

## 男性の育児休業をめぐる課題

生活研究部門 天野 馨南子  
amano@nli-research.co.jp

### 1. 次世代育成支援対策推進法は有効か

女性ではなく、「男性の」育児休業取得推進が本格的に企業の中で検討されるようになったのは、平成17年4月に施行された「次世代育成支援対策推進法」の影響が大きい。

同法は301人以上の事業所の事業主に、仕事と家庭の両立に資する職場環境の改善を目的とする「一般事業主行動計画」の策定、労働局への提出を義務付けている。ある一定基準以上の計画達成を果たした企業には「次世代認定マーク」が付与され、企業はこの認定マークを商品やCMなどに掲載し、次世代育成支援企業であることを広くPRすることが可能とされている。

この認定マークを取得しようとする場合、必須条件の一つとして、計画期間内に男性の育児休業者1名以上の実績が必要という規定が政府より明示されている。このため、法施行以降、にわかに多くの企業が「男性の育児休業」に注目し始めたのである。すでに男性の育児休業者を輩出している企業も始めている。

しかし、その内容をもてみると、認定基準を満たすために無理やり男性の育児休業者を「捻出」している感が否めない。

### 2. 取得者の部門に偏り

認定マークを得るための計画期間は2年以上、5年以内とされている。認定を望む企業は、この計画期間内に男性の育児休業者の実績を出さなくてはならない。長時間労働、顧客との関係が密接な営業、代替要員不足などの職場が多い企業では、当初から「そんな取得は無理」とばかりに、取得者輩出に向けた働き方の見直しよりも、人事部で取得者を出す「取得の捻出」を行う企業もでている。

このような「人事部主導型」が横並び意識の強い社員の価値観に風穴を開け、他の部署から次の取得が出る、というケースにつながるならば、評価できるであろう。実際、社員の横並び意識があまりに強く「自分が一号になるのはちょっと」「他に取得した人の様子を見てから」といった拒絶反応続出に悩んだある金融機関の人事部が、率先して人事部から休業者をだし、体験談を社内で公表し啓蒙活動を行った結果、営業部署から次の取得者がでた、というケースがある。しかし、このような前向きなケースがある一方で、人事部から捻出し、認定基準を一応達成したので終わり、もしくは、取得可能性のある人を異動によって人事部に集中させ一向に働き方の見直しに

リンクしていかない企業も少なくない。

しかしながら、法は次世代育成を推進するための「職場環境の改善」を最も重視している。故に、本来「男性の育児休業」は働き方の見直しの集大成として事後的に発生するものでなければ意味がない。

### 3. 立ち足はかかる「評価」の壁

育児休業取得が自らの仕事生活に大きくマイナスに影響しないのであれば、取得したい男性は少なくはない。しかし、当研究所の企業へのヒアリング調査によれば、育児休業が仕事生活にマイナスの影響を及ぼす人事評価体系が「取得の壁」として現れる。たとえば、昇格の決定にあたり、直前の2年、3年といった長い期間の評価平均が一定以上であること、が条件になっている企業で、

- ・ 休業期間は最低評価もしくは平均以下の評価
- ・ 評価期間に休業が入ると、それまでの評価がゼロクリアとして評価不能とされる（再度、複数年の評価を積み上げねばならない）

といった仕組みがある企業では、社員が、育児休業取得はペナルティである、と感じてしまい、取得状況が悪化する。このような制度の改革を目指し、

- ・ 休業期間は前期評価をスライド
- ・ 査定期間の一部期間を就業している場合（例：半年の査定でそのうち3カ月入社・3カ月休業）は、その時の成果を期間評価とする
- ・ 評価期間を直近1年間とする評価体系に変更し、休業期間の入る査定期間以外には休業が影響を及ぼさないようにする

といった見直しを行う企業も出てきている。このような評価の見直しは「働き方の見直し」の当然の前提となる。いかに多様な働き方が用意されても、それに付随する評価が納得感のないものであれば、次世代育成への積極的な男性社員の参加、そして女性社員の参加も、望めないからである。

### 4. 想定外に高い「認知」の壁

両立推進制度を整備していても制度利用が一向に進まない企業において、当研究所が社員アンケート調査を実施した結果、3つの「認知の壁」が発見された。

1つは、マネージャーの制度理解不足で、これは多くの企業で最大の壁となっている。2つめが、周囲社員への遠慮もしくは周囲社員の不理解、そして3つめが、社員の制度認知の想定外の低さ、である。まずは第1の壁を排除するために、仕事と家庭の両立に関するマネージャー研修を導入する企業が増加している。ユニークな事例として、マネージャー登用研修で両立支援に関するウェブテストをうけさせ、全問正解するまではクリアさせない、という企業もある。第2・第3の壁を低くするために、福利厚生ガイドとは別に、社長による両立推進表明を明記した専用パンフ・専用サイトを作成する企業もみられる。IRでの発表等対外公表も重要な認知向上策ではあるが、運用を促す、という意味では社内での啓蒙活動が必須となっている。

### 5. 働き方の見直しは男性のため

仕事と家庭の両立は女性のためのもの、といった考え方が企業では依然として主流を占める。しかし、平成12年内閣府の「男女共同参画に関する世論調査」によれば、20 - 29歳では55%の男性が「仕事と家庭を両立する」ことが望ましいと考えており、「家庭を優先する」8.7%とあわせて6割以上が家庭を重視している。同調査では若手層ほどこの考え方が強まる傾向にあり、このような若手層の意識変化とともに、伝統的な考え方の企業が、女性のみならず若手男性からも受け入れられず深刻な採用難に陥る日は、思うほど遠くないかもしれない。