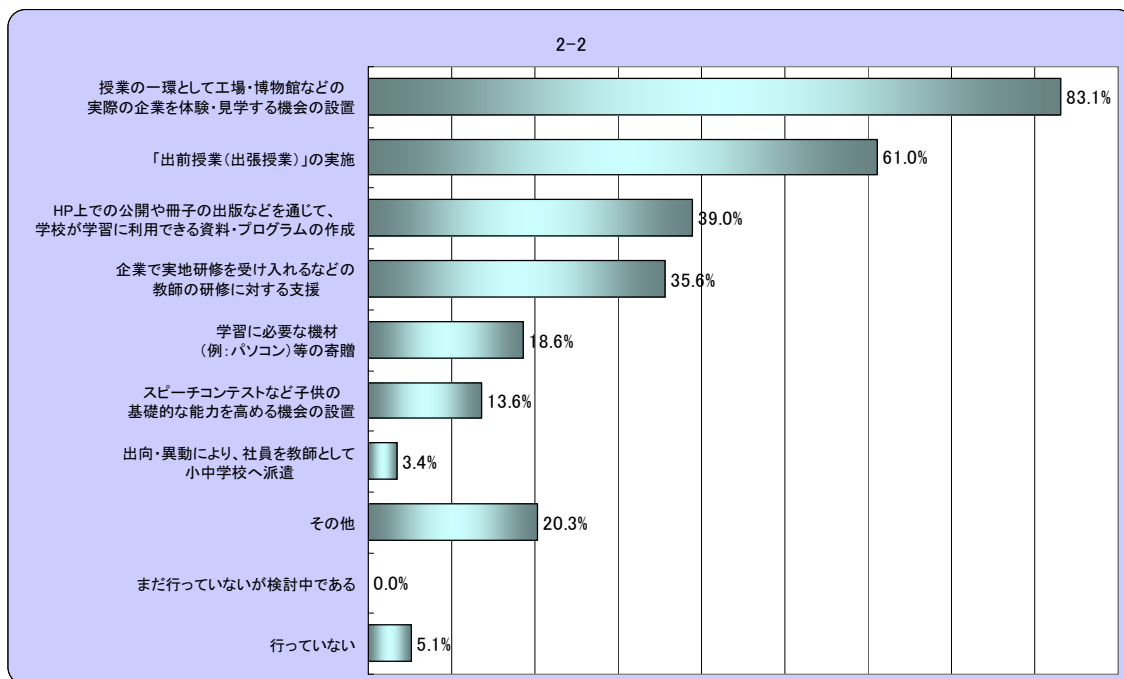
2-1 地域社会での教育についてどのような支援をしていますか。(複数選択可)



小中学校における教育支援には企業も積極的に関与している

小中学校での教育支援について、「授業の一環として工場・博物館などの実際の企業を体験・見学する機会の設置」が83.1%、「出前授業（出張授業）」の実施」が61.0%となり、比較的広く実施されていた。

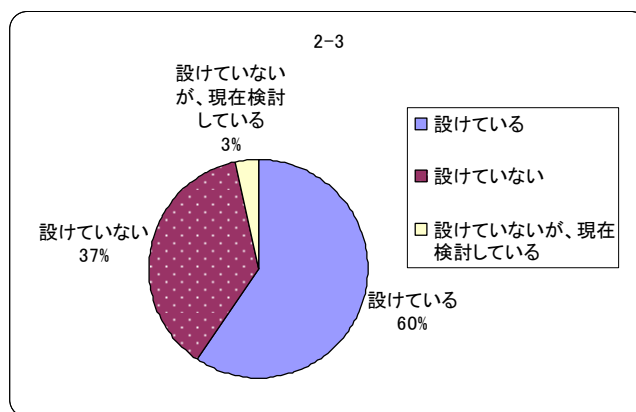
2-2 小中学校での教育に対してどのような支援を行っていますか。(複数選択可)



家庭における教育に対する支援の有無については二極に分かれている

従業員が家庭で子供へ教育を行うことを意識した人事・福利厚生制度について、「設けている」と回答した企業は 59.3%、「設けていない」と回答した企業は 37.3%だった。従業員が家庭で子供へ教育を行うことについては、企業の関わり方が二極に分かれている。

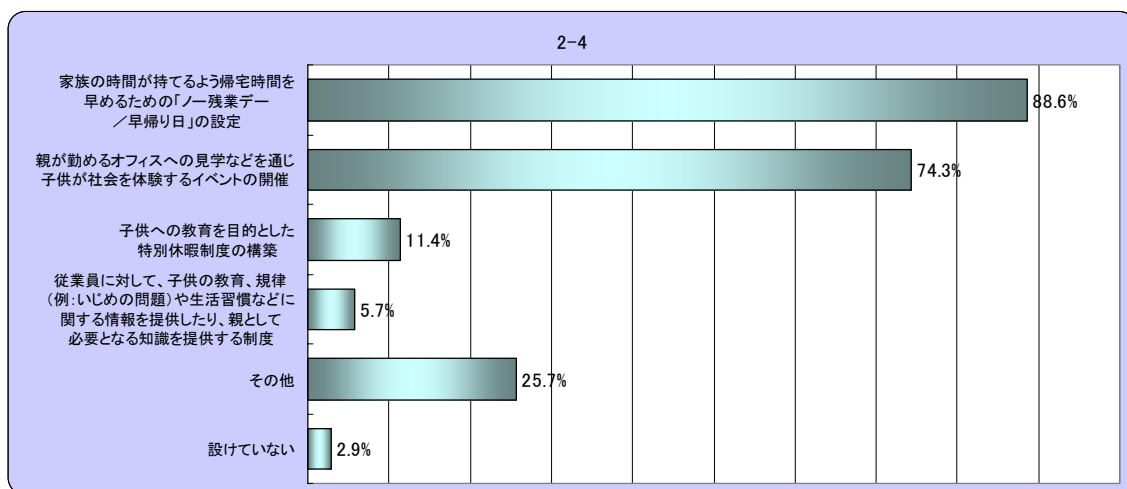
2-3 従業員が家庭で子供へ教育を行うことを意識した人事・福利厚生制度を設けていますか。



家庭における教育に対する支援の内容

従業員が家庭で子供へ教育を行うことを意識した人事・福利厚生制度について、実施している取り組みを尋ねた。取り組みを持つ企業の中で、「家族の時間が持てるよう帰宅時間を早めるための「ノー残業デー／早帰り日」の設定」が88.6%、「親が勤めるオフィスへの見学などを通じ子供が社会を体験するイベントの開催」が74.3%、実施されていることが明らかになった。その他の取り組みの中には、は子供への教育費の補助が挙げられていた。

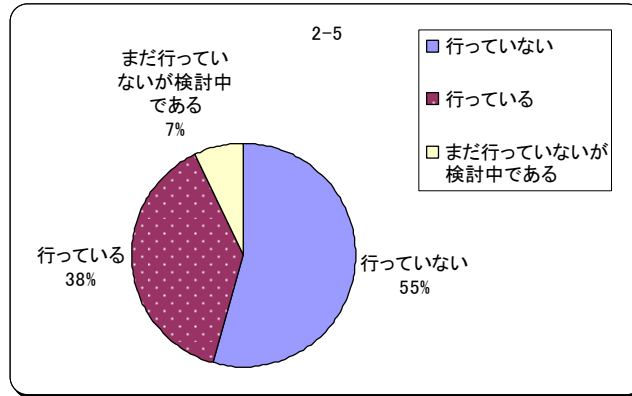
2-4 (2-3で「設けている」と答えた方) どのような制度を設けていますか。(複数選択可)



有害情報スポンサーシップの見直しは進んでいない

子供の教育に対する配慮に関連した有害情報スポンサーシップの見直しについて、取組状況を尋ねた。54.5%の企業がそうした取り組みを「行っていない」と回答し、最も多くなった。「行っている」とする回答は38.2%、「まだ行っていないが検討中である」とする回答は7.3%だった。有害情報スポンサーシップの見直しは取り組みが進んでいるとは言えず、過半の企業で検討すらされていない状況にあるということが明らかになった。

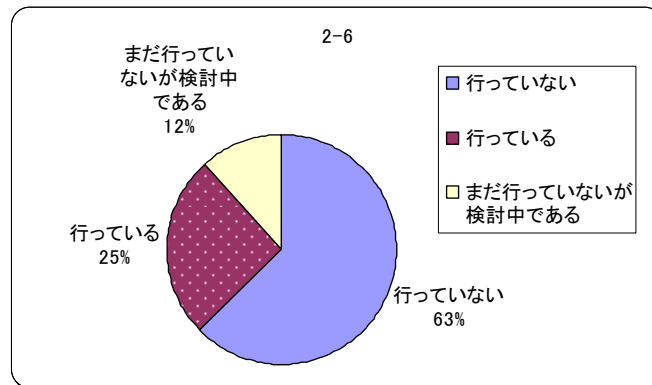
2-5 平成 19 年 4 月に改定された日本経済団体連合会の「企業行動憲章実行の手引き」では、子供の教育に対する配慮として、「有害な情報から子供を守るために、番組の質に十分配慮してスポンサー契約を結ぶ」ことが謳われていますが、具体的に有害情報スポンサーシップの見直しを行っていますか。



教育のためのスポンサーシップの方針は未策定

子供の教育上の観点からスポンサーシップを行っている事例では、62.7%の企業が「行っていない」と答え、最も多い結果となった。「行っている」とする回答は 25.5%、「まだ行っていないが検討中」であるとする回答は 11.8%だった。

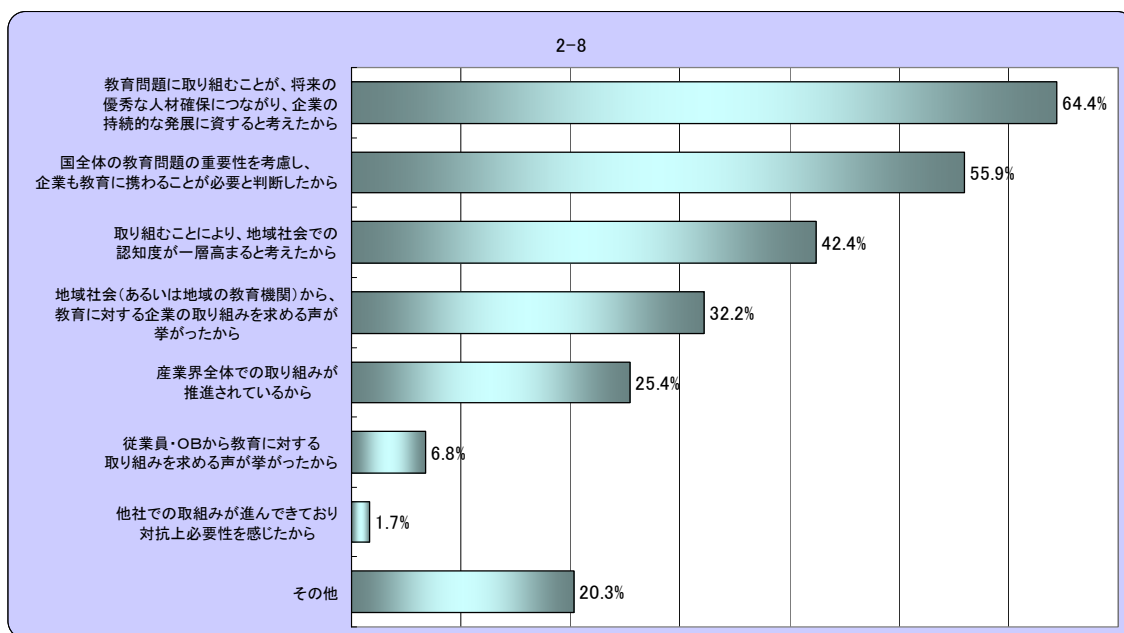
2-6 「2-5」とは逆に、子供の教育上の観点からスポンサーシップを行っている事例はありますか。



子供の教育は、企業と、企業を取り巻く社会のためとの認識が進む

子供の教育について、取り組むべき課題であると認識した理由を尋ねた。「教育問題に取り組むことが、将来の優秀な人材確保につながり、企業の持続的な発展に資すると考えたから」とする回答が 64.4%と最も多く、「国全体の教育問題の重要性を考慮し、企業も教育に携わることが必要と判断したから」とする回答が 55.9%で続いた。

2-8 子供の教育について、どのような理由から取り組むべき課題であると認識されていますか。下記の選択肢の中で最も当てはまるものをお選びください。（複数選択可）



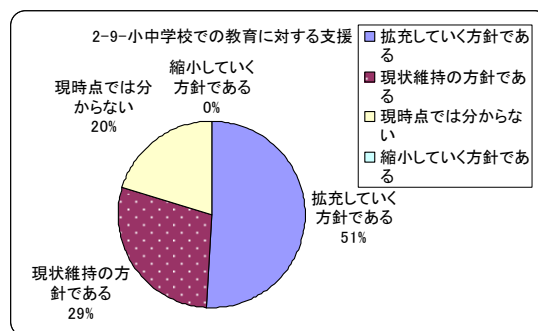
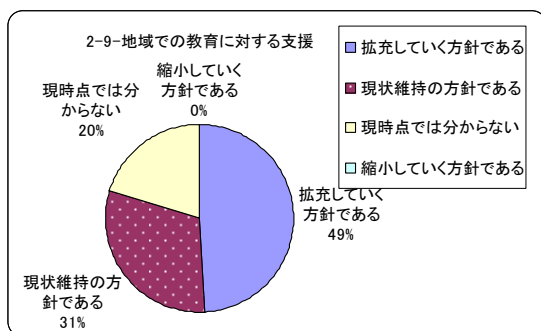
家庭での教育支援について、方針の明確化がなされていない

子供の教育に対する支援に関する今後の方針を、地域での教育、小中学校での教育、家庭における教育について尋ねた。地域での教育は「拡充していく方針である」とする回答が 49.2%と最も高くなり、「現状維持の方針である」が 30.5%、「現時点ではわからない」が 20.3%となった。小中学校での教育についても同様の傾向が見られ、「拡充していく方針である」とする回答が 50.8%と最も高く、「現状維持の方針である」が 28.8%、「現時点ではわからない」が 20.3%と続いた。一方で、家庭における教育では「現時点ではわからない」とする回答が 42.4%と最も多くなり、続いて、「拡充していく方針である」が 30.5%、「現状維持の方針である」が 27.1%となった。なお、いずれの子供の教育についても縮小していく方針であるとする回答はなかった。

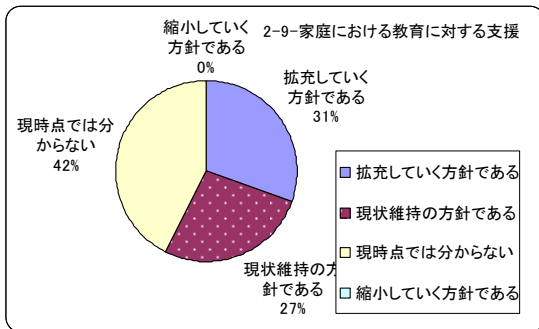
2-9 子供の教育に対する支援に関する今後の方針を教えてください。

・ 地域での教育に対する支援

・ 小中学校での教育に対する支援



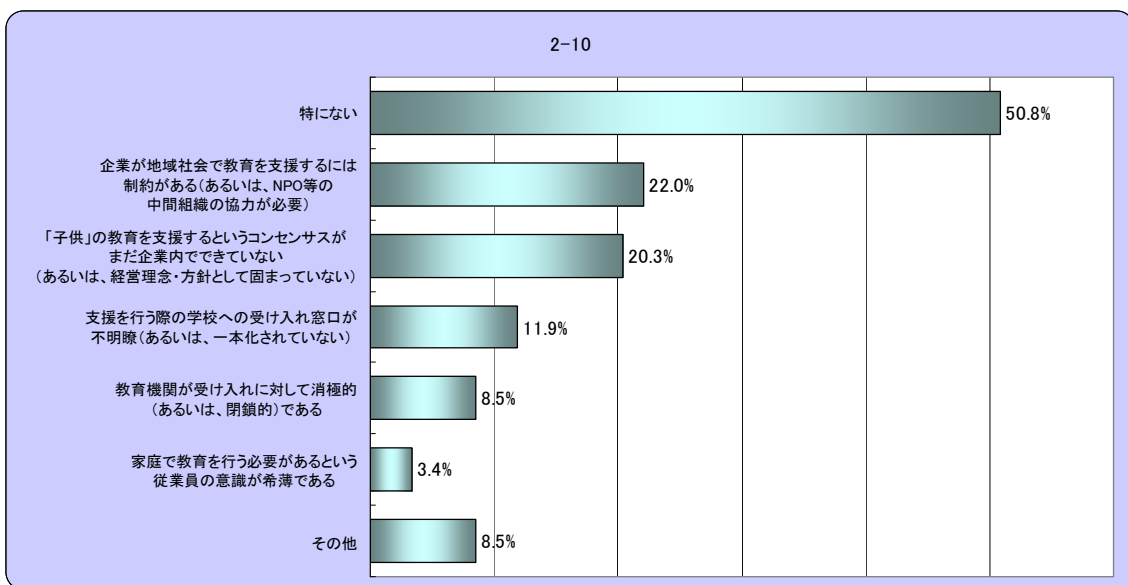
・家庭における教育に対する支援



子供への教育の支援を進めるために、企業内の方針や学校との間をコーディネートする中間組織を求める声がある

今後子供の教育の支援を進めていく上で障害として考えられるものを複数選択可で尋ねたところ、「特にない」とする回答が最も多く、50.8%となった。障害として最も多くの企業が挙げたのは「企業が地域社会で教育を支援するには制約がある（あるいは、NPO等の中間組織の協力が必要）」の22.0%、続いて、「「子供」の教育を支援するというコンセンサスがまだ企業内でできていない（あるいは、経営理念・方針として固まっていない）」の20.3%であった。

2-10 今後子供の教育の支援を進めていくうえで、どのような障害がありますか。（複数選択可）

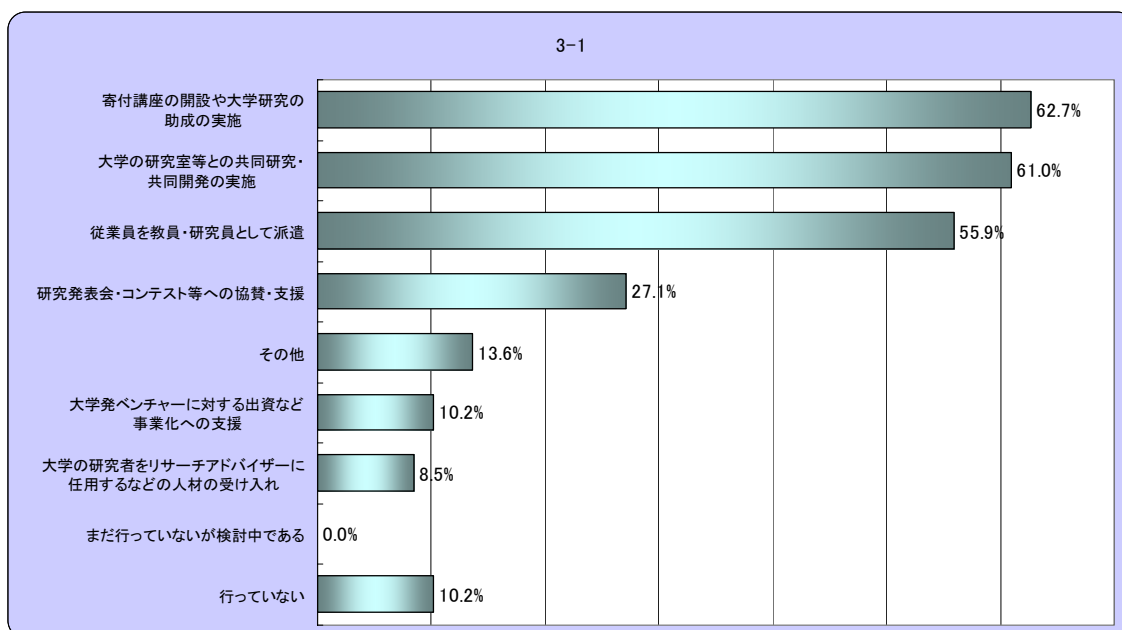


(3)大学・大学院での教育に対する支援

大学・大学院への支援は研究協力、寄附講座が一般的

大学・大学院に対して実施している支援について複数選択可で尋ねたところ、回答企業のうち62.7%が「寄附講座の開設や大学研究の助成の実施」を、61.0%が「大学の研究室等との共同研究・共同開発の実施」を、55.9%が「従業員を教員・研究員として派遣」を、行っているとした。

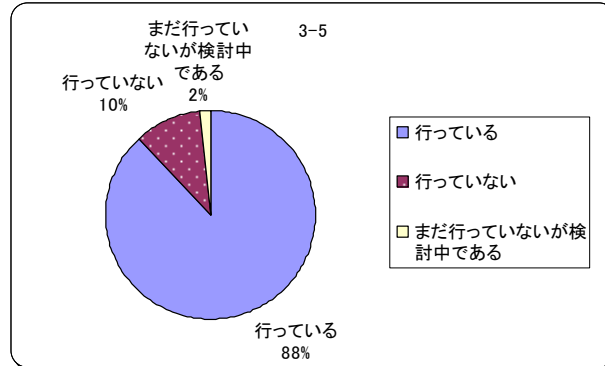
3-1 大学・大学院にどのような支援を行っていますか。(複数選択可)



企業自身は人材ニーズの明確化を行っていると考えている

企業の説明を行う等の際に、企業が要求する能力の明確化、企業の人材ニーズの明確化を行っているかを尋ねたところ、87.9%の企業が「行っている」と答え、最も多くなった。「行っていない」とする回答は10.3%、「まだ行っていないが検討中である」とする回答は1.7%となった。

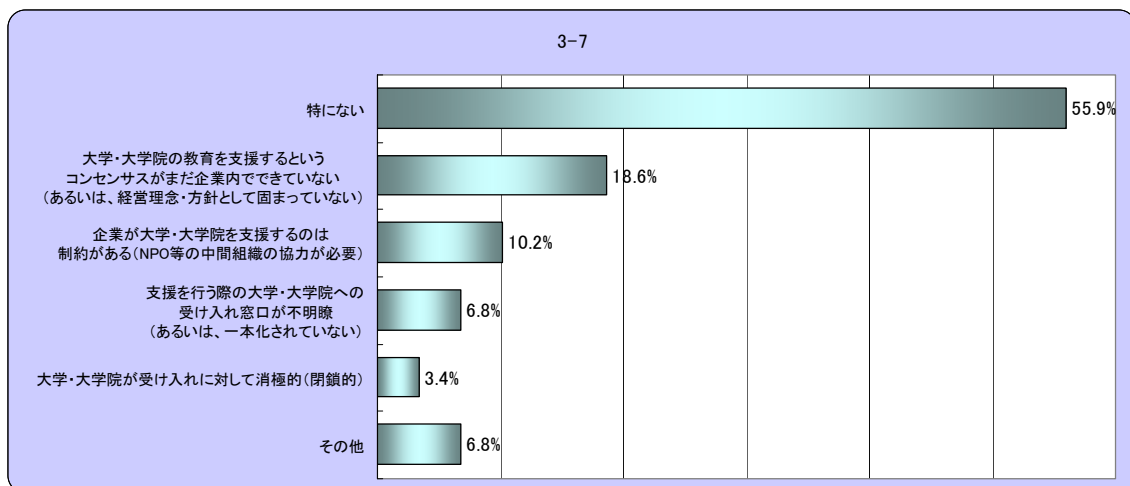
3-5 平成19年6月に出席した教育再生会議の第二次報告では、企業が要求する能力の明確化、企業の人材ニーズの明確化が求められています。企業の説明を行う等の際に、これらの明確化を行っていますか。



大学・大学院での教育に対する支援を進める上で、企業内の方針や、大学・大学院とコーディネートする中間組織を求める声がある

今後、大学・大学院での教育に対する支援を進めていく上で障害として考えられるものを尋ねたところ、「特にない」とする回答が55.9%で最も多くなった。障害の中では、多かったものから、「大学・大学院の教育を支援するというコンセンサスがまだ企業内でできていない（あるいは、経営理念・方針として固まっていない）」とする回答が18.6%、「企業が大学・大学院を支援するのは制約がある（NPO等の中間組織の協力が必要）」とする回答が10.2%と続いた。

3-7 今後大学・大学院での教育に対する支援を進めていくうえで、どのような障害がありますか。（複数選択可）



3. アンケート調査結果のまとめ

本アンケートの調査票配布先が一定以上の規模を持つ企業であり、また、回収率が19.7%程度であったことから、回答母集団は比較的取り組みの進んだ大企業であることが想定されるので、その前提に立ち、調査結果を理解すべきと考えられる。

- (1) ほとんどの回答企業において、国内の教育問題を CSR として取り組むべき社会的課題と認識していた。
- (2) 回答企業は地域社会や小中学校での教育支援に積極的に取り組んでいた。一方で、従業員が各家庭で子供を教育することを意識した人事・福利厚生制度については、取り組みを行っていない企業も相当数あった。子供の教育に対する支援に関する今後の方針についても、地域での教育や小中学校での教育に対する支援は拡充していく方針が多数を占めるのに対し、家庭における教育に対する支援は方針を決めかねている企業が多いといえる。
- (3) 有害情報スポンサーシップの見直しに至っている企業はまだ少ないという結果であった。
- (4) 大学・大学院における教育の支援については、回答企業の過半数が、寄附講座の開設、共同研究、教員・研究員としての従業員の派遣を実施していた。個別大学で開催する就職説明会やガイダンス、インターンシップの実施についても大多数の企業が実施していた。
- (5) 相当数の回答企業は、初等教育、高等教育の支援に障害は認識していないものの、障害があると回答した企業では、社内での方針が固まっていないことや、企業と教育現場をつなぐコーディネーターの必要性を挙げている例が見られた。

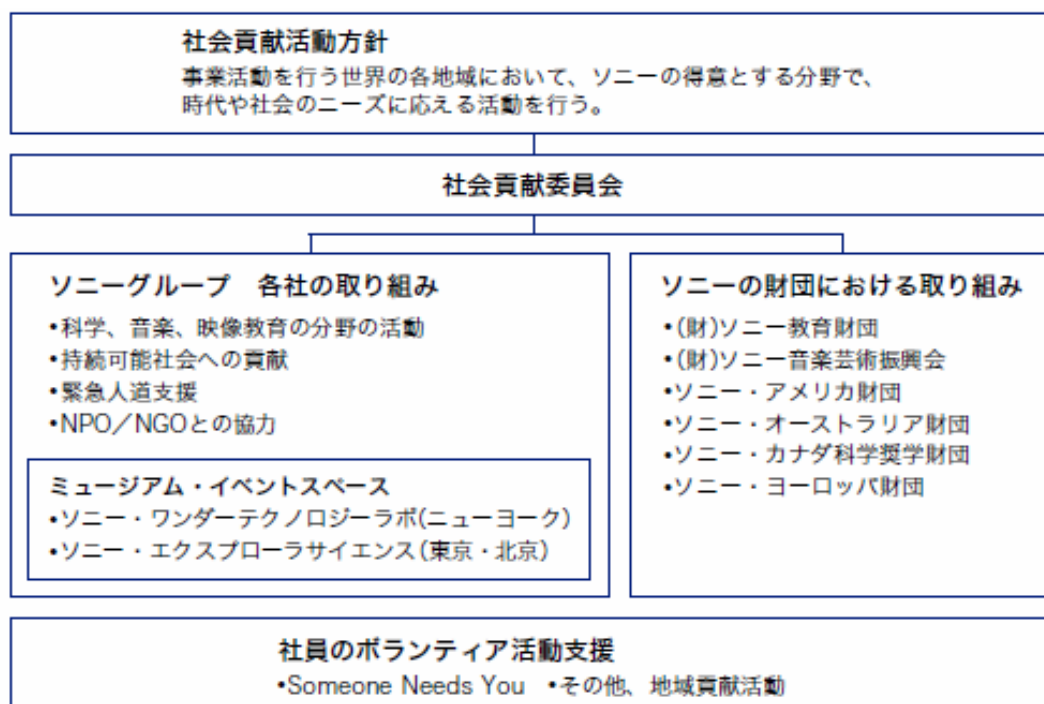
第3章 教育問題への企業の取り組みの現状

1. はじめに

企業の教育への携わり方は多岐に亘る。例えば、企業本体で取り組む場合もあれば、子会社、あるいは財団など教育を目的とした特定の組織を通じて取り組む場合もある。

ソニーを例にとってみると、ソニー本体の他に、ソニー教育財団、ソニーミュージックファンデーション、ソニー生命などのソニーフィナンシャルホールディングス傘下の各社が教育への支援を行っている。そして、それらの活動は、ソニー本社に設置された「社会貢献委員会」で方針を決定され、ソニー本体の CSR 部管掌のもと、全体として統率が図られている。

ソニーの教育の体制



(出所：ソニーCSR レポート 2007)

このように、企業の教育への取り組みは多岐に渡る。そのため、次項では、教育の対象者毎に分類して、取り組みを見ていくこととする。具体的には、「小中学生にむけた取り組み」「高校生にむけた取り組み」「大学生に向けた取り組み」と教育対象毎の3つ

に分けて、取り組みを考察⁵する。各取り組みの見出しの部分には、本調査書で取り挙げた分野数、事例数を記載しておく。

2. 先進的な取り組み事例⁶

(1)小中学生にむけた取り組み (4分野 59事例)

多岐にわたる教育の取り組みの中でも、小中学生にむけた取り組みは特に多彩である。そのため、それらの取り組みを、①学校で教えている教科学習の補足、②職業教育、③家庭での教育への啓発、④その他の教育の4つに分類して考察したい。

①学校で教えている教科学習の補足

学校で教えている教科学習の補足としては、企業が学校に出向いて教育を行う「出張授業⁷」と子供たちを呼び寄せて行う「自社の施設を使った教育」に分けられよう。

ア. 出張授業 (教育のための「人材」の提供)

学校で教えている教科学習の補足として、企業は実務経験のある従業員を学校に派遣し、講座・授業を行う「出張授業」を行っている。その典型が、製造を行う企業における、本業で培った技術を活かした理科(科学)の実験授業であり(NEC等)、あるいは、金融機関による金融の仕組みに関する授業(大和証券グループ本社)などである。

NECではNPO法人「ガリレオ工房」と協働し、さまざまな実験を行い、実験する喜び、科学の楽しさを体験してもらう“おもしろ科学実験教室”「NECガリレオクラブ」を開催している。旭化成では、小・中学生を対象に、理科実験教室「出前授業」を実施し、科学技術への関心と理解を深めてもらう活動を

⁵ ソニーでは、創業者井深大により「国民科学知識の実際的啓発」を創業の目的の一つと位置付けられてきたため教育活動に積極的に取り組んでおり、本調査の対象外となるが、幼児期の子供に対しても「ソニー幼児教育支援プログラム」を通じて全国の幼稚園・保育所の先生を支援する形で教育を行っている。

⁶ 本章の取り上げた事例は、インタビュー、ないしは個別の出所の記載がないものについては、各企業のホームページ、各種報告書からの事例を採用している。また、海外企業の取り組みは、第1部第2章と同様に、NEWSWEEK 2007年7月4日号に掲載された「2007年度版世界企業ランキング500社」の上位50社を中心に各企業のホームページから取り組みを調査した。

⁷ 従業員を学校に派遣して教育を行う制度の名称は、「出張授業」「出前授業」など、企業によって異なるが、ここでは、「出張授業」という名称で統一する。

行っている。市教育委員会と連携し、1999年の開始から延べ3,400人の学生が参加している。また、日産自動車では、小学校と連携してFCV(燃料電池車)を活用した環境出張授業を実施している。また、東京ガスでも従業員が講師となって小さな燃料電池を使って模型自動車を動かす実験を行うなど、体験を中心に楽しみながら学べるプログラムを実施している。

学習研究社では、「科学実験キャラバン」として、全国の小学校・科学館を訪問し、科学実験を実演している。クイズ形式で実験ショーを進めるなど、児童の興味を引き出すために工夫を凝らし、2007年度は、「環境」「空気」「音」の3テーマで展開しているという。

旭化成 理科実験教室



(出所：第3回委員会資料)

また、企業の経済活動は、教科書にでていない社会の実態そのもの、いわば「生きた教科書」であり、多くの企業において、自らの活動を説明することを通じて社会の成り立ちや経済の仕組みを教えている。パイオニアでは、青年会議所から依頼を受けて、製品デザイナーやエンジニア、秘書などの従業員が中学校に出向き、仕事の大変さややりがいを伝えるプロジェクト「東京寺子屋」に2006年から参加している。大和証券グループ本社では、「生きるための教育」をスローガンに、お金の流れ、経済の仕組みを伝える教育を実践している。すなわち、GDPといった経済的な用語を覚えさせるなどの表面的な知識の提供ではなく、生きた社会生活の原理原則を学ばせたいという意識がある。

このような企業の取り組みが増えた背景には、公立学校で「総合的学習」が本格化し、出張授業についてのニーズが高まったことがあると考えられる。インタビューを行った東芝では、年間50件くらいの依頼があり、開催後には再度開催

してほしいというリピート率が高く、受講する学校側に好評であるという。

イ. 自社施設を使った教育（教育のための「フィールド」の提供）

企業の人間が学校を往訪するのではなく、自社の工場、施設を利用して教育を行う事例もある。これはもともと工場見学という形で始まっているが、現在では工場に限らず、サービス業の企業が本社、店舗等を活用して教育を行っているケース（三井住友銀行）、あるいは博物館を利用するケースもある（東京ガス）。また、最近では自然環境に恵まれた施設を利用して環境教育を行っている事例（東芝、トヨタ）もある。

工場施設で教育を行っている事例として、花王は、中学生等に理科教育を支援する活動として、東京と和歌山の事業場で同社の研究員による「理科実験講座」を開催している。また、化学に興味を持つきっかけとなるよう、工場見学時に身近な同社の製品などを利用した理科実験も実施している。シャープは、企業見学会などを開催しており、東京支社で開催している「おもしろ科学実験教室」や「太陽電池セミナー」の催しに、2006年度は約350名、また奈良県天理市の総合開発センターで開催している「親子見学会」には、約1,000名の人々が参加している。パイオニアでは、研究開発の拠点、総合研究所に地元の小学生・中学生を招いて、テレビはなぜ映るのか、DVDはなぜ記録・再生ができるのか、カーナビの音声認識はなぜできるのかなど、実際の製品を使ったり、科学に触れたりして楽しんで実験をしながらその仕組みを楽しく伝える「わくわく！ドキドキ！科学教室」を定期的で開催している。

情報技術に焦点をあてた教育の事例としては富士ゼロックスの「情報塾」がある。同社では情報のハンドリングやコミュニケーションへの応用など日ごろの研究成果について、次世代を担う中学生に分かりやすく解説する短期セミナー「情報塾」を、2001年より年に6回開催している。講座の内容は「ホームページ作成」から「JAVA プログラミングの初歩」、「アイデア創出と特許」など多岐にわたっており、講師はテーマごとに同社の専門家が担当している。さまざまな角度からの具体的な実習・演習を通じて、「情報とは何か？」「どう活用すべきか？」「情報社会の仕組みは？」といった本質的テーマを学ぶことができる。

また、サービス業の企業が本社等を活用しているケースとしては、三井住友フィナンシャルグループの三井住友銀行が東京本部と大阪本店で、窓口業務の体験やATM・金庫の見学等を通じて、金融や銀行業務の基本について学べる機会を提

供している。博物館を利用しているケースとしては、東芝の事例があげられる。同社では、見学施設である「東芝科学館」⁸で科学教室を行ってきている。もともとは地域の小・中学生向けあるいは、修学旅行の団体学生向けに、科学教室、映像、環境教育といった教育をメインとして実施していたものである。特に小・中学生向けの実験教室は大変人気を博しており、そのため会員制度（科学館友の会）も設けている。また、「科学のびっくり箱！なぜなにレクチャー」などの定期的な催しも行っている。科学館では、東京ガスも「がすてなーに ガスの科学館」を開設し、多彩な展示などを通じて、科学と暮らしの視点から、エネルギーを学ぶ機会を提供している。

自社施設を利用して、環境教育を行う企業も出てきている。トヨタでは、白川郷の自社施設を利用して環境学習を行っている。「トヨタの森」では、「人と自然との共生」を基本テーマに、森がもともと持っている自然の「力」について実験をすると共に、里山学習館「エコの森ハウス」も活用し、様々な環境教育・学習プログラムを展開している。また、世界遺産「白川郷合掌集落」に隣接する自社所有地「白川郷自然学校」では、企業・環境 NPO・地域と 3 者協働によって、自然とふれあい、また周辺の自然環境を保全・回復するという自然体験型環境教育の実践の場を提供している。東芝でも、静岡県御殿場市の「東芝の森」を利用して、四季を通じての定点観察や、森に生きる生物のデータ収集を行い、子供たちに、自然観察会などのイベントの実施を通じて、本物の自然とふれあう機会を提供している⁹。

トヨタの「白川郷自然学校」



(出所：第 3 回
委員会資料)

⁸東芝科学館は、同社が「技術の会社」として社会に貢献できることを目標に、「バビロン文化」をもたらした大阪万博よりも以前の 1961 年に川崎に開設した経緯がある。これは、単なる自社ショールームではなく、「人と科学のふれあい」をテーマに、東芝の先端技術を分かりやすく紹介する一般の人々の教育の場として、自社の技術を継承していくという志によって作られたものである。

⁹ なお、東芝では自社所有地以外でも、ツキノワグマ、イヌワシなどが生息する国有林で、(財)日本自然保護協会との協働により、「三国山地／赤谷川・生物多様性復元計画 (AKAYA プロジェクト)」が進められている地域・群馬県新治村で 1 泊 2 日の環境教育プログラム「リアルネイチャー・キャンプ～森の科学探検隊」を行っている。

ウ. 教材・教育プログラムの提供

学校や企業の施設での教育には、受け入れる対象者に物理的な限界がある。そのため、学校や企業の施設を使わなくとも教育を行えるように、社会の仕組みや科学メカニズムを解説した授業に利用できる教材・教育プログラムを開発し、幅広く学校に配布している（みずほフィナンシャルグループ）事例がある。

さらに外国企業においては、インターネットを活用して、教育プログラム等の提供を行っている事例もある（ファイザー、スイスコム）。

みずほフィナンシャルグループでは、金融の役割をわかりやすく学んでもらうため、テキスト「お金のお仕事」、用語集「私たちの暮らしとお金」を発行するとともに、実践授業を題材にした授業解説 DVD の作成にも取り組んでいる。また、三井住友銀行は、2006年8月から学習研究社と共に、銀行の3大業務である「預金・貸出・為替」を中心とした銀行の社会的な役割や銀行の歴史などを、漫画を通じて分かりやすく解説した「銀行のひみつ」を発刊し、同書籍を全国の小学校約2万3,000校と、公立図書館約3,000館に寄贈している。

学習研究社が発刊した子供向け書籍



（出所：三井住友フィナンシャルグループホームページ）

また、海外では、オンライン（インターネット）を活用した教育プログラムの提供という先進的な取り組みが行われている。世界最大の製薬メーカーであるアメリカのファイザー（Pfizer）は、オンラインで、子供が科学に興味を持つためのプログラムを公開している。そこで、子供たちは「研究室」でファイザーの実在の研究員に会い、「タイムマシン」で科学の進歩について学ぶことができる。また、スイス最大の通信企業であるスイスコム(Swisscom)でも、インターネット上の学校（Schools on the Internet）と称して、歴史、文化、自然、科学技術、メディア、新聞記事を読覧できるサイトを無料でスイスの5000の学校全ての児童生徒と教員に提供している。

②職業教育

文部科学省から、「小学生の段階から職業教育、キャリア教育を行うこと」が推奨されている経緯もあり、その要請に応え、小学生にも職業教育を積極的に行う企業が増えつつある。

ア. 「ものづくり」教育

子供たちが、より具体的に職業を体感できるものとして、企業は、実際に製造した製品を使って、製品の仕組みなど「ものづくり」を教えている（ソニー）。

ソニーでは、小学生中・高学年を対象に、簡易 CD プレーヤー（厚紙の円盤を回転させ、光の反射を利用して音を出す CD プレーヤー学習キット）の製作を通して、ものづくりの楽しさを体験し、科学に対する興味関心を高めてもらうことを目的として、社員がボランティアでワークショップを開催している。東芝では、家電製品の仕組みや家電製品に対する理解を深めることを目的に「分解ワークショップ」を開催している。パイオニアでは、ものづくりの技術を次の世代に伝えその楽しさを体験してもらうために、グループ各社で「ものづくり教室」を開催し、紙製スピーカーを作ってもらうプログラムを提供している。

イ. 職業体験

仕事とはどのようなことなのか、子供に就業意識をもたせるため、職場訪問の機会や、実際に店舗でスタッフとして働く機会など、子供に様々な機会を提供している事例（資生堂他）がある。さらに最近では、生活設計の体験をさせるプログラムへの参加、子供の職業教育を目的とした施設への出店といった事例もみられる（イオン他）。

資生堂は、「就業意識や仕事に対する興味を育み、資生堂の価値を肌で感じ、理解してもらう」「親の仕事への理解を深め、親とのコミュニケーションの機会を増やす」ことをねらいに、「資生堂へ子供を招待する日」を実施し、工場、リサーチセンター、オフィスの見学会も実施している。シャープでは、広島県東広島工場などの各工場で、中学生以下の児童を対象とした「職場体験学習会」を実施し、学校教育や進路指導への活用を図っている。

また、実際の職場に受け入れている企業もある。イオンでは、1年を通じて、全

国のコンビニエンスストア「ミニストップ」に職場体験学習を受け入れる制度を導入しており、2006年度には100店舗にて300人の子供が職場を体験している。さらに、エプソンでは、国内の製造拠点を中心に、企業での体験を通じて働くことの意義を学び取り、将来の職業に対する意識を高めることなどをねらいとした学校の教育プログラムの一環で、中学生（3年生）を工場に受け入れ職場体験学習を行っている。学校とまったく異なる環境の中で、生徒たちは実習内容に真剣に取り組み、ものづくりの想い、勤労の尊さ、あいさつの大切さなどを実感するのに貢献している。

エプソンで受け入れている中学生



(出所：エプソンホームページ)

イオン、東京ガス、東京電力、三井住友銀行などは「ジュニア・アチーブメント日本」が提供する、生活するにはどれだけお金がかかるか、というテーマで生活設計を体験し、社会の仕組みや経済の働きを学ぶプログラム「ファイナンス・パーク」に出展している（このプログラムでは、子供たちが、あらかじめ年収や家族構成などの条件を与えられ、会場につくられた企業ブースのある「街」のなかで、車や日用品などを買い、実生活を疑似体験できる）。

また、複合施設に企業が出展することもある。出光興産、大日本印刷、東京電力、三井住友銀行、ヤマト運輸などは、日本初の子供向け「お仕事体験タウン」として、2006年10月にオープンしたキッズニア東京(Kidzania Tokyo)にパビリオンを出店している。ここで、例えば、大日本印刷のパビリオンであれば、子供たちはグラフィックデザイナーとして、環境をテーマにしたポスターなどをパソコンでデザイン・印刷し、また、東京電力のパビリオンであれば、電線工事など行うエンジニアとなり、電線の点検・修理を行う疑似職業体験ができる。

ウ. キャリア教育講座

読売新聞と学習研究社は、子どもたちに世の中の仕組みや働くことの意義を楽しみながら考えてもらうため、2005年4月から2007年7月まで、「読売・学研子どもキャリア講座」を全8回開講した。例えば第8回講座では税金をテーマとし、簡単なクイズ、ボードゲームを行った後、「どうすれば良い町ができるか」についてディスカッションを行って、収入・支出のバランスや納税の重要性について子どもたちの理解を深めた。

③家庭での教育の啓発

企業の構成員である従業員を通じて、「家庭での教育」に関しても積極的に支援している事例（関西電力）がある。特に、有害情報への対応のための「情報教育」の取り組みも見られつつある（NEC、富士ゼロックス）。

また、外国企業の中には、ライフスキル教育を行うワークショップを開催している事例（ジョンソン・エンド・ジョンソン）もある。

家庭での教育の啓発として、「家庭教育協力企業協定制度」への取り組みがあげられる。「家庭教育協力企業協定制度」とは、県社会教育委員会議での提言を基に平成17年より鳥取県で始まった取り組みである。家庭教育の向上に向けた職場づくりのために、経営者・従業員をあげて自主的に取り組んでもらえる企業と教育委員会が協定を結び、協力して家庭教育の向上を推進しようとするものである。現在その協定制度は、北海道、群馬、名古屋市、滋賀県、広島県、愛媛県に広がりを見せている。

滋賀県での取り組みを例にとってみれば、締結企業は、関西電力、近江鉄道、三洋電機、滋賀銀行、日本放送協会、大阪ガス、オムロン、松下電器産業等などの627社（平成19年11月20日現在）にのぼっている。

滋賀県における「家庭教育協力企業協定制度」の概要

項目	概要
取組1	我が社の子育て環境づくりを進めよう！ 職場で従業員が 家庭教育についての講話を聴く機会 を設けたり、 家庭教育に関する啓発ポスター を掲示したりするなど、子育て支援に向けて企業自らが積極的な取組を進めます。
取組2	働く姿を見せよう、仕事について語り合おう！ 子どもたちが働くことの大切さ、また大変さや喜びを学べるように、従業員の子どもたちに大人の働く姿を見せたり、仕事について語り合ったりする機会をつくれます。また、地域の子どもたちを企業で職場体験として受け入れ、学習に協力します。
取組3	子ども体験活動を支援しよう！ 学校や地域での子どもたちの様々な活動に企業として、また地域住民の一員として積極的に協力、支援をします。
取組4	学校へ行こう！ 参観日や保護者会などへの参加を働きかけたり、休暇が取りやすい職場環境づくりに努めたりするなどして、従業員が積極的に学校へ行ける職場をつくれます。
取組5	「淡海子育て応援団」に加入しよう！ 地域の企業として「 淡海子育て応援団 」に参加し親と子が利用しやすい設備の充実や子育て支援のためのサービスの提供などに取り組みます。

(出所：滋賀県ホームページ)

関西電力（滋賀支店）の取り組み例

我が社での家庭教育を支援する取組み

取組1 我が社の子育て環境づくりを進めよう！
従業員への啓発活動
ポスターや電子掲示板などを活用して従業員への啓発を行います。

取組2 働く姿を見せよう、仕事について語り合おう！
職場体験学習の実施
中学生などを対象に職場体験学習を実施します。
(標準日程：5日間、7校予定(2～3名/校))

取組3 子ども体験活動を支援しよう！
出前教室の実施
小・中学校などへ出向いて、エネルギーや環境問題について実験を取り入れた学習の機会を設けます(随時)。

かんでんびわこAID(環境ミニフェア)の開催
小学生を対象に、エネルギーや地球温暖化などの環境問題、音楽を通じた資源の大切さなどを学ぶ総合環境学習を開催します(6月)。



取組4 学校へ行こう！
ボランティア休暇制度
従業員のボランティア活動を支援するためのボランティア休暇制度をもうけています。
社会貢献活動顕彰制度の実施
毎年3月に、地域や学校を通じて行った従業員の社会貢献活動を顕彰して、社内の活性化を図るとともに、さらなる社会貢献活動への参加や協力を求めます。

取組5 【淡海子育て応援団】に加入しよう！
子育て支援の設備の充実
草津にあるオール電化体験施設(はびらライフスクエア滋賀)では、小さなお子さまが、ごいっしょでも安心して見学できるよう設備を整えています。
・子どもが遊べる「キッズスペース」
・授乳コーナー

(出所：滋賀県学習情報提供システム「におねっと」ホームページ)

また、家庭での教育の啓発と関係して考えられるのが、「有害情報」抑制への取り組みである。2007年4月に、日本経済団体連合会の企業行動憲章の見直しの際、TV番組のスポンサーシップの見直しが盛り込まれ、産業界全体で取り組む方向性も示されている。

また、有害情報は若年層でも急速に普及しているインターネットによってももたらされている。そこで、NECでは「ネット安全教室」を開催している。この子供への取り組みは、メディアをどのように見るのか、あるいは、メディアにどう接するのかということを教える「情報教育」と言われるものである。インターネットが全世界に普及し、膨大な情報が飛び交っている昨今、違法情報や子供たちにとって有害な情報、ネット犯罪にかかわる危険な情報が大量に流れていることや、また、携帯電話の「出会い系サイト」によるトラブル急増を大きな社会問題と捉え、NPO法人日本ガーディアン・エンジェルス、NECソフトウェアグループと協働して、小学生の中高学年とその保護者を対象に、実際にパソコンを使用してネット社会における安全なインターネットの活用方法や楽しみ方を体験しながら学ぶ「NEC ネット安全教室」を開催している。

NEC ネット安全教室



(出所 NEC ホームページ)

また、海外では家庭が行うべき生活全般に関する教育を、企業が代わって実施している先進的な事例がある。アメリカの製薬メーカーであるジョンソン・エンド・ジョンソン (Johnson & Johnson) では、「思春期のライフスキル教育プログラム」として、生活全般の教育を行っている。これは、友人や家族との関係、タバコやドラッグへの誘惑など、日常生活でさまざまな困難に直面する青少年に対して、自分自身の力でこの困難をのりこえるスキルを身につけてもらうことを目的としたプ

ログラムで、同社では、主に小中学校の教員や教育関係者を対象に、教育の現場で生徒たちにライフスキル教育を実践するためのワークショップを開催している。

③その他の教育

その他の教育として、食の大切さ、楽しさを伝える「食育」(東京ガス)、地域文化や音楽・演劇に接する機会を提供する「文化・芸術教育」(旭化成)、そして、多くの子供が参加することができる「スポーツ教育」(東芝)を行っている事例がある。

外国企業の中には、子供向けの国際的なスポーツ大会を開催している事例もある(エスケイエフ)。

ア. 食育

東京ガスでは、「キッズ イン ザ キッチン」と称して料理を最初から最後まで体験しながら、食の大切さ、楽しさなどを実感し、子供の食の自立を支援する教育を行っている。食育ではこの他、カゴメが全国の小学校、幼稚園、保育園に、カゴメトマトジュース専用のトマトの苗を無償で配布したり、マルハニチロホールディングスが、ホームページで「マルハキッズおさかなアイランド」という食育に関するサイトを開設する等している。

イ. 文化・芸術教育

旭化成は、「あさひ・ひむか文化財団」を設立し、宮崎県において、音楽芸術・演劇などの文化行事の開催、地域社会の文化活動の後援、郷土文化への理解の醸成活動などを行っている。

トヨタでは、「こどもとアーティストの出会い」と称して、子供の豊かな感性を育てることを目的に NPO 法人「芸術家とこどもたち」と連携して、アーティストが学校等に行き、音楽・体育・総合学習の時間に行うワークショップ型授業プログラムを提供している。NEC でも同様に、NPO 法人芸術家と子供たちや(社)日本オーケストラ連盟とのパートナーシップにより、「アート」・「教育」・「子供」をキーワードとする体験的教育プログラム「アート教育プログラム」を提供している。

ソニーでは、ソニー音楽芸術振興会が、子供たちに一流の芸術家が創造する音楽を体験してもらうためのプログラムを毎年開催しており、フランスを代表

するダンスカンパニー「モンタルヴォ＝エルヴェ」によるバロック・オペラと現代のダンスが融合したオペラの来日公演にあわせて、主に子供たちを対象にダンスを学ぶ機会を設けている。

ウ. スポーツ教育

数多く見られる事例が、スポーツ教育への取り組みである。旭化成の陸上競技部、柔道部は、オリンピック競技大会に選手を輩出しているが、それらの種目に関して、地域の子供のスポーツ教育を実施している。トラック長距離走の記録会として全国的に有名な「ゴールデンゲームズ in のべおか」の開催に協力、「子供柔道教室」を開催するなど、スポーツを仲立ちとして地域社会に貢献する活動を行っている。また、東芝ではグラウンドを開放するとともに、東芝府中ラグビー部 OB 有志が中心となり、地域のラグビークラブの小中学生を対象にラグビー指導を行っている。

旭化成 子供柔道教室



(第3回委員会資料より)

NECでは、「財団法人こども未来財団」の「企業等福利厚生施設開放事業」の助成を受け、運動場、体育館、テニスコート、プールなどの福利厚生施設を、地域の少年少女にスポーツの場として開放し、地域の子供たちの居場所作りに貢献している。

一方、海外企業の取り組みは大規模で、コンテストを通じたスポーツ教育を行っている事例がある。スウェーデンに本社を置くベアリングメーカーであるエスケイエフ（SKF）では、「Gothia カップ」として、世界中の子供たちが集まってサッカーを楽しむ、世界最大の若者のサッカートーナメント大会を主催している。ここで、子供は単にスポーツだけでなく、性別、社会的背景、年齢、文化、宗教

は関係ないという、人々の多様性等さまざまなことを学んでいる。

エ. 才能開発コンテスト教育

学習研究社の出捐により設立された才能開発教育財団では、1963年から全国児童才能開発コンテストという顕彰事業を行っている。

このコンテストでは、全国児童の「豊かな感性・情操」を養うとともに、児童の基礎学力である「文章による表現・コミュニケーション能力」「創造的な表現力」「科学的な思考力」を育て、小学生の文化的・科学的才能の育成をめざすことをねらいとしている。図画、作文、科学の3部門で作品を募集しており、優秀作品には文部科学大臣賞などの賞を贈呈し、成果を内外に紹介している。

コラム：マグネットスクール

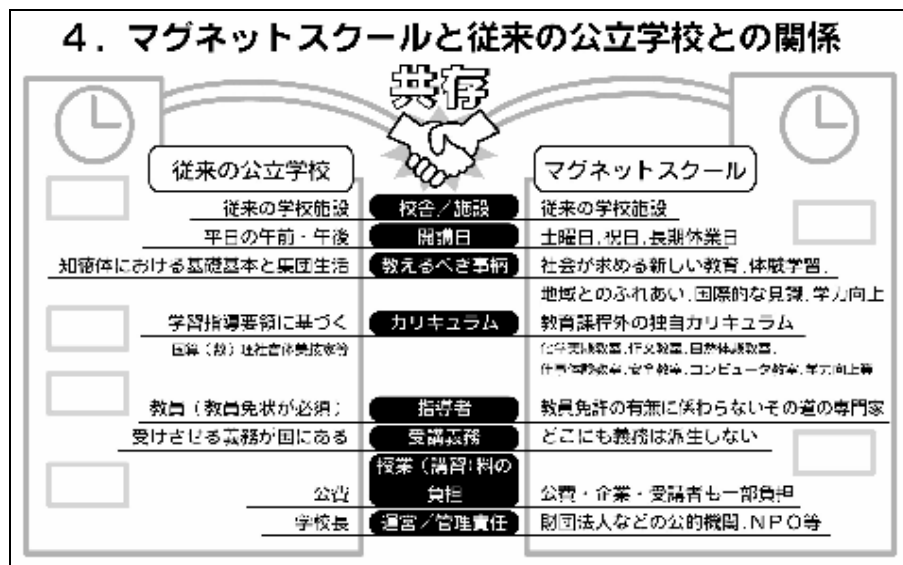
学習研究社（学研教育総合研究所）では、文部科学省の委託事業として、平成18年度から2年間、「マグネットスクール」試行的に行っている。

「マグネットスクール」とは、「民間活力導入による地域自立型の実体験学習学校」であり、土曜・休日に地域主体による、科学実験教室、環境自然体験、コンピュータ教育、資格取得、作文教室、伝統文化、ものづくりなど体験重視の発展学習を、5回に亘って連続性を持たせた独自カリキュラムで展開している（平成19年度は、都内の3つの小学校で、エジソン式蓄音機や振り子のバランスの実験を行った「科学実験教室」、天ぷら油リサイクルバスを動かした「環境と自然教室」、手紙や自由作文を書く「作文教室」を実施）。

また、教えるのは地域の民間人や企業などからなる専門家であり、地域に根ざしたプログラムを作成している。

注目すべき点は、第一に、継続的な運営を目指すために、企業の寄付等だけでなく、公的資金と受益者負担による財源確保で健全で恒常的な運営を目指している点である。

また、第二に、学習の効果測定も多様に実施している点である。保護者から子供の変容について家庭での観察・評価を受けるとともに、担任、校長、教育委員会から学校での平日授業とマグネットスクールの授業が有機的に結びついているか評価を受けている。



(2)高校生にむけた取り組み (2分野7事例)

高校生への取り組みは、小中学校の子供向けに比べ、分野が絞り込まれている。また、小中学生向けでは、子供達の関心や興味を引くためのものといった感が強かったが、高校生においてはより現実的・実用的な取り組みにウェイトが置かれている。具体的に見れば、「学校で教えている教科学習の補足」と「職業教育」の2つに分けられよう。

① 学校で教えている教科学習の補足

小中学校の子供向けの授業と比較して、より高度かつ専門的な科学技術に関する授業を提供している（シャープ、資生堂、インテル）。

シャープでは、事業内容を生かした人的協力支援として、三重工場で、2003年度から地元高校へ従業員講師を派遣し、「スーパーサイエンス講座」を開講している。2006年度は、液晶ディスプレイの原理や環境への取り組みをテーマとして実施した。また、奈良県葛城工場では、11月に大阪府内の大学へ従業員講師を派遣し、「ソーラーシステムの特性や環境貢献について」をテーマに講義を行った。

資生堂は、文部科学省が2002年から取り組んでいる「科学技術・理科大好きプラン」施策の一環である「スーパーサイエンスハイスクール」の活動に協力し、リサーチセンター（研究所）に指定校の生徒の見学を受け入れるとともに、同社で研究を進めている皮膚科学、化粧品素材開発、皮膚特性の計測、香りの作用（アロマロジー）などの化粧品科学を教えている。

また、海外の先進的な事例としてあげられるのが、アメリカのITメーカーのインテル(Intel)のケースで、同社は、コンテスト (Intel Science Talent Search (高校生向けの科学コンテスト)、Intel International Science and Engineering Fair (国際学生科学フェア)) などを開催して、子供たちの科学・数学の知識と興味を広げている。

②職業教育

高校生むけの職業教育では、「ものづくり」の基礎的なものから、実際の職業訓練、そして、実社会で必要となる能力を開発する教育まで幅広く行われている（松下電工、ソニー、大和証券）。

ア. 「ものづくり」教育

松下電工では、2005年度から、社内のインフラを活用した社会貢献活動として、学生にモノづくりの技術・技能を伝承する「松下電工・大阪府立工業高等学校長会産学連携事業」を展開している。大阪府下の工業・工科高校の生徒を対象にし、同社のベテラン技術者が指導員となって、仕上げ加工などの実技訓練を実施するインターンシップを行っている。

イ. 職業訓練

松下電工では高校の工業教育の現場での技術・技能の伝承が問題になっていることを受けて、2006年4月から5月にかけて計8回、大阪府下の工業高校の教員を対象にした旋盤加工の研修を実施した。匠の技を間近で見ることで、加工の仕方・考え方、教育現場で活用できるスキルなどを習得してもらうなど、「モノづくり」の技と心を伝えている。

工業高校との産学連携事業



(出所：松下電工ホームページ)

ウ. 実社会で必要となる能力を開発する教育

ソニーでは、映像制作の経験豊かなソニーグループ社員、約 30 名がボランティアとして高校生をサポートしながら、高校生が、映像制作のワークショップを通じて、企画、撮影、編集を学び、自分の企画による映像作品を完成させる「ソニー・ムービー・ワークス」を開催している。

大和証券グループ本社は、高校生向けの教育施策である、「スチューデント・カンパニー・プログラム」を支援している。これは、NPO ジュニア・アチーブメント日本が提供しているプログラムで、高校生が実際に株式会社を運営することにより、経済や企業の仕組みを学ぶ体験型経済教育プログラムである。原則として従業員の 2 名が毎週授業に参加、社外取締役として人事・経理・生産・営業など多岐にわたり生徒にアドバイスしている。

大和証券グループ本社が行う「スチューデント・カンパニー・プログラム」



(出所：大和証券グループ本社ホームページ)

(3) 大学生にむけた取り組み (2 分野 18 事例)

大学生にむけた取り組みは、企業の事業活動により密接なもの、言い換えれば事業活動の一環という色彩が濃くなる。大学での研究、あるいは大学との共同研究を通じて、より優れた製品・サービスの開発、あるいはそのための基礎となる情報・知見の獲得を目指している。また、大学生に対しては、社会人・企業人として必要となる知識、スキ

ルの習得を意図した機会を提供している。

① 大学との協働

大学との協働事例は、「共同研究」（シャープ等）「寄付講座」（みずほフィナンシャルグループ等）「包括的な連携」（セイコーエプソン）に大きく分類される。海外では、シェルカナダの事例があり、将来同社が採用を望むような学生を育て、同社に魅力を感じてもらおうためのプログラムを、同社幹部が責任を持って実施している。

ア. 共同研究

製造業と大学の共同研究は、数多くの事例が見られる。例えば、シャープは、水質浄化システム技術を大阪府立大学と共同で研究・開発した。大学との共同研究に取り組む企業が多い理由として、大学での教育支援・協働は、小中学生に対する教育支援とは性質が異なり、大学の研究室の技術を社会に出すという点で、本業に近い性質のものと企業が位置付けているからと考えられる。すなわち、大学は、大学自体も新たな研究を行いたいという意志を持っていて、大学・企業お互いのニーズが合致する上、さらに、成果を出すことで双方にメリットがあり（「win-win」の関係構築ができる）、そのことが取り組みの動機になっていると思われる。

共同研究は製造業に限らない。みずほフィナンシャルグループでは、東京学芸大学と共同で、金融教育を学校教育や社会に適切に展開して行くための具体的方法について研究している。また、興味深い点では、全日本空輸は、東海大学と共同で、パイロット訓練講座という教育プログラムを開発している。

イ. 寄付講座

共同研究でなくとも、研究費用を助成する取り組みも一般的である。アステラス製薬では、「創薬理論化学講座」を開催している。みずほフィナンシャルグループでは、一橋大学商学部をはじめとして、慶應義塾大学商学部、早稲田大学政治経済学部、東京大学経済学部、東京大学法学部、京都大学経済学部等に寄付講義・寄付講座を開設し、みずほグループ各社の役職員がゲストスピーカーとして毎回参加している。また、アサヒビールは、お茶の水大学の「未成年者飲酒予防プログラム」の開発に助成金を出している。

ウ. 包括的な連携

共同研究、寄付講座は単発的に行われている感が否めないが、今後特定の大学と包括的な連携を模索する動きもでてこよう。セイコーエプソンでは、信州大学と、共同での研究開発、人材交流、教育・育成、文化・芸術、地域・社会貢献、環境保全等に関する包括的な研究推進協定を結び、産学官連携による人材育成、文化の向上、ならびに新産業創生を通して地域を活性化する活動を積極的に展開している。

なお、大学との連携では、海外企業により先進的な事例がある。石油メジャーのロイヤル・ダッチ・シェル (Royal Dutch Shell) のカナダ法人シェルカナダ (Shell Canada) では、カナダ全体の高等教育に投資している。奨学金援助も続けているが、将来のこの国をもっと強くするために、もっと革新的な「シェルキャンパス大使プログラム」と呼ばれるプログラムを実践している。それは、何年後かに同社が採用を希望するような学生を育て、シェルに魅力を感じてもらうためのプログラムである。シェルの幹部がカナダ全体で 16 の大学の「キャンパス大使」となり、彼らは学生への助言も含めてプログラム全体に責任を持つ仕組みをとっている。

②職業教育

職業教育には、「インターンシップ」（東芝等）、「技能教育」（アルプス電気）、「実社会で必要となる能力を開発する教育」（リコー等）という 3 つの取り組みが見られる。

ア. インターンシップ

インターンシップは各企業で見られるようになったが、取り組みは多様化している。旭化成では、企業活動や仕事への理解を中心にした内容で、「ビジネス理解」「MR 理解」「生産技術理解」「研究開発理解」「高専生向け」の 5 コースを設定し、学生向けに、「インターンシップ」を 1997 年から毎年開催している。コニカミノルタでは、「ものづくりの体験実習」として、4 日間の全日程中の 2 日間を体験実習に充て、機械系や電気情報系、化学系、物理系に分かれ、各分野に関連する製品に、実際に触れる体験学習を行っている。

一方、学生のニーズにきめ細かく対応している企業もある。東芝は、業種（営業・技術）のみならず、事業部門、あるいは本社機能毎にインターンシップの枠を設定している。

東芝のインターン受け入れ制度

The screenshot displays four panels representing different business groups at Toshiba:

- デジタルプロダクツ事業グループ (Digital Products):** Focuses on broadband communication. Includes: モバイルコミュニケーション社, デジタルメディアネットワーク社, PC&ネットワーク社.
- 電子デバイス事業グループ (Electronic Devices):** Focuses on advanced semiconductor and LCD technologies. Includes: セミコンダクター社.
- 社会インフラ事業グループ (Social Infrastructure):** Focuses on nuclear power, electricity, and medical systems. Includes: 電力システム社, 産業システム社, 社会システム社.
- コーポレート部門 (Corporate Staff):** Focuses on global support. Includes: 総務・人事部門, 財務・経理部門, 調達・購買部門, 法務部門, 知的財産部門, ISセンター.

(出所：東芝ホームページ)

また、松下電器産業では、長期のインターンシップを受け入れている。インターンシップ期間は3週間と長期で職場を単に見学できるだけでなく、実際にメンバーの一員として働く体験をすることができる。

イ. 技能教育

職場の「体験学習」を超えた、技能教育を行い、高度な専門性を有する技術系人材の育成をしている企業もある。

アルプス電気では、実習テーマを事前に提示しながら個別に指導し、学問と仕事とを結び付け、ものづくりの実践の場で問題発見や解決能力を養うことを狙いとしたりしたインターンシップ制度を導入している。

目的意識の高い大学・大学院生を3週間から5カ月間受け入れ、2006年度は大学・大学院生9名、高専生14名を受け入れている。

技能教育



(出所 アルプス電気ホームページ)

ウ. 実社会で必要となる能力を開発する教育

社会人となったときに実社会で必要とされる能力を開発する教育プログラムは、高校生向けよりも幅広く提供されている。

リコーでは、「リコー・コネクション」と称して、NPO 法人フォーコネクションと共同で、学生が実社会で役立つ知識（「社会力」）を養うプログラムを実施している。そこでは、学習者が自らテーマを決めてプロジェクトを立ち上げ、実際の人・本・インターネットなどを活用して、問題解決力やコミュニケーション力など、社会で必要とされる力を学習者ひとりひとりに合った方法で育む。これを通じて、企画・立案・実行・プレゼンテーション力を育むことができるという。また、普段接する機会の少ない「企業人」との関わりによって、社会で働く姿や意識、生き方そのものに共感し、社会の一員であるという意識も高まる。

「社会力」を養うプログラム



(出所 リコーホームページ)

また、NEC では、NPO 法人 ETIC と協働して、将来を担う学生や若者を対象に、ソーシャルベンチャーや事業型 NPO を起業して戦略的に運営できる人材の育成をめざして、約半年間に渡り、選考されたグループが指導やコーチング、合宿研修、アドバイスなどを通して実践的なスキルやノウハウを伝授する、「社会起業塾」を開催している。

さらに、環境教育を通じて、職業教育を行っている企業もある。NEC は、(社)日本環境教育フォーラムとともに、大学生・専門学校生を対象に「NEC 森の人づくり講座」を開催している。環境教育の基礎を学んでもらうことを目的として、オーク・ヴィレッジ (岐阜県清見村) とキープ・フォレストーズ・スクール (山梨県清里) にて合宿参加型の体験講座を開催している。修了生は 2007 年で 500 人を数え、現在、自然公園のレンジャー、環境 NGO の職員、環境研究所員、学校教師等さまざまな環境教育の現場で活躍されている人材も輩出している。

NEC 森の人づくり講座



(出所 NEC ホームページより)

③奨学金制度

奨学金制度では、経済的理由により就学が困難な学生に学費を貸与する事例が一般的な中、最近では、NPO での活動体験を希望する大学生・大学院生を公募し、その活動実績に応じて奨学金を支給する事例 (日産自動車) がある。

職業教育の進展をうけて、奨学金制度にも変化が見られている。みずほ育英会のように、経済的理由により修学が困難で優秀な学生に奨学金を貸与する奨学金の事業を行っている企業が一般的であるが、最近の例として、日産自動車は、企業とNPOとの協働プログラムの一環として、1998年より「日産NPOラーニング奨学金制度」を実施している。このインターンシッププログラムは、NPOでの活動体験を希望する大学生・大学院生を公募し、活動実績に応じて奨学金を支給する、優れた人材の育成を目的としたプログラムで、NPOでの体験を通じて、創造性や考える力、行動する力を育成することを狙いとしている。

海外では、より積極的に実社会で必要とされる能力を開発する教育を行っている先進的な事例がある。社会事業化支援を本格的に行っているノキア(Nokia)では、「Youth Action Net」と称して、変化を作り出してくれる若者に投資するプログラムを策定している。このプログラムに基づき、Webサイト、奨学金などを通して、若者にアイデアや資金、世界中の人脈を提供する。現在10000人以上の若者が登録しており、アイデアを共有したり、情報を得たり、自分のHPを作ったり、情報を交換している。今までに40カ国100人がYouth Action Net大使に選ばれ、彼らは賞金500ドルを得ている。

3. 教育問題への取り組みを推進する力

以上のように各企業の教育問題への取り組みをみてきたが、それでは、どのようにしてこのような取り組みをするに至ったのか。取り組みを進めている企業には共通するいくつかの特徴があげられる。

(1)より多くの従業員を取り込む

まず、これらの教育への取り組みのために、多くの従業員の自発的な(ボランティア的な)意欲を借りて数多くの人々を取り込んでいるという特徴が認められる。教育への取り組みは、必ずしもその相手方のためだけではなく、取り組む従業員にも役立つものであるからである。つまり、教育への取り組みは、CSR活動の中でも「誇り」「やりがい」といった点で従業員の共感を得やすいという特徴がある。言い換えれば、教育への取り組みが、従業員の技術等の自社に対する理解、問題解決力の向上、モチベーションアップに役立っているのである。

インタビューを行ったソニーでは、「社会的問題に取り組むという高い志が、業務上の新しい気付き、ヒントを与えてくれるものである。やはり、会社内のコミュニケーションというのは、限定的、ルーティン化しているので、このようなボランティア活動が、違った側面を見出すことに繋がるのだと考えている。普段、商品の機能とか納期といった点についてばかり意識しているエンジニアでも、学校に出向いて子供と触れ合うなかで、その商品がどういう風に生活上利用されているのか等、違った切り口で考えられるようになり、これが本業に生かされてくる」という。このような経緯から、数多くの従業員が自主的に参加できるように、さまざまな機会を提供しているという。

同じくインタビューを行った NEC でも、同様の意見であった。取り組みの中で重要な点が、「従業員の参加型地域貢献運動」ということである。従業員が社会貢献活動を通じて、ダイレクトに社会に触れる機会を設け、従業員一人ひとりが社会を体感することで、社会志向の高いマインドを育成することを目的としている。

(2) 取り組む分野を明確にする

上記に見たように、教育の範疇は、その対象となる世代も、あるいは、授業、職業、芸術など分野も多岐にわたっているため、ともすると、取り組みが分散し、企業にとっては、費用の負担が嵩む一方で、もともとの企業の狙いや目的といったものが、不明確・不透明になってしまい、取り組みが形骸化していく可能性がある。そこで、目的と効果を常に意識し、より価値のある活動を心掛けている。

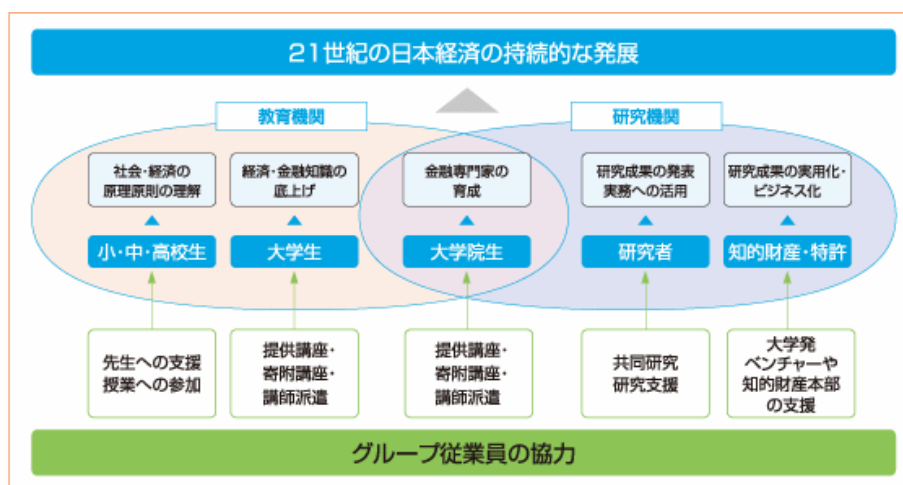
インタビューを行った NEC では、1999年の創立100周年を契機として、より地域に密着した活動をグローバルに展開することを目的として「NEC Make-a-Difference Drive(以下、MDD)」運動を開始した。この運動はN(自然環境)、E(教育)、C(コミュニティ)の3つの分野を重点分野とするという形で、教育問題にフォーカスしている。旭化成でも、「グループの経営資源を有効活用し、旭化成ならではの特色ある活動を展開します。」と明言している。

インタビューを行ったソニーでの教育問題への取り組みは、「For the Next Generation(次世代のために)」というテーマのもと、同社の本業(事業ドメイン)を考慮して「科学する心」「音楽」「映像」の3領域を重点的に行っている。それというのも、「単に教育のために金銭を寄付するだけなら他の企業にもできるわけで、「ソニー」が行った価値を生み出さないと考えている」からである。ソニーならで

はこのノウハウ、技術を伝授して初めて意味があると考えているのである。

また、大和証券グループ本社でも、教育への取り組みを整理して検討し、本業の金融関連に特化した分野に集中している。

大和証券グループ本社の教育に対する取り組み方針図



(出所 大和証券グループ本社ホームページ)

(3)NPO と協働する

企業が教育の活動を行う際に、様々な NPO が協力を行っており、今後もどのような教育が求められているのか、という情報を企業が得るためには NPO との協働が必要不可欠である。それというのも、企業は教育の現場に携わっているわけではないからである。そのため、教育現場におけるニーズが直接的に把握できず、「教育現場」と「企業」との橋渡しの存在が必要であり、NPO がまさにその役割を果たしているのである。

本報告書で取り上げた事例

企業名	NPO 名	取り組み内容
東芝・NEC	ガリレオ工房	実験を通じて科学の楽しさを体験
NEC	日本ガーディアン・エンジェルス	安全なインターネットの活用方法学ぶ
トヨタ自動車	芸術家とこどもたち	アーティストが学校を訪問

大和証券グループ本社	ジュニア・アチーブメント日本	体験型経済教育プログラム
リコー	フォーコネクション	社会力を養うプログラム

その他の事例

企業名	NPO名	取り組み内容
NEC	グローバル・スポーツ・アライアンス	教室内の雑音を防ぐ目的で机や椅子の脚にテニスボールを挿入
大和証券グループ本社	ジャパン・フォー・サステイナビリティ (JFS)	「サステナビリティ (持続可能性)」という概念を解説
東芝	ティーチング・キッズ	実験を通して自分で考える力をつける

インタビューを行った大和証券グループ本社は、「NPO ジュニア・アチーブメント日本との関係は、1990年初頭ぐらいまでに遡り、以前から良好な関係を構築している」という。また、同様にインタビューを行った NEC では、教育支援プログラムの実行については、NPO との協働を基本方針としているという。NPO は、社会・地域のニーズというのを的確に把握しているので有用だからである。NPO との協働においては、①Win-Win のパートナーシップに基づき、互いに尊重しあい、成長や感動をもたらすこと、②プログラムの目標と実施後の成果を確認しあうこと、③当社の従業員が参加できることという3つの指針で対応しており、特に③は、従業員に社会を知ってもらうという観点から、NPO との役割分担を考える上で重視しているという。

第4章 教育問題への企業の取り組みのあり方

教育問題は、社会の構成員全て、「社会総がかり」で取り組んでいくべきものであり、国、学校、地域、家庭とともに、企業にも積極的な取り組みが期待されている。この点、企業が取組を進めていく上での課題と今後の方向性について、下記にまとめていく。

1. 明らかになった課題

本報告書第Ⅱ部にて述べてきた、教育問題に関するアンケート調査の分析結果や企業の先進的な取り組み事例、CSR委員会での議論を踏まえれば、教育問題における課題は、次の通りである。

(1) 単発的な活動に止まることが多く、実施した取り組みの的確性・有効性が明らかにになりにくい。

教育現場において企業が支援する事例が増えつつある中で、教育現場には、企業の活動が単発的で時間をかけて子供をどのように育てていくのかという長期的な視野が欠けていること、あるいは、企業が教育現場に入ることに對する不満が表れてきている。その一方で、企業の側にも、教育現場が閉鎖的で十分な支援を行うことができず、かつ、実施した活動がどの程度の確で有効なのか、その効果を測れないことに問題意識をもっている。

(2) 家庭で従業員が子供に教育を行うことの重要性に対する意識が希薄である。

教育に対する取り組みは、持続的な社会を維持するために企業に必要なことであるとして、CSRの一つであると捉える企業が広がる一方、学校教育以外においては、学校教育における貢献ほどには進んでいないようである。特に家庭で従業員が子供に対して行う教育については、アンケートによれば、方針が定まっていないと回答している企業も多い。この背景には、家庭教育への支援の重要性について理解が十分に進んでいないことがあると考えられる。

(3)有害情報についての取り組みが不十分である。

日本経済団体連合会の企業行動憲章、あるいは、教育再生会議の提言の中で、子供が有害情報に触れないようにするための取り組みを進めていくことが求められているが、アンケートによれば、そのような取り組みを行っているとする企業はまだ十分ではない。テレビ番組のスポンサーとなっている企業の慎重な行動や、インターネットのフィルタリングについて、実際の行動につながった例が不足している。

2. 今後企業に求められる方向性

上記の課題を踏まえ、今後企業においては以下の方向に取り組んでいくべきと考えられよう。

- (1)教育問題に取り組むための制度・仕組みの充実については、主体性のある従業員を側面的に支援しながら、常に新しい時代のニーズを的確に捉え不断の検討を行っていくことが重要である。そして、より多くの従業員を取り込んでいく新しい制度・仕組みを整えていくことが期待される。

今回の調査結果を概観するに、各社とも教育問題に対応する取組を、それぞれ特徴をもって行っていることが窺える。しかし、教育問題に関する理解の度合や企業に期待される役割など、企業を巡る環境は常に変化し続けている。とすれば、制度の構築・仕組みの充実について、完全ということはなく、常に新しい時代のニーズを的確に捉え、不断の検討を行っていくことが必要である。このような新しい時代のニーズは、主体性のある従業員から持ち込まれることが多く、いかにそれらの従業員を側面的に支援していくことを通じて、従業員とともに問題解消にむけて取り組んでいくかが重要になる。

また、教育への取り組みは、CSR活動の中でも「誇り」「やりがい」といった点で従業員の共感を得やすく、モチベーションアップに役立つという特徴がある。それゆえ、多くの従業員を取り込んでいく制度・仕組みを整えていくことが期待される。

- (2)教育現場の要望を的確に把握し、長期的ビジョンに立って支援を進めることで、教育現場との強固なパートナーシップを実現することが望まれる。その

ためには、NPO、公益法人、地域等の第三者機関との協働も有効と考えられる。

もともと企業による学校教育への支援策には、教科指導、生活指導といった様々な側面が考えられる。企業は、次世代を担う人材の育成に協力する観点から、非常勤教員の派遣など教育界との組織的人材交流を推進することが重要である。そのためには、企業は、単なる知識の提供を行うといった次元に視線を置くことなく、5年、10年といった長期的ビジョンに立ち、学校教育にどのように貢献していくのか、という形で問題を整理し、学校側と認識を共有していく必要があるだろう。

教育現場が企業に求めることと、企業が教育現場に入っていくことの間を生じた認識の差を埋める役割は、例えば教育問題に精通したNPO、公益法人、そして地域に期待できる。これにより企業と学校との一層強固なパートナーシップが実現でき、企業の教育問題への取り組みがよりの確かつ有効になると考えられることから、NPO、公益法人、地域等との一層の協働が期待される。

(3)従業員による子供を教育する時間・機会を増やすことが望まれる。

従業員による家庭における教育を定着させるために望まれることは、「親と子の接する時間や機会を増やすこと」にある。家庭で親との会話の時間が増すだけでも、子供の教育態度に大きな効果があると言われている。

さらに、例えば、「子供参観日」のように、子供が親の職場を訪れて働く親の姿を見ることは、子供に、普段見たことのない親の存在の大きさや重要性を気付かせる重要な機会である。

このように、子供を職場に迎える機会を設けること、あるいは、例えば「ノー残業デー」の拡大、休暇取得の促進により、従業員が子供と過ごす時間を増やせるように制度改革することなど、さまざまな形で企業が家庭での教育を支援していくことが望まれる。

(4)子供に対する「情報教育」の取組も強化することが望まれる。

子供の生活指導という面では、情報の受け手としての意識を高めるために、メディアとどのように接するのか、あるいは、メディアをどのように捉えるのかという意味で、子供に対する「情報教育」が重要になる。

加えて、十分な判断能力が備わっていない段階の子供のために、情報ツールで有害情報にアクセスできないようにする、子供が目にする機会が多いテレビにおける有害となる恐れのある番組のスポンサーとなることを見合わせる、あるいは、メディア業においては、そもそもそのような番組の放送を見合わせることや、広告を掲載しないという形で、子供に対して有害となる情報を遮断するという「フィルタリング」に取り組むことも求められよう。

あとがき

平成19年9月より平成20年3月までの約半年間、6回に亘ってCSR委員会では、少子化、教育における、各企業の取組、様々な課題について議論を行ってきたが、議論を広げ、深めていくにつれて、今後さらに検討すべき課題が生じてきた。

第一は、「いかにワーク・ライフ・バランスの実効性を高めるか」についてである。少子化問題や教育問題の解決に貢献するためには、従業員のワーク・ライフ・バランスを確保することが重要である。各企業においては、ワーク・ライフ・バランスのための制度整備が進みつつある。そこで出てきた新たな課題は、具体的にどのような方法を通じれば、この制度の認知度を高めて、利用頻度を上げて実効性を高めることができるのか、ということである。各企業はこれに向けて試行錯誤、模索をしている状況と言える。

第二には、「中小企業における少子化問題解決への貢献」である。委員から、わが国の産業基盤を支える中小企業の取組みについて、重要性の指摘がなされる一方で、今回は、調査・議論を十分に行うことができなかった。2006年版「中小企業白書」において中小企業の方がワーク・ライフ・バランスに適している面があると述べられている通り、中小企業では制度の構築こそ進んでいないものの実態としてワーク・ライフ・バランスは進んでいるという意見がある一方で、中小企業では経営層の意識に大きく左右されやすく、ワーク・ライフ・バランスが進んでいない企業も多いのではないか、という意見も出された。現在次世代育成支援対策推進法を改正して101人以上の企業にも対象を広げる動きがあり、今後、中小企業におけるワーク・ライフ・バランスの取組みがさらに進むことが期待される。

以上のような課題は、ともに今後多いに進展が見込まれる領域であり、機会を改めて議論することが出来ることを期待したい。

參考資料

参考資料 1. 少子化問題への取り組みに関する意識調査
(アンケート調査票)

少子化問題への取り組みに関する意識調査

わが国の企業を取り巻く環境においては、少子化問題という喫緊の解消されるべき重要課題が存在しています。少子化問題の存在は、核家族化が定着した中で進展している女性の社会参画や未婚化・晩婚化という変化に対して、従来型のわが国の経済社会システムが対応しきれていないことを意味すると考えられます。企業においても少子化問題への一層の取り組みが期待されています。このような状況を踏まえて、以下の設問にご回答ください。

1. 少子化問題に対する認識について

1-1 現在わが国で議論されている「少子化問題」を CSR として取り組むべき社会的課題であると認識していますか。

- 認識している
 認識していない

1-2 (1-1 で「認識している」と回答した場合)「少子化問題」の解消に取り組むため、育児制度の充実等について、経営方針、人事規則、指針等の中に明文化していますか。

- している
 していない

1-3 (1-1 で「認識している」と回答した場合)「少子化問題」をどのような理由から取り組むべき課題であると認識されていますか。下記の選択肢の中で当てはまるものを最大3つまでお選びください。

- わが国の少子化問題の深刻さを考慮し、社会を構成する一員としての責任から
 女性従業員が様々なポストで働き、欠くことのできない存在になったから
 男性従業員も育児に積極的に参加したいとの意見がでてきたから
 他社で制度充実が図られており、将来の人材の確保のため対抗上必要性を感じたから
 消費者や顧客等を意識し、企業イメージ・ブランドを構築する必要があったから
 制度拡充など法令遵守が求められたから
 その他

「その他」を選択した場合は、こちらに具体的内容をご記入ください。

1-4 新規や中途の採用に際して、応募者が結婚していたり子どもがいる場合に、取り扱いに違いがありますか。

違いがある

違いがない

1-5 (1-4 で「違いがある」と回答した場合) そのことを採用案内や募集要項などの中で明示していますか。

している

していない

1-6 新規や中途の採用に際して、応募者がいわゆる「シングルマザー」の場合に、取り扱いに違いがありますか。

違いがある

違いがない

1-7 (1-6 で「違いがある」と回答した場合) そのことを採用案内や募集要項などの中で明示していますか。

している

していない

2. 具体的な少子化への取組みについて

少子化問題への企業の取組み内容は、従業員のライフステージに応じて多様と考えられます。ここでは、少子化問題へ取り組む時期として、従業員がパートナーと出会う「出会い期」、従業員がパートナーと生活を共にする「パートナーとの生活期」、従業員が子どもを出産・あるいは育児に専念する「出産・育児期」、従業員が育児をしながら仕事に携わる「両立期」にステージを分けてお聞きします。また、あわせて、従業員が子育てしながら仕事に携わるには、周囲の理解が必要不可欠といわれておりますので、あわせて「周囲の理解」をすすめる取組みについてお聞きします。

更に、それぞれの取組みに関する従業員の反応（すでに実施されているものについては、従業員の取組みへの評価度合いを、また、実施予定のもの、実施を検討しているもの、あるいは実施を予定しないものについては、従業員からの取組みへの要望状況の度合い）についてお聞きします。

2-1 「出会い期」

未婚率が上昇している原因の一つに、若年層の人々の長時間勤務によりプライベートの時間が減少していること、また、パートナーと出会う機会が以前に比べ少なくなっていることがあると言われてしています。若年層の人々が、プライベートに多くの時間を割き、異性と出会う機会を持つことへの環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-1-1 取組みの状況

	実施している	実施予定である	実施を検討している	予定も検討もしていない
独身男女が集う社内催しの設置	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
若い人たちが自由に意見を言える 社内 SNS の開設	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
独身男女が集う会への費用補助	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
業務の見直し・効率化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
残業状況の可視化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
出退勤管理の厳正化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ノー残業デー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
最終退社時間設定	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
有給休暇、長期休暇取得の励行	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

2-1-2 従業員からの反応

	「実施している」に回答した場合				「実施予定である」「実施を検討している」「予定も検討していない」に回答した場合		
	評価されている	どちらかといえば評価されている	どちらかといえば評価されていない	評価されていない	実施の要望が多い	実施の要望はある	実施の要望はない
独身男女が集う社内催しの設置	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
若い人たちが自由に意見を言える 社内 SNS の開設	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
独身男女が集う会への費用補助	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
業務の見直し・効率化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
残業状況の可視化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
出退勤管理の厳正化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ノー残業デー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
最終退社時間設定	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
有給休暇、長期休暇取得の励行	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

2-2 パートナーとの生活期

従業員がパートナーと生活を共にするようになった後でも、勤務時間が長くなり、プライベートの時間が減少していること、あるいは経済的な制約から、子どもを持つという意識が希薄になるということが言われています。従業員が子どもを持つという意欲を持つことができるための環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-2-1 取組みの状況

	実施している	実施予定である	実施を検討している	予定も検討もしていない
裁量労働制の制定	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
業務の見直し・効率化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
在宅勤務制度の制定	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
出退勤管理の厳正化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
残業状況の可視化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
家族の時間が持てるノー残業デー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
最終退社時間設定	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
不妊治療の特別休暇制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
不妊治療の費用負担	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
家庭と仕事の両立の理解を進める 研修	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
有給休暇取得、長期休暇取得の励 行	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

2-2-2 従業員からの反応

	「実施している」に回答した場合				「実施予定である」「実施を検討している」「予定も検討していない」に回答した場合		
	評価されている	どちらかといえば評価されている	どちらかといえば評価されていない	評価されていない	実施の要望が多い	実施の要望はある	実施の要望はない
裁量労働制の制定	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
業務の見直し・効率化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
在宅勤務制度の制定	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
出退勤管理の厳正化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
残業状況の可視化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
家族の時間が持てるノー残業デー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
最終退社時間設定	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
不妊治療の特別休暇制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
不妊治療の費用負担	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
家庭と仕事の両立の理解を進める研修	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
有給休暇取得、長期休暇取得の励行	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

2-3 出産・育児期

従業員の出産・育児に関して、政策として様々な取組みがなされていますが、さらに、企業の創意工夫も期待されています。従業員が出産・育児を行いやすい環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-3-1 取組み状況

		実施している	実施予定である	実施を検討している	予定も検討もしていない
出産祝い金の拡充		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
雇用保険から支給される育児休業給付以外の休業中の経済的支援		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
法定を超えた期間や回数の育児休業		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
男性向けの有給育児休業や配偶者の就業に関係なく男性が取得できる育児休業等、男性も取りやすい育児休業		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
利用希望者への相談窓口や専用HP 開設		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
休業中にインターネット等を通じた社内情報の連絡制度		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
出産育児を理由に退職した従業員の再雇用		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
利用者等の声を取り入れた制度改定		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

2-3-2 従業員からの反応

	「実施している」に回答した場合				「実施予定である」「実施を検討している」「予定も検討していない」に回答した場合		
	評価されている	どちらかといえば評価されている	どちらかといえば評価されていない	評価されていない	実施の要望が多い	実施の要望はある	実施の要望はない
出産祝い金の拡充	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
雇用保険から支給される育児休業給付以外の休業中の経済的支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
法定を超えた期間や回数の育児休暇	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
男性向けの有給育児休業や配偶者の就業に関係なく男性が取得できる育児休業等、男性も取りやすい育児休業	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
利用希望者への相談窓口や専用HP 開設	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
休業中にインターネット等を通じた社内情報の連絡制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
出産育児を理由に退職した従業員の再雇用	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
利用者等の声を取り入れた制度改定	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

2-4 両立期

育児休業取得した従業員が復職し、スムーズに育児と仕事の両立をしていくことに、難しさを感じる従業員が多いといわれています。従業員が育児と仕事を両立していくことを容易にする環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-4-1 取組み状況

	実施している	実施予定である	実施を検討している	予定も検討もしていない
始業時間を遅らせる、就業時間を早めるなどの短時間勤務制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
勤務時間を複数のパターンから選 択できるなどのフレックスタイム 制	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
法定日数を超えた看護休暇	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
在宅勤務制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
事業所内託児施設の設置	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
従業員の親元に引っ越すための引 越し費用負担	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ベビーシッター補助、出産祝金拡 充などの金銭面での支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
復帰前に復職後の勤務について人 事担当者等と面談する制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
復職経験者が復職後の従業員をケ アする制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中長期的にキャリアをリカバーで きる人事評価制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
休業中のスキル維持向上を目的と した教育制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
育児について電話などで自由に相 談できる窓口の設置	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
そ の 他	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

2-4-2 実際の利用状況（取組み状況で「実施している」に回答した制度についてご回答下さい）

	かなり利用されている	利用されている	あまり利用されていない	利用されていない
始業時間を遅らせる、就業時間を早めるなどの短時間勤務制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
勤務時間を複数のパターンから選択できるなどのフレックスタイム制	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
法定日数を超えた看護休暇	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
在宅勤務制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
事業所内託児施設の設置	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
従業員の親元に引っ越すための引越し費用負担	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ベビーシッター補助、出産祝金拡充などの金銭面での支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
復帰前に復職後の勤務について人事担当者等と面談する制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
復職経験者が復職後の従業員をケアする制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中長期的にキャリアをリカバーできる人事評価制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
休業中のスキル維持向上を目的とした教育制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
育児について電話などで自由に相談できる窓口の設置	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

2-4-3 従業員からの反応

	「実施している」に回答した場合				「実施予定である」「実施を検討している」「予定も検討していない」に回答した場合		
	評価されている	どちらかといえば評価されている	どちらかといえば評価されていない	評価されていない	実施の要望が多い	実施の要望はある	実施の要望はない
始業時間を遅らせる、就業時間を早めるなどの短時間勤務制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
勤務時間を複数のパターンから選択できるなどのフレックスタイム制	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
法定日数を超えた看護休暇	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
在宅勤務制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
事業所内託児施設の設置	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
従業員の親元に引っ越しのための引越し費用負担	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ベビーシッター補助、出産祝金拡充などの金銭面での支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
復帰前に復職後の勤務について人事担当者等と面談する制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
復職経験者が復職後の従業員をケアする制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中長期的にキャリアをリカバーできる人事評価制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
休業中のスキル維持向上を目的とした教育制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
育児について電話などで自由に相談できる窓口の設置	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

2-4-4 利用もしくは評価されていない取組がある場合、その原因をどのように自己分析していますか。

利用もしくは評価されていない原因についてご記入ください。

2-5 周囲の理解

制度的には育児をしながら仕事をする環境が揃ってきていますが、従業員の周囲が進まないために制度の実効性が乏しいと言われています。育児をしながら仕事をするに対する周囲の理解を促進する環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-5-1 取組み状況

	実施している	実施予定である	実施を検討している	予定も検討もしていない
育児と仕事の両立に対応するため業務引き継ぎなどの具体的事例ノウハウ等について情報共有	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
組織のラインとは独立して従業員間で相談・助言を行うメンター制度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
不公平感を生まない人事の制度の構築	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
制度利用者が出る部署への人材補充の制度化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
広く社内で育児と仕事の両立の意義に対する認識を高めるための広報活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
職場の統括責任者・中間管理職の理解を深め、職場環境を変えるための研修の創設	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
家族が参加する社員の交流会・職場見学会の開催	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
そ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
の				
他	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

2-5-2 従業員からの反応

	「実施している」に回答した場合				「実施予定である」「実施を検討している」「予定も検討していない」に回答した場合		
	評価されている	どちらかといえば評価されている	どちらかといえば評価されていない	評価されていない	実施の要望が多い	実施の要望はある	実施の要望はない
育児と仕事の両立への対応するため業務引き継ぎなどの具体的事例ノウハウ等について情報共有	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
組織とは独立した、従業員間で相談・助言を行うメンター制度の導入	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
不公平感を生まない人事の制度の構築	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
制度利用者が出る部署への人材補充の制度化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
広く社内で育児と仕事の両立の意義に対する認識を高めるための広報活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
職場の統括責任者・中間管理職の理解を深め、職場環境を変えるための研修の創設	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
家族が参加する社員の交流会・職場見学会の開催	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
その他	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

3. 少子化に関する対応制度の全般について

3-1 少子化対策を構築するに際してどのような方策を講じましたか。(複数選択可)

社内での検討委員会、プロジェクトチームを設けた

先取的な企業を参考にした (ベンチマークとした)

よろしければこちらに具体的な企業名をご記入ください。

専門家、専門企業、NPO 等にコンサルティングを委託した

よろしければこちらに具体的な企業名をご記入頂ください。

その他

こちらに具体的内容をご記入ください。

まだ行っていないが検討中である

こちらに具体的内容をご記入ください。

特に行っていない

3-2 取組みを行ったことを通じて、どのようなメリットが現れましたか。(複数選択可)

- 従業員満足度向上した
- 労働生産性が向上した
- 女性の離職率が低下した
- 就職希望者が増加した
- この取組みによって業績が向上した
- その他

こちらに具体的内容をご記入ください。

- まだメリットは明らかではない

3-3 取組みを行ったことを通じて、どのようなデメリットが現れましたか。(複数選択可)

- 制度が利用できない (あるいは利用できなかった) 従業員から不満が生じた
- 育児休業取得以外の従業員の負担増が生じた
- (離職率低下により) 新規採用を削減せざるを得なくなった
- 人員配置の見直しにより人件費増増が顕在化した
- その他

こちらに具体的内容をご記入ください。

- まだデメリットは明らかではない

3-4 少子化対策に関して今後の方針を教えてください。

- 拡充していく方針である
- 現状維持の方針である
- 縮小していく方針である
- 現時点では分からない

4. 自由意見

少子化への対応に関するご回答内容についてその他の御意見・補足等がありましたら、こちらにご記入ください。

(例：まだ企業内に子どもの教育を支援するというコンセンサスができていない、管理職の理解がすすまない、費用補助や法律による義務化といった国などによる法制面でのサポートが必要、人件費増ばかりで生産性増加に結びつかない等)

参考資料 2. 教育問題への取り組みに関する意識調査
(アンケート調査票)

教育問題への取り組みに関する意識調査

子供の学力の低下、社会規範意識の希薄化など、現在のわが国の教育には様々な問題・課題が内包され、将来的な国力低下が懸念されています。現在政府においては教育再生に向けて集中的検討が行われており、企業も地域社会、学校、あるいは家庭に協力して「社会総がかり」で教育を立て直す必要があるという、コンセンサスが形成されつつあります。また他方で、国際化が進む中で、わが国の大学・大学院での教育も改革が求められ、「経済財政改革の基本方針（いわゆる「骨太の方針」）2007」で「企業・行政機関との人事交流等大学と企業・社会との連携を強化する。」と謳われ、大学・大学院の改革について企業からの一層の支援が期待されています。このような状況を踏まえて、以下の設問にご回答ください。

1. 教育問題に対する認識について

1-1 現在わが国で議論されている「教育問題」を CSR として取り組むべき社会的課題として認識していますか。

認識している

どの段階の教育を CSR の対象として認識していますか。（複数選択可）

大学・大学院段階での教育

主として小学校段階の「子供」に対する教育

それ以外

こちらに具体的内容（例：「生涯学習」「ものづくり専門学校生への技術支援」「コミュニティカレッジでの社会人の実務教育」）をご記入ください。

認識していない

2. 子供の教育に対する支援について

小学生段階を中心とした子供の学力低下、あるいは規範意識の希薄化という問題は、単に学校教育が時代のニーズに応えられなくなっているという理由からだけではなく、地域社会の脆弱化から「地域の教育力」ともいうべき子供を取り巻く環境の機能が低下していることから引き起こされたと言われていています。加えて、各種調査からわが国では、諸外国に比べ父親が子供と接する時間が短いことが明らかになり、家庭での教育も不十分であると指摘され、親である従業員が家庭で教育に十分参加できる環境整備が求められています。

以上の状況を踏まえて、ここでは、主として小学生段階の子供に対する教育に対する支援についてお聞きします。「地域社会」「学校」「家庭」と分類して質問します。

【地域社会での教育に対する支援】

2-1 地域社会での教育についてどのような支援をしていますか。(複数選択可)

- 歴史を学ぶ会、自然に触れる会、スポーツ競技会などの子供が集うイベントの主催・協賛
- 教育を行う場となる企業施設の提供
- 工場などでの実際の企業を体験・見学する機会の設置
- 地域社会で教育を行う NPO 等への支援や連携
- 地域社会での教育活動に必要な用具や資料等の寄贈
- 「放課後子供プラン」^{注1}などの地域社会での教育機会に対する、指導員やコーディネータとしての従業員の派遣

^{注1} 市町村の教育委員会が主体となり、小学校において子どもが「居場所」となる場を提供する計画であり、ここでは、退職教員、あるいは地域のボランティア等が勉学の面でも支援することを想定している。

- その他

こちらに具体的内容をご記入ください。

- まだ行っていないが検討中である

こちらに具体的内容をご記入ください。

- 行っていない

【小中学校での教育に対する支援】

2-2 小中学校での教育に対してどのような支援を行っていますか。(複数選択可)

- 授業の一環として工場・博物館などの実際の企業を体験・見学する機会の設置
- スピーチコンテストなど子供の基礎的な能力を高める機会の設置
- 企業で実地研修を受け入れるなどの教師の研修に対する支援
- 学習に必要な機材（例：パソコン）等の寄贈
- HP 上での公開や冊子の出版などを通じて、学校が学習に利用できる資料・プログラムの作成
- 「出前授業（出張授業）」の実施
- 出向・異動により、社員を教師として小中学校へ派遣
- その他

こちらに具体的内容をご記入ください。

- まだ行っていないが検討中である

こちらに具体的内容をご記入ください。

- 行っていない

【家庭での教育に対する支援】

2-3 従業員が家庭で子供へ教育を行うことを意識した人事・福利厚生制度を設けていますか。

- 設けている
- 設けていないが、現在検討している
- 設けていない

2-4 (2-3で「設けている」と答えた方) どのような制度を設けていますか。(複数選択可)

- 子供への教育を目的とした特別休暇制度の構築

- 家族の時間が持てるよう帰宅時間を早めるための「ノー残業デー／早帰り日」の設定
- 親が勤めるオフィスへの見学などを通じ子供が社会を体験するイベントの開催
- 従業員に対して、子供の教育、規律（例：いじめの問題）や生活習慣などに関する情報を提供したり、親として必要となる知識を提供する制度
- その他

具体的にその内容をこちらにご記入ください。

- 設けていない

2-5 平成 19 年 4 月に改定された日本経済団体連合会の「企業行動憲章実行の手引き」では、子供の教育に対する配慮として、「有害な情報から子どもを守るために、番組の質に十分配慮してスポンサー契約を結ぶ」ことが謳われていますが、具体的に有害情報スポンサーシップの見直しを行っていますか。

- 行っている

よろしければこちらに具体的内容（番組名、あるいは「バラエティー番組」などの番組の種類等）をご記入ください。

- まだ行っていないが検討中である
- 行っていない

2-6 「2-5」とは逆に、子供の教育上の観点からスポンサーシップを行っている事例はありますか。

行っている

よろしければこちらに具体的内容（番組名、あるいは「情報番組」など番組の種類等）をご記入ください。

まだ行っていないが検討中である

行っていない

2-7 家庭での教育活動に関連して、ホームページやCMキャンペーン等を使用することによって直接的に家庭での教育を支援するユニークな取り組みがありましたらご記入下さい。

【子供の教育に対する支援全般について】

2-8 子供の教育について、どのような理由から取り組むべき課題であると認識されていますか。

下記の選択肢の中で最も当てはまるものをお選びください。（複数選択可）

- 国全体の教育問題の重要性を考慮し、企業も教育に携わることが必要と判断したから
- 産業界全体での取り組みが推進されているから
- 教育問題に取り組むことが、将来の優秀な人材確保につながり、企業の持続的な発展に資すると考えたから
- 取り組むことにより、地域社会での認知度が一層高まると考えたから

- 地域社会（あるいは地域の教育機関）から、教育に対する企業の取り組みを求める声が
上がったから
- 従業員・OBから教育に対する取り組みを求める声が上がったから
- 他社での取組みが進んでおり対抗上必要性を感じたから
- その他

こちらに具体的内容をご記入ください。

2-9 子供の教育に対する支援に関する今後の方針を教えてください。

・地域での教育に対する支援

- 拡充していく方針である
- 現状維持の方針である
- 縮小していく方針である
- 現時点では分からない

・小中学校での教育に対する支援

- 拡充していく方針である
- 現状維持の方針である
- 縮小していく方針である
- 現時点では分からない

・家庭における教育に対する支援

- 拡充していく方針である
- 現状維持の方針である
- 縮小していく方針である
- 現時点では分からない

2-10 今後子供の教育の支援を進めていくうえで、どのような障害がありますか。(複数選択可)

- 特にない
- 「子供」の教育を支援するというコンセンサスがまだ企業内のコンセンサスができていない（あるいは、経営理念・方針として固まっていない）
- 家庭で教育を行う必要があるという従業員の意識が希薄である
- 企業が地域社会で教育を支援するには制約がある（あるいは、NPO 等の中間組織の協力が必要）
- 支援を行う際の学校への受け入れ窓口が不明瞭（あるいは、一本化されていない）
- 教育機関が受け入れに対して消極的（あるいは、閉鎖的）である
- その他

こちらに具体的内容をご記入ください。

3. 大学・大学院での教育に対する支援について

わが国が今後成長力を高めて、グローバルな競争に生き残っていくためには、大学・大学院での教育を通じた優秀な人材の育成についても改革が求められています。ここでは、大学・大学院段階での教育に対する活動について、「大学・大学院」と「大学・大学院生への職業教育」に分けてお聞きします。

【大学・大学院に対する支援について】

3-1 大学・大学院にどのような支援を行っていますか。(複数選択可)

- 大学の研究者をリサーチアドバイザーに任用するなどの人材の受け入れ
- 研究発表会・コンテスト等への協賛・支援
- 大学発ベンチャーに対する出資など事業化への支援
- 寄付講座の開設や大学研究の助成の実施

こちらに具体的内容をご記入ください。

- 大学の研究室等との共同研究・共同開発の実施

こちらに具体的内容をご記入ください。

- 従業員を教員・研究員として派遣

- その他

こちらに具体的内容をご記入ください。

まだ行っていないが検討中である

こちらに具体的内容をご記入ください。

行っていない

【大学生・大学院への職業教育等について】

3-2 就職支援として、個別の大学において就職説明会、ガイダンス等を行っていますか。

行っている

まだ行っていないが検討中である

行っていない

3-3 大学生・大学院生を対象にインターンシップを行っていますか。

行っている

まだ行っていないが検討中である

行っていない

3-4 (3-3 で「行っている」と回答した場合) インターンシップの期間について、概ね1ヶ月以上の長期インターンシップを行っていますか。

行っている

まだ行っていないが検討中である

行っていない

3-5 平成19年6月に出された教育再生会議の第二次報告では、企業が要求する能力の明確化、企業の人材ニーズの明確化が求められています。企業の説明を行う等の際に、これらの明確化を行っていますか。

行っている

まだ行っていないが検討中である

行っていない

3-5 大学生・大学院の職業教育等について、ユニークな取組みがあればご記入下さい。

【大学・大学院での教育に対する支援全般について】

3-6 大学・大学院での教育に対する支援に関する今後の方針を教えてください。

- 拡充していく方針である
- 現状維持の方針である
- 縮小していく方針である
- 現時点では分からない

3-7 今後大学・大学院での教育に対する支援を進めていくうえで、どのような障害がありますか。(複数選択可)

- 特にない
- 大学・大学院の教育を支援するというコンセンサスがまだ企業内のコンセンサスができていない(あるいは、経営理念・方針として固まっていない)
- 企業が大学・大学院を支援するのは制約がある(NPO等の中間組織の協力が必要)
- 支援を行う際の大学・大学院への受け入れ窓口が不明瞭(あるいは、一本化されていない)
- 大学・大学院が受け入れに対して消極的(閉鎖的)
- その他

具体的にその内容をこちらにご記入ください。

4. 自由意見

子供への教育支援、大学・大学院での教育に関するご回答内容についてその他の御意見・補足等がありましたら、こちらにご記入ください。

参考資料 3. アンケート回答結果

少子化問題への取り組みに関する意識調査

1-1 現在わが国で議論されている「少子化問題」をCSRとして取り組むべき社会的課題であると認識していますか。

	回答社数	%
認識している	54	94.7%
認識していない	3	5.3%

1-2 (1-1で「認識している」と回答した場合)「少子化問題」の解消に取り組むため、育児制度の充実等について、経営方針、人事規則、指針等の中に明文化していますか。

	回答社数	%
している	47	82.5%
していない	6	10.5%

1-3 (1-1で「認識している」と回答した場合)「少子化問題」をどのような理由から取り組むべき課題であると認識されていますか。下記の選択肢の中で当てはまるものを最大3つまでお選びください。

	回答社数	%
わが国の少子化問題の深刻さを考慮し、社会を構成する一員としての責任から	43	75%
女性従業員が様々なポストで働き、欠くことのできない存在になったから	38	67%
他社で制度充実が図られており、将来の人材の確保のため 対抗上必要性を感じたから	14	25%
男性従業員も育児に積極的に参加したいとの意見がでてきたから	14	25%
制度拡充など法令遵守が求められたから	12	21%
消費者や顧客等を意識し、企業イメージ・ブランドを構築する必要があったから	1	2%
その他	3	5%

「その他」の具体的内容

- 社員が家庭的責任を果たしたい時(育児や介護)に能力以外の要素を支援することは(=ワークライフバランスの実現)、社員の定着と意欲の向上につながり、延いては

会社の成長に貢献することと考えている。

- ワークライフバランスを推進することは、優秀な人材確保にも資すると考える。
- 将来の人材確保の観点からも企業として自主的に取組むべきと考える。

1-4 新規や中途の採用に際して、応募者が結婚していたり子どもがいる場合に、取り扱いに違いがありますか。

	回答社数	%
違いがある	0	0.0%
違いがない	57	100.0%

1-5 (1-4 で「違いがある」と回答した場合) そのことを採用案内や募集要項などの中で明示していますか。(分母が0のものはN/A)

	回答社数	%
している	0	N/A
していない	0	N/A

1-6 新規や中途の採用に際して、応募者がいわゆる「シングルマザー」の場合に、取り扱いに違いがありますか。

	回答社数	%
違いがある	0	0.0%
違いがない	57	100.0%

1-7 (1-6 で「違いがある」と回答した場合) そのことを採用案内や募集要項などの中で明示していますか。(分母が0のものはN/A)

	回答社数	%
している	0	N/A
していない	0	N/A

2-1 「出会い期」

未婚率が上昇している原因の一つに、若年層の人々の長時間勤務によりプライベートの時間が減少していること、また、パートナーと出会う機会が以前に比べ少なくなっていることがあると言われていています。若年層の人々が、プライベートに多くの時間を割き、異性と出会う機会を持つことへの環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-1-1 取組みの状況 (上段は回答社数、下段は同一選択肢の中での割合)

2-1-1	実施している	実施予定である	実施を検討している	予定も検討していない
独身男女が集う社内催しの設置	5 9.4%	0 0.0%	0 0.0%	48 90.6%
若い人たちが自由に意見を言える社内 SNS の開設	4 7.5%	2 3.8%	1 1.9%	46 86.8%
独身男女が集う会への費用補助	7 13.0%	0 0.0%	0 0.0%	47 87.0%
業務の見直し・効率化	52 92.9%	0 0.0%	2 3.6%	2 3.6%
残業状況の可視化	51 92.7%	0 0.0%	1 1.8%	3 5.5%
出退勤管理の厳正化	48 88.9%	2 3.7%	1 1.9%	3 5.6%
ノー残業デー	47 83.9%	1 1.8%	1 1.8%	7 12.5%
最終退社時間設定	23 42.6%	1 1.9%	0 0.0%	30 55.6%
有給休暇、長期休暇取得の励行	52 94.5%	1 1.8%	1 1.8%	1 1.8%
その他	4 80.0%	1 20.0%	0 0.0%	

「その他」の具体的内容

- ボランティア休暇制度の新設
- 代休取得の推進
- 総実労働時間削減
- 独身男女に限定しない社内催しの実施

2-1-2 従業員からの反応（上段は回答社数、下段は前項の対応する選択肢の中での回答社数を分母とした割合）

	「実施している」に回答した場合	「実施予定である」「実施を検討している」「予定も検討していない」に回答した場合

	評価さ れている	どちら かとい えば評 価され ている	どちら かとい えば評 価され ていな い	評価さ れてい ない	実施の 要望が 多い	実施の 要望は ある	実施の 要望は ない
2-1-2							
独身男女が集う 社内催しの設置	1 1.9%	4 7.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 4.3%	39 84.8%
若い人たちが自由に意見を 言える社内 SNS の開設	1 1.9%	3 5.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 8.7%	38 82.6%
独身男女が集う会 への費用補助	1 1.9%	4 7.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 4.2%	39 81.3%
業務の見直し・効率化	19 40.4%	19 40.4%	5 10.6%	0 0.0%	3 5.1%	3 5.1%	1 1.7%
残業状況の可視化	24 50.0%	20 41.7%	0 0.0%	0 0.0%	3 5.3%	1 1.8%	2 3.5%
出退勤管理の厳正化	25 53.2%	16 34.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 5.3%	4 7.0%	2 3.5%
ノー残業デー	18 36.7%	20 40.8%	1 2.0%	1 2.0%	3 5.2%	4 6.9%	4 6.9%
最終退社時間設定	10 20.0%	8 16.0%	1 2.0%	0 0.0%	1 1.9%	4 7.7%	24 46.2%
有給休暇、 長期休暇取得の励行	25 53.2%	19 40.4%	0 0.0%	0 0.0%	5 8.6%	1 1.7%	0 0.0%
その他	1 1.8%	2 3.5%	1 1.8%	0 0.0%			

「その他」の具体的内容

- ボランティア休暇制度の新設
- 代休取得の推進
- 独身男女に限定しない社内催しの実施

2-2 パートナーとの生活期

従業員がパートナーと生活を共にするようになった後でも、勤務時間が長くなり、プライベートの時間が減少していること、あるいは経済的な制約から、子どもを持つという意識が希薄になるということが言われています。従業員が子どもを持つという意欲が持つこ

とができるための環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-2-1 取組みの状況（上段は回答社数、下段は同一選択肢の中での割合）

2-2-1	実施している	実施予定である	実施を検討している	予定も検討もしていない
裁量労働制の制定	25 47.2%	1 1.9%	8 15.1%	19 35.8%
業務の見直し・効率化	53 94.6%	0 0.0%	2 3.6%	1 1.8%
在宅勤務制度の制定	10 18.9%	2 3.8%	20 37.7%	21 39.6%
出退勤管理の厳正化	51 91.1%	2 3.6%	1 1.8%	2 3.6%
残業状況の可視化	51 92.7%	1 1.8%	1 1.8%	2 3.6%
家族の時間が持てる ノー残業デー	43 76.8%	1 1.8%	4 7.1%	8 14.3%
最終退社時間設定	25 45.5%	0 0.0%	1 1.8%	29 52.7%
不妊治療の特別休暇制度	11 20.4%	0 0.0%	7 13.0%	36 66.7%
不妊治療の費用負担	4 7.5%	1 1.9%	5 9.4%	43 81.1%
家庭と仕事の両立の 理解を進める研修	23 43.4%	2 3.8%	10 18.9%	18 34.0%
有給休暇取得、 長期休暇取得の励行	52 94.5%	1 1.8%	1 1.8%	1 1.8%
その他	1 50.0%	1 50.0%	0 0.0%	

「その他」の具体的内容

- 不妊治療費用の無利息貸付

2-2-2 従業員からの反応（上段は回答社数、下段は前項の対応する選択肢の中での回答社数を分母とした割合）

	「実施している」に回答した場合				「実施予定である」「実施を検討している」「予定も検討していない」に回答した場合		
	評価されている	どちらかといえば評価されている	どちらかといえば評価されていない	評価されていない	実施の要望が多い	実施の要望はある	実施の要望はない
2-2-2							
裁量労働制の制定	8 16.3%	11 22.4%	2 4.1%	0 0.0%	1 1.9%	9 17.0%	18 34.0%
業務の見直し・効率化	19 37.3%	23 45.1%	6 11.8%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.6%	1 1.8%
在宅勤務制度の制定	6 11.3%	4 7.5%	0 0.0%	0 0.0%	3 6.0%	27 54.0%	10 20.0%
出退勤管理の厳正化	21 41.2%	24 47.1%	1 2.0%	0 0.0%	1 1.8%	2 3.6%	2 3.6%
残業状況の可視化	23 44.2%	23 44.2%	2 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	1 1.9%
家族の時間が持てる ノー残業デー	15 28.8%	22 42.3%	2 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	5 9.3%	6 11.1%
最終退社時間設定	9 17.6%	11 21.6%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	6 11.3%	22 41.5%
不妊治療の特別休暇制度	3 5.8%	6 11.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	12 24.0%	27 54.0%
不妊治療の費用負担	3 5.7%	1 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	13 26.5%	32 65.3%
家庭と仕事の両立の 理解を進める研修	14 26.9%	8 15.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	10 19.6%	18 35.3%
有給休暇取得、 長期休暇取得の励行	27 55.1%	19 38.8%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.8%	2 3.5%	2 3.5%
その他	1 1.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%			

「その他」の具体的内容

- 不妊治療費用の無利息貸付

2-3 出産・育児期

従業員の出産・育児に関して、政策として様々な取組みがなされていますが、さらに、企業の創意工夫も期待されています。従業員が出産・育児を行いやすい環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-3-1 取組み状況（上段は回答社数、下段は同一選択肢の中での割合）

	実施している	実施予定である	実施を検討している	予定も検討もしていない
2-3-1				
出産祝い金の拡充	36 67.9%	0 0.0%	1 1.9%	16 30.2%
雇用保険から支給される育児休業給付以外の休業中の経済的支援	27 50.9%	0 0.0%	5 9.4%	21 39.6%
法定を超えた期間や回数 の育児休業	47 82.5%	2 3.5%	3 5.3%	5 8.8%
男性向けの有給育児休業や配偶者の就業に関係なく男性が取得できる育児休業等、男性も取りやすい育児休業	42 73.7%	1 1.8%	5 8.8%	9 15.8%
利用希望者への 談窓口や専用 HP 開設	41 75.9%	3 5.6%	2 3.7%	8 14.8%
休業中にインターネット等を通じた社内情報の連絡制度	31 56.4%	2 3.6%	12 21.8%	10 18.2%
出産育児を理由に退職した従業員の再雇用	25 44.6%	3 5.4%	13 23.2%	15 26.8%
利用者等の声を 取り入れた制度改定	39 69.6%	1 1.8%	12 21.4%	4 7.1%
その他	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	

「その他」の具体的内容

- マタニティ有給休暇の導入
- 妊娠期間中の時間短縮勤務の導入
- 男性向けの有給育児休業

2-3-2 従業員からの反応（上段は回答社数、下段は前項の対応する選択肢の中での回答社数を分母とした割合）

	「実施している」に回答した場合				「実施予定である」「実施を検討している」「予定も検討していない」に回答した場合		
	評価されている	どちらかといえば評価されている	どちらかといえば評価されていない	評価されていない	実施の要望が多い	実施の要望はある	実施の要望はない
2-3-2							
出産祝い金の拡充	22 44.9%	9 18.4%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 7.5%	13 24.5%
雇用保険から支給される育児休業給付以外の休業中の経済的支援	17 32.7%	9 17.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	16 32.0%	7 14.0%
法定を超えた期間や回数の子育て休暇	32 61.5%	10 19.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 12.5%	2 3.6%
男性向けの有給育児休業や配偶者の就業に関係なく男性が取得できる育児休業等、男性も取りやすい育児休業	21 40.4%	15 28.8%	1 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	9 16.1%	5 8.9%
利用希望者への相談窓口や専用HP開設	12 24.5%	24 49.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.7%	3 5.6%	8 14.8%
休業中にインターネット等を通じた社内情報の連絡制度	15 28.3%	12 22.6%	2 3.8%	0 0.0%	1 1.9%	14 26.4%	7 13.2%
出産育児を理由に退職した従業員の再雇用	13 24.1%	8 14.8%	2 3.7%	0 0.0%	0 0.0%	20 39.2%	6 11.8%
利用者等の声を取り入れた制度改定	23 44.2%	12 23.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	12 22.2%	2 3.7%
その他	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%			

2-4 両立期

育児休業取得した従業員が復職し、スムーズに育児と仕事の両立をしていくことに、難しさを感じる従業員が多いといわれています。従業員が育児と仕事を両立していくことを容易にする環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-4-1 取組み状況（上段は回答社数、下段は同一選択肢の中での割合）

	実施してい る	実施予定で ある	実施を検討 している	予定も検討 もしていな い
2-4-1				
始業時間を遅らせる、就業時間を早めるなどの短時間勤務制度	52 91.2%	0 0.0%	3 5.3%	2 3.5%
勤務時間を複数のパターンから選択できるなどのフレックスタイム制	47 83.9%	0 0.0%	2 3.6%	7 12.5%
法定日数を超えた看護休暇	36 64.3%	0 0.0%	3 5.4%	17 30.4%
在宅勤務制度	11 20.4%	3 5.6%	16 29.6%	24 44.4%
事業所内託児施設の設置	6 11.1%	1 1.9%	9 16.7%	38 70.4%
従業員の親元に引っ越すための引越し費用負担	2 3.7%	0 0.0%	1 1.9%	51 94.4%
ベビーシッター補助、出産祝金拡充などの金銭面での支援	44 77.2%	1 1.8%	2 3.5%	10 17.5%
復帰前に復職後の勤務について人事担当者等と面談する制度	32 56.1%	2 3.5%	5 8.8%	18 31.6%
復職経験者が復職後の従業員をケアする制度	9 16.4%	0 0.0%	8 14.5%	38 69.1%
中長期的にキャリアをリカバーできる人事評価制度	30 56.6%	2 3.8%	8 15.1%	13 24.5%
休業中のスキル維持向上を目的とした教育制度	20 37.0%	1 1.9%	10 18.5%	23 42.6%
育児について電話などで自由に相談できる窓口の設置	28 50.9%	1 1.8%	6 10.9%	20 36.4%
その他	3 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	

「その他」の具体的内容

- 半日休暇の導入
- 時間外勤務の制限
- ファンサポート休暇制度

2-4-2 実際の利用状況（取組み状況で「実施している」に回答した制度についてご回答下さい）（上段は回答社数、下段は同一選択肢の中での割合）

	かなり利用 されている	利用されて いる	あまり利用さ れていない	利用されて いない
2-4-2				
始業時間を遅らせる、就業時間を早めるなどの短時間勤務制度	34 60.7%	16 28.6%	1 1.8%	0 0.0%
勤務時間を複数のパターンから選択できるなどのフレックスタイム制	29 52.7%	17 30.9%	0 0.0%	0 0.0%
法定日数を超えた看護休暇	8 14.3%	22 39.3%	5 8.9%	1 1.8%
在宅勤務制度	2 3.8%	7 13.2%	1 1.9%	0 0.0%
事業所内託児施設の設置	3 5.5%	3 5.5%	0 0.0%	1 1.8%
従業員の親元に引っ越すための引越し費用負担	1 1.8%	2 3.5%	0 0.0%	2 3.5%
ベビーシッター補助、 出産祝金拡充などの金銭面での支援	21 37.5%	18 32.1%	4 7.1%	0 0.0%
復帰前に復職後の勤務について 人事担当者等と面談する制度	14 25.0%	17 30.4%	0 0.0%	0 0.0%
復職経験者が復職後の 従業員をケアする制度	2 3.6%	3 5.5%	2 3.6%	2 3.6%
中長期的にキャリアをリカバー できる人事評価制度	17 31.5%	13 24.1%	1 1.9%	0 0.0%
休業中のスキル維持向上を 目的とした教育制度	5 9.1%	8 14.5%	5 9.1%	3 5.5%
育児について電話などで 自由に相談できる窓口の設置	7 12.7%	14 25.5%	6 10.9%	1 1.8%
その他	2 3.6%	0 0.0%	0 0.0%	

「その他」の具体的内容

- 半日休暇の導入
- 時間外勤務の制限

2-4-3 従業員からの反応（上段は回答社数、下段は前項の対応する選択肢の中での回答社数を分母とした割合）

	「実施している」に回答した場合				「実施予定である」「実施を検討している」「予定も検討していない」に回答した場合		
	評価されている	どちらかといえ評価されている	どちらかといえ評価されていない	評価されていない	実施の要望が多い	実施の要望はある	実施の要望はない
2-4-3							
始業時間を遅らせる、就業時間を早めるなどの短時間勤務制度	36 67.9%	12 22.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.6%	2 3.6%
勤務時間を複数のパターンから選択できるなどのフレックスタイム制	35 67.3%	8 15.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	6 10.9%	2 3.6%
法定日数を超えた看護休暇	25 46.3%	8 14.8%	0 0.0%	1 1.9%	0 0.0%	6 12.0%	8 16.0%
在宅勤務制度	5 9.4%	4 7.5%	1 1.9%	0 0.0%	3 6.7%	21 46.7%	10 22.2%
事業所内託児施設の設置	4 7.5%	1 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	24 53.3%	15 33.3%
従業員の親元に引っ越すための引越し費用負担	1 1.9%	1 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 11.6%	36 83.7%
ベビーシッター補助、 出産祝金拡充などの金銭面での支援	26 49.1%	13 24.5%	1 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	5 9.3%	5 9.3%
復帰前に復職後の勤務について 人事担当者等と面談する制度	15 27.8%	12 22.2%	2 3.7%	0 0.0%	0 0.0%	8 15.7%	11 21.6%
復職経験者が復職後の 従業員をケアする制度	3 5.7%	3 5.7%	1 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	14 30.4%	23 50.0%
中長期的にキャリアをリカバー できる人事評価制度	16 30.2%	12 22.6%	2 3.8%	0 0.0%	1 2.2%	10 21.7%	5 10.9%
休業中のスキル維持向上を 目的とした教育制度	9 17.3%	6 11.5%	3 5.8%	0 0.0%	1 2.0%	15 30.6%	13 26.5%

育児について電話などで自由に相談できる窓口の設置	6 11.8%	16 31.4%	2 3.9%	0 0.0%	0 0.0%	8 15.7%	15 29.4%
その他	2 3.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%			

「その他」の具体的内容

- 半日休暇の導入
- 時間外勤務の制限

2-4-4 利用もしくは評価されていない取組がある場合、その原因をどのように自己分析していますか。

- 現実での育児と仕事の両立の難しさに対する対応内容の厳しさ。子育てをしながらの仕事は直面している人でないとわかりにくい。
- 制度があっても活用しにくい周囲の状況。
- 周知不足-使っている率が低い。期待が大きすぎるため、現行の取り組みとのギャップがある。使いにくい職場の風土。
- 制度PR不足。
- 裁量労働者については多くの者が所定労働時間を越えた労働をしているが、所定労働時間を越えた分に裁量労働手当が見合わないため不満が多い。
- 利用条件により使いづらいと考えられ、現在、改定予定である。
- 特別休暇の中でも、基本給からの控除の対象となっているものは、利用が少ない。
- 制度を利用しやすい職場環境・風土が未整備であること。

2-5 周囲の理解

制度的には育児をしながら仕事をする環境が揃ってきていますが、従業員の周囲が進まないために制度の実効性が乏しいと言われていています。育児をしながら仕事をするに対する周囲の理解を促進する環境整備について、貴社ではどのような状況ですか。

2-5-1 取組み状況（上段は回答社数、下段は同一選択肢の中での割合、分母が0のものはN/A)

	実施している	実施予定である	実施を検討している	予定も検討もしていない
2-5-1				
育児と仕事の両立に対応するため業務引き継ぎなどの具体的事例	26	3	7	20
ノウハウ等について情報共有	46.4%	5.4%	12.5%	35.7%

組織とは独立した、従業員間で 相談・助言を行うメンター制度の導入	10 18.5%	0 0.0%	14 25.9%	30 55.6%
不公平感を生まない 人事の制度の構築	42 75.0%	3 5.4%	3 5.4%	8 14.3%
制度利用者が出る部署への 人材補充の制度化	19 33.9%	1 1.8%	8 14.3%	28 50.0%
広く社内で育児と仕事の両立の意義に 対する認識を高めるための広報活動	41 73.2%	2 3.6%	6 10.7%	7 12.5%
職場の統括責任者・中間管理職の 理解を深め、職場環境を 変えるための研修の創設	28 50.0%	2 3.6%	12 21.4%	14 25.0%
家族が参加する 社員の交流会・職場見学会の開催	30 53.6%	0 0.0%	2 3.6%	24 42.9%
その他	0 N/A	0 N/A	0 N/A	

「その他」の具体的内容

- 仕事と育児の両立を含めたワークスタイルを見直し、働きやすい環境を考えるための
キャンペーンを実施

2-5-2 従業員からの反応（上段は回答社数、下段は前項の対応する選択肢の中での回答社
数を分母とした割合）

	「実施している」に回答した場合				「実施予定である」「実施を 検討している」「予定も検討 していない」に回答した場合		
	評価さ れてい る	どちら かとい えば評 価され ている	どちら かとい えば評 価され ていな い	評価さ れてい ない	実施の 要望が 多い	実施の 要望は ある	実施の 要望は ない
2-5-2							
育児と仕事の両立への対応す るため業務引き継ぎなどの具 体的事例ノウハウ等について 情報共有	17 31.5%	7 13.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	13 24.5%	13 24.5%
組織とは独立した、従業員間 で相談・助言を行うメンター	5 9.4%	4 7.5%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.1%	19 39.6%	18 37.5%

制度の導入							
不公平感を生まない 人事の制度の構築	17 34.0%	15 30.0%	4 8.0%	0 0.0%	3 5.4%	6 10.7%	5 8.9%
制度利用者が出る部署への 人材補充の制度化	11 20.0%	7 12.7%	0 0.0%	0 0.0%	2 4.2%	18 37.5%	9 18.8%
広く社内で育児と仕事の両立 の意義に対する認識を高める ための広報活動	20 39.2%	15 29.4%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 12.5%	8 14.3%
職場の統括責任者・中間管理 職の理解を深め、職場環境を 変えるための研修の創設	11 20.4%	15 27.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	13 24.5%	12 22.6%
家族が参加する社員の交流 会・職場見学会の開催	23 41.8%	6 10.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 8.0%	16 32.0%
その他	1 1.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%			

3-1 少子化対策を構築するに際してどのような方策を講じましたか。(複数選択可)

	回答社数	%
社内での検討委員会、プロジェクトチームを設けた	27	47%
先取的な企業を参考にした（ベンチマークとした）	15	26%
専門家、専門企業、NPO 等にコンサルティングを委託した	1	2%
その他	12	21%
まだ行っていないが検討中である	3	5%
特に行っていない	8	14%

「その他」の具体的内容

- 男性社員が育児休職の利用がしやすい工夫（広報、事例の紹介等）
- 次世代育成研究所
子どもや家族が「よく生きる」ための学術的な調査・研究と体系的な理念の構築を目指して、2006年1月に設立。設立後の最初の報告書として発表した「第1回 乳幼児の父親についての調査」は、家事育児にどのように関わっているのかなどを総合的にとらえるデータとして、各メディアで紹介。また2006年度は、「第1回 妊娠出産子育て基本調査」も実施。2007年10月に詳細な分析をまとめ、報告書を刊行。
- 「次世代育成支援対策推進法」に基づいた行動計画を策定した。（計画期間：平成17年4月1日から平成20年3月31日まで）育児支援のための休暇制度の充実・育児休職者の能力開発支援・育児支援制度の利用状況の維持向上を目指した周知・啓発

- 労働組合と協議の上「行動計画」を策定。冊子を作成し全従業員に配布。
- 女性の活躍拡大の環境整備、他、多様性を受容していく環境整備推進のための組織を設置。
- 全従業員意識調査、職場上司・育児中経験者とのヒアリング等を実施しニーズを把握した上で、実施を検討している。
- 育児・介護に関する従業員アンケート実施。育児・介護に関し労使協議実施。
- 育児短時間勤務制度の導入、育児休職制度の拡充などそれなりには取組みを進めてきている。
- 育児支援
- 社長マター、経営課題の1つとした。
- 社内で女性活躍を目的としたプロジェクトを立ち上げてその一貫として育児と仕事の両立を推進していくようにしていく。
- 仕事と家庭責任の両立のための制度は主に、1990年代に導入。
- 2000年からは男女ともに社員が活躍することを支援する「イコールパートナーシップ推進活動」を開始。ワークライフバランスの実現もそのひとつと位置づけている。
- 少子化対策は、社員のワークライフバランスの実現推進活動の結果のひとつと考えている。

3-2 取組みを行ったことを通じて、どのようなメリットが現れましたか。(複数選択可)

	回答社数	%
従業員満足度が向上した	26	56.5%
女性の離職率が低下した	15	32.6%
就職希望者が増加した	6	13.0%
労働生産性が向上した	2	4.3%
この取組みによって業績が向上した	1	2.2%
その他	3	6.5%
まだメリットは明らかではない	19	41.3%

「その他」の具体的内容

- 当社が幹事として推進してきたWLB塾、WLB評価指標調査で上記メリットを確認できた。
- 多様性マネジメントの重要性の意識向上

3-3 取組みを行ったことを通じて、どのようなデメリットが現れましたか。(複数選択可)

	回答社数	%
育児休業取得以外の従業員の負担増が生じた	8	17.4%
制度が利用できない(あるいは利用できなかった) 従業員から不満が生じた	4	8.7%

(離職率低下により) 新規採用を削減せざるを得なくなった	1	2.2%
人員配置の見直しにより人件費増増が顕在化した	0	0.0%
その他	2	4.3%
まだデメリットは明らかではない	37	80.4%

「その他」の具体的内容

- 多様な人材をマネジメントするため、マネージャーの負担増。
- 新聞の社説からは、「どうして育児だけ手厚いのか」との質問が寄せられた。

3-4 少子化対策に関して今後の方針を教えてください。

	回答社数	%
拡充していく方針である	33	60.0%
現状維持の方針である	5	9.1%
縮小していく方針である	0	0.0%
現時点では分からない	17	30.9%

教育問題への取り組みに関する意識調査

1-1 現在わが国で議論されている「教育問題」をCSRとして取り組むべき社会的課題として認識していますか。

	回答社数	%
認識している	53	89.8%
認識していない	6	10.2%

どの段階の教育をCSRの対象として認識していますか。(複数選択可)

	回答社数	%
主として小学校段階の「子供」に対する教育	42	79.2%
大学・大学院段階での教育	31	58.5%
それ以外	24	45.3%

「それ以外」の具体的内容

- 中学校及び高等学校 (12社)
- 教育財団 (対象段階：幼児、小学・中学・高校)
- ワークショップの展開 (対象段階：小学・中学・高校 (中国))
- 教育支援 (出前、出張授業) (現在の実施事例：中学・高校)
- 教職員を対象とした「環境・エネルギー講座」(教育現場で生徒・児童に向けて環境・エネルギー教育を実践していただくための取り組み)
- 生涯学習 (企業での研修も含む)

2-1 地域社会での教育についてどのような支援をしていますか。(複数選択可)

	回答社数	%
工場などでの実際の企業を体験・見学する機会の設置	51	86.4%
歴史を学ぶ会、自然に触れる会、スポーツ競技会などの子供が集うイベントの主催・協賛	33	55.9%
教育を行う場となる企業施設の提供	31	52.5%
地域社会での教育活動に必要な用具や資料等の寄贈	22	37.3%
地域社会で教育を行うNPO等への支援や連携	23	39.0%
「放課後子供プラン」などの地域社会での教育機会に対する、指導員やコーディネーターとしての従業員の派遣	5	8.5%
その他	13	22.0%
まだ行っていないが検討中である	0	0.0%

行っていない	3	5.1%
--------	---	------

「その他」の具体的内容

- 「はたらく乗り物」として人気の高い建設機械の試乗体験を毎年開催（全国から子供が参加）。
- 体育館、テニスコートなどのスポーツ施設やホールを地域に開放している。
- 小・中・高校、地域コミュニティに対し、ケータイの正しい使い方、利用の際のモラル、マナーなどを学ぶ、生徒・保護者・教員を対象に「ケータイ安全教室」を行っている。
- 教育活動など社員が地域で行うボランティア活動を支援している。

2-2 小中学校での教育に対してどのような支援を行っていますか。（複数選択可）

	回答社数	%
授業の一環として工場・博物館などの 実際の企業を体験・見学する機会の設置	49	83.1%
「出前授業（出張授業）」の実施	36	61.0%
HP 上での公開や冊子の出版などを通じて、 学校が学習に利用できる資料・プログラムの作成	23	39.0%
企業で実地研修を受け入れるなどの 教師の研修に対する支援	21	35.6%
学習に必要な機材（例：パソコン）等の寄贈	11	18.6%
スピーチコンテストなど子供の 基礎的な能力を高める機会の設置	8	13.6%
出向・異動により、社員を教師として小中学校へ派遣	2	3.4%
その他	12	20.3%
まだ行っていないが検討中である	0	0.0%
行っていない	3	5.1%

「その他」の具体的内容

- 電子レンジや掃除機などを分解するワークショップを開催し、小中学生に家電の仕組みや安全な使い方を知ってもらっている。
- 特にHP上で、子供向けのキャラクターを作成し、建設機械がどのように作られて、どのように使われているのかを分かりやすく解説している。
- 「子供のための社会貢献教育プログラム」を横浜国大附属小で実施しました。

2-3 従業員が家庭で子供へ教育を行うことを意識した人事・福利厚生制度を設けていますか。

	回答社数	%
設けている	35	59.3%
設けていない	22	37.3%
設けていないが、現在検討している	2	3.4%

2-4 (2-3で「設けている」と答えた方) どのような制度を設けていますか。(複数選択可)

	回答社数	%
家族の時間が持てるよう帰宅時間を早めるための「ノー残業デー／早帰り日」の設定	31	88.6%
親が勤めるオフィスへの見学などを通じ、子供が社会を体験するイベントの開催	26	74.3%
子供への教育を目的とした特別休暇制度の構築	4	11.4%
従業員に対して、子供の教育、規律(例:いじめの問題)や生活習慣などに関する情報を提供したり、親として必要となる知識を提供する制度	2	5.7%
その他	9	25.7%
設けていない	1	2.9%

「その他」の具体的内容

- 子供への教育費を一部補助するカフェテリアプラン制度を導入している。
- ランドセル贈呈式・・・社員の子供が小学校に入学するときにランドセルを会社から贈呈される。
- 子供の教育費(学校外)の補助(福利厚生の一環として)
- 企業館での各種イベントの実施。
- 労使共催イベントの実施。

2-5 平成19年4月に改定された日本経済団体連合会の「企業行動憲章実行の手引き」では、子供の教育に対する配慮として、「有害な情報から子どもを守るために、番組の質に十分配慮してスポンサー契約を結ぶ」ことが謳われていますが、具体的に有害情報スポンサーシップの見直しを行っていますか。

	回答社数	%
行っていない	30	53.6%
行っている	22	39.3%
まだ行っていないが検討中である	4	7.1%

具体的内容

- 暴力シーンの多いドラマ・アニメ・バラエティ番組や大人向けの深夜番組など、子どもに有害な番組には当社より提供していない。
- 番組の企画・制作については、放送局が判断し決定しているため弊社は関わっておりません。弊社では、政治・宗教・差別等、倫理上問題がない番組であるかどうかの確認を行っています。
- 「企業行動憲章実行の手引き」に関わらず、以前から CM 1 本毎に事前のチェックを行っている。
- 有害サイトやフィッシング詐欺に関連するサイトにフィルターをかけ見られないようにするサービス。
- 広告表現ガイドライン（2006.6.6 第 2 版）メディア選定において、懸念がある場合、グローバルマーケティング部門と CSR 部に相談の上、各地域拠点の広告責任者が決定する。
- バラエティー番組へは出稿しない。
- 提供番組が児童・青少年に見せたくない内容と判断した場合には、広告主として許される範囲で、広告会社を通じて改善の要請を行っている。過去には改善が困難と判断した結果、提供を中止したバラエティー番組もある。

2-6 「2-5」とは逆に、子供の教育上の観点からスポンサーシップを行っている事例はありますか。

	回答社数	%
行っていない	32	61.5%
行っている	14	26.9%
まだ行っていないが検討中である	6	11.5%

具体的内容

- 大人も子供も安心してみることができ、かつためになる、という観点で、いくつかのドラマ・クイズ・アニメ番組を提供している。
- 「人」「おしゃれ」等文化的、教育的番組のみスポンサーとなっている。
- 世界遺産（文化）
- スポーツ番組（バレーボール、陸上など）

2-7 家庭での教育活動に関連して、ホームページや CM キャンペーン等を使用することによって直接的に家庭での教育を支援するユニークな取り組みがありましたらご記入下さい。

- 利益の一部を社会に還元するというスタンスを 30 年前から崩していない。教育面で影響を与える企画を行い放映している。
- HP 上で子供向けのサイトをアップし、子供にもわかりやすく楽しく、トイレを理解してもらおうと取り組んでいる。

- 幼稚園から小学校低学年の子供たちに、エレベーターやエスカレーターの正しい乗り方を学んでもらうため、教育用 DVD を製作し、全国約 14,000 ヶ所の幼稚園に一斉配布するとともに、希望者 1,000 名に無料配布している。
- インターネットの基本的な理解促進と安全・安心にインターネットを正しくつかうための啓発を目的としたサイトを開設。HP だけでなくリーフレットも用意しており、文部科学省からも推薦されている。自治体、教育委員会、学校で活用されている。
- キッズ向けサイト
- 科学教育・音楽・職業体験などの広告を教育系雑誌に掲載。
- ホームページ「電卓アドベンチャーアイランド」の開設により、子供たちに科学の面白さ、素晴らしさを伝え、家庭での教育を支援しています。
- 会社の HP 上に子供向けのコンテンツを持っている。
- ケータイを通じて、家族のあたたかいコミュニケーションを紹介する広告を 6 年間実施している。
- ホームページ：くらしと電気、エネルギーと環境などについて楽しみながら理解することができる様なページを用意している。（例：ゲームをしながら電気について学べるゲームコンテンツ「電気のちから」）また、「海野和男先生の昆虫教室」など、電気やエネルギーに限らず、科学や社会一般のさまざまな話題について、楽しく分かりやすく紹介している。
- テレビ CM：①家庭でできる省エネや日本のエネルギー事情を分かりやすく伝える内容の CM を製作、放映。②サイエンスグランプリ：告知募集と優秀作品の紹介をする CM を科学番組にて放映。
- エネルギー、環境についてゲームなどで遊びながら学べる小中学生向けのサイトを当社ホームページに開設して情報提供している。
- ホームページにて阪神大震災被災者の声を運営し、地震に対する教訓を学ぶゲームを提供。

2-8 子供の教育について、どのような理由から取り組むべき課題であると認識されていますか。下記の選択肢の中で最も当てはまるものをお選びください。（複数選択可）

	回答社数	%
教育問題に取り組むことが、将来の優秀な人材確保につながり、企業の持続的な発展に資すると考えたから	38	64.4%
国全体の教育問題の重要性を考慮し、企業も教育に携わることが必要と判断したから	33	55.9%
取り組むことにより、地域社会での認知度が一層高まると考えたから	25	42.4%
地域社会（あるいは地域の教育機関）から、教育に対する企業の取り組みを求める声が挙がったから	19	32.2%
産業界全体での取り組みが推進されているから	15	25.4%

従業員・OBから教育に対する取り組みを 求める声が挙がったから	4	6.8%
他社での取組みが進んでおり 対抗上必要性を感じたから	1	1.7%
その他	12	20.3%

「その他」の具体的内容

- 地域社会のニーズ・期待の高い「子供の教育」に取り組むことで地域社会の発展に貢献していくことにつながると考えているため。
- 明るい未来のために、次代を担う子供たちの健全な育成が必要と考えているため。
- 「明日の社会づくりをめざす」という視点から、本業を通じての子供の教育を行っている。

2-9 子供の教育に対する支援に関する今後の方針を教えてください。

・地域での教育に対する支援

	回答社数	%
拡充していく方針である	29	49.2%
現状維持の方針である	18	30.5%
現時点では分からない	12	20.3%
縮小していく方針である	0	0.0%

・小中学校での教育に対する支援

	回答社数	%
拡充していく方針である	30	50.8%
現状維持の方針である	17	28.8%
現時点では分からない	12	20.3%
縮小していく方針である	0	0.0%

・家庭における教育に対する支援

	回答社数	%
拡充していく方針である	18	30.5%
現状維持の方針である	16	27.1%
現時点では分からない	25	42.4%
縮小していく方針である	0	0.0%

2-10 今後子供の教育の支援を進めていくうえで、どのような障害がありますか。(複数選択可)

	回答社数	%
特になし	30	50.8%
企業が地域社会で教育を支援するには制約がある (あるいは、NPO 等の中間組織の協力が必要)	13	22.0%
「子供」の教育を支援するというコンセンサスがまだ企業内でできていない (あるいは、経営理念・方針として固まっていない)	12	20.3%
支援を行う際の学校への受け入れ窓口が不明瞭 (あるいは、一本化されていない)	7	11.9%
教育機関が受け入れに対して消極的 (あるいは、閉鎖的) である	5	8.5%
家庭で教育を行う必要があるという 従業員の意識が希薄である	2	3.4%
その他	5	8.5%

「その他」の具体的内容

- 学校への案内方法や提供できるプログラムの回数の限界 (費用面)
- 学校や教育機関の企業に対する警戒や誤解が強く協働するのがとても難しいのが現状です。

3-1 大学・大学院にどのような支援を行っていますか。(複数選択可)

	回答社数	%
寄付講座の開設や大学研究の助成の実施	38	64.4%
大学の研究室等との共同研究・共同開発の実施	37	62.7%
従業員を教員・研究員として派遣	33	55.9%
研究発表会・コンテスト等への協賛・支援	16	27.1%
その他	8	13.6%
大学発ベンチャーに対する出資など事業化への支援	6	10.2%
大学の研究者をリサーチアドバイザーに任用するなどの 人材の受け入れ	5	8.5%
まだ行っていないが検討中である	0	0.0%
行っていない	6	10.2%

「その他」の具体的内容

- ポストドクターの受入れ
- 女性研究者サイエンスグラントの提供。(2007年新設) 優秀な女性研究者の活動支援、助

成金額は1件当たり、100万円で最大10件まで。

3-2 就職支援として、個別の大学において就職説明会、ガイダンス等を行っていますか。

	回答社数	%
行っている	51	87.9%
行っていない	6	10.3%
まだ行っていないが検討中である	1	1.7%

3-3 大学生・大学院生を対象にインターンシップを行っていますか。

	回答社数	%
行っている	49	83.1%
行っていない	6	10.2%
まだ行っていないが検討中である	4	6.8%

3-4 (3-3 で「行っている」と回答した場合) インターンシップの期間について、概ね1ヶ月以上の長期インターンシップを行っていますか。

	回答社数	%
行っている	22	42.3%
行っていない	26	50.0%
まだ行っていないが検討中である	4	7.7%

3-5 平成19年6月に出席した教育再生会議の第二次報告では、企業が要求する能力の明確化、企業の人材ニーズの明確化が求められています。企業の説明を行う等の際に、これらの明確化を行っていますか。

	回答社数	%
行っている	51	87.9%
行っていない	6	10.3%
まだ行っていないが検討中である	1	1.7%

3-5 大学生・大学院の職業教育等について、ユニークな取組みがあればご記入下さい。

- 大学の学科、ゼミ、その他個人単位の企業訪問の受け入れと当社での研究内容に関する講義・大学生、高校生を対象にした「論文コンテスト」の開催。
- インターンシップでは学生の自立を促すようなプログラムを実施している。
- G会社合同での採用活動を行っている。
- 全国8大学と組織間提携により、大学院生の長期(1~6ヶ月)研究インターンシップ制度を2005年度より運用中。

- 内定者を対象とする e-learning 研修サイトにて新入社員に共通して求められるスキル・知識を学ぶ機会を提供。
- 早大「ベンチャー起業家養成基礎講座」。

3-6 大学・大学院での教育に対する支援に関する今後の方針を教えてください。

	回答社数	%
拡充していく方針である	24	41.4%
現時点では分からない	17	29.3%
現状維持の方針である	17	29.3%
縮小していく方針である	0	0.0%

3-7 今後大学・大学院での教育に対する支援を進めていくうえで、どのような障害がありますか。(複数選択可)

	回答社数	%
特になし	33	55.9%
大学・大学院の教育を支援するというコンセンサスがまだ企業内でできていない (あるいは、経営理念・方針として固まっていない)	11	18.6%
企業が大学・大学院を支援するのは制約がある (NPO 等の中間組織の協力が必要)	6	10.2%
支援を行う際の大学・大学院への受け入れ窓口が不明瞭 (あるいは、一本化されていない)	4	6.8%
大学・大学院が受け入れに対して消極的(閉鎖的)	2	3.4%
その他	4	6.8%

「その他」の具体的内容

- 企業が大学・大学院教育を支援すると一方的に決めてかかるのではなく、要望があっても、自社機能として支援できるものを積極的に支援していきたいと考える。コーディネートするしくみがあると両社がうまくいく可能性がある。
- 個別の支援は各機能を持つ部門が中心となるものであり、全社一括で窓口を設置するには難しさがある。
- 企業のニーズに合う大学・大学院が限られている。
- 大学大学院のニーズが分からない(何を求めているのか何を必要としているのか)

企業の CSR の取組みと少子化問題・教育問題への
貢献に関する研究報告書

発行 平成 20 年 3 月
発行者 財団法人 国際経済交流財団
〒104-0061
東京都中央区銀座 5-15-8
時事通信ビル 11 階
電 話 03-5565-4821

委託先 財団法人 企業活力研究所
〒105-0001
東京都港区虎ノ門一丁目 5 番 16 号
晩翠ビル 5 階
電 話 03-3503-7671