



職場も家庭も、脱ワンオペ
「共に育てる」に
取り組める社会へ。



トモイク 共育プロジェクト 好事例集





株式会社オンワードホールディングス

制度づくりから風土づくりへ。

「いつでも、誰でも休める」職場を目指して



ONWARD

設立 1947年

所在地 東京都中央区日本橋3丁目10番5号
オンワードパークビルディング

事業内容 アパレル製品等の卸売・小売業

従業員数 6,253名(連結)※2025年2月現在

取組のきっかけ・経緯

弊社では、2030年に向けた中長期事業計画において、「多様で個性的な人財が活躍できる企業への進化」を掲げています。その実現に向け、2019年からスタートしたのが「働き方デザイン」という全社的な取組です。

働き方を見直し、生産性を高めることで新たな価値創出につなげていく考えのもと、男性の育児休業取得促進や女性活躍の推進も重要なテーマとして位置づけてきました。アパレル業界は、繁忙期や業務量の偏りが生じやすい側面があります。その中で、育児や介護といったライフイベントと仕事を両立できる環境を整えることは、企業の持続的な成長に欠かせないと考えています。



具体的な取組の内容

①マイゴールデンウィーク制度の導入

働き方デザインの中核にあるのが、「誰もがいつでも休める職場」を実現するための仕組みづくりです。その代表的な制度が「マイゴールデンウィーク制度」です。年末年始やお盆とは別に、通常期に10連休または5連休を年2回取得することを推奨しており、全社員を対象としています。同制度は、特定の社員に業務が集中する“属人化”を見直し、誰が休んでも業務が回る体制をつくることを目的としています。連続休暇の取得を通じて業務の整理や分担を進めることで、社員の作業効率化やマルチスキル化にもつながっています。

②業務の見える化とクラウド化

制度の活用を促進するために、業務マニュアルの整備やスケジュールの可視化を進め、業務の属人化を防ぐ仕組みづくりに取り組んでいます。また、紙中心だった業務のデジタル化を進め、承認フローや情報共有のクラウド化を推進。社内勤務者にはノートPCやスマートフォンを配布し、在宅勤務も制度化するなど、場所にとらわれない働き方を支える環境整備も進めています。

③カエル会議とプレパパママセミナー

働き方を現場から見直す取組として、各チーム単位で「カエル会議」と呼ばれるミーティングを実施しています。業務改善だけでなく、社員一人ひとりが仕事やプライベートで実現したい姿を共有し、役職に関係なく意見を出し合える場として運用されています。専門職の多い職場でもスキル継承や業務分担を進め、誰でも業務を担える体制づくりを目指しています。

また、男性の育児参加を後押しする取組として、社員とそのパートナーが参加できるプレパパママセミナーを開催しています。内容としては、育児に役立つアプリの紹介や育児準備に関する情報提供のほか、育児休業に関する国の制度や会社の制度の案内などを行っています。さらに、社外にいるパートナーも参加できる形にすることで、夫婦で育児や休業制度への理解を深められる機会としています。



取組において苦勞・工夫した点

苦勞した点は、制度を整えるだけでは職場の意識は変わらないことでした。特に男性育休は、「言い出しにくい」「前例がない」といった心理的ハードルが高く、利用が進みにくい状況がありました。

そこで、経営層を対象とした研修を実施し、学びを現場で実践し、その反応を持ち帰るプロセスを重視しました。職場の雰囲気は経営層や管理職の姿勢に左右されるため、「まずは経営層から」意識を変えることに取り組みました。また、全社一斉ではなく、一部のチームで成功事例をつくり、段階的に展開しています。

取組による効果

取組の結果、離職率は約半分に減少し、出産や育児を理由とした離職も大きく減りました。採用活動においても、「働きやすさ」が弊社の強みとして認識されるようになっていきます。

育休を取得した社員からは、「時間を意識して働くようになった」という声が多く聞かれます。限られた時間の中で優先順位を考え、効率的に仕事を進める姿勢は、復職後の業務にも活かされ、チーム全体の働き方を見直すきっかけにもなっています。結果として、会議や業務の進め方が見直され、生産性の向上にもつながっています。

従業員の声

商品企画職・30代・男性

育休中は想像以上に忙しかったですし、もっと長く取ればよかったと思っています。育休取得前は不安を感じていましたが、実際に育休を経験することで育児の大変さを実感しました。復職後は、家庭内での役割分担が定着し、育児を「手伝う」のではなく「担う」意識が続いています。また、育休中に業務を引き継いだ後輩や同僚が成長している姿を見て、自分にはできないと思っていた仕事も、チームで回せると気づきました。

部長職・50代・男性

部下が育休に入ることで業務の整理や可視化が進み、スキル共有の必要性を再認識する機会になりました。「休むこと」を前提に仕事を組み立てることで、無理のないスケジュール設計が可能になり、育休取得者本人だけでなく、周囲の働き方にも良い影響を与えています。

みんなで支える「育休」というチーム戦

パパとボスのリアルと気づき



KURIMOTO

設立 1934年5月（創業1909年）

所在地 大阪府大阪市西区北堀江1-12-19

事業内容 ダクティル鉄管・バルブ・産業機械・建設資材等の製造販売（ライフライン事業、機械システム事業、産業建設資材事業）

従業員数 1,337名（単体）／2,182名（連結）
※2025年3月末現在

取組のきっかけ・経緯

当社では、多様な人材が活躍し続けられる組織づくりが、企業価値向上や競争力強化の観点からも重要であると捉えています。こうした背景を踏まえ、2024年9月にDE&I推進プロジェクトを発足しました。本プロジェクトは、人事部門だけではなく、複数の事業部や職種の社員で構成した全社横断型の取組として進めています。

発足後まもなく、プロジェクト主導でダイバーシティ意識調査を実施したところ、育休取得率が向上している一方で、現場では「育休を取りづらい」と感じる社員が多いことが明らかになりました。この結果を通じて、会社側が抱えていた認識と、現場の実態との間にギャップがあることに気付くことができました。

こうした状況を踏まえ、育児と仕事の両立を後押しする職場風土の醸成に向け、各種施策の検討と実施を進めることとしました。



具体的な取組の内容

① 育児と仕事の両立ガイドブックの作成・発信

育休取得を促進するため、制度説明にとどまらず、出産前・育休中・復帰後の各フェーズでの心構えや期待事項、先輩社員の体験談などをまとめたガイドブックを作成しました。特徴的なのは、育休当事者（パパ・ママ）だけでなく、管理職（ボス）向けにも同等のボリュームで、場面ごとに必要な行動と心構えを示している点です。「両立の当事者はパパ・ママとボス」というメッセージを込め、ボスの関わり方が部下のキャリア形成に影響することを明確に伝えています。ガイドブックは社内ポータルにて常時公開し、マネージャー向けのダイバーシティ研修でも活用しています。

② 男性育休をテーマにした社内トークライブの開催

3ヶ月以上の育休を取得した男性社員とその上司を登壇者として、社内トークライブを実施しました。営業・技術・製造など、様々な職種から登壇者を選ぶことで、「部署に関わらず育休を取得できる」というメッセージを伝えました。登壇者がありのまま自らの経験を語る姿は、特に若手男性社員にとって、育児と仕事を両立しながら働く姿をイメージするきっかけとなり、取得促進に向けた意識変化を生んでいます。

③労働時間削減の目標管理制度への組み込み

育児と仕事を両立する上で、長時間労働の解消は不可欠です。当社でも長年様々な施策に取り組んできましたが、各職場の取組を加速させたのが、目標管理制度に自部門の労働時間削減目標を組み込んだことです。各事業部門長が自部門の残業時間削減を自らの評価目標として設定したことで、現場での改善が進みました。抵抗感もある中でのスタートでしたが、平均残業時間は着実に低減しています。



取組において苦労・工夫した点

取組を進めるうえでは、施策の価値を社員にどれだけ自分事として捉えてもらえるかが課題となりました。

まず、ガイドブックの存在を認識してもらうことに苦労しました。社内ポータルへの掲載だけでは周知が十分でなかったため、お子さんが生まれる・生まれた社員へ個別に送付するなど、確実に届く仕組みを整えました。

また、社内トークライブを“育休を取るパパだけの場”と受け取られがちだったことも課題でした。男性が育休を取ることは、家庭内の育児分担や、男女双方のキャリア形成に影響するテーマであり、ボスやチーム、さらには全社員に関わるものです。その意義を丁寧に伝え、「全員が働きやすい環境づくりにつながる取組」であることを地道に説明し、参加を促しました。当初の集計では、参加者延べ人数が30名でしたが、パパ社員に限らず様々な従業員に情報が届くよう、各事業拠点で案内しました。その結果、当初の5倍となる合計約150名に参加いただくことができました。

取組による効果

これらの取組により、社内では育児と仕事の両立に関する理解が進み、男性の育休取得が“当然”と受け止められる雰囲気が広がりつつあります。ガイドブックやトークライブを通じて、本人だけでなく上司やチームが関わる意義が共有されたことで、育休取得を支える体制が各職場で整い始めました。また、目標管理制度に労働時間削減目標を組み込んだことが後押しとなり、平均残業時間はかつての月20時間超から15～16時間程度へと着実に低減しています。育休取得を契機に業務の見える化や引き継ぎも進み、属人化の緩和やチームの協働体制の強化にもつながっています。

今後は、育児に限らず、さまざまな事情を抱える社員にも取組を広げていく方針です。



従業員の声

営業職・30代・男性

3か月の育休を取得しました。子どもが二人いるため、私は上の子を中心に育児を行い、パートナーが下の子に集中できる環境を作ることができました。復帰後も、仕事が終わった後の育児は自分が担当しています。

技術職・30代・男性

育休期間は、育児は分担せずに二人で一緒にやる、という方針を夫婦で決め、苦労を共有しながら、穏やかな日々を過ごしました。復帰後は、早く帰りたいというモチベーションが仕事の集中力につながっています。

製造職・30代・男性

家庭で育児を進める上で、急遽残業を頼まれた場合は、翌日は定時で帰らせていただけないかと前日のうちに上司に伝えるようにしています。上司も配慮してくださるので、職場でも家庭を配慮したコミュニケーションが取れていると感じています。

管理職・40代・男性

引き継ぎを受けたメンバーに困っていないか声を掛けたり、必要に応じて他のメンバーにヘルプを依頼するなど、助け合う体制を作りました。また取引先に事前に説明をしたところ、先方が非常に協力的になり、むしろ信頼関係が深まる場面もありました。



KPMGコンサルティング株式会社

育休は「当たり前」、を当たり前にする。 インクルーシブなカルチャーが育む、 育児も仕事も本気で向き合う組織へ



設立 2014年7月

所在地 東京都千代田区大手町1-9-7 大手町フィナンシャル
シティ サウスタワー

事業内容 企業や組織の変革における総合コンサルティング
サービスの提供

従業員数 2,370名 ※2026年1月1日現在

取組のきっかけ・経緯

弊社は中途採用が多く、バックグラウンドや価値観の異なる多様な人材が集まる組織です。その中で、「多様な人材がいるだけでは強みならず、一人ひとりがお互いをリスペクトし、コラボレーションしていくことが重要」という考えのもと、インクルーシブなカルチャーを経営の根幹に据えてきました。育児・介護・女性の健康問題など様々な事情を抱えながら仕事を継続できる環境づくりを目指し、2019年頃からDE&I推進を本格化。育児に限らず、女性活躍・LGBTQ+・クロスカルチャー・介護などのテーマを同時並行で推進し、「特定の属性だけを優遇するのではなく、多様性を尊重するカルチャーづくり」を一貫した方針としています。



具体的な取組の内容

①ワーキングペアレンツネットワークの運営

仕事と育児を両立する社員の交流・相談の場として「ワーキングペアレンツネットワーク」を運営しています。登録者は約240名で男性が約4割を占め、月1回のオンライン交流会では専門家による子育て関連講座や男性育休取得者の事例共有、年齢別の悩み相談など多彩なプログラムを実施。テーマは登録者の投票を基に事務局で決定し、小一の壁・子どものSNS利用など幅広いテーマが人気を集めています。男女が同じ目線で子育ての悩みを語り合えるのが、このネットワークの大きな特徴です。

②男性の育休取得のモニタリングと面談支援

男性の育休取得状況をDE&I推進担当者が把握し、部門長を通じて「いつ取得しますか？」と確認する仕組みを整えています。また、3ヶ月以上の長期取得者には育休前面談を実施し、制度説明や育休期間中の過ごし方、復職後の働き方についても丁寧にサポート。育休に不安を抱える男性社員には、先輩取得者の体験談を伝えながら「充実した時間になるから積極的に育児に向き合ってほしい」とメッセージを届けています。結果として、男性育休取得率は93%、平均取得日数は67日に達しており、中には1年取得した男性社員もいます。

③ダイバーシティ研修とトップダウンの発信

ダイバーシティ全般への理解を深めるマネジメント研修を、まず経営層から順に実施し、マネジャー層へと展開しています。研修では外部講師の講義に加え、パネルディスカッション形式で育児・介護などの両立経験者やマネジメント職としての視点を共有し、「多様な人をマネジメントする」意識を高める機会としています。経営層から価値観を繰り返しメッセージとして発信し続けることで、制度と意識の両面から変化を促してきました。

取組において苦労・工夫した点

取組み開始当初は男性育休取得者は少なく、まず取得する社員の事例を積み上げることが最初のハードルでした。座談会や事例紹介動画を通じて「取ってよかった」という声を社内に広めていくことで、少しずつ取得が当たり前という雰囲気を醸成してきました。制度については両立支援ハンドブック(育児編・介護編)を整備し、国の制度と社内制度を時系列でわかりやすくまとめることで「制度はあるが使い方がわからない」という状況を改善する工夫をしました。また、ニュースレターや研修の場で定期的に制度を周知し続けることも大切にしています。プロジェクト単位で仕事が完結し一緒に働くメンバーも変わるといふコンサルティング業界の特性上、休暇の取得時期を計画しやすいという側面も、取得促進を後押しする要因となっています。



取組による効果

男性育休取得率93%・平均取得日数67日という数値が示す通り、育休取得は社内で当たり前のカルチャーとして定着しつつあります。子どもが生まれた際には部門長から「いつ取得しますか?」という声かけをするようにしており、「取るだけ育休」ではなく育児に本気でコミットする男性社員が自然と増えています。育児に限らず介護や体調管理など様々な事情を互いに話しやすい組織文化が醸成されつつあり、多様な人材の定着・採用にもプラスの効果をもたらしていると感じています。中抜け制度やベビーシッター補助など柔軟な働き方を支援する制度が整い、復職後の働きやすさも社員から好評を得ています。

従業員の声

マネジャー・男性

1人目の子どもが生まれた時は7ヶ月、2人目では10ヶ月の育休を取得しました。1人目の時は何もわからないまま妻と二人でがむしゃらに育児し、夜間対応等で疲れている妻が休めるよう日中の家事は極力私が担いました。2人目では下の子どもより上の子どものメンタルケアに奔走した記憶があります。復帰後は早く帰って子どもとお風呂に入るために仕事を前倒する意識が強くなり、先を見越して動く習慣ができました。子どもを持つ同僚や上司が共感してくれるので気持ちがとても楽になりました。妻とお互いが初めてでわからない状態から一緒に成長できたことが、一番良かったです。



管理職・男性

自分が育休を取った経験から、部下や後輩が子どもの病気で休む時の大変さがリアルに想像できるようになりました。無理してちょっとだけ休んで午後から戻ります、と言う人には「無理しなくていいよ」と伝えられるようになりました。以前は残業時間を前提としたワークプランを立てることもありましたが、プロジェクト単位の仕事柄、期限内に成果を出すことが重視されており、今は育児中でも時間を区切って集中する働き方が当たり前になっています。

「作っている私たちが知らなくてどうする」 —ベビー用品メーカーが本気で向き合う、 男性育休と共育での文化づくり



大王製紙株式会社

設立 1943年5月5日

所在地 東京都(東京本社)・愛媛県(四国本社)

事業内容 紙・板紙・パルプ及びその副産物の製造加工並びに販売、日用品雑貨(エリエール・グーン等)の製造加工並びに販売 他

従業員数 単独:2,332名／連結:12,191名
(2025年3月31日現在)

取組のきっかけ・経緯

弊社は、「エリエール」ブランドをはじめ、ベビー用紙おむつ「グーン」など育児に身近な商品を幅広く製造・販売するメーカーです。そのような事業を展開しながら、長らく男性社員がほとんど育休を取得していない状態でした。

転機となったのは2021年、現社長・若林の着任です。「ベビー用の紙おむつを作るメーカーなのに、男性社員が育児のことをほとんど知らないのはおかしい」という問題意識のもと、社長自ら男性育休100%取得を宣言。この宣言を機に会社としての取組が本格化していきました。商品開発やマーケティングの質向上のためにも、育児の当事者意識を持つことが不可欠という考えが、取組の出発点となっています。



具体的な取組の内容

①会社全体で育休取得を後押し

取組の第一歩は、社長による男性育休100%取得宣言で、社長・副社長・工場部門トップなどの役員が育休推奨のメッセージ動画を全社発信しました。役員は育休を取得していない世代ですが、自身のお子さんやお孫さんの育児に関わったエピソードを交えながら「育児は大変だからこそ、家族でサポートし合うことが大切」というメッセージを届けることで、上司層の心理的ハードルを下げることに成功。

「会社は本気だ」ということを社員に伝えるうえで、トップのメッセージは非常に大きな役割を果たし、動画という形式が、役員を身近な存在として感じさせる効果をもたらしました。

②三者面談の導入——人事部門が育休取得を丁寧にサポート

子どもが生まれる予定の社員には、会社への3ヶ月前申告を推奨。これは育休取得の強制ではなく、工場のシフト調整などを含めた職場全体の準備をスムーズに進めるためです。

申告を受けた後は、上司・本人・人事部門の三者による面談を行い、制度の説明や育休取得の意向確認を丁寧に実施。人事部が同席することで、会社としての取得推奨の意志が明確に伝わると同時に、本人が「取っていいんだ」と感じられる場をつくっています。

③管理職研修の必修化——「上司」の意識を変える

育休取得を阻む大きな壁のひとつが、管理職の意識です。特に50代前後の管理職は自身が育休を取得した経験がなく、部下に「取っていいよ」と言いづらい状況が続いていました。

そこで2022年頃から、管理職研修を年1回・全員必修で実施。男性育休の必要性、パートナーの産後うつリスクや育児のリアルな大変さについて学んでもらいます。オンラインでのライブ開催とアーカイブ視聴を組み合わせ、全員が確実に受講できる体制を整えています。

これにより、「上司から自然に『いつ取るの?』と声をかけてもらった」という声が増えており、管理職の行動変容という面で着実な効果が出ています。

④社内プロモーションと「パパ読本」の活用——育児を身近にする仕掛け

子どもが生まれた社員に家族写真とエピソードを社内で紹介する取組を実施。「育児は自分ごと」という意識を職場全体で醸成するためのプロモーションであり、育休取得率の急激な上昇(取組開始翌年に80%超)にもつながりました。

また、育休取得前後の社員には「パパ読本」を配布。国の制度や会社の制度の説明に加え、家事・育児分担についても掲載し、育休中だけでなく復職後の両立を見据えた行動を促しています。

取組において苦労・工夫した点

最大の課題は、工場スタッフ(3交代シフト制)への対応です。従業員の約半数を占める交替勤務者は、シフト変更の調整が難しく、短期的な代替要員の確保も困難です。これには、「早めの育休情報の共有」と「多能工化(業務の標準化・複数人対応)」を組み合わせで対処しています。

育休取得予定者が3ヶ月以上前に申告することで、現場でのシフト調整や引き継ぎの準備ができます。また、複数のメンバーでカバーし合う体制整備や、業務の標準化への取組も進めています。これらは簡単に解決できる課題ではなく、関係部署が協力しながら試行錯誤しており、お互い様という気持ちを忘れずに日々取り組んでいます。

取組による効果

宣言以前は一桁台だった男性育休取得率は、2021年の宣言を機に約30%へ上昇。翌2022年には80%超まで急上昇し、直近では92%程度(見込み)に達しています。工場・事務系を問わず全社的に定着し、平均取得期間も1ヶ月以上を維持しています。

採用面への効果も顕著で、育休推進の取組がメディアに取り上げられる機会が増え、就活生から男性育休の実態について逆質問されるケースも増加。育休取得実績を具体的に示せることが採用競争力の向上につながっています。

また、愛媛県の「ひめボス」の認証を受けており、地域の先進事例としての役割も担いつつあります。

従業員の声

ライフ×ワークインテグレーション推進部・30代・男性

一人取ると、周りの人も『自分も取っていいんだ』と思えるようになる。この空気感の連鎖が、一番大きな変化だと感じます。最初はハードルが高く感じられても、まず一歩踏み出してみることが大切です。経営者や管理職の方には、ぜひ『取ってほしい』という意志を示していただけると嬉しい。そして会社はそれをサポートする仕組みを整えていく。その両輪が揃えば、必ず変わっていけると思います。



ヘルスケア部門マーケティング職・30代・男性

育休を取得した際、上司と一緒に業務の洗い出しをしてマニュアル化し、やらなくていい業務はなくす整理をしました。上司自身も単身赴任で家族と離れて暮らしている経験があり、『家族のことは第一優先でいい』と言ってくれる人で、持病のある上の子の通院にも配慮してもらい、心理的にもとても楽でした。後輩からも、どのくらい取得したかと聞かれるようになり、育休を取る風土が広がっているのを実感しています。



事例 05

ファイザー株式会社

制度と文化の両輪で育む、 誰もが働きやすい職場へ 現場と人事が共に取り組む、自発的な文化づくり



設立 1953年8月1日

所在地 東京都渋谷区代々木(本社) /
愛知県知多郡武豊町(名古屋工場)

事業内容 医療用医薬品の製造・販売

従業員数 約2,800名(直雇用社員数、2024年12月現在)

取組のきっかけ・経緯

アメリカ本社のダイバーシティ推進を起点に、2011年頃から女性活躍推進グループ「JPWR (Japan Pfizer Women's Resource Group)」が人事部主導で発足。現在は5つのテーマでDEI(ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン)を推進するワーキンググループ「CRG (College Resource Group)」として有志社員が運営しています。

2023年からは男性が当事者として加わる「Men as Allies」活動も開始。男女が共に働きやすい職場を双方の視点で考える体制が整いました。育休推進では、制度整備を人事部、文化醸成をCRGが担う「両輪」体制のもと、体験談の発信や社員同士のネットワーク構築が本格化しています。



具体的な取組の内容

①男性育休後押し制度——14稼働日を有給化

育休期間のうち、14稼働日を有給扱いにする独自制度を導入。

これにより、社員が経済的な心配をすることなく、少なくとも2週間の育休を取りやすい環境にあります。

また、育休取得前後のガイドブックをイントラネットに掲載し、管理職向けにも周知を徹底しています。

②CRGによる当事者の声の発信

育休取得者と検討中の社員をつなぐネットワーキングイベントを年複数回開催。男性比率が高い営業部門の社員が体験者の声に触れる機会を意識的に設け、上長コメントも合わせて発信することで管理職のマインドセットを可視化しています。社内SNSも活用し、文化の自然な広がりを促しています。

③管理職の意識変革——生理痛疑似体験・アンコンシャスバイアス研修

JPWRとMen as Alliesが連携し、男性管理職を対象とした「生理痛疑似体験イベント」を実施。見えない痛みへの理解を深め、部下への声かけや業務配慮につなげています。2025年にはアンコンシャスバイアスをテーマにした社内動画を制作・YouTubeでも公開し、社員の家族にも届く発信を行っています。

④工場・営業拠点との連携

シフト制勤務など本社と異なる課題を抱える名古屋工場に対し、JPWRの工場メンバーが橋渡し役となり、定期オンライン会議や合同ディスカッションを通じて施策を共有。女性社員向けマインドセット研修を工場でも定期実施し、全社的な底上げを進めています。



取組において苦労・工夫した点

部署・拠点ごとに育休取得率の差が大きく、特に男性比率の高い営業部門では文化変革が起きにくい状況でした。取得者の体験談と上長コメントをセットで発信する手法が有効で、「上司も支持している」という安心感が後押しにつながっています。

「制度はあっても使いにくい」という声に対し、CRGが現場に近い立場から継続的にフォロー。CRG社員と取締役の共同リーダー体制により、経営層との対等な議論が可能な環境も推進力となっています。また、パートナー側の職場環境が壁になるケースには、社外へのYouTube発信などで間接的にアプローチしています。

取組による効果

男性育休取得率は2024年の74%から2025年12月時点で76.9%に上昇。人事部門は100%取得を目標に掲げています。数字以上の変化として、職場の心理的安全性が向上。生理や育児の話題が上司と気軽に話せる雰囲気になり、「男性もプライベートを犠牲にするプレッシャーが辛かった」という声も上がるようになりました。コアタイムなしのフレックスや在宅勤務制度と相まって、育休に限らずライフイベント全般で休みやすい環境が整いつつあります。

従業員の声

医薬開発職・40代・男性

上の子の時は育休を取らなかったのですが、下の娘が生まれた時に2週間取得しました。娘が予定より1ヶ月以上早く生まれてNICUに入院していたので、退院して帰宅してから取ることにして、夜中の夜泣きやミルクの対応を担当しました。妻がまとまった時間眠れるようになったのが、一番よかったと感じています。振り返ると、上の子の時も取ればよかったと思います。フレックスと在宅勤務があったから何とかできていたんですが、やはり取得してこそわかることがあるんだな、と実感しました。



医薬開発職・40代・男性

5人目の子どもの時に初めて2週間の育休を取りました。1~4人目の時は、フレックスと在宅勤務があったので、育休を取らずに家事・育児と仕事を並行させることができていました。5人目は実家のサポートを受けられない状況になったので、思い切って取得した形です。今年のテーマとして『子どもの数を言い訳にしない』と決めています。育児があるからキャリアを諦めるのではなく、フルで両方やる。それができる職場環境に感謝しています。



医薬開発職 管理職・40代・女性

私が子育てをしていた頃は、男性が育休を取るという発想自体がなかった時代でした。夫に取ってほしいと思うことすら、なかったくらいです。ワーキングマザー同士で助け合うのが当たり前だったあの頃と比べると、今の若い世代の当たり前は本当に変わりました。毎月1対1で部下と話す時間を設けているのですが、そこで仕事の話だけでなく家族の近況や育児の状況を聞くようになっています。子どもの写真を見せてもらったりもします。そういう会話があるからこそ、何かあった時にも気軽に相談してもらえるとと思っています。



「ありがとう」が原動力。 育休は、家族と仕事の見方を変えた。 夫婦の「共に育てる」を支える文化が根づく働き方改革



FUKUYA フクヤ建設株式会社

設立 1971年

所在地 高知県高知市

事業内容 注文住宅・民間公共建築の設計・施工、リノベーション、不動産業、カフェ等の飲食事業

従業員数 63名(2025年4月現在)

取組のきっかけ・経緯

弊社は1971年に高知県で創業し、注文住宅の設計・施工を核に、リノベーション、不動産、カフェ運営など「衣食住」全般にわたる事業を展開する建設会社です。2024年には東京証券取引所(TOKYO PRO Market)への上場を果たし、地域に根ざしながらも成長を続けています。

建設業は男性中心の業界と思われがちですが、弊社は女性社員比率55%・女性管理職比率50%という実績があります。2021年7月には「高知県ワークライフバランス実践支援事業」の対象企業に選定されたことを機に、社員全員が「自分たちのありたい姿」を話し合う「カエル会議(※)」を軸とした働き方改革を本格化させました。

改革の柱のひとつが「共に育児」の推進です。育休は取得することがゴールではなく、復帰後に夫婦でどう育児を分かち合えるかが本質であるという考え方のもと、制度と職場文化の両面から取組を進めてきました。

※働き方や職場環境の見直し等を目的に、各部署から集まった7名のメンバーが週1回集まって行う付箋会議。人事業務の共有にとどまらず、「部署で困っていること」や「しんどそうな社員がいる」といった現場の声が自然に上がってくる場にもなっており、社員自身が課題を発見し解決策を提案する仕組みとして機能しています。



具体的な取組の内容

①イクボス宣言・男性育休100%宣言——育児をともに支える組織づくり

弊社は2022年6月、厚生労働省が実施する「イクメンプロジェクト(共育プロジェクトの前身事業)」に賛同し、「イクボス宣言」を公表しました。管理職が率先して定時退社し、仕事とプライベートを楽しむ姿を見せることで、育休を取りたい社員が「休んでいい」と感じられる空気をつくっています。

また、男性社員が長期の育児休業を取得できる環境づくりを組織として推進し、育休取得者・復職率ともに100%を達成。育休中は上司が自ら現場業務に入ってカバーするなど、「当たり前」に取れる育休の文化が根づいています。

②残業削減とノー残業デーの設定——「早く帰ること」を仕組みにする

「帰りマNDERー」や「カエルデー」などのキャッチーなネーミングでノー残業デーや部署内での目標退社時間を設定し、

全員で退社する日を部署ごとに明確にし、気兼ねなく帰れる仕組みを整えました。また、書類のPDF化・iPad活用による業務効率化や、探し物にかかる時間を削減し、残業時間削減につながる整理整頓活動なども組み合わせることで、「高知県ワークライフバランス実践支援事業」参加前と比較して平均残業時間を10.3時間削減することに成功しています。

③心理的安全性とコミュニケーションの向上——「言いやすい職場」をつくる

挨拶強化週間ポスターの設置やセクハラ・パワハラ防止対策、「Bravo Tree（「ブラボー」なことを共有するツリー）」の設置など、日常のコミュニケーションを豊かにする取組を実施。また、各部署からのピックアップメンバーで構成されるワークライフバランス推進委員会が中心となり、社員自身が課題を発見し、解決策を提案する文化が育まれており、「面白がりながら、誰でもできそうなことから始める」姿勢が周囲を巻き込み、共感の輪が職場全体に広がっています。

さらに、メンター制度の導入や、入社後3ヶ月間のジョブローテーションにより、社員同士が部署を超えて支え合う関係性を築いています。



取組において苦労・工夫した点

取組を進める上で最も重視したのは、「トップが答えを押し付けるのではなく、社員自身が課題に気づいて行動する」という姿勢です。ワークライフバランス推進委員会を通じて現場の社員が自ら問題を発見し、解決策を提案する仕組みを整えました。「面白がりながら、誰でもできる小さなことから取り組む。無理をし過ぎないスモールステップで取組を継続していくと周りも巻き込み、皆も共感してくれて結果的にうまく進む」という実感が、継続の原動力となっています。

取組による効果

一連の取組を通じて、男女ともに育休取得率・復職率100%を達成。平均残業時間10.3時間削減、という具体的な成果につながっています。

男性育休推進や仕事と子育ての両立などの取組を積極的に対外発信したことで採用面にも大きな波及効果が生まれ、県外の大学生からの新卒採用エントリーが3.5倍に増加。中途採用は例年2,3名程度の応募だったのが、4か月半で22名の応募・10名の中途採用につながり、1年間で21名の採用に成功（2年間で従業員数2倍以上）。など、建設業では珍しい採用増を実現。

こうした成果が評価され、高知ワークスタイルアワード2023 グランプリ、令和6年 将来世代応援企業表彰 優秀将来世代応援企業賞、第11回 GOOD ACTION AWARD 最優秀賞、マイナビ転職 BEST VALUE AWARD キャリア支援優良企業賞など複数の外部表彰を受けています。



従業員の声

設計職・20代・男性

育休に入る前は、もっと楽だと思っていました。でも実際にやってみると、想像以上に大変で。それと同時に、会社や上司への感謝の気持ちが本当に大きくなりました。育休中は妻と2時間ごとに交代しながら、深夜も含めて50対50で育児を分担しました。子育ての大変さを身をもって知ることができたのは、育休があってこそです。復帰してからは、家族のために早く帰ることが仕事への集中力にもつながっています。





三井不動産株式会社

育休取得はゴールではなく、 「共育て」への第一歩 制度と研修の両輪で、「共に育てる」文化をつくる



設立 1941年7月15日

所在地 東京都中央区日本橋室町二丁目1番1号

事業内容 オフィスビル、商業施設、ホテル・リゾート、ロジスティクス、住宅、ライフサイエンス

従業員数 1,928名(2025年3月時点、単体)

取組のきっかけ・経緯

弊社は、オフィスビル、商業施設、ホテル・リゾートなど、まさに総合的な街づくりを行っています。子育て世代の社員が増えるなかで、育児に関わる社員がより働きやすい職場環境の創出・文化の醸成を目指して、男性育休取得推進を開始しました。

その背景には、社内アンケートでの実態把握があります。男性社員の約3割が「仕事とプライベートの両立に課題あり」と回答し、その理由の多くが「家事・育児」で、悩んでいる理由として「周囲の理解が十分でない」という声も多くありました。

「育休後も育児は続く」という考え方のもと、制度の整備だけでなく職場全体の意識変革まで見据えて取り組んでいます。

具体的な取組の内容

① 制度面の整備—取得しやすい環境を“仕組み”から整える

2020年には「育児支援休暇」を導入。男女問わず育児者への支援を目的として、子1人につき5日間の有給休暇を付与する制度です。

さらに2022年4月には、同年10月の「産後パパ育休」創設に先んじて、独自の「出生時育児休業」を新設。最大28日間取得可能で、かつ有給という手厚い内容です。経済的な不安を軽減することで、育休取得を大きく後押しする制度となっています。



② 研修の実施—社内の意識を変える

育休取得者本人向けには、専門家を招いた必修研修を実施。父親の役割や産後うつは父親にも起こりうることをわかりやすく伝えることで、育休後の仕事と育児の両立まで見据えた準備を促しています。一方、上長向けにも必修研修を実施。当事者から集めた、上長や周囲から掛けられて嬉しかった・悲しかった言葉を匿名で共有し、育児中の社員のリアルな声を管理職にフィードバックするものです。育休取得後も育児と仕事との両立は続くこと、周囲の理解が不可欠であることを伝え、管理職が無意識に発してしまいがちな言葉への気づきを促しています。

③職場における対応—産育休取得者本人も周囲も安心して業務継続できる環境整備

弊社では、上長に対し性別に関わらない産育休取得者とのコミュニケーションのあり方について定期的な発信を行っています。休業に向けた引継ぎ方法や産育休取得を一つのきっかけとした業務の棚卸・業務効率化の検討、復帰後のキャリア形成・働き方の摺合せ等について、産育休取得者一人ひとりに合わせた個別の継続的なコミュニケーションをとるよう上長に働きかけることが、各チームが自分たちの体制を主体的に整えることにつながっています。

また取得者本人には、妊娠から出産までのタイムスケジュールや夫婦で取るべきアクションが記された「父子手帳」を事前に配布。パートナーと一緒に読みながら育休中・復帰後の役割分担を話し合うきっかけをつくっています。



取組において苦労・工夫した点

取組初期は、男性が育休を取る文化がまだ根づいていない状況でした。そのため、人事部員がお子さんが生まれた従業員へ個別に連絡し、「休みをいつ取得するか」という対話を地道に積み重ねることから始めました。

また、世代間のギャップへの対応も大きな課題でした。母親に子育てを任せるケースが比較的多かった上長世代からは、「なぜ会食に来られないのか」「子どもの寝かしつけは配偶者に任せれば良いのでは」といった無意識の発言が生じやすい状況でした。若い世代が持つ価値観とのズレを埋めるため、上長向けの研修でリアルな声を届ける工夫を重ねてきています。



取組による効果

これらを通じて、弊社の男性育休等取得率は現在100%達成を継続中です。「子どもが生まれたら男性でも育休を取るのが当たり前」という認識が社内に浸透し、職場の風土が変化してきたことが実感できる段階に入っています。男性の育休取得者本人向けの研修では、周囲から掛けられて嬉しかった言葉として「あなたが育休を取得することで後輩たちにも連鎖していく。背中を見せるような気持ちでしっかり取得してください」というものがありました。特に若手男性従業員の間で、ロールモデルが増えることで次の取得者が続きやすい環境が整いつつあります。

また採用面でも、「ワークライフバランスを大切にしつつ自己実現できる会社だと思って入社した」というコメントが寄せられるなど、エンゲージメントの向上や離職率の低水準維持にも一定の効果を感じています。

従業員の声

育休取得者・30代・男性

育休を取る際には上司や周囲が「いいね」と背中を押してくれ、おかげで安心して取得できましたし、復帰後も「この人と一緒に仕事したい」「この人からの仕事は頑張って返したい」という気持ちが自然と生まれました。「人事部に言われるから」「世の中の流れだから仕方なく」と部下の育休を認めるのではなく、育休を望む部下に育休を取らせ、周囲も暖かく送り出せる場の雰囲気を作ることが、マネジメントにとってもプラスになるという考え方が広まってほしいと思っています。



育休取得者の上長・40代・男性

メンバー全員に、育休を取った人がいるけど何か意識していた事はあるかと聞いたところ、「全く意識していた事はない、当たり前のことなので」と返ってきました。子育て中のメンバーが早めに帰宅して朝早く出社するのも当然のことと認めているようです。育休中の部下に対しては、希望があったので職場の状況を定期的に共有していました。復帰時に不安が生まれないよう、必要な情報を継続的に届けることが安心につながると考えています。また、子育て中の部下から出張を避けたいという相談があれば、自分が代わりに行く。それぞれの事情に合わせて柔軟に対応して成果を出すことが管理職の役割だと思っています。



事例

08

山崎醸造株式会社

「言える職場」が、辞めない職場をつくる。 心理的安全性を土台に、誰もが働き続けられる職場へ



設立 1940年3月11日

所在地 新潟県小千谷市東栄3-7-4

事業内容 みそ、醤油製造販売

従業員数 37名

取組のきっかけ・経緯

弊社は、江戸時代後期からの酒造りが起源となっています。戦時中には、酒造免許を失い、その後は味噌・醤油製造へと事業転換しました。その後も中越大震災で工場が被災するなど、決して平坦な道のりではありませんでした。こうした歴史を知る世代と、震災後に入社した若手世代との間で、仕事や働き方に対する価値観の違いが次第に顕在化していきました。

特に責任感の強い若手社員ほど業務を抱え込み、心身のバランスを崩して退職に至るケースもありました。退職後に状況を知り、「もっと早く言ってくれていれば」と後悔が残ることも少なくありませんでした。社員を引き留めるのではなく、そもそも辞めずに済む会社にしたい。そのためには、個人の頑張りに頼るのではなく、働き方や職場のあり方そのものを見直す必要があると考えようになりました。



具体的な取組の内容

①ワークライフ・バランスの制度整備

弊社では、働き方改革を「一部の人のための制度」にしないことを大切にしています。制度を整えるだけでなく、実際に使われ、周囲に無理がかからず続いていくことまでを強く意識して設計してきました。男性育休の「100%取得宣言」に加え、前日の退勤から翌日の出勤まで11時間の休息を確保する「勤務間インターバル宣言」を導入し、「休むことも仕事の一部」という姿勢を組織として明確にしました。育休取得者が出た際に職場を支援する「育休サポート手当」も整備し、休む本人だけでなく周囲も制度を前向きに捉えられる仕組みをつくっています。

②女性が働き続けられる環境づくり

女性社員数は4年前の7名から現在12名へと増加しており、女性活躍推進にも力を入れています。「ハッピーパートナー制度」の導入や女性向け講習会の実施に加え、食堂・休憩室の改修やトイレの増設など、働く環境そのものの整備も進めています。「長く働き続けられる職場」を目指す姿勢は男性・女性を問わず共通であり、育児・介護などのライフイベントに関わらず誰もがキャリアを継続できる土台づくりを続けています。

③「強制しない」コミュニケーションと相談できる環境

以前は全員参加を前提とした飲み会や社員旅行が慣例でしたが、参加を強制しない方針に転換しました。代わりに、子ども同伴の研修会や家族同伴の食事会など、家庭ごと参加しやすいイベントへとかたちを変えています。日常のコミュニケーションを促す仕掛けとして、社長負担で飲料が提供される自販機(従業員が2人で社員証を同時にタッチすると飲料が無料でもらえる仕組みの自販機)を設置。立ち寄りついでに何気ない会話が悩みを打ち明けるきっかけになっています。また、生命保険会社・社労士との連携による外部相談窓口も整備しており、社内では言いにくいことも話せる安全網として機能しています。



取組において苦労・工夫した点

取組を進める中で最も難しかったのは、「制度がないこと」ではなく、「困っていることを言ってもらえない」状況でした。責任感の強い社員ほど限界まで抱え込み、制度を使う前に辞めてしまう。その根本は、悩みを話せない環境にありました。そこで重視したのが、トップが正解を示すのではなく、現場自身が課題に気づき、納得して判断できる仕組みづくりです。子ども同伴研修や家族食事会、社長負担で飲料が提供される自販機など、日常の中で自然に話せる場を積み重ねることで、抱え込んで限界になる前に周囲が気づける関係性を育ててきました。男性育休についても、制度整備と同時に、上司が現場に入ってフォローする体制と育休サポート手当を整え、「休んでいい」という空気を意識してつくっています。制度と日常の心理的安全性が両輪となることで、初めて「使われる制度」になっていきました。

取組による効果

これらの取組を通じて、制度が「あるだけ」のものから、「使われることが前提」のものへと変化してきました。男性育休については、100%取得宣言のもと、実際に取得が進み、特別なことではなくなりつつあります。

また、業務の見直しを通じて、「本当に必要な仕事は何か」を考える視点が現場に根つき、業務負荷の軽減にもつながっています。飲み会や社内イベントについても「全員参加」を前提にしない姿勢を大切にしてきました。参加を強制しないコミュニケーションの在り方は、心理的安全性を高め、結果として社内外からも当社の雰囲気伝わる形となりました。

従業員の声

営業職・30代・男性

何かあれば休ませてもらえる、融通を利かせてもらえると感じていました。直の上司が日頃から気にかけてくれていたことが、育休取得への心理的なハードルを下げていたと思います。誰か一人が抜けても業務が回る体制が整っていたので、周囲に迷惑をかけすぎるとはいう不安は少なかったです。育休を通じて、想像以上に大変だったという実感とともに、家庭と仕事の捉え方が大きく変わりました。



常務取締役・60代・男性

育休取得者が出ることで業務が一時的に大変になる場面はあります。マネジメントとして心がけているのは、育休に入る前に『この仕事は誰でもできる状態か』を一緒に確認することです。一人に集中していた業務があれば、休む前に分散させる。そうすることで本人も安心して休み、チームも無理なく回ります。育休を通じて業務の属人化が解消されていくのを実感しており、誰かが休む前提で仕事を設計する意識が職場全体に根づいてきています。



トモ イク
共育プロジェクト好事例集

(令和7年度厚生労働省委託事業)

