

2024年7月1日

各 位

## 男性育休が当たり前の社会に

### ～ 県内企業における男性育休の推進状況に関する調査 ～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 矢野 一成）は、このたび標記の調査結果をとりまとめましたので、その概要をお知らせします。

なお、詳細は2024年7月1日発行の「IRC Monthly」2024年7月号に掲載予定です。

#### 記

##### 【調査概要】

- ▶ 男性育休の取得推進が求められる背景として、少子化対策や夫婦共働き世帯の増加によるライフスタイルの変容等が挙げられる。
- ▶ 男性育休取得率は長い間伸び悩んでいたが、近年の法改正に伴い、2021年度調査時（愛媛県）の14.3%から2023年度調査時の28.5%へと大きく伸びた。しかし、取得期間が5日未満は全体の3割を占め、実態は取るだけ育休になっている。
- ▶ IRCアンケートでは、若い世代ほど男性の育休取得に積極的であり、また、妥当な育休取得期間についても「1ヵ月以上」と回答した人は6割に上った。育児休業を取得する際の不安について、「仕事を引き継げる人が少ない」「取得しやすい雰囲気ではない」「前例が少ない」との回答が多かった。
- ▶ 企業向けアンケートでは、男性育休の取得推進によって期待できる効果として、「企業のイメージアップ」「働き方の見直し」「従業員の定着」など多く挙げられた。一方、阻害要因として、「人員不足」、「仕事をカバーする社員の負担増」、「取得希望者が少ない」の順に多かった。
- ▶ 男性育休の取得を推進するには、まず、育休が取れる会社になることを目指す。これを実現するには、経営者からのメッセージ発信やわかりやすい情報発信が有効である。次に、業務の属人化をなくす工夫を凝らし、また、取得者の経験談を社内で共有し、取組みを継続・浸透させていく。さらに取得期間の長期化を促し、両立支援を徹底する取組みが求められる。

以 上

## 【はじめに】

2023年12月に「こども未来戦略」が閣議決定され、男女が共に働き、共に子育てする「共働き、共育て」を推進している。その中で、男性育児休業（以下は育休）取得率を2025年までに30%とする目標から大幅に引き上げ、2025年に50%、2030年に85%とする方針が示された。男性育休が当たり前になる時代に向かって変わりつつある中、今回は県内在住者向けアンケート、県内企業向けアンケートと取材を実施し、男性育休取得の現状と課題を取りまとめた。

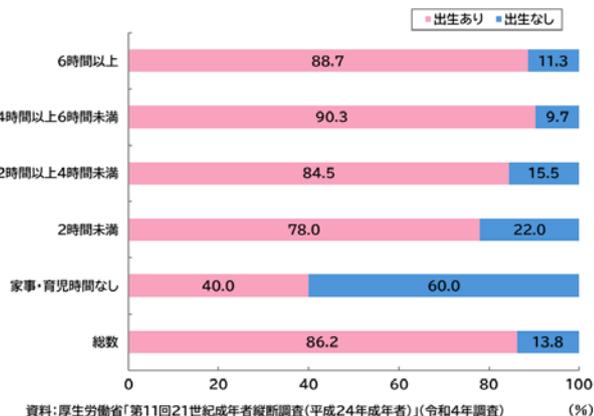
## 1. 男性育休の取得推進が求められる背景

### ① 男性の育児参加は少子化対策のカギ

2023年の出生数は72万7,277人で過去最少となり、合計特殊出生率も過去最低の1.20となった。少子化に歯止めをかけるには、女性だけでなく、男性も家事・育児に参画できる社会の実現が必要である。

図表-1は、子供がいる夫婦は、夫の家事・育児時間が長いほど、第2子以降の出生割合が高くなることを示している。夫の休日の家事・育児時間別にみると、「家事・育児時間なし」は、第2子以降の出生があったのが4割にとどまるが、家事・育児時間ありの場合は、おおよそ8割以上に上る。

図表-1 夫の休日の家事・育児時間別にみたこの10年間の第2子以降の出生状況【平成24年成年者】

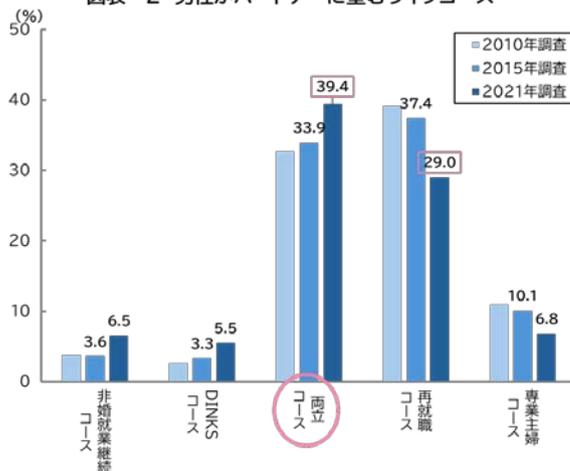


### ② 「共育て」社会の実現

夫婦共働き世帯数は年々増加し、2023年は全世帯の7割を超えた。国立社会保障・人口問題研究所の調査では、男性がパートナーに望むライフコースで

は、「専業主婦コース」はわずか6.8%にとどまった(図表-2)。また、前回調査と大きく変わったのは、①「再就職コース」に望む人が大きく減少していること、②「両立コース」が39.4%で高い割合となったことであり、調査開始以降最多となった。女性だけでなく、男性もパートナーに家庭と仕事の両立を希望する人が増えている。

図表-2 男性がパートナーに望むライフコース



共働きの実態やライフスタイルの変化を踏まえ、社会全体では仕事と育児の両立支援策が求められている。なかでも、企業の果たす役割は大きい。

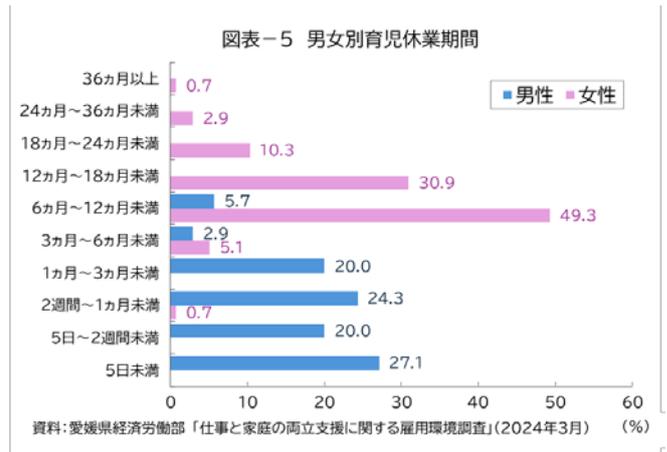
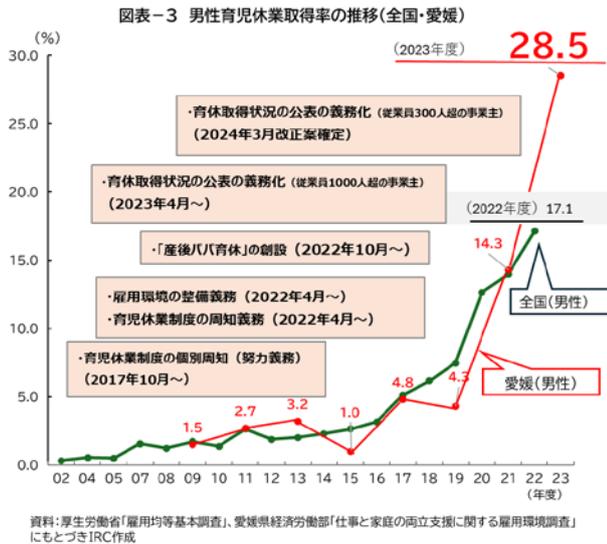
## 2. 県内企業における男性育休の取得状況

### ① 取得率は上昇傾向

2007年以降、女性の育休取得率は8割~9割台で推移しているものの、男性の育休取得率は伸び悩んでおり、2020年ようやく1割を超えた(図表-3)。

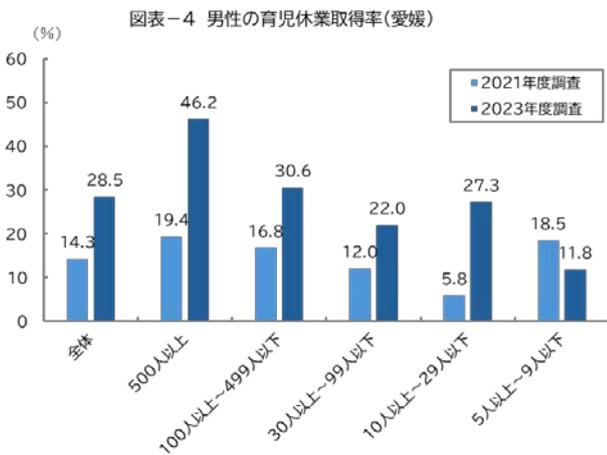
近年の法改正に伴い、男性育休の取得率に上昇傾向が見られた。2022年4月に「育児・介護休業法」が改正され、育児休業制度の個別周知や環境整備が義務化された。同年10月に「産後パパ育休」が施行され、2023年4月に1000人以上の企業において取得率の公表が義務化された。さらに、2025年4月から公表義務が300人超の企業に拡大される。

法改正に伴い男性の育休取得に積極的に取り組む県内企業が着実に増えつつ、2023年度に行われた県の調査では、男性育休の取得率が2021年度の14.3%から2023年度の28.5%へと、大きく伸びた。



## ② 規模別でみる取得状況

規模別で取得率をみると、「5人以上～9人以下」を除くほとんどの企業は顕著な増加が見られた(図表-4)。500人以上の大企業はもちろん、「10人以上～29人以下」の小規模企業も3倍以上伸びた。



## ③ 取得期間

取得期間をみると、女性は「6ヵ月～12ヵ月未満」が49.3%で最も多かったが、男性は「5日間未満」が27.1%で最も多かった(図表-5)。取得率は着実に伸びているものの、実態は「取るだけ育休」になっている。

## 3. 県内在住者向けアンケート

育休取得の意欲や取得状況に焦点を当て、まず、県内在住者向けのアンケート調査を実施した。調査概要は以下のとおり。

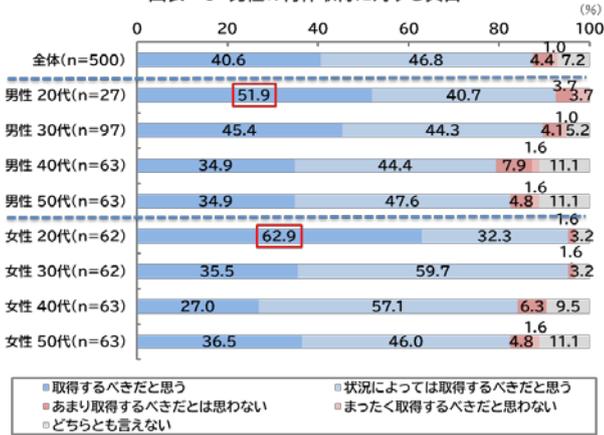
調査概要			
調査対象	愛媛県内在住者(会社員、公務員、経営者・役員)		
調査時期	2024年3月上旬		
調査方法	調査会社を通じたインターネット調査		
有効回答数	500人		
回答者属性			
	全体	男性	女性
20歳代	17.8%	5.4%	12.4%
30歳代	31.8%	19.4%	12.4%
40歳代	25.2%	12.6%	12.6%
50歳代	25.2%	12.6%	12.6%
全体	100.0%	50.0%	50.0%

### ① 男性が育休を取得すべきか

#### ～「取得すべき」は9割弱～

男性が育休を取得すべきかについて、意見を尋ねた。「取得するべきだと思う」(40.6%)「状況によって取得するべきだと思う」(46.8%)と回答した人は合わせて9割弱に上った(図表-6)。また、若い世代ほど男性の育休取得に積極的な姿勢を見せ、「取得するべきだと思う」と回答した20代の男性は51.9%、20代の女性はさらに11ポイント高く、62.9%に上った。

図表-6 男性の育休取得に対する賛否

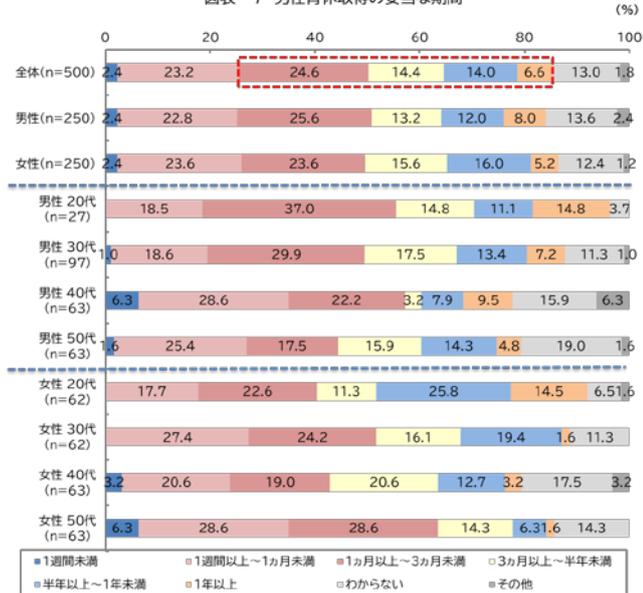


## ② 妥当な取得期間

～「1ヵ月以上」は6割～

従業員が求める育休取得の妥当な期間は、「1週間未満」は2.4%、「1週間以上～1ヵ月未満」は23.2%となった(図表-7)。一方、「1ヵ月以上」と回答したのは全体では6割に達し、年代別、男女別では、20代男性は77.7%、20代女性は74.2%となった。

図表-7 男性育休取得の妥当な期間



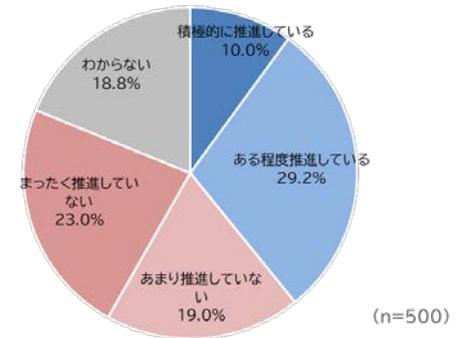
## ③ 職場での男性育休の推進状況

～「職場で積極的に推進している」は1割にとどまる～

職場での男性育休の推進状況に対し、「積極的に推進している」と思う人は1割、「ある程度推進している」は3割弱、「あまり推進していない」「まったく

推進していない」は合わせて4割超となった(図表-8)。

図表-8 職場における男性育休の推進状況

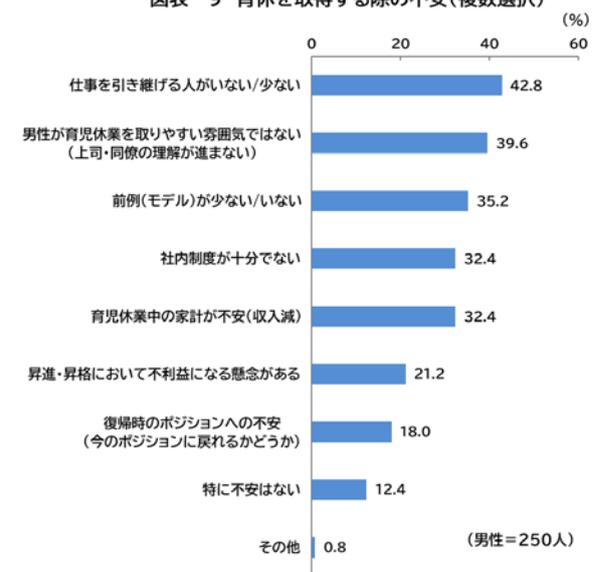


## ④ 取得する際の不安点

～仕事の属人化や育休が取りにくい社内の雰囲気  
が阻害要因～

男性育休を取得する際の不安について、「仕事を引き継げる人がいない/少ない」(42.8%)、「男性が育児休業を取りやすい雰囲気ではない(上司・同僚の理解が進まない)」(39.6%)「前例(モデル)が少ない/いない」(35.2%)の順に多かった(図表-9)。

図表-9 育休を取得する際の不安(複数選択)



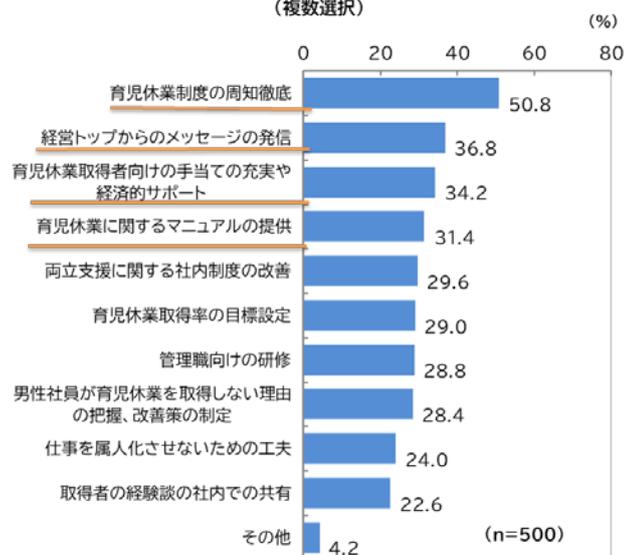
## ⑤ 有効な取組み

～「制度の周知徹底」や「経営トップからのメッセージ発信」がカギを握る～

男性の育休取得を推進するために求められる取組

みは、「育児休業制度の周知徹底」(50.8%)が最も多かった(図表-10)。近年、男性育休に係る法改正が段階的に進んでおり、難しい制度をいかに従業員にわかりやすく伝え、理解してもらうかが課題である。また、「経営トップからのメッセージの発信」(36.8%)や「育児休業取得者向けの手当の充実や経済的サポート」(34.2%)「育児休業に関するマニュアルの提供」(31.4%)の回答も多かった。

図表-10 男性が育休を取りやすくなるための取組み(複数選択)



#### 4. 県内企業向けアンケート

県内企業における男性育休の取得状況を把握するため、アンケートを実施した。概要は以下の通り。

調査概要	
調査対象	愛媛県内に事業所を置く企業 793社
調査方法	郵送によるアンケート方式
調査時期	2024年2月
有効回答	279社(有効回答率:35.2%)
回答先属性	
部門	製造業:107社(38.5%) 非製造業:171社(61.5%)
正社員数	~10人:36社(12.9%) 11人~30人:77社(27.7%) 31人~100人:88社(31.7%) 101人~300人:60社(21.6%) 301人以上:17社(6.1%)

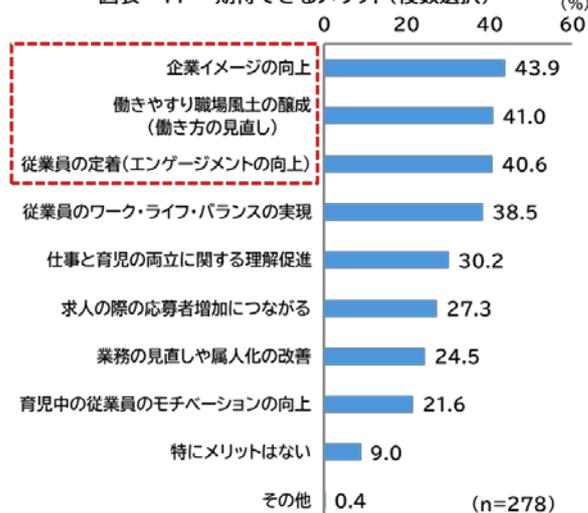
※集計は不明分を除く

※支社五入の関係で合計が100%にならない場合がある(以下同様)

##### ① 育休取得の推進によって期待される効果

男性社員の育休取得や両立支援の推進によって得られる効果として、「企業イメージの向上」(43.9%)、「働きやすい職場風土の醸成」(41.0%)、「従業員の定着」(40.6%)の順で回答が多かった(図表-11)。

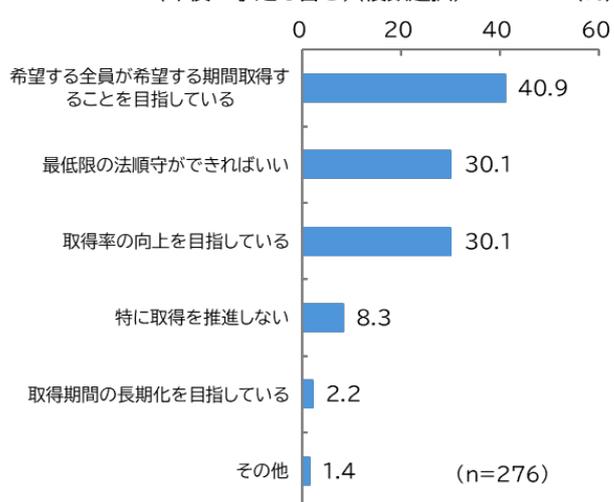
図表-11 期待できるメリット(複数選択)



##### ② 推進方針について

男性育休の取得推進の方針(今後の予定も含む)について、「希望する全員が希望する期間取得することを目指している」と、前向きに取り組む(今後、取り組んでいきたい)企業は4割となった(図表-12)。一方、「最低限の法順守ができればいい」と回答した企業も3割あった。また、「取得期間の長期化を目指している」はわずか2.2%だった。

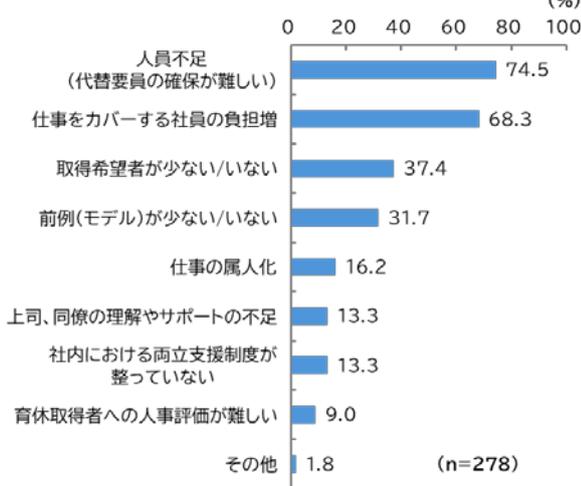
図表-12 男性育休の取得推進に向けた方針(今後の予定も含む)(複数選択)



### ③ 育休取得の阻害要因

男性育休を推進する上での問題点について、「人員不足（代替要員の確保が難しい）」（74.5%）、「仕事をカバーする社員の負担増」（68.3%）と回答した企業が多かった（図表-13）。「取得希望者が少ない/いない」（37.4%）も3割を超えた。

図表-13 男性社員の育休取得を推進する上での問題点（複数選択）

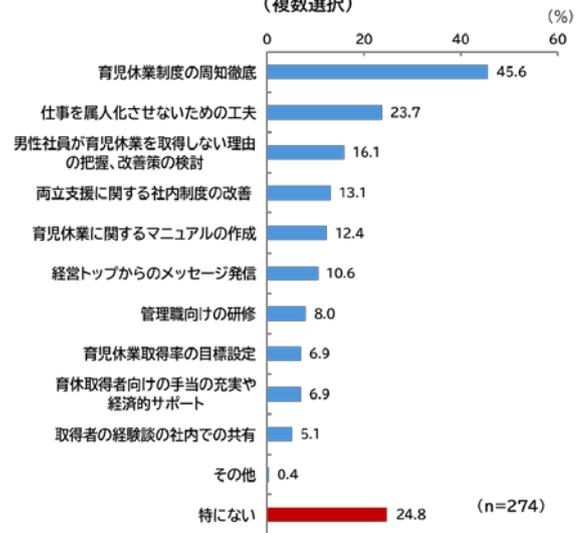


個人向けアンケートでは、取得すべきだと思う人が多いにもかかわらず、企業側は「取得希望者が少ない」と回答し、両者の認識において大きなズレがあることが分かった。

### ④ 育休の取得を推進するための取組み

男性育休の取得推進において、どのような取組みをされたか（今後の予定を含む）について尋ねたところ、「育児休業制度の周知徹底」は4割強となった（図表-14）。一方、「特になし」も2割強だった。また、「男性社員が取得しない理由の把握、改善策の検討」（16.1%）、「育児休業に関するマニュアルの作成」（12.4%）など、より具体的に一步踏み込んで取組んでいる企業もある。

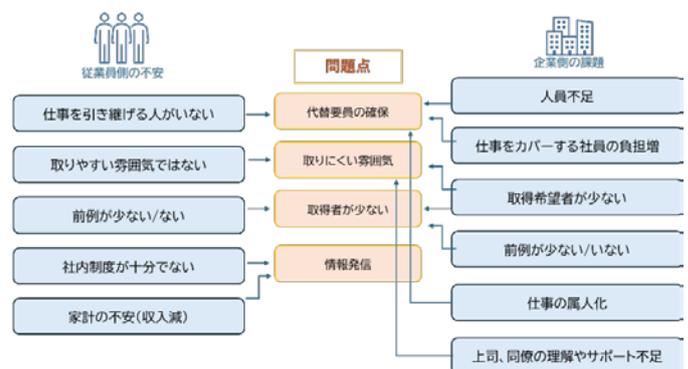
図表-14 男性社員の育休取得推進のための取組み（複数選択）



## 5. 男性の育休取得を推進するには

男性の育休取得の阻害要因は多岐にわたるが、アンケート結果やヒアリング調査に基づき、それを①代替要員の確保、②取りにくい雰囲気、③前例（取得者）が少ない、④情報発信の4点にまとめた（図表-15）。

図表-15 男性育休の取得を推進する上での問題整理



資料：IRCアンケート調査に基づき作成。従業員側の不安は図表-9、企業側の課題は図表-13より整理。

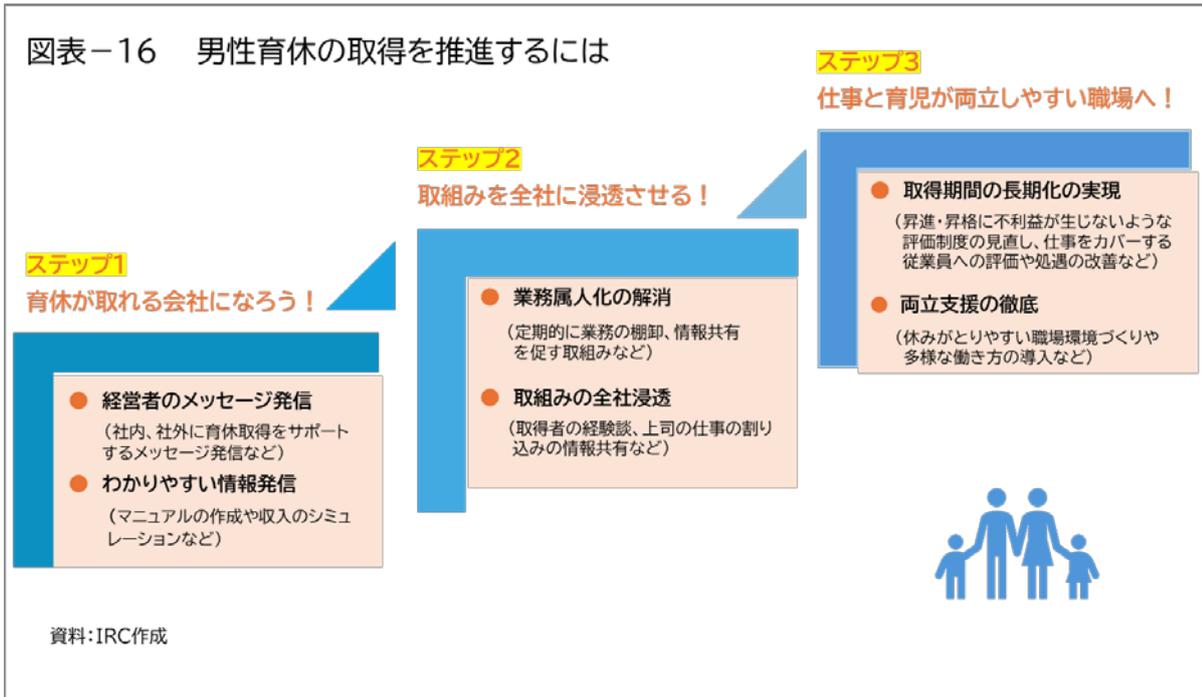
上記の課題を踏まえ、以下では3つのステップに分けて、男性育休取得の推進のために、どのような取組みが求められるかを述べる（図表-16）。

### ステップ1: まず、育休が取れる会社になろう

#### ポイント①：経営者からのメッセージ発信

男性の育休取得に関して、企業ごとにおいてかなり温度差がある。従来より育休の取得推進、働き方改革を行ってきた企業は、人手の確保や企業イメー

図表-16 男性育休の取得を推進するには



ジ向上などといったメリットを得られた。一方、推進に躊躇している企業は依然として多い。

固定観念や経営風土を変えるには、経営者からのメッセージ発信が重要である。まず、積極的に育休取得を推進する雰囲気づくりに力を入れ、社内外に育休取得をサポートするというメッセージを発信していくことが第一歩である。

**ポイント②：わかりやすい情報発信**

育休の取り方、取得期間、育休中の収入変化、昇進や評価への影響など、疑問や不安を抱く社員は多い。社内で法制度に関する説明をしっかりと行い、育休に関するマニュアルをわかりやすく作成し、それを社内で情報共有することは、不安の払しょくにつながると思われる。

特に「育休中に収入が相当減るのでは？」と心配している人が多い。一部の県内企業では、育休給付金シミュレーションツールを作成し、育休中の収入の変化を可視化することで、従業員から「漠然とした不安が解消できた」との意見が聞かれた。

**ステップ2:取組みを全社に浸透させる**

**ポイント①：業務属人化の解消**

企業にとって、男性育休を推進する上で最も大きな課題は「代替要員の確保」であろう。女性より男性の方がコア業務に従事している場合が多く、「一人抜けると、業務が多忙になったり、仕事の質が落ちたりする」など、男性の育休取得をネガティブに捉える人が多い。しかし、これから育休や介護など、多様なニーズに対応できないと、さらに人手の確保ができなくなる。

業務の属人化を解消するには、定期的に業務の棚卸や、情報共有を促す取組みを整えること、業務のマニュアル化を進めることなどが有効であろう。取材では「今まで気づいていなかった非効率の部分や問題点も見えてきた」。また、「復帰してきた時に、本来一人しかできない仕事が複数人できるようになった」との声も聞かれた。すなわち、男性育休の取得推進は業務属人化を見直す良いきっかけにもなるということだ。

**ポイント②：経験談の共有で、取組みを全社に浸透させる**

男性育児休業を取得したら、終わりではない。社内で定期的に座談会を開催し、取得者の経験談(休業前の仕事の段取り・準備、仕事復帰後の感想など)や、

上司の仕事の割り込み（業務調整）、同僚からのサポートなどに関する情報を共有し、取組みを社内に浸透させていくことが重要である。

### ステップ3:仕事と育児が両立しやすい職場環境づくり

#### ポイント①：取得期間の長期化を促す

男性の育休取得率は年々上昇しているものの、取得期間は2週間未満が5割を占めた。今後、育休取得に関して、「率」だけでなく、「取得期間の長期化」を促す取組みも求められる。

これを実現するには、①男性社員が育休で長期休業する場合、昇進や昇格に不利益が生じないように評価制度の構築、②業務をカバーする従業員への評価や処遇の改善に関する取組みが必要であろう。

#### ポイント②：仕事・育児が両立しやすい働き方の提供

働き方改革に取り組むと、男性育休取得日数が約2倍になるという調査結果がある。今後、「男女共働き、共育て」の社会へ移行していく中、育休取得率・期間の底上げだけでなく、時間有給や有給休暇などを含め、休みがとりやすい職場風土の醸成が求められる。また、在宅勤務やフレックス制を導入するなど、社員の多様なニーズに応えられる働き方の提供がカギを握る。

#### 【おわりに】

男性育休の取得推進は、単なる規範的な活動ではなく、人材確保するための企業の長期的経営戦略である。優秀な人材に「選ばれる企業」になるよう、一足飛びには進まなくても、1つずつステップを踏みながら取組みを進めていく必要がある。

(孫 璇)