

3. 企業アンケート調査結果

【調査対象及び標本抽出方法】

国内の事業所 10,000 事業所を対象として調査を実施した。うち 9,000 事業所については、従業員規模と調査対象地域によって層化した上で、一般の事業所から無作為抽出した。

また、残りの 1,000 事業所については、「早寝早起き朝ごはん」全国協議会参加企業及び各都道府県において「家庭教育応援企業」等に登録されている企業等（以下、登録企業等）から無作為抽出した。

図表概 3-1 従業員規模・調査対象地域別の調査票配布数

調査対象地域	従業員 300 人以上	従業員 300 人未満	計
北海道・東北ブロック	650	650	1,300
関東・甲信越ブロック	900	900	1,800
中部ブロック	700	700	1,400
近畿ブロック	800	800	1,600
中国・四国ブロック	650	650	1,300
九州ブロック	650	650	1,300
沖縄ブロック	150	150	300
計	4,500	4,500	9,000

図表概 3-2 登録企業等調査票配布数

調査対象地域	登録企業等事業所数	調査票配布数
全国	71	71
北海道	622	278
秋田県	65	29
群馬県	361	161
名古屋市	126	56
滋賀県	320	143
京都市	158	71
鳥取県	267	119
愛媛県	46	21
佐賀県	114	51
計	2,150	1,000

【調査票回収結果】

図表概 3-3 調査票回収結果

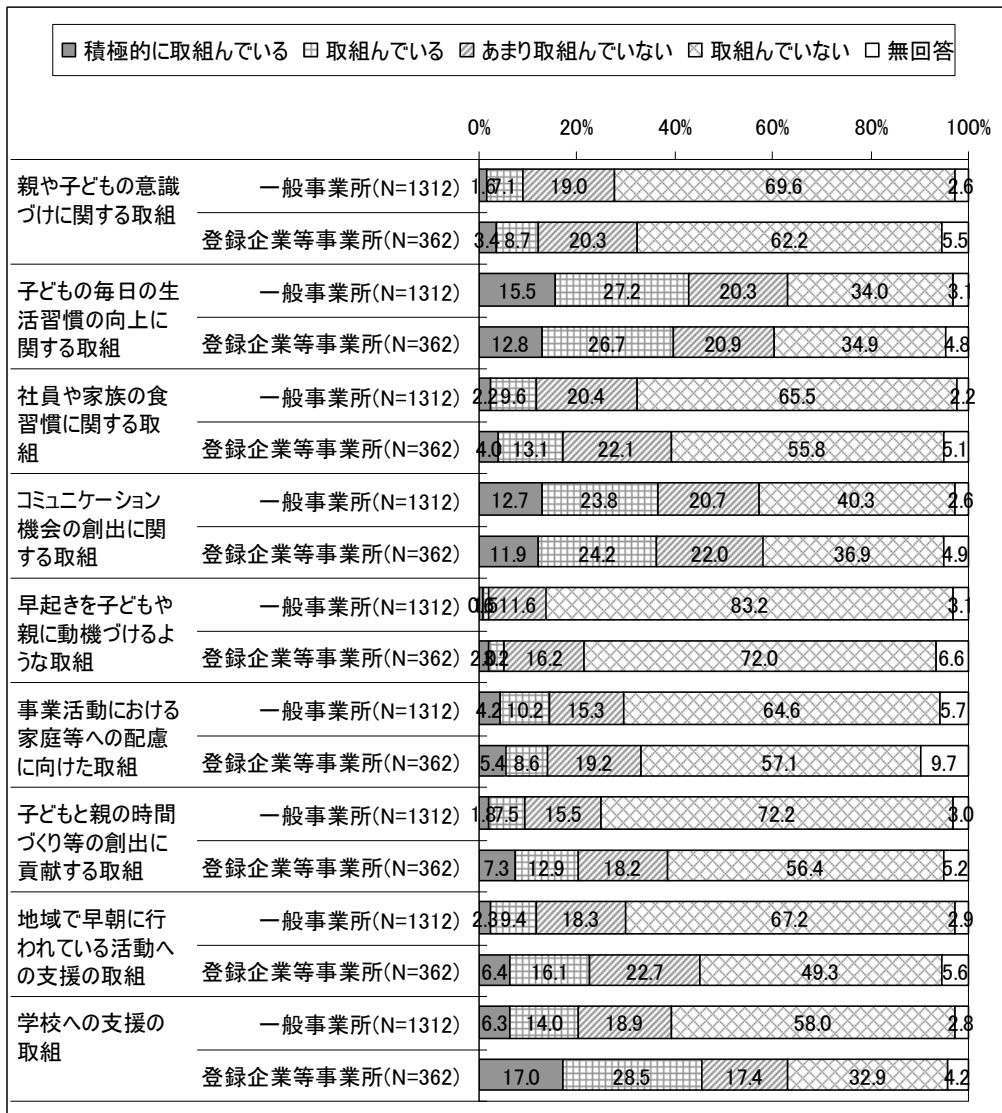
	配布数	回収数	回収率
一般事業所	9,000	1,312	14.6%
登録企業等事業所	1,000	362	36.2%
計	10,000	1,674	16.7%

(1) 全体概要

企業における子どもの生活習慣向上に資する取組の状況は、「子どもの毎日の生活習慣の向上に関する取組」「コミュニケーション機会の創出に関する取組」において取組割合が高くなっている。これは、ワーク・ライフ・バランス推進施策での法制度整備に伴い、これらの取組が多く企業において先行して進められているためと推測される。

また、一般事業所と登録企業等事業所を比較すると、特に「子どもと親の時間づくり等の創出に貢献する取組」「学校への支援の取組」「地域で早朝に行われている活動への支援の取組」等において、登録企業等事業所の方が一般事業所よりも積極的な傾向が見られた。

図表概 3-4 各種取組の実施状況



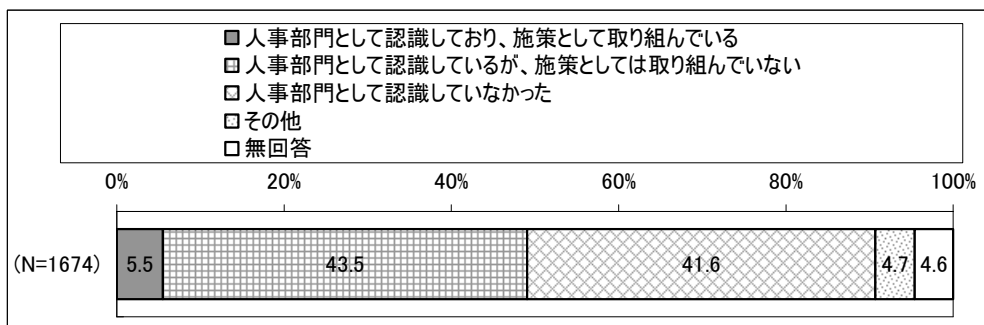
なお、前述のグラフは個別の取組を9つに分類し、その実施状況の算出に当たっては各取組の実施状況の平均値を示したものである。9つの分類の内訳を以下に示す。

【分類詳細】

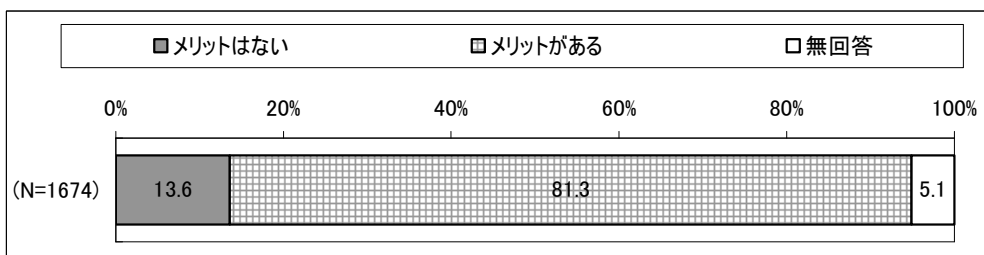
- A-1 子どもの毎日の生活習慣の向上について親や子どもの意識づけに関する取組
- 冊子等の配布、社内報などで特集、子育て講座などの開催、研修の中に組み込み、生活相談担当の設置、ワーク・ライフ・バランス推進担当の設置 など
- A-2 子どもの毎日の生活習慣の向上に関する取組
- ノー残業デーの設定、定時退社の奨励、フレックスタイムなど勤務時間の柔軟化、短時間勤務、時差通勤の奨励 など
- A-3 社員や家族の食習慣に関する取組
- 食習慣や食育に関する冊子等の配布、食習慣や食育に関する講演等の開催、食に関するイベント・キャンペーン等の開催 など
- A-4 子どもと親の時間づくり、コミュニケーション機会の創出に関する取組
- 休暇制度の充実、育児休業制度、育児休業制度拡充、介護休業制度、介護休業制度の拡充、休暇・休業取得の推進、授業参観日休暇、家族休暇など独自の休暇制度、企業内保育所の設置、在宅勤務制度など就労場所の柔軟化、家族の職場訪問・職場開放等の機会の設定、家族参加の祭り・イベント・スポーツ大会等の開催・共催、地域の祭り・イベント・スポーツ大会等への従業員・家族の参加勧奨、多様な福利厚生サービスへの法人加入等による従業員の余暇活動支援、従業員による地域活動・ボランティア活動等への支援・積極的評価、家族向けの職場紹介・職場イベントの開催 など
- B-1 早起きを子どもや親に動機づけるような取組
- 早朝割引サービスの実施、早寝早起きに資する製品・サービスの提供、朝ご飯摂食に資する製品・サービスの提供、早起きを促すイベント、キャンペーン、呼びかけなどの実施 など
- B-2 事業活動における子ども、家庭への配慮に向けた取組
- 深夜サービスの自粛、深夜サービスの割高な料金設定、早寝を促すイベント・キャンペーン・呼びかけなどの実施、サービス・製品等に関する子どもの健全育成に配慮したガイドライン・社内基準策定 など
- B-3 子どもと親の時間づくり、コミュニケーションの機会の創出に貢献するような取組
- 親子教室・体験学習・ファミリーイベントの開催等、社外の親子教室・体験学習・ファミリーイベントへ人材派遣、社外の親子教室・体験学習・ファミリーイベントへ資金・物品援助、社外の親子教室・体験学習・ファミリーイベントへの施設・場所の提供、家族のコミュニケーションを促すイベント・キャンペーンなどの実施 など
- B-4 地域で早朝に行われている活動への支援の取組
- 地域で活動している団体等への資金・物品など経済的支援、地域で活動している団体等への人的支援、地域で行われている早朝活動との商品・サービスでの連携、地域で行われている早朝活動への施設・場所の提供、ラジオ体操・街路清掃など自社従業員による地域参加の早朝活動 など
- B-5 学校への支援の取組
- 事業所見学の受入れ、従業員を講師として学校へ派遣、資金や物品等の援助、学校行事への参加・協力 など

「早寝早起き朝ごはん」国民運動の企業の人事部門における認知や取組は、家庭での認知や取組と比較して途上ではあるが、子どもの生活習慣向上の取組の企業活動へのメリットの認識は高く、特に、「労務管理の効率が高まる」、「ワーク・ライフ・バランスの推進につながる」、「メンタルヘルス対策につながる」など、労務管理に関する課題へのメリット評価は共通して高い。企業での取組を進めるためには、企業側のメリットを踏まえた啓発を考えていく必要がある。

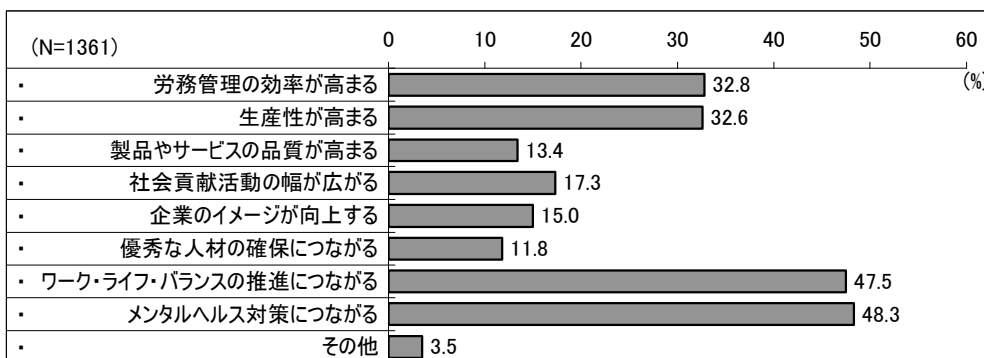
図表概 3-5 「早寝早起き朝ごはん」国民運動の認知度



図表概 3-6 生活習慣向上の取組の企業活動へのメリット有無



図表概 3-7 生活習慣向上の取組の企業活動への具体的メリット



(2) 業種・企業規模別の比較

業種別に比較すると、例えば飲食店で食育に関する取組が活発であったり、教育・学習支援業で全般に活発な取組が見られること等、子どもの生活習慣向上への企業の取組は業種毎の業務内容や企業活動と近接性のある分野から取り組まれている傾向がある。実際に、ヒアリングでは食品を製造している企業や農業協同組合にて食育に関する取組が実施していたり、授乳服・育児関連製品の製造販売業において保護者向けの育児教室等の親や子どもの意識づけに関する取組を実施している例がみられた。

図表概 3-8 企業業種による取組状況の差異 (抜粋)

	冊子等の配布	社内報などで特集	子育て講座などの開講	研修の中に組み込み	生活相談担当の設置	ワークライフバランス推進担当の設置	食習慣や食育に関する冊子等の配布	食習慣や食育に関する講演等の開催	食に関するイベント・キャンペーン等の開催
全体(N=1674)	11.8	12.3	3.2	4.9	11.1	13.4	19.2	9.7	10.0
飲食店、宿泊業(27)	25.9	11.1	7.4	3.7	7.4	7.4	29.6	7.4	25.9
教育、学習支援業(222)	60.0	40.0	26.6	26.7	26.6	16.6	53.4	40.0	40.0

(表中でオレンジ色は平均よりも10%以上高いことを示す。以下、同様。)

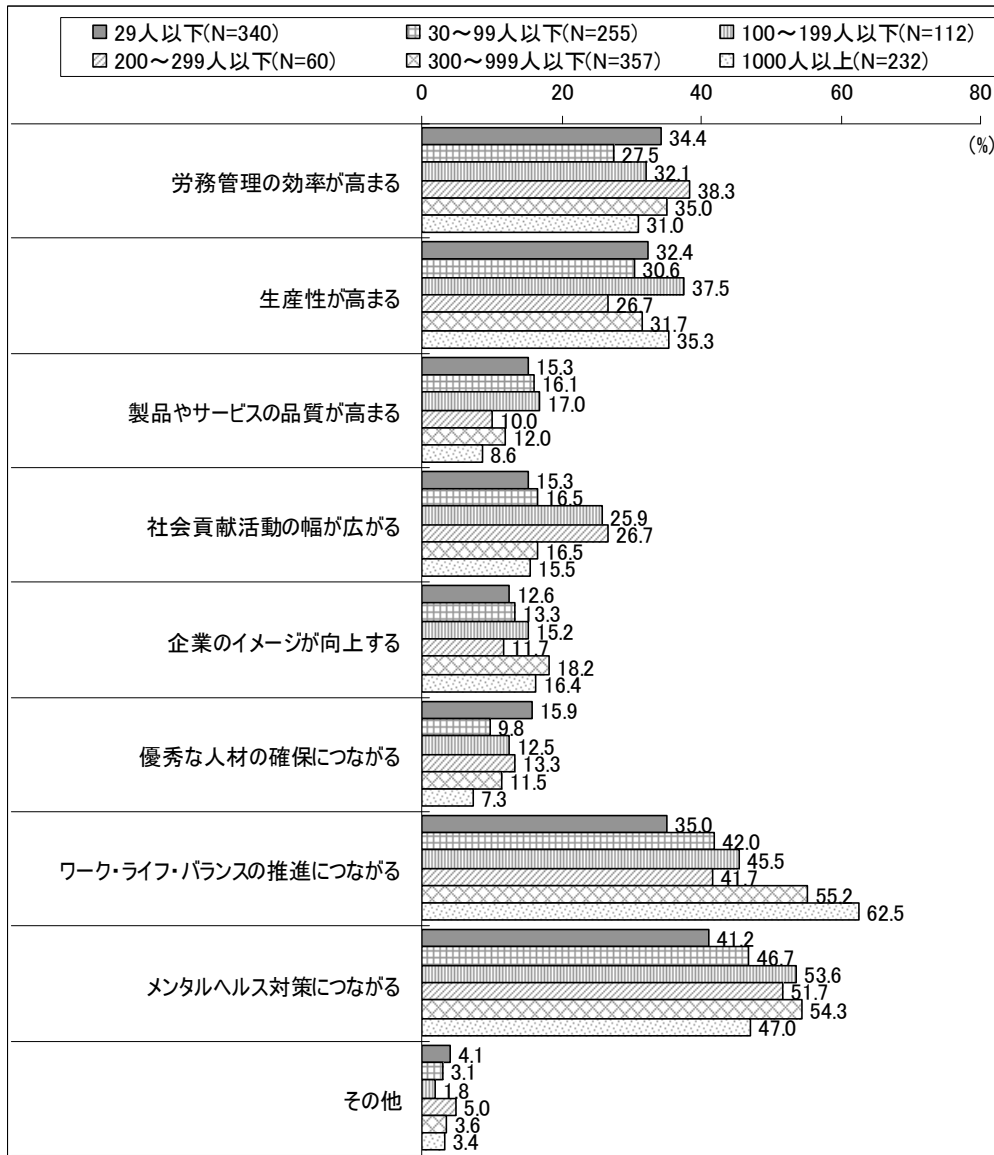
規模別に比較すると、大企業では「ノー残業デーの設定」「育児休業制度」等の制度面の整備が進んでいるが、中小企業では「授業参観日休暇等の独自の休暇制度」「学校行事への参加・協力」等、家庭や地域の状況に応じた柔軟な対応がなされており、企業の規模や業態に応じた取組が可能と考えられる。

図表概 3-9 企業規模による取組状況の差異 (抜粋)

	ノー残業デーの設定・定時退社の奨励	育児休業制度	授業参観日休暇・家族休暇など独自の休暇制度	学校行事への参加・協力
全体(N=1674)	60.1	73.9	27.5	23.8
29人以下(441)	47.4	39.4	38.6	32.2
30~99人以下(318)	45.9	71.7	26.5	29.9
100~199人以下(139)	58.3	84.2	22.3	23.8
200~299人以下(75)	70.7	86.6	18.7	34.7
300~999人以下(417)	70.7	93.3	20.1	13.4
1000人以上(273)	79.9	94.5	27.4	16.5

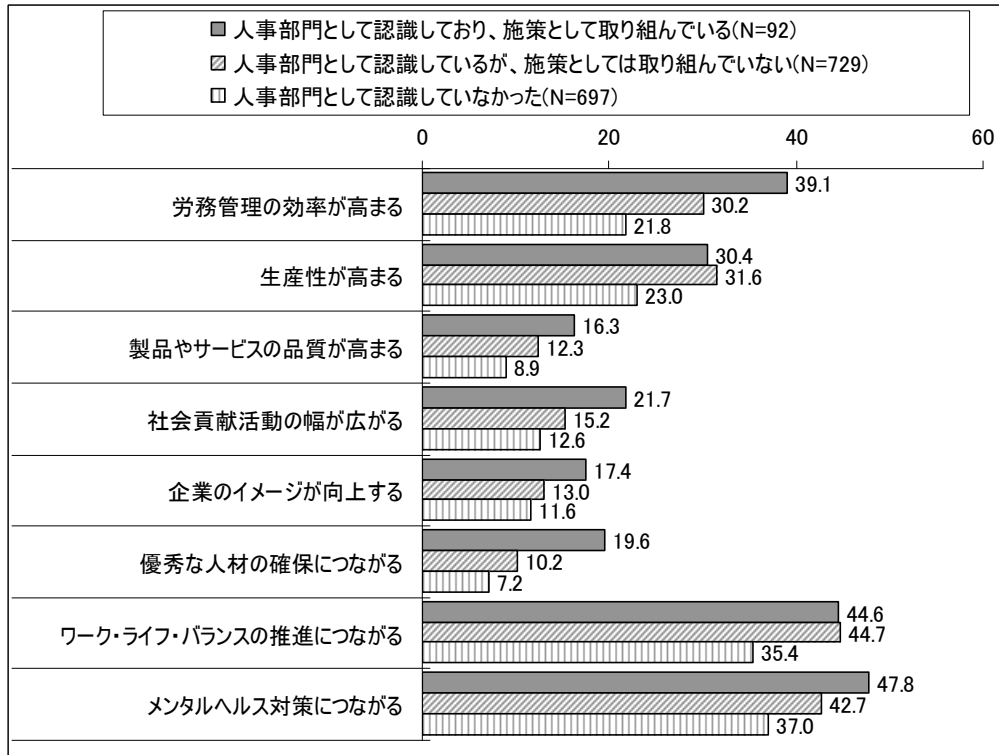
また、これらの取組のメリットとして、小規模の企業においては「優秀な人材の確保につながる」「製品やサービスの品質が高まる」、中規模の企業においては「社会貢献活動の幅が広がる」といった項目で、大企業に比べて高く認知している傾向が見られる。本調査の回答企業は比較的取組が進んでいる企業が中心と考えられるが、こうした企業規模等に応じたメリットについて明らかにし、広く普及していくことにより、取組が推進していくものと考えられる。

図表概 3-10 生活習慣向上の取組の企業活動への具体的メリット（規模別）



また、「優秀な人材の確保につながる」「社会貢献活動の幅が広がる」「労務管理の効率が上がる」といった項目は、実際に取り組んでみた企業ほど回答が高く、施策の実施により、予想以上に実感するメリットと考えられる。

図表概 3-11 生活習慣向上の取組の企業活動への具体的メリット（認識度別）



(3) 企業の取組に対する保護者の要望

保護者が企業に求める施策と、企業の実施する施策を比較した。保護者が企業に求める施策は「ノー残業デーの設定、定時退社の奨励」、「休暇制度の充実」、「休暇・休業取得の推進」「独自の休暇制度」等である。これは、前述のとおり子どもの生活習慣形成には家族ぐるみでの取組が必要であり、そのためには企業の従業員である保護者がより取り組める勤務環境を期待しているからとも考えられる。保護者の要望が強い施策は、企業においても既に一定程度の取組が見られるものの、例えば「授業参観日休暇、家族休暇など独自の休暇制度」等の実施状況は保護者の要望に比して高くない。より一層の企業の理解と協力が期待される。

図表概 3-12 企業の実施する施策と保護者の求める施策（比較）

