

# 第3章

# テレワーク実施のための全体方針の決定

第3章では、テレワーク導入目的の明確化や実際にテレワークを利用する従業員の理解を得る等、テレワークの導入・普及・推進のために必要な「土台作り」について説明します。

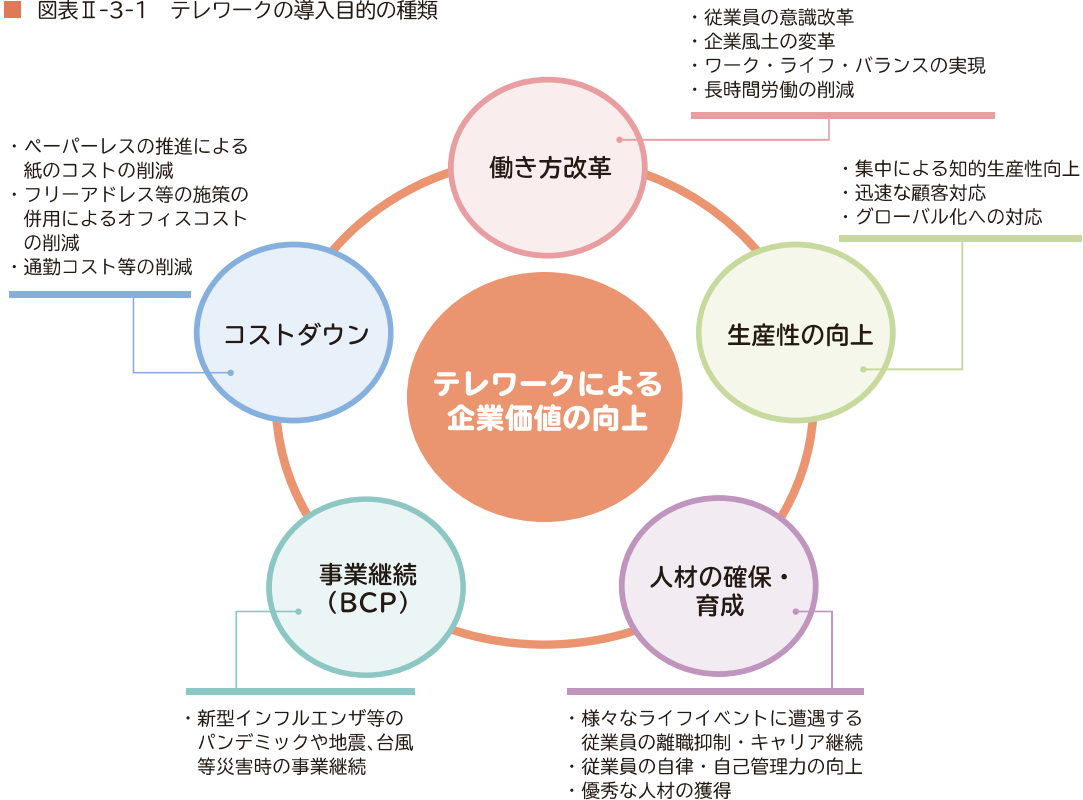
## 1 | 導入目的の明確化

テレワーク導入に当たって、導入の目的を明確にすることが重要です。

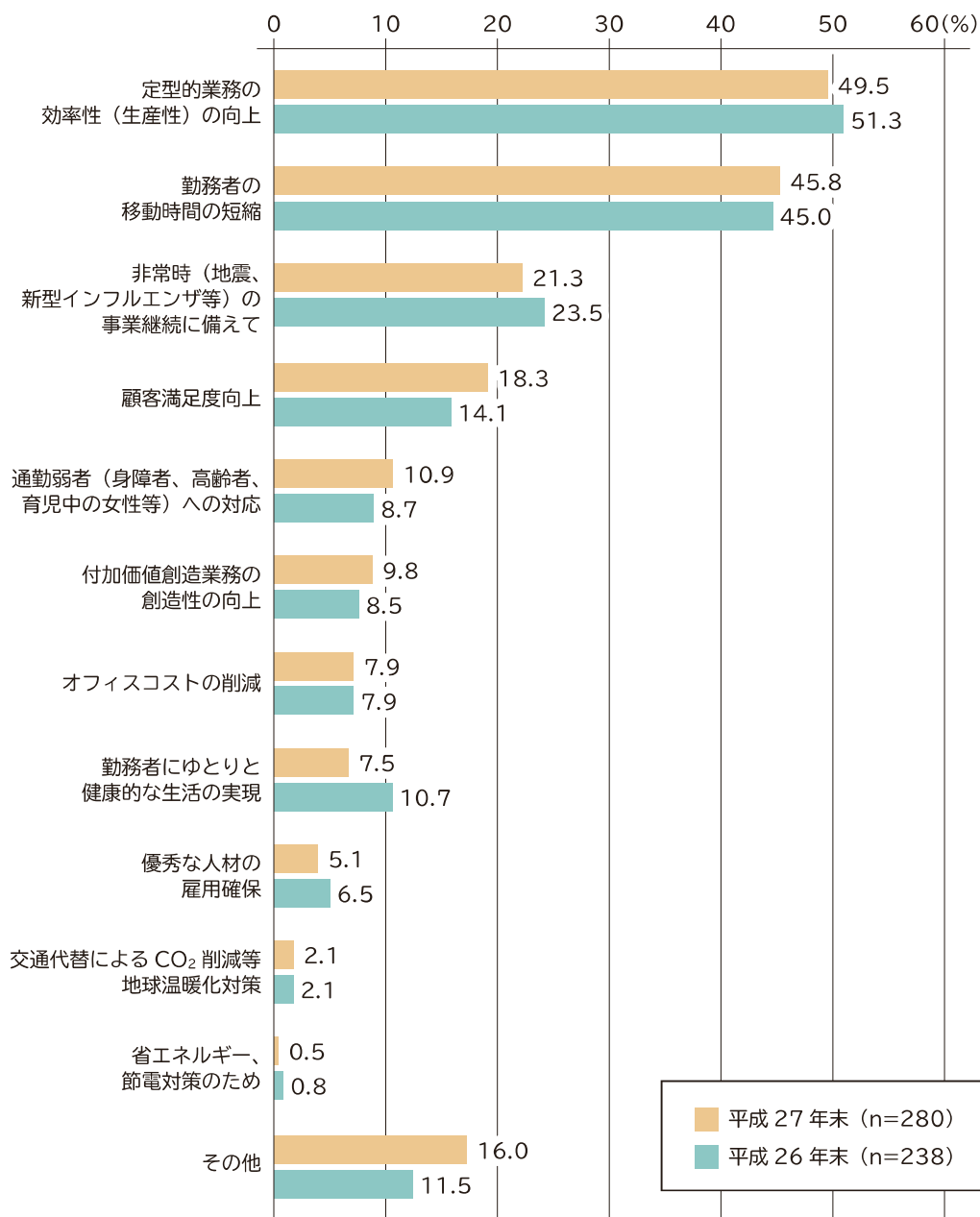
「テレワークを導入することでどのような効果を得たいか」という視点に立って、導入目的を定める方法も有効と考えられます。その際、必ずしも1つに絞り込む必要はありません。ただ、テレワークの導入そのものが目的化しないように、導入段階において目的意識の共有を行うことが重要です。

企業によっては、経営トップの関心や関与が少なく、人事・総務部門など一部門が中心となって検討を進めなくてはならない場合や、経営トップの発案ではなく従業員のボトムアップの提案である場合もあります。そのような状況でも、早い段階からテレワーク導入の目的を共有し、全社で関心と協力を得られるようにすることが、導入の成功の鍵となります。導入目的を明確にした上で、テレワークの導入目的、実施部門、対象者、対象業務などを盛り込んだ、テレワーク導入に当たったの基本方針（テレワーク・ポリシー）を策定します。

■ 図表Ⅱ-3-1 テレワークの導入目的の種類



■ 図表Ⅱ-3-2 テレワークの導入目的(複数回答)



(出典) 総務省「平成27年通信利用動向調査」

## 2 | 基本方針の策定

導入目的を明確にした上で、テレワーク導入に当たっての基本方針(テレワーク・ポリシー)を策定します。具体的には、テレワークの導入目的、実施部門、対象者、対象業務などを盛り込みます。基本方針を策定する際には、労使で十分に協議を行い、テレワークの導入について全社で認識を共有することが重要です。

### 3 | 社内の合意形成のポイント

基本方針の策定後は、社内の合意を形成するために、以下のポイントが重要です。

- ① テレワークの導入は、経営層のトップダウンでスタートするのが理想的です。
- ② 上記①ではない場合は、おおむね「推進担当者による起案」→「経営層への説明・承認」→「関係者への説明・承認」というプロセスが必要です。
- ③ 起案の際は、導入目的や対象業務、対象者や効果測定などのポイントを示します。また、トライアル（試行導入）を行う場合は、期間などを示します。
- ④ 経営層への説明の際は、テレワークが多様な経営課題の解決に役立つことを説明します。また、社内で普及が進むよう、導入に当たって経営層に期待される役割についても丁寧に説明します。
- ⑤ 経営層は、テレワーク導入の意義を十分に理解し、自ら率先して、テレワークの目的や効果について社内に情報発信を行うことにより、従業員の意識改革を進めることが重要です。
- ⑥ テレワークの導入に当たって、労使で認識に齟齬のないようにします。あらかじめ、導入目的や対象業務、対象者の範囲、テレワークの実施方法などについて、労使委員会などで十分に協議した上で、これを文書として保存するなどの手続を経ることが望まれます。
- ⑦ 労働組合がある場合は労働組合、ない場合は労働者の過半数を代表する者との合意が求められます。
- ⑧ 社内のセミナーなどを活用した情報発信やワークショップの開催による普及啓発活動を積極的に行うことが重要です。

経営層や推進担当者からの情報発信に加え、従業員からの質問や意見を広く募集し、そのフォローアップを行うことも大切です。これにより、相互にテレワークに対する理解が深まり、効果的に導入が進むことが期待されます。