

Glico Co育て NEWSLETTER (第2号)

「子どものココロとカラダの健やかな成長」への想いをカタチに

～ 社内では“1ヵ月間育休取得必須化”や11月には“Co育てガイドブック”を作成・配布。
社外では自治体・他企業との協働取り組みを加速 ～

江崎グリコは、今から約100年前の1922年に創業しました。そうした中で100年間で変わらないものの一つが「子どものココロとカラダの健やかな成長」への想いです。このニュースレターでは、当社の原点であり、今後も変わらず最重要テーマの一つであり続ける「子どものココロとカラダの健やかな成長」に関し、複数号に分け情報をお届けします。第2号は“社内制度”と“協働取り組み”についてです。社内外のさまざまな分野で「Co育て※」環境づくりに向けた取り組みを行うコーポレートコミュニケーション部・宮崎 友恵 にインタビューしました。

※ Co育て(こそだて): Communication(和気あいあいと)・Cooperation(上手に協力しながら)・Coparenting(一緒に子どもを育てる)の3つの“Co”を取った造語で、Glico グループが提唱する子育てのスタイル

まずは社内から「Co育て」を契機に自らライフデザインを描く

現在、当社で導入している「Co育て休暇」は、法定の産前産後休暇・育児休暇の期間とは別に、妊活や、子どもや孫の看護や検診、学校行事への参加などでも取得できる制度です。さらに、2020年1月から導入した「Co育てMonth」では、お子さんの出生後6か月以内に1ヵ月間の有給休暇を取得することを必須化した制度です(給与及び賞与については、原則として通常勤務した場合と同じ取扱い。現在取得率100%)。



コーポレートコミュニケーション部
宮崎 友恵

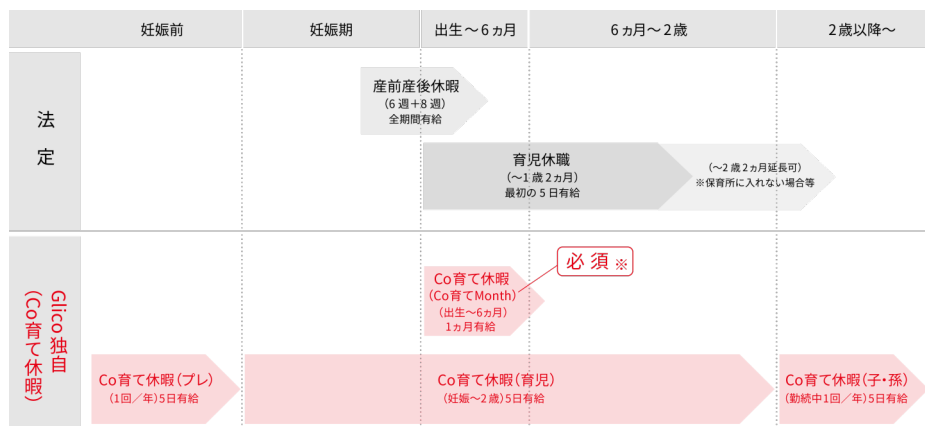
—2020年1月より「Co育てMonth」が新設され、1ヵ月の休暇が必須になりました。新制度を設定した目的は？

Glicoは、さまざまなイノベーションを創出し、企業理念である「おいしさと健康」の価値を社会に提供し続けるため、多様な人材が活躍できる組織風土の実現を目指しています。そのためには、まずは社員の柔軟な働

き方を促すことで個人が成長し、結果として会社全体のパフォーマンスにつなげることが大事です。Co育てMonthは社員がひとりひとりの人生をデザインできるようにサポートする施策のひとつで、働き方を進化させるべく推進しています。

2019年4月より5日間の育休を取得必須化しましたが、社内調査によると、取得した社員からは「通常

の有給休暇とあまり変わらない」「子どもと向き合う時間は取れたけど、本格的な育児参画には程遠い」などの声が多数ありました。5日間だと短すぎるため意識・行動の変化まで至らない人もいたようです。もっと育児参画を積極的に行ってもらおうと、9か月後の2020年1月に「Co育てMonth」が新設されました。



Glicoの「Co育て休暇」スケジュール(※家庭の事情がある場合は1回に限り、連続1ヵ月の休暇を7日以上の日数に分割して取得することができます。)

—制度以外で、社内の「Co育て」を支援するために工夫した取り組みはありますか？

現在も、社内の声を聞きながら、関連部門で連携し、地道な取り組みを一步一步確実に進めることで、サポート体制を強化しています。例えば、組織全体でのCo育て推進の為に、管理職を対象とした研修を行ったり、NPO法人ファザーリング・ジャパン関西監修のもと社員がCo育てMonthを取る際に指針

となるようなガイドブックの配布を2020年11月から開始しています。このガイドブックを通じて、家族と話し合い準備し、Co育てに向き合い、新たな価値観

や発見を今後の人生に活かせるようにと考えています。また、取得者向けだけでなく、上司向けや、復帰後の両立支援についてもガイドブックを配布しています。



「グリコのCo育てガイドブック」

＜1ヵ月の育児休業「Co育てMonth」を取得した男性社員へのインタビュー＞

Q. 「Co育てMonth」の1ヵ月間、どのように過ごしましたか？

毎日妻と一緒に赤ちゃんの世話をしていますが、長女(2歳)の保育園の送り迎えや遊び相手もしていました。他には、家具の場所替え、換気扇の掃除など、今まで出来ずにいた「家事負債」をやり切りました。

Q. 「Co育てMonth」中で感じたことはありますか？

子育ての「楽しさ」と「辛さ」ですね。赤ちゃんを毎日接する中で、「手を上げた」「声を出した」と出来ることが増えていく、日々の成長を感じる事が出来ました。上の子の時には気づかなかった発見もありました。喜びの一方、上の子の赤ちゃん返りが激しくて、子育ての辛さを身を持って実感しました。お母さんは特に大変ですよね。本当に24時間365日フル回転だと隣にいて感じました。妻は今育休中でいずれ仕事に復帰するのですが、復帰後どうやって妻の負

担を減らし、分担するか考え、妻と話し合ったりしました。



Q. 今振り返って「Co育てMonth」はどのような時間になりましたか？

きれいごとには聞こえるかもしれませんが、「家族との時間の大切さ、家族への感謝」を感じる日々でした。恐らく誰もが社会人になって以来、ずっと仕事の課題と共生しています。走りつづけるのも大事ですが、立ち止まってみることで、思考のメモリを、家族のこと、自分のライフプランと向き合うことに

当てる、ずっと気づいていなかったのですが必要なことだと思いました。

Q. 「Co育てMonth」取得前と比べて、何か意識や行動の変化を感じますか？

早く帰って家族との時間を大事にしたいという意識がより強くなりました。「もっと効率をあげるにはどうしたらいいか」「やらなくてもいい仕事をやっているのではないか」、自分では気づかない部分が見つかると思いますので、「Co育てMonth」中に「分担してくれたチームメンバーや上司にも相談してみたい」と思います。(2020年5月時点)



マーケティング本部
マーケティング企画室
宮坂 賢(2004年入社)

自治体や他企業と一緒に「Co育て」社会を目指す

2019年1月に「Co育てPROJECT」を発足し、「子どものココロとカラダの健やかな成長」の実現に向け、現在は多くの自治体(東京都渋谷区・奈良県三宅町・大阪府・大阪府寝屋川市など)と協定を締結。乳児用液体ミルク「アイクレオ 赤ちゃんミルク」、Co育てコミュニケーションアプリ「こぺ」、2020年9月より新たにスタートした子育て支援講座「Co育てプログラム」など、当社のサービス・商品を通じた「Co育て」支援を行っています。

—自治体や企業と連携し「Co育てPROJECT」に取り組む理由は？

コロナ禍で、子育て世帯での不安が一層高まる中、「Co育て」という考えを広めていくには、企業1社では限界があります。そこで自治体や他企業と一緒に、社会課題に向き合いながらその解決を一緒に行っていきたくと思っています。また、これらの取り組みを通じて、子育て世代のニーズを吸い上げ、今後中長期的に商品やサービスを通じて支援していきたくと思っています。

—今後の展開は？

自治体の他、2020年10月からは、株式会社ファミリアと協働で「Co育てプログラム」を実施するなど、他企業との連携も進めています。今後も、全国の自治体・他企業・NPOなどと協働し、「Co育て」環境づくりに取り組んでいきます。

「Co育てプログラム」とは？

パパ・ママを中心とする家族を対象に、生まれる前から一緒に「Co育て」ができるように考えられた、妊娠中期・後期・出産後の合計3クラスで構成される体験型講座です。本プログラムは、お互いの意識のずれ違いを認識し、家族というチーム作りに寄与することを目的に、東京学芸大学監修のもと、開発しました。

現在、新型コロナウイルス感染拡大予防における外出自粛などにより、精神的ストレスや孤独感を感じている子育て世代が増加している状況を受け、自治体や企業などと連携し、オンライン・オフライン双方での本プログラムの活用により、子育て世代の不安や孤独感を軽減するとともに、子育て環境改善や両親の子育て意識の醸成にむけた支援を行っています。



日々の生活の中で、思っても相手を感じて話さないことで、ずれ違いもあった。お互いの考えの違いに気づく良いきっかけになった。(ママ)

＜参加者の声＞

子連れだとなかなか外出するのが大変なので、自宅でリラックスしてオンラインで参加できる点が良かった。(パパ)

