

男性の育児参加が新たな企業価値を

株式会社グッドバンカー
リサーチチーム

政府では、少子化の流れを変えるべく、仕事と家庭の両立支援や働き方の見直しに向けた様々な施策を進めていますが、男性社員に対する取り組みは、低レベルで推移する育児休業取得率などからもわかるように、進展がなかなか見られない分野です。しかし、厚生労働省の調査¹では、男性社員の3割が育児のための短時間勤務や育休制度の利用を希望している、という結果が出ており、育児に深く関わりあいたい、との思いをもつ男性は少なくありません。

こうしたことから、企業の取り組みの中で、女性社員だけでなく男性社員の両立支援を積極的に展開する動きが出始めています。例えば、各種支援制度の内容を十分に理解してもらうために、出産や子育て期ごとに表示された利用可能な制度や、制度利用の申請手続きが一目でわかるパンフレットを全社員に配布したり、社内報で次世代育成支援のシリーズ特集を組み、毎回、育休取得の男性社員の事例を紹介するなど、ファミリー・フレンドリーの情報を社員全員が共有できるような配慮が、様々な企業で見られるようになりました。また、子育て支援にノウハウを持つ NPO 法人との連携による、父親の育児参加を促すプログラムの実施や、子育てパパ力検定への参加などは、企業の取り組みでも新しいアプローチと言えるでしょう。さらに、育休中の経済的支援の拡大や、制度運用のカギとなる管理職層の研修にはファミフレ関連プログラムを新たに導入するなど、制度の柔軟で効果的な運用をめざして、各企業の工夫をこらした取り組みが進められています。

企業が子育て参加を希望する男性社員をサポートすることは、モチベーション向上をもたらし、また、社員が子育てを通じて培った経験を活かして新たな視点でビジネスを創造していくことができれば、それは生産性の向上をもたらし企業の競争力につながっていくのではないのでしょうか。

¹ 2008年5月20日付厚生労働省発表「今後の仕事と家庭の両立支援に関する調査結果」