

III. 調査の目的と調査設計

1. 調査の背景と目的

我が国の現在の少子化の状況は、社会経済の根幹を揺るがしかねない危機的な状況にある。そのような中で、平成 27 年 3 月、政府は、少子化社会対策大綱を閣議決定した。同大綱では重点課題の一つとして男女の働き方改革を進めることを掲げており、その数値目標の一つとして「男性の配偶者の出産直後の休暇取得率」を定めている。

本調査研究では、配偶者の出産直後における男性の休暇取得率の現状値を把握するとともに、配偶者の出産に係る男性の休暇取得の実態や休暇の取得促進に必要なことがらは何かを明らかにすることを目的として実施した。

(表1)少子化社会対策大綱 目標値

男女の働き方改革		
男性の配偶者の出産直後の 休暇取得率（注1）	目標値 （2019年度末 / 2020年）	現状値
		80%

（注1）配偶者の出産後2か月以内に半日又は1日以上のお休み（年次有給休暇、配偶者出産時等に係る特別休暇、育児休業等）を取得した男性の割合。

(表2)調査課題

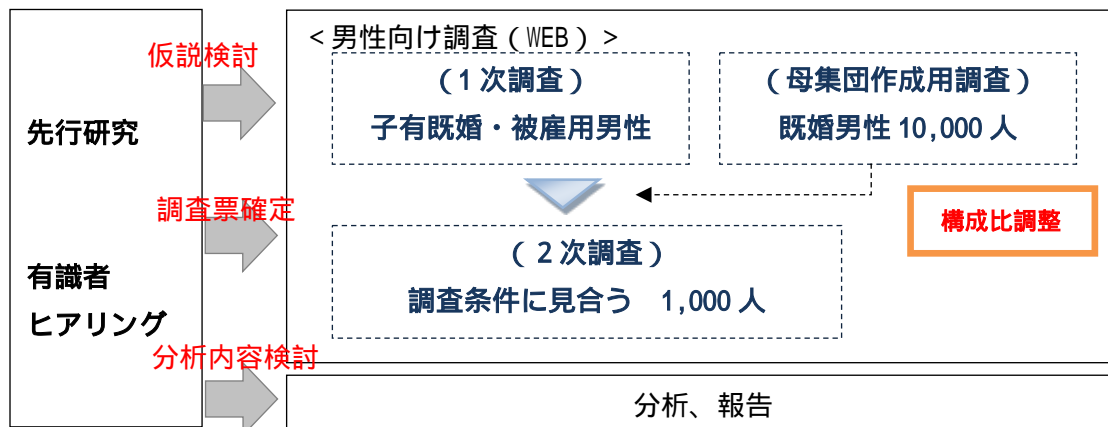
① 男性の配偶者の出産後2か月以内の、休暇取得の状況を明らかにする。
② 配偶者の出産後2か月以内に休暇を取得した男性の特徴を明らかにする。
③ 取得率向上に向けた有効な取組を明らかにする。

2. 調査設計

(1) 調査の全体像

本調査研究における、調査実施方法は次のとおりである。

【図 調査のフレーム】



<有識者ヒアリングの実施>

ヒアリングを実施した有識者は、2名の学識者である。

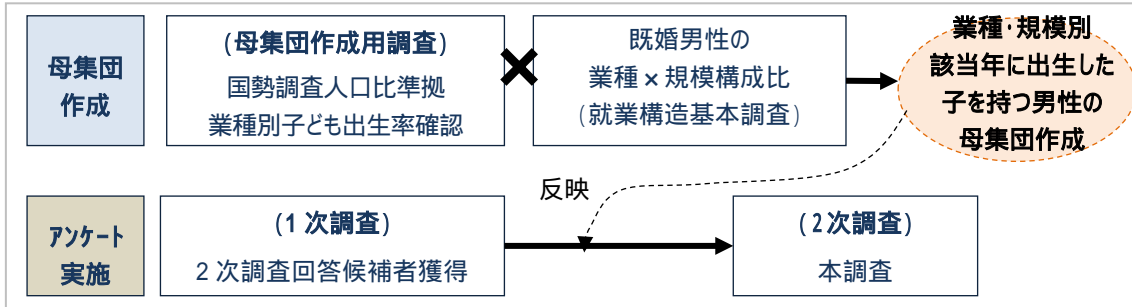
- ① 佐藤博樹氏 (中央大学ビジネススクール大学院戦略経営研究科 教授)
- ② 渥美由喜氏 (ダイバーシティコンサルタント)

	第1回 調査設計、仮説	第2回 分析の方向性
佐藤氏	2016年7月29日	2016年10月27日
渥美氏	2016年7月27日	2016年10月31日

(2) 調査設計の考え方

本調査研究においては、「指定の期間に子どもが生まれた男性」を母集団とする必要があるが、該当する母集団のデータは存在しない。そのため、アンケート実施のための調査とは別に、母集団作成用の調査を行い母集団を作成した後、この母集団構成比に合わせた形で本調査研究を行うこととする。調査全体の構造と、それぞれの考え方は以下の通りである。

< 調査の構造 >



< 母集団の作成方法 >

国勢調査の構成比（都道府県×年代）に合わせた男性既婚者に対して、「母集団作成用調査」を行い、男性の業種・規模別の、該当年に子どもが生まれた割合を把握する。

「母集団作成用調査」では、業種・規模がモニター構成比に拠っているため、調査で得た、「業種・従業員規模」を、適切な公的統計（平成24年就業構造基本調査）の構成比に合わせ、「該当年に子どもが生まれた既婚・被雇用の男性」の母集団を作成する。

(例) 母集団作成調査の結果

	100人未満	100人以上
建設業	%	%
製造業	%	%
電気・ガス・熱供給・水道業	%	%
情報通信業	%	%
運輸業、郵便業	%	%
卸売業、小売業	%	%
金融業、保険業	%	%

この時点では、業種・規模はモニター構成比に拠っている

公的統計の構成比から母集団作成

	100人未満	100人以上
建設業	8.6%	2.8%
製造業	8.1%	14.5%
電気・ガス・熱供給・水道業	0.1%	1.0%
情報通信業	1.1%	2.7%
運輸業、郵便業	3.5%	5.4%
卸売業、小売業	6.9%	6.7%
金融業、保険業	0.3%	2.3%

業種・規模に対して公的統計のウエイトをかけ()、各業種の出生率を算出

< モニター調査の、母集団構成比への補正方法 >

「2次調査回答候補者獲得用の1次調査」を、2歳以下の子どもを持つ被雇用・既婚男性に対して行う。取得した「該当年に子どもが生まれた男性の業種・規模構成比」は、モニター構成比に拠っているため、公的統計を活用して作成した「母集団構成比」の割合に沿って2次調査の回答者を抽出した。以上の方法によりモニターの構成比による影響を軽減した集団を作成した。

ウエイトをかける：回収されたサンプル(標本)を母集団の構成にあわせるよう、データの重みづけを行うこと。

< 各調査の調査設計 >

母集団作成用調査

調査目的	国勢調査に準拠した人口構成比の中での、業種・規模別子ども出生率を確認する。
調査手法	インターネット調査
調査対象	日本国内（全国）に住む既婚男性 20～59歳、被雇用者
標本サイズ	10,000 サンプル
標本抽出方法	弊社所有の既婚男性モニターを国勢調査の構成比に準拠して抽出
調査実施時期	2016年8月17日～8月19日
調査ボリューム	8問

1次調査

調査目的	2次調査の回答候補者を獲得する。
調査手法	インターネット調査
調査対象	日本国内（全国）に住む既婚男性 20～59歳 2歳以下の子どもと同居、被雇用者
標本サイズ	3,374 サンプル
標本抽出方法	弊社所有のモニターのうち、上記条件に適合するモニターを無作為抽出
調査実施時期	2016年8月26日～8月29日
調査ボリューム	13問

2次調査

調査目的	配偶者が末子出産後2か月以内の男性の休暇取得状況を把握する。 2020年に男性の配偶者の出産直後の休暇取得率を80%にするために有効な取組を把握する。
調査手法	インターネット調査
調査対象	日本国内（全国）に住む既婚男性 2015年1月～12月に子どもが誕生しており、同居している 該当する子どもの誕生時点で被雇用者
標本サイズ	1,118 サンプル
標本抽出方法	1次調査回答者より、作成した母集団構成比に沿って無作為抽出
調査実施時期	2016年9月9日～9月12日
調査ボリューム	40問

(3) 母集団の作成結果

本調査研究の母集団は、「母集団作成用調査」で得たサンプルを、適切な公的統計（平成24年就業構造基本調査）の構成比に合わせた上で、2015年1月～12月に子どもが生まれた男性の業種×企業規模構成比を算出している。算出結果は以下のとおりである。

< 公的統計に合わせた場合の2015年に子どもが生まれた男性（被雇用者）の構成比 >

	構成比		
	TOTAL	100人未満	100人以上
TOTAL	100%	29.2%	70.8%
鉱業	0.0%	0.0%	0.0%
建設業	11.8%	8.3%	3.4%
製造業	25.2%	5.6%	19.6%
電気・ガス・熱供給・水道業	1.8%	0.0%	1.8%
情報通信業(通信、放送、情報サービス、新聞・出版・広告等)	4.2%	1.3%	2.9%
運輸業(鉄道、旅客運送、水運、空運等)、郵便業	8.0%	4.2%	3.8%
卸売業、小売業	11.6%	5.8%	5.8%
金融業、保険業	2.4%	0.2%	2.2%
不動産業、物品賃貸業	0.9%	0.2%	0.7%
学術研究、専門・技術サービス業	3.3%	0.7%	2.5%
宿泊業、飲食サービス業	1.6%	0.0%	1.6%
生活関連サービス業、娯楽業	2.0%	0.5%	1.4%
教育、学習支援業	5.8%	0.0%	5.8%
医療、福祉	6.3%	0.7%	5.6%
その他サービス業	5.4%	1.6%	3.8%
公務(他に分類されるものを除く)	7.8%	0.0%	7.8%
分類不能の産業	2.0%	0.0%	2.0%

3. 報告書の見方

本報告書では、図表等について調査票設問番号と回答母数の説明を以下の通り記載する。調査設問番号は、本報告書参考資料に記載の設問番号と一致する。また、数値については、小数点一桁以下を四捨五入しているため、足しあけても100にならないことがある。

