

報道機関各位



「コア人材としての女性社員育成に関する調査」結果概要

3年以内に課長(ないし課長相当職)になる可能性のある職位に占める女性の割合は約1割

財団法人 日本生産性本部

産業界労使、学識経験者などで構成している財団法人日本生産性本部（理事長 谷口恒明）と、働く女性と企業を応援するワーキングウーマン・パワーアップ会議（事務局：日本生産性本部）は、「コア人材としての女性社員育成に関する調査」を実施した。本調査の狙いは、コア人材として活躍できる女性社員の層の厚みを増していくことが企業経営戦略として重要であるとの認識から、女性社員の育成を推進する上での課題を明らかにし、具体的・効果的な支援のあり方を検討するために行ったものである。調査結果の主なポイントは以下のとおり。

1. 女性社員の活躍が推進されている状態とは、課長及び課長相当職以上の職位につく者が増えることと、女性社員の仕事に対するモチベーションが高いことと考える企業が約7割。

女性社員の活躍が推進されているとは、仕事の男女の役割分担をなくすことから、次のステージへと移り、課長等の職位につくことや仕事のモチベーションが高いことと考える企業が多くなっている。取組みの主なきっかけは、優秀な人材の活用と社内の活性化である。

2. 3年前と比べて課長(ないし課長相当職)以上の女性が増えた企業は5割以上。

しかし、3年以内に課長(ないし課長相当職)になる可能性のある職位に占める女性の割合は約1割

3年前と比較して、課長ないし課長相当職以上の女性が増えた企業は5割を超えているが、3年以内に課長ないし課長相当職になる可能性のある職位に占める女性の割合は約1割程度にとどまっており、管理職全体に占める女性の割合の大幅な改善には繋がりにくい状況にある。

3. 課題は、女性社員の意識と管理職の理解とする企業が半数以上。

管理職の意識改革には、経営者からのメッセージと女性管理職の増加が効果的とする企業が7割以上

女性社員の活躍を推進する上で、女性社員の意識が一番の課題であると7割以上が回答。昇進や昇格することへの意欲が乏しいことが課題となっている大きな理由である。次いで、管理職の理解・関心が薄いことが5割以上であるが、管理職の意識改革には、経営者からのメッセージと女性管理職の増加が効果的とする企業が7割以上となっている。

4. 女性管理職数が増加した企業の6割以上で、経営トップがメッセージを発信。

また、経営トップがメッセージ発信している企業の4割以上はビジネス面での効果を認識

3年前と比べて女性管理職が増加した企業では、6割以上の企業で経営者からのメッセージ発信を行い、4割以上の企業で経営計画での明文化や目標策定など経営方針への位置づけを行っている。また、経営トップからのメッセージ発信が行われている企業ほど、意識・風土の変化など各種の効果が強く表われているが、特に、ビジネス上の効果についても、4割以上で認識されている。

5. 育成を念頭に入れた計画的な配置・転換、社内キャリア・パターンの多様化が、女性社員の育成に効果的とする企業が9割以上。育成の取組みとして、メンター制度導入企業は2割弱

女性社員の育成のための各種施策は充実しつつあるが、育成を念頭に入れた計画的な配置・転換、両立支援のための福利厚生制度の充実、社内のキャリア・パターンの多様化が効果的と考える企業が9割以上である。メンター制度を導入している企業は2割弱であるが、現在取組みを行っていないが、効果的であると考えられる企業は約6割となっている。

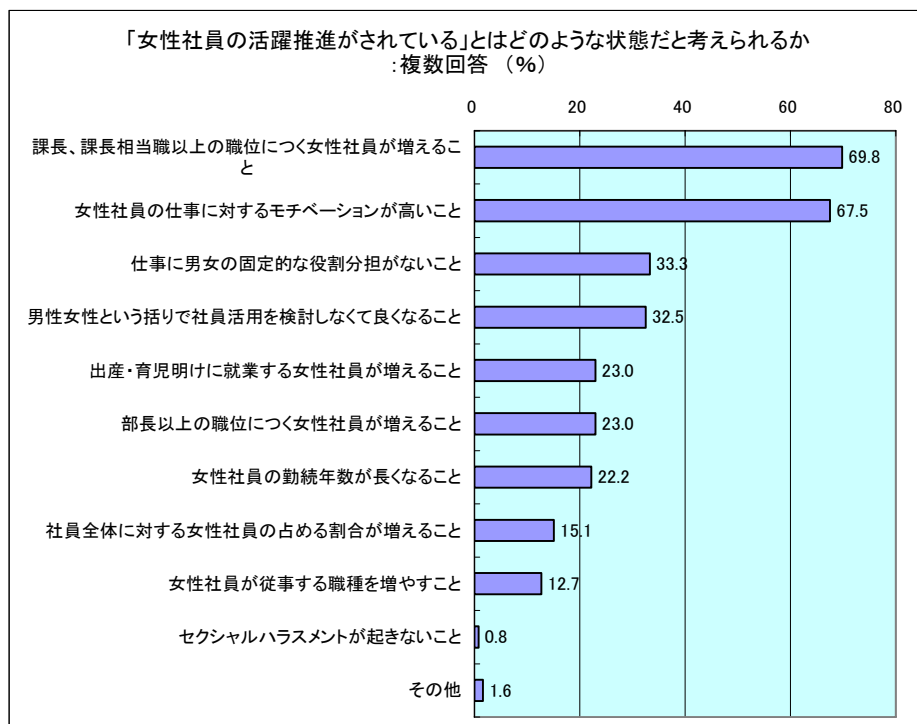
【お問合せ先】(財)日本生産性本部 社会労働部 笹・長谷川

〒150-8307 東京都渋谷区渋谷 3-1-1 TEL 03-3409-1122 FAX 03-3409-1007

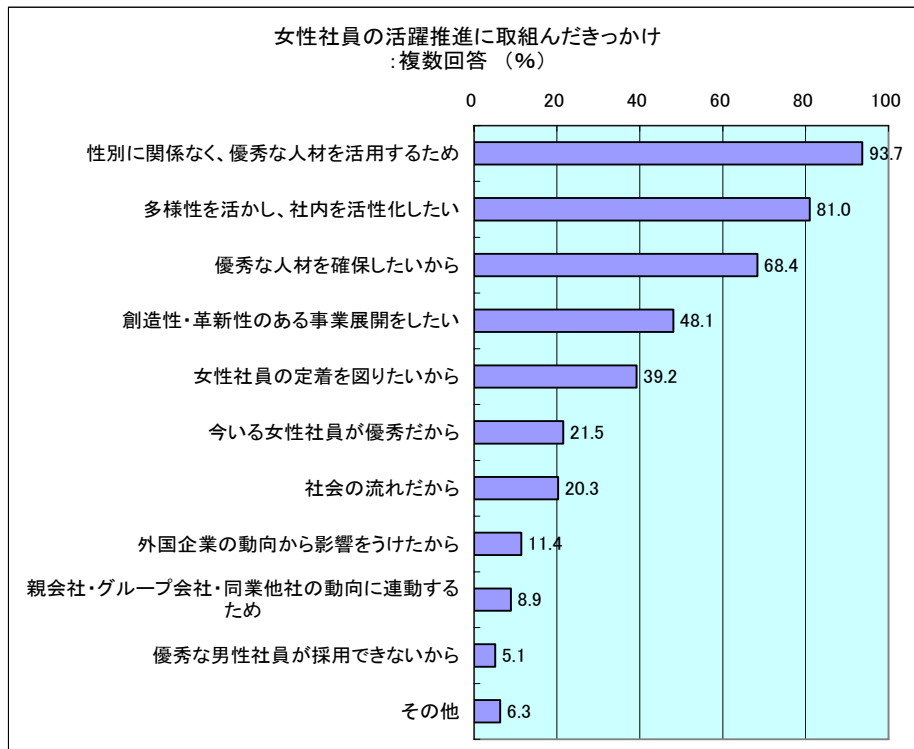
「コア人材としての女性社員育成に関する調査」 結果概要

1. 女性社員の活躍が推進されている状態とは、「課長、及び課長相当職以上の職位につく者が増えること」と「女性社員の仕事に対するモチベーションが高いこと」と考える企業が約7割

- 「女性社員の活躍が推進されている」とはどのような状態と考えるかについて、「課長、及び課長相当職以上の職位につく者が増えること」(69.8%)、「職位に関係なく女性社員の仕事に対するモチベーションが高いこと」(67.5%)と回答する企業が最も多い。次いで、「仕事に男女の固定的な役割分担がないこと」(33.3%)、「男性、女性という括りで社員活用を検討しなくてよくなること」(32.5%)である。
- 女性社員の活躍が推進されているとは、仕事の男女の役割分担をなくすことから、次のステージへと移り、課長等の職位につくことや仕事のモチベーションが高いことと考える企業が多くなっている。



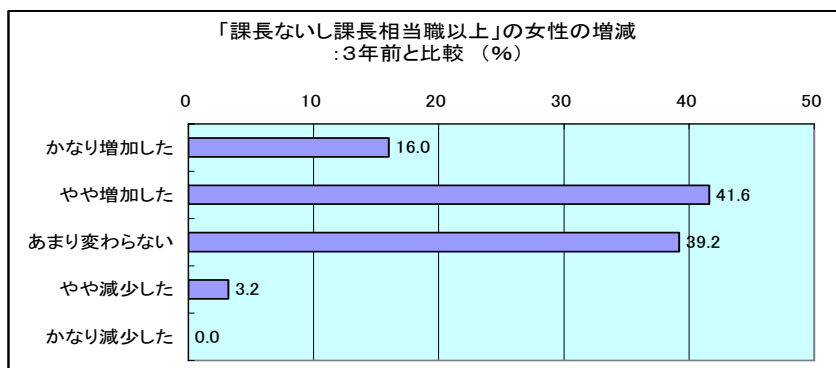
○女性社員の活躍推進に取り組んだきっかけは、「性別に関係なく、優秀な人材の活用するため」(93.7%)、「多様性を活かし、社内を活性化したい」(81.0%)、「優秀な人材を確保したい」(68.4%)と回答する企業が多くなっている。



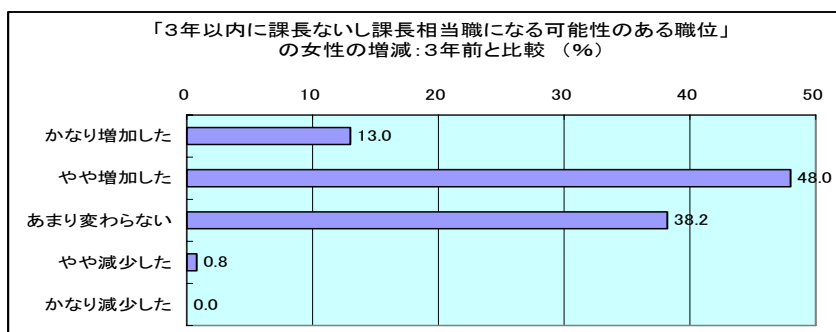
○女性社員に対する企業の認識は、優秀な人材を活用し、社内を活性化したいということを中心に、管理職登用やモチベーションアップによる活性化などを主眼としたものになってきている。このように、性別役割分担の克服という段階から、重要な「戦力」としていくことへと、より積極的な対応の段階に移ってきていると考えられる。

2. 3年前と比べて課長(ないし課長相当職)以上の女性が増えた企業は5割以上。しかし、3年以内に課長(ないし課長相当職)になる可能性のある職位に占める女性の割合は約1割

○課長相当職以上の女性は、3年前と比較してかなり増加した企業(16.0%)と、やや増加した企業(41.6%)とあわせ、全体の5割を超えている(57.6%)。一方、あまり変わらない企業も4割近い(38.2%)。



○また、今後3年以内に課長相当職になる可能性のある職位の女性は、3年前と比較して増加した企業は、かなり増加した企業(13.0%)とやや増加した企業(48.0%)とあわせると、全体の約6割(61.0%)。



○しかし、3年以内に課長ないし課長相当職になる可能性のある職位の男女比は約9：1で、女性が占める割合は、約1割(10.2%)にとどまっている。また、職位が上がるほど、女性の割合が半減している。

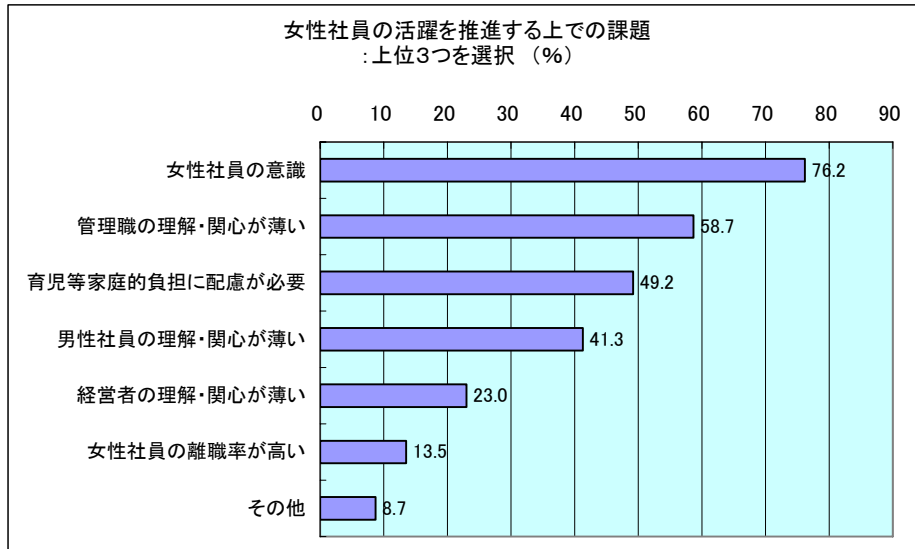
< 役職における男女比率 (%) >

従業員数	役員		部長ないし部長相当職		課長ないし課長相当職		3年以内に課長ないし課長相当職になる可能性のある職位の人	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
1～299人	97.2	2.8	92.6	7.4	90.0	10.0	86.3	13.7
300～999人	99.8	0.2	99.7	0.3	97.5	2.5	90.0	10.0
1000～4999人	99.6	0.4	98.8	1.2	96.7	3.3	90.5	9.5
5000人以上	98.1	1.9	94.1	5.9	92.2	7.8	91.0	9.0
全体	99.0	1.0	97.2	2.8	95.1	4.9	89.8	10.2

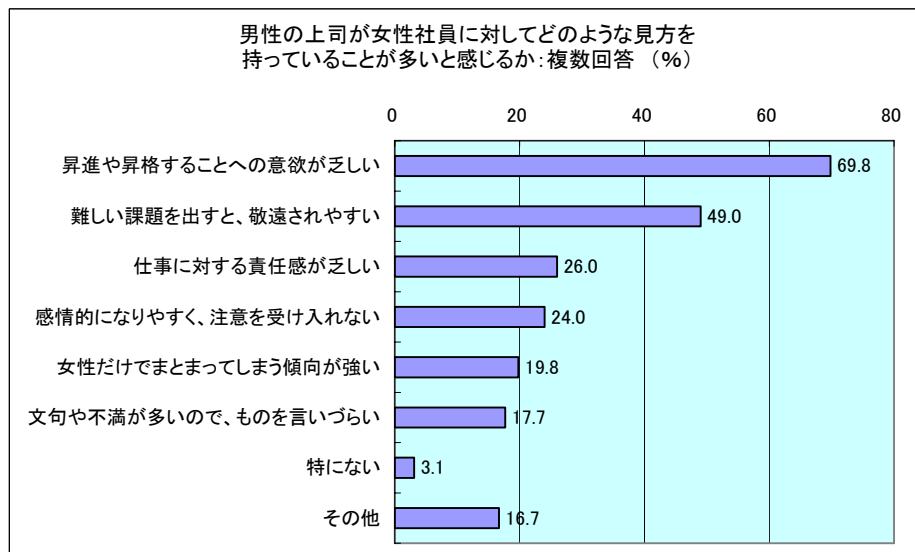
○課長等への登用を増やすためには、その候補者層を確保していく必要があるが、増加はしてきているものの、上記のように3年後の登用可能者に限っても全体の約1割と少ないため、今後の女性管理職比率の大幅な向上にはつながりにくい状況にあるといえる。

**3. 課題は、女性社員の意識と管理職の理解とする企業が半数以上。
管理職の意識改革には、経営者からのメッセージと女性管理職の増加が効果的と
する企業が7割以上**

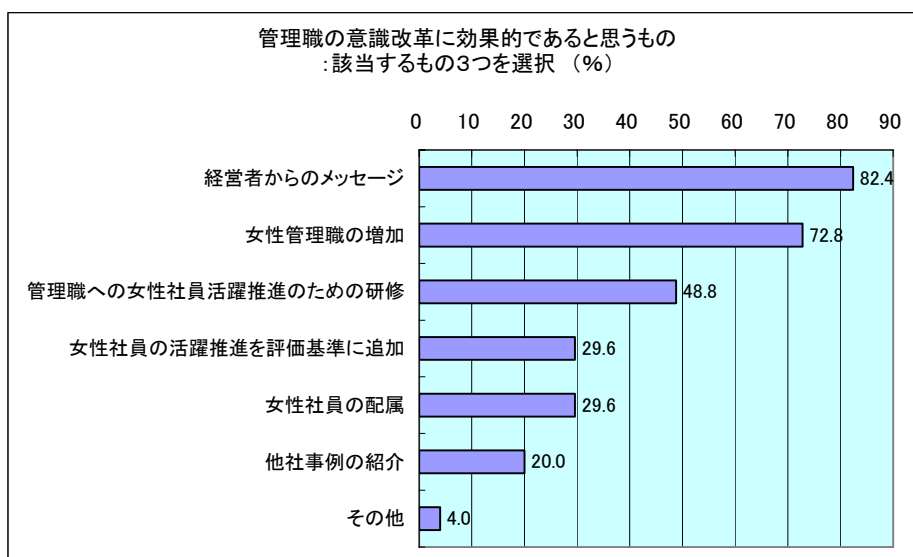
○女性社員の活躍推進上の課題では、「女性社員の意識」(76.2%)、「管理職の理解・関心が薄い」(58.7%)が多い。次いで、「育児等家事的負担に配慮が必要」(49.2%)、「男性社員の理解・関心が薄い」(41.3%)となっている。



○女性社員の意識が課題であると回答した中で、男性の上司が女性社員に対してどのような見方を持っていることが多いと感じるかについては、「昇進や昇格することへの意欲が乏しい」(69.8%)、「難しい課題を出すと敬遠されやすい」(49.0%)となっている。



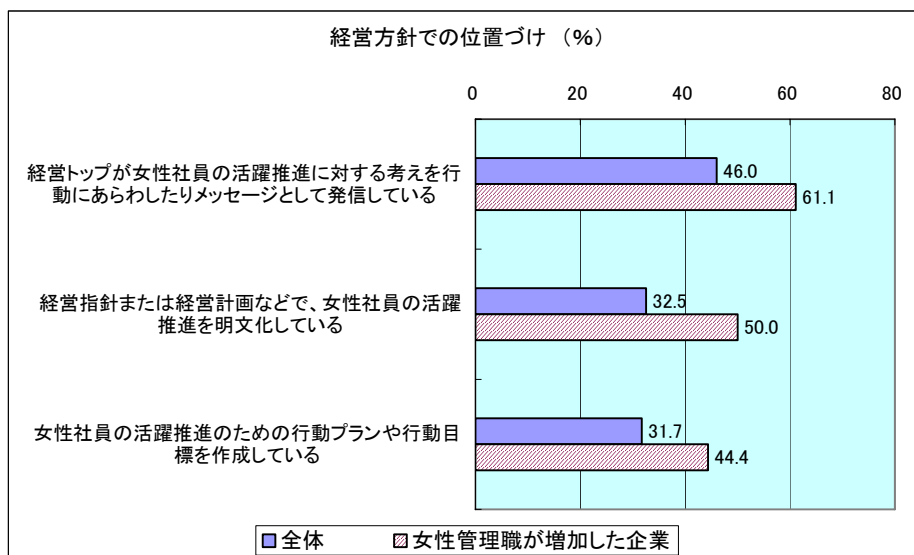
○また、管理職の意識改革に効果的なものとしては、「経営者からのメッセージ」(82.4%)、「女性管理職の増加」(72.8%)をあげる企業が大多数で、次いで、「管理職への女性社員活躍推進のための研修」(48.8%)が多く、上位3点となっている。



○女性活躍推進に取り組む上で、女性自身の意識が最も課題とする企業が多いが、同時に、管理職の理解・関心の薄さも大きな課題となっている。女性活躍推進への取組みを活発化していくためには、女性社員の意識を高めることと、経営トップからの積極的なメッセージ発信などにより管理職の意識を変えていくこと、この二つの改善に向けた取組みが不可欠である。

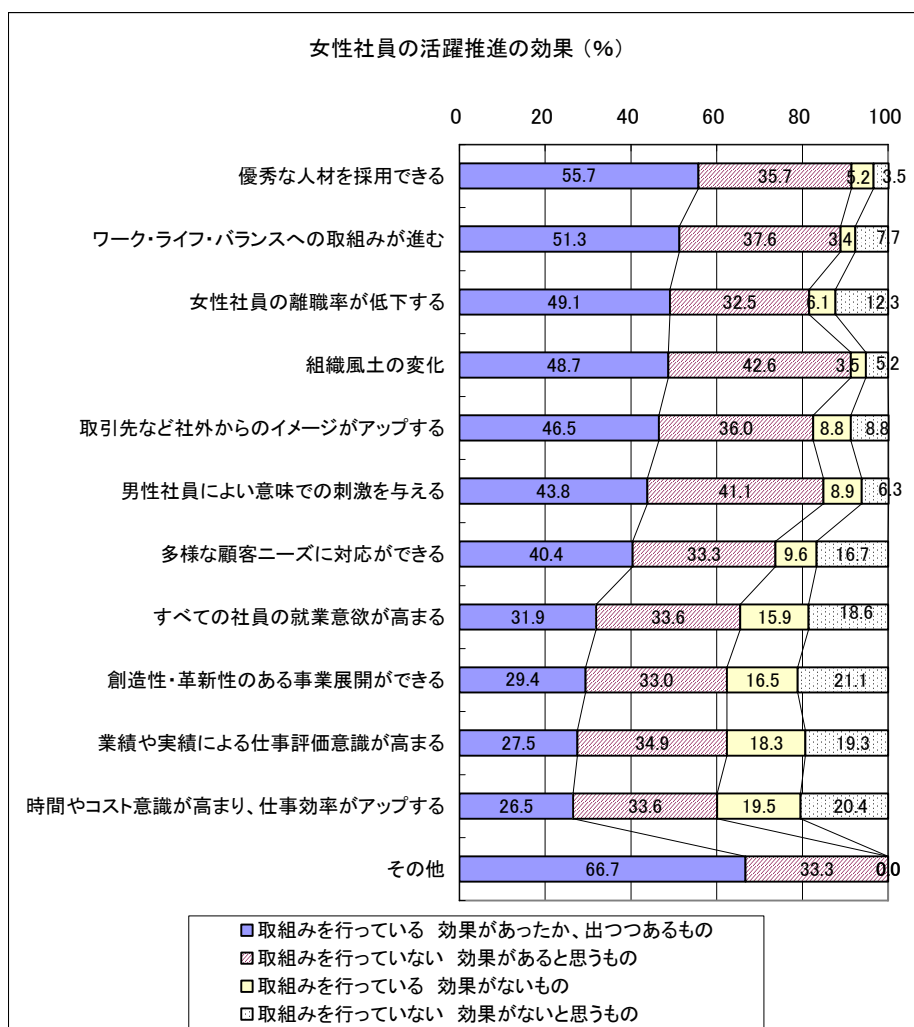
4. 女性管理職数が増加した企業では、6割以上で経営トップがメッセージを発信。また、経営トップがメッセージ発信している企業の4割以上はビジネス面での効果を認識

○ 3年前と比べて女性管理職が増加した企業では、6割以上が、経営トップが女性社員の活躍推進に対する考えを行動にあらわしたり、メッセージとして発信をしている。また、5割の企業で経営計画での明文化を行い、4割以上の企業で目標策定など経営方針への位置づけを行っている。

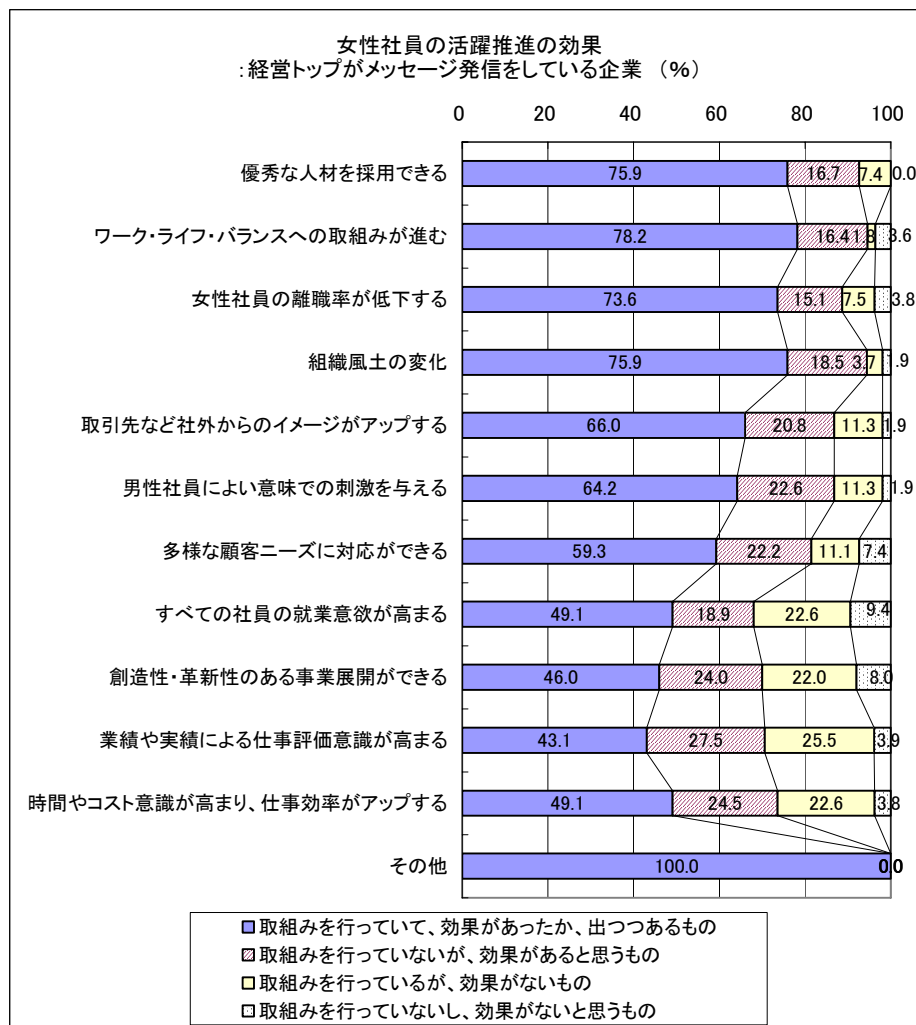


○女性活躍推進に取り組んだ効果としては、「優秀な人材を採用できる」(55.7%)、「ワーク・ライフ・バランスへの取組みが進む」(51.3%)、「女性社員の離職率が低下する」(49.1%)、「組織風土の変化」(48.7%)、「取引先など社外からのイメージがアップする」(46.5%)、「男性社員により意味での刺激を与える」(43.8%)の順となっており、総じて、社員の行動や意識面への変化に関する効果への認識が強い。

一方、「創造性・革新性のある事業展開ができる」(29.4%)、「業績や実績による仕事評価意識が高まる」(27.5%)、「仕事効率がアップする」(26.5%)、など、上記の効果よりも少ないものの、事業展開への好影響などビジネスや生産性の面での直接的な効果をあげる企業も約3割弱になっている。



- 「経営トップがメッセージ発信をしている」企業では、各種の効果が強く表われているが、「多様な顧客ニーズに対応できる」(59.3%)、「時間やコスト意識が高まり、仕事効率がアップする」(49.1%)、「創造性・革新性のある事業展開ができる」(46.0%)、「業績や実績による仕事評価意識が高まる」(43.1%)など、事業展開への好影響など、ビジネスや生産性の面での直接的な効果があると考える企業が多い。



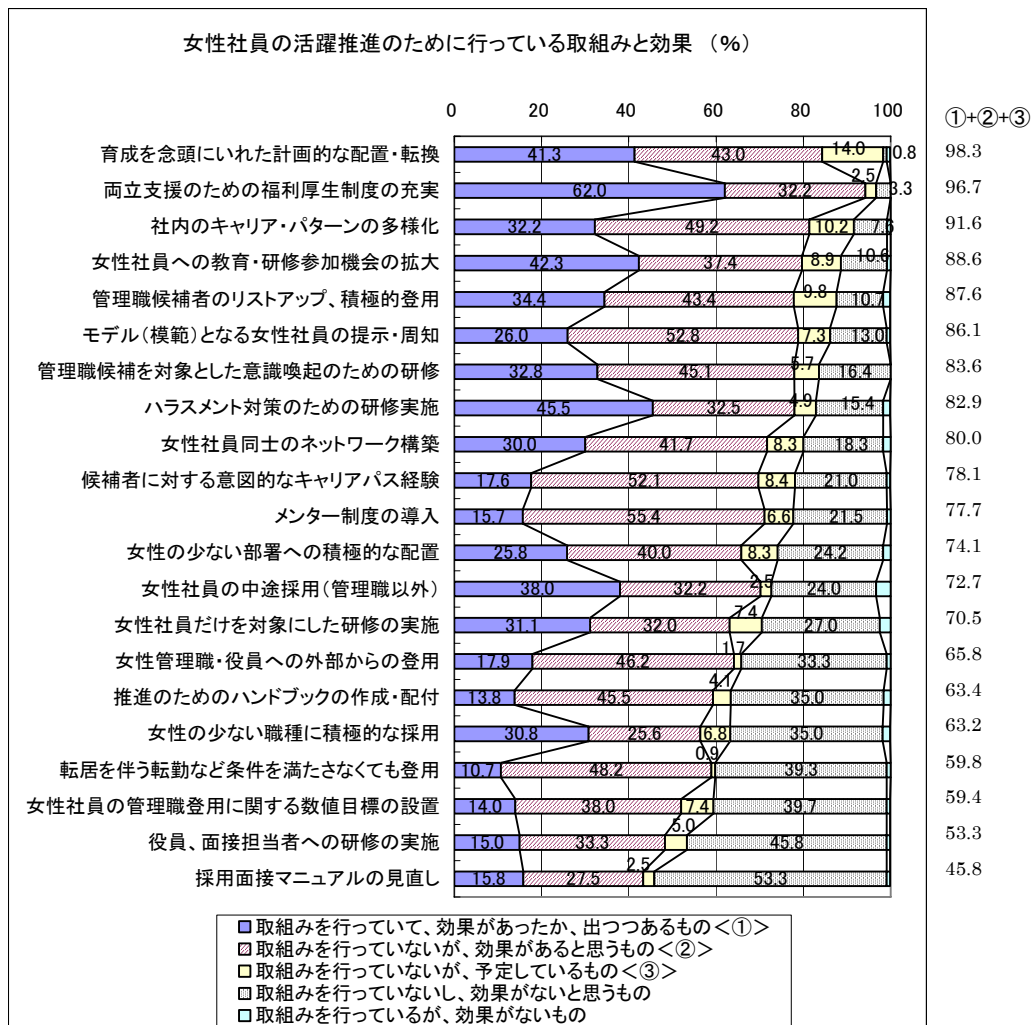
- 女性の活躍推進には、経営トップの意識が不可欠であり、かつ、経営指針での明文化、行動計画の作成などの形で、これを具体化することも必要になっている。特に、経営トップからのメッセージ発信は、管理職の意識を変え、女性の意識を高める上で効果的であり、女性管理職数の増加に繋がっていくと考えられる。女性活躍推進への取組みをさらに活発化するには、それがビジネス上の効果に結びつくという認識を経営者がもつことが重要である。

5. 育成を念頭にいった計画的な配置・転換、社内キャリア・パターンの多様化が女性社員の育成に効果的とする企業が9割以上。育成の取組みとして、メンター制度導入企業は2割弱

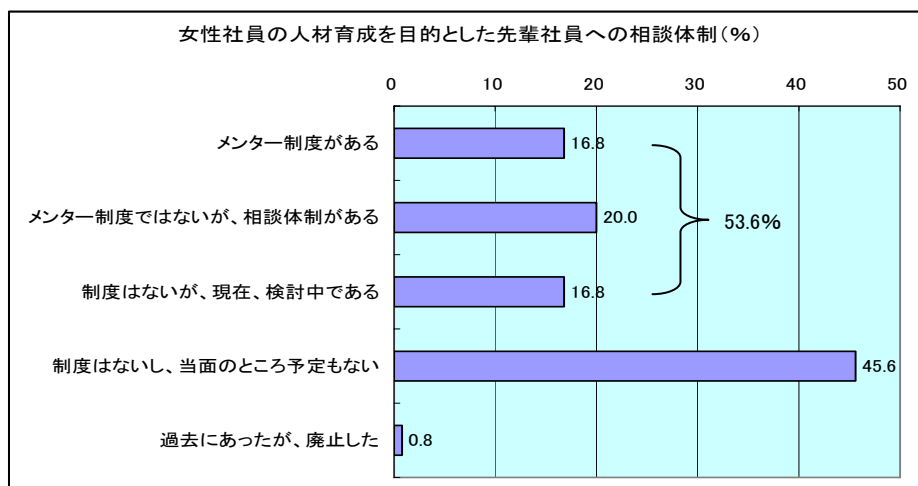
○女性社員の活躍推進のために行っている取組みの中で、効果があったか出つつあるものとして、「両立支援のための福利厚生制度の充実」(62.0%)、「ハラスメント対策のための研修実施」(45.5%)、「女性社員への教育・研修参加機会の拡大」(42.3%)、「育成を念頭にいった計画的な配置転換」(41.3%)があげられている。

○効果があったか出つつあるもの<①>、取組みとして行っていないが効果があると思われるもの<②>と予定しているもの<③>、これら3つをあわせると、「育成を念頭にいった計画的な配置・転換」(98.3%)、「両立支援のための福利厚生制度の充実」(96.7%)、「社内のキャリア・パターンの多様化」(91.6%)、「女性社員への教育・研修参加機会の拡大」(88.6%)、「管理職候補者のリストアップ、積極的登用」(87.6%)、「モデル(模範)となる女性社員の提示・周知」(86.1%)があげられて、多くの企業で効果があると見られている。

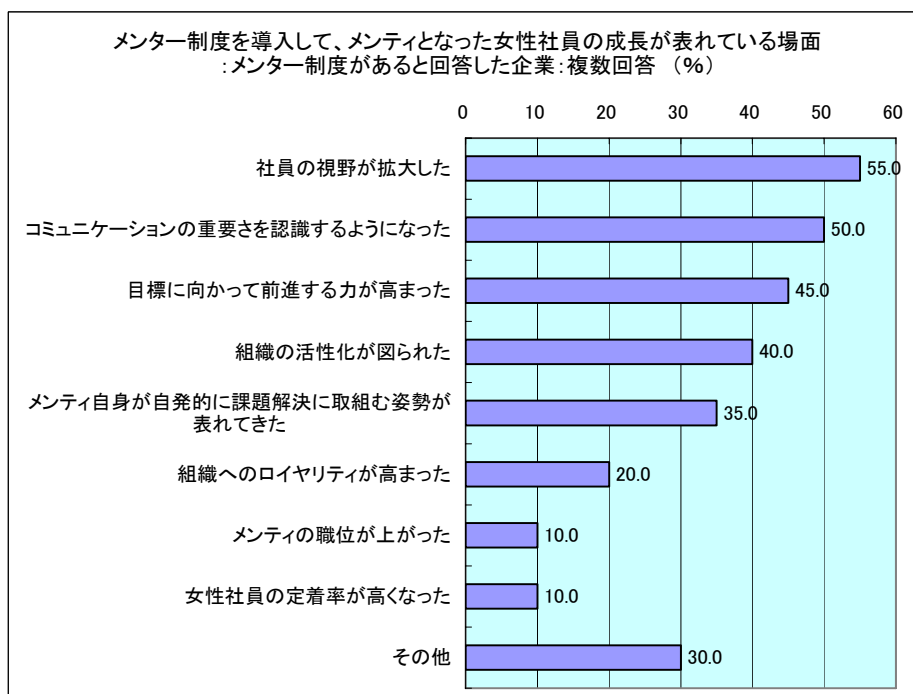
○また、取組みとして行っている割合は低いものの、取組みを行っていないが効果があると思われるもの(行っていないが予定しているものを含む)として、「メンター制度の導入」(62.0%)、「候補者に対する意図的なキャリアパス経験」(60.5%)、「モデル(模範)となる女性社員の提示・周知」(60.1%)があげられている。



○女性社員の人材育成を目的とした相談体制については、「メンター制度がある」(16.8%)、「何らかの相談体制がある」(20.0%)、「制度はないが、現在検討中である」(16.8%)となっており、これらをあわせると5割以上(53.6%)であり、「制度はないし、当面のところ予定もない」(45.6%)と回答した企業を上回った。



○メンター制度のメンティへの効果では、「社員の視野が拡大した」(55.0%)、「コミュニケーションの重要性を認識するようになった」(50.0%)、「目標に向かって前進する力が高まった」(45.0%)が多くなっている。



○女性社員の活躍推進には施策の充実が必要であり、計画的な配置転換やキャリア・パターンの多様化、女性社員の研修機会の拡大などに取り組む企業が多くなっている。今後の施策としては、メンター制度の導入、意図的なキャリアパス経験、モデルとなる女性社員の提示・周知などを考える企業が多い。このうちメンター制度を導入している企業はまだ少ないが、企業の女性活用が進む中で関心が高まることも考えられる。

参考

1. 調査の概要

- (1) 調査名 : コア人材としての女性社員育成に関する調査
- (2) 調査目的 : コア人材として活躍できる女性社員の層の厚みを増していくことが企業の経営戦略として重要である。本調査は、コア人材としての女性社員育成を推進する上での様々な課題を明らかにし、具体的かつ効果的な支援のあり方を検討するために実施する。
- (3) 調査対象 : 企業調査 上場・非上場企業 3, 0 0 0 社
(人事担当責任者、または、ダイバーシティ推進責任者)
- (4) 実施時期 : 2 0 0 9 年 7 ~ 8 月
- (4) 調査方法 : 企業調査 アンケート調査票郵送、郵送回収
- (5) 回収数 : 1 2 9 社
- (6) 調査実施機関 : 財団法人日本生産性本部

※本調査では、コア人材を「課長ないし課長相当職以上」と考えている。(相当職とは、企業の組織系列の各部署において、専任職、スタッフ管理職等と呼ばれている役職を含む)

2. ワーキングウーマン・パワーアップ会議について

日本生産性本部では、仕事意欲に燃える女性と企業を応援し、性別ではなく個々人の意欲や能力に応じて処遇を行う、実効性のある仕組み作りを目指して、2008年9月に、「ワーキングウーマン・パワーアップ会議～仕事意欲に燃える女性と企業を応援する民間運動～」を立ち上げました。

少子高齢化、グローバル化が加速する中で、企業が持続的な成長を遂げるためには、女性の育成・活用・登用は不可欠であり、ワーク・ライフ・バランス推進の動きとあわせて、女性が従事する仕事の質や処遇の向上に取り組むことが求められています。

当会議では、女性の活躍推進を加速するため、下記重点目標に取り組んでまいります。

ワーク・ライフ・バランス社会の実現にむけた運動推進(「次世代のための民間運動～ワーク・ライフ・バランス推進会議～」2006年8月設立)とともに、本会議の活動を両輪として、「個」を活かすことのできる社会の実現にむけた実効性ある運動を展開しています。

◆活動の重点目標

- (1) 経営者・管理職の意識改革と職場の風土改革の推進
意欲や能力ある女性への仕事領域拡大や昇進機会提供について、男性経営者・管理職への理解と職場の風土改革を推進する。
- (2) メンターによるサポートの促進
女性の第一線での活躍を支援する相談相手、メンターによるサポートの必要性を提案する。
- (3) 女性、及び女性の活躍を応援する人々によるネットワークの形成
仕事意欲をもち向上心ある女性や、女性の活躍を応援する企業と人のネットワーク化を推進する。
- (4) 女性の能力を活かせる社会の実現
ライフステージの変化に直面しても、継続就業が可能な職場環境や社会システムの整備を目指す。