

株式会社 YSK e-com

～社員がモチベーションを保てるような環境づくり～

〒・住所 〒400-8560 山梨県甲府市湯田1-13-2

電話 055-236-1111 FAX 055-236-1166 ホームページ <http://www.ysk.co.jp>

社員数 175名 男性 142名 女性 33名 女性社員の割合 18.9%

小学校入学前の子どものいる社員の割合(社員全員に対する割合) 男性 21% 女性 4%

資本金 1億円 事業内容(業種) 情報サービス業

1 一般事業主行動計画の策定

ソフトウェア開発やシステム販売を本業とする当社としては、正に“人(社員)”そのものが商品であるので、社員を鍛え育て上げるとともに、福利厚生を提供や社員同士の交流を通じて人間力も養うことを経営戦略とし、顧客へのサービス向上を図っている。

また、当社社名の「YSK e-com」の「e-com」であるが、これは“いー(良い)コミュニケーション”の意であり、社内外におけるコミュニケーション能力を社員に発揮してもらいたいという経営者の想いが表れている。

こうした考えのもと、毎年、大運動会・球技大会並びに社内ハイキングなどが行われ、社内コミュニケーションの維持・向上が図られると同時に、セクションごとや社内全体での各種研修会も頻繁に行われるなど、社員のSE技術や営業力向上にも余念がない。

それだけに、こうして技術を身に付け戦力化した20・30歳代の若年労働者を結婚や出産で失うことによる戦力ダウンを防ぐ意味でも、育児支援の重要性を当社は強く感じていた。総務担当者の話によると、最近では、顧客に向けたプレゼンテーション等でも、資料の創作性や企画力の点で、女性社員の能力が高くなっており、そうした点も女性社員が男性社員と同等に戦力である所以となっている。

平成9年に育児休業の取得者が出たことをきっかけに、休業から職場復帰に至るまでのプランを明確にした育児支援制度をスタートさせ、育児支援の風土が定着していった。そして、男性社員初の育児休業取得者が予定されていた頃に、労働局より「御社の育児支援の取組みを一般事業主行動計画に策定することによって、『ファミリーフレンドリー企業』の表彰対象となる可能性がありますので、一般事業主行動計画の策定をしませんか?」という助言を受け、一般事業主行動計画を策定することとなった。

当初は特に検討会のような特別組織を設けることはせず、管理グループ主体で動いていたが、行動計画実施1年後には、その当時、財団法人21世紀職業財団の助成事業である「職場風土改善事業」に参与していた社内美化や社内環境の整備について話し合う社員参加型の委員会である「プラス10」の協力を得て、社



株式会社 YSK e-com 本社

員とのパイプ役になってもらった。

目標の設定に当たっては、次世代育成支援対策推進法や育児休業等の周辺法令を考慮しながら、社員の負荷にならぬ程度に“権利と義務”の関係を明確に示す一方、男女ともに働きやすい職場環境を構築し、会社も社員もモチベーションを保ちながら業務を遂行できる目標となるように心掛けた。

そして、計画の項目に関しては、経営トップの「子育てできる環境を確保するには、仕事以外のプライベートの時間を増やすことが何よりも先決」という考えのもと、「ノー残業デー」の創設や「休暇の増設」を定めるなど、いわゆる労働時間関係に着目して設定した。

2 一般事業主行動計画の実施から認定の取得まで

一般事業主行動計画策定当初は、“くるみん”マークの誕生以前でもあったことから、特に認定を意識することはなかったが、行動計画期間中の平成19年頃に、先述のファミリーフレンドリー企業登録の助言をされた労働局より、一般事業主行動計画の認定制度やその認定要件などについて説明があり、認定を意識することとなった。

一般事業主行動計画の実施を推し進めるうえでは、社員の協力も必要不可欠であることから、行動計画実施期間中に、まず年度初の全体会議で社員の意識づけを図ったうえで、社員で構成される各種委員会の協力を仰いだ。具体的には、一般事業主行動計画の詳細を社員に周知するために、全社員参加型の“教育研修会”や広報委員会が担当する“社内報”を通じて周知・啓発を図った。

また、一般事業主行動計画の内容やそれに伴う社内規程などを社員がいつでも閲覧できるように、全社員共有のWeb掲示板に掲載する方法を採用した。

認定取得の課題として当社が特に取組んだのが、「ノー残業デー」の実施と「育児休業取得中の社員に対するフォロー」である。「ノー残業デー」については、円滑な実施を図るべく、各セクションの管理職者に対して、社会保険労務士を講師として招いたワーク・ライフ・バランスセミナーを開催し、ワーク・ライフ・バランスの重要性並びに育児支援の必要性を訴えた。

その結果、管理職者もワーク・ライフ・バランスを推進するうえでの自らの役割をよく理解し、率先して協力するようになるなど、大きな成果として出ている。

また、育児休業中の社員に対しては、月に1回のペースで「オフィス通信」と題した社内情報誌を送付したり、社員専用の共有Web上から社内情報を知らせ、また、社内イベントへの参加も呼び掛けるなど会社への意識づけを図り、育児休業社員の感じる疎外感からくる不安の払拭に努めている。こうした働きかけもあり、最近では、社内レクリエーションや球技大会等にも子どもを伴って顔を出す社員も少なくない。



◎ノー残業デーの具体的取組み

業務の繁閑に関わらず、毎週水・金曜日に実施している

終業時刻30分前に帰宅を促すメールを全社員に流す

終業時刻にベルが鳴り、社員は清掃を始め、そのまま帰路へ

終業時刻30分後に管理職者が見回りし残業社員をチェック

◆育児休業の取得状況

平成9年に最初の取得者が出でから、現在まで延べ18名が育児休業を取得しており、育児休業社員が発生した場合には、他の現有社員でカバーする体制が整えられている。

◆育児休業取得者のコメント

(福祉グループ(管理職)・男性) 休業期間は、2か月間

休業当初は、余裕に感じられた育児も、出産が双子であったことと、その後の体調変化や夜泣きもあり、次第に育児の大変さや重圧が感じられるようになりました。しかし、そうした反面、その後の保育園入所を通じた子どもの成長への喜びや、今回の育児休業取得のおかげで子どもと直接接することの出来た喜びはひとしおでした。こうして育児休業の取得をさせて頂いたことで、女房の育児の大変さも解りましたし、今後の女房との共働きによる育児の課題などの方向性が見えてきたという点でも、今回の休業取得を受け入れてくれた会社や同僚メンバー、そしてご理解頂いた顧客の皆様には大変感謝しています。

3 認定取得のコストと効果

人事採用面においては、最近の女性のキャリア志向の高さも重なり、女性の当社への就職応募者がここ2、3年増えている。就職説明会並びに電話問い合わせ等でも、当社の育児支援に関する質問が多くなっている。

また、社内効果については、出産・育児期を迎えた社員の離職がほとんどなくなり、人材の確保が定着した。その顕著な傾向としては、“出産・育児＝職場復帰”の概念が定着して、他の社員の間でも育児休業開始前に事前準備される意識が備わってきている。

社会貢献策としては、今後も社員の自発性・積極性を促すことの出来る人事施策を心掛け、コンピュータ一会社としての発展を図るとともに、雇用の場を提供しながら、山梨県並びに甲府市を元気にしてすることを目指している。

また、社内施策としては、ノー残業デーや年次有給休暇の促進を更に進める意味で、部署ごとの業務量・社員ごとの業務遂行能力の“仕事の平準化”を今後の課題としている。

4 第2回一般事業主計画策定の際の課題と工夫

2回目の一般事業主行動計画策定に当たっては、1回目に引き続き、社員の取組みやすさを念頭に置き、より一層社員の声を反映させることとした。

具体的には、「プラス10」の協力を得て社員のニーズをアンケート調査で把握し、その結果「育児休業取得者の対象年齢の引上げ」や「特別半日休暇制度」を定めた。

5 今後、一般事業主行動計画の策定から認定を目指す企業・団体へのアドバイス

一般事業主行動計画策定においては、「背伸びをして高い目標を設定せずに、社員から見て身近に思える目標を立てることが良いでしょう」とし、「こうした育児支援の様な取組みは、大きな職場改革をもたらす場合も考えられますが、あまり最初から肩肘を張らずに、社員のモチベーションを下げない程度に目標を掲げ運用するのが宜しいと思います」と自社の体験を基に話していた。