

2022 年 3 月 29 日

江崎グリコとユニ・チャームが協働で男性の育児参画を推進 企業向け両親学級「みんなの育休研修」を無償提供へ 本日より全国にて参加企業を募集開始



江崎グリコ株式会社は、ベビー用紙おむつ「ムーニー」などを製造するユニ・チャーム株式会社（以下、ユニ・チャーム）と協働で、企業向け両親学級「みんなの育休研修」の無償提供を開始いたします。4月の改正育児・介護休業法施行を背景に、男性の育児休業取得促進が期待される一方、育児休業の質向上が課題となる中、社会全体で男性の育児参画を促し、子どもの健やかな成長と笑顔があふれる社会の実現を目指してまいります。本日より全国で参加企業を募集し、2022 年 4 月より順次研修の提供を開始いたします。

日本は、育児先進国と比較して、夫の家事・育児時間が少ないと言われています。^{※1} そうしたなか、子どもの出生直後に父親が休みを取りやすくする「産後パパ育休（出生時育児休業）」を新たに設ける改正育児・介護休業法などが昨年 6 月に成立し、今年 4 月から順次施行されます。政府は、令和 2 年度実績で 12.65%である男性の育児休業の取得率を令和 7 年度に 30%まで引き上げる目標を掲げています。しかしながら、男性の育児休業取得が、必ずしも男性の育児参画につながるわけではないことが内閣府の調査から分かっています。^{※2}

そこで、当社はユニ・チャームと協働で、企業向け両親学級「みんなの育休研修」を無償で提供することになりました。研修では、産休取得予定者、育休取得予定者などを対象に、男性育児が子どもや家族に与える影響や、乳児期の育児で大きな負担となる“授乳”“睡眠”“排泄”の方法などについて、栄養士・子育てアドバイザーなどを交えながらご紹介します。

当社とユニ・チャームは、子育てを支援する企業として、本プロジェクトに共感いただける全国の企業と一緒にあって、男性の育児休業の取得促進や、男性育児の質的な向上に取り組んでまいります。

※ 1 内閣府男女共同参画局「男女共同参画白書 平成 30 年版」

※ 2 内閣府経済社会総研「男性の育児休業の取得と家事・育児参加」(2017)

■「みんなの育休研修」プログラム概要

1) 「男性育休って、なぜ必要？」(約 60 分)

育休制度、男性育休の必要性、育休取得者の体験談などを紹介する入門編。

2) 「育休中、育児ってどうしたらいいの？」(約 60 分)

家事育児分担シートの活用などを交えながら、乳児期の育児で大きな負担となる“授乳”・“睡眠”・“排泄”について紹介する実践編。

■募集要項

・募集開始日：2022 年 3 月 29 日（火）

・募集方法：下記「グリコお客様センター」へお問い合わせください。

（フリーダイヤル）0120-964-369 ／受付時間 月曜日～金曜日 10：00～16：00

<https://customer.glico.com/s/>

・募集条件：企業であること、研修後アンケートを実施いただけること

・実施条件：オンライン会議システム、もしくは対面実施

・実施費用：無償



「みんなの育休研修」の様子(イメージ)

■研修プログラム監修者コメント

大正大学 心理社会学部 人間科学科 准教授 田中俊之（たなか としゆき）博士

着実に育休を取得する男性は増えていますが、なぜ父親も育児に参加する必要があるのかという点については十分に理解されていないように思います。父親の育児参加が必要な理由は三つあります。①母親の負担を軽減し、良好な夫婦関係を形成できる。②授乳やおむつ替えなど、できる育児を増やすことで、親子の絆を深められる。③育児を通じて、仕事だけではなく、家庭も視野に入れた柔軟な時間感覚を身につけた男性は、企業にとっても貴重な人材になる。

「みんなの育休研修」が男性育休の理解促進に寄与することを心から期待しています。



＜参考情報＞

■江崎グリコ株式会社 アイクレオブランドへの想い

当社は、創業以来「子どものココロとカラダの健やかな成長」に寄与すべく、商品やサービスを展開し、2019年2月からは子育て支援取り組み「Co 育て PROJECT」※に取り組んでいます。中でも「アイクレオ」は、赤ちゃんの成長と発達をサポートするブランドとして、母乳の成分を徹底的に研究し、栄養バランスだけでなく、味・色・香り、体への優しさまで母乳に近づけたミルクづくりを目指し、商品展開しています。また、赤ちゃんの月齢や、パパ・ママの興味関心に合わせた様々なテーマで栄養士や子育てアドバイザーの資格を持つ専門家に相談できる無料のオンラインセミナーなども実施しております。今後も、「アイクレオ」は子育ての悩みや不安に寄り添い、子どもの健やかな成長を応援してまいります。



※Co 育て PROJECT（こそだてプロジェクト）とは

妊娠からの 1000 日間を子どもの基礎をつくる大切な時期と捉え、その時期の子育ての課題解決を目指す「Co 育て PROJECT」を 2019 年 2 月にスタート。家族のコミュニケーションや育児協同を促し、良好な関係づくりを促進する取り組みとして展開しています。



■ユニ・チャーム株式会社 ムーニーブランドへの想い

ユニ・チャームは、一人ひとりが自立し、互いに助け合うことで、自分らしく暮らし続けられる共生社会の実現を目指し、商品・サービスを展開しています。ベビー用紙おむつのグローバルブランド「ムーニー」は、世界中の保護者と赤ちゃんの暮らしをサポートしており、赤ちゃんの排泄ケア関連商品として国内随一のラインナップを展開しています。また、「ムーニー」ではプレママ・プレパパ向けに助産師の実演による両親学級「ムーニーちゃん学級」※を開催しています。これまでに約 1 万人が参加され、動画の延べ視聴回数も 30 万回をこえており、満足度 95%と、大変好評いただいています。当社は、今後も「ムーニー」ブランドを通じて“赤ちゃんと保護者双方の笑顔があふれる育児生活”を目指してまいります。



※ムーニーちゃん学級とは

出産や育児に不安を抱えるプレママ・プレパパを支援するための Online 学級です。助産師さんが、「おむつ替え」「沐浴」「授乳」「出産準備」「産後」について、動画で紹介しています。



■田中俊之 博士（社会学）プロフィール

渋谷区男女平等推進会議委員、プラチナ構想ネットワーク特別会員

1975 年、東京都生まれ。大正大学心理社会学部准教授 男性学を主な研究分野とする。

著書 『男性学の新展開』青弓社、『男がづらい—絶望の時代の希望の男性学』KADOKAWA、『〈40 男〉はなぜ嫌われるか』イースト新書、『男が働かない、いいじゃないか！』講談社プラスα新書、小島慶子×田中俊之『不自由な男たち——その生きづらさは、どこから来るのか』祥伝社新書、田中俊之×山田ルイ 53 世『中年男ルネッサンス』イースト新書、『男子が 10 代のうちに考えておきたいこと』岩波ジュニア新書

「日本では“男”であることと“働く”ということとの結びつきがあまりにも強すぎる」と警鐘を鳴らしている。