



報道関係各位

2021年10月18日 さくらインターネット株式会社

## 【10 月 19 日はイクメンの日、11 月 19 日はいい育児の日】 リモートワーク前提の働き方が積極的な育休取得を後押し ~育休取得の鍵は「社内の雰囲気」と「先輩取得者が活躍する安心感」~

クラウドコンピューティングサービスを提供するさくらインターネット株式会社(本社:大阪府大阪市、代表取締役社長:田中邦裕)は、10月19日のイクメンの日と11月19日のいい育児の日を前に、育児休暇(以下、育休)を取得した男女34名に育休取得率と取得期間についての社内調査を実施しました。

#### く調査サマリ>

- ・ 当社の 2020 年度の男性育休取得率は 63.16% (国内の男性育休取得率: 12.65%)
- ・リモートワーク前提の働き方が積極的な育休制度の取得を後押し
- ・育休取得が、属人化しない効率的な組織運営を考えるきっかけとなっている

改正育児・介護休業法の成立により、2022年4月以降、事業者が従業員に対して個別に育休制度の周知と取得意向の確認を行うことが義務化されます。産休を取得する女性だけではなく、育休については男性も対象となるため、男性の育休取得が促進されると期待されています。

厚生労働省の調査によると、2020 年度における男性の育休取得率は12.65%\*1と2割に満たない状況です。また、男性の育休取得期間は5日未満が56.9%、5~14日間が17.8%(2015年度)\*2と、2週間未満の取得が7割を超えています。

そのような状況に対して、さくらインターネットにおける女性の育休取得率は100%、男性の育休取得率は63.16%(ともに2020年度)で、国内平均を大幅に上回っています。また、男性の育休取得期間も平均45.6日(2018年度)と長期間の取得を実現しています。

そこで、当社の育休制度が取得率・取得期間ともに高い水準を達成した背景にはどのような要素があるのか、過去5年以内に育休を取得した直接雇用者を対象として社内調査を行いました。



## 男女問わず育休取得があたりまえな雰囲気、先輩取得者が活躍する安心感

社内調査において「育休取得について不安はあったか」との問いに対し、約7割が「不安はなかった」と回答。その理由について、「社内グループウェアで男女問わず育休取得や復帰が日常的に共有されており、育休取得があたりまえだと感じられた」との回答が複数

ありました。取得者には部門長やチームリーダーもおり、役職を問わず、復帰後も以前と変わらずに活躍しています。そのような姿をみることで従業員が安心感を覚え、育休取得の後押しになっていると考えられます。

また女性従業員から「チーム内に育休を取得したことがある男性従業員がおり、さらに 男性上司が子育てについて理解があるなど、チーム内で女性は自身だけだが育休を取得し やすい雰囲気があった」との回答があり、男性の育休取得が女性の育休取得推進にも効果 があることがわかりました。

# リモートワーク文化が育休の取得を後押し、業務の効率化を考えるきっかけにも

また、当社がリモートワーク前提の働き方に移行したことによって新たに形成されたリモートワーク文化が、育休取得の後押しをしたという回答が多数ありました。

「多くの従業員がリモートワークとなり、復職後も育休期間中と大きく生活リズムを変える必要がなくなったためチームに復帰しやすく、リモートワークが育休を取得する不安を取り除く一助となった」「リモートワークによって、育休終了後出社のために長時間自宅を空ける必要がなくなったため、復職に対して家族の理解が得やすかった」などの回答が多く寄せられ、リモートワーク文化によって、育休期間中と復職後のギャップが小さくなったことが育休取得をさらに定着させた要因であることがわかりました。

さらに育休取得にあたり引き継ぎ作業を行うことで、業務の属人化を防ぐ効果があるとの回答も多く寄せられました。育休取得の引き継ぎをきっかけに自身の業務について見直しを行ったという回答もあり、業務負担に関して懸念があっても「特定の1人が抜けてしまうと稼働しない状態が不健全である」という意識が生まれ、業務全体の効率化に繋がったとの回答もありました。

## 課題は、「強制」ではなく「選択可能」な状況づくり

取得が推奨される育休ですが、推奨される中で育休が「強制」とならないように注意すべきだという意見が複数寄せられました。ライフプランが多様化する中で、家庭環境はさまざまです。個々の家庭環境にあわせて取得したい場合には、希望しやすく取得希望者が希望する期間取得できる、「選択可能」で柔軟な体制構築がダイバーシティ社会において重要となります。

当社は今後も、今回の調査結果を生かした社内の取り組みを推進し、従業員が自分らしく安心して働ける職場環境を提供し、従業員個人が働きがいを追求できるよう努めてまいります。

そして従業員が働きがいをもって高いパフォーマンスを発揮し「『やりたいこと』を『できる』に変える」の理念のもと、DXの推進やお客さまのニーズに沿った新たな価値創造を行い、社会に貢献してまいります。

### 参考情報 さくらインターネットの働き方

### 【リモートワーク率90%越え】リモートワーク前提の働き方への迅速な転換

当社は、会社が「働きやすい」環境を提供し、その中で社員個人が「働きがい」を追求できることを理想として、働き方の多様性を尊重するさまざまな取り組みをおこなっています。このような考え方を「さぶりこ」と総称し、これまでフレックス制度やリモートワークの導入、パラレルキャリアの推進など、社員が働きやすい環境、制度の整備に注力してまいりました。

さぶりこ: さくらでのはたらき方 (Sakura Business and Life Co-Creation) https://www.sakura.ad.jp/corporate/corp/sabulico/

そして 2020 年 4 月、新型コロナウイルスの感染拡大を機に、働く場所にとらわれず活躍できる環境づくりをさらに推進すべく、リモートワーク前提の働き方へ転換。 2021 年 9 月のリモートワーク実施率は約 90%となりました。

【社内コミュニケーション DX 化】<u>クラウドによるリモートコミュニケーション</u> 当社では、リモートワークにおいてもスムーズにコミュニケーションを取るためのクラウドサービスを複数導入しています。

TV 会議システムやビジネスチャットサービスでリアルタイムのコミュニケーションをリモートワークにおいても可能とし、クラウドドキュメントサービスや顧客関係管理 (CRM) サービスなどを導入することでナレッジの蓄積も拠点や出社可否を問わず可能としました。その結果、1つのチーム内に拠点が異なる大阪・東京・北海道・福岡で働くメンバーが集う状態も珍しくはなく、それぞれの自宅などからリモートワークを行っています。

そのような取り組みの結果、社内におけるコミュニケーションの調査において「一緒に働くメンバーとのコミュニケーションは取れている」に「そうだ」や「まあそうだ」と答えた方の割合は83.5%\*3であり、リモートワーク前提の働き方へ転換後も高い水準でコミュニケーションが取れている状態が示されています。

### 参考情報 改正育児・介護休業法が成立について

近年、ライフスタイルが変化し共働き家庭も増える中で育児についての取り組みが推進され、なかでも男性の育休については、その取得が推奨されています。2021 年 6 月に改正育児・介護休業法が成立し、以下の項目が実行されることとなりました。

1	男性の育児休業取得促進のための子の出生直後の時期における柔軟な育児休業の枠組
	みの創設
2	育児休業を取得しやすい雇用環境整備及び妊娠・出産の申出をした労働者に対する個
	別の周知・意向確認の措置の義務付け
3	育児休業の分割取得
4	育児休業の取得の状況の公表の義務付け
5	有期雇用労働者の育児・介護休業取得要件の緩和

(厚生労働省ウェブサイト 「育児・介護休業法について」より抜粋)

直近では、2022 年 4 月から上記表の項目 2 に該当する企業(事業主)による労働者への育休取得の意向確認が義務化されます。これは企業規模を問わず、全ての事業主に対して義務とされ、労働者の性別は問われません。これにより企業は産休を取得する女性だけでなく、必ず男性にも育休制度の取得を周知し意志の確認を行う必要があるので、より男性の育休取得が推進されることになります。

### 【調査概要】

調査方法:アンケート形式での社内調査

調査対象:5年以内に育休を取得した直接雇用者のうち34名(2021年9月28日時点)

調査実施日: 2021年10月6日

※12020年度厚生労働省「雇用均等基本調査」より

※2 2019 年7月3日厚生労働省「男性の育児休業の取得状況と取得促進のための取組について」より

※3 2021年3月社内調査より

※プレスリリースに掲載されている内容は発表時点の情報です。その後、予告せず変更となる場合があります。

※記載されている会社名、製品名は、各社の商標、もしくは登録商標です。

■さくらインターネット株式会社について

本 社:大阪府大阪市北区梅田1丁目12番12号

創 業:1996年12月23日 設 立:1999年8月17日

URL: https://www.sakura.ad.jp/corporate/

■この件に関する報道関係者からのお問い合わせ先 さくらインターネット株式会社 広報担当

E-mail: press-ml@sakura.ad.jp