

# 第 I 部 調査結果



## 第1章 調査の概要

### 1. 調査の概要

#### (1)調査の趣旨・目的

次世代育成支援対策推進法（平成15年7月16日法律第120号）は、我が国における急速な少子化の進行並びに家庭及び地域を取り巻く環境の変化にかんがみ、次代の社会を担う子どもが健やかに生まれ、育成される環境を整備するため、国、地方公共団体、事業主、国民の責務を明らかにするとともに、行動計画策定指針並びに地方公共団体及び事業主の行動計画の策定など、次世代育成支援対策を推進するために必要な事項を定めている。

同法は10年間（平成17年度～平成26年度）の時限立法であったが、平成26年の法改正で、10年間（平成27年度～令和6年度）の延長となった。改正法の附則<sup>1</sup>においては、施行後5年を目途として、施行状況を勘案しつつ必要な見直しを検討することとされている。

今回調査では、認定一般事業主（以下、「くるみん認定企業<sup>2</sup>」という）及び特例認定一般事業主（以下、「プラチナくるみん認定企業<sup>3</sup>」という）に対して、次世代育成支援に関する取り組み状況と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の策定状況・策定内容別の取り組み状況、策定による効果、くるみん及びプラチナくるみん認定取得状況、取得理由、認定マークの活用状況、取得効果、課題、要望などについて尋ねている。

なお、本調査は、厚生労働省雇用環境・均等局職業生活両立課からの要請調査である。

#### (2)調査名：「次世代育成支援対策推進法の施行状況に関する調査」

#### (3)調査方法（調査対象等）

①調査方法：郵送調査

②調査対象：くるみん認定企業及びプラチナくるみん認定企業<sup>4</sup>

③調査項目：次世代育成支援に関する取り組み状況、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の策定状況、策定内容別の取り組み状況、策定による効果、くるみん及びプラチナくるみん認定取得状況、取得効果等（詳細は調査票参照）。

<sup>1</sup> 次世代育成支援対策推進法（以下、「次世代法」という）では、「政府は、この法律の施行後5年を経過した場合において、この法律の施行の状況を勘案し、必要があると認めるときは、この法律の規定について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする」（附則第3条）。

<sup>2</sup> 「くるみん」認定は、行動計画に定めた目標を達成するなど一定の要件を満たした場合、必要書類を添えて各労働局に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もの。

<sup>3</sup> 「プラチナくるみん」認定は、「くるみん」認定企業のうち、より高い水準の取り組みを行った企業が、一定の要件を満たした場合、必要書類を添えて各労働局に申請を行うことにより、優良「子育てサポート企業」として特例認定を受けるもの。

<sup>4</sup> 調査対象は、厚生労働省から提供を受けたくるみん認定企業及びプラチナくるみん認定企業リストに掲載されている3,357社。同リストには、くるみん認定年、認定回数、プラチナくるみん認定年のデータが含まれている。なお、厚生労働省のホームページでは、くるみん認定及びプラチナくるみん認定の企業名を公表している。

[https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kodomo/kodomo\\_kosodate/jisedai/kijuntekigou/index.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kodomo/kodomo_kosodate/jisedai/kijuntekigou/index.html)

(4)調査実施時期：2020年9月1日～10月12日

(5)配布数及び回収数

①配布：3,357社

②回収：1,762件（回収率：52.5%）

## 2. 回答企業属性

### 2-1.くるみん認定年及び認定回数

本調査の調査対象は、くるみん認定企業及びプラチナくるみん認定企業で、厚生労働省から名簿リストの提供を受けた。同省から提供を受けたリストには、くるみん認定年や認定回数などのデータ（以下、「接続データ」という）が含まれている。したがって、回答企業に対して、くるみん認定年、くるみん認定回数などのデータ接続が可能である。以下、回答企業の接続データの分布をまとめる。

#### (1)くるみん認定年の分布

くるみん認定は、行動計画（2年～5年）を策定・実施した都度、申請を行うことにより、その行動計画ごとに認定を受けることができる。回答企業（n=1,762）のくるみん認定年を取りまとめた結果が、図表1-2-1である<sup>5</sup>。プラチナくるみん認定制度が創設された2015年の認定割合は2割程となっている。

図表1-2-1：くるみん認定年の分布

	n	(単位=%)													
		2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年
全体	1,762	7.6	5.2	6.1	7.3	8.7	9.8	14.7	10.8	21.3	11.3	11.8	12.4	15.3	7.8

#### (2)くるみん初回認定年の分布

回答企業（n=1,762）のくるみん初回認定年（以下、「初回認定年」という）を取りまとめたのが図表1-2-2である<sup>6</sup>。

図表1-2-2：くるみん初回認定年の分布

	n	(単位=%)													
		2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年	2年
全体	1,762	7.6	5.2	4.0	5.2	5.2	5.9	10.4	7.5	11.9	7.5	7.4	7.8	9.3	5.0

<sup>5</sup> 図表1-2-1のくるみん認定年は、認定を継続取得することで、複数回認定が可能なることから、認定回数は複数回答と同じである。一方、プラチナくるみん認定は、1回のみ受けることができる。

<sup>6</sup> 図表1-2-2は初回認定年の分布であり、単一回答と同じとなる。

## (3) くるみん認定回数の分布

回答企業（n=1,762）のくるみん認定回数の分布を示したのが、図表 1-2-3 である。認定回数は、1 回が 70.4%、2 回が 16.3%、3 回が 7.7%、4 回以上が 5.6%となる。認定回数 1 回が 7 割を占め、複数回（2 回以上・計）の認定は 3 割程となっている（29.6%）。

図表1-2-3：くるみん認定回数の分布（単位=%）

	n	1 回	2 回	3 回	4 回 以上	2 回 以上 ・ 計
全体	1,762	70.4	16.3	7.7	5.6	29.6

## 2-2. 回答企業の属性

本調査の調査対象（くるみん認定企業及びプラチナくるみん認定企業<sup>7)</sup>）の回答企業属性を以下でまとめる。

## (1) 主たる業種

回答企業（n=1,762）の主たる業種をみると、「製造業」が 22.1%でもっとも多く、次いで、「医療、福祉」（19.4%）、「卸売業、小売業」（11.3%）、「情報通信業」（10.0%）、「金融業、保険業」（8.6%）、「サービス業（他に分類されないもの）」（7.0%）、「建設業」（6.2%）の順となっている（図表 1-2-4）。

プラチナくるみん認定企業（n=208）だけでみると、「製造業」（27.4%）と「金融業、保険業」（22.6%）で半数近くを占めている<sup>8)</sup>。

図表1-2-4：主たる業種（SA、単位=%）

	n	鉱業、採石業、砂利採取業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業、郵便業	卸売業、小売業	金融業、保険業	不動産業、物品賃貸業	学術研究、専門・技術サービス業	宿泊業、飲食サービス業	生活関連サービス業、娯楽業	教育、学習支援業	医療、福祉	複合サービス事業（郵便局、協同組合など）	サービス業（他に分類されないもの）	その他	無回答	
全体	1,762	0.1	6.2	22.1	0.7	10.0	2.6	11.3	8.6	1.3	3.0	0.6	1.0	3.2	19.4	0.6	7.0	2.0	0.4	
認定区分																				
プラチナくるみん認定	208	-	0.5	27.4	1.9	12.0	1.4	13.0	22.6	1.0	3.4	0.5	0.5	-	10.1	-	4.8	1.0	-	
くるみん認定	1,529	0.1	7.0	21.5	0.5	9.6	2.7	11.2	6.8	1.4	3.0	0.7	1.0	3.7	20.5	0.6	7.2	2.1	0.5	

<sup>7)</sup> プラチナくるみん認定企業は、調査票の間 16 で聞いている（詳細は後述）。くるみん認定企業は 1,529 社、プラチナくるみん認定企業は 208 社である。

<sup>8)</sup> プラチナくるみん認定とは、くるみん認定企業のうち、より高い水準の取り組みを行った企業が、一定の要件を満たした場合、必要書類を添えて申請を行うことで、優良な「子育てサポート企業」として厚生労働大臣が特例認定するもの。特例認定を受けるには、12 項目の特例認定基準をすべて満たす必要がある。

## (2) 従業員規模

回答企業 (n=1,762) の従業員規模<sup>9</sup>をみると、「100 人以下」が 14.8%、「101 人～300 人」が 29.5%、「301 人～500 人」が 12.5%、「501 人～1,000 人」が 13.8%、「1,001 人～3,000 人」が 15.8%、「3,001 人以上」が 12.9%となっている。一般事業主行動計画の策定・届出が義務化されている「101 人以上・計」(84.5%) が 8 割超を占める一方、努力義務の「100 人以下」(14.8%) は 1 割程となっている (図表 1-2-5)。

プラチナくるみん認定企業 (n=208) でみると、「1,001 人以上・計」が 52.4%と過半数を占めている。

図表1-2-5：従業員（常用雇用労働者）規模（SA、単位＝％）

		n	100 人以下	101 人～300 人	301 人～500 人	501 人～1,000 人	1,001 人～3,000 人	3,001 人以上	無回答	101 人以上・計	100 人以下・計
全体		1,762	14.8	29.5	12.5	13.8	15.8	12.9	0.7	84.5	28.7
認定区分	プラチナくるみん認定	208	4.8	18.3	8.7	15.4	23.1	29.3	0.5	94.8	52.4
	くるみん認定	1,529	15.8	31.0	13.2	13.6	14.9	10.7	0.7	83.4	25.6

## (3) 従業員に占める正社員比率

回答企業 (n=1,762) の従業員に占める正社員比率をみると、「3 割以下」が 5.8%、「4 割程度」が 5.2%、「5 割程度」が 5.4%、「6 割程度」が 8.5%、「7 割程度」が 12.2%、「8 割程度」が 22.0%、「9 割程度」が 32.2%、「10 割」が 6.2%となっている。「8 割程度以上・計」(「8 割程度」「9 割程度」「10 割」の合計) と回答した企業が 60.4%となっている (図表 1-2-6)。

図表1-2-6：従業員に占める正社員比率（SA、単位＝％）

		n	3 割以下	4 割程度	5 割程度	6 割程度	7 割程度	8 割程度	9 割程度	10 割	無回答	8 割程度以上・計
全体		1,762	5.8	5.2	5.4	8.5	12.2	22.0	32.2	6.2	2.4	60.4
認定区分	プラチナくるみん認定	208	2.4	4.3	4.8	9.6	8.2	22.6	41.3	4.3	2.4	68.2
	くるみん認定	1,529	6.2	5.3	5.4	8.3	12.8	21.9	31.3	6.5	2.4	59.7

<sup>9</sup> アンケート調査票では、「従業員」（常時雇用労働者）と表記。「常時雇用労働者」とは、「正社員、パート・アルバイトなどの名称にかかわらず、①期間の定めなく雇用されている労働者、②過去 1 年以上の期間について引き続き雇用されている者または雇入れ時から 1 年以上引き続き雇用されると見込まれる労働者（一定の期間を定めて雇用されている者または日々雇用されている者であってその雇用期間が反復更新されて、事実上①と同等と認められる労働者）」と調査票で注記している。なお、以下の記述では、「従業員規模」という。

## (4)正社員に占める女性正社員比率

回答企業 (n=1,762) の正社員に占める女性正社員比率をみると、「0%」が 0.2%、「0 超～5%」が 1.4%、「1 割程度」が 14.6%、「2 割程度」が 20.3%、「3 割程度」が 16.1%、「4 割程度」が 11.2%、「5 割程度」が 9.5%、「6 割以上」が 24.2%となる (図表 1-2-7)。

図表1-2-7：正社員に占める女性正社員比率 (S A、単位=%)

		n	0 %	0 超 5 %	1 割程度	2 割程度	3 割程度	4 割程度	5 割程度	6 割以上	無回答
全体		1,762	0.2	1.4	14.6	20.3	16.1	11.2	9.5	24.2	2.6
認定区分	プラチナくるみん認定	208	-	0.5	12.0	21.2	18.8	18.3	8.7	17.8	2.9
	くるみん認定	1,529	0.2	1.6	14.9	20.2	15.7	10.3	9.6	25.1	2.4

## (5)創業年

回答企業 (n=1,762) の創業年をみると、「1950 年以前」が 28.5%、「1950 年代」が 8.6%、「1960 年代」が 11.2%、「1970 年代」が 12.2%、「1980 年代」が 12.7%、「1990 年代」が 9.9%、「2000 年代」が 11.1%、「2010 年代以降」が 3.4%となる。

プラチナくるみん認定企業 (n=208) でみると、1950 年以前に創業した企業が 4 割程を占めている (図表 1-2-8)。

図表1-2-8：創業年 (S A、単位=%)

		n	1950 年以前	1950 年代	1960 年代	1970 年代	1980 年代	1990 年代	2000 年代	2010 年代以降	無回答
全体		1,762	28.5	8.6	11.2	12.2	12.7	9.9	11.1	3.4	2.4
認定区分	プラチナくるみん認定	208	46.6	7.2	5.8	8.2	8.7	6.7	10.6	3.4	2.9
	くるみん認定	1,529	26.3	8.8	12.1	12.6	13.2	10.3	11.0	3.3	2.4

## (6) 株式公開の有無

回答企業（n=1,762）の株式公開の有無をみると、「株式公開している」が20.0%、「株式公開はしていない」が76.8%で、非上場企業が7割程を占める。また、プラチナくるみん認定企業（n=208）では、4割程が株式公開している（図表1-2-9）。

図表1-2-9：株式公開の有無（S A、単位=%）

		n	株式公開している	株式公開はしていない	無回答
全体		1,762	20.0	76.8	3.2
認定区分	プラチナくるみん認定	208	42.3	55.3	2.4
	くるみん認定	1,529	17.0	79.9	3.1

## (7) 労働組合の有無

回答企業（n=1,762）の労働組合の有無をみると、「労働組合がある」が42.7%、「労働組合がない」が56.6%となる。プラチナくるみん認定企業（n=208）では、約6割が「労働組合がある」と回答している（図表1-2-10）。

図表1-2-10：労働組合の有無（S A、単位=%）

		n	労働組合がある	労働組合がない	無回答
全体		1,762	42.7	56.6	0.7
認定区分	プラチナくるみん認定	208	62.0	37.5	0.5
	くるみん認定	1,529	40.5	58.9	0.6



## 第2章 調査結果の概要

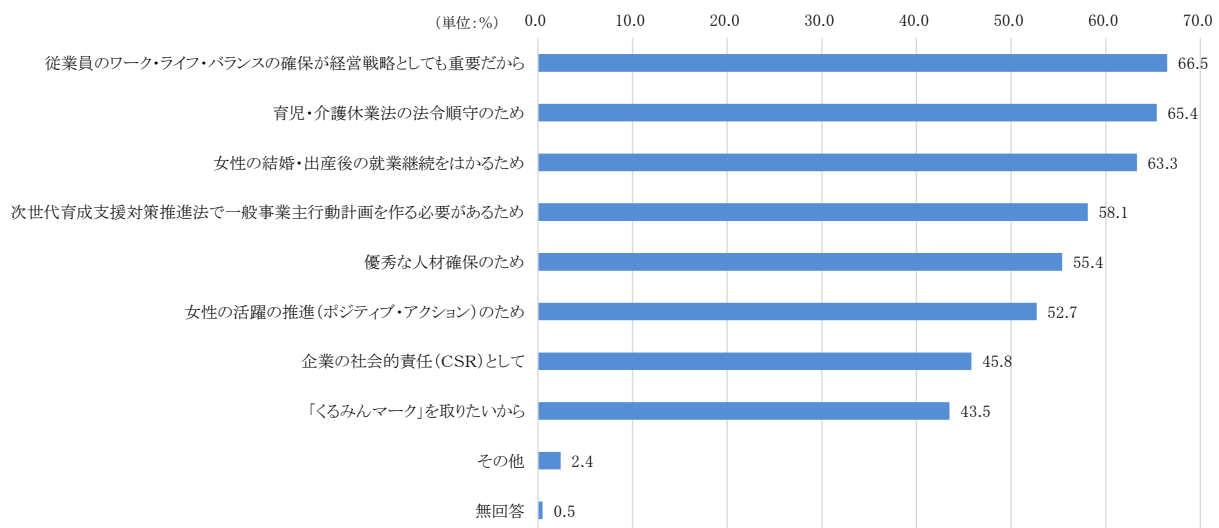
### 第1節 次世代育成支援対策推進法の施行状況

#### 1. 両立支援策に取り組む理由

回答企業（n=1,762）が仕事と生活の両立支援策に取り組んだきっかけ・理由をとりまとめたものが、図表 2-1-1 である（複数回答）。

それによると、「従業員のワーク・ライフ・バランスの確保が経営戦略としても重要だから」（66.5%）を挙げる割合がもっとも高く、次いで、「育児・介護休業法の法令順守のため」（65.4%）、「女性の結婚・出産後の就業継続をはかるため」（63.3%）、「次世代育成支援対策推進法で一般事業主行動計画を作る必要があるため」（58.1%）、「優秀な人材確保のため」（55.4%）の順となる。約6割の企業が法令順守に加えて、経営戦略としての重要性、女性の就業継続を両立支援に取り組む理由として挙げている。

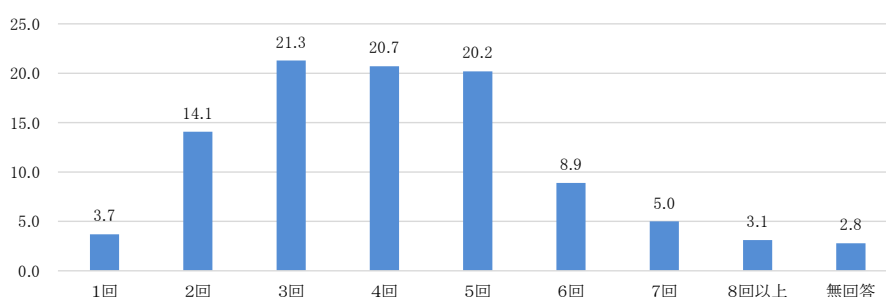
図表2-1-1:仕事と生活の両立支援策に取り組むきっかけ・理由 (n=1,762 MA)



#### 2. 一般事業主行動計画の策定回数

回答企業（n=1,762）の一般事業主行動計画の策定回数については、「3回」（21.3%）、「4回」（20.7%）、「5回」（20.2%）がそれぞれ2割程となっている（図表 2-1-2）。

図表2-1-2:一般事業主行動計画の策定回数 (n=1,762 SA)



従業員規模別にみた一般事業主行動計画の策定回数を取りまとめたのが、図表 2-1-3 である。それによると、行動計画の策定・届出が努力義務となっている 100 人以下では、4 回以下（「1 回」「2 回」「3 回」「4 回」の合計）と回答した割合が 8 割超を占めている（83.1%）。また、平成 23（2011）年 4 月以降、行動計画の策定・届出が義務化された 101 人以上 300 人以下では、「4 回以下」が 7 割超となっている（73.0%）。

図表2-1-3：一般事業主行動計画の策定回数（S A 単位＝％）

		合計	1 回	2 回	3 回	4 回	5 回	6 回	7 回	8 回 以上	無 回 答	4 回 以下
合計		1,762	3.7	14.1	21.3	20.7	20.2	8.9	5.0	3.1	2.8	59.8
従業員 規模	100人以下	261	10.7	32.6	24.1	15.7	8.4	1.9	1.5	1.1	3.8	83.1
	101～300人	520	3.8	15.0	29.0	25.2	16.9	4.0	2.1	1.5	2.3	73.0
	301～500人	220	0.9	11.4	25.9	19.1	20.0	8.6	7.3	3.2	3.6	57.3
	501～1000人	243	1.2	10.3	15.6	21.0	25.5	14.4	5.8	2.9	3.3	48.1
	1001～3000人	279	1.4	7.9	14.3	19.7	28.7	13.3	8.6	4.3	1.8	43.3
	3001人以上	227	3.5	5.3	10.1	19.4	25.1	17.2	8.4	7.9	3.1	38.3

※「4回以下」は、「1回」「2回」「3回」「4回」の合計。

### 3. 一般事業主行動計画の計画期間<sup>10</sup>

回答企業（n=1,762）の一般事業主行動計画の計画期間（もっとも新しい行動計画）は、「3 年」が 34.8%ともっとも高く、次いで、「5 年」（28.3%）、「2 年」（27.8%）、「4 年」（5.3%）が続く。「2 年」と「3 年」で 6 割以上を占める。計画期間は、「2 年」と「3 年」が大半を占めるものの、「5 年」も 3 割弱程度あり、「2 年」「3 年」と「5 年」に二極化しているようだ（図表 2-1-4）<sup>11</sup>。

従業員規模別にみると、おおむね規模が大きくなるほど、「2 年」「3 年」の割合が高くなっている。1,001 人以上 3,000 人以下では、7 割近くに達している。

行動計画策定回数別にみると、おおむね策定回数が多くなるほど、「2 年」「3 年」の割合が高くなる。「5 回」以上（「5 回」「6 回」「7 回」「8 回以上」）では、7 割超と高くなっている。

<sup>10</sup> 「行動計画策定指針」（令和元年 11 月 14 日）によると、一般事業主行動計画の計画期間については、各企業の実情に応じて、次世代育成支援対策を効果的かつ適切に実施することができる期間とすることが必要であり、平成 27 年度から令和 6 年度までの 10 年間をおおむね 2 年間から 5 年間までの範囲に区切り、計画を策定することが望ましい、としている。

<sup>11</sup> 「その他」（1.5%）の具体的内容としては、「プラチナくるみん認定取得により策定していない」「策定免除」などとなる。

図表2-1-4：現在の一般事業主行動計画の計画期間（S A 単位＝％）

		n	2年	3年	4年	5年	その他	無回答	2年・3年
合計		1,762	27.8	34.8	5.3	28.3	1.5	2.3	62.6
従業員規模	100人以下	261	27.6	27.6	5.4	31.4	1.9	6.1	55.2
	101～300人	520	27.1	35.0	6.0	28.5	1.9	1.5	62.1
	301～500人	220	20.5	41.8	4.5	31.8	0.9	0.5	62.3
	501～1000人	243	28.4	32.9	3.7	32.1	0.4	2.5	61.3
	1001～3000人	279	30.5	38.0	5.4	24.0	1.1	1.1	68.5
	3001人以上	227	33.0	32.6	6.6	22.9	2.2	2.6	65.6
行動計画策定回数	1回	66	28.8	28.8	7.6	28.8	1.5	4.5	57.6
	2回	249	20.1	31.7	4.4	39.4	3.2	1.2	51.8
	3回	376	22.1	35.9	8.5	31.4	1.3	0.8	58.0
	4回	365	23.0	33.2	5.2	36.2	1.6	0.8	56.2
	5回	356	27.5	42.7	3.9	24.4	0.8	0.6	70.2
	6回	157	41.4	39.5	3.8	13.4	0.6	1.3	80.9
	7回	88	53.4	30.7	4.5	10.2	1.1	-	84.1
	8回以上	55	60.0	29.1	1.8	7.3	1.8	-	89.1

※「2年・3年」は、「2年」と「3年」の合計。

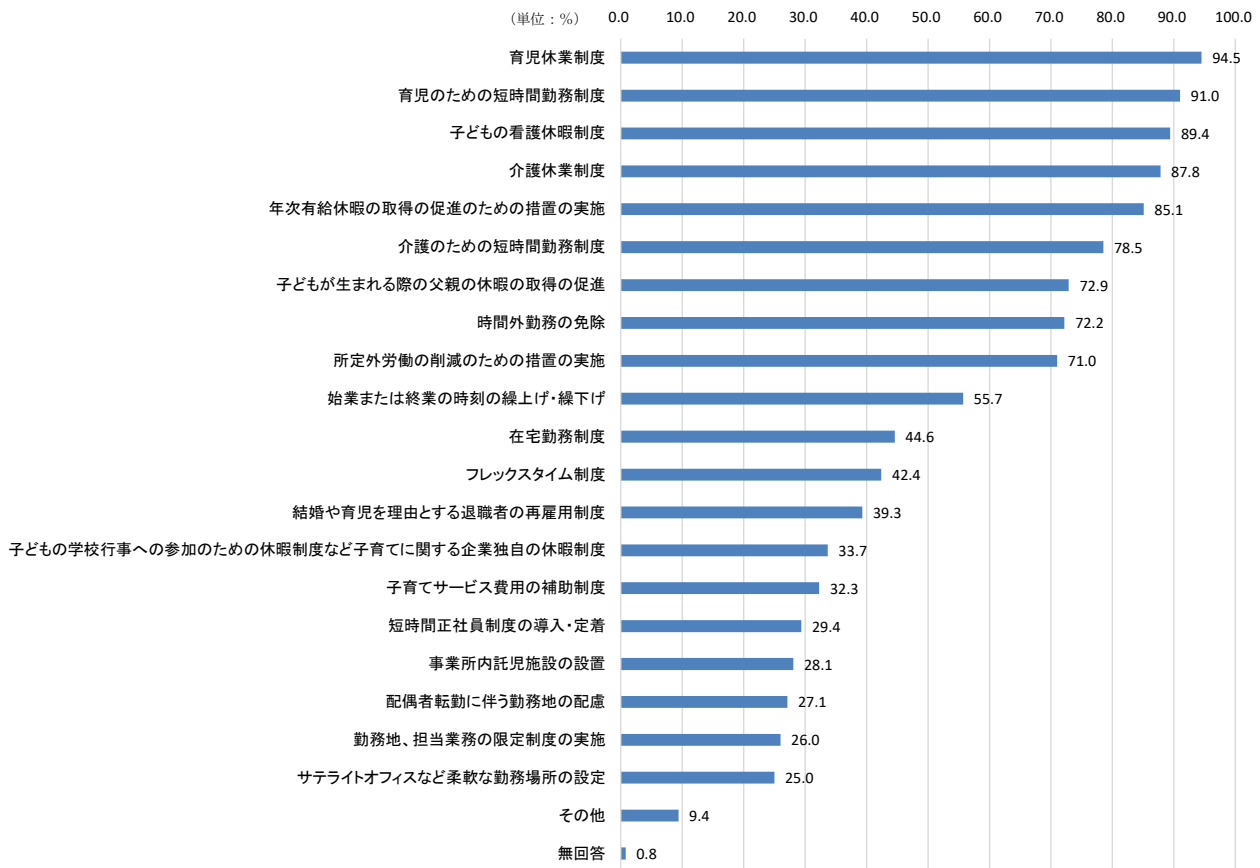
#### 4. 両立支援制度・措置

##### 4-1. 取り組みを進めてきた両立支援制度・措置

回答企業（n=1,762）がこれまで取り組んできた両立支援制度・措置について（複数回答）は、「育児休業制度」（94.5%）、「育児のための短時間勤務制度」（91.0%）、「子どもの看護休暇制度」（89.4%）、「介護休業制度」（87.8%）、「年次有給休暇の取得の促進のための措置の実施」（85.1%）を挙げる企業が多い<sup>12</sup>（図表 2-1-5）。

<sup>12</sup> 「その他」（9.4%）の具体的内容としては、「病気と仕事の両立支援制度」「不妊治療の休暇制度」「相談窓口の設置」などとなっている。

図表 2-1-5：これまで取り組んできた両立支援制度・措置 (n=1,762 MA)



従業員規模別に両立支援制度・措置の取り組み状況をまとめたものが、図表 2-1-6 である。それによると、ほとんどの項目がおおむね規模が大きくなるほど割合が高い。「在宅勤務制度」「子育てサービス費用の補助制度」「結婚や育児を理由とする退職者の再雇用制度」「フレックスタイム制度」「サテライトオフィスなど柔軟な勤務場所の設定」「配偶者転勤に伴う勤務地の配慮」などでは規模による差が目立つ結果となっている。また、「事業所内託児施設の設置」の割合は 2 割程となるが、3,001 人以上 (43.6%) では、100 人以下 (20.3%) の倍以上の設置状況となっている。従業員規模が大きくなるほど、両立支援の取り組みが進んでいるようだ。

図表2-1-6：両立支援制度・措置の従業員規模別取り組み状況 (MA 単位=%)

	n	育児休業制度	介護休業制度	子どもの看護休暇制度	育児のための短時間勤務制度	介護のための短時間勤務制度	フレックスタイム制度	始業または終業の時刻の繰上げ・繰下げ	時間外勤務の免除	配偶者転勤に伴う勤務地の配慮	希望する労働者に対する限定制度的実施	短時間正社員制度の導入・定着	在宅勤務制度	サテライトオフィスなど柔軟な勤務場所の設定	子どもが生まれる際の父親の休暇の取得の促進	業独自の休暇制度など子育てに関する企業独自の休暇制度	子どもの学校行事への参加のための措置の実施	事業所内託児施設の設置	子育てサービス費用の補助制度	再雇用制度	結婚や育児を理由とする退職者の再雇用制度	所定外労働の削減のための措置の実施	年次有給休暇の取得の促進のための措置の実施	その他	無回答
合計	1,762	94.5	87.8	89.4	91.0	78.5	42.4	55.7	72.2	27.1	26.0	29.4	44.6	25.0	72.9	33.7	28.1	32.3	39.3	39.3	71.0	85.1	9.4	0.8	
従業員規模																									
100人以下	261	90.4	78.5	82.4	85.4	64.0	29.5	49.4	59.4	16.1	19.5	32.2	33.0	16.1	64.8	34.9	20.3	19.9	28.4	61.7	79.3	6.1	1.9		
101~300人	520	92.1	84.8	89.2	87.5	74.8	33.5	50.2	67.9	19.8	20.6	31.7	32.3	17.9	64.8	29.8	23.3	23.1	30.6	64.4	81.9	6.9	0.6		
301~500人	220	95.9	87.3	87.3	90.9	80.9	35.0	49.1	68.2	22.7	19.1	30.5	36.8	18.2	69.5	26.4	26.4	25.5	32.7	69.1	86.4	10.9	0.6		
501~1000人	243	95.9	88.9	90.5	91.4	79.8	46.1	50.2	71.6	28.4	25.9	27.6	46.9	23.5	79.8	30.5	26.3	28.8	39.1	70.4	86.0	8.2	0.4		
1001~3000人	279	97.5	93.9	91.8	96.4	84.6	55.9	68.5	83.2	39.4	34.4	25.8	55.9	34.1	81.0	37.6	34.8	47.3	49.5	81.0	90.3	12.5	1.4		
3001人以上	227	98.2	96.9	96.5	98.7	92.1	64.3	72.2	88.1	44.5	41.9	26.0	78.0	49.8	86.3	47.1	43.6	59.5	66.1	87.2	90.7	15.0	0.4		

## 4-2. 一般事業主行動計画策定に伴う新設・拡充措置

これまで取り組んできた両立支援制度・措置について、一般事業主行動計画策定をきっかけに新設・拡充した制度・措置をとりまとめた結果が、図表 2-1-7 である（複数回答）。

それによると、行動計画策定をきっかけとして「新設」した制度・措置としては、「在宅勤務制度」（29.8%）、「結婚や育児を理由とする離職者の再雇用制度」（27.9%）、「子どもの学校行事への参加のための休暇制度など子育てに関する企業独自の休暇制度」（23.4%）を挙げる企業が多い。

また、行動計画策定をきっかけとして「拡充」した制度・措置としては、「年次有給休暇の取得の促進のための措置の実施」（47.3%）、「育児休業制度」（42.8%）、「所定外労働の削減のための措置の実施」（42.5%）などの回答割合が高くなっている。

図表2-1-7：一般事業主行動計画の策定を契機に新設・拡充した制度・措置（MA 単位＝％）

	n	新設	拡充	新設・拡充いずれもしていない	無回答
(1) 育児休業制度	1,665	3.8	42.8	35.2	18.8
(2) 介護休業制度	1,547	4.4	29.2	43.8	23.1
(3) 子どもの看護休暇制度	1,576	8.6	34.6	37.4	20.0
(4) 育児のための短時間勤務制度	1,604	8.9	38.0	35.5	18.4
(5) 介護のための短時間勤務制度	1,383	7.4	24.5	45.9	22.7
(6) フレックスタイム制度	747	10.8	21.3	49.1	19.4
(7) 始業または終業の時刻の繰上げ・繰下げ	982	10.7	21.8	47.7	20.2
(8) 時間外勤務の免除	1,273	6.5	20.1	50.4	23.3
(9) 配偶者転勤に伴う勤務地の配慮	478	8.8	10.3	64.9	16.1
(10) 希望する労働者に対する勤務地、担当業務の限定制度の実施	458	10.0	12.0	64.6	13.3
(11) 短時間正社員制度の導入・定着	518	16.2	18.3	52.3	13.5
(12) 在宅勤務制度	786	29.8	17.3	38.4	15.8
(13) サテライトオフィスなど柔軟な勤務場所の設定	441	19.7	11.3	57.8	11.8
(14) 子どもが生まれる際の父親の休暇の取得の促進	1,284	19.2	35.4	30.7	15.6
(15) 子どもの学校行事への参加のための休暇制度など子育てに関する企業独自の休暇制度	594	23.4	23.4	42.8	11.3
(16) 事業所内託児施設の設置	495	21.6	9.1	58.4	11.3
(17) 子育てサービス費用の補助制度	569	17.2	13.5	51.8	17.4
(18) 結婚や育児を理由とする離職者の再雇用制度	692	27.9	12.9	43.6	15.9
(19) 所定外労働の削減のための措置の実施	1,251	11.4	42.5	30.4	16.5
(20) 年次有給休暇の取得の促進のための措置の実施	1,500	12.3	47.3	25.7	15.5
(21) その他	165	37.6	18.8	38.8	7.3

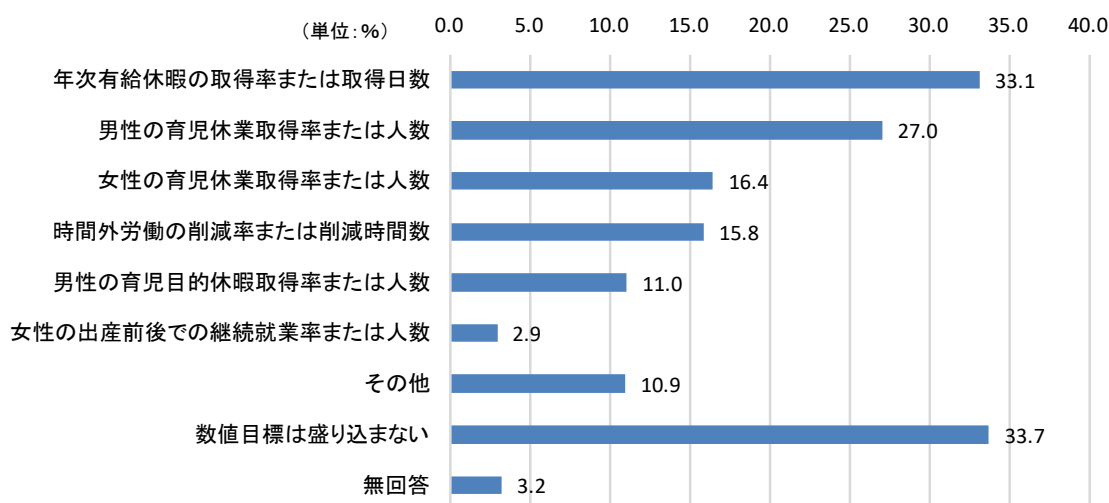
※これまで取り組んできた両立支援制度・措置の各項目を対象に集計。

## 5. 一般事業主行動計画における数値目標

回答企業（n=1,762）が現在の行動計画（もっとも新しい行動計画）に数値目標として盛り込んだ内容を取りまとめたのが、図表 2-1-8 である（複数回答）。

具体的な数値目標としては、「年次有給休暇の取得率または取得日数」（33.1%）を挙げる割合がもっとも高く、次いで、「男性の育児休業取得率または人数」（27.0%）、「女性の育児休業取得率または人数」（16.4%）、「時間外労働の削減率または削減時間数」（15.8%）の順となる<sup>13</sup>。一方、「数値目標は盛り込まない」（33.7%）と回答した企業は 3 割程となっている。7 割弱の企業が、行動計画になんらかの数値目標を盛り込んでいることがわかった。

図表 2-1-8：一般事業主行動計画に盛り込んだ数値目標（n=1,762 MA）



一般事業主行動計画に盛り込まれた数値目標を従業員規模別・行動計画期間別にみたものが図表 2-1-9 である。

従業員規模別にみると、おおむね規模が小さくなるほど、数値目標がない割合が高くなっている。100 人以下では、「数値目標は盛り込まない」が 4 割程となっている（39.8%）。一方、「男性の育児休業取得率または人数」「男性の育児目的休暇取得率または人数」については、おおむね規模が大きくなるほど、行動計画に数値目標を盛り込む割合が高くなっている。

また、行動計画期間別にみると、期間が長い企業ほど、「数値目標は盛り込まない」割合が高く、おおむね期間が短い企業ほど、具体的な数値目標を掲げる割合が高くなっている。計画期間がもっとも短い 2 年の企業でみると、具体的な数値目標として、「年次有給休暇の取得率または取得日数」（38.0%）、「男性の育児休業取得率または人数」（32.0%）、「時間外労働の削減率または削減時間数」（20.2%）、「女性の育児休業取得率または人数」（20.0%）を挙げる割合が高くなっている。一方、計画期間がもっとも長い 5 年の企業では、「数値目標は盛り込まない」（37.5%）と回答した企業が 4 割弱を占めている。大手を中心に、2 年など短

<sup>13</sup> 「その他」（10.9%）の具体的内容としては、「管理職に占める女性割合」「女性採用比率」「男性看護休暇取得日数」などとなっている。

いスパンで具体的な数値目標を掲げ、達成状況を確認しながら取り組んでいる企業の姿が見てとれる。

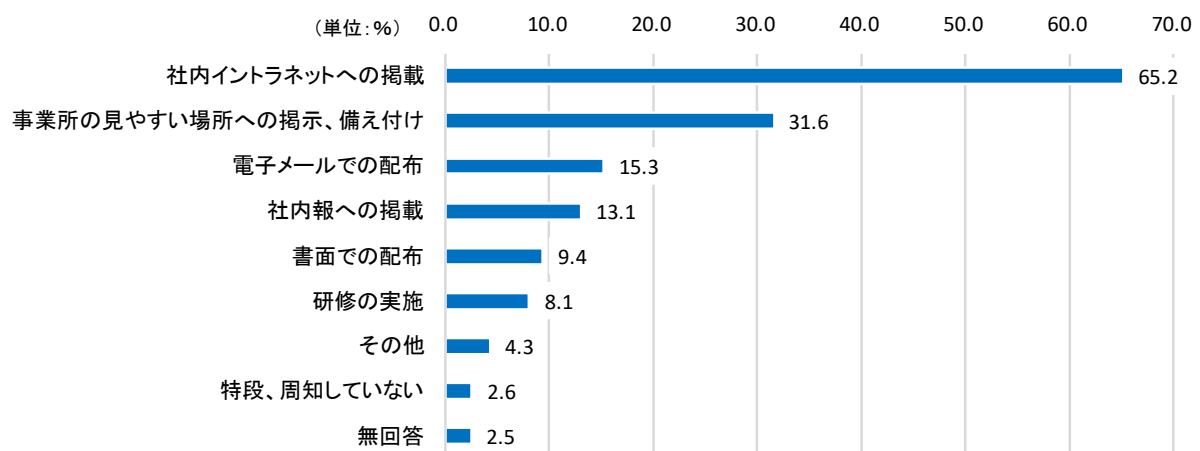
図表2-1-9：一般事業主行動計画に盛り込まれた数値目標 (MA 単位=%)

	n	また性は育 児休業取 得率	続女性の 出産前 後での 継	また性は 育児休 業取 得率	得率の 育児 目的 休暇 取	た時は 間外 労働 間の 削減 率	また次 は有給 休暇 の 取 得 率	その他	い数 値目 標は 盛り 込ま れた	無 回 答	
全体	1,762	16.4	2.9	27.0	11.0	15.8	33.1	10.9	33.7	3.2	
従業員規模	100人以下	261	12.3	4.6	15.7	8.0	12.6	35.6	5.0	39.8	6.1
	101～300人	520	14.2	2.1	19.2	9.2	13.8	36.9	7.9	35.2	3.7
	301～500人	220	18.6	3.6	30.5	9.1	23.2	36.4	13.2	29.5	0.9
	501～1000人	243	23.0	1.6	35.4	11.9	16.0	37.9	12.8	28.4	2.1
	1001～3000人	279	17.9	2.5	36.9	13.6	15.8	26.5	11.1	33.7	2.9
	3001人以上	227	14.1	2.6	31.7	15.0	16.3	20.3	20.7	33.0	2.6
行動計画期間	2年	490	20.0	3.1	32.0	13.9	20.2	38.0	10.0	28.2	2.0
	3年	613	15.3	2.4	26.8	11.3	15.5	33.1	10.9	35.2	2.0
	4年	94	16.0	3.2	23.4	13.8	12.8	33.0	16.0	34.0	-
	5年	499	14.8	3.0	24.0	8.4	13.0	29.7	11.8	37.5	2.4

## 6. 一般事業主行動計画の従業員への周知方法

回答企業 (n=1,762) における従業員への行動計画の周知方法については、「社内イントラネットへの掲載」(65.2%)の割合がもっとも高く、次いで、「事業所の見やすい場所への掲示、備え付け」(31.6%)、「電子メールでの配布」(15.3%)、「社内報への掲載」(13.1%)、「書面での配布」(9.4%)の順となる<sup>14</sup>。一方、「特段、周知していない」と回答する企業が2.6%となった(図表2-1-10)。

図表2-1-10：行動計画の従業員への周知方法 (n=1,762 MA)



<sup>14</sup> 「その他」(4.3%)の具体的な内容としては、「自社ホームページへの一括掲載」「女性の活躍推進企業データベースへの掲載」などとなっている。

行動計画の周知方法を従業員規模別にまとめたものが、図表 2-1-11 である。それによると、従業員規模が大きくなるほど、「社内イントラネットへの掲載」で社内周知する割合が高くなる一方、規模が小さくなるほど、「事業所の見やすい場所への掲示、備え付け」で周知する割合が高くなっている。

図表2-1-11：行動計画の従業員への周知方法（MA 単位=%）

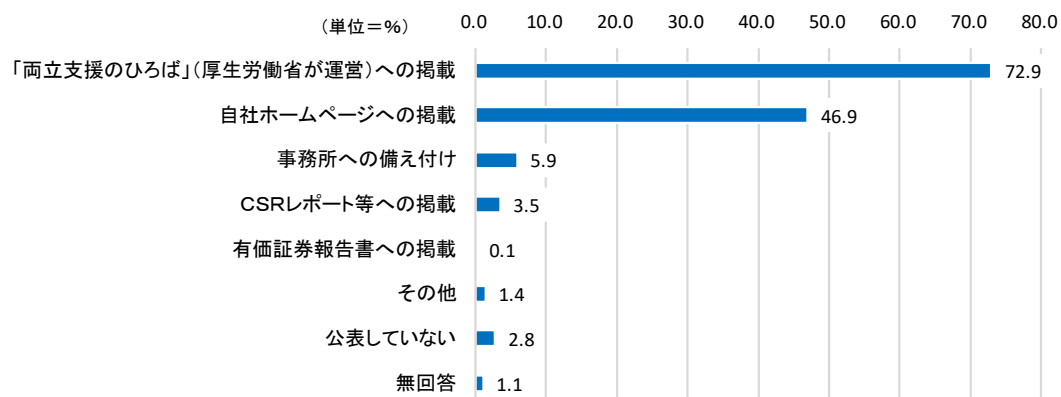
	n	示、事業所の見やすい場所への掲示、備え付け	書面での配布	電子メールでの配布	社内報への掲載	社内イントラネットへの掲載	研修の実施	その他	特段、周知していない	無回答	
全体	1,762	31.6	9.4	15.3	13.1	65.2	8.1	4.3	2.6	2.5	
従業員規模	100人以下	261	54.4	16.5	17.6	6.9	36.4	8.4	5.4	2.3	3.8
	101～300人	520	44.2	13.8	16.3	11.7	53.1	8.1	6.5	2.1	2.3
	301～500人	220	34.5	7.3	16.4	11.4	69.5	5.9	1.8	0.5	1.8
	501～1000人	243	17.3	2.5	12.8	15.6	74.1	5.8	3.7	4.9	2.9
	1001～3000人	279	14.3	5.0	12.5	14.7	86.7	8.6	2.2	2.9	1.8
	3001人以上	227	11.5	6.2	15.4	20.3	85.9	11.9	4.0	3.1	2.2

## 7. 一般事業主行動計画の公表状況

### 7-1. 公表方法

回答企業（n=1,762）における行動計画の社外への公表方法については（複数回答）、「両立支援のひろば（厚生労働省が運営）への掲載」（72.9%）を挙げる割合がもっとも高く<sup>15</sup>、「自社ホームページへの掲載」（46.9%）が続く（図表 2-1-12）。

図表 2-1-12：行動計画の社外への公表方法（n=1,762 MA）



<sup>15</sup> 厚生労働省が運営する「両立支援のひろば」(<https://ryouritsu.mhlw.go.jp/>)では、仕事と家庭の両立の取り組みを支援する情報を提供している。同サイトの「一般事業主行動計画公表サイト」には、88,924社（令和3年7月現在）の行動計画が登録され、検索・閲覧することができる。



行動計画の公表方法を従業員規模別にまとめたのが、図表 2-1-13 である。それによると、おおむね規模が大きくなるほど、「両立支援のひろば」における公表割合が高くなっている。3,001 人以上では、「両立支援のひろば」への掲載割合は 8 割超となっている（84.1%）。また、3,001 人以上の大企業の 14.5%が「CSR レポート等への掲載」を挙げているのが目立つ。一方、規模が小さくなるほど、事務所への備え付けによる公表割合が高くなっている。

図表2-1-13：従業員規模別の行動計画の社外への公表方法（MA 単位=%）

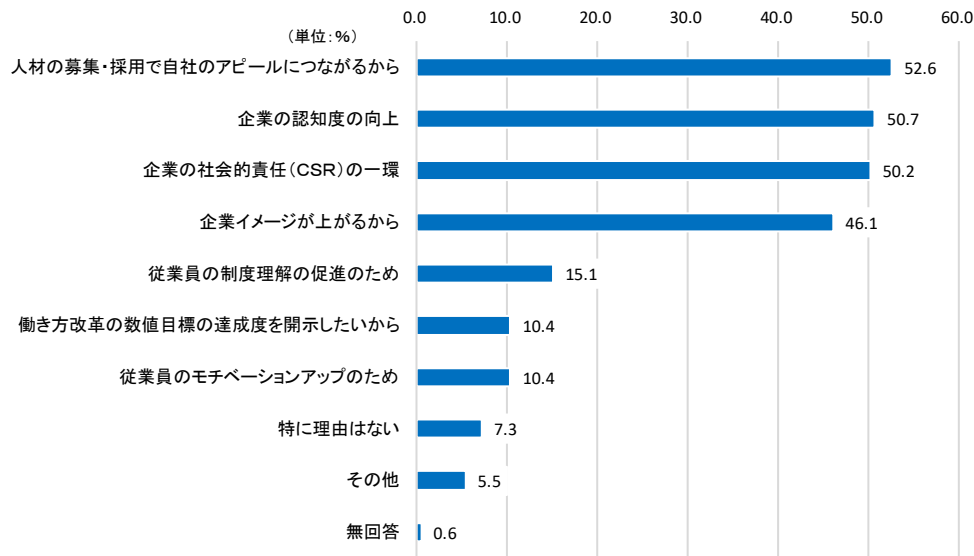
		n	省「両立支援のひろば」への掲載（厚生労働省が運営）	自社ホームページへの掲載	事務所への備え付け	CSR レポート等への掲載	有価証券報告書への掲載	その他	公表していない	無回答
全体		1,762	72.9	46.9	5.9	3.5	0.1	1.4	2.8	1.1
従業員規模	100人以下	261	68.6	37.5	12.6	1.1	-	2.3	5.4	2.7
	101～300人	520	64.4	49.6	8.8	0.6	-	1.5	4.4	1.0
	301～500人	220	75.0	41.8	5.0	0.9	-	0.5	0.9	0.5
	501～1000人	243	76.1	46.5	2.5	2.1	-	1.2	2.5	1.2
	1001～3000人	279	79.2	50.2	1.4	5.4	-	0.7	1.1	0.7
	3001人以上	227	84.1	53.3	1.8	14.5	0.9	2.2	0.4	0.9

## 7-2. 行動計画を「両立支援のひろば」で公表している理由

行動計画を「両立支援のひろば」で公表している企業（n=1,284）に対して、公表理由を尋ねた結果が、図表 2-1-14 である（複数回答）。

公表理由として、「人材の募集・採用で自社のアピールにつながるから」（52.6%）、「企業の認知度の向上」（50.7%）、「企業の社会的責任（CSR）の一環」（50.2%）、「企業イメージが上がるから」（46.1%）が 5 割程で上位に並ぶ。「両立支援のひろば」で行動計画を公表する企業の半数程が、企業の社会的責任とともに、募集・採用のアピールや認知度の向上を理由に挙げている。

図表 2-1-14：行動計画を「両立支援のひろば」で公表している理由 (n=1,284 MA)



※「両立支援のひろば」で公表している企業 (n=1,284) を対象に集計。

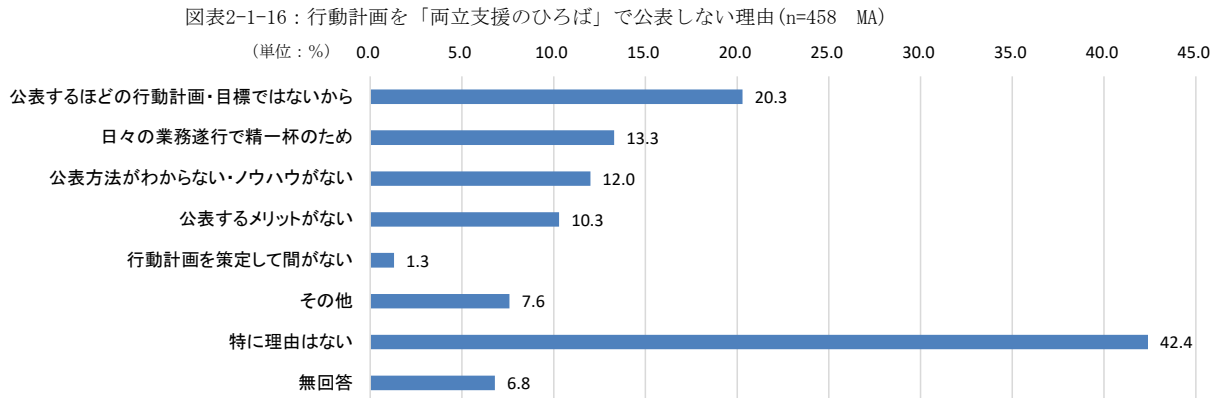
また、「両立支援のひろば」への公表理由を従業員規模別にとりまとめたのが、図表 2-1-15 である。おおむね規模が大きくなるほど、「人材の募集・採用で自社のアピールにつながるから」「企業の認知度の向上」「企業の社会的責任 (CSR) の一環」「企業イメージが上がるから」を公表理由に挙げる割合が高くなっている。3,001人以上では、約7割が「企業の社会的責任 (CSR) の一環」(73.8%)、「人材の募集・採用で自社のアピールにつながるから」(68.6%)を公表理由に挙げている。

図表2-1-15：従業員規模別の「両立支援のひろば」公表理由 (MA 単位=%)

	n	企業イメージが上がるから	企業の認知度の向上	人材の募集・採用で自社のアピールにつながるから	従業員の制度理解の促進のため	従業員のモチベーションアップのため	働き方改革の数値目標の達成度を開示したいから	企業の社会的責任 (CSR) の一環	その他	特に理由はない	無回答	
全体	1,284	46.1	50.7	52.6	15.1	10.4	10.4	50.2	5.5	7.3	0.6	
従業員規模	100人以下	179	43.6	45.8	41.9	17.3	13.4	10.6	27.9	5.6	12.3	0.6
	101~300人	335	44.8	49.3	44.2	15.8	11.0	9.0	39.4	6.9	7.2	0.9
	301~500人	165	44.2	48.5	54.5	9.7	4.2	6.7	47.3	4.8	8.5	-
	501~1000人	185	37.8	51.9	47.6	12.4	8.1	8.6	52.4	4.3	11.9	1.1
	1001~3000人	221	46.6	48.0	62.0	13.1	10.9	12.2	65.6	3.6	3.2	0.5
	3001人以上	191	58.1	61.3	68.6	21.5	14.1	15.7	73.8	7.3	2.6	0.5

### 7-3. 行動計画を「両立支援のひろば」で公表しない理由

一方、行動計画を「両立支援のひろば」で公表していない企業（n=458）にその理由を尋ねたところ（複数回答）、「特に理由はない」（42.4%）を挙げる割合がもっとも高かった。具体的な非公表理由としては、「公表するほどの行動計画・目標ではないから」（20.3%）、「日々の業務遂行で精一杯のため」（13.3%）、「公表方法がわからない・ノウハウがない」（12.0%）、「公表するメリットがない」（10.3%）が上位に挙がる<sup>16</sup>。



※「両立支援のひろば」で公表していない企業（n=458）を対象に集計。

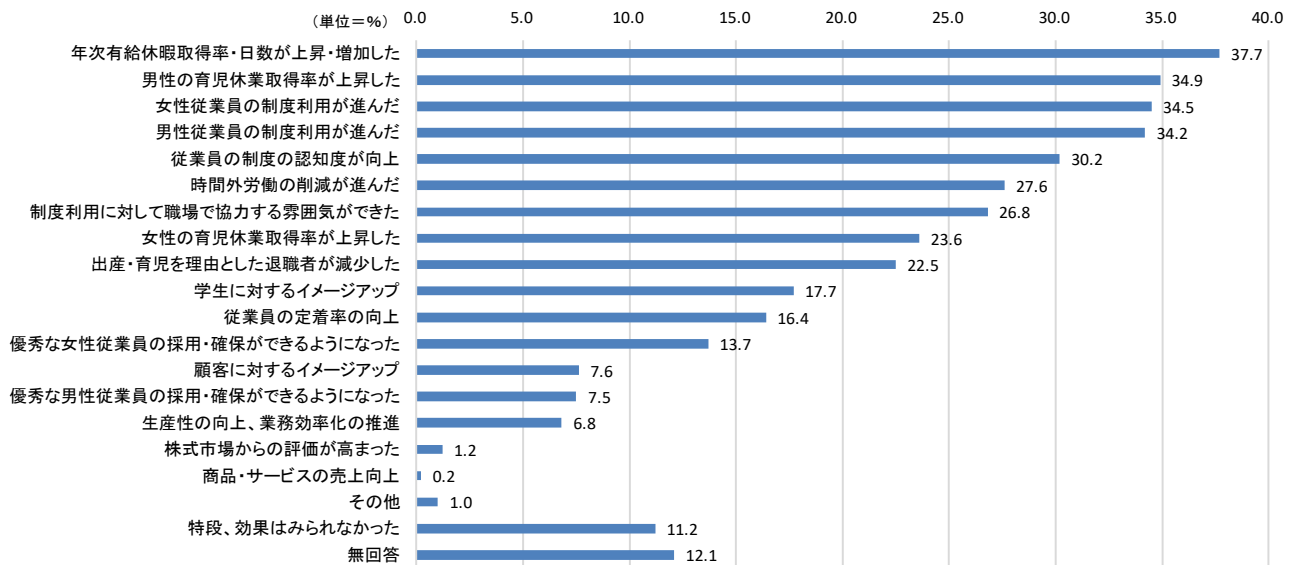
### 8. 一般事業主行動計画の策定・推進効果

回答企業（n=1,762）の一般事業主行動計画の策定・推進の効果をとりとまとめたのが、図表2-1-17である（複数回答）。

具体的な効果として、「年次有給休暇の取得率・取得日数が上昇・増加した」（37.7%）、「男性の育児休業取得率が上昇した」（34.9%）、「女性従業員の制度利用が進んだ」（34.5%）、「男性従業員の制度利用が進んだ」（34.2%）、「従業員の制度の認知度が向上」（30.2%）を挙げる企業の割合がそれぞれ3割程となった。行動計画を策定・推進することで、年次有給休暇の取得や男性の育児休業の取得が進んだと感じている企業が多いようだ。

<sup>16</sup> 「その他」（7.6%）の具体的な内容としては、「自社ホームページへの一括掲載」「女性の活躍推進企業データベースへの掲載」などとなっている。

図表 2-1-17：行動計画策定・推進の効果(n=1,762 MA)

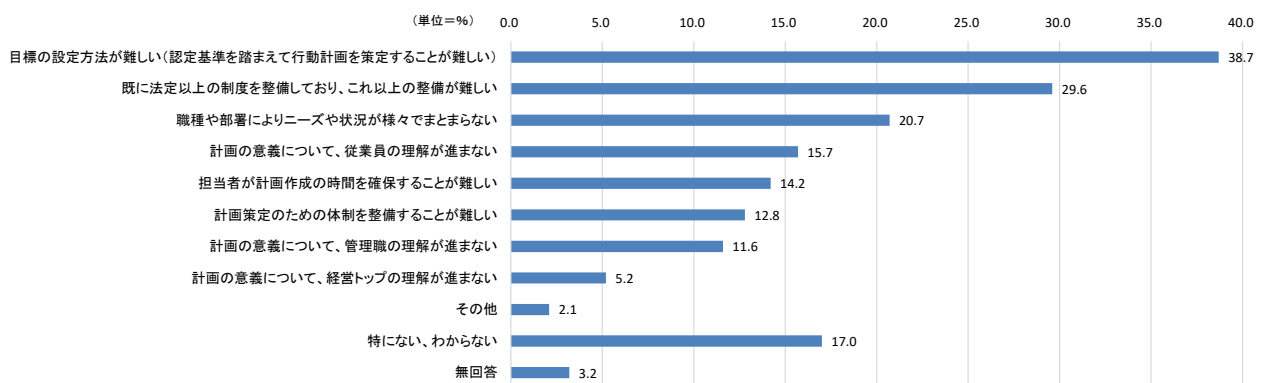


## 9. 一般事業主行動計画の策定に関する課題

回答企業（n=1,762）の行動計画の策定に関する課題をとりまとめたのが、図表 2-1-18 である（複数回答）。

具体的な課題としては、「目標の設定方法が難しい（認定基準を踏まえて行動計画を策定することが難しい）」（38.7%）を挙げる割合がもっとも高く、次いで、「既に法定以上の制度を整備しており、これ以上の整備が難しい」（29.6%）、「職種や部署によりニーズや状況が様々でまとまらない」（20.7%）、「計画の意義について、従業員の理解が進まない」（15.7%）、「担当者が計画作成の時間を確保することが難しい」（14.2%）の順となる。一方、「特にない、わからない」（17.0%）は 1 割程となった<sup>17</sup>。

図表 2-1-18：行動計画策定に関する課題(n=1,762 MA)



<sup>17</sup> 「その他」（2.1%）の具体的な内容としては、「主な利用が子育て世代の女性で、他の同性・異性とのバランス・公平が保ちにくい」「出産社員がいない。配偶者の出産もない。社員の高齢化。若年層の晩婚化」「時限立法のため策定しても制度が終了してしまうのではないかという心配があり、モチベーションが上がらない」などとなっている。

また、行動計画策定に関する課題を従業員規模別・行動計画策定回数別にまとめたのが、図表 2-1-19 である。行動計画の策定回数別にみると、おおむね回数が多くなるほど、「目標の設定方法が難しい（認定基準を踏まえて行動計画を策定することが難しい）」「既に法定以上の制度を整備しており、これ以上の整備が難しい」の割合が高くなる傾向にある。行動計画を 3 回以上策定した企業（「3 回」「4 回」「5 回以上」の企業）では、約 4 割が目標設定が難しいと感じている。目標をクリアしながら回数を重ねることで、達成可能な上位目標の設定に苦慮している企業の姿がうかがえる結果となった。

図表2-1-19：従業員規模別・行動計画策定回数別の行動計画の策定に関する課題（単位=% MA）

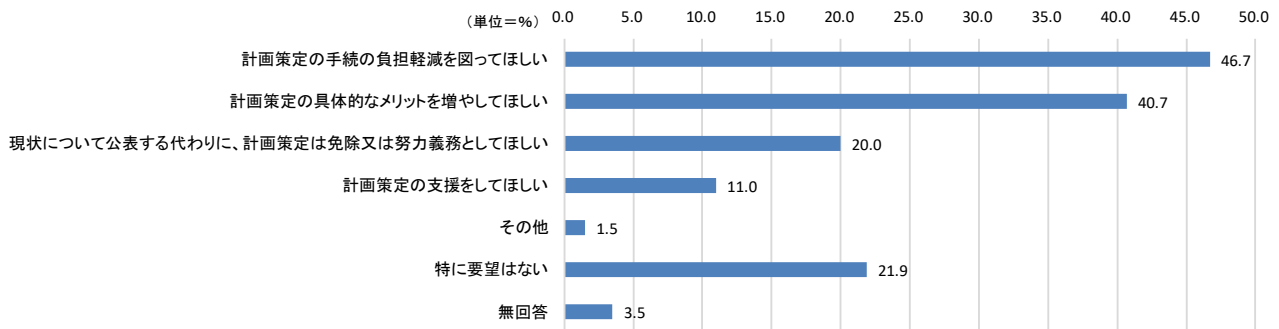
	n	解 計 画 の 進 意 義 な い に つ い て、 従 業 員 の 理	解 計 画 の 進 意 義 な い に つ い て、 管 理 職 の 理	の 計 画 の 理 解 が 進 意 義 な い に つ い て、 経 営 ト ッ プ	目 標 の 設 定 方 法 が 難 し い （ 認 定 基 準 を 踏 ま え て 行 動 計 画 を 策 定 す る 基 礎 が な い ）	既 に 法 定 以 上 の 制 度 を 整 備 し て お り、 こ れ 以 上 の 制 度 を 整 備 し て お く に 困 り が あ る	職 種 や 部 署 に よ り ニ ーズ や 状 況 が 異 な る	担 当 者 が 計 画 作 成 の 時 間 を 確 保 す る こ と が 難 し い	計 画 策 定 の た め の 体 制 を 整 備 す る こ と が 難 し い	そ の 他	特 に な い、 わ か ら な い	無 回 答
合計	1,762	15.7	11.6	5.2	38.7	29.6	20.7	14.2	12.8	2.1	17.0	3.2
従業員規模	100人以下	261	10.3	6.5	5.0	31.8	28.4	18.0	14.9	4.2	19.5	6.5
	101～300人	520	15.2	10.6	5.0	41.2	32.7	20.6	15.2	14.4	16.5	2.9
	301～500人	220	18.6	14.5	7.3	41.8	30.9	22.3	17.3	16.4	14.1	1.8
	501～1000人	243	19.3	13.2	5.8	41.6	21.4	18.5	16.9	11.9	17.3	3.7
	1001～3000人	279	16.1	12.2	3.2	41.9	29.0	24.0	10.8	10.4	14.7	1.8
	3001人以上	227	14.5	13.7	5.3	32.2	32.6	21.1	9.7	9.3	19.8	2.6
行動計画策定回数	1回	66	9.1	4.5	7.6	24.2	12.1	12.1	16.7	-	36.4	7.6
	2回	249	12.4	9.6	4.0	35.7	25.3	18.1	14.9	2.8	20.1	4.8
	3回	376	19.4	13.6	5.9	41.8	32.7	23.4	17.8	0.3	10.4	2.4
	4回	365	15.3	11.5	7.1	40.3	31.2	21.1	12.3	3.0	17.3	3.3
	5回以上	656	15.5	11.9	4.1	40.1	31.6	20.6	12.5	11.3	16.9	1.8

## 10. 一般事業主行動計画策定に関する要望

回答企業（n=1,762）の行動計画の策定に関する要望については（複数回答）、「計画策定の手続の負担軽減を図ってほしい」（46.7%）、「計画策定の具体的なメリットを増やしてほしい」（40.7%）がそれぞれ 4 割程で上位に並ぶ。続いて、「現状について公表する代わりに、計画策定は免除又は努力義務としてほしい」（20.0%）、「計画策定の支援をしてほしい」（11.0%）の順となる<sup>18</sup>。一方、「特に要望はない」（21.9%）は 2 割程となっている（図表 2-1-20）。

<sup>18</sup> 「その他」（1.5%）の具体的な内容としては、「プラチナくるみ認定後の計画策定が必要か分かりづらい」「法定以上の制度を整備している場合は、計画策定は免除又は努力義務としてほしい」「女性活躍推進と一本化し、公表サイトの一元化」などとなっている。

図表 2-1-20：行動計画策定に関する要望 (n=1,762 MA)



また、従業員規模別・行動計画策定回数別の行動計画の策定に関する要望をとりまとめたのが、図表 2-1-21 である。従業員規模別にみると、おおむね規模が大きくなるほど、「計画策定の手続きの負担軽減を図ってほしい」の割合が高くなっている。「3,001人以上」では、「計画策定の手続きの負担軽減を図ってほしい」が 52.4%と半数超を占めている。行動計画策定回数別にみると、策定回数が複数回（「2回」以上）になると、「計画策定の具体的なメリットを増やしてほしい」を要望する割合が4割程となっている。

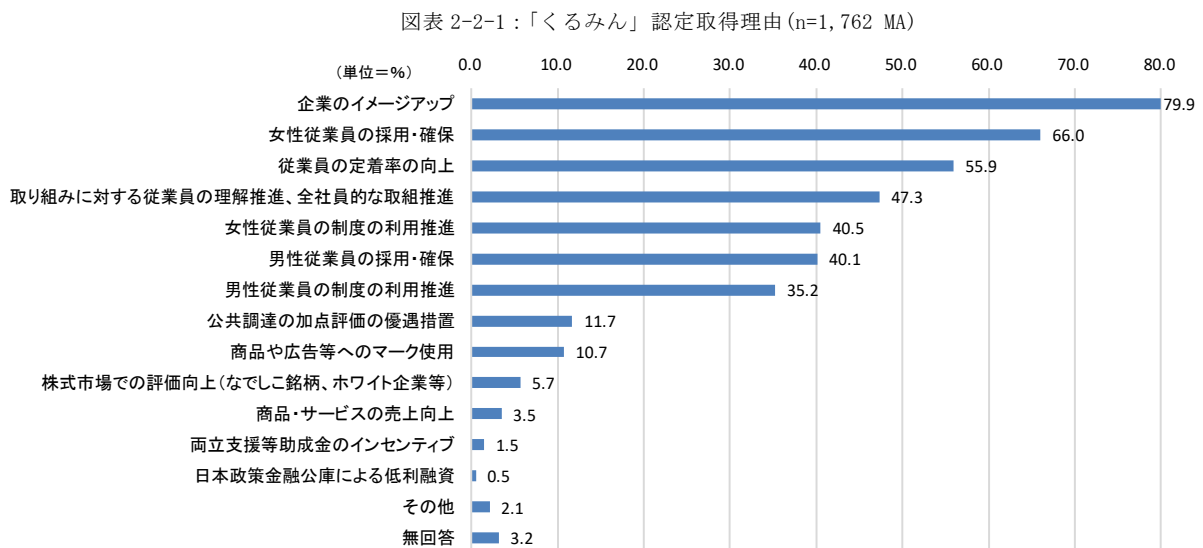
図表2-1-21：従業員規模別・行動計画策定回数別の行動計画の策定に関する要望 (単位=% MA)

		n	て計画策定の具体的なメリットを増やしてほしい	し計画策定の手続の負担軽減を図ってほしい	計画策定の支援をしてほしい	策現 定状 は免 除 い て 公 表 す る 代 わ り に 、 計 画	そ の 他	特 に 要 望 は な い	無 回 答
合計		1762	40.7	46.7	11.0	20.0	1.5	21.9	3.5
従業員規模	100人以下	261	37.9	39.8	9.6	13.4	1.9	25.3	6.5
	101～300人	520	44.4	46.0	13.3	22.7	1.5	19.2	2.7
	301～500人	220	47.3	46.8	8.6	20.0	0.9	19.1	3.2
	501～1000人	243	35.4	48.6	9.9	23.0	1.2	21.8	4.5
	1001～3000人	279	41.2	48.7	11.1	20.1	0.7	21.9	2.2
	3001人以上	227	33.9	52.4	9.7	18.5	2.6	26.9	2.6
行動計画策定回数	1回	66	25.8	40.9	10.6	16.7	-	33.3	4.5
	2回	249	41.8	47.4	14.1	18.5	2.0	21.7	5.2
	3回	376	43.9	47.9	12.5	21.3	1.3	16.5	2.4
	4回	365	41.1	42.7	9.3	18.4	1.4	24.9	4.7
	5回以上	656	41.3	49.1	10.1	21.3	1.5	21.8	2.1

## 第2節 「くるみん」認定取得

### 1. 認定取得理由

回答企業（n=1,762）の「くるみん」認定取得理由をとりまとめたのが、図表 2-2-1 である（複数回答）。取得理由として、「企業のイメージアップ」（79.9%）を挙げる割合がもっとも高く、次いで、「女性従業員の採用・確保」（66.0%）、「従業員の定着率の向上」（55.9%）、「取り組みに対する従業員の理解推進、全社員的な取組推進」（47.3%）、「女性従業員の制度の利用推進」（40.5%）、「男性従業員の採用・確保」（40.1%）、「男性従業員の制度の利用推進」（35.2%）、「公共調達の加点評価の優遇措置」（11.7%）<sup>19</sup>、「商品や広告等へのマーク使用」（10.7%）の順となっている<sup>20</sup>。企業イメージを向上させ、人材の確保・定着につなげることをメリットと感じている企業が多いようだ。



「くるみん」取得理由を従業員規模別・認定回数別にとりまとめたのが、図表 2-2-2 である。おおむね規模が大きくなるほど、「企業のイメージアップ」「女性従業員の採用・確保」「取り組みに対する従業員の理解推進、全社員的な取組推進」などの割合が高くなる傾向にある。

また、おおむね認定回数が多くなるほど、上記の取得理由に加えて、「男性従業員の採用・確保」「株式市場での評価向上（なでしこ銘柄、ホワイト企業等）」<sup>21</sup>「公共調達の加点評価の優遇措置」などの割合も高くなる傾向が見てとれる。

<sup>19</sup> 公表調達における加点評価の仕組みは、平成 28（2016）年度から各府省で開始した。配点割合も含めた加点評価の詳細については、契約の内容に応じ、公共調達を行う各府省が定める。

<sup>20</sup> 両立支援等助成金は、平成 28（2016）年度に「出生時両立支援コース」（子育てパパ支援助成金）が創設された。

<sup>21</sup> 「なでしこ銘柄」は女性活躍推進に優れた上場企業を経済産業省が東京証券取引所と共同で選定するもの。2021 年 6 月末時点で 44 社。

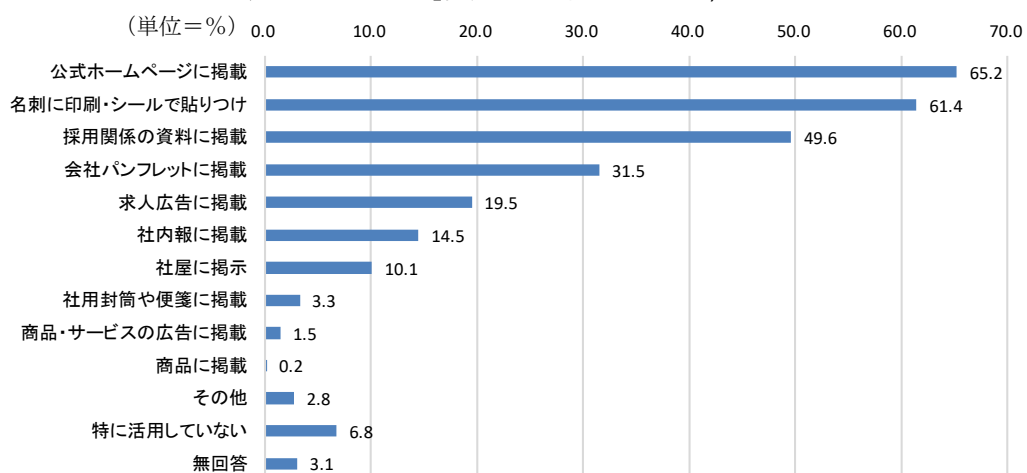
図表2-2-2：従業員規模別・認定回数別「くるみん」取得理由（MA 単位＝％）

		n	女性従業員の採用・確保	男性従業員の採用・確保	従業員の定着率の向上	女性従業員の制度の利用推進	男性従業員の制度の利用推進	解り組みに全社員に対する取組推進	企業のイメージアップ	商品・サービスの売上向上	商品や広告等へのマーク使用	公共調達の加点評価の優遇措置	融資	日本政策金融公庫による低利	両立支援等助成金のインセンティブ	株式市場での評価向上（なでしこ銘柄、ホワイト企業等）	その他	無回答
全体		1,762	66.0	40.1	55.9	40.5	35.2	47.3	79.9	3.5	10.7	11.7	0.5	1.5	5.7	2.1	3.2	
従業員規模	100人以下	261	52.1	28.4	55.9	33.0	27.6	36.4	73.2	3.4	9.2	15.7	1.1	2.7	0.8	1.1	2.7	
	101～300人	520	60.6	35.8	58.7	38.3	32.1	43.5	78.7	1.2	8.7	6.3	0.8	1.3	0.6	2.5	3.7	
	301～500人	220	69.1	40.9	55.9	33.6	30.0	40.9	80.0	3.2	13.6	10.0	-	1.8	0.9	1.4	2.3	
	501～1000人	243	70.0	44.4	53.9	39.5	36.2	46.9	81.1	1.6	11.1	9.1	-	-	3.7	2.1	4.1	
	1001～3000人	279	73.8	45.2	53.8	46.6	41.9	55.6	83.5	4.7	10.4	14.0	-	0.4	7.9	2.2	1.4	
	3001人以上	227	79.3	53.3	54.6	53.7	48.0	65.6	85.0	10.1	14.1	21.1	0.9	3.1	27.3	3.1	5.3	
認定回数	1回	1,241	64.9	37.9	56.6	37.9	32.9	43.9	78.0	3.1	9.8	10.4	0.3	1.7	3.0	2.2	3.1	
	2回	288	63.5	40.3	54.2	46.9	38.2	51.4	81.6	2.4	11.5	12.8	1.7	1.4	6.9	1.7	3.1	
	3回以上	233	75.1	51.5	54.5	46.8	43.8	60.5	88.0	6.9	14.6	17.6	-	0.4	18.9	2.1	3.9	

## 2. 認定マーク活用状況

回答企業（n=1,762）の「くるみん」認定マークの活用状況を取りまとめたものが、図表2-2-3である（複数回答）。具体的には、「公式ホームページに掲載」（65.2%）、「名刺に印刷・シールで貼りつけ」（61.4%）、「採用関係の資料に掲載」（49.6%）、「会社パンフレットに掲載」（31.5%）、「求人広告に掲載」（19.5%）の順で活用されている<sup>22</sup>。約6割が認定マークをホームページに掲載して、名刺に印刷・シールで貼りつけして活用している。また、約半数が採用関係の資料に認定マークを掲載している。

図表2-2-3：「くるみん」認定マーク活用状況（n=1,762 MA）



<sup>22</sup> 「その他」（2.8%）の具体的内容としては、「公用車に表示」「職員の制服に掲載」「認定証を応接室に設置」などとなる。



「くるみん」認定マークの活用状況を従業員規模別・認定回数別にとりまとめたのが、図表 2-2-4 である。おおむね規模が大きくなるほど、「採用関係の資料に掲載」「社内報に掲載」などで活用する割合が高くなる傾向にある。

また、認定回数が多くなるほど、「採用関係の資料に掲載」「公式ホームページに掲載」など軒並み活用割合が高くなっており、幅広く活用している様子が見てとれる。

図表2-2-4：従業員規模別・認定回数別「くるみん」認定マーク活用状況（MA 単位＝％）

		n	公式ホームページに掲載	会社パンフレットに掲載	採用関係の資料に掲載	名刺に印刷・シールで貼りつ	社内報に掲載	社屋に掲示	社用封筒や便箋に掲載	商品に掲載	商品・サービスの広告に掲載	求人広告に掲載	その他	特に活用していない	無回答
全体		1,762	65.2	31.5	49.6	61.4	14.5	10.1	3.3	0.2	1.5	19.5	2.8	6.8	3.1
従業員規模	100人以下	261	64.4	31.4	36.8	66.7	6.1	17.2	7.7	0.4	2.3	20.7	2.7	4.6	3.1
	101～300人	520	65.4	31.5	49.8	63.3	10.4	11.3	4.2	-	1.2	25.6	1.7	6.0	3.5
	301～500人	220	64.1	31.4	49.5	61.4	10.0	11.8	2.7	0.9	1.8	18.6	0.9	8.2	2.3
	501～1000人	243	63.0	29.2	54.7	53.5	18.1	8.2	2.1	-	-	17.3	2.1	7.0	3.3
	1001～3000人	279	65.6	30.8	50.5	58.4	24.0	6.1	1.1	-	1.8	14.3	3.6	8.6	1.8
	3001人以上	227	69.2	35.2	58.1	63.9	22.0	4.4	0.9	-	2.6	13.7	7.0	6.6	4.8
認定回数	1回	1,241	62.1	28.8	46.3	59.4	12.9	11.1	3.0	0.2	1.1	19.8	2.3	7.6	3.1
	2回	288	72.9	39.9	56.6	67.0	16.0	6.9	5.6	-	2.8	19.8	2.1	5.6	2.8
	3回以上	233	71.7	35.2	58.4	65.2	21.0	8.6	2.1	-	2.1	17.2	6.9	3.9	3.9

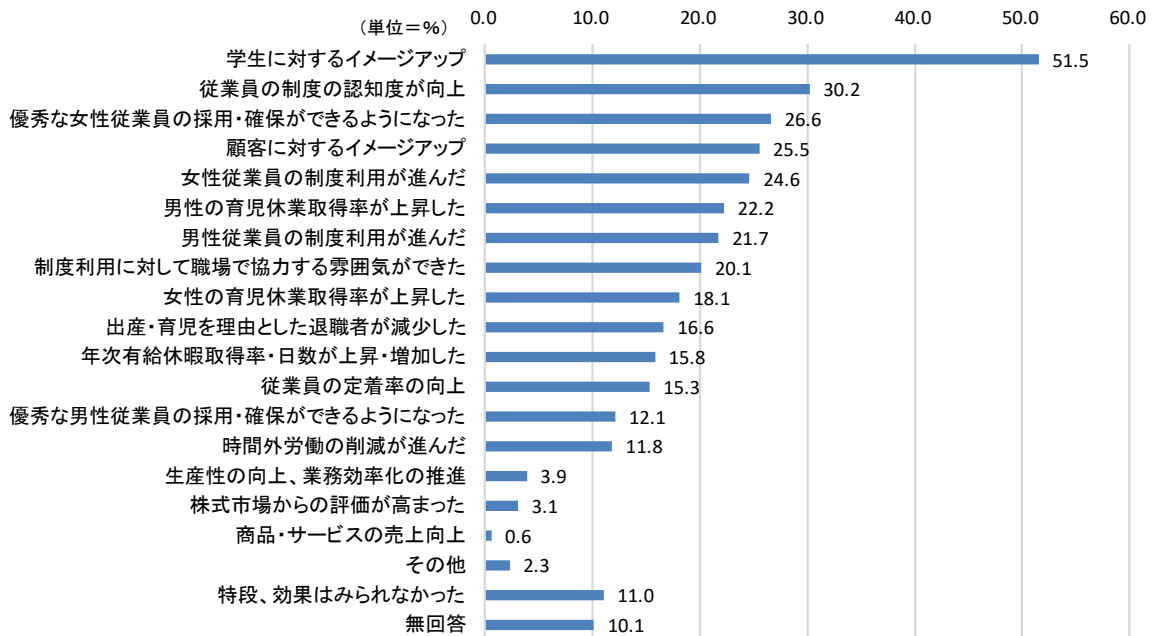
### 3. 認定取得効果

#### 3-1. くるみん認定取得効果

回答企業（n=1,762）の「くるみん」認定取得の効果を複数回答で尋ねた結果が、図表 2-2-5 である。

それによると、「学生に対するイメージアップ」（51.5%）、「従業員の制度の認知度が向上」（30.2%）、「優秀な女性従業員の採用・確保ができるようになった」（26.6%）、「顧客に対するイメージアップ」（25.5%）、「女性従業員の制度利用が進んだ」（24.6%）の順に多くなっている。「くるみん」認定によって、半数超の企業が学生に対するイメージアップの効果を感じているようだ。また、4社に1社が優秀な女性人材の確保につながったことを効果に挙げている。

図表 2-2-5 : 「くるみん」認定取得効果 (n=1,762 MA)

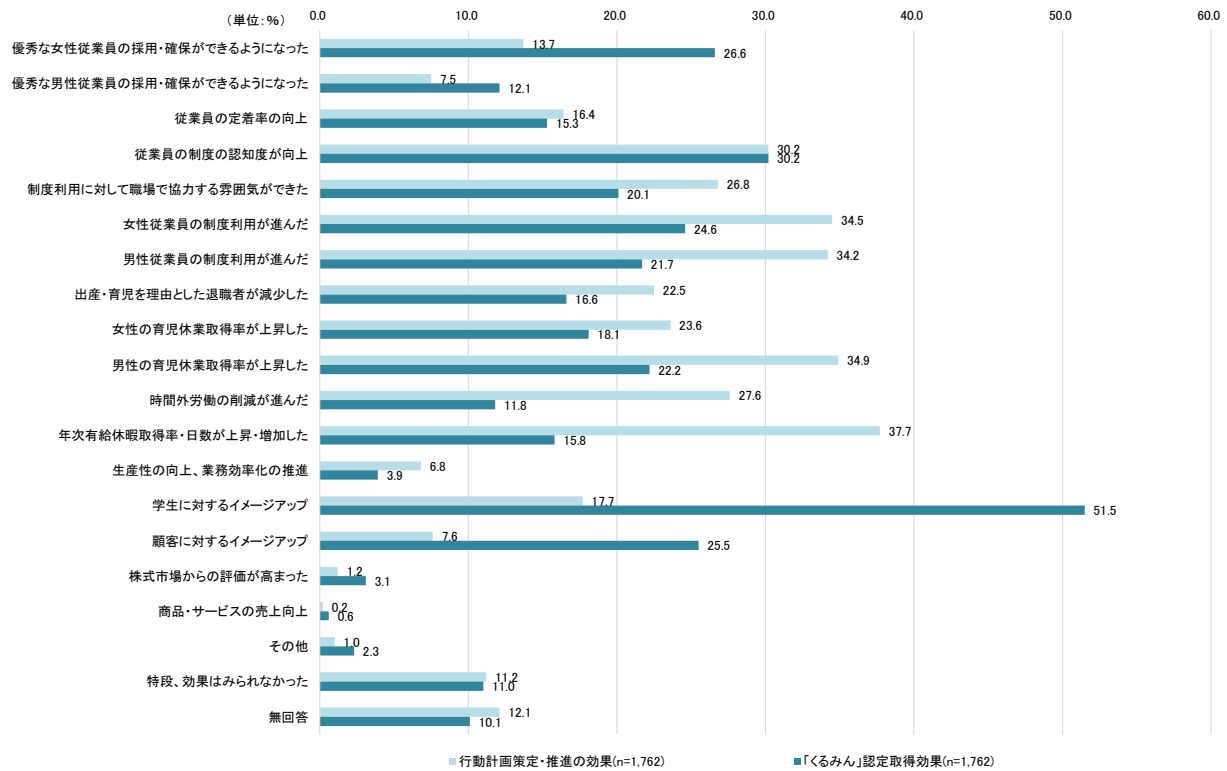


また、「くるみん」認定取得効果と行動計画策定・推進効果を整理したのが、図表 2-2-6 である。両者の差に着目すると、行動計画の策定・推進効果に比べて、「くるみん」認定取得の効果のほうが、「学生に対するイメージアップ」(33.8 ポイント)、「顧客に対するイメージアップ」(17.9 ポイント)、「優秀な女性従業員の採用・確保ができるようになった」(12.9 ポイント)の順で高くなっている。行動計画の策定・推進効果に比べて、「くるみん」認定取得の効果は、学生や顧客に対するイメージアップや人材確保に効果を感じているようだ。

一方、「くるみん」認定取得の効果に比べて、行動計画の策定・推進効果のほうが、「年次有給休暇の取得率・取得日数が上昇・増加した」(21.9 ポイント)、「時間外労働の削減が進んだ」(15.8 ポイント)、「男性の育児休業取得率が上昇した」(12.7 ポイント)、「男性従業員の制度利用が進んだ」(12.5 ポイント)の順で高くなっている。「くるみん」認定取得の効果がイメージアップや人材確保に主眼があったのに対し、行動計画の策定・推進は制度活用など目標達成面において効果を感じているようだ<sup>23</sup>。

<sup>23</sup> 次世代育成支援対策推進法の効果については、厚生労働省「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及び認定制度に係る効果検証研究会」において報告書がとりまとめられている。  
(<https://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/0000020564.html>)

図表2-2-6：行動計画策定・推進効果及び「くるみん」認定取得効果（MA）



### 3-2. 数値目標別の行動計画策定・推進効果

行動計画の策定・推進の効果について、行動計画に盛り込んだ数値目標の有無別にみると、女性関連の数値目標としては、「女性の育児休業取得率または人数」を掲げた企業では、「女性の育児休業取得率が上昇した」とする割合が 31.1%となっている。「女性の出産前後の継続就業率または人数」を数値目標とした企業では、「出産・育児を理由とした退職者が減少した」が 56.9%と高く、「女性の育児休業取得率が上昇した」(47.1%)、「女性従業員の制度利用が進んだ」(43.1%)、「年次有給休暇取得率・日数が上昇・増加した」(43.1%)なども高くなっている(図表2-2-7)。

図表2-2-7：行動計画の策定・推進効果 (n=1,762 単位=%)

	n	優秀な女性従業員 の採用・確保が できた	優秀な男性従業員 の採用・確保が できた	従業員 の定着率の 向上	従業員 の制度 の認知度 が向上	制度 利用が できた	女性 従業員 の制度 利用が 進んだ	男性 従業員 の制度 利用が 進んだ	少 した	出 産・育 児を理 由とし た退職 者が減 った	女性 の育 児休業 取得率 が上昇 した	男性 の育 児休業 取得率 が上昇 した	時 間外 労働の 削減が 進んだ	年 次有給 休暇取 得率・ 日数が 上昇・ 増加し た	生 産性の 向上、 業務効 率化の 推進	学 生に対 するイ メージ アップ	顧 客に対 するイ メージ アップ	株 式市場 からの 評価が 高まった	商 品・サ ービス の売上 向上	そ の他	特 段、効 果はみ られな かった	無 回答
合計	1,762	13.7	7.5	16.4	30.2	26.8	34.5	34.2	22.5	23.6	34.9	27.6	37.7	6.8	17.7	7.6	1.2	0.2	1.0	11.2	12.1	
数 値 目 標 (M A)	女性の育児休業取得率または人数	289	15.9	9.0	20.8	35.6	29.4	36.0	37.4	24.9	31.1	41.5	28.7	36.7	5.2	15.2	7.3	0.3	-	0.7	10.0	12.5
	女性の出産前後の継続就業率または人数	51	31.4	17.6	35.3	41.2	35.3	43.1	21.6	56.9	47.1	33.3	35.3	43.1	9.8	21.6	11.8	-	-	-	5.9	13.7
	男性の育児休業取得率または人数	475	15.8	9.9	18.9	34.1	29.3	38.5	45.9	24.2	29.3	51.8	30.1	38.3	5.9	21.1	9.3	1.3	0.4	1.1	7.4	9.1
	男性の育児目的休暇取得率または人数	194	17.0	11.3	20.1	37.1	36.1	38.7	43.3	22.2	27.8	43.8	28.4	38.1	6.7	18.6	7.7	1.5	-	0.5	7.7	11.3
	時間外労働の削減率または削減時間数	279	15.8	7.9	20.4	30.1	27.2	34.8	30.1	24.0	24.7	35.8	41.6	44.8	7.9	19.7	6.1	0.4	0.4	1.1	7.2	12.5
	年次有給休暇の取得率または取得日数	584	14.6	7.9	18.5	33.0	29.5	34.4	35.6	25.2	25.2	36.8	34.8	52.7	7.9	17.8	6.3	1.0	0.3	0.7	7.9	10.6
	その他	192	22.4	10.9	16.7	28.1	22.9	38.5	34.9	27.6	26.6	38.0	28.1	34.9	6.3	26.6	12.0	4.2	0.5	0.5	12.0	12.0
数値目標は盛り込まない	593	11.0	6.1	13.7	28.2	25.3	32.9	30.7	18.7	19.9	26.8	22.3	31.2	6.4	15.3	7.4	0.8	0.2	1.7	14.0	13.5	
数 値 目 標 の 有 無	数値目標あり	1,113	15.3	8.5	17.8	31.5	27.6	35.8	36.2	24.3	25.5	39.3	30.9	41.5	6.6	19.0	7.6	1.4	0.3	0.7	9.3	11.1
	数値目標は盛り込まない	593	11.0	6.1	13.7	28.2	25.3	32.9	30.7	18.7	19.9	26.8	22.3	31.2	6.4	15.3	7.4	0.8	0.2	1.7	14.0	13.5

※表側の数値目標の「その他」は掲載省略。

男性関連の数値目標としては、「男性の育児休業取得率または人数」「男性の育児目的休暇取得率または人数」を掲げた企業では、「男性の育児休業取得率が上昇した」「男性従業員の制度利用が進んだ」とする割合が高くなっている。

労働時間関連の数値目標としては、「時間外労働の削減率または削減時間数」を掲げた企業では、「時間外労働の削減が進んだ」とする割合が高く、「年次有給休暇の取得率または取得日数」を数値目標に掲げた企業では、「年次有給休暇取得率・日数が上昇・増加した」とする割合が高くなっている。

一方、「数値目標は盛り込まない」企業では、「特段、効果はみられなかった」とする割合が数値目標がある場合に比べ、相対的に高くなっている。「数値目標は盛り込まない」場合、ほぼすべての項目で効果がもっとも低くなっている。

数値目標の有無別にみると、「数値目標は盛り込まない」と比べて、何らかの「数値目標あり」<sup>24</sup>のほうが、「男性の育児休業取得率が上昇した」(12.5ポイント)、「年次有給休暇取得率・日数が上昇・増加した」(10.3ポイント)が10ポイント以上高くなっている。

<sup>24</sup> 「数値目標あり」は、「女性の育児休業取得率または人数」「女性の出産前後の継続就業率または人数」「男性の育児休業取得率または人数」「男性の育児目的休暇取得率または人数」「時間外労働の削減率または削減時間数」「年次有給休暇の取得率または取得日数」「その他」のいずれかの選択肢を回答したもの。

3-3. 初回認定年別・認定回数別くるみん認定取得効果

「くるみん」認定取得の効果について、初回認定年別にみると、認定年が古くなるほど、「優秀な女性従業員の採用・確保ができるようになった」「女性従業員の制度利用が進んだ」「学生に対するイメージアップ」などの割合が高くなる傾向にある。

認定回数別にみると、認定回数が多くなるほど、「学生に対するイメージアップ」「優秀な女性従業員の採用・確保ができるようになった」「顧客に対するイメージアップ」「従業員の制度の認知度が向上」「優秀な男性従業員の採用・確保ができるようになった」「女性従業員の制度利用が進んだ」などの割合が高くなる傾向にある（図表 2-2-8）。

図表2-2-8：「くるみん」認定取得効果（MA 単位＝％）

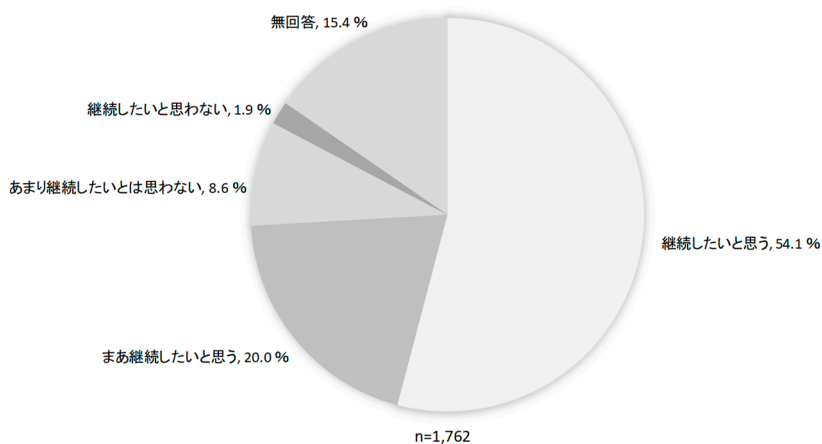
	n	優秀な女性従業員の採用・確保ができるようになった	優秀な男性従業員の採用・確保ができるようになった	従業員の定着率の向上	従業員の制度の認知度が向上	従業員の利用ができた	女性従業員の制度利用が進んだ	男性従業員の制度利用が進んだ	減少した	出産・育児を理由とした退職者が	女性の育児休業取得率が上昇した	男性の育児休業取得率が上昇した	時間外労働の削減が進んだ	昇・増加した	年次有給休暇取得率・日数が上昇	生産性の向上、業務効率化の推進	学生に対するイメージアップ	顧客に対するイメージアップ	株式市場からの評価が高まった	商品・サービスの売上向上	その他	特段、効果はみられなかった	無回答
合計	1,762	26.6	12.1	15.3	30.2	20.1	24.6	21.7	16.6	18.1	22.2	11.8	15.8	3.9	51.5	25.5	3.1	0.6	2.3	11.0	10.1		
初回認定年	2007年～2010年	389	35.5	18.3	17.5	31.9	21.6	29.0	24.2	18.5	20.1	23.9	12.3	13.9	4.6	63.5	31.4	8.2	1.0	1.8	8.7	9.8	
	2011年～2015年	721	25.2	10.7	17.9	29.5	19.7	27.3	20.4	19.8	21.8	19.3	11.8	16.4	2.8	45.2	22.3	2.1	0.6	1.7	11.9	11.8	
	2016年～2020年	652	22.9	10.0	11.2	29.9	19.8	19.0	21.6	12.0	12.9	24.5	11.5	16.3	4.6	51.4	25.5	1.2	0.5	3.2	11.3	8.4	
認定回数	3回以上	233	37.8	21.0	18.5	39.5	26.2	31.8	28.8	17.2	21.5	28.8	13.3	15.0	5.6	70.0	36.1	10.3	1.3	0.4	5.6	6.9	
	2回	288	31.9	16.0	18.1	35.8	28.5	31.9	25.0	25.0	29.5	19.8	23.6	4.2	59.0	27.4	4.5	0.7	2.4	7.3	6.3		
	1回	1,241	23.3	9.5	14.1	27.2	17.1	20.7	18.0	14.6	15.9	19.3	9.7	14.1	3.5	46.3	23.0	1.5	0.5	2.6	12.9	11.6	

4. 認定取得意向

4-1. 継続取得意向

回答企業（n=1,762）の今後の「くるみん」認定取得意向は、「継続したいと思う」（54.1％）と「まあ継続したいと思う」（20.0％）の合計は 74.1％で、回答企業の 7 割超が継続取得の意向を示した。一方、「あまり継続したいとは思わない」（8.6％）、「継続したいとは思わない」（1.9％）で、継続取得に消極的な回答は 1 割程となった（図表 2-2-9）。

図表 2-2-9：今後の「くるみん」認定取得意向(SA)



「くるみん」継続取得意向を業種別・従業員規模別にとりまとめたのが、図表 2-2-10 である。業種別（n=30 以上）にみると、継続取得意向（「継続したいと思う」「まあ継続したいと思う」の合計）は、「情報通信業」（79.0%）、「サービス業（他に分類されないもの）」<sup>25</sup>（78.9%）でその割合が高くなっている。すべての業種で継続取得意向が継続しない意向（「あまり継続したいとは思わない」「継続したいと思わない」の合計）を大幅に上回っている。比較的継続しない意向割合が高い業種をみると、「運輸業、郵便業」（15.5%）、「教育、学習支援業」（14.3%）、「医療、福祉」（14.1%）などとなっている。

従業員規模別にみると、おおむね規模が大きくなるほど、継続取得意向が高くなる傾向にある。

図表2-2-10：業種別・従業員規模別「くるみん」認定継続取得意向（SA 単位=%）

	n	継続したいと思う	まあ継続したいと思う	思わぬ あまり継続したいとは思わない	継続したいと思わない	無回答	継続取得意向	継続しない意向
合計	1,762	54.1	20.0	8.6	1.9	15.4	74.1	10.5
業種	鉱業、採石業、砂利採取業	2	100.0	-	-	-	100.0	0.0
	建設業	109	53.2	22.0	9.2	1.8	75.2	11.0
	製造業	390	54.9	21.8	8.7	1.8	76.7	10.5
	電気・ガス・熱供給・水道業	12	83.3	-	-	-	83.3	0.0
	情報通信業	176	60.8	18.2	9.1	3.4	79.0	12.5
	運輸業、郵便業	45	55.6	20.0	13.3	2.2	75.6	15.5
	卸売業、小売業	199	53.8	22.1	6.0	2.5	75.9	8.5
	金融業、保険業	152	56.6	13.2	5.9	2.6	69.8	8.5
	不動産業、物品賃貸業	23	34.8	34.8	13.0	-	69.6	13.0
	学術研究、専門・技術サービス業	53	54.7	9.4	1.9	1.9	64.1	3.8
	宿泊業、飲食サービス業	11	63.6	18.2	9.1	-	81.8	9.1
	生活関連サービス業、娯楽業	18	55.6	16.7	5.6	-	72.3	5.6
	教育、学習支援業	56	41.1	25.0	12.5	1.8	66.1	14.3
	医療、福祉	341	47.2	22.9	12.3	1.8	70.1	14.1
	複合サービス事業（郵便局、協同組合など）	10	50.0	10.0	10.0	-	60.0	10.0
	サービス業（他に分類されないもの）	123	62.6	16.3	5.7	0.8	78.9	6.5
	その他	35	57.1	14.3	2.9	-	71.4	2.9
従業員規模	100人以下	261	46.4	24.5	10.7	1.1	70.9	11.8
	101～300人	520	50.0	22.9	10.8	1.7	72.9	12.5
	301～500人	220	50.9	22.7	8.6	3.6	73.6	12.2
	501～1000人	243	55.6	17.7	6.2	2.9	73.3	9.1
	1001～3000人	279	62.7	14.3	7.5	0.7	77.0	8.2
	3001人以上	227	62.6	15.0	5.3	2.2	77.6	7.5

※継続取得意向は、「継続したいと思う」「まあ継続したいと思う」の合計。

※継続しない意向は、「あまり継続したいと思わない」「継続したいと思わない」の合計。

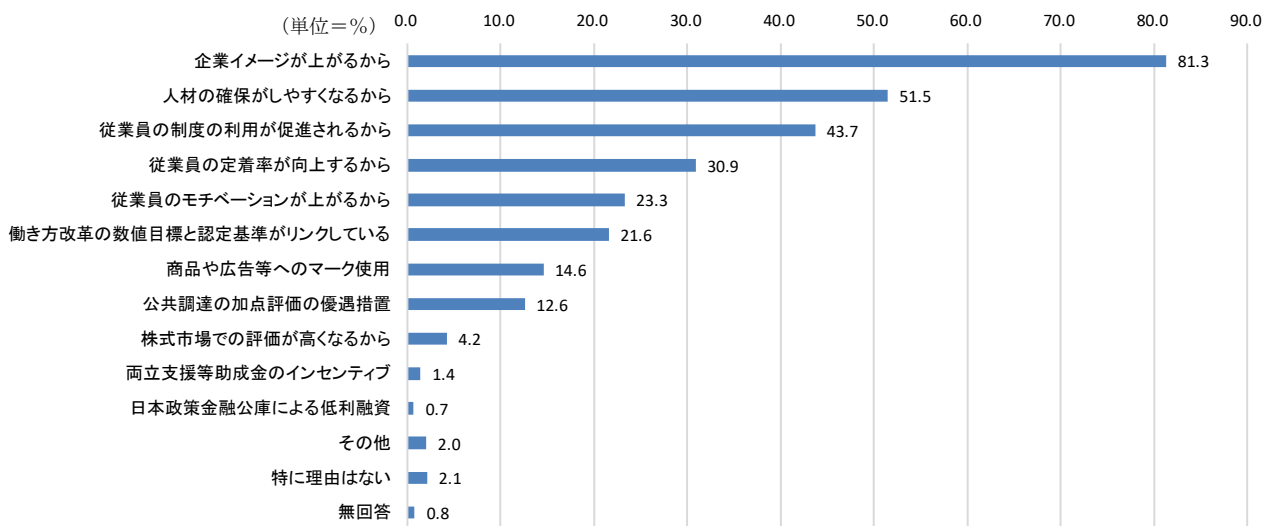
<sup>25</sup> 「サービス業（他に分類されないもの）」には、廃棄物処理業、自動車整備業、機械等修理業、職業紹介・労働者派遣業などが分類される。

## 4-2. 継続取得理由

「くるみん」認定の継続取得の意向を示した企業（「継続したいと思う」「まあ継続したいと思う」の合計、n=1,306）に対して、継続取得意向がある理由を尋ねた結果が、図表 2-2-11 である（複数回答）。

それによると、「企業イメージが上がるから」（81.3%）を挙げる割合がもっとも高く、次いで、「人材の確保がしやすくなるから」（51.5%）、「従業員の制度の利用が促進されるから」（43.7%）、「従業員の定着率が向上するから」（30.9%）、「従業員のモチベーションが上がるから」（23.3%）の順となる。8割超の企業がイメージアップを継続取得の理由に挙げており、半数の企業が人材確保のしやすさや従業員の制度の利用促進を理由に挙げている。

図表 2-2-11：「くるみん」認定継続取得理由 (n=1,306 MA)



継続取得理由を従業員規模別・認定回数別にとりまとめたのが、図表 2-2-12 である。従業員規模別にみると、おおむね規模が大きくなるほど、「企業イメージが上がるから」「人材の確保がしやすくなるから」「従業員の制度の利用が促進されるから」の割合が高くなる傾向にある。また、3,001人以上の企業では、約2割が「株式市場での評価が高くなるから」を挙げている。

認定回数別にみると、おおむね回数が多くなるほど、「企業イメージが上がるから」「従業員の制度の利用が促進されるから」「従業員のモチベーションが上がるから」の割合が高くなっている。認定回数「3回以上」では、9割弱が企業イメージの向上を理由に挙げている。

図表2-2-12：従業員規模別・認定回数別認定継続取得理由(MA 単位＝%)

		n	企業イメージが上がるから	人材の確保がしやすくなるから	従業員の定着率が向上するから	従業員の制度の利用が促進されるから	従業員のモチベーションが上がるから	働き方改革の数値目標と認定基準がリンクしている	商品や広告等へのマーク使用	公共調達の加算評価の優遇措置	日本政策金融公庫による低利融資	両立支援等助成金のインセンティブ	株式市場での評価が高くなるから	その他	特に理由はない	無回答
全体		1,306	81.3	51.5	30.9	43.7	23.3	21.6	14.6	12.6	0.7	1.4	4.2	2.0	2.1	0.8
従業員規模	100人以下	185	72.4	39.5	28.1	40.5	21.1	17.8	16.2	15.7	1.6	1.1	-	2.7	2.7	1.1
	101～300人	379	81.3	50.1	33.0	38.3	20.8	18.7	13.5	7.1	0.8	1.3	-	0.8	2.9	1.6
	301～500人	162	77.2	48.8	25.3	43.2	22.2	19.1	21.6	13.6	0.6	2.5	1.2	1.9	2.5	-
	501～1000人	178	83.1	54.5	26.4	39.3	21.3	22.5	12.4	9.6	-	-	3.4	1.1	1.7	0.6
	1001～3000人	215	86.0	57.7	33.5	51.6	26.0	27.0	13.5	14.4	-	1.4	6.5	3.7	0.9	-
	3001人以上	176	88.6	59.1	35.8	53.4	30.7	26.1	13.1	21.0	1.1	2.3	18.8	2.8	1.7	1.1
認定回数	1回	918	79.4	50.7	30.2	40.1	21.0	21.7	14.8	11.8	0.7	1.6	2.3	1.6	2.8	0.9
	2回	218	83.5	52.3	30.7	51.4	24.3	21.1	13.8	13.8	0.9	0.5	5.5	2.8	-	0.9
	3回以上	170	88.8	54.7	34.7	53.5	34.1	21.8	14.7	15.3	0.6	1.2	12.9	2.9	1.2	0.6

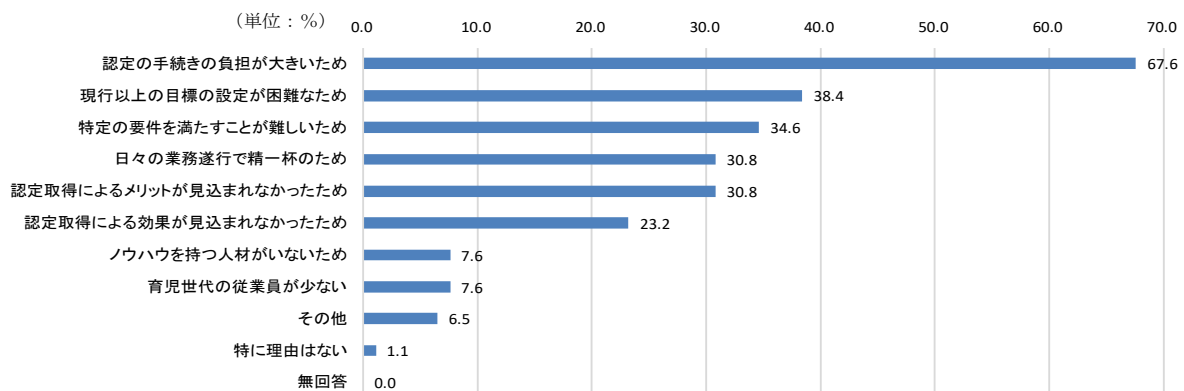
※くるみん認定の継続取得意向を示した企業（「継続したいと思う」「まあ継続したいと思う」の合計、n=1,306）を対象に集計。

#### 4-3. 継続取得意向がない理由

一方、「くるみん」認定の継続取得の意向がないと回答した企業（「継続したいと思わない」「あまり継続したいと思わない」の合計、n=185）に対して、取得継続意向がない理由を尋ねた結果が、図表 2-2-13 である（複数回答）。

それによると、「認定の手続きの負担が大きい」と理由に挙げた企業割合が 67.6%と最も高く、以下、「現行以上の目標の設定が困難なため」が 38.4%、「特定の要件を満たすことが難しいため」が 34.6%、「日々の業務遂行で精一杯のため」が 30.8%、「認定取得によるメリットが見込まれなかったため」が 30.8%と 3 割台で並ぶ<sup>26</sup>。

図表 2-2-13：「くるみん」認定取得の継続意向がない理由(n=185,MA)



<sup>26</sup> 「その他」(6.5%)の具体的内容としては、「プラチナくるみん取得済のため」「くるみん複数回認定のメリットがない」「くるみんの認知度が低い」などとなっている。



「くるみん」認定取得の継続意向がない理由を従業員規模別・認定回数別にみたものが、図表 2-2-14 である。

従業員規模別にみると、301人以上の大手に比べて、300人以下の中小の方が、「認定の手続きの負担が大きい」(9.0ポイント)、「ノウハウを持つ人材がないため」(8.1ポイント)、「育児世代の従業員が少ない」(8.1ポイント)などを継続しない意向の理由に挙げる割合が高くなっている。300人以下は、継続意向がない理由として、認定手続きの負担や人材不足を感じているようだ。

また、認定回数別にみると、認定回数が1回では、7割の企業が認定手続きに負担を感じている<sup>27</sup>。認定手続きの負担感が2回目以降の継続取得をためらう理由につながっているようだ。

図表2-2-14：「くるみん」認定取得の継続意向がない理由 (MA 単位=%)

	n	認定の 手続きの 負担が 大きい ため	日 々の 業 務 遂 行 で 精 一 杯 の た め	ノ ウ ハウ を 持 つ 人 材 が い な い た め	特 定 の 要 件 を 満 た す こ と が 難 し い た め	現 行 以 上 の 目 標 の 設 定 が 困 難 な た め	認 定 取 得 に よ る 効 果 が 見 込 ま れ な か つ た た め	認 定 取 得 に よ る メ リ ツ ト が 見 込 ま れ な か つ た た め	育 児 世 代 の 従 業 員 が 少 な い	そ の 他	特 に 理 由 は な い	無 回 答	
全体	185	67.6	30.8	7.6	34.6	38.4	23.2	30.8	7.6	6.5	1.1	-	
従業員 規模	300人以下	96	71.9	33.3	11.5	27.1	41.7	20.8	28.1	11.5	6.3	1.0	-
	301人以上	89	62.9	28.1	3.4	42.7	34.8	25.8	33.7	3.4	6.7	1.1	-
認定 回数	1回	136	70.6	32.4	6.6	34.6	34.6	22.8	31.6	5.9	4.4	1.5	-
	2回	23	60.9	21.7	8.7	30.4	52.2	39.1	34.8	8.7	13.0	-	-
	3回以上	26	57.7	30.8	11.5	38.5	46.2	11.5	23.1	15.4	11.5	-	-

※くるみん認定取得の継続意向がない企業（「継続したいと思わない」「あまり継続したいと思わない」の合計 n=185）を対象に集計。

## 5. 課題と要望

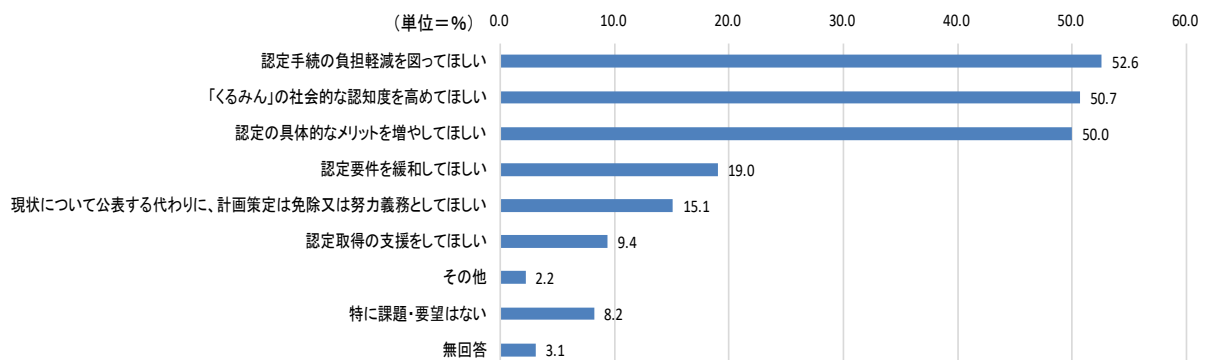
回答企業 (n=1,762) の「くるみん」認定に関する課題と要望については(複数回答)、「認定手続きの負担軽減を図ってほしい」(52.6%)、「「くるみん」の社会的な認知度を高めてほしい」(50.7%)、「認定の具体的なメリットを増やしてほしい」(50.0%)がそれぞれ5割台で上位に並ぶ。以下、「認定要件を緩和してほしい」(19.0%)、「現状について公表する代わりに、計画策定は免除又は努力義務としてほしい」(15.1%)、「認定取得の支援をしてほしい」(9.4%)が続く<sup>28</sup>。一方、「特に課題・要望はない」(8.2%)は1割弱で、9割強の企業がな

<sup>27</sup> 回答企業が少なく、参考値ではあるが、「現行以上の目標の設定が困難なため」は2回 (n=23) が52.2%、3回以上 (n=26) が46.2%と、それぞれ半数近くの企業が目標設定の困難さを理由に挙げている。

<sup>28</sup> 「その他」(2.2%)の具体的内容としては、「業種により認定要件を変えてほしい」「両立支援のひろばのサイトが使いにくい」「女性が多い会社の場合、男性の育児休業取得率等のクリアが厳しい」などとなっている。

んらかの課題や要望を抱えている結果となった（図表 2-2-15）。

図表 2-2-15：「くるみん」認定に関する課題・要望（n=1,762 MA）



「くるみん」認定に関する課題と要望を従業員規模別・認定回数別にまとめたのが、図表 2-2-16 である。従業員規模別にみると、おおむね規模が大きくなるほど、「認定手続の負担軽減を図ってほしい」の回答割合が高くなっている。3,001 人以上では、6 割超が負担軽減を要望している（62.6%）。

認定回数別にみると、認定回数が多い企業ほど、認定手続きの負担軽減を求める回答割合が高くなっている。3 回以上でみると、6 割超の企業が認定手続きに負担を感じている結果となっている（63.9%）。

図表2-2-16：「くるみん」認定に関する課題・要望（MA 単位=%）

		n	認定の具体的なメリットを増やしてほしい	「くるみん」の社会的な認知度を高めてほしい	認定手続の負担軽減を図ってほしい	認定取得の支援をしてほしい	認定要件を緩和してほしい	現状について公表する代わりに、計画策定は免除又は努力義務としてほしい	その他	特に課題・要望はない	無回答
全体		1,762	50.0	50.7	52.6	9.4	19.0	15.1	2.2	8.2	3.1
従業員規模	100人以下	261	52.1	54.0	39.1	6.1	19.5	9.2	3.4	9.2	3.4
	101～300人	520	51.2	53.1	53.3	10.6	19.8	15.2	1.7	5.2	3.5
	301～500人	220	59.1	57.3	55.9	9.1	19.1	19.5	1.4	7.7	0.9
	501～1000人	243	46.9	50.6	51.9	9.1	16.5	18.1	2.9	8.6	2.9
	1001～3000人	279	47.3	44.8	54.5	8.2	17.6	16.5	2.5	9.3	2.2
	3001人以上	227	43.2	41.9	62.6	12.3	21.6	12.3	1.8	11.9	5.3
認定回数	1回	1,241	50.9	52.1	49.8	8.9	18.6	14.9	1.6	8.4	2.8
	2回	288	53.1	49.7	55.6	13.5	20.5	14.2	3.5	7.6	3.5
	3回以上	233	41.2	44.2	63.9	6.9	19.3	17.2	3.9	7.7	3.9

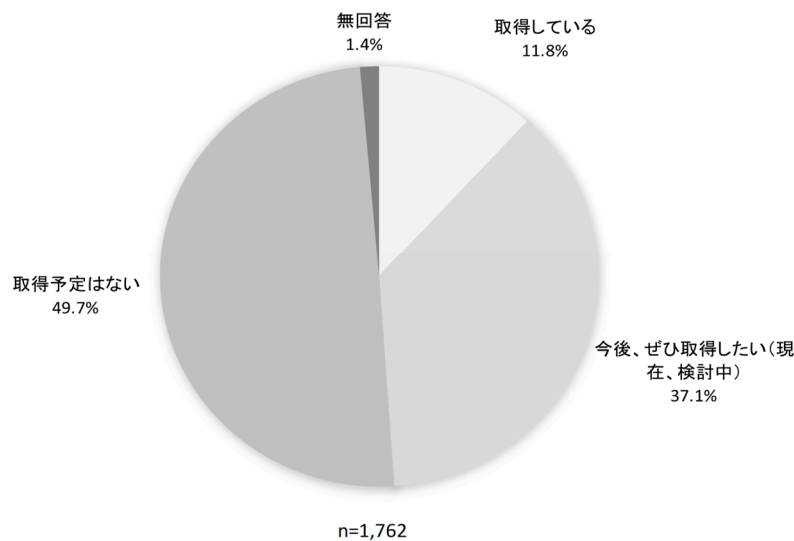
### 第3節 「プラチナくるみん」認定取得<sup>29</sup>

#### 1. 認定取得

##### 1-1. 取得状況

回答企業（n=1,762）の「プラチナくるみん」認定取得状況については、「取得している」が11.8%、「今後、ぜひ取得したい（現在、検討中）」が37.1%、「取得予定はない」が49.7%で、半数弱が取得予定がないと回答している（図表2-3-1）。

図表2-3-1：「プラチナくるみん」認定取得状況(SA)



また、「プラチナくるみん」認定取得状況を業種別、従業員規模別、創業年別、株式公開の有無別にとりまとめたのが、図表2-3-2である。業種別(n=30以上)にみると、「プラチナくるみん」を「取得している」と回答した企業割合は、「金融業、保険業」(30.9%)、「製造業」(14.6%)、「情報通信業」(14.2%)、「卸売業、小売業」(13.6%)で比較的高くなっている。

また、「今後、ぜひ取得したい（現在、検討中）」としている企業割合は、「運輸業、郵便業」(48.9%)、「学術研究、専門・技術サービス業」(47.2%)、「サービス業（他に分類されないもの）」(46.3%)で取得意向が高くなっている。

従業員規模別にみると、おおむね、規模が大きくなるほど、「取得している」割合が高くなっている。3,001人以上の企業の2割程が「プラチナくるみん」を取得している。

創業年別にみると、1950年以降の創業に比べて、1950年より前の創業のほうが、「取得している」企業割合が19.3%と高くなっている。

株式公開の有無別にみると、非上場企業に比べて、上場企業のほうが、「取得している」企業割合が高くなっている（それぞれ8.5%、25.0%）。

<sup>29</sup> 次世代育成支援対策推進法では、特例認定一般事業主（「プラチナくるみん」認定企業）は、行動計画の策定・届出が免除されるかわりに、毎年少なくとも1回、次世代育成支援対策の実施状況を公表しなければならない（15条の3）。

図表2-3-2：「プラチナくるみん」認定取得状況（SA 単位=%）

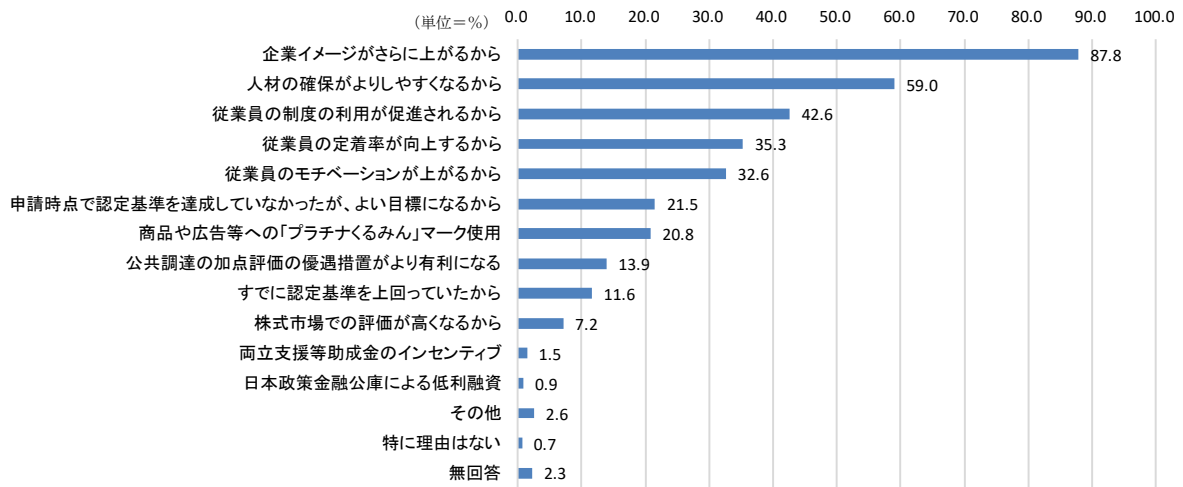
		n	取得している	（今後、ぜひ取得したい （現在、検討中）	取得予定はない	無回答
全体		1,762	11.8	37.1	49.7	1.4
業種	鉱業、採石業、砂利採取業	2	-	50.0	50.0	-
	建設業	109	0.9	31.2	67.0	0.9
	製造業	390	14.6	39.0	45.4	1.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	12	33.3	16.7	50.0	-
	情報通信業	176	14.2	38.1	45.5	2.3
	運輸業、郵便業	45	6.7	48.9	42.2	2.2
	卸売業、小売業	199	13.6	38.2	47.7	0.5
	金融業、保険業	152	30.9	36.8	31.6	0.7
	不動産業、物品賃貸業	23	8.7	34.8	56.5	-
	学術研究、専門・技術サービス業	53	13.2	47.2	39.6	-
	宿泊業、飲食サービス業	11	9.1	45.5	45.5	-
	生活関連サービス業、娯楽業	18	5.6	33.3	55.6	5.6
	教育、学習支援業	56	-	32.1	67.9	-
	医療、福祉	341	6.2	31.4	60.4	2.1
	複合サービス事業（郵便局、協同組合など）	10	-	50.0	40.0	10.0
	サービス業（他に分類されないもの）	123	8.1	46.3	43.1	2.4
その他	35	5.7	34.3	57.1	2.9	
従業員規模	100人以下	261	3.8	28.0	64.8	3.4
	101～300人	520	7.3	31.9	59.2	1.5
	301～500人	220	8.2	37.7	54.1	-
	501～1000人	243	13.2	42.8	42.8	1.2
	1001～3000人	279	17.2	44.4	37.3	1.1
	3001人以上	227	26.9	43.6	28.6	0.9
創業年	1950年以前	503	19.3	34.8	45.1	0.8
	1950～1960年代	348	7.8	40.8	50.9	0.6
	1970～1980年代	438	8.0	39.3	50.7	2.1
	1990～2000年代	370	9.7	36.8	51.4	2.2
	2010年代以降	60	11.7	30.0	55.0	3.3
公株開式	株式公開している	352	25.0	44.0	29.8	1.1
	株式公開はしていない	1,354	8.5	35.3	54.9	1.3

## 1-2. 取得理由

「プラチナくるみん」を「取得している」企業（認定取得企業）と「今後、ぜひ取得したい（現在、検討中）」とする企業（取得検討企業）を対象に（n=862）、取得（検討）理由を複数回答で尋ねた結果が、図表 2-3-3 である。

それによると、「企業イメージがさらに上がるから」（87.8%）を挙げる割合がもっとも高く、次いで、「人材の確保がよりしやすくなるから」（59.0%）、「従業員の制度の利用が促進されるから」（42.6%）、「従業員の定着率が向上するから」（35.3%）、「従業員のモチベーションが上がるから」（32.6%）の順となる。9割近くの企業がさらなる企業イメージ向上を理由に挙げている。人材確保を理由に挙げる企業も半数超となっている。

図表 2-3-3 : 「プラチナくるみん」 取得理由及び取得検討理由 (n=862 MA)



「プラチナくるみん」取得理由及び取得検討理由を従業員規模別・認定区分別にとりまとめたのが、図表 2-3-4 である。

従業員規模別にみると、おおむね規模が大きくなるほど、「企業イメージがさらに上がるから」「人材の確保がよりしやすくなるから」「従業員の制度の利用が促進されるから」などの理由を挙げる割合が高くなる傾向にある。

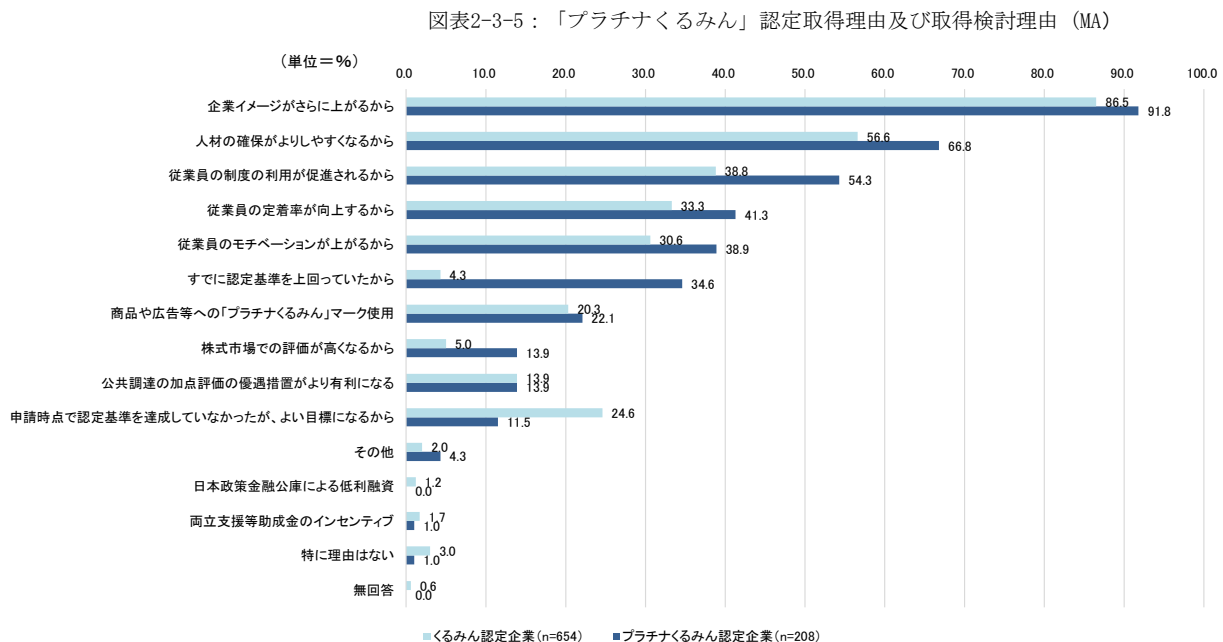
図表2-3-4: 「プラチナくるみん」取得理由及び取得検討理由 (MA 単位=%)

	n	企業イメージがさらに上がるから	人材の確保がよりしやすくなるから	従業員の定着率が向上するから	従業員の制度の利用が促進されるから	従業員のモチベーションが上がるから	すでに認定基準を上回っていたから	申請時点で認定基準を達成していませんが、よい目標になるから	商品や広告等への「プラチナくるみん」マーク使用	公共調達の加点評価の優遇措置がより有利になる	日本政策金融公庫による低利融資	両立支援等助成金のインセンティブ	株式市場での評価が高くなるから	その他	特に理由はない	無回答	
合計	862	87.8	59.0	35.3	42.6	32.6	11.6	21.5	20.8	13.9	0.9	1.5	7.2	2.6	0.7	2.3	
従業員規模	100人以下	83	79.5	45.8	38.6	37.3	30.1	-	9.6	28.9	12.0	1.2	-	-	-	1.2	4.8
	101~300人	204	84.8	55.4	40.2	35.8	30.4	8.8	20.6	16.7	9.3	1.5	1.5	0.5	2.0	1.5	2.9
	301~500人	101	84.2	55.4	30.7	40.6	29.7	8.9	19.8	24.8	13.9	1.0	3.0	3.0	2.0	-	3.0
	501~1000人	136	91.9	60.3	33.1	44.1	34.6	13.2	24.3	19.1	13.2	-	1.5	5.1	2.2	-	1.5
	1001~3000人	172	90.7	62.8	29.7	46.5	29.7	15.1	21.5	19.2	11.6	-	0.6	7.0	3.5	1.2	2.3
	3001人以上	160	93.1	68.8	38.8	50.0	40.0	18.1	28.1	22.5	23.8	1.9	2.5	23.8	4.4	-	-
区分	プラチナくるみん認定	208	91.8	66.8	41.3	54.3	38.9	34.6	11.5	22.1	13.9	-	1.0	13.9	4.3	1.0	-
	くるみん認定 (プラチナくるみん検討企業)	654	86.5	56.6	33.3	38.8	30.6	4.3	24.6	20.3	13.9	1.2	1.7	5.0	2.0	0.6	3.1

※「プラチナくるみん」認定取得企業 (n=208) 及び「プラチナくるみん」取得検討企業 (n=654) を対象 (計 n=862) に集計。

また、認定区別にみると、「プラチナくるみん」認定取得検討企業（くるみん認定企業、n=654）に比べて、「プラチナくるみん」認定取得企業（プラチナくるみん認定、n=208）のほうが、「すでに認定基準を上回っていたから」「従業員の制度の利用が促進されるから」「人材の確保がよりしやすくなるから」が高くなっている（それぞれ 30.3 ポイント、15.5 ポイント、10.2 ポイント）。

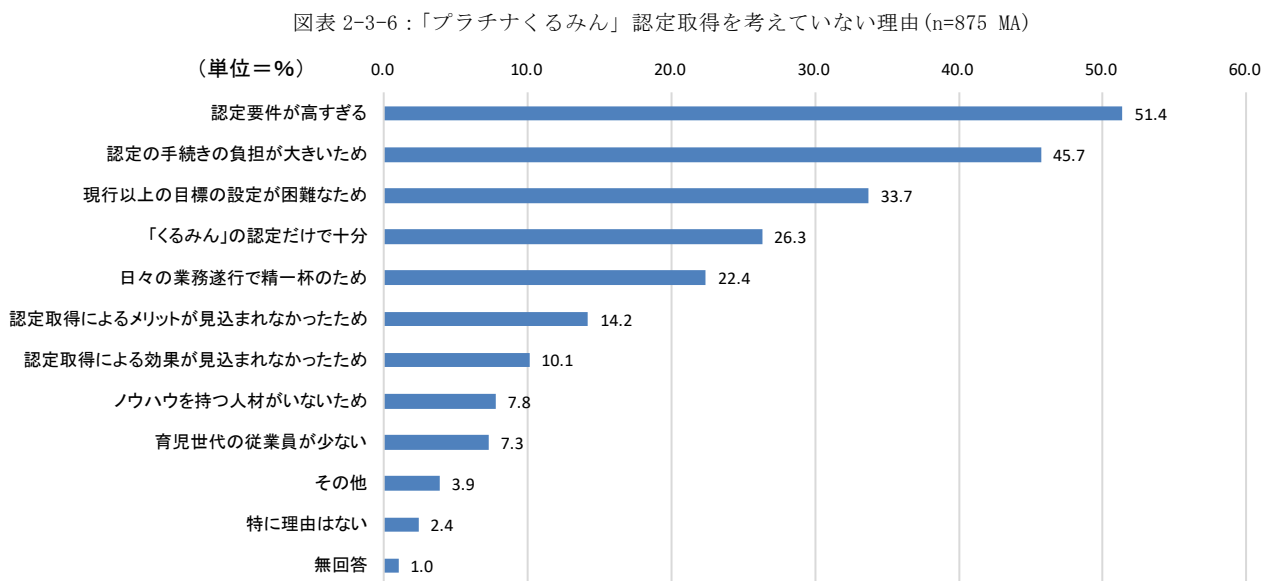
一方、「プラチナくるみん」認定取得企業に比べて、「プラチナくるみん」認定取得検討企業は、「申請時点で認定基準を達成していなかったが、よい目標になるから」（プラチナくるみん認定企業が 11.5%、くるみん認定企業が 24.6%）が 13.1 ポイント高くなっている（図表 2-3-5）。「プラチナくるみん」認定制度は、「くるみん」認定企業のさらなる雇用環境改善に向けた目標に位置づけられているようだ。



## 1-3. 取得を考えていない理由

「プラチナくるみん」認定の取得予定がない企業（n=875）に対して、その理由を複数回答で尋ねた結果が、図表 2-3-6 である。

具体的な理由として、「認定要件が高すぎる」（51.4%）、「認定の手続きの負担が大きいため」（45.7%）、「現行以上の目標の設定が困難なため」（33.7%）、「くるみんの認定だけで十分」（26.3%）、「日々の業務遂行で精一杯のため」（22.4%）を挙げる企業が多い。未取得企業の半数近くが、認定要件の高さと手続きを負担に感じているようだ。



「プラチナくるみん」認定の取得を考えていない企業を業種別・従業員規模別にとりまとめたのが、図表 2-3-7 である。業種別（n=30 以上）にみると、「認定要件が高すぎる」は、「建設業」（72.6%）、「教育、学習支援業」（68.4%）の順に高くなっている。「認定の手続きの負担が大きいため」は、「金融業、保険業」（54.2%）、「医療、福祉」（52.9%）、「卸売業、小売業」（48.4%）、「サービス業（他に分類されないもの）」（45.3%）の順となる。

従業員規模別にみると、おおむね規模が大きくなるほど、「認定要件が高すぎる」を挙げる割合が高くなる傾向にある。3,001 人以上では、約 7 割が認定要件の高さを理由に挙げている（69.2%）。一方、規模が小さくなるほど、「くるみんの認定だけで十分」と考えている割合が高くなる傾向が見られる。

図表2-3-7：業種別・従業員規模別「プラチナくるみん」認定の取得を考えていない理由（MA 単位＝％）

	n	認定の手続きの負担が大きい	日々の業務遂行で精一杯のため	ノウハウを持つ人材がいないため	認定要件が高すぎる	現行以上の目標の設定が困難なため	「くるみん」の認定だけで十分	認定取得による効果が見込まれない	認定取得によるメリットが見込まれない	育児世代の従業員が少ない	その他	特に理由はない	無回答
合計	875	45.7	22.4	7.8	51.4	33.7	26.3	10.1	14.2	7.3	3.9	2.4	1.0
業種	鉱業、採石業、砂利採取業	1	100.0	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-
	建設業	73	35.6	8.2	8.2	72.6	34.2	19.2	2.7	20.5	-	-	2.7
	製造業	177	46.9	21.5	13.0	46.9	35.0	24.9	10.2	10.7	7.9	3.4	2.8
	電気・ガス・熱供給・水道業	6	16.7	-	-	50.0	16.7	50.0	-	-	-	-	-
	情報通信業	80	41.3	22.5	6.3	52.5	33.8	30.0	13.8	12.5	5.0	8.8	2.5
	運輸業、郵便業	19	26.3	5.3	-	68.4	31.6	21.1	5.3	5.3	10.5	5.3	5.3
	卸売業、小売業	95	48.4	29.5	4.2	47.4	33.7	23.2	7.4	23.2	6.3	4.2	1.1
	金融業、保険業	48	54.2	22.9	8.3	41.7	41.7	27.1	12.5	16.7	-	4.2	2.1
	不動産業、物品賃貸業	13	30.8	15.4	-	61.5	23.1	7.7	-	15.4	7.7	7.7	7.7
	学術研究、専門・技術サービス業	21	28.6	19.0	9.5	76.2	23.8	28.6	9.5	14.3	-	-	-
	宿泊業、飲食サービス業	5	60.0	60.0	20.0	80.0	-	20.0	20.0	-	-	-	-
	生活関連サービス業、娯楽業	10	90.0	20.0	20.0	80.0	20.0	40.0	10.0	10.0	10.0	-	-
	教育、学習支援業	38	39.5	15.8	-	68.4	34.2	15.8	13.2	13.2	-	5.3	2.6
	医療、福祉	206	52.9	28.6	7.3	44.2	34.0	28.6	14.1	15.0	5.8	3.9	3.9
複合サービス事業（郵便局、協同組合など）	4	25.0	-	-	25.0	50.0	25.0	-	25.0	-	-	-	
サービス業（他に分類されないもの）	53	45.3	18.9	5.7	47.2	34.0	37.7	9.4	17.0	9.4	3.8	1.9	
その他	20	30.0	15.0	5.0	50.0	35.0	30.0	5.0	40.0	15.0	5.0	-	
従業員規模	100人以下	169	37.3	18.3	10.1	45.6	32.0	29.6	8.9	13.0	16.6	1.8	1.2
	101～300人	308	52.9	28.2	10.1	45.8	35.7	33.4	9.1	15.3	7.5	4.9	3.2
	301～500人	119	53.8	30.3	5.9	46.2	32.8	26.9	12.6	17.6	4.2	3.4	4.2
	501～1000人	104	44.2	16.3	5.8	54.8	34.6	15.4	9.6	9.6	3.8	3.8	-
	1001～3000人	104	36.5	13.5	3.8	70.2	34.6	18.3	10.6	15.4	2.9	4.8	1.9
	3001人以上	65	36.9	10.8	1.5	69.2	27.7	12.3	12.3	10.8	-	4.6	3.1

※「プラチナくるみん」認定の取得予定がない企業（n=875）を対象に集計。

## 2. 活用状況

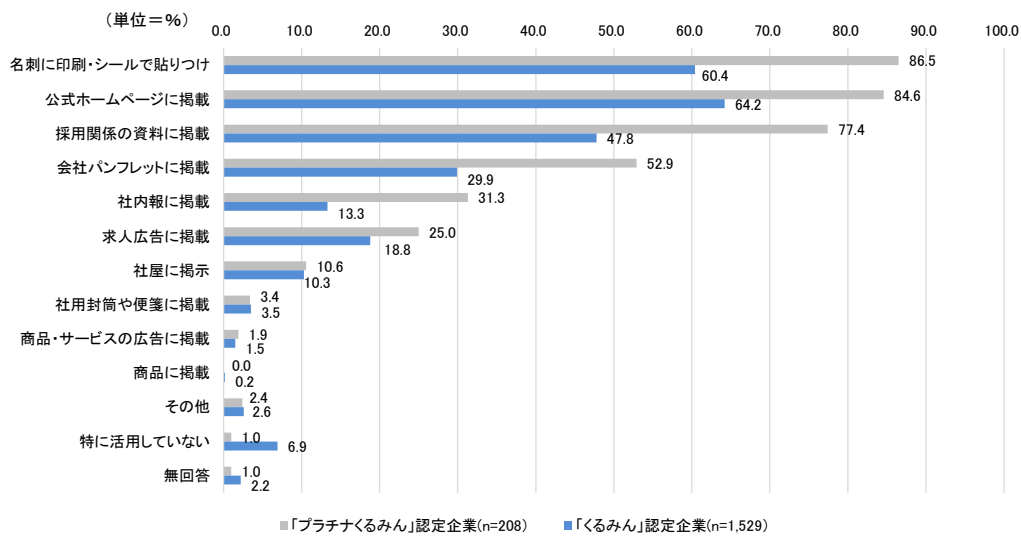
「プラチナくるみん」認定取得企業（n=208）における認定マークの活用状況については（複数回答）、「名刺に印刷・シールで貼りつけ」（86.5％）を挙げる割合がもっとも高く、次いで、「公式ホームページに掲載」（84.6％）、「採用関係の資料に掲載」（77.4％）、「会社パンフレットに掲載」（52.9％）、「社内報に掲載」（31.3％）、「求人広告に掲載」（25.0％）の順となる（図表2-3-8）<sup>30</sup>。名刺への印刷に加え、ホームページや採用関係の資料にプラチナくるみん認定マークを掲載する企業が多い結果となっている。

また、「くるみん」認定マークと「プラチナくるみん」認定マークの活用状況を比べると、「くるみん」に比べて、「プラチナくるみん」の活用状況のほうが、「採用関係の資料に掲載」（29.6ポイント）、「名刺に印刷・シールで貼りつけ」（26.1ポイント）、「会社パンフレットに掲載」（23.0ポイント）の割合が高くなっている。

<sup>30</sup> ハローワークインターネットサービス（<https://www.hellowork.mhlw.go.jp/>）の求人票には、「くるみん」、「プラチナくるみん」等のPRロゴマークを表示している。



図表2-3-8：「プラチナくるみん」及び「くるみん」認定マークの活用状況（MA）



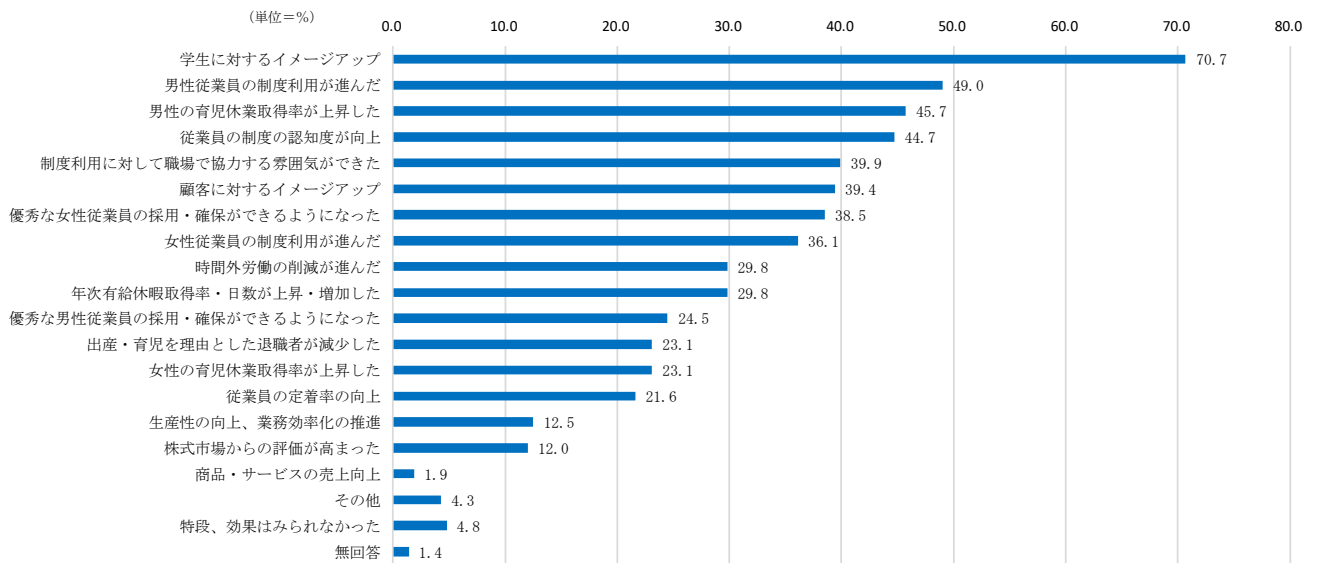
### 3. 取得効果

「プラチナくるみん」認定取得企業（n=208）に対して、「くるみん」認定時と比べて、「プラチナくるみん」認定取得であった効果を聞いたものが、図表 2-3-9 である（複数回答）。

それによると、「学生に対するイメージアップ」（70.7%）を挙げる割合がもっとも高く、次いで、「男性従業員の制度利用が進んだ」（49.0%）、「男性の育児休業取得率が上昇した」（45.7%）、「従業員の制度の認知度が向上」（44.7%）、「制度利用に対して職場で協力する雰囲気が出た」（39.9%）、「顧客に対するイメージアップ」（39.4%）、「優秀な女性従業員の採用・確保ができるようになった」（38.5%）、「女性従業員の制度利用が進んだ」（36.1%）の順となる<sup>31</sup>。「プラチナくるみん」認定の取得により、7割の企業が学生に対するイメージアップを実感しているようだ。また、男性従業員の制度利用や育児休業取得率の上昇にも、「プラチナくるみん」認定取得が一役買っているようだ。

<sup>31</sup> 「その他」（4.3%）の具体的内容としては、「代表への取材等により、社名公表の場が増えた」「中途採用に関して、応募者のプラチナくるみんに対する関心が思いのほか高く、求人募集に一定の効果があったように感じる」などとなっている。

図表2-3-9：「プラチナくるみん」認定取得効果（n=208 MA）



#### 4. 「くるみん」認定企業の取り組みの公表状況

次世代育成支援対策推進法では、「プラチナくるみん」認定企業は、一般事業主行動計画の策定・届出が免除される代わりに、毎年少なくとも1回、次世代育成支援の実施状況を公表しなければならない<sup>32</sup>。その一方、「くるみん」だけを取得している企業は、公表義務が課せられていない。調査では、「くるみん」だけを取得している企業（n=1,529）に対して、①数値指標関係②措置内容関係③行動計画に沿って実施している両立支援対策・取り組み——の公表状況について尋ねている。

##### 4-1. 数値指標関係の公表状況

「(厚生労働省の) 両立支援のひろば」「自社ホームページ」「CSRレポート」「有価証券報告書」における、数値指標関係の公表状況をとりまとめたのが、図表2-3-10である（複数回答）。

それによると、「両立支援のひろば」では、「女性の育児休業取得率または人数」（19.8%）、「男性の育児休業取得率または人数」（19.0%）、「年次有給休暇の取得率または取得日数」（18.2%）が公表項目として上位に並ぶ。また、「自社ホームページ」では、「年次有給休暇の取得率または取得人数」（13.4%）、「女性の育児休業取得率または人数」（12.0%）、「男性の育児休業取得率または人数」（10.5%）を挙げる企業割合が高い。

そのほか、「CSRレポート」では、「年次有給休暇の取得率または取得日数」（5.8%）、「女

<sup>32</sup> 次世代育成支援対策推進法第15条3で「特例認定一般事業主の特例等」として定められている。特例認定一般事業主（「プラチナくるみん」認定企業）は、毎年少なくとも1回、公表日の前事業年度における次世代育成支援の取り組み状況について、「両立支援のひろば」で公表を行なう必要がある。

性の育児休業取得率または人数」(5.8%)、「男性の育児休業取得率または人数」(5.6%)がそれぞれ5%程となる。「有価証券報告書」による数値指標の公表は僅かにとどまる。

図表2-3-10：次世代育成支援対策の数値指標の公表状況 (MA 単位=%)

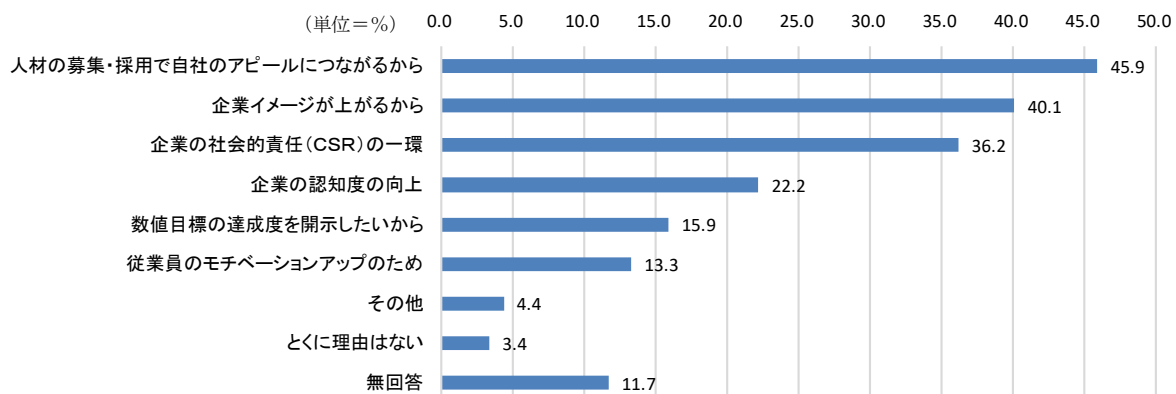
	n	男性の育児休業取得率または人数	男性の育児目的休暇取得率または人数	子の看護休暇を取得した男性労働者数	短時間勤務制度等の子の養育に利用した男性労働者数	育児目的の休暇制度を利用したまたは小学校就学前までの孫のために利用した男性労働者数	女性の育児休業取得率または人数	女性の出産前後での継続就業率又は人数	フルタイムの労働者等の各月の法定時間	月平均の法定時間外労働60時間以上の労働者の数	年次有給休暇の取得率または取得日数	以上の指標はいずれも公表していない	無回答
両立支援のひろば	1,529	19.0	6.1	2.9	1.3	1.2	19.8	4.6	12.0	2.9	18.2	49.6	22.2
自社ホームページ	1,529	10.5	3.9	1.3	1.4	0.7	12.0	3.4	5.6	0.7	13.4	47.3	33.1
CSRレポート	1,529	5.6	2.0	0.8	1.0	0.4	5.8	2.0	2.2	0.2	5.8	45.8	46.6
有価証券報告書	1,529	0.1	0.1	-	-	-	0.1	-	0.1	-	0.1	48.0	51.8

※「フラチナくるみん」を「今後、ぜひ取得したい(現在、検討中)」(n=654)、「取得予定はない」(n=875)を対象に集計。

公表媒体(「両立支援のひろば」「自社ホームページ」「CSRレポート」「有価証券報告書」)のいずれかにおいて、数値指標を公表している企業(n=641)に対して、その理由を複数回答で尋ねた結果が、図表2-3-11である。

公表理由としては、「人材の募集・採用で自社のアピールにつながるから」(45.9%)、「企業イメージが上がるから」(40.1%)、「企業の社会的責任(CSR)の一環」(36.2%)、「企業の認知度の向上」(22.2%)を挙げる企業割合が高い<sup>33</sup>。4割近くの企業が、人材確保に向けたアピールと企業イメージ向上を数値目標の公表理由に挙げている。

図表2-3-11：数値の目標の公表理由(n=641 MA)



<sup>33</sup> 「その他」(4.4%)の具体的内容としては、「えるぼし認定のため」「女性活躍推進法でも要求事項になっているため」「女性活躍推進行動計画に沿った公表」「なでしこ銘柄取得のため」などとなっている。

## 4-2. 措置内容の公表状況

「くるみん」だけを取得している企業（n=1,529）に対して、次世代育成支援の措置内容の公表状況を複数回答で尋ねた結果が、図表 2-3-12 である。

それによると、「両立支援のひろば」では、「3 歳から小学校就学の始期に達するまでの子を育てる労働者のために実施している短時間勤務制度等の措置の内容」（18.1%）、「所定外労働削減のための措置」（17.4%）、「年次有給休暇の取得の促進のための措置」（16.7%）が公表項目として上位に挙がる。また、「自社ホームページ」では、「3 歳から小学校就学の始期に達するまでの子を育てる労働者のために実施している短時間勤務制度等の措置の内容」

（15.2%）、「所定外労働削減のための措置」（14.0%）、「年次有給休暇の取得の促進のための措置」（13.8%）の順に多くなっている。

そのほか、「CSRレポート」では、「所定外労働削減のための措置」（4.5%）、「年次有給休暇の取得の促進のための措置」（4.1%）、「3 歳から小学校就学の始期に達するまでの子を育てる労働者のために実施している短時間勤務制度等の措置の内容」（4.1%）となる。「有価証券報告書」では、具体的な措置内容を公表している企業は僅かにとどまる。

図表2-3-12：措置内容の公表状況（MA 単位=%）

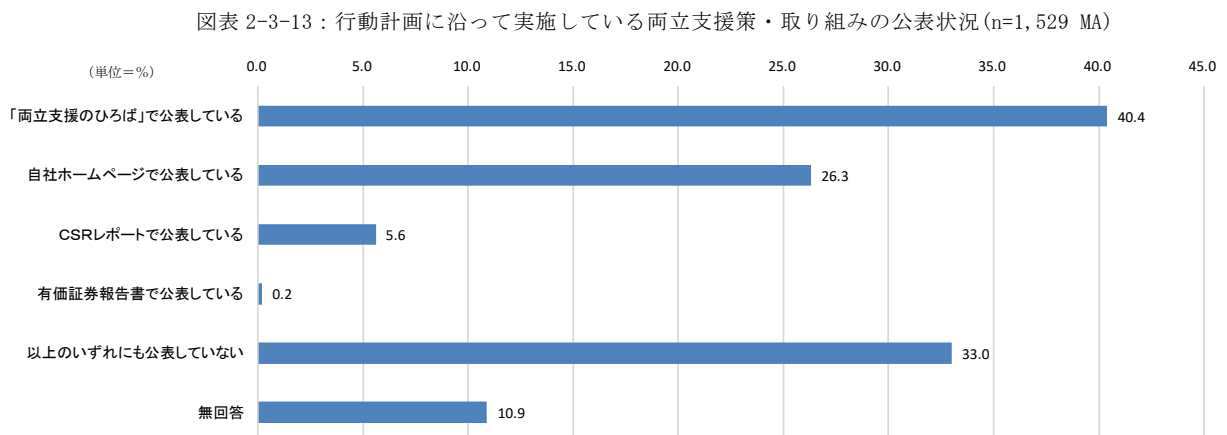
	n	3歳から小学校就学の始期に達するまでの子を育てる労働者のために実施している短時間勤務制度等の措置の内容	所定外労働削減のための措置	年次有給休暇の取得の促進のための措置	短時間勤務制度、在宅勤務、テレワークその他の方の見直しに資する多様な労働条件の整備	以上の措置はいずれも公表していない	無回答
両立支援のひろば	1,529	18.1	17.4	16.7	9.4	42.2	25.0
自社ホームページ	1,529	15.2	14.0	13.8	10.1	40.2	35.1
CSRレポート	1,529	4.1	4.5	4.1	3.9	41.7	51.4
有価証券報告書	1,529	0.1	0.1	0.1	0.2	43.6	56.2

※「プラチナくるみん」を取得していない企業（n=1,529）を対象に集計。

#### 4-3. 行動計画に沿った両立支援策の公表状況

「くるみん」だけを取得している企業（n=1,529）に対して、行動計画に沿って実施している両立支援対策や取り組みの公表状況を取りまとめたのが、図表 2-3-13 である<sup>34</sup>（複数回答）。

具体的な公表媒体としては、「両立支援のひろば」<sup>35</sup>（40.4%）が 4 割とトップで、「自社ホームページ」（26.3%）が 2 割程で続く。「CSR レポート」（5.6%）、「有価証券報告書」（0.2%）で公表する企業は僅かである。一方、「以上のいずれにも公表していない」（33.0%）が 3 割程となっている。約 7 割の企業が行動計画の取り組み状況をなんらかの媒体で公表しているようだ。



<sup>34</sup> 設問では、「行動計画に沿って貴社が実際に実施した両立支援対策や両立支援に関する取組についての社外への公表状況をご回答ください。」と尋ねている。「両立支援のひろば」では、現在実施中又は実施していた取組や実績などを登録・公表することができる。

<sup>35</sup> 業種別（n=30 以上）にみると、「両立支援のひろば」で公表しているのは、「製造業」（50.8%）、「学術研究、専門・技術サービス業」（47.8%）、「情報通信業」（44.9%）の順に高くなっている。従業員規模別にみると、おおむね規模が大きくなるほど、「両立支援のひろば」で公表している割合が高くなる。3,001 人以上では半数超が公表している（55.5%）。

## 第4節 認定区分別の平均勤続年数、定着率、育児休業等取得状況

### 1. 正社員の平均勤続年数

回答企業（n=1,762）における正社員の平均勤続年数を男女ごとにみると、平均勤続年数「10年以上」（「10～14年」「15～19年」「20～24年」「25年以上」の合計、以下同じ）の割合は、女性が57.5%、男性が71.9%となっている。女性に比べて男性のほうが「10年以上」の割合が10ポイント以上高くなっている（図表2-4-1）。

「くるみん」認定回数別にみると、男女とも、認定回数が多くなるほど、「10年以上」の割合が高くなる傾向にある（「3回以上」では、女性78.5%、男性88.0%）。

認定区分別にみると、「くるみん」認定企業に比べて、「プラチナくるみん」認定企業のほうが、男女とも勤続「10年以上」の割合が高くなっている。「プラチナくるみん」認定企業では、「10年以上」の割合は、女性75.0%、男性84.2%となっている。

図表2-4-1：正社員の平均勤続年数

	n	女性の平均勤続年数									男性の平均勤続年数									
		1 ～ 3 年	4 ～ 6 年	7 ～ 9 年	1 0 ～ 1 4 年	1 5 ～ 1 9 年	2 0 ～ 2 4 年	2 5 年 以上	無 回 答	1 0 年 以上	1 ～ 3 年	4 ～ 6 年	7 ～ 9 年	1 0 ～ 1 4 年	1 5 ～ 1 9 年	2 0 ～ 2 4 年	2 5 年 以上	無 回 答	1 0 年 以上	
全体	1,762	2.0	12.4	25.3	37.6	15.4	3.6	0.9	2.8	57.5	1.6	8.2	15.3	28.3	32.0	10.2	1.4	3.1	71.9	
認定 回数	3回以上	233	1.3	6.4	13.3	48.1	22.7	6.0	1.7	0.4	78.5	0.4	3.9	7.3	20.2	49.8	15.0	3.0	0.4	88.0
	2回	288	1.4	9.4	25.7	37.2	20.1	2.8	0.3	3.1	60.4	0.7	5.2	16.3	25.3	35.8	11.8	1.7	3.1	74.6
	1回	1,241	2.3	14.2	27.4	35.7	13.0	3.4	0.8	3.2	52.9	2.0	9.8	16.6	30.5	27.8	8.9	1.0	3.5	68.2
区認 分定	プラチナくるみん認定	208	0.5	6.7	14.9	44.2	26.4	3.4	1.0	2.9	75.0	1.0	5.3	6.7	17.8	48.1	17.3	1.0	2.9	84.2
	くるみん認定	1,529	2.2	13.1	26.7	36.8	14.1	3.7	0.9	2.6	55.3	1.7	8.4	16.6	29.7	30.0	9.4	1.4	2.8	70.5

※10年以上は、10～14年、15～19年、20～24年、25年以上の合計。

### 2. 新卒採用者の定着率<sup>36</sup>

回答企業（n=1,762）における、新卒採用（大卒以上）の正社員のうち、採用後7年を超えるまで勤めている者の採用者に占める割合（以下、「採用後7年超の定着率」という）をみると、「5割以上」（「5割台」「6割台」「7割台」「8割台」「9割台」「ほぼ100%」の合計）の割合は、女性54.9%、男性62.7%となっている（図表2-4-2、図表2-4-3）。

「くるみん」認定回数別にみると、男女ともに、認定回数が多くなるほど、「5割以上」の割合が高くなる傾向にある（「3回以上」では女性62.3%、男性71.7%）。

認定区分別にみると、「くるみん」認定企業に比べて、「プラチナくるみん」認定企業のほうが、男女とも「採用後7年超の定着率」が高く、「プラチナくるみん」認定企業では「5割

<sup>36</sup> 調査票の設問では、新卒採用（大卒以上）の正社員のうち採用後7年を超えるまで勤めている人の採用者数に対する割合（定着率）を尋ねており、調査票上の注記として、「定着率については、例えば、7年前の2013年度に新卒採用（大卒以上）した正社員が、現在も在籍している割合をご回答ください。7年前の2013年度に採用がない場合は、通常の採用数に近い2013年度前後の年度を選び、ご回答ください。貴社に新卒採用がなく、中途採用がメインの場合は、中途採用での採用後7年を超えるまで勤めている定着率に読み替えてご回答ください。定着率が0%の場合、または、貴社が創業後7年に満たない場合は、「採用後、7年を超える者はいない」を選択してください。」と記載している。

以上」が女性 67.8%、男性 71.1%となっている。「くるみん」認定企業に比べて、「プラチナくるみん」認定企業のほうが、より高い水準の取り組みを進めていることから、「採用後7年超の定着率」が高くなっているのかもしれない。

図表2-4-2：女性新卒採用（大卒以上）の正社員のうち採用後7年を超えるまで勤めている人の採用者数に対する割合

		n	採用後、 7年を超 えない	1 割台	2 割台	3 割台	4 割台	5 割台	6 割台	7 割台	8 割台	9 割台	ほ ぼ 1 0 0 %	無 回 答	5 割 以 上
全体		1,762	16.1	5.3	4.5	6.8	4.7	10.8	9.3	7.7	6.9	3.9	16.3	7.9	54.9
認定回数	3回以上	233	8.2	3.9	3.9	8.2	7.3	9.9	14.6	11.6	8.6	2.6	15.0	6.4	62.3
	2回	288	12.8	4.9	3.8	8.3	3.1	10.8	13.2	9.0	5.9	4.5	15.6	8.0	59.0
	1回	1,241	18.4	5.6	4.8	6.1	4.6	11.0	7.3	6.6	6.8	3.9	16.7	8.1	52.3
区分	プラチナくるみん認定	208	9.1	1.9	2.9	6.3	5.8	9.6	16.8	10.6	9.6	2.4	18.8	6.3	67.8
	くるみん認定	1,529	17.1	5.6	4.8	6.8	4.6	10.9	8.2	7.3	6.5	4.1	16.2	7.8	53.2

※5割以上は、5割台、6割台、7割台、8割台、9割台、ほぼ100%の合計。

図表2-4-3：男性新卒採用（大卒以上）の正社員のうち採用後7年を超えるまで勤めている人の採用者数に対する割合

		n	採用後、 7年を超 えない	1 割台	2 割台	3 割台	4 割台	5 割台	6 割台	7 割台	8 割台	9 割台	ほ ぼ 1 0 0 %	無 回 答	5 割 以 上
全体		1,762	12.5	4.1	3.5	5.9	4.0	10.5	9.8	10.1	11.6	6.2	14.5	7.3	62.7
認定回数	3回以上	233	5.6	3.0	3.0	5.6	4.3	7.7	13.3	16.3	15.5	6.9	12.0	6.9	71.7
	2回	288	8.7	3.1	4.2	9.4	5.2	11.5	7.6	14.6	10.1	8.3	9.4	8.0	61.5
	1回	1,241	14.7	4.5	3.5	5.2	3.7	10.8	9.6	7.9	11.2	5.6	16.1	7.3	61.2
区分	プラチナくるみん認定	208	7.2	1.4	3.4	4.8	4.8	8.7	12.0	19.2	13.0	8.7	10.1	6.7	71.7
	くるみん認定	1,529	13.2	4.4	3.5	6.0	4.0	10.7	9.5	9.0	11.4	6.0	15.2	7.1	61.8

※5割以上は、5割台、6割台、7割台、8割台、9割台、ほぼ100%の合計。

### 3. 男性労働者の育児休業等取得状況<sup>37</sup>

回答企業（n=1,762）における、男性労働者の育児休業等の取得状況<sup>38</sup>をとりまとめたものが、図表 2-4-4 である<sup>39</sup>。男性労働者の育児休業取得率の平均値は 28.0%となった。これを、くるみん認定回数別にみると、認定回数が多くなるほど、育児休業取得率の平均値は高くなる。認定回数を重ねるほど、育児休業取得率は高くなる傾向にあるようだ。分布をみると、

<sup>37</sup> 育児休業等とは、育児介護休業法第2条第1号に規定する1歳未満の子を育てる労働者を対象とした育児休業、第23条第2項に規定する3歳未満の子を育てる労働者を対象とした育児休業、第24条第1項に規定する小学校就学前の子を育てる労働者を対象とした育児休業をいう。

<sup>38</sup> 「令和元年度雇用均等基本調査」によると、平成30年度の育児休業取得状況は、男性が7.48%（前年度6.16%）、女性が83.0%（同82.2%）。

<sup>39</sup> 育児休業取得率は、前事業年度において、育児休業等を取得した男性労働者数を、配偶者が出産した男性労働者数で除したものである。

0%は認定回数が少ないほど割合が高く、「1回」では4割を占めている（40.4%）。

認定区別にみると、「くるみん」認定企業に比べて、「プラチナくるみん」認定企業のほうが、平均値・中央値ともに大幅に高い。「プラチナくるみん」認定企業の男性育児休業取得率の高さが目立つ結果といえそうだ。

図表2-4-4：育児休業取得率（男性）

		n	0%	0 超 1 0 % 未 満	1 0 % 未 満	2 0 % 未 満	3 0 % 未 満	4 0 % 未 満	5 0 % 未 満	6 0 % 未 満	7 0 % 未 満	8 0 % 未 満	9 0 % 未 満	1 0 0 % 未 満	1 0 0 % 超 以 上	平均 値	中 央 値	標 準 偏 差
全体		1,400	35.3	12.9	10.4	8.0	6.4	3.4	5.5	2.8	1.4	0.9	0.8	11.1	1.1	28.0	11.1	40.4
認定 回数	3回以上	204	16.2	17.2	13.7	8.3	10.8	7.4	3.4	3.9	3.4	2.5	1.5	7.8	3.9	35.8	22.1	38.9
	2回	245	31.4	18.0	10.2	7.8	7.8	4.9	3.3	4.1	2.0	1.6	0.4	8.6	-	25.0	10.0	31.6
	1回	961	40.4	10.6	9.8	8.0	5.0	2.2	6.5	2.2	0.8	0.4	0.7	12.5	0.7	27.2	8.3	42.6
区 認 定	プラチナくるみん認定	192	10.4	14.1	12.0	6.8	9.4	5.7	5.2	7.8	3.1	4.7	2.6	14.1	4.2	45.9	36.8	39.6
	くるみん認定	1,196	39.3	12.7	10.3	8.2	5.9	3.1	5.5	2.0	1.1	0.3	0.5	10.5	0.6	25.0	7.8	39.7