

中小企業等に対する WLB推進の取組みについて

2013.1.17

・(財)いしかわ子育て支援財団 / 石川県

《(財)いしかわ子育て支援財団の概要》

- ◆子どもが健やかに生まれ育つための
環境づくりを推進するため、
平成8年10月に全額県出捐で立ち上げ



〔代 表〕理事長 谷本正憲（石川県知事）

〔業務内容〕

- ①子育て支援のための**情報提供・調査**

（財団ウェブサイトの運営、
子育てに関する備品の貸出等）



- ②子育て支援のための**人材確保・養成**

（男性保育士や保育所嘱託医等への研修）



《(財)いしかわ子育て支援財団の概要》

③子育て支援のための**広報・啓発**
(子育て便利帳の作成等)



④子育て**家庭へのバックアップ**
(育児サポーターの派遣等)



⑤石川県からの**受託事業**
(ワークライフバランスの推進、
放課後児童クラブ指導員研修
など)



《中小企業に対するWLB推進の取組み》

◆一般事業主行動計画の策定支援

いしかわ子ども総合条例により、次世代法の規定を上回る
従業員**50人～99人**の企業に対しても行動計画の策定を
義務づけ (**H25.4～**)

支援策・対応策

**WLB推進員(社労士)による
対象企業への個別訪問**
(H22～24年度)
* 策定方法などをアドバイス



**業界団体や各機関を通じた
企業への周知**
(H22～24年度)
* 条例内容・施行時期の周知

《従業員50～99人の企業における行動計画策定率》
約**37%** (163/445社) * H24.11未現在

《中小企業に対するWLB推進の取組み》

◆一般事業主行動計画の策定支援

【企業からの主な反応】

- ・義務化となれば対応しなければならない。
- ・時代に応じて職場環境の改善は行っているが、**魅力ある企業になるよう努力していく。**
- ・介護の業界ではなかなか人材が集まらないので、**従業員は大切に扱っている。**
- ・やらないといけないのはわかっているが、**忙しくて対応できない。**
- ・顧問社労士に任せてあるので、推進員の訪問は不要。
- ・小さい事業所にはムリな話であり、県がやれやれ言うのはおかしい。
- ・現状でも色々対応しているので、**これ以上費用が掛かることは会社として困難。**
- ・労働者数で義務化するのではなく、利益が上がっている企業が行えばよいのではないか。景気対策や中小企業への支援を行うべきではないか。

4

《中小企業に対するWLB推進の取組み》

◆コンサルタントの養成・派遣

養成講座を修了した者の中からコンサルタントとして登録し、企業からの要請に基づき派遣（H20年度～）

これまで中小企業を中心に、**社員への意識啓発セミナーや各種規則の整備などを実施**

《WLBコンサルタント養成講座（H20～22年度）》

渥美由喜氏（㈱東レ経営研究所）を講師として、石川県及び本財団が実施

- 基礎編 ……WLBの必要性や効果、企業に対するコンサル方法などの講義
- 応用編 ……講義の他、参加者同士がワークショップ形式で特定テーマについてディスカッション

参加者は延べ**約100名**（社労士、経営コンサルタント、民間企業の人事労務担当者など）

⇒ うち**約40名**がWLBコンサルタントとして登録済

5

《中小企業に対するWLB推進の取組み》

◆コンサルタントの養成・派遣

より実践的な取組みを行いたい企業に対しては、専門コンサルタントを派遣（H23年度～）

今年度は中小企業等に延べ7回派遣し、具体的な事例に基づく業務の効率化や情報共有化のアドバイス、タイムマネジメントセミナーなどを実施

《専門コンサルタント》

渥美由喜氏及び**宮原淳二氏**（いずれも㈱東レ経営研究所）を派遣

【企業からの主な反応】

- ・有益な情報やアドバイスをたくさんいただいたので、それらに基づき取り組んでいきたい
- ・社員の間で「時間＝コスト」の理解が深まり、業務の効率化への意識が高まった
- ・短期間のコンサルではあったが、社の課題解決への方向性が見えた
- ・職場風土の改善策に気づくキッカケとなる講義だった
- ・フレンドリーなコンサルタントだったので、コンサル日が楽しかった など

6

《中小企業に対するWLB推進の取組み》

◆業界団体との共催によるセミナーの開催

従来のセミナー

- 主催者：県又は財団
- 参加者：ワークライフバランスというテーマ又は講師に関心がある人が中心
- 問題点：ワークライフバランスに関心のない人の参加は見込めない

➡ **広がりが限定的**

共催セミナー（H23～）

- 主催者：業界団体（県中小企業団体中央会、県食品協会など）
- 参加者：業界団体の会員企業の経営者、管理職、人事労務担当者など
- メリット：業界団体が主催する各セミナー・講演会などに“抱き合わせ（相乗り）”で開催することで、ワークライフバランスに関心のない人にも幅広く聴講してもらえる

➡ **業界団体と連携すればするほど
広がりが大きくなる**

7

《中小企業に対するWLB推進の取組み》

◆業界団体との共催によるセミナーの開催

《共催セミナーの様子》
いずれの回も盛況であった



《中小企業に対するWLB推進の取組み》

◆企業情報誌『WLB』の制作

県内企業におけるワークライフバランスの取組内容を紹介するための情報誌を制作し、県内企業等に配布（H23年度）
なかなかない切り口からの情報誌ということで、企業から高評価

《情報誌の特長》

- ・従業員のライフスタイルを通じて、企業の取組内容を紹介
- ・個人レベルでの支え合い意識も醸成されていることを示すため、上司や同僚からのコメントも掲載
- ・読者が飽きずに読めるよう、様々な業種・立場の従業員を網羅（著名人や地元で働く社会人へのインタビューも掲載）
- ・地域における様々な活動をライフの視点から紹介

**ワークライフバランスに
取り組むことは難しい**

+

**充実した家庭生活が質の高い仕事につながる（質の高い仕事
が充実した家庭生活につながる）**

**理解を
促す！**

《一般県民に対するWLB推進の取組み》

◆企業タイアップ商品の企画・制作

県民に対して、ワークライフバランスの大切さを考えてもらうキッカケづくりとして、地元企業と連携して「タイアップ商品」を企画・制作（H22年度～）

生活必需品である**食料品のパッケージを** **広告塔として活用**

《パッケージデザイン》

- ・ワークライフバランスに関する**キャッチフレーズ** 『つながってる、家族の時間といい仕事』
- ・ワークライフバランスの**用語解説**
- ・毎月19日の「**県民育児の日**」のPR
- ・モデルオーディションで選ばれた**地元の子ども達**（主に**未就学児**）の顔写真

ねらい

民間企業が既に持つ**流通ネットワーク**を活用することで、**安定的かつ広範囲に**、ワークライフバランスを**啓発することができる**

パッケージモデルとして**地元の子ども達**を採用しているため、**特定の消費者**（親・祖父母・親戚・友人など）の**購買意欲を促すことで認知度アップ**に繋げる

《一般県民に対するWLB推進の取組み》

◆企業タイアップ商品の企画・制作



《現在の反響》

- ・「うちの子どもがパッケージモデルに選ばれたんですが、いつから店頭で並ぶんですか？」（女性/複数あり）
- ・「店頭で子どもが載ってる商品を見ました。自分の子どもが売れ残ってるのは嫌なので、しょっちゅう買ってます」（女性）
- ・「これまではA社の焼そばを買ってたけど、子どもが掲載されたB社の焼そばを初めて買ってみました。当面はB社の焼そばを買うつもりです」（男性/複数あり）
など

《一般県民に対するWLB推進の取組み》

◆企業タイアップ商品の企画・制作



ご清聴いただき、
ありがとうございました。

(財)いしかわ子育て支援財団

13