

男性の育児休業取得率向上のための方策
～成功した企業の事例を参考に～

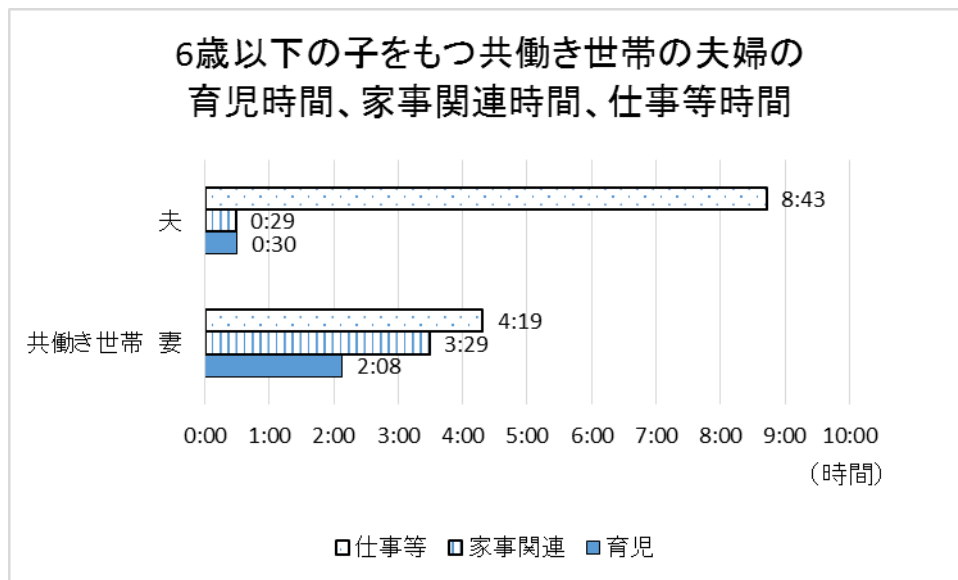
石島修平 小此木綾華
芳賀真依子 津久井慧

1 はじめに

安倍政権は「3本の矢」と呼ばれる経済再生目標を掲げ、そのうちの「成長戦略」目標において女性の活躍推進を挙げている。これは女性の社会進出が進む現代において、女性が出産後も働き続けられる社会を目指すというものである。私たちは女性の育児と仕事の両立に焦点を当て、女性の両立支援実現の一助となるように男性が育児休業を取得することに注目した。

女性の仕事と育児の両立が困難な理由として、女性は男性に比べて育児に対する負担が大きいことがあげられる。総務省の調査では、6歳以下の子どもをもつ夫婦が1日のうち家事、育児、仕事等にかかる時間は共働き世帯で妻は家事3時間29分、育児2時間8分、仕事4時間19分である。一方、夫は家事29分、育児30分、仕事8時間43分という結果がでており¹、ここから夫の家事や育児への関わりが極めて低調であることがわかる(図表1)

図表1



出典：総務省統計局「社会生活基本調査」(平成18年)より作成

女性の育児負担を軽減し、育児と仕事にかけられる時間のバランスを取りやすくするた

めに、男性が積極的に育児に参加する必要がある。そのための方法の 1 つとして育児休業制度の活用がある。育児休業は継続就業をしながら育児に関わる時間を増やす手段として有効であると考えられる。男性が育児休業を取得するメリットとして、男性の育児参加により「男性は仕事、女性は家庭」といったような性別役割分担意識の是正がはかられ、社会全体の働き方を変えるための第一歩となるということがあげられる。また企業にとっても男性の育児休業取得者が増加することで、休業者の業務内容を見直すことによる仕事の効率化、ファミリーフレンドリー企業という会社のイメージアップ、社員の家庭生活の安定による仕事への姿勢改善といったような良い影響がある。しかし、現状として男性の育児休業取得率は 2.3% であり、女性の 86.6% に比べると低い水準である²。

本論文では先行研究や厚生労働省の調査結果などを参考にし、男性の育児休業取得率が低い理由を考察したうえで、男性の育児休業取得率を上げるために大企業が取るべき方策を提示する。大企業向けの方策を考えるにあたり、今回は日本生命保険相互会社（以下「日本生命」とする）の事例を参考にした。

ここで大企業に限定した理由は 2 つある。第 1 の理由として、中小企業と大企業とでは人材・資産などの条件が異なっているため両者に同じ方策を実行させることが困難であることが挙げられる。第 2 の理由は、大企業は強い市場支配力を持ち、社会へもたらす影響力が強いため、大企業が行動することで取得率を向上させるための動きを社会全体へと波及させやすいと考えられるからである。育児休業取得率の低い現状を変えるためには、育児休業取得に対する前向きな考え方を社会に広めることが重要である。本来であれば、企業規模にかかわらず効果が得られる取り組みを提示するべきであるが、本論文では大企業に取り組みを実施させることを目標とする。

2 育児休業制度について

育児休業制度とは、1 歳に満たない子を持つ男女の労働者が、その事業主に申し出ることによって子が 1 歳に達するまでの間休業できる制度である。休業は 1 人の子に対して一回の連続した日数で取得することが定められている。子が 1 歳に達するまでの間分割して何度も取得することはできない。正社員ではなく、就業する期間が定められている有期契約雇用者も条件を満たせば取得できるようになった。

例外として、保育所に入所を希望しているが入所できない場合や、1 歳以降子を養育する予定であったものが死亡するなどの事情により子を養育することが困難になった場合は、子が 1 歳 6 カ月に達するまで育児休業期間を延長することができる。

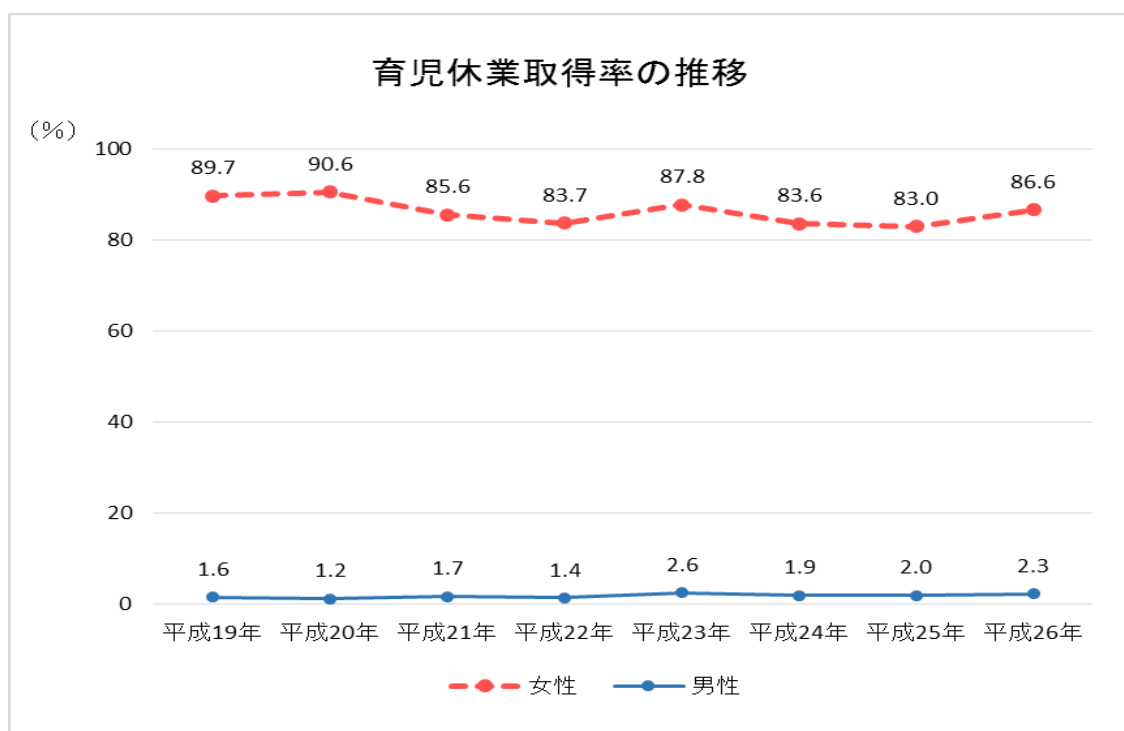
また、育児休業制度の中には、父親も子育てができる働き方の実現を目指した規定が 3 つある。1 つ目は、パパママ育休プラスである。これは父母ともに育児休業を取得する場合の休業可能期間の延長のことであり、父母がともに育児休業を取得する場合、育児休業取

得可能期間を子が1歳から1歳2カ月に達するまでに延長する。2つ目は、出産後8週間以内の父親の育児休業取得の促進である。これは妻の出産後8週間以内に父親が育児休業を取得した場合、特例として、育児休業の再度の取得を認めるというものである。3つ目は、労使協定による専業主婦（夫）除外規定の廃止である。労使協定により専業主婦の夫などを育児休業の対象外にできるという法律の規定を廃止し、すべての父親が必要に応じ育児休業を取得できるようにした。

3 育児休業取得率の推移

厚生労働省は雇用均等基本調査を行い、育児休業取得率を調査している（図表2）。この調査の対象となるのは無作為抽出された正規・非正規を含む5人以上の従業員がいる民間事業所である。女性は80%前後を推移しているのに対して、男性は2%前後という低い水準で推移している。国は2020年までに男性の育児休業取得率を13%に引き上げる目標値を出しているが、それには程遠い数値となっている³。

図表2



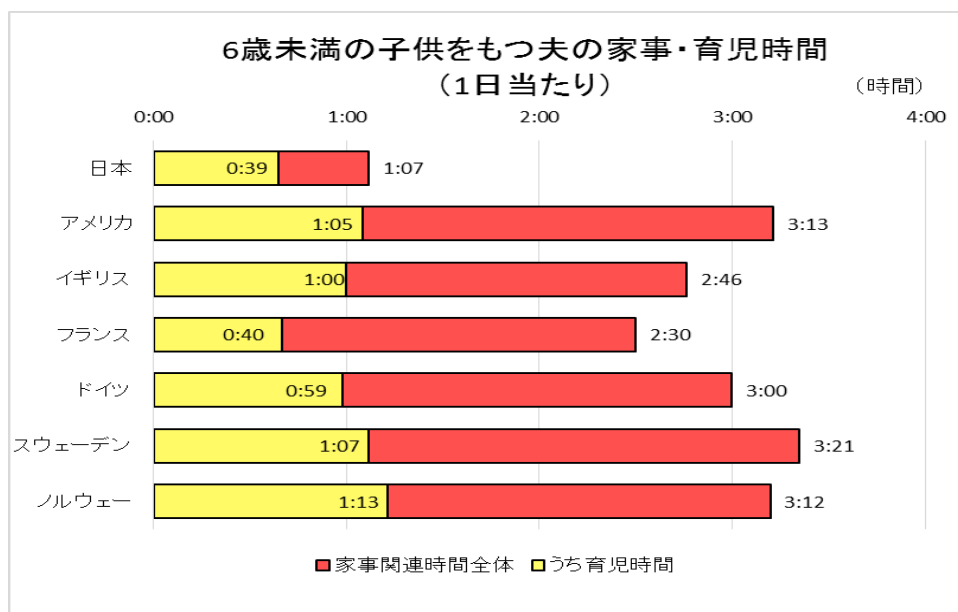
出典：厚生労働省「平成26年度雇用均等基本調査結果」より作成

また、総務省は日本、アメリカ、イギリスなどの先進7か国を比較した6歳未満の子供

を持つ男性の育児・家事関連時間の調査を行った（図表 3）。日本人男性の育児・家事関連時間は約 1 時間であり、育児時間にあまり差がないフランスと比較しても家事全体で見ると倍近くの差がある⁴。このことから日本の家事関連時間は他の先進諸国と比較して低い水準であることがわかる。

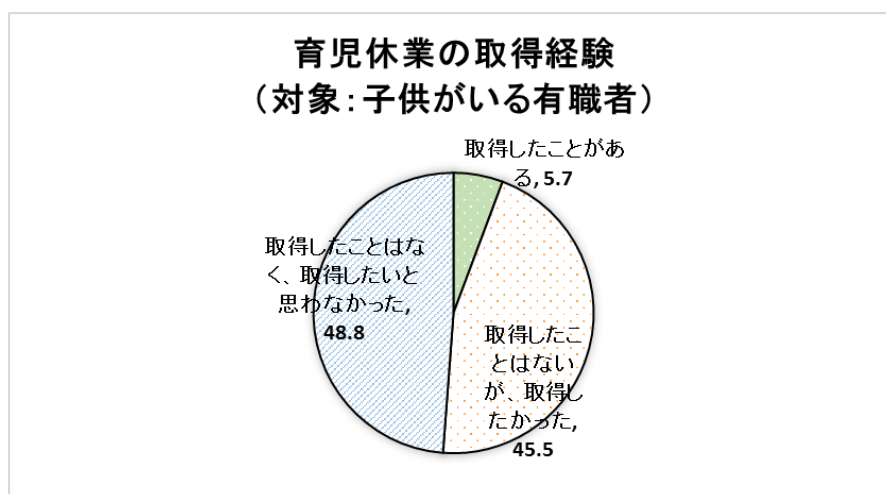
日本労働組合総連合会の「育児休業の取得経験⁵」の調査によると、「取得したことはないが取得したかった」と回答した男性は 45.5%である。取得経験がある男性を含めると約 5 割の男性が育児休業を取得意向があることが分かる（図表 4）。

図表 3



出典：内閣府男女共同参画局「男女共同参画白書(平成 27 年版)」より作成

図表 4

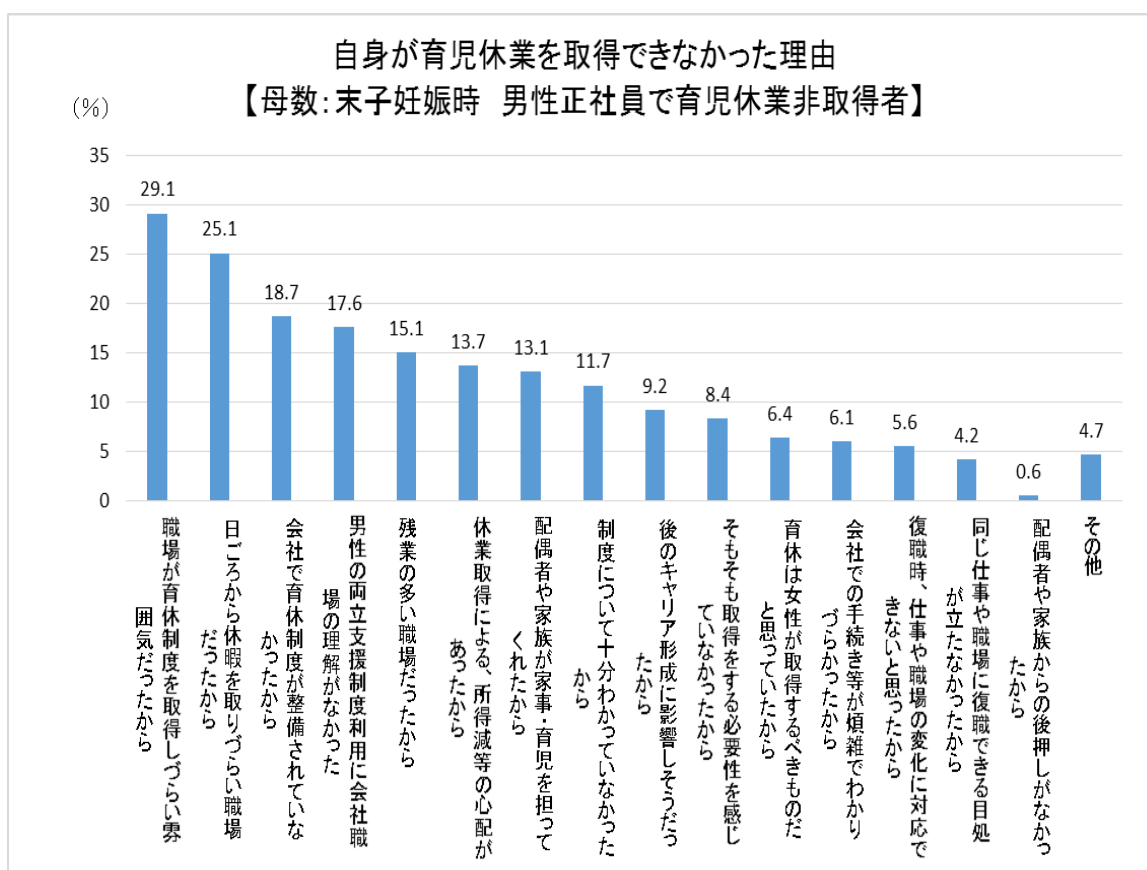


出典：日本労働組合総連合会「パタハラに関する調査」より作成

4 男性が育児休業を取得できなかった理由

平成 25 年の厚生労働省の調査⁶によると、男性が育児休業を取得したいと思っているのに取得できなかった理由として図表 5 の回答が得られた。中でも「職場が育休制度を取得しづらい雰囲気だった」、「日頃から休暇を取りづらい職場だった」、「男性の両立支援制度利用に会社・職場の理解がなかった」などの会社内の雰囲気を理由とした回答が最も多くなっている。また、所得が減少するという収入に対する不安や、育児休業制度について十分わかっていなかったなどの知識不足によるものがあった。

図表 5



出典：厚生労働省「平成 25 年度 育児休業制度等に関する実態把握のための調査研究事業」より作成

育児休業取得意向のある男性の数に対して実際に取得できる人は少ない。職場環境や所得減に対する不安が育児休業取得を妨げる原因となっており、それを改善することが課題となっている。これらの問題を改善するには各企業の取り組みが重要であるので、企業ご

とに改善策を立てることが有効であると考えられる。

5 日本生命

5-1 日本生命について

厚生労働省では、男性が育児により関わることのできるような環境づくりに、社会全体がより積極的に取り組んでいくために、イクメンプロジェクトを推進している。このプロジェクトの取り組みの1つとしてイクメン企業アワードというものがある。これは、働きながら安心して子どもを産み育てることができる労働環境の整備を推進するため、男性の育児と仕事の両立を積極的に促進し、業務改善を図る企業を表彰するものである。

今回、男性の育児休業取得を推進している企業の取り組みをより詳しく知るために、2014年度のイクメン企業アワードで特別奨励賞を受賞した日本生命にインタビューを行った。日本生命を選んだ理由は、女性従業員が多いため育児に関する関心が高い、イクボスの育成に力を入れている、後に記述するような「輝き推進室」を設置し女性の活躍推進にむけた制度を多く取り入れている、という3つの点からである。女性従業員が多いなどといった条件の整った会社は大企業であっても少ないと考えられるが、女性の活躍推進を目指し、男性の育児休業取得を推進する取り組みを率先して行っているという点では、ほかの大企業においても参考になる点が多いと考えられる。

日本生命は1889年に創業と歴史の深い大企業だ。従業員は平成26年度で70,783名、そのうち63,363名が女性従業員となっており、従業員の約9割を女性が占めているという女性比率の高い企業である。平均年齢は男女とも40代半ばとなっている。

5-2 日本生命の取り組み

育児休業を取得しやすい雰囲気作り

日本生命は、人事部内で社内の意識改革を担う専門部署「輝き推進室」を設けている。日本生命では、創業後間もない時期から女性が営業の分野で活躍しており、本部の企画や開発などはほぼ男性社員が担っていた。そこでこのような状況を変えるために、女性職員のキャリア開発や能力向上、働きやすい職場づくりを企画、推進する「輝き推進室」を2008年に設置した。当初は女性を対象に仕事と家庭の両立支援や、チャレンジ意欲を醸成する取り組みから着手したが、「女性の仕事の質を高めるためには、全職員の意識改革が必要」と判断し、2009年からは男性も含めた意識改革に取り組んだ。

2012年度までの主な実績として、

- ・社内HPでの「ワークライフ・バランス（WLB）王子」の紹介
- ・全事業所出張講義「輝き塾」の開催

- ・新任課長研修での WLB 研修実施
- ・WLB ハンドブック作成
- ・部門を超えてマネジメント手法を共有する「課長塾」の開催
- ・「パパママランチ交流会」の開催
- ・「イクメンハンドブック」を作成
- ・「両立支援ハンドブック Q&A 集」を作成

などがある。現場だけでなく、管理職層にも積極的に意識改革を働き掛けてきた。こうした取り組みを通じて、男性の育休が浸透していない現実が浮き彫りとなった。「子供が育つ環境整備の点からも男性の育児参加が社会的機運になってきた」ことも踏まえ、2013年度は、男性の育児参加を推進することに決めた。「WLB 王子」の紹介や「パパママランチ交流会」の開催といった草の根運動をはじめ、男性が抵抗感なく育児休業を取得できるような社内の雰囲気をつくらせ醸成した。女性の活躍を推進するうえで、男性にも家事や育児に対する理解を深めてもらい、自分たちの働き方を変えるきっかけになってほしいという目的から、2013年度に男性の育児休業取得率 100%目標を打ち出した。

イクボス育成の取り組み

日本生命は、従業員が意欲的・前向きに働くことが出来る環境整備をするために「ニッセイ版イクボス」の育成に力を入れている。イクボスとは、職場で共に働く部下・スタッフのワークライフ・バランスを考え、その人のキャリアと人生を応援しながら、組織の業績も結果を出しつつ、自らも仕事と私生活を楽しむことができる上司のことを指す⁷。ニッセイ版イクボスは、「育次（次世代育成に注力する）」「育自（自らも成長し続ける）」「育児（部下の WLB を大切にする）」「育地（組織・風土を作る）」といった 4つの“イクジ”取り組みを推進している。女性活躍にはトップの本気度が大きく問われる。社長をはじめとした経営トップが女性活躍を「経営戦略」と明確に位置づけ理解を示すことは、男性従業員が育児休業を取得しやすい雰囲気を作ることにつながる。

育休有給化の取り組み

日本生命の育児休業制度は、子供の誕生日から満 1 歳 6 か月到達日の翌日以降、最初に訪れる 3 月 31 日までを、取得可能な期間としている。また、最初の 7 日間は有給扱いとなるといった会社独自の制度を設けている。そこで今回の施策では、まず男性の対象者全員に 1 週間程度取得させることを目標とした。取得徹底に向けては文書での通達に加え、部課長クラスには研修などの機会がある度に経営層からも働き掛けた。休みの取り方をイメージしやすいように、家族構成や子供の成長過程ごとに取得パターンも例示した。

5-3 取り組みの効果

このような会社全体での働きかけにより、2013年度に男性の育児休業取得率100%の目標を達成することが出来た。その後も取り組みを続行し、2014年度も育児休業取得率100%となった。2015年度も取り組みを実施している。

実際に育児休業を取得した男性社員の声として「子供を持つ女性に対する理解が進んだ」「育児参加の喜びや意味合いに気付き、効率的な働き方を志向」などというものがあつた。職場では「一人で抱えていた業務の周囲への分担、部下への委譲が進んだ」「業務の見える化が進み、急な休みにも対応できる協力体制ができた」「普段接することのないほかの営業部の拠点長や次長、支社長が訪れることで職場の活性化につながった」などという効果が聞かれた。育児休業を取得するとすると、周囲の負担の増加や仕事が遅れるなど悪いイメージが浮かぶが、実際は、引き継ぎの際に業務内容を見直し整理することによって協力体制ができ、仕事の効率化につながるなど、職場に好影響を与えたと考えられる。

日本生命は半ば強制的に男性社員に育児休業を取得させた。男性の育児休業取得率100%目標を推進するまでは、約1%の男性しか育児休業を取得していなかった。育児休業制度はあつたが「本当に男性で使う人はいるのか？」と思っている人が大半だったと言う。最初は数名しか取得していなかったが、取得した人の事例を社内ホームページで掲載することで、男性も育児休業を取得しても良いという空気が広がっていった。

6 男性の育児休業取得率を上げるために

日本生命の取り組みをふまえて、男性の育児休業取得率をあげるための方策を2つ考えた。

1つめはイクボスの育成である。イクボスとは、部下やスタッフの仕事と育児を両立しやすい環境の整備に務めるリーダーのことである。先ほど男性が育児休業を取得できなかった理由として「職場が育休制度を取得しづらい雰囲気だったから」、「男性の両立支援制度利用に会社・職場の理解がなかった」など、職場の雰囲気が理由で育児休業を取得できない男性が上位を占めていたと述べたことから分かるように、いかに育児休業を取得しやすい雰囲気を作り出すかが重要となる。そこで職場の雰囲気を改善するために、経営者や管理職の上司が、部下やスタッフの仕事と育児を両立しやすい環境整備に務めるリーダーになることが有効であると考えられる。このようなリーダーのことであるイクボスの育成を会社全体ではかることが重要である。日本生命においても、上司が積極的に部下に働きかけ育児休業の取得を推進した。

では、どのようにしてイクボスの育成をはかれば良いのか。イクボスの育成をはかる方法の1つとして企業向けの講演会に参加することが挙げられる。NPO 法人ファザーリング・ジャパン⁸などが企業向けに育児に対する男性の意識改革を目的とした講演会を開いて

おり、企業はこれらの活動に参加することで、管理職層の育児に対する考え方を前向きなものにすることができる。各都道府県でも講演会を開催しており、また、広島県では湯崎英彦知事が、県内の企業経営者に呼びかけ、全国初となるイクメンを応援する企業経営者の同盟「イクメン企業同盟」を結成するなど、仕事と子育てを両立しやすい環境づくりに取り組んでいるので、そういった活動にかかわっていくのも良い。まずは、経営者や管理職の上司が育児に対して関心を持ち、前向きな姿勢にならなければならない、各企業が経営者や管理職の上司にこのような講演会に参加する機会を設けなければならない。

2 つめは会社独自の育児休業制度に関するものである。現行法では休業中の給付金の面で柔軟性がないので、現行法をもとに会社独自で従業員のニーズに合わせた規定をつくることで育児休業取得率の増加が見込まれる。

育児休業を取得する際に休業取得により所得が減ることなどの不安を持っている人が多く、その不安が育児休業の取得をためらう原因の 1 つとなっている。この不安を解消するために、育児休業中の一定日数を有給化することが挙げられる。現行法では育児休業中は会社から給与は支払われず、雇用保険から育児休業給付金が支給される。6 か月以内の休業であれば給与の 67%、それ以降は給与の 50%が支払われるが、少しでも収入が減ることへの不安から育児休業を取らないという人は多い。日本生命では育児休業中の最初の 7 日間を有給にするとしており、短い間でも制度を利用させる誘因となり、短期間の休業取得者を増やすことでも育児休業取得率を向上させることは可能となる。育児休業は長期間休むものだと考えがちだが、育児休業の取得日数は 1 日でも休業になる。1 か月以上連続して休むことへの抵抗感はあるかもしれないが短い期間ならば抵抗感は感じないはずである。育児休業が 1 日、1 週間だけでは意味がないという考えもあるが、たとえ短期間でも育児休業をとり、子供とふれあい、そして妻の普段の苦勞を知ることにより、より家族への理解が深まる。

まずは、1 日、1 週間でも良い。はじめから長く取得しようとするからいつまでも育児休業取得率が上がらない。確かに、1 日、1 週間だけでは、妻の就業支援にはならないかもしれないが、はじめは 1 日、1 週間で良いので育児休業の取得率を上げる。まずはそこをクリアしてから徐々に期間を長くすることを考えるべきである。多少時間がかかるかもしれないが、まずは短期間でも良いから育児休業を取得して、その後、徐々に取得する期間を長くしていけば妻の仕事の両立を助けることができるようになる。

7 まとめ

女性の育児と仕事の両立が重要視されている今、そのキーワードのひとつが男性の育児休業取得であると考えられる。男性が育児休業を取得することにより、女性の育児と仕事の両立を手助けすることができる。しかし、国の方策だけでは取得者が増えないのが現状

であり、そこで必要となってくるのが企業の取り組みである。

男性の育児休業取得を推進する企業が増えていけば、女性の育児と仕事の両立だけではなく、性別役割分業観といった男性の育児に対する意識改革を社会全体で図ることができる。

今回取り上げた日本生命保険相互会社は、男性従業員の育児休業を義務付けるなど他社では見られない企業独自の取り組みをしている。その取り組みを踏まえて、イクボスの育成、育児休業中の一定日数の有給化を各企業が行っていけば、男性の育児休業取得率は向上するはずである。男女比や平均年齢の違いなど企業によって様々な特色があるので、それも考慮してイクボスの育成や育児休業中の一定日数の有給化をしていくべきである。いきなり長期間の育児休業を取得することは難しいがまずは短期間でも良いので取得することからはじめて徐々に期間を長くしていけば良い。

このような方策を実行できれば、男性の育児休業取得率を上げることができる。

参考文献

武石恵美子(2004)『男性はなぜ育児休業を取得しないのか』,54-57 頁,日本労働研究雑誌.

厚生労働省(2014)「平成 26 年度雇用均等基本調査結果」1-23 頁

厚生労働省(2015)「育児休業給付の内容及び支給申請手続きについて」1-8 頁

総務省統計局(2006)「社会生活基本調査」

厚生労働省ホームページ (2015 年 11 月 11 日アクセス)

<http://www.mhlw.go.jp/>

内閣府ホームページ

<http://www.cao.go.jp/>

日本労働組合総連合会ホームページ

<http://www.jtuc-rengo.or.jp/news/chousa/>

日本経済新聞

<http://www.nikkei.com/>

日本生命相互会社ホームページ(2015 年 10 月 24 日アクセス)

<http://www.nissay.co.jp/>

ファザーリング・ジャパンホームページ (2015 年 11 月 11 日アクセス)

<http://fathering.jp/>

広島県ホームページ (2015 年 11 月 18 日アクセス)

<http://www.pref.hiroshima.lg.jp/>

労働政策研究・研修機構 (2015 年 11 月 18 日アクセス)

<http://www.jil.go.jp/index.html>

-
- 1 総務省統計局「平成 18 年度 社会生活基本調査」
 - 2 厚生労働省「平成 26 年度 雇用均等基本調査事業所調査」4-5 頁
 - 3 厚生労働省「平成 26 年度 雇用均等基本調査事業所調査」4-5 頁
 - 4 総務省統計局「平成 23 年度 社会生活基本調査」63 頁
 - 5 日本労働組合総連合会(2014)「パタハラに関する調査」8 頁
 - 6 厚生労働省「平成 25 年度 育児休業制度に関する実態把握のための調査研究事業」
 - 7 「ファザーリング・ジャパン イクボスプロジェクト」ホームページより引用
 - 8 ファザーリング・ジャパンは、父親支援事業による「Fathering」の理解・浸透こそが、「よい父親」ではなく「笑っている父親」を増やし、ひいてはそれが働き方の見直し、企業の意識改革、社会不安の解消、次世代の育成に繋がり、10 年後・20 年後の日本社会に大きな変革をもたらすということを信じ、これを目的としてさまざまな事業を展開していく、ソーシャル・ビジネス・プロジェクト。