

リサーチ・クリップ

2009/6/25 No.4

リサーチ・クリップでは、最近関心の高まっている環境問題や、企業の従業員・地域社会といった様々な社会との関わりなどに関する記事や情報を紹介します。

雇用

内閣府 仕事と生活の調和と顧客ニーズに関する意識調査の公表(5月27日)

労働

内閣府は、全国の20歳以上60歳未満の男女を対象として、ワーク・ライフ・バランスに関する国民の意識及び消費者ニーズと働き方の関係を調査した「仕事と生活の調和(ワーク・ライフ・バランス)と顧客ニーズに関する意識調査について」を発表した。主な調査内容としては、ワーク・ライフ・バランスに対する認知度、生活における仕事と家庭生活や個人の時間へのウエイト、長時間労働に対する考え方などとなっている。政府は、「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しながらも、家庭や地域生活などというさまざまな場において、また、子育て期や中高年期といった人生のさまざまな段階に応じて、多様な生き方が選択・実現できる社会」を目指し、平成19年12月18日に「仕事と生活の調和(ワーク・ライフ・バランス)憲章」及び「仕事と生活の調和推進のための行動指針」を策定している。この取組みを国民に対して周知するため、「カエル! ジャパン」というキーワードでキャンペーンを行っており、本調査も同様の目的を持っていると見られる。

ひとつ「働き方」を変えてみよう!

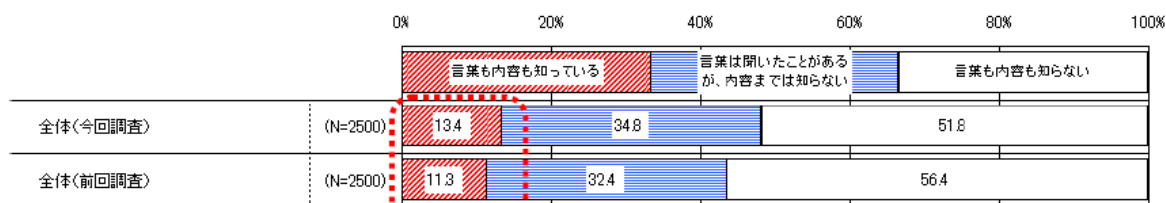
カエル! ジャパン
Change! JPN 

出所: 内閣府 仕事と生活の調和推進室 「カエル! ジャパン」ホームページより

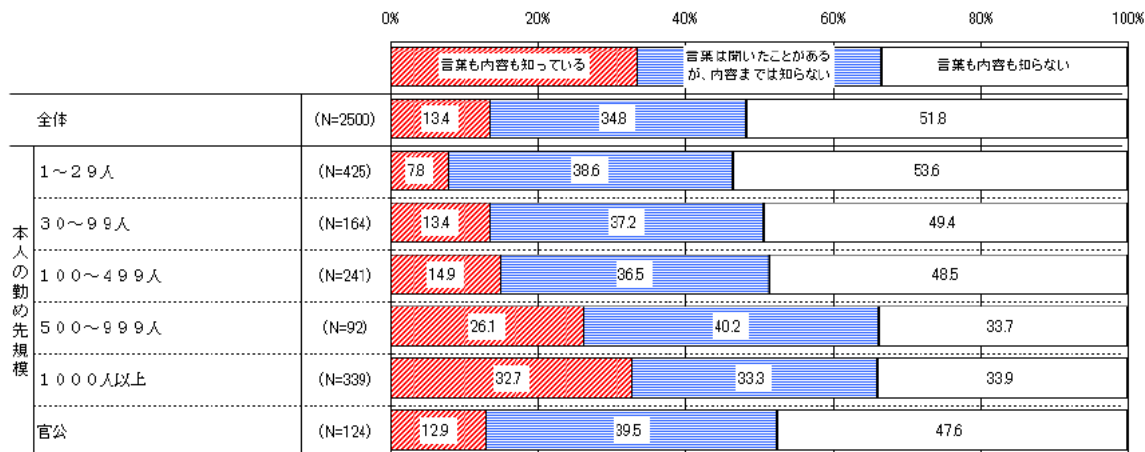
ワーク・ライフ・バランスの認知度に関する調査結果についてみると、ワーク・ライフ・バランスという言葉について「言葉も内容も知っている」と回答した人は

全体の13.4%であり、「言葉も内容も知らない」と回答した人は51.8%となった。また、週あたりの労働時間が長い人や勤務先の企業規模が大きい人ほど「言葉も内容も知っている」と回答する割合が高くなる傾向があった。ワーク・ライフ・バランスのための施策が相対的に整っていると考えられる大企業を中心に認知度が高まっている事が推察される。現在政府が展開している「カエル! ジャパン」キャンペーンの認知度については、3.2%にとどまり、十分とは言えない状況である。ワーク・ライフ・バランスの施策は従業員満足度に大きく関わり、従業員の健康や仕事の効率性の向上につながると考えられており、より一層の認知度の向上が求められる。上記以外の調査結果については、同キャンペーンのホームページにて閲覧できる。

「ワーク・ライフ・バランス」に関する認知度の状況（全体・企業規模別）



※前回調査は2008年8月時点



出所：内閣府「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）と顧客ニーズに関する意識調査について」より抜粋

<http://www8.cao.go.jp/wlb/index.html>

<http://www8.cao.go.jp/wlb/government/top/hyouka/pdf/s1.pdf>

（社会システム研究所 CSR 調査室 佐藤 拓人）