

女性活躍に関する企業における課題等について (女性活躍推進専門員による企業訪問活動を通じた考察)

1 企業訪問の目的

職場における意識改革や女性登用の促進など、女性の職業生活における活躍を促進するため、女性活躍推進専門員が直接企業を訪問し、様々な相談に応じるとともに、より専門的な講師やアドバイザー等を派遣し、研修や一般事業主行動計画の策定等、社内での具体的取組を支援する。

2 これまでの活動実績等

(1) 活動期間

平成27年8月～

(2) 支援内容等

① 女性活躍推進専門員による支援

県立男女共同参画センターに所属する「女性活躍推進専門員」が、直接企業等を訪問し、女性の活躍に関する様々な相談に対応するとともに、一般事業主行動計画の策定を要請

② 専門講師・アドバイザー派遣

女性の活躍推進について、より専門的な講師等は無償で派遣し、社内等での研修実施等、具体的な取組を支援

(3) 活動実績等

① 女性活躍推進専門員による支援

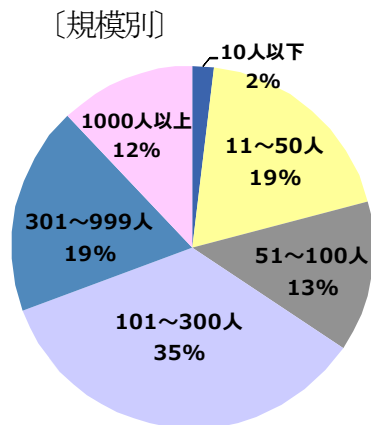
ア 女性活躍推進専門員の配置

県立男女共同参画センターに3名配置(週4日勤務1名、週2日勤務2名)

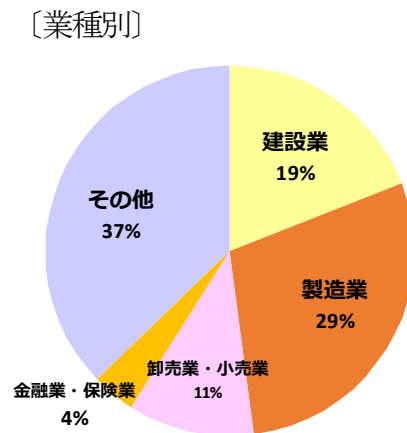
イ 訪問企業数 延べ215社(H30年2月末現在)

※ 企業からの要請の他、県男女共同参画社会づくり協定締結企業、県民局紹介企業等を中心に訪問

【内訳等】



10人以下	4社
11~50人	41社
51~100人	29社
101~300人	75社
301~999人	40社
1000人以上	26社
計	215社



建設業	41社
製造業	62社
卸売業・小売	24社
金融業・保険	8社
その他	80社
計	215社

② 専門講師・アドバイザー派遣

ア 講師派遣企業数 26社 (H28年12月(前回会議での報告後)～H30年2月末現在)
(上記以外で研修実施を計画・検討している企業 14社)

イ 研修内容等イ 研修内容等

	実施日	研修テーマ
1	H28. 12. 24	男女がともに活躍するために～職場の人間力アップ～
2	H29. 1. 24	知って良かった！女性活躍の本質～社員総活躍で成果を出す会社～
3	H29. 2. 4	職業人としてのキャリア形成について～一人ひとりの個性を組織の力に～
4	H29. 2. 10	販売担当社員スキルアップ ～「聞く力」を学び、自分のコミュニケーションパターンを知る～
5	H29. 2. 22	いきいきと働き続けていくために～一人ひとりの個性を組織の力に～
6	H29. 3. 3	製造現場における女性の働き方セミナー 自分らしく働き続けるためのヒント
7	H29. 3. 3	男女共に働きやすい職場をめざしてセクハラ・パワハラのない職場づくり
8	H29. 3. 10	ワーク・ライフ・バランスの理解を深め、部下の活躍推進に活かす
9	H29. 3. 14	“組織のニーズ”と“社員一人ひとりのキャリアビジョン”融合のために
10	H29. 3. 15	なりたい自分になるためのキャリアデザイン
11	H29. 3. 17	女性の活躍推進について
12	H29. 3. 23	女性のキャリアアップの重要性とその可能性について
13	H29. 4. 6	管理職研修～ワーク・ライフ・バランスの理解を深め、部下の活躍推進に活かす～
14	H29. 4. 13	男女ともにいきいきと働き続ける職場づくりについて
15	H29. 5. 13	ビジネスコミュニケーション力アップ研修 ～人は人によって磨かれる～
16	H29. 7. 28	男女が共に働きやすい職場づくり～仕事と育児の両立
17	H29. 8. 2	男女が共に働き続ける職場づくり ～職場での人間関係力アップ～
18	H29. 10. 28	ハラスメント研修 (セクハラ研修)
19	H29. 11. 25	これからの働き方を考える ～男女がともにいきいきと働きつづけるために
20	H29. 12. 13	男女が共に働きやすい職場づくり (労働組合青年女性協議会集会)
21	H30. 1. 28	外商担当社員対象 ハラスメント防止研修
22	H30. 2. 7	ダイバーシティマネジメント研修～今、なぜ「働き方改革」が必要なのか
23	H30. 2. 16	おーいみんな職場でも家庭でも活躍できと～？ ～すべての社員が働きやすい環境を目指して～
24	H30. 2. 19	派遣社員キャリアアップ～職場のコミュニケーションと安心できる人間関係づくり～
25	H30. 2. 20	なぜ、今、『女性活躍推進』なのか？ ～男女がともに生きがいのある職場づくりを目指して～
26	H30. 2. 27	父親の子育て応援セミナー～男女がともに活躍するために父親の育児参加を促す～

3 女性活躍推進専門員による企業訪問活動を通じた考察

(1) 考察

- ①ひょうご女性の活躍推進会議の取組として、女性活躍推進専門員が活動してから2年半経ち、構成団体等との協働により企業の規模や業種、地域など比較的偏りなく企業訪問出来るようになってきている。
- ②国の動向を受けて、企業は長時間労働の改善やワーク・ライフ・バランスの取組についての関心がこれまで以上に高まっている。女性が働きやすい職場は男性とっても働きやすい職場であることを強調し、「男女がともに働きやすく働き甲斐のある職場づくり」への働きかけはしやすくなった。
- ③女性活躍に関する女性グループやワーキンググループを設置している企業においては、これまでのように講師任せにする研修でなく、研修内容や資料等についても細かな要望が多くなってきており研修への意欲も高まってきている。
- ④企業の規模に関わらず、育児休業等の子育て支援制度が整い出産や育児で離職する女

性は減少傾向にあるものの、職員の女性比率、とりわけ管理職の女性比率は依然として低い。女性の採用比率の向上や継続就業者の適切な評価制度の適用により女性の管理職比率を高める仕組みづくりが必要である。

- ⑤ 固定的な性別役割分担意識が根強く残っている企業においては、重要な仕事は男性が担い女性は庶務又は補助的な業務が多く、女性の職域も狭く固定化されている様子。男女共の意識改革や職場の風土の改善、職域の拡大、女性職員のキャリア形成等の研修を必要とする企業も多い。
- ⑥ 女性職員が多い大企業では、育児休業から復帰し時短制度を活用して就業継続している女性の士気が低下傾向。マミートラック状態への不安などに関する研修依頼もある。子育て支援制度を活用しつつもキャリア形成の視点を失わない働き方を応援する必要がある。
- ⑦ 社内に女性職員が少なく女性管理職もない企業においては、相談し合える仲間やロールモデルとすべき女性がおらずキャリアアップに悩むケースも見られたことから、社内外の女性ネットワークを支援する必要がある。
- ⑧ 300人以下の企業の行動計画策定の実施事例は少なく、推進会議の構成団体と連携し企業への働きかけを強化していく必要がある。また人事担当者等に策定方法や計画の実践化に向けた研修をしていく必要がある。

【企業訪問から行動計画策定につながった例】

- ・ 27年度：協定締結企業に訪問、建設業での女性活躍推進の啓発
女性管理職ゼロ、女性リーダーゼロ（2回訪問）
- ・ 28年度：企業は女性リーダーを設置。女性リーダーのキャリアアップへの助言。
「男女がともに活躍するために～ひとりひとりの自立からはじめる～」と題し研修実施。女性職員採用数を増加する計画。
- ・ 29年度：行動計画策定への助言を行い企業は行動計画を策定し労働局に提出。
一般職から総合職への転換制度を創設し計画実行に向けて「これからの働き方を考える～男女ともにいきいきと働き続けるために～」と題して研修実施

(2) 今後の取組

これらの状況を踏まえ、①300人以下の企業への行動計画策定の啓発と支援の強化、②女性の社内外の緩やかなネットワークづくりへの働きかけ、③構成団体からのトップへ直接的な働きかけ、④企業内における階層別研修の実施（トップや管理職の意識に係る研修・女性のキャリア形成に係る研修・職場風土の改善に係る社員研修など）、⑤兵庫県独自の取り組みとして設置した「女性活躍推進センター」で、今年度試験的に実施したキャリアとネットワークづくりセミナーや企業間交流事業などをさらに充実していきたいと考える。

女性活躍推進センターの活動実績について(H27年度～29年度)

平成30年3月8日

	体制	企業訪問		企業研修			ロールモデル取材・セミナー開催
		現 状	課 題 等	現 状	課 題	対 応	
H27年度 8月スタート (女性活躍推進法8月制定)	女性活躍推進専門員2名配置 (週2日×2名)	<ul style="list-style-type: none"> 男女共同参画社会づくり協定締結事業所から訪問開始 チラシ広報媒体を見て相談や訪問要請 	<ul style="list-style-type: none"> 協定締結事業所は競争入札加算制度により建設業に集中 大中小規模を問わず女性の採用、継続就業者、女性管理職者が少なく、職域が狭い(庶務・経理) 女性のリーダー育成をしていない事業所が多い 男性は残業が多いが女性はほぼ定時退社。業務内容は男性が主で女性は副の役割が多い 女性社員が少なく就業継続するロールモデルがいない 「男性の職場」という職場風土が根強く残っている 	<ul style="list-style-type: none"> 多くの職員が現場に出ている。管理部門等の職員しか社内にはいない 工場では研修のために機械を止められない 女性職員が少なく女性活躍に係る研修の必要性が認識できない 営業に女性を就けた会社が関連会社から批判を浴びる等一社の取り組みでは進めない 	<ul style="list-style-type: none"> 就業時間内には研修ができない、時間外や休日は手当等の関係で研修実施困難 女性にも研修の意義が認められない、男性も意識改革の必要性を認識していない 女性活躍というと男性職員が引いてしまう(反発が多い) 現場の男性が女性管理職の言うことをきくはずがないという思い込みからリーダー育成や管理職への人材育成に関心がない 業界挙げての取り組みや研修が必要 女性の社外ネットワークが必要 	<ul style="list-style-type: none"> 管理職の定例会議に30～60分程度の研修から実施 「男女がともに働きやすい職場づくり」等女性だけのための研修ではないことを強調してテーマ設定 男女のコミュニケーションや人間関係の研修、ハラスメントの研修依頼が多い。(60～90分の研修実施) 関連会社を含めた労働安全衛生大会で男性講師による男女共同参画の業界挙げての講演会実施 	<ul style="list-style-type: none"> 表彰企業やVAL21で活躍する女性の取材から開始 大企業や神戸、阪神間に偏る傾向
H28年度 (女性活躍推進法4月全面施行)	<ul style="list-style-type: none"> 女性活躍推進専門員(3名配置) (週2日×2名+週4日×1名) 6月に女性活躍推進センター設置 	<ul style="list-style-type: none"> ひょうご仕事と生活センターと連携・協働した取り組み開始 姫路経営者協会等から訪問先紹介 県や市が発行した企業紹介誌から訪問 事業所等から主体的に訪問依頼増加 但馬・丹波・淡路等遠隔地へは公用車で訪問。(一日に3～4社訪問) 	<ul style="list-style-type: none"> 訪問企業の業種が広がり、企業規模も多様化 ワークライフバランスの取り組みが進んだ企業も女性管理職比率は低い 大規模企業からの研修希望の増加 企業内で問題意識をもつ女性グループからアドバイスの要請(再訪問の増加) 行動計画策定の啓発 社外ネットワークの支援(VAL21への参加勸奨) 	<ul style="list-style-type: none"> 人事担当者は職場風土の改革や環境改善の必要性を認識されるがトップへの具申が困難(ボトムアップの困難性) 女性管理職が少なくキャリア形成を目指した研修が実施企業は少ない 大企業では本社作成のDVDを全社員に送信し研修としているところもある 	<ul style="list-style-type: none"> 人事担当者への行動計画策定への関心を高め、データを示して社内状況を「見える化」してトップに説明することが必要 大企業においても本社と支社に女性活躍推進の格差があり、全社的に進める必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> 集合研修として人事担当部署の職員を対象とした行動計画策定のための研修を検討 管理職の意識改革、女性のキャリア形成、全職員の職場風土の改革など職場の課題解決優先度に応じた研修の実施(講義と演習を含め120分研修が浸透) 	<ul style="list-style-type: none"> 企業訪問先から頑張る女性を発掘、中小規模の職場で活躍する女性のロールモデル取材を実施 遠隔地で企業訪問や企業研修の機会が少ない地域(但馬・丹波・淡路)で、ひょうご仕事と生活センターと共同し「ワークライフバランスと女性活躍」をテーマに地域セミナー実施 「企業のための女性活躍推進ハンドブック」の作成と普及
H29年度	<ul style="list-style-type: none"> 女性活躍推進専門員(3名配置) (週2日×2名+週4日×1名) ※週4日勤務者は2月末現在10か月勤務 	<ul style="list-style-type: none"> 兵庫県経営者協会との同伴訪問 300人以下の企業への行動計画策定への啓発強化 事業所等から主体的に訪問や研修依頼増加 丹波地域の商工会への協力依頼訪問・説明会の実施・訪問先の紹介 	<ul style="list-style-type: none"> トップ(社長)との面談機会の増加 行動計画策定やえるぼし認定を目指して企業訪問を要請する企業もある 企業内の女性グループやワーキンググループからの助言要請の増加(延べ訪問回数の増加) 企業訪問を契機に企業間の交流や視察し合う機会が拡大(企業内保育所や製造現場の女性の活躍状況視察などの仲介増加) 	<ul style="list-style-type: none"> 中小規模の会社は企業内研修を実施しにくい企業も多い 行動計画を実践していくために必要な研修を希望する企業が増える傾向 若手総合職の女性とベテラン一般職女性の意見の相違から研修内容がまとまりにくくアドバイザーの助言が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 企業内では研修を実施しにくい会社向けに外部研修の機会を増やす必要がある 育児休業など制度が整っている大企業においても、復帰後の士気の低下やマミートラック状態に悩む女性も多く企業ごとに課題が異なりオーダーメイドの研修への期待が高まってきている 研修実施に関して女性活躍推進専門員が助言者として複数回訪問し、女性間の合意が得られるように調整 	<ul style="list-style-type: none"> 働く女性の社内や社外でのネットワークづくりの機会を提供し女性のキャリア形成を支援する 企業研修を管理職の意識改革、女性のキャリア形成、全職員の職場風土の改革など階層別に段階的に実施したいという企業が増えてきているため、講師派遣制度の見直しを検討 今なぜ女性活躍推進が必要かを前に出せる研修希望が増え(講義と演習を取り入れた120分研修が定着)研修後の講師と幹部、企画担当者との振り返り時間も好評 	<ul style="list-style-type: none"> 大中小規模企業で活躍するロールモデルの紹介事例が増加 訪問企業の女性職員を対象に集合研修として、県立男女共同参画センター(女性活躍推進センター)で「キャリアとネットワークづくりセミナー」を2回開催(延べ70社100名) 大学での講演 女性活躍推進専門員の活動を通して「女性の働き方を考える」をテーマに女子大学3年生全員450名+教員50名に実施