

男性育休、「期間の長さ」より「時間の質」が満足度を左右

～取得期間の長さと、満足度は比例しない傾向～

11 月 19 日の「いい育児の日」を迎えるにあたり、株式会社メディックス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：田中正則）は、パパ達がパパッと集えるパパコミュニティ「パパ育コミュ」と共同で男性育休に関するアンケートを実施しました。

調査では、育休の満足度が「期間の長さ」よりも「時間の質」に左右される傾向が明らかに。「1 年以上」「3～6 か月」で高い満足度が見られました。



男性育休、長さより“時間の質”。
～「いい育児の日」に考える、育休のあり方～

【調査結果】

- 男性育休の満足度は「期間の長さ」より「時間の質」が左右
- 最も満足度が高いのは「1 年以上」取得した層（平均 9.7 点/10 点満点）
- 一方で、負担と充実のバランスが取れる“ほどよい期間”は「3～6 か月」
- 半年～1 年では家事負担・孤独感・収入不安など“長期化の壁”も明らかに
- 育休の目的意識の有無で満足度に約 1 点の差（目的あり 9.4 点 | なし 8.6 点）
- 育休取得をためらう理由は、男女で異なった傾向（男性はお金、女性は家庭状況）

【調査概要】

実施主体：株式会社メディックス、パパ育コミュ（共同調査）

実施期間：2025 年 10 月 6 日～11 月 6 日

回答数：101 件

調査方法：オンラインアンケート

対象：全国の育児中・育児予定の男性および配偶者

【調査結果】

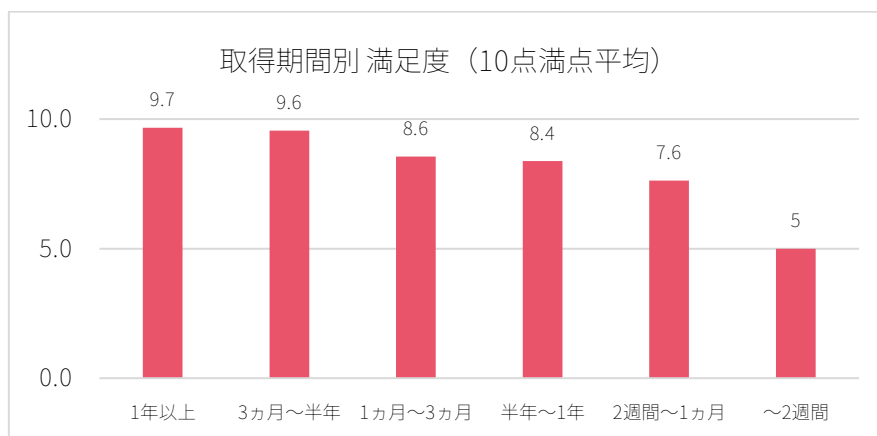
■ 満足度のピークは「1 年以上」

育休を取得した人のうち、最も満足度が高かったのは「1 年以上」取得した層。

「長期で育児・家事スキルが上がった」「家族との信頼関係が深まった」といった理由が多く挙げられました。

「多忙な仕事から離れ、家族・育児にしっかり向き合えた」(50 代男性)

「子どもの成長を動画ではなく目の前で見ることができた」(40 代男性)



■ “ほどよいバランス”は「3～6 ヵ月」。満足度 9.6 の高水準

仕事復帰の負担が比較的少なく、育児生活にも十分に慣れる“バランスの取れた期間”として、「3～6 ヵ月」に多くの肯定的意見が寄せられました。

「家族にとって貴重な時間を集中して過ごせた」(40 代男性)

「生活リズムが整い、家族との関係がより深まった」(30 代男性)

短期間では「慣れる前に復帰」、長期間では「復帰ブランクや収入不安」が生じやすい中、3～6 ヵ月は、心理的・経済的な負担が過度に蓄積しにくい“ほどよい期間”として、感想(自由回答)のほとんどがポジティブなものでした。

一方で半年～1 年では、23.1%が「家事負担の増加」「孤独感」「給付金の減少」などネガティブな感想を抱いており、“長期間ならではの壁”が見られます。

ただし 1 年以上の長期取得では、こうした負担を伴いながらも「育児・家族関係の深まり」が最大化され、結果的に最も高い満足度につながっていることがわかります。

■ 育休を「取得しなかった理由」に見る、4 つの壁

一方、育休を取得しなかった層に目を向けると、判断理由は「お金」「家庭」「職場の雰囲気」「キャリア不安」の 4 つに集まりました。

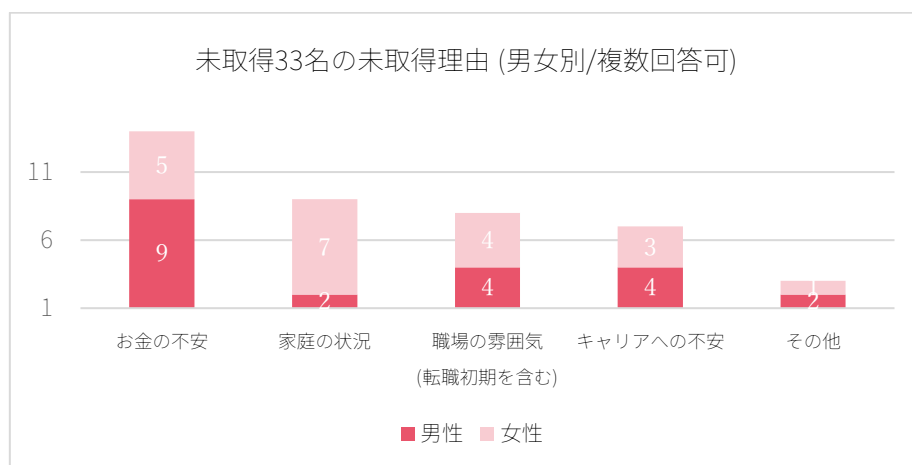
男女別に見ると、男性は「お金の不安」が最も多く、女性は「家庭の状況」が最多でした。男性は、収入減や給付金への不安といった経済面が主な理由。一方、女性からは

「結局スマホを見たりして家事育児で役に立つイメージが湧かない」(40 代女性)

「長期間家にいると自分も精神的にしんどそう」(30 代女性)

といった家庭の実情に根差した声が多く、育休を巡る判断基準は男女で大きく異なる傾向が見られました。

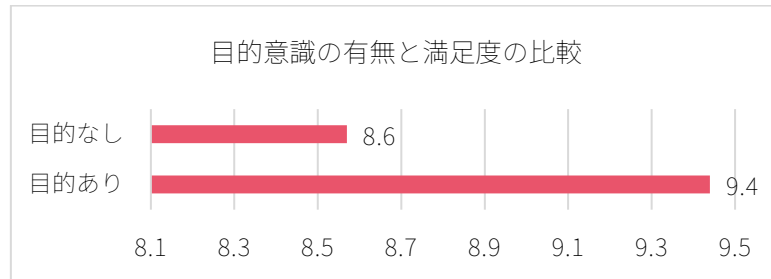
こうした男女差の背景には、依然として家事育児負担の偏りが残っている現状もうかがえます。



■ 満足度を左右するのは「目的意識」と「過ごし方」

育休の満足度を高めたのは、取得期間よりも「時間の質」。

「家族との時間を大切にしたい」「育児スキルを身に着きたい」など明確な目的を持って育休に入った層の満足度は平均 9.4 点と高く、目的が曖昧な層 (8.6 点) のそれを 1 点近く上回りました。



■「育休の質」を高める仕組みづくりを推進するメディックス

メディックスでは、全国平均 40.5%(*1)を上回る 54.1%(*2)の男性育休取得率を実現。加えて、取得者の 61.5%が半年以上の育休を取得。誰もが満足のいく育休期間を過ごせるように、以下の取り組みを進めています。

(*1)全国平均値は厚生労働省「令和 6 年度 雇用均等基本調査」(男性育休取得率 40.5%)

(*2)2021 年~2025 年 10 月現在の育休取得率(対象者 24 人中、13 人取得)

- **育休前後の 1on1 面談**：制度説明や復帰時の不安解消をサポート
- **社内パパ・ママランチ会**：悩み共有や実体験の交換の場を提供
- **フルフレックス/ハイブリッド勤務**：育児と仕事の両立を支援
- **子ども手当(20 歳まで月 1.5 万円)**：一般企業(*3)より手厚い長期支援

(*3)厚生労働省「就労条件総合調査」(子ども 1 人あたり月 5,000~6,000 円程度)

■パパ育コミュ 概要

パパ育コミュは、育児に関わる父親同士が交流し、情報交換を行うオンラインコミュニティです。

育児中・育児予定の父親が参加し、子育てに関する相談、実体験の共有、働き方に関する意見交換などを目的として運営されています。育休取得の有無を問わず、全国の父親が参加し、日常の育児から家庭内コミュニケーションまで幅広いテーマを扱っています。

コミュニティ URL：<https://www.college.papaiku.jp/>

■メディックス 会社概要

本社：東京都千代田区神田神保町 1-105 神保町三井ビルディング 19F

事業内容：デジタルマーケティングの総合コンサルティング

インターネット広告の代理店業務/インターネット広告の企画・制作/Web サイトの構築/Web 解析の運用コンサルティング/CRM コンサルティング/データ活用基盤の構築/メディア支援事業(営業代行、サービス開発など)

コーポレートサイト：<https://www.medix-inc.co.jp/>

公式 Instagram：https://www.instagram.com/medix_culture/

公式 Facebook：<https://www.facebook.com/medix.co.ltd>

■本件お問い合わせ先

株式会社メディックス 広報担当：徳田

TEL：03-5280-9471 メールアドレス：pr@medix-inc.co.jp

■本調査結果の利用について

調査結果は自由にご利用いただけます。情報の出典元として「株式会社メディックス調べ」と明記してください。