

小売業界における女性活躍の 実態調査と対応について

2025年8月

経済産業省

はじめに

小売業は、長年にわたり、我が国の消費生活の基盤を支えている産業である。小売業には百貨店、スーパーマーケット、コンビニエンスストアやドラッグストアのように幅広い商品を取り扱う事業者や、電子商取引(EC)専門の事業者や専門商材を扱う事業者など多様な業態が存在し、それに伴い企業規模も異なる。

その一方で、国際情勢に起因する物価高の高騰や設備費・資材費の高騰、慢性的な労働力不足等、共通する経営課題は多い。とりわけ、労働力不足については、店舗規模の縮小や営業時間の短縮等の経営に直結する深刻な課題である。

今後は、デジタル投資による業務効率化等を図るとともに、企業の経営戦略に応じて、これまで十分に活躍していなかった多様な人材が活躍できる環境作りを早急に進めることが急務である。また、小売業の特徴として、店舗に配置される非正規雇用労働者が多い点が挙げられることも多く、こうした非正規雇用労働者の働き方等に対応していくことも求められる。

こうした背景の中、政府では2024年4月に矢田稚子内閣総理大臣補佐官(賃金・雇用担当、当時)を座長とする「女性の職業生活における活躍推進プロジェクトチーム」が設置され、男女間の格差を含めた女性活躍の推進に関する議論を開始した。本プロジェクトチームの中間とりまとめでは、男女間格差の中でも、賃金の格差に関して、「今回分析した5つの産業(金融業・保険業、食品製造業、小売業、電機・精密業、航空運輸業)について、課題の整理を引き続き深めつつ、男女間賃金格差解消に向けたアクションプランを、業界において、令和6年内に策定に着手し、できるだけ早期に公表することを要請する」と発表されている。

実際に、小売業における男女間格差は、とりわけ賃金の観点で、国内他産業と比較すると大きいことがうかがえる。少子高齢化が進展し、多様な人材が能力を発揮して活躍するための環境整備が一層重視される中で、こうした格差が存在するという事実は、小売業界の成長を阻む要因の一つになり得る。

これらを踏まえ、経済産業省では、小売業界(百貨店、スーパーマーケット、ドラッグストア、コンビニエンスストア等)における女性活躍や男女間賃金格差の現状についてアンケート調査を実施し、その把握を行った。その上で、各関連業界団体に求められる今後の方向性を取りまとめた。

経済産業省では、各関連業界団体における取組の確実な実行と遵守状況の定期的なフォローアップに率先して取り組み、さらなる女性活躍や男女間賃金格差解消のため、小売業において先行して取組を実施するものとする。

- 目次 -

1. 女性活躍・男女間賃金格差の現状	3
i. 小売業界における男女間賃金格差に関する現状.....	3
ii. 小売業界における男女間賃金格差が発生する要因・課題	4
2. 男女間賃金格差解消のため、小売業界に求められるアクション	7
3. 定期的なフォローアップ、PDCA の実行.....	7
参考資料.....	8
別紙（各業界団体策定書面）	

1. 小売業界における女性活躍・男女間賃金格差の現状

i. 小売業界における女性活躍・男女間賃金格差に関する現状

原則として、労働基準法第4条において、「使用者は、労働者が女性であることを理由として、賃金について、男性と差別的取扱いをしてはならない。」と定められていることから、職務の内容や権限、責任、能率、技能などの差によるものとして説明できる場合を除き、賃金に関する男女差別はあってはならない。

その上で、職務の内容や権限、責任、能率、技能等の観点においても、男女雇用機会均等法によって、従業員の採用・配置・昇進における均等的な取扱い、ポジティブ・アクションの推進、間接差別禁止等が規定され、女性活躍の基礎となる男女間格差是正の基盤が固められてきている。

さらに、育児・介護休業法や次世代育成支援対策推進法をはじめとした仕事と生活の両立を支援する法律、同一労働同一賃金や労働時間の上限規制を含む従業員に対する不当な扱いを規制する制度の整備も進み、現在に至るまで女性の不当な扱いの撤廃・社会における活躍推進が後押しされ続けている。

しかしながら、令和5年度賃金構造基本統計調査によれば、日本全体として、一般労働者¹における男性の賃金水準を 100%としたときの女性の賃金水準(以下男女間賃金差異と記載)は、令和5年度時点で、74.8%となっており、欧米主要国と比較すると男女間の賃金格差は依然として大きい現状がある。

小売業界においても、男女間賃金格差は認められる。令和5年度賃金構造基本統計調査によれば、小売業における男女間賃金差異は 67.1%であり、産業全体と比較しても男女間賃金格差は大きい傾向にある。

経済産業省では、業界内における男女間賃金格差の実態をより詳細に把握するため関係業界団体の協力を得ながら、以下のとおり、男女間賃金格差に係る会員企業向けアンケート調査(以下男女間賃金格差に関する業界実態調査と記載)を実施した。

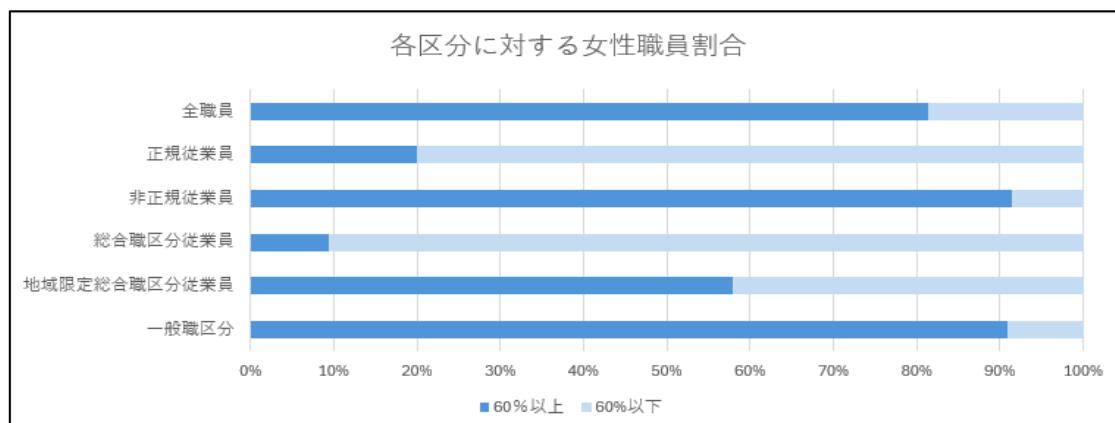
経済産業省実施 令和6年度男女間賃金格差に関する業界実態調査

- ◇ 調査対象：小売業界に関する 10 業界団体会員企業
- ◇ 調査方法：経済産業省より各業界団体経由で依頼状・調査票（Excel ファイル形式）を送付
回答票は事業者から直接当社へメール添付にて返送
- ◇ 実施時期：2024 年 9 月末～2024 年 10 月末（期限後に届いた回答も集計に含めている）
- ◇ 回収数：回収数 60 票
※回収数が少ないことから、結果の解釈については留意する必要がある。

¹ 短時間労働者以外の常用労働者

アンケート結果においては、全従業員に占める女性割合が 60%以上の企業は 48 企業(81.4%)と高くなっているが、雇用形態別にみると、正規従業員の女性割合が 60%以上の企業は 12 企業(20.0%)、非正規従業員の女性割合「60%~80%未満」が 54 企業(91.5%)であり、正規従業員と比較し、非正規従業員に占める女性従業員の割合が高いことで、賃金に差異が生じている可能性が示唆されている。一方で、小売業は全従業員に占める非正規従業員の割合が 70%以上の企業数が 26 企業(43.3%)と半数弱となっている。厚生労働省「令和6年厚生労働白書 資料編」によれば全国の正規従業員と非正規従業員の総和において、非正規従業員の割合が約 35%であるとのことから、小売業における非正規従業員数は非常に多いことが伺える。これは、小売業界のビジネスモデル上、パートタイムでの就業形態が他業界と比較し多くなる傾向があることが要因の一つと考えられる。

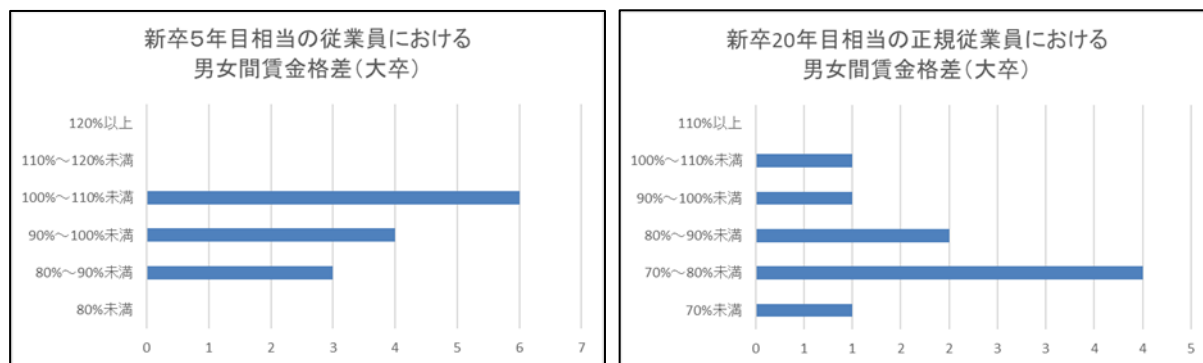
図表1 各区分に対する女性職員割合



(出典)経済産業省 令和6年度男女間賃金格差に関する業界実態調査

また、アンケート結果によればコース別採用実施有無や大卒・非大卒の区分を問わず、結果として、新卒5年目相当の正規従業員と比較して、新卒20年目相当の正規従業員における男女間賃金格差が大きかったことから、新卒で同じ待遇で入社しても、課長・部長クラスとなる高年次での賃金に差異が生じている可能性が示唆されている。

図表2 コース別採用未実施企業に関する新卒5年目・20年目相当の男女間賃金格差



(出典)経済産業省 令和6年度男女間賃金格差に関する業界実態調査

ii.小売業界における男女間賃金格差が発生する要因・課題

女性活躍状況に関する指標の一つとして、管理職に占める女性割合がある。男女間賃金格差に関する業界実態調査結果では、課長級より上位の管理職に占める女性割合が 20%未満の企業が 50.9%と、約半数を占めた。

高い賃金水準であることが見込まれる管理職級の従業員に占める女性割合が低いことは、男女間賃金格差を拡大させている要因の一つと言えるが、この背景として、役職登用に際して男女間格差が生じている実態が指摘できる。

男女間賃金格差に関する業界実態調査によれば、令和 6 年度に新しく課長級役職へ登用された役職者に占める女性割合について 0%と回答した企業が 33.3%、40%未満と回答した企業が 58.9%だった。一方、新規係長級役職者に占める女性割合については、80%以上と回答した企業が 69.2%にのぼる。上記を踏まえると、係長級役職には女性従業員が多く登用される一方で、課長級役職以上となる段階で女性従業員の登用が抑えられる現状がよみとれる。つまり、女性の昇給・昇格が、一定の役職で打ち止めになっている可能性が考えられる。

こうした登用に関する課題が生まれる背景には、①人事異動等における無意識な思い込み(アンコンシャスバイアス)等が存在することや、②ライフイベントのタイミングも考慮した上での、多様な人材が働きやすい環境整備が途上にあること、③女性自身のキャリア願望の3つの要因があると考えられる。

一つ目の要因として、「店頭での接客業を好み、管理業務は望んでいない」といったような無意識の思い込みが、人事評価時や人事異動等の際に発生している可能性がある。企業へのヒアリング調査においても、「店頭での接客を好む従業員が多いことから、店長・副店長等の店内昇進を前提としたキャリアアップ施策が多かった」という声もあり、人事制度自体は男女で同一であっても、女性であるがゆえに、キャリアアップについて、男女間に差異が生じている企業も一部存在する可能性がある。

二つ目の要因として、出産や育児といったライフイベントによって、一時的に職場を離脱した従業員が復職しない、あるいは非正規雇用へ転換するケースが多い状況にあることが挙げられる。従業員の希望に応じて働く時間や場所を選べる制度の導入(フレックスタイム制度やテレワーク制度等)が進んでいない、そもそも店舗勤務の場合にはテレワークが困難といった業界特有の課題が存在しているためである。加えて、復職したとしても、「育児をしながら働く女性が昇進・昇給等の対象から外れる」等、いわゆるマミートラックと呼ばれる事象が発生している可能性もある。また、管理職を目指すキャリアに求められる勤務体系の働き方が従業員から敬遠されている状況も要因の一つであると考えられる。ヒアリング調査においても、男女問わず、管理職登用されると、「会議出席等時間の融通が利きづらく家庭との両立が厳しい」ことから、管理職登用が敬遠されるケースや、「一般職や勤務地限定の雇用形態で働く従業員が、転勤や長時間労働が発生する可能性のある本社勤務・管理職勤務を敬遠する」、といったケースが散見されたほか、総合職で入社した従業員に関しても、出産や育児等を経て、持続可能な働き方を求めて管理職への登用を忌避している場合がある。

三つ目の要因として、女性管理職のロールモデルの不足が女性自身のキャリアアップ意欲の醸成

を阻害している可能性が挙げられる。女性管理職が身近にいないため、自身が管理職としてキャリアを歩むイメージを持つことができない従業員も存在すると考えられる。

2. 男女間賃金格差解消のため、小売業界に求められるアクション

上記のアンケート調査結果等からみえた、小売業界に共通する課題を踏まえた今後の男女間賃金格差解消の対応の方向性は以下の5点である。

- ①男女間賃金格差の見える化
- ②登用における男女間格差の是正
- ③多様な働き方の推進
- ④従来型の雇用管理における課題解決
- ⑤非正規雇用労働者の課題への対応

もともと、小売業は百貨店、スーパーマーケット、ドラッグストア、コンビニエンスストア等、業種、事業形態や企業規模が多岐にわたり、それぞれ女性活躍・男女間賃金格差の要因となる課題は異なる。また、既に記載のとおり、小売業界のビジネスモデル上、パートタイムでの就業形態が他業界と比較し多くなる傾向があることについては、「家庭の事情(家事・育児・介護等)と両立しやすいから」「自分の都合のよい時間に働けるから」といった、パートタイム労働者の就業選択理由²に依る受け皿として、小売業が、多様な働き方の実現に一定の役割を果たしているとも言える。

こうした現状を踏まえつつ、小売業界における各関係業界団体はこれまでも、女性活躍の推進や労働環境の向上に向けた会員企業への周知・啓蒙などの取組を率先して実施してきた。別紙においては、改めてその取組を振り返りつつ、より一歩前に踏み出すための対処案について、業界団体別のアクションプランを取りまとめた。

3. 定期的なフォローアップ、PDCA の実行

男女間賃金格差の推進には、アクションプランに掲げた実施項目に着実に取り組むことが重要である。このため、1)経済産業省では、本アクションプランに掲げた項目が実行されるよう、別紙に取組方針を記載した業界団体に対して、定期的なフォローアップを実施する。

2)各業界団体は、会員各社へのフォローアップ調査結果等に基づき、PDCA を回して、会員各社の男女間賃金格差の解消がなされることを目指す。

こととし、小売業界における男女間賃金格差の解消に取り組んでいく。なお、本アクションプランについては、3年ごとを目処に見直しを行い、必要に応じて改訂を行う。

² 「令和元年就業形態の多様化に関する総合実態調査の概況 個人調査:正社員以外の労働者の仕事に対する意識」(厚生労働省)において、正社員以外の労働者の現在の就業形態を選んだ理由として、女性では「家庭の事情(家事・育児・介護等)と両立しやすいから」が40.5%と最も高く、次いで「自分の都合のよい時間に働けるから」が38.4%となっている。また、正社員以外の労働者の今後の就業に対する希望として、女性では67.0%が「現在の職業形態を続けたい」と回答しており、「他の就業形態に変わりたい」と回答した32.6%を大きく上回っている。
<https://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/koyou/keitai/19/dl/02-02.pdf>

参考資料

- ・ 厚生労働省「女性の職業生活における活躍推進プロジェクトチーム 中間取りまとめ」
(2024 年 6 月 5 日)
 - <https://www.mhlw.go.jp/content/11909000/001261734.pdf>
- ・ 厚生労働省「男女間の賃金格差解消のためのガイドライン」(2025 年 3 月)
 - <https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/001429995.pdf>
- ・ 厚生労働省「男女間賃金差異分析ツール」(2025 年 3 月)
 - <https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/001429611.xlsx>
- ・ 厚生労働省「男女間賃金差異分析ツール活用パンフレット」(2025 年 3 月)
 - <https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/001429616.pdf>
- ・ 厚生労働省「多様な働き方の実現応援サイト、多様な正社員制度の導入事例」
 - <https://part-tanjikan.mhlw.go.jp/navi/case-search/>

女性活躍推進に向けた取組方針

2025年8月策定

一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会

1. 会員企業における現状

- 会員企業はフランチャイズビジネスを運営する日本の代表的なフランチャイザー、及びフランチャイズビジネスに関心を持ち、本協会の趣旨に賛同する企業によって構成。業態も小売業からサービス業と多岐にわたる。以降は、コンビニエンスストア業に関する女性活躍推進に向けた取組みについて記載を行う。
- 会員企業全体へのアンケート調査等は実施していないものの、コンビニエンスストア業において、採用段階の女性比率は 50%近くとなっている会員企業も多数存在している。
- 本協会、会員企業共に、女性活躍推進に資する取組みを積極的に実施している。
(詳細は以下に記載)

2. 業界団体としてのこれまでの取組み

- 会員企業へ、女性活躍に資する政府の取組みに関しての周知を実施。加えて傘下企業宛てへの配信も行った。
 - 2023.9.29 厚生労働省「年収の壁・支援強化パッケージ」
 - 2023.11.15 「年収の壁・支援強化パッケージ」助成金に関する解説動画
 - 2024.7.17 東京都「年収の壁を知る」事業チラシ
- 女性活躍に資する取組みと当該取組みが企業・社会へ与える影響等についての勉強会を理事会で実施。
 - 2024.1.12 理事勉強会開催「年収の壁と中長期で見た社会インパクト」「企業への影響と今後対応すべきこと」について
(説明者：(株)野村総合研究所未来創発センターフェロー梅屋 真一郎氏、HR ソリューションズ(株)代表取締役 武井滋氏)

3. コンビニエンスストア業界各社の取組み例

- 当協会コンビニエンスストア企業は女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画を策定し、定量的な目標を定めている。

＜女性活躍に関する目標の例＞

- 株式会社セブン-イレブン・ジャパン（2029年3月31日まで）
 - 多様な働き方を推進し、営業職（OFC）の女性比率を15%に引き上げる
 - 男性の育児参画を推進するため、男性育児休業取得率75%、女性育児休業取得率100%を目指す
- 株式会社ローソン（2030年2月28日まで）
 - 入社2～4年目の男女退職率差異を0%にする
 - 現場管理職を年間5名登用する
 - 全社員を対象により柔軟な働き方の実現を目指す
- 株式会社ファミリーマート（2026年2月28日まで）
 - 離職率における男女差を0.5%以内とする
 - 女性管理職比率を10%以上とする

＜課題解決と目標達成のための取組み例＞

- 株式会社セブン-イレブン・ジャパン
 - OFC候補者に向けたロールモデルの紹介や研修の実施（キャリアデザイン研修）
 - 男性育休取得者の「育児休業取得～復職後」の事例共有会を実施
 - 男性育休取得促進に向けた管理職研修/eラーニングの実施
- 株式会社ローソン
 - 女性社員キャリアデザイン研修を、退職率の高い層に届くよう対象年齢を引き下げ、未来を見据えながら働き続けるイメージをより早い段階で持てるようにする
 - 現場職種の社員をメンバーとした働き方改革 ERG（Employee Resource Group）※の設置を検討する
※組織の中で共通の価値観や経験を持つ従業員が主体となって運営するグループ
- 株式会社ファミリーマート
 - 女性にも働き甲斐のある風土の醸成
育児両立支援、男性育児参加推進、各部門のダイバーシティ活動等
 - 経営陣による女性活躍の経営戦略化、KPI管理、管理職候補者の育成

4. 今後の課題

- 協会や企業では上記の通り、女性活躍推進法に基づいた行動計画の策定や企業内の機運醸成等、女性活躍推進に資する取組みを積極的に実施している。

- 一方で管理職の女性比率の低さ等、各社が共通で認識する課題も依然として存在している。

5. 課題を乗り越えるための取組方針

①女性活躍についての現状把握

- 会員企業に対して、厚生労働省が提示した「男女間の賃金格差解消のためのガイドライン」等を活用し、企業における女性活躍の現状を「見える化」して実態を把握した上で、改善余地について検討をするよう、呼びかける。

②登用における男女間格差の是正

- アンコンシャス・バイアスの解消に向け、会員企業における女性管理職のロールモデルの提示や、女性人材の登用に関する会員企業のベストプラクティスを収集する等して、管理職に関心を持つ女性人材の増加に向けた啓発活動を年1回以上行う。

③多様な働き方の推進

- 会員企業に対して、多様な働き方を実現できる以下のような取組みについて、年1回以上、情報提供を行う。
 - フレックスタイム制度や時差勤務制度、短日数勤務制度等、育児・介護以外でも理由を問わず従業員の希望に応じて働く時間を選べる制度
 - 在宅勤務（もしくは在宅以外）でのテレワーク制度、テレワークの環境整備支援、勤務地限定制度等、従業員の希望に応じて働く場所を選べる制度
 - ノー残業デーの設定や、管理職層に向けたマネジメントスキルを高めるための研修・トレーニング、管理職層を含め、働く時間を削減するための制度
 - 全社員を対象とした自律的にキャリアを考える等を目的とした研修の実施、リスキリング支援、正社員転換制度等、従業員の自律的なキャリア形成支援
- 会員企業に対して、雇用管理に関する以下のような点に留意するよう、年1回以上呼びかけを行う。
 - 人事配置にあたり、女性を排除し男性を優先するようなポストを設置する、業務の配分や権限の付与にあたり男女で異なる扱いを行うことになっていないか
 - 特に、産休育休取得等を理由とする、不利益な配置の変更や不利な評価、通常の人事異動ルールからは十分に説明できない職務の変更を行っていないか
 - コース別雇用管理を行っている場合は、事実上の男女別のコースとなっていないか。コース間の賃金体系の差異については、職務内容等に見合った合理的なものであり、どのコースを選択しても能力を十分に発揮できる環境が構築できているか

- 会員企業に対して、勤務時間や勤務地、職種・職務を限定した「多様な正社員」制度に関する好事例の周知や導入支援を行うと共に、年収の壁支援パッケージ等、政府の制度や支援策等についての周知を年1回以上行う。

以 上

女性活躍推進に向けた取組

2025年9月策定

一般社団法人 日本チェーンドラッグストア協会

1. 会員企業における現状

- 会員企業は主にドラッグストアを経営する会社であり、医薬品と化粧品を中心に、日用家庭用品、文房具、フィルム等の日用雑貨、食品を取り扱う店の状況について、以下のとおり記載を行う。
- ドラッグストアにおいては、レジ対応や陳列業務など、店舗運営の多くの場面において女性の活躍が見られる。そのため、職員の男女比率については、同数または女性が多い傾向にある。

(表1) 協会役員企業の採用段階における男女比率

会員企業名	採用年度、種別	男性	女性
A 社	2025 年度 正社員	49%	51%
	2025 年度 パート・正社員	23%	77%
B 社	2025 年度 パート・正社員	48%	52%

(出典) 各社 HP より作成

- また、ドラッグストアに特有の雇用人材である薬剤師は、2020 年のデータで男性が約 40%、女性が約 60%であり、ドラッグストア店舗内においても多くの女性が薬剤師として活躍している。
- 本協会では、こうした現状を踏まえながら、会員企業による更なる女性活躍の取組を支援している。

2. 業界団体としてのこれまでの取組

- 協会による関係省庁からの女性活躍に関する情報の提供
 - 2023.10.24 厚生労働省「年収の壁・支援強化パッケージ」に関する周知
 - 2025.1.7 「女性活躍データベース」に関する周知
- 協会が毎年主催する JAPAN ドラッグストアショーでは、2023 年より「フェムケアゾーン」の出展を開始。2023 年は 30 社 48 小間、2024 年は 32 社 50 小間の出展が行われ、さまざまなフェムケア関連のアイテムを周知することにより、女性の働きやすさ改善に貢献してきたほか、2025 年の JAPAN ドラッグストアショーについては、女性を実行委員長に登用するなど、率先してリーダーシップを発揮いただいている。

<JAPAN ドラッグストアショーの様子>

●ゾーン内風景(2024年開催時)



●出展社プレゼンテーション



●主催者コーナー



等

3. 今後の課題

- 店舗勤務者については、休日シフトへの対応など、柔軟性のある働き方を実現しづらいとの課題がある。
- 特に、医薬品登録販売者は、来店客に対して OTC 医薬品の説明や薬選びのサポートを対面で実施する必要がある、他業種で一般化しつつあるテレワークとの相性が悪いという性質がある。

4. 課題を乗り越えるための取組方針

- 会員企業に対して、多様な働き方を実現できる以下のような取組についての情報提供を行うよう努める
 - 本社勤務者を対象とした、フレックスタイム制度や時差勤務制度、短日数勤務制度等、育児・介護以外でも理由を問わず従業員の希望に応じて働く時間を選べる制度や、在宅勤務（もしくは在宅以外）でのテレワーク制度、テレワークの環境整備支援、勤務地限定制度など、従業員の希望に応じて働く場所を選べる制度。
 - ノー残業デーの設定や、管理職層に向けたマネジメントスキルを高めるための研修・トレーニング、管理職層を含め、働く時間を削減するための制度。
 - 全社員を対象とした自律的にキャリアを考える等を目的とした研修の実施、リスクリング支援、正社員転換制度など、従業員の自律的なキャリア形成支援。

- 従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する「健康経営」の実施を推進する「健康経営優良法人認定」の取得。
- 会員企業に対して、勤務時間や勤務地、職種・職務を限定した「多様な正社員」制度に関する好事例の周知や導入支援を行うと共に、年収の壁支援パッケージ等、政府の制度や支援策等についての周知を行うよう努める
- 会員企業に対して、厚生労働省が提示した「男女間の賃金格差解消のためのガイドライン」等の活用等を促すよう努める
- 女性人材の登用に関するベストプラクティスの紹介を行うよう努める

女性活躍推進に向けた取組について

2025 年 9 月
一般社団法人日本専門店協会

当協会では、専門店で働く女性たちの活躍の場を広げる取り組みを継続的に実施してきました。

事業名 : Team U (チーム・ユウ)
実施主体 : 一般社団法人日本専門店協会 女性の会
発足 : 2011 年 9 月

1. 事業の背景

日本の流通・サービス業界、特に専門店業態においては販売・製造の現場のみならず、マーチャンダイザーや本部スタッフなど、多様な領域で女性の活躍が不可欠となっているが、女性が業種や企業の枠を超えて意見交換や悩みの共有を行う機会は限られており、職場環境の改善やキャリア形成に向けた支援の場の必要性が高まっていた。

2. 事業の目的

- ・専門店で働く女性がいいきと働ける職場環境の実現
- ・女性同士が学びあい、課題解決やキャリア形成につながるネットワークづくり
- ・業界共通課題（人手不足、離職防止等）の解決に向けた知見共有
- ・女性活躍の推進を通じた業界全体の活性化

3. 主な取り組み内容

(1) 定例会の実施

- ・核メンバーによる継続的な課題抽出と対応策検討・意見交換の実施
- ・取り組みテーマ：
メンタルヘルス、クレーム対応、育休、産休、介護制度、女性活躍推進法対応、時短勤務制度、社内コミュニケーション 等

(2) 拡大勉強会（年 2 回：1 月・8 月）

- ・業種横断で 30～40 名が参加（延参加者数 約 700 名）
- ・各分野で活躍する女性をロールモデルとして招き講演を実施
- ・定例会テーマをもとにしたグループディスカッション
- ・営業時間問題、新入社員教育、賃金改定など、企業課題に関する事例共有
- ・これまで 20 回開催し、参加者同士の学びあいと自社への知見還元を促進

(3) ネットワーク形成

- ・他社の育児・介護と仕事の両立事例に触れることで自己成長を促進
- ・職場課題の解決に向けた実践的ノウハウを共有

4. 成果

- ・参加者の職務意欲・自己肯定感向上
- ・社内外での存在感の向上によるキャリア形成の加速
- ・異業種交流による新たな発想・施策の創出
- ・職場改善事例の増加と人材定着率向上への寄与

5. 今後の課題

- ・女性が働きやすい環境のさらなる整備
- ・男性の参加促進による多様な視点の導入

- ・業界全体での人的交流と知見共有の活性化
- ・女性活躍を通じた業界全体の競争力強化

→これらの課題への対応として、今後も引き続き、以下の取組を実施します。

- ・会員企業に対して、多様な働き方を実現できる取組（フレックスタイム制度、時差勤務制度、短日数勤務制度、在宅勤務制度等）について、年 1 回以上情報提供を行う。
- ・会員企業に対して、雇用管理（人事配置、コース別採用等）に関する留意点について、年 1 回以上呼びかけを行う。
- ・会員企業に対して、勤務時間や勤務地、職種・職務を限定した「多様な正社員」制度に関する好事例の周知や導入支援を行うと共に、年収の壁支援パッケージ等、政府の制度や支援策等についての周知を年 1 回以上行う。

2025 年 9 月吉日

一般社団法人全国スーパーマーケット協会

女性活躍推進と働きやすい職場づくりに向けた取り組み

■背景・目的

当協会では、総合スーパーマーケットチェーンや食品を主体とするスーパーマーケットを中心に、健全なスーパーマーケット経営の研究・指導機関として各種の活動を展開しており、中でも従業員に大きな比率を占める女性の活躍推進は、会員企業各社に共通する重要なテーマと認識し取り組んでまいりました。

近年は特に、サービス業における「カスタマーハラスメント」（通称：カスハラ）が深刻化しており、特に接客を担う女性従業員に対する精神的・身体的負担が社会的課題となっています。

スーパーマーケット業界においても、従業員の安心・安全な就労環境を整備することは、女性の継続的な就業・活躍推進に不可欠です。業界団体として、カスハラ対策を柱に、女性が働きやすい職場づくりの啓発・普及活動を進めています。

■主な取り組み内容

①厚生労働省委員会への参加

業界代表として、厚生労働省の「カスタマーハラスメント対策に関する検討会」に参画し、現場の実情を共有。政策立案に向けた実務的な提言を行いました。これにより、接客業に即した現実的な対応策の普及を目指します。

②ポスターデータ作成・配布

カスハラ防止の意識向上を目的に、全国のスーパーマーケット店舗向けに啓発ポスターのデータ作成・配布を実施し、来店されるお客様への理解を促すメッセージを明示することで、従業員を守る環境づくりを推進しました。

※「みんなが気持ちよく過ごせるお店に」などの標語を掲載。

食品新聞

2025 / 08 / 17 日曜日

スーパー3団体(オール日本スーパーマーケット協会、全国スーパーマーケット協会、日本スーパーマーケット協会)は、社会問題となっているカスタマーハラスメントの防止・啓蒙ポスターを作成した。
生成AIによるイラストと「そのクレームやりすぎていませんか?」というキャッチコピーが目を惹く。
協会では「お客様が気持ちよく買い物でき、従業員が安心して働けるよう、互いが尊重される店を目指し、カスタマーハラスメントの防止に取り組む」としている。

お客様と従業員
お互いが尊重されるお店へ



ひどい暴言、過度な要求、不当な主張
そのクレームやりすぎていませんか?

「クレーム」はお客様からの声かけであり、本来は歓迎すべきものです。しかし、ひどい暴言、過度な要求、不当な主張などは、従業員にとって大きな負担となります。お客様も従業員も、お互いが尊重されるお店を目指しましょう。

※このポスターは、スーパーマーケット協会、全国スーパーマーケット協会、日本スーパーマーケット協会が共同で制作しました。

③当協会 WEB サイト等の告知ツール、展示会・セミナーでの情報発信

当協会 WEB サイト等の告知ツールにより、厚生労働省の「業種別カスタマーハラスメント対策企業マニュアル（スーパーマーケット業編）、同ポスター、動画を周知。

業界向けの展示会において、専門家によるカスタマーハラスメント対策セミナーを開催。実際の対応事例や社内教育手段を紹介し、企業単位での実践を支援。参加者からは「具体的な対処法が参考になった」との声が寄せられた。

協会HP <https://www.super.or.jp/?p=14985>

- ・【厚生労働省】業種別カスタマーハラスメント対策企業マニュアル（スーパーマーケット業編）等を作成
- ・【厚生労働省】令和7年度「アルバイトの労働条件を確かめよう！」キャンペーンを全国で実施します

他

※ スーパーマーケット・トレードショー2025 実施報告書

https://www.smts.jp/jp/summary/report/files/SMTS_DTS_2025_report.pdf



④「スーパーマーケット年次統計調査」にて、女性活躍の現状把握と課題抽出

国内スーパーマーケット企業を対象に、正社員の男女比率や職場環境に関する統計調査を実施。結果、「女性正社員比率」は業界平均で43.2%となり、前年調査より微増。一方で「管理職比率」は依然として伸び悩んでいることが判明。本調査結果は業界課題の抽出、今後の施策立案に寄与するものとなります。

⑤女性の働きやすい職場づくりに資する各種の施策に関する周知・発信

当協会 WEB サイト等の告知ツールにより、厚生労働省をはじめとした発信や要請等について、業界全体に向けた周知を実施。

- ・【厚生労働省】セクシュアルハラスメント防止対策について
職場におけるセクハラ防止に向け、企業に取り組みを依頼。
- ・【厚生労働省】立ち作業の負担軽減対策の取組事例紹介
持続的に立ち姿勢で作業を行う「立ち作業」の負担軽減取組事例を周知。
- ・【厚生労働省】年収の壁・支援強化パッケージ
社会保険上の「年収の壁」問題について、同省での当面の支援策について周知。

■今後に向けて

業界全体で、女性が安心して長く働き続けられる環境整備が加速するよう、引き続き政策提言・啓発活動・統計分析を強化してまいります。特に、課題の残る女性管理職比率の向上に向けては、会員企業に対し、管理職に関心を持つ女性人材の増加に向けた啓発活動などを実施します。

また、スーパーマーケットにおける女性従業員には、パートタイム労働者が多い現状を踏まえ、会員企業に対して、勤務時間や勤務地、職種・職務を限定した「多様な正社員」制度に関する好事例の周知や導入支援を行うと共に、「年収の壁支援パッケージ」等、政府の支援策等についての周知を引き続き、随時実施します。

また、カスタマーハラスメント対策は、女性従業員の人権を守るだけでなく、業界の健全な成長のカギとなる認識のもと、企業と連携しながら取り組みを継続拡大していきます。