

中小企業における「くるみん」の意味と機能 ： 企業選択のてがかりとしての有効性

SUZUKI, Eriko / 鈴木, えり子

(出版者 / Publisher)

法政大学キャリアデザイン学部

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

法政大学キャリアデザイン学部紀要 / 法政大学キャリアデザイン学部紀要

(巻 / Volume)

10

(開始ページ / Start Page)

291

(終了ページ / End Page)

318

(発行年 / Year)

2013-03

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00008802>

中小企業における「くるみん」の 意味と機能

——企業選択のてがかりとしての有効性——

法政大学キャリアデザイン学部 キャリアアドバイザー 鈴木 えり子

1. はじめに（問題意識と背景）

人はライフキャリアを考える時、いきいきと、やりがいを持って働きたいと考える。長期的なキャリアの視点に立ち、どのような働き方をしたいか、どのような企業で働くのか考えることは大切であるが、その基準はさまざまである。ワーク・ライフ・バランス（以下「WLB」と表記）や子育て支援、ダイバーシティ、ポジティブアクション、キャリア支援などの制度や職場環境、働き方について発信されている情報を有効に活用することが企業選択では重要なことであるが、中小企業においてはそれらの情報の発信は多くはない。また求職者がその情報を効率的に得られてはいないのが現状である。

日本経済団体連合会は報告書（2010）の中で、「中小企業庁の調査（2008）によると、中小企業は「人材」を最も重要な経営資源と考えている。約3割の中小企業が採用の現状に対して「質の高い人材を確保できない」（85.5%）ことや、「必要数を確保できない」（31.2%）ことに不満を募らせているとしている。大企業にはない中小企業の持つメリットや強みを活かし、自社を磨いている企業も多くあることも事実である。しかしそれが社会に認知されなければ人材確保につながらず、企業が学生・求職者から注目されるためには直接・間接に伝える努力が必要である」と述べている。

そこで求職者が中小企業の労働環境や人材に関する制度や姿勢について効率的に知る方法はないだろうかという疑問から筆者は、従業員101名以上の企業に届出の義務があり、現在多くの企業が公表している「一般事業主行動計画」⁽¹⁾⁽²⁾

に注目した。行動計画は公表の段階では計画が実行できているかどうかは各企業にまかされており、実際に目標を達成した企業には「子育てサポート企業」として、「くるみんマーク」認定（以下「くるみん」と表記）がされる。つまり、「くるみん」を受けている中小企業が、実際に働きやすい、人材の定着を目指す企業であることが明らかにされ、それを対外的にアピールできれば、優秀な人材の確保や定着に繋げていくことができるのではないだろうかと考える。さらに言えば、学生をはじめ求職者にとっては、自分の働く環境や企業の人材に対する考え方を知るてがかりになるのではないだろうか。現在の日本社会では少子高齢化、労働力不足、雇用のミスマッチの問題を抱え、仕事と生活の調和の難しい社会への取り組みが課題となっている。働く側と企業を結びつけるてがかりとして「くるみん」は「アピール効果」を持つのではないだろうかとの考えが本研究の背景である。

2. 研究課題

（1）「くるみん」の定義

一般事業主行動計画は従業員101人以上の企業に届出義務があるが、その計画の目標達成は各企業にまかされている。実際に目標を達成した企業は「子育てサポート」として厚生労働大臣より認定され、「くるみん」マークを使用することができるようになる。

企業が行動計画を策定し、その行動計画に定めた目標を達成するなどの一定の基準⁽³⁾を満たした場合、申請を行うことにより、「子育てサポート企業」として、厚生労働大臣の認定を受けることができます。

認定を受けた事業主は、次世代認定マーク「くるみん」を自社商品や広告などに使用することができ、子育てをサポートしている企業であることを対外的にアピールすることができます。



【次世代認定マーク（愛称：くるみん）】

出所「厚生労働省 両立支援総合サイト 両立のひろば」

(2) 「くるみん」に注目した理由

①次世代育成支援、WLB や子育て支援（以下「WLB 等」と表記）推進のために必要な雇用環境整備に、「くるみん」認定企業は取り組んでいる。

日本の WLB 施策は急速な少子化問題の解決に端を発して推進されてきた。次世代育成推進法（2003年7月成立・交付）には、事業主の責務として、雇用する労働者の職業生活と家庭生活の両立を図るために雇用環境の整備を行うことにより、次世代育成対策を実施しなければならないと明示された。その後2007年には WLB 憲章が策定され、「国民一人ひとりがやりがいや充実感を感じながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域生活などにおいて人生の各段階に応じて多様な生き方選択・実現できる社会」を掲げ、企業と働く者の具体的な取り組みである「仕事と生活の調和のための行動指針」が示された。このように、働き方の見直しによる WLB の実現が少子化対策の重要な課題のひとつであり、国・地方公共団体・企業が一体となった取り組みの必要性が打ち出されている。このような背景のなか、一般事業主行動計画の届出が義務化され、さらにその目標を達成し認定要件を満たした企業が「くるみん」認定企業である。

②中小企業の人材確保に WLB 施策は有効であるが、環境整備について外部から知ることは難しい。

企業経営の根幹に関わる重要性を持つ人材の確保に問題を抱えている中小企業においては特に、WLB 施策が人材確保の有効な手段であることを明確に意識して、そのアピールや運用を図っていくことが望ましい、と「少子化社会対策に関する先進的取組事例研究報告書」（2006）で述べている。中小企業の仕事と育児・介護の両立への取り組みが求職者へ与える影響について、川口・長江（2005）は、「ファミリー・フレンドリー（FF）施策⁽⁴⁾は、投資家にも大学生にもおおむね好意的に評価されているようである」とした上で、大企業では人事制度の情報がホームページや株主総会などを通じて社会に公表されているため、むしろ中小企業でこそ FF 受賞が投資家や求職者の間での評判を左右する可能性がある、と述べている。しかし、現状では FF 受賞の認知は高くはないといえる。また武石（2006）は、特に新卒者に関しては就職活動時に環境整

備の項目までチェックすることはほとんどないとしており、環境整備について外部からの観察が難しいことを示している。このように、中小企業にとってWLBを推進していることは人材の確保という点において重要なアピールとなり得るが、外部からその情報を得ることは難しいと考えられる。

③対外的アピール効果は「くるみん」の本来期待される役割である。

厚生労働省は、認定を受けた企業は「くるみん」を使用することによって子育てをサポートしている企業として対外的にアピールできるとしている。しかし、「くるみん」中小企業は2012年7月末現在260社であり、認定企業数1,301社の中に占める割合は20.0%と少ない。従業員101人以上企業への一般事業主行動計画の届出が義務になってからまだ2年が経過していないという理由以外に、認定数増加とならないのには様々な課題や問題点が存在していると考えられる。

（３）目的と課題

（２）の３点より筆者は「子育てサポート」企業としてだけでなく、雇用環境整備に取り組んでいる企業であることをアピールするてがかりとして「くるみん」は有効であると考えた。一方、認定企業数を含め課題を有していることも推測できる。これらの実情を明確にし、「くるみん」の持つ意味と機能を考えることが本稿の目的である。

以下①～④について検討することにより「くるみん」中小企業のWLB等推進の実体や雇用環境について把握する。そして⑤で課題や問題点を明らかにし、「くるみん」が認定中小企業のイメージの向上やアピールにどのような効果を持っているかを探り、「くるみん」の意味や機能を考察する。

①「くるみん」中小企業がなぜ認定を受けたのか、その背景や理由を探ることによって傾向や特徴を明らかにする。

②企業がどのようなメリットや効果を感じているのかをまとめる。

③女性の活躍推進について整理する。なぜなら、①②を探ることにより、各企業の女性の定着や活躍支援についての姿勢が明らかになるからである。

④WLB等の推進や「くるみん」認定を促進することができたプラス要因や背

景を探る。

⑤各企業の感じている「くるみん」の課題や問題点を分析する。

3. 研究の概要

(1) 調査方法

「くるみん」認定申請に関わった担当者に対してヒアリング調査を行った。ヒアリング対象企業は、下記表1の10社である（うち2社は法人であり「会社」ではないが、以下「社」で統一）。都道府県労働局公表の「くるみん」取得企業の中から、認定時に社員300人以下であって、筆者が短期間に訪問が可能である場所という条件のもと、業種の違いと地域性に配慮して、関東6社、九州4社を選出した。それぞれの企業のWLB等についての概要は表2の通りである。

表1 ヒアリング対象企業

ヒアリング対象企業		社員数 (男・女)	対応者	実施月
A社	機器製造・販売	244 (195・49)	総務部総務課主査 総務部担当者	2012年 9月
B社	ソフトウェア開発・ コンサルティング	112 (73・39)	管理本部総務部主任	2012年 9月
C社	飲食・宿泊業	264 (172・92)	総務人事グループマネージャー	2012年 9月
D社	飲食店舗開発運営	292 (242・50)	管理本部総務部次長	2012年 9月
E社	印刷・製本業	75 (55・20)	総務部課長	2012年 10月
F社	資材企画・製造・販売	167 (81・86)	取締役管理部長 管理部係長・管理部主任	2012年 10月
G社	情報通信業	279 (212・67)	管理本部総務部マネージャー	2012年 11月
H社	化粧品・医薬部外品製造・ 販売	97 (7・90)	経営戦略部課長	2012年 11月
I社	人事労務手続き・ コンサルティング	31 (割合6：4)	代表 グループリーダー	2012年 11月
J社	専門学校・保育園・幼稚園 運営	306 (122・184)	総務部	2012年 11月

表2 ヒアリング対象企業のWLB・子育て支援の概略と特徴

	実施していること及び行動計画など	WLB・子育て支援の概略と特徴	育児休業・短時間勤務利用者数
A社	就業管理委員会を設置、リフレッシュ休暇制度、ノー残業デー、保育園費の補助、短時間勤務対象者の拡大、パート・シニアの採用、積極的な社員教育「自律型人材育成制度」実施。	組合と会社で制度や働き方について考え、総労働時間削減の取組みを考えていたなか、男性の育児休業取得者が出たことをきっかけに「くるみん」取得を考えた。 従業員の意識を吸い上げる組合と経営者、従業員がきちんと議論し、同じ方向（従業員の健康保持、仕事以外の時間を大切にする、長く働く）に向かうことができた。自由にものが言える風土だから、WLB推進ができた。	出産・育児休業を取得している女性の退職者はいない。
B社	働き方に関する社員検討会設置、短時間勤務対象者の拡大、短時間勤務者のフルタイム復帰への支援活動実施。	男女の差がない業種であり地域性からも、女性の定着、活躍は企業の存続に大きく影響するとの考えのもと、制度を整備。長い職業生活の中で出産・育児は一時のことであり、休暇・短時間取得しその後フルタイムに戻るという働き方は当たり前と考えている。厚労省委託事業参加の際、アドバイザーから「くるみん」についての助言があった。	育児休暇取得後の退職者はいない。 復帰者（10名うち1名パート） 短時間からフルタイム勤務復帰者（3名） 短時間勤務者（10名）
C社	部下の「仕事と家庭を応援する」ための管理職研修・講演会実施、両立支援相談窓口設置、ノー残業デー、短時間勤務者拡大。	地域で他企業を牽引することを期待される立場でもあるので外部からのアプローチも多く、「くるみん」も厚労省関係取組事業に参加したことで取得した。子育て支援やWLB推進は社会貢献やアピールという意識でもある。	育児休業はもともと100%取得している（復帰者5～6名）。 復帰後の短時間勤務制度や残業免除は権利として利用できるという意識が広まった。
D社	妊娠・出産後の女性労働者の心身の健康の確保に関する相談・復帰体制の整備。メンタルヘルス対策導入。職場優先の意識や固定的な性別役割分担意識の是正の情報提供・研修、管理職への教育実施。	きつい、きびしいと思われる業界である。女性社員の比率を上げる、女性が活躍する企業にするという目標のもと女性推進プロジェクトを組成。職場環境改善の制度提案、女性職域の拡大と活躍推進、企業文化醸成・啓蒙活動、女性社員間のネットワークの構築を目標とした。「くるみん」認定はその活動のひとつ。企業としては、人材を大切に考え、教育・採用・面接に時間・手間・費用をかける。	女性比率が8%弱から17%強になった。 女性の「活き活き度調査」は男性より高い。 育児取得者（5名）。復帰しなかったのは1名。フルで働いている人もいるが、ほとんどは短時間や残業免除制度を利用している。

E 社	看護休暇を年7日取得（半日単位）可能。 育児特別休暇を3歳未満の子を養育する親は5日間取得出来る（有給）。出産・子育てによる退職者の再雇用制度の実施。短時間勤務制度対象者拡大。	市主催の無料勉強会参加時点で認定要件の8割程度は実施できていたので頑張って取得しようと思い、「くるみん」認定は担当者の目標となった。その後厚労省関係取組事業に参加した。地元学生のインターンシップ受け入れや地域での子供の健全育成のためのNPOへの参加など、企業として社会貢献、少子高齢化への貢献を積極的に行っている。	育児特別休暇（男性3人、女性1名利用） 出産育児再雇用制度（1名）。 育児短時間勤務（4名）
F 社	所定外労働の企業全体の平均時間を250時間未満にする。年次有給休暇の取得率を50%以上にする。所定外労働削減。年次有給休暇取得率アップ。妊娠・出産者への相談体制整備。	従業員の心身の健康の保持増進を目的として時間外の削減と有給取得促進を行った。「職場意識改善委員会」を立ち上げ、管理職、従業員、労働者各代表で、毎月1回、労働時間会議を行い全社で力を合わせWLB推進に取り組んだ。さまざまな公的機関の取組に参加するようになったので、「くるみん」取得を目指そうということになった。	現在出産して育児休業を取り復帰する人はほぼ100%。育児介護休業法が大きく変わった平成17年以降、毎年育児休業者が出ている。
G 社	フレックスタイム制勤務。妊娠期に利用できる休暇制度。短時間勤務制度（1日6時間以上8時間未満の育児フレックスタイム制度）小学校3年生まで。配偶者出産時の休暇制度2日間（有給）。時間外労働削減のための措置実施。	多くが技術職であり、職種、処遇に男女の差がない。女性支援制度はもともとあり利用されていたが、役員からの指示で総務部のミッションとして「くるみん」取得に取り組むことになった。経営者層の、新規採用し育成するより、出産育児のため1年間休職して復帰し、しばらく短時間勤務だとしても、また活躍してもらいたいという考えがある。	育児休暇取得者は全員復帰している（男性3人約1ヶ月、女性22人） 育児フレックスタイム制（女性社員18人）
H 社	ノー残業デー、残業削減プロジェクト、フレックスタイム導入。就業規則や育児介護休業制度について分かりやすく解説したガイドブック配布。契約社員・派遣社員の社員登用制度あり。契約社員のフレックスタイム導入。半休制度等柔軟な働き方有。	女性の会社にしたいという意向のもと社員9割が女性。「くるみん」取得は親会社からの勧奨である。申請3回目で認定を受けることができたが、毎回管理部長（男性）が同席してくれた。上司が状況を理解してくれていたということは大きな意味があった。これからの社会の流れとして、女性が働き易い会社、女性管理職を増やすことを目指している。	育児者数（4～5名） 平均年齢は36～7才であり、定着率が高い。

I 社	顧客に対して二人体制で対応している。	企業の制度設計の支援や担当者とのジレンマへの対応を行うために自ら「くるみん」取得をした。 専門性の高い業種、職種であるので、能力と経験豊かな社員には休業から復帰しても長く働いて欲しいと考える。	育児休業者（常時 1～2 名）
J 社	男性・女性の育児休業取得率、年次有給休暇取得率向上。短時間勤務範囲の拡大や隔日勤務の導入。	地域の子育てを応援することは最も力を入れている分野であり、当組織内部でも子育てしやすい環境整備に取り組んでいる。「くるみん」取得はトップからの指示であった。今までにさまざまな公的機関から承認を受けている。	現在まで述べ30人ほどが取得してきている。小学生就学前まで短時間勤務利用可（2人）

(1) 「くるみん」認定申請のきっかけ

表3 「くるみん」申請時の環境及びきっかけ、理由

[illegible]

インタビューの結果、上記10社全てで育児介護休業制度は「もともと整っており、利用者もいた」、また6社が「よい機会だから認定を受けたいと考えた」と答えている。きっかけを分類したものが表3である。1つ目がA、F各社の「総労働時間削減取組み実施にあわせて」、2つ目はC、E、F社の「県・市での取組み参加」、3つ目はB、C、E社の厚生労働省等の事業参加によるアドバイザーのはたらきかけ、となる。他方、「くるみん」認定は直接の目的であったとしている企業は4社である。D社は女性活躍を推進する取り組みとして女性プロジェクトを結成して取り組んでいる。G、J社はトップや経営層からの指示、I社は自社の業務に関連して、といったように経営戦略や経営者の考えによるものである。

以上から、「くるみん」認定を受けた企業は、以前からWLBや子育て支援に関係する制度は整備されており、利用者もいた。その上で、以下のようなきっかけや目的があったと分類できる。

- ・労働時間削減に取り組むことにした
- ・外部（行政・公共機関）から働きかけがあった
- ・女性活躍推進に取り組むことにした
- ・経営戦略として、もしくはトップからの指示があった

山本・松浦（2012）は、WLB施策が企業の全要素生産性（TFP）を中長期的に上昇させる傾向のある企業特性として、①300人以上の中堅・大企業②製造業③労働の固定費の大きい企業④女性活用の進んでいる企業（女性管理職のいる企業）である、としている。同じく、武石（2012）は、女性の活躍推進を強力に進める企業ではWLB施策を導入するメリットは大きいことを指摘し、さらに労働時間削減のための取り組みがWLBの実現に強いプラスの影響を及ぼしていることが明らかになっている、と述べている。実際に対象の300人以下企業でも労働時間削減や女性活用を進める企業においてWLB等施策は推進されており、「くるみん」取得に結びついている。また労働時間削減の取り組みが「くるみん」取得のきっかけになったとするA、F2社は製造業であり、さらにB、G、I社の職種は顧客対応のノウハウや経験が重要視される、もしくは専門性が高く、労働の固定を図ることが企業にプラスの影響を及ぼすという点も上記研究と同様の結果となった。

(2) WLB や子育て支援を推進したことのメリット

「くるみん」を受けるために実施した WLB 等施策推進に伴うメリットについてまとめたものが表 4 である。

インタビューは下記の12項目について尋ねた。12項目は、仕事と生活の調和 (WLB) に関する専門調査会が、主要企業における取り組み成果をヒアリング結果や独自のコスト試算結果をとりまとめ、「企業が仕事と生活の調和に取り組むメリット」(2008) として発表したものを参考に作成した。

8 社で、WLB 等推進を行ったことで人材の定着、特に女性従業員の働き方への効果はあった、もしくはもともと定着は良かったとしている (他 2 社は定着率が下がったと言っているわけではない)。「従業員の満足度や仕事の意欲等

表 4 WLB 等を推進したことのメリット

	メリット	企 業									
		A 社	B 社	C 社	D 社	E 社	F 社	G 社	H 社	I 社	J 社
1	従業員の定着	◎	◎	×	○	◎		○			○
2	優秀な人材の確保	◎	◎	×				×			○
3	従業員の満足度や仕事への意欲、 企業へのロイヤリティの向上	◎	○			◎		○			○
4	従業員の心身の健康の保持増進		×			◎	◎	○			○
5	従業員の時間管理、仕事の効 率アップ		×			◎	○	○			○
6	業務の効率化による生産性や 売り上げの向上		×			○	○	×			○
7	部下や従業員が業務分担や交 代、応援をすることによる能 力向上		×	○		◎	◎	○			○
8	従業員が子育て、介護、自己 啓発、地域活動を行うことに よる成長が期待できる		×	×		◎		○			○
9	人事制度や規則作り、整備		×	◎		◎		○			◎
10	従業員の病気休業、離職、残 業等にかかるコストの削減		×	×		◎	◎	×			○
11	企業イメージの向上	◎	○	◎		◎	◎				◎
12	コミュニケーションの向上					◎					○

メリットが大きくあった◎、まあまああった○、あまりなかった・なかった×、回答が無かった項目は無表記

の向上」をあげている企業は少なくない。従業員は働きやすい会社だと感じているというコメントが A 社、H 社からあった。D 社は、活性化調査では男性より女性の方が生き活き度が高くなっているという結果が出ていると述べている。「心身の健康の保持増進」については、労働時間削減を目標として取り組んだ F 社は大きくメリットがあったとしている。G 社は、メリハリをつけて働くことをアナウンスしていき、現在有給取得率は一人当たり約80%程度（消化率）になった。仕事をやるときはやって、休むときは休むというメリハリをつけて働くという社員が多いのではないかと考える、としている。これは「従業員の時間管理、仕事の効率化アップ」の効果があったとする会社と相関が認められる。「業務の効率化による生産性や売り上げの向上」を感じている会社は少ないが、F 社は育児休業や短時間勤務者対応として何も考えずに増員という感覚はなくなってきたと管理職の意識向上について述べ、生産性は上がっているとした。「部下や同業従業員が業務分担や交代、応援をすることによる能力向上」についても F 社は、育児休業期間中の従業員の業務を担う役割を持った者が育つことを期待している。中小企業は一人で複数の業務を行わなければならないが、突発的なトラブルで出社ができなくなった時のためにもバックアップできる力は必要になる。一人ひとりの負担も増えるがスキルアップにもつながり、効率よく業務を行おうとするようになるとし、育児休業等を人材を独り立ちさせるいい機会と捉えているとしている。また「人事制度や規則作り、整備」についてメリットがあったと考えている企業も多い。C 社は規則が整備され、意識が高まった。B 社は就業規則等書類が全てチェックされるのは大変であるが反面ありがたくもであると述べている。J 社は認定を受けたことにより、制度策定、推進などの事務自体がやりやすくなった点をメリットと感じている。D 社は取得の過程において、両立支援や WLB に関する方法等の他社事例の研究を行い、今の当社にとってどの方法がいいかを検討することができた。また、当社の現場の声を聞くことで活用してもらえる制度設計ができた、と述べている。コストの削減についてはあまり多くは触れられなかったが、F 社は新入社員教育などのコストや手間を考えると、人材の定着にメリットを感じる、と述べている。B 社は離職者が減少したために新規採用者数を減らすことができ、新人育成のためのコストをおさえることができた、と考えている。「企業イメー

ジの向上」について大きく効果があったとしているのは5社（A、C、E、F、J社）、どちらかというにあったが1社（B社）である。WLB等推進のメリットとしての企業イメージの向上と、「くるみん」の「子育てをサポートしている企業であることを対外的にアピールできる」ことの効果を区別して捉えることは難しいが、内容については、後述（3）女性の働き方や活躍についての姿勢や目標及び（5）「くるみん」認定の対外的効果やメリットについて、で述べる。

一方、人材の確保についてメリットを感じている会社は少ないが、A社は効果があったとしており、B社は場所的に優秀な人材を採用することが難しい面があるが他地域からも女性の応募も増え、優秀な人材の確保に繋がったと述べている。

（3）女性の働き方や活躍についての姿勢や目標

各企業の「女性の働き方や活躍」への姿勢や目標について整理したものが表5である。

「積極的女性活用」と「女性活躍支援」の区別は難しいが、「積極的女性活用」は女性活用が経営や事業に直接関係しているケースである。例えばD社は女性の割合が10%未満であるという状況下、女性を積極的に活用し、女性プロジェクトのもと女性比率を上げる、または職域拡大を図っている。H社は女性比率が90%であり、また顧客の多くが女性である。女性の管理職を増やす、契約社員から社員へ登用するなどの女性の活用を進めている。J社は子育て支援事業を行っており、女性を積極的に支援することは企業の姿勢としても重要であると考えている。このように経営や企業の姿勢と女性支援が関連している企業にとって、女性や子育て支援に力を入れていることのアピールは対外的効果が大きいと考えられる。次に「女性活躍支援」にあてはまるとしたのは4社である。A社は優秀な女性が多いと考え、その活躍を支援し積極的に管理職に登用することで組織を活性化する狙いがある。B、G社は男女差がない業務、I社は専門性の高い業務であるなど、企業は女性が出産・育児で勤務を中断しても復帰後勤務を続けることがメリットとなると考えているケースである。企業内でダイバーシティやポジティブアクションの視点で女性の活躍に期待してい

表5 女性の働き方や活躍についての企業の姿勢や目標

企業	女性の働き方や活躍についての企業の姿勢や目標	積極的 女性活用	女性活躍 支援	女性定着 支援
A 社	「女性社員の基幹社員化」推進。きっかけは優秀な女性を意識的にあげていくことで、組織を活性化させるという狙いがある。女性のキャリアの中断がなくなるという面でも、働きやすい職場にしていきたい。		○	
B 社	人材育成に時間がかかるので優秀な女性の定着は企業の存続にかかわる（男性が確保しにくい環境である）。		○	
C 社	短時間や残業免除など育児がしやすい環境が整い、また制度利用がしやすくなったということに対して理解がある風土である。			○
D 社	女性がもっと活躍できる会社にしようという狙いで、女性活躍推進プロジェクトを組織し、職場環境改善や女性職域の拡大と活躍推進などの目標達成を目指している。	○		
E 社	出産・育児で一旦休業しなければならなくなった女性でも、長く働きたいと思う気持ちがあれば、働いて欲しいという経営者の考えである。			○
F 社	勤め続けたいと思う人がいるなら、居続けて欲しい。みんなが働きやすい職場にしたいという考え方である。			○
G 社	新しく採用して育てるより、出産育児のために休職しても復帰し、しばらく短時間勤務してもまた活躍して欲しいという考え方である。		○	
H 社	女性が働きやすい会社、女性管理職を増やすことを目指している。契約社員には社員登用制度があり、派遣社員でも将来社員になる道はある。	○		
I 社	専門性を必要とする職種であり、優秀な女性が出産・育児休業後復帰し勤務することにメリットはあると考えている。		○	
J 社	地域の子育てを応援することは最も力を入れている経営分野である。子育て支援については人材の育成をはじめ、トップが常にメッセージを発信している。従業員の子育てについても環境を整えたいと考えている（女性が半数以上）。	○		

ると捉えることができる。「女性定着支援」は、出産・育児を行う女性が働き続けたいと考えるならば支援するという姿勢であり、C、E、F社が該当すると思われる。もちろん表4でみたように企業側もさまざまなメリットを感じていることに違いはない。C、E、F社は表2、3にあるように、地域での子育て支援に対する企業が担う役割を期待される立場であり、県、市、厚生労働省関係機関からのアプローチが多いことも共通している。

武石（2006）は、「従業員に長期的な帰属を重視しつつ制度の運用を円滑にするための環境を整備する企業は、女性雇用に対して積極的に取り組む姿勢で臨んでいることがうかがえる」と述べている。本稿でも女性活躍や働き方を重視しようとする姿勢はWLB等の推進や「くるみん」取得とは切り離して考えられないことが明確になった。さらに女性支援に対する企業の姿勢や目標にも違いがあることが明らかになった。I社は、「くるみん」を受けることにより子育て支援に取り組んでいるというアピールをすることで企業イメージが向上する企業は積極的に「くるみん」取得に取り組むメリットはあると言っている。これらのことから考えると、顧客や従業員の多くが女性である企業、または女性の比率や管理職を増やすことが経営に影響すると考えられる企業、もしくは企業理念として子育て支援に力を入れている企業は、WLB等の推進や「くるみん」取得は企業のイメージアップに直接つながる可能性があり、積極的に取り組むメリットは大きいといえる。

（４）WLB等促進や「くるみん」認定におけるプラス要因

「くるみん」取得やWLB等の施策の推進を行うにあたってプラスになったと考えられる要因をまとめたものが表6である。

インタビューは下記の7項目について尋ねた。7項目は、仕事と生活の調和（WLB）に関する専門調査会が、「企業が仕事と生活の調和に取り組むメリット」（2008）の中で、「仕事における生活の調和推進の方法」として有効であるとしたものを参考に作成した。

全ての企業で「経営者の理解、理念を持ったメッセージの発信」をプラス要因と考えている。担当者は具体的に次のように述べている。経営者と労働組合が同じ方向を目指した（A社）、優秀な女性の確保及び定着は企業の存続に大

表6 WLB 等促進や「くるみん」認定を受けることができたプラス要因

		企 業									
		A 社	B 社	C 社	D 社	E 社	F 社	G 社	H 社	I 社	J 社
1	経営者の理解、理念を持ったメッセージの発信	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
2	管理者の意識、マネジメント力	○	○	○		○	○	○			○
3	推進機関やキーマンの存在、活動	○	○	○	○	○	○	○	○		○
4	従業員のニーズや問題点の吸い上げ	○	×			○		○			○
5	従業員の理解、自立性、能力の向上	○	×			○		○			○
6	人事制度、評価制度が整っている	×	○			○		○			×
7	情報公開やオープンな議論の場の雰囲気（コミュニケーション）	○	×	○		○					×

メリットが大きくあった・どちらかというにあった○、なかった・どちらかというとなかった×
回答が無かった項目は無表記

大きく影響するという経営者の考えが大きい（B 社）、推進プロジェクトが社長の理念に基づくものである（E 社）、働きたいという気持ちがあれば働き続けて欲しいという経営者の意識が大きい（D 社）、トップや上層部のメッセージの発信の影響は大きかったといえる（F 社）、職種や処遇に男女差がなく、新しく採用して育てるより育児休業から復帰して活躍してもらいたいという経営層の考えがあった（G 社）、などである。また「くるみん」取得が事業内容に関係している I 社、J 社はトップからの指示であり、G 社も経営者からのミッションである。また、上層部が積極的に WLB に取り組んでいることを従業員は感じ取るようである、と F 社は語っている。少子化社会対策に関する先進的取組事例研究報告書（2006）には、WLB 施策を導入し、かつ実際に活用を促していく上で重要なことは、第一に施策推進の経営意思の周知徹底であるとされている。特に中小企業においては「経営者・トップ」の理解や理念がなければ決して成功しないというのは多くの研究で明らかにされているところであるが、本稿でも明確になったといえよう。

また、「管理職の意識・マネジメント力」についても多くの企業はその役割

の重要性を感じている。A 社、F 社は総務部長や管理部長の存在の大きさについて触れている。武石（2012）も「WLB 実現のためには、企業レベルでの制度、施策の実施以上に適正な職場マネジメントが行われる環境整備が重要であるといえよう。そのためのキーパーソンが職場における管理職である」と述べている。F 社は、一人ひとりの仕事を見直し個々の能力をアップする、チームでの生産性を上げる工夫をする、一方やらなくていい仕事をいかに削っていくかの工夫を行うことが管理職の仕事であり、管理職の意識もできてきた、と話した。さらに「推進機関やキーマンの存在」についても、全社でプラス要因であると感じている（I 社は触れていない）。担当者は本来の業務を行いながら WLB 等推進及び「くるみん」申請に取り組み、さまざまな苦労や工夫を要したことは容易に想像できる（後出表 7 に詳しく述べる）。このように、WLB 等を推進するプラス要因として、経営者、上司、推進担当者といった「人」の意識や熱意、行動が WLB 等推進に非常に重要であることが明らかとなった。

（５）「くるみん」の対外的効果やメリットについて

「くるみん」の対外的アピール効果について各社は次のように述べている。

A 社は男性社員の育児休暇取得について地域の広報誌から取材を受けた。C 社は他県の就職支援企業から学生に紹介したいと取材を申込まれた。両県とも「くるみん」取得している企業は多くなく、両社とも学生の卒業論文のインタビューの依頼があった。E 社では、商品の打ち合わせに訪れた高校の先生は「くるみん」の記載された当社の封筒を見て、「ちゃんとした会社」と評価したと語った。F 社では ISO の更新の際、「くるみん」認定に対して Good Point（プラス評価）がついた。また営業所のある他県県庁から取材の申し込みがあり、当市からも取材を受けた。J 社も市や公共機関からコンタクトがあったと話している。F 社が「役所や公共機関が反応している」というように、県市町村や公共機関からの反応が大きいといえよう。H 社は、名刺に印刷した「くるみん」への営業先での反応は小さいとしている。一方事業として子育て支援を行っており、取引先も人材や保育関係が多い J 社は、取引先からの反応は大きいと語っている。

I 社も業務の関係上、アピール効果はあると感じている。E 社、J 社は「く

るみん」は思っている以上に知られていると感じた、と述べている。

前記企業は表4でWLB等を推進したことのメリットとして企業イメージの向上に効果があったとしている企業と相関が認められた。またB社は、WLB推進への取り組みはもともと評価されていたので「くるみん」取得したからといって特に目に見える変化はないとしている。

(6) 「くるみん」取得の問題点及び課題

「くるみん」取得の問題点及び課題を整理すると次4点に分けることができる。

- ・ 男性育児休暇取得の要件をクリアするのは難しい
- ・ 申請の手間のわりに認定のメリットは小さい
- ・ 対外的な反応は薄い
- ・ 人材の確保に効果はみられない

これらを企業ごとにまとめたのが表7である。

男性育児休暇取得の基準⁽⁴⁾を満たすことは難しいと考える企業は多い。対象男性従業員が少ない、もしくは育児休暇を取得するという意識が低いといった要因が考えられる。また、育児休暇は無給であることが多く、そのために取得しない男性従業員への対応として、育児休暇を数日の有給とするなど就業規則の改定を行う企業もある。その場合役員会での承認が必要になるなど事務手続きも大変である。このようなことを含めて全社が「認定申請手続き（書類作成を含め）の手間や大変さ」について語っている。実際に数社は書類の変更や訂正を求められ、複数回雇用均等室に足を運んだと述べている。このように苦労や手間を要する半面、A社以外の9社が「メリット・効果を感じない」「評価や認知度が低い」「周知がされていないと感じる」と述べている。この点は当インタビューにおいて全社で一番強く語られた点である。ここに「くるみん」の課題が明示されているといえよう。「人材の確保への効果」についても7割が効果は見られないとしている。学生や求職者に調査を行ったわけではないのでその意識については今回は分からないが、少なくとも企業側は採用において「くるみん」が話題になることはほとんどないと捉えている。C社は「優秀な人材の確保にはあまり関係ない」としており、女性比率を増やすためのひとつ

表7 「くるみん」取得の問題点及び課題

1. 男性育児休暇取得の要件をクリアするのは難しい	
D、E、J社	・「くるみん」認定申請において一番ハードルが高かったのは、男性の育児休業取得の実績を問われること。規定を変更するなどして対応した。
F社	・男性育児休暇取得は難しい。男性育児休暇に興味がないというより、知られていない、もしくは子供が生まれたら妻が育児を行うという意識であると感じる
H社	・一番ネックとなったのは、男性育児休暇取得。取り難い状況であるのではなく、男性が育児休暇を取るという考え方はあまりないのかもしれない。また、もともと対象者がいない場合もある。
2. 申請の手間・大変さ	
A、B、C、H社	・書類作成は面倒、手間がかかる。苦勞して取ったがメリットはあまり感じない。
D、E、G、H社	・書類作成手続きや根回し等担当者や企業の努力のわりには評価や認知度が低いと感じる。 ・取得のエネルギーを考えると効果は少ない。
F社	・事務手続きは大変。もっと「くるみん」の周知がされることを期待する。
J社	・申請自体を非常に大変ということを感じているわけではないが、他業務との調整など計画をたてて行わなければ期限内にできない。
3. 対外的な反応は薄い	
D社	・取引先の女性のお客様と「くるみん」取られているのですね」「うちの会社も取っています」という会話で使われるくらいで、「くるみん」取得により特に何も変化が無いことは不満。
F・H社	・名刺交換の相手の会社からの反応も含めて、社員や取引先の企業からの反応はあまりない。
G社	・社外に対するメリットはあまり感じられない。
I社	・当事務所でも名刺にマークを入れているが、反応が返ってくるのは大手企業くらい。 ・このような仕事をしているから、マークの認識や意義も大きいですが、そうでない場合は認識は少ない。
4. 人材の確保に効果はみられない	
B社	・「くるみん」を見て、来たという学生はいない。
C社	・優秀な人材の確保にはあまり関係はない。学生は子育てしながら仕事を続けるという観点で仕事を探しているという実感はない。実際に採用に関する場面でも、育児休業等の制度に聞かれることはほとんどない。
D社	・取得した後、多くの女性が入社したわけでもない。職種のきつというこもあって、採用についてうれしい結果は出ていない。会社説明会の中で、学生から「くるみん」取っていますか、と決まり文句のように言われるようになると、当然うちは取っています、といえるが、今は質問もない。
E社	・採用は現在行っていないので、「くるみん」の直接的効果は計れない。
F社	・認定後の採用活動はまだ行っていないので反応はまだ分からないが、学生はWLBや両立支援制度のことまで考えていない人が多いので質問や反応はないのかもしれないと感じる。
G社	・学生に説明をしても「くるみん」に関した質問等もないし、取得しているから当社を希望するという声もない。特に男子学生は興味がないと思う。学生は就職すること自体が当面の問題であり、やりたいことや業界が優先するのだと思う。学生に「くるみん」がどのくらい認知されているのか知りたい。
H社	・「くるみん」があるから採用・応募にメリットがあるか、どう影響あるのかは確認できていない。会社説明会で今までは質問されることもなかった。就職の際に「くるみん」が判断基準になっているという実感はない。入社して初めて「くるみん」を知る従業員もいる。

の取り組みとして「くるみん」取得を行ったD社も「取得した後、多くの女性が入社したわけでもない」と述べている。また、人事・採用担当者の正直な声は、学生は子育てや両立支援を視野に入れて就職先を考えているとは思えない、「くるみん」が判断基準になっているとは考えられない、「くるみん」を知っている人が多いという印象はない、などである。G社も「学生の企業選択はやりたいことや業界が優先するのだと思う。学生に「くるみん」がどのくらい認知されているのか知りたい。」と話している。その一方でJ社は両立支援や子育て支援についてよく質問される。これはJ社の子育てや教育に関する事業に興味を持つ学生が応募しているという背景が推測される。またJ社は取引先からも反応があるとしているが、取引先が子育て支援等に関心があり「くるみん」について認識を持っている業界であることが考えられる。

このように、J社のような背景を持つ一部の企業を除いた「くるみん」中小企業の多くは、「くるみん」は対外的アピール効果は薄いと感じているだけでなく、採用という場面においても求職者からは認知されていないと捉えていることが明らかとなった。

5. まとめと考察

ヒアリング結果を整理した上で、本稿の課題である中小企業における「くるみん」の意味と機能について考察する。

(1) 対象とした「くるみん」中小企業が認定を受けた背景は、行政・公共機関からの働きかけ(B、C、E、F社)によるが4割、経営戦略やトップからの指示(G、H、I、J社)によるものが4割である。それ以外では、「女性活躍推進」(D社)及び「労働時間削減」(A、F社)であった(F社は重なっている)。行政・公共機関からの働きかけが背景となっている企業は、WLB等を推進したことのメリットとして、企業イメージの向上があったとしている(A、B、C、E、F、J社)(J社は行政取り組み事業にも参加)。つまり、この取り組みを推進する300人以下企業にとって、今後厚生労働省はじめ公共・行政機関からのアプローチや支援の効果は大きいと考えられる。一方、経営方針やトップからの指示によるのは、顧客及び従業員の約9割が女性である(H社)、業務がWLB推進や雇用環境改善と関係している(I社)、事業として子育て支援に力

を入れている（J社）といった、子育て支援が経営や業務内容に直接関係している企業である。このような企業にとって、「くるみん」を取得することは直接メリットにつながる、さらに言えば対外的アピール効果が大きいと考えられる。実際にH、I、J社は「くるみん」の対外的効果は大きいとはいえないとしても多少は感じていると答え、他の全く感じていないと答えている企業との相違がみられる。

（2）WLB推進のメリットとして、従業員の定着に効果があったと捉えている企業は多い。特に女性の定着や活躍等の女性の働き方を支援することによって企業にとってメリットが生まれていると感じている。ダイバーシティ、ポジティブアクションに積極的な姿勢や目標は企業によって様々であるが、本稿では積極的女性活用、女性活躍支援、女性定着支援に分類した（表5）。しかしこれらの取り組みが対外的アピールに直接つながるのは、顧客や従業員のほとんどが女性である（H社）、業務内容が女性や子育て支援に関連した企業（J社）である。さらに女性の比率や管理職を増やすことが経営に影響すると考える企業（D社）も該当すると考えられる。D社はインタビュー時点では「くるみん」の対外的アピール効果はほとんど感じられないとしているが、プロジェクト推進途中であり、今後その成果に注目したい。

（3）「くるみん」取得を行うにあたっては、全社が経営者、推進機関やキーマンの存在、管理職の意識、マネジメント力という、「人」の意識や熱意、行動がきわめて重要であると考えている。特に中小企業における経営者の雇用環境や人材育成に関する考え方は、労働者の働き方に多大な影響を与える。森田（2012）は、次世代育成支援に取り組みやすいのは経済的に余裕のある企業が有利という先行研究の指摘があったが、運用においては大企業の方が問題を抱えていることが示唆されたとしている。つまり中小企業では、WLB等推進に積極的なトップ、管理職、推進キーマンの存在があれば、働きやすい環境づくりを実現しやすいと言える。この点は中小企業の強味であると考えられるのではないだろうか。

（4）「くるみん」取得の問題点及び課題（表7）で示したように、「くるみん」中小企業は、「くるみん」の対外的アピール効果は薄いと感じているといえる。特に「人材の確保」については7割が効果は見られないとしている。G

社が、「学生に説明をしても「くるみん」に関した質問等もないし、取得しているから当社を希望するという声もない。「くるみん」が学生にどのくらい認知されているのか知りたい。」と述べたように、企業は疑問や不満を持っている。同時に、認識や知名度が上がっていくことを望んでおり、期待している。ただし、「くるみん」中小企業のこれらの不満は、「申請の手間・大変さ」に関係しているとも推測できる。「頑張った」「取り組みの成果はあるのに」という思いがあるからこそ、「アピールできない、認識が低い」ことへの不満は大きい。一方、見方を変えると、それほど認定基準やチェックは厳しいということである。つまり、求職者としては企業の制度や実施の点において安心できるのではないかと考えられる。

(5)「くるみん」自体の認識や知名度が低いという問題点は、社会的認知をあげる、または積極的に取り組んでいる企業の評価が上がらなければ解決されない。「仕事と生活の調和（WLB）の新合意について 仕事と生活の調和推進官民トップ会議」（2010）では行動指針の中で国の取り組みとして、「積極的取組企業の社会的評価推進」（くるみんマーク等）と明記しているように、国としての取り組み推進が期待される。もっとも「くるみん」は子育て支援に力を入れている企業であるという認識であれば、直接子育てに関係ない者にとっては企業選択においての重要な要素にはならないであろう。子育て支援を行うには、WLB 推進や雇用環境改善に取り組まなければうまくいかないことも明確にしていく必要があると考えられる。

(6) 企業は学生が子育て支援や WLB 推進には興味や関心がない、もしくは企業選択には直接に関係していないと感じている。F 社は「学生は WLB や両立支援制度のことまで考えていない人が多いと感じる」、G 社は「就職すること自体が当面の問題であり、やりたいことや業界が優先するのだろう」と述べている。さらに、D 社は「会社説明会で、学生から「くるみん」取っていますか、と決まり文句のように聞かれると取っていると答える」ことで認定を受けていない企業との差別化ができるとし、C 社は学生が「くるみん」に注目するようになることで、企業のトップの認識も変わってくると述べている。しかしこの点については、求職者、特に初めて社会に出る学生の企業および職業選択の意識、さらに言えば長いスタンスに立ったキャリアへの考え方が問題と

なってくると考えられる。つまり求職者自身が自分の働き方や働き続ける、または力を発揮できる労働環境について様々な視点で考え、検討していくという姿勢が必要であろう。

(7)「くるみん」中小企業の認定の背景や女性活躍支援に対する姿勢は様々であることを理解し、子育てサポートを始めとして WLB 等の推進や人材定着に関する企業の姿勢を知ることは、企業選択の参考になりえる。しかし、情報が少ないという現状も明らかである。だからこそ、企業の労働環境や人材に対する目標や姿勢、実施した制度を知ることのできる一般事業主行動計画は、働く（就職する）人にとって、効率的な情報といえると考えられる。そして、企業の姿勢や考え方を知り、疑問点を確認する、また質問することは、自分の働き方や力を発揮したいと思う環境についてさらに深く考えるきっかけとなりえるであろう。

このように、国、企業、働く（就職する）人が「くるみん」の持つ意味と機能を理解し、実践することによって、それぞれの立場で「いきいきと働く」ことについて考えていくことができるのではないだろうか。

6. おわりに

「くるみん」は、2015年3月までの時限つき取り組みとされている。一方、「2010年1月 閣議決定した 子ども・子育てビジョン」では、「くるみん」取得企業数の目標を2014年までに2,000社としている。また、5（5）で示したように、行動指針では「くるみん」取得企業の「積極的取組企業の社会的評価推進」への取り組みについて述べられている。さらに2014年8月の「子ども・子育て支援法」の附則第2条2には、「平成27年度以降の次世代育成支援対策法の延長について対策を加え（後略）」とあり、その位置づけや活用が検討されていることが明らかにされている。今後「くるみん」がどのような役割を持つことになるのか注目していきたいと思う。特に求職者側の、中でも学生の「くるみん」の認識について、今後明らかにしていきたいと考える。就職活動を行う学生への情報提供として、厚生労働省の女子大学生就職支援ガイドや就職四季報女子版など「くるみん」を企業選択のひとつの視点として紹介しているものもある。また2011年からはハローワークの求人票にマークが記載されて

いる。それらを男子も含む学生たちはどう認識しているのだろうか、さらにいえば企業選択のポイントとなりえるかについて研究していきたい。

本稿では「くるみん」は企業選択におけるてがかりになりえるのではないかという視点を持ったが、企業の将来性や安定性は最も重要なポイントのひとつになると考えられる。「くるみん」企業は証券市場において高い評価をされているとしている（橋口、2009）が、本稿においては企業業績との関連は考慮していない。その点においても今後は研究が必要であると考ええる。

〔謝辞〕

本研究を行うにあたり、お忙しい中ヒアリング調査に快くご協力いただきました皆様に、厚くお礼申し上げます。また、本稿をご指導くださいました宮城まり子先生、西本万映子さんに心より感謝いたします。

〔注〕

- (1) 一般事業主行動計画とは、次世代育成支援対策推進法に基づき、企業が従業員の仕事と子育ての両立を図るための雇用環境の整備や、子育てをしていない従業員も含めた多様な労働条件の整備などに取り組むに当たって、（１）計画期間、（２）目標、（３）目標達成のための対策及びその実施時期を定めるものである。従業員101人以上の企業には、行動計画の策定・届出、公表・周知が義務付けられている。

「厚生労働省 一般事業主行動計画の策定・届出について」に詳しい。

<http://www.mhlw.go.jp/general/seido/koyou/jisedai/>

- (2) 「厚生労働省 両立支援総合サイト 両立のひろば」の「一般事業主行動計画公表」では、各企業の行動計画・取組み事例を検索し、見ることができる。

<http://www.ryouritsu.jp/hiroba/manual.php>

- (3) 「くるみん」マークの取得企業は、以下の認定基準をすべて満たした企業である。

1. 雇用環境の整備について、行動計画策定指針に照らし適切な行動計画を策定したこと。
2. 行動計画の計画期間が、2年以上5年以下であること。

3. 策定した行動計画を実施し、それに定めた目標を達成したこと。
 4. 平成21年4月1日以降に新たに策定・変更した行動計画について、公表及び従業員への周知を適切に行っていること。
 5. 計画期間において、男性従業員のうち育児休業等を取得した者が1人以上いること。ただし、常時雇用する労働者数が300人以下である事業主については、特例がある。
 6. 計画期間内の女性従業員の育児休業取得率が70%以上であること。
 7. 3歳から小学校就学の始期に達するまでの子を養育する従業員について、「育児休業に関する制度、所定外労働の制限に関する制度、所定労働時間の短縮措置または始業時刻変更等の措置に準じる制度」を講じていること。
 8. 次の（１）～（３）のいずれかを実施していること。
 - （１）所定外労働の削減のための措置
 - （２）年次有給休暇の取得の促進のための措置
 - （３）その他働き方の見直しに資する多様な労働条件の整備のための措置
 9. 法及び法に基づく命令その他関係法令に違反する重大な事実がないこと。
- (4) ファミリー・フレンドリー企業とは、仕事と育児・介護とが両立できるような様々な制度を持ち、多様でかつ柔軟な働き方を労働者が選択できるような取組を行う企業をいう。厚生労働省では、ファミリー・フレンドリー企業に向けた取組を積極的に行っておりその成果があがっている企業等を、「ファミリー・フレンドリー企業」として、その取組をたたえ、広くこれを国民に周知して、家族的責任を有する労働者がその能力や経験を活かすことのできる環境の整備に資することを目的に、ファミリー・フレンドリー企業に対する表彰を実施している。「厚生労働省ファミリー・フレンドリー企業表彰について」に詳しい。〔参考文献 参照〕
- (5) 計画期間内に子の看護休業を取得した男性従業員がいることなど、男性育児休業者がいない場合でも基準を満たすとされた（平成21年4月1日以降の認定申請について適用）。
- *（１）（３）（５）は「次世代育成支援対策推進法に基づく 一般事業主行動計画を策定し、くるみんマークを目指しましょう！！ 厚生労働省・都道

府県労働局（2012）」に詳しい。〔参考文献 参照〕

〔参考文献〕

閣議決定〔2010〕「子ども・子育てビジョン～子どもの笑顔あふれる社会のために～」

<http://www8.cao.go.jp/shoushi/vision/index.html>, (2012年10月20日)

厚生労働省・都道府県労働局（2012）「次世代育成支援対策推進法に基づく 一般事業主行動計画を策定し、くるみんマークを目指しましょう！！」

<http://www.mhlw.go.jp/bunya/koyoukintou/pamphlet/26.html>, (2012年10月14日)

厚生労働省 両立支援総合サイト 両立支援のひろば

<http://www.ryouritsu.jp/hiroba/manual.php>, (2012年11月3日)

厚生労働省「(報道発表資料) 次世代法の認定企業が1,300社に達しました(平成24年7月末現在)～「くるみん」のいる会社は働く人の子育てをサポートしています～」

<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r9852000002k87n.html>, (2012年11月3日)

厚生労働省「(テーマ別に探す) 一般事業主行動計画の策定・届出について」

<http://www.mhlw.go.jp/general/seido/koyou/jisedai/>, (2012年10月28日)

厚生労働省「(政策について) ファミリー・フレンドリー企業表彰について」

<http://www.mhlw.go.jp/general/seido/koyou/family/>, (2012年10月6日)

子ども・子育て支援法(平成24年8月22日法律第65号)

仕事と生活の調和推進官民トップ会議〔2010〕「仕事と生活の調和(WLB)の新合意について」

<http://www.cao.go.jp/wlb/government/top/index.html>, (2012年11月3日)

男女共同参画局 仕事と生活の調和(WLB)に関する専門調査会(2008)「企業が仕事と生活の調和に取り組むメリット」

内閣府政策統括官(共生社会政策担当)〔2006〕『少子化社会対策に関する先進的取組事例研究報告書』

日本経済団体連合会〔2010〕「中小企業を支える人材の確保・定着・育成に関する報告書」

労働政策研究・研修機構〔2012〕「若者からみた企業の魅力：大学生と若年就業者の調査から」『労働政策研究報告書—中小企業における人材の採用と定着』No.147, P160.

労働政策研究・研修機構〔2011〕『中小企業におけるワーク・ライフ・バランスの現状と課題』「労働政策研究報告書」No.135, P170.

川口章・長江亮〔2005〕「企業表彰が株価・人気ランキングに与える影響—均等推進

316 法政大学キャリアデザイン学部紀要第10号

- とファミリー・フレンドリーの市場評価―』『日本労働研究雑誌 No538』、P56.
- 武石恵美子〔2006〕「企業からみた両立支援策の意義―両立支援策の効果研究に関する一考察」『日本労働研究雑誌』 No.553、P28－ P31.
- 武石恵美子編著〔2012〕「ワーク・ライフ・バランス実現の課題と研究の視座」『国際比較の視点から 日本のワーク・ライフ・バランスを考える―働き方改革の実現と政策課題―』、P28. 「ワーク・ライフ・バランスを実現する職場マネジメント」 同、P172.
- 森田美佐〔2012〕「くるみん」企業の実態からみる効果的な次世代育成支援戦略』『日本家政学会誌』 vol63、P88
- 山本勲・松浦寿幸〔2012〕「ワーク・ライフ・バランス施策と企業の生産性」『武石恵美子編著 国際比較の視点から 日本のワーク・ライフ・バランスを考える』、P38－50.
- 橋口昌幸〔2009〕「くるみんマーク取得企業の証券市場における評価」専修大学2008年度卒業論文

ABSTRACT

Significance and Function of “Kurumin” Certification in Businesses with 300 or Less Employees

– The Effectiveness as a Means for Company Selection –

Eriko Suzuki

Currently there are needs in Japan for the state, businesses and workers (job seekers) to engage in the challenges concerning work styles and support for child rearing. It is difficult for workers (job seekers) to obtain information on the work environment of businesses with 300 or less employees. Furthermore, it is said that businesses with 300 or less employees have difficulty obtaining and retaining competent human resources. Contemplating on such issues, I came to a conclusion that the “Kurumin” certification could be a means to publicize externally that a company is engaged in promoting work-life balance (WLB) and child-rearing support. This is because “Kurumin” is a logo that is given to businesses that are certified as a “business supporting child-rearing” by the Minister of Health, Labour and Welfare of Japan.

From September 2012, I interviewed ten “Kurumin” – certified businesses with 300 or less employees and elucidated the background and reasons for their obtaining the “Kurumin” certification, and its advantages, role in promoting female work involvement, positive factors, challenges and problems. Based on the findings, reasons that triggered the obtaining of the certification could be divided into four categories. Furthermore, it was found that all companies valued utilizing the abilities of female workers and gave

heavy consideration to work styles, and that the CEOs, upper-level managerial staff and personnel/administration staff were all actively engaged in WLB promotion and their efforts were producing results. However, it was also revealed that most businesses did not find the certification to have any external publicizing effects, and that it was not used as a reference for company selection by job-seeking students. In brief, in order for small – and medium-sized businesses certified as “Kurumin” businesses to socially publicize their policies and for job seekers to be able to select companies with work environments that enable them to fully exercise their abilities, the awareness of “Kurumin” must rise and small – and medium-sized “Kurumin” businesses must receive recognition from the society.

The “Kurumin” program is scheduled to be implemented only until 2015. However, the Japanese Government has stated its intentions to actively engage in this program. At a time when the state, businesses and workers (job seekers) are all faced with the need to give serious consideration to work environment from their respective positions, I believe the “Kurumin” certification has the potential for serving as one of the means for evaluation.