

WEPS 問診票集計結果

署名企業 203 社に対し、平成 25 年 6 月に希望企業担当者を招いての説明会（東京・名古屋・大阪）開催後、平成 25 年 8 月 27 日に郵送・電子メールで「問診票」回答を依頼。

47 社（回答率 23.1%）からの回答があった（平成 25 年 12 月まで回答分）。

原則 1 トップのリーダーシップによるジェンダー平等の促進

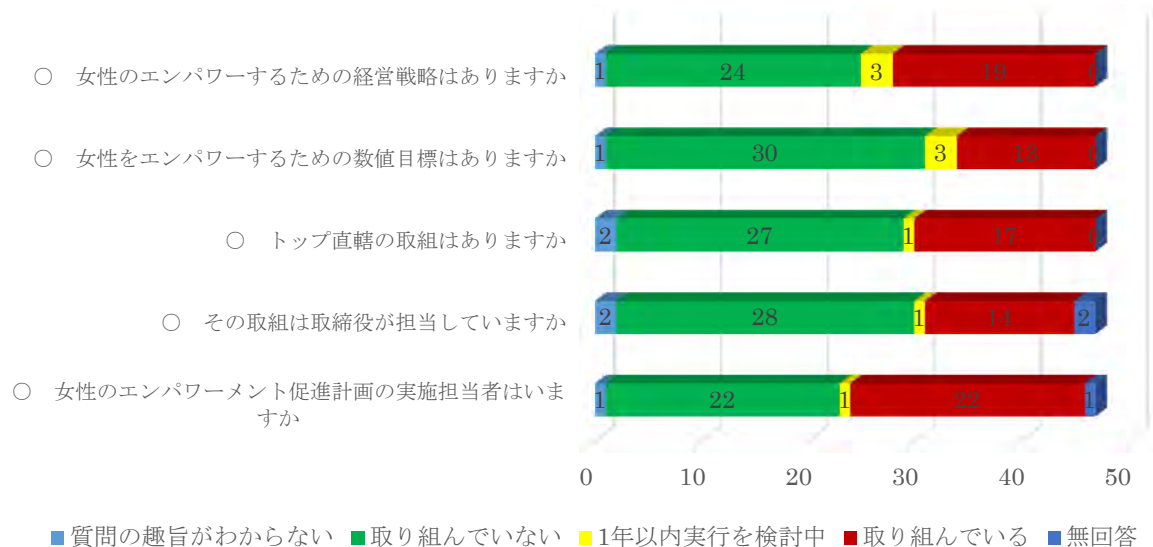
(1) 女性のエンパワメントを進めるためのしくみ

- * 女性のエンパワメント促進計画の実施担当者は、22 社（46.8%）が置いている
- * 数値目標の設定は、13 社（27.6%）が実施
- * 「トップ直轄の取組がある」「その取組は取締役が担当している」14 社は、他の原則における取組が著しく進捗する傾向

原則 2・3・4 のほぼ全項目で「取り組んでいる」の回答率が高率（全体平均で 66.8%、トップ直轄取組の無い企業＝45.2%）

原則 5「女性の起業家（社外）への支援」（9 社中 7 社）や、原則 6「地域における女性をエンパワメントするプログラム」（9 社中 6 社）等、取組を進める企業がまだ少ない分野へも活動が進展している傾向

(1) 女性のエンパワメントを進めるためのしくみ



(2) 取締役の男女比

- * 女性取締役が 30%以上の企業は 9 社（各社平均で女性取締役の割合は 18.2%）。
- * 「役員レベルに女性を増やすための具体的な取組」の有無は、現状の女性取締役比率と強い関係性が見られない

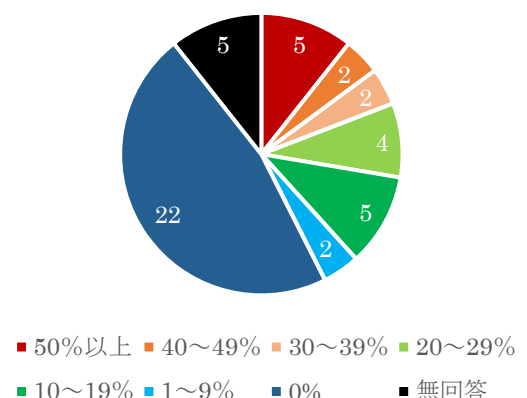
女性取締役 30%以上の企業における

「取組」有の企業：9 社中 3 社

（女性取締役 10～29%：9 社中 3 社）

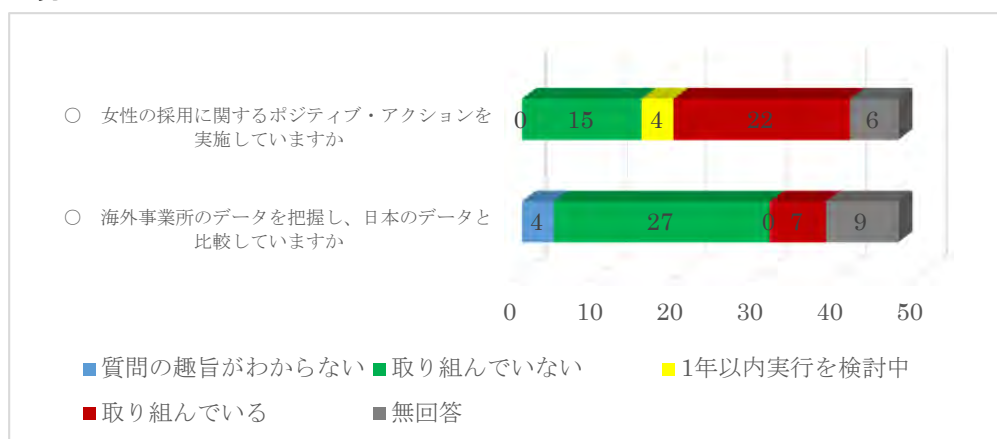
（全体：47 社中 11 社）

取締役の男女比

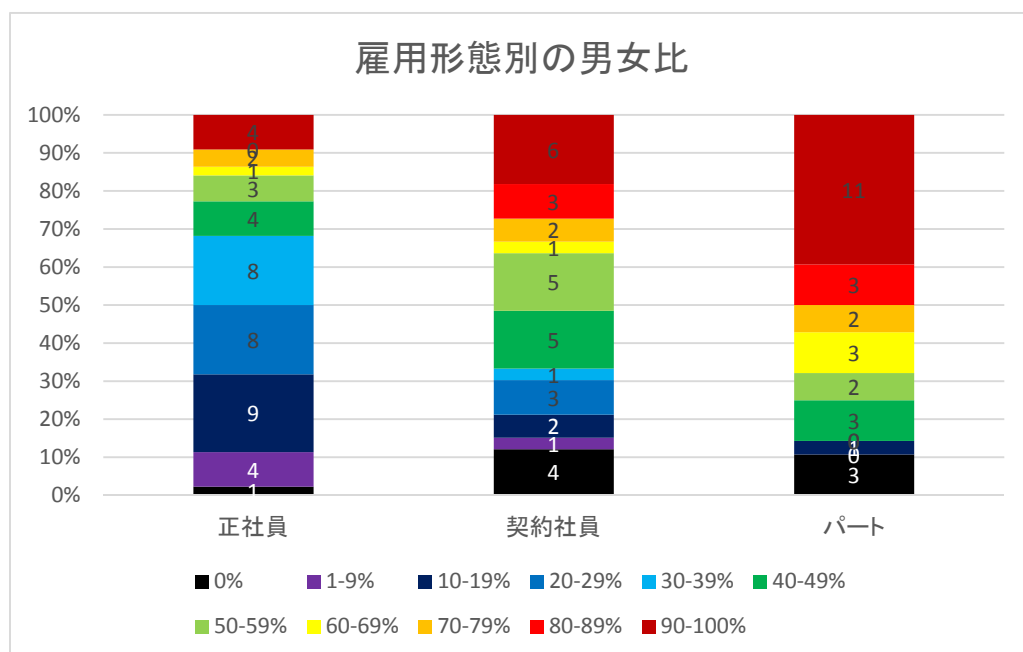


原則 2 機会の均等、インクルージョン、差別の撤廃

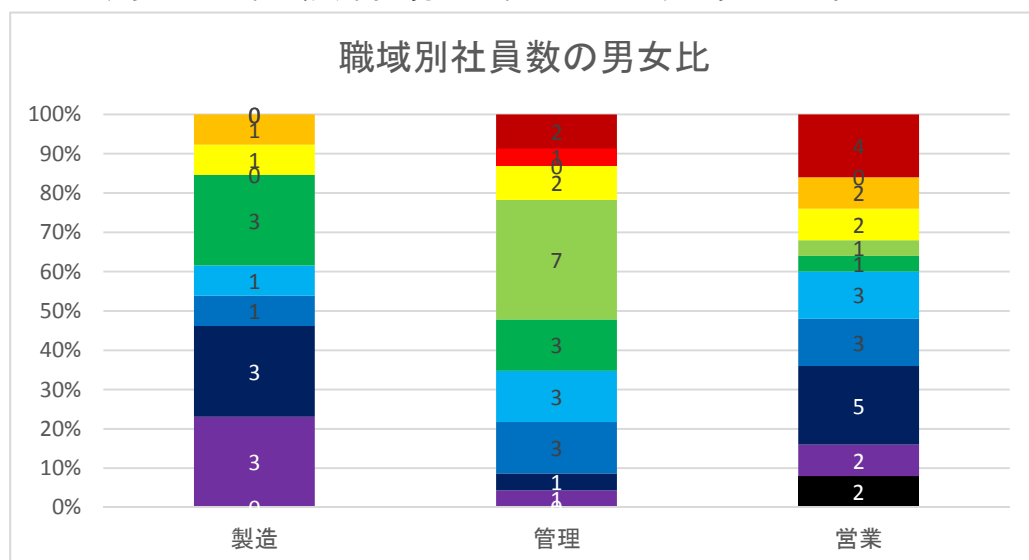
(1) 職域、職階別の男女比



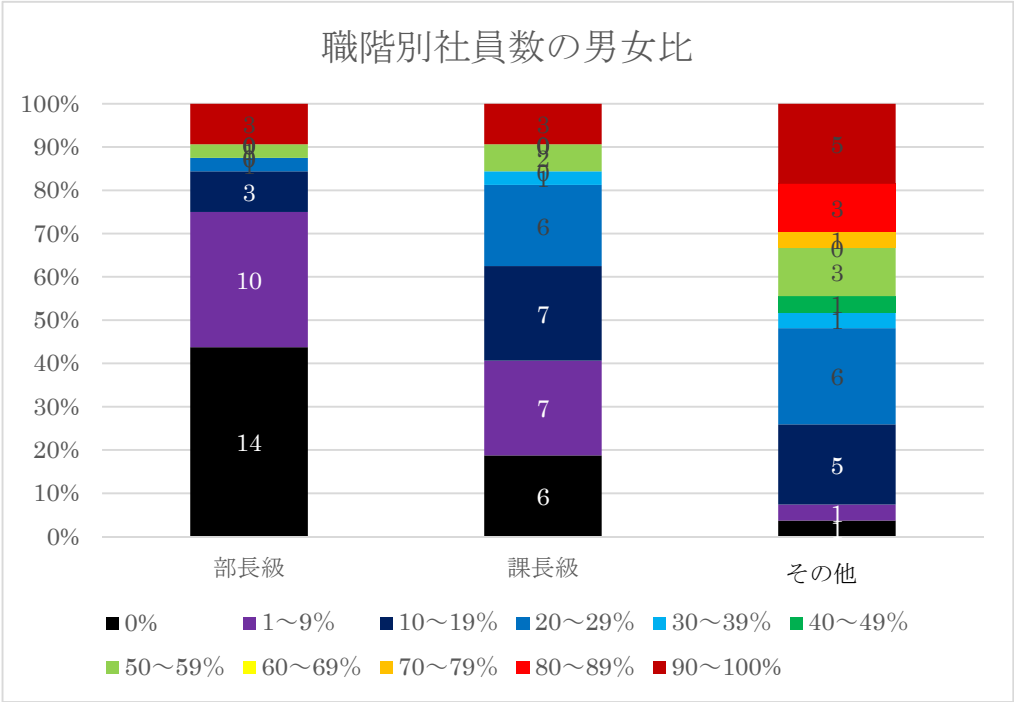
- * 雇用形態別の女性比率では、正社員が 35.2%、契約社員が 49.5%、パートが 66.0%（各社平均、非正規社員・嘱託社員等は「契約社員」に入れて集計した）。



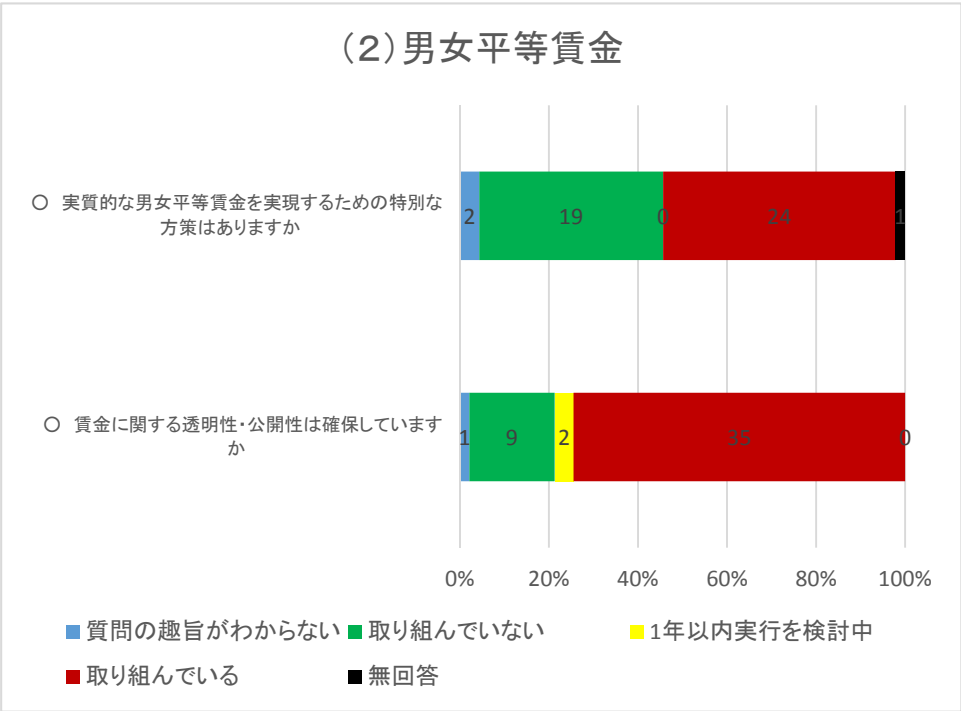
- * 職域別では、製造 29.4%、管理 50.2%、営業 40.6%（各社平均）。
- * 同一企業内で各職域の女性比率が全て同一の割合範囲内（例えば 20% 台等）に収まっている企業は全く無く、多くの企業で職域間の男女比率に大きな差異が見られる。



- * 職階別では、部長級 14.1%、課長級 21.9%、それ以外 42.2%（各社平均）。
- * 課長級 10%以上企業の 19 社中 11 社が「女性の採用に関するポジティブ・アクションを実施」している。
- * 管理職に占める女性の割合（各社平均）は、19.2%。

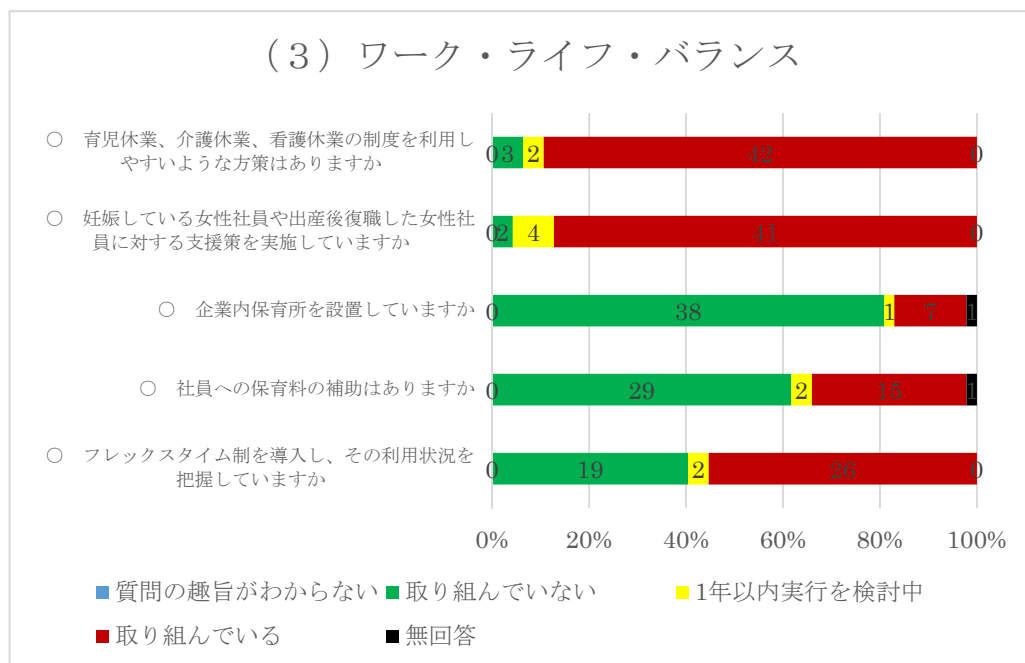


（２）男女平等賃金



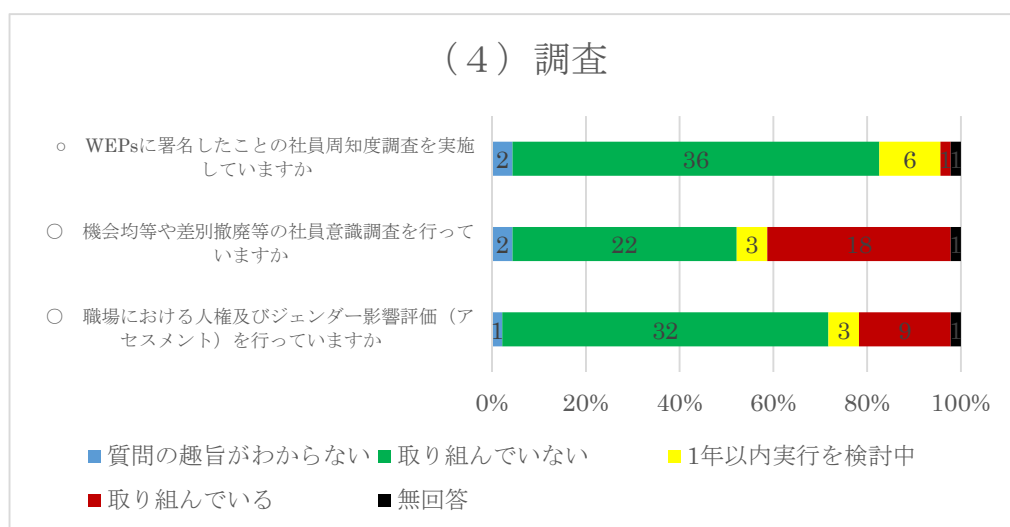
(3) ワーク・ライフ・バランス

- * 休暇制度・復職等支援策など、働き方に関する支援は多くの企業が既に取り組んでいる。
- * 企業内保育所・保育料補助等、子育てに直接支援する仕組みを設ける企業はまだ少数。保育料補助を行う 15 社のうち 14 社が、女性のエンパワーメント促進計画の実施担当者を置いている。



(4) 調査

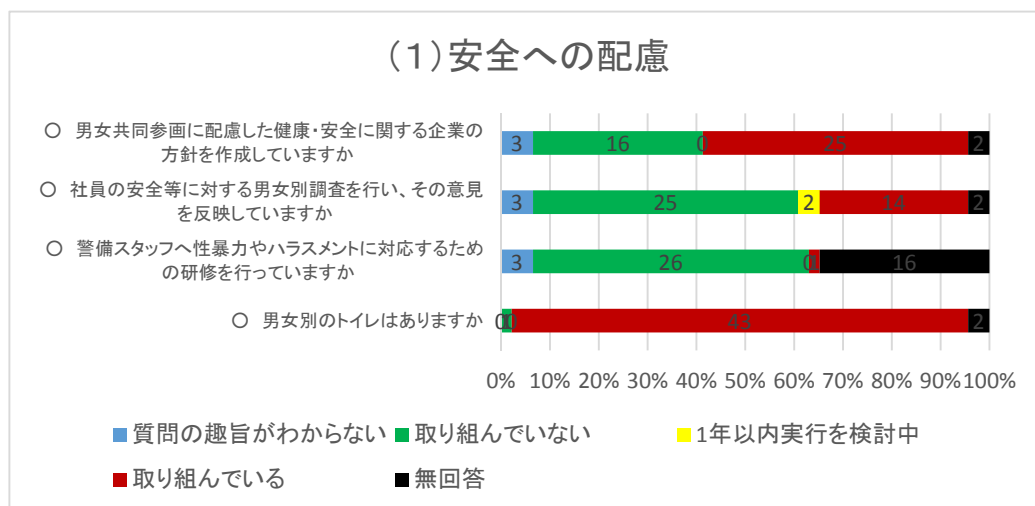
- * 調査に取り組む企業は少数であり、WEPS 署名に関する社員認知調査を行う企業は 1 社にとどまっている。
- * 職場における人権及びジェンダー影響評価（アセスメント）を行っている 9 社のうち 8 社が、マーケティング戦略・製品開発等において男女共同参画の推進に配慮した取り組みを行っている。



原則 3 健康、安全、暴力の撤廃

(1) 安全への配慮

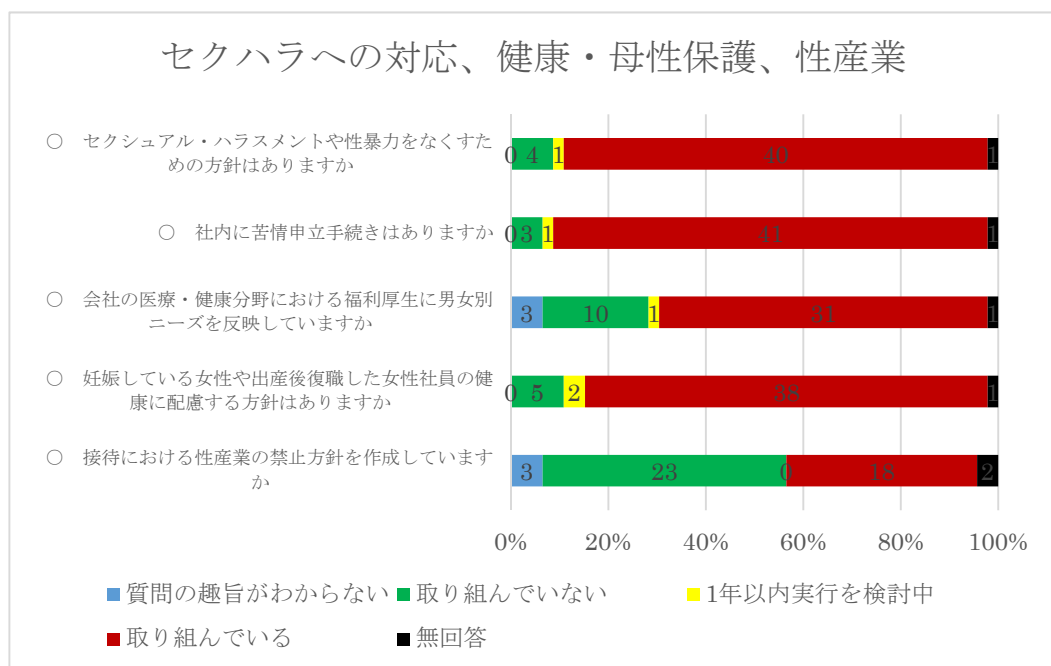
- * 警備スタッフに対する性暴力・ハラスメント対応研修を行う企業は1社にとどまり、また、本項目に無回答の企業が16社。警備スタッフの男女比（各社平均で女性1.8%）を回答した企業も5社のみであり、警備体制を外部委託等により進めている企業が多数を占められる。



(2) セクシュアル・ハラスメントへの対応

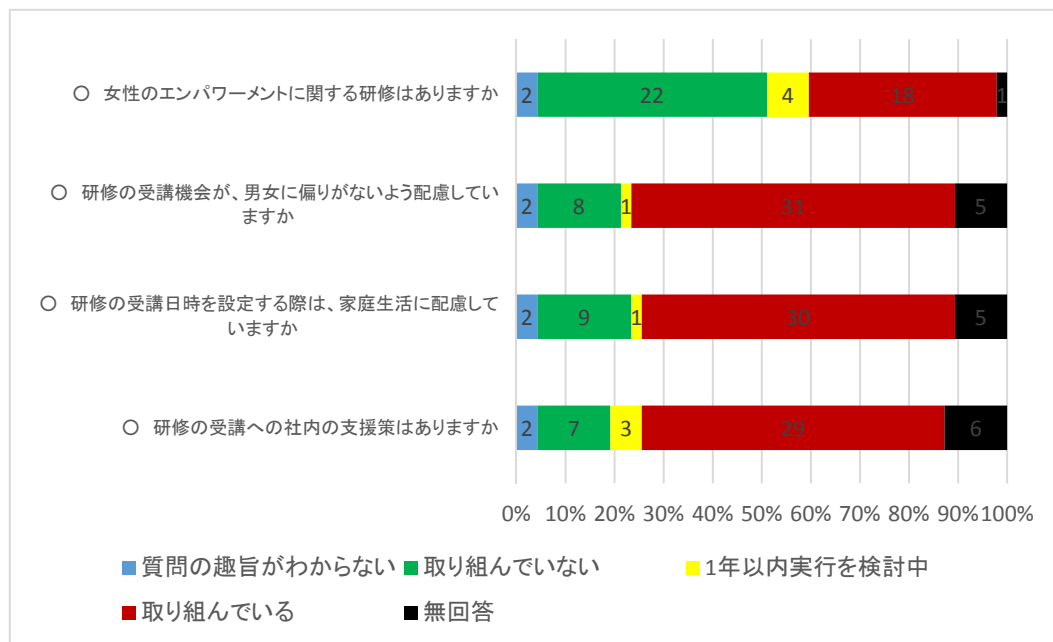
(3) 健康、母性保護

(4) 性産業



原則 4 教育と研修

(1) 研修



* 女性のエンパワーメントに関する研修に取り組む企業は 18 社（38.2%）。

* 自由回答欄からは、以下の類型に基づく事例が挙げられた。

【働く女性を対象とした研修】

- ・キャリア形成のための研修（ロールモデルの提示、マネジメント・コミュニケーションスキルの育成、キャリアの考え方に関するワークショップ等）
- ・同世代／先輩ロールモデルとのネットワーク形成
- ・休職中及び休職後復帰の社員に対する復帰支援の研修

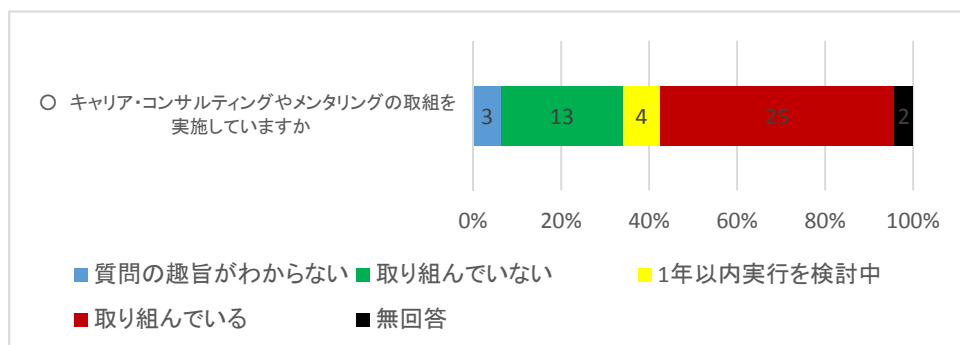
【管理職を対象とした研修】

- ・管理職のマインドセット・意識改革を促す研修
- ・女性部下に対する指導・キャリア相談の行い方に関する研修

【男性を対象とした研修】

- ・男性の家事・育児参加に向けた意識啓発

(2) キャリア相談



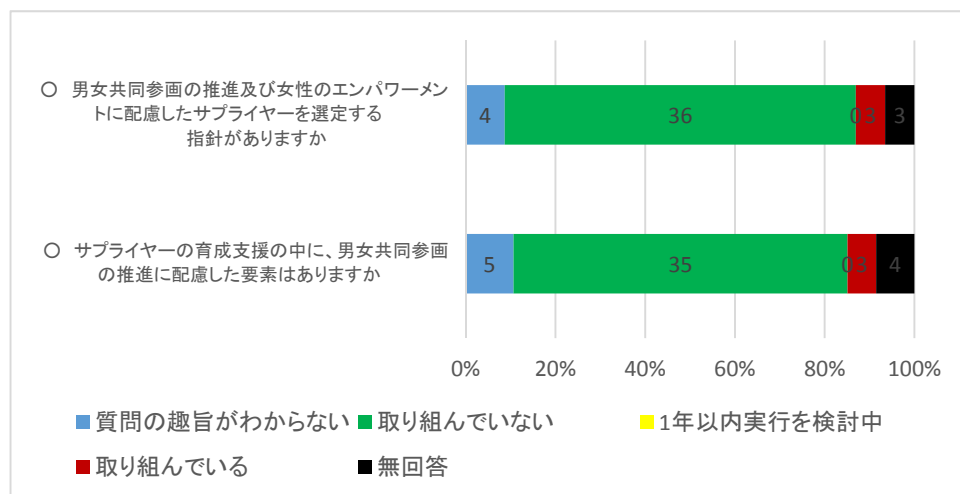
* キャリア相談等に取り組む企業は 25 社（53.2%）。

* 自由回答欄からは、相談を行う者として、幹部社員、上司、人事部局・キャリア支援専門組織、社労士、キャリアカウンセラー、社員メンター 等多様な者が挙げられた。

原則 5 事業開発、サプライチェーン、マーケティング活動

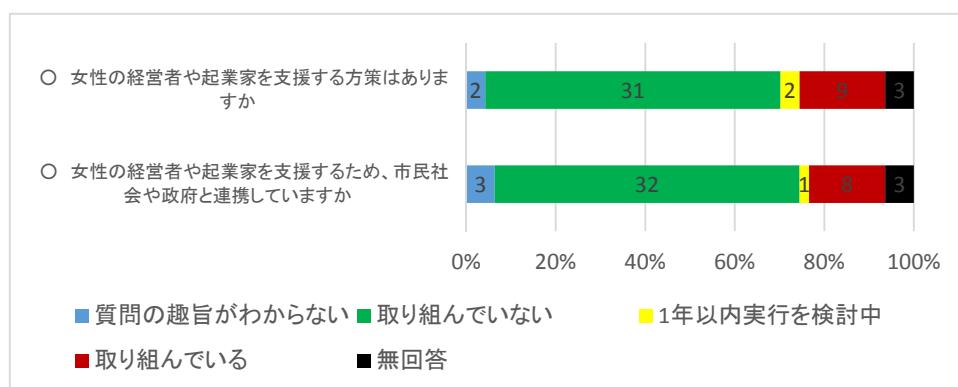
(1) サプライチェーン

- * サプライチェーンに対する取組は3社にとどまっており、「問診票」各項目中で最も取組状況が低調。今後、各社が取組を伸ばしてゆくうえで最も取組状況の共有化・事例収集が重要な部分と思われる。
- * 男女共同参画推進や女性活躍促進について計画を策定しているサプライヤーの数はどの社からも数が挙がらなかった。また、サプライヤーにおける女性が経営する企業の割合は2.6%（各社平均）であるが、本項目で数値を回答した企業は4社にとどまった。



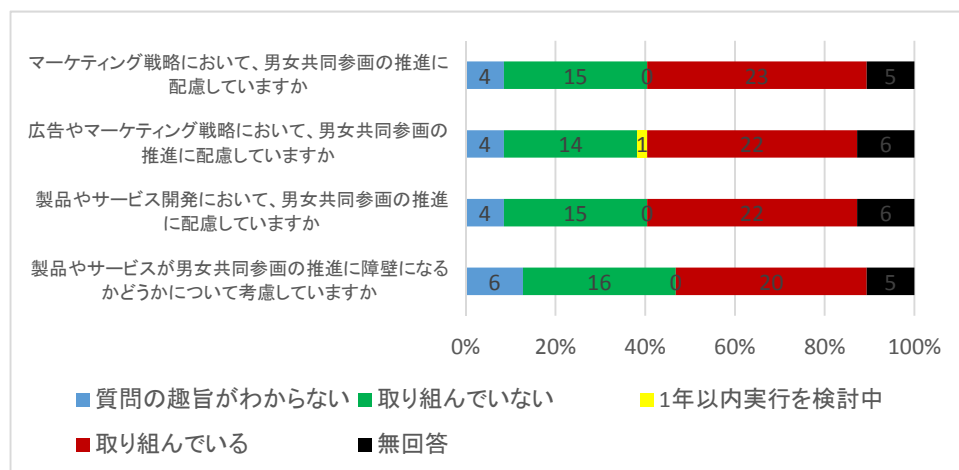
(2) 女性の起業家（社外）への支援

- * 女性起業家等への支援を行っている企業は、9社（19.1%）。



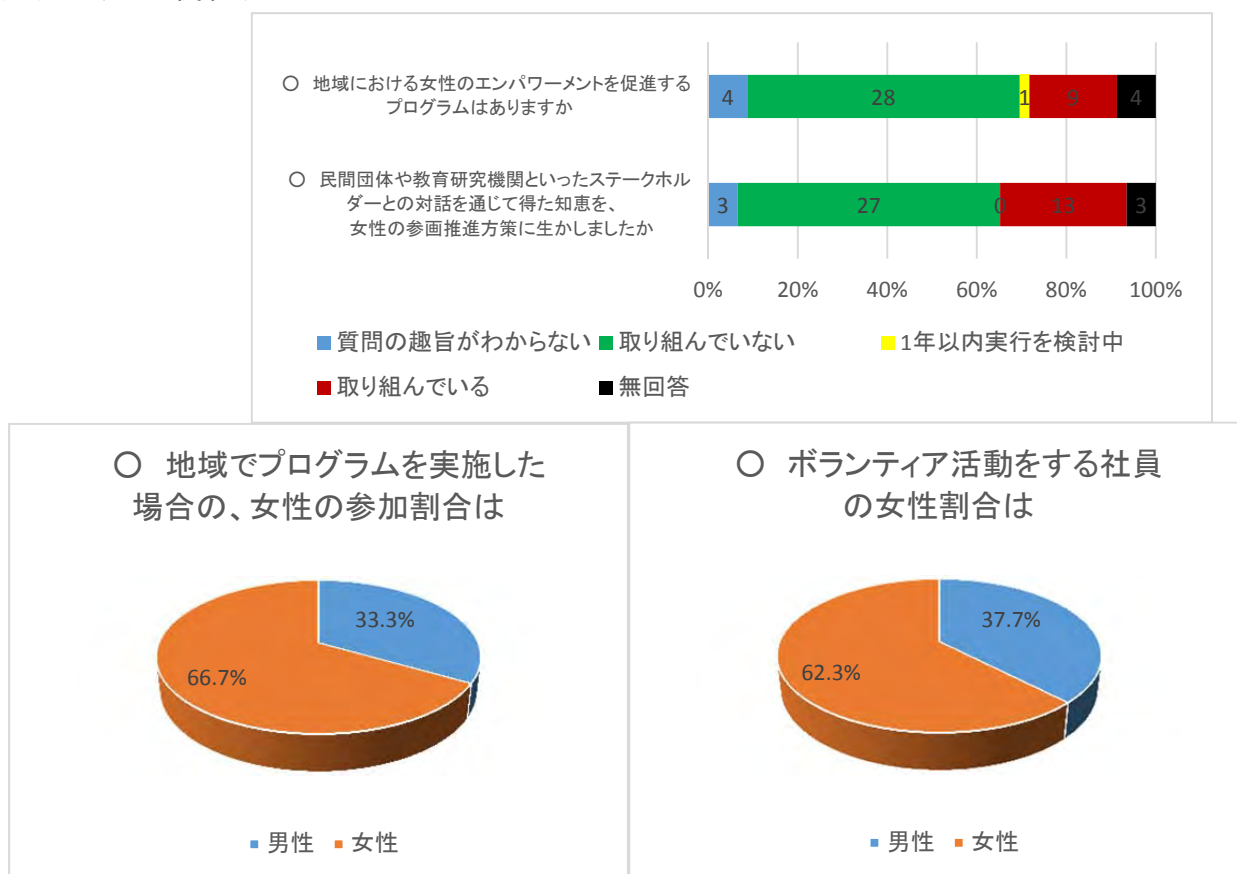
(3) マーケティング戦略

- * マーケティング戦略において男女共同参画推進に配慮している企業は、23社（48.9%）。



原則 6 地域におけるリーダーシップと参画

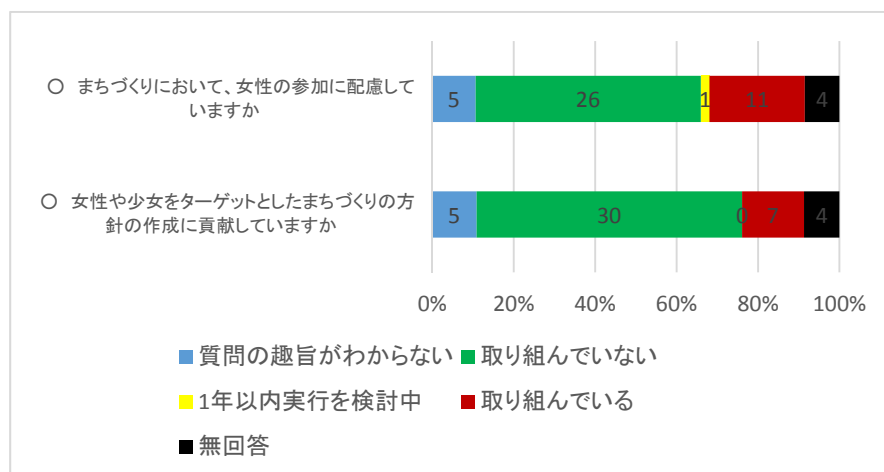
(1) 地域との関わり



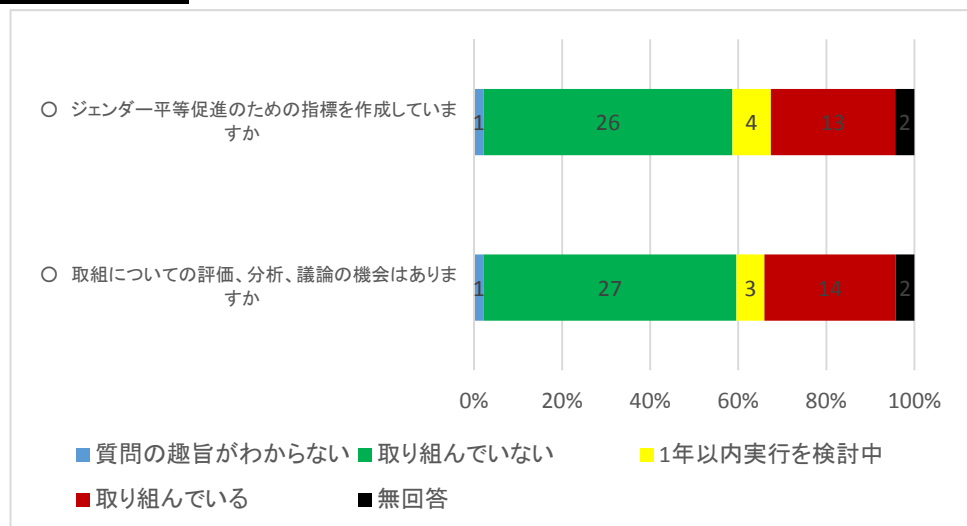
- * 地域に対し女性のエンパワメントに資するプログラムを提供・発信する企業は9社（19.1%）にとどまっている。
- * 民間団体や教育研究機関等との対話を女性の参画推進方策を活かす企業13社（27.6%）すべてが、「女性のエンパワメント促進計画の実施担当者の設置（原則1）」・「育児休業、介護休業、看護休業の制度を利用しやすいような方策（原則2）」・「セクシュアル・ハラスメントや性暴力をなくすための方針（原則3）」・「研修の受講機会が男女に偏りがないように配慮（原則4）」といった、制度面における対応を整備しており、各ステークホルダーとの対話が女性の活躍促進に向けた取組をより強化する効果があると思われる。

(2) 企業が参加するまちづくり

- * 7社（14.9%）の企業が、女性・少女を対象としたまちづくりの方針作成に貢献している。



原則 7 透明性、成果の測定、報告



- * 取組についての評価、分析、議論の機会を設けている企業は、14 社（29.8%）。

その他

- * 「問診票の回答を、国連に提出する 2013 年度の報告書とするため、当チームから国連 WEPs 事務局に送付して欲しい。」との問いに対し、
YES …18 社 NO …22 社
- * 「国連 WEPs 事務局へのアピールポイント」自由記述欄に記載のあった企業は 6 社。各社の女性活躍推進に対する理念・あり方、近年の取組動向（トピック）、CSR 報告書の紹介など。