

2013年8月5日

報道関係者 各位

会社名 ライフネット生命保険株式会社
代表者名 代表取締役社長兼 COO 岩瀬 大輔
(証券コード:7157 東証マザーズ)

～育児休業に関する意識調査～

■ ウィリアム王子も取得する“育休”、日本ではどうなの？ ■

もはや当たり前？働く男性の6割超が育休取得を望む

家庭より仕事を優先していても、育児休業を取得したいと思っている人は7割

■ なぜ育児休業を取得しない？理由は職場の雰囲気(ムード)！？ ■

“男性が育休取得できる雰囲気あり”は23.6%、女性の73.7%より50.1ポイントも低い

同僚男性の育休取得、5人に1人が「不快に思う」

男性は同性の育休取得に対する理解度も低い

■ 育休の効果検証 プラス効果は「夫婦や家庭に」、マイナス効果は「職場や家計に」 ■

育休パパの3割は「育休で夫婦の愛が深まった」と回答

復職後、給与面や人事面で不利益な扱いを受けた人は11.4%

■ 女性の社会進出は経済成長のカギ そのためには男性の育休取得率向上が必須 ■

「女性の社会進出は経済成長のカギ」と思う人は68.3% 女性の管理職比率が低いとの声も

「女性の社会進出には男性の育休取得率向上が必要」65.8%

本リリース内容の転載に際しては、「ライフネット生命調べ」とご記載ください。

PDF版・グラフデータは、ライフネット生命ウェブサイトよりダウンロードいただけます。

<http://www.lifenet-seimei.co.jp/newsrelease/>

本件に関するお問い合わせ先

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部:関谷

TEL:03-5216-7900

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

インターネットを活用して新しい生命保険サービスを提供するライフネット生命保険株式会社 (URL: <http://www.lifenet-seimei.co.jp/> 本社: 東京都千代田区、代表取締役社長兼 COO 岩瀬大輔) は 2012 年 12 月 27 日～2013 年 1 月 16 日の 21 日間、有職者で既婚の方を対象に、育児休業に関する意識調査をモバイルリサーチ(携帯電話によるインターネットリサーチ)で実施、1,000 名の有効回答を集計しました。

アンケート総括

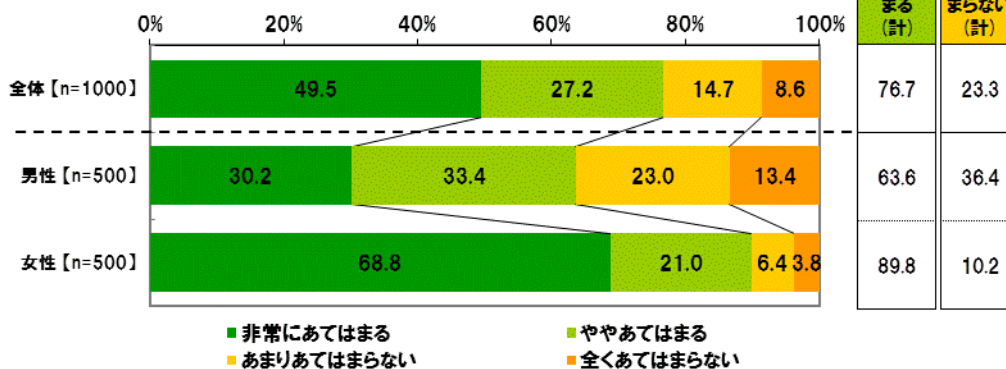
■ ウィリアム王子も取得する“育休”、日本ではどうなの？

◆ もはや当たり前？働く男性の 6 割超が育休取得を望む

イギリス王室のウィリアム王子とキャサリン妃の第 1 子が誕生し、空軍のパイロットであるウィリアム王子が 2 週間の育児休業を取得するほど他国では育児休業が当たり前となりつつありますが、さて日本の実態はどうでしょうか。

有職者で既婚者の全回答者(1,000 名)に対し、(子どもの誕生時に)育児休業を取得したいかを聞いたところ、《育児休業を取得したいと思う》に『あてはまる』(「非常にあてはまる」+「ややあてはまる」、以下同様)との回答が、全体の 76.7%となりました。男女別にみると、女性の約 9 割、男性の 6 割超が育児休業を取得したいと思っていると答えました。

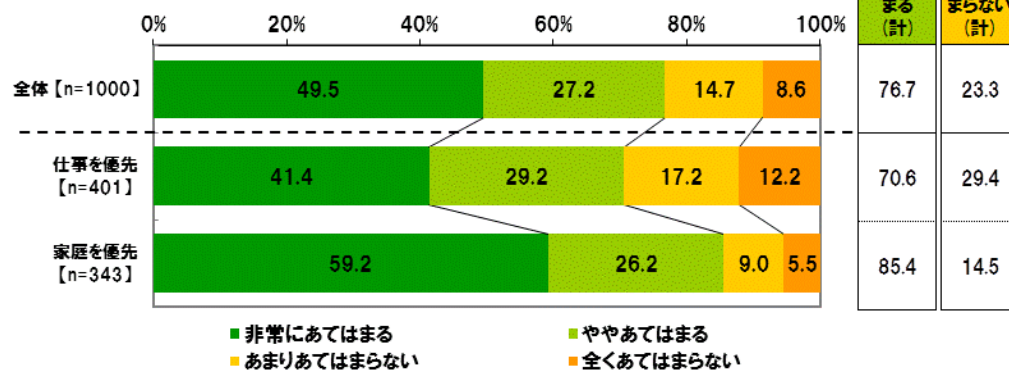
◆ 育児休業を取得したいと思う(単一回答形式)



◆ 家庭より仕事を優先していても、育児休業を取得したいと思っている人は 7 割

では、仕事を優先している人と、家庭を優先している人とで、育児休業を取得したいと思う気持ちには違いがあるのでしょうか。『仕事を優先』(「断然、仕事を優先」+「ある程度、仕事を優先」)と答えた 401 名のうち 70.6%、『家庭を優先』(「断然、家庭を優先」+「ある程度、家庭を優先」)と答えた 343 名のうち 85.4%が育児休業の取得を希望しており、仕事を優先している人でも多くの人が育児休業を取得したい気持ちを抱いている様子が窺えました。

◆育児休業を取得したいと思う(単一回答形式)



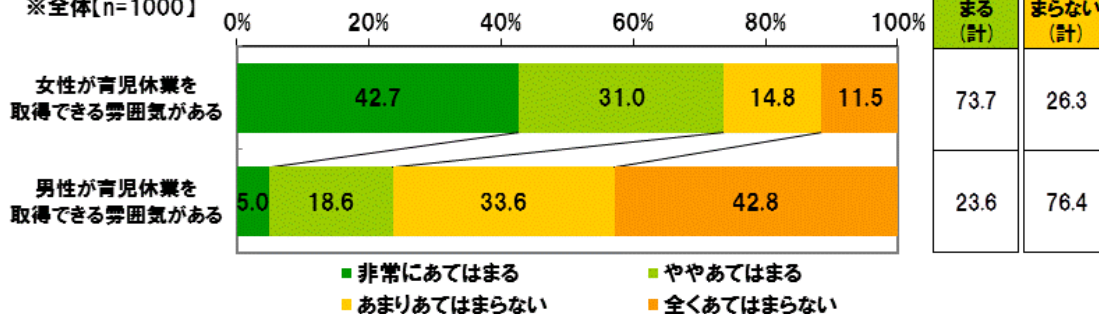
■ なぜ育児休業を取得しない？理由は職場の雰囲気(ムード)！？

◆ “男性が育休取得できる雰囲気あり”は 23.6%、女性の 73.7%より 50.1 ポイントも低い

いざ、育児休業を取得しようとするにあたり、勤務先に育児休業を受け入れる雰囲気があるかどうかを気にする方も多いのではないのでしょうか。そこで、勤務先の育児休業受け入れムードについて聞いたところ、《女性が育児休業を取得できる雰囲気がある》では『あてはまる』が 73.7%、《男性が育児休業を取得できる雰囲気がある》では『あてはまる』が 23.6%となりました。女性の育児休業取得に関しては、受け入れる雰囲気がある組織が多数派なものの、男性に関してはまだまだ抵抗のある組織が多い、と言えそうです。

◆勤務先の育児休業受け入れムード(項目ごとに単一回答形式)

※全体[n=1000]



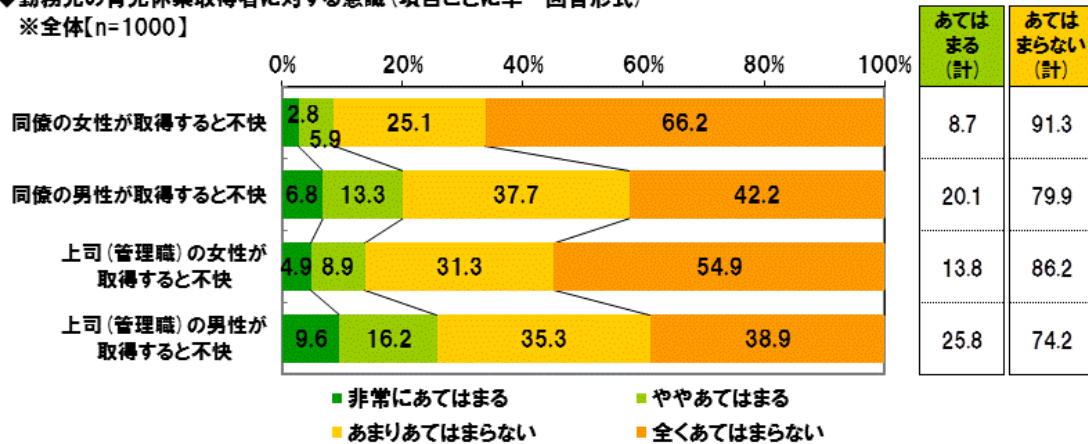
■ 同僚男性の育休取得、5人に1人が「不快に思う」

◆ 男性は同性の育休取得に対する理解度も低い

また、勤務先の育児休業取得者に対する意識について聞いたところ、《同僚の女性が取得すると不快》では『あてはまる』が 8.7%、『あてはまらない』(「全くあてはまらない」+「あまりあてはまらない」、以下同様)が 91.3%となり、不快とは思わない方が 9 割以上となりました。しかし、育児休業を取得する人が男性や管理職となると、不快に思う割合は相対的に高くなるようで、《同僚の男性が取得すると不快》では『あてはまる』が 20.1%、《上司(管理職)の女性が取得すると不快》では 13.8%、《上司(管理職)の男性が取得すると不快》では 25.8%となっています。

いずれも育児休業を取得することを不快に思わない方が多数派なものの、“一部に不快に感じる人がある”という状況だけで、育児休業を取得しやすいムードは形成されづらくなっているのかもしれない。こういった意識を変えていく取り組みや、不快に感じる人が生じないための企業側の労働環境づくりなども、育児休業の利用者を増やすためには必要と言えそうです。

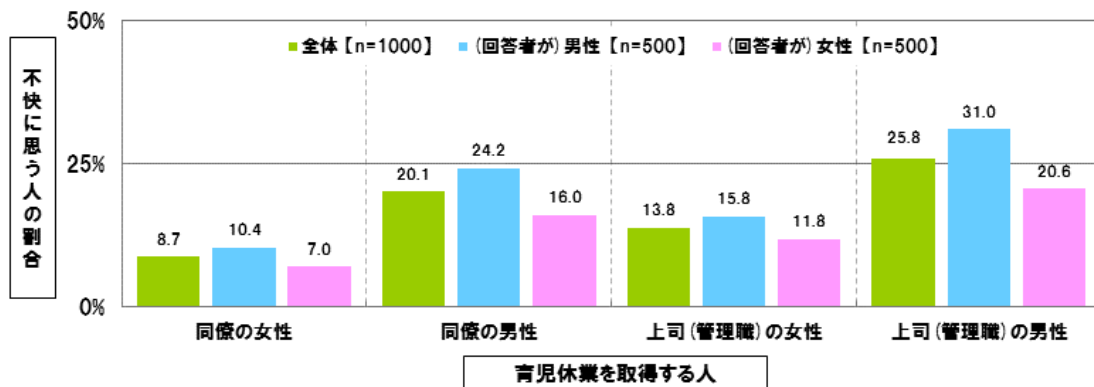
◆勤務先の育児休業取得者に対する意識(項目ごとに単一回答形式)
 ※全体[n=1000]



また、男女別でも勤務先の育児休業取得者に対する意識に差がありました。

全体的に、男性の方が女性より育児休業を取得することに対して不快に思う人の割合が高く、また、取得者が同性の男性であると、さらに不快に思う人の割合が高くなるようです。“育児休業を取得したい”と思っている男性が63.6%に上るのも関わらず、一方で、他の男性が育休を取得することをあまり快く思わないという不合理を改善していくことも必要なのかもしれない。

◆勤務先の育児休業取得者を不快に思う人の割合(単一回答結果より抜粋)



■ 育休の効果検証 プラス効果は「夫婦や家庭に」、マイナス効果は「職場や家計に」

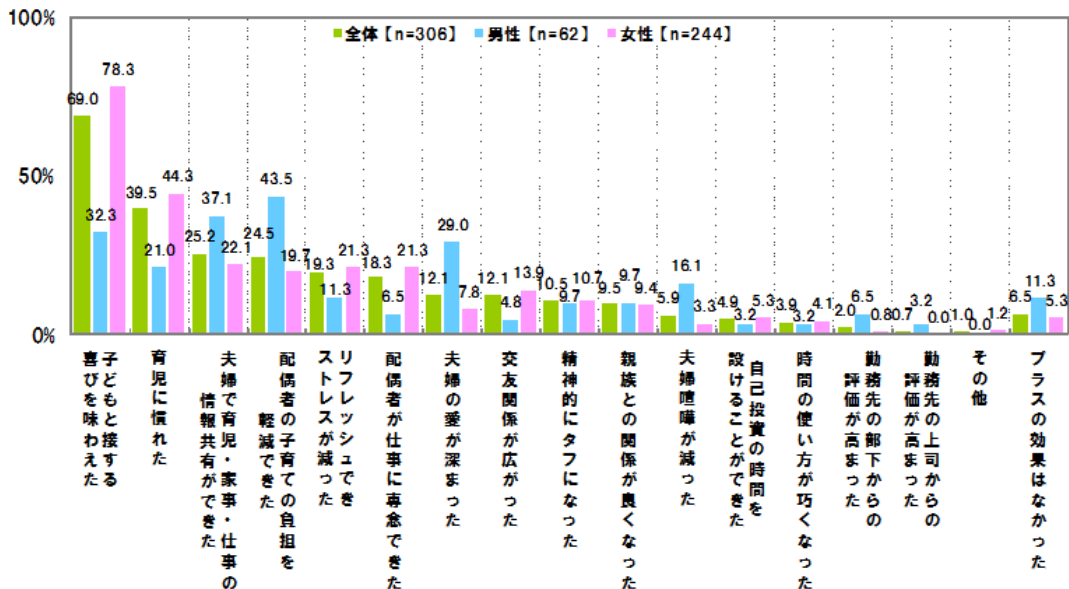
◆ 育休パパの3割は「育休で夫婦の愛が深まった」と回答

育児休業を取得した方(306名)に対し、育児休業を取得したことによるプラスの効果を感じたところ、「子どもと接する喜びを味わえた」が69.0%で最も高く、次いで、「育児に慣れた」(39.5%)、「夫婦で育児・家事・仕事の情報共有ができた」(25.2%)、「配偶者の子育ての負担を軽減できた」(24.5%)と続きました。子どもや夫婦一緒に過ごす時間が増加したことによるメリットを享受している様子が窺えます。

また、育児休業を取得した男性では、“育児を分担することで夫婦仲がうまくいった”と感じている方が多いようで、「配偶者の子育ての負担を軽減できた」(43.5%)や「夫婦で育児・家事・仕事の情報共有ができた」(37.1%)、「夫婦の愛が深まった」(29.0%)、「夫婦喧嘩が減った」(16.1%)などの項目が高くなりました。

◆ 育児休業を取得したことによるプラスの効果 (複数回答形式)

※対象: 育児休業を取得した方



◆ 復職後、給与面や人事面で不利益な扱いを受けた人は11.4%

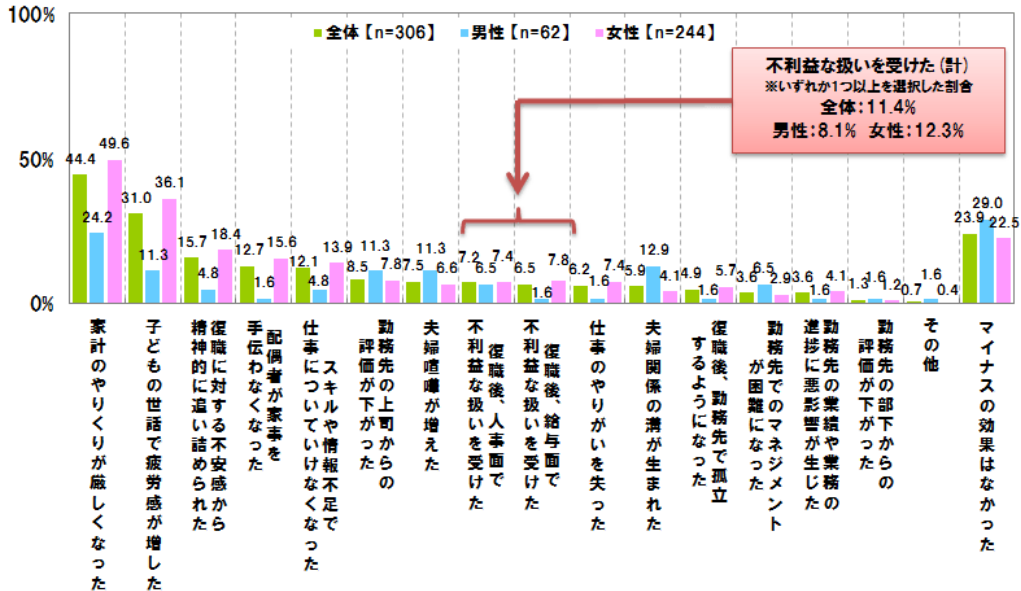
同様に、育児休業を取得したことによるマイナスの効果についても聞いたところ、「家計のやりくりが厳しくなった」が最も高く44.4%、次いで「子どもの世話で疲労感が増した」(31.0%)、「復職に対する不安感から精神的に追い詰められた」(15.7%)が続きました。主に、休業による収入の低下や復職に関する精神的な不安が上位項目に挙がり、この傾向は20代でより強くなりました。

また、「復職後、人事面で不利益な扱いを受けた」(7.2%)や「復職後、給与面で不利益な扱いを受けた」(6.5%)といった回答も一部で見られ、復職後の給与面や人事面で『不利益な扱いを受けた(計)』と答えた人は、11.4%にも上りました。

育児休業を理由とした不利益な取り扱いが育児・介護休業法違反とされていますので、少ない割合とはいえ見過ごせない状況と言えます。

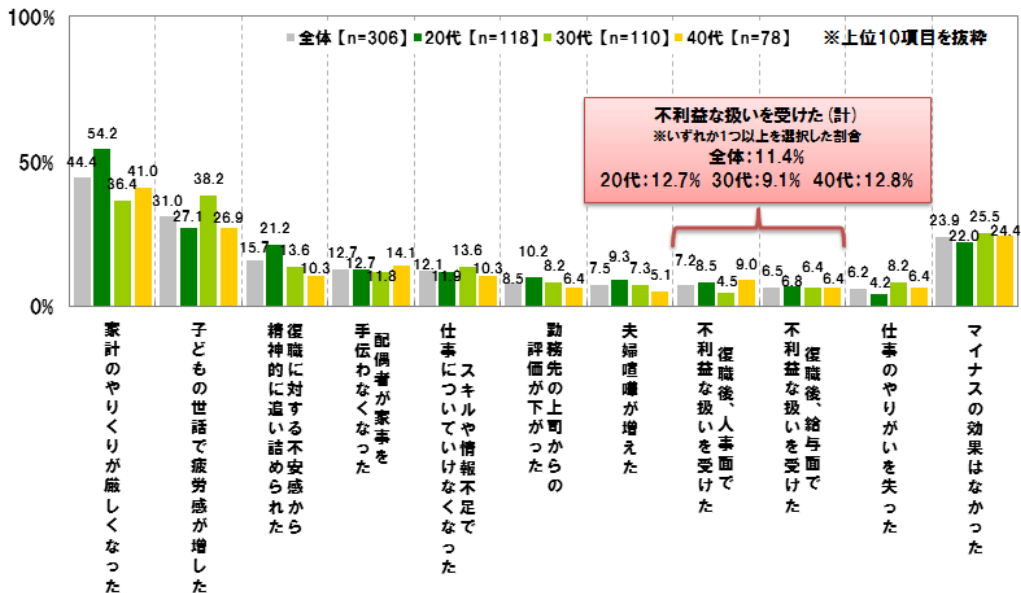
◆育児休業を取得したことによるマイナスの効果(複数回答形式)

※対象:育児休業を取得した方



◆育児休業を取得したことによるマイナスの効果(複数回答形式)_年代別

※対象:育児休業を取得した方



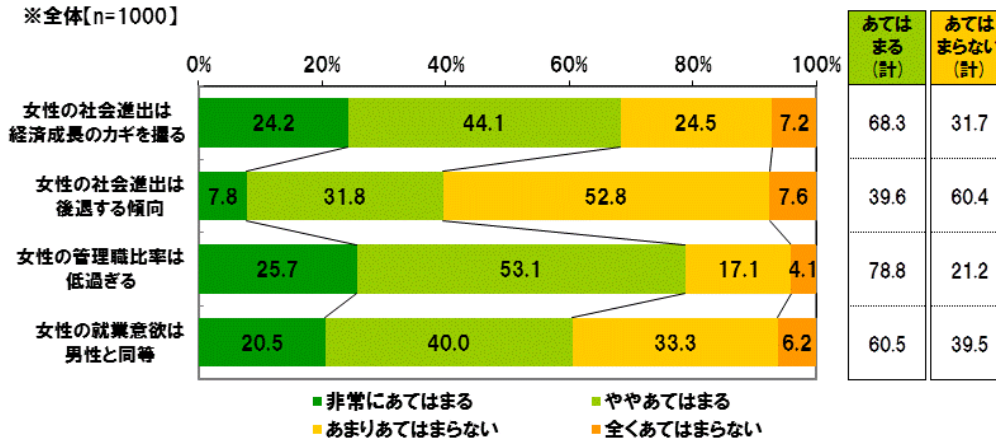
■ 女性の社会進出は経済成長のカギ そのためには男性の育休取得率向上が必須

◆ 「女性の社会進出は経済成長のカギ」と思う人は 68.3% 女性の管理職比率が低いとの声も

女性の社会進出に関する意識を聞いたところ、《女性の社会進出は経済成長のカギを握る》で『あてはまる』が 68.3%、《女性の社会進出は後退する傾向》では『あてはまる』が 39.6%、『あてはまらない』が 60.4%となりました。女性の社会進出は経済成長のカギを握り、今後も後退する傾向にはないと捉えられているようです。

一方で、《女性の管理職比率は低過ぎる》では『あてはまる』が 78.8%と、管理職への登用などで、女性の社会進出がなかなか進まないことについての問題意識も窺えます。

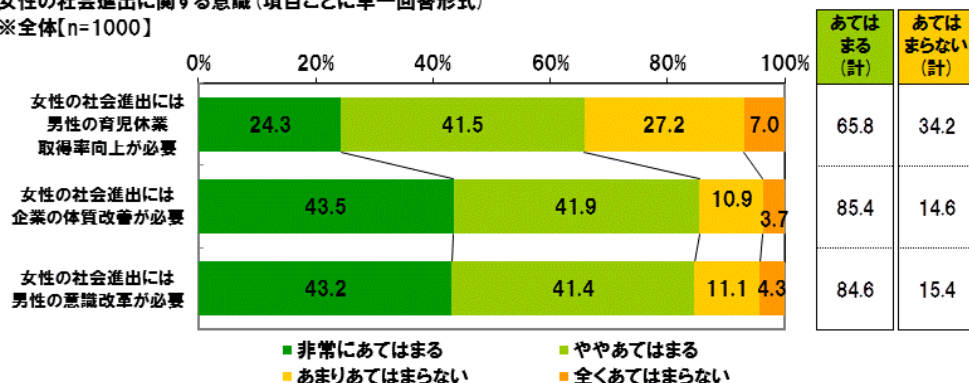
◆女性の社会進出に関する意識(項目ごとに単一回答形式)
※全体[n=1000]



◆ 「女性の社会進出には男性の育休取得率向上が必要」 65.8%

それでは、女性の社会進出には何が必要だと考えられているのでしょうか。《女性の社会進出には男性の育児休業取得率向上が必要》の項目では『あてはまる』が 6 割半(65.8%)となりました。男性が育児休業制度などを利用し、育児に参加することで、女性の社会進出にも繋がると考えられているようです。そのほかの項目で『あてはまる』と同意した割合をみると、《女性の社会進出には企業の体質改善が必要》では『あてはまる』が 85.4%、《女性の社会進出には男性の意識改革が必要》では 84.6%となりました。

◆女性の社会進出に関する意識(項目ごとに単一回答形式)
※全体[n=1000]



■■調査概要■■

- 調査タイトル: 育児休業に関する意識調査
- 調査対象: ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする
有職者(自営業・自由業・派遣社員・パート・アルバイトを除く)で既婚の方
(20代男女各166名、30代・40代男女各167名)
- 調査期間: 2012年12月27日～2013年1月16日
- 調査方法: モバイルリサーチ
- 調査地域: 全国
- 有効回答数: 1,000サンプル(有効回答から1,000サンプルを抽出)
- 実施機関: ネットエイジア株式会社

■■報道関係者様へのお願い■■

本リリース内容の転載にあたりましては、「ライフネット生命調べ」という表記をお使い頂けますよう、お願い申し上げます。

- 会社名 : ライフネット生命保険株式会社
- 代表者名 : 代表取締役社長兼 COO 岩瀬 大輔
- 設立 : 2006年10月
- 所在地 : 東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町NKビル
- 業務内容 : インターネットを利用した生命保険の販売
- ホームページ : <http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

本件に関するお問い合わせ先

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部: 関谷
TEL:03-5216-7900

調査協力会社: ネットエイジア株式会社

◆ ライフネット生命について URL: <http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

ライフネット生命保険は、相互扶助という生命保険の原点に戻り、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスの提供を追求する」という理念のもとに設立された、インターネットを主な販売チャネルとする新しいスタイルの生命保険会社です。インターネットの活用により、高い価格競争力と24時間いつでも申し込み可能な利便性を両立しました。徹底した情報開示やメール・電話・対面での保険相談などを通じて、お客さまに「比較し、理解し、納得して」ご契約いただく透明性の高い生命保険の選び方を推奨し、「生命(いのち)のきずな＝ライフネット」を世の中に広げていきたいと考えています。

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.