

男性の育児休業取得促進事業【松江市】

総事業費	3,555 千円
交付金額	1,777 千円

地域の実情と課題

- 山陰地方で人口最大の中核都市である。
- 山陰地方で統括的に事業を展開する支店や本社が多い。
- 女性の有業率が高く、共働き世帯が多い一方で、男性の家事・育児参画が遅れている。
- 男性の育児・介護休業取得に肯定的な市民の割合82.8%と高い。(R2市民意識調査)

目的・目標

- 【目的】男性の家事・育児参画を推進することで、「女性が出産や結婚を経ても自身が望むキャリアを実現できるまち」を実現すること
- 【数値目標①】周知広報の市内リーチ数(延べ)
〔目標達成度〕102.1% 〔実績〕約612,500回 〔目標〕600,000回
- 【数値目標②】まっえワーク・ライフ・バランス推進ネットワーク会員事業所数
〔目標達成度〕100.6% 〔実績〕169社 (R5.3.31現在) 〔目標〕168社
- 【数値目標③】SNS情報発信 累計インプレッション数
〔目標達成度〕131.6% 〔実績〕131,590回 (R5.3.31現在) 〔目標〕100,000回

事業の特徴

- 男性の家事・育児参画の大きなきっかけとなるタイミングである子の出生に合わせた効果的な取り組みとして、令和4年10月からスタートする「産後パパ育児」制度を契機と捉え、全市的な取得促進キャンペーンを展開した。
- 民間企業等とのワーク・ライフ・バランス推進に向けた枠組みである「まっえワーク・ライフ・バランス推進ネットワーク」との効果的な連携、島根県との連携を図ることで、全市的な運動となるよう事業を展開した。

連携団体

- まっえワーク・ライフ・バランス推進ネットワーク(会員数169事業所:松江地区商工会・商工会議所連携協議会、連合島根東部地域協議会、国立大学法人島根大学、松江市をはじめ、市内に事業所がある企業・団体等で構成されたネットワーク)
- 島根県

事業の効果

- 啓発活動(数値目標3項目はいずれも達成)により男性の育児・家事参画の必要性の理解度や、応援する市民意識が浸透してきていると考える。
- 1歳6か月の子を持つ男性保護者100人のうち育休を取得した33人(33.0%)に対する周囲の反応について、否定的な反応があったのは28.15%と課題は残るが、肯定的な反応があったのは87.5%であり、継続した啓発事業により職場や地域における男性の育休取得に対する理解が進んできているものと考察する。
- 本市職員においては、男性職員の育休取得率はR3.3末0%→R4.3末22.2%→R5.1末52%と着実に向上した。

今後の課題

- 1歳6か月児健診の保護者(父親)を対象としたアンケート結果では、育休を取得しなかった理由として、「上司・同僚等に迷惑をかけると思った(59.1%)」「収入が減ることが心配(50.0%)」「勤務先は男性が育休を取得しやすい雰囲気ではない(48.5%)」が上位を占めている。
- このことから、関係機関との相互協力のもと、制度の周知を含め誰もが育休取得しやすい職場環境づくりに向け、引き続き市民および企業に対する意識改革を呼びかけていく必要がある。

事業の概要

目的

「女性が出産や結婚を経ても自身が望むキャリアを実現できるまち」を実現

育児の負担が女性に偏った状況が解消される

男性の育児参画・育休取得がしやすい環境になり、男性の育児参画・育休取得が増える

事業概要

- ・啓発ポスターやのぼりの設置、PR動画のSNSやデジタルサイネージなどへの配信
- ・地元プロスポーツチームとのコラボレーションによる啓発活動
- ・市報や市の子育て情報誌等を活用した市民への効果的な情報発信
- ・1歳6か月健診時の保護者向けアンケートによる市内男性の育児休業取得状況の把握
- ・市内大手総合スーパー等でのワーク・ライフ・バランスに関するパネル展示の実施
- ・「まっえワーク・ライフ・バランス推進ネットワーク」を活用した事業所向け情報発信やセミナーの実施



<島根スサノオマジックとのコラボレーションポスター>



<島根スサノオマジックホームゲームでのPR>