

企業における男性の育児休業取得推進策とその成果に関する研究

尾野 裕美*

本研究では、男性の育休取得を推進している企業における促進ルール策定、風土醸成、職場支援といった具体策について、男性の育休取得推進の成果との関係から検討した。男性の育休取得を推進している民間企業 300 社を対象とした質問紙調査を実施した結果、(1) 促進ルールを策定している企業のほうがワークライフバランスの実現を成果として認知していること、(2) 男性の育休に関する情報を会社として幅広く提供することが、従業員の意識変化やワークライフバランスの実現につながること、(3) 人事などの管理部門が上司に対して、職場全体の業務を調整することや、職場のメンバーが助け合える協働体制をつくることを助言している企業のほうが、職場の業務効率化が進んだことを成果として認知していることが明らかとなった。

キーワード：男性の育児休業、ワークライフバランス、育児休業取得推進

問題と目的

我が国の企業における男性の育児休業（以下、育休と略す）取得率は12.65%にとどまり、取得日数は5日未満が28.33%となっている（厚生労働省, 2021）。2021年6月には、男性の育休取得を促す改正育児・介護休業法が成立し、これには、子どもの生後8週間以内に、男性が最大4週間の出生時育休を取得できるような内容が盛り込まれている。企業には該当者本人に育休取得の意向を確認する義務が課され、従業員数が1,000名を超える企業には育休取得状況の公表も義務付けられる。男性が育休を取得できた理由は、「日頃から休暇を取得しやすい職場だったから」「職場が育休制度を取得しやすい雰囲気だったから」の順に多く、一方で取得意向があったにもかかわらず取得しなかった男性は、「職場が育休制度を取得しづらい雰囲気だったから」「日頃から休暇を取りづらい職場だったから」などを理由に挙げている（厚生労働省, 2014）。また、男性の育休利用者がいる企業は、長時間労働を是正するための取り組みや制度利用対象外の人への周知活動など、両立支援に関する取り組みを多く行っていることが報告されている（厚生労働省, 2014）。

企業における従業員のワークライフバランスの推進について、ワークライフバランス研究では、女性の両立支援という観点からだけでなく企業業績や生産性と

の関連からも検討されている（e.g. 阿部, 2007; Perry-Smith & Blum, 2000; 坂爪, 2002; Shepard III, Clifton, & Kruse, 1996）。企業のワークライフバランスの推進が個人に及ぼす影響については、両立支援制度がワーク・ファミリー・コンフリクトを減少させることや（Judge, Boudreau, & Bretz, 1994）、効率的な働き方をするという価値観の職場において従業員のストレスが低くなることが明らかとなっている（坂爪, 2011）。また、両立支援策は従業員の仕事への意欲を高める効果があるが、そのためには、施策への上司の肯定的・積極的関与が重要であることが示唆されており（坂爪, 2009）、研修などによる上司への働きかけは、両立支援策が従業員の意欲につながるうえで効果のある補完施策であることが確認されている（守島, 2006）。さらに、ワークライフバランスを推進するには、家庭支援的な上司や同僚によるソーシャルサポートも重要であることが指摘されている（Allen, 2001; Ferguson, Carlson, Zivnuska, & Whitten, 2012）。

一方で、ワークライフバランスの推進に伴う問題も存在している。女性の育休取得者比率が高い職場において、女性雇用比率、女性採用比率、女性管理職比率のいずれも低いことが示され、この理由として、育休取得やその後の育児負担の可能性が高い女性の採用を企業が敬遠することや、育休制度の普及によって女性の予想勤続年数の不確実性が大きくなり、中長期的な人材育成の計画が立てにくくなることが考えられている（経済産業省, 2005）。また、育児・介護休業制度の問題点として、上場企業の約5割が「代替要員の確保」、

* 明星大学心理学部心理学科

約4割が「職場復帰後の代替要員の取り扱い」を挙げるなど、代替要員が大きな課題となっている(労働省, 2000)。

近年、ワークライフバランス研究のなかで男性の育休が取り上げられるようになり、育休取得の影響要因に関する研究と育休を取得した男性の変化に関する研究が存在している。まず、男性の育休取得に影響を及ぼす環境的要因に焦点を当てた研究をみると、管理職の働き方とワーク・ライフ・バランスに関する調査(ワーク・ライフ・バランス推進・研究プロジェクト, 2010)では、男性社員が育児・介護休業制度を利用しやすい雰囲気がある職場では、管理職が部下を適正に管理しているとともに、管理職自身がワークライフバランスに対する意識が高いことが明らかにされている。職場の体制構築においても、円滑な業務遂行に必要な能力要件を明確にし、職場メンバーで業務を代替しあえる連携体制を構築することや日頃から仕事を通してノウハウを共有しあうこと、上司と部下、同僚間でコミュニケーションを適宜とっていくことの重要性が指摘されている。また、ワークライフバランス支援の周知・徹底や制度利用促進のためのルール化に加え、時間管理意識の向上や長時間労働の是正といった組織を挙げた取り組みも重要であることが示唆されている。さらに、武石(2011)は、男性の育休取得の促進要因として、「定時に退社する職場環境」「管理職の育休規定など社内ルールの理解・把握」「コミュニケーションの円滑化と互いで助け合う雰囲気づくり」「仕事に必要な職業能力や役割の範囲の明確化」「会社としての取り組み姿勢の明確化」を挙げている。育休を取得した男性を対象とした聞き取り調査においても、背景として育休取得に対する抵抗のない職場環境だったことが挙げられている(藤野, 2006; 岩谷・高橋・長嶋・高瀬・佐藤, 2009)。

企業における男性の育休取得推進プロセスを明らかにした尾野(2020)は、育休取得の義務化や数値目標の設定、該当者に対して直接的に取得を促すといった促進ルールを策定することに加え、「経営幹部の肯定的態度」「管理職への啓蒙」「わかりやすい情報発信」「事例の紹介」といった風土醸成の工夫が重要であり、このような施策によって、従業員の意識変化が起こればワークライフバランスの実現が促進されることを示した。また、上司による職場支援は、属人化の解消や業務効率化といった組織体制の強化につながることを示唆されている(尾野, 2020)。しかし、これらは質的研究によるもので量的には検証されていない。

そこで、本研究では、男性の育休取得を推進してい

る企業における促進ルール策定、風土醸成、職場支援といった具体策について、男性の育休取得推進の成果との関係から検討することを目的とする。尾野(2020)の知見より以下の仮説が導き出される。

<仮説1> 促進ルールを策定している企業のほうが、「従業員の意識変化」を成果として認知している。

<仮説2> 促進ルールを策定している企業のほうが、「ワークライフバランスの実現」を成果として認知している。

<仮説3> 風土醸成をしている企業のほうが、「従業員の意識変化」を成果として認知している。

<仮説4> 風土醸成をしている企業のほうが、「ワークライフバランスの実現」を成果として認知している。

<仮説5> 上司による職場支援を促している企業のほうが、「組織体制の強化」を成果として認知している。

方法

1. 調査対象企業および手続き

男性の育休取得を推進している民間企業を調査対象とした。安全衛生優良企業マーク推進機構の「優ジロウ ホワイト・ブラック企業検索」を用い、くるみん認定・プラチナくるみん認定の民間企業2,590社に質問紙を配布し、429社から回答を得た(回収率16.6%)。このうち各種法人・団体、外資系企業、現在くるみん認定されていない企業を除外し、さらに男性正社員の育休取得を推進していると回答した300社に絞った。調査期間は2020年6月から7月にかけてであり、企業の人事労務担当者宛に質問紙を郵送し、無記名にて回収した。

2. 調査項目

調査項目は以下の通りであり、「男性の育休に関するアンケート」という名称で行った。なお、配偶者特別休暇など育児のための有給休暇制度がある場合は、それも育休とみなして回答するよう求めた。

1) 促進ルール

尾野(2020)が示した促進ルール策定の「強制力の行使」「該当者への直接的な推奨」に該当する項目を用意した。すなわち、男性正社員における育休取得の義務化や数値目標の設定をしているか否か、育休の対象となる男性正社員に対して直接的に取得を促すことになっているか否かについて回答を求めた。

2) 風土醸成

尾野（2020）が示した風土醸成の「経営幹部の肯定的態度」「管理職への啓蒙」「男性の育児参加を推奨」「わかりやすい情報発信」「事例の紹介」に該当する項目を用意した。すなわち、「経営幹部が、男性の育休に関するポジティブなメッセージを発信している」「管理職に対して、男性の育休に関する教育研修を実施している」「子どものいる男性社員同士のネットワークづくりを支援している」「社員に対して、男性の育休に関する情報をわかりやすく発信している」「育休を取得した男性の事例を社内で紹介している」の5項目から、当てはまるものを複数選択してもらった。

3) 職場支援

尾野（2020）が示した支援の「上司による職場支援」に該当する項目を用意した。すなわち、「育休を取得する、あるいは取得中の男性正社員の上司に対して、人事などの管理部門はどのような助言をしていますか」という問いに対して、「育休を取得する男性の業務に関連して、職場全体の業務を調整すること」「職場のメンバーが助け合える協働体制をつくること」の2項目から、当てはまるものを複数選択してもらった。

4) 成果

尾野（2020）が示した成果に該当する項目を用意した。すなわち、「男性正社員の育休取得を推進することで、組織としてどのような成果があったと感じますか」という問いに対して、「従業員の意識変化」2項目（「社内において、男性の育休も当たり前という意識が浸透した」「社内において、子育てをしている社員に対する理解が深まった」）、「ワークライフバランスの実現」4項目（「男性社員も短時間勤務など多様な働き方を選びやすくなった」「仕事と家庭を両立させやすい職場になった」「女性が活躍しやすい職場になった」「休暇をとりやすい職場になった」）、「組織体制の強化」2項目（「職場の属人的な業務が減った」「職場の業務

効率化が進んだ」）の計8項目から、当てはまるものを複数選択してもらった。

5) 企業属性

上記質問のほかに、本社の所在地、業種、従業員規模、男性正社員の育休取得率等について回答を求めた。

結果

1. 回答企業の属性

回答企業の属性をTable 1に示す。従業員規模は、100人未満75社、100～499人129社、500～999人28社、1,000～4,999人51社、5,000～9,999人8社、10,000人以上9社であった。昨年度の男性正社員の育休取得率は、0%（取得者はいない）101社、0%超～10%未満76社、10%以上50%未満52社、50%以上100%未満32社、100%以上37社、不明2社であった。業種は、製造94社、卸売・小売52社、サービス47社、建設39社、情報通信24社、金融・保険20社、運輸・郵便8社、医療・福祉7社、不動産・物品賃貸4社、その他・未回答5社であった。本社所在地は、多い順に東京都62社、愛知県14社、大阪府12社、富山県12社、滋賀県10社であり、合計45都道府県であった。

2. 各項目の集計結果

各項目の該当者数をTable 2に示す。まず、男性の育休取得推進策について、促進ルールとして義務化や数値目標の設定をしている企業は110社、育休の対象となる男性正社員に対して直接的に取得を促すことになっている企業は143社であった。風土醸成策は「社員に対して、男性の育休に関する情報をわかりやすく発信している」（132社）、「育休を取得した男性の事例を社内で紹介している」（96社）、「経営幹部が、男性の育休に関するポジティブなメッセージを発信してい

Table 1
回答企業の属性とその内訳

| | 0%（取得者はいない） 101社(33.7%) | 0%超～10%未満 76社(25.3%) | 10%以上50%未満 52社(17.3%) | 50%以上100%未満 32社(10.7%) | 100%以上 37社(12.3%) | 不明 2社(0.7%) |
|----------------------------|----------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|----------------------|----------------|
| 100人未満 75社(25.0%) | 37社 | 18社 | 5社 | 3社 | 11社 | 1社 |
| 100～499人 129社(43.0%) | 54社 | 32社 | 14社 | 9社 | 19社 | 1社 |
| 500～999人 28社(9.3%) | 5社 | 9社 | 7社 | 5社 | 2社 | — |
| 1,000～4,999人 51社(17.0%) | 4社 | 13社 | 20社 | 11社 | 3社 | — |
| 5,000～9,999人 8社(2.7%) | — | 3社 | 3社 | 2社 | — | — |
| 10,000人以上 9社(3.0%) | 1社 | 1社 | 3社 | 2社 | 2社 | — |

Table 2
各項目の該当社数

| | | 項目 | 該当社数 |
|----------|---------------|-----------------------------------|--------------|
| 促進ルール | | 義務化や数値目標の設定をしている | 110社 (36.7%) |
| | | 取得を促すことになっている | 143社 (47.7%) |
| 推進策 | 風土醸成 | 経営幹部が、男性の育休に関するポジティブなメッセージを発信している | 84社 (28.0%) |
| | | 管理職に対して、男性の育休に関する教育研修を実施している | 44社 (14.7%) |
| | | 子どものいる男性社員同士のネットワークづくりを支援している | 5社 (1.7%) |
| | | 社員に対して、男性の育休に関する情報をわかりやすく発信している | 132社 (44.0%) |
| | | 育休を取得した男性の事例を社内で紹介している | 96社 (32.0%) |
| 職場支援 | | 育休を取得する男性の業務に関連して、職場全体の業務を調整すること | 140社 (46.7%) |
| | | 職場のメンバーが助け合える協働体制をつくること | 152社 (50.7%) |
| 従業員の意識変化 | | 社内において、男性の育児休業も当たり前という意識が浸透した | 99社 (33.0%) |
| | | 社内において、子育てをしている社員に対する理解が深まった | 150社 (50.0%) |
| 成果 | ワークライフバランスの実現 | 男性社員も短時間勤務など多様な働き方を選びやすくなった | 61社 (20.3%) |
| | | 仕事と家庭を両立させやすい職場になった | 148社 (49.3%) |
| | | 女性が活躍しやすい職場になった | 48社 (16.0%) |
| | | 休暇をとりやすい職場になった | 135社 (45.0%) |
| | | 職場の属人的な業務が減った | 24社 (8.0%) |
| 組織体制の強化 | | 職場の業務効率化が進んだ | 20社 (6.7%) |

る」(84社)の順に多かった。育休を取得する、あるいは取得中の男性正社員の上司に対して、人事などの管理部門が「育休を取得する男性の業務に関連して、職場全体の業務を調整すること」を助言する企業は140社、「職場のメンバーが助け合える協働体制をつくること」を助言する企業は152社であった。

次に、成果をみると、従業員の意識変化について「社内において、男性の育児休業も当たり前という意識が浸透した」と認識している企業は99社、「社内において、子育てをしている社員に対する理解が深まった」と認識している企業は150社であった。ワークライフバランスの実現については、「仕事と家庭を両立させやすい職場になった」(148社)、「休暇をとりやすい職場になった」(135社)、「男性社員も短時間勤務など多様な働き方を選びやすくなった」(61社)の順に多かった。組織体制の強化については、「職場の属人的な業務が減った」と認識している企業は24社、「職場の業務効率化が進んだ」と認識している企業は20社であった。

3. カイ二乗検定の結果

各質問項目について、当てはまると選択されている場合は「1」、選択されていない場合は「0」とし、具体策と成果との関連性を検討するため、カイ二乗検

定を行った。

1) 促進ルールと成果

まず、促進ルールと従業員の意識変化との関連性をみると (Table 3)、義務化や数値目標の設定をしている企業のほうが、「社内において、男性の育休も当たり前という意識が浸透した」($\chi^2(1)=9.69, p<.01$)、「社内において、子育てをしている社員に対する理解が深まった」($\chi^2(1)=10.17, p<.01$)と回答していた。また、取得を促すことになっている企業のほうが、「社内において、男性の育休も当たり前という意識が浸透した」($\chi^2(1)=10.60, p<.01$)、「社内において、子育てをしている社員に対する理解が深まった」($\chi^2(1)=5.49, p<.05$)と回答していることが示された。したがって、仮説1は支持された。

次に、促進ルールとワークライフバランスの実現との関連性については、義務化や数値目標の設定をしている企業のほうが、「女性が活躍しやすい職場になった」($\chi^2(1)=5.46, p<.01$)、「休暇をとりやすい職場になった」($\chi^2(1)=6.84, p<.01$)と回答していることがわかった。また、取得を促すことになっている企業のほうが、「仕事と家庭を両立させやすい職場になった」($\chi^2(1)=6.03, p<.05$)、「女性が活躍しやすい職場になった」($\chi^2(1)=19.03, p<.001$)と回答していることが示された。なお、促進ルールと「男性社員も短時間勤務など多様な働き

Table 3
促進ルール策定と成果に関するカイ2乗検定の結果

| | 義務化や数値目標の設定をしている | | 取得を促すことになっている | |
|------------------------------|------------------|-----------|---------------|-----------|
| | χ^2 値 | ϕ 係数 | χ^2 値 | ϕ 係数 |
| 社内において、男性の育休も当たり前という意識が浸透した | 9.69** | 0.18 | 10.60** | 0.19 |
| 社内において、子育てをしている社員に対する理解が深まった | 10.17** | 0.19 | 5.49* | 0.14 |
| 男性社員も短時間勤務など多様な働き方を選びやすくなった | 0.01 | 0.01 | 0.50 | -0.04 |
| 仕事と家庭を両立させやすい職場になった | 0.06 | 0.01 | 6.03* | 0.14 |
| 女性が活躍しやすい職場になった | 5.46* | 0.14 | 19.03*** | 0.25 |
| 休暇をとりやすい職場になった | 6.84** | 0.15 | 1.53 | 0.07 |

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

方を選びやすくなった」との有意な関連はみられなかった。したがって、仮説2は部分的に支持された。

2) 風土醸成と成果

まず、風土醸成と従業員の意識変化との関連性をみると (Table 4), 経営幹部が、男性の育休に関するポジティブなメッセージを発信している企業のほうが、「社内において、男性の育休も当たり前という意識が浸透した」と回答していた ($\chi^2(1)=16.15, p<.001$)。また、社員に対して、男性の育休に関する情報発信をわかりやすく発信している企業、および育休を取得した男性の事例を社内で紹介している企業のほうが、「社内において、男性の育休も当たり前という意識が浸透した」($\chi^2(1)=11.83, p<.01$; $\chi^2(1)=11.96, p<.001$)、「社内において、子育てをしている社員に対する理解が深まった」($\chi^2(1)=11.96, p<.01$; $\chi^2(1)=6.83, p<.01$)と回答していることが明らかとなった。

次に、風土醸成とワークライフバランスの実現との関連性については、経営幹部が、男性の育休に関するポジティブなメッセージを発信している企業のほうが、「仕事と家庭を両立させやすい職場になった」($\chi^2(1)=5.22, p<.05$)、「女性が活躍しやすい職場になった」($\chi^2(1)=3.47, p<.05$)、「休暇をとりやすい職場になった」($\chi^2(1)=7.90, p<.05$)と回答していることがわかった。また、社員に対して、男性の育休に関する情報発信をわかりやすく発信している企業のほうが「仕事と家庭を両立させやすい職場になった」($\chi^2(1)=7.63, p<.01$)、「休暇をとりやすい職場になった」($\chi^2(1)=6.65, p<.05$)と回答していることが示された。

なお、管理職に対する男性育休に関する教育研修の有無は、成果との有意な関連は見いだされなかった。また、「男性社員も短時間勤務など多様な働き方を選びやすくなった」という成果は、いずれの風土醸成

Table 4
風土醸成と成果に関するカイ2乗検定の結果

| | 経営幹部が、男性の育休に関するポジティブなメッセージを発信している | | 管理職に対して、男性の育休に関する教育研修を実施している | | 社員に対して、男性の育休に関する情報をわかりやすく発信している | | 育休を取得した男性の事例を社内で紹介している | |
|------------------------------|-----------------------------------|-----------|------------------------------|-----------|---------------------------------|-----------|------------------------|-----------|
| | χ^2 値 | ϕ 係数 | χ^2 値 | ϕ 係数 | χ^2 値 | ϕ 係数 | χ^2 値 | ϕ 係数 |
| 社内において、男性の育休も当たり前という意識が浸透した | 0.09 | 0.02 | 0.63 | 0.02 | 11.83** | 0.20 | 11.96** | 0.20 |
| 社内において、子育てをしている社員に対する理解が深まった | 16.15*** | 0.23 | 1.17 | 0.06 | 14.69*** | 0.22 | 6.83** | 0.15 |
| 男性社員も短時間勤務など多様な働き方を選びやすくなった | 3.22 | 0.10 | 2.80 | 0.10 | 3.14 | 0.10 | 0.00 | 0.00 |
| 仕事と家庭を両立させやすい職場になった | 5.22* | 0.13 | 0.22 | 0.03 | 7.63** | 0.16 | 0.91 | 0.06 |
| 女性が活躍しやすい職場になった | 3.47* | 0.11 | 3.20 | 0.1 | 1.49 | 0.07 | 3.28 | 0.11 |
| 休暇をとりやすい職場になった | 7.90* | 0.16 | 0.03 | -0.01 | 6.65* | 0.15 | 1.81 | 0.08 |

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

注) 風土醸成の「子どものいる男性社員同士のネットワークづくりを支援している」に該当する企業は5社のみだったことから、分析対象外とした

策とも有意な関連はみられなかった。したがって、仮説3および仮説4は部分的に支持された。

3) 職場支援と成果

人事などの管理部門が上司に対して「育休を取得する男性の業務に関連して、職場全体の業務を調整すること」($\chi^2(1)=4.52, p<.05$) や、「職場のメンバーが助け合える協働体制をつくること」($\chi^2(1)=7.13, p<.01$) を助言している企業のほうが、「職場の業務効率化が進んだ」と回答していることがわかったが、「職場の属人的な業務が減った」との有意な関連は示されなかった(Table 5)。したがって、仮説5は部分的に支持された。

考察

本研究では、企業における男性の育休取得推進策とその成果について5つの仮説に基づき検討したところ、以下のことが明らかとなった。

1. 促進ルールと成果

男性の育休取得に関して義務化や数値目標の設定をする、該当者に対して直接的に取得を促すといった促進ルールを策定している企業のほうが、「社内において、男性の育休も当たり前という意識が浸透した」「社内において、子育てをしている社員に対する理解が深まった」という従業員の意識変化を成果として認知していた。また、義務化や数値目標の設定をしている企業のほうが、「女性が活躍しやすい職場になった」「休暇をとりやすい職場になった」と回答しており、取得を促すことになっている企業のほうが、「仕事と家庭を両立させやすい職場になった」「女性や活躍しやすい職場になった」と回答していたことから、男性の育休取得に関して促進ルールを策定している企業のほうがワークライフバランスの実現を成果として認知していることが示唆された。

以上の結果は、取得の義務化や数値目標化により該当者への直接的な推奨が促され、結果として従業員の

意識変化やワークライフバランスの実現がもたらされるとした尾野(2020)の知見を支持するものである。また、男性の育休に限定していないが、管理職を対象としたワーク・ライフ・バランス推進・研究プロジェクト(2010)の調査によれば、部下のワークライフバランス満足度が高くかつ職場生産性が高い職場は、会社としてワークライフバランスに関する制度利用促進のためのルール化をしている傾向がある。したがって、男性の育休取得率の低さや育休取得期間の短さを鑑みれば、促進ルールという多少強制力のある施策は、従業員の意識変化やワークライフバランスの実現に対して効果があると解釈できる。

なお、促進ルールと「男性社員も短時間勤務など多様な働き方を選びやすくなった」との有意な関連はみられなかった。本研究では男性の育休取得の促進ルールを扱ったが、企業によっては男性の短時間勤務を推進するなど別の形で男性のワークライフバランスを促している場合もあるだろう。このような背景が、育休取得の促進ルールと多様な働き方との直接的な関係が示されなかった原因のひとつであると考えられる。

2. 風土醸成と成果

風土醸成と従業員の意識変化との関連性について、経営幹部が、男性の育休に関するポジティブなメッセージを発信している企業のほうが、「社内において、男性の育休も当たり前という意識が浸透した」と回答しており、また、社員に対して、男性の育休に関する情報発信をわかりやすく発信している企業、および育休を取得した男性の事例を社内で紹介している企業のほうが、「社内において、男性の育休も当たり前という意識が浸透した」「社内において、子育てをしている社員に対する理解が深まった」と回答していた。また、風土醸成とワークライフバランスの実現との関連性については、経営幹部が、男性の育休に関するポジティブなメッセージを発信している企業のほうが、

Table 5
職場支援と成果に関するカイ2乗検定の結果

| | 育休を取得する男性の業務に関連して、 職場全体の業務を調整すること | | 職場のメンバーが助け合える 協働体制をつくること | |
|---------------|--------------------------------------|-----------|-----------------------------|-----------|
| | χ^2 値 | ϕ 係数 | χ^2 値 | ϕ 係数 |
| 職場の属人的な業務が減った | 2.49 | 0.09 | 0.09 | 0.02 |
| 職場の業務効率化が進んだ | 4.52* | 0.12 | 7.13** | 0.16 |

* $p<.05$, ** $p<.01$

「仕事と家庭を両立させやすい職場になった」「女性が活躍しやすい職場になった」「休暇をとりやすい職場になった」と回答しており、社員に対して、男性の育児に関する情報発信をわかりやすく発信している企業のほうが「仕事と家庭を両立させやすい職場になった」「休暇をとりやすい職場になった」と回答していた。すなわち、男性の育児に関する情報を会社として幅広く提供することが、従業員の意識変化やワークライフバランスの実現につながることが示唆された。以上の結果は、風土醸成により従業員の意識が変化し、ワークライフバランスが実現されることを示した尾野(2020)の知見と整合する。

一方で、管理職に対する男性育児に関する教育研修と成果との有意な関連はみられなかった。守島(2006)によれば、企業のワークライフバランス推進において、研修などによる上司への働きかけは、両立支援策が従業員の意欲につながるうえでの補完施策である。また、管理職への教育研修や管理職向け冊子の配布といった管理職への啓蒙は、上司が育児取得者を支援することにつながる(尾野, 2020)。男性育児に関する教育研修を管理職に対して行う場合は、扱うテーマが限られていることから、全従業員の意識変化やワークライフバランスの実現と直接的には関連しにくいと考えられる。

なお、風土醸成と「男性社員も短時間勤務など多様な働き方を選びやすくなった」との有意な関連はみられなかった。本研究では男性の育児に関する風土醸成に焦点を絞っていることから、先述した促進ルールと多様な働き方との直接的な関係が示されなかった背景と同様、男性の育児よりも短時間勤務を推奨している企業の存在も想定されるだろう。

3. 職場支援と成果

人事などの管理部門が上司に対して、育児を取得する男性の業務に関連して、職場全体の業務を調整することや、職場のメンバーが助け合える協働体制をつくることを助言している企業のほうが、職場の業務効率化が進んだことを成果として認知していた。尾野(2020)は、人事などの管理部門が上司に対して具体的な支援方法を指導することにより、上司による業務調整や協働体制の構築といった職場支援が促され、結果として業務効率化がもたらされることを報告しており、本研究の結果はこれを支持するものである。これまで育児を取得した男性本人を対象とした研究では、育児が復職後の効率的な業務遂行につながることが示されていたが(尾野, 2019; 齋藤, 2012; 脇坂, 2008)、本研究の結果

から、育児を取得した男性が所属する職場において、上司が業務調整や協働体制の構築に取り組むことで、職場としても業務効率化が進むことが示唆された。

一方で、上司による職場支援と「職場の属人的な業務が減った」との有意な関連は示されなかった。属人的な業務を減らすには、職場の業務全体を可視化しマニュアルを作成することなどが求められ、職場の業務を調整したり協働体制をつくったりすること以上に手間のかかる作業であることが背景として考えられる。

4. 今後の課題

本研究では、男性の育児取得を推進している民間企業を対象に質問紙調査を行い、促進ルール策定、風土醸成、職場支援といった男性の育児取得推進策と、従業員の意識変化、ワークライフバランスの実現、組織体制の強化といった成果との関連を明らかにした。しかし、本研究では、職場支援について、育児を取得した男性の上司に直接回答を求めたわけではない。人事などの管理部門が、該当上司に対してどのような助言をしているかを回答してもらっており、助言を受けた上司が実際に職場支援をしているか否かは把握できていない。同様に、組織体制の強化という成果も、職場の構成員がそのように認識しているとは限らない。今後は、男性の育児取得を推進している企業の従業員を対象とした調査を行い、人事などの管理部門行う施策に加え、職場レベルでどのような取り組みをしているのか、また成果をどのように認識しているのかを詳細に把握することが求められる。

引用文献

- 阿部正浩(2007). ポジティブ・アクション, ワーク・ライフ・バランスと生産性 季刊・社会保障研究, 43(3), 184-196.
- Allen, T. D. (2001). Family-supportive work environments: The role of organizational perceptions. *Journal of vocational behavior*, 58(3), 414-435.
- 安全衛生優良企業マーク推進機構(2020). 優ジロウホワイト・ブラック企業検索 https://shem.or.jp/yujiro_serch (2020年4月20日)
- Ferguson, M., Carlson, D., Zivnuska, S., & Whitten, D. (2012). Support at work and home: The path to satisfaction through balance. *Journal of Vocational Behavior*, 80(2), 299-307.
- 藤野敦子(2006). 男性の育児休業についての課題: 自由記述アンケートと男性育児休業取得者へのインタ

- ビュー調査から 京都産業大学論集 社会科学系列, 23, 161-178.
- 岩谷良恵・高橋在也・長嶋明子・高瀬佳世・佐藤和夫 (2009). 男性の育児休業取得と暴力性の関連についての実証的調査 千葉大学教育学部研究紀要, 57, 283-296.
- Judge, T. A., Boudreau, J. W., & Bretz, R. D. (1994). Job and life attitudes of male executives. *Journal of Applied Psychology*, 79(5), 767-782.
- 経済産業省 (2005). 男女共同参画に関する調査 <http://warp.dandl.go.jp/infondljp/pid/1368617/www.meti.go.jp/press/20050622003/2-kyoudousannkakuset.pdf> (2019年11月24日)
- 厚生労働省 (2014). 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報告書 (平成25年度厚生労働省委託調査) <https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000042340.html> (2019年5月2日)
- 厚生労働省 (2021). 令和2年度雇用均等基本調査 <https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/71-r02/03.pdf> (2021年8月17日)
- 守島基博 (2006). 両立支援は働く人を活性化させるのか 両立支援と企業業績に関する研究会報告書 (平成17年度厚生労働省委託調査) <https://www.mhlw.go.jp/houdou/2006/06/dl/h0623-2c.pdf> (2019年11月24日)
- 尾野裕美 (2019). 長期育児休業を取得した男性の内的変容プロセスに関する探索的検討 産業・組織心理学研究, 33, 35-50.
- 尾野裕美 (2020). 企業における男性の育児休業取得推進プロセスに関する探索的検討 産業・組織心理学研究, 34, 43-58.
- Perry-Smith, J. E., & Blum, T. C. (2000). Work-family human resource bundles and perceived organizational performance. *Academy of management Journal*, 43, 1107-1117.
- 労働省 (2000). 育児・介護を行う労働者の生活と就業の実態等に関する調査 https://www.mhlw.go.jp/www2/kisya/josei/20000804_01_j/20000804_01_j.html (2019年11月22日)
- 齋藤早苗 (2012). 育児休業取得をめぐる父親の意識と その変化 大原社会問題研究所雑誌, 647・648, 77-88.
- 坂爪洋美 (2002). ファミリー・フレンドリー施策と組織のパフォーマンス 日本労働研究雑誌, 44(6), 29-42.
- 坂爪洋美 (2009). 両立支援策が従業員の就業継続意欲ならびに仕事への意欲に与える影響 平成20年度ワーク・ライフ・バランス社会の実現と生産性の関係に関する研究報告書 内閣府経済社会総合研究所
- 坂爪洋美 (2011). ワーク・ライフ・バランスが職場ならびに職場のパフォーマンスに与える影響 平成22年度ワーク・ライフ・バランス社会の実現と生産性の関係に関する研究報告書 内閣府経済社会総合研究所
- Shepard III, E. M., Clifton, T. J., & Kruse, D. (1996). Flexible work hours and productivity: Some evidence from the pharmaceutical industry. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 35(1), 123-139.
- 武石恵美子 (2011). 父親の育児に関する調査研究－育児休業取得について 財団法人こども未来財団 http://c-faculty.chuo-u.ac.jp/~wlb/material/pdf/ikuji2010_report.pdf (2019年7月16日)
- ワーク・ライフ・バランス推進・研究プロジェクト (2010). 管理職の働き方とワーク・ライフ・バランスに関する調査 http://c-faculty.chuo-u.ac.jp/~wlb/material/pdf/WLB_management.pdf (2020年10月18日)
- 脇坂明 (2008). 育児休業は本人にとって能力開発の妨げになるか 学習院大学経済論集, 44, 325-338.

[付記]

本研究はJSPS科研費JP18K13280の助成を受けた。また、本研究の一部は産業・組織心理学会第36回大会において発表された。

A Study on Companies' Male Parental Leave Promotion Policies and Their Outcomes

*HIROMI ONO (DEPARTMENT OF PSYCHOLOGY, MEISEI UNIVERSITY)
MEISEI UNIVERSITY THE BULLETIN OF PSYCHOLOGICAL STUDIES, 2022, 40, 1—9*

This study looks at companies that promote male parental leave for employees and considers how rule-making and the creation of a culture for such leave, workplace support are related to the outcomes of male parental leave. A questionnaire survey was conducted for 300 private companies that promote male parental leave. The results are summarized as below: (1) Companies with rules for such programs recognized the realization of work-life balance as an achievement. (2) Extensive provision of information by the company on male parental leave led to the change of employees' attitudes and the achievement of work-life balance. (3) Companies where the human resources and other administrative departments counsel supervisors on the coordination of workplace duties and the creation of a collaborative setup in which members of the workplace assist each other recognized more highly the improvement of operating efficiency in their workplace as a positive outcome.

Key Words : male parental leave, work-life balance, male parental leave promotion