

特集 2023年を振り返る

第4章

男性育児休業の 現状と展望



依田 彩那

神奈川県中小企業診断協会

2023年は、「こども基本法」の施行や「こども家庭庁」の発足など、こどもや子育てにまつわるニュースの多い1年だったといえる。「こども未来戦略方針」が策定されたほか、大企業における男性労働者の育児休業（以下、育休）等取得率の公表義務化も始まった。

本章では、子育てにまつわる課題の1つである男性の育休取得推進に焦点を当てる。取得推進が必要な背景や現在の取得状況を振り返りながら、課題や解決策について考える。

1. 少子化対策の現状

(1) 加速する少子化に対する危機感

厚生労働省「人口動態統計月報年計（概数）の概況」によると日本の出生数は、多少の増減を繰り返しているものの、2005年に110万人を、2016年に100万人を、2019年に90万人を割り、2022年にはついに80万人を割る約77万人となった。つまり、直近10年の間で少子化は大幅に加速しているのだ。

少子化が続くと、労働力人口の減少、人口減少による地域経済の衰退など、さまざまなマイナス影響が見込まれる。また、高齢化率が30%に迫る現在の日本では、現役世代の社会保障の負担増も懸念される。

(2) 今後、企業に求められること

深刻さを増す少子化の状況を踏まえて、6月、政府は「こども未来戦略方針」（以下、

戦略方針）を策定した。

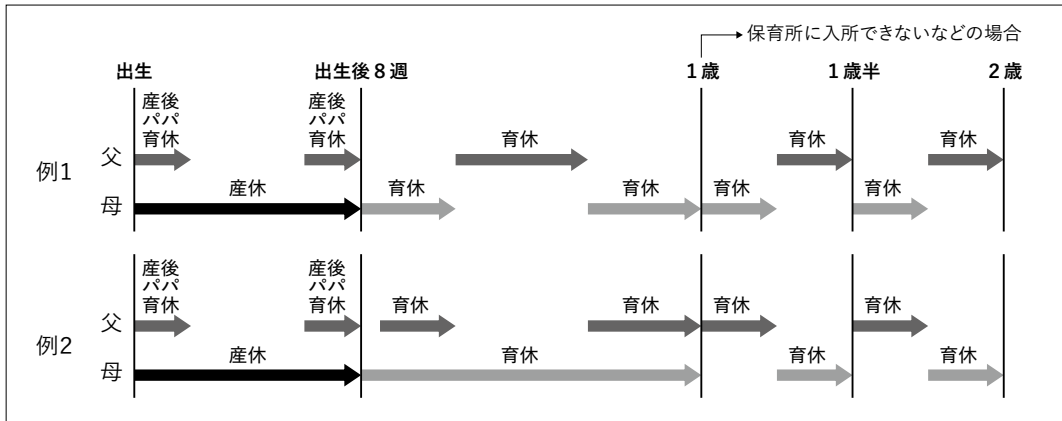
当該戦略方針は、「若年人口が急激に減少する2030年代に入るまでが、こうした状況を反転させることができるかどうかの重要な分岐点」であるという考えのもと、「(1)若い世代の所得を増やす」「(2)社会全体の構造・意識を変える」「(3)全てのこども・子育て世帯を切れ目なく支援する」の3つを基本理念としている。

このうち、「(2)社会全体の構造・意識を変える」では、企業において「出産・育児の支援を投資と捉え、職場の文化・雰囲気を変革的に変え、男性、女性ともに、希望どおり、気兼ねなく育児休業制度を使えるようにしていく」必要性や、「全国の中小企業を含めて、女性が活躍できる環境整備を強力に進めていくという視点」の重要性について述べられている。

また、戦略方針の中では、男性育休の取得推進について「制度面と給付面の両面からの対応を抜本的に強化する」ことにも言及している。

具体的に、制度面では男性の育休取得率について現行の政府目標を大幅に引き上げることや、次世代育成支援対策推進法の期限延長および改正などが、また、給付面では育児休業給付金の給付率引上げや、「育児休業を支える体制整備を行う中小企業に対する助成措置を大幅に強化する」ことなどが、それぞれ示されている。

図表 育児・介護休業法の改正を反映した取得例



出所：厚生労働省Webサイト「育児・介護休業法改正のポイント」(2023年11月時点)を基に筆者作成

2. 男性の育休取得の現状

(1) より柔軟な育休取得が可能に

育児・介護休業法の改正により、2022年10月から「産後パパ育休」（出生時育児休業）や「育児休業の分割取得」などが新たに施行された。

産後パパ育休は、子の出生後8週間以内に4週間（28日）まで2回に分割して取得できるものだ。これは後述する育児休業制度による育休とは別であり、併用が可能である。

また、育児休業制度の変更によって、育休を2回に分割して取得できるようになった。ほかに、保育所に入所できないなどの理由で、1歳以降も育休を延長する場合の育休開始日が柔軟化されるなどの変更もあつた。

これらを活用すれば、父母どちらかに育休の負担がかかる構図を改善できるようになる（図表）。

(2) 男性育休等取得率の公表義務化

2023年4月から、従業員1,000人超の企業の事業主には、男性労働者の育休等の取得状況を年1回公表することが義務づけられた。

対象となる企業は、公表を行う日の属する事業年度の直前の事業年度（公表前事業年度）における、男性の「育児休業等の取得率」も

しくは男性の「育児休業等と育児目的休暇の取得率」のいずれかを公表しなければならない。また、公表は、インターネットなど一般の方が閲覧できる方法で行う必要がある。

7月、厚生労働省イクメンプロジェクトが行った「令和5年度男性の育児休業等取得率の公表状況調査」（速報値）（以下、公表状況調査）が発表された。当該調査によると、調査に回答した企業全体での育休等取得率は46.2%、取得日数の平均は46.5日であった。男性育休の普及を実感させるこの数値は、多くのメディアなどで取り上げられた。

現在、公表義務化の対象を従業員300人超の企業へと拡大する検討が進められているという。近い将来、中小企業も対象となるかもしれない。

(3) 中小企業の現状

一方、厚生労働省「雇用均等基本調査（事業所調査）」において、令和4年度（2022年度）の育児休業者割合は17.13%となっている。この数値には、公表状況調査の結果である46.2%との乖離が見られる。

乖離の要因の1つには、調査対象の違いがあると考えられる。

調査対象を企業規模の面で見ると、公表状況調査の対象は従業員1,000人超の企業である一方、当該調査の対象は常用労働者5

人以上を雇用している民営事業所となっている。ここから、中小企業における男性の育休取得率が伸び悩んでいることが推測される。

中小企業における男性の育休取得をどう推進していくか、各企業で課題意識を持って取り組む必要があるといえるだろう。

3. 中小企業での男性育休の取得推進

(1) 男性育休取得推進のメリット

中小企業が男性の育休取得を推進するためには、取得推進のメリットを知ることが第一歩となるだろう。

株式会社インテージリサーチ「男性の子育て目的の休暇取得に関する調査研究」（内閣府委託事業、令和元年9月）（以下、男性の休暇取得調査）によると、男性育休取得者への「休暇取得を経て、職場の環境・働き方に変化はありましたか」（複数回答）の回答として、最多だったのは「効率良く仕事をするよう心がけた」（27.0%）、次いで「定時に帰ることを意識するようになった」（25.0%）だったという。このような意識を持つ社員が増えていけば、業務改善や生産性向上など、企業におけるメリットにもつながっていくだろう。

また、国や自治体が設けている認定制度を利用するのも有効である。一例として「くるみん認定」を受けた場合を考えてみる。

当該認定は、次世代育成支援対策推進法に基づき一般事業主行動計画を策定した企業のうち、計画に定めた目標を達成するなど一定の要件を満たした際に、申請を行うことで受けられる。認定を受ければ、「くるみんマーク」を自社の商品やホームページ、名刺、求人票などに表示できるようになる。対外的なアピールを行うことで、採用活動での応募者増加が期待できるほか、取引先における自社の印象度アップにもつながる。

さらに、常時雇用する労働者が300人以下の中小企業を対象とした「くるみん助成金（中小企業子ども・子育て支援環境整備助成事業（内閣府所管助成事業））」や、公共調達にお

ける加点評価の仕組みも設けられている。認定を受けることが資金調達や取引先拡大の一助にもなりうるのだ。

ほかにも女性活躍の推進や従業員の定着など、さまざまなメリットが考えられる。総じていえるのは、男性の育休取得を推進するメリットは育休取得者にとどまらず、企業全体に見込めるといふことだ。



くるみんマーク（厚生労働省Webサイト「くるみんマーク・プラチナくるみんマーク・トライくるみんマークについて」）

(2) 取得推進における課題と対応策

では男性の育休取得推進にあたって、どのような課題があるのか。株式会社パーソル総合研究所「男性育休に関する定量調査」（2023年）の報告書では、男性育休取得率5%未満の企業で課題感が大きいもの上位5項目は、「取得者が出た職場の負担増大」（39.8%）、「欠員時の仕事の穴埋め方法（代替要員の確保など）」（35.7%）、「仕事をカバーした社員の評価・処遇」（32.4%）、「取得事例が乏しい」（29.0%）、「取得希望者が少ない」（28.8%）だったという。

この結果を踏まえ、当該報告書では「不在時の対応」「希望者の不足」「事例不足」において課題感が大きいとまとめている。ここから、これらの課題への対応方法を考えてみる。

①不在時の対応

この課題の背景には、人材不足や仕事の属人化などがあると考えられる。ただ従業員の不在は、育児休業だけでなく、突然のけがや

病気などでも起こりうる。万一の備えという意味でも、日頃から業務のマニュアル化や多能工化を進め、中長期的な不在にも対応できる状態にしておくことが大切である。

また、国や自治体などが行う助成金のうち、両立支援等助成金など、代替要員を新規雇用した際に支給額を加算する仕組みを設けているものもある。さらに、仕事をカバーした社員に対する手当について、戦略方針内では「応援手当の支給に関する助成の拡充や代替期間の長さに応じた支給額の増額を検討する」旨も記載されている。このような情報を収集し、最大限活用することも得策だろう。

②希望者の不足

男性の育児取得希望者が不足する背景には、希望者が少ないだけでなく、取得希望を伝えづらい雰囲気があることも推測される。

この雰囲気を変えるためには、取得対象者だけでなく、会社全体で考え方をアップデートする必要があるだろう。たとえば、取得推進担当者が育児取得のメリットを社内報やメールなどで伝える、経営会議や朝礼の場で取得推進の重要性を経営陣やマネージャー層に理解してもらう、などが挙げられる。

また、育児取得前の引継ぎを円滑に進められるよう配慮することや、育児取得後の職場復帰の際の業務負荷およびメンタルケアも重要である。取得を推進するためにも、職場と取得推進担当者が連携し、育児を取得しやすい環境を整備することが大切である。

③事例不足

男性の育児取得について、身近に事例を聞く機会は少ないかもしれないが、インターネット上では多くの先進企業の事例が紹介されている。

たとえば、厚生労働省のWebサイト「両立支援のひろば」では、10万社を超える企業の仕事と家庭の両立支援に関する一般事業主行動計画が掲載されている。当該サイトには、企業規模や業種、「男性の育児休業等取得率の公表有無」などの検索項目があるため、検索機能を活用し、より有用な情報を得ること

ができる。ほかにも、育児取得推進に関するセミナーへの参加や、「仕事と家庭の両立支援プランナー」への相談なども有効だ。

また、男性育児と聞くと事例不足を感じるかもしれないが、女性での育児取得の事例はより身近にあるはずだ。性別にとらわれず、先行事例を生かす姿勢も大切である。

4. 中小企業診断士に求められる役割

本章では男性の育児取得推進について、制度や調査結果などの現状を踏まえつつ、中小企業における課題と対応策を考えてきた。

今後、幼少期を共働き世帯で過ごしてきた従業員の増加、仕事と暮らしを統合的にとらえるワークライフインテグレーションという考え方の普及などにより、男性が育児を「手伝う」のではなく「当事者としてかかわる」ことが当たり前になっていくだろう。価値観が変化していく中、男性育児の取得希望者は確実に増えると考えられる。加えて、取得ができないことで優秀な従業員が離職するなどの事例も増加していくかもしれない。

男性の育児取得推進にあたっては、中小企業における人手不足をはじめとした課題にも対応していかなければならないのが現状である。課題の解決にあたり、我々中小企業診断士は働き方にまつわる支援だけでなく、生産管理や財務などの観点を生かした支援、他企業との連携による支援もできるはずだ。

現在も引き続き、少子化対策の具体案について、法改正などの議論が行われている。制度がどのように変化していくのか、今後の動向に注目していく必要があるだろう。

依田 彩那

(よだ あやな)

大学卒業後、自動車部品メーカーにて人事・営業を経験後、ソフトウェアベンダーへ転職。現在は人事部門にて新卒教育・キャリア開発を担当。2022年中小企業診断士登録。

