

令和5年度「なでしこ銘柄」注目企業

女性の活躍推進に関する特徴的な取組を実施する企業を、「注目企業」として紹介します。

令和5年度は、「女性活躍度調査」において、「①フェムテックの活用等の具体例：女性社員特有の健康課題を解決し、より女性が活躍しやすい環境作りを行うための取組みについて」と「②男性従業員の育児休業取得を促進するための取組み」の2つのテーマについてアンケート調査（任意回答）を行いました。その結果から、他社にとっても参考になる特徴的な取組みを行う企業をご紹介します。

■ テーマ1：フェムテックの活用等の具体例：女性社員特有の健康課題を解決し、より女性が活躍しやすい環境作りを行うための取組みについて

女性活躍が進む中、女性特有の健康課題やライフイベント（月経、不妊、妊娠・出産、更年期等）を女性だけの問題として捉えるのではなく、企業や社会全体で問題意識を持って取り組むことが重要です。昨今、フェムテック等のサービスを企業の福利厚生として導入することで、健康問題に起因する女性の離職等を防ぎ、個人のウェルビーイングと人材の多様性を高める取組を行う企業が増えてきています。こうした企業の特徴的な事例を紹介します。

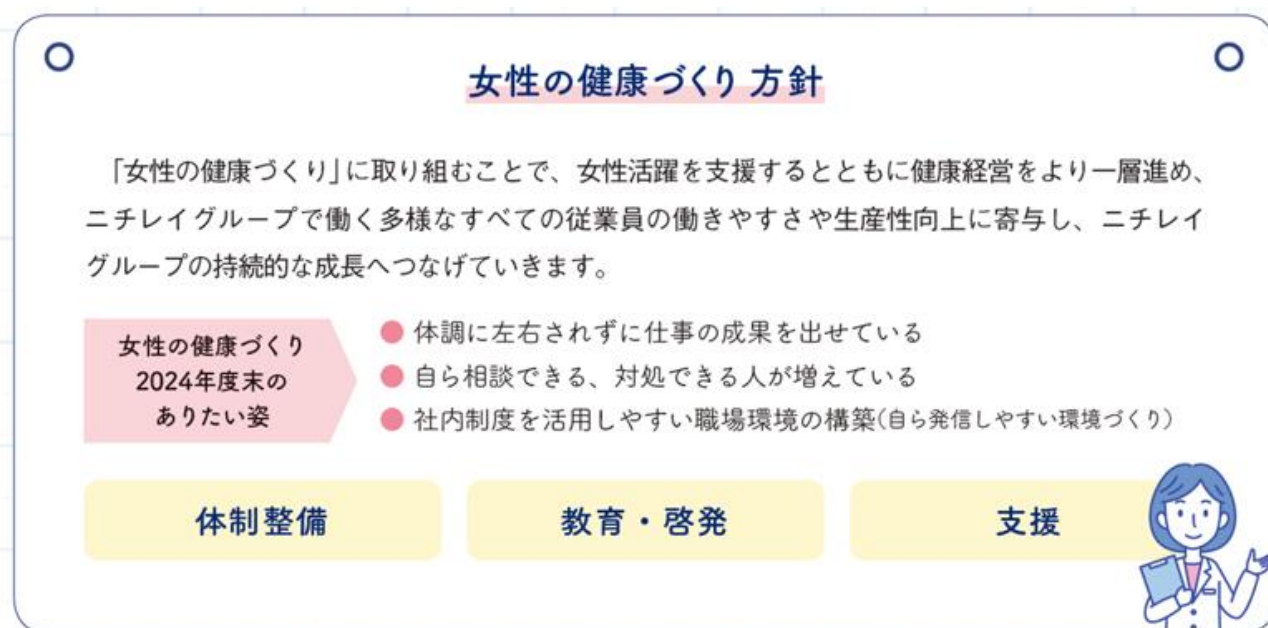
<株式会社ニチレイ>

当社グループは2022年に「女性の健康づくり方針」を定め、多様な人財がいきいきと働ける職場環境や組織風土づくりの一環として「女性の健康づくり」を推進している。女性活躍施策は、キャリア支援に加えて健康面からの支援も必要であるとの考えから、従業員へアンケートを行ったところ、「女性特有の健康課題である月経や更年期などの不調を抱えつつも対処を行っていない従業員が多数いる」や、「月経や更年期の不調で仕事のパフォーマンスが低下していると感じている従業員が多数いる」また、「その不調を管理職や周囲が認識できていない」という状況を把握できたことが本取り組みを開始するきっかけとなった。

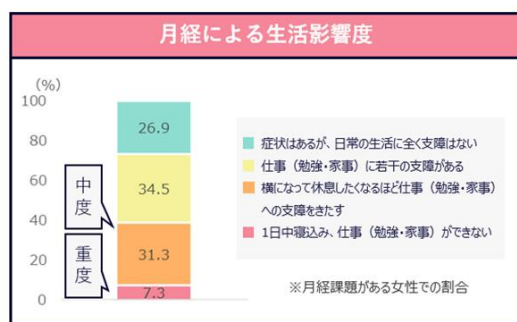
具体的には、『「女性の健康づくり」に取り組むことで、女性活躍を支援するとともに健康経営をより一層進め、ニチレイグループで働く多様なすべての従業員の働きやすさや生産性向上に寄与し、ニチレイグループの持続的な成長へつなげていきます。』との方針を掲げ、「体制整備」「教育・啓発」「支援」の3つの視点で取り組んでいる。

フェムテックは、「支援」施策のひとつであり、「月経・更年期オンライン診療」を活用して女性特有の健康課題の改善に取り組んでいる。全従業員に向けた「月経」「更年期」に関する正しい知識を得るためのセミナーは四半期ごとに開催し、その後、不調で困っている女性従業員には

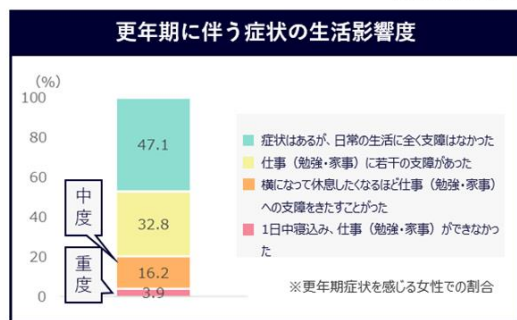
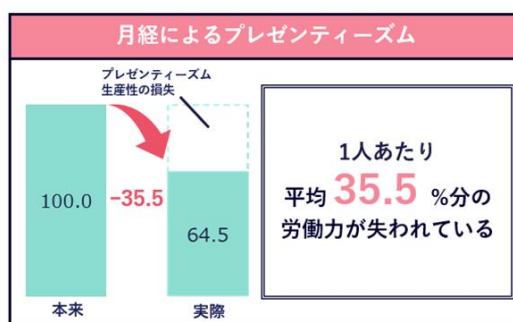
「オンライン診療」への参加を勧めている。参加者は、オンラインで婦人科を受診し、月経や更年期の困りごとを医師に相談すると、必要に応じて低用量ピル、漢方やサプリメントが処方され、自宅に届けられる。費用はすべて会社負担としている。2022年度のトライアル実施において、月経は、仕事に影響をきたす日数は年間18日減少、プレゼンティーズムは13.5ポイント改善、更年期は、仕事に影響をきたす日数は年間44.4日減少、プレゼンティーズムは0.3ポイント改善するなど、参加した従業員のQOLならびに仕事の生産性に一定の改善、成果が見られたため、2023年度に本格導入へ踏み切った。参加者からは、「これだけの快適さを得られるなら自己負担でもよい」、「いい会社に在籍できていると改めて感じ、人に自慢できる。」といった声を頂いている。



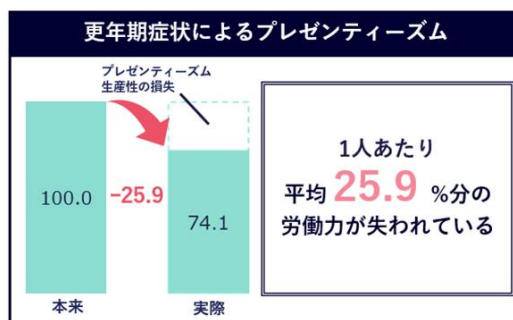
▲女性の健康づくり方針



影響日数：3.7日



影響日数：6.6日



▲月経・更年期症状による生活影響度とプレゼンティーズム調査結果

＜株式会社熊谷組＞

当社は、女性も活躍できる建設現場を創出することで、男女問わず誰もが働きやすい職場環境とすることを目的に、2016 年より建設現場の環境を確認するチェックリストを作成し、ダイバーシティパトロールを実施している。女性専用トイレ・更衣室が整っているかの設備面だけでなく、建設現場内での相談しやすい雰囲気づくり等ソフト面が整っているかをヒアリングし、要望をもとに環境を改善している。その中で、市街地から離れた建設現場の社員より緊急時に生理用品が手に入りにくいという声があり、女性専用トイレに生理用品ボックスを常備するようにダイバーシティパトロールのチェックリストを改訂した。

また、社内の横断的なネットワークである「全国女性土木技術者交流会」で女性特有の健康課題に関して意見交換を行うとともに、全社員を対象に性ホルモンに関する健康講演会を実施するなど、社員の意識啓発に取り組んでいる。

加えて、2021 年から不妊治療に関する制度を 2 つ導入した。1 つ目は、男女ともに初期の不妊治療から利用することのできる特別有給休暇「妊活支援休暇制度」で導入後 7 名（男性を含む）が利用している。2 つ目は、特定不妊治療をしている女性社員が一旦仕事を離れ、最大 1 年間（3 回に分割可能）治療に専念することが出来る「不妊治療休業制度」である。

こうした取り組みを通じて、多様な人財が能力を発揮し、Well-being が実現できる組織風土を構築していきたい。



▲ダイバーシティパトロールの様子



▲全国女性土木技術者交流会の様子

＜丸紅株式会社＞

人財は当社グループの最大の資本であり、価値創造の原動力。当社の在り姿である Global crossvalue platform を実現していく上で人財戦略の基本となる概念として、「丸紅人財エコシステム」を掲げている。多様なバックグラウンドを持つマーケットバリューの高い人財が丸紅グループに集い、生き活きと活動し、会社・組織を越えて行き交い・繋がり、多様な価値観や知を掛け合わせることで、新たな価値創造にチャレンジし続ける、そうした魅力溢れるエコシステムを創り、更に進化させていくことを目指している。

予測不可能な非連続的変化の時代には、同質性の高い集団思考だけでは対応が困難であり、人財の多様性は成長戦略の土台。中でも男性偏重の組織は、向き合う社会（男：女＝1：1）と乖離しており、社会課題を捉えきれず、当社グループの掲げる「在り姿」の実現を制約する。こうした考えから、「女性活躍推進」を、未来の丸紅をよりサステイナブルにするための長期経営課題と位置付け、これまで行ってきた働きやすい環境づくりや意識・風土の醸成による「活躍し続けられる環境づくり」に加え、「[女性活躍推進 2.0：タレントパイプラインの拡張](#)」に向けて、女性の採用と成長機会の拡大、計画的な配置や登用に一層力を入れている。

また、社員の健康を何よりも大切に考え、社員一人ひとりが自律的・積極的に健康維持・増進に取り組むことができる環境づくりを推進することで、社員の活躍を支え、丸紅グループの成長につなげていけるよう「健康経営」に取り組んでいる。「[丸紅健康力向上プロジェクト](#)」として4つの柱^{*1}を掲げ社員に知識提供を行い、実際に行動変容してもらうための様々な取組を行っている。

こういった方針の中で当社が行ってきた女性の健康に特化したサポートとしては、乳がんや子宮がんの予防・早期発見のための検査補助や相談窓口の設立などが主なものであったが、近年、プレゼンティーイズム^{*2}対策への重要性が高まる中で、女性特有の症状である生理痛・PMS（月経前症候群）や更年期症状などには、これまで目を向けられていなかった。そこで、株式会社LIFEMが提供する「[ルナルナ オフィス](#)」を「フェムテックプログラム」として導入し、女性のライフステージに応じた健康課題に関するセミナーを開催、月経・更年期の不調に対するオンライン診療・相談・服薬指導・処方等を女性社員に提供している。

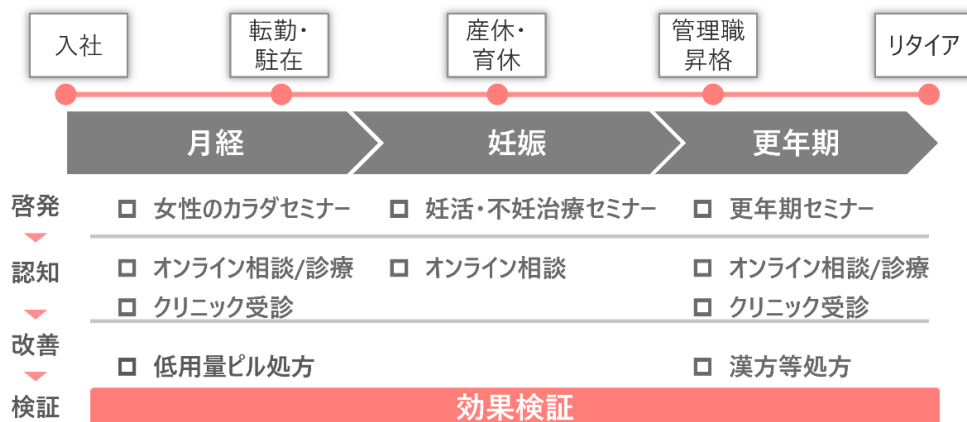
セミナーにおいては、男女問わずすべての社員が参加できるようにしており、専門の医師から女性の身体や女性特有の健康課題について学べる機会としている。本セミナーの満足度及び理解度に関するアンケートの肯定率は100%であり、社員の理解は深まってきている。女性特有の体調不良も、頭痛や腹痛と同じように気軽に周りに相談が出来て、理解してもらえる環境を作っていきたい。男性・女性に限らず、困っていても言い出しづらいことは沢山あるが、セミナー参加

を通して少しでも不調を言い出しやすい環境に変化させていきたい。

働く女性と企業向けfemtech総合サービス



入社からリタイアまでいきいきと働ける環境を実現する、女性の健康課題改善総合サービス

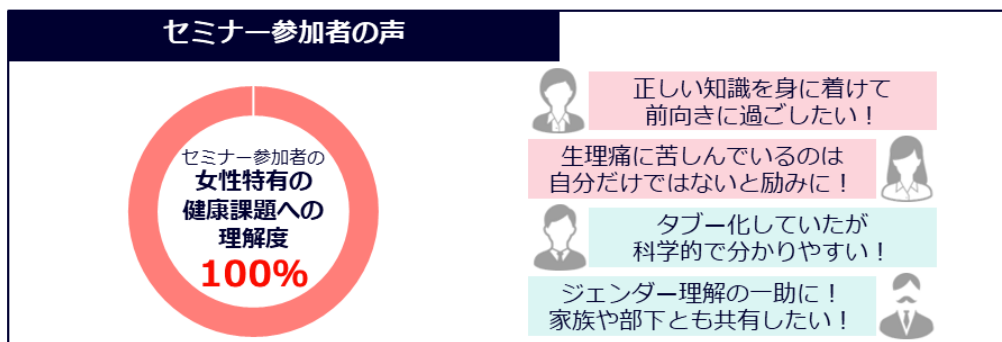


▲フェムテックサービスの全体像

オンライン診療・相談・服薬指導・処方等のプログラムに参加している女性社員においては、月経・更年期に伴う不調がある時の業務パフォーマンス発揮度が、プログラム参加前後で 17%改善した（2022 年度プログラム参加者数は月経プログラム 96 名、更年期プログラム 60 名。プログラム参加前後でのアンケートにより効果測定）。

プログラム全体を通して満足度は高く、今後も継続していく中で、社内全体の女性の健康課題に関する理解が進み、プレゼンティーズムが改善していくことを期待している。

フェムテックプログラム 効果検証



▲フェムテックプログラム導入による効果検証

*1 丸紅健康経営の「4 つの柱」

- ・健康リテラシーの向上
- ・がん・生活習慣病の対策
- ・メンタルヘルス対応の強化
- ・女性の健康維持・増進に向けた取り組みの強化

*2 プレゼンティーイズムとは

健康課題が原因で生産性が低下している状態のこと

<オムロン株式会社>

多様な人財が持てる力を最大限に発揮できるようにという観点から、医療費の傾向分析や社員への健康状態を問うアンケートを実施している。その結果、アブセンティーイズムとプレゼンティーイズムの両側面から健康課題が見えてきた。とくに女性については、女性特有の健康課題に対処することによって、よりよい健康状態の維持が可能であることが明らかになったことから、女性特有の健康課題に関するヘルスリテラシーの向上が不可欠と考え、女性の健康施策に取り組んでいる。

おもな取組のひとつとして、「働く女性の健康応援オンラインセミナー」を健康保険組合の協力を得て開催（2023 年 2～3 月開催：参加者 270 人）。

女性の健やかなワーキングライフの実現には、日頃のセルフケアと婦人科受診を通じてホルモン変化による心身の不調に適切に対処することが重要との認識のもと、更年期をテーマにしたベーシックセミナーに加え、産婦人科医による対談セミナーを企画し、参加者の質問・相談に対して医師から具体的なアドバイスを得られる機会を設けている。

セミナー後のアンケート調査（回答率 79%）では、97%が満足、97%がセルフケアに活用できると回答し、大変高い満足度が得られた。

なお本セミナーは、男性社員や管理職にも健康知識を深めてもらうことも目的としており、全社員を対象に実施している。

当社における女性社員の構成比における最多層が 40 代・50 代であることから、2022 年度は、その層に関連する更年期の理解促進を切り口としたが、アンケートへ寄せられた女性特有の病気について知りたいという声を受け、2023 年度は、女性に多いがんについてのセミナーを実施。

女性の健康テーマに継続的に取り組むことで、男性の女性健康リスクへの関心も高まり、セミナー全体の参加者は約 300 人、そのうち男性参加率は 3 割に上った。

セミナー以外にも、女性ホルモンと体の変化や子宮の病気に関する E ラーニングを配信（約 800 人が受講）するなど、複数のチャンネルで女性の健康に対する知識と意識の向上を図り、女性特有の健康課題の解決を通して、社員個々人がもつ多様で多彩な個性や能力を最大限発揮できる環境づくりに取り組んでいる。

さらに、当社が参画し代表幹事を務める健康経営アライアンスでは、企業向け重症化予防ソリューションの 1 つとして「女性向け健康支援」の取組をスタートしている。実証実験では、オムロン ヘルスケアの婦人体温計を活用し、女性特有のバイタルリズムである基礎体温データの変化と女性のライフステージ変化に合わせた健康情報やオンラインによる健康相談サービスを提供。基礎体温の測定やサービス利用を通じた働く女性の健康意識の変化、行動変容、健康課題の早期発見への寄与、パフォーマンスの変化を検証。これらのサービスの提供により、女性の活躍支援、体調不良による労働損失の改善を期待している。

■ テーマ 2：男性従業員の育児休業取得を促進するための取組み

男性の育児休業取得率は上昇傾向にあるものの、女性に比べ依然として低い水準となっており、かつ女性よりも短期間での取得が中心となっています。企業の両立支援については、利用者が女性に偏るような制度となっている場合、家事やライフイベント（出産・育児等）と仕事の両立の負担が女性に偏り、女性活躍に結びつかないこともあります。男女問わない両立支援を通して、積極的に男性従業員の育児休業取得を促進する企業の特徴的な事例を紹介します。

<株式会社奥村組>

当社では、「中期経営計画（2022～2024 年度）」において事業戦略の基本方針の一つとして、「人的資源の活用」を掲げている。会社として、多様な人材が活躍できる魅力ある職場を目指し、性別に関わらず社員一人一人が個々の能力を発揮できるように支援しており、その一環として男性の育児休業（育休）取得についても、注力している。

2022 年 10 月 1 日に男性の育休取得促進などを目的とした「改正育児・介護休業法」が施行されたことを受け、当社では『男性育休 100%取得の実現』を目指し、男性育休に関する社内制度の充実をはじめとして、様々な施策を実施した。

主な取組としては、「改正育児・介護休業法」が定める「出生時育児休業（産後パパ育休）」として、取得することができる 4 週間（28 日）以内の休業に、失効した年休を充てることで、給与や勤続年数等に関する職員の懸念を払拭したほか、動画コンテンツや啓発ポスターを作成するなど、多様な手段を用いて職員への浸透を図り、男性職員も育休を取得しやすい企業風土の醸成に努めている。特に、業務の繁忙さから内勤部署に比べ、工事所に勤務する職員が育休を取得しづらい環境

であることを踏まえ、動画コンテンツには実際の工事所に勤務する職員を出演させ、「工事所長が部下の男性職員から育休取得の相談を受けた際の対応」として、良い事例と悪い事例を分かりやすく示し、育休取得に対する上席者の意識改革を促す工夫を行った。この動画は、職員から「気軽に視聴でき、分かりやすかった」「男性育休取得は当たり前のことだと理解できた」など一定の評価を得ることができた。さらに、育休取得者や今後取得する可能性のある職員から率直な意見を聞くことを目的として、ダイバーシティ担当役員とのランチミーティングを開催した。参加者からは、「産後の妻を支えることができ、夫婦関係に良い影響をもたらしている」や「(第2子出産時に)第1子と何日も過ごすことができ、関係を深めることができた」など育休を取得し家族との時間を共有できたことに対する喜びの声があった一方、「育休を取得しやすい部署と取得が困難な部署がある」といった意見もあり、当事者からの様々な意見を参考に、制度や施策のブラッシュアップを図っている。

また、仕事と家庭生活の両立を支援していくため、育児のためにフレックスや短時間勤務を選択できる制度を導入したほか、看護休暇を法定以上の社員1人あたり1年度最大15日以内、中学就学の始期までの子女の行事に参加する場合に取得できる家族休暇を子1人につき1年度2日付与しており、勤務地についても、全国転勤が困難な事由が生じた社員が希望により勤務地域を選択できる系統転換(勤務地域を限定する)制度を導入し、ライフイベントにも柔軟に対応できる制度を整えている。さらに、このような社内制度を分かりやすくまとめたハンドブックを作成、周知・啓蒙を図り、加えて本人や配偶者が出産する社員、部下から相談を寄せられた上司のために相談窓口を設置し、社員の仕事と家庭生活を両立していくうえでの、不安解消に取り組んでいる。

このような取り組みを実施することで、男性社員も育休を取得しやすい企業風土が徐々に定着してきており、2022年度の男性正社員の育休取得率は、94.2%となった。実際に育休を取得した社員からは、「元々、1週間程度の予定だったが、上司に相談したところアドバイスをもらい、2週間の取得に至った」という声や「部署全体で、バックアップ体制を万全にしてもらい安心して休むことができた」などの喜びの声が上がっている。

今後は、目標である『男性育休100%取得の実現』を達成し、さらに発展させるため、より育休を取得しやすい職場環境の整備を行う。具体的には、当社の課題である「育休の取得期間が短いこと」や「人員が少ない工事所で、抜けた社員の業務をいかに穴埋めするか」などについて、業務効率化やICT技術の活用、外部委託など働き方改革を推進し、時間のゆとりを生み出すことで、解決を図っていく。

こういった取り組みを通じて、当社では引き続き、全ての社員がワークライフ・バランスの充実を図りながら、様々な人材が活躍できるダイバーシティ経営を推進していくことにより、中長期的な企業価値向上を目指している。

事例2



▲部下から育休取得について相談された際の上司の対応を解説した動画コンテンツ

＜花王株式会社＞

従来からの仕事と育児の両立支援制度拡充に伴い、妊娠、出産した女性が働き続けることは当たり前になったものの、長期の育児休業取得によるキャリアブランクや、復職後のキャリア意欲減退等が女性活躍の観点で課題であった。そこで、仕事と育児の両立支援を女性活躍推進の重点アクションの一つに改めて位置付け、目的を「働き続ける」から「性別によらず意欲高く働く」にシフトし、「家庭や職場における性別役割分業意識の払拭」「女性のキャリア意識高揚」「職場の円滑な運営促進」に取り組んでいる。

出産育児期の女性が真に活躍するためには、「育児家事は女性がやるもの」、「育児中の女性は仕事の負担を減らすのが当たり前」といった周囲や女性自身のアンコンシャスバイアスを払拭することが重要である。そのために、パートナーや家族と家庭での責任をシェアすること、職場での上長からの過剰な配慮を取り除くことが必要であり、その実現に向けた取り組みの一つとして男性育休取得促進を進めている。

具体的には、2022年より、妊娠・出産・育児休業・復職におけるサポートステップに、性別によらず本人または配偶者が妊娠したことを会社に報告するプロセスを導入し、妊娠報告をした社員とその上長に、各種手続きや職場コミュニケーションに関する、当事者向け・上長向けの指引を配布している。この指引では、性別によらず当事者が円滑に育児休業を取得し、両立体制を築いて、復職後もスムーズに働くと同時に、円滑な職場運営を推進するため、家庭や職場でそれぞれの時期にどのようなことを話し合えばよいのか等を説明している。併せて、育児休業取得や今後の働き方について、上長が当事者の意向を確認する面談を新たに追加し、育児休業を計画的に取得できるよう上長とのコミュニケーションを仕組み化するとともに、特に男性社員については、育児休業取得中に家族のサポートや両立体制を整えるために何を実施するのかを上長と共有するステップを設け、「とるだけ育休」にならないような工夫も行っている。さらに、2022

年まで育児休業からの復職者を対象に行っていた仕事と育児の両立体制構築セミナーについては、女性の長期間の育休取得により家庭での性別役割分業意識が根付いてしまう前に受講する必要があると考え、2023 年より受講時期を妊娠報告時に変更し、男女ともに必修で受講する研修として内容を刷新した。社外のパートナーの視聴も推奨し、男性が育児休業を取得する意義を説明したうえで、自身とパートナーそれぞれが、家庭や仕事に対するアンコンシャスバイアスを取り除き、キャリアについて改めて考え、共有し、それを実現するために、それぞれがいつ、どのくらい育児休業を取得するのも含めて両立体制構築について話し合う機会を提供している。受講した社員からは、「育児とキャリアの考え方について整理できた」「改めて『育キャリ（仕事にも育児にも精一杯全力で取り組むことを目指すキャリア）』を目指すにあたって必要なことを考えることのできる内容だった」等、アンケート回答者の 80%が満足と評価するとともに、社外のパートナーからも「夫に育休を取得してもらうことに罪悪感があったが、夫の育休取得を肯定する内容で安心した」「夫婦で考えることができて良かった」等の声を得ている。これらの取り組みに加え、2023 年からは男性の育児参加を当たり前にすることをめざし、男女ともに取得を必須とする有給育児休暇制度を新設し、育児休業を取得しやすい環境整備を進めている。

これらの取り組みの結果、花王グループの育児休業取得率は男女ともにほぼ 100%となっている。しかしながら、取得期間にはまだ性別により大きな差があることから、今後も引き続き、家庭と職場における真のジェンダー平等に向け、性別によらず、適切な時期に適切な期間の育休を取得できるよう、職場環境整備と風土醸成を進めていく。

<ピジョン株式会社>

ピジョンの存在意義「赤ちゃんをいつも真に見つめ続けこの世界をもっと赤ちゃんにやさしい場所にします」で掲げる「赤ちゃんにやさしい場所」の実現に向けて、【赤ちゃんにやさしい未来像】として具体的に 6 つの社会の姿を描き、社内外に共有している。その中の 1 つである「赤ちゃんを産み育てることがハードルにならない」という未来像実現のため、社内においても男女共に育児をするためのサポート制度を整備している。

① 一カ月間有給で育休が取れる「ひとつきいっしょ」制度の導入と取得義務化

当社内の調査において、男性が育児休業を取得しない理由に「収入の減少」が挙がったため、一カ月間有給で育児休業が取得できる制度を作り、子が生まれた社員は、1 歳半までの間に育児休業を取得することを義務化。2016 年より男女共に取得率 100%を維持しており、現在は妊娠がわかると同時に「育休はいつ取得か」という話が当たり前にされる風土となっている。

② 1 歳半までの子がいる社員について個人の業績目標において「育児レポートの提出」を義務化

当社では、育児の経験が自身の仕事の仕方やマネジメント、さらに当社の事業そのものにも活かされるとの考えのもと、業績目標に育児レポートの提出を入れ、レポート評価が賞与に反映される仕組みを導入している。レポート内容は、子の成長記録や育児体験談、商品レビューや新商品提案など多岐にわたり、社内ポータルサイトに公開することで、社員自身の育児から得た示唆を共有できる仕組みとなっている。

③ 「社員で作り上げる育児制度プロジェクト」の取り組み

男女共に当たり前に育児休業を取得する風土はあるものの、現制度が完成形ではない。より社員のニーズに合わせた制度を作りたいという想いで、2021年に28名の有志社員で育児制度を考えるプロジェクトを発足。プロジェクトに参加した社員のリアルな声を反映させた新育児制度の運用を翌年から開始。男性社員が活用できる制度に下記を新設し、ひとつきいっしょ制度や無給の育児休業と自由に組み合わせてカスタマイズすることが可能となっている。

- ・妊婦健診の付き添い休暇（失効後年休の積立休暇を利用）
- ・産前産後期間に利用できる配偶者出産サポート休暇（失効後年休の積立休暇を10日間利用可）
- ・出産後すぐに取得可能な「はじめていっしょ休暇」（特別休暇で5日間付与）

●プロジェクトの活動はこちら→<https://prtmes.jp/story/detail/MxzAmwceajB>

④ 早期の出産報告推奨と個別説明による育休コンサルティング

当社は、配偶者の出産と同時に男性も育児のスタートを切ること、育児関与度合いが男女平等になると考えている。しかし、男性社員からの社内へのお産報告が、予定日間際のケースが多々生じ、それにより制度の案内や部内調整も遅れ、その結果、育児休業の取得時期も遅くなる点を課題と捉えていた。社員アンケートから「会社への報告時期に迷う」という声が多く寄せられたことから、配偶者の妊娠がわかった際は早期に人事へ報告をしてほしい旨を明確に社内に発信。それにより妊娠中から利用可能な制度の紹介に繋がると共に、育児休業時期を早く決められ、部門での業務調整の時間の確保も可能になった。また、報告があった社員には、人事が個別で制度説明をし、いつどのようなタイミングで育児休業を取得したいか、必要なサポートは何かをヒアリングしながら、制度利用のコンサルティングを実施。里帰り出産か否か、育児支援者の有無等、個別事情を踏まえた上で、それぞれの社員にとってよりよい育児環境を整えるために制度活用を促している。また所属長も交えコミュニケーションを取ることで、女性と同様に出産時から休業取得が可能となった。

これらの取り組みの継続により、男性の平均育休取得日数も31日→35日（2023年実績）となり、社員のニーズに合った制度を構築した状況ではあるが、引き続き社員一人ひとりが望む形で育児制度を活用できるよう、手厚いフォローを行っていきたい。育児は育児休業の取得だけで

はなく、日々の仕事と育児の両立が重要だと考えており、今後も社員が自分らしく働くことができる風土と制度作りに取り組んでいく。

＜株式会社丸井グループ＞

当社グループでは「多様性推進」を経営戦略として掲げ、様々な改革を進めてきた。取り組みを始めた2013年時点で、女性が社員の45%を占める中、意思決定層に占める割合が8%と低いことを課題とし、画一的な組織からはイノベーションは生まれない、という考えのもと、意思決定層の多様化の実現に向けた組織改革に着手。具体的には女性活躍を進めるための重点指標として「女性イキイキ指数」を設定、女性が活躍し続けることが出来る企業文化を作るためには、男性自身の意識改革や行動変容が必要である、という考えのもと、男性育休取得率を項目に設定し、取り組みを進めてきた。トップからのコミットメントに加え、手挙げのメンバーによるプロジェクト活動によって取り組みを進め、2022年度には男性育休取得率は5年連続100%となっている。一方で平均取得期間は2週間程度と短いことが課題であった。育児の大変さを理解し、復職後も夫婦共に仕事と育児を両立し性別に関わらず活躍し続けるためには、出産後の早い時期から、最低でも1か月間は育休取得の必要があると考え、2021年度から女性イキイキ指数に「男性の産休取得率（産後8週以内）」「男性の育休1か月以上取得率」を設定し、取り組みを進めてきた。

2022年時点で男性の産休取得率は78%まで上昇したが、1か月以上取得率は22%にとどまったため、プロジェクトで1か月以上取得をしない理由を調査したところ、1位は「職場に迷惑をかけてしまうから」。1か月以上の取得を諦めた理由についてもう少し聞いてみると、自分の判断や先入観で「周りに負担がかかる」や「経済的に不安」「言いづらい」などから取得を断念している傾向にあることが分かった。一方、長期で取得した8割の方は、育休の取得時期について、上司に妊娠8か月頃までに相談しており、「予定日の1か月前から引継ぎをした」「妊娠の報告の際、上司がどのくらい取るの？と希望する期間を聞いてくれた」「抜ける不安はあったが上司が背中を押してくれた」のような声があり、上司による早めの声掛けにより、計画的な育休取得につながり、ゆとりを持った引継ぎが実現する等、スムーズな取得につながっていることが分かった。そこで、まずは管理職の理解が必要であると考え、管理職向け共有会を実施、全管理職の84%が参加した。共有会では、長期取得の意義や会社のめざす方向性を説明し、部下からパートナーの妊娠の報告があった場合に「おめでとう、育休どのくらい取る？」と長期取得を前提とした具体的な声掛け方法を伝えた。参加者の長期取得を推進する意義に対する理解度は3.9(4点満点中)と一定の理解を得ることが出来た。

また、2023 年度からはパートナーの出産予定と育休の時期や期間の希望を上司に申告できる仕組みの導入で、早い段階で上司が把握して、育休希望者本人へのアプローチが可能となった。その結果、2023 年 10 月時点の「男性の育休 1 か月以上取得率」は 48%となり、前倒して 2025 年度の目標を達成したため、目標を 70%に修正した。

さらに、夫婦の持続的な仕事と育児の両立の観点から復職後の働き方に着目すると、短時間勤務を選択しているのは全員女性であることが分かった。短時間勤務制度は男女共に選択できる制度であるにもかかわらず、女性だけが選択していることは、アンコンシャスバイアスに起因するものが大きいと考え、今後は、男性の育休 1 か月以上取得の次のフェーズとして、性別に関わらず短時間勤務制度を選択できる風土醸成に向け、取り組みを進めていきたいと考えている。

<株式会社技研製作所>

当社では、多様な人材が活躍できる魅力的な企業を目指すため、2018 年に「ポジティブ・アクション：Positive Action(女性の活躍推進)プロジェクト」が発足した。その活動のテーマの一つとして男性の育休取得を推進している。

男性育休制度は、育休取得対象である「男性」のみの働き方が改善される、部分最適の制度ではなく、家庭・会社・社会の全体最適化、すなわち、少子化や女性活躍推進などの社会問題の解決にも貢献する施策として全社を挙げて推進している。具体的には、育休を取って男性も家庭の一員として、積極的に家事や育児に協働して取り組むことによって、家庭が安定し育休取得社員のワークインライフが充実する。その結果、仕事へのモチベーション、会社へのエンゲージメントは向上する。会社は、社員の働き方の多様化に対応しながら、いつ誰がぬけても大丈夫な組織が構築でき、業務の属人化防止、効率化や、生産性の向上が図れる。社会にとっては、深刻な少子高齢化の歯止め、女性の社会進出の推進につながり、まさに、育休を取得した男性社員とその家族の満足度向上が、社会を変えていくという好循環が生まれる。



▲男性の育児参画による好循環

当社は、男性育休制度は、よりよい社会を構築する重要なテーマと考え、推進している。

しかしながら、取組活動がスタートした当時は、社内では男性が育休を取得するという概念自体がなく、取得者がゼロだった。

男性育休取得推進チームはまず、現状把握のため全社員を対象にアンケートを実施した。結果、「育休取得の機会があれば取得したい」との回答が 67%と半数を上回ったものの、「取得したくない、わからない」との回答が 33%あった。後者の回答理由を分析したところ、取得のネックとなる大きな要因が、「同僚へ負担がかかることへの罪悪感」、「育休中の収入面の不安」であることが分かった。

「同僚へ負担がかかることへの罪悪感」への対策として、男性育休の必要性や重要性を全グループ社員に周知するための説明会を開催。説明会では、当時のプロジェクトマネージャーである女性役員（現・取締役専務執行役員）自らが、『かけがえのない人（パートナー）のために取得して欲しい』と訴え、社内の意識変化につながった。また、取締役会で全役員に協力を仰ぎ、社内通達として、男性の育休取得推進の宣言を行った。

「収入面の不安」については、国の給付金を簡単に試算できるシミュレーションツールを構築し、育休中の収入と支出を可視化できるようにした。社員からは「想像していたよりも多くもらえる」という声が多数あった。また、2021 年には当社独自の「育児休業支援金」を創設し、男女問わず 3 か月以上の取得者に対し、月最大 5 万円（合計最大 15 万円）を支給した。国からの給付金と合わせると、月の手取り額が休業前とほぼ同等となる。2023 年には支援金の支給期間を最長 12 か月に拡充。さらに育休中の一定期間（産後 8 週間のうち上限 4 週間）も賞与を支給し、長期取得しやすい環境を整えた。

さらに、内閣子ども家庭庁の専門官でもある前田晃平氏によるオンライン講演を実施。日本独特の「家事・育児は女性が行う」という古くからの固定概念が、まだ女性の社会進出や男性の育児参画を阻む大きな要因になっていること、子育ては社会資源をつかって、社会全体で取り組むべきもの、など終始力強いメッセージがあった。当社グループ社員と、その家族も視聴可能な形で開催した結果、400 人以上が参加した。参加者からは、「男性育休の意義を理解できた」「夫と聴講できて良かった」「部下や同僚に積極的に推進する」といったコメントが多数寄せられた。また、この時行ったアンケートでは「育休取得の機会があれば取得したい」との回答が 91%に上った。

その他、育休体験記事の社内報への掲載、メディア取材による社内外発信などを積極的に行うことにより、会社全体で男性育休取得に対し前向きな考えへとシフトしてきた。今では「育休取るの？」ではなく「育休いつ取るの？」という言葉で、取得する前提で話し合いがされている。

これらの推進活動の結果、男性の育休取得率は、～2018年度：0%、2019年度：30%、2021年度からは100%が続き、2022年度の平均取得日数は96日という長期での取得がなっている。また、厚生労働省主催の「イクメン企業アワード2020」のグランプリ受賞や、経済産業省と東京証券取引所が主催の「令和3年度なでしこ銘柄」に選定されるなど、企業価値向上にもつながっている。



▲厚生労働省主催「イクメン企業アワード2020」でグランプリを受賞

育休は、こどものためだけではなく、出産という大仕事を終えたパートナーのケアをするために取得するよう発信している。パートナーの孤独な育児による産後うつ、またその先には命を絶つ、という悲痛な実態もある。男女で育児や家事を協働することで、産褥期の女性の体を守り、またその後の女性の社会進出、多様性が進む。産み育てやすい環境を実感することが、希望する人数の子どもを持てる社会の実現となる。

社会全体で男性の育休取得が当たり前になり、少子化や女性活躍推進という社会課題の解決を通して社会の幸せがかなうよう、当社は男性育休推進のリーディングカンパニーとして、今後も積極的に実践し、社内外の情報発信を強め、賛同の輪を広げていく。

男性育休取得の推移

	～2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
取得人数	0名	6名／20名	8名／13名	13名／13名 ※3カ月以上8名	14名／14名 ※3カ月以上12名
取得率	0%	30%	61.5%	100%	100%
平均取得日数	—	110.2日	60.6日	89.2日	96日



▲男性育休取得の推移

※参考：当社ウェブサイト

(<https://www.giken.com/ja/sustainability/workinlife/childcare-support/>)

<双日株式会社>

■男性育休に関する当社の考え

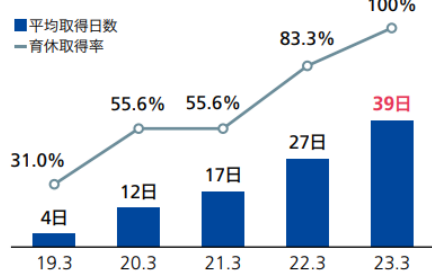
双日は2030年の目指す姿として「事業や人材を創造し続ける総合商社」を掲げている。当社が価値創造を続けていくためにも、女性がライフイベントなどを経ても、キャリアを止めることなく活躍できる環境を整えることが非常に重要である。

男性の積極的な育児を促し、それを理解・応援する職場風土を醸成することで、ジェンダーに関わらず仕事と育児を両立し、活躍できる環境づくりを推進。社員の働き方改革を進めることで、業務効率化やチーム力の強化など、会社全体の生産性向上につなげていくことを狙いとしている。

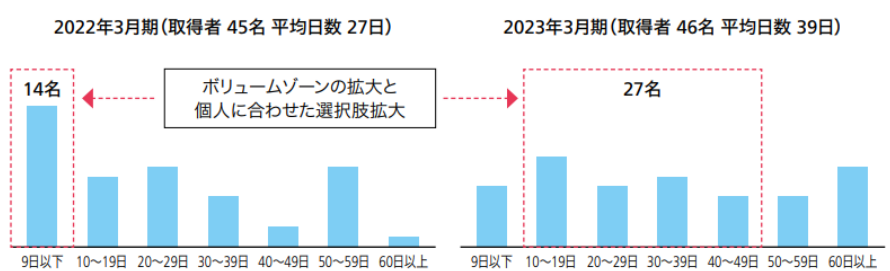
■男性育休取得目標と成果

人材KPIとして2023年度の育児休暇取得率100%を設定。2018年度に31%であった男性社員の育休取得率は2022年度に100%となり、男女ともに育児休暇取得率100%を達成した。尚、男性社員の育休の平均取得日数は4日（2018年度）から39日（2022年度）と向上している。

男性の育児休暇取得状況



男性の育児休暇取得日数の変化



▲双日の男性育休取得状況

■男性育休の取組み

1. 男性社員が育児休業を取得しやすい制度の整備

男性育休に関する取組みは、次世代育成支援対策推進法一般事業主行動計画（2018年度～2020年度）において男性育休取得率30%の目標を設定して本格的に開始。

2019年4月に育児制度を改定し、主に男性社員を対象に、子の出生から8週間まで通算で8週間の特別休暇（分割可）の取得を可能とした。2022年4月の育児制度改定では、子の出生から1年間通算で40労働日まで、分割自由に育児のための特別休暇取得を可能とする「産後育児休暇」を創設した。同年10月の改正育児・介護休業法で創設された産後パパ育休に先んじて、男性社員が担う業務の状況や配偶者の状況に合わせて育児休暇を取得しやすい柔軟な制度とした。

<男性社員の取得事例>

- ・子の出生後にまとまって 40 労働日（約 8～9 週間）取得するケース
 - ・配偶者が里帰り出産から自宅に戻ったタイミングで育児休暇の取得を開始するケース
 - ・業務の繁忙期が終わった段階で育児休暇の取得を開始するケース
 - ・毎週 1 日ずつ育児休暇を取得して実質週休 3 日とし、業務の継続と育児参加を両立したケース
- 尚、「産後育児休暇」制度は男女共通であり、女性社員の場合は、産後休業期間中に被せて充当する使い方や、早期の復職を円滑におこなうために、復職初期に断続的に取得する使い方などが可能となっている。

2. 男性育休の取得環境の整備と風土醸成

育休制度の整備と並行して、男性社員が育休を当たり前に取得可能な環境の整備を行う。

- ・ダイバーシティ経営推進の専任組織であるサステナビリティ推進部 DEI 推進課が配偶者の出産を予定する全男性社員との事前面談実施（社員の希望がある場合はその上司との面談も実施）
- ・男性育休取得者およびその上司へのアンケート・ヒアリングを実施し、分析結果や課題をイントラネットで社内共有。冗長性のある人員配置、業務配分の柔軟な見直し、属人性の排除、カバーし合える風土醸成、業務効率化などが課題に挙がった。
- ・取得事例の社内共有（社内イントラネット、デジタルサイネージ）や对外発信（ホームページ等）を実施。2022 年度は、取得者の声として、育休中の過ごし方や家族の反応、育休前後の変化などを紹介。2023 年度は育休取得者を部下に持つ部長のメッセージを紹介。
- ・部長研修において、部長 4 名によるパネルディスカッションを実施。部下の育休取得をどのようにサポートしたか、現場の課題やマネジメントの工夫など、活発な意見交換を実施。
- ・全部課長向けに e ラーニングでイクボス研修を実施し、「双日イクボス宣言」への賛同を確認。



▲部長研修でのパネルディスカッションの様子

3. 社長メッセージの発信

社内イントラネットや社長の年頭挨拶などで男性育休の取得を奨励するメッセージを発信。上述「産後育児休暇」の創設時に開催した育児制度改正の社内制度説明会（2022年3月）では、冒頭で以下要旨の社長メッセージを全社員に伝えている。

- ・会社が競争力を磨き、価値創造を続けていくためにも、ライフイベントなどを経ても、女性がキャリアを止めることなく活躍できる環境を整えることが非常に重要である。
- ・これは、男性が積極的に育児参加し、それを職場も理解・応援する職場環境を作ることとも繋がっている。
- ・性別に関わらず活躍できる風土のある職場、組織、会社にすること、また、この過程で育児休暇取得者が増えても、組織で対応できるようにするための業務効率化やチームマネジメント力の強化が、双刃を強くすることになる。
- ・「産後育児休暇」は自律的、計画的に活用して欲しい。また、上司も部下を応援するとともに、これを機に業務の中身、仕事の進め方や働き方を見直し、組織の生産性向上にも取り組んで欲しい。
- ・組織の力を強くするためにも、お互いが理解し合い、感謝や思いやりをもって、チームワークを発揮できる職場、風土を作る。