

男性育休に関する定量調査

報告書

【企業調査・従業員調査統合版】

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

【本調査における「育休」の定義について】

育児・介護休業法に基づく産前・産後休業や育児休業に加えて、企業独自の特別休暇や有給休暇もあわせて出産前後の実質的な休業・休暇を「育休」として調査した。なお、調査票内では上記の休業・休暇を「産休・育休」の表記で質問しているが、報告書内では一部「育休」と略して記載している。



PERSOL

パーソル 総合研究所

背景

2023年4月に従業員1000名を超える企業において男性育休取得率の開示が義務化された。2021年度の日本の男性の育児休業の取得率は13.97%*。政府は2025年度に50%、2030年度に85%の目標値を掲げ、取得率の向上を図ろうとしている。

一方で、男性の育休の取得日数は、5日未満が25.0%*を占める。取得しているといっても数日の休暇レベルにとどまっているのが実情である。

*厚生労働省「令和3年度雇用均等基本調査」

目的

- ① 企業が男性の育休取得を促進することにメリットはあるのか。
- ② どうすれば男性の育休取得率が上がるのか。
- ③ 男性が中長期で育休を取得するためには何が必要なのか。

上記について定量的に明らかにすることにより、企業における男性育休推進の検討に資することを目的とした。

調査名称	パーソル総合研究所「男性育休に関する定量調査」
調査目的	①企業が男性の育休取得を促進することにメリットはあるのか。②どうすれば男性の育休取得率が上がるのか。③男性が中長期で育休を取得するためには何が必要なのか。これらについて定量的に明らかにすることにより、企業における男性育休推進の検討に資することを目的とした。
調査手法	調査会社モニターを用いたインターネット定量調査
調査時期	①企業調査 2023年 1月17日 - 1月20日 ②従業員調査 2023年 1月20日 - 2月6日
調査対象者	<p>①企業調査</p> <p>全国 男女 20-60代 正社員・会社経営/会社役員 経営・経営企画、総務・人事の主任・係長相当以上 従業員規模 51人以上の日本企業 第一次産業・国家/地方公務除く 自社の人事戦略や人事施策全体、もしくは、ダイバーシティ・女性活躍推進施策について把握している人</p> <ul style="list-style-type: none">・スクリーニング調査 n=1162(上記条件該当者)・本調査 n=800：スクリーニングにおける男性育休取得状況に応じて割付 <p>②従業員調査</p> <p>全国 男女 20-50代 正社員(代表取締役・社長を除く) 従業員規模 51人以上の日本企業 第一次産業・国家/地方公務除く</p> <ul style="list-style-type: none">・男性育休取得者 n=500 (取得期間別に各100s)・女性育休取得者 n=500 (取得期間別に各100s)・上司 n=550 (男性上司 n=400,女性上司 n=150s)・同僚 n=1600 (性別×年代別に各200s) 10年以内に育休を取得していない20-50代 (部下なし) <p>※上記サンプルより子どもがいない20-40代男性を「本人」の分析に使用</p>
実施主体	株式会社パーソル総合研究所

※報告書内の構成比の数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、個々の集計値の合計は必ずしも100%とならない場合がある。

引用について

本調査を引用いただく際は出所を明示してください。出所の記載例：パーソル総合研究所「男性育休に関する定量調査」

頁		内容
P2	調査概要、サマリ、提言	調査概要、サマリ、提言
P21	I. 企業実態	①男性の育休取得状況 ②男性育休の効果:企業の実感 ③企業の課題感
P46	II. 従業員実態	①男性の育休取得意向 ②男性育休の効果:取得者の実感
P62	III. 男性の中長期の 育休取得に影響する 要因	①男性本人の態度に影響する組織要因 ②上司の態度に影響する組織要因 ③同僚の態度に影響する組織要因
P87	IV. その他	①部下の育休取得に肯定的な上司による不在時マネジメント ②育休のとりやすさと関連する本人の特性 ③経営のコミットメントにつながる人事部門の特性
P95		Appendix

企業実態編

1. 取得状況：取得率

Page 22,27

-男性育休の取得率は、企業間格差が大きい。取得率50%以上の企業が約2割ある一方で、**取得率5%未満の企業が約半数を占める。**

【取得率（5%）の壁】

-男性育休の方針を見ると、**取得率が0%の企業では、「特に方針はない」「最低限の法順守ができればよいと考えている」企業が多い。**

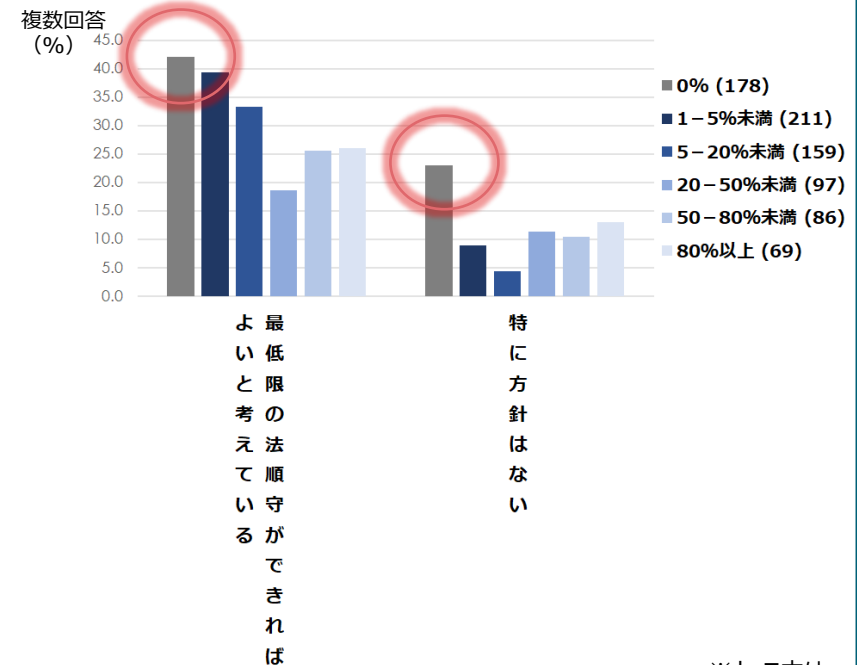
男性の育休取得率（全体）



人事・経営層 n=1162
※スクリーニング調査

※構成比の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、個々の集計値の合計と合致しない。

男性育休の方針／取得率別



※カッコ内はn

企業実態編

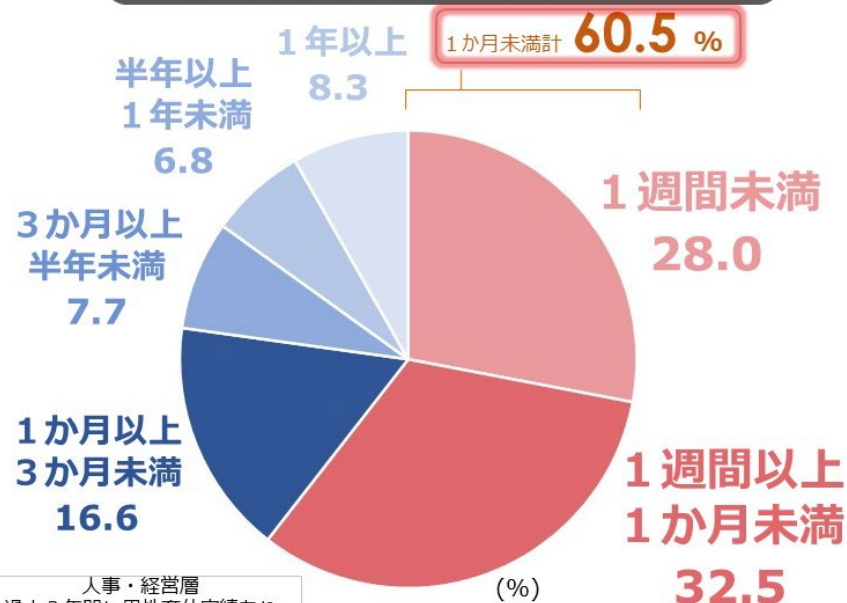
1. 取得状況：取得期間

Page 23～25

-男性の育休取得期間を見ると、**1か月未満の取得者の割合が約6割を占める**。【取得期間（1か月）の壁】

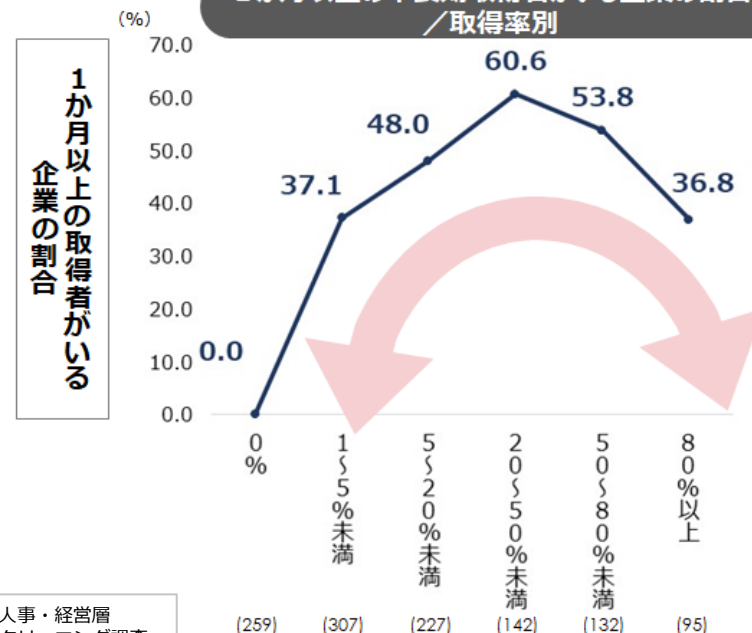
-男性の育休取得率ごとに1か月以上の中長期取得者がいる割合を見ると、取得率が20～50%未満の企業で1か月以上の取得者がいる割合が約6割で最も高い。取得率80%以上の企業で1か月以上の取得者がいる割合は4割未満に留まり、逆U字カーブを描く。
取得率が高いからといって中長期の取得ができているわけではない。

男性の育休取得期間：過去3年間の人数割合



人事・経営層
過去3年間に男性育休実績あり
n=903
※スクリーニング調査

1か月以上の中長期取得者がいる企業の割合／取得率別



人事・経営層
※スクリーニング調査

※カッコ内はn

男性の育休取得率（全体）

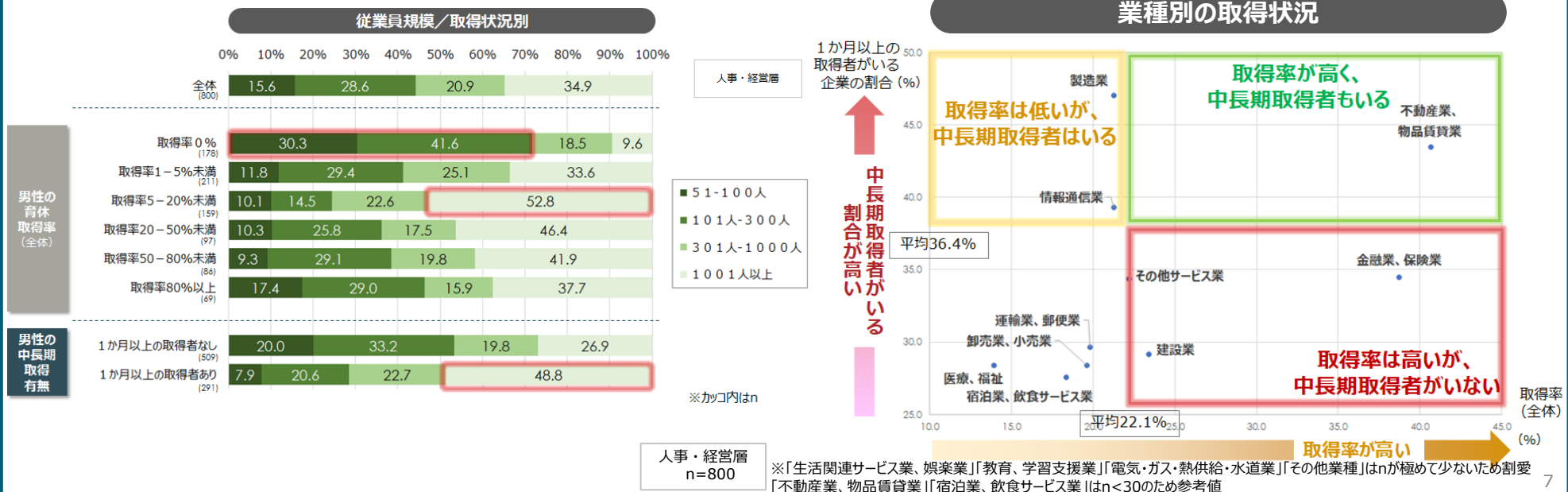
企業実態編

1. 取得状況：取得率と取得期間

Page 33～34

男性育休の取得率、および、中長期取得者（※1か月以上）の有無別に実態の整理を行った。

- 従業員規模を見ると、取得率0%では従業員300人以下の中規模以下の企業が7割以上を占める。取得率5-20%未満や1か月以上の中長期取得者がいる企業では1001人以上の企業が多い。
- 業種別に見ると、不動産業・物品賃貸業で取得率が高く、中長期取得者がいる割合も高い。一方で、金融業・保険業は取得率が高いが中長期取得者が乏しい。製造業や情報通信業は取得率は低いが中長期取得者がいる割合は高い。



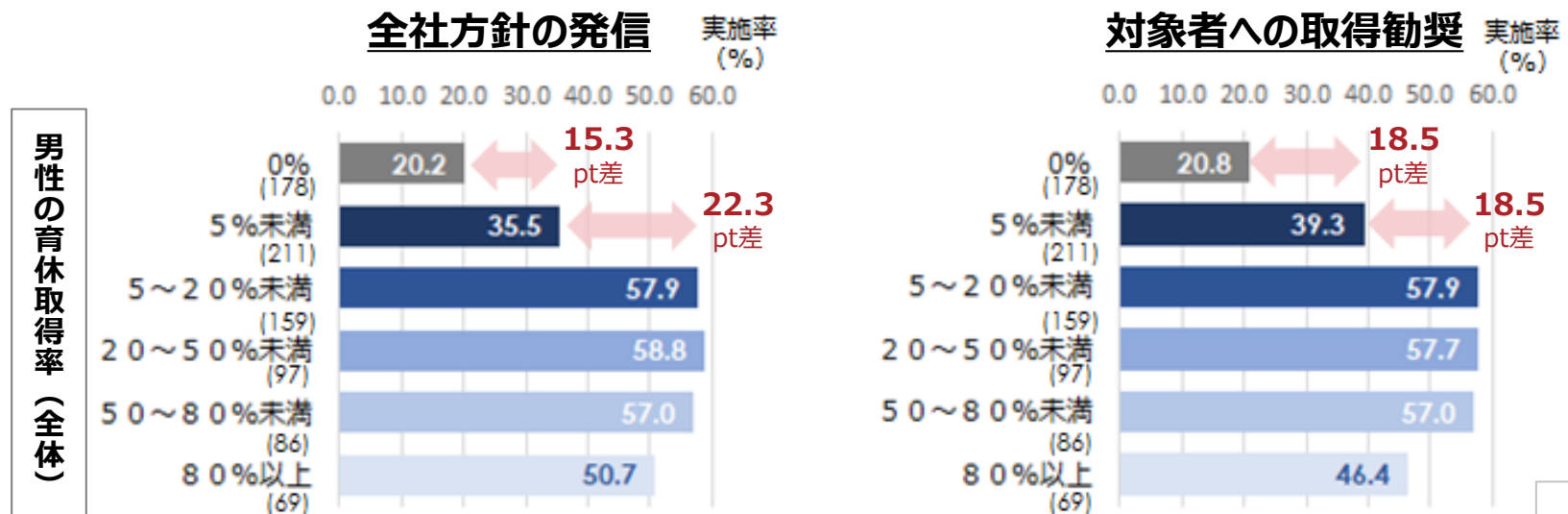
企業実態編

1. 取得状況：男性育休に関する施策の実施状況

Page 31

-男性の育休に関する施策の実施状況を見ると、**取得率5%未満の企業では、男性育休に関する「全社方針の発信」や「対象者への取得勧奨」の実施率が低い。**

男性育休施策の実施率／取得率別



※カッコ内はn

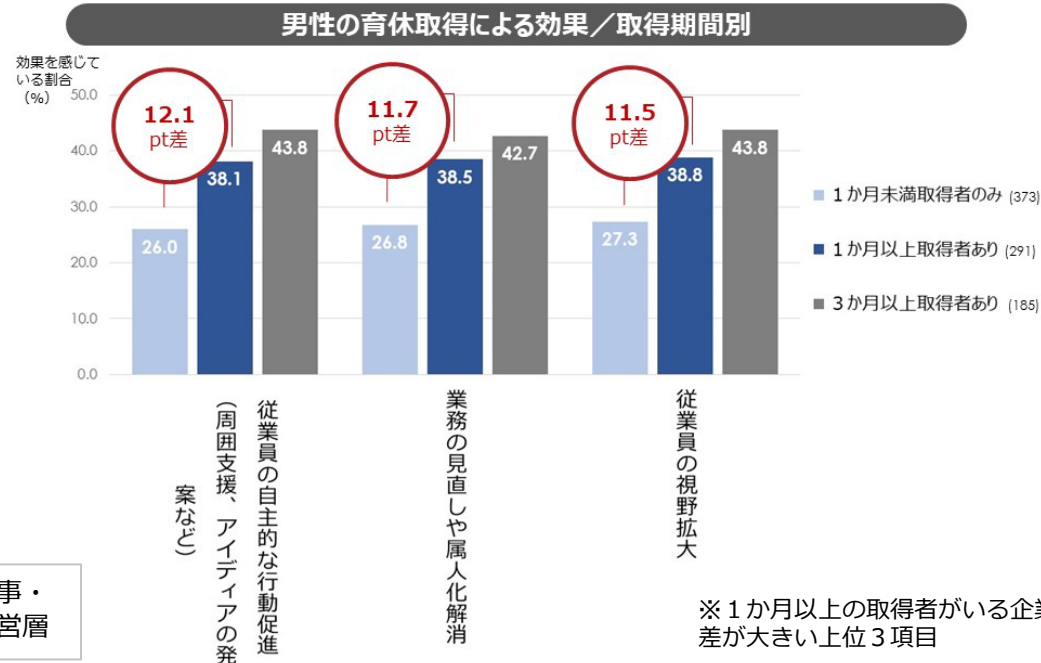
企業実態編

2. 男性育休の効果：企業の実感

Page 38～39

-男性が育休を取得したことによる効果について企業の実感を見ると、取得率が5%になるまでは中長期の取得者がいなくても取得率が上がるほど効果を実感している企業の割合が高くなる。取得率が5%から80%の企業では、中長期（※1か月以上）の取得者がいると効果を実感している割合が高い。

-中長期（※1か月以上）の取得者がいる企業は、短期（※1か月未満）の取得者のみの企業よりも「従業員の自主的な行動促進」「業務の見直しや属人化解消」「従業員の視野拡大」の効果を実感している割合が10ポイント以上高い。



企業実態編

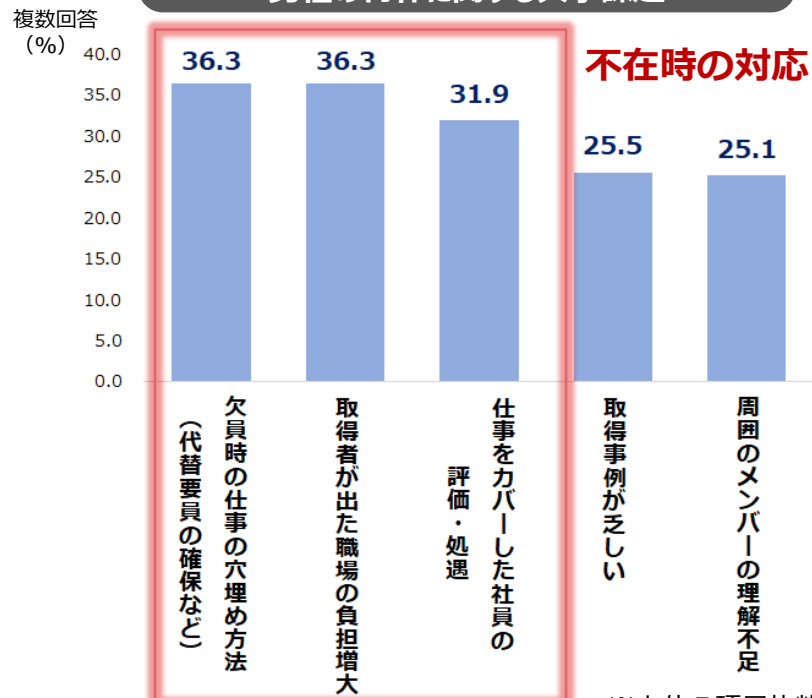
3. 男性育休に関する企業の課題

Page 41～42

-男性の育休に関する企業の課題を見ると、「不在時の対応」が課題の上位にあがる。

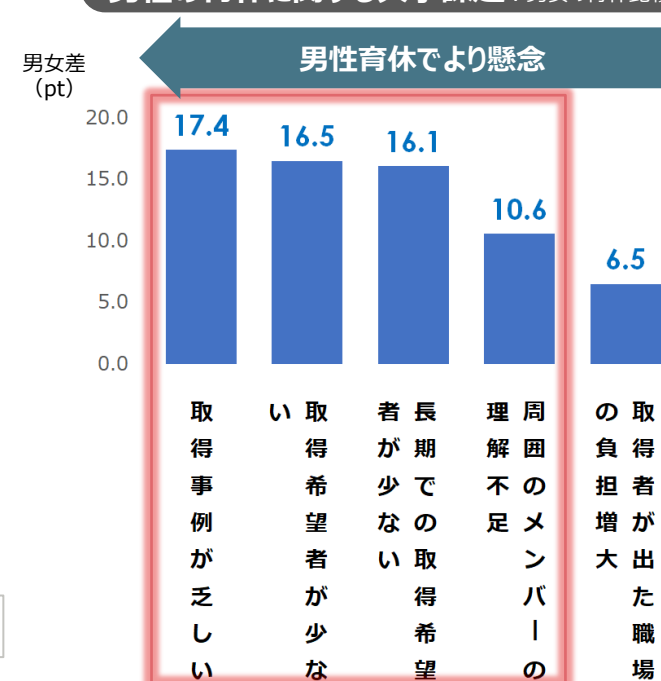
-男女の育休を比較すると、男性の育休は女性の育休よりも、特に、事例や取得希望者の少なさ、周囲のメンバーの理解不足が課題であると感じられている。

男性の育休に関する人事課題



※上位5項目抜粋

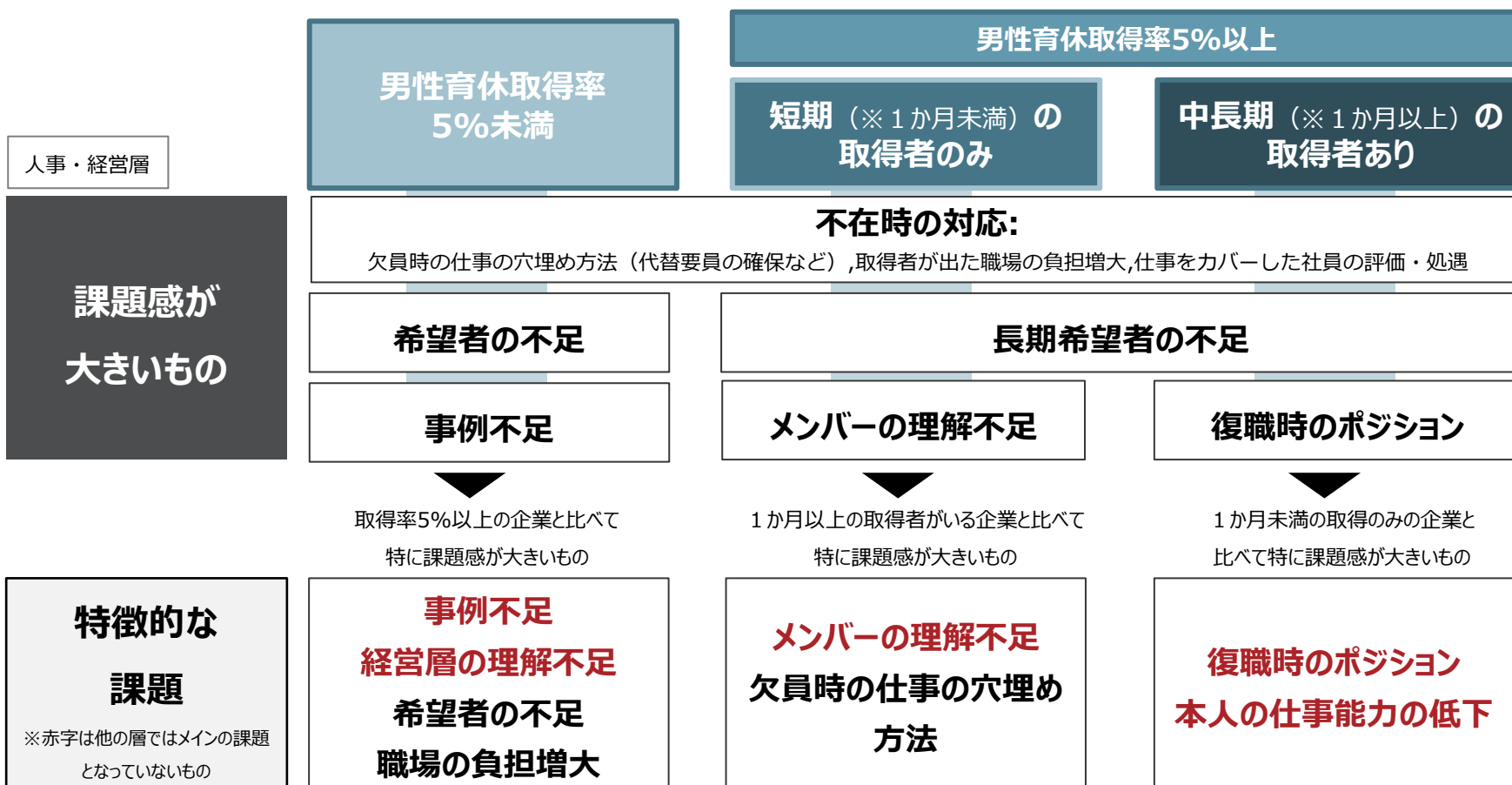
男性の育休に関する人事課題：男女の育休比較



※男性で懸念が大きい10項目のうち、男女の差が大きい上位5項目抜粋

企業実態編

男性の育休取得率・取得期間別の企業課題を見ると、「不在時の対応」や「希望者の不足」は共通の課題である。※取得率5%以上では長期希望者の不足が課題
 加えて、取得率5%未満の企業では「事例不足」や「経営層の理解不足」、取得率5%以上で短期（※1か月未満）の取得者のみの企業では「メンバーの理解不足」、中長期（※1か月以上）の取得者がいる企業では「復職時のポジション」や「本人の仕事能力の低下」が課題となっている。

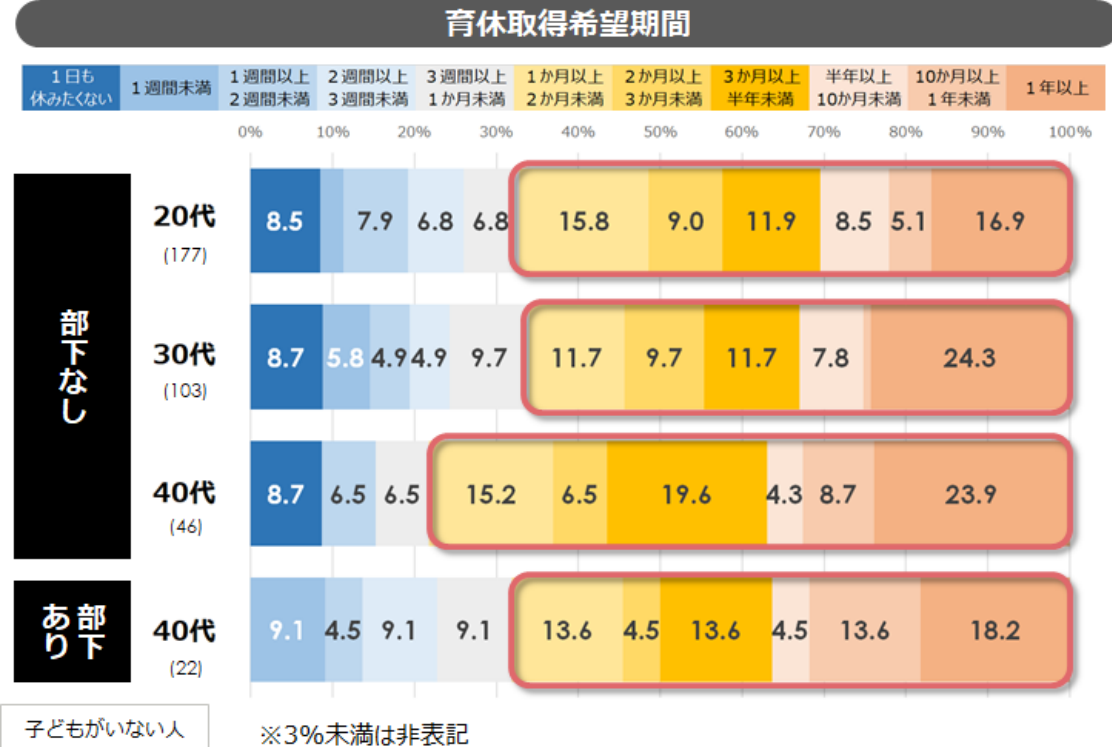
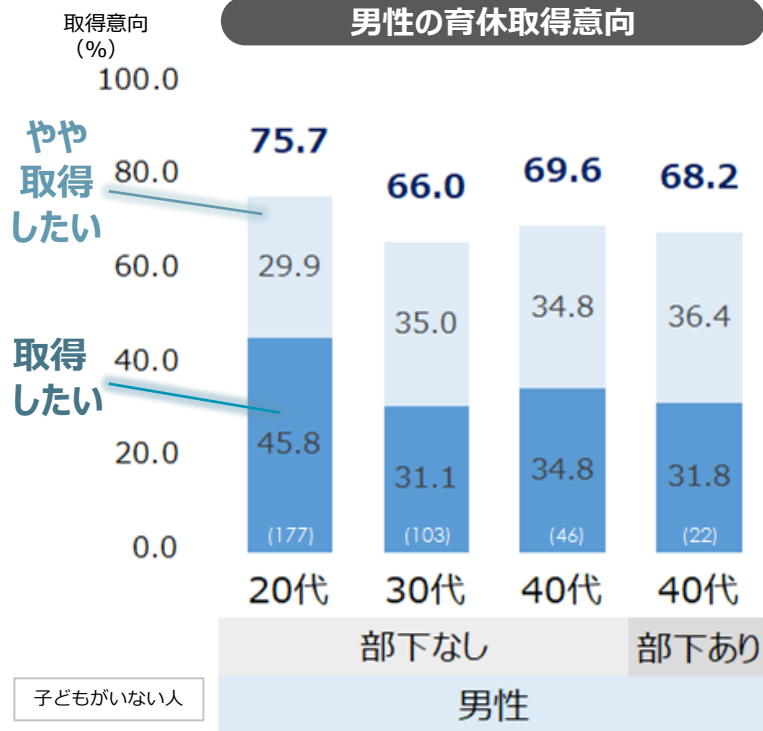


従業員実態編

1. 男性本人の取得意向

Page 46～47

- 年代や部下の有無にかかわらず、子どもがいない男性の7割前後が今後子どもが生まれたら育休を取得したいという意向をもっている。
- 取得を希望する期間としては、子どもがいない男性の6割以上が1か月以上の育休をとりたいと考えている。

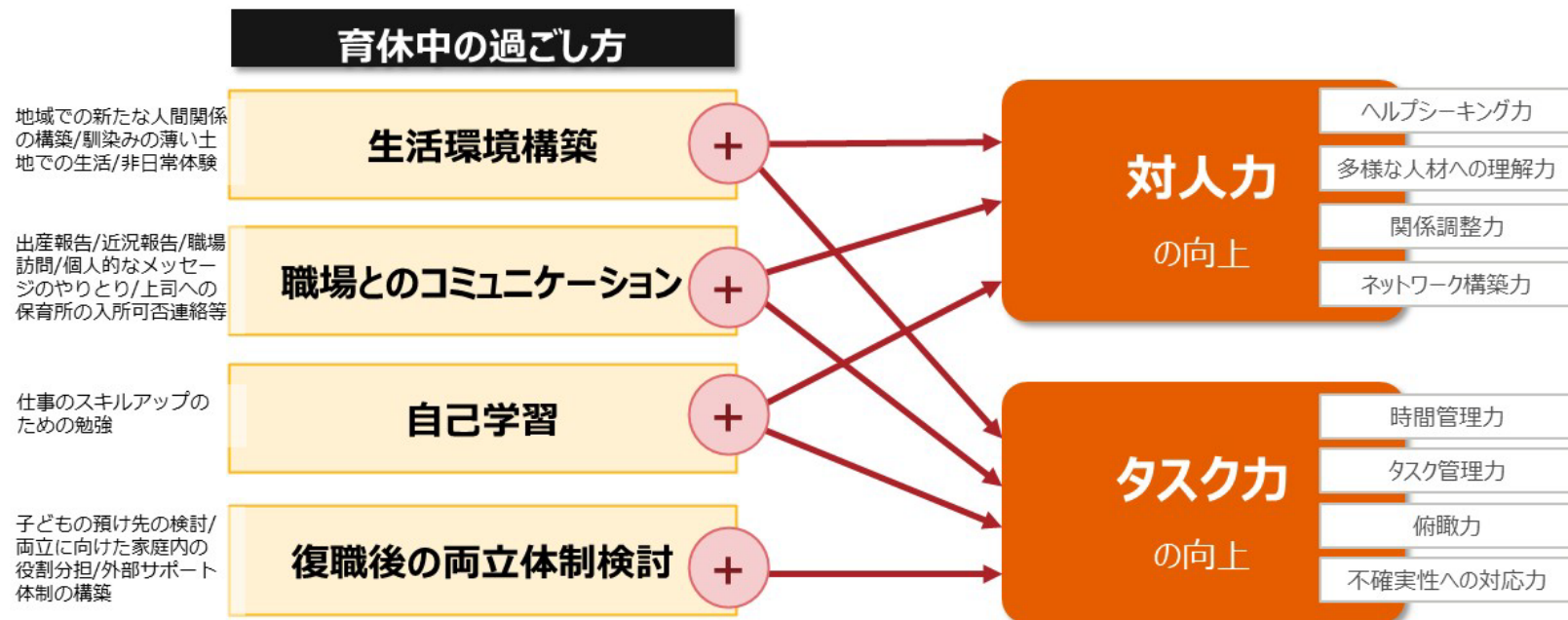


従業員実態編

2. 男性育休の効果：取得者の変化実感

Page 51～58

- 育休を取得した男性の3～5割が、多様な人材への理解や時間管理といった「対人力」や「タスク力」が向上したと実感している。
- これらの対人力やタスク力の高さといったビジネススキルはジョブ・パフォーマンスや周囲支援行動、職場改善提案行動といった組織貢献にプラスに影響している。
- 対人力やタスク力の向上には、育休中の生活環境構築や職場とのコミュニケーション、自己学習、復職後の両立体制検討といった過ごし方がプラスに影響しているが、数日程度（2週間未満）の育休ではそれらの経験が乏しい。

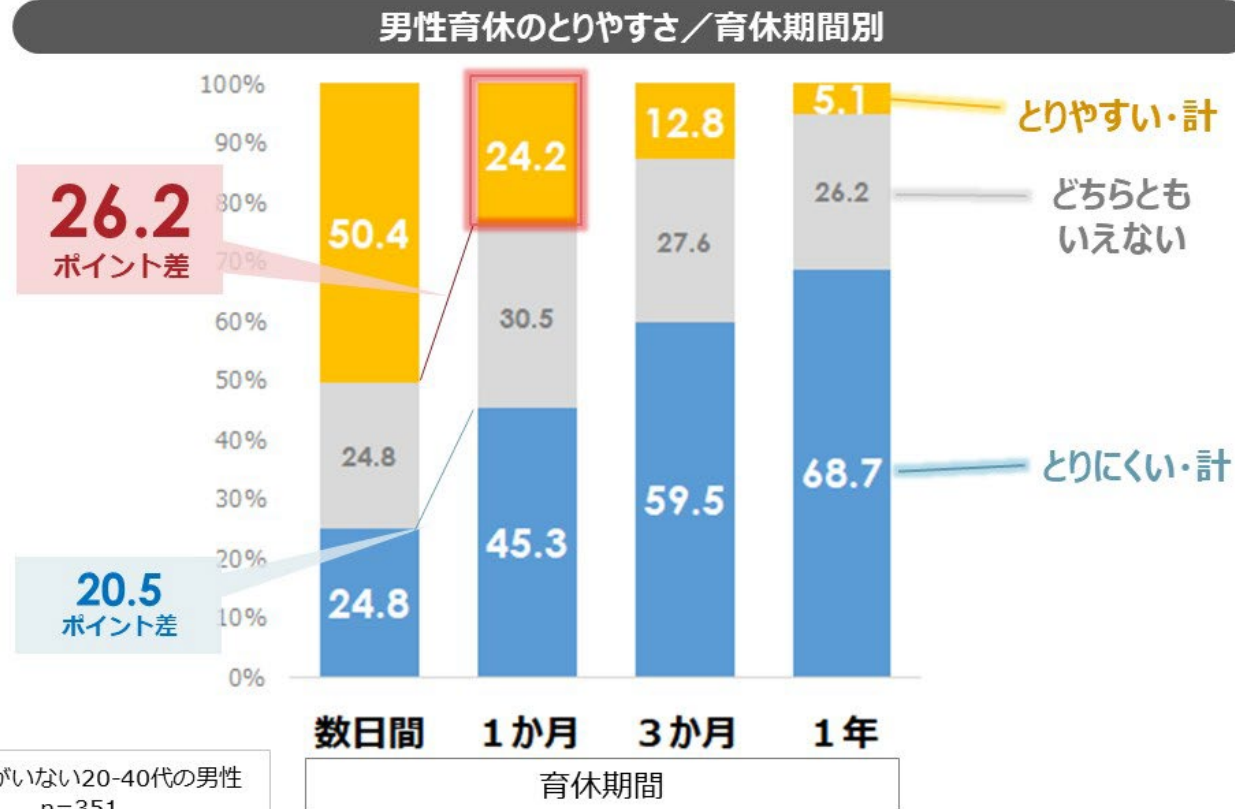


要因編

1. 男性本人の懸念

Page 66

-男性の育休は期間が長くなるほどとりにくいと感じられている。1か月の育休をとりやすいと感じる男性の割合は24.2%であり、数日間の育休がとりやすいと感じる男性の割合よりも26.2ポイント下がる。



要因編

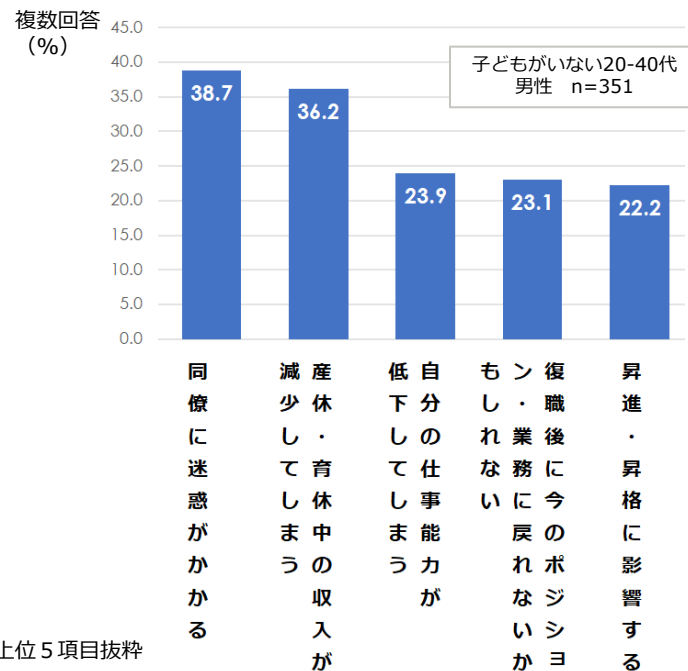
1. 男性本人の懸念

Page 67～68

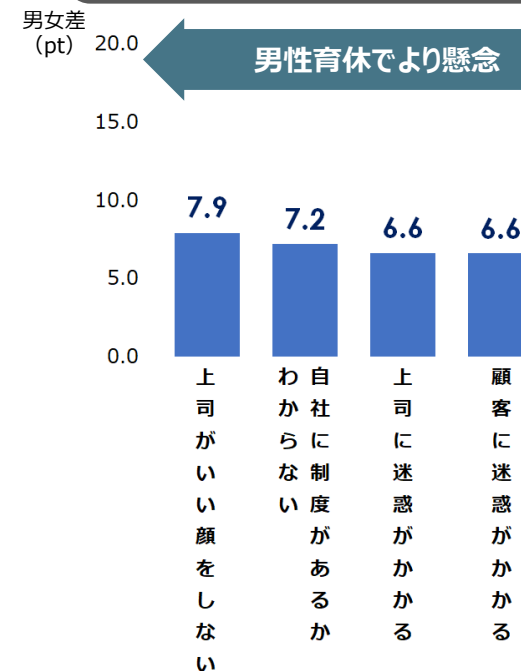
-男性が今後育休をとる上で懸念していることの上位は、同僚への迷惑や育休中の収入の減少、仕事能力の低下やポジションなどの中長期的キャリアへの影響。

-男女の差が大きい項目を見ると、**男性は特に、自社の制度の有無や上司・顧客のことを気にしている。**

育休を取得する上で気になること



育休を取得する上で気になること：男女の比較



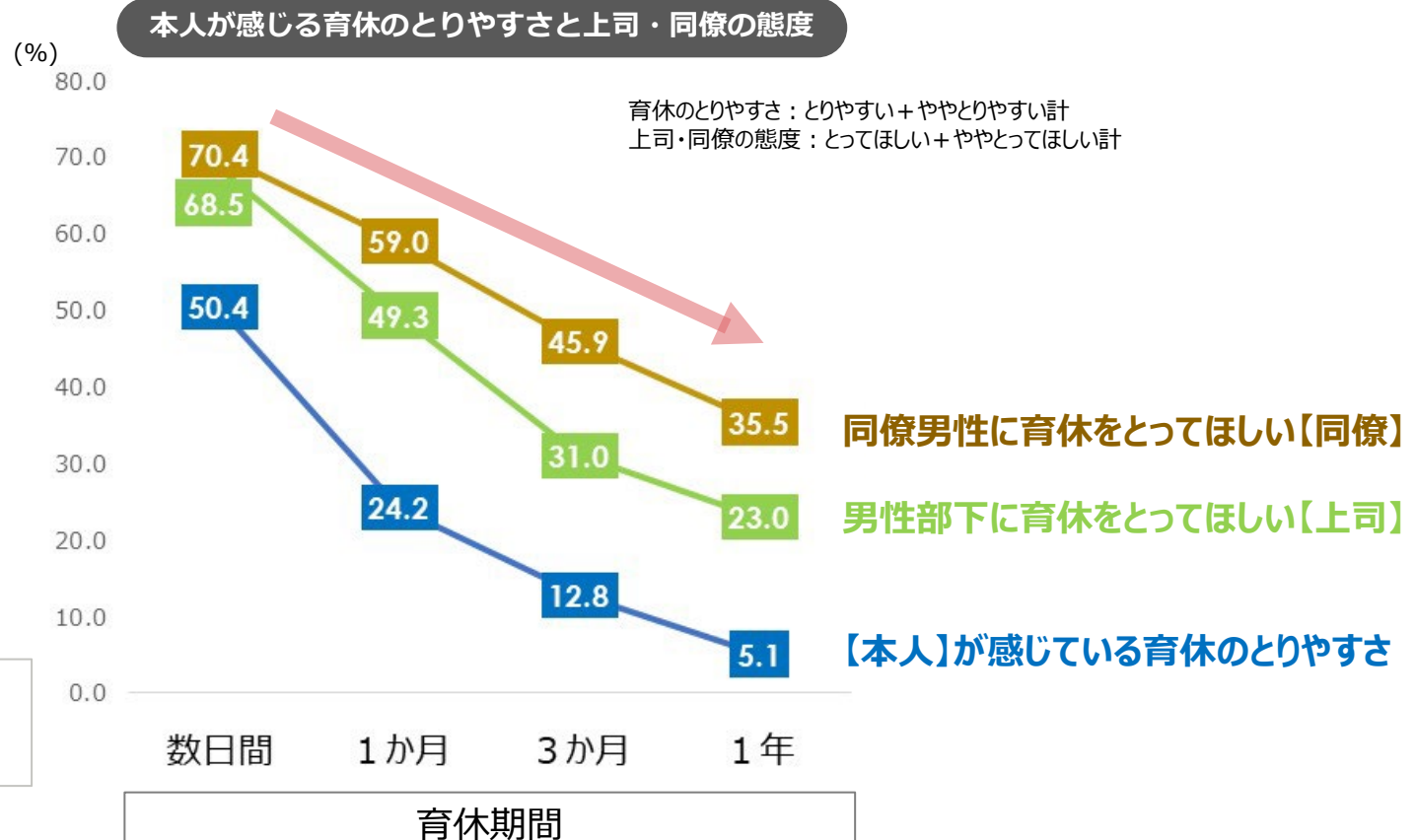
※男性で懸念が大きい
10項目のうち、男性で
より懸念している上位
4項目抜粋

要因編

2. 上司・同僚の態度

Page 66,73,79

-本人が感じている育休のとりやすさと同様に、部下や同僚に育休を「とってほしい」と考える上司・同僚は、期間が長くなるほど少なくなる。



本人：子どもがいない20-40代男性
n=351
上司：n=400
同僚：n=1600

※上司は男性。
女性上司は、割合が少ないため割愛。

要因編

3. 中長期の育休取得に影響する要因まとめ

Page 69,76,82

「男性優遇」や「プレッシャー」、「定期異動」が男性の中長期の育休への後ろ向きな態度に強く影響している。

一方で、「働き方の柔軟性」や「役割の明確性」、「目標の明確性」は中長期の育休への前向きな態度に影響している。



態度にプラスに影響



態度にマイナスに影響

中長期の育休を取得することへの本人・上司・同僚(3者)の態度

※中長期は1か月で分析

3者
の
共通
要素

プラスに影響

- ✓ 働き方の柔軟性<本人は時間と場所、上司は場所>
- ✓ 役割の明確性<本人・同僚のみ>
- ✓ 目標の明確性<上司と同僚のみ>



マイナスに影響

- ✓ 男性優遇
- ✓ プレッシャー<本人と上司は短時間での成果創出、同僚はノルマ>
- ✓ 定期異動<本人・同僚のみ>

追加
要素

<上司のみ>



育休取得による査定への影響のなさ

<同僚のみ>



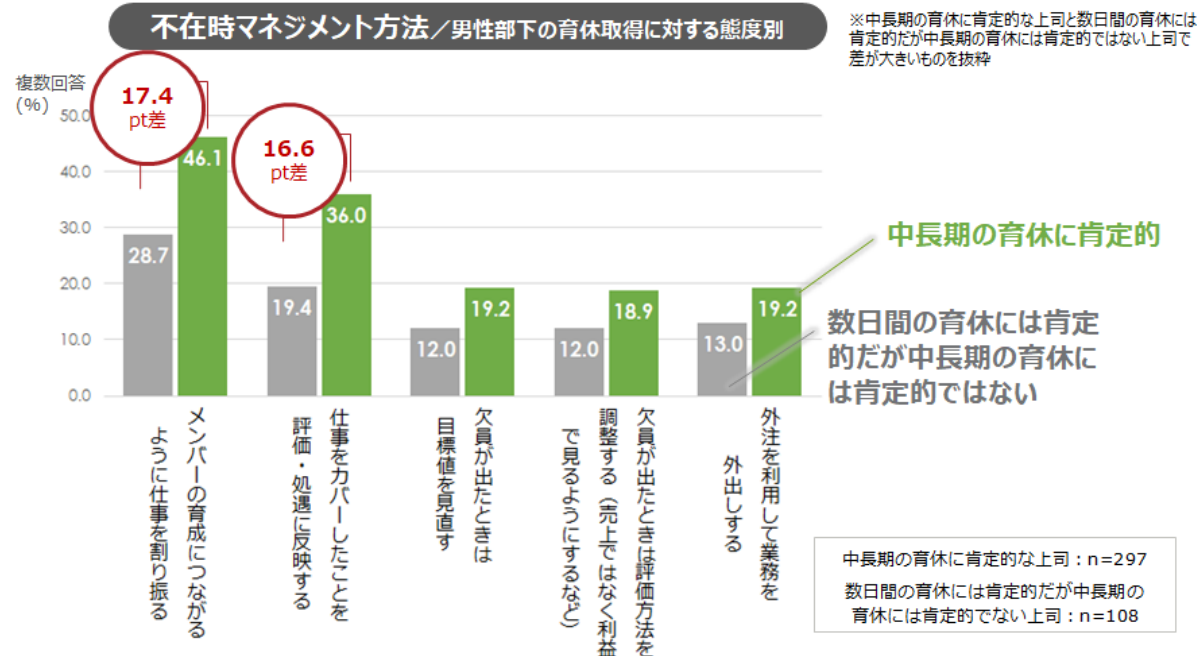
新卒偏重の人員構成

その他の論点

1. 部下の育休取得に肯定的な上司の不在時マネジメント

Page 87

-男性部下が中長期（※1か月で分析）の育休を取得することに対して肯定的な上司は、「メンバーの育成につながる仕事の割り振り」「仕事をカバーしたメンバーの評価・処遇」といった仕事をカバーするメンバーにメリットがあるマネジメントを想定している割合が17ポイント程度高い。



2. 男性の育休のとりやすさに関連する本人の特性

Page 89

-男性は外で働き、女性は家庭を守るべきであるという性役割分業意識がある人に加えて、職場で個人的な話をする事への抵抗感があり、自分の希望をうまく伝えられる自信がない人は中長期（※1か月で分析）の育休をとりにくいと感じている。

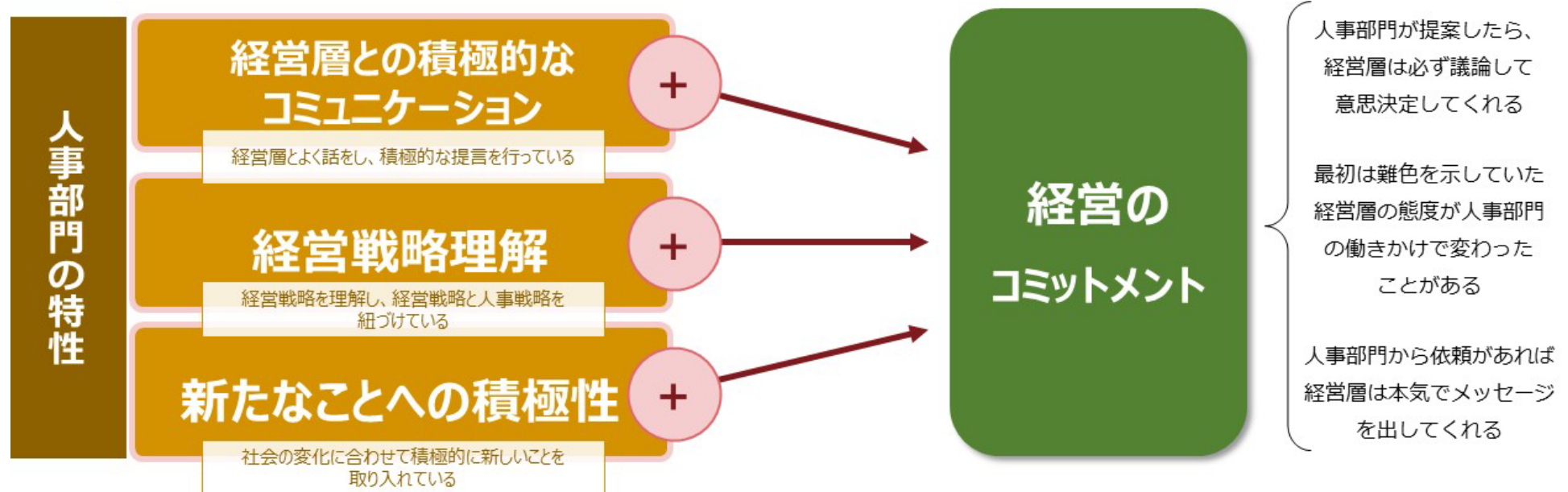
その他の論点

3.経営のコミットメントにつながる人事部門の特性

Page 92

-男性育休を推進する上での方針策定や全社方針の発信には経営のコミットメントが重要であると考えられることから、経営のコミットメントにつながる人事部門の特性を分析した。

人事部門が、経営層と積極的なコミュニケーションをとっており、経営戦略と人事戦略を紐づけ、社会の変化にあわせて新たなことに積極的に取り組んでいると、経営のコミットメントにつながっている。



人事・経営層 n=800

提言

人的資本開示の流れの中で、男性の育休取得状況は従業員の多様性を示す重要な指標である。男性が育休を取得することにより、本人のモチベーション向上だけでなく、優秀な人材の採用や属人化の解消、女性の活躍推進などのメリットがあり、組織力の強化が見込める。**男性の育休取得の推進は、自社の持続的発展に不可欠な戦略的投資**といえよう。

また、育休取得者は、多様な人材への理解力や不確実性への対応力といったビジネススキルを向上させ、自身の主体的な行動や仕事の成果にもつながる。男性の育休取得にいままだ及び腰の企業は、より積極的に男性の育休取得を推進すべきだ。

男性の育休推進のためには、**育休取得率が5%未満の企業は、まず自社の方針を示し、制度を従業員に周知することが重要だ**。その際、人事部門が経営層のコミットメントを得るためには、経営層と積極的にコミュニケーションを取り、社会の変化や経営戦略を踏まえた新しい人事施策を考案し、経営層に働きかける「攻めの姿勢」が大切である。

また、育休を取得するだけでなく、取得期間を長くするためには何が必要だろうか。今回の調査結果からは、働き方の柔軟化や役割の明確化が中長期の育休取得を促進する一方で、男性にプレッシャーのかかる昇進構造や定期異動が中長期の育休取得を妨げることが明らかになった。男性にプレッシャーのかかる昇進構造では、重要な仕事を手放しにくくなり、育休を取得すると昇進において不利になる可能性がある。**育休を取得したことで昇進や昇格の査定で不利益が生じないようにすることが重要**である。また、定期的な異動が多い職場では、上司やチームメンバーとの関係性が浅いことで中長期の育休の取得が難しくなっているものと推察される。**個別の人間関係に頼らずに、仕事をカバーするメンバーの負担を軽減するマネジメントも重要だ**。

育休中の職場の負担増加は、どの企業にとっても悩みの種である。**不在時のマネジメントにおいては、前向きに仕事をカバーできるように、カバーを担当するメンバーへの評価や処遇の改善、育成目的での仕事の割り当てなどに工夫の余地がある**。

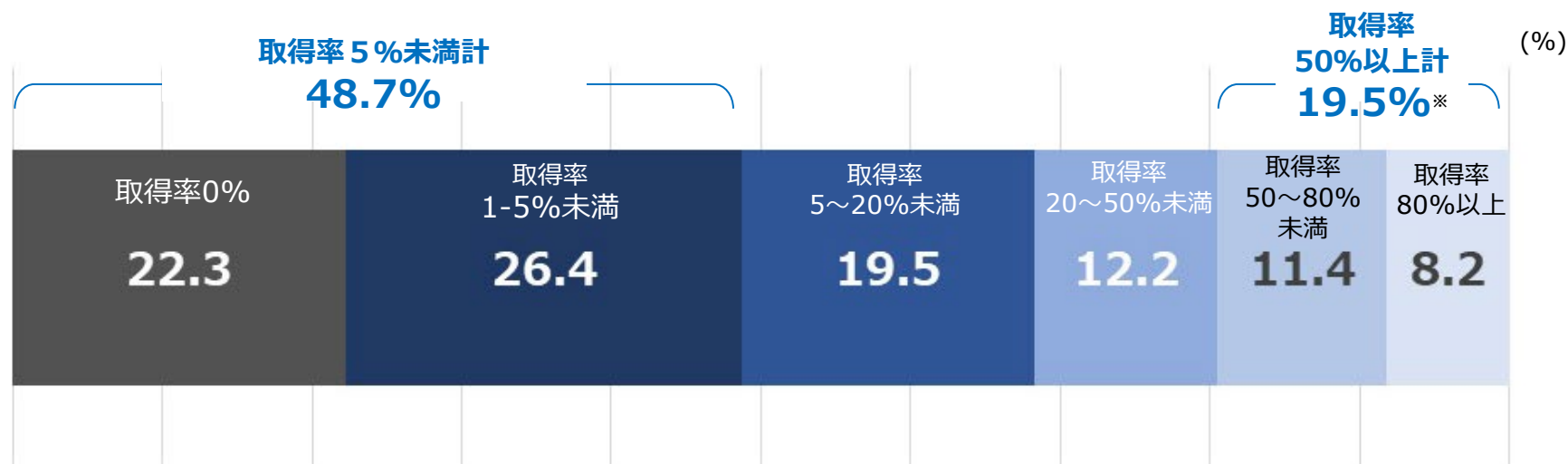
【Ⅰ】.企業実態編

①男性の育休取得状況

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

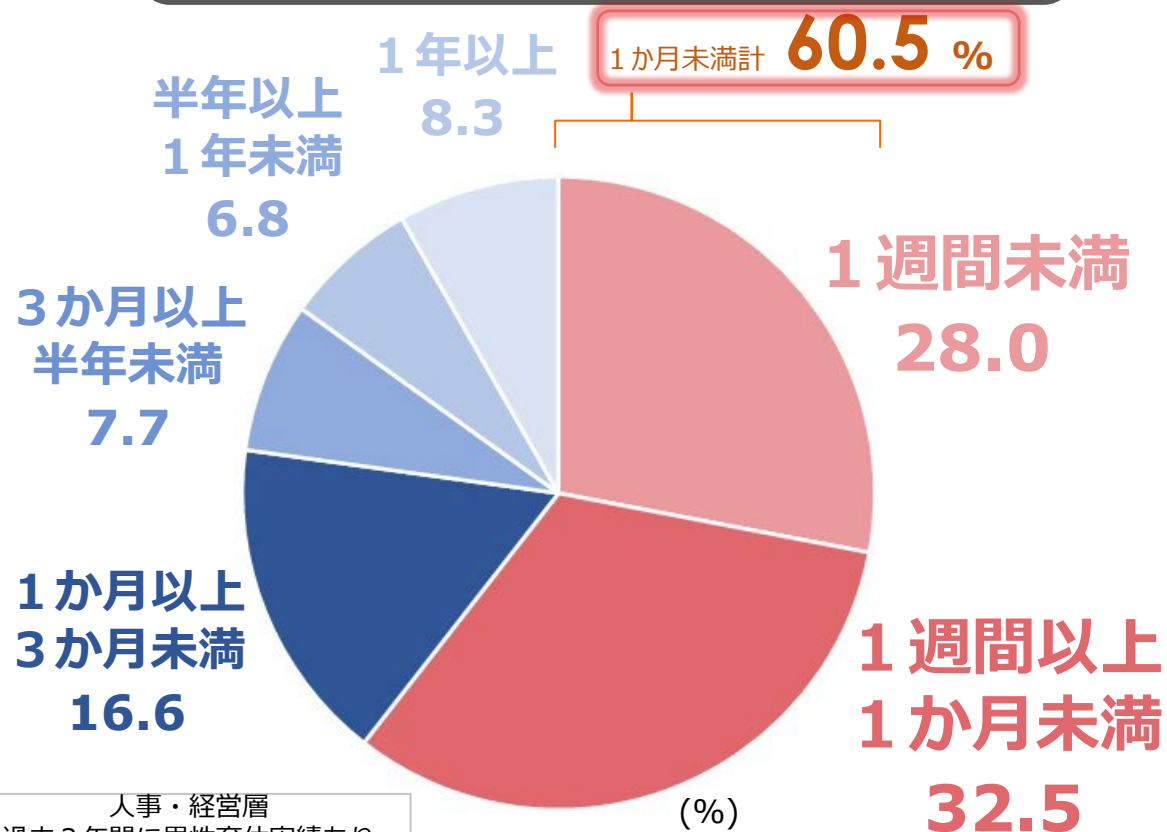
過去3年間における男性の育休取得率の平均を見ると、取得率が5%未満の企業
(取得者がいない企業を含む) が約半数を占める。一方で、取得率が50%以上の企業も約2割ある。

男性の育休取得率（全体）



男性の育休取得者がいる企業について取得期間を見た。取得期間 1 か月未満が半数以上を占める。

男性の育休取得期間：過去 3 年間の人数割合



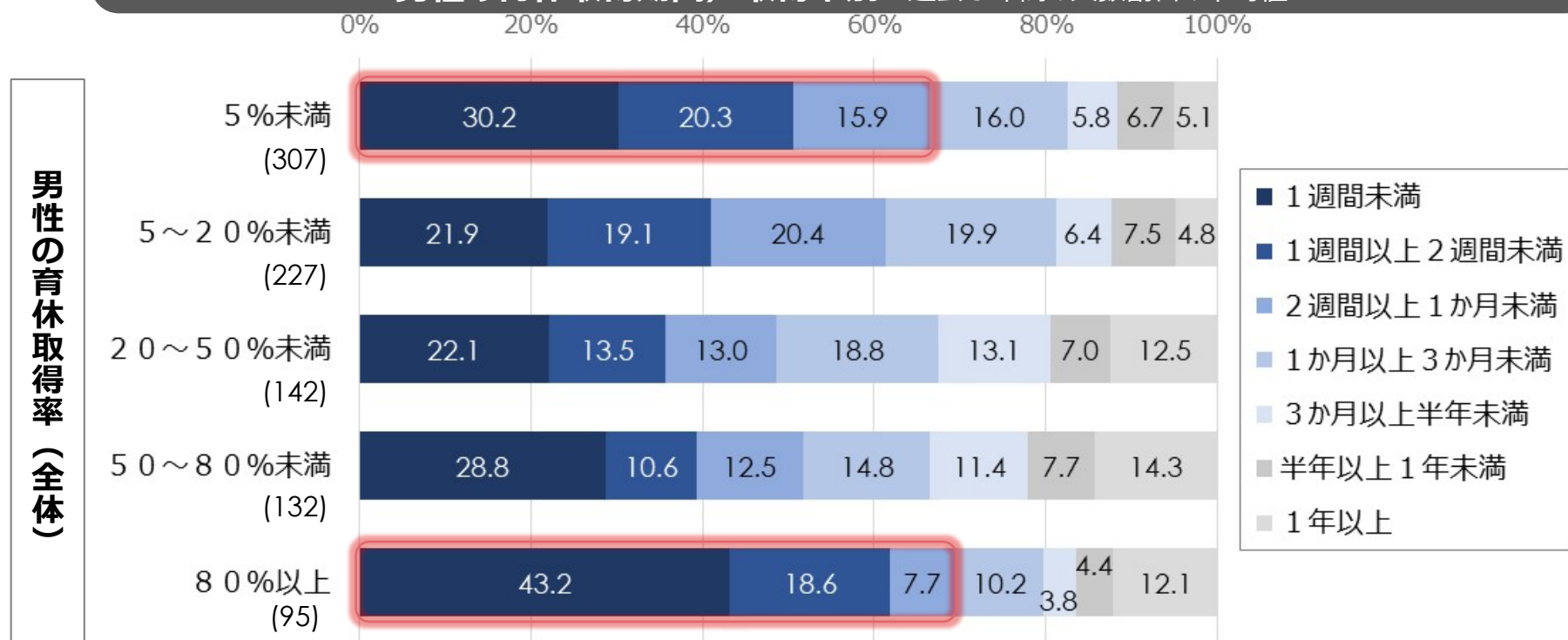
人事・経営層
過去 3 年間に男性育休実績あり
n=903
※スクリーニング調査

男性の育休取得率ごとに、取得期間を見た。

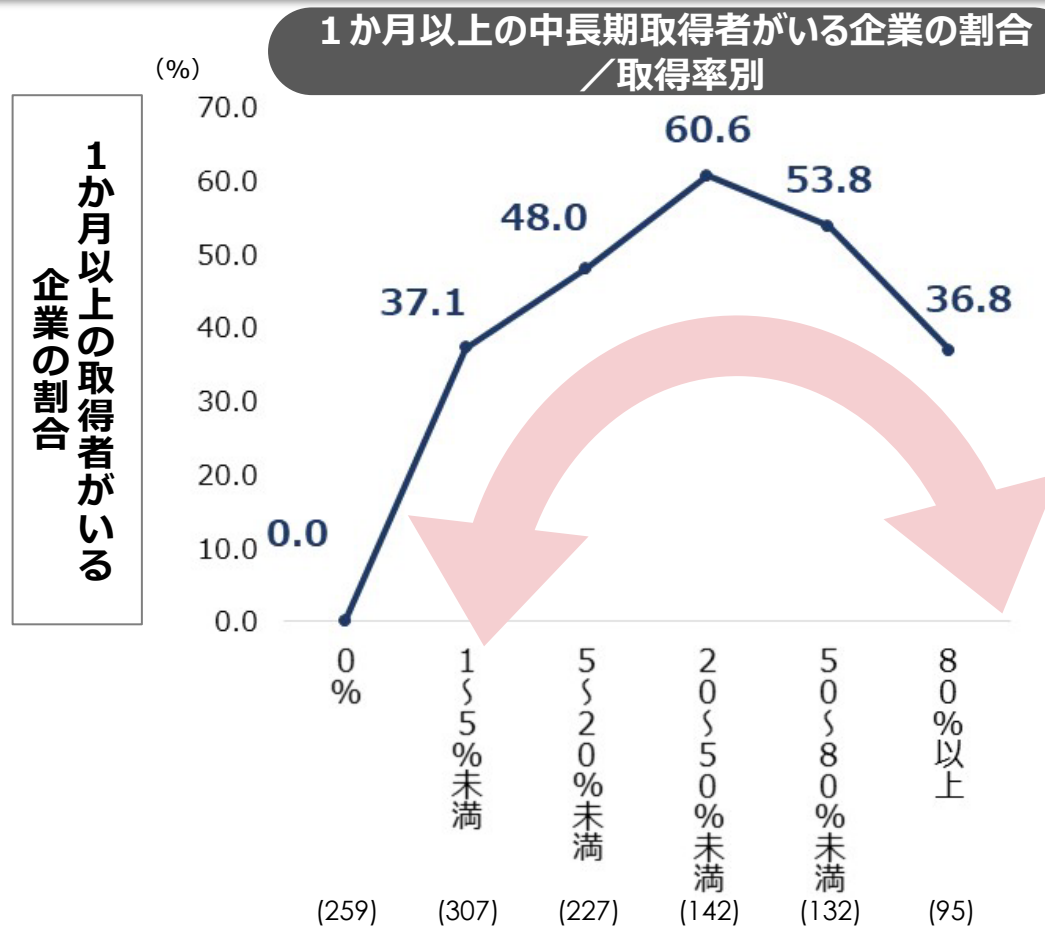
取得率が5%未満で低い企業と80%以上で高い企業のいずれも取得期間が短い。

人事・経営層
※スクリーニング調査

男性の育休取得期間／取得率別：過去3年間の人数割合の平均値



男性の育休取得率ごとに1 か月以上の中長期取得者がいる企業の割合を見ると、取得率が20～50%未満の企業の60.6%を頂点とする逆U字カーブを描く。取得率80%以上の企業で中長期取得者がいる割合は36.8%に留まる。



人事・経営層
※スクリーニング調査

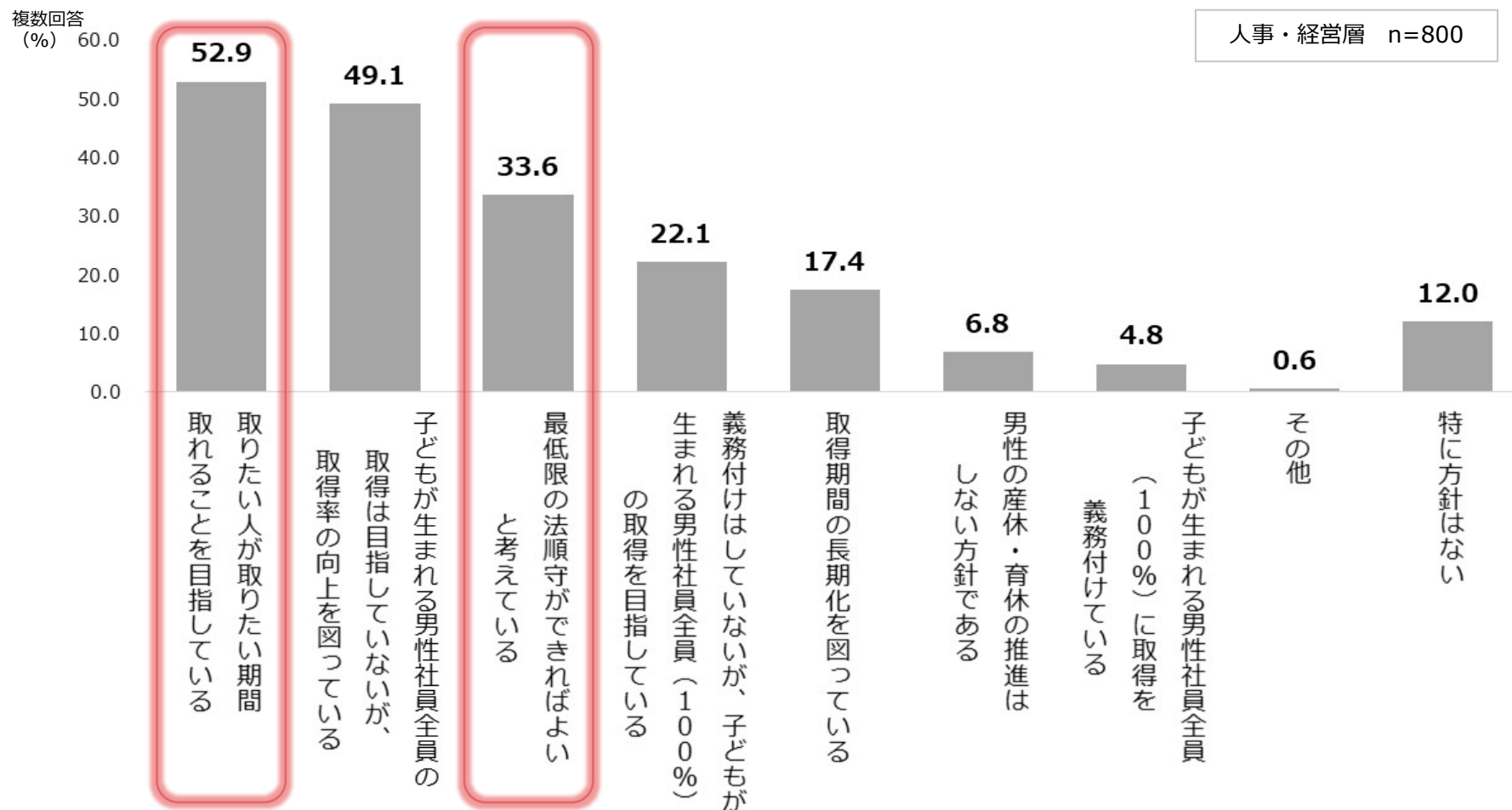
※カッコ内はn

男性の育休取得率 (全体)

企業の方針を見た。約半数の企業が「取りたい人が取りたい期間取れることを目指している」。

一方で、最低限の法順守ができればよいと考えている企業も33.6%ある。

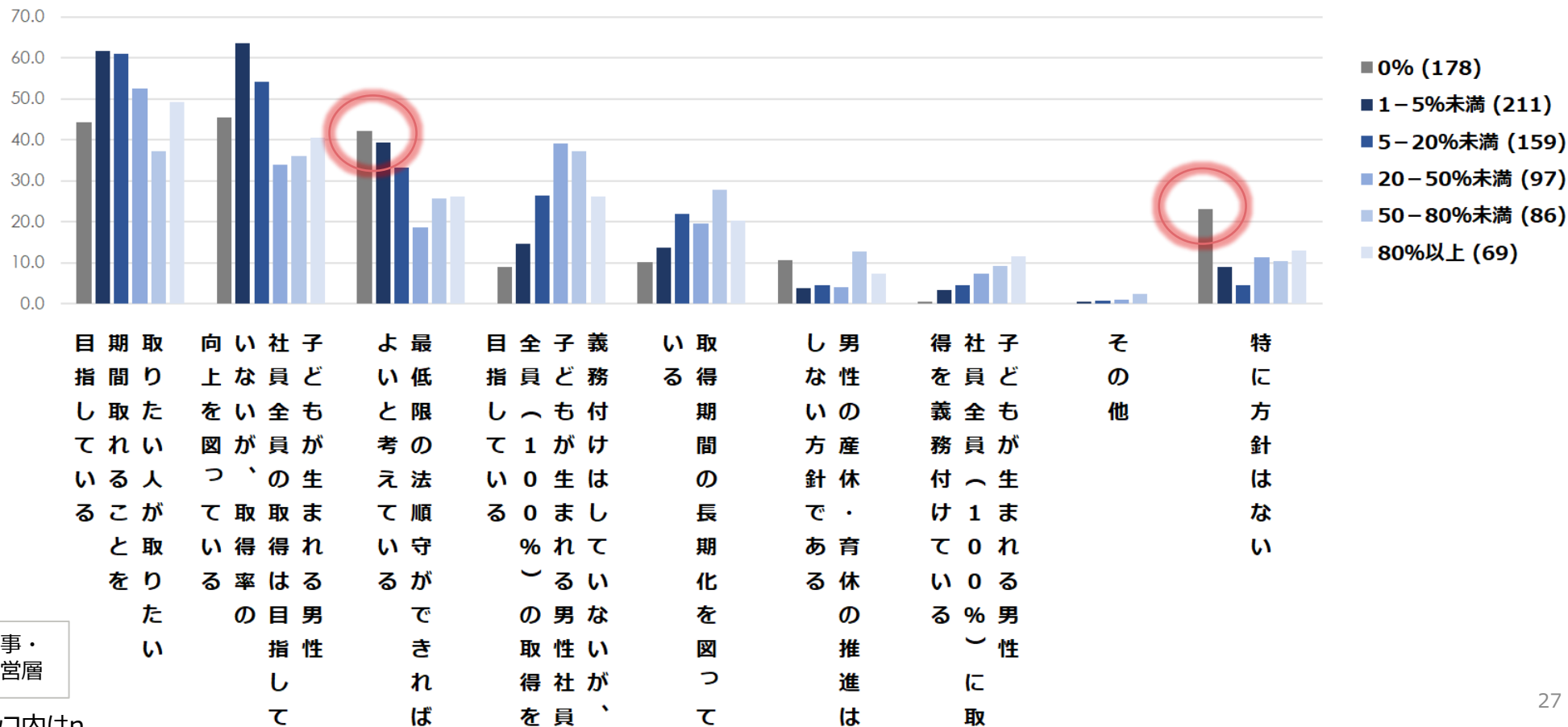
男性育休の方針



男性の育休取得率が0%の企業では、「最低限の法順守ができればよいと考えている」「特に方針はない」割合が高い。

男性育休の方針／取得率別

複数回答
(%)



人事・
経営層

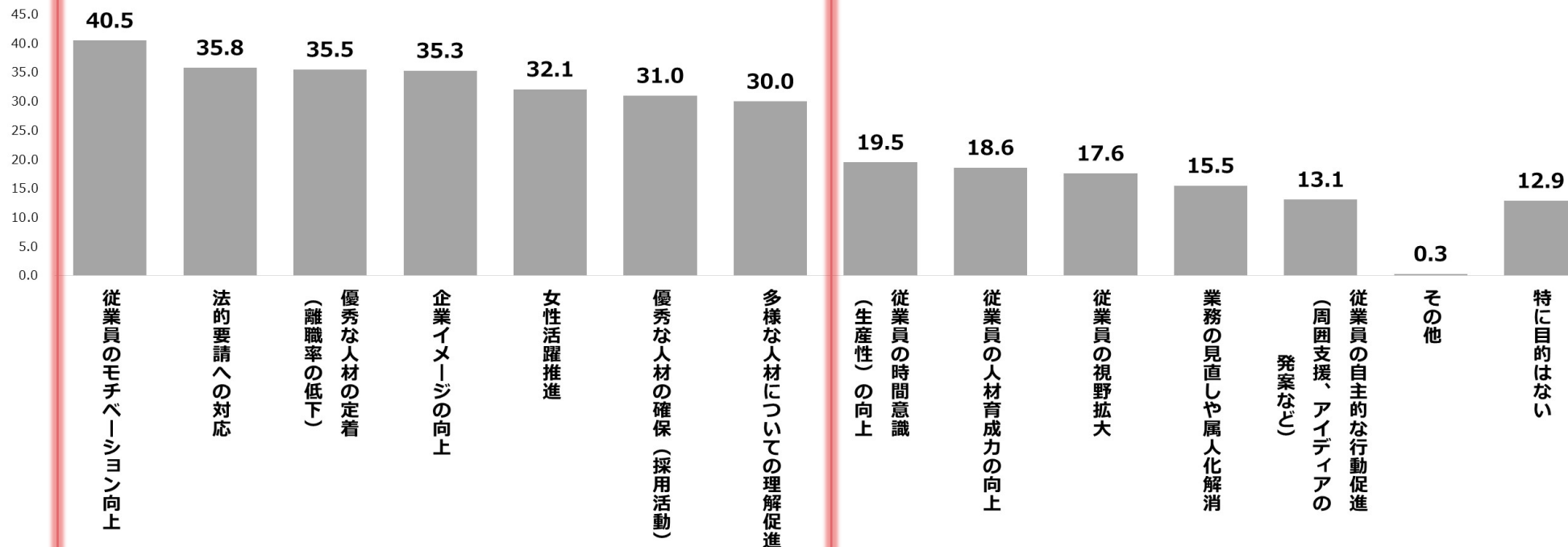
※カッコ内はn

企業が男性育休を推進する目的は、「従業員のモチベーション向上」が最も多い。その他、「法的要請への対応」「優秀な人材の定着・確保」「企業イメージ向上」「女性活躍推進」「多様な人材についての理解促進」が上位。

男性育休推進の目的

複数回答
(%)

人事・経営層 n=800



男性の育休取得率別に推進の目的を見ると、取得率が0%の企業では、「法的要請への対応」目的が最も多い。
取得率1-50%未満は「従業員のモチベーション向上」、取得率50%以上は「企業イメージの向上」目的が最も多い。

男性育休推進の目的／取得率別上位3つ：複数回答(%)

	取得率0% (n=178)	%
1	法的要請への対応	34.3
2	従業員のモチベーション向上	32.6
3	企業イメージの向上	26.4

	取得率20-50%未満 (n=97)	%
1	従業員のモチベーション向上	51.5
2	多様な人材についての理解促進	41.2
3	優秀な人材の定着 (離職率の低下)	40.2

	取得率1-5%未満 (n=211)	%
1	従業員のモチベーション向上	40.3
2	法的要請への対応	37.9
3	企業イメージの向上	37.0

	取得率50-80%未満 (n=86)	%
1	企業イメージの向上	38.4
2	女性活躍推進	37.2
3	従業員のモチベーション向上	36.0

	取得率5-20%未満 (n=159)	%
1	従業員のモチベーション向上	46.5
2	優秀な人材の定着 (離職率の低下)	44.7
3	女性活躍推進	43.4

	取得率80%以上 (n=69)	%
1	企業イメージの向上	40.6
2	優秀な人材の定着 (離職率の低下)	37.7
3	従業員のモチベーション向上	37.7

1 か月以上の中長期取得者の有無で見ると、中長期取得者がいない企業では「法的要請への対応」が上位にあがるのに対して、中長期取得者がいる企業では「企業イメージの向上」が上位にあがる。

男性育休推進の目的／中長期取得有無別上位3つ：複数回答(%)

	1 か月未満の 取得者のみ (n=509)	%
1	従業員のモチベーション向上	37.5
2	法的要請への対応	34.8
3	優秀な人材の定着 (離職率の低下)	33.4

	1 か月以上の 取得者あり (n=291)	%
1	従業員のモチベーション向上	45.7
2	優秀な人材の定着 (離職率の低下)	39.2
3	企業イメージの向上	38.8

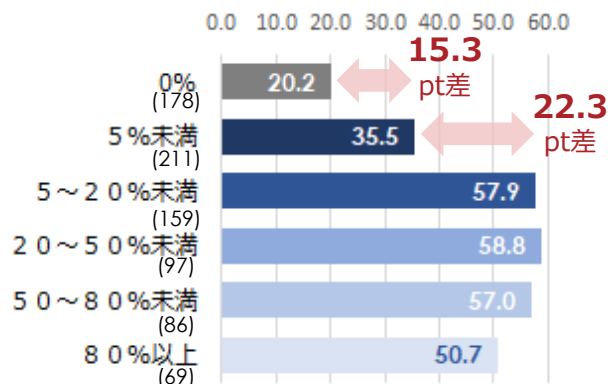
男性の育休に関する施策の実施状況を見た。

男性育休に関する「全社方針の発信」や「対象者への取得勧奨」の実施率は、
取得率0%と5%未満、5%未満と5%以上の間に大きな差があるが、5%以上ではほぼ変わらない。

詳細な取得率別

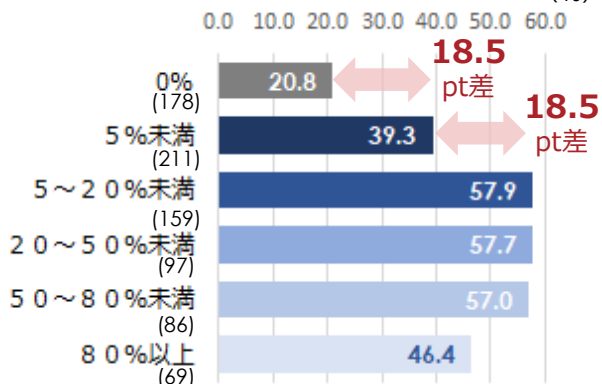
全社方針の発信

実施率
(%)



対象者への取得勧奨

実施率
(%)

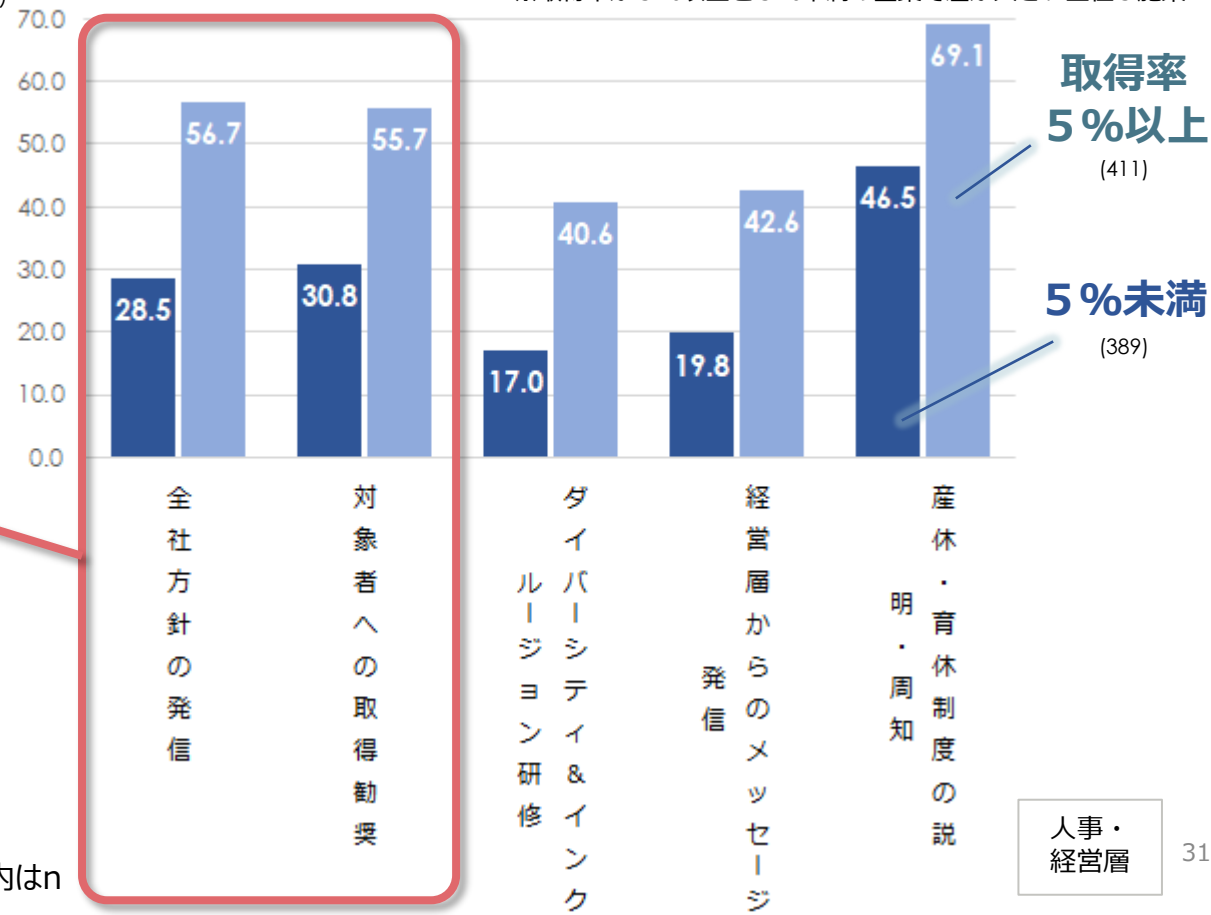


※カッコ内はn

男性育休施策の実施率／取得率別

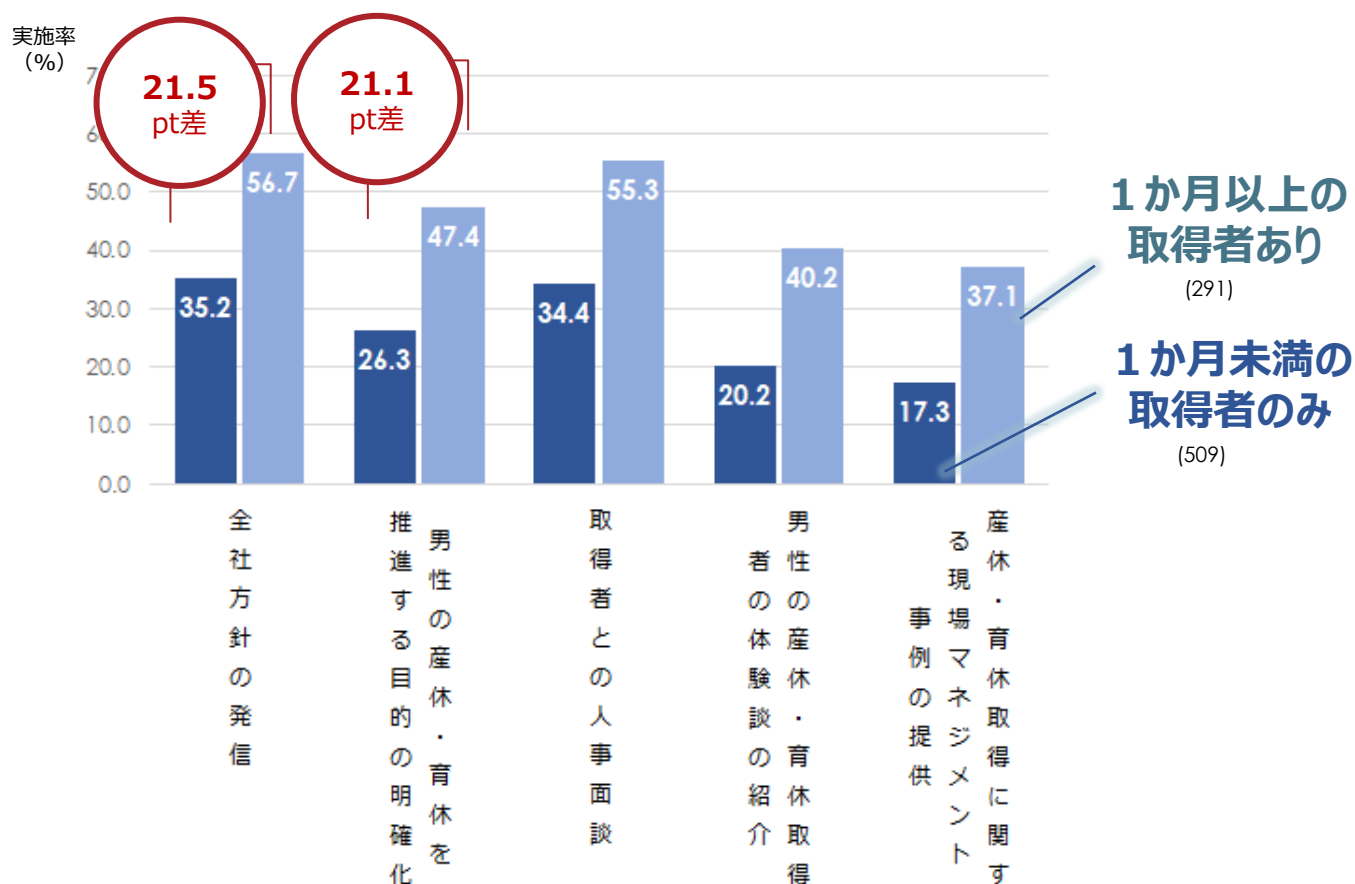
実施率
(%)

※取得率が5%以上と5%未満の企業で差が大きい上位5施策



中長期（※1か月以上）の取得者がいる企業では、
男性育休に関する「全社方針の発信」や「目的の明確化」の実施率が高い。

男性育休施策の実施率／取得期間別



※1か月以上の取得者と1か月未満の取得者のみの企業で差が大きい上位5施策

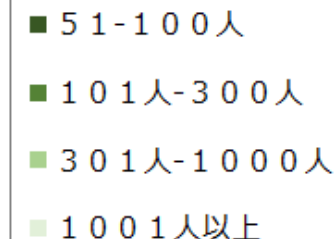
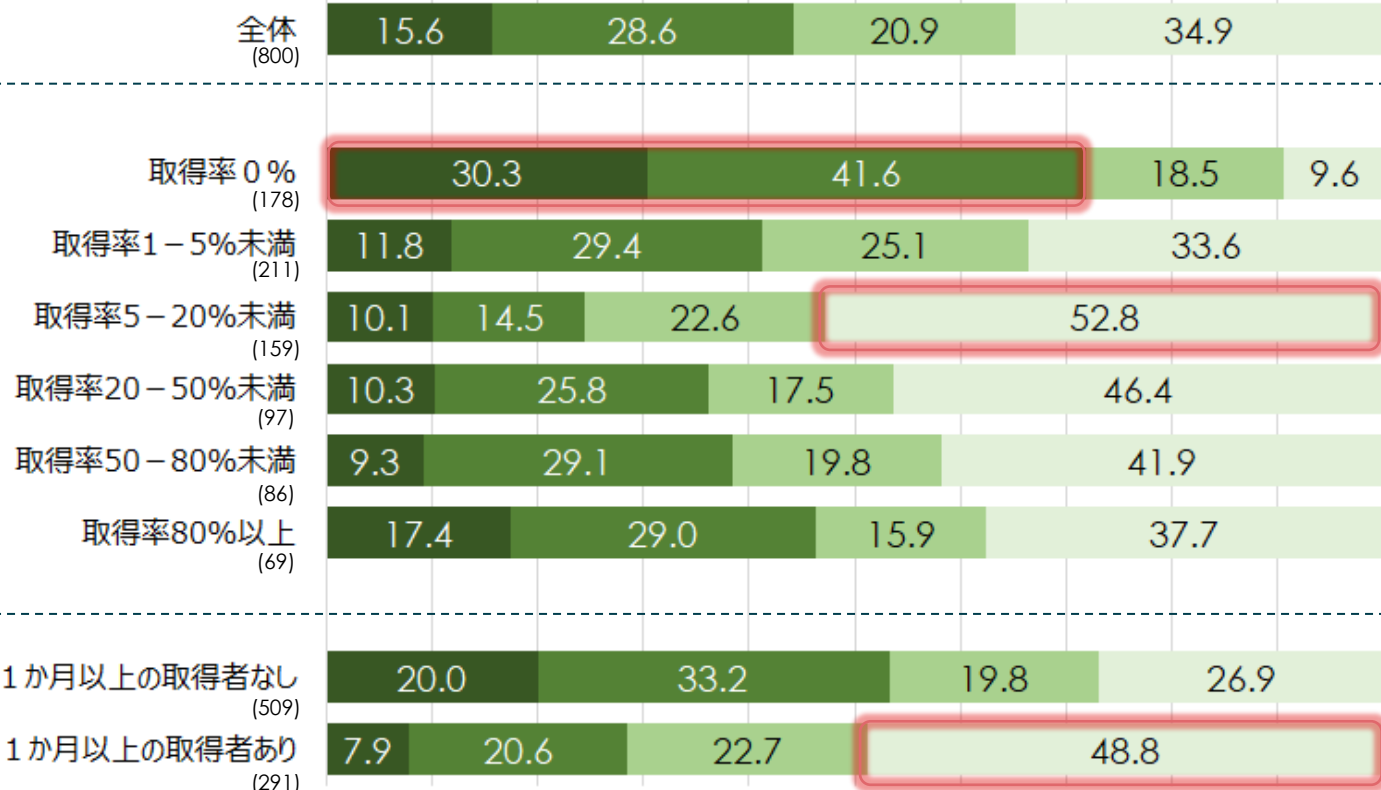
従業員規模を見ると、男性の育休取得率0%では従業員300人以下の企業が7割以上を占める。

取得率5-20%未満や中長期（※1か月以上）取得者がいる企業は1001人以上の企業が多い。

従業員規模／男性の育休取得状況別

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

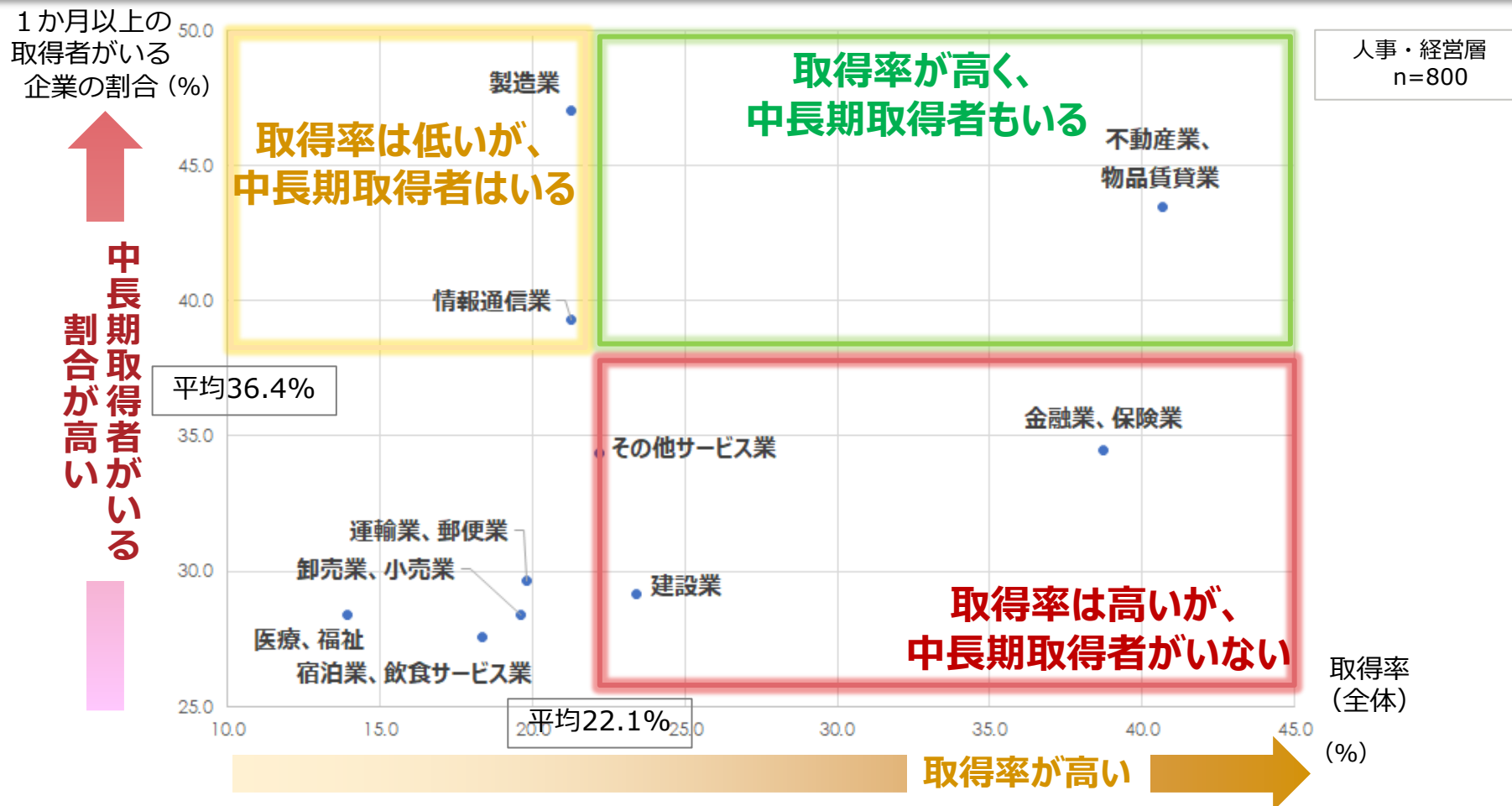
人事・経営層

男性の
育休
取得率
(全体)男性の
中長期
取得
有無

※カッコ内はn

業種別に男性育休取得率と中長期（※1か月以上）取得者の有無を見た。

不動産業・物品賃貸業は取得率が高く、中長期取得者がいる割合も高い。一方で、金融業・保険業は取得率は高いが中長期取得者が乏しい。製造業や情報通信業は取得率は低いが中長期取得者がいる割合は高い。



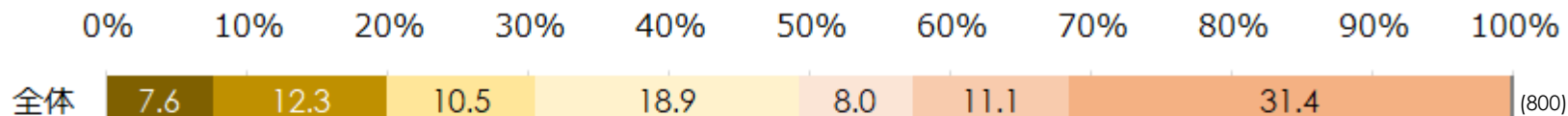
※「生活関連サービス業、娯楽業」「教育、学習支援業」「電気・ガス・熱供給・水道業」「その他業種」はnが極めて少ないため割愛
「不動産業、物品賃貸業」「宿泊業、飲食サービス業」はn<30のため参考値

男性の育休取得率が低い企業や中長期取得者（※1か月以上）がいない企業では女性の育休取得率も低い。

女性育休取得率／男性の育休取得状況別

■ 0% ■ 1-5%未満 ■ 5-10%未満 ■ 10-30%未満 ■ 30-50%未満 ■ 50-80%未満 ■ 80%以上 ■ 不明

人事・経営層



取得率0% 27.5 28.1 13.5 10.1 17.4 (178)

取得率1-5%未満 4.3 19.9 17.5 23.7 3.8 7.1 22.7 (211)

取得率5-20%未満 5.0 24.5 11.9 14.5 42.1 (159)

取得率20-50%未満 6.2 16.5 28.9 48.5 (97)

取得率50-80%未満 34.9 20.9 19.8 23.3 (86)

取得率80%以上 7.2 20.3 11.6 4.3 55.1 (69)

男性の
育休
取得率
(全体)

男性の
中長期
取得
有無

1か月以上の取得者なし 11.6 16.5 11.4 15.7 7.7 9.0 27.9 (509)

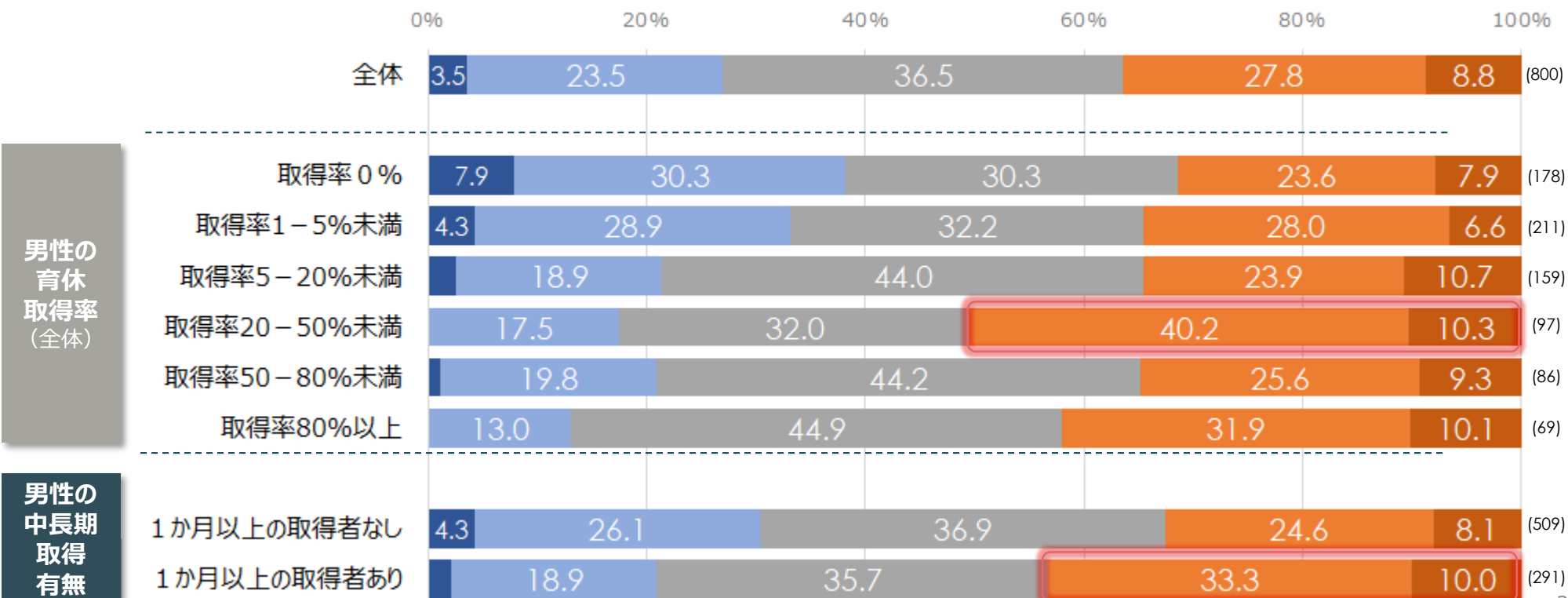
1か月以上の取得者あり 4.8 8.9 24.4 8.6 14.8 37.5 (291)

3年前と比べた売上高の変化を見た。

男性の育休取得率が20%以上50%未満や中長期取得者（※1か月以上）がいる企業で売上高が増加している企業が多い。

売上高の増減：3年前比較（3年前を100とした時の数値）／男性の育休取得状況別

■ 大幅に減少している（80以下） ■ 減少している ■ ほとんど変わらない ■ 増加している ■ 大幅に増加している（120以上）



【Ⅰ】.企業実態編

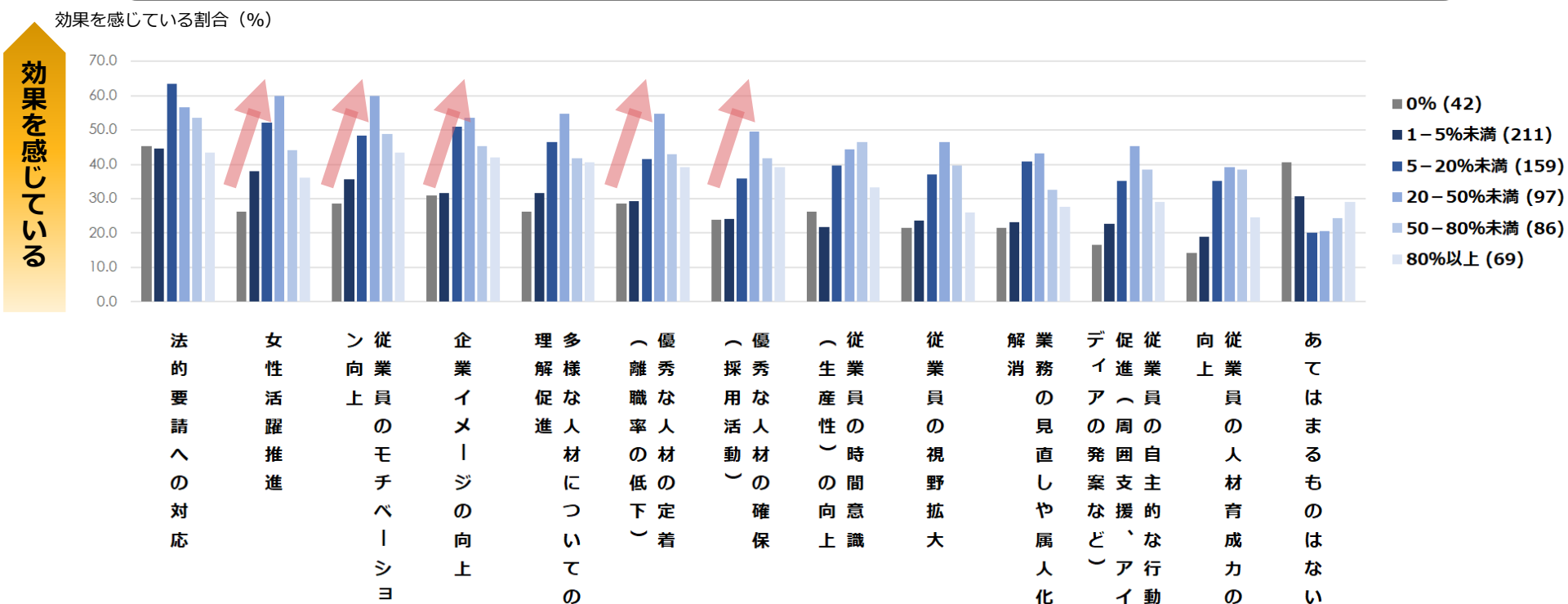
②男性育休の効果：企業の実感

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

男性の育休取得によって、企業は、「女性活躍推進」や「従業員のモチベーション向上」「企業イメージの向上」「優秀な人材の定着」「優秀な人材の採用」といったさまざまな効果を実感している。

男性の育休取得率が50%程度までは、取得率が高いほど効果を実感している企業の割合が高い。

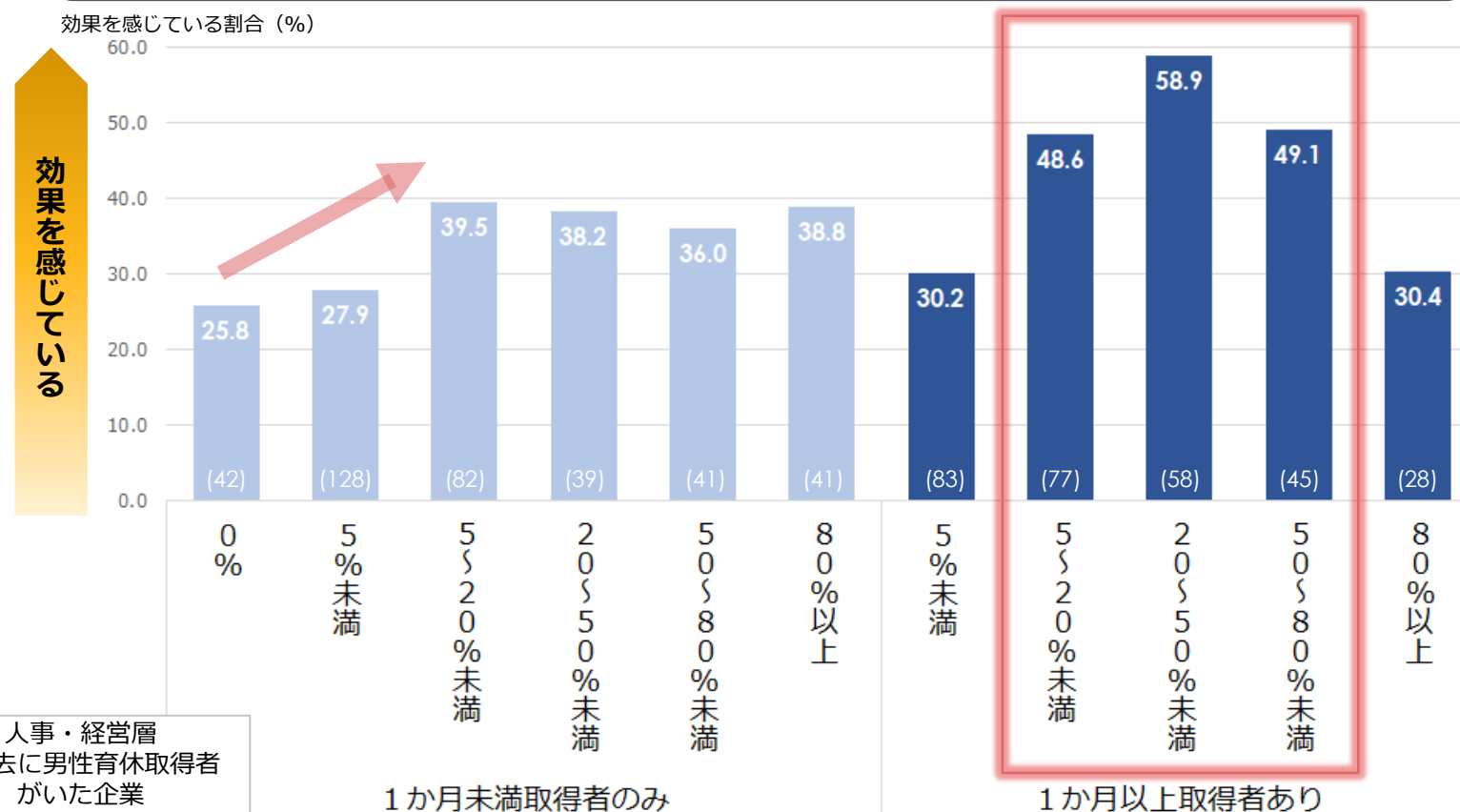
男性育休の効果実感（効果を感じている＋やや効果を感じている割合）／取得率別



人事・経営層
※過去に男性育休取得者がいた企業

男性の育休取得率が5%になるまでは、中長期（※1か月以上）の取得者がいなくても取得率が上がるほど効果が上がる。
取得率が5%から80%の企業では、中長期の取得者がいると効果実感が高い。

男性育休の効果実感／取得率・取得期間別：12項目の効果を感じている割合の平均値



※12項目の効果と、取得率別の効果実感の割合はP.38参照

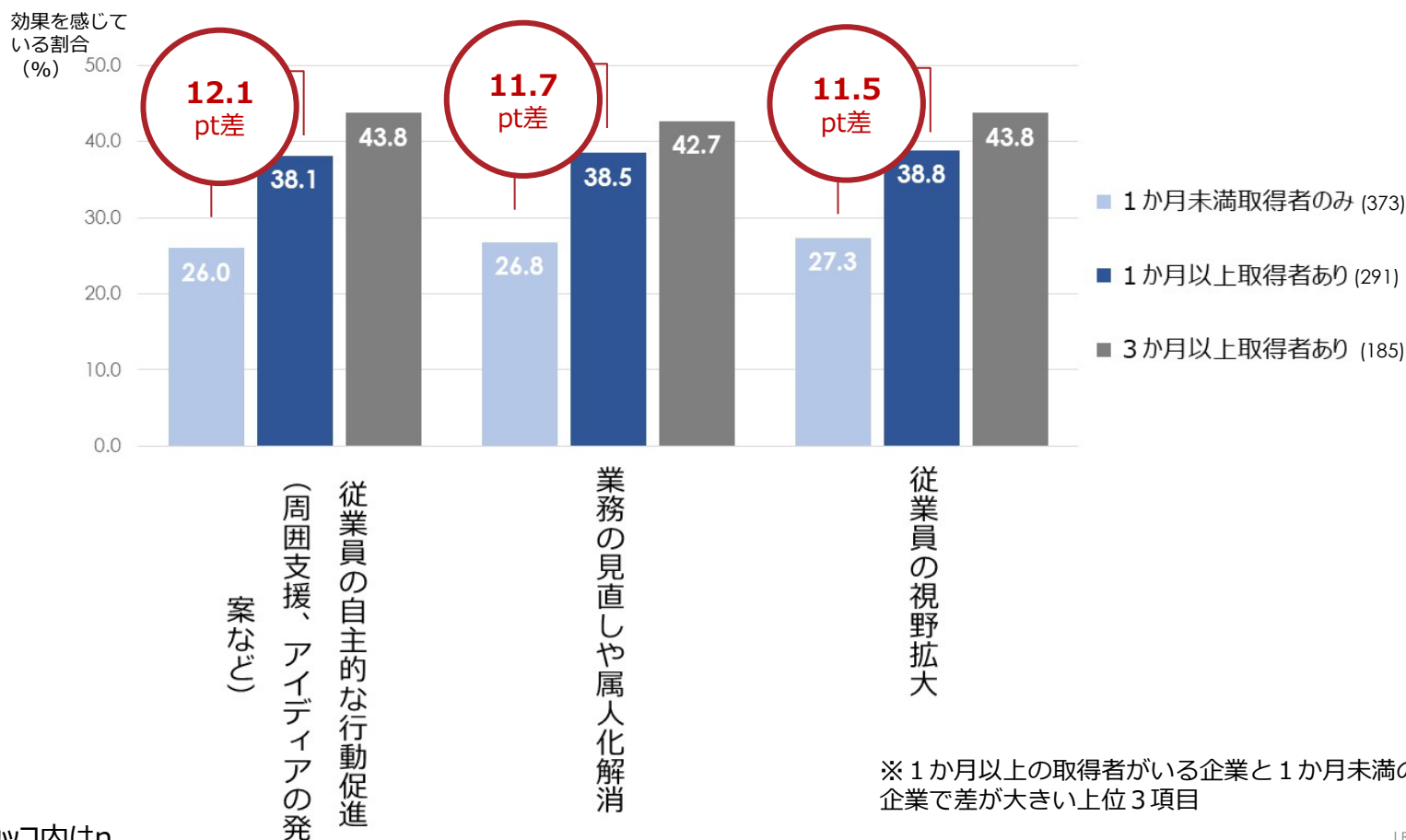
※カッコ内はn

男性の育休取得状況

※取得率が同程度の層をさらに中長期の取得有無に分けて見たもの

中長期（※1か月以上）の取得者がいる企業は、短期（※1か月未満）の取得者のみの企業よりも「従業員の自主的な行動促進」「業務の見直しや属人化解消」「従業員の視野拡大」の効果を実感している割合が10ポイント以上高い。

男性の育休取得による効果／取得期間別



【Ⅰ】.企業実態編

③企業の課題感

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

男性育休を推進する上での企業の課題を見た。「仕事の穴埋め方法」「取得者が出た職場の負担増大」「仕事をカバーした社員の評価・処遇」といった不在時の対応が課題の上位。

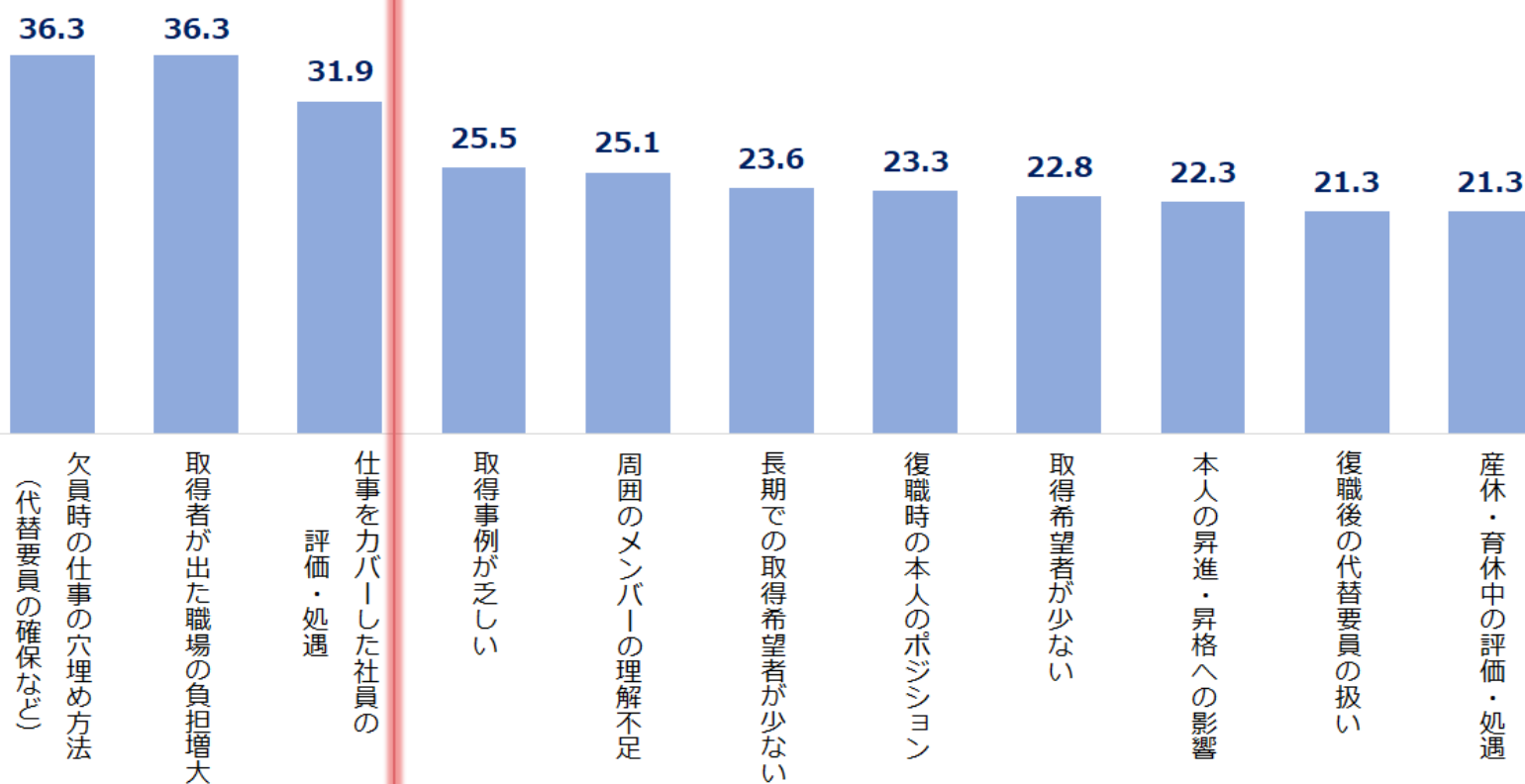
男性の育休に関する人事課題：上位10項目(10位が同率のため11項目掲載)

複数回答
(%)

40.0
35.0
30.0
25.0
20.0
15.0
10.0
5.0
0.0

不在時の対応

人事・経営層 n=800



女性の育休と比べると、男性の育休は、
特に、取得事例や取得希望者の少なさ、周囲のメンバーの理解不足が課題。

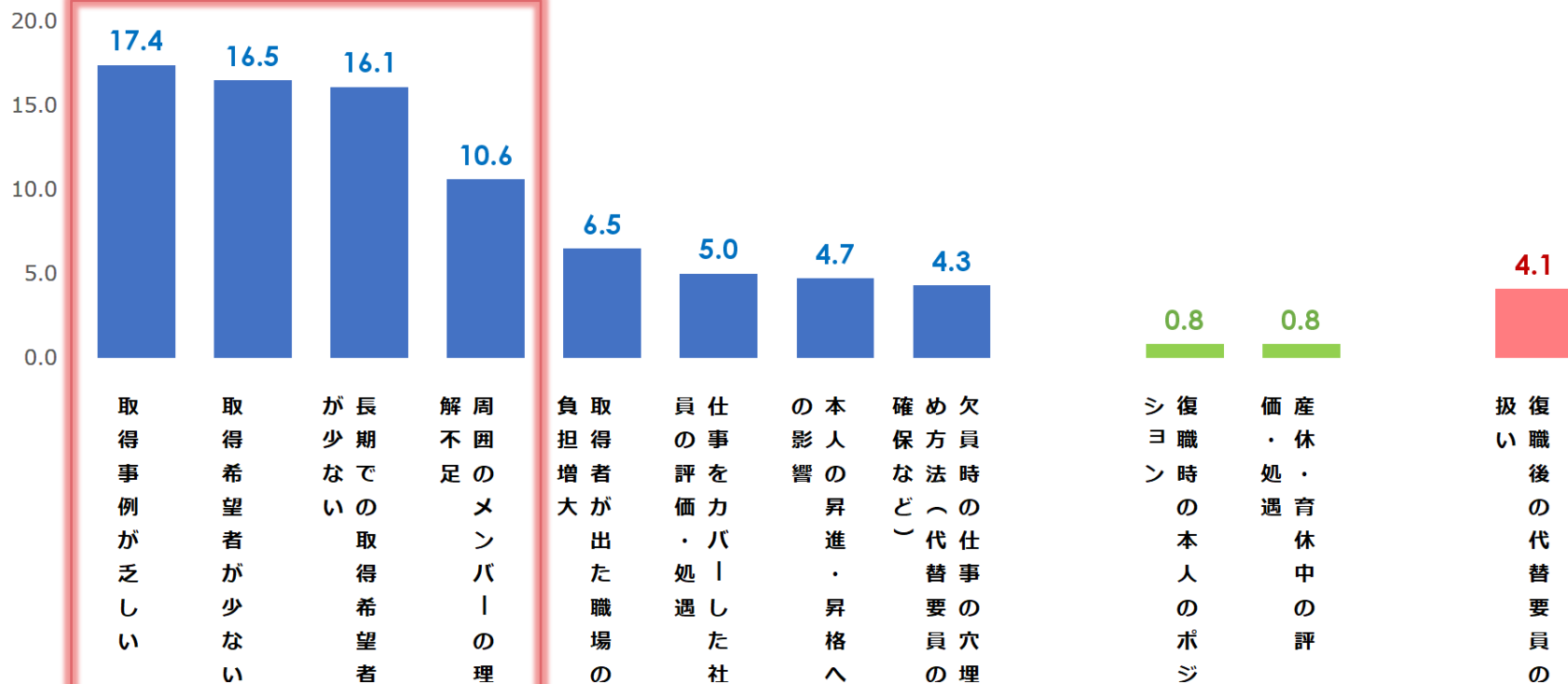
男女の育休に関する人事課題：男性で懸念が大きい10項目の男女差絶対値(10位が同率のため11項目)

男女差
絶対値
(pt)

男性育休でより懸念

男女の育休ともに
懸念

女性育休で
より懸念



男性の育休取得率と取得期間別の課題の詳細は以下のとおり。

男性育休取得率 5%未満⁽³⁸⁹⁾

(%)

1	取得者が出た職場の負担増大	39.8
2	欠員時の仕事の穴埋め方法 (代替要員の確保など)	35.7
3	仕事をカバーした社員の評価・処遇	32.4
4	取得事例が乏しい	29.0
5	取得希望者が少ない	28.8

男性育休取得率5%以上 との差

(pt)

1	取得希望者が少ない	11.8
2	経営層の理解不足	7.6
3	取得者が出た職場の負担増大	7.0
4	取得事例が乏しい	6.9

男性育休取得率5%以上

短期 (※1か月未満) の 取得者のみ (203)

(%)

1	欠員時の仕事の穴埋め方法 (代替要員の確保など)	39.4
2	取得者が出た職場の負担増大	34.0
3	仕事をカバーした社員の 評価・処遇	32.0
4	周囲のメンバーの理解不足	28.1
5	長期での取得希望者が少ない	25.6

1か月以上の取得者あり (男性育休取得率5%以上)

との差

(pt)

1	周囲のメンバーの理解不足	9.8
2	欠員時の仕事の穴埋め方法 (代替要員の確保など)	5.3

中長期 (※1か月以上) の 取得者あり (208)

(%)

1	欠員時の仕事の穴埋め方法 (代替要員の確保など)	34.1
2	取得者が出た職場の負担増大	31.7
3	仕事をカバーした社員の 評価・処遇	30.8
4	長期での取得希望者が少ない	26.4
5	復職時の本人のポジション	25.0

1か月未満の取得者のみ (男性育休取得率5%以上)

との差

(pt)

1	復職時の本人のポジション	5.8
2	本人の仕事能力の低下	5.5

人事・経営層

※カッコ内はn

課題感が 大きいもの

※上位5項目 (複数回答)

赤字は他の層ではメインの
課題となっていないもの

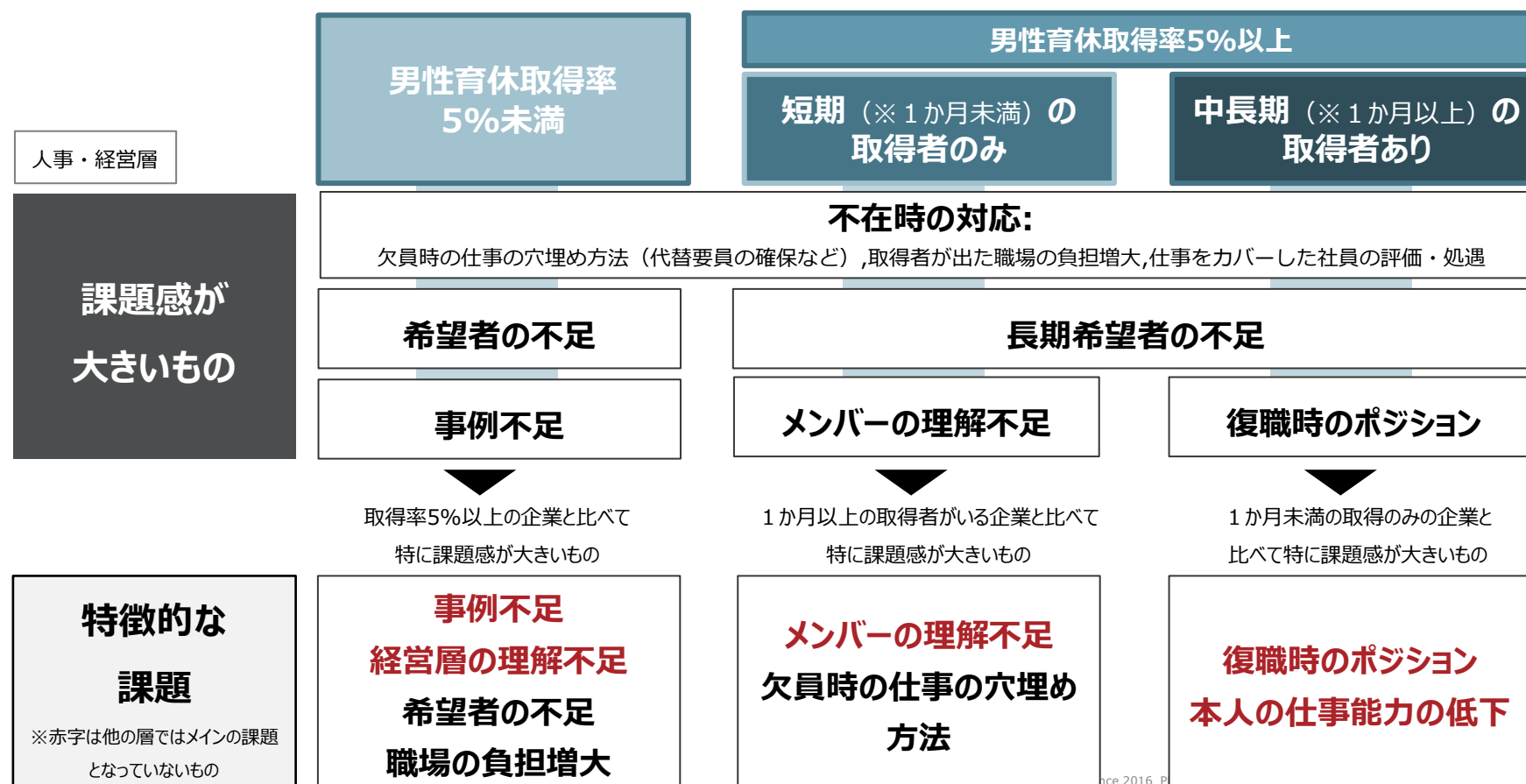
特徴的な 課題

※5pt以上の差があるもの

男性の育休取得率・取得期間別の企業課題を見ると、「不在時の対応」や「希望者の不足」は共通の課題である。

※取得率5%以上では長期希望者の不足が課題

加えて、取得率5%未満の企業では「事例不足」や「経営層の理解不足」、取得率5%以上で短期（※1か月未満）の取得者のみの企業では「メンバーの理解不足」、中長期（※1か月以上）の取得者がいる企業では「復職時のポジション」や「本人の仕事能力低下」が課題となっている。



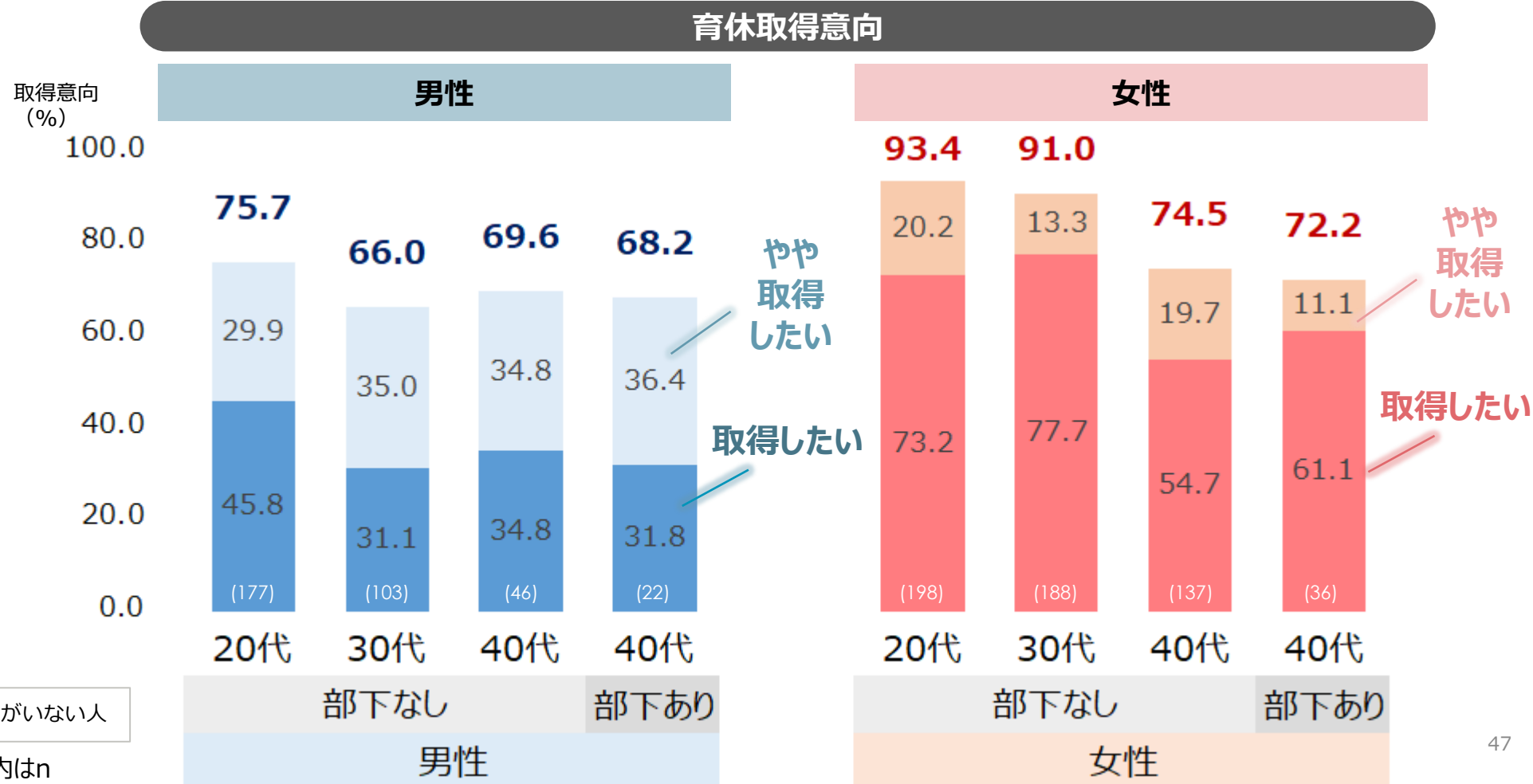
【Ⅱ】.従業員実態編

①男性の育休取得意向

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

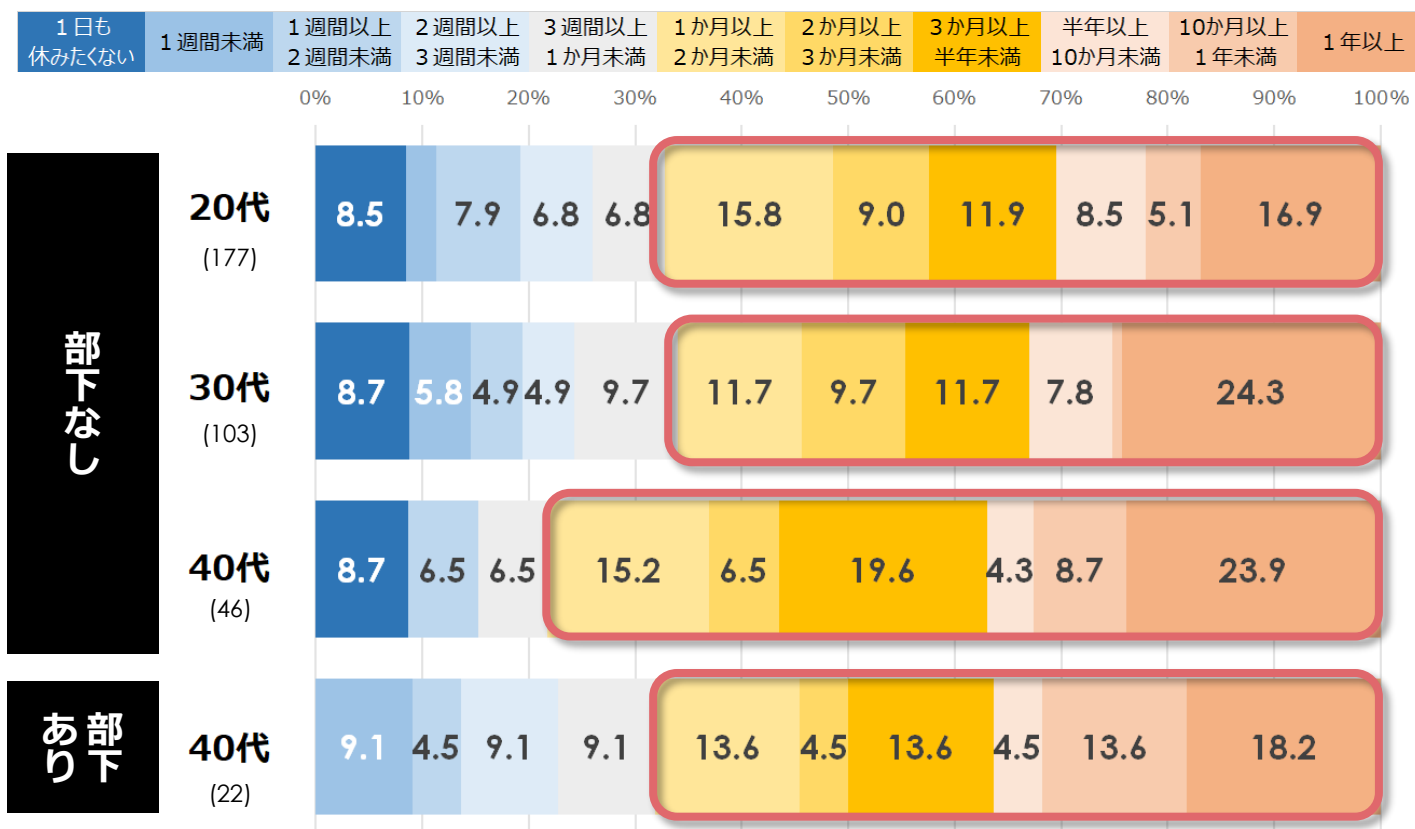
20代から40代の子どもがいない男性の7割前後が、今後子どもが生まれたら育休を取得したいと思っている。

意向の内訳を見ると、男性は「やや取得したい」の割合が高く、女性と比べると消極的。



男性において今後子どもが生まれた際に育休を取得したい期間を見ると、年代や部下の有無にかかわらず、
「1か月以上2か月未満」「3か月以上半年未満」「1年以上」の希望者がそれぞれ1割以上を占める。
1か月以上の取得を希望する人をあわせると6割以上を占める。

育休取得希望期間



子どもがいない人

※3%未満は非表記

男性が現実的に育休を取得できそうな期間を見ると、1か月未満（1日も取得できなさそうを含む）だと考える人が半数以上を占める。
1週間未満しか取得できないと考える人も約3割以上いる。

現実的に育休が取得できそうな期間



子どもがいない人

【Ⅱ】.従業員実態編

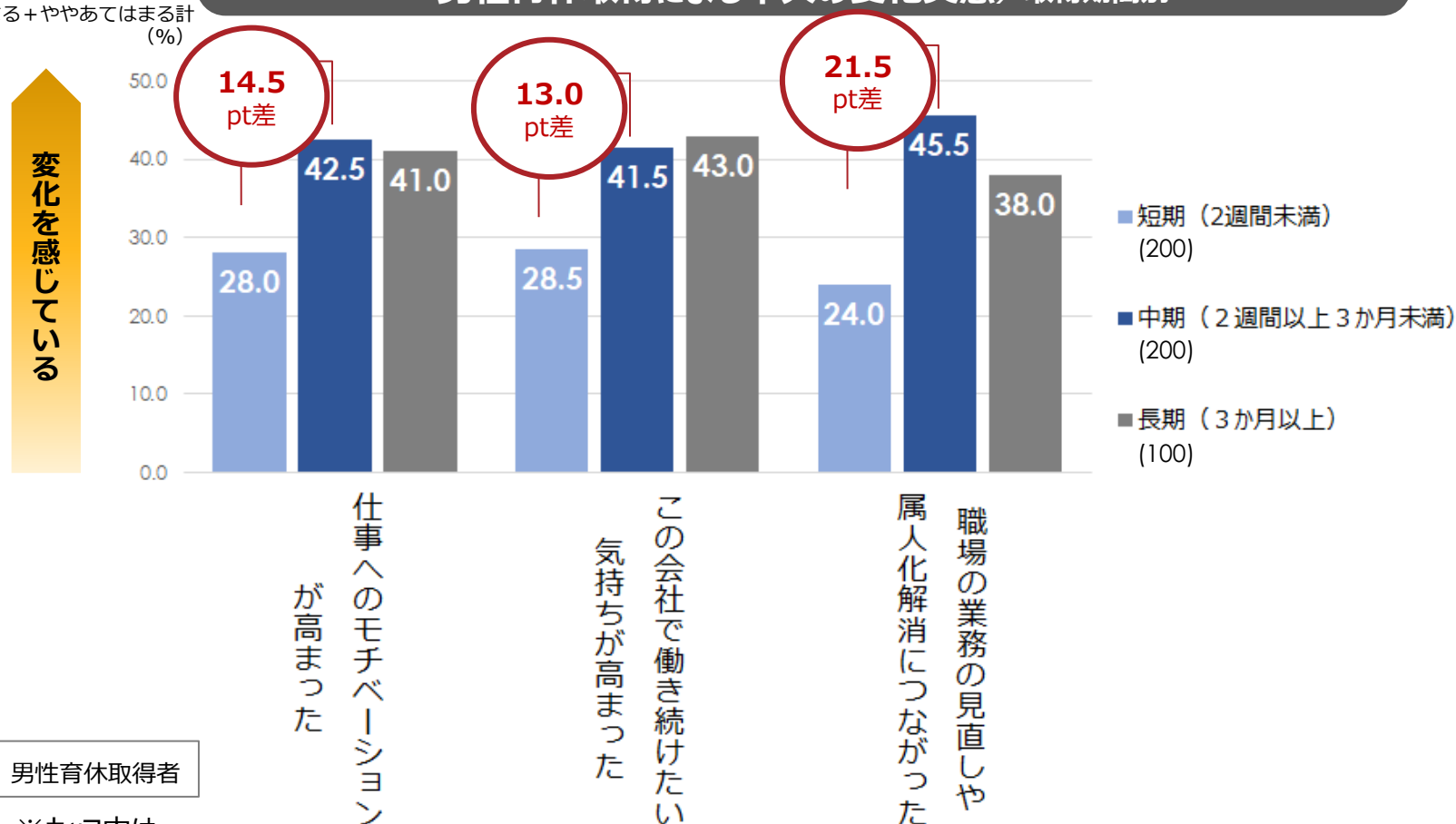
②男性育休の効果：取得者の実感

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

男性育休取得による本人の変化実感を見た。中期（2週間以上3か月未満）の育休を取得した男性で、モチベーションや継続就業意向の向上、業務の見直しや属人化解消につながったと感じている割合が高い。

変化を感じている割合：
あてはまる+ややあてはまる計
(%)

男性育休取得による本人の変化実感／取得期間別



育休を取得した男性の3～5割が「ヘルプシーキング力」「多様な人材への理解力」「関係調整力」「ネットワーク構築力」といった対人力の向上を実感している。中期（2週間以上3か月未満）の育休を取得した男性で向上実感が高く、4～5割が実感している。

対人力

ヘルプシーキング力

多様な人材への理解力

関係調整力

ネットワーク構築力

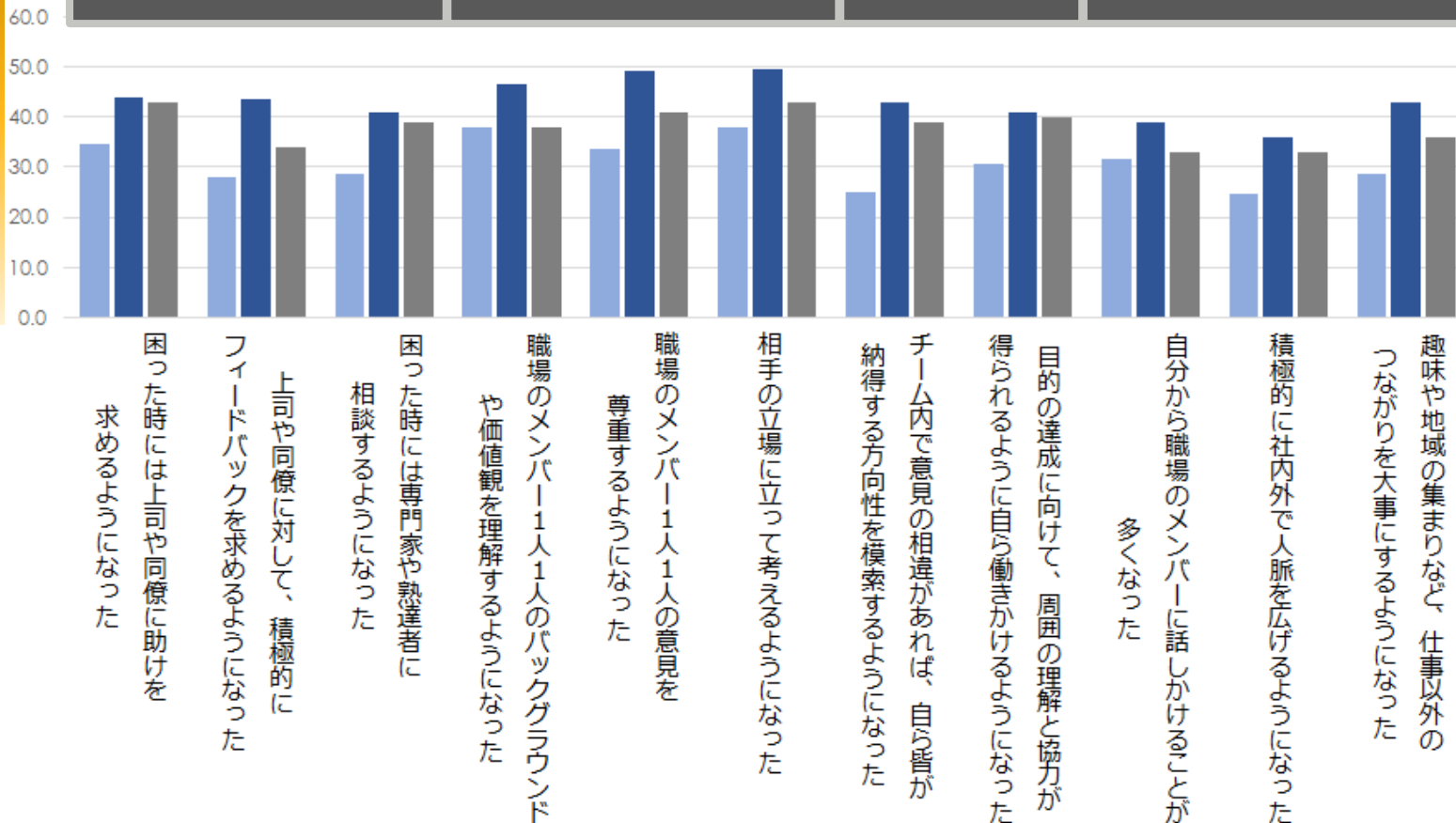
変化を感じている割合：
あてはまる+ややあてはまる計
(%)

■ 短期（2週間未満）
(200)

■ 中期（2週間以上3か月未満）
(200)

■ 長期（3か月以上）
(100)

変化を感じている



男性育休取得者

※カッコ内はn

育休を取得した男性の3～5割が「時間管理能力」「タスク管理能力」「俯瞰力」「不確実性への対応力」といったタスク力の向上を実感している。中期（2週間以上3か月未満）の育休を取得した男性で向上実感が高く、4～5割が実感している。

変化を感じている

タスク力

時間管理能力

タスク管理能力

俯瞰力

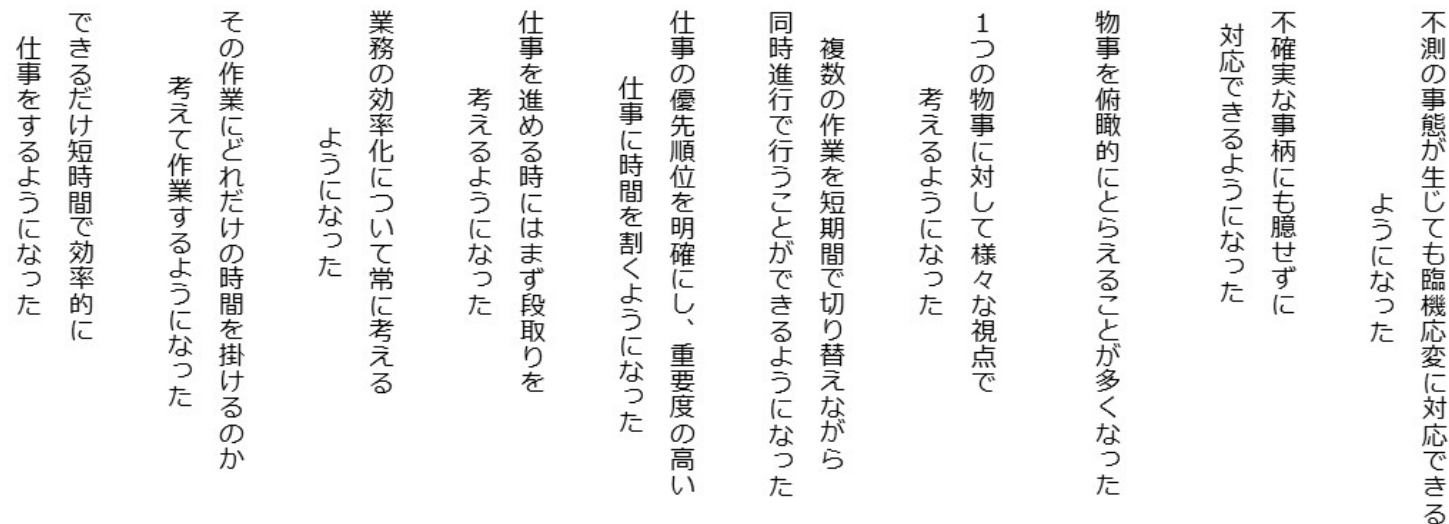
不確実性への
対応力

変化を感じている割合：
あてはまる+ややあてはまる計
(%)

■ 短期（2週間未満）
(200)

■ 中期（2週間以上3か月未満）
(200)

■ 長期（3か月以上）
(100)



男性育休取得者

※カッコ内はn

どのような育休中の過ごし方がビジネススキルを向上させ、組織貢献にどう影響するかを見た。

育休中の経験

育休中の
過ごし方

ビジネススキルの向上

対人力

ヘルプシーキング力

多様な人材への理解力

関係調整力

ネットワーク構築力

タスク力

時間管理能力

タスク管理能力

俯瞰力

不確実性への対応力

組織貢献

ジョブ・
パフォーマンス

周囲支援

職場改善提案

育休中の「生活環境構築」「職場とのコミュニケーション」「自己学習」「復職後の両立体制検討」が
対人力やタスク力の向上実感にプラスに影響している。

育休中の過ごし方

地域での新たな人間関係の構築/馴染みの薄い土地での生活/非日常体験

生活環境構築

+

出産報告/近況報告/職場訪問/個人的なメッセージのやりとり/上司への保育所の入所可否連絡等

職場とのコミュニケーション

+

仕事のスキルアップのための勉強

自己学習

+

子どもの預け先の検討/両立に向けた家庭内の役割分担/外部サポート体制の構築

復職後の両立体制検討

+

対人力

の向上

調整済決定係数：

.119

ヘルプシーキング力

多様な人材への理解力

関係調整力

ネットワーク構築力

タスク力

の向上

調整済決定係数：

.111

時間管理能力

タスク管理能力

俯瞰力

不確実性への対応力

【対人力に影響するその他属性】

－：従業員規模101人～300人、配偶者年収（100万未満、300万以上400万未満）

＋：残業時間（20時間以上30時間未満、30時間以上40時間未満）、部長以上

※性別・年齢・未婚・転職経験・業種・職種・育休期間・年収・

配偶者就労形態は有意ではない

【タスク力に影響するその他属性】

－：配偶者が専業主婦、従業員規模101人～300人、残業なし、情報通信業

＋：部長以上、年収700万円以上800万円未満

※性別・年齢・未婚・転職経験・職種・育休期間・配偶者年収は有意ではない

重回帰分析（ステップワイズ法）

男女の育休取得者：n=1000

有意水準5%で有意なものを掲載

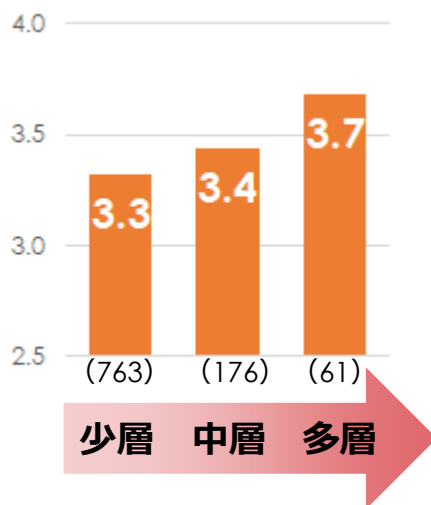
Copyright © since 2016 PERSOL RESEARCH AND CONSULTING Co., Ltd. All Rights Reserved.

育休中の過ごし方と対人力の向上実感を見た。

「生活環境構築」「職場とのコミュニケーション」「自己学習」について、それぞれ多いほうが対人力の向上を実感している。

生活環境構築 3層と
対人力

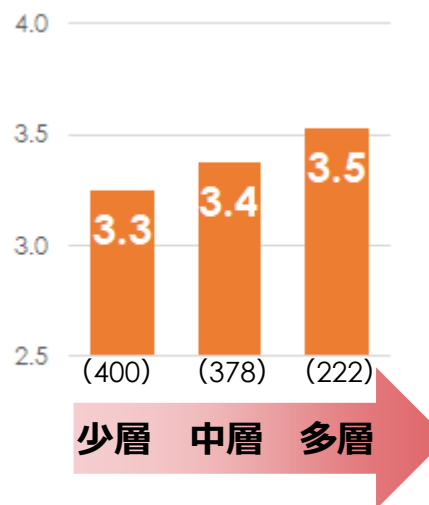
対人力 (pt)



生活環境構築

職場とのコミュニケー
ション 3層と対人力

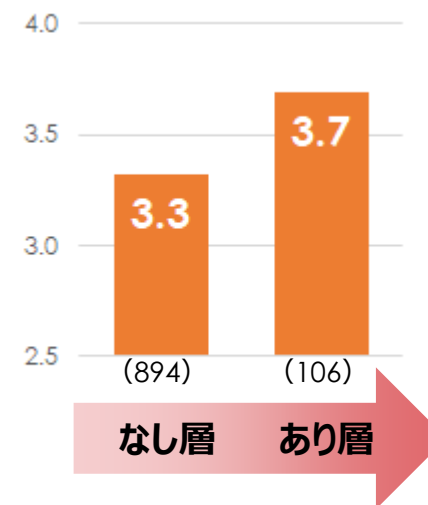
対人力 (pt)



職場との
コミュニケーション

自己学習有無
と対人力

対人力 (pt)



自己学習

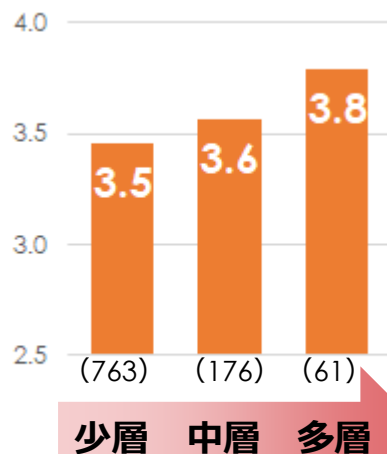
男性育休取得者

※カッコ内はn

育休中の過ごし方とタスク力の向上実感を見た。
「生活環境構築」「職場とのコミュニケーション」「自己学習」「復職後の両立体制検討」について、
それぞれ多いほうがタスク力の向上を実感している。

生活環境構築3層と
タスク力

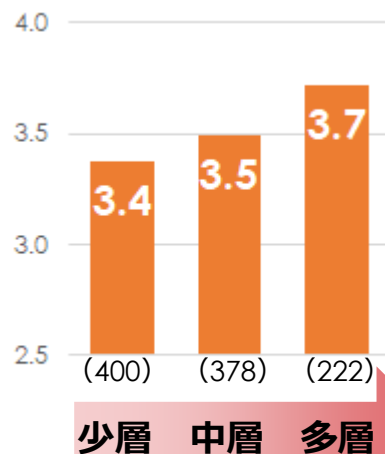
タスク力 (pt)



生活環境構築

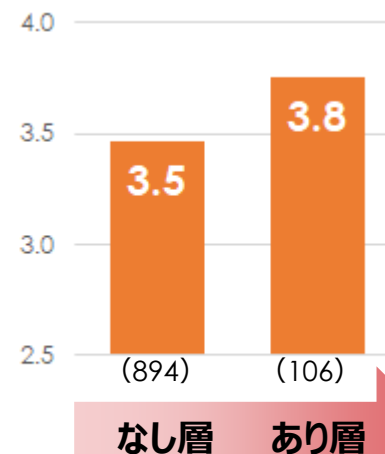
職場とのコミュニケー
ション3層とタスク力

タスク力 (pt)

職場との
コミュニケーション

自己学習有無
とタスク力

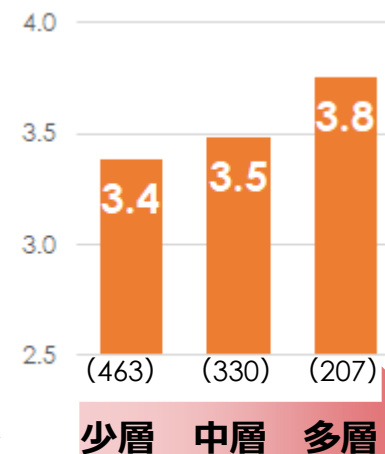
タスク力 (pt)



自己学習

復職後の両立体制
検討3層とタスク力

タスク力 (pt)

復職後の
両立体制検討

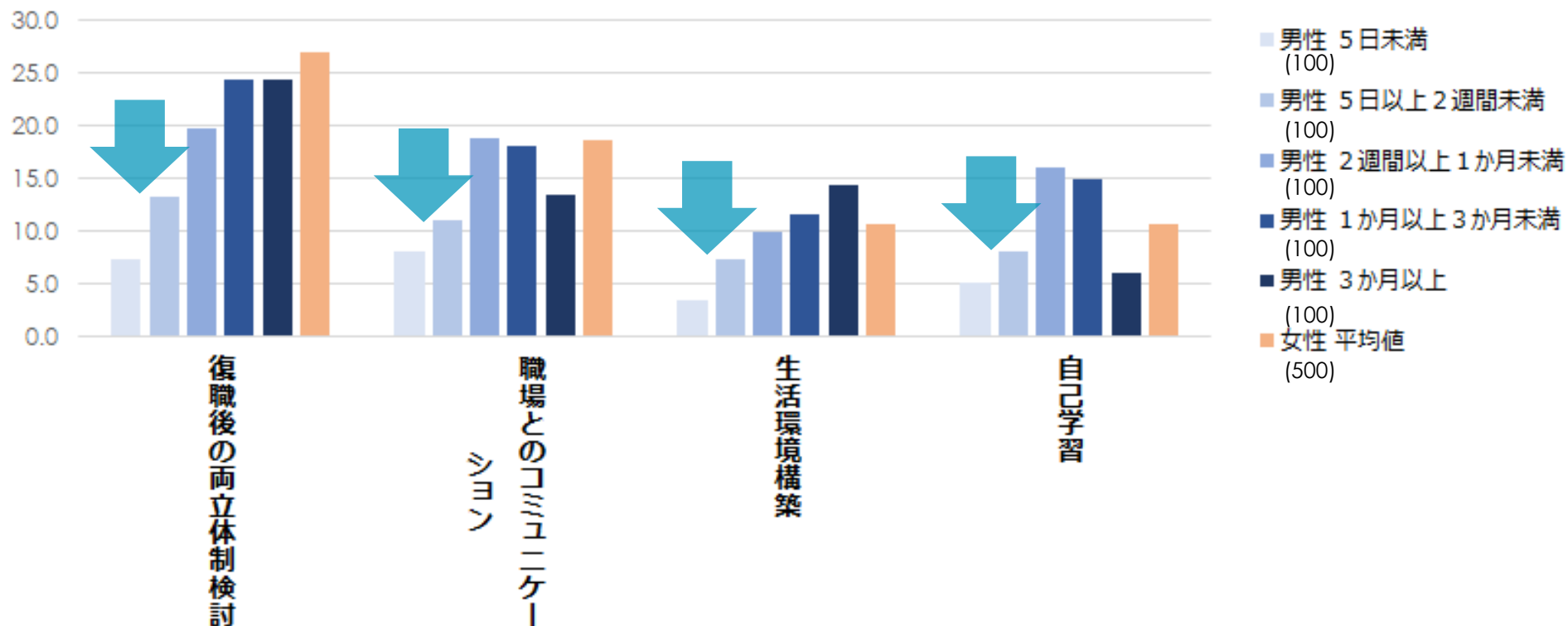
男性育休取得者

※カッコ内はn

育休取得期間別に過ごし方を見た。数日程度（2週間未満）の育休では、
「復職後の両立体制検討」や「職場とのコミュニケーション」「生活環境構築」「自己学習」の実施率が低い。

育休中に行ったこと：実施率のカテゴリ平均値(pt)

実施率 (pt)



子どもの預け先の検討/
両立に向けた家庭内の役
割分担/外部サポート体
制の構築

出産報告/近況報告/職場
訪問/個人的なメッセー
ジのやりとり/上司への
保育所の入所可否連絡等

地域での新たな人間関係
の構築/馴染みの薄い土
地での生活/非日常体験

仕事のスキルアップのた
めの勉強

育休取得者

※カッコ内はn

対人力やタスク力は、ジョブ・パフォーマンス、周囲支援行動、職場改善提案行動にプラスに影響している。
特に、「タスク管理能力」や「不確実性への対応力」がジョブ・パフォーマンス、「多様な人材への理解力」や「ネットワーク構築力」が周囲支援行動、「関係調整力」や「ネットワーク構築力」が職場改善提案行動に影響している。

影響しているもの：+（重回帰分析で有意）

特に影響が強いもの：++（標準化偏回帰係数の高い上位2つ）

		ジョブ・パフォーマンス	周囲支援	職場改善提案
対人力	関係調整力	+	+	++
	ネットワーク構築力	+	++	++
	ヘルプシーキング力	+	+	+
	多様な人材への理解力	—	++	—
タスク力	時間管理能力	+	—	—
	タスク管理能力	++	—	—
	俯瞰力	—	—	+
	不確実性への対応力	++	+	+
調整済決定係数		.536	.475	.505

重回帰分析（ステップワイズ法）

育休取得者：n=1000 5%水準で有意なものを掲載

【影響する
その他属性】

＋：部長以上、配送・物流・運輸職
 ー：配偶者年収100万円以上300万円未満、配偶者年収600万円以上、サービス業
 ※性別・年齢・未婚・転職経験・従業員規模・育休期間・残業時間・年収・配偶者年収・配偶者就労形態は有意ではない

＋：部長以上、医療・福祉業
 ー：従業員規模101人～300人
 ※性別・年齢・未婚・転職経験・職種・育休期間・残業時間・年収・配偶者年収・配偶者就労形態は有意ではない

＋：専門・技術職、残業時間40時間以上
 ー：育休期間
 ※性別・年齢・未婚・転職経験・従業員規模・職種・育休期間・役職・年収・配偶者年収・配偶者就労形態は有意ではない

対人力

ヘルプシーキング力

「分からない事があれば**部下に聞いたり、助けを求めたりするようになった**。結果仕事が効率よくできるようになった」

（36歳男性、育休取得期間5日以上2週間未満、製造業・総務・人事、従業員数101人～300人）

多様な人材への
理解力

「世の中には様々な家庭があり、個々の事情もそれぞれにあるので、**個人の置かれている状況を考えて対応する必要があることを学んだ**」

（39歳男性、育休取得期間3か月以上、卸売業・小売業、法人向け営業職、従業員数10,001人以上）

「**営業提案に於いて子供を抱える家庭への理解が深まった**」

（35歳男性、育休取得期間5日以上2週間未満、不動産業・物品賃貸業、個人向け営業職、従業員数501人～1,000人）

関係調整力

「お互いに**対話をして物事を解決していく事への能力が向上した**」

（44歳男性、育休取得期間2週間以上1か月未満、運輸業・郵便業、法人向け営業職、従業員数10,001人以上）

ネットワーク構築力

「自分の周りに育休が必要な男性社員がいたら、積極的に取って欲しいと思い**協力するようになった**」

（40歳男性、育休取得期間2週間以上1か月未満、情報通信業、IT系技術職、従業員数301人～500人）

タスク力

時間管理能力

「**時間の使い方が上手になった**。ダラダラと定時までに行っていた業務を素早く片付けるようになった」（34歳男性、育休取得期間1か月以上3か月未満、製造業、クリエイティブ職（デザイン・ディレクターなど）、従業員数101人～300人）

「**自分の行っている仕事に無駄がないか、他部署から依頼される仕事に対して本当に必要か、考えるようになり、ただ、やってる感を出しているような仕事を時間の無駄であるので断るようになった**」（45歳男性、育休取得期間5日以上2週間未満、建設業、製造（組立・加工）、従業員数2,001人～5,000人）

タスク管理能力

「**先々の段取りをするようになったことで、業務の効率性を考えるようになった**」（44歳男性、育休取得期間5日以上2週間未満、製造業、商品開発・研究、従業員数5,001人～10,000人）

「**自分しかできないと思い込んでいたことが、他人に任せても問題なかった⇒どんどん任せた**」（37歳男性、育休取得期間2週間以上1か月未満、宿泊業・飲食サービス業、販売職（販売店員、レジなど）、従業員数2,001人～5,000人）

俯瞰力

「**俯瞰風景で物事を見るようになり考え方の幅が広がった**」（36歳男性、育休取得期間2週間以上1か月未満、不動産業・物品賃貸業、総務・人事、従業員数10,001人以上）

不確実性への
対応力

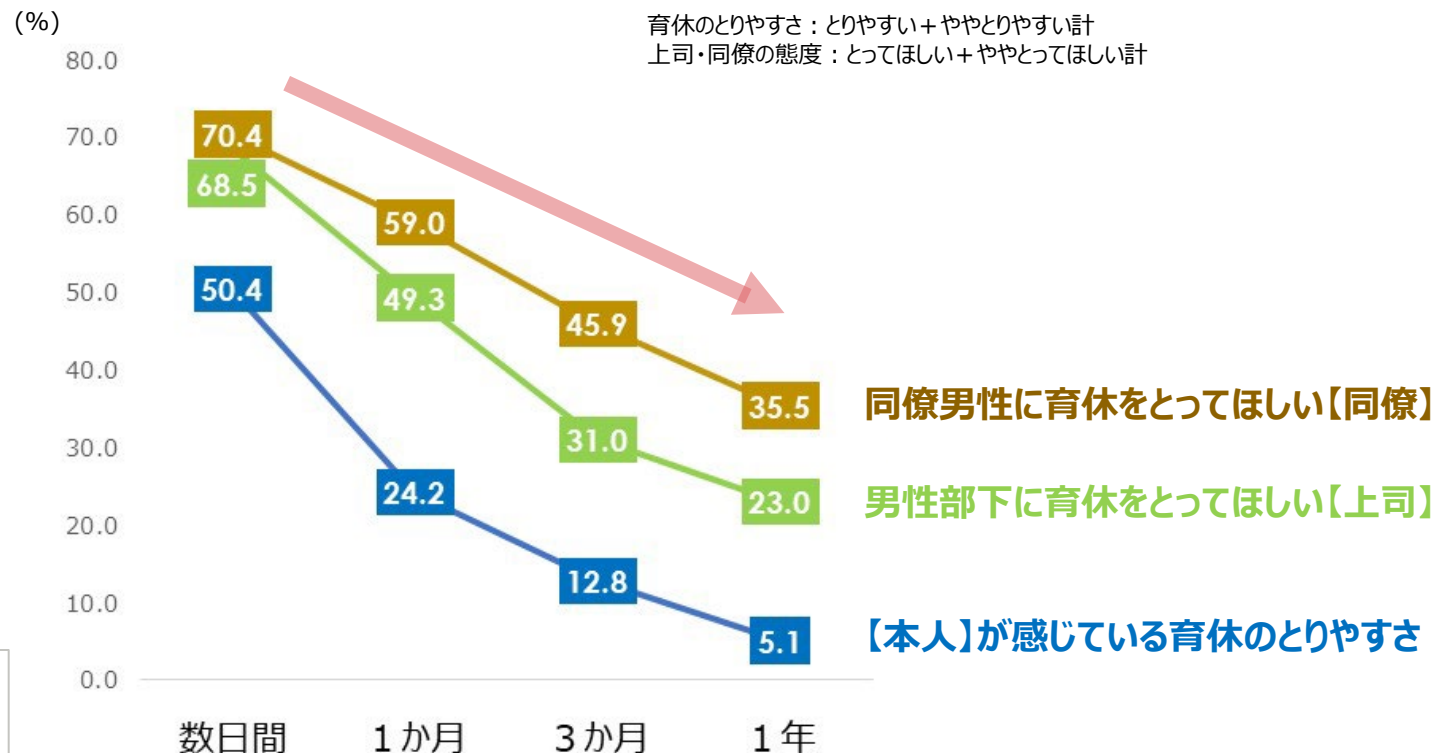
「**子供が泣き止むまで待つ気持ちをもつようになり、以前はプロジェクトにおいて、進捗状況があまりよくないときに性急することがあったが、進捗状況の事実を受け止め、別の視点で方法や手段などを工夫しておこなえるようになることにつながった**」（50歳男性、育休取得期間5日以上2週間未満、運輸業・郵便業、総務・人事、従業員数2,001人～5,000人）

【Ⅲ】.男性の中長期の育休取得に影響する要因

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

本人が感じている育休のとりやすさと同様に、部下や同僚に育休を「とってほしい」と考える人は、
期間が長くなるほど少なくなる。

本人が感じるとりやすさと上司・同僚の態度



本人：子どもがいない20-40代男性
n=351
上司：n=400
同僚：n=1600

※上司は男性。
女性上司は、割合が少ないため割愛。

育休期間

「中長期の育休(※1か月で分析)」について、①男性本人が感じるとりやすさ、②部下の男性が育休を取得することに対する上司の態度、③職場の男性が育休を取得することへの同僚の態度に対して、どのような職場要因が影響しているかを分析した。

職場要因



「男性優遇」や「プレッシャー」、「定期異動」が男性の中長期の育休への後ろ向きな態度に強く影響している。

一方で、「働き方の柔軟性」や「役割の明確性」、「目標の明確性」は中長期の育休への前向きな態度に影響している。

⊕ 態度にプラスに影響 ⊖ 態度にマイナスに影響

中長期の育休を取得することへの本人・上司・同僚(3者)の態度

※中長期は1か月で分析

3者
の
共通
要素

⊕ プラスに影響

- ✓ 働き方の柔軟性<本人は時間と場所、上司は場所>
- ✓ 役割の明確性<本人・同僚のみ>
- ✓ 目標の明確性<上司と同僚のみ>

⊖ マイナスに影響

- ✓ 男性優遇
- ✓ プレッシャー<本人と上司は短時間での成果創出、同僚はノルマ>
- ✓ 定期異動<本人・同僚のみ>

+

追加
要素

<上司のみ>

⊕ 育休取得による査定への影響のなさ

<同僚のみ>

⊖ 新卒偏重の人員構成

【Ⅲ】.男性の中長期の育休取得に影響する要因

①男性本人の態度に影響する組織要因

パーソル総合研究所

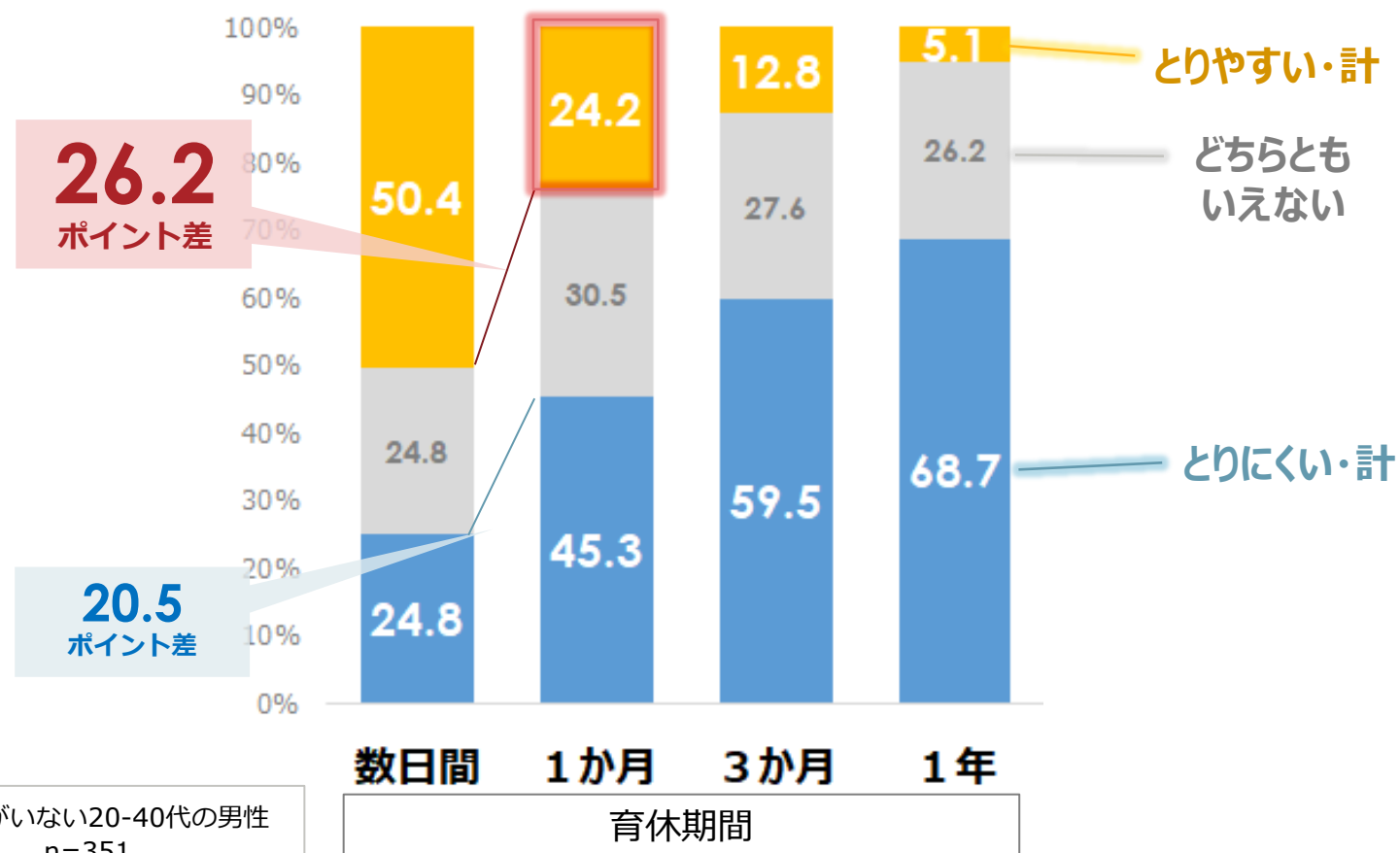
シンクタンク本部



パーソル 総合研究所

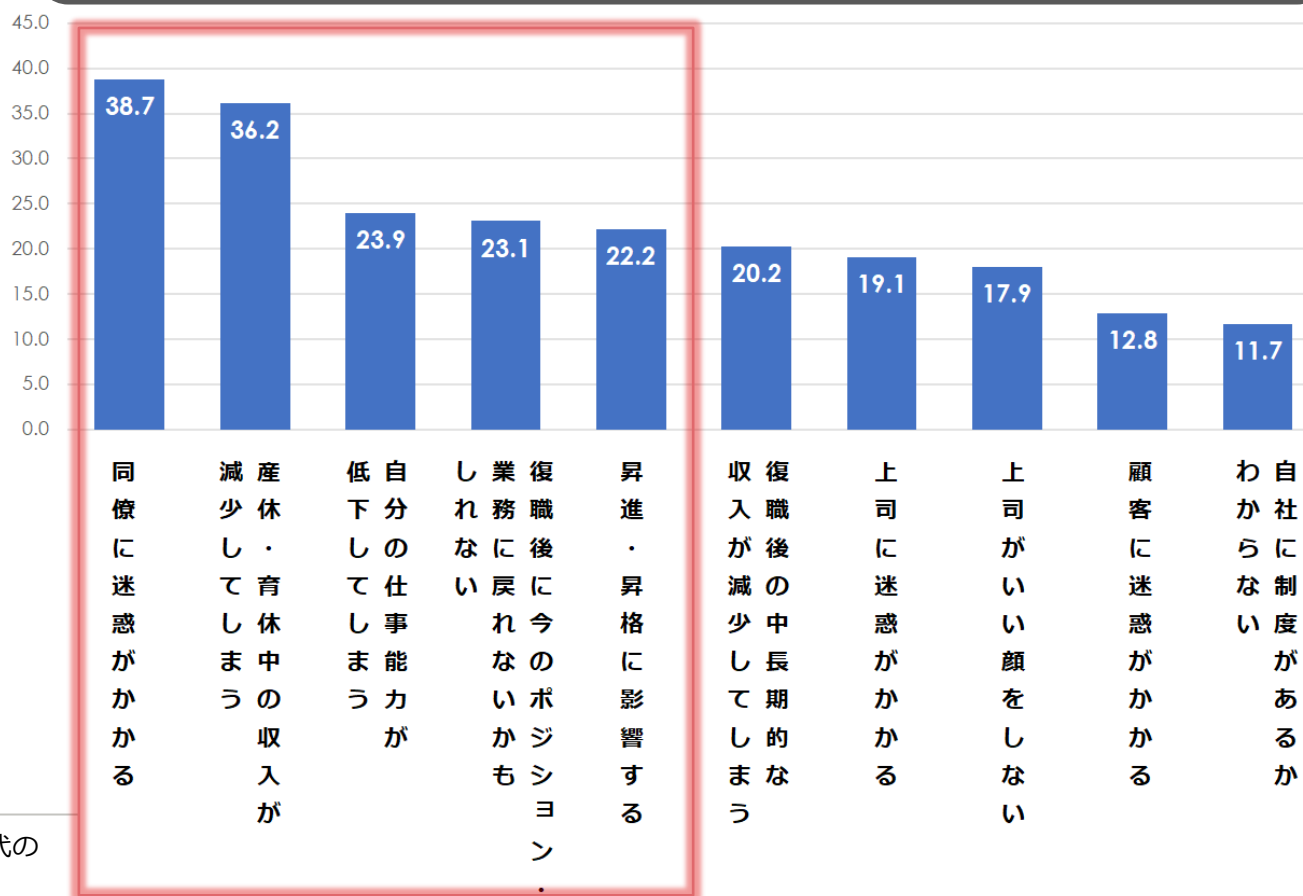
男性の育休は、期間が長くなるほどとりにくいと感じられている。1か月の育休をとりやすいと感じる男性の割合は24.2%であり、数日間の育休がとりやすいと感じる男性の割合よりも26.2ポイント下がる。

男性育休のとりやすさ／育休期間別

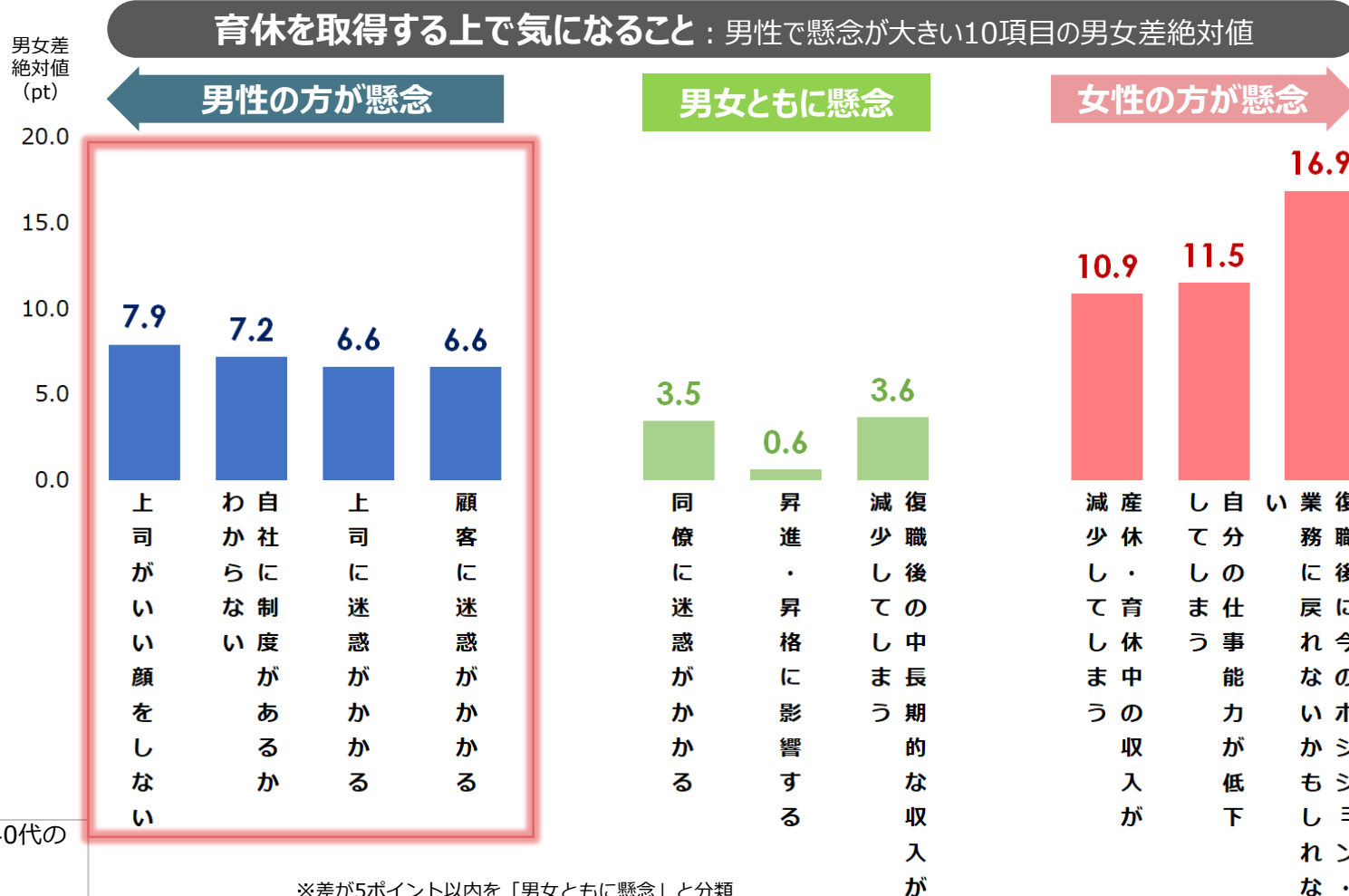


男性が今後育休をとる上で懸念していることの上位は、同僚への迷惑や育休中の収入の減少、仕事能力の低下やポジション変更といった中長期的キャリアへの影響。

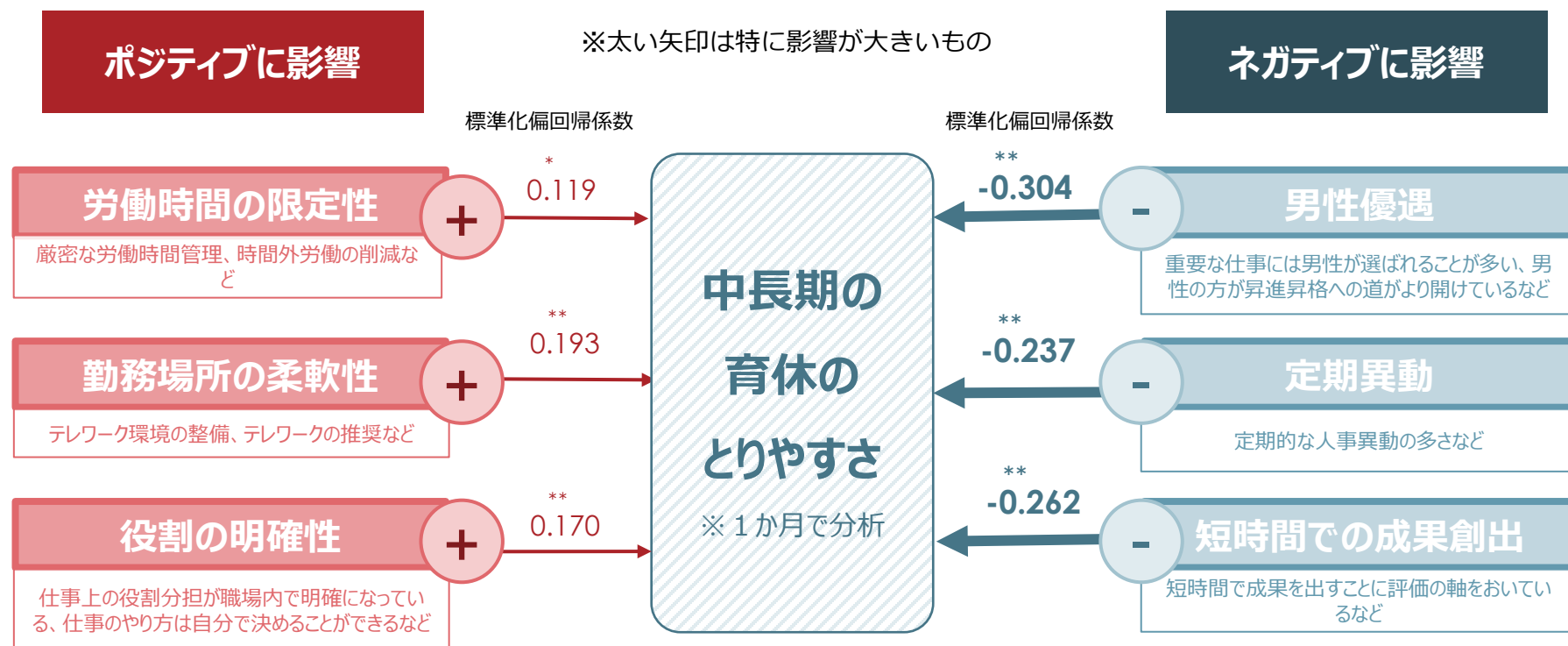
育休を取得する上で気になること：上位10項目

複数回答
(%)子どもがいない20-40代の
男性 n=351

育休を取得する上で気になることについて、男女の差が大きい項目を見た。
男性は、自社の制度の有無や顧客・上司に迷惑がかかることを気にしている。



男性本人が感じる中長期（※1か月で分析）の育休のとりやすさに影響する組織要因を見た。
男性が優遇されていること、短時間での成果創出のプレッシャーがかかる職場であること、定期異動が多いことが
中長期の育休のとりにくさに特に強く影響している。



【中長期の育休のとりやすさに影響する
その他属性】

+ : 残業時間5時間以上10時間未満、年収
400万以上500万未満

重回帰分析（ステップワイズ法）

20-40代の子どもがいない男性（部下なし）：n=326

調整済決定係数：.256

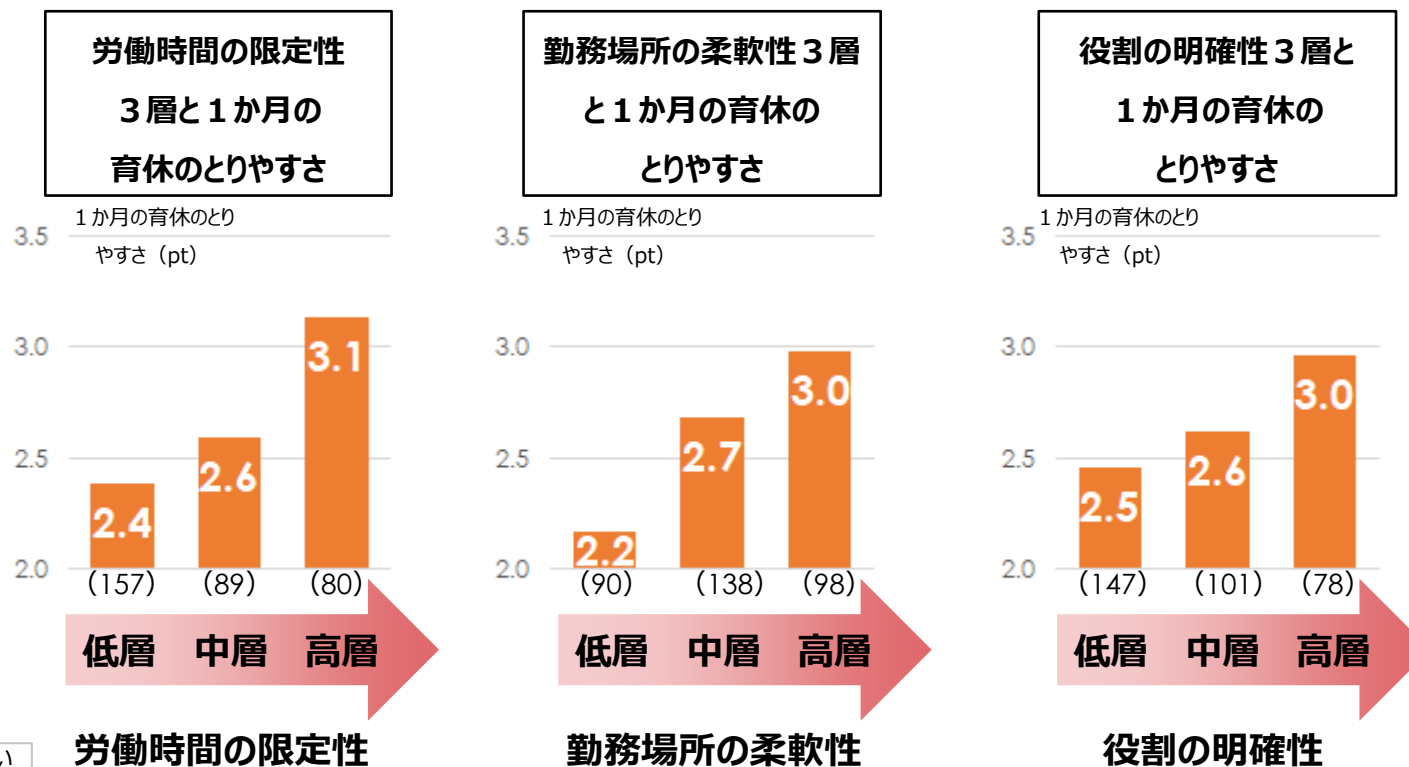
**：1%水準で有意、*：5%水準で有意

※年齢・未既婚・転職経験・業種・職種・従業員規模・役職・配偶者年収・
配偶者就労形態は有意ではない

ポジティブな組織要因と中長期（※1か月で分析）の育休のとりやすさを見た。

「労働時間の限定性」「勤務場所の柔軟性」「役割の明確性」について、
それぞれ高いほうが中長期の育休がとりやすいと感じている。

ポジティブな組織要因

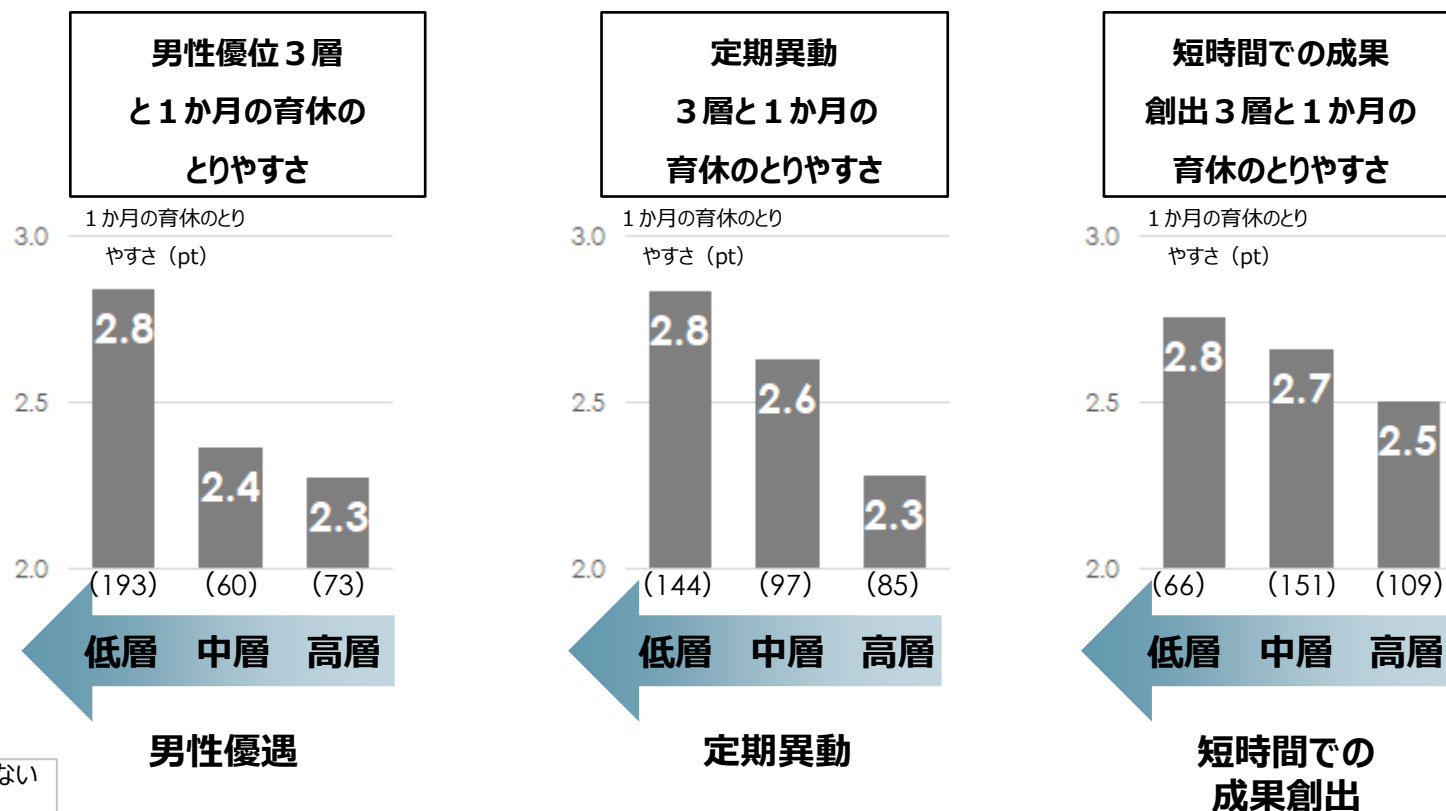


※カッコ内はn

ネガティブな組織要因と中長期（※1か月で分析）の育休のとりやすさを見た。

「男性優遇」「定期異動」「短時間での成果創出」について、
それぞれ低いほうが中長期の育休がとりやすいと感じている。

ネガティブな組織要因



※カッコ内はn

【Ⅲ】.男性の中長期の育休取得に影響する要因

②上司の態度に影響する組織要因

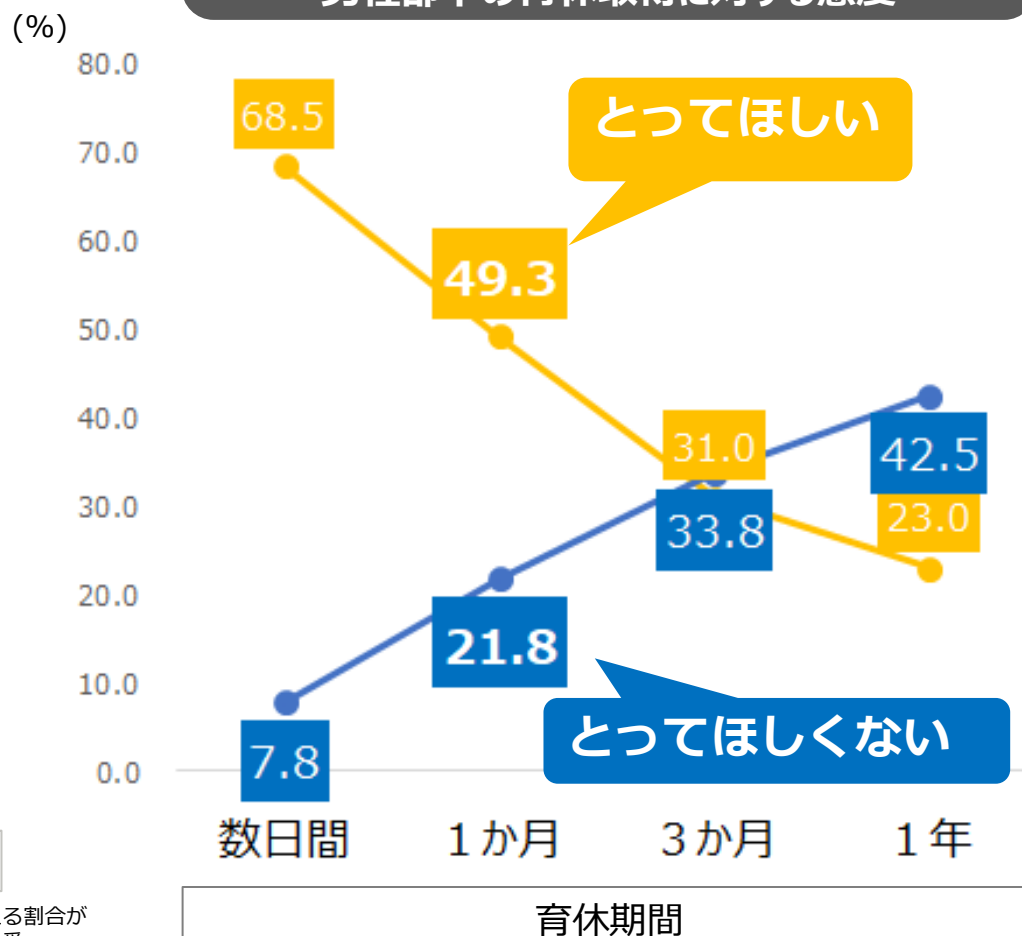


パーソル 総合研究所

取得期間が長くなるほど部下の男性に育休を「とってほしい」と考える上司が少なくなる。

ただし、1か月の育休取得では、肯定的である上司が49.3%であり、否定的な上司の21.8%を大きく上回る。

男性部下の育休取得に対する態度



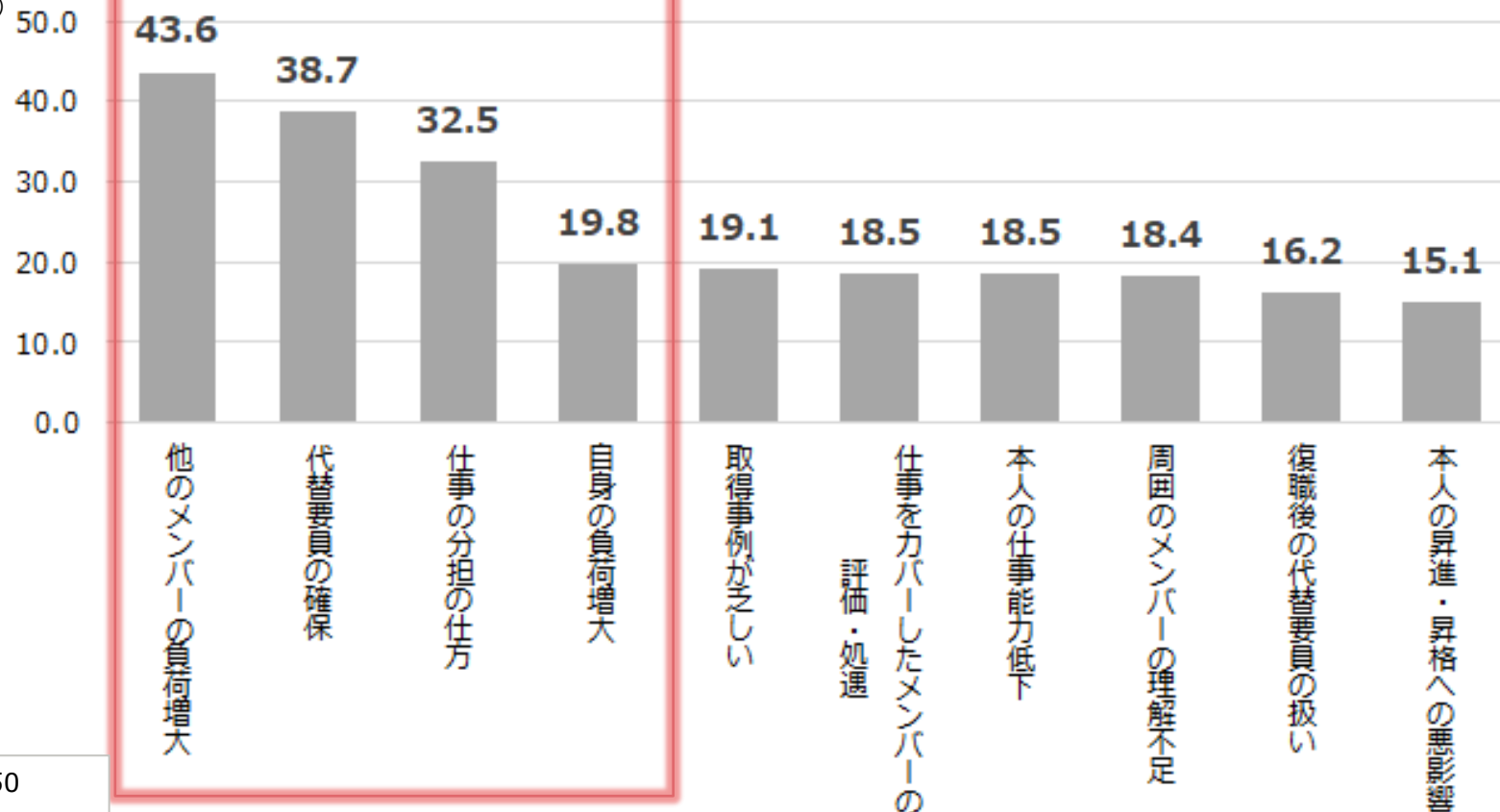
※女性上司の方がとってほしいと考える割合が高いが女性上司の割合が少ないため割愛

とってほしい：とってほしい+ややとってほしい計
とってほしくない：とってほしくない+あまりとってほしくない計

上司は、「他のメンバーの負荷増大」「代替要員の確保」「仕事の分担の仕方」「自身の負荷増大」といった不在時のマネジメントに対する懸念が大きい。

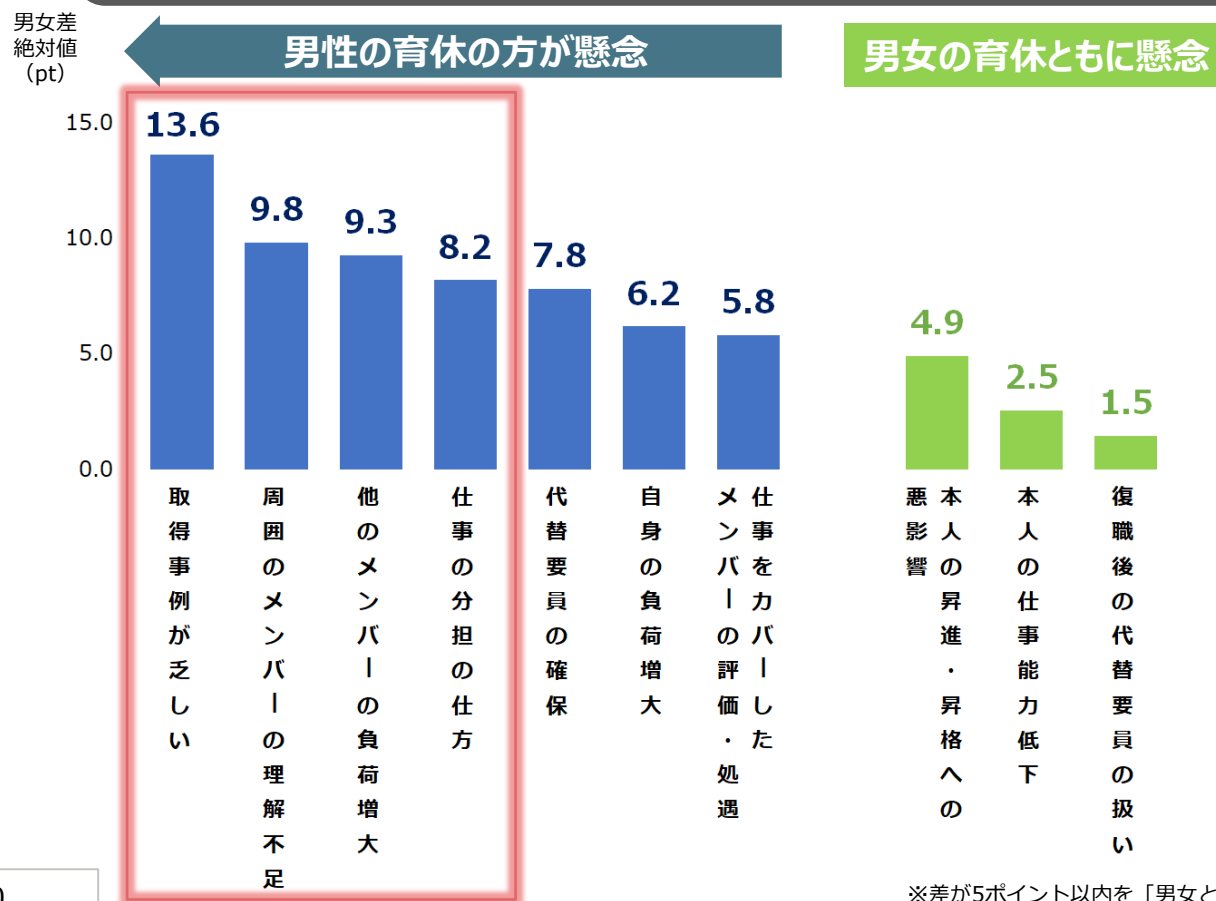
部下の男性が育休を取得する上で気になること

複数回答
(%)



「取得事例の乏しさ」や「メンバーの理解不足」「他のメンバーの負荷増大」「仕事の分担の仕方」といった不在時のマネジメントに対する懸念が男性の育休でより大きい。

部下が育休を取得する上で気になること：男女の育休の差（男性の育休で懸念が大きい10項目）



上司 n=550

※差が5ポイント以内を「男女ともに懸念」と分類

上司の態度に影響する組織要因を見た。

目標が明確であること、短時間での成果創出が求められないことが

男性部下の中長期（※1か月で分析）の育休取得への態度に特にプラスに影響している。

ポジティブに影響

※太い矢印は特に影響が大きいもの

標準化偏回帰係数

標準化偏回帰係数

ネガティブに影響



【上司の態度に影響するその他属性】

- : 男性上司、40時間以上の残業、事務職、営業・販売職、教育・学習支援業 + : 従業員1001人以上

重回帰分析（ステップワイズ法）

上司 : n=550

調整済決定係数 : .170

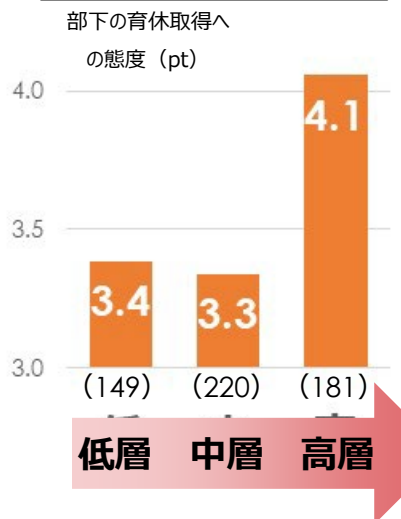
** : 1%水準で有意、* : 5%水準で有意

※年齢・未婚・子供有無・転職経験・役職・年収は有意でない

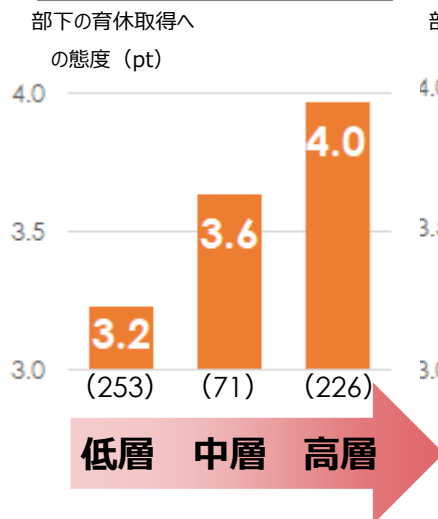
組織要因と部下の中長期（※1か月で分析）の育休取得への態度を見た。「勤務場所の柔軟性」「目標の明確性」「育休取得による査定への影響のなさ」について、それぞれ高いほうが部下の育休取得に対して肯定的である。一方で、「短時間での成果創出」を求められない職場のほうが部下の育休取得に対して肯定的である。

ポジティブな組織要因

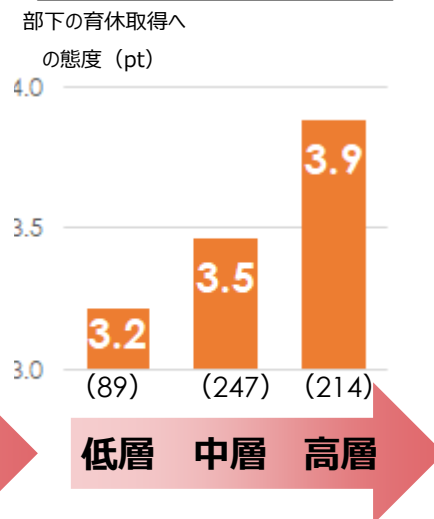
勤務場所の柔軟性
3層と部下の育休
取得への態度



目標の明確性 3層と
部下の育休取得への
態度

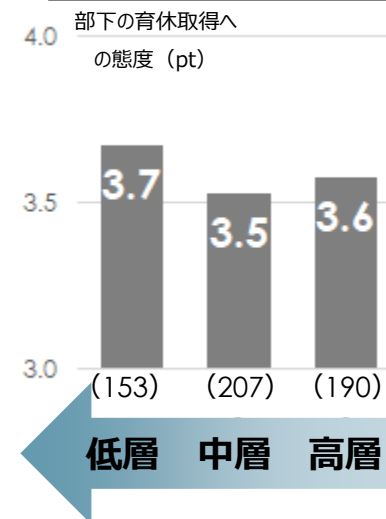


育休取得による査定へ
の影響のなさ 3層と部
下の育休取得への態度



ネガティブな組織要因

短時間での成果
創出 3層と部下の
育休取得への態度



【Ⅲ】.男性の中長期の育休取得に影響する要因

③同僚の態度に影響する組織要因



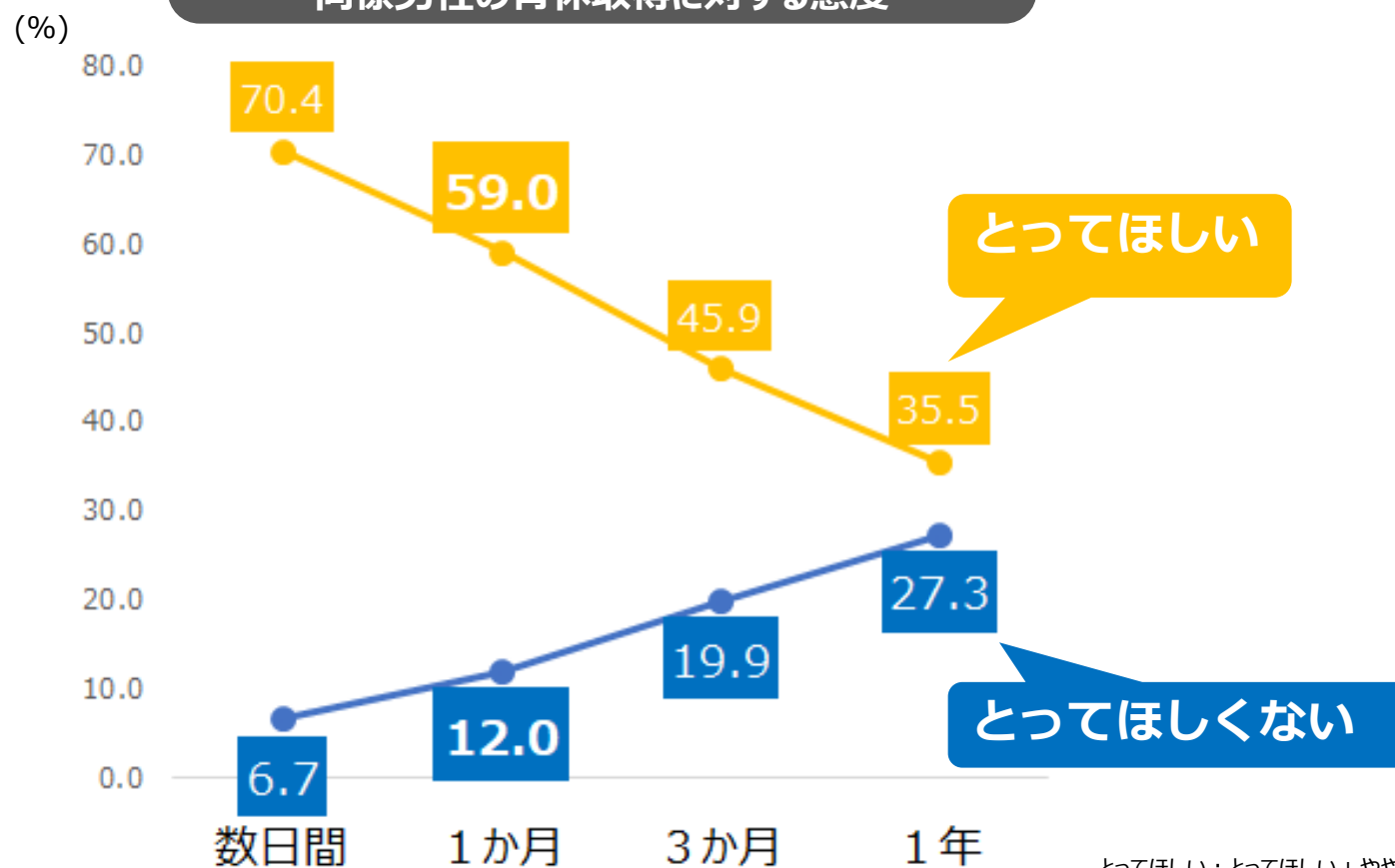
PERSOL

パーソル 総合研究所

取得期間が長くなるほど同僚の男性に育休を「とってほしい」と考える同僚が少なくなる。

ただし、1か月の育休取得では、肯定的である同僚が59.0%であり、否定的な同僚の12.0%を大きく上回る。

同僚男性の育休取得に対する態度



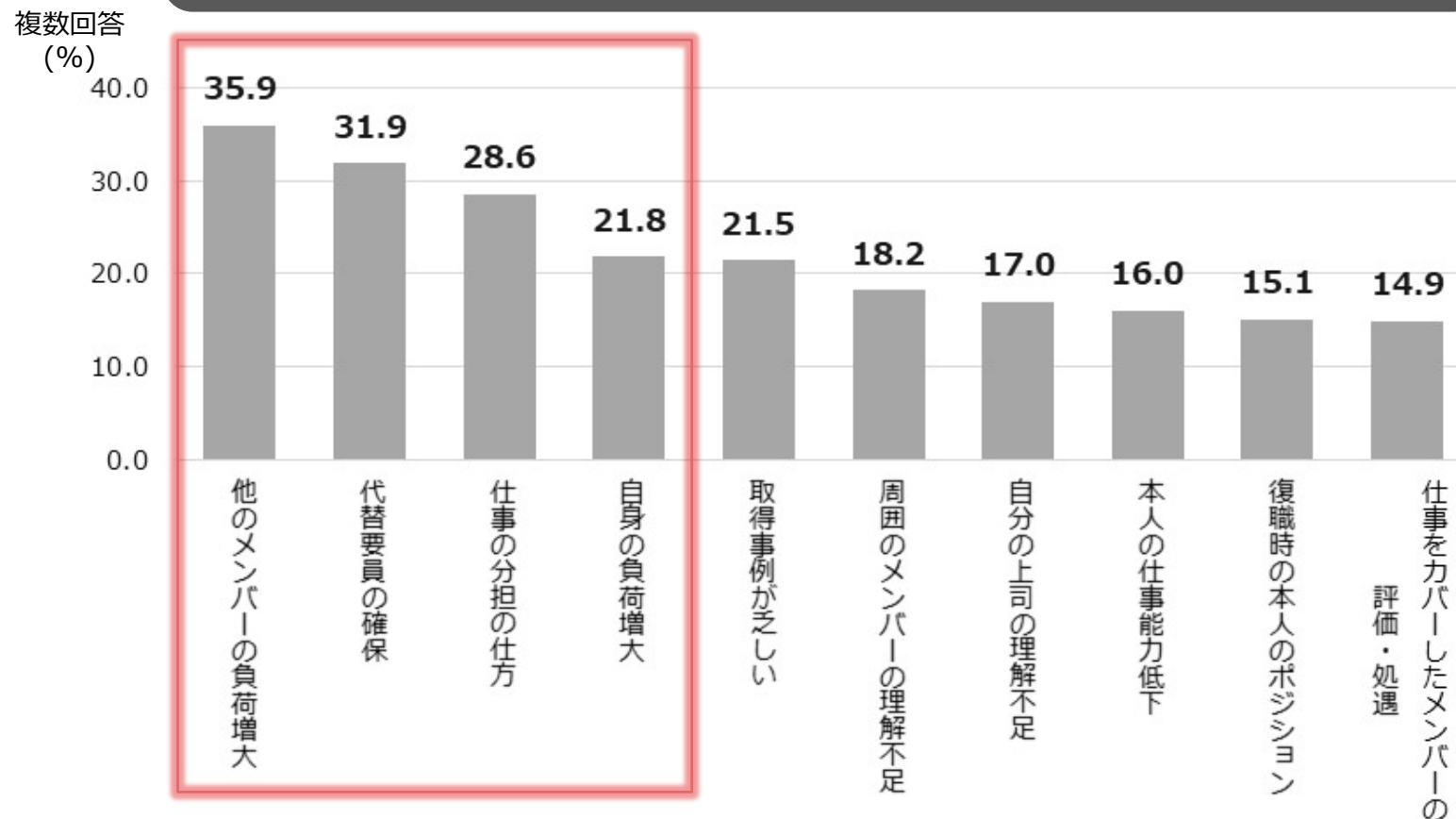
同僚 n=1600

育休期間

とってほしい：とってほしい+ややとってほしい計
とってほしくない：とってほしくない+あまりとってほしくない計

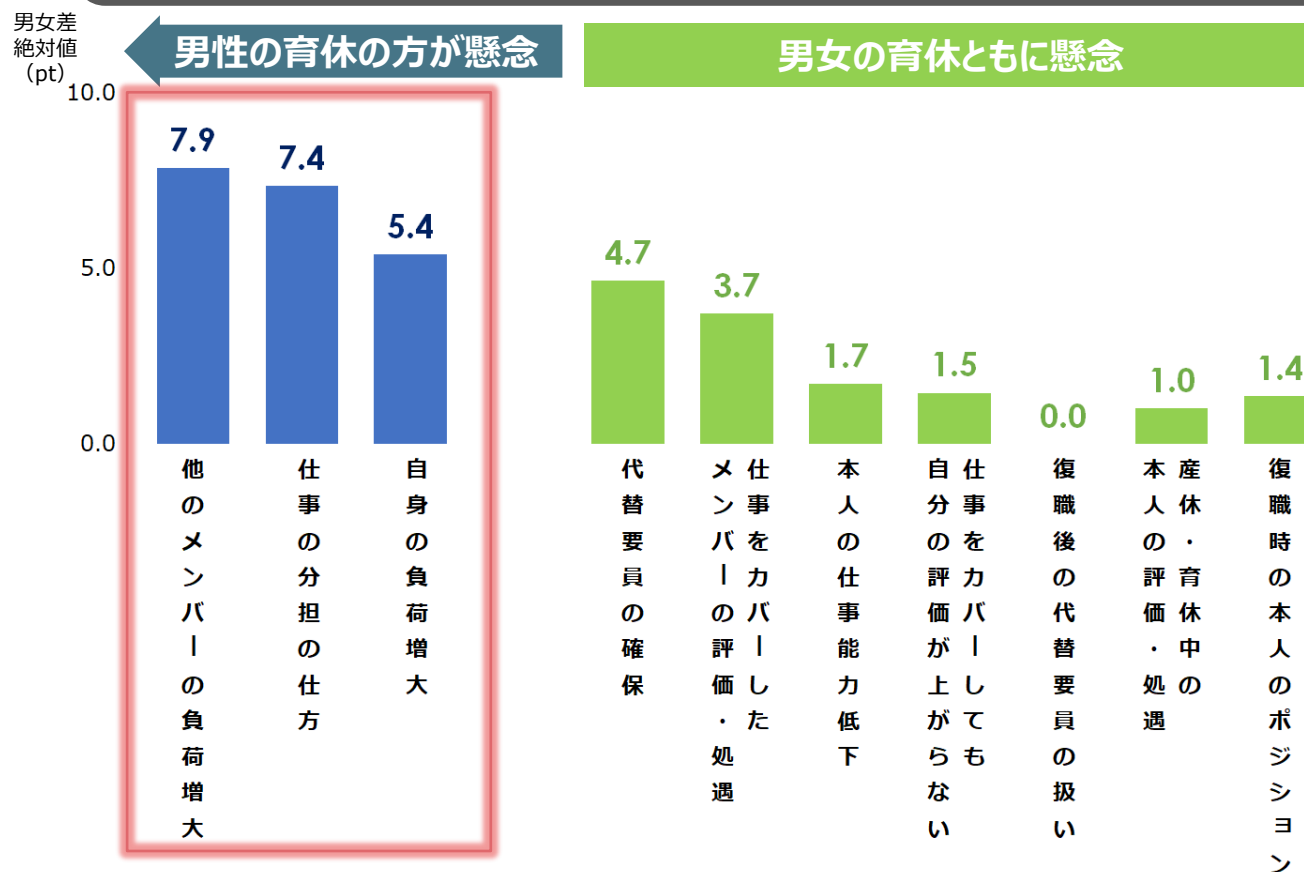
同僚は、「他のメンバーの負荷増大」「代替要員の確保」「仕事の分担の仕方」「自身の負荷増大」といった職場の負荷増大に対して懸念をもっている。

同僚の男性が育休を取得する上で気になること



「他のメンバーの負荷増大」「仕事の分担の仕方」「自身の負荷増大」といった職場の負荷増大への懸念が
男性の育休でより大きい。

同僚が育休を取得する上で気になること：男女の育休の差（男性の育休で懸念が大きい10項目）



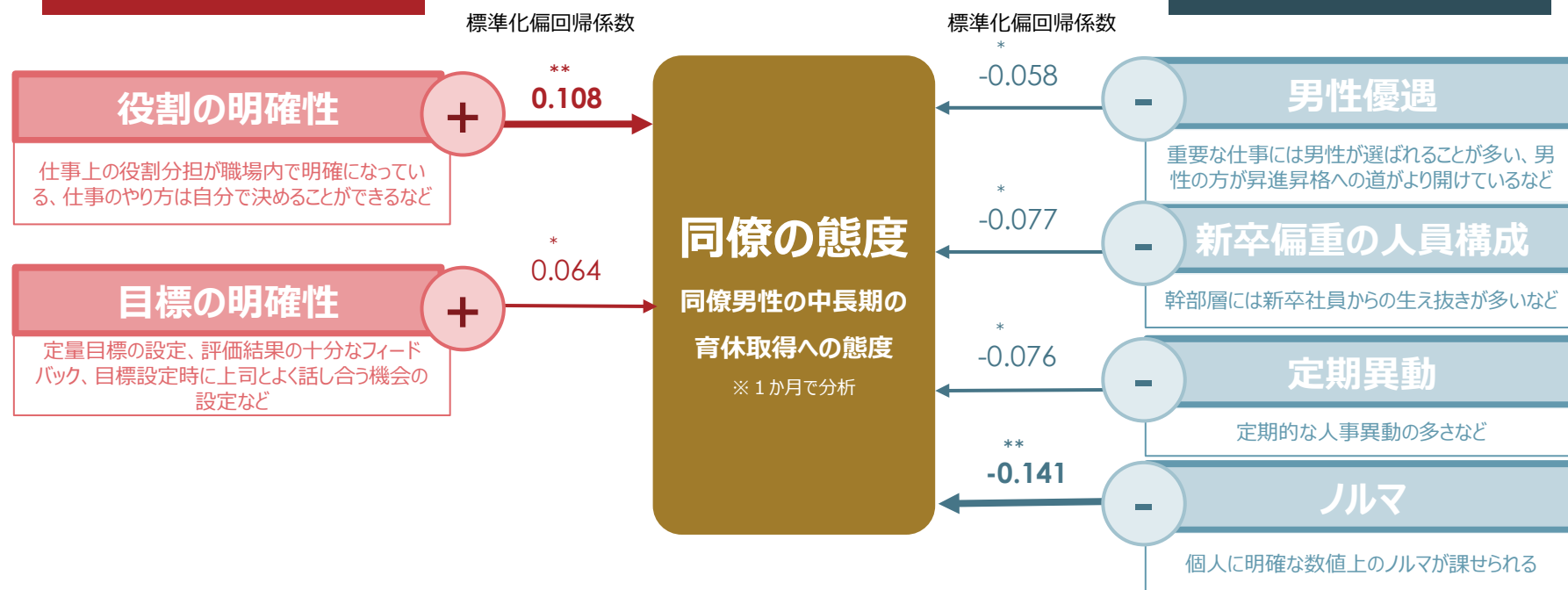
同僚の中長期の育休取得への態度に影響する組織要因を見た。

役割が明確であること、ノルマが課せられないことが同僚男性の中長期の育休取得への態度に特にプラスに影響している。

ポジティブに影響

※太い矢印は特に影響が大きいもの

ネガティブに影響



【同僚の態度に影響するその他属性】

－：男性同僚、年齢の高さ +：部下なし役職者（主任・係長、部下なし管理職）

重回帰分析（ステップワイズ法）

20-50代男女（部下なし）：n=1600

調整済決定係数：.062

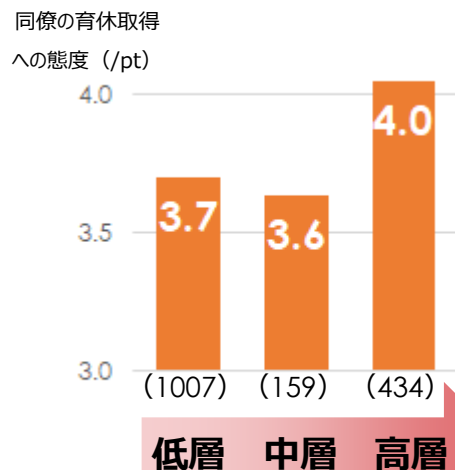
**：1%水準で有意、*：5%水準で有意

※未既婚・子供有無・転職経験・業種・職種・従業員規模・残業時間・年収は有意ではない

ポジティブな組織要因と同僚の中長期（※1か月で分析）の育休取得への態度を見た。「目標の明確性」「役割の明確性」について、それぞれ高いほうが同僚の育休取得に対して肯定的である。

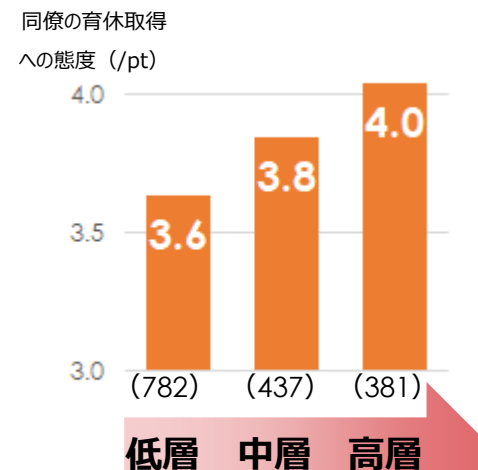
ポジティブな組織要因

目標の明確性3層と同僚の育休取得への態度



目標の明確性

役割の明確性3層と部下の同僚の育休取得への態度



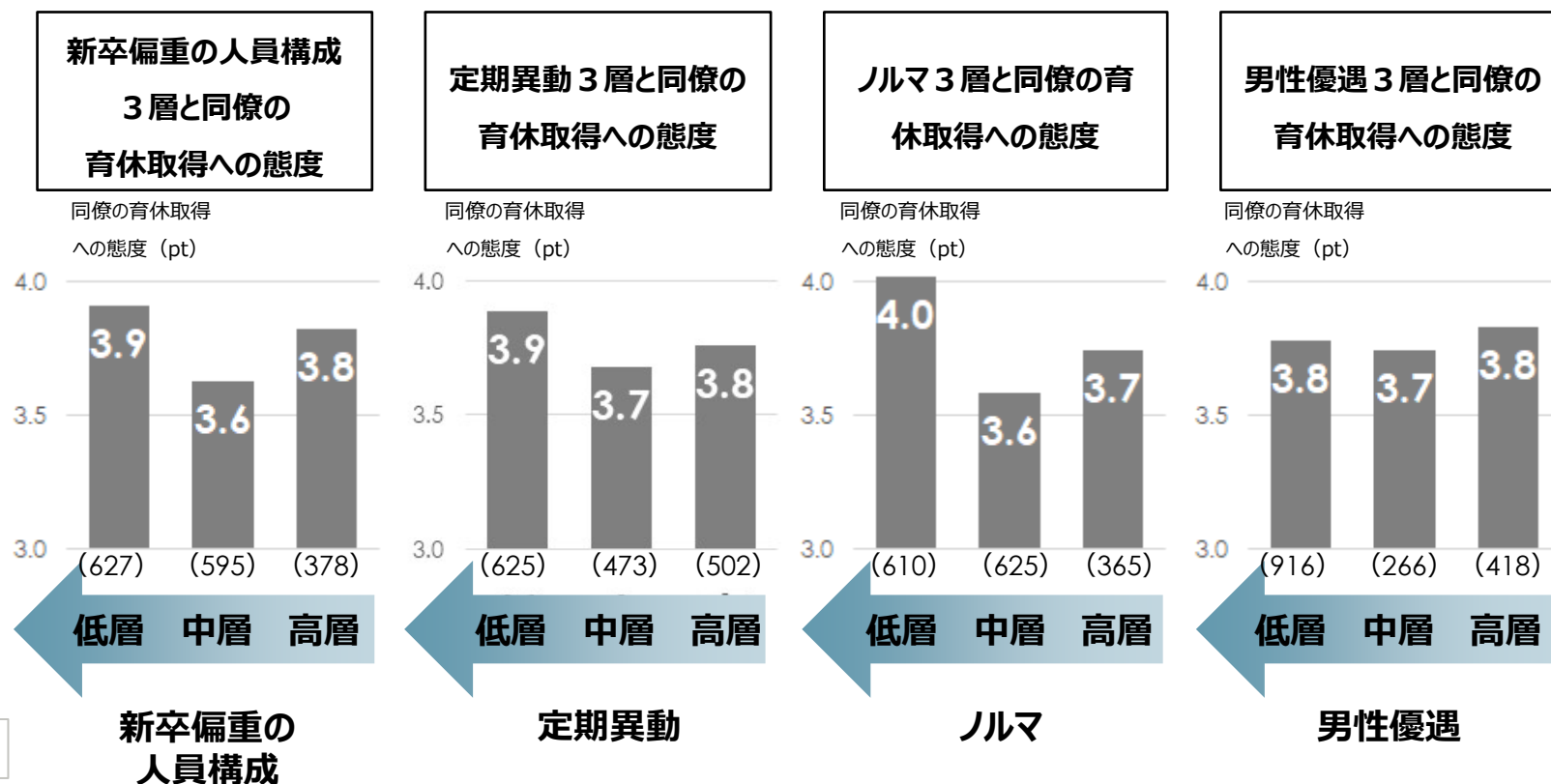
役割の明確性

20-50代男女
(部下なし)

※カッコ内はn

ネガティブな組織要因と同僚の中長期（※1か月で分析）の育休取得への態度を見た。「新卒偏重の人員構成」「定期異動」「ノルマ」「男性優遇」について、それぞれ低いほうが同僚の育休取得に対して肯定的である。

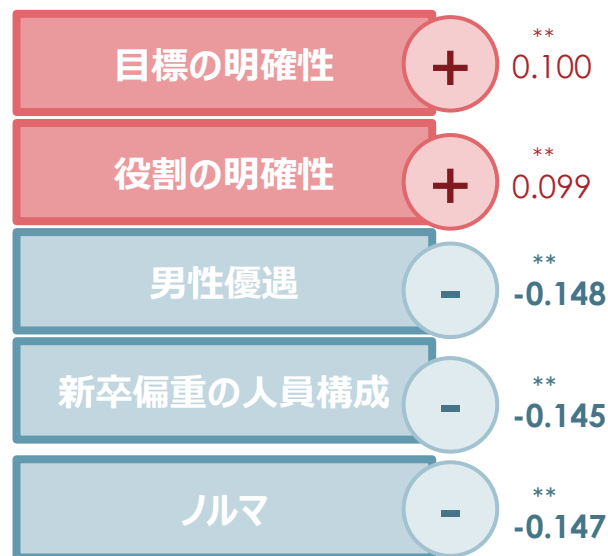
ネガティブな組織要因



お互い様意識が同僚の中長期（※1か月で分析）の育休取得への肯定的態度と関連している。
「男性優遇」や「新卒偏重の人員構成」「ノルマ」は、お互い様意識に対しても特にマイナスに影響している。

※太字は特に影響が大きいもの

標準化偏回帰係数



【お互い様意識に影響するその他属性】

+ : 年齢の高さ

標準化偏回帰係数

お互い様意識

**
0.276

同僚の態度

同僚男性の
中長期の育休
取得への態度

※1か月で分析

【同僚の1か月の育休取得への態度に影響するその他属性】

- : 男性同僚、年齢の高さ

+ : 役職者（主任・係長、部下なし管理職）、従業員規模1,001人以上

重回帰分析（ステップワイズ法）

調整済決定係数：.073

**：1%水準で有意

※性別・未既婚・子供有無・転職経験・業種・職種・従業員規模・役職・残業時間・年収は有意ではない

重回帰分析（ステップワイズ法）

調整済決定係数：.102

**：1%水準で有意

※未既婚・子供有無・転職経験・業種・職種・残業時間・年収は有意ではない

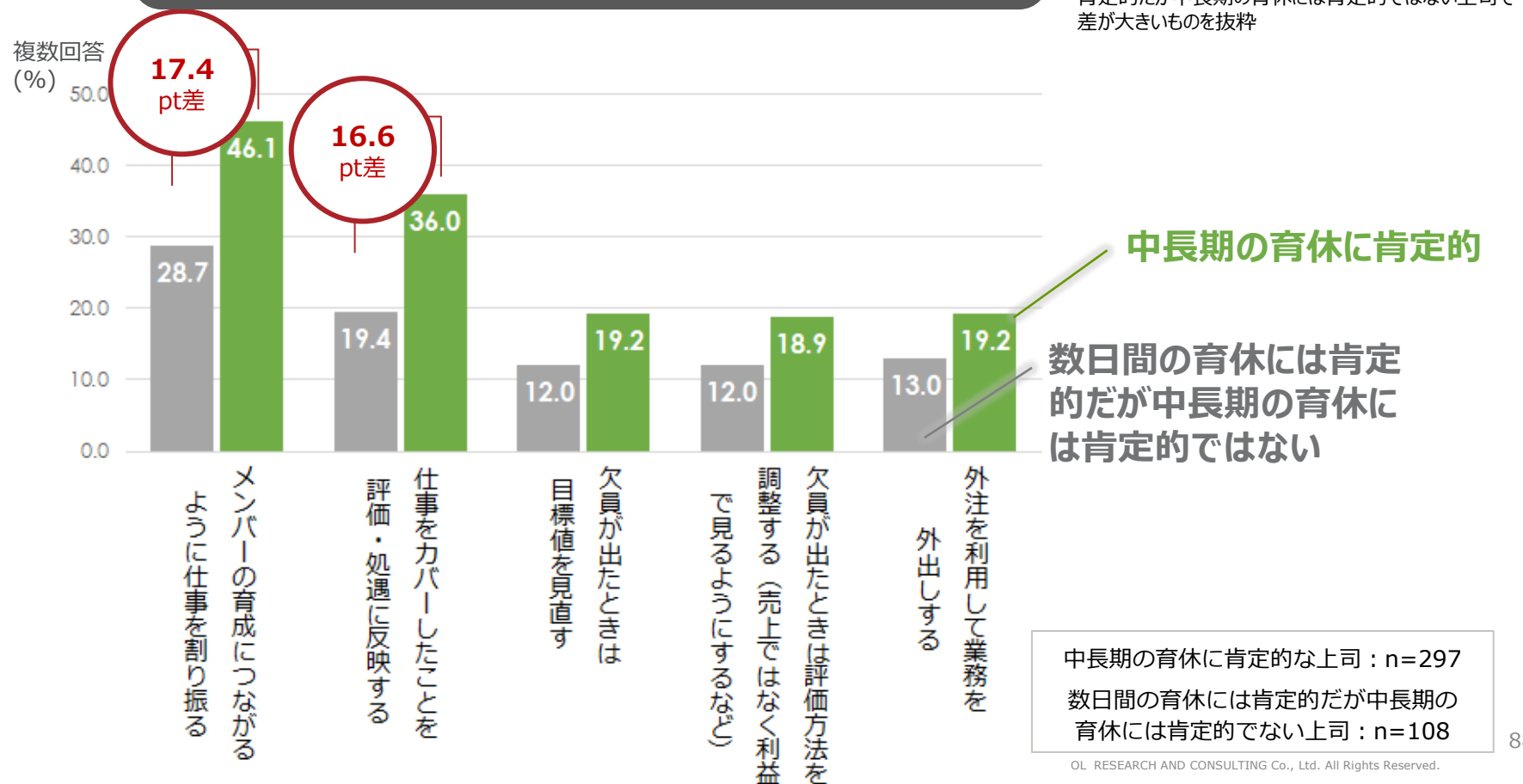
【Ⅳ】.その他

① 部下の育休取得に肯定的な上司による不在時マネジメント

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

数日間の育休に肯定的な上司と中長期（※1か月で分析）の育休に肯定的な上司における不在時のマネジメントの違いを見た。中長期の育休に肯定的な上司は、「メンバーの育成につながるように仕事を割り振る」「仕事をカバーしたことを評価・処遇に反映する」割合が17ポイント程度高い。

不在時マネジメント方法／男性部下の育休取得に対する態度別



【Ⅳ】.その他

②育休のとりやすさと関連する本人の特性

パーソル総合研究所

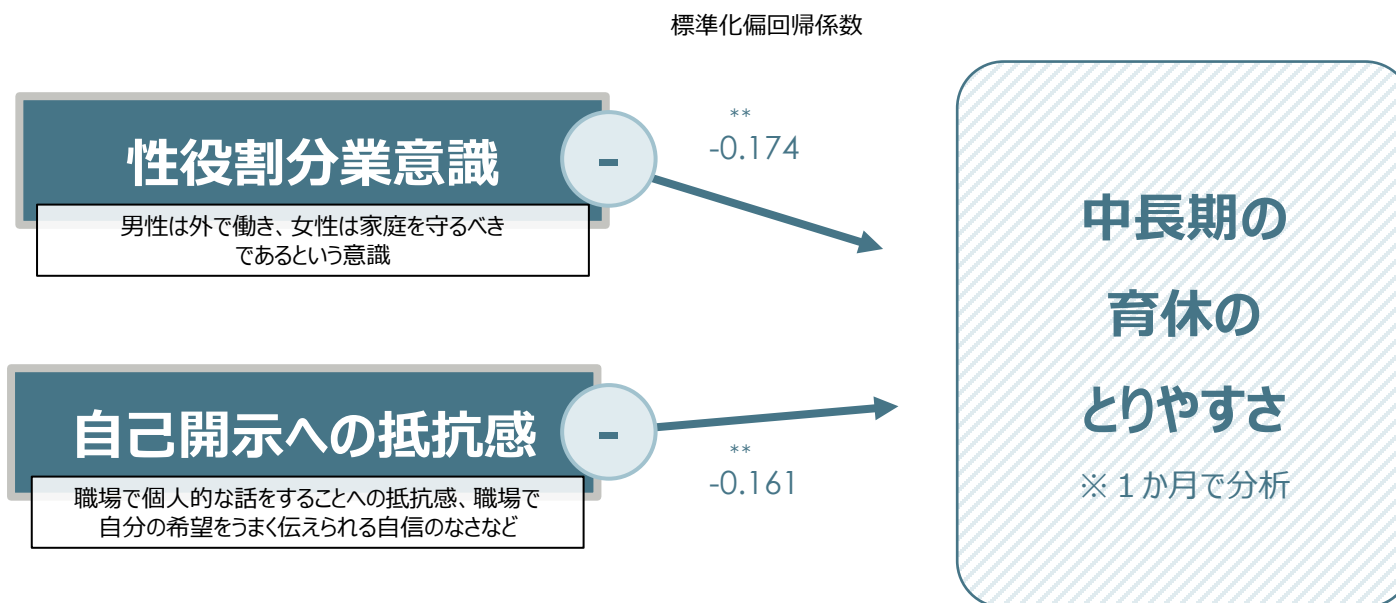
シンクタンク本部



PERSOL

パーソル 総合研究所

男性は外で働き、女性は家庭を守るべきであるという性役割分業意識をもっていると、
中長期（※1か月で分析）の育休をとりにくいと感じている。また、職場で個人的な話をする事への抵抗感があり、自分の希望をうまく伝えられる自信がない場合も中長期の育休はとりにくいと感じている。



【中長期の育休のとりやすさに影響する
その他属性】
－：40時間以上の残業

重回帰分析

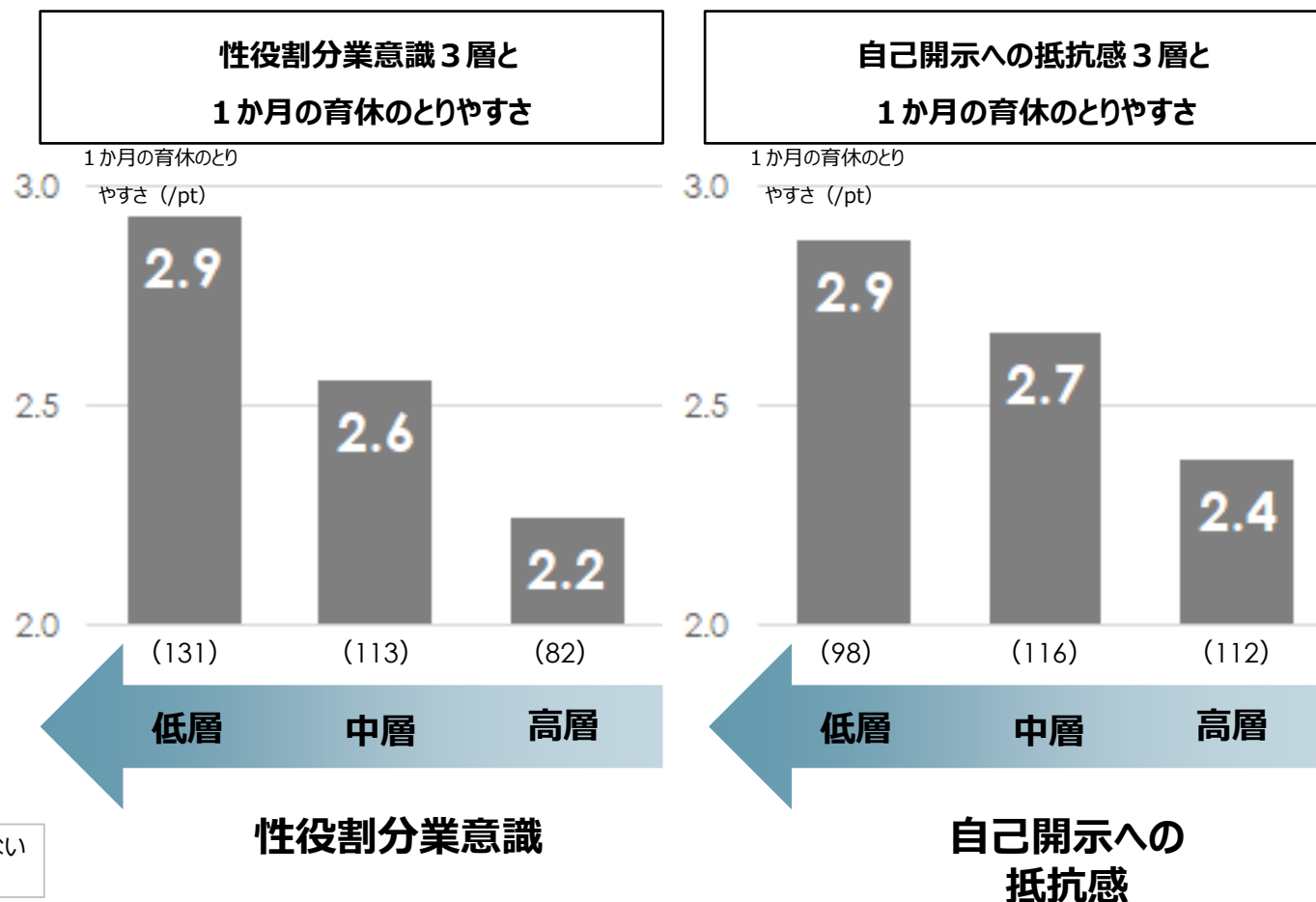
20-40代の子どもがいない男性（部下なし）：n=326

調整済決定係数：.093

**：1%水準で有意

※年齢・未婚・転職経験・業種・職種・従業員規模・役職・年収・配偶者年収・
配偶者就労形態は有意ではない

「性役割分業意識」「自己開示への抵抗感」について、
それぞれ低いほうが中長期（※1か月で分析）の育休がとりやすいと感じている。



【Ⅳ】.その他

③経営のコミットメントにつながる人事部門の特性

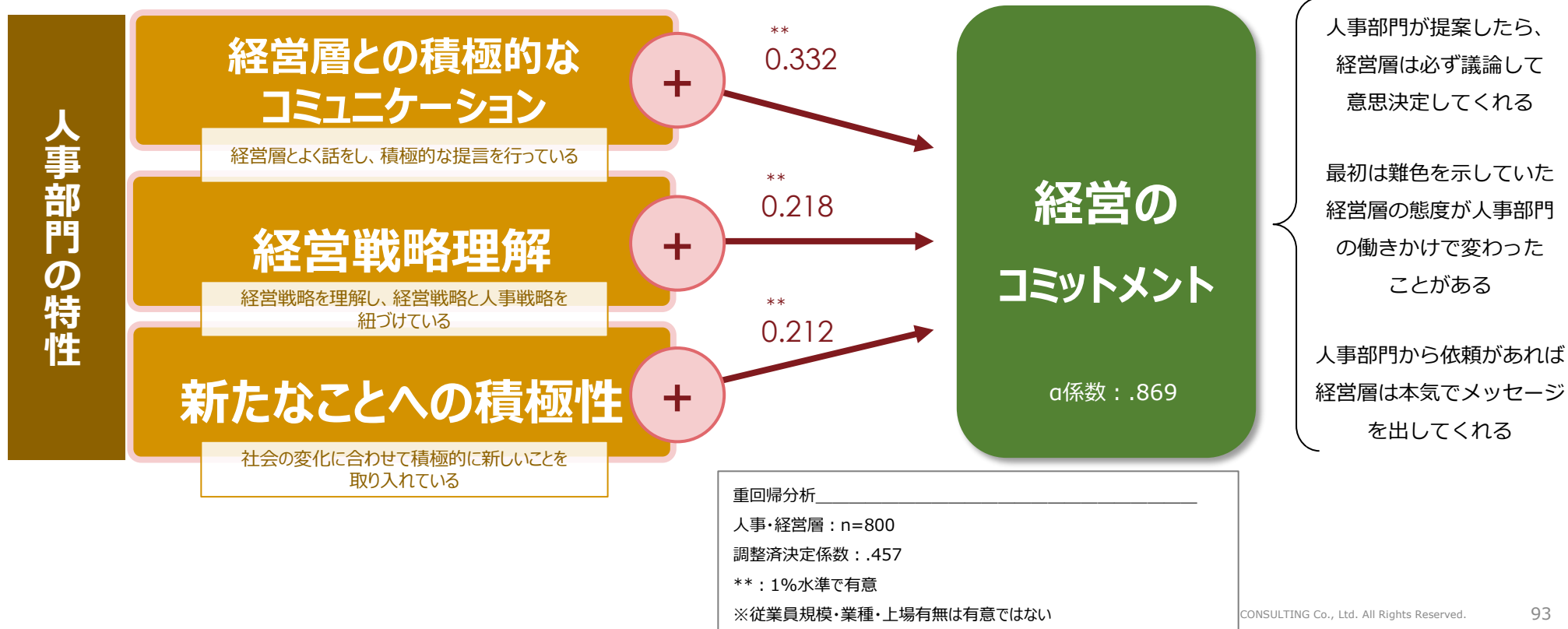
パーソル総合研究所

シンクタンク本部



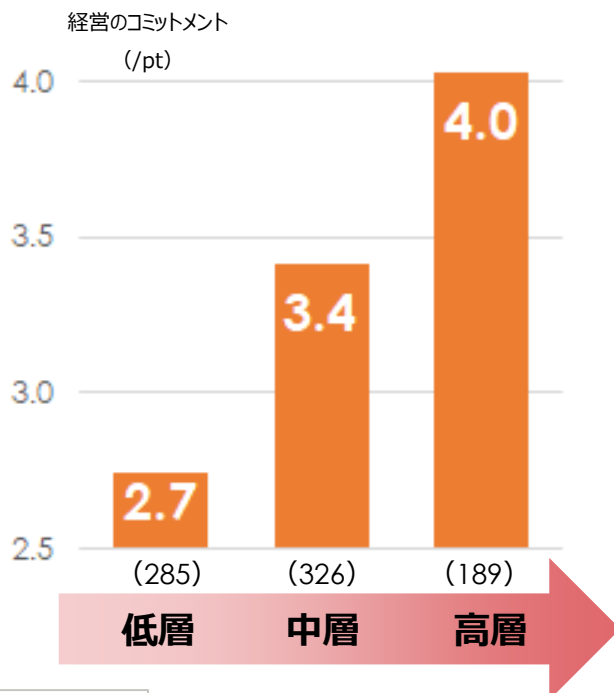
パーソル 総合研究所

人事部門が、経営層と積極的なコミュニケーションをとっており、経営戦略と人事戦略を紐づけ、社会の変化にあわせて新たなことに積極的に取り組んでいると、経営のコミットメントにつながっている。



人事部門による経営層との積極的なコミュニケーション、経営戦略理解、新たなことへの積極性の傾向と経営のコミットメントの高さを見た。どの特性も、それぞれ高い人事部門のほうが経営のコミットメントが高い。

経営層との積極的な コミュニケーション3層 と経営のコミットメント

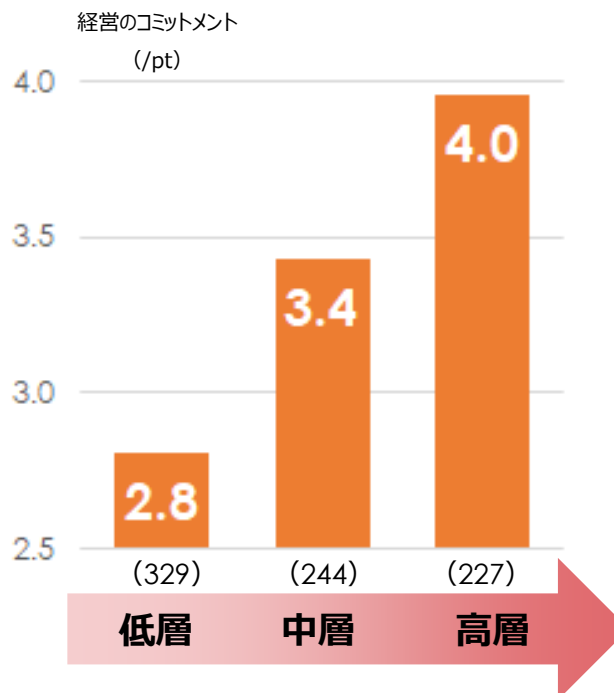


人事・経営層

※カッコ内はn

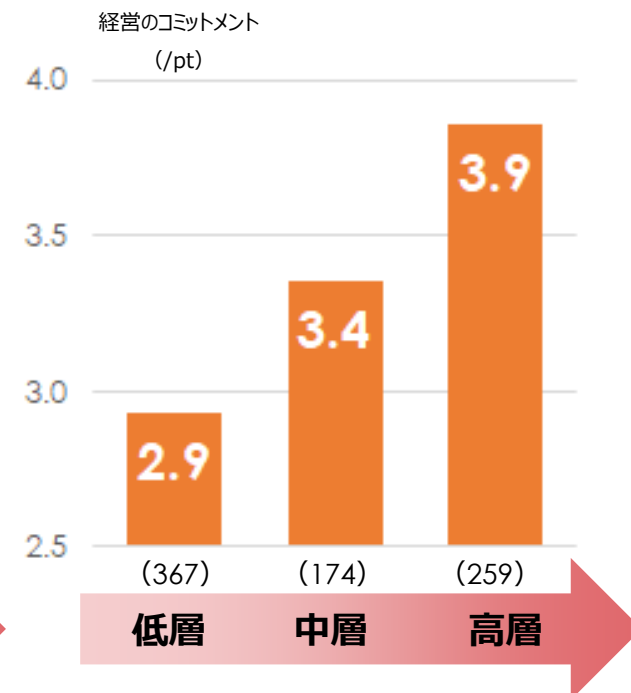
経営層との積極的な
コミュニケーション

経営戦略理解3層 と経営のコミットメント



経営戦略理解

新たなことへの積極性3層 と経営のコミットメント



新たなことへの積極性

Appendix.

パーソル総合研究所
シンクタンク本部



従業員300人以下の企業では、男性の育休取得率にかかわらず「優秀な人材の定着（離職率の低下）」が男性育休推進の主な目的である。取得率80%以上の企業では、「優秀な人材の確保（採用活動）」も主な目的となっている。

男性育休推進の目的／取得率別上位3つ：複数回答(%)
＜従業員300人以下の企業＞

	取得率0% (n=128)	%
1	従業員のモチベーション向上	32.0
2	法的要請への対応	30.5
3	優秀な人材の定着 (離職率の低下)	25.8

	取得率20-50%未満 (n=35)	%
1	従業員のモチベーション向上	42.9
2	優秀な人材の定着 (離職率の低下)	40.0
3	多様な人材についての 理解促進	37.1

	取得率1-5%未満 (n=87)	%
1	法的要請への対応	46.0
2	従業員のモチベーション向上	36.8
3	優秀な人材の定着 (離職率の低下)	31.0

	取得率50-80%未満 (n=33)	%
1	法的要請への対応	39.4
2	従業員のモチベーション向上	30.3
3	優秀な人材の定着 (離職率の低下)	24.2
	企業イメージの向上	24.2

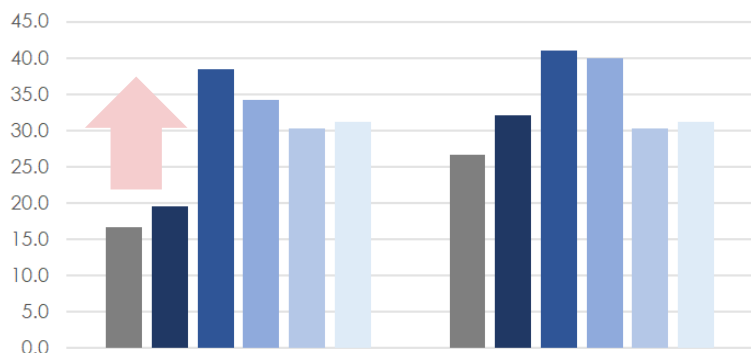
	取得率5-20%未満 (n=39)	%
1	優秀な人材の定着 (離職率の低下)	48.7
2	従業員のモチベーション向上	43.6
3	女性活躍推進	41.0

	取得率80%以上 (n=32)	%
1	従業員のモチベーション向上	46.9
2	優秀な人材の定着 (離職率の低下)	43.8
3	優秀な人材の確保 (採用活動)	37.5

従業員300人以下の企業において、採用・定着における男性の育休取得による効果実感を見た。取得率別に見ると、取得率が5%以上になると「優秀な人材の確保（採用活動）」の効果を実感している企業の割合が高まる。取得期間別に見ると、中長期（※1か月以上）の取得者がいる企業で採用・定着の効果を実感している割合が高い。

男性の育休取得による効果／取得率別 ＜従業員300人以下＞

効果を感じて
いる割合
(%)

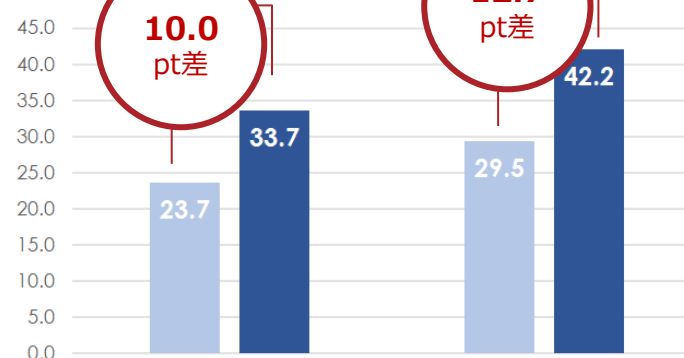


（優秀な人材の確保）

（優秀な人材の定着）

男性の育休取得による効果／取得期間別 ＜従業員300人以下＞

効果を感じて
いる割合
(%)



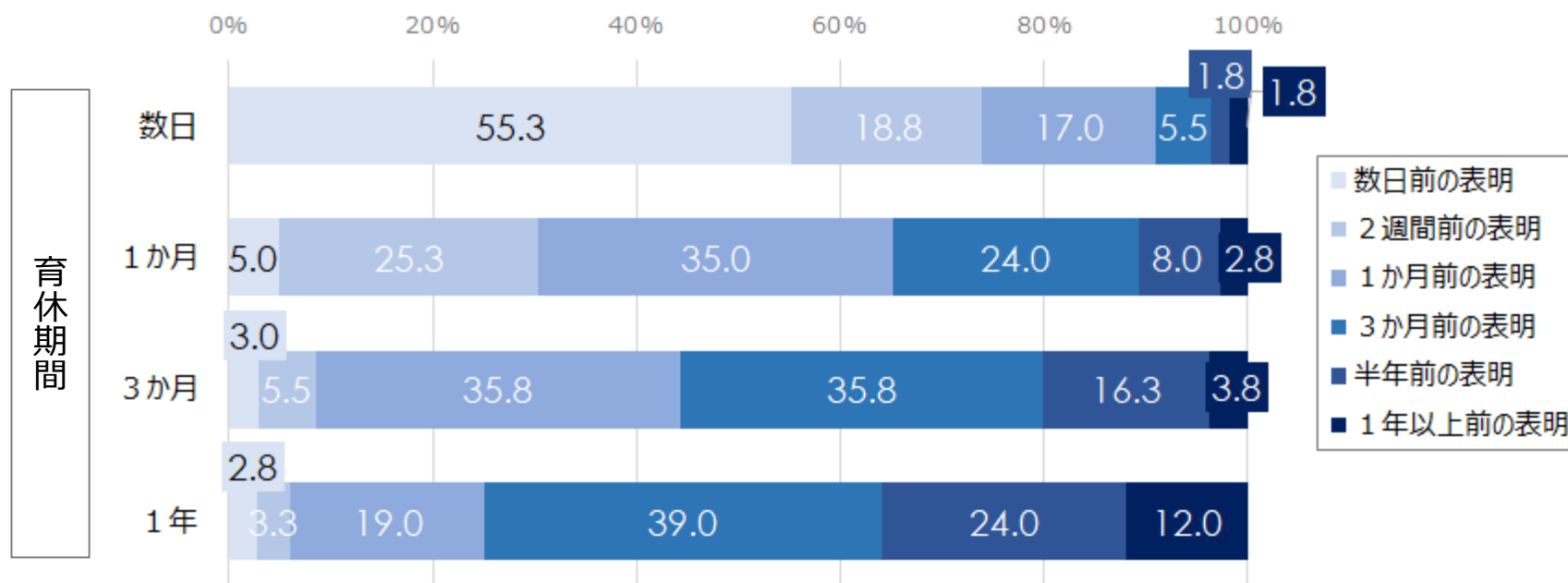
（優秀な人材の確保）

（優秀な人材の定着）

■ 1か月以上の取得者なし (173)
■ 1か月以上の取得者あり (83)

部下の育休取得期間が長くなるほど、上司は前もって取得意思を表明してほしいと思っている。

部下に育休の取得意向を表明してほしい時期



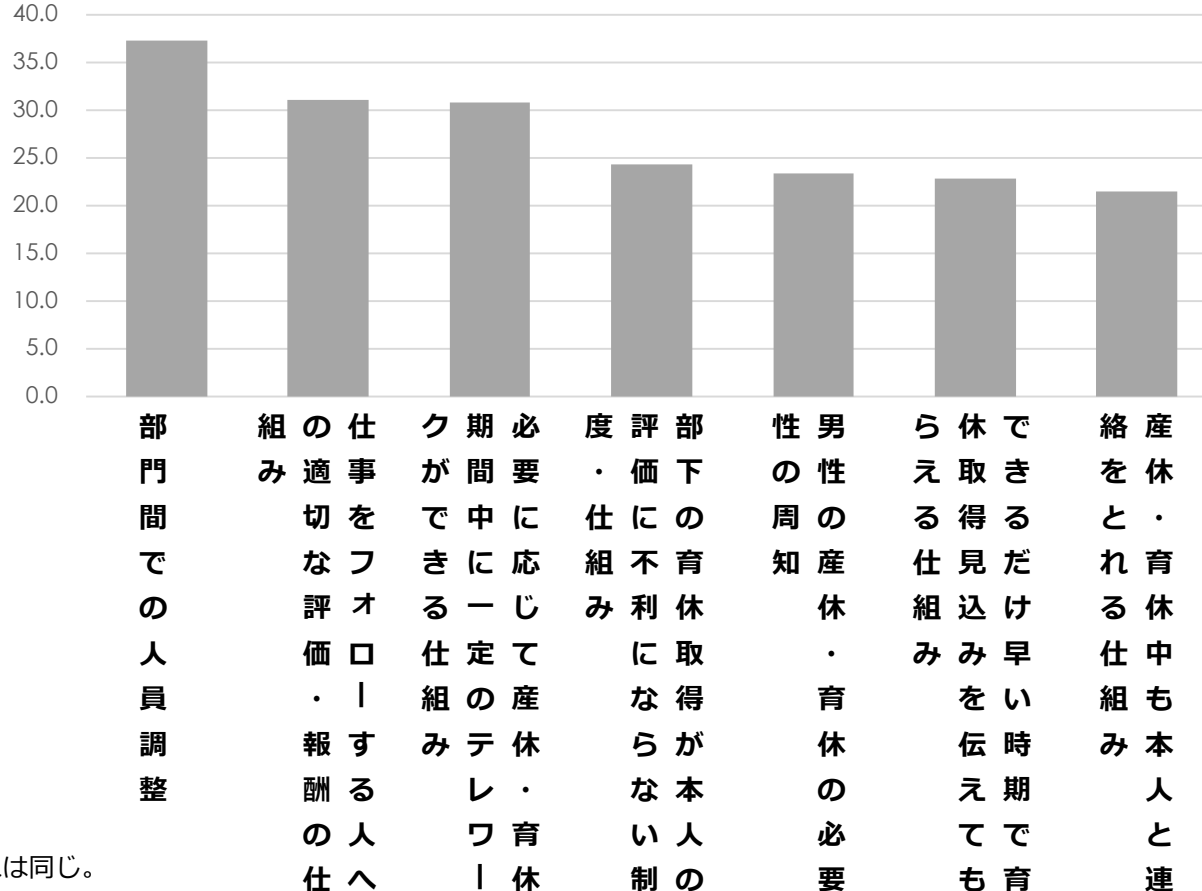
男性上司 n=400

※女性上司も同様の傾向。

上司は、男性部下が育休を取得する上で、
部門間での人員調整や仕事をフォローする人への適切な評価・報酬の仕組みが必要だと思っている。

男性部下の育休取得に必要なこと

複数回答
(%)

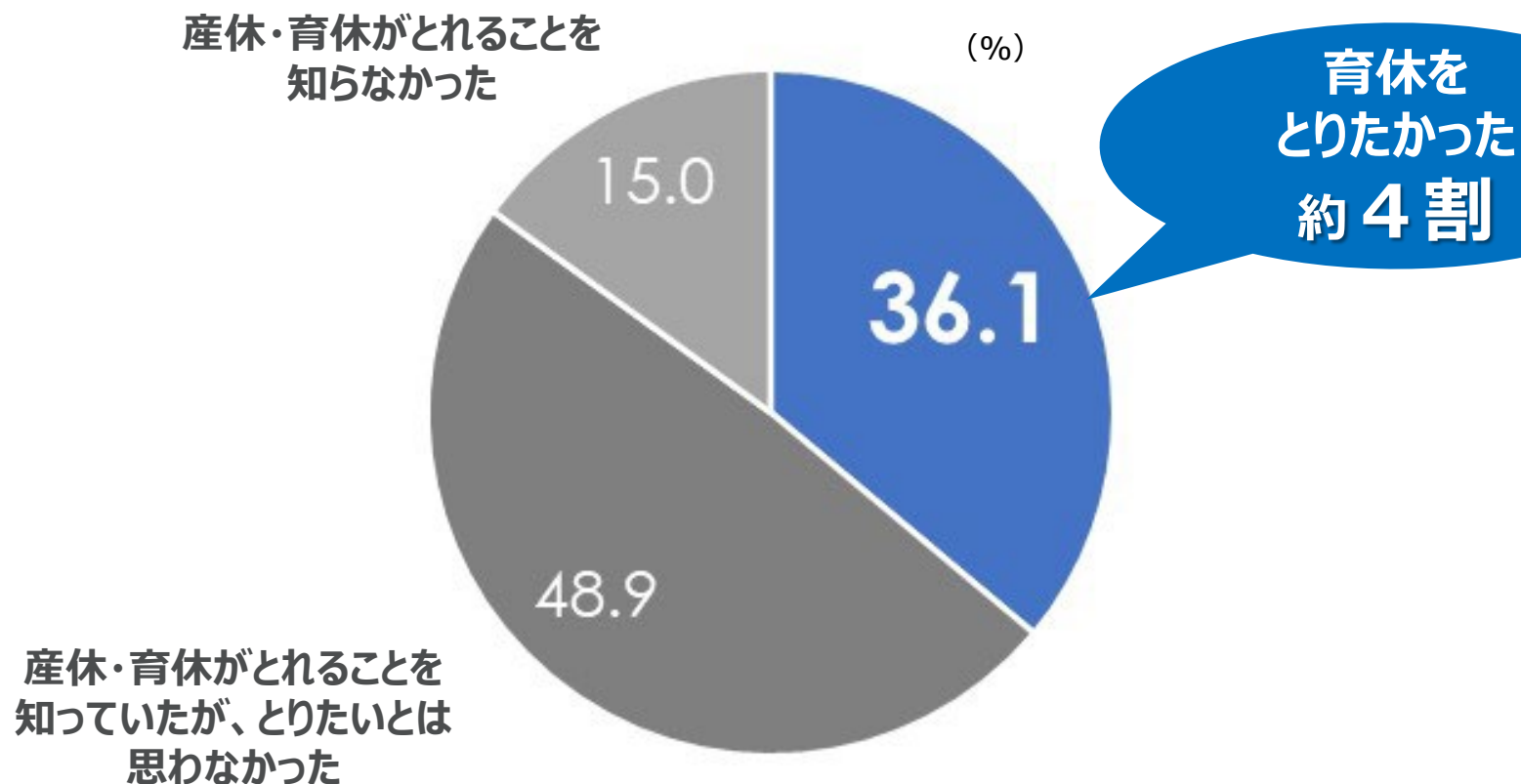


男性上司 n=400

※女性上司も上位項目の顔ぶれは同じ。

小学3年生以下の子ども（およそ過去10年間）の出生時に**育休を取得しなかった男性の約4割が育休をとりたいと思っていた。**
とりたいと思っていたのに実際には取得していない。

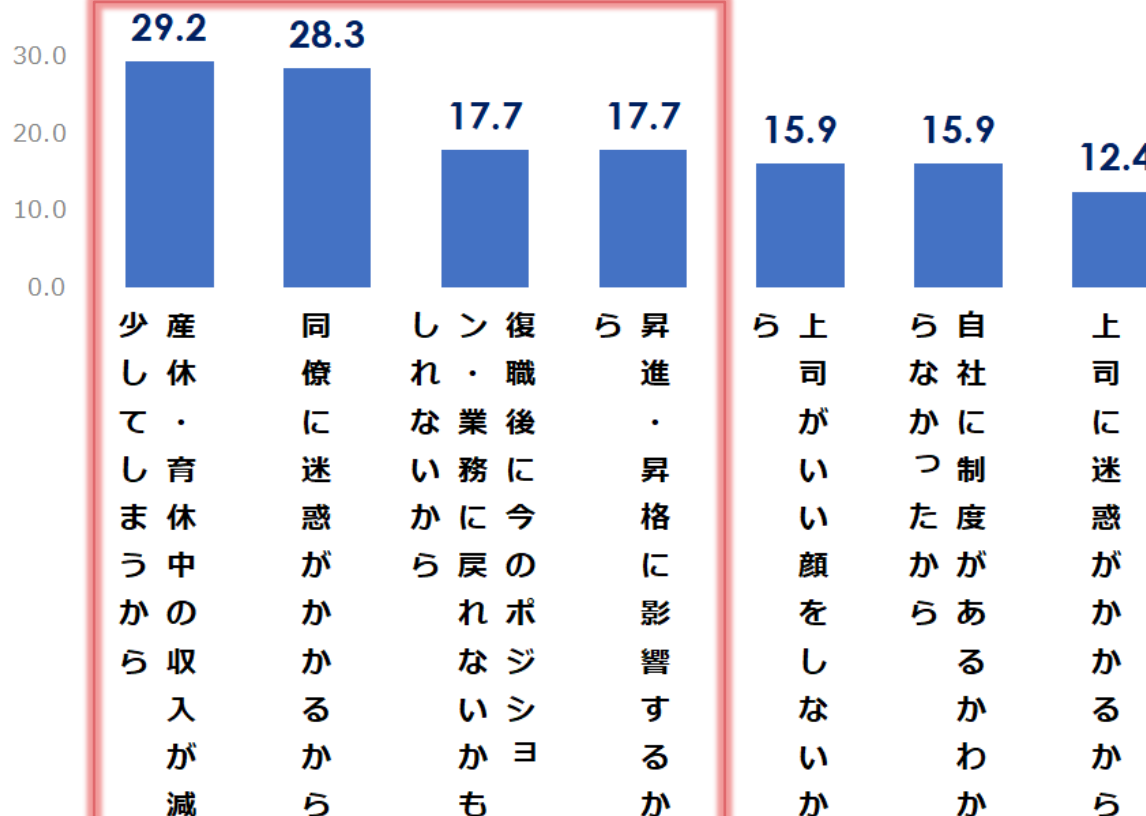
小学3年生以下の子について育休を取得しなかった男性における**過去出生時の育休取得意向**



育休をとりたいと思ったのにとらなかった人の理由を見た。最も多い理由は「産休・育休中の収入が減少してしまうから」。
「同僚に迷惑がかかるから」「復職後に今のポジション・業務に戻れないかもしれないから」「昇進・昇格に影響するから」が続く。

複数回答
(%) 40.0

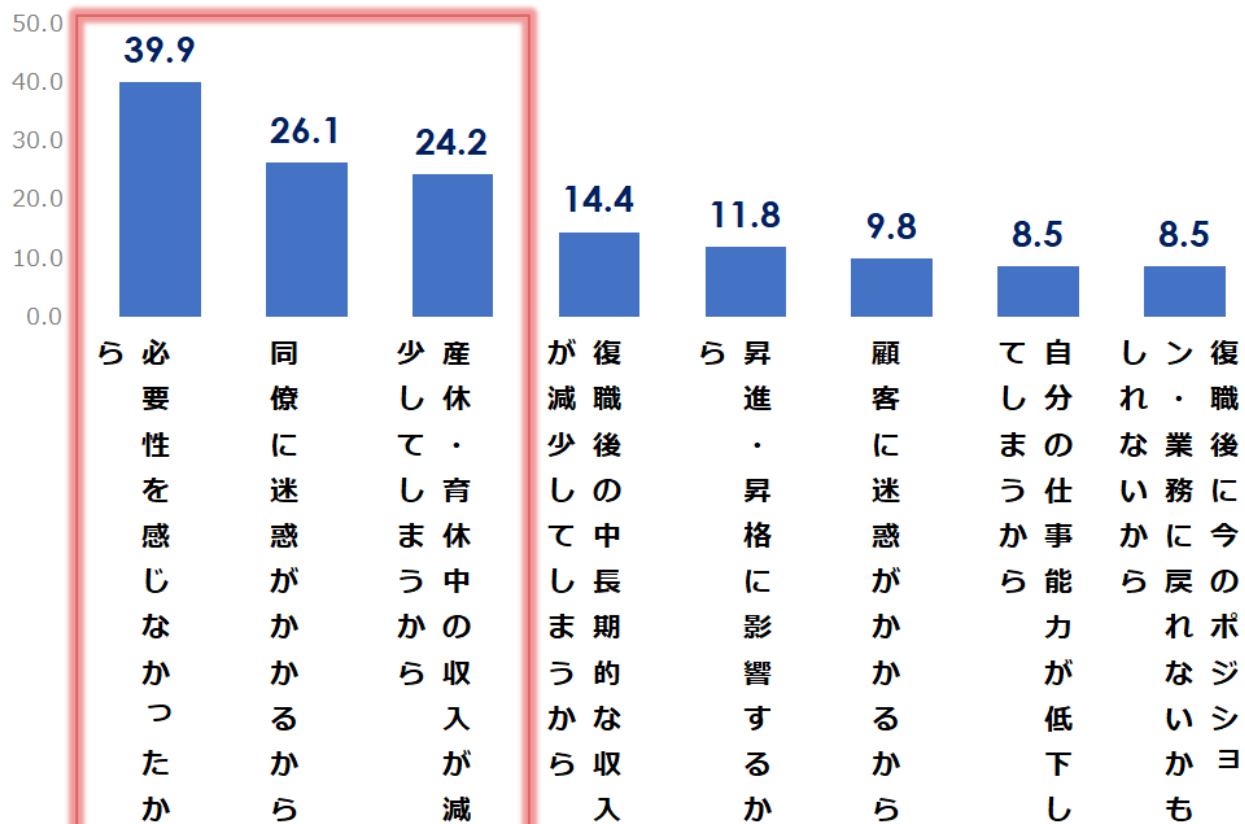
育休をとりたいのにとらなかった理由



育休をとりたいと思わなかった理由を見た。最も多い理由は「必要性を感じなかったから」。
「同僚に迷惑がかかるから」「産休・育休中の収入が減少してしまうから」が続く。

複数回答
(%)

育休をとりたいと思わなかった理由



ベース：小学校3年生以下の子について育休をとりたいと思わなかった
20-50代男性 n=153

※上位7位まで
(7位が同率のため8項目掲載)

経営層からの
メッセージ発信
／周知

「経営層からのメッセージの発信量を増やす」

（男性育休取得率15～20%未満、1か月以上取得者あり、製造業、従業員数10,001人以上）

「社内ポータルサイトなどで、取得事例、匿名での紹介などを行うことにより、周知を図ること」

（男性育休取得率50～60%未満、1か月以上取得者あり、宿泊業・飲食サービス業、従業員数501人～1,000人）

「基本的に社員に対する情報提供を徹底し、所属長から説明する義務も課している」

（男性育休取得率10～15%未満、1か月以上取得者あり、その他業種、従業員数501人～1,000人）

対象者への取得勧奨
／必要性の啓蒙

「本人と上長に面談を促し、制度取得への働きかけを行う」

（男性育休取得率20～30%未満、1か月以上取得者あり、製造業、従業員数301人～500人）

「ライフプランにおける取得の意義についての外部講師を招聘しての講演会を実施」

（男性育休取得率10～15%未満、1か月以上取得者あり、卸売業・小売業、従業員数501人～1,000人）

キャリアへの影響
低減

「育休、産休取得者に対する、マイナス勤務評定が無きよう、徹底」

（男性育休取得率50～60%未満、1か月以上取得者あり、製造業、従業員数10,001人以上）

「復帰後のポジションの保証」

（男性育休取得率60～70%未満、1か月以上取得者あり、不動産業・物品賃貸業、従業員数301人～500人）

「職場復帰後のポストの現場復帰を約束する」

（男性育休取得率60～70%未満、1か月以上取得者あり、製造業、従業員数101人～300人）

収入補填

「一定期間の育休を有給休暇とする」

（男性育休取得率30～40%未満、1か月以上取得者あり、情報通信業、従業員数501人～1,000人）

人員調整

他部門との連携
／臨時雇用／
属人化解消

「欠員分の仕事をチーム全体でそれぞれ分担して行うことで、**一人一人の負担を軽減しつつ業績の維持**を目指している」（男性育休取得率15～20%未満、1か月以上取得者あり、その他サービス業、従業員数10,001人以上）

「同組織の中で**他のグループも含めてなるべく多くのメンバーで分散カバー**するようにしている」（男性育休取得率5～10%未満、1か月以上取得者あり、情報通信業、従業員数10,001人以上）

「**他部門との協働体制の推進**」（男性育休取得率5%未満、1か月以上取得者あり、情報通信業、従業員数501人～1,000人）

「係制からスタッフ制に変更し、**流動的な人員配置**を可能とした」

（男性育休取得率15～20%未満、1か月以上取得者あり、学術研究・専門・技術サービス業（法律、税理士、測量など）、従業員数5,001人～10,000人）

「**産休代替職員の採用**」

（男性育休取得率40～50%未満、1か月以上取得者あり、その他サービス業、従業員数101人～300人）

「**欠員に代替できる人材の育成**」

（男性育休取得率5%未満、1か月以上取得者あり、その他サービス業、従業員数10,001人以上）

「**欠員が出た時のために普段からワークシェアリング**をするようにしている」

（男性育休取得率40～50%未満、1か月以上取得者あり、製造業、従業員数501人～1,000人）

仕事をカバーする メンバーの評価

「複数のメンバーでフォローし、評価にも反映させる」

(男性育休取得率5%未満、1か月以上取得者あり、製造業、従業員数10,001人以上)

業務縮小

「補充はされませんのでやらない業務を定めることしかありません」

(男性育休取得率90%以上、1か月以上取得者あり、運輸業・郵便業、従業員数10,001人以上)

早めの申し出・ 引継ぎ

「業務を早めに配分し安心感を与える」

(男性育休取得率20～30%未満、1か月以上取得者あり、製造業、従業員数101人～300人)

「事前準備を期間を持って十分行う」

(男性育休取得率40～50%未満、1か月以上取得者あり、その他業種、従業員数51人～100人)

「キャリアプランシートという帳票を使い、今後発生するライフイベントや10年後になりたい自分をイメージして落とし込み、その実現のためにはどのようなステップで自分自身を育成してほしいかを上司と握る。長期育休を取得したい場合も、ライフイベントに書き込み、1オン1ミーティングで上司とすり合わせを行う」

(男性育休取得率5～10%未満、1か月以上取得者あり、製造業、従業員10,001人以上)

5 件法で聴取し、以下のように得点化した上で、各特性に紐づく項目の平均値を算出

1 あてはまらない 2 あまりあてはまらない 3 どちらともいえない 4 ややあてはまる 5 あてはまる

※(R)は反転項目

労働時間の 限定性

α 係数：.804

労働時間管理は厳密に行われている

長時間労働の是正に取り組んでいる

残業が少ない

時間外労働（休日出勤を含む）の削減
に取り組んでいる

目標の明確性

α 係数：.865

個人目標の設定時には、従業員と上司と
がよく話し合う機会を設定している

評価の結果は従業員に十分に
フィードバックされている

個人の目標はできるだけ定量的な目標が
定められている

勤務場所の 柔軟性

α 係数：.910

テレワークが可能な職務に関しては、テレ
ワークが推奨されている

在宅勤務やサテライトオフィスなど働く場所
が選べる従業員が多い

育児や介護中の社員がテレワークを利用でき
る

直行・直帰がしやすい勤務環境が整ってい
る

テレワークのためのICT環境（機器、システ
ム）が十分に整備されている

役割の明確性

α 係数：.745

仕事上の役割分担が職場内で明確になっ
ている

自分が責任を負う仕事の範囲が明確であ
る

仕事のやり方は自分で決めることができる

5 件法で聴取し、以下のように得点化した上で、各特性に紐づく項目の平均値を算出

1 あてはまらない 2 あまりあてはまらない 3 どちらともいえない 4 ややあてはまる 5 あてはまる

新卒偏重

α 係数：.762

組織には新卒入社者のほうが多い

幹部層には新卒社員からの
生え抜きが多い

中途入社者はほとんどいない

短時間での 成果創出

α 係数：.764

短時間で成果を出すことに
評価の軸をおいている

時間あたり生産性の観点が評価に含まれる

男性優遇

α 係数：.873

重要な仕事には最終的に女性より男性が
選ばれることが多い

男性は女性以上に幅広い仕事を経験でき
る

男性の方が女性よりも社内での昇進昇格
への道がより開けている

同じことを提案しても、男性の言うことの方
が、女性の言うことよりも重視されやすい

定期的な異動

α 係数：.833

定期的な人事異動が行われている

職務変更を伴う人事異動が定期的に行わ
れている

単身赴任、転居を伴う人事異動が定期的
に行われている

出所：正木 & 村本(2017)
多様化する職場におけるダイバーシティ風土の機能，ならびに風土と組織制度との関係
実験社会心理学研究 第57 巻 第1 号 2017, 12-28
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjesp/57/1/57_1519/_pdf/-char/ja
一部改変

5件法で聴取し、以下のように得点化した上で、各特性に紐づく項目の平均値を算出

1 そう思わない 2 あまりそう思わない 3 どちらともいえない 4 ややそう思う 5 そう思う

※(R)は反転項目

性役割分業意識

α 係数：.842

男性は外で働き、女性は家庭を守るべきである

子育ては母親が中心になっておこなうべきだ

お互い様意識

α 係数：.725

長期で休む人に対してお互い様だと思えない (R)

休みをとる同僚のツケが回ってくるのはまっぴらごめんだ (R)

自己開示への抵抗感

α 係数：.863

プライベートな事柄を人に話すのは苦手だ

職場で自分の希望をうまく伝えられる自信がない

自分の本音を他人に伝えたことがほとんどない

職場で個人的な悩みを打ち明けるべきではない

職場の人にプライベートを知られたくない

自分は立場が低いので職場で個人的な話をすべきでない

5 件法で聴取し、以下のように得点化した上で、各特性に紐づく項目の平均値を算出

1 あてはまらない 2 あまりあてはまらない 3 どちらともいえない 4 ややあてはまる 5 あてはまる

ジョブ・パフォーマンス

α 係数：.881

任された役割を果たしている

担当業務の責任を果たしている

仕事でパフォーマンスを発揮している

会社から求められる仕事の成果を出している

周囲に期待された以上の成果を出している

同様の仕事をしている人よりもよい評価・評判を得ている

参照：Williams, L. J., & Anderson, S. E. (1991). Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship and in-role behaviors. *Journal of management*, 17(3), 601-617. で用いられている IRB (In-Role Behavior) 尺度より因子負荷量の高い 4 項目を抜粋。
「周囲に期待された以上の成果を出している」「同様の仕事をしている人よりもよい評価・評判を得ている」を追加。

周囲支援行動

α 係数：.846

仕事が大変そうなメンバーには積極的に声をかけサポートするようにしている

私は仕事負担の多いメンバーをよく助けている

私は率先してメンバーのために時間を割いている

参照：Van der Vegt, Van de Vliert & Oosterhof (2003) を参考にした 尾形 (2018) 「中途採用者の組織適応に関する量的比較分析 入社方法と主観的業績に焦点を当てて」より helping 項目参照

職場改善提案行動

α 係数：.830

ささいなことでもみな役に立つことを提案している

上司やメンバーに職場や会社の問題点を指摘している

周りの人達に、新規プロジェクトや仕事のやり方の改革へのアイデアを提案している

参照：高石・古川 (2009) 「経営革新促進行動に関する研究—職務自律性の影響過程について—」
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jaiop/23/1/23_43/_pdf/-char/ja
経営革新促進行動尺度の「組織の革新に寄与する行動：発案と提案行動」より 3 項目を「職場改善提案行動」として抜粋し、一部改変

5 件法で聴取し、以下のように得点化した上で、各特性に紐づく項目の平均値を算出

1 あてはまらない 2 あまりあてはまらない 3 どちらともいえない 4 ややあてはまる 5 あてはまる

ヘルプシーキング力

α 係数：.831

困った時には上司や同僚に助けを求めるようになった

上司や同僚に対して、積極的にフィードバックを求めるようになった

困った時には専門家や熟達者に相談するようになった

関係調整力

α 係数：.840

チーム内で意見の相違があれば、自ら皆が納得する方向性を模索するようになった

目的の達成に向けて、周囲の理解と協力が得られるように自ら働きかけるようになった

多様な人材への理解力

α 係数：.877

職場のメンバー 1 人 1 人のバックグラウンドや価値観を理解するようになった

職場のメンバー 1 人 1 人の意見を尊重するようになった

相手の立場に立って考えるようになった

ネットワーク構築力

α 係数：.845

自分から職場のメンバーに話しかけることが多くなった

積極的に社内外で人脈を広げるようになった

趣味や地域の集まりなど、仕事以外のつながりを大事にするようになった

5件法で聴取し、以下のように得点化した上で、各特性に紐づく項目の平均値を算出

1 あてはまらない 2 あまりあてはまらない 3 どちらともいえない 4 ややあてはまる 5 あてはまる

時間管理能力

α 係数：.864

できるだけ短時間で効率的に仕事をするようになった

その作業にどれだけの時間を掛けるのか考えて作業するようになった

業務の効率化について常に考えるようになった

俯瞰力

α 係数：.824

1つの物事に対して様々な視点で考えるようになった

物事を俯瞰的にとらえることが多くなった

タスク管理能力

α 係数：.866

仕事を進める時にはまず段取りを考えるようになった

仕事の優先順位を明確にし、重要度の高い仕事に時間を割くようになった

複数の作業を短期間で切り替えながら同時進行で行うことができたようになった

不確実性への対応力

α 係数：.845

不確実な事柄にも臆せずに対応できるようになった

不測の事態が生じても臨機応変に対応できるようになった

5 件法で聴取し、以下のように得点化した上で、各特性に紐づく項目の平均値を算出

1 あてはまらない 2 あまりあてはまらない 3 どちらともいえない 4 ややあてはまる 5 あてはまる

ヘルプシーキング力

α 係数：.737

困った時には上司や同僚に助けを求めている

上司や同僚に対して、積極的にフィードバックを求めている

困った時には専門家や熟達者に相談している

関係調整力

α 係数：.792

チーム内で意見の相違があれば、自ら皆が納得する方向性を模索している

目的の達成に向けて、周囲の理解と協力が得られるように自ら働きかけている

多様な人材への理解力

α 係数：.803

職場のメンバー 1 人 1 人のバックグラウンドや価値観を理解している

職場のメンバー 1 人 1 人の意見を尊重している

相手の立場に立って考えるようにしている

ネットワーク構築力

α 係数：.760

自分から職場のメンバーに話しかけることが多い

積極的に社内外で人脈を広げている

趣味や地域の集まりなど、仕事以外のつながりを大事にしている

5 件法で聴取し、以下のように得点化した上で、各特性に紐づく項目の平均値を算出

1 あてはまらない 2 あまりあてはまらない 3 どちらともいえない 4 ややあてはまる 5 あてはまる

時間管理能力

α 係数：.837

できるだけ短時間で効率的に仕事をしている

その作業にどれだけの時間を掛けるのか考えて作業している

業務の効率化について常に考えている

俯瞰力

α 係数：.767

1つの物事に対して様々な視点で考えている

物事を俯瞰的にとらえることが多い

タスク管理能力

α 係数：.820

仕事を進める時にはまず段取りを考えている

仕事の優先順位を明確にし、重要度の高い仕事に時間を割くようにしている

複数の作業を短期間で切り替えながら同時進行で行うことができる

不確実性への対応力

α 係数：.787

不確実な事柄にも臆せずに対応している

不測の事態が生じても臨機応変に対応している

5件法で聴取し、以下のように得点化した上で、各特性に紐づく項目の平均値を算出

1 あてはまらない 2 あまりあてはまらない 3 どちらともいえない 4 ややあてはまる 5 あてはまる

経営戦略理解

α 係数：.849

自社の経営戦略を理解している

経営戦略をもとに人事戦略を考えている

経営層の目線に立って物事を考えることが多い

経営層との積極的なコミュニケーション

α 係数：.864

経営層とよく話をしている

人事部門から経営層に対して、積極的な提言を行っている

経営層に積極的に意見を聞くようにしている

新たなことへの積極性

α 係数：.886

新しい人事施策の企画構想を行っている

社会や時代の変化に合わせた人事制度が構築できている

積極的に新しいことを取り入れている

自社にとってなぜその施策が必要かを提示している

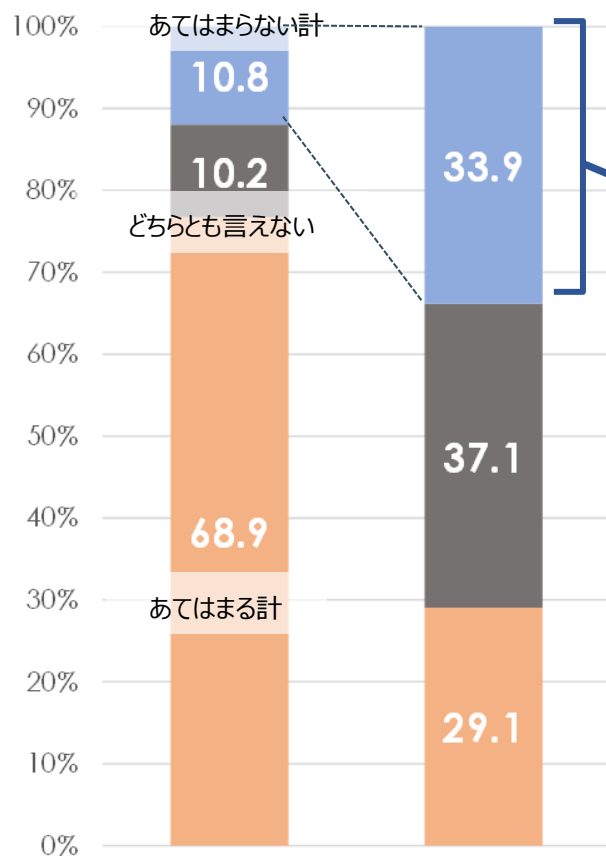
男性育休は、女性育休と比べると、とりにくいと感じられているが、
自社で男性育休がとしやすいと感じている女性は、未来展望をポジティブにしている。

育休がとしやすいか

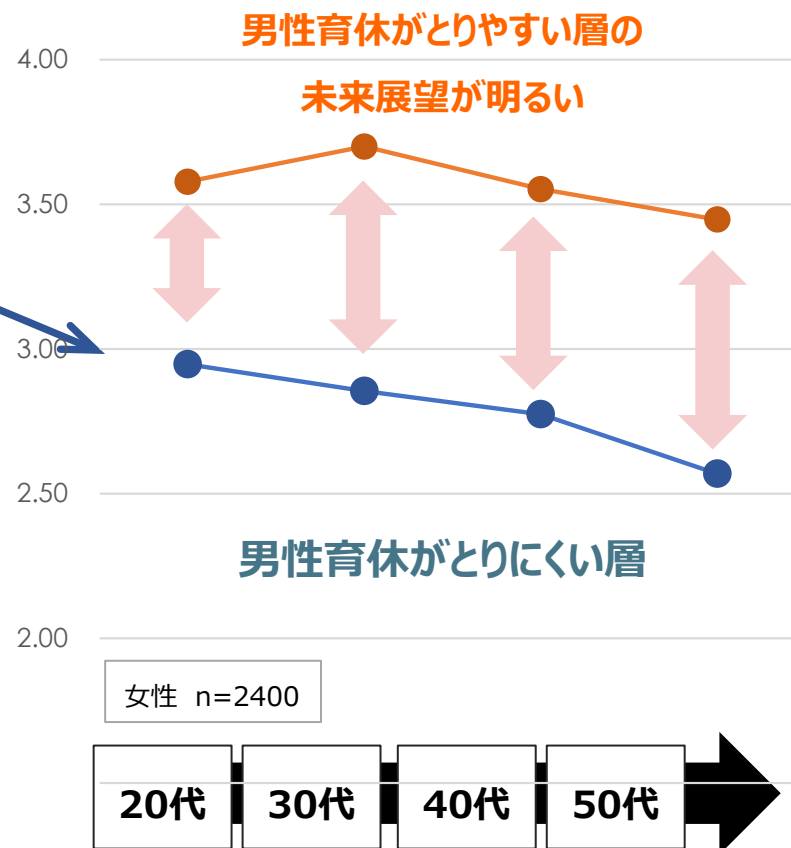
n = 4800

女性育休

男性育休



女性の未来展望の比較



男性が育休・産休をとりやすい状況は、会社の未来への「未来展望」を明るいものにしており、その未来展望のポジティブさが、女性の管理職昇進意向を向上させている。

