

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、話を通っておらず、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な。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こどもたちを育む事業である。

委員の意見内容

◆良いところ

企業における家庭教育の重要性を伝える活動は、子どもの健やかな成長を社会全体で支える重要な機会であり、その企業の経営層に対して取り組んだことは評価できる

◆課題、問題点

- ・企業にメリットが認知されていない
- ・自分事として感じられる内容、教育内容の明確化
- ・PRの仕方と粘り強く続ける
- ・学校・地域における推進と並行して、企業内での推進を図る

◆意見

- ・一人一人が自分の持ち場で伝えるという思いを持つ
- ・子育ての現状を多くの市民に知ってもらうため、啓発活動（チラシ）でコツコツ伝える
- ・市から学校や地域に積極的な働きかけが必要
- ・企業内家庭教育研修（ライフバランスセミナー）は企業の今後の課題であるので、具体的な内容実例を挙げて提示していったほうがよい
- ・具体的目標を提示する

■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な？
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？

◆良いところ

学校の家庭教育学級には、子育ての意識が高い人しか集まらない。企業に目を向けて実際に家庭教育を行ったことは評価できる。
企業における家庭教育推進の取り組みは斬新で良い。
ライオンズクラブ・ロータリークラブで啓発活動を行ったことが良かった。
企業の経営層に対して家庭教育の重要性を理解してもらう努力をされたこと。
今まで諸活動に参加しづらい立場の父親(母親)にも仕事へ出たついでに学ぶチャンスが生まれる。
子育て親育ちシンポジウムの参加者に一定の理解が得られたこと。
経済生活と家庭生活は人生の基盤であり、そこにおける教育はとても大切なものです。
ワークライフバランスセミナーが少しずつ増えてきたことは良かったが、岐阜や西濃に比べるともう少し頑張ってもらいたい。

◆課題・問題点

中小企業ではなかなか理解が難しいという話があったが、しばらく粘り強く続けていったらどうか？口コミや宣伝で広がっていくとよい。
企業に事業のメリットが認知されていない。企業研修が実施されても内容やそのあとの取り組みが分からないので結果として次のステップへの議論が進みにくい。
企業の方たちに家庭教育の大切さを理解していただけない。特に子育てを終えた40代50代の方にとっては関係ないことだと思われる。
企業によって実施できる時間（回数、場面）が違う。企業のとらえ。
企業内での経営層と社内展開する実働者との意識ギャップ
企業の方が「自分事（自分の家の子のこと）」に感じる内容の選択。
教育内容が最重要課題であり、今一番欠けている部分。
事業の主体は県で市は地域密着型の支援とうたっているが、県と市の役割分担が分からない。
学校・地域における推進と並行して企業内での推進を図っていくことが重要。
具体的目標値の設定がなされていないため評価がしにくい。
課としての推進・取り組みを感じない。担当者（嘱託者）に任せている感がある。

◆意見

私自身は、自分の持ち場（学校）で、保護者に子育てについて話をしたいこうを思っている。
この事業を実施できる企業は本当に素晴らしいと思うが、零細企業等についてはかなり厳しいのではないかな。
子どもを持つ親の中で、保育園前の年齢の子を持つ親対象に企画しては？ （子育ての意識が高いうちに家庭教育学級という名称・内容を覚えてもらえる。） （画面timeやスマホ利用については、大きくなってからでは効果が薄い。）
今の乳幼児・児童がどのような現状であるかを、市民の多くの方に知ってもらいたい。 講座は難しいが、チラシを作って企業に配布したりして現状や伝えたいことを知ってもらってはどうか。コツコツ伝えて知ってもらうことが大切。
実働者、展開者を経営層との懇談の場に参加してもらうことで企業内の理解率を高くしてはどうか。

企業内の他、学校・PTAを通じて家庭教育の重要性を理解してもらうことも必要ではないか。
家庭教育の推進は重要なテーマであり、市から学校や地域に積極的な働きかけが必要と考える。
会議を重ねても、内容は「企業内家庭教育研修の大切さ」を繰り返し説明しているだけなので、検討内容を絞って議題を提議するとよい。
開催形態について、これまでの実態を例に成果と課題を挙げて検討するとか、研修内容について、今まで実際に研修で話された内容を提示しながら成果と課題を挙げて検討するとかして議題を明確にすることで、議題に沿って議論することができる。
県の未来創生課が「働いてもらいたい方改革」を実施している。企業内で家庭教育施策に協力するためには、従業員が働きやすい環境の企業であることが重要。他企業との差別化をする意味でも企業の方向性を示す一つの方法論と考える。これは企業の今後の課題であり、短期的に市が進めている今までの施策を充実して頂き、できれば具体的な内容も実例を挙げて提示していただきたい。
委員から提案された意見には良い提案が多くあるので、是非方向性を示し、具体的目標を議題として会議を開催してほしい。

社会教育委員長に何をすべきか考えがない委員会は会が形骸化していく。事務局作成の原稿や会の進め方を読んでいるだけでは会としての成果を求めることは難しい。
社会教育委員の会としては、現代的課題を敏感にとらえたテーマを設定していくことが必要。
今一番しなければならない教育は道徳教育だと思う。目に見える物質生活も大切だが精神生活も大切。