

事業名	企業内家庭教育の推進	担当課	生涯学習スポーツ課
-----	------------	-----	-----------

概要説明

この事業は

- ・企業内家庭教育の推進は家庭教育推進事業の柱の一つで、乳幼児学級や小中学校の家庭教育学級における「親の子育て学び」の推進にあわせて、社会全体でも親の子育て学びを支援できるよう推し進めるもの。
- ・子育ては親が第一義的な責任を持つことはよく理解されているが、祖父母や家族、学校、行政、地域社会、企業も相互に協力しながら一体的に取り組むと、条例には明示されているものの、まだ理解は進んでいない。
- ・条例では企業に対しても、職業生活と家庭生活の両立を図ることなど、家庭教育施策に協力するよう求めており、研修の機会を持っていただくこと

を目的とし

- ・「ライオンズクラブ例会」など企業のリーダーが集まる場で啓発し、研修会実施の意向を聞く。
- ・意向がある企業を個別に訪問し、研修の日程や内容を打合せ、実際に研修を行う。
- ・研修の成果を例会などで報告し、良さをフィードバックし、研修会の広がりを図る。
- ・令和3年度に、ロータリークラブ例会で啓発の講話を行ったが、コロナの影響で研修を見合わせた。
- ・令和6年度にそのうち1社で研修を行った。
- ・今後、同様の手法でライオンズクラブ、センターロータリークラブでも実施する予定。
- ・そのほかに、中津川市職員(係長級・課長級)研修、小学校の職員研修の実績がある。

計画で進めます。

◆この事業で意見を頂きたいこと

- ・企業内家庭教育研修をさらに多くの企業等で実施するためのヒント
- ・企業を含めた地域社会で家庭教育について啓発する機会をどのように作ったらよいか

◆委員の意見等

・事業の質問

別紙1 参照

・問題・課題

別紙1 参照

・意見

別紙1 参照

担当課による自己評価

◆良かったこと（成果）

ライオンズクラブ、ロータリークラブ例会において、家庭教育出前講座の啓発活動ができた。ライオンズクラブでは1社、ロータリークラブでは8社が、関心があり詳しく話が聞きたいとの回答をいただき、その後、電話、メール、会社訪問等の対応をした。

◆課題・問題

各クラブでは、関心を示してくれた事業主様が多かったが、いざ担当者とお話すると、話が通っておらず、話が進まない。
小規模の現場主体の事業所が多く、研修は全く関心がないところが多い。
男性の育児休暇や研修は、大手企業・公務員の話であって、零細企業では取り入れたくてもできない現状がある。

◆今後どうしたいか（会の意見を踏まえて）

ニュース等で子育て支援に関する情報があふれる中、これから親になる、また子育て真っ只中世代の従業員が思い描くワークライフバランスと、管理職世代の考え方とは大きく乖離しているのではないか。もう子育てには関係ないから不要ではなく、それぞれがもっている課題や意見を一緒に考える機会を持つことで、見えてくるものがあり、この溝を埋めていく手立てとなる。

零細企業では企業利益に直接関係しない研修や制度について、どんな取り組みができるのか見当がつかない。情報がないから、関心もわからない。岐阜県ではエクセレント企業認定制度がある。この情報を最大限に利用し、まずは情報提供からではないかと考える。

◆この事業のアピールポイント

企業・事業所と連携し、地域社会全体で子どものすこやかな育ちを支援推進する。
企業全体でワークライフバランスを考えることで、仕事に打ち込める環境を整えることができ、企業にとっても、従業員にとっても双方にメリットがある。
企業が従業員の家庭を、家族が企業や職場のことをお互いに知り理解することで、家庭生活の充実、子どもが働くことや、憧れを持ち、ひいては、将来の中津川市を担う子どもたちを育む事業である。

委員の意見内容

◆良いところ

◆課題、問題点

◆意見

■事業の質問

目的・計画はわかったが、どのような内容で教育・研修を行うのかわからない。
対象外（子育てしていない家庭）の従業員に対しては何もしないということなのか？
過去に実施された企業内家庭教育学級について、どの程度広報活動が行われたのか。
「家庭教育とは何なのか」「企業内家庭教育学級とは何をすることなのか」について企業はどれだけ周知しているか。また各企業の職員間で周知されているのか。
家庭教育を推進していくのは県なのか市なのか推進母体が分かりにくい。新規の活動ということで試行錯誤しながら進めているのか？

■問題・課題

企業内でこの事業自体が認知されていない。
人財の確保（講師等）データバンクの利用も相まって、その体制の整備についても調査検討が必要。この事業を市の事業として位置づけることが良いのではないか？
多くの企業が毎年新入社員教育で研修セミナーを宿泊形式で行っているなど、企業で人間教育の難しさが課題になっている。
子育て真っ最中の方々と関わる私どもとしては、働かなくてはいけない親が増えていて、仕事が休みにくいと言われる方もいる。子どもが体調不良の時でも無理をして園に預け、結果感染症が広がってしまうというケースも少なくない。こんなことも企業に知ってもらいたい。
内容と合わせてターゲットを誰にするか考える必要がある。
今後、実際の事例を積み重ねていくことが必要。
研修時間の設定が課題。企業側の理解が必要。
学校教育での家庭教育の充実
親の生活リズムに子供を合わせるなど子供の生活習慣の確立が難しくなっているため、家庭教育をフォローする必要がある。

■意見

生活環境、家庭事情、貧富の差、年寄りの面倒、シングルマザー（ファザー）など各家庭で条件が異なる場合、研修も一般論になってしまうのでは？
QCサークル活動の一部に組み込んだらどうか。 （例）居間をみんなで整理整頓したら広く使えるようになり、そこでゲームをしたりして家族で遊ぶ時間が増えた
企業における家庭教育というのはどういうものを指すのか分かりづらい。
子育てしやすい社会づくりといった内容であれば幅広い世代・立場の方に聞いてもらえるのでは？
企業がテーマを選択性にして実施したら研修の内容が社員に身近に感じてもらえるのでは？

企業経営者の家庭教育への理解度を高めた上で従業員に実施することが重要と考える。商工会議所、ライオンズクラブ、ロータリークラブ等において経営者サイドの理解度を高めていくことが先決。
企業内家庭教育を推進する理由やメリットについて具体例を挙げながら情報を発信していく必要がある。
学校での保護者等への家庭教育学級の実施が過去のように行われていない。学校教育での家庭教育の充実も考えていく必要がある。
企業でも家庭でも本当の目的は人間性を磨くことだと思う。人の心に感謝の心・思いやりの心・自立の心を植え付け磨くことが大切。
学校でも家庭教育学級等の研修を行っているが、夜間などの研修会には一部の参加者しか出席がない。仕事や家事等の理由がある。企業内で昼休み（昼食時）などに気軽に参加できるものはとてもいい。
PR方法を見直すといい。企業全体で理解を得られることが良い職場となる。
ワークライフバランス研修受講の価値を上げる。事業者が就職者PRの際のひとつのクオリティコンテンツ（働きやすい職場）として使えるようにすると研修会依頼が増えると考える。
企業の従業員構成（年齢、家族構成、男女構成等）が様々なので、当面は会社幹部クラスに働きかけ、対象を増やす必要がある。
企業には、まず子育て世代の方から実施し、これから家庭を持つ方、子育てが終わった方というように世代に応じた家庭教育学級を企画してもらう。
昼休みの30分、終業前の30分というように、参加しやすい時間の工夫をする。
企業内家庭教育について、例えば一回の人数を多くしない、職域ではグループごとに進めるなど、企画を企業にさせてみてはどうか？
労働組合のある会社には、労働組合からすすめてもらうのも一手ではないか。
企業のほとんどは中小零細企業で、取るに取れない育児休暇や家族とのコミュニケーションを考えると家計に余裕がなくなるのでは？
子育てや教育などは、各家庭で昔より熱心にやっていると思う。地域参画もしておりそれ以上に押し込まれるのは大変。
行政との協定や登録制度をつくり、企業の取り組みが社会から認知、評価されることで他企業との差別化を図ることができるのでは？