

第8章 事業所ヒアリング調査

1. ヒアリング調査 実施概要

■目的

区内の事業所におけるワーク・ライフ・バランスの推進、女性の活躍推進等に向けた取組事例や課題をより具体的に把握することを目的として、ヒアリング調査を実施した。

■実施概要

調査対象	区内に事業所のある従業員5名以上の企業 5社
調査期間	令和2年9月～10月
調査方法	区職員及び本調査業務の委託業者2～3名が訪問又はオンライン形式によるヒアリング
所要時間	1時間程度
調査内容	①女性の活躍推進、ワーク・ライフ・バランスの推進、ハラスメント防止、LGBTsへの支援に関する事業所の取組状況 ②取り組んだ成果やメリット ③取り組む中での苦労や課題 ④従業員の反応 ⑤今後取り組もうと考えていること ⑥区に求める支援

■調査事業所（参考）

	業種	従業員規模
A社	製造業	1,001人以上
B社	金融業、保険業	1,001人以上
C社	製造業	101人以上、300人以下
D社	学術研究、専門・技術サービス業	51人以上、100人以下
E社	その他	50人以下

2. ヒアリング調査結果

(1) 女性活躍推進に向けた取組状況

■取組の経緯

- 近年、人材がなかなか集まらないという事情があり、女性だけでなく、外国人や高齢者も含め、働きやすい環境を整えている。(C社)
- 女性社員が多いため、社員の声に応じて自然と柔軟な就業体制が整備されていった。(E社)
- 社員の男女比率がおよそ半分ずつであるため、管理職の男女比も半分ずつであるべきとの考え方のもと、女性活躍を進めるための専門組織が立ち上げられた。(A社)

■取組状況

- 一部の事業所内に託児所を開設している。(C社)
- 在宅勤務(テレワーク)や短時間勤務制度など、柔軟な働き方の導入している。(E社)
- リフレッシュ休暇や創立記念休暇、時間単位の有給制度など、さまざまな休暇制度を導入している。(D社)
- 女性の管理職登用を促進するため、マインドセット(経験・先入観などから形成される思考パターンや考え方)を形成する研修や女性管理職のネットワーキングのほか、メンター制度(先輩社員が後輩社員を幅広くサポートすること)を導入している。また、能力が同じ場合は、女性を優先して役職に登用している。(A社)
- 職員の意識の醸成や研修などを実施している。(B社)

■成果と課題

- 女性の管理職比率が上がった。(A社)
- 女性管理職比率の上昇に取り組んだことで、女性に限らず制約を抱える人への配慮ができるようになった。「全員活躍」という考え方が大切と考えている。(A社)
- 女性活躍推進の取組の結果、意欲の高い女子学生の応募が増加している。(B社)
- 若手の女性社員が執行役員に入ったことなどにより、社員が発言しやすい雰囲気になった。(D社)
- トップダウンで女性を優先的に管理職へ登用したため、女性・男性ともに不満は少なからずあった。(A社)
- 女性の管理職登用について、オファーを受けても辞退しないようなマインドセットが必要である。(A社)
- 一般職として入社した現在40~50歳代の社員は、管理職への昇進の意識がそれほど高くないため、意識向上が課題である。(B社)
- 女性管理職の割合を増やすとした当初は、女性・男性の両方から反発の声があった。(A社)
- 当初、女性限定での育成、研修等に対して男性からの逆差別的な声があったが、現在は全くなく、女性の活躍推進を上司や周囲が応援する風土に変化している。(B社)

(2) ワーク・ライフ・バランスの推進に向けた取組状況

(2) - 1 在宅勤務(テレワーク)について

■制度の運用状況

- 妊娠中の方や一部のエンジニアで実施している。(C社)

- 悪天候時や育児中の社員が利用しているのみであったが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受け、全社員で実施。現在は自由に選択でき、1日の勤務時間のうち在宅勤務と会社での勤務の併用も可能となっている。(E社)
- 新型コロナウイルス感染症対策のため、本社勤務の場合は在宅勤務を原則とし、オフィスへの出社は許可制で、出社する社員の割合を30%以下にしている。(A社)
- 工場勤務者は現場での仕事が原則なので出社が必要だが、事務作業などは在宅勤務の活用を可能としている。(A社)
- 新型コロナウイルス感染対策と生産性・効率性向上のために、オンラインで会議や工場視察を実施している。(A社)

■制度導入にあたっての工夫

- 以前から、フリーアドレス制(個人の決められた席がなく、自由に席を利用できる制度)やペーパーレス化、フレックスタイム制度などの土台があったため、スムーズに導入することができた。(A社)
- 在宅勤務中は、ビジネスチャットツールでコミュニケーションを取り、状況を把握しやすくしている。(D社)
- 新型コロナウイルス感染症の流行前に、グループウェア(組織内のコンピュータネットワークを活用した情報共有ツール)などを導入していたため、顔を合わせてコミュニケーションを取ることができている。(A社)
- 部署内でオンライン会議を行い、在宅勤務でもコミュニケーションが疎かにならないようにしている。(A社)
- オンラインでワークショップを実施し、在宅勤務について気づいたことや考えを話してもらっている。(A社)
- 在宅勤務に否定的な考えを持つ人から、ワークショップで意見をもらっている。その場合は面談を行い、理解してもらうように努めている。また、テレワーク・デイズ(テレワークの一斉実施)等の取組については、執行役員が担当の部署を管理し、責任を持つようにしている。(A社)

■成果と課題

- 社内アンケートを実施したところ、7割が在宅勤務に賛成している。(A社)
- 在宅勤務が中心になって、時間での管理から日報での管理(成果主義)にシフトしつつある。(D社)
- 在宅勤務と合わせて社員間のコミュニケーションの工夫をしたことで、つながりが強くなり、他社へ出向している社員の貢献が見える化されるようになった。各自がやりがいを持って働ける環境ができつつある。(D社)
- 対面を好む人もいるため、いかに理解してもらうかが課題。フルフレックス制(コアタイムが設定されていないフレックス制度)で働く時間や場所が定まっていないが、そうした環境に慣れていくこと、納得してもらう取組を行うことも大切である。(A社)

(2) - 2 残業時間の削減

■取組状況

- 3年間かけて残業をゼロにしようと、生産性改革や業務のシステム化を推進している。(C社)
- 業務分担を考え直し、一人が長時間働くことを避け、無駄な残業を減らすようにしている。(E社)

- 残業を事前申請制にし、申請のない場合はカードキーの管理により、定刻以降会社に残れないようにした。さらに、残業をする際も上司に相談し、残業の必要性や他の社員への仕事の振り分けも考慮している。（E社）
- 残業は原則禁止とし、忙しい人は周囲がサポートするようにしている。早く仕事が終わった人が終わらない人の仕事を手伝う制度（社内バイト）を検討している。（D社）
- 残業ゼロ運動を呼び掛け、組織や各自で取組をしながら、毎週、どれだけ残業が減ったか、なぜ減らせないかの理由を細かく報告させた。減らせた残業代分は、貢献手当で支給。残業ゼロサポートチームを社内で立ち上げて、社員が残業を減らすための支援を実施。残業削減の取組や成果などは、社内冊子で共有している。（D社）
- 各部署の上司にどれだけの残業時間があったかを周知しマネジメントしている。（A社）

■成果と課題

- 残業の削減に向けた取組をきっかけに、若手のリーダーが集まって、どのような会社にしたいか、どのような制度が必要かなどを議論して提案してもらったことで、社内の意識共有ができた。（D社）
- 残業の削減について当初は一部で疑問の声もあったが、社員の理解を得た上で取組を進めているため、現在はそうした声はなくなった。（E社）
- 成果主義であるため、時間をかけて仕事をするのが評価につながらないことを実感させる風土づくりが必要である。（A社）
- 基本的には制度が充実することを悪く思っている人はいないと考えているが、残業時間をゼロにする取組については、本人の希望する働き方と合わなかったという人もいた。（C社）

（2）－3 子育て支援、育児・介護休業

■取組状況

- 育児休業や子の看護休暇は、法定の範囲内で整備している。（C社）
- 法定の制度とは別に、学校行事や子の看護、不妊治療などに利用できるファミリーサポート休暇制度を整備しており、理由を明示せずに利用することができる。（E社）
- 男性の長期の育児休業の取得率が低いため、次世代育成支援行動計画では取得率100%を目標にしている。（A社）
- 男性の育児休業の令和2（2020）年度取得率目標は100%としている。（B社）
- 育児・介護休業を取得する社員の業務の割振りは、所属内での対応が基本であるが、事務職員の育児休業については派遣社員を採用している。（B社）
- 育児・介護休業を取得する社員の業務の割振りは、各チーム内で分担し、さらにそれをフォローする社員も別にいるため、特定の人に業務が偏らないようになっている。チーム内で分担が難しい場合は、フリーランスに仕事を依頼している。（E社）
- 子育てをしながら働いている社員も多く、育児休業を取った後も、ほぼ全員が復帰して働いている。（D社）

■制度運用にあたっての工夫

- 育児休業からの復帰がしづらくなるのは、休業中に会社とのコミュニケーションが途絶えるためであると考え、休業前と復帰前に面談を行い、復帰の仕方について相談している。また、会社内の様

子を伝えたり、グループウェアを通してコミュニケーションを取るようしたり、会社の全体会議や忘年会への参加を提案するなど、様々な方法で連絡を取るようしている。（E社）

- 若手社員にも、将来、育児休業の取得が必要になった際は取ってほしいと伝えている。（E社）
- 男性の育児休業取得率の向上のため、社内アンケートを実施。その結果制度の周知が十分ではないことが指摘されたため、制度を利用するメリットやデメリットのほか、長期取得者のインタビューを周知するなどしている。（A社）
- 育児休業の最初の5日間を有給とし、取得率の向上をめざしている。（A社）
- 介護休業は、本人への意識づけや職場の理解、介護を抱えている職員に気付く環境づくりに力を入れている。セミナーの開催や情報提供を行っており、令和2（2020）年度は所属長向けのセミナーにも特に力を入れている。介護休職の啓蒙を目的に、当事者のインタビュー動画を作成したが生々しい話もあり、その反響も大きかった。（B社）

■成果と課題

- 育児休業については、男性が育児に対して積極的になった、男性からは子どもの成長に立ち会えて良かった、という話を聞く。（B社）
- 育児・介護休業を取得する際、代替要員を確保することが難しい。（C社）
- 妊娠したことを周囲に伝えてくれない人も多く、対応を検討するためにも、早めに教えてくれるような雰囲気づくりが必要である。（A社）
- 子の看護休暇は、男性従業員の利用もあるが、育児休業は男性従業員の利用はない。（C社）
- 男性社員の長期の育児休業の取得率が上がっていない。（A社）
- 令和2（2020）年度の男性育児休業の平均取得日数は11日であり、長期の日数取得の推進が必要である。（B社）
- 男性の育児休業は取得日数が少ないのが課題。1～2日のみ取得の場合も多く、最低5日以上取得を推進していきたい。（B社）
- 育児・介護休業の制度を詳しく知らない人もいると思われるため、更なる周知が必要である。（B社）
- 介護については、職場内で話しづらく所属長に話していない人が潜在的に多くいると考えられるが、今後、高齢者が増えていく中で、介護との両立が目標になると思う。定期的に所属長に開示できるような体制整備やシステムの構築が課題。制度の活用の仕方やロールモデルなどの紹介が必要である。（B社）

（2）－4 その他

■取組状況

- 新型コロナウイルス感染症の流行の影響を受け、一時的にフレックスタイムなどの制度を導入していた。新型コロナウイルス感染症の収束後に新しい制度についても検討する予定である。（C社）
- 年間で有給休暇取得率80%を目標としており、一年を4期に分けて、各部署や社員に消化率や、残りの日数を周知し、半ば強制的に取得させている。（A社）
- ①新しい働き方、②健康増進、③人材育成の3分野の取組状況を、組織業績評価の一項目として加えている。①新しい働き方は、フレックス制度などの時差出勤を推進するため、活用した人数に応じて加点し、年間の有給休暇取得日数に応じて、各所属の9割以上が休んだ場合には加点をするなどの評価も実施している。②健康増進については、健康診断の改善状況や、所属員の平均歩数をポ

イント化している。③人材育成については、社内研修制度で社内の様々な専門知識をスマートフォンから視聴できる講座の受講状況や、女性のキャリアチャレンジを推進するため、社内の他部署の仕事を経験する短期間の社内留学などの、研修型のチャレンジ制度への応募状況をポイント化している。男性の育児休業取得を推奨するため、取得日数に応じたポイント化も実施している。(B社)

■成果と課題

- 働きやすくなったという肯定的な反応があった。制度によっては、社員みんなが話し合いながら考えたものであるため、満足度は高い。(E社)
- 各地に事業所があり、従業員の構成や職種が異なるため、働いている環境、または部署によっても働きやすさが異なる。(C社)
- 男性上司による意識の壁があり、新しいことに踏み出しづらかったが、役員の体制を刷新して働く環境を整えやすくなった。新体制で同じことの繰り返しにならないように、年齢や性差を問わない環境に配慮する必要がある。改革するためには、多少反発があっても言い続けることが大切。意識は浸透と合わせて実行につなげていくことと、今後も継続させていくことが課題である。(D社)
- 毎年、社員に対してアンケートを取っているが、理解は得られても、行動まではつながりにくいと感じている。(A社)
- 新しい制度を導入する際に、中小企業だからこそ見切り発車でも試行的に取り組んでみることができ、運用しながらの軌道修正もしやすいと感じている。(E社)

(3) ハラスメント防止

■取組状況

- 内部に相談窓口を設置し対応している。(C社) (E社)
- 法改正をきっかけに、令和2(2020)年3月にハラスメント防止規程を策定している。(D社)
- ハラスメントに関する規定を一部改正し、処分を明確化したほか、各事業所に相談窓口の担当がおり、外部の通報先を含め、相談窓口に関する周知を実施している。(A社)
- パワー・ハラスメントの基準は厚生労働省の基準を参考にし、従業員に周知を徹底している。また、社内で実際に起こった事例を挙げて指導している。(B社)
- 役職者はハラスメントに関する研修の受講を必須としている。その他の社員も過去の事例を基に、eラーニングの受講を必須としている。(A社)
- 特にパワー・ハラスメントが起きると職場環境が悪化するので、管理職層への指導のほか、全従業員に周知を徹底している。(B社)

■取組に当たっての工夫

- 日頃のコミュニケーションを大切にしており、メールやグループウェアで気軽に相談できる雰囲気づくりを意識している。(E社)
- ハラスメントの相談をすることと人事評価とを結び付けて考えられないように、相談窓口となる部署は人事考査の面談には同席しないようにしている。(E社)
- 無記名の社内アンケートを定期的実施し、アンケート内容とは関係のないことでも困っていることを自由に記載できるようにして、トラブルになる前に予兆を把握し、対処するようにしている。また、グループウェアを活用し、SOSを発信しやすいようにしている。(E社)

■成果と課題

- ハラスメントについて毎年アンケート調査を実施している。昨年度特に力を入れて周知徹底を行った結果、今年は新型コロナウイルス感染症で出社が少なかった影響もあるかもしれないが、例年に比べるとハラスメントを受けた、または目撃したという回答はかなり減少している。今年度は現在までに、悪質なパワー・ハラスメントなど懲戒処分の事例は発生していない。（B社）
- パワー・ハラスメントはセクシュアル・ハラスメントのように簡単に定義できず、業務上の指導と区別しづらい。指導をしすぎると管理者が委縮してしまうことがある。業務上の指導でも、少しでも大声になると部下に通報・相談されることが増えるが、実際に話を聞くと、それは指導の範囲内である例もある。（B社）

（4）LGBTsへの支援

■取組状況

- 特に取組は行っていないが、潜在的なニーズがある可能性もあるため、積極的に取り組みたい。（D社）
- LGBTs当事者が自認する性（男性と自認していれば男性）で社内では扱っている。（C社）
- 慶弔休暇の利用やライフイベントでの祝い金の交付、社宅の貸与等について、事実婚関係にある同性パートナーについても配偶者同様に適用している。（B社）
- 勉強会による啓蒙活動を実施している。（A社）
- 年に1回、ダイバーシティに関する啓蒙週間内で、LGBTsの啓蒙を実施している。（B社）
- 相談窓口を設置し、社内のイントラネット（内部ネットワーク）に連絡先を掲示して受け付けている。（B社）
- 毎年渋谷で行われているレインボープライド（LGBTsへの差別解消や理解促進のためのイベント）に、社内で声掛けをして、有志で参加している。（B社）

■成果と課題

- 啓蒙活動の結果、意識が醸成されてきている。（B社）
- 実態は分からないが、当事者がいた時の場合に備えて準備を進めていくことが重要であると思う。（A社）
- 当事者の絶対数が少ない為、社員の反応はあまりなく、そのため顕在化した課題もない。（B社）

（5）今後の取組予定

- 今後は、在宅勤務を進める予定であるため、適切な人事評価方法を考えたい。（E社）
- 仕事や時間についての考え方が会社の方向性と合っていないと感じることもあるため、社員への浸透を図っていく予定である。（E社）
- 「新しい働き方」が今後の大きなテーマの1つ。地域に縛られずに働き続けることができる取組みが必要。令和3年4月から原則希望する契約社員の正社員化を進めるほか、営業拠点の事務職員に新しい役割を付与するなど、女性が職種や職務、勤務地に縛られずに持てる能力を最大限発揮し活躍できる制度、風土の醸成を行っていく。（B社）

（6）区に求めること

- 助成金以外のものについても、考えられるかもしれない。（C社）

- 在宅勤務を進めてはいるが、自宅環境が整っていない人も多いので、利用可能なサテライトオフィスの情報を提供してもらえるとありがたい。（A社）
- 結婚した人、子育て中の人への支援制度は多いが、独身の人でも、誰でも使える休暇に対する支援があるとよい。（D社）
- 育児休業の取得について、社会保険の免除だけでなく、会社への助成金もあるとありがたい。（D社）
- 区内の他の企業との情報交換ができる場があると良い。（A社）
- 他の会社の取組状況などは、事例集などで目にするが、良いところばかり書いてあって実感が湧かないところもある。担当者同士が直接、苦労したことや困っていることなどを含めて意見交換できる場があるとよい。（D社）
- 各社がそれぞれに取り組むと意識付けが難しいこともあるので、地域で取り組むようなことがあると良い。他社の方が進んでいる点もあると思われるので、情報やノウハウの交換など、他の会社との交流の機会があると参考になることがあると思う。（B社）

千代田区男女共同参画についての意識・実態調査
報 告 書

令和3年3月

発 行 千代田区 地域振興部 国際平和・男女平等人權課
〒102-8688 東京都千代田区九段南1-2-1
電話 03(5211)4166

実 施 株式会社創建 公共経営・地域政策チーム
〒105-0011 東京都港区芝公園1-3-8
電話 03(6809)1781