

# 男女共同参画推進連携会議の 参加団体における男女共同参画の現状把握と取組状況 (アンケート調査結果)

6月29日

男女共同参画推進連携会議

「経済分野における女性の活躍促進」チーム

## 【アンケート概要】

- 調査目的 男女共同参画推進連携会議に参加する団体が、傘下の企業・組織における男女共同参画の現状をいかに把握しているか、そして、男女共同参画をいかに推進し、成果が出ているのかを可視化する。
- 調査対象 男女共同参画推進連携会議に参加する団体
- 調査テーマ (1)各業界における男女共同参画の現状認識  
(2)各業界における男女共同参画推進の取組状況
- 回収率 84%(43団体／51団体)
- 調査期間 2021年1月6日～2021年1月20日

※回答43団体を以下の6つのセクターに分類し、結果を集計。

- ① 農業・林業・漁業
- ② 教育・スポーツ
- ③ 医療・福祉
- ④ 専門サービス
- ⑤ ビジネス(業界団体／経営者団体／労働組合・協働組合)
- ⑥ メディア・広告

# 【対象団体一覧とセクター分類】

51団体中43団体が回答。

## 【ビジネス】

- 1 公益社団法人経済同友会
- 2 全国商工会連合会
- 3 全国中小企業団体中央会
- 4 日本商工会議所・全国商工会議所女性会連合会
- 5 公益社団法人日本青年会議所
- 6 一般社団法人全国建設業協会
- 7 一般社団法人日本建設業連合会
- 8 一般社団法人テレコムサービス協会
- 9 公益社団法人日本観光振興協会
- 10 一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会
- 11 日本生活協同組合連合会
- 12 日本労働組合総連合会

## 【農業・林業・漁業】

- 13 JA全国女性組織協議会
- 14 全国漁協女性部連絡協議会
- 15 全国農業委員会女性協議会
- 16 全国林業研究グループ連絡協議会女性会議

## 【専門サービス】

- 17 全国女性税理士連盟
- 18 日本行政書士会連合会
- 19 日本公認会計士協会
- 20 日本弁護士連合会

## 【メディア・広告】

- 21 一般社団法人日本新聞協会
- 22 一般社団法人日本民間放送連盟
- 23 一般社団法人日本広告業協会
- 24 一般社団法人日本雑誌協会
- 25 一般社団法人日本書籍出版協会

## 【医療・福祉】

- 26 公益社団法人日本医師会
- 27 公益社団法人日本看護協会
- 28 公益社団法人日本産婦人科医会
- 29 公益社団法人日本歯科医師会
- 30 公益社団法人日本女医会
- 31 公益社団法人日本助産師会
- 32 社会福祉法人日本保育協会

## 【教育・スポーツ】

- 33 一般社団法人公立大学協会
- 34 一般社団法人国立大学協会
- 35 全国公立短期大学協会
- 36 一般社団法人大学女性協会
- 37 日本私立大学団体連合会
- 38 全国高等学校長協会
- 39 全国国公立幼稚園・こども園長会
- 40 全国都道府県教育委員会連合会
- 41 全国連合小学校長会
- 42 全日本中学校長会
- 43 公益財団法人日本スポーツ協会

## 【結果サマリ】

アンケート回答した43団体を6つのセクター(農業・林業・漁業／教育・スポーツ／医療・福祉／専門サービス／ビジネス(業界の団体／経営者団体／労働組合・協働組合)／メディア・広告)に分類し、結果を集計。

### ●テーマ(1) 各業界における男女共同参画の現状認識(P.5)

- ✓ 多くのセクターで意思決定を男性が担っている状況が顕著にみられた。
- ✓ メディア・広告、教育・スポーツセクターでは、傘下組織における状況を把握できていない、回答できないとの回答も多くみられた。団体ごとに現状把握から推進する必要性がある。

※団体の性格上、把握が難しいケースも。団体における傘下組織の状況把握が課題。

### ●テーマ(2) 各業界における男女共同参画推進の取組状況(P.6)

- ✓ ①法遵守・施策検討②啓発の実施③推進体制④計画と実行⑤広域展開・浸透⑥推進ツール活用の6つのフェーズで各セクターにおける推進の状況を可視化した。
- ✓ 法遵守、啓発は行っているが、戦略実行まで進んでいないセクターが依然として多い。
- ✓ 専門サービス分野が全体的にスコアが高い。

※例 ①法遵守・施策検討:性別に関わらず働き方改革の推進をしている ②啓発の実施:意識啓発のセミナーやイベントを定期的を開催している  
③推進体制:団体事務局には一定数以上の男性が入っている ④計画と実行:女性活躍推進についてトップからのメッセージを発信している  
⑤広域展開・浸透:潜在人材の掘り起こしのために学生向けイベントを開催している ⑥推進ツールの活用:女性活躍推進に関するマニュアルやチェックリストを作成・配布している

### ●ベストプラクティス事例(団体としての推進事例)(P.7)

- ✓ (2)の推進スコアが比較的高かった3団体(全国農業委員会女性協議会、日本建設業連合会、日本公認会計士協会)に取組の背景と手法についてヒアリングを実施。
- ✓ 全国農業委員会、日本建設業連合会は、それぞれ関係省庁との連携のもとに計画的に推進をしている。
- ✓ 日本公認会計士協会は、企業のガバナンス強化に向けた社外取締役需要の高まりを受け、女性活躍の推進が喫緊の課題となっている。

# (1)各業界における男女共同参画の現状認識(セクター別集計)

各業界における男女共同参画の現状について参加団体がどのように認識しているか？を18の設問で確認。

- ✓ 多くのセクターで意思決定を男性が担っている状況が顕著にみられる。
- ✓ メディア・広告、教育・スポーツセクターでは、傘下組織における状況を把握できていない、回答できないとの回答も多くみられた。

▼選択肢は「非常にあてはまる」「あてはまる」「あてはまらない」「全くあてはまらない」の4択。

それぞれの項目で、「非常にあてはまる」、「あてはまる」と回答した割合が高いほど緑、低いほど赤にて表記。

ただし、「全くあてはまらない」(赤表記)には、下記の【設問へのコメント】にあるように、回答できない、も含まれる。

設問	ビジネス	メディア・ 広告	農業・林 業・漁業	教育・ス ポーツ	専門サー ビス	医療・福 祉	平均
(1) 企業・団体の代表は男性が担っている	91.7%	100.0%	25.0%	45.5%	75.0%	57.1%	65.7%
(2) 意思決定機関(役員会・理事会等)の構成員は男性が担っている	75.0%	100.0%	25.0%	18.2%	50.0%	42.9%	51.8%
(3) 営業・外回り・渉外関連部署等は男性が担っている	58.3%	20.0%	25.0%	9.1%	25.0%	28.6%	27.7%
(4) 経理・総務・人事など組織内の間接部門は女性が担っている	50.0%	20.0%	25.0%	9.1%	50.0%	28.6%	30.4%
(5) コピー・お茶出しなどの雑務は女性が担っている	58.3%	0.0%	50.0%	9.1%	0.0%	28.6%	24.3%
(6) 長時間労働者、夜遅くの対応・業務は男性が担っている	25.0%	20.0%	50.0%	0.0%	0.0%	14.3%	18.2%
(8) 正規社員は主に男性、非正規社員は主に女性が担っている	16.7%	0.0%	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%	15.3%
(9) 力仕事は主に男性が担っている	41.7%	60.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.3%
(11) ケア・サポート仕事は主に女性が担っている	16.7%	0.0%	25.0%	9.1%	25.0%	28.6%	17.4%
(10) 研修や能力開発の機会は、男性のみに与えられている	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	4.2%
(7) 育休など子育て両立制度の活用、子育てに関する配慮を受けているのは女性のみである	41.7%	20.0%	50.0%	0.0%	0.0%	28.6%	23.4%
(14) 夜の会合が頻繁にある	25.0%	0.0%	0.0%	18.2%	50.0%	42.9%	22.7%
(15) 夜の懇親会が頻繁にある	25.0%	20.0%	0.0%	0.0%	50.0%	14.3%	18.2%
(16) オンライン会議が定着していない	25.0%	0.0%	75.0%	18.2%	50.0%	42.9%	35.2%
(12) 当企業・団体には、本体とは別に婦人部・女性部がある	50.0%	0.0%	50.0%	9.1%	25.0%	28.6%	27.1%
(13) 婦人部・女性部のメンバーは、役員会・理事会等の意思決定会合に参加している	41.7%	0.0%	50.0%	18.2%	75.0%	57.1%	40.3%
(17) 上層部のほうが、男女共同参画意識は低い	25.0%	0.0%	75.0%	0.0%	50.0%	28.6%	29.8%
(18) 地方部は、(都心部よりも)男女共同参画意識が低い	25.0%	20.0%	75.0%	0.0%	75.0%	28.6%	37.3%

## 【参加団体からの設問へのご意見・コメント】

・(1)～(18)については、当団体及び当団体事務局の状況を回答しています。(教育・スポーツ)

・アンケート内容について、可能な範囲で回答したが、団体の活動にそぐわない設問や回答が難しい設問もあったので、回答欄に「その他」で自由記入できる欄があると良いのではないかと。(ビジネス)

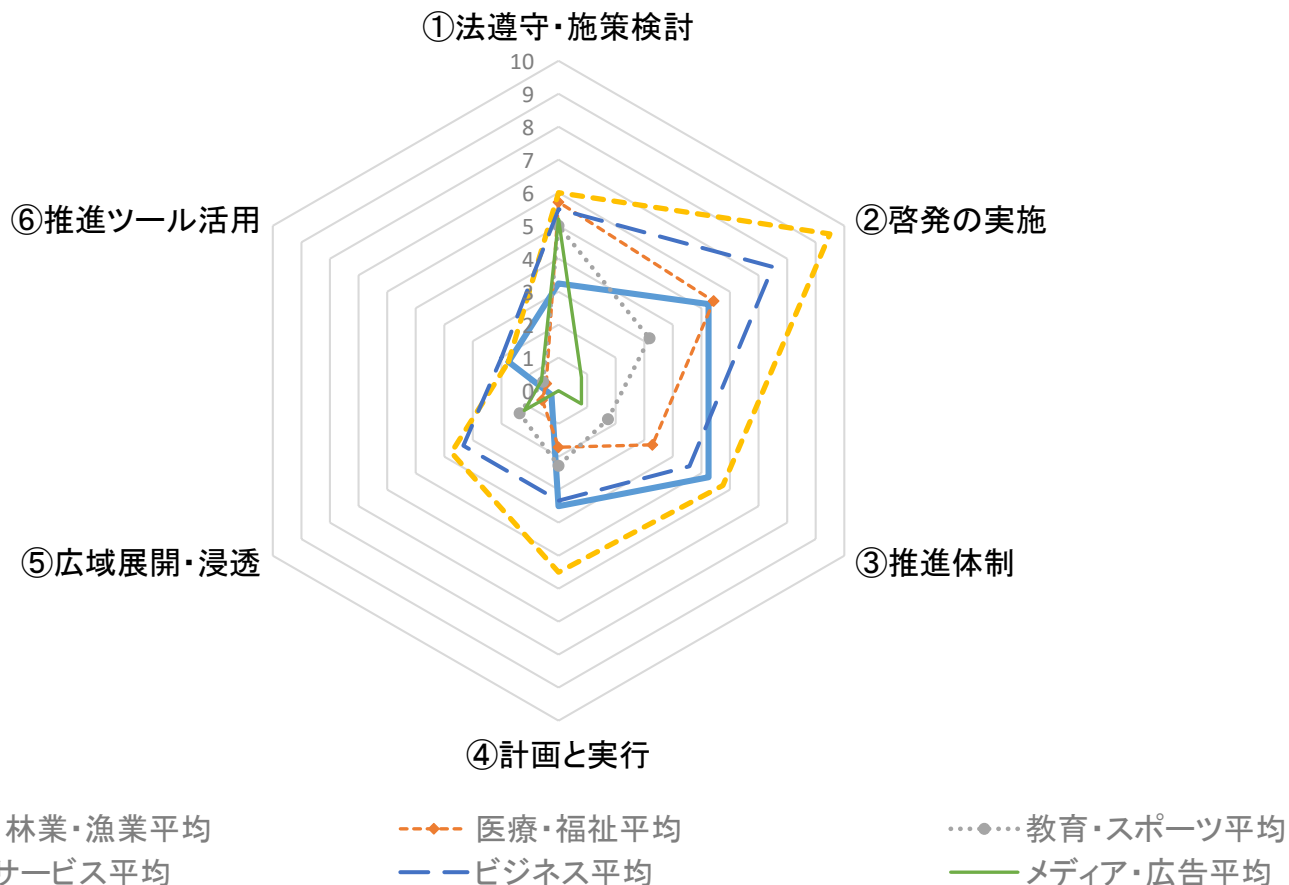
・主に事務局状況で回答(ビジネス)

・4、5、6、8、9、11、12、13、14、15、17、18の設問については、実情にふさわしい選択肢がない、または設問の意味が掴み兼ね適切な回答ができないため、すべて「全くあてはまらない」にチェックを入れています(メディア・広告)

## (2)各業界における男女共同参画推進の取組状況(セクター別)

各業界における男女共同参画推進の取組状況を25問の設問で確認。

チェック項目を①法遵守・施策検討②啓発の実施③推進体制④計画と実行⑤広域展開・浸透⑥推進ツール活用に分類し、取組状況をポイント集計。(※集計方法はP.9参照)



※例 ①法遵守・施策検討：性別に関わらず働き方改革の推進をしている ②啓発の実施：意識啓発のセミナーやイベントを定期的で開催している ③推進体制：団体事務局には一定数以上の男性が入っている ④計画と実行：女性活躍推進についてトップからのメッセージを発信している ⑤広域展開・浸透：潜在人材の掘り起こしのために学生向けイベントを開催している ⑥推進ツールの活用：女性活躍推進に関するマニュアルやチェックリストを作成・配布している

### (3)参加団体のベストプラクティス事例とナレッジポイント

各セクターごとに最もポイント合計が高い団体の取組内容をヒアリングし、そのうちの3団体に当チームの会合で取組とその成果についてシェアいただいた。推進の背景とナレッジポイントは以下の通り。 ※詳細資料は別添

#### ●農業・林業・漁業セクター：全国農業委員会女性協議会

～目標設定とモニタリング、下部組織と連携した全国展開～

推進背景：女性が多く労働従事する分野でもあり、戦後早い時期から女性の地位向上の取組が行われてきた。

##### ▼ナレッジポイント

- (1) 農水省と連携して、全国の農業委員における女性比率を目標設定し、モニタリングを実施(PDCA)
- (2) 全国の下部組織、キーマンへの丁寧な接続
- (3) 現在も残存する課題・壁として、地域・家庭における固定的性別役割分担意識。業界を超えた意識変革が必要。

#### ●ビジネスセクター：日本建設業連合会

～各社の競争・共創のメカニズムを活用し、業界をあげた女性活躍ムーブメントを創出～

推進背景：建設分野の需要に対する圧倒的人手不足。

##### ▼ナレッジポイント

- (1) 業界団体として推進組織(チーム)を設置。国交省と連携し、業界の目標設定、モニタリングを実施(PDCA)
- (2) ベストプラクティスの表出、表彰⇒競争・共創のメカニズムで各社における推進を促進
- (3) 現在の課題感は、女性に特化した施策による男性との温度差。多様な人材に対象を広げた展開を検討中。

#### ●専門サービスセクター：日本公認会計士協会

～女性会計士の分母を増やす施策と、意思決定層を増やす施策を同時展開～

推進背景：企業のガバナンス強化に向けた社外取締役需要の高まりを背景に、公認会計士、特に女性公認会計士の需要が増加⇒数の確保が急務。

##### ▼ナレッジポイント

- (1) 16地域会を有する単一協会であることを生かして本部内に推進組織を設置し、地域会と連携して推進。
- (2) 自主的に目標設定し、モニタリングを実施(PDCA)。定期的なトップ交代でも推進力が衰えない工夫も。
- (3) 女性会計士が辞めず活躍できる活動と増える活動(女子学生等への啓発で資格受験者増など)の両輪で展開。



## 【今後に向けての提言】

### 塚越学 特定営利法人ファザーリング・ジャパン 理事／当チームコーディネーター

私が経済チームのコーディネーターとして活動して気づいたのは、連携会議に参画する意識の高い団体ですら取り組み格差が大きいことや、連携会議が単なる一過性の勉強機会に過ぎず、本来の連携会議の目的である参画団体同士が連携し社会にインパクトを与える動きになっていないことでした。そこで、まず参画団体の実態を把握するために調査し、参画団体やその業界の無意識の偏見、女性活躍やダイバーシティ取り組みの見える化を試行しました。そして、今年度はこの調査で数値の良かった参画団体の良い事例を共有し、連携会議の活動により一歩踏み込むことができたと思っています。

しかし、参画団体だけではジェンダーギャップの大きい日本社会は変わっていきません。この調査結果やセルフチェックシートをぜひ皆さんの自社の経営者や従業員、業界団体、経済団体、地域企業同士の勉強会などで活用いただき、日本社会がより前進する力に変えてくださることを期待します。

### 小安美和 株式会社Will Lab 代表取締役／当チーム副コーディネーター

どの業界においても意思決定層の多くを男性が占めているという状況が改めて可視化されたこと、性別役割分担意識、アンコンシャスバイアスの存在も可視化できたことが一つの成果。現状を見つめながら、今後のありたい姿に向けて各業界で議論が進むきっかけとなれば調査の意義がさらに高まります。まずはどの業界にも課題が存在するということを認識し、ベストプラクティスから学びを得ながら、全国各地の企業、職場におけるジェンダー平等が進むことを期待します。今回作成した調査票をチェックシートとして、ぜひ各業界、企業でジェンダー平等に向けたレベルチェックをしていただけたらと思います。

### 稲垣精二 第一生命ホールディングス株式会社 代表取締役社長／第一生命保険株式会社 代表取締役

セクターごとでの差はあるものの多くの団体で意思決定は男性が担っている状況であり、業界問わず課題であると改めて認識できた。各団体の男女の構成にもよるが、部門ごとの偏りも多く存在している現状もあるとも考えられ、アンコンシャスバイアスをなくすことが目指すべきダイバーシティだろうと考える。女性活躍推進はもちろん多様な人財が活躍できる組織づくりに向け、行動から企業の風土・文化を変えていく取組も重要である。男女の固有役割分担意識は社会全体で変えていく必要があり、各取組を横断的につなぎ、地域社会との連携を進め、事例の共有を行いながら日本全体でダイバーシティ推進ができればと考えている。



## 【今後に向けての提言】

### 井上拓磨議員 株式会社はたらクリエイト 代表取締役

84%の業界団体が回答し男女共同参画の現状を把握できたことは大きな1歩となりました。もともと女性が活躍している業界や、人手不足など危機感を有している企業に関しては、業界全体で男女共同参画が進んでいることに対して、そのほかの業界では把握できていないか進んでいない印象を受けました。より一層男女共同参画を推進していくには企業個々に活動を浸透していく必要があります。男女共同参画が一般語に近くなってきている反面、このアンケート結果をみると啓蒙だけでは限界があります。そのため数値目標を定め企業規模にかかわらず義務化を図る必要があると感じています。

### 国保祥子議員 静岡県立大学経営情報学部 准教授

調査手法に関する課題が多少残されはするものの、まずは業界ごとの状況を可視化する状況を作ったことが本調査が成し遂げた大きな貢献であると思います。業界ごとに比較することで、どの業界に改善が必要なのかが明白になりました。業界や企業の内部の方とお話ししていると、客観的な印象とは異なった状況把握をされている方も少なくなく、そうした認知のズレやバイアスに一石を投じる存在に本調査がなればと思います。経営層の皆さまは是非セルフチェックツールとして、従業員の皆さまは社員からみた印象を会社に伝えるコミュニケーションツールとして、広く利用いただくことを願っています。

### 林裕子議員 山口大学大学院技術経営研究科 教授（特命）

業界別の集計でジェンダーギャップの改善が進んでいるところとそうでないところの違いが出たことは有意義であった。また、現在の位置を定量的、客観的に把握できることは意義深い。反面、業界別に働き方が違うためその改善方法を考えるにあたり、必ずしも、他業界のベストプラクティスが当てはまらないことも多いので、個別の対応も必要である。

### 松永幸子議員 ハロー 代表／一般社団法人女性起業家スプラウト代表理事

男女共同参画・女性活躍について各市区町村や企業でも啓発そのものは進んでいると個人的な感覚ですが感じてきたとおり、男女共同参画推進連携会議の参加団体へのこのアンケート結果によると、啓発は出来たが、取り組みは進んでいないといった現状が知れました。ベストプラクティス事例にある「女性比率を目標設定し、モニタリングを実施（PDCA）」のような計画と「業界をあげた女性活躍ムーブメントを創出」の仕掛け、そして遂行できる体制づくりを、それぞれの機関等が取り組むことで、ここからより男女共同参画が進むことを期待します。

## 参考

## (参考)(2)のチェック項目と取り組みフェーズ／ポイント

- ✓ 各取組フェーズごとに「取り組んでいて成果が出ている」、「取り組んでいるが成果は出ていない」をポイント化
- ✓ フェーズごとに10点満点になるよう、難易度を加味してポイントを配分。

チェック項目	取り組みフェーズ	10点法	成果出ている	成果出していない
(20)性別に関わらず働き方改革の推進をしている	①法遵守・施策検討	3	2	1
(1)女性活躍推進について当団体として取り組むことを検討している	①法遵守・施策検討	1		1
(21)男性の育休取得や、性別に関わらず仕事と育児・介護等との両立支援を推進している	①法遵守・施策検討	3	2	1
(5)定点観測としたアンケートや実態調査は実施している	①法遵守・施策検討	3	2	1
(8)セミナーやイベントは地方にも機会が提供されている	②啓発の実施	3	2	1
(6)意識啓発のセミナーやイベントは定期的を開催している	②啓発の実施	3	2	1
(7)ネットワークづくりを目的とした交流会は定期的を開催している	②啓発の実施	4	2	2
(24)団体事務局には一定数以上の男性が入っている	③推進体制	1		1
(4)事務局のほかに、ワーキンググループ(分科会・委員会)が設置されている	③推進体制	2	2	1
(3)女性活躍推進に関する予算がついている	③推進体制	2	1	1
(2)女性活躍推進をするための事務局が立ち上がっている(人員が確保されている)	③推進体制	3	2	1
(14)女性活躍推進体制として各現場からの声が拾えるボトムアップの仕組みがある	③推進体制	2	1	1
(13)女性活躍推進についてトップからのメッセージを発信している	④計画と実行	2	1	1
(11)管轄省庁の女性活躍推進方針、目標値などと整合し、連携できている	④計画と実行	2	1	1
(10)女性活躍推進は短期・中期計画通り実施している	④計画と実行	2	1	1
(12)達成目標値とその達成時期を設定している	④計画と実行	2	1	1
(9)女性活躍推進は短期・中期計画を策定している	④計画と実行	2	1	1
(22)潜在人材の掘り起こしのために学生向けイベントを開催している	⑤広域展開・浸透	2	1	1
(23)潜在人材の掘り起こしのため若者向けへのPRとしてSNSなどを駆使している	⑤広域展開・浸透	2	1	1
(25)運営メンバーには業界外のメンバーも入り、多様な意見で反映できる仕組みがある	⑤広域展開・浸透	3	2	1
(19)女性そのものだけでなく、その所属チームや上司にも焦点を当てた施策がある	⑤広域展開・浸透	3	2	1
(18)テーマ推進のキャンペーンやポスターなど日常業務の中で触れる工夫をしている	⑥推進ツール活用	2	1	1
(17)女性活躍推進に関するマニュアルやチェックリストは作成・配布している	⑥推進ツール活用	2	1	1
(15)業界内外へのPRとしてロゴを作成している	⑥推進ツール活用	3	2	1
(16)業界内外に向けて、業界独自の女性活躍施策名がある	⑥推進ツール活用	3	2	1