

厚生労働省科学研究費補助金  
政策科学推進研究事業

男性の育児休暇取得を促進する具体策に関する調査研究  
平成18年度総括研究報告書

主任研究者 岩男 壽美子

平成19年（2007年）3月

## 目 次

### I. 平成 18 年度総括研究報告書

男性の育児休暇取得を促進する具体策に関する調査研究----- 1  
岩男壽美子

(資料) 事業主・管理職向けの啓発用パンフレット  
『男性社員が育児休業をとるとき』

II. 研究成果の刊行に関する一覧表 -----29

#### 研究要旨

父親の育児休業取得率10%という政策目標達成にむけ、仕事と育児をトレードオフの関係からWINWINの関係に変えるための要因をメリットに焦点を当てて析出し、合わせて父親が取りやすく、事業主の納得を得やすい育児休業制度の具体的内容について明らかにする。本年は、初年度の質問紙調査と2年度のヒアリング調査によって収集したデータの総合的検討を行い、これらのデータを基に2種類の広報啓発資料を作成する。

#### 分担研究者

国広 陽子 武蔵大学教授

高山 緑 慶應義塾大学助教授

### A. 研究目的

次世代育成における男性の参画を促進するために、厚生労働省は、育児休業に関して「男性の育児休業取得率10%」を目標値に掲げている。しかし、平成17年の実績取得率は0.5%と、目標達成には程遠いのが実情である。なぜ、男性の育児休業取得は進まないのだろうか。どのようにすれば男性の育児休業取得を促進することができるのだろうか。

3年間に渡る本プロジェクトの最終年にあたる本年度の研究目的は、主に二つである。ひとつは、初年度の質問紙調査と2年目のヒアリング調査の結果得られたデータを総合して、男性の育児休業取得率10%という政策目標達成のための具体的方策を、育児休業メニューを中心に析出することである。

もうひとつの目的は、男性の育児休業取得に関する効果的な広報啓発資料の試作である。これまでの調査結果から、事業主や管理職ばかりでなく、育児休業取得希望者も制度の内容を熟知していないために、育児休業制度が十分に活用されていない実態が浮き彫りになった。

また、育児休業取得が事業主と父親の双方にと

って、いかにメリットの多い制度であるかが殆ど理解されておらず、メリットの理解が男性の育児休業取得を促進するうえで極めて重要であることが示された。そこで、この制度そのものについて広く周知し、メリットをわかりやすく伝え、理解を深めてもらうことを目的とした一般向けのアニメーション資料と、事業主・管理職向けのパンフレットという2種類のビジュアル・ツールを考案・試作することを目的とした。これらの啓発用資料が従来のものと異なる点は、本プロジェクトの初年度に実施した質問紙調査及び2年度に行ったヒアリング調査のデータに基づいて(evidence-based)作成されている点である。このことから、よりニーズにマッチした資料となり、多くの効果が期待できる。

### B. 研究方法

#### 1. 育児休業メニューの総合的検討

質問紙調査及びヒアリング調査で収集した育児休業メニューに関するデータをまとめて分析対象とし、総合的に検討を重ね、父親と職場にとって求められているメニューと、問題点を明らかにした。また、育児休業メニューに関するヒアリング調査結果を一覧できる形にまとめた。

父親が「希望する」育児休業メニューの形態と取得期間、職場にとって「取りやすい」育児休業メニューの形態と取得期間の選択肢として提示

したのは下記の7形態と6期間である。

形態：「期間中は完全に休む」、「週に2日休む（週3日勤務）」、「週に1日休む（週4日勤務）」、「週に2回、半日休む」、「週に1回、半日休む」、「期間中は1日の労働時間短縮」、「期間中は残業免除」。

期間：「1週間」、「2週間」、「1ヶ月間」、「3ヶ月間」、「半年間」、「1年間」。

上記の形態と期間の組み合わせに対する評価を中心に分析し、父親及び職場のニーズを把握し、合わせて柔軟な制度がマネジメントにもたらず問題点についても検討した。

## 2. 広報啓発資料の作成

試作した2種類の広報啓発資料の訴求対象は、男性の育児休業促進という目的に照らして、それぞれ国民一般と事業主・管理職に設定した。それぞれの資料で取り上げる内容の選定にあたっては、男性の育児休業取得に対する理解が深まるものであること、育児休業に対する不安を取り除き取得への動機付けにつながるものであること、訴求対象及び利用媒体に相応しいものであること、過去2年間の本プロジェクトの研究成果を生かしたものであること、わかりやすく楽しいものであること、社員研修をはじめ多様な機会に利用可能であることなどを考慮した。

アニメーションとパンフレットのデザインについては、動画またはイラストの色彩、登場人物・もの、配置、情報量、時間間隔など多くの構成要素について、専門家と相談をしながら試作品に改善を加えることを繰り返し、最終的に最も相応しいと思われるものを選定した。

## C. 結果と考察

### 1. 育児休業メニュー

提示した形態のなかで、「週1回または2回、半日休む」という形態は、一般に通勤時間が長い日本では往復に時間をとられる割には仕事がかどらないという理由から、非現実的と判断される傾向が認められた。従って、結果として検討されたのは残りの5つの形態である。

最も支持が集まったのが、「期間中は完全に休む」であるが、その理由としては、幼児の体調は予測しにくいために、何が起こっても対応できるという点で、子どもにとっても、父親にとっても最も適切であること、職場にとっても管理しやすいこと、出産直後にストレスが大きい配偶者のサポートを集中的にすることができること、などが挙げられている。同時に、職場の負担と収入減の問題が大きいため、この形態では期間は2週間から最長3ヶ月までとなっており、大半は1ヶ月までと短くなっている。働き方の見直しが言われながら、一向に改善が進まない日本の職場の厳しい状況を浮き彫りにしているといえよう。

また、この形態を選ぶ場合でも、短期間にとどめたいうで、子どもが動き回り手がかかるようになったときなど、必要に応じて分散させた取り方へのニーズが多いことがわかった。例えば、1週間単位で、数回に分散させたほうが、父親本人にとっても、職場への負担からみても望ましいと指摘されている。

週休を増す仕組みについては、賛否両論があることがわかった。この形態を支持する理由は、短期の「完全に休む」休業に組み合わせるのに相応しいこと、仕事との継続性を失わないですむこと、などである。他方、反対する理由としては、育児の必要に十分対応しきれないこと、仕事を頼み・頼まれにくいこと、仕事の分担が難しいこと、などが挙げられている。また、不就業分の給与のフォローが難しいこと、チームでの仕事の管理が難しいことなどから、余程しっかりしたルールを決めておく必要があると指摘されている。週休を増す形態の場合の期間は、1ヶ月から1年間と、完

全に休む形態よりも長期間が考えられている。

「労働時間短縮」と「残業免除」については、「一番いい」「理想的」など強い支持がある一方、問題点の指摘も多く見られた。賛同者は、仮に10分、20分の短縮であっても、そのゆとりが保育所との関係に生かされ、大きな価値があること、家族によろこばれること、日々のスケジュールのなかで子どもの面倒をみ、成長に関わっていかれること、仕事の出し方次第では職場で受け入れられやすい形態であること、利便性が高いこと、などを支持する理由として挙げている。しかし、問題点としては、復帰後には不可欠なフォロー体制であるが、アウトプットを出しにくいことから業務評価が低くなるため、本人に心理的負担が大きいこと、職場に早く帰りづらい雰囲気があること、営業のように相手がある場合に不可能になること、当人が心苦しく感じてかえって辛くなること、職場に不公平感が生じること、などがある。この形態の場合、期間としては、1年間に集中している。また、職場によっては、残業はないことになっているために、選択肢にはならないというところもあった。

提示したような多様なメニュー、柔軟な取得の仕方に対しては、男性社員の育児休業に対する認識を変えるうえで極めて有効であること、職場と子どもの状況に合わせて少しでもコンスタントに育児に参画できるような制度になれば、取りやすさが増すこと、それぞれの事情に合わせた選択ができるようにすべきであること、などの積極的評価が示された。同時に、勤務管理の難しさが増すことを懸念する声も聞かれた。しかし、マネージメントの難しさを優先的に考慮するのでは、新しいニーズに適切に対応することは期待しにくい。また、多様な選択肢を提供しても、実際に使われるものは限られたものになるという指摘もあった。確かに、それぞれの職場の状況はさまざまであり、個人の事情も多様であるから、いずれは各職場、個人に相応しい限られたメニューに収

束すると予想されるが、このような柔軟な育児休業メニューを提供することの意義は、多様な選択肢から関係者に適切な休業を選択できるという認識が広がり、より多くの取得につながることである。

## 2. 広報啓発資料

### ◆ 育児休業制度に関する

#### Q & Aアニメーション

試作されたQ & Aアニメーション資料は、次頁にそのサンプルを示してあるが、その構成および内容選定理由は以下に述べる通りである。

平成17年度に実施した聞き取り調査から、育児休業取得経験者が、実際に取得を決意する過程で、制度の内容を知らないために取得に際して多くの不安を経験していることが明らかになった。

そこで本資料は、それらの不安を取り除くために、取得経験者が共通して抱いていた疑問や不安を質問(Q)の形で簡潔に提示し、次にその質問の答え(A)を示すことで、その不安や疑問を解消し、取得への動機づけを図るように組み立ててある。

21種類のQ & Aを順次提示する方式をとっているが、各Q & Aを提示している間に、見ている人は自ら考え、答えを出すことを求められる。その後で画面に正解が現れる、というクイズに答えるゲーム方式を取り入れた構成になっており、見ている人が楽しみながら育児休業に関する必要な知識やメリットを理解できるように作られている。

資料やパンフレットなどの紙媒体に加えて、本作品のような動画媒体を活用することにより、説明会やセミナーなどでも広く活用することが可能となると思われる。また、昨今、JR山手線の車内にみられるように、車内に設置された映像用画面を利用して多くの乗客に効果的に訴求する

活用方法も想定されている。

セミナーなどで用いる場合には受講者自身が、また車内の乗客であれば見ている人自身が、画面の質問に回答しながら進行するため、参加型学習の要素を含み、休業取得の動機付けに効果的であると思われる。

また、パワーポイントを活用したアニメーションであり、担当者はスタートボタンを一度クリックするだけの簡単な操作で、ビデオと同様に進行する形式になっている。従って、育児休業制度を推進・啓発する担当者が、説明会、セミナーなどを実施する場合、簡単に活用できる資料となっている。

上記の他に、取得対象者以外であっても、この制度を知ることにより、まわりで取得者が出現した場合、良き理解者となるだけでなく、職場全体の理解度を向上させる効果も期待できる。

また、女性もこれを見ることにより、この制度をより深く知り、パートナーが取得を強く望むように働きかけをしやすくなるばかりでなく、地域の学習会などでも活用することにより、息子を持つ親の意識改革にも寄与することができるものと思われる。

#### ●アニメーション画面の全体的な流れについて

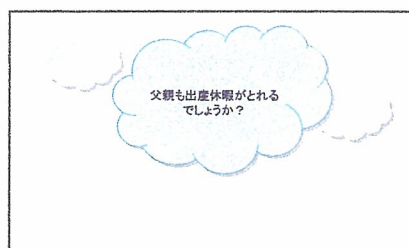
・全体の所要時間は約 10 分で、テーマは全部で 21 項目である。

・基本構成は、下記のサンプルに示すように、①質問(=Q)を見て、②自分なりの回答を選択し、③最後に正解(=A)を知るという3段階になっている。

・質問項目によっては、④解説がつき、より深い理解を深めることができる。

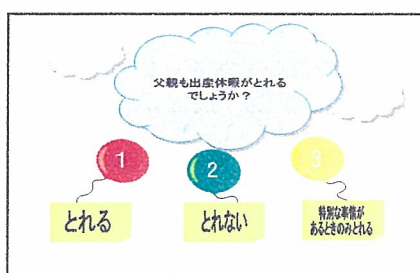
・パターン1(質問画面①②と正解③)とパターン2(質問画面①②と正解③と解説④がついたもの)を混在させ、変化をつけている。

#### パターン1



① 質問が雲に乗って、画面右上から中央に降りてくる。

(考える時間が入る)



② 回答の選択肢が書かれたタグを下げた風船が、画面下からふわふわと上空に上ってくる。



③ 間違いタグを下げていた風船がぱ〜んと割れる。

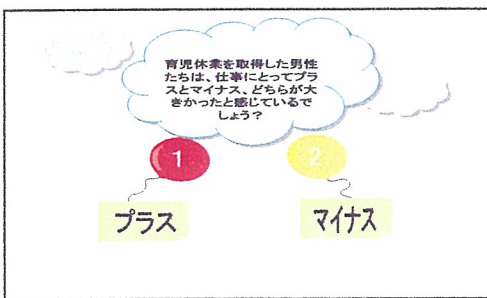


④正解が残る

パターン2



① 質問が雲に乗って、画面右上から中央に降りてくる。



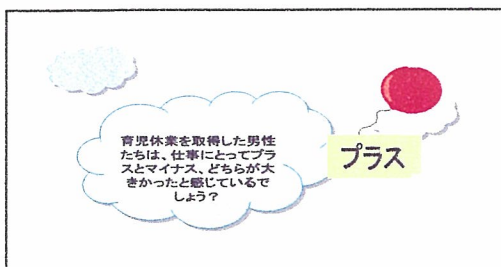
(考える時間が入る)

② 回答の選択肢が書かれたタグを下げた風船が、画面下からふわふわと上空に上がってくる。

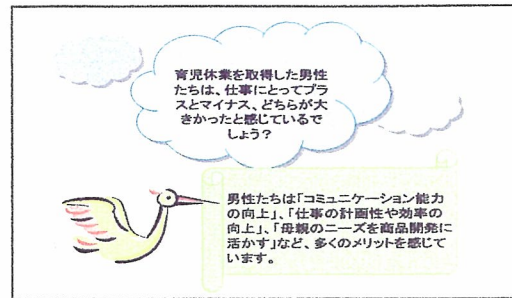
(考える時間が入る)



② 間違いタグを下げていく風船が割れ、正解の風船が残る。



④正解が残る



⑤解説の書いてある巻紙を鳥が運んでくる。

● 21 項目の間、回答選択肢、正解、解説の内容は次の通りである。

なお、質問紙調査の結果、正答率が得られたものについては、正答率を示している。

問1：父親も出産休暇がとれるでしょうか？

回答選択肢

- 1) とれる
- 2) 取れない
- 3) 特別な事情があるときのみとれる

⇒正解 1)

★解説なし

問2：法律では、父親は最長、何日間、出産休暇がとれるでしょうか？

回答選択肢

- 1) 1日 2) 3日 3) 5日

⇒正解 3)

★解説なし

問3：育児休業制度は、法律では原則、子供が何歳になるまで利用できるでしょうか？

回答選択肢

- 1) 1歳 2) 2歳 3) 3歳

⇒正解 1)

★ 解説（飛行船）：必要と認められる一定の場合には、子が1歳6ヶ月に達するまで育児休業を延長することが可能となりました。



(なお、この間の正答率は僅か 12.0%であった。)

問4：法律では、育児休業は1人の子供につき何回までとれるでしょうか？

回答選択肢

- 1) 1回
- 2) 3回
- 3) 必要な時は何回でも

⇒正解 1)

★解説なし

(なお、この間の正答率は 14.9%であった。)

問5：法律では、男性(父親)も育児休業がとれるでしょうか？

回答選択肢

- 1) とれる
- 2) 他の条件に合えばとれる
- 3) とれない

⇒正解 1)

★解説(鳥)：ただし、配偶者が、専業主婦などの場合、労使協定で対象外にすることが許されています。労使協定が男性の育児休業取得にブレーキをかけているケースがあります。(少子化と育児休業研究会平成17年度調査より)

問6：母親が育児休業をとっている期間中に、男性(父親)も育児休業をとることができるのでしょうか？

回答選択肢

- 1) できる
- 2) できない

⇒正解 1)

★解説なし

(なお、この間の正答率は 28.0%であった。)

問7：育児休業中の所得保障はあるのでしょうか？

回答選択肢

- 1) ある
- 2) ない

⇒正解 1)

★解説なし

問8：育児休業中の所得保障は賃金の何割でしょうか？

回答選択肢

- 1) 2割
- 2) 5割
- 3) 6割

⇒正解 2)

★解説(飛行船)：雇用保険から支払われています。

(なお、4月以降に本資料を使用することを踏まえて4月以降実施される5割を正解としている。)

問9：育児休業中も社会保険料は払う必要があるのでしょうか？

回答選択肢

- 1) ある
- 2) ない

⇒正解 2)

★解説なし

(なお、この間の正答率は 21.4%であった。)

問10：育児休業の取得期間は、1年以内なら自由に設定できるでしょうか？

- 1) できる
- 2) できない

⇒正解 1)

★解説なし

問11：育児休業をとったことを理由に、昇進を遅らせることができるでしょうか？

回答選択肢

- 1) できる
- 2) できない

⇒正解 2)

★解説なし



(なお、この問の正答率は78.3%と問のなかで最も高く、かなり周知されているものである。)

問12: 育児休業の申請はいつまでに出す必要があるのでしょうか?

回答選択肢

- 1) 取得開始日より1週間前
- 2) 取得開始日より1ヶ月前
- 3) 取得開始日より3ヶ月前

⇒正解 2)

★解説なし

問13: 妻の出産が予定より3週間早まりました。育児休業を申請していた夫は、休業の開始を繰り上げられるのでしょうか?

回答選択肢

- 1) できる
- 2) できない

⇒正解 2)

★解説: 出産予定日前に子が出生したこと等の事由が生じた場合は1回に限り開始予定日の繰り上げが可能です。

問14: 父親の育児休業取得を好ましいと思っている男性はどのくらいいるのでしょうか?

回答選択肢

- 1) 3割
- 2) 5割
- 3) 7割

⇒正解 3)

★解説: 「非常に好ましい」、「やや好ましい」を合計すると7割近い男性が父親の育児休業取得を好ましいものと認識しています。(少子化と育児休業研究会平成17年度調査より)

問15: 父親たちは、男性の育児休業取得推進に関する経営者たちの姿勢をどのように見ているのでしょうか?

回答選択肢

- 1) 推進に熱心
- 2) 推進に無関心
- 3) 推進に否定的

⇒正解 2)

★解説: 経営者の姿勢が何より大事だと父親たちは感じています。(少子化と育児休業研究会平成15年度調査より)

(なお、正解の「推進に無関心」という回答は61.8%に達している。)

問16: 育児休業を取得した男性たちは、仕事にとってプラスとマイナス、どちらが大きかったと感じているのでしょうか?

回答選択肢

- 1) プラス
- 2) マイナス

⇒正解 1)

★解説: 男性たちは「コミュニケーション能力の向上」、「仕事の計画性や効率の向上」、「母親のニーズを商品開発に活かす」など、多くのメリットを感じています。

問17: 男性たちが、「明日への活力」を最も感じるのは何でしょうか?

- 1) 仕事の達成感
- 2) 仕事での評価
- 3) 家族

⇒正解 3)

(なお、この問の正答率は54.9%である。)

★解説: 少子化と育児休業研究会平成17年度調査より

問18: 父親が育児に関わることで子どもの発達に良い影響を与えることを示すような科学的な根拠はあるのでしょうか?

回答選択肢

- 1) ある
- 2) ない

⇒正解 1)

★解説: 例えば、MITの研究では、子どもの言

語能力の発達が促されることが報告されています。

問 19: 父親が家にいる時間が長いほど、子どもに接する母親の態度が優しくなると思えますか。

回答選択肢

- 1) 思う
- 2) 思わない

⇒正解 1)

★解説: なんと 6 割の男性は父親が家にいる時間が長いほど、母親の子どもに接する態度が優しくなると感じています。(少子化と育児休業研究会平成 17 年度調査より)

問 20: 父親たちは家族の幸せと仕事の成果との関係をどのように捉えているのでしょうか?

回答選択肢

- 1) 殆ど関係ない
- 2) 強く関係している

⇒正解 2)

★解説: 65%の父親が家族の幸せと仕事の成果は密接に関連していると感じています。(少子化と育児休業研究会平成 17 年度調査より)

問 21: 男性たち自身は、男性が育児休業制度を取得しやすくするには、何が大事だと思っているのでしょうか?

回答選択肢

- 1)?
- 2)?
- 3)?

⇒正解 ナシ

★解説: 「取得最短期間を決めて強制力のある制度」の確立と、「昇進査定にマイナス影響を与えない確約」

啓発用パンフレット『男性が育児休業を取るとき』

ヒアリング調査では、人事担当者や上司にあた

る管理職が、この制度がもたらす社会的メリットや、実施している会社や取得者本人にとっての利益について確信がもてないでいる様子が窺えた。

男性の育児休業取得を促進するには、その主導権を握る事業主や管理職が抱く制度促進に関わる疑問にわかりやすく答える必要がある。そこでアンケート結果データおよびインタビュー調査に基づきつつ、その内容をかみ砕いて伝える啓発用パンフレットを作成した(作成したパンフレットは上質紙カラーA5版16ページ。巻末資料として添付)。

訴求対象としては、大企業の人事担当者だけでなく、小規模事業所の管理職や事業主を重視した。男性の育児休業取得は事業主にとってメリットがなく非現実的だという、比較的年齢の高い世代の管理職が抱いている先入観や疑念がある。アンケート調査結果からは、この制度の進捗には管理職の意識変革がキーポイントであることが明らかになっている。また、インタビュー調査では、育児期の若い父親の強い育児参加希望を、その上司が理解できていない職場が少なからずあることも浮かび上がった。作成したパンフレットはこうした世代間ギャップを埋める一つのコミュニケーションツールとなるよう、説明的文章は少なく押さえることとした。

制度を実施した場合のメリットについては、グラフ化した調査結果と、ヒアリング調査中に得た情報を多用し、具体的な実態を理解しやすいようにした。

政策の広報はとかく固いイメージになりがちであるため、イラストを多用し、経験者の具体的な感想などもほのぼのとした雰囲気の中に盛り込みながら、説得力を持たせるように表現した。

取得希望者を多数輩出するよう、また第1号の取得者をできるだけ早く誕生させるよう、具体的に積極的動機付けを促すように構成し、主な訴求対象である事業主や管理職が短時間で全体的内容を把握できるように、できるだけポイントを絞

る形にした。

このパンフレットは、組合などの研修資料、保健所や産科公共機関での陳列・配布、人事担当者研修資料としても使用可能である。また自宅で家族と話し合うための材料にすることも可能である。そのため、育児休業の取得を検討しそうな若い夫婦にも好まれるタッチのイラストや配色を念頭において制作した。この制度を知ることが、男性の働き方を見直すきっかけになることも期待される。

### ●表紙および各ページの基本構成パターン

#### ○表紙

タイトルは「男性社員が育児休業を取るとき」とし、笑顔の男性社員が、上司に育児休業願を提出する様子をイラストで表現している。上司は後ろ姿であり、育児休業願いにどのように対応しているかは読み取れない。つまり、この表紙が表現しているのは、この制度を利用しようとする部下や、制度推進自体に「とまどう上司」への呼びかけである。

「1000人アンケートと上司へのインタビュー調査をもとに事業主や管理職のみなさんに耳よりのおしらせ」とコピーを添えて、「政策の押しつけ」といった印象（インタビューにおけるある人事担当管理職の発言）を避ける印象形成上の工夫をした。

#### ○テーマ

各ページの冒頭にテーマを提示した。調査結果分析から12のテーマを設定し、その内容を話し言葉で提示している。これらは研究全体から導かれたメッセージのタイトルでもある。具体的にはテーマ内容が書かれたボードを若い男女の社員が掲げてアピールするイラストになっている。

#### ○（事業主や上司の抱く）疑問

制度推進に積極的ではない上司が共通して抱い

ている可能性のある素朴な疑問、あるいは本音を提示した。これは漫画風に表現されている。後姿の上司あるいは管理職風の男性が、独り言のように、この制度に関する疑問をつぶやいており、それが台詞として吹き出しになっている。

#### ○データとメッセージ

上司や事業主の抱く疑問への回答を、調査結果データやインタビュー調査で聞き取った事例を再構成し、わかりやすく図表やイラストで表現している。事例紹介では事業所名や個人名を匿名もしくは仮名とし、事例についても複数の事例から再構成するなどしている。

#### ●各ページの内容

それぞれの構成は以下の通りとした。なお見開きページがあるため、テーマ数はページ数より少ない。

#### 1ページ

##### テーマ

育児に関わることを望む男性社員の実態  
疑問

50歳代の上司は、自分が子育て中に育児関与をしていないため、若い世代の育児意識が十分理解できてはいない。そのような上司の本音を「男性が育児休業を望むはずがない」と表現。

##### データとメッセージ

父親たちが仕事と子育てを同等にしたいと希望している様子を示す調査データ（2003年「子育て支援策等に関する調査研究報告書」U F J総合研究所より作成）を援用し、希望がかなえられていない現実を伝えた。

#### 2ページ

##### テーマ

男性社員の育児に関わりたいという希望がかなえられない現実に対する疑問、それは仕方のない

ことなのか。

疑問

1ページのような感想を持ち、自分の会社や部署では制度促進が非現実的だと考えている上司の率直な気持ちを「男性に育児休業を取らせる会社なんて変わった会社・・・」と表現

データとメッセージ

インタビュー調査で得た資料から、一般企業2つの事例を取り上げて、上司の積極的発言例を示す。

3/4ページ

テーマ

育児休業取得者の実例を示すことにより、取得者が特別な男性ではないことを示す

疑問

育児休業取得をした男性は、ごく一部の変わり者ではないかという思いこみがあるのではないか。

データとメッセージ

インタビュー調査資料から、一般企業に勤める3人の事例を取り上げた。共働きで夫と妻が交代で育児休業を取得した事例、第1子は妻、第2子は夫が取得した事例、妻が病弱なために取得した事例についてイラストを多用して表現した。

5ページ

テーマ

育児休業が会社にとってもメリットがあることを示す。

疑問

上記についての疑念

データとメッセージ

取得した男性社員へのインタビュー調査で得た資料から、具体的なメリットを複数示す。

6ページ

テーマ

育児休業が本人にとってメリットがあることを示す

疑問

上記について、本人にマイナスではないかとの疑念

データとメッセージ

取得した男性社員へのインタビュー調査で得た資料から、具体的なメリットを複数示す。

7/8ページ

テーマ

利用促進には事業所トップの姿勢が重要であることを示す。

疑問

促進に消極的な上司のつぶやき

データとメッセージ

テーマに関するアンケート調査結果を2つの円グラフで表現した。またメッセージとして育児休業制度の充実が人材獲得にも重要であることを伝えている。

9/10ページ

テーマ

育児休業取得第1号になる人ができることで、その後の取り組みが進めやすいことを示す。

疑問

希望者ができることを期待しながら、そのための具体案をもたない上司の気持ち。

データとメッセージ

アンケート調査結果から、育児期の男性社員の多くが制度をよく知らない実態を円グラフで示し、インタビューで聞き取った一般企業での効果的な広報活動を3例紹介。

11ページ

テーマ

育児休業取得は短期間でも効果がある

疑問

長期に取得することだけを想定し、対応に苦慮する上司の悩み

データとメッセージ。

取得した男性社員へのインタビュー調査で得た資料から、具体的なメリットを複数示す。

### 12 ページ

テーマ

育児休業取得中の社員とのコミュニケーション。  
疑問

休業中の社員への対応に苦慮する上司の悩み。

データとメッセージ

取得した男性社員・上司へのインタビュー調査で得た資料から、具体的な手法を示す。

### 13 ページ

テーマ

育児休業取得手続きの周知が重要であること。

疑問

制度があるのに利用が進まないことへの上司のいらだち。

データとメッセージ

アンケート調査結果から、育児休業取得手続きの認知度が低い実態を円グラフで示す。

### 14 ページ

テーマ

男性の育児休業取得推進のための各社の工夫。

疑問（希望）

他社の制度促進事例から学び、導入したい。

データとメッセージ

男性向きに2週間の育児休業期間を設定した事例、交代要員に関する工夫例を紹介。

### 裏表紙

この調査研究の目的である、男性の育児休業取得促進に関する最大のメッセージ「子育てをする男性は格好いい」を表現した。イラストでは、パンフレットで情報を得て納得した上司が、初めて前を向いた姿で登場し、制度促進への疑念的態度

から、積極的姿勢へと変わった様子を表現した。

### D. 結論

本研究プロジェクトの特色のひとつである多様で柔軟な育児休業メニューについては、男性の育児休業取得率 10%という政策目標達成に向けて示唆に富んだ結果が得られており、今後制度を改善するうえで生かされることを期待したい。具体的には、男性の取得率を上げるためには、現在できあがっている固定的イメージを崩し、本研究で示したような多様な選択肢のなかから利用できるものであるという理解を広める必要がある。つまり、育児休業とは、「休業期間中は完全に休む」もので、一年間という長期間取得するものという固定的なイメージに変化を起こさない限り、取得希望者の多様なニーズに合致した制度とは受け止められず、取得率を上げることは難しいということである。

では、本研究の結果どのような新たな制度改善が考えられるのだろうか。まず、ごく短期間の「完全に休む」休業形態と中期間（2ヶ月程度）の週休増または「残業免除」の組み合わせ、といった柔軟な制度へのニーズが高いことへの対応として、休業形態の柔軟な組み合わせ取得を政策課題として検討することが求められる。また、取得希望者のニーズへの対応とともに、もっと職場の状況を踏まえた制度であること、つまり事業主の納得を得やすく、取得希望者にとって利用しやすいもの、使い勝手のよいものでなければ大幅な取得促進は望めない。政府が推進する政策や制度が、現場のニーズとはずれているという指摘は、多くの事業所から聞かされていることに、もっと配慮されることが望ましい。

柔軟な育児休業メニューの取得によって生じられると思われる管理の難しさ（例えば不就業時の給与管理）については、いくつかのケースを想定して、管理モデルを提供することも、有益な支援プログラムとして考えられるのではないだろうか。

これまでになされた育児休業に関する研究では、制度の正しい理解が不十分である現状を踏まえて、適切な広報啓発活動の必要性がたびたび指摘されてきた。しかし、調査データに基づいて実際に適切と考えられる広報啓発資料を試作することは、殆ど行われていないように見受けられる。しかし、それでは単なる指摘に留まり、実際に育児休業取得促進に貢献することにはなりにくい。そこで本研究プロジェクトでは、一般向けと事業主・管理職向けの2種類の広報啓発資料を作成した。これらはさまざまな機会に実際に使用できるように作られているものであり、広く活用されることを強く望んでいる。

また、これらの試作品の訴求効果を測定して、更に改善を加えることが考えられる。そのためには、本研究成果の着実な発展として、これらの広報啓発資料の効果を測定することを中心にした新たな研究プロジェクトが実現することを強く願っている。



# 男性社員が 育児休業を 取るとき



1000人アンケートと、  
上司へのインタビュー調査をもとに  
事業主や管理職のみなさんへの  
耳よりのおしらせ



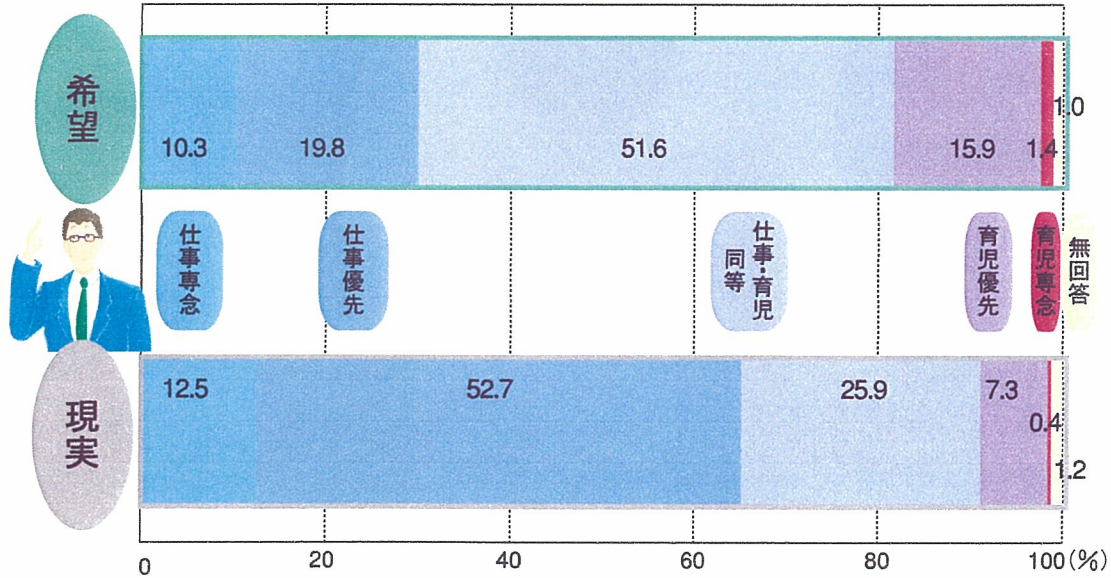
# 仕事と同じように家族との生活を大切にしたい男性社員の気持ち



男性が育児休業を望むはずがない・・・  
と思いませんか？

でもそれはちがいます。  
最近の男性は、父親になったら、仕事も育児もコンスタントに関わりたい、  
と思っているのです。まず、全国調査の結果をごらんください。

子育ての優先度（父親）

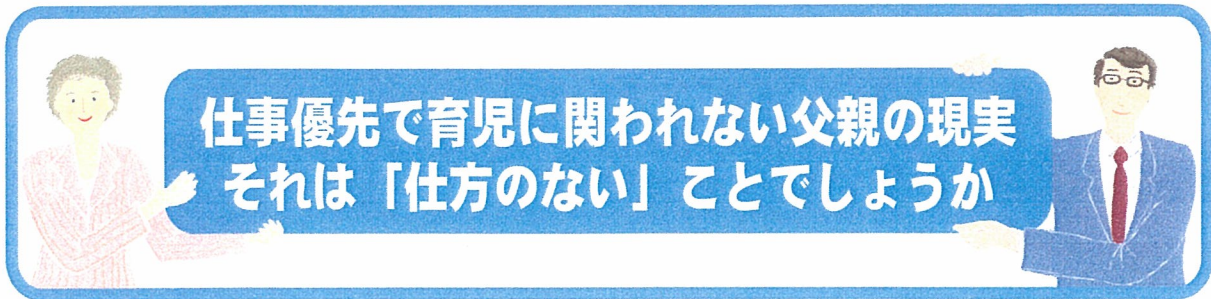


仕事や自分の趣味・活動優先を理想とする父親は少数派です。家事や育児と仕事を同じように大切にしたい、という希望をもつ父親が過半数です。

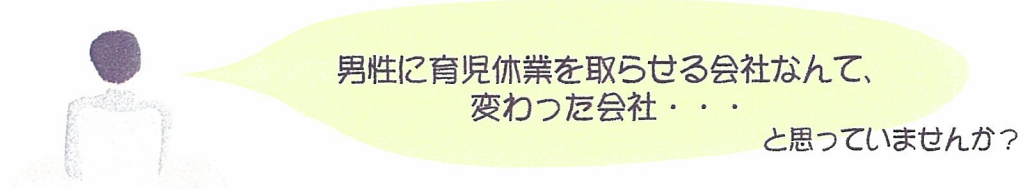
- 仕事等自分の活動に専念
- どちらかと言えば仕事等が優先
- 仕事等と家事・育児を同等に重視
- どちらかと言えば家事・育児が優先
- 家事や育児に専念
- 無回答

資料:UFJ総合研究所「子育て支援策等に関する調査研究報告書」(2003年)





# 仕事優先で育児に関われない父親の現実 それは「仕方のない」ことでしょうか



男性に育児休業を取らせる会社なんて、  
変わった会社・・・  
と思いませんか？

男性社員が育児休業をとるのは、ごく一部の特別な会社だと思っはいませんか。そんなことはありません。男性の育児休業取得に積極的な会社をご紹介します。

## いろは商事

コストがかかる面があるが、「働きやすい環境」づくりをすすめ優秀な人材を集めたい。たしかに育児期の社員は、子どもの発熱など、いろいろなハプニングがある。「何がおこるか分からないから困る」ではなく、それでも仕事が流れるシステムを作っておく必要がある。

人が財産      働きやすい環境



## PQ 銀行

厚生労働省のセミナーで「まず人事部の人から取得を」というアドバイスを受け、部内にたまたま該当男性がいたので第1号が実現。以来、男性社員が仕事と家庭の両立を強く意識する雰囲気が高まってきた。仕事優先体質を見直すべきという議論は役員レベルでも起きている。「男性でも育児休業がとれる」「1週間でも、1ヶ月でもいいのだ」とアピールしていきたい。育児休業制度と介護休業制度は一括した制度として設計している。







## 育児休業を取った男性3人に話を聞いてみました

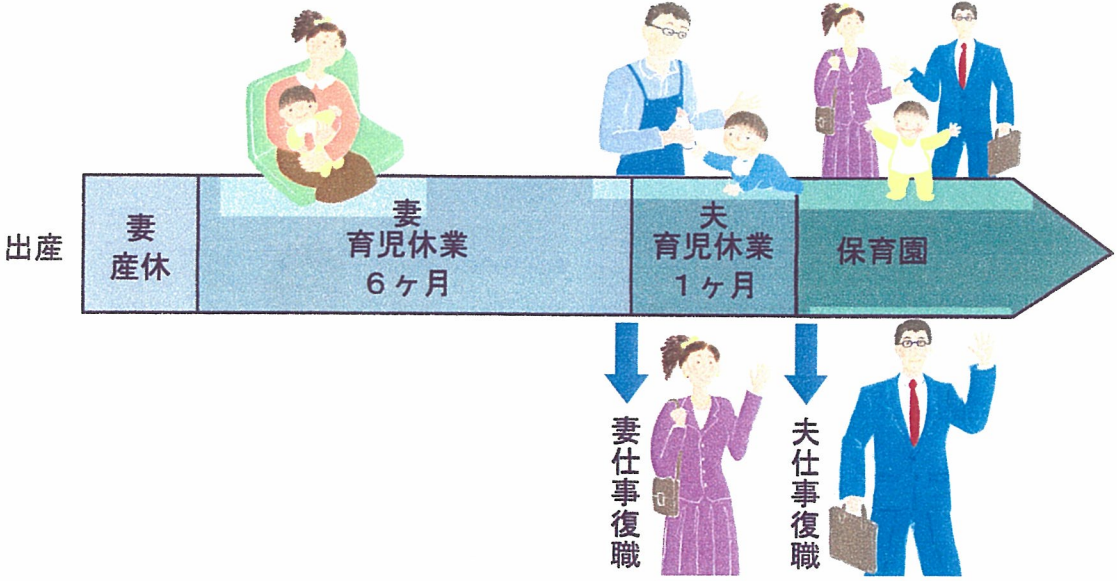


育児休業を取った男性は、きっと変わり者・・・  
と思いませんか？

確かに、男性の育児休業取得者の数はまだ少ないのが現実ですね。周りに例がないために、取得した男性を変り者と思ってしまう人もいるようです。でも、それは思い込みにすぎません。これまで取得した男性をご紹介します。

### 山川翔太さん

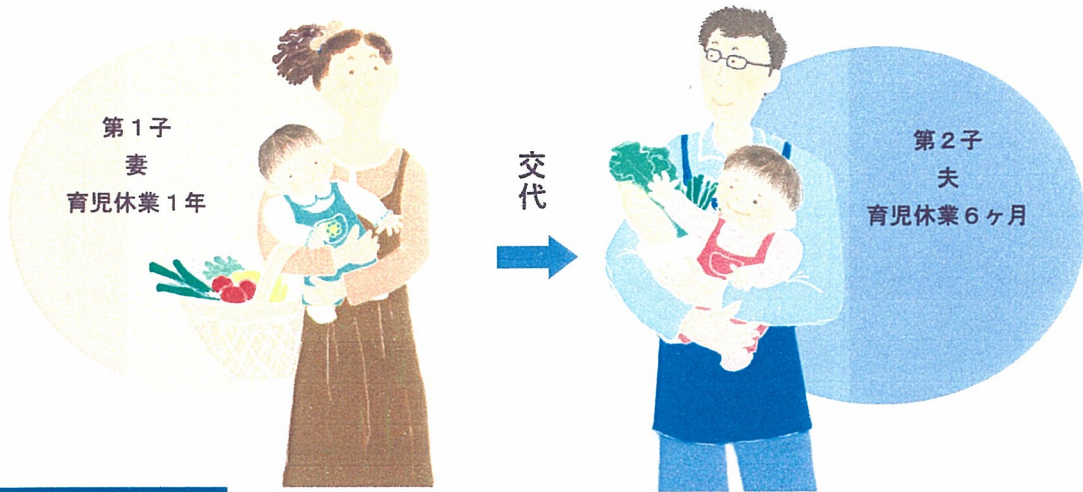
銀行勤務 39歳 共働き 技能をもっている妻が働き続けられないのはマイナスと考え自分が育児休業を取得した。結婚するときから、子どもが生まれたら協力して育てようと妻と約束していた。妻が産休明けに6ヶ月の育児休業をとり復職。翔太さんがその後保育園入園までの1ヶ月を取得。





## 中道元気さん

営業職 共働き 第2子のときには夫が6ヶ月取得。第1子出産のときには妻が1年の育児休業を取得。夫婦共働きでの生活設計を考え、育児休業を夫婦交代で取ることで、それを実行した。



## 鈴木一郎さん

食品会社 40歳 1人目の子ども。妻は専業主婦だが体が弱いので、出産時に3ヶ月取得。海外勤務が長かった上司からは「良いことだ」と理解を示され、同僚からは、「決断力がある」と羨ましがられた。もうひとり子どもが欲しいがそのときも育児休業をとるつもり。







育児休業制度なんて  
会社のメリットにならないし・・・

と思いませんか？

メリットのない制度だとなかなか進められません。でも最初から決め込むのはどうでしょう。育児休業をとった男性は、企業にとってのメリットをこんな風に語っています。

**発言例紹介**

育児を通じて相手の目線に立ったコミュニケーション・スキルが身につく、顧客とのコミュニケーションが向上！時間を計画的に使い、効率的に仕事をするようになった。他の母親との接点から生活者としての顧客のニーズを新商品開発に生かせる！部下への指示の出し方がうまくなった(ほめると成長するのは子どもも部下も同じだとわかった)。人工的なオフィスでは知りえない、普通の暮らしを実感できた。

