

『男性育休』 取得推進の一步先へ

～越境体験が個人と組織を進化させる～



TOMOWEL | 共同印刷株式会社

©2025 Kyodo Printing Co.,Ltd

INDEX

目次

- 1 はじめに
- 2 男性育休の取得推進における現場の課題
- 3 育児・介護休業法等 改正(2025年10月1日施行)のポイント
- 4 男性育休取得が進まない理由
- 5 男性育休取得推進における企業人事の役割
- 6 男性育休取得推進のキーポイントは「発想の転換」
- 7 企業人事のやるべきこと①
- 8 企業人事のやるべきこと②
- 9 サービス紹介
- 10 会社概要・お問い合わせ



1

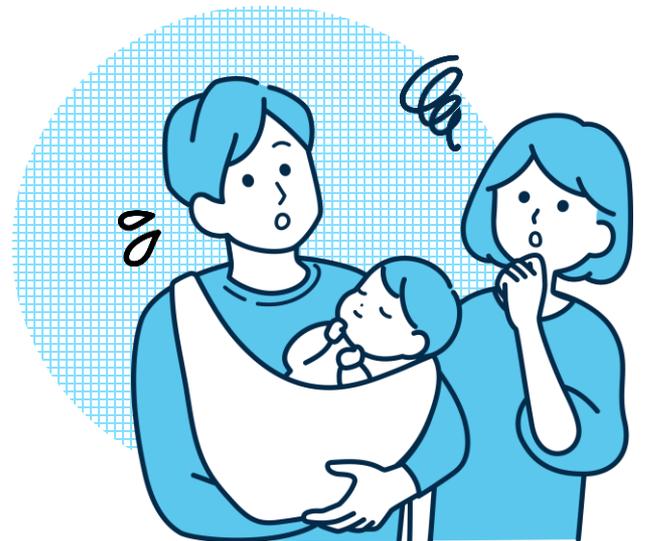
はじめに



日本の出生数は年々減少し、2024年には72万988人と9年連続で過去最少を更新しました。将来的な労働力不足や社会保障制度の維持を考えると、少子化対策は喫緊の課題です。出生率向上のためには、子育て環境の整備が不可欠であり、男性の育児休業(以下、男性育休)の推進もその一つの施策です。

取得数は増えても、残る課題

男性の育休取得率は年々増加しており、令和5年度の「雇用均等基本調査」では30.1%に達しました。企業や社会全体で男性の育休取得を促進する動きがある中で、数値だけを見ると育休取得が推進されているようにみえます。では、実際の現場ではいかがでしょうか。育休取得に対する取得者の意識、周囲の反応、上司や組織の風土…。まだまだ多くの課題があるのではないのでしょうか。



本資料では、男性育休の取得推進だけでなく、その先に個人の成長、企業の成長を促すための施策をご提案します。

2

男性育休の取得推進における現場の課題

▶ 潜在的な育休取得希望者と取得期間



業務負担や職場の理解不足により、育休の取得を希望していても断念したり、取得しても長期間ではなく2週間未満など短期間に行っている状況

『職場』『管理職』の意識改革が必要

▶ 育休取得に消極的な組織文化



育休を当事者と組織のブランク期間としてネガティブにとらえ、周囲にとっては迷惑な施策であるという認識が蔓延している状況

『取得者自身』および『周囲』の意識改革が必要



男性育休の取得率向上のために、制度として普及させるだけでなく、**本人や企業にとって実効性のあるものにしていく取り組みが重要**です。

3

育児・介護休業法等 改正(2025年10月1日施行)のポイント



企業および現場の管理職の、より踏み込んだ対応が必要に

これまで度々改正が行われてきた育児・介護休業法ですが、2025年度の改正においては、これまでより一層、**企業や現場の管理職による当事者への個別具体的な対応が求められる**ようになります。

柔軟な働き方を実現するための措置等

(2025年10月1日～)



3歳から小学校就学前の子どもを
育てる労働者への支援強化

事業主は、以下措置から2つ以上を導入し、
労働者の中から1つを選べるようにします。

- ① 始業時刻等の変更
- ② テレワーク等(10日以上/月)
- ③ 保育施設の設置運営等
- ④ 就業しつつ子を養育することを容易にするための休暇(養育
両立支援休暇)の付与(10日以上/年)
- ⑤ 短時間勤務制度



制度に関する個別周知・意向確認の義務化

子が3歳になるまでに、事業主は上記(①～⑤)から選択した制
度に関する情報周知と制度利用の意向確認を個別に実施しな
ければいけません。

仕事と育児の両立に関する個別の意向聴取・配慮

(2025年10月1日～)



妊娠・出産申し出時と、
子が3歳になる前の意向聴取・配慮の義務化

事業主は、以下点についての意向聴取を
個別に実施しなければいけません。

- ① 勤務時間帯(始業および終業の時刻)
- ② 勤務地(就業の場所)
- ③ 両立支援制度等の利用期間
- ④ 仕事と育児の両立に資する就業の条件
(業務量、労働条件の見直し等)

また事業主は、聴取結果に対して「業務量の調整」や
「労働条件の見直し」など適切な配慮を行うことが
義務となります。



4

男性育休取得が進まない理由



男性育休の取得が進まない理由は、取得者自身、職場、管理職、それぞれの課題が影響しています。

取得者の不安



◆収入面の不安

育休中の給与減少が
家計に与える影響を懸念。

◆業務面の課題

自分の代替要員がおらず、
休めないと感じる。

◆精神面の課題

取得しづらい雰囲気を感じて
言い出せない。

職場の課題



◆人手不足や業務負担の増加

育休取得者が出ることで、
一時的に職場の負担が増加。

◆育休を取る風土が
醸成されていない

育休取得の制度や意義について
周知が十分でない。

◆メンバー同士の連携の欠如

業務が属人化し、チームとしての最適
化がなされていない。

管理職の意識の壁



◆制度の理解不足

制度や法律を理解しきれておらず、適
切な働きかけができていない。

◆ジェネレーションギャップ

自分達と異なる世代のライフスタイル
や価値観についての理解が不足。

5

男性育休取得推進における企業人事の役割



男性育休の取得推進には、人事部門が中心となり、**制度の整備・職場環境の改善・管理職の意識改革を総合的に進める**ことが重要です。

取得者への支援



職場環境の改善



管理職の意識改革



◆制度の整備と周知

育休制度の内容をわかりやすく伝え、取得しやすい環境を整備する。

◆相談窓口の設置

収入補填策や育児サポートの情報提供を行い、不安を軽減する。

◆育休を取得しやすい雰囲気づくり

職場全体で育休をネガティブなものと思わず、受け入れる文化を醸成する。

◆業務の効率化と分散化

育休取得による業務負担を最小限に抑えるため、タスクの共有や人員配置を見直す。

◆管理職向け研修の実施

育休の必要性や企業のメリットを理解し、管理職自身およびメンバーにとってポジティブな機会として捉えられるような風土づくりのヒントを提供する。

◆ロールモデルの共有

育休を取得した管理職や社員の事例を共有し、多様な働き方への理解を促進する。

6

男性育休取得推進のキーポイントは「発想の転換」



男性育休は単なるキャリアのブランク期間ではありません。

主体性が求められる育児体験は、通常業務とは異なる「越境体験」の機会として活用しましょう。



育休という「越境体験」で得られるメリット

- ① 新たな視点の獲得
- ② 自己成長とスキルアップ
- ③ 対人関係力の向上

- ① 多様な視点の獲得
- ② 人材育成マネジメント力の向上
- ③ チームマネジメント力の向上

- ① 多様性の推進
- ② イノベーションの促進
- ③ 組織力の向上

取得者の
成長

管理職の
成長

組織の
成長



7

企業人事のやるべきこと①



取得者自身が**業務調整をしてでも育休を取得しよう**と思える
マインドセットに変えることがポイントです。

育児は「指示待ち」ではなく自ら考え動くことが求められます。
そのため、育児に主体的に関わることでさまざまなスキルが習得
できます。

たとえば、赤ちゃんが寝ている時間に掃除、洗濯、買い物をおこな
うタイムマネジメント力や、意思疎通が難しい状況で感情やストレス
のコントロールをおこなうアンガーマネジメントの実践など。

**育児休業期間は単なる休暇ではなく、越境体験をとおして成長する
機会になる**ということを、取得者本人だけでなく、社内に浸透させ
ることが重要です。



研修の実施



育児の基礎知識や夫婦での役割分担に
ついて学ぶ機会を設けます。
イラストや事例を交えたイメージがわか
やすい資料を配布することも有効です。

社内ワークショップ



育休を経験した先輩社員が参加し、
リアルな体験談を共有する場を提供
します。

8

企業人事のやるべきこと②



育休取得が「特別なこと」ではなく、当たり前の選択肢として捉えられる職場環境づくり。
そのためには**管理職の意識改革**が必要です。

管理職自身が育休を取得していないことが多く、取得者とうどうコミュニケーションをとればいいのか、チームにどんな影響がでるか不安を感じているケースがあるでしょう。

その不安をポジティブな感情に転換し、管理職としてマネジメント力の向上やチーム体制の見直しの機会と捉え、取得者の成長を支援できるような働きかけが重要です。



管理職向け研修

管理職の意識改革には、複数回にわたる研修が有効です。
男性育休の意義や制度の理解を深め、育休取得を支援する姿勢を育みます。



- ▶ 研修の効果
- ジェネレーションギャップの解消
 - 自身の課題の整理と対策
 - ロールモデルを知り、自組織での運用イメージを持つ
 - 制度の正しい理解と活用法の習得 など

マンガでわかる仕事と育児の両立

マンガという親しみやすい形式で、当事者には夫婦でパートナーシップを形成し、双方が仕事と育児を充実するヒントを提供し、管理職には当事者のライフスタイルや価値観を知る機会となります。



特徴

後半には、企業の育休取得事例や管理職のメッセージなどオリジナルページを追加可能です。

管理職のための 「男性育休」マネジメント講座

最新の育児・介護休業法の改正に対応し、男性育休を個人と組織の成長の機会とするための、管理職向け動画研修です。自組織のロールモデルの事例紹介を組み合わせることで、より効果的に実施することが可能です。



講師

育休&共働きコミュニティ
ikumado代表
株式会社COEO代表取締役
千木良 直子

研修のゴール

男性育休の課題を整理し、管理職として必要な対応に備える

研修構成

イントロダクション

第1部 育休制度と部下の心理

第2部 管理職の対応

10 会社概要・お問い合わせ

共同印刷について

会社名	共同印刷株式会社(Kyodo Printing Co., Ltd.)
本社所在地	〒112-8501 東京都文京区小石川4丁目14番12号
代表者	大橋 輝臣 (おおはし てるおみ)
社員数	1,872名(契約社員含まず/2024年3月31日時点)
資本金	45億1千万円



お問い合わせはこちらまで

共同印刷株式会社
情報コミュニケーション事業本部
学びビジネス推進部

担当 ▶ 安田 / 當麻 / 山田

メール ▶ yorisowel_info@kyodoprinting.co.jp

TOMOWEL
共にある、未来へ