

調査結果概要

(1) 調査の概要

アンケート調査について

事 項	概 要
調査対象	・平成 18 年度 8 月～10 月の市の入札における契約及び落札業者 712 社 ・平成 19 年度 1 月～ 5 月の市の入札における契約及び落札業者 451 社 合計 = 1,163 社
調査方法	・郵送送付・FAX 回答
調査期間	・平成 18 年度：平成 18 年 11 月 22 日～12 月 8 日 ・平成 19 年度：平成 19 年 7 月 23 日～ 8 月 8 日
回 収 数	・平成 18 年度 326 社 (回収率 45.8%) ・平成 19 年度 200 社 (回収率 44.3%) 合計 = 526 社 (回収率 45.2%)
有効回収数	・平成 18 年度 319 社 (有効回収率 44.8%) ・平成 19 年度 197 社 (有効回収率 43.7%) 合計 = 516 社 (有効回収率 44.4%)

ヒアリング調査について

アンケート調査協力事業所の中から、5 社に対してヒアリング

(2) アンケート調査結果概要

【回答者の特徴と分析上の留意点】

《契約区分別の特徴及び分析上の留意点》

市の入札における契約及び落札をした事業者を調査対象としたが、調査事業者がそもそも工事請負 50.9%、測量・設計 14.1%と偏っていることを反映して、回答事業者は、約 7 割が工事請負 (260 件 50.4%) や測量・設計 (88 件 17.1%) に関するものとなっている。次いで業務委託 85 件 (16.5%)、物件の買入 / 借入 77 件 (14.9%) の順となっている。

従って、工事や測量関係にかなり偏った契約に関わる事業者構成になっているということに留意する必要がある。

《業種別回答者の特徴及び分析上の留意点》

契約区分上の偏りがあるため、最も多い業種は「建設業」268件(51.9%)、その次は「サービス業」の84件(16.3%)となっている(なお、「サービス業」84件の契約内訳は、工事請負と測量・設計に関するものが約7割となっている)。以上のように、契約上の構成の特徴を踏まえて、業種別も「建設業」や工事関係の「サービス業」にかなり偏った構成になっていることに留意する必要がある。

「平成18年事業所・企業統計調査速報集計結果」によれば、建設業の全事業所に占める割合は名古屋市内で約6.7%に過ぎない。最も多い業種は卸売・小売業の28.3%、次いで飲食店・宿泊業の15.8%となっている。

また、「運輸・通信業」「金融・保険業」はそれぞれ3社しか回答が寄せられていないため、必ずしも業種全体の傾向を反映していない可能性が高いことに留意する必要がある。

《従業員規模別回答者の特徴及び分析上の留意点》

従業員規模別では、10~99人が約半数を占め、次いで9人以下の約28%で、100人未満で3/4を占めており、300人以上は11%となっている。

業種別で見ると、製造業は比較的規模の大きな事業所が多く(300人以上36.1%)、逆に規模の小さい事業所が多い業種は「電気・ガス・水道業」(9人以下47.6%、99人以下を合わせると95.2%)。但し、大規模事業所もあるため、1社平均の従業員数は最も多い業種となっている。)「建設業」(9人以下33.6%、99人以下を合わせると83.6%)の順となっている。

但し、従業員の定義をしていなかったため、従業員数は、契約事業所単位で答えた事業者と、会社全体の従業員数を答えた事業者が混在している点は留意する必要がある。

また、同じく特に定義をしていなかったため、直接雇用していない派遣社員等が含まれている可能性がある点も、留意する必要がある。

「平成18年事業所・企業統計調査速報集計結果」によれば、市内全事業所の平均従業員数は11.2人となっており、また、企業規模別で見ても、同16年調査で県下では9人以下が70.9%、10~99人が26.1%、100~299人2.1%、300人以上0.9%となっている。事業所単位で見ても、企業単位で見ても、回答事業者の規模は大きいといえる。

【全体的特徴】

事業者における男女平等参画を進めるための取り組みは、全体的な傾向として、従業員数が多い事業者ほど実施されている。

9人以下の事業所でも、何らかの取り組みは3割近くが実施している。

- ・最もよく実施されていたものは、労働時間の柔軟化など働き続けやすい配慮（44.8%）
- ・次に多いのが、採用権限のある者に女性を含める選考の中立性を確保（42.8%）

役職者の女性比率は、従業員数が少ない事業所ほど高い傾向にあった。

- ・家族経営で女性役職者がいるケースも多いと思われるが、家族経営とはいえもう少し規模の大きな事業所でも大規模な事業所よりも比率が高くなっている。このことは、中小企業は人材獲得をめぐる状況が厳しいため、有能な人材の確保・定着が重要であり、経営基盤の強化のために全従業員の定着・育成・能力開発に力を入れている結果が、こうした数字に現れていると見ることも出来るかもしれない。

次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画について、提出を義務付けられていない300人未満の企業においても、1割の事業者が行動計画を策定していた。

- ・平成19年6月末現在の行動計画提出（愛知県下）は、301人以上の企業が95.5%、300人以下では173社が届け出ていると報告されている。300人未満で1割策定している（届出の有無に係わらず）という調査結果は、高い数値と見ることは出来るのではないかと。

従業員数が100人未満の事業者と100人以上の事業者では、男女雇用機会均等法の改正内容についての認知度の格差が大きかった（100人以上の事業者の認知度が高い）。

業種別に見ると、事業者における男女平等参画を進めるための取り組みは、「製造業」「卸売・小売業・飲食店」「サービス業」で比較的良好に実施されている。

9人以下事業所における取り組みベスト10

1	女性が働き続けやすい配慮（労働時間の柔軟化など）	44.8%
2	採用権限のある者に女性を含め、選考の中立性を確保	42.8%
3	男女ともに使いやすい器具、設備等を導入（トイレや更衣室など）	35.2%
4	所定外労働（残業、休日出勤等）の削減のための措置（ノー残業デー等）	33.8%
5	女性の責任感、意欲向上の配慮（会議での発言機会等）	31.7%
6	電話対応、会議準備、社内郵便の仕分け等を男女で分担	30.3%
7	各種研修、教育機会への女性の参加を積極的に奨励	28.3%
8	セクハラ防止について従業員に周知（ミーティングやポスター・マニュアル等）	28.3%
9	妊娠中及び出産後における配慮	28.3%
10	各業務に必要な知識、スキル、仕事の手順等の明確化	26.9%

【事項別概要】(カッコ内の頁記載は、該当の調査結果集計表の掲載頁を示す)

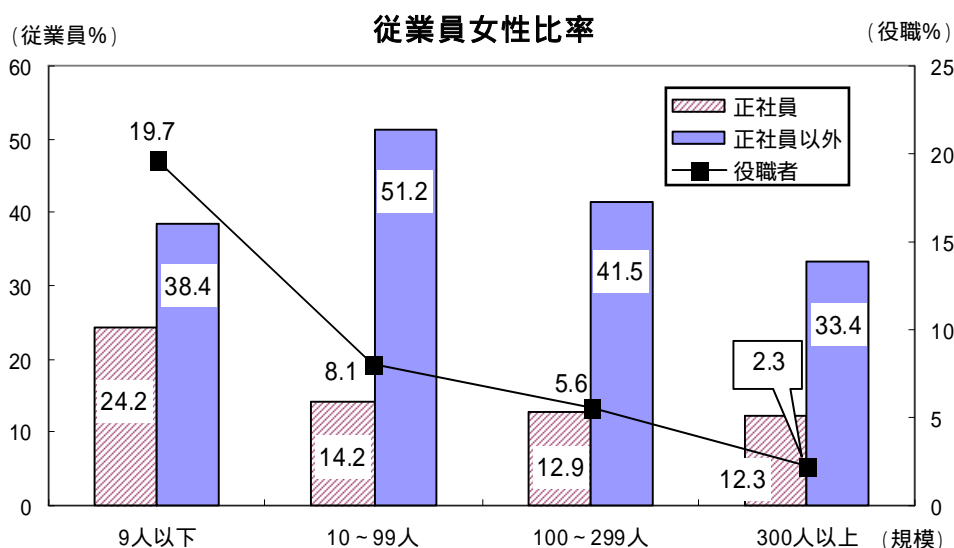
1 従業員数と女性比率

従業員規模 (規模別=28頁、業種別=37頁)

- ・従業員数別で見ると、正社員以外を含む従業員数 100 人未満が 389 社 (75.4%) であり、そのうち 10 人未満が 145 社 (28.1%) である。
- ・業種別に見ると、製造業はやや規模が大きく、建設業はやや規模の小さい所が多い。

従業員女性比率 (規模別=28頁、業種別=37,38頁)

- ・従業員 (正社員) に占める女性の割合は 12.6% であり、正社員以外の従業員でも女性の割合は低かった (35.9%)。なお、従業員 10 人未満の事業者の女性の割合が比較的高い。
「平成 16 年事業所・企業統計調査結果」によれば、市内雇用者の正社員の女性比率は平均 28.2% とされており、最高がサービス業の 31.3%、次いで卸売・小売業の 27.6% となっている。また、回答者の最も多かった建設業で 12.7% となっている。市平均に比べ、女性比率はやや低い結果となっている。
- ・役職者に占める女性の割合は 3.4% であるが、従業員 10 人未満の事業者では 19.7% であるのに対し、300 人以上の事業者では 2.3% で、従業員数が多くなるに従って割合が低くなっている。
- ・業種別に見ると、従業員女性比率は「金融・保険業」が約 4 割 (正社員) と圧倒的に高いが、女性の役職者はいない。従業員女性比率が次に高いのは「卸売・小売・飲食店」(正社員 2 割弱) だが、ここは女性役職者比率も 5.6% と最も高くなっている。女性役職者比率が次に高い業種は、「サービス業」(4.9%) となっている。



採用状況 (規模別=28,29頁、業種別=38頁)

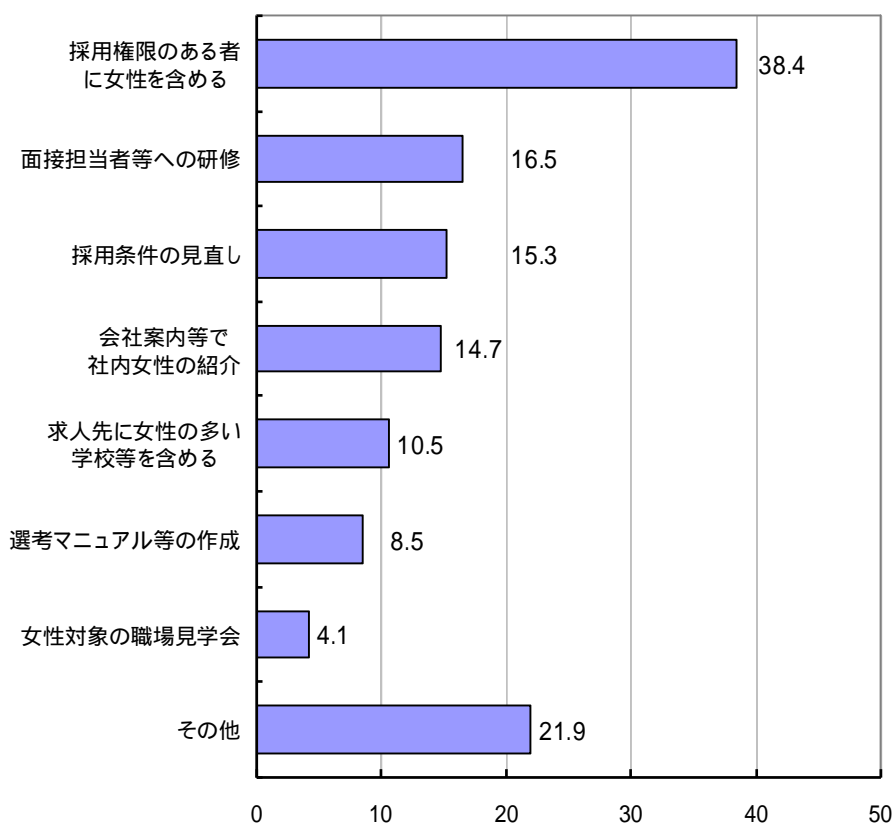
- ・採用についても、正社員・正社員以外ともに男性が多く、昨年と比較して採用が増えているのも男性である。
- ・採用状況を業種別に見ると、「卸売・小売・飲食店」「金融・保険業」で、女性が増えていると回答した事業者の方が男性が増えていると回答した事業所より多いか同等となっている。

2 女性の活躍

女性の採用への取り組み (規模別=29頁、業種別=39頁)

- ・「採用権限のある者に女性を含め、選考の中立性を確保している」(38.4%)
ことが最も取り組まれている事項である。なお、この事項については、9人以下の事業所が42.8%と最も高い比率で取り組んでいる。
- ・従業員300人以上の事業者では、
「会社案内等で社内で活躍している女性を積極的に紹介」(49.1%)
する取り組みが最も行われている事項となっている。
- ・業種別で見ると、女性比率が最も高かった「金融・保険業」は特に取り組みをしておらず、「卸売・小売業・飲食店」「製造業」「サービス業」で比較的良好に取り組まれている。

女性採用に向けた取組み



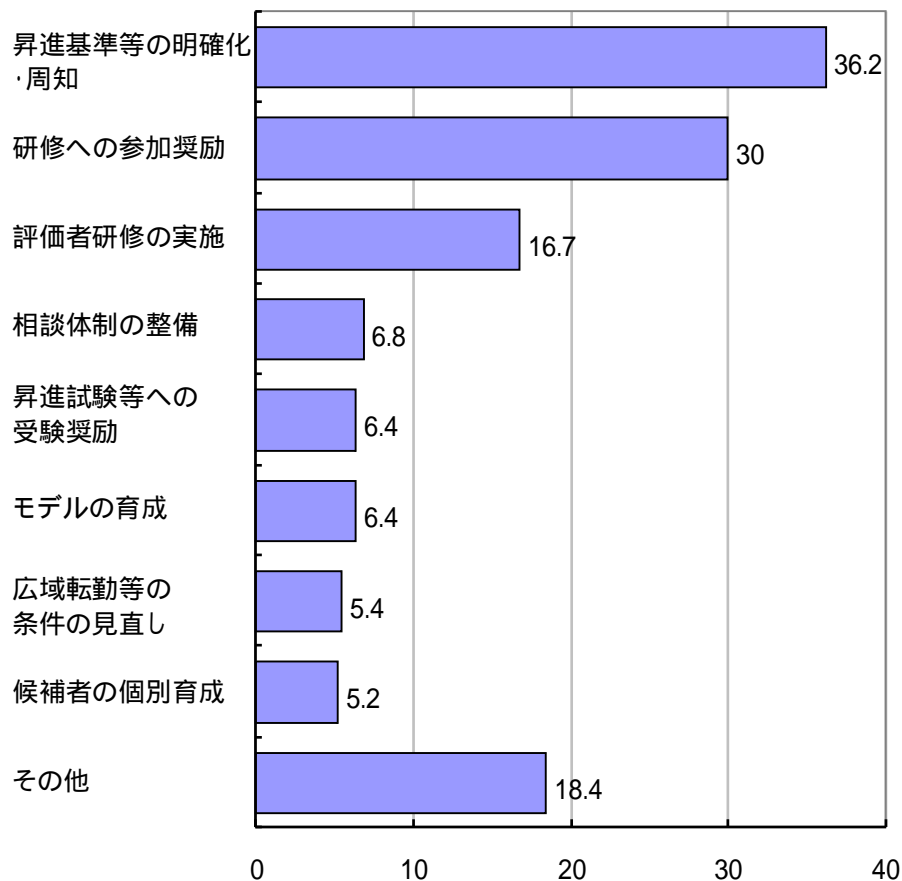
女性の職域拡大への取り組み (規模別=30頁、業種別=39頁)

- ・「男女ともに使いやすい器具、設備等を導入している(例:トイレや更衣室の整備等)」(51.0%)
ことが最も取り組まれている事項であった。
- ・従業員数の多い事業者では、
「自己申告制度、社内公募制度等を導入している」
ことや
「新たな職域を目指す者に対し、知識、スキルの習得を支援している(例:通信教育の補助等)」
などにも多く取り組んでいる。
- ・業種別で見ると、職域拡大の取組みにおいても、「製造業」「卸売・小売業・飲食店」「サービス業」で比較的良好に取り組まれている。

女性の管理職登用への取り組み（規模別=30,31頁、業種別=40頁）

- ・「人事考課基準、昇進・昇格基準等を明確化し、従業員全員に周知している」(36.2%)
ことが最も取り組まれている事項であり、次いで
- 「各種研修、教育機会への女性の参加を積極的に奨励している」(30.0%)
となっている。
- ・従業員数が少ない事業者でも、
- 「各種研修、教育機会への女性の参加を積極的に奨励している」
には比較的多くの事業者が取り組んでいる(9人以下の場合、28.3%で最も多く取り組ん
でいる事項となっている)。
- ・従業員数の多い事業者では、
- 「男女に公正な人事考課を行うための評価者研修を実施している」
ことも多く取り組まれている(300人以上で45.6%、100人~299人で27.1%)。
- ・業種別で見ると、「製造業」「卸売・小売業・飲食店」で比較的良好に取り組まれている。

女性管理職登用の取り組み



正社員化の仕組み・実績（規模別=32頁、業種別=41頁）

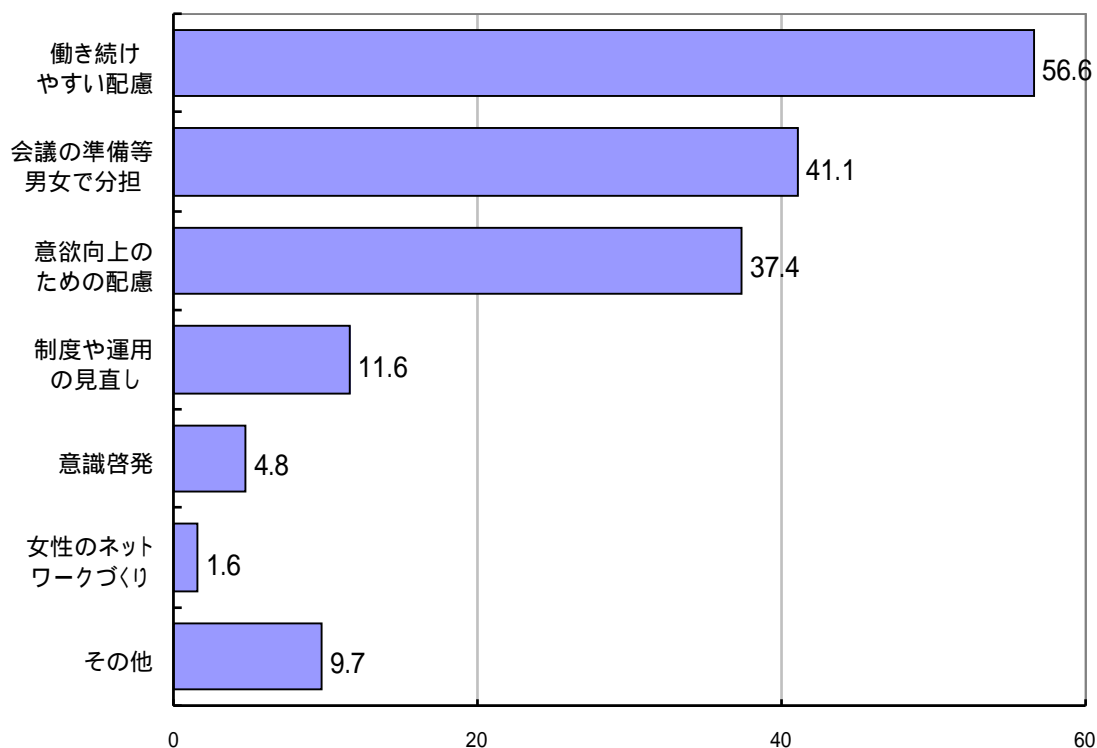
- ・「正社員に転換・登用の仕組みや慣習などは特にない」(34.3%)が最も多く、次いで、「「仕組み」とまでは言えないが、実態として、意欲・能力のあるパートタイマーを必要に応じて正社員に転換・登用する慣習がある」(27.7%)となっている。
- ・全体的に、この取り組みについては、従業員規模による差があまりない。

3 職場環境

女性が働きやすい職場環境整備への取り組み（規模別=31頁、業種別=40頁）

- ・「女性が働き続けやすい配慮をしている（例：労働時間の柔軟化、仕事と家庭や個人生活のバランスを保つための配慮等）」（56.6%）
ことが最も取り組まれている事項であり、次いで、
「電話対応、会議の準備、社内郵便の仕分け等を男女で分担している」（41.1%）
となっている。
- ・「女性の責任感、意欲を向上させるための配慮をしている（例：会議等で女性に発言や提案を求める等）」
については、従業員の規模による差があまりなく、30～40%（平均 37.4%）が実施している。
- ・「女性従業員間のネットワークづくりへの支援」については、従業員の多い事業者を含め、ほとんど取り組まれていない（1.6%）。

女性が働きやすい職場環境整備



セクシュアル・ハラスメント防止（規模別=32頁、業種別=41頁）

- ・「セクシュアル・ハラスメントの防止に対する会社の考え方を明確化している」（37.4%）
「セクシュアル・ハラスメントの防止について従業員に周知している」（36.6%）
が多く取り組まれている事項である。
- ・300人以上では、7割を超す（77.2%）事業所が相談窓口を設置している。
- ・従業員数の少ないほど、セクハラ防止の取り組みがされていない傾向にある。
- ・業種別に見ると、「金融・保険業」は、3社と回答数が限られているが、100%実施されている。また、「製造業」「卸売・小売業・飲食店」「サービス業」でも比較的良好に取り組まれている。

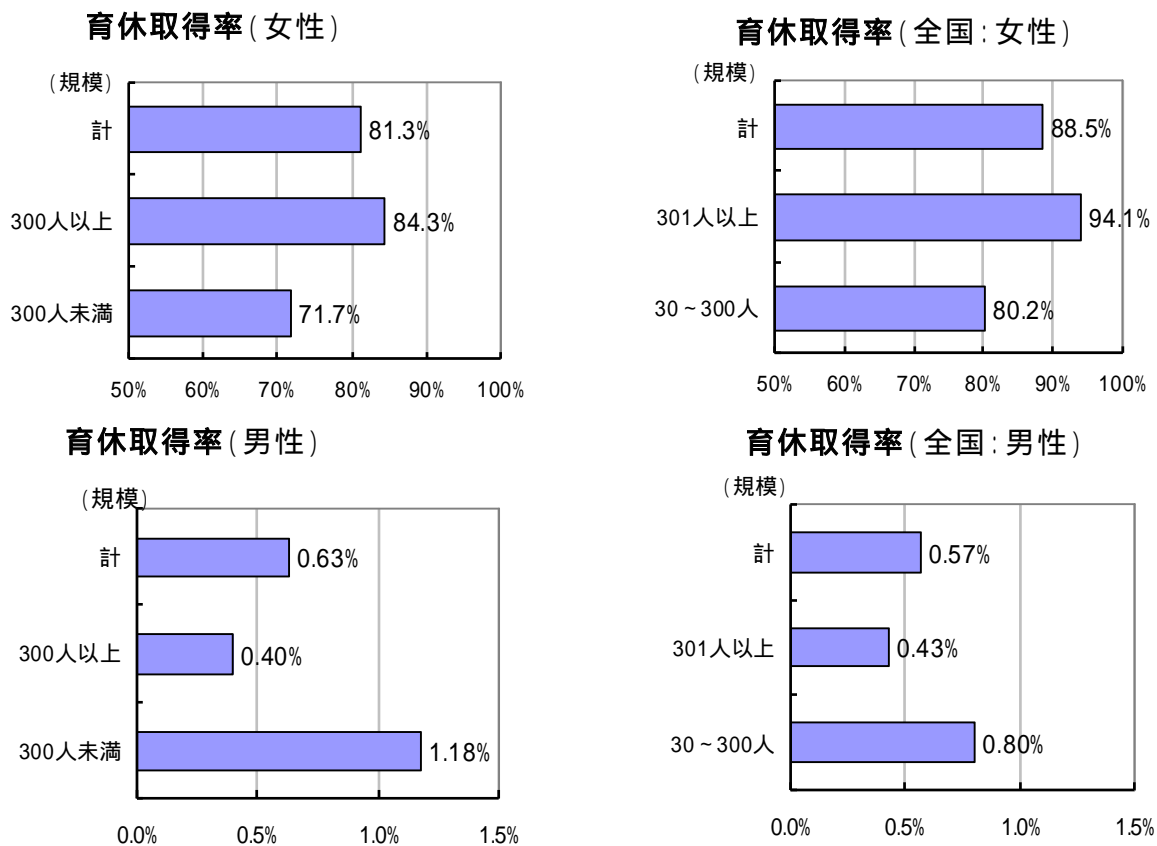
4 ワーク・ライフ・バランス（仕事と生活の調和=両立）

次世代育成支援対策推進法について（規模別=33頁、業種別=42頁）

- ・300人未満の事業者でも、48事業者（10.5%）が行動計画を策定している。
- ・法律自体を知らない事業者が178社（34.5%）、そのうち従業員10人未満の事業者が78社（10人未満の事業者の53.8%）である。

育児休業制度（規模別=33頁、業種別42頁）

- ・育児休業取得率は女性が81.3%、男性が0.6%である。
- ・従業員数10人以上99人以下の事業者での男性の育児休業取得率が3.2%と相対的に高い。
- ・従業員数が多くなるほど、女性の育児休業取得率は高くなっている。
- ・業種別に見ると、建設業の女性取得率が大変低くなっている（43.7%）が、男性育休取得の実績は、他の業種と同様出ている（4人、0.4%）



育児休業の利用促進への取り組み（規模別=33,34頁、業種別=43頁）

- ・「育児休業の利用促進に対する会社の考え方を明確化している」（58.1%）ことが最も取り組まれている事項である。
- ・管理職への研修や男性の育児休業利用促進への取り組みは、従業員数の多い事業者を含め、あまり取り組まれていない。

- ・「妊娠中及び出産後における配慮をしている」（51.0%）が最も多い。
- ・「従業員が子育てのための時間を確保できるようにするための措置を実施している」は、300人以上の事業所では80.7%と最も高い取り組みとなっており、「育児休業を取得しやすく、職場復帰しやすい環境を整備している」も300人以上では66.7%と高い割合で実施している（100～299人規模の事業所でも、時間確保の措置で55.7%、環境整備で45.7%が取り組んでいる）。

- ・「所定外労働（残業・休日出勤等）の削減のための措置をしている」（44.0%）が最も多い。次いで、「年次有給休暇の取得促進のための措置をしている」（36.2%）となっている。
- ・「短時間正社員や隔日勤務等の多様な働き方を導入している」や「これまでの職場優先の意識や性別役割分担意識を是正する意識啓発を実施する」については、従業員規模による違いがあまりなく、全体として1割程度となっている。



『「ワーク・ライフ・バランス」推進の基本的方向 報告』より

（平成19年7月：男女共同参画会議「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）に関する専門調査会」）

< 中小企業にとってのワーク・ライフ・バランス >

中小企業においては、特に人材獲得をめぐる状況が厳しい中、ワーク・ライフ・バランスに取り組むことで、有能な人材を確保し定着させることは極めて重要である。個々の従業員の事情を把握しやすく柔軟な対応が可能である等の利点もあり、こうした利点を生かして、個々の企業の実況にあった取組について、実現できるものから積極的に取り組む必要がある。大企業と比べて相対的に女性比率が高い中小企業において、女性の活躍を促進する観点からも、ワーク・ライフ・バランスに取り組むことの意義は大きい。

5 法認知

男女雇用機会均等法の改正について（規模別=35頁、業種別=45頁）

- ・改正事項を知っている事業者は全体の5割程度であった。
（間接差別の禁止51%、妊娠・出産等を理由とする不利益取り扱いの禁止55.6%、男性に対するセクハラ対策51.6%）
- ・従業員数100人未満では、改正内容を知っている事業者の割合が低い。
（間接差別の禁止41.4%、妊娠・出産等を理由とする不利益取り扱いの禁止46.3%、男性に対するセクハラ対策40.9%）
- ・業種別では、「製造業」で認知度が高くなっている。

市の男女平等参画について（規模別=36頁、業種別=45頁）

- ・「男女平等参画推進なごや条例」を知っている事業者は全体の39.1%であった。
- ・「つながれっとNAGOYA」を知っている事業者は全体の26%であった。
（平成17年度市民を対象に行った調査での「つながれっとNAGOYA」の認知度は、約1割であった。）
- ・認知度については、従業員規模による違いはそれほど大きくない。
- ・なお、国のチャレンジ支援について、「製造業」で認知度が高くなっている。

6 自由意見及び要望（46～48頁）

- ・自由意見欄に記載があった事業者は、全体の13.0%である。

意見の中には、行政からの更なる周知・啓発を求める声や、取組事例の紹介を求める声などがあつた。また、さらなる子育て支援を求める声も寄せられた。

なお、官公庁担当者（特に役職）が女性技術者に対して不安感や奇異な目で見ることが多いのではないかと、という指摘もあつた。

(3) ヒアリング調査結果概要 (詳細結果 49~59 頁)

ヒアリングは、5社に対して実施した。選択基準は、女性役職者、女性育休職者がいる社の中で、取組にある程度以上をつけている会社の中からを選んだ。

業種としては、建設業1件、卸売・小売・飲食店2件、サービス業1件、その他1件である。また、企業規模は、正社員数で100人以下1件、500~999人1件、1,000人以上3件である。以下、ヒアリングを通じて見えてきたことの概要を記載する。

会社としての明確な姿勢 = 方針

会社の方針・姿勢として、男女の関わらず、個人として能力を発揮し、スキルアップを図りながら長く貢献してもらおうという考え方が明確になっていることが、さまざまな対応に生かされていることが伺われた。

会社の考え方は、男性・女性ということではなく、同じ人間、一人の人として活躍してもらいたいということである。会社は、女性の能力も評価している。

女性は、結婚・出産で営業から事務職に変わる人が多い。しかし、会社としては、営業職にも女性を入れていく方針である。病院にはチームを組んでいくこともあり、その中に男性も女性もいたほうがいい。(A社)

「社員とともに成長し続け、豊かな生活文化を創造する」ことを社の経営理念として掲げており、働きやすい職場で能力を発揮してもらうのが一番であると考えている。また、少子高齢化は確実に訪れるので、5年・10年後に苦しむことのないよう、早めに手を打つことが必要である。

トップの姿勢が明確に示されているので、気軽に相談できる雰囲気があり、それに応える気風もある。今後も、社員すべてが納得するやり方を模索しながら進めていきたいと考えている。(C社)

採用時の工夫

会社説明会で女性も積極的に業務の説明を行い、HP上でも現に活躍している女性を紹介するなど、女性が活躍している様子を具体的な形で示し、後に続く女性に入社への意欲と希望をかき立てている様子が伺えた。

採用は人事部の女性4人で担当している。女子学生には受けがいい。(A社)

説明会では女性も機械や技術の説明をしているので、女性の就職希望者に安心感を与えるようだ。HPでも、女性の先輩社員からのメッセージを積極的に掲載している。(C社)

人材育成

また、入社後もスキルアップを支援する仕組み(資格や技術取得の支援)や、応援する雰囲気があった。

社として活躍してもらおうという意識が、こうしたことにも反映していると思われる。

目標面接制度(年3回上司と部下が面接する)があり、そこで業務に必要な資格取得などを勧めており、合格した場合は祝い金を出す制度もある。(B社)

担当であれば当然女性社員も打ち合わせなどに積極的に連れて行く。しかし、まだまだ世間は女性技師に対してものめずらしげな対応をするので、送り出すときには頑張れと激励し、戻ってきたら「どうだった」と聞くなどして、女性社員の志気を盛り立てている。(C社)

入社して4~6年目の社員を対象に、キャリアデザイン研修を始めた。配置の見直しも含め、適材適所、モチベーションの向上のために行っている。昇級試験には基本的に全員が受験することになっている。(E社)

一人ひとりの状況に応じた柔軟な対応

個々の従業員の生活の状況に応じた柔軟な勤務対応がなされていた会社もあった。男女が働き続ける上で、生活の状況に応じた柔軟な対応は、重要である。

従業員規模がそれほど大きくないところほど、こうした小回りが利く。

しかも、こうした対応をしてくれる社への愛着が高まり、勤労意欲も高まると思われる。

育児と介護の負担を抱えた基幹職の男性の場合、本人と相談の上、週 1.5 日を在宅勤務対応とすることとし、専用のノートパソコンを支給して在宅で仕事ができるようにした。(C社)

育休取得等

育休については、既に実績があることもあり、取得が当たり前という雰囲気が出てきているように伺えた(但し、残念ながら男性にはまだそういう状況にはない)。

また、短時間勤務や時差勤務なども導入されている。

会社側から、引き続き復帰して働いてほしいというメッセージを示しているところも多かった。

復帰後は本人が申し出ない限り、元の職場に戻る。育休をとっている間は派遣社員で補う。21世紀職業財団の代替要員確保コース補助制度を活用している。

管理職女性が率先して取っているので取りやすい。

この仕事は専門知識が必要で経験がものをいうので、戻ってきてスキルを生かしてほしいという思いがある。(A社)

結婚出産を機に辞める人も何人かはいるが、会社としてもなるべく働き続けるよう働きかけている(最近採用への応募者も減っており、せつかく働いている人が辞めるのは損失になるので)状況で、働き続ける人が増えている。

また、職場の雰囲気として、育休をとることは普通のことという感じになっている。(B社)

育児休業は現在第1号の人が取得中。ちょうど育児・介護休業法の改正に伴う規程の改正作業をしていたときだったので、該当者に意向や要望を聞きながら、規程の改正作業を行った。育休中の今も、本人からの「こんな状況なのでこういうことができないか」という相談に、メールなどで対応している。

現在、一人が妊娠中で、今後育休に入る予定。育休を取得している先輩に相談しながら、準備しているようだ。先行事例があると、後に続く者は安心して取得できる。(C社)

育児休業制度は従来1年半であったが、今年から2年取れるようにするとともに、小学校3年生まで、時差勤務や時短勤務を選択できるようにした。

このような制度改正にあたっては、同業他社の動向を調査し、社員の意向調査を行って決定した。(D社)

課題、要望

子育てしながら働き続けることを困難にするような厳しい勤務実態に関しては、業界全体としての取組を求める声(D社)や、自由意見でもあったが、他社の積極的な取組例の紹介等を求める声もあった(E社)。また、子育て支援の充実を求める声も寄せられた(C社)。

まとめ

アンケート結果やヒアリングを通じ、会社の経営基盤を強化する取組みとしても、男女平等参画の推進は重要であると考えられる。つまり、男女に関わらず一人ひとりが活躍でき、仕事と家庭が両立できることが従業員にとって魅力的で、それにより勤労意欲が高まり、ひいては業績向上にもつながっていくと言えるのではないかと。

そのことが、アンケート結果やヒアリングを通じて感じられた。