

企業による子育てにかかわる地域貢献活動

研究開発室 的場 康子

目次

- 1. はじめに…………… 5
- 2. 企業による子育てにかかわる地域貢献活動の実施状況…………… 7
- 3. 子育てにかかわる地域貢献活動を実施している企業の意識…………… 10
- 4. 企業による子育てにかかわる地域貢献活動を推進するために…………… 13

要旨

- ① 国を挙げて少子化対策に取り組んでいる現在、企業にも子育て支援にかかわることへの期待が寄せられている。このような中、社会を構成する一員としての企業が、いわゆる「企業市民」として、わが国の社会的課題の一つである少子化問題を解決するために、地域社会等において子育て支援にかかわる活動をどのように行っているのか。それを明らかにすることを目的として、当研究所では企業を対象とした「企業による子育てにかかわる地域貢献活動」に関するアンケート調査を実施した。
- ② 子育てにかかわる地域貢献活動の活動分野についてたずねたところ、「学校教育」「スポーツ」「キャリア教育」が上位を占めていた。また、その活動形態についてたずねた結果は、「インターンシップの受け入れ」「職場見学・工場見学の受け入れ」「社員を講師として派遣」が上位を占めていた。
- ③ 企業がこのような取組を実施するにあたり、活動をするための「人材不足」が問題となっている。また、取組を行っていない企業からは、活動をするための「情報・ノウハウがない」という回答も多く寄せられている。
- ④ 企業による子育て支援のための取組推進のポイントは、自社の特徴を活かし、活動実施に向けての社内的な仕組みづくりを考えることである。例えば、自社資源（グラウンド、社屋等）の有効活用により効率的な実施ができ、また社会活動休暇制度等従業員の自発的な活動を支援する制度の整備や地域のNPOとの連携により、活動をするための「人材不足」を補うことも可能である。

キーワード：企業、子育て支援、地域貢献活動

1. はじめに

(1) 調査の背景

現在、国を挙げて、少子化対策として次世代育成支援対策を行っているところである。少子化対策は、国や自治体等、公的セクターが主たる担い手ではあるものの、企業においてもその役割が期待されている。

2003年7月に成立した次世代育成支援対策推進法により、企業は次世代育成支援の実施にあたり、一般事業主行動計画を策定し、都道府県労働局にその旨を届け出ることが定められている。一般事業主行動計画の策定にあたっては、「行動計画策定指針」により、仕事と子育ての両立を支援するための雇用環境の整備や、子育て支援に関する地域貢献活動等を盛り込むことが望ましいとされている。

なお、現行では従業員301人以上の企業は、行動計画の策定・届出が義務付けられているが、2008年11月の国会で、2011年4月1日から、従業員101人以上の企業にも対象範囲を拡大する方向に法改正された。

また、このような企業における働き方の改革等を通じた次世代育成支援対策のみならず、生命を次代に伝え育んでいくことや、家族の大切さ、家族を支える地域の力が国民に広く認識されることの必要性も指摘されている。例えば、「少子化社会対策大綱」(2004年6月4日閣議決定)では、生命を次代に伝え育んでいくことや家族の大切さの理解を深めることが示され、また、「新しい少子化対策について」(2006年6月20日少子化社会対策会議決定)においては、長期的な視点に立った社会の意識改革のための国民運動(「家族・地域の絆を再生する国民運動」)の展開が決定された。さらに、「子どもと家族を応援する日本」重点戦略(2007年12月27日少子化社会対策会議決定)においても、同様の趣旨の指摘がなされた。

このようなことを受けて、内閣府では2007年度から子どもを育む家族の素晴らしさや価値が国民一人ひとりに再認識されるよう、毎年11月の第3日曜日を「家族の日」、その前後1週間を「家族の週間」と定め、「家族・地域のきずなを再生する国民運動」を行うこととしている。引き続き2008年度においても、自治体や民間団体等の各種団体によって、国民運動の一層の充実と定着を図り、国民の理解を深めるための取組が実施された。例えば、社団法人日本経済団体連合会では、11月の国民運動の期間中、「①ノー残業デーなど、定時または早めの退社を呼びかけ、社員が家族や地域で過ごす機会や時間を増やす、②社員が学校教育、地域活動等に積極的に参加できるよう、職場環境を整備する」といった取組を挙げ、各社がこれを参考として自発的に実施するよう呼びかける活動を行っている。

(2) 調査の目的

このように、企業が子育て支援にかかわることへの期待が寄せられている中、当研

究所では、社会を構成する一員としての企業が、いわゆる「企業市民」として、わが国の社会的課題の一つである少子化問題を解決するために、地域社会等において子育て支援にかかわる活動をどのように行っているのかを明らかにすることを目的として、企業による「子育てにかかわる地域貢献活動」に関するアンケート調査を実施した。

すなわち、前述の行動計画策定指針には、次世代育成支援対策として「従業員に対する仕事と家庭の両立支援策の整備」や「子育てにかかわる地域貢献活動」等を重要な事項としているが、本アンケート調査では、その中の「子育てにかかわる地域貢献活動」に焦点を当てた。したがって、アンケート調査において地域社会に向けた子育て支援に関する社会貢献活動の実態をたずねるにあたり、従業員に対する両立支援策と区別し、「社外の子どもを対象とした次世代育成支援に関する社会貢献活動」という表現を用いて、企業の「子育てにかかわる地域貢献活動」の実態を捉えることとした。

以下、本稿では、アンケート調査結果にもとづき、企業の地域における子育て支援のための活動の実態と意識を紹介し、将来を担う子どもの健全育成のための企業による支援のあり方について考察する。

(3) アンケート調査の実施概要及び回答企業の基本属性

アンケート調査は、会社四季報（2008夏）に掲載されている全国の上場企業のうち、従業員30人以上の企業から無作為に3,000社を抽出して、2008年9月から10月にかけて人事・総務関連の部署に調査票を郵送し、125社から回答を得た。

回答企業の基本属性について、従業員数別に回答企業をみると、従業員301人以上が約8割を占めている（図表1）。

図表1 従業員数別にみた回答企業数

従業員数	回答企業数	割合 (%)
100人以下	3	2.4
101~300人以下	21	16.8
301~1,000人以下	46	36.8
1,001人以上	52	41.6
無回答	3	2.4
合計	125	100.0

業種別にみると、「製造業」が45.6%で約半数を占め、続いて「サービス業」と「小売業」が1割前後であり、以下、「建設業」「情報通信業」「卸売業」「金融・保険業」「運輸業」「不動産業」「電気・ガス」「食料品」の順で数社ずつ回答が寄せられた（図表省略）。

本社所在地別に回答企業をみると、東京都に本社を持つ企業からの回答が52社で約

半数を占めている（図表省略）。次いで、大阪府が11社、愛知県が10社、神奈川県と兵庫県が6社ずつとなっており、その他、各県から数社ずつ、全27都道府県から回答が寄せられた。

2. 企業による子育てにかかわる地域貢献活動の実施状況

(1) 実施状況

まず、回答が寄せられた企業について、2007年度以降における「社外の子どもを対象とした次世代育成支援に関する社会貢献活動」（以下では「子育てにかかわる地域貢献活動」とする）の実施状況をみる。ちなみに、本調査における「子ども」とは、未就学児から大学生までを対象としている。

回答企業125社のうち、「実施した」と「全く実施していない」の回答割合が約半数ずつという結果となっている（図表2）。

従業員数別に、子育てにかかわる地域貢献活動の実施状況をみると、従業員数が多い企業のほうが「実施した」への回答割合が高い傾向がある。

図表2 子育てにかかわる地域貢献活動の実施状況（全体、従業員数別）

（上段：回答企業数、下段：割合（%））

	全体	実施した	子育てにかかわる地域貢献活動以外の活動を実施した	全く実施していない
全体	125 100.0	61 48.8	4 3.2	60 48.0
100人以下	3 100.0	0 0.0	0 0.0	3 100.0
101～300人以下	21 100.0	6 28.6	1 4.8	14 66.7
301～1,000人以下	46 100.0	18 39.1	2 4.3	26 56.5
1,001人以上	52 100.0	35 67.3	1 1.9	16 30.8
無回答	3 100.0	2 66.7	0 0.0	1 33.3

(2) 実施していない理由

他方、子育てにかかわる地域貢献活動を「全く実施していない」と回答した60社に対し、その理由をたずねたところ、「活動を行うための専門スタッフがない」（48.3%）、「本業に精一杯で、余裕がない」（38.3%）、「情報やノウハウがない」（33.3%）の回答割合が高い（図表3）。後述するが、「専門スタッフ」の不足については、実際に活動を実施している企業からも多く指摘されたことである。

なお、「その他」(30.0%)には、「自社の従業員に対する仕事と家庭の両立支援制度の整備で精一杯である」といった意見が目立った。

「必要性を感じていない」(10.0%)への回答割合は相対的に低いことから、子育てにかかわる地域貢献活動について、多くの企業は前向きに捉えているが、人材や情報の不足、また本業に精一杯であったりすることが、実施にあたりハードルとなっていることがうかがえる。

図表3 子育てにかかわる地域貢献活動を実施していない理由<複数回答>

	回答企業数	割合(%)
活動を行うための専門スタッフがない	29	48.3
本業に精一杯で、余裕がない	23	38.3
情報やノウハウがない	20	33.3
実施を検討中である	10	16.7
必要性を感じていない	6	10.0
その他	18	30.0

注：子育てにかかわる地域貢献活動を「全く実施していない」と回答した60社が対象

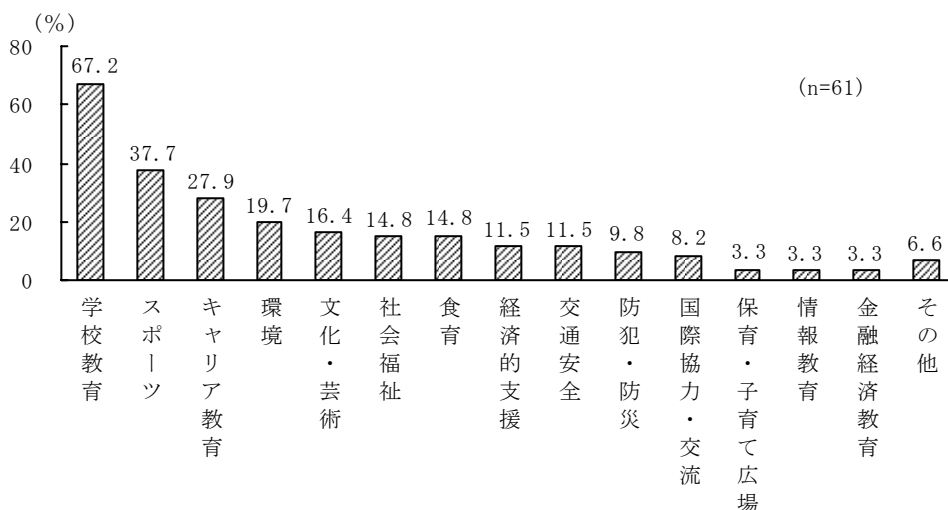
(3)活動実態

次に、子育てにかかわる地域貢献活動を「実施した」と回答した61社における具体的な活動実態をみる。

1)活動分野と活動形態

まず、子育てにかかわる地域貢献活動の活動分野について複数回答でたずねた結果をみると、「学校教育」(67.2%)が最も多く、次いで「スポーツ」(37.7%)、「キャリア教育」(27.9%)の順となっている(図表4)。

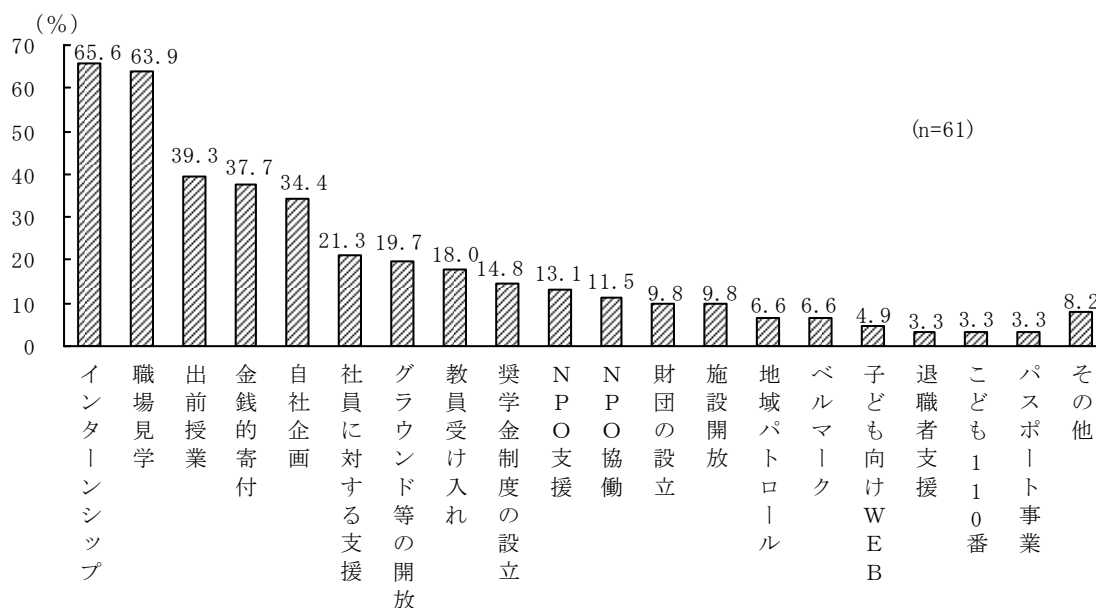
図表4 子育てにかかわる地域貢献活動の活動分野<複数回答>



注：子育てにかかわる地域貢献活動を「実施した」と回答した61社が対象

また、その活動形態について複数回答でたずねたところ、「インターンシップの受け入れ（以下「インターンシップ）」（65.6%）、「職場見学・工場見学の受け入れ（以下「職場見学）」（63.9%）、「社員を講師として派遣（以下「出前授業）」（39.3%）といった項目が上位を占めている（図表5）。

図表5 子育てにかかわる地域貢献活動の活動形態＜複数回答＞



注：図表4に同じ

2) 活動分野別にみた具体的事例

アンケート調査では、上記の「活動分野」ごとに「活動形態」をたずねており、その中から具体的事例の記述があった主な回答を図表6に紹介する。活動分野別に、回答の多かった活動形態をみると、「学校教育」分野においては、「職場見学」、「出前授業」、「自社による自主企画イベントの実施（以下「自社企画）」、「インターンシップ」といった活動形態が多い。「スポーツ」分野においては、「グラウンド・体育館の開放（以下「グラウンド等の開放）」や「自社企画」、「金銭的寄付」といった活動形態によって地域貢献活動を実施しているという回答が目立った。「環境」分野においては「NPOとの協働・連携（以下「NPO協働）」等、「経済的支援」分野においては「金銭的寄付」や「奨学金制度の設立」等の活動形態が多いという結果であった。

以上が、企業による子育てにかかわる地域貢献活動の実施状況である。次に、実施している企業がどのような意識で活動を行っているかをみる。

図表6 子育てにかかわる地域貢献活動の具体的事例

活動分野	活動形態	具体的事例
学校教育	職場見学	工場見学
	出前授業	経理担当社員を大学講師として派遣
	自社企画	工作教室、科学実験教室等
スポーツ	グラウンド等の開放	テニスコートの開放
	自社企画	スポーツ教室の開催
	金銭的寄付	スポーツ大会への協賛
環境	NPO協働	海岸清掃等
経済的支援	金銭的寄付	ローンの金利優遇
	奨学金制度の設立	地元大学対象の奨学金制度
交通安全	出前授業	未就学児対象の交通安全教室
芸術・文化	自社企画	子ども絵画展、子ども劇場
食育	自社企画	料理教室
保育・子育て広場	施設開放	学童保育に貸与
その他	社員に対する支援	ボランティア休暇制度

3. 子育てにかかわる地域貢献活動を実施している企業の意識

(1) 活動を始めたきっかけ

そもそも、企業が子育てにかかわる地域貢献活動を始めたきっかけは、どのようなものであったのだろうか。活動を「実施した」と回答した61社に対し、その活動を始めたきっかけをたずねたところ、「企業のトップによる自発的な意向」（63.9%）の回答割合が最も多く、次いで「地域の保育園や幼稚園、学校（小学校から大学）からの要請、働きかけ」（47.5%）、「自治体（行政）からの要請、働きかけ」（29.5%）と続いている（図表7）。なお、「その他」（13.1%）には、「社員からの働きかけ」や「株主からの働きかけ」により実施したという意見があった。

企業のトップの意向で実施したという企業が多いものの、地域の教育機関や自治体からの要請により実施したという企業も少なくないことがわかる。

図表7 子育てにかかわる地域貢献活動を始めたきっかけ＜複数回答＞

	回答企業数	割合(%)
企業のトップによる自発的な意向	39	63.9
地域の保育園や幼稚園、学校(小学校から大学)からの要請、働きかけ	29	47.5
自治体(行政)からの要請、働きかけ	18	29.5
次世代育成支援対策推進法による一般事業主行動計画の策定の必要性から	9	14.8
地域のNPO、市民グループからの要請、働きかけ	8	13.1
その他	8	13.1

注：図表4に同じ

(2) 活動を実施した効果

実際に活動を実施して、企業はどのような効果が得られたのだろうか。活動を実施した効果をたずねた結果をみると、「地域社会との関係が深まった」(75.4%)、「社員が企業の社会的責任を意識するようになった」(55.7%)、「会社の知名度が向上した」(31.1%)が上位を占めている(図表8)。

上述した「活動のきっかけ」として得られた回答でも示されたように、「地域社会との関係」を意識して活動を実施している企業が多いことがわかる。

図表8 子育てにかかわる地域貢献活動の実施の効果<複数回答>

	回答企業数	割合(%)
地域社会との関係が深まった	46	75.4
社員が企業の社会的責任を意識するようになった	34	55.7
会社の知名度が向上した	19	31.1
就職を希望する学生が増えた	13	21.3
従業員のモチベーションが向上した	12	19.7
社内ですべての子育て中の社員に対する理解が深まった	10	16.4
商品開発や営業面等、本業に活かすことができた	2	3.3
その他	3	4.9

注：図表4に同じ

(3) 活動を行うにあたっての問題点

また、企業は活動を行うにあたって、支障となる問題点をどのように認識しているのだろうか。まず、問題点があるかどうかをたずねた結果、「問題点がある」と回答した企業は33社、「特に問題点はない」と回答した企業は27社であった(無回答1社)(図表省略)。

「問題点がある」と回答した33社に対し、その問題点を具体的にたずねたところ、「予算の確保が難しい」(63.6%)の回答割合が最も多い(図表9)。次いで「活動を統括する専門スタッフがない」(39.4%)、「活動を実践する従業員が少ない」(33.3%)といった項目が続く。

活動を実施し、問題点を感じている企業の多くは、活動を行うための予算や人材が少ないことを問題点として挙げており、地域との連携の困難さを挙げている企業は相対的に少ないことがわかる。

図表9 子育てにかかわる地域貢献活動を行うにあたっての問題点＜複数回答＞

	回答企業数	割合(%)
予算の確保が難しい	21	63.6
活動を統括する専門スタッフがない	13	39.4
活動を実践する従業員が少ない	11	33.3
地域におけるNPO等の市民グループとの連携が難しい・接点がない	4	12.1
活動を行うための情報・ノウハウがない	4	12.1
保育園や幼稚園、学校(小学校から大学まで)との連携が難しい・接点がない	3	9.1
行政との連携が難しい・接点がない	1	3.0
その他	2	6.1

注：子育てにかかわる地域貢献活動を「実施した」と回答した61社のうち、「問題点がある」と回答した33社が対象

(4) 活動を実施するにあたっての今後の方向性

それでは今後、企業は、どのように子育てにかかわる地域貢献活動を進めていきたいと思っているのだろうか。活動を実施している企業に、今後の活動の方向性をたずねたところ、「従業員の自発的な活動を支えたい」(49.2%)と「本業に活かせるような活動を工夫して実施したい」(47.5%)、「行政(自治体)と連携して実施したい」(37.7%)、「保育園や幼稚園、学校(小学校から大学まで)と連携して実施したい」(36.1%)が上位を占めていた(図表10)。

従業員の自発性や自社の特性を活かして活動を実施していくという方向性を示した回答が若干多いものの、地域社会との連携を意識して活動を進めていくという企業も少なくないことがわかる。

図表10 子育てにかかわる地域貢献活動を実施するにあたっての今後の方向性＜複数回答＞

	回答企業数	割合(%)
従業員の自発的な活動を支えたい	30	49.2
本業に活かせるような活動を工夫して実施したい	29	47.5
行政(自治体)と連携して実施したい	23	37.7
保育園や幼稚園、学校(小学校から大学まで)と連携して実施したい	22	36.1
他の企業と連携して実施したい	11	18.0
地域のNPO等の市民グループと連携して実施したい	8	13.1
目的を共有するNPOに金銭的支援を行いたい	4	6.6
公益法人(財団、社団等)を立ち上げて、それを母体として実施したい	1	1.6
その他	2	3.3

注：図表4に同じ

(5) 次世代育成支援に関する取組についての今後の方向性

前述したように、次世代育成支援対策推進法により、企業は行動計画を策定し、「従業員に対する仕事と家庭の両立支援策の整備」や「子育てにかかわる地域貢献活動」等の子育て支援に関する取組を実施することとされている。今回のアンケート調査では、後者の「子育てにかかわる地域貢献活動」に焦点を当てたが、今後、企業は次世代育成支援として、「従業員に対する両立支援策」と「子育てにかかわる地域貢献活動」をどのようなバランスで取り組んでいこうと考えているのだろうか。最後に、こうした企業の次世代育成支援に関する取組の方向性についてたずねた結果をみる。

「上記の両方とも取り組んでいく」(50.8%)が約5割を占めているが、「従業員に対する両立支援策を優先的に整備していく」(37.7%)も約4割であり、両者に回答が分かれている(図表11)。

多くの企業は「従業員に対する両立支援」を基本的に取り組むこととしているが、子育てにかかわる地域貢献活動も軽視せず、「社外の子どもに対する次世代育成支援」も同時に取り組んでいこうとしている企業も少なくないことがわかる。

図表11 企業の次世代育成支援に関する取組についての今後の方向性

	回答企業数	割合(%)
従業員に対する両立支援策を優先的に整備していく	23	37.7
社外の子どもに対する次世代育成支援への取組を拡充していく	5	8.2
上記の両方とも取り組んでいく	31	50.8
無回答	2	3.3
合計	61	100.0

注：図表4に同じ

4. 企業による子育てにかかわる地域貢献活動を推進するために

(1) 子育て支援の担い手として期待される企業の役割

以上、次世代育成支援対策推進法で定められている取組のうち、「社外の子どもに対する企業による子育て支援」、すなわち「企業による子育てにかかわる地域貢献活動」に焦点を絞って実施したアンケート調査の結果を紹介した。

調査結果から、多くの企業は従業員のための両立支援策を、推進すべき基本的な取組として捉えているものの、地域貢献活動として社外の子どもに対する子育て支援のための取組も同時に進めたいとする企業も少なくないことがわかった。

当然ながら、子どもの「教育」は直接的には「学校」や「家庭」の役割であり、教

育関係等、一部の企業を除き、多くの企業にはその責務はない。しかしながら、国を挙げて少子化対策に取り組んでいる今、子どもの「健全育成」という、「教育」よりも広い概念で子どもの「育ち」を支えるという意味においては、「行政」や「地域社会」とともに社会を構成している「企業」にも、一定の役割が期待されるようになった*¹。

ところが実際には企業によって実態や認識の違いがある。調査結果では、従業員数が少ない企業に比べて多い企業で、子育てにかかわる地域貢献活動を実施している割合が高い傾向がみられた。企業の「体力」が活動の下支えをしていることは否めない。しかしながら、従業員数が多い企業で、全ての企業が実施しているかという点、そうでもない。従業員数が少ない企業でも実施している企業もあれば、従業員数が多い企業でも実施していない企業もある。実施の有無は、それぞれの企業の「考え方」、特に、企業トップによる意向が大きく左右しているようだ。また、「地域との連携」も重要な鍵となっているようであり、企業がいわゆる「企業市民」として、日常的に地域社会とのコミュニケーションを図る努力も必要であることが示唆された。

さらに最近では、日本経済団体連合会や経済同友会等の経済団体が、企業に対して、子どもの教育や健全育成のための取組を行うことを呼びかけている。多くの企業が、このような要請に応じて、子育て支援のための活動への取組を実行するようになることも望まれる。

(2) 自社の特性にあった、活動をおこなうための「仕組みづくり」を考える

一方、企業がこのような取組を実施するにあたり、活動をするための「人材不足」が問題となっている。また、取組を行っていない企業からは、活動をするための「情報・ノウハウがない」という回答も多く寄せられている。

最近では、内閣府がホームページを通じて、企業の子育て支援のための活動に関する「事例集」の公表を行っている*²。こうした事例集は、これから取組を始めようとしている企業にとって参考になるものと思われる。

また、本調査結果からも、自社の特徴を活かして、子育て支援のために「できること」を工夫して行っている企業も少なくないことがわかった。例えば、巨額な資金を投入しなくても、自社の資源（グラウンド、社屋等）を活用することで、子どもの健全育成に寄与する活動を実施できることが示されている。また、自社のみの人材で企画を行わなくても、地域のNPOとの連携によって地域貢献を果たすこともできる。さらに、従業員の自発的な活動を支援する制度（例えば、社会活動休暇制度等）を整えることで、活動をするための「人材不足」も緩和されると思われる。

他方、「子育て支援」という目的に限らず、伝統的に「芸術分野」や「環境分野」における社会貢献活動の実績のある企業も多い。最近では、このような企業の社会貢献活動における「得意分野」をいかし、「芸術活動を通じた子育て支援」や「環境活動を通じた子育て支援」を行っている企業も目立つ。例えば、芸術分野であれば「子ども

を対象としたクラシックコンサートの開催」や「美術館における子どもを対象としたワークショップの開催」等、環境分野であれば「環境についての出前授業やワークショップ」等が注目されている。

このように、企業における子育て支援のための活動のあり方は様々なものがあり、厳しい経済環境ではあるが必ずしも「巨額な投資」を行わなくても、自社の特徴を活かし、活動の実施に向けて社内的な仕組みづくりを考えることで、子育て支援の一翼を担うことができるに違いない。今後の企業の取組に期待したい。

(研究開発室 主任研究員)

【謝辞】

本アンケート調査にご協力いただきました企業の皆様に心より感謝申し上げます。

【注釈】

- *1 例えば、前述の次世代育成支援対策推進法による取組の他、社会保障国民会議最終報告（2008年11月）でも、少子化対策は、社会保障制度全体の持続可能性の根幹にかかわる政策であるため、効果的な財政投入を行うことが必要であり、「未来への投資」として、国・地方・事業主・国民がそれぞれの役割に応じ、費用を負担していくよう合意形成の必要性等が指摘された。
- *2 内閣府ホームページ 少子化対策「子育て支援事例の紹介」
(<http://www8.cao.go.jp/shoushi/04jirei/jirei.html#top>)

【参考文献】

- ・企業メセナ協議会，2008，「2007年度 メセナ活動実態調査報告書」.
- ・経済同友会，2008，「企業の採用と教育に関するアンケート調査結果」.
- ・谷本寛治，2006，『CSR 企業と社会を考える』NTT出版.
- ・日本経団連社会貢献推進委員会編，2008，『CSR時代の社会貢献活動 企業の現場から』日本経団連出版.