

第3次茨木市男女共同参画計画 策定に係る企業インタビュー 【結果報告書】

1. 調査の概要

(1) 調査の目的

「第3次茨木市男女共同参画計画」を策定するにあたり、企業・団体における男女共同参画の現状・課題や参考とすべき事例等を把握、整理し、より現状に即した施策検討に活用することを目的として実施しました。

(2) 実施概要

調査年月日	令和4年7月6日（水）
調査対象	茨木地区人権推進企業連絡会役員会を通して、ご協力可能と回答のあった企業3社を選出
調査方法	オンライン面談によるグループインタビュー調査

(3) 主な調査項目

- ①現在の女性の働き方、活動の状況について
- ②男女の育児休業や介護休業等の取得状況と課題について
- ③コロナ禍とコロナ後（現在）の働き方の変化
- ④その他、企業として取り組み

2. グループヒアリング結果

①現在の女性の働き方または活動の状況について

職種や現状の女性社員割合を踏まえた女性活躍推進の取組が必要

対象企業はいずれも製造業ですが、現場職や間接部門等、職種によって女性社員の割合や平均年齢に差がある現状が見受けられます。職場における女性活躍を推進するにあたっては、「まずは女性の採用を増やすことから」、「管理職候補を育てることから」、など各企業それぞれが事業所の現状を踏まえ、目標設定をしていく必要があります。

女性本人の意識向上には、それを応援する風土づくりが必要

女性の管理職登用を目指す社内プロジェクトを立ち上げた企業では、多くの女性が自ら希望し、プログラムに参加しています。この企業では、本人の能力開発と併せて、それを応援する社内風土づくりも力をいれており、この双方向の取り組みが、女性本人が積極的な意思を示しやすい環境につながっていると考えられます。

【各社茨木市内事業所の概要】

(A社)

- 女性社員が少ないため、事務職で間接的な業務が多く、茨木事業所では、女性の管理職はいない。
- 退職される方はほぼおらず、平均年齢は48歳程度。辞めるという選択肢をする年齢層が少ないため、定着率は非常に良い。

- 女性の管理職の比率は、企業全体でも低い。まずは2024年度までに会社全体で女性管理職を6%にすることが目標。茨木事業所の場合は、まずは女性の現場職の採用を増やすことから始めている。
- 本社の人事では、女性リーダーの研修の実施、管理職になる2～3年くらい前にキャリアを考えるチャンスをつくり、女性の意識・理解向上を進めている。管理職に男性が多い現状では、どうしても男性が考えた制度となってしまうので、ギャップがあるのではと危惧している。女性リーダーを増やし、女性主体で制度の立案ができるようにしていきたい。

(B社)

- 女性の管理職登用には力を入れている。2030年に管理職(課長職以上)に占める女性割合を10%以上とする目標。
- 昨年より、女性の管理職登用を目指す全社的なプロジェクトを本格実施。現在は全社で30名ほどがプロジェクトに参加し、そのうち10名が茨木事業所から参加。年間を通して、意識改革に関することや管理職としてのスキルを身につけるようなプログラム。希望者にエントリーしてもらい管理職候補を募っている。
- 社内的にも、このプロジェクトに参加している女性を応援していることを示しているバッジを作り、幹部がつけている。これにより参加女性本人も意識するようになる。このように地道に理解を広げていくことを行っている。
- 女性社員の話を聞くと、女性の管理職登用にあたっては、女性社員自身の意識が大切であると考えている。結婚、子育てなど様々なライフイベントがある中で、どうしても負担もあつたりもする。もちろん家族や子どもが第一になるので、そこをどうカバーして仕事に活かしていくのかという意識が大事。当然、周囲の協力が必要となってくる。

(C社)

- 女性の採用に力を入れており、全社で3割女性を採用するという目標を立てている。
- 茨木工場は溶接材料を作る工場。全体の母数の15%は女性を採用できるよう取り組みを進めている。具体的な取り組みは、鍵付きのロッカールームやトイレの刷新など環境面の整備を進めた。

②女性、男性の育児休業や介護休業等の取得状況、課題について

男性の育児休業の取得促進には、雇用者側の積極的な働きかけが必要

対象企業は、茨木市内でも比較的、従業員規模の大きい企業であり、多様な支援制度を導入しやすい環境にあるといえます。いずれの企業も、女性の育児休業と就労継続は進む一方、男性の育児休業の取得は容易には進まない現状が見受けられます。

対象者本人への積極的な働きかけや、人事部門など理解が得られやすい部門から積極的に実績を積み上げていくなど、雇用者側からの積極的な働きかけが必要です。

実態に即した柔軟な制度運用が必要

対象企業3社に共通する姿勢として、ただ制度を導入するだけでなく、当事者の声や社員からの要望、若い世代の意見を積極的に取り入れることで、制度が形骸化しないよう、柔軟に運用している点が上げられます。

今後、市内の多様な企業に対して男性の育児休業取得を啓発していくにあたっては、制度の導入だけでなく、こうした柔軟な運用の視点の重要性を周知していくことで、実効性のある制度としていくことが求められます。

【男性の育児休業の取得状況と促進のための働きかけ】

(A社)

- 茨木事業所では、この5年間で出産された女性が1名、配偶者が出産した男性が2名のみ。女性1名は育休を取得。男性2名については、働きかけはしたが、2～3日年休を取得するにとどまった。茨木事業所では、男性の育休の実績がゼロであり、最初の一人にはなりたくないという意識が働いてしまった様子。
- 年に1回キャリアプランの自己申告を行っており、育休の予定、介護の予定を聞いている。申告時点では取得を予定しているも、1週間の年休で終わるといことがある。
- 年休取得の促進もしており、育児休暇として、1週間年休を取得するやり方のほうが多いと感じている。
- 男性の育児休業取得者は、会社全体で2019年度は3%、2020年度は27%、2021年度は5%。2020年度は、半ば強制的に配偶者が出産したら2週間の休暇を取得するよう働きかけた結果である。
- 強制的な働きかけの結果であり、本当の意味での育休という状況ではない。育児休業制度については、連続して取得しないといけない、産まれてすぐに取得しない、となると取得が進まない。法に抵触しない範囲で、フレキシブルな制度をつくっていく必要がある。

(B社)

- 基本は本人の希望によるため、強制はできないところがあり、まだ5割には達していない。男性の場合は長期間取得するということがなく1週間程度の取得になっている。
- 子どもが産まれた申請書を会社へ提出する際に、申請書の中に育児休暇を希望するかどうかの欄を設け、必ず記入させている。本当に取得していいのか迷う従業員も多く、上長からも記載を指導させ、取得を促している。
- 在宅勤務を導入以降、男性の取得率が落ちている。休みを取得することなく在宅で仕事をしながら育児や家事を手伝うことができているため。

(C社)

- 昨年は男女計3名が育児休業を取得し、職場復帰をしている。
- 茨木工場では現在まで男性2名が取得し、昨年取得した者が今年4月に職場復帰。
- 男性も取得できることの周知を始め、まずは人事が率先して2週間でも短期でも取得するような実績づくりを始めた。次第に、出産期のなかでも若い社員が興味を持ち始めた。男性も育休が取得できる環境と聞いて当社を志望する男性も見受けられる。
- 人事としてのPRも力を入れたが、男性の育児休業制度については、若い社員や、他社を知る中途採用社員が会社を変えていってくれたことが大きい。
- 育児と業務の両立がしやすいように特別休暇制度がある。
 - ・3歳時未満の子どもがいる場合、特別休暇を年に5日間付与。出産の立ち合いや七五三、入園式等のイベントごとに使っている。
 - ・3歳以上の未就学児の看護特別休暇。体調を崩した方や予防接種への送迎等、休暇取得をしやすい取り組みを推進。
 - ・特別休暇の取得を進めるため、昨年より、時間単位で取得できる制度も取り入れた。極力、柔軟な働き方ができるような制度を整備している。

【従業員の育児休業取得中の会社としての対応】

(C社)

- 派遣社員の採用、もしくは余力がある際は、少し生産能力を落として対応。
- 課題としては、昨年、女性社員が育児休暇を取得し、その後職場復帰を予定していたが、子どもの体調がすぐれず休暇を使い切ってしまった。就業を続けることが難しく、退職につながった。この問題をきっかけに、期間限定の育児介護における短日勤務制度の導入検討を始めた。茨木工場が全社に発信していく形で、各工場の人事担当者と協議し、全社導入に向けて進めている。

【育児休業からの復職支援】

(A社)

- 2022年度から、男性が2ヶ月育児休業をとり、子どもが生後6ヶ月未満で復職した場合には、その後の保育料を補助する制度を作った。育休取得の促進につなげていきたい。
- 従業員からは、生後6ヶ月未満で復職は、期間が短いという声が出ている。制度のあり方は検討が必要。

(B社)

- 育休中も、上長から育児休業者に対し、定期的に連絡を取るよう指導をして報告させている。
- 最低でも復職1ヶ月前には、復職後の業務について打ち合わせをして不安なく復帰できるようにしている。また、育休中にも体が鈍らないよう、会社が費用を負担してスキルアップのためのリモートの研修や通信教育を行っており、受講者は多い。日常業務の無い育児休業期間をスキルアップの機会にしたいと考える社員は多い。

(C社)

- 生後6ヶ月以内での復職の場合、保育料を補助する制度を作っているが利用者はほぼいない。
- コロナの影響で、保育園がどこもいっぱい入れないという相談を受けて、企業主導型保育で保育園を持つ企業と提携契約を結び、保育園を紹介する活動をしている。制度導入のきっかけは、この制度を知っていた従業員からの相談。

③コロナ禍の働き方、コロナ後の働き方の変化

新型コロナウイルス感染症の流行をきっかけとした在宅勤務制度、オンライン化の浸透

感染症対策と社会経済活動の両立が求められる一方、全国的には在宅勤務制度を廃止する企業が少なくありません。対象企業では、いずれも在宅勤務制度は継続する方針であり、制度として浸透している様子が伺えます。

対象企業では、在宅勤務制度の導入やオンラインの活用は、ワーク・ライフ・バランスの改善や業務効率化に一定の効果を見せていると回答しています。一方で、導入に伴う業務管理や人事制度の見直し、リテラシー教育など、引き続き取り組むべき課題も上がっています。在宅勤務制度を廃止する企業では、これらの課題への対応の難しさが廃止の要因となっていると考えられます。

今後、市内の多様な企業に対して在宅勤務の導入を啓発していくにあたっては、対象企業の事例を踏まえながら、導入のメリットを最大化するための、課題への対応策を合わせて発信していくことが重要です。

【コロナをきっかけに全社的に在宅勤務制度を導入】

(B社)

- コロナの間は在宅推奨、強制的に出勤制限。7月からテレワークの規定化をして運用を開始。
- 製造部門のように出勤しないといけない人、在宅メインで基本会社への出勤はゼロでも良い人、そしてその中間として、テレワーク・出勤を両方うまく利用する人の3パターン。知的財産、IT関係部署は在宅が多いが、研究関係は実験のために出勤の要望がある。
- 会社の方針としては、「まずは出勤を大事にしよう」と考えており、週5日のうち在宅は2日程度としている。緊急事態宣言下で慣れたことで、柔軟に対応できている。
- 勤務記録も中抜け有りて運用。育児の関係で2～3時間職場から外すということになると勤務記録も「私用外出」扱いで、後は定時勤務を行う。

【コロナをきっかけに間接部門で在宅勤務制度を導入】

(A社)

- コロナの間は、全社的には在宅勤務。茨木事業所は製造現場メインのため、出勤多かった。
- 総務や管理など間接部門は、今も継続して週1～2日在宅勤務。全社的には間接部門はほぼ半数在宅勤務をしている。
- 部署によってかなり温度差があり、茨木事業所は間接部門だけが在宅勤務を行うので、実際現場で働いている製造部門や営業部門の方からすると在宅勤務イコール休んでいいのではないかというイメージを持たれやすい。イメージの払しょくが必要。
- 管理部門の長は、一日の仕事の報告を受け、部門みんなて共有。きちんと仕事をしているという状況を作っている。
- 会社全体としては、コロナが収束しても、この働き方というのは止めてしまうのはもったいないという風潮がある。今後、どのようにうまく運用するかが試される。

【コロナ前より、在宅勤務制度を導入】

(C社)

- コロナ前は、在宅勤務の取得回数は月8回まで、新入社員は業務バランスを自分で管理するのが難しいので在宅勤務の対象外で運用していた。コロナ禍になり制限を撤廃。
- 在宅勤務の業務把握については、朝・夕メールでの上司への報告を毎日行っている。その他定期的なパソコンのログの管理も行っている。

【働き方の変化】

(A社)

- 在宅勤務の導入により、遠方から出社している社員は通勤時間分、プライベートでも有意義に時間を使うことができる。ワークライフバランスに寄与し、無駄な動きがなくなってきたと感じる。
- 営業部門では、30分程度の打ち合わせなどはZOOMやラインワークスを使うなど、オンラインを活用している。移動時間の有効化、全体の時間の有効化というのは、このコロナ禍で考え方が変わってきたことを実感している。

(B社)

- テレワーク制度については導入は進んだが、福利や人事制度がまだ追いつけていないのが現状。今後実情に応じた整備が必要。

(C社)

- コロナ前は、管理職も含めて製造現場もあるのにテレワークはできないといわれていた。しかし、コロナを経て、100%の力は出せなくても70%でも業務を継続できる体制を準備しておかなければ、クラスターなどに対応できない状態になるという意識が共有された。
- ペーパーレス化でPDFでのやり取り、パソコンの持ち出し申請のルール化を整備。これにより、製造現場でも職務によっては、在宅勤務も活用して対応できるようになった。
- リモートでのオンライン教育、打ち合わせの機会が増えた。育児に関連しては、妊娠期の女性が、つわりで出社は辛い業務を進める必要があった時、テレワークで体調をみながら対応してもらって助かった。働き方の多様化を進めていきたい。
- オンライン化の懸念点として、チャットでやり取りは相手の顔が見えない分、相手がどのように感じているのかわからない。相手に間違った捉われ方をしないように、ITリテラシーの観点でのハラスメント防止の教育を進めている。

④その他企業としての取り組み

男女共同参画に積極的に取り組む企業では、ダイバーシティの取り組みへの関心も高い

対象企業では、男女共同参画だけではなく、障がい者雇用、ダイバーシティや性の多様性への配慮についても、具体的な対策を講じている様子が伺えます。

【ハラスメント対策】

(A社)

○社長によるハラスメント撲滅宣言。トップが宣言しているので周知もしやすい。あとは現場でどのように対応していくかが重要である。本社広報より、イントラネット上で様々な教育資料やハラスメントの事例を定期的に掲載している。

(B社)

○管理職を中心に研修を毎年実施。

(C社)

○急速なオンライン化の現状を踏まえ、ITリテラシーとハラスメントをテーマに、7月に急遽人権教育を実施。こうした全従業員への人権教育を毎年実施。

○管理・監督者については別途人権教育を実施。新しく管理・監督者となった者を対象とした教育から始まり、その後数年おきに人権教育を実施。

【性の多様性への配慮とダイバーシティ】

(A社)

○「ダイバーシティ and インクルージョン」を掲げ、性別に関わりなくというのは勿論のこと、障がい者や高齢者、外国人雇用の取り組みを全社的に進めている。茨木事業所としては、女性比率アップは今後数年の採用を進めながらの長い取り組みになるため。短期目標として、障がい者雇用に注力することを宣言している。

(B社)

○当社も「ダイバーシティ and インクルージョン」の舞台を作ることを目指している。女性の管理職登用に重点を置き、具体的な取り組みはこれからという状況。

(C社)

○人権週間の全体朝礼で、全従業員に対して実施し、去年はLGBTQについての教育を実施。

- 性の多様性について、2021年12月よりファミリーシップ制度を導入。まだまだセンシティブな分野なので、申請されても本社のごく一部しか知ることがないような形で運用をしている。
- アライ (Ally) ステッカーを作り、賛同する人にシールを配布。机やパソコンに貼ってもらい、「何かあれば、この人になら相談できる」と感じてもらえる風土づくりを進めている。(アライ (Ally) : LGBT を理解し支援する人、の意。)

【障がい者雇用】

(A社)

- 法定雇用率は2.3%が目標となっているが、茨木事業所は、4.76%で、全社トップクラスの障がい者雇用率。適性や募集職種を踏まえると毎年の採用は難しいが、地域の支援団体や就労支援センターと連携をすることで定期的・継続的に採用することに力を入れている。

【社員の定着】

(A社)

- 大々的ではないが定年や退職者の再雇用エントリーを実施。

(B社)

- 従来転勤の多い会社であったが、若い世代は嫌厭しがちで、転勤するくらいならば退職するということがある。共働きのケースでは、配偶者も働いていて、配偶者の都合もあり現実的には転勤が難しく退職につながるケースがある。
- テレワークの浸透で転勤の必要性を疑問視する流れもある。長い目で見たときに、事業をどうしていくのか、古い考え方を切り替える必要があると感じる。
- 長く会社にいる世代は、転勤をすることで人脈を広げ、キャリアを積むのが定番という考え方。時代の変化を踏まえていかなければならない面もある。

(C社)

- 再雇用エントリー制度。家族の転勤や結婚、育児・介護を理由にして退職せざるを得ない人については再雇用のエントリーシートを退職時に提出いただくことで5年間は再エントリーする権限を持つことができる。課題が解決されると再入職という形で戻ってこられる制度を導入。
- 労働力の確保は勿論、本人も続けたいが退職せざるを得ない人の気持ちを汲み取りたいということから始まった制度。茨木工場では実績がないが、他の工場では例がある。