

企業における父親支援の既存制度の把握  
～イクボス企業同盟の調査より～

研究分担者 小崎 恭弘 (大阪教育大学教育学部・准教授)  
高木 悦子 (帝京科学大学医療科学部看護学科・准教授)

**研究要旨**

**背景:** 現在我が国においては父親を積極的に親として位置づけ、その支援の有り様を進めている。しかし多くの父親が企業人として就労している中で、その企業自体の父親支援の有り様や自治体との父親支援の取り組みの関連性については明らかにはされていない。企業における父親支援の取り組みの把握をする必要がある。

**方法:** 本研究では父親の育児に関心が高いと推察される、イクボス企業同盟の協力を得て各企業の人事課、ダイバーシティ担当部署にアンケート調査を実施した。

**結果:** イクボス企業同盟 82 社より回答を得た。父親支援の取り組みとしては「出産祝金制度」「法定以上の休暇の取得」が上位を占めており、これら父親支援の取り組みが与えた効果としては「社員の WLB の向上」「社員の家庭生活の充実」などが挙げられている。また自治体との協働した男性社員の健康管理や育児支援の取り組みは、93%の企業で実施されていない。しかし今後父親支援に関して自治体との協働の必要性は、57%の企業が必要性を感じており、取り組みと意識の齟齬が見られる。

**考察:** イクボス企業同盟の父親支援の取り組みの効果と課題の両面から、企業の父親支援の困難さがみられた。また自治体との協働の齟齬も見られ、父親支援の取り組みの不十分さが浮き彫りとなった。

**結論:** イクボス企業における父親支援は一定レベルの取り組みがなされているが、自治体との協働はほとんどなされていないことが明らかになった。企業内での父親支援のあり方、自治体との協働に向けて、取り組みができる体制作りが必要である。

**次年度への課題:** これらの取り組みや課題などについて、インタビュー等や実践検証などを行い、より具体的な内容の精査に努め、企業、自治体が父親支援に取り組める体制への寄与について検討、具体策の提示が必要である。

**研究協力者:**

阿川 勇太  
(兵庫医療大学看護学部看護学科・助教)

組みについての社会的な関心が高まっている。令和2年度に新しく制定された「少子化社会対策大綱～新しい令和の時代にふさわしい少子化対策へ～」においては「Ⅲ 基本的な考え方 (1)結婚・子育て世代が将来にわたる展望を描ける環境をつくる」において【重点課題】として以下の内容を挙げている。

・男女共に仕事と子育てを両立できる環境の整備

**A. 研究目的**

**1. 父親の育児を取り巻く近年の状況**

近年の少子高齢化、女性活躍推進、男女共同参画社会の進展、働き方改革等、社会変革の流れの中で、父親の育児やその育児を支える取り

- ・男性の家事・育児参画の促進
- ・働き方改革と暮らし方改革

これらは我が国の少子化対策において男女共同参画を基盤とした、男性・父親の育児への参画を積極的に進めるとする決意の現れであり、それらの実現に向けての基盤整備を意識したものである。

またこれらの実現に向けた、具体的な方策について

「IV ライフステージの各段階における施策の方向性 (4)子育て」

の項目において 男性の育児参画について、以下のように具体的、詳細に記載している。

(男性の家事・育児参画の促進)

「男性が、妊娠・出産の不安と喜びを妻と分かち合うパートナーとしての意識を高めていけるよう、両親学級等の充実等により、父親になる男性を妊娠期から側面支援する。

労働者に対する育児休業制度等の個別の周知・広報や、育児のために休みやすい環境の整備、配偶者の出産直後の時期の休業を促進する枠組みの検討など、男性の育児休業取得や育児参画を促進するための取り組みを総合的に推進する。長時間労働の是正や経営者・管理職の意識改革を促すことなどにより、男性の家事・育児参画を促進する。」

これまで以上に具体的かつ、子育てのパートナーとして父親を明確に位置づけ、単に子育てのみならず仕事との関わりや、経営者・管理者までも意識した画期的な内容となっている。

また令和元年度に出された「健やか親子 21 (第2次)」の中間評価等に関する検討会報告書の「基盤課題 A 切れ目ない妊産婦・乳幼児への保健対策 3 父親の育児参加に関する状況の変化」において、以下の2点について指摘がなされている。

「近年、子育てに関する状況は大きく変化しており、以前に比べると、積極的に子育てしたいという父親が増えている。これまで、父親は育児への参加が少ない(参加しにくい)ことを前提とする施策が基本であった面もあるが、その前提が変わってきているといえる。そうした状

況を踏まえ、行政側の意識改革や、両親学級の開催日や内容を工夫するなどの対応も必要である。また、父親の産後うつについても今後の課題として挙げられる。ある調査によると、産後の父親の約1割が産後うつの傾向にあるとされており、誰にでも起こりうる課題といえる。」

「出産、育児への父親の積極的な関わりにより、母親の精神的安定をもたらすことが期待される。一方で、母親を支えるという役割が期待されることになる父親も、支援される立場にある。乳幼児健診等においては、父親も含めて相談支援の対象にするなど、父親の孤立を防ぐ対策を講じることが急務である。母親に限らず、父親を含め身近な養育者への支援も必要であることについて、社会全体での理解を深めていく必要がある。」

父親を従来の母親を支える立場から一歩進め、社会の変化の中で父親の位置付けや役割の変化を積極的に認め、育児の主体として父親を位置付けている。また同時に父親を「支援の対象」として捉えている。このように社会全体で子育てについての意識変革と取り組みが進む中で、これまで子育ての場にあまり存在していなかった父親を、積極的に育児の主体として認めようとする社会的な取り組みがなされ始めた。

## 2. 父親支援における企業と自治体

このように社会的に大きく注目を集め、その変化や支援がなされようとしている父親ではあるが、その支援に関する調査・研究は始まったばかりである。またその具体的な支援の状況や取り組みについての調査・研究は様々に行われてはいるが、多くのものが単独の調査であり断片的な取り組みであり、総合的な視点においてなされていない。本研究はその点に大きな関心を寄せており、父親を取り巻く環境を総合的に捉え我が国における父親支援の有り様を明確にしたいと考えている。具体的には、父親の生活や育児の活動に対応している「母子保健」「企業」「子育て支援」の3つの領域を対象とし調査計画を進めている。本報告はその中の「企

業」に関する調査の結果である。

総務省統計局の労働力調査によると2020年の15歳～64歳の男性の就業率は83.8%であり女性の70.6%より高いものとなっている。また子育て期と想定される25歳～34歳の男性では94.9%とより高い数値となっている。多くの父親は生活の営みとして就業が前提となっており、仕事と子育ての両立が父親の育児支援において重要になることが明らかである。

父親への育児支援と企業に関する先行研究では、木脇<sup>2)</sup>が地域の子育て支援の取り組みの限界を指摘し、その対応策として企業との協働について述べている。相川<sup>3)</sup>は仕事と育児の男性の世代間の意識と行動の違いを明らかにし、今後の企業の父親の育児支援の可能性について言及をしている。塚越<sup>4)</sup>は、今後の企業の社会的な責任と人材不足等の対応策として、父親の育児支援の重要性について論じている。水越<sup>5)</sup>は、イクメン企業アワード受賞企業のインタビュー分析を行い、企業内の男性の育児休業の推進の取り組み状況を踏まえつつ、行政の取り組みとの乖離を指摘している。

これら先行研究などから鑑みるに、企業における父親の育児支援は女性活躍推進の枠組みにより、ワークライフバランスや両立支援などの文脈の中で意識され始めた。それら企業側の積極的な推進により、近年父親についての取り組みが注目を浴び、新しい企業文化構築の対象とされている。

しかしこのように取り組みがなされた企業の父親支援においては、大きな課題が挙げられる。それは「企業における既存の父親支援の取り組み状況が不明である。」ということである。我が国において企業の父親支援に関わる大規模調査は、現在のところ取り組んでおらず、企業における父親支援の取り組み状況やその内容、その程度に関しては全くデータがない。我が国の父親支援に関しては、先駆的な一部の取り組みがメディアで取り扱われていたり、また実践例として報告などがされている程度である。

これは父親支援が近年になりようやく取り

組みがなされているものであり、まだ社会的に定着していないことが一つの理由である。それと同時に企業内の様々な取り組みは、企業内で完結していく傾向にある。特に父親の育児支援に関しては、人事マターであり企業独自の取り組みや、組合との調整など社内事項であることが多い。そのような情報やデータを社外に出す必要性はないばかりか、積極的に社外に公表すること自体が避けられる。このような理由から、これまで企業における父親支援の取り組みが、社会的にほとんど明らかになっていない。

また同時に「父親支援について自治体と企業の協働の取り組みもほとんど明らかになっていない。」という問題も存在する。企業と自治体の父親支援に関わる協働の有り様について、我が国においてほとんど調査・研究がなされていない。前述したように企業内の父親支援も明らかになっていない状況において、その中の自治体と企業の協働的な取り組みについても、同様にその取り組み状況などはほとんど調査されていない。

また自治体に関しては、その公共性や中庸性の観点から特定の企業との関わりや、支援や協力を避ける傾向にこれまでであった。このような背景の中で企業や自治体が父親支援に対してどのような取り組みを行い、また意識を持っているのかなども、ほとんど調査や報告などもなされていない。

### 3. 本研究の目的

多くの父親たちが職業人・企業人として、何かしらの形で企業活動に従事したり関わりを持っているが、その企業が父親に対してどのような支援や関わりを持っているのかは、ほとんど調査されていない。また子育て支援など子育ての地域社会での展開が大きく求められている時代において、行政と企業の関わりや取り組みについては、社会的な関心や必要性がほとんど認められていない状況が垣間見られる。これらは社会全体で子育てを支え、同時に父親が地域人、市民として健全な生活を営むにあたり、企業、自治体の社会的な責任がほとんど果たさ

れていない状況を如実に表している。

これらの背景を踏まえた上で、企業における父親支援の取り組み及び、自治体との関係性を明らかにするために、本研究は以下の2点を目的とした。

1. 父親の育児支援、ワークライフバランスなどに関心の高いイクボス企業内において実施されている、父親を対象とした支援の現状を把握し、その取り組みの方向性や理念について明らかにする。
2. イクボス企業と自治体の協働の取り組みについて、企業側からの意識とその実情について調査を行いその意識について把握する。

またこれらのデータを用いて、企業と自治体とのコラボレーションを見据えた、今後の父親支援介入プログラム開発の基礎データとして用いる予定とする。

ここでいう企業とは「イクボス企業同盟」の加入企業を指す。イクボス企業同盟とは、NPO法人ファザーリング・ジャパンが主催している大企業のネットワークである。「イクボス」を以下のように定義し、それに賛同する企業に宣言をしてもらいネットワークを構築している。

・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（仕事と生活の両立）を考え、部下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（経営者・管理職）です<sup>6)</sup>。」

・NPOファザーリング・ジャパンとは

日本の父親支援を代表する団体であり、父親の育児の自主活動、支援などをミッションとしている。その一環としてイクボスの推進を行なっている。その活動には「父親の働き方・生き方改革」が存在しており、本調査の主旨と親和性があり協力を得た。

またイクボス企業の推進は単に一NPOの取り組みだけではなく、厚生労働省も積極的に取り組んでおり<sup>7)</sup>厚生労働省が取り組んでいる「イクメンプロジェクト」の取り組みにおいてもイクボスの推進に様々に取り組んでいる。

今回対象をイクボス企業に設定したのは、現状父親への育児支援の取り組みがどのような企業で、どのように行われているのかを予想することが困難であった。その点イクボス企業は、その主旨から、父親の育児支援に関連する理念や活動として、ワークライフバランス、ダイバーシティの推進に積極的に取り組んでいる。その様々な取り組みが今後の日本の父親支援において大いに参考になるのではないかと考え、今回その対象とした。

## B. 研究方法

「イクボス企業同盟に加盟している企業へのアンケート調査」

【対象】イクボス企業同盟 232 社 (2020.10.23 時点)<sup>8)</sup>イクボス企業同盟担当、人事課担当者などに、父親（妊婦のパートナー及び小学生未満児を養育している男性従業員）を対象としている支援についての取り組みや意識について回答を得た。

【方法】インターネットを活用したオンライン調査。またセキュリティ上使用のできない場合は質問票の郵送による回答を得る。イクボス企業事務局より依頼し、定例会、メールマガジンなどで協力の依頼を行う。

【実施期間】2021年1月～2月

【回収率】89件の回答を得た。(回収率 38.3%)  
ただし7件に関しては「協力できない」という回答を得たのでデータより削除した。実際の使用データは 82 件となる。

【調査項目】1.父親支援の取り組み状況 2.今後の父親支援の取り組みの方向性 3.企業と自治体の父親支援の取り組み 4.企業プロフィール 5.自由記述。調査項目については、過去の先行研究、企業担当者等へのヒアリング等から設定を行なった。またプレ調査として、企業関係者、NPO 担当者、父親の育児に関する有識者等に実施し調査の精度を高めるように務めた。

(倫理面への配慮)

国立成育医療研究センターの倫理審査委員会の承認を得た (受付番号: 2020-302)。なお、

本研究で扱ったデータに個人情報に含まれていない。またアンケート調査実施時に、アンケート調査への協力の確認とデータの適切な処理、個人情報等の取り扱いについての説明を行い同意を得ることができた企業のみを回答をデータとして使用している。

## C. 研究結果

### 1. 企業プロフィール

各企業の回答を得た平均値を示す。

- ・資本金 6,542億円 ・従業員数 10,180人
- ・正社員数 8,270人 ・男性管理者率 86%
- ・男性の育児休業取得率 46%
- ・男性の育児休業平均取得率 25日 (図1 参照)

### 2. 調査結果

#### 1. 父親の育児支援の取り組みについて

##### 1-1. 父親の育児支援の取り組み内容について

Q1「貴社では父親支援のために社内制度としてどのような取り組みがなされていますでしょうか。当てはまるものをそれぞれお答えください。」

父親支援の取り組み内容について「取り組んでいる」割合が最も高いのは「出産祝金制度」(81.7%)である。次いで「育児の為の法定以上の休暇取得の促進」(61.0%)、「育休促進及びワークライフバランスに関わる個別相談の実施」(57.3%)、「独自の育児制度等の説明冊子の作成」(50.0%)と続く。(図2 参照)

##### 1-2. 父親の育児支援の効果及び成果について

Q2「貴社で、父親支援に取り組んだ結果として、実感している効果及び成果についてそれぞれの項目で当てはまるものをお答えください。」父親支援の効果について「できた(計)」割合が最も高いのは「社員のワークライフバランスの向上」(86.6%)である。次いで「社員の家庭生活の充実」「ダイバーシティの推進」(各84.1%)・「社員のモチベーションの向上」(81.7%)と続く。(図3 参照)

Q3「上記以外に、父親支援に取り組んだ結果として、実感している効果及び成果がございましたら、その内容をできるだけ具体的にお答えください。」

○育児休業に関わる意見

- ・男性の育児休職者の増加。また短期間ではなく、1年間の取得者などが出てきた。
- ・まだ結果が出たとは言えない段階。取り組みの途上にある。男性育児休業取得の1ヶ月以上の長期取得者が増えつつある。
- ・育児休業取得については、経験の貴重さから満足度は高い。一方で、その他の施策は動員数が少なく、今後加速させる取り組みであり、確かな効果は道半ば
- ・男性育休取得者は確実に増加しています
- ・育児のための特別有給休暇の取得促進をはじめ、会社として男性の育児参加の促進を行った結果、男性の育児休業取得率が増加 2018年度4.0% 2019年度5.4%

- ・男性の育休取得率は向上したと思います
- ・長期間育休の取得をする女性社員からは、男性社員も育休を取得することにより、制度利用の抵抗感は薄れたことを実感
- ・法定以上の育休取得は難しいが、取得率は4年連続100%達成。

#### ○企業文化の変化

- ・積極的に育児に参加したいと考えている男性が、男性の育児参画を当然とするような声を上げるような事例が出てきた。
- ・社外からの表彰
- ・企業内の生産性の向上 社員の離職の防止 企業イメージの向上 業務の見直しの推進 健康保険費用の削減 社員のメンタルヘルス問題の防止 優秀な人材確保 自社の女性活躍推進 社会全体の少子化対策 企業トップから社員へのメッセージ
- ・終業時間後に希望する社員を募り、男性料理教室を実施：男性の日常的な家庭参画の意識付け、料理＝女性のイメージの払拭(役員も参加し、その様子を全社イントラネットで発信)

#### 1-3. 父親の育児支援の困難要因

Q4「実施した父親支援事業全体において、配慮

が必要だった点や困難が生じた点はどのようなことでしたか。それぞれの項目について最も当てはまると思うものをお答えください。」

父親支援に配慮が必要だった点・困難が生じた点について「そう思う(計)」の割合が最も高いのは「他の社員への負担が増える」(68.3%)である。次いで「管理者から賛同が得られない」(48.8%)、「対象者以外の男性社員との不公平感が生じる」(47.6%)、「事務手続きの手間がかかる」(45.1%)と続く。(図4参照)

Q5「上記以外に、父親支援事業において、配慮が必要だった点や困難が生じた点がございましたら、その内容をできるだけ具体的にお答えください。」

○他社員とのバランス、人間関係について

- ・感覚的ではあるが、上司やメンバーの理解不足だけでなく、社員本人が上司やメンバーの理解が得づらいのではないかという思い込みはまだまだあると感じる。

- ・人事から人員を増やさないメッセージを出しているにも関わらず、父親の育児を推進し制度利用を促したことで「ダブルスタンダードだ」と言われた。

- ・社内のパパママ交流会を告知する際、お子様が欲しくてもいらっしやらない社員の方々が嫌な思いをしないよう、言い回しを気を付けた

- ・業務遂行を条件として契約した派遣の男性社員が育児休職を取得された場合は、関係者への配慮が特に必要と感じました。

- ・0歳から3歳児を持つ父親が少ないことから社内のネットワーキングにおけるその世代の父親のネットワーキングが必要と感じています。また長期の育児休暇を取るためのリソースのバックアップがさらに必要と感じます

- ・他の社員への負担が増える、に関してはややそう思うところもあります。(男女ともに) 女性社員との不公平感も、一部感じていると思います。具体例としては、女性は育児後の働き方に配慮があるが、男性にはない(異動や転勤、時間的制約など)

- ・現在男性の育児休業取得を推奨しているが、

休業期間が短期間(数日-2か月程度)ということもあり、異動や派遣社員での人員補充をするほどでもなく、かといって部内でカバーすることには負担がかかる状況をどのようにするか悩ましい。(業務が属人的になってしまっているという課題はある)

○企業風土、男性意識について

- ・推進の目的・意義の理解が不十分であり、なかなか自分事とならない。性別役割分担意識がまだ根強い。(育児は女性、など)

- ・建設業で、取得時期が仕事の進捗状況に左右される(特に現場作業所)。

- ・男性は周囲の仕事への影響を気にして育休を取りづらい雰囲気はどうしてもまだあるように感じます。

- ・対象となる男性従業員について、主体的に育児をするという意識がまだまだ薄いことによって、配偶者のワンオペになりがちであること

- ・男性上司の意識改革

- ・夫婦ともに、同じ職場の場合は、特に女性が育児を担当になっているように感じる。また、他社も男性の育児参加は進んでいないため、弊社の女性が育児を担っている。(休暇やフレックス等、女性の利用が多いため)

1-4. 父親支援の展開に必要なもの

Q6「今後、貴社が父親支援を新たに始めていく、もしくは改善及び展開していくにあたり必要だと思うものはどのようなものでしょうか。それぞれの項目について最も当てはまると思うものをお答えください。」

父親支援に必要なものについて「必要(計)」の割合が最も高いのは「父親への広報・情報提供」

(96.3%)である。次いで「父親を取り巻く周囲の理解、協力」(95.1%)、「父親支援に対する企業内の理解」「他社の事例」(各93.9%)と続く。

(図5参照)

Q7「上記以外に、父親支援をより充実させていくために必要なものがございましたら、その内容をできるだけ具体的にお答えください。」

- ・制度を利用したいという声を遠慮せずに言え

るカルチャーを醸成していくための施策

・周囲の理解が最も必要。周囲とは、マネージャーや父親の職場のメンバーだけでなく、父親の両親など親族の理解も必要。

・弊社の社員数は多くないので、男性向けの育児セミナーを単独で開催するのが難しい。厚生労働省主催で定期的に両親学級セミナーを開催していただけると有難いです。

・該当社員同士によるアクティブなネットワーキング

・他社の成功事例などがあるととても説得力が増すのかなと思われます。社内でもまだまだ前例が少ないので

・父親だけに向けての支援は考えていない

・補助金等。

Q8「今後父親支援を社内で進めていくにあたり、より充実させたいところはどこでしょうか。具体的にお聞かせください。」

この項目については回答数が多く、長文となるのでテキストマイニングによる分析を行った。テキストマイニングは自由記述などの質的なデータを視覚化し、またその関係性などを具現化することができるものである。青字が名詞、赤字が動詞、緑色が形容詞を表している。図6は文章中の出現頻度を文字の大きさで表している。図7は「共起キーワード」であり、文章中に出現する単語の出現パターンが似たものを線で結んだものであり、出現数が多い語ほど大きく、また共起の程度が強いほど太い線で描画されている。

(図6,7参照)

## 2. 自治体と企業の協働について

### 2-1. 企業と自治体の共同の取り組み状況

Q9「貴社と自治体（都道府県・市区町村）との取り組みについてお聞きします。これまでに自治体と協働して、社内の男性社員の健康管理や育児等の支援の取り組みをされたことはありますか。」

社内の男性社員の健康管理や育児等の支援の取り組みをしたことが「ある」割合は7.3%であ

る。(図8参照)

Q10「前問で、これまでに自治体と協働して、社内の男性社員の支援をされたことが「ある」と回答された方にお聞きします。取り組みの内容やプログラムについて、日時、場所、対象者、協働先、具体的内容等をできるだけ具体的にお書きください。」

・イクボス企業同盟での男性管理職向けセミナー実施、イクメンハンドブックの提供

・男性育休を取得された方のインタビュー記事を市報に掲載してもらいました。

・包括協定先とのセミナーの実施

・イクボス企業同盟への参画

・イクボス同盟として、早帰りデーなどの取り組み

### 2-2. 企業と自治体の協働の必要性

Q11「男性社員の健康管理や育児等の支援について、今後貴社が自治体と協働で父親への育児支援等の支援や取り組みをされる必要性を感じますか。あなたのお気持ちに最も当てはまるものをお答えください。」

父親支援や取り組みの必要性について「強く感じる」(6.1%)と「ある程度感じる」(51.2%)を合計すると57.3%である。(図9参照)

Q12「前問で、男性社員の支援について自治体との協働の必要性を「強く感じる、ある程度感じる」と回答した方にお聞きします。どのような内容なら自治体と協働して開催できますでしょうか。お考えをお書きください。」

○啓発、学習、セミナーなど

・父親学級など。両親学級のエリアごとの開催  
・父親学級、男性向け仕事と育児の両立にかかる意識啓発研修

・取り組み事例の紹介や、勉強会の開催 父親がサポートしてもらうための第三者機関との連携

・啓蒙コンテンツの作成、取り組み事例の共有  
・1企業だけではなく、自治体の取り組みとし

て男性の育児休暇取得を推進する等。

- ・自治体主催の父親学級や育児休業の意義などのセミナーに業務の一環として参加してもらう等。但し、そのためには父親側が母親の妊娠を予め申告する必要があるが、現状そのような仕組みが無いことは、参加を斡旋できない弊害となっている。

- ・父親の家事育児参画の意識付けや具体的方策を検討できるセミナー

- ・企業版両親学級 管理職向け⇒令和の子育てに関する情報提供

- ・セミナーや研修 ・自治体の支援内容を分かりやすくまとめる

- ・自治体に住んでいる育児男性同士のコミュニティづくり

- ・特に地方での少子高齢化対策、女性の活躍推進をテーマとしたセミナーの開催

- ・経営者層と子育て世代に対するセミナーの実施

- ・国の方針に合わせて、妻の出産直後の育休取得を県民として受け入れる風土の醸成

#### ○情報提供

- ・自治体が提供するサービスなどを地方事業所など情報量が限られているケースは出張講演サービスなどがあると良いと思う

- ・合同勉強会や出張講座などによる情報共有
- ・男性の育休の制度や家事・育児負担に関する調査データなどをまとめた冊子のようなものを国が発行してくれるとわかりやすいかなと思います。

- ・男性の育児参加の必要性等をひろく周知するもの

- ・男性でも安心して育児に専念できる支援や情報共有、交流の場づくり

- ・市のHPでの事例紹介

#### ○その他、事業、補助等

- ・休業補償など

- ・保育サービスの充実

- ・地元企業と協働で行い、実施にあたりあまり負担にならない事業。

- ・弊社は本業を通じて連携協定を締結している地域があり、異業種交流会を実施している地域もあるため、男性育休や男性のライフを異業種交流会のテーマに入れることは可能であると考えます。

- ・男性社員の育児へ参加しなければいけないと認識できるような内容で、コストがあまりかからないもの。

Q13「前問で、男性社員の支援について自治体との協働の必要性を「あまり感じない、全く感じない」と回答した方にお聞きします。なぜ必要ではないとお感じなのでしょう。お考えをお書きください。」

#### ○関係性の希薄、実施のイメージ不足

- ・自治体と協力することで得られるアウトプットがイメージできない。

- ・自治体との関りがあまりない為

- ・自治体の取り組みについて知識がない

- ・自治体との協働イメージが具体的にできないから

- ・現時点ではイメージがわからないため

- ・自治体と協働するイメージが湧かなかつたため

- ・具体的に自治体がどのように関わるのかイメージできない

- ・自治体との協働のイメージがまだ出来ておりません。

- ・まだそのレベルになっていないから 自治体の役割分担イメージがわからない

- ・具体的にどのようなことを協働していくのかわかっていない

- ・全国の各自治体の支援体制が全くわからない
- ・効果が見えづらい

- ・育児等については行政による支援が重要。自治体と企業の共同ではなく、自治体による積極的な取り組みに期待したいため

- ・活動は、関係会社含めグループ全体で実施したいため、都道府県・市区町村の自治体との個別連携はメリットが考えにくい



### ○社内の環境整備優先、システム問題

- ・まずは企業内の体制づくりや業務設計のあり方が最優先だと考えるため。
- ・まずは自社内での取り組みの浸透が必要
- ・パパ社員数が一定数いる為。地域市民としての活動の必要性をインプットするものの、居住地における活動はプライベートとして考えるから
- ・自治体の協力よりも、業界全体の労働環境の改善が必要と考えるため。
- ・全国に拠点があり、社員に向けた施策として、特定の自治体に限定した取り組みを行うことは考えていない。
- ・仕事に重点をおいている人が多いと思うので、まずは企業内でできるところから
- ・勤務地と居住地の自治体が違うから
- ・職場意識の問題が一番大きいと考えるから
- ・社員が全国に散在しており、特定の自治体との協働が難しい。大都市圏のみでは不公平感も生じる

### ○その他

- ・男性社員の支援だけについて自治体と協働することに疑問を感じるため。
- ・日本の育児休業制度は世界でもとても恵まれたものをもっているの、後は本人たちの自主性と自覚だと思っています。企業は、男女ともに両立支援をするべき。

### 2-3.企業が自治体に求める父親支援内容

Q14「貴社が自治体に求める父親支援とはどのようなものでしょうか。それぞれ当てはまるものをお答えください。」

自治体に求める父親支援について「求める(計)」の割合が最も高いのは「父親支援に関わる情報提供」(90.2%)である。次いで「事例や先駆的取り組みの紹介」(85.4%)、「自治体全体の父親支援意識の醸成」(82.9%)、「他企業とのネットワークの構築」(80.5%)と続く。(図 10 参照)

Q15「自治体と企業が、ともに協力して父親支援を推進していけるような取り組みや、自治体

への期待や要望などがございましたら、お書きください。」

- ・予算の確保と、シングル・共働きの親への手厚い施策、育児支援策。
- ・自治体で実施されるプレパパ・父親向けのセミナーの情報を共有頂きたいです。
- ・育児と仕事の両立について 簡単に相談・確認のできる場所、国としての考えを知る機会を増やしてほしい
- ・表彰制度の構築 ・積極的広報 ・男性育休と生産や幸福度との関連データの公開 (あれば)
- ・自治体毎の父親支援体制の詳細を公示してほしい
- ・複数の企業を繋げるハブとして、自治体が機能してくれると育児男性同士の繋がりもでき、企業同士のパートナーシップが生まれるきっかけになるのではないかと

### D. 考察

本研究ではイクボス企業へのアンケート調査の回答より、企業における父親支援の有り様と、企業の自治体との父親支援に関する協働の有り様について検討を行った。

#### 1. 企業内における父親支援の取り組みについて

##### 1-1. 父親の育児支援の取り組み内容について

イクボス企業において、様々な父親支援の取り組みがなされている。特に育児休業に関わる事案の積極的な取り組みが多く見られる。「法定以上の休暇の促進」「個別の相談」「冊子の作成」「HPの作成」など、育児休業のダイレクトな取得のみならず、それらをサポートしていく体制なども含めて多様な取り組みがなされている。

企業内における父親支援として「男性育児休業」が多く取り扱われている背景としては、3点挙げられる。社会全体として男性の育児休業取得率は、女性と比較して低調である。(2019年度男性7.48%、女性83.0%<sup>9)</sup>)したがって男性の育児休業の取得は、それだけインパクトが大きいものであり、また法的制度等がかなり整っておりスムーズに取得の移行が行いやすいと考

える。また近年はマスメディアでの発信や法的な新たな整備なども想定されており、身近なものになりつつある。それらを裏付けるようにイクボス企業の男性の平均取得率は46%と、日本の男性平均と比較すると6倍以上の驚異的な数値である。

そしてもう一点は、イクボス企業の男性の育児休暇取得率は46%と高いものではあるが、日本全体の女性取得率83%と比較すると低調である。そのような視点からすると、まだまだ改善の余地があり、より具体的に取り組みやすく、また効果の即効性や取り組みの具現化が行いやすい領域であると言える。これはこの後の効果においての自由記述に「男性の育児休暇の取得の促進」が挙げられていることから想定できる。

そして最後は、男女共同参画や女性活躍推進の取り組みの中で「男女を問わず職場環境の整備を行う」というような意見に代表される取り組みである。つまり、これまで企業内の女性のみに対応していた働き方改革や両立支援が、男女を問わず全ての労働者の問題として認識されるようになった。そのことがこれまであまり注目されていなかった、男性の育児休業の活性化につながっていると考えられる。

## 1-2. 父親の育児支援の効果及び成果について

イクボス企業の父親支援の効果については、全体的に肯定的な意見がみられた。企業として、父親支援の取り組みの効果を実感していることが明らかになった。効果が認識されている上位7項目は、大きく社員に対する効果と企業に対する効果の2つが軸として捉えられている。社員に対する効果は「ワークライフバランスの向上」「家庭生活の充実」「モチベーションの向上」、組織、企業に対する効果は「ダイバーシティの推進」「企業イメージの向上」「女性活躍推進」「業務の見直しの推進」となっている。

父親支援は「夫婦、子育てへの支援」という性格上、社員のプライベートな支援に捉えられ、その効果は個人的なものに限定されがちであるが、今回のデータは決して個人のみ効果だ

けではなかった。父親支援は個人への効果が特に顕著ではあるが、そのこと自体が個人の生活等の充実、モチベーションアップなど間接的に個人の業務パフォーマンスの向上に寄与すると考えられる。そのことは間接的には、企業に大きく貢献することにつながる。

また具体的な取り組みの記述では、特に育児休業に関する効果の実感が多く取り上げられている。これまであまり取り組まれていなかった領域であり、現場の実感や数字などとしても明確な取り組みの成果が挙げられている。

## 1-3. 父親の育児支援の困難要因

イクボス企業における父親支援に関する配慮、困難に感じる事項は、効果と比較した場合その割合は高くはない。父親支援のメリットがデメリットより上回っているのではないかと推察される。その中で半数以上を意識されている項目は、「他の社員への負担が増える」と「管理者からの賛同が得られない」の2項目である。これらは自由記述からも読み取ることができる。

この負担感については、様々な支援においてもやはり「育児休業」を想定し、あるいは対応している中での実感なのではないかと思われる。他社員への負担が育児休業時の人員の不足に起因するコメントが多くあり、組織全体の取り組みの困難さが見られる。

また意見の中にある「子どものいない社員」「若い子どもを持ってない社員」「正規でない社員」等への配慮や対応の困難さが挙げられている。大企業であればその社員数も多く、そのために様々な就労形態（正規・非正規・派遣・アルバイト等）の多様性がある。また同時にそれぞれの社員の家庭状況（既婚、未婚・子どもの有無や年齢・家庭内の家族の関係性等）の多様さも相まって、全ての社員への公平な対応や制度、システム構築が求められる。その中で父親の育児支援は「男性・既婚・若い子どもを持つ」という、いわばかなり限定的な社員を対象としたものであり、他社員とのバランスに対してセンシティブな問題であることが感

じ取れる。企業と家族との適切な距離感と、社員全体への公平な支援のバランスの難しさが浮き彫りになった。

#### 1-4. 父親支援の展開に必要なもの

今後のイクボス企業における父親支援の展開に必要な項目としては、多くの項目に必要性が求められている。それだけ現在の取り組みが脆弱なものであり、不十分な側面があると考えられる。

特に「とても必要」の項目が半数以上あるものは、上位から「父親支援に関する企業内の理解」「父親を取り巻く周囲の理解、協力」「企業トップの経営判断」の3項目である。これらは社会全体の取り組みという側面よりは、企業内の企業文化、企業内のガバナンスに関わるものである。父親の育児支援が日本社会における取り組みがあまりなされていない問題はあるものの、企業は独自にこれらに対応をしようとする姿勢が伺える。

またより充実させたい自由記述には多くの意見があったので、分類ではなくテキストマイニングにおいて分析を試みた。その結果、単語の頻度として「育児休業」が最も多く見られ、それに関わる単語の出現率も高いものであった。共起ワードにおいても同様に「育児休業」に関わる単語を軸として、文章の展開が図られている傾向にある。また全般的に中庸的、肯定的なキーワードが多くみられ、父親支援に対して前向きな取り組みの推進が感じられる。

## 2. 企業と自治体の父親支援の協働のあり方について

### 2-1. 企業と自治体の協働の取り組み状況

イクボス企業と自治体の協働の取り組みについては、あまり行われていないことが明らかとなった。取り組んでいる企業は7.3%であった。その具体的な取り組みとしては、大きく2つある。一つはイクボス企業の取り組みに対する自治体からのアプローチである。数は少ないものの自治体への広報や自治体からの講師派遣やハンドブックの配布などである。またもう一つ

は「地域型イクボス企業同盟」の加盟により、自治体と企業が共同で宣言や取り組みを行い、その枠組みの中で様々な取り組みがなされている形である。

「地域型イクボス企業同盟」は、イクボス推進の一つの形であり、企業単独だけの取り組みではなく特定の自治体（都道府県・市町村等）を一つのエリアとして、その地域内の自治体、企業、その他団体（大学、NPO等）も含めた広域の協定を結ぶ方法である。全国の広域行政では、富山県「イクボス企業同盟とやま」、宮城県「みやぎイクボス同盟」、三重県「みえのイクボス同盟」などが見られる。また基礎自治体では、北九州市、秋田市、鹿児島市、宮崎市等多くの基礎自治体が男性の育児支援の推進などを掲げて取り組んでいる。このような自治体の取り組みの一環として、その地域にある企業が協働している取り組みが一部に見られた。

### 2-2. 企業と自治体の協働の必要性

実際の取り組みはあまりなされていない自治体との協働であるが、その必要性に関しては「強く感じる」「ある程度感じる」合わせると、57.3%と半数以上が必要性を感じている。取り組みはないものの意識としてはある程度求められており、実際と意識の齟齬が見られる。

具体的な協働の可能性としては、大きくは「啓発、学習、セミナー」と「情報提供」の2つが中心となっている。父親の育児支援に関して当然企業は専門ではなく、育児休業などの制度やシステムの運用や取り組みには対応できても、父親の育児そのものの取り組みや対応はあまりできておらず、ここに一定のニーズがあることがわかる。企業が経済活動を基本としているのに対して、自治体は市民生活活動を基本としており、これらの取り組みの違いの相互補完的な部分が自治体に対する父親の育児支援のニーズの一端となっている。そのように考えると自治体からの積極的な企業へのアプローチの一つの方向性として、これらの視点は重要な示唆を与えている。

また必要性を感じていない企業の自由記述

からは、企業と自治体の父親支援に関する乖離が見られる。多くの意見として「イメージが持てない」という記述が見られる。先ほども述べた「経済活動中心の企業」と「市民生活活動が中心の自治体」の接点が、これまでほとんどなかった点が改めて浮き彫りになっている。

特に大企業に関しては、社員に対する領域やまた支援に関しては企業内の占有事項であり、自治体への支援や取り組みを求める必然性がほとんどない状況である。とはいうものの、企業人である父親は同時に市民であり家庭人でもあり、様々な組織に属している。それらそれぞれの組織やネットワークが有機的に結びつき、父親を支えサポートしていくことが、近年脆弱となった子育てや個人の生活をより豊かに担保することにつながると考える。企業と自治体の協働は、これからの新しいネットワーク構築の一端であり、あまり市民としての視点や取り組みがなかった父親と地域社会とを繋いでいく大きな可能性を含んでいる。

そして企業として自治体との協働の前提として「社内の環境整備が優先」という意見も見られた。これらから企業内における父親支援の取り組みの優先順位が見られる。つまり自治体との関係性が薄い場合は、自治体への支援や取り組みよりは社会での父親支援の取り組みやできること、やらなくてはいけないことなどがまずは存在している。そのことを後回しにして、いきなり自治体との協働はできないということである。父親支援の企業内の取り組みとして、内部の制度や意識の構築があり、その後地域社会、市民生活、社外との協働というベクトルが見て取れる。自治体との協働の活動がほとんど見られない現状において、このベクトルの優先順位や方向性の根本的な変化へのアプローチが必要ではないかと考える。

そのヒントとなるのが、自治体への期待や要望である。少数ではあるが様々な角度から父親に関わる要望が見られる。「予算確保、父親セミナー、両立支援の相談場所、表彰制度、ネットワーク構築」などである。一部は自治体などで実際に取り組んでいる活動もあるが、全国的に

広がっているとは言い難い。また自治体は広く一般市民を対象とした取り組みがその基本であり、自治体から特定の企業などへのアプローチも困難であると考えられる。そのように考えるとこれまで企業と自治体は、その方向性の違いからお互いの立場の距離感が遠い存在であったと言える。しかしその離れている両者を「父親」という視点で捉え直すことにより、この両者の協働の可能性が新たに見えるのではないかと考える。多くの父親は、企業人であり同時に地域の市民である。この両方に属する父親のより健康で安定した豊かな働き方や生き方を、最大限保証することは企業単独ではなし得ない。また自治体だけでも困難なものである。そのような視点に立てば、できるだけ父親が属する多くの立場や組織がより積極的に父親支援の推進を行い、様々な場面や機会を通じて父親を支える仕組みや文化が重要であると考えられる。

### 3. 本研究の限界

本研究ではイクボス企業同盟をその調査対象として、日本の企業における父親支援の取り組みに言及をしてきた。しかしこのイクボス企業のデータにもいくつかの課題はある。まずイクボス企業同盟の加盟企業はその前提として、ワークライフバランス、女性活躍推進、ダイバーシティーマネジメントなどに、意識の高い企業であり、その文脈において父親支援に関しても高い取り組みがなされていると考えられる。男性の育児休暇取得率が46%と全国平均を大きく上回っていることを見てそれらが読み取れる。従って日本の多くの企業を代表しているとは言い難い。また基本的には上場を果たしている大企業が中心であり、日本のほとんどを占めている中小企業の取り組みとは異なる部分が多くある。この点は本研究の限界である。

とは言え、このような中小企業から見れば制度やシステムが整っていると思われる大企業であり、また意識の高い企業においても父親支援の取り組みの脆弱さや困難さ、あるいは葛藤や取り組みへの不安などを見ることができた。日本の企業における父親支援の関する知見が

ほとんどない状況下において、まずは積極的な取り組みがなされているイクボス企業を対象にしたデータには、大きな意義があると考えられる。

## E. 結論

以上のような限界はあるものの、父親支援に関わる企業調査は我が国においてほとんど実施されていないことから、企業の父親支援の有り様と自治体の協働に関して取り組んだ、本研究の取り組みの社会的な意義は大きいと言える。

以下結論として2点挙げる。

### 1. 企業による父親支援の必要性

企業における父親支援は、現在の硬直化している企業文化の転換を図る可能性がある。企業における父親支援は単に少子化対策等に対する必要性というだけではなく、より具体的でかつ有用的に企業メリットにつながる。父親支援の取り組みが最終的に、企業のブランド力に寄与し企業価値自体の向上につながる。つまり父親支援は経営戦略の一環として全社レベルで取り組む重要案件である。そのように今後父親支援の取り組みが企業のメリットにつながる事を強調することにより、一層の企業における父親支援を推進していくことが重要である。

企業としても父親支援に対する取り組みの意欲は高く、様々な取り組みがなされている。しかしその多くが企業内で自己完結しているものであり、他社や全国的な取り組みの好事例などがあまり見られない。これらの掘り起こしや発信などが今後求められていく。これらの発信や研究を通じて、企業における父親支援をよりレベルの高いものに押し上げていく、父親支援の基礎研究の継続が求められる。

### 2. 自治体と企業の父親支援協働の可能性

企業と自治体の協働の取り組みはほとんどなされていない状況であるが、だからこそその部分には大きな可能性が存在している。

人口減少が進む中で、これからの企業の効率的な経営戦略は、人材の高いパフォーマンスのみによって達成されると予想する。企業内の限

られた人材をどのように育成し、個人の持つ能力を十分に発揮し、組織全体に波及させるためには、個人のロイヤリティや組織に対するモチベーションの向上が必要である。また同時に安定した家庭、地域、市民生活も必要である。これら全てを企業のみで抱え達成すること自体が困難な時代と社会になっている。

一方自治体においても人口減少社会において、子育て世代の若い働き手、市民の自治体への流入、定着は自治体の未来への存亡をかけた重要案件である。その場合若い子育て世代に選ばれる自治体はどのようなものであろうか。近年の子育て支援の自治体の充実ぶりは、単なる市民サービスの枠組みを超えて、若い子育て世代人口の奪い合いの状況である。様々な自治体の子育て支援対策はほぼ全国的にみて、高い水準で維持され差別化が困難な状況である。そのような状況下で企業と自治体の協働はほとんど手づかずの状態であり、最後に残された聖域である。企業人である父親は当然の如く地域市民であるが、これまでその意識や取り組みはほとんどなされてこなかった。また父親自身にも仕事はその生活の中心であり、地域に関わる意識や機会もほとんどなかった。これらの状況に大きな変革を企業と自治体の父親支援協働は、起こす可能性がある。その具体的な取り組みや方法は、全国的にはほとんど見られない状況であり、理論構築や研究もほとんど進んでいない。今後これらの取り組みについて積極的な研究調査が求められる。

### 3. 課題

このように大きな社会変革の可能性を含んでいる企業における父親支援ではあるが、今回の研究からいくつかの課題も明らかになった。2点指摘しておく。

#### 1. 男性の育児休業の取り組みがその中心となっている

企業における父親支援の取り組みについて俯瞰してきたが、その中心に存在するのが「男性の育児休業」である。全国的に見て女性と比較して著しく低い状況にある中で、これらに取

り組むことは当然ではあるが、あまりに育児休業の取り組みに傾倒している印象を受ける。今後これらの取り組みが進展し、男性の育児休業が社会的に一般的になった場合、父親支援の取り組みや方向性が見失われるのではないかと危惧する。現状において「できていないから取り組む」という姿勢はとても正しいものであると考え、男性の育児支援が「育児休業」の単独テーマのみで語られることに対しては、今後様々な取り組みやゴールのイメージも含めて、育児休業以後の父親支援について検討を行う必要性を感じる。

## 2. 自治体からの企業へのプロチーの具体的な手段の欠如

今回企業側の自治体に対する協働の取り組みや必要性、ニーズ等に関しては意見やデータを得ることができた。「自治体と協働するイメージができない」という率直な意見は企業と自治体の関係性を如実に表している。しかし反対に自治体側からの企業との協働の意識や取り組みについては、我が国において調査研究はほとんどなされていない。今後このような視点の調査研究が必要であると考え。そしてこの両者の思いやニーズに合わせた取り組みや、マッチングの事業なども、検討していく余地があると考え。

## 謝辞

アンケートにご協力いただいたイクボス企業同盟の各社、またNPO法人ファザーリング・ジャパン、そしてデータ収集、処理に関してご尽力いただいた株式会社ネオマーケティングに感謝申し上げます。

## 引用文献

- 1) 総務省統計局労働力調査「労働力調査(基本集計)2020年(令和2年)平均」  
<https://www.stat.go.jp/data/roudou/sokuhou/nen/ft/pdf/index1.pdf>
- 2) 木脇 奈智子 「多様化する「子育て支援」の現状と課題：新たなニーズとそれに対応す

る事例から」藤女子大学 QOL 研究所紀要 7(1), 37-43, 2012-03

- 3) 相川 頌子「仕事に対する意識が家事・育児に与える影響：子育て期の父親に着目して」生活社会科学研究 (26), 65-73, 2019-10 お茶の水女子大学生生活社会科学研究会
- 4) 塚越学「企業における父親の子育て支援(家族・働き方・社会を変える父親への子育て支援：少子化対策の切り札)--(支援活動の実際)」家族・働き方・社会を変える父親への子育て支援:少子化対策の切り札 小崎恭弘 他(編集) ミネルヴァ書房 2017
- 5) 水越康介「男性の育児休業取得を促進する企業の活動：イクメン企業アワード受賞企業の事例分析」経営と制度 (15), 1-14, 2017-03 首都大学東京大学院社会科学研究所経営学専攻 経営学会
- 6) NPO 法人ファザーリング・ジャパン HP  
<https://fathering.jp/activities/iku-boss.html>
- 7) 厚生労働省「日本総イクボス宣言プロジェクト!!」<https://www.mhlw.go.jp/ikubosu/>
- 8) イクボスドットコム  
<https://ikuboss.com/alliance-logo>
- 9) 厚生労働省「令和元年度雇用均等基本調査」

## F. 研究発表

1. 論文発表 なし
2. 学会発表 なし

## G. 知的財産権の出願・登録状況(予定を含む)

1. 特許取得 なし
2. 実用新案登録 なし
3. その他 なし

図1. 企業業種

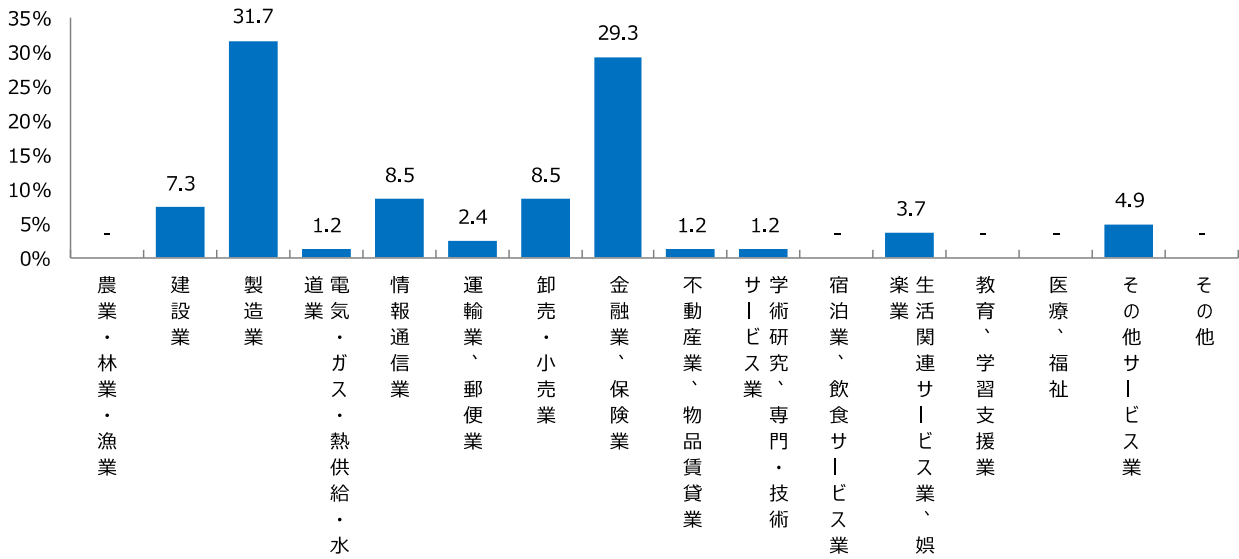
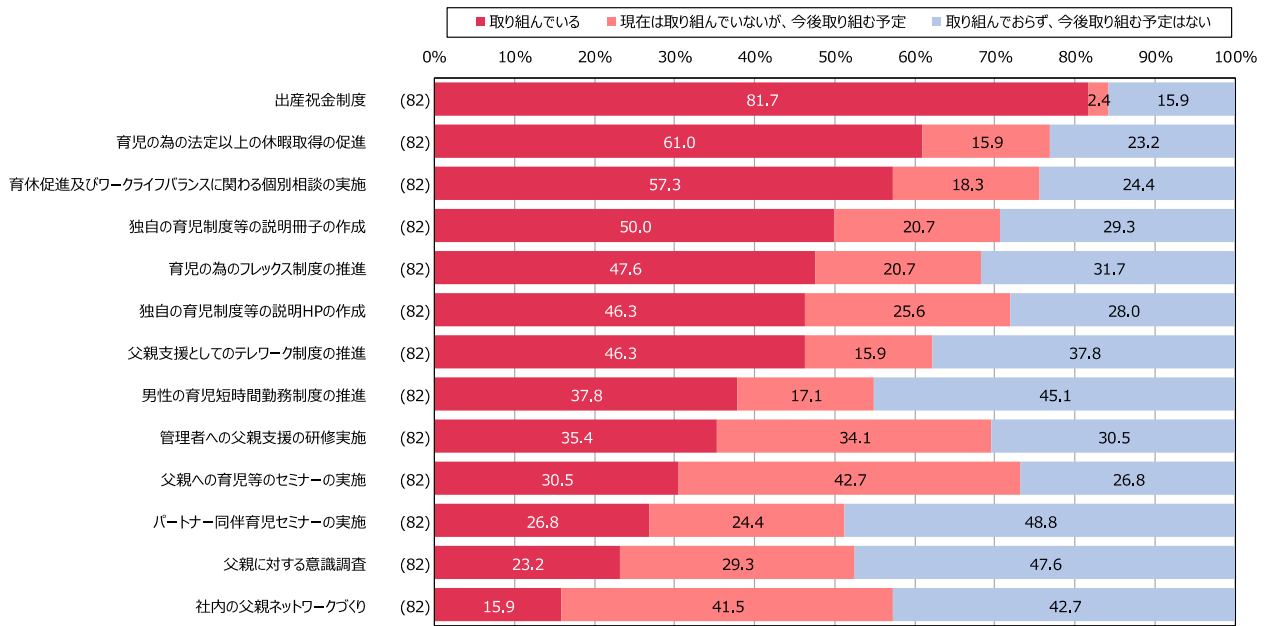


図2. 父親支援の取り組み内容



2%未満の数値ラベルは非表示

図 3. 父親支援の効果

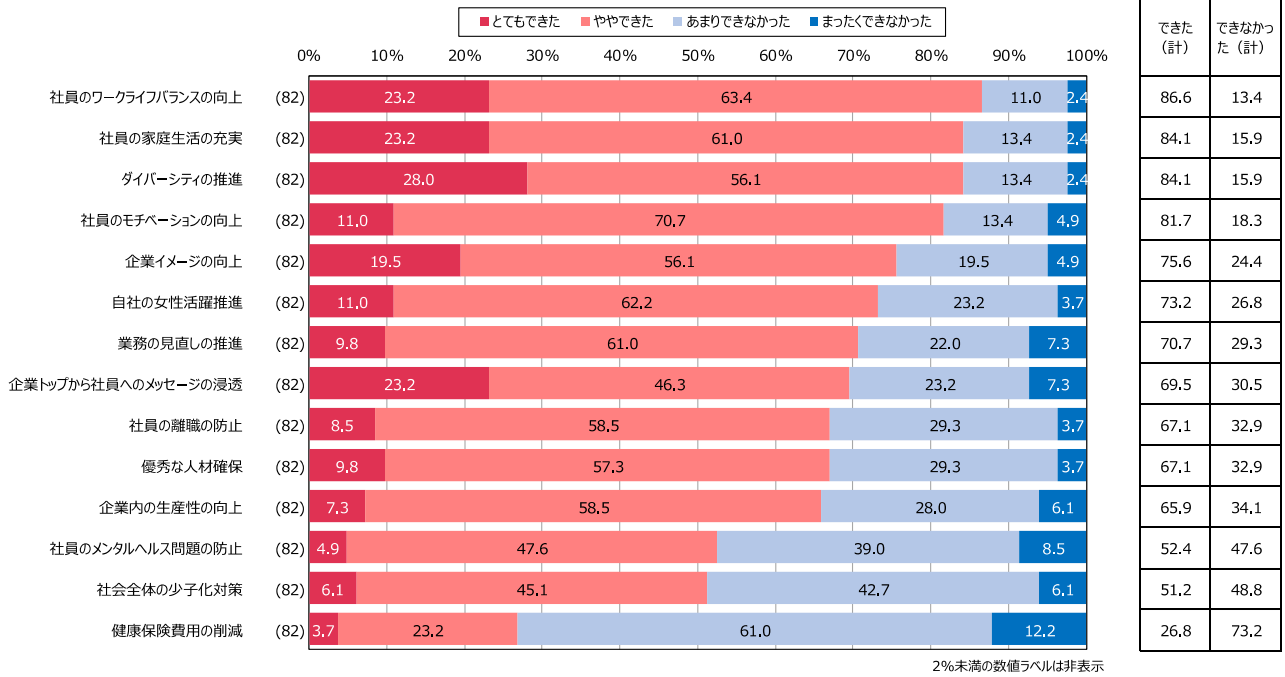


図 4. 父親の育児支援の困難要因

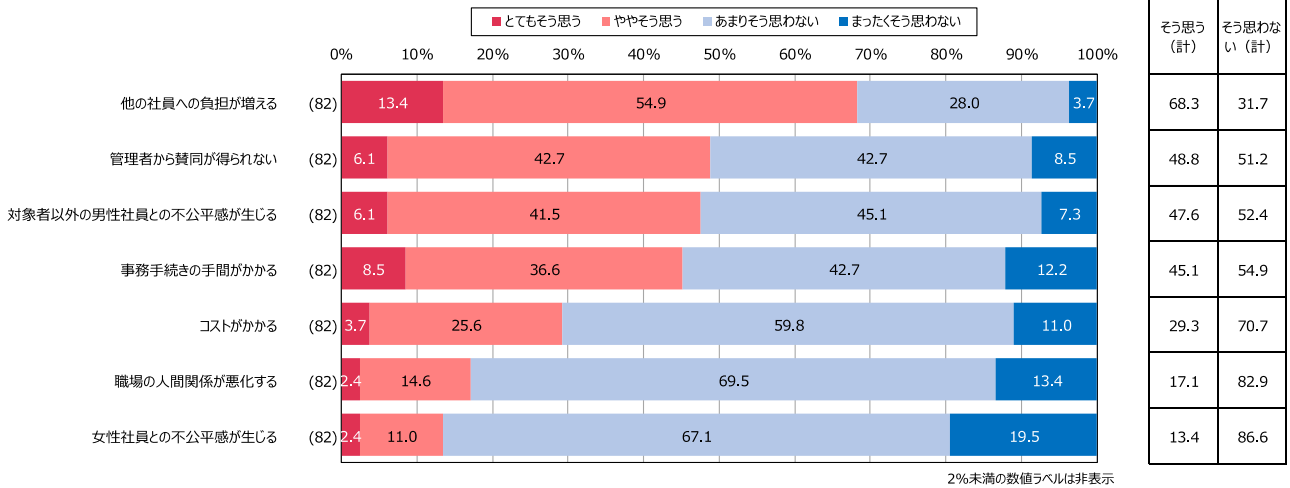






図 7. 父親支援充実の共起キーワード

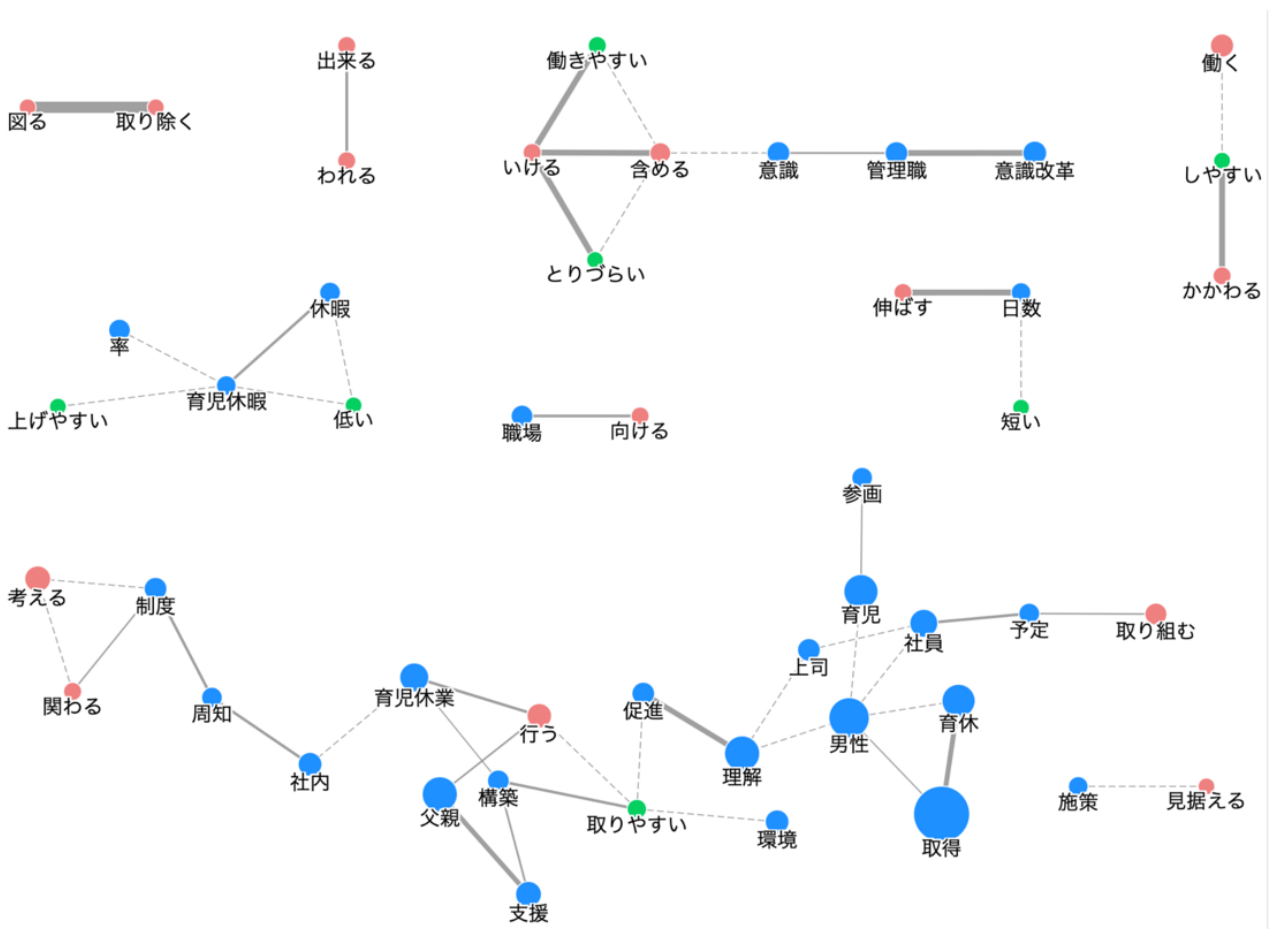


図 8. 自治体との共同の取り組みの有無

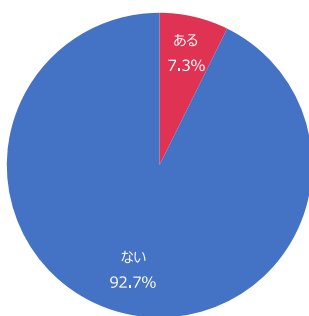


図 9. 自治体との協働の必要性の意識

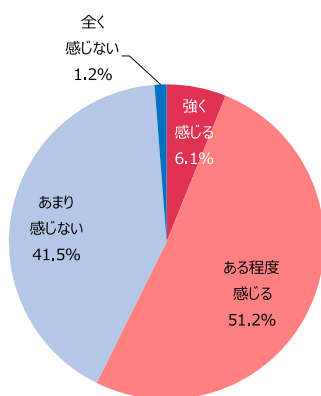


図 10. 自治体に求める父親支援内容

