

令和6年度「なでしこ銘柄」注目企業

女性の活躍推進に関する特徴的な取組を実施する企業を、「注目企業」として紹介します。

令和6年度は「女性活躍度調査」において、「①男女間賃金格差の是正のための取組と問題意識」、「②自社のダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンの取組を関連企業やサプライチェーンにおいても浸透させるための取組」及び「③女性従業員の健康課題解決への取組の概要と得られた成果(定量的な成果を含む)」の3つのテーマについてアンケート調査（任意回答）を行いました。その結果から、他社にとっても参考になる特徴的な取組を行う企業をご紹介します。

■テーマ1:男女間賃金格差の是正のための取組と問題意識

女性活躍推進法に関する制度改正により、令和4年7月から情報公表項目に「男女の賃金の差異」を追加されるとともに、常時雇用する労働者が301人以上の事業主を対象として、男女間賃金格差の開示が義務づけられました。男女間の賃金格差が生まれる背景には、男女間の勤続年数や管理職登用の差、職種別の男女の割合の偏り、従業員の意識や職場の風土の問題など、企業や業種ごとに異なる事情があるとされます。自社の男女間賃金格差の状況を把握、その要因を分析し、それを踏まえた取組を推進する企業の特徴的な事例を紹介します。

【ライオン株式会社】

当社においては、女性は家事育児と仕事やキャリア形成とのバランスを取ることが難しいといった現状と、仕事やキャリア形成に一定期間のブランクが生まれることで、昇進の遅延や意欲低下が発生し女性管理職の起用が進みにくいという分析結果を踏まえ、男女間賃金格差を是正するべく、女性管理職比率の一層の向上を課題と考えている。

課題解決に向けて下記の施策を行っている。

◆環境整備:

- ・育児休業や育児短時間勤務が利用しやすい環境づくりを行うことにより、女性だけでなく男性の制度利用も増えている。働きがい改革の推進により、フルフレックス勤務制度の導入やテレワーク制度も導入した。大きな社会環境変化であったコロナ拡大により当社ではテレワーク業務の導入が進んだことによって、ワークとライフとのバランスが取れることの認識が広まったと共に、オンラインにより効率的に進めることの出来る業務が明確化したことによって、技術職においても、フルフレックス勤務制度やテレワーク制度の利用が広まった。
- ・テレワークやフレックス勤務が困難な生産職の工場ライン勤務者に対しては2019年より「お助け休暇制度」を導入し、ひと月で2回まで、計最大7時間30分の遅延出社、早時退社を可能にすることで、体調不良、育児、介護、家族等の送迎や通院付添、学校行事など半

日以上の休暇を取らない短時間の所用において、制度を活用することが出来るように整備した。

◆女性リーダーの育成：

・技術分野における意思決定の多様性の向上のため、全社で実施の次世代リーダー育成研修へ対象女性が参加し、キャリア意欲を引き出すと共に、キャリア別、家庭環境別に分類し、それぞれに向けて、ワークライフバランスの取り方の伝授、スキルアップ強化を行っている。

実際に、取り組みを始めてから、女性リーダー育成のプログラム参加者の8割以上が自身の意識や行動に前向きな変化を感じている。今後もこれらの取り組みを続け、女性の管理職比率を2030年にグループ全体で30%をめざすことで、男女の賃金の差異の解消に努めていく。

【セイコーエプソン株式会社】

当社では、昇格・昇進、賃金、評価等、人事制度面に関しては、一切男女による差を設けていない。しかし、男女間賃金差(2021年度、正規女性従業員の賃金は正規男性従業員に対し75.7%)が生じている。最大の原因は、昇進・昇格における男女差と考えている。具体的には、年齢別男女別にデータを見ると、女性が結婚・育児に差し掛かる30代半ばごろから女性の昇進・昇格が遅れる傾向があり、特に高卒の採用区分では、男性が40代以降も上位職・上位等級への昇進・昇格が継続する一方で、女性は頭打ちとなっている状況が見て取れる。この要因は以下のとおりと考えられる。

- ① 一般的に言われているように女性の家事負担が男性よりも大きく、時間外の労働が難しい状況や、両立がしづらい傾向がある
- ② 前項の状況の中で女性は管理職の職責を果たせない、といった管理職・周囲の固定観念や、性別による役割・業務・挑戦機会の与え方の差異が認められる
- ③ 特に家庭のある女性にとって、昇進・昇格の選考試験に挑戦しづらい状況や制度設計がある
- ④ これらの結果、経験不足や仕事への自信のなさから女性が自己肯定感を持てず、チャレンジに消極的な傾向があり、男性に比べて昇進意欲が低い

上記の分析に基づき、各要因に対し、以下の施策・対応を進めている。

- ① 特に家庭のある女性にとって時間的に制約がある環境
 - ➡・育児と仕事の両立支援
 - 両立しているロールモデル社員のインタビュー記事の社内掲載(図1)
 - 両親学級セミナー
 - ・男性育休促進活動「PAPA UP プロジェクト」(図2)
 - ・介護と仕事の両立研修会
- ② 管理職や周囲の固定観念や、性別による役割・業務・挑戦機会の与え方の差異

- ➡・事業部・本部別の女性管理職登用目標設定とそれに向けての女性社員の計画的育成
 - ・多様性を理解し、社員の活躍を促進させるための管理職向け「ダイバーシティマネジメント研修」
 - ・風土醸成のための国内全グループ会社向け DE&I フェアの開催(著名人と当社経営層の講演・対談、障がい者活躍座談会、DE&I 川柳コンテストなど)
- ③ 特に家庭のある女性にとって、昇進・昇格の選考試験に挑戦しづらい状況や制度
 - ➡・昇進・昇格の選考試験に関する受験資格の有効期限の廃止
 - ・就業時間内の論文執筆・筆記試験の許可
 - ・時間制約が不利にならない評価制度の適切な運用徹底(研修を通じた教育)
- ④ チャレンジに消極的な傾向、男性に比べて低い昇進意欲
 - ➡・自分らしいリーダーシップを考える「女性リーダー向けキャリア自律研修」(年齢不問)
 - ・女性ベテラン層(40 才以上)向けキャリア応援施策
 - キャリア自律研修
 - ポータブルスキルアップ研修(ロジカルシンキング、プレゼンテーション、QC 研修など)
 - 昇格試験受験者対象 論文講座／面接指導
 - ・社外メンターサービスを活用した女性若年層向け施策

実際に、取り組みを始めてから、女性の昇格者数、管理職は着実に増加している。また、社内アンケート結果から、管理職をはじめとした社内の DE&I の風土醸成が進んでいることが確認できている。今後もこれらの取り組みを続け、各階層における男女比率が全社のそれと同等になることを目標とし、その結果として男女の賃金差異の解消に努めていく。最終的には性別などの属性に関係なく全従業員が活躍できる会社を目指している。



▲(図 1)育児と仕事を両立しているロールモデル社員へのインタビュー記事



▲(図2)男性育休促進活動 PAPA UP プロジェクト

【株式会社メルカリ】

当社では、2022 年の事業年度より、属性にかかわらず競争力のある報酬を実現するための仕組みの一環として、重回帰分析を使用した定期的な賃金格差のモニタリングを導入している。組織内の男性と女性の平均賃金の差のみを示す「男女の賃金格差」のほか、より状況を正確に把握するために、重回帰分析という統計手法を用い、同じ職種・等級での男女差についてデータ分析を行い、役割・等級や職種などによる差に起因しない「説明できない格差」の算出を実施したところ、2022 年度には「説明できない格差」が 7%あることが判明した。当社ではインクルージョン&ダイバーシティに力を入れ、制度や運用の改良を重ねてきたことから、説明できない格差が存在することは、経営陣や人事部門にとっても意外な結果であった。

原因について検証したところ、評価報酬制度の運用に問題があったわけではなく、入社時の年収にすでに 9%の男女差があったことが判明した。面接などで個人の能力を判断して報酬オファーを出す、前職の給与を考慮した結果、男性と比べ女性の賃金が低いという社会の性差を再生産してしまっていたのである。

こういった分析結果を踏まえ、「賃金格差の是正をコストとして捉えるのではなく、フェアな待遇を提供することこそが投資である」という経営判断がなされ、男性の報酬を下げることなく 7%の格差を 2.5%まで縮小する個別報酬調整を実施した。昨年の是正措置以降、年 2 回の定期的なモニタリングを開始し、必要に応じた取り組みを実施しており、2024 年には「説明できない格差」は 2.3%にまで縮小した。

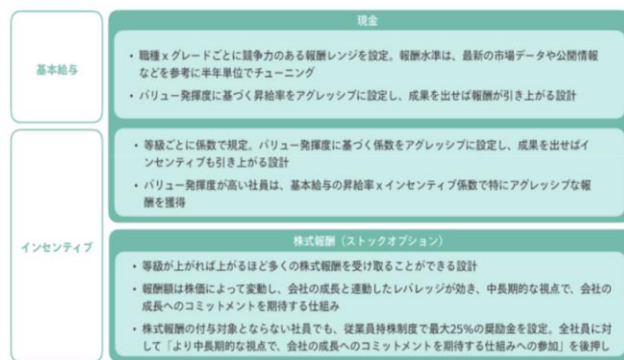


▲「男女の賃金格差の取り組み」メルカリ 2024 年度版 Impact Report より

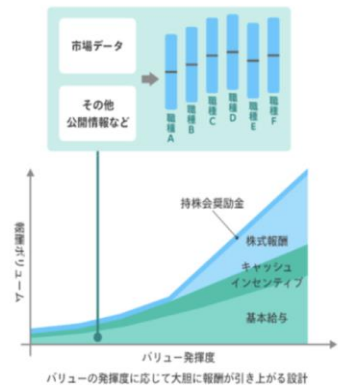
競争力のある報酬を実現する仕組み

メルカリはバリューの発揮度に応じた大胆な抜擢・登用の機会を積極的に用意しています。さらに「属性に関わらない競争力のある報酬を実現するための仕組み」も整備。バリューの発揮度については「バリューに基づいてメンバーに期待するアクション」をカルチャーとして明文化し、メルカリが「人」に投資をする際の具体的な判断基準としています。

メルカリの報酬設計



職種×グレードごとに競争力のある報酬レンジを設定



mercari

イントロダクション

1. ミッションの達成にむけて

2. 各マテリアリティの取り組み 01 02 03 04 05

3. ESG情報

Appendix

41

▲「競争のある報酬を実現する仕組み」メルカリ 2023 年度版 Impact Report より

また、説明できない格差の要因となっていた入社時オファー年収決定プロセスの見直しを実施し採用に関わる担当者向けにアンコンシャス・バイアスワークショップ実施を徹底するほか、前職給与を参考にしない入社オファーのオペレーションを進めていく。さらに、男女間賃金格差の分析手法については、大阪大学社会技術共創研究センター(ELSI センター)と共同で有識者を招いたワークショップを開催し、ディスカッションに基づき分析手法をアップデートした。ここでのディスカッションの内容は、他社が参照可能なツールとして公開している。

Link <https://ir.library.osaka-u.ac.jp/repo/ouka/all/93498/>

賃金格差に対してのアクションと進捗は、毎年メルカリのコーポレートページに掲載する「Impact Report」に公開している。

今後も、更なる縮小を目指し、男女間の格差を±1%以内とすることを目標に継続的にモニタリングと必要に応じたアクションを実施していく。

【株式会社丸井グループ】

当社グループの賃金制度では性別における処遇の差はない。賃金差異が起こる最も大きな要因は、管理職や次期管理職の社員の女性比率が低いためである。（管理職：21.5%、次期管理職：22.5%※24年3月時点）それに続く要因は、短時間勤務制度を利用する女性社員の割合が99.2%（※24年3月時点）と、取得者の大半は女性となっていることである。年代別で見ると、20代後半は男性に対する女性の賃金は100%の水準を保っているなか、ライフイベントが訪れる30代前半からは88%と低下している（※24年3月時点）。

上記の要因から、男性は仕事、女性は家事育児といった「性別役割分担意識」が女性活躍を進めるうえでの本質的な課題とし、課題の解消に向け、「女性イキイキ指数」という独自のKPIを設定している。KPIは1年ごとにその進捗を経営会議、取締役会で確認し、必要な取り組みを議論・決定している。

「女性イキイキ指数」は、「性別役割分担意識」、「男性の育休取得率100%の維持」、「男性の産休取得率」、「男性の1か月以上の育休取得率」、「家庭における男性の家事・育児の分担割合」、「女性の上位職志向」、「女性リーダー比率」、「意思決定層に占める女性の割合」、「執行役員に占める女性の割合」で構成されている。

「性別役割分担意識」については、出産や育児等のライフイベントが訪れる前の26歳を迎える正社員の男女を対象に「性別役割分担意識」や「性別特有の健康課題」の知識を踏まえた上で今後のキャリアを描くことを目的とした研修「キャリアデザインプログラム」を実施することで「性別役割分担意識」にとらわれない自律的なキャリア形成の機会を設けている。

「男性の育休取得率100%の維持」、「男性の産休取得率」、「男性の1か月以上の育休取得率」、「家庭における男性の家事・育児の分担割合」については、男性が早期・長期の育休を取得することの意義を理解する研修を全社員へ行くとともに、半期に1回、社員の今後の希望職種や現況を申告する仕組みの中で、パートナーの出産予定日、育休取得時期・期間を申告し、申告があった社員の上司には育休取得の面談を必ず行う仕組みを整えている。

「女性の上位職志向」については、23年度時点で、コロナ以前の19年度と比較して10%低下、「男性の上位職志向」も9%低下しており、この原因を調査したところ、社員の働き方の価値観がコロナをきっかけに男女とも変化（テレワーク、ワークライフバランスを重視）していることが分かった。この結果を受け、23年下半年より管理職の手上げによりスタートした「コロナ以降の働き方検討イニシアティブ」にて、女性だけでなく、男性も含めたすべての社員がより働きやすい環境になることを目指し、取り組みを進めている。

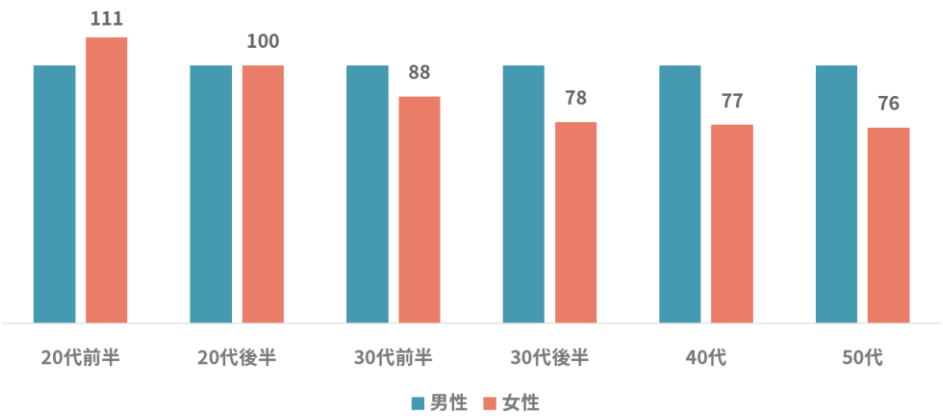
上記の取り組みを進めることで、男女の賃金格差是正につながると考えている。実際に、現在の「女性イキイキ指数」KPIを設定した22年3月から、24年3月の間に管理職に占める女性の割合は、18.6%から22.4%と3.8%上昇した。また、男女の賃金格差も、計測を始めた23年3月から24年3月の間に70.9%から72.0%と1.1%改善するなど成果もあらわれている。今後もこれらの取り組みを続け、家事や育児などの負担が女性に偏ることなく、女性も男性も「仕事」と「家庭」を当たり前に両立できる組織をめざすことで、男女の賃金の差

異の解消に努めていく。

年代別での比較



ライフイベントが訪れる30代前半から徐々に男女で差が開く



※正規雇用社員（2023年）

※男性の賃金に対する女性の賃金の割合(%)

出典:24年9月20日 未来を創る DEI～女性活躍推進の新たな一歩を考える 丸井グループ登壇資料より

▲23年度 年代別賃金差異

◇ 男女の賃金の差異（提出会社）

	2022年		2023年
全社員	75.8%	▶	77.8%
正規雇用社員	70.9%	▶	72.0%
パート・有期社員	90.4%	▶	91.6%

出典:丸井グループ第88期 有価証券報告書より

▲男女の賃金差異の推移

■テーマ2:ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンの取組を関連企業やサプライチェーンにおいても浸透させるための取組

女性をはじめとする多様な人材の活躍は、企業にとって少子高齢化の中で人材を確保し、多様化する市場ニーズやリスクへの対応力を高めるために不可欠です。また、自社だけでなく、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン(DEI)の取組を関連企業やサプライチェーンにも浸透させることは、サプライチェーン全体の持続可能な成長にとって重要です。自社における DEI の位置づけや重要性を認識したうえで、関連企業やサプライチェーンへの取組の浸透を推進している企業の特徴的な事例を紹介します。

【花王株式会社】

当社では、「よきモノづくり」に関わるすべてのビジネスパートナーと価値観を共有し、協働することで、持続可能なサプライチェーンの構築をめざしており、人権の尊重を基盤としつつ、DE&I を推進することとしている。

具体的には、遵法・倫理・人権・労働、持続可能性等の要件を定め、本要件を遵守していただけるお取引先から優先的に購入することを「[お取引先に求めるパートナーシップ要件](#)」に明記している。その中のひとつとして、サプライヤーにおける多様性と受容性のある職場環境の構築の遵守も含まれている。サプライヤーに対しては、2025 年までに Sedex ^{注)}や自社質問票を用いたデューデリジェンス実施率について 100%を目標としており、これらデューデリジェンスや、お取引先に求めるパートナーシップ要件に基づくサプライヤー総合評価を通じて、人権・DE&I に関する取り組みの促進をサプライヤーへお願いしている。こういった取り組みの結果、サプライヤーのデューデリジェンス実施率が向上し、サプライチェーン全体での人権尊重と DE&I の意識向上が図られ、持続可能なビジネスパートナーシップの構築に寄与している。

^{注)}Sedex(Supplier Ethical Data Exchange)

グローバルサプライチェーンにおける倫理的かつ責任あるビジネス慣行の促進を目的に、労働基準、健康と安全、環境、ビジネス慣行に関する情報の共有と確認を行う世界最大規模の協働プラットフォーム

また、当社は、サプライチェーンへの活動に加えて、女性活躍に関しては、社会全体における生理現象をとりまく環境をより良くする活動の 1 つとして、職場で突然生理がきても安心して働けるように、2022 年より、ナプキンの備品化プロジェクト「職場のロリエ」に取り組んでいる。



▲ナプキンの備品化プロジェクト「職場のロリエ」サイト

<https://www.kao.co.jp/laurier/project/shokuba/>

働く人にアンケートを実施したところ、生理に関する困りごとは多種多様ある中、「急な生理の際に、ナプキンがなくて困った」という声が多かったことをきっかけに、「トイレトペーパーと同じように福利厚生の一環として、生理用品も備品としてトイレに設置されていたら、生理のある人たちが安心して仕事ができるのでは」と考え、取り組みを始めた。

働く人にとっては急な生理の際もナプキンの心配がなくなり、周囲の生理への理解が促進され、より働きやすくなる。導入企業にとっては社員が安心して働ける環境づくりの1つになる。働く人と企業の双方にうれしい環境づくりを、賛同してくださる企業と一緒に推進すべく、花王が専用BOXを無償で提供し、ナプキンは企業に福利厚生の一環としてご購入いただいている。また導入企業には、生理の基礎知識やケーススタディをまとめた研修動画「生理を知る。考える。」を提供し、社員が安心して働ける環境づくりへの具体的なサポート方法を提案している。なお、花王では管理職向けの研修にも活用している。



▲設置イメージ

活動は様々な業界にて拡がり、導入企業は280社(2024年11月時点)に達した。導入企業の社員の方からは、「ナプキンを替えたいのに予備がないときにすごく助かったし、安心感があった」「作業着が白いので染み出していないかストレスだったが、安心して働ける」等の声をいただき、約95%が継続を希望している。また導入した担当の方からは、「社員から、こういう活動を待っていた！会社への期待度が上がった！と反響があった」「働く女性の支えとなるだけでなく、男性にとっても生理を理解するきっかけになった」等の好評の声をいただいている。

今後さらなる導入企業の拡大をめざして推進するとともに、「職場のロリエ」の活動をきっかけに、生理現象の有無に関わらず、誰もが働きやすい職場環境が世の中に拡がることを目標に、活動を継続していく。

【株式会社技研製作所】

当社は、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン(DE&I)を「一人ひとりの違いや状況に配慮し、多様な働き方と公平な機会を提供すること」と捉えている。すべての人材が公平な機会を得て、いきいきと活躍できる職場を目指し、まずは女性活躍推進を重要課題として取り組んでいる。

女性は、固定観念やライフイベントの影響により、男性と比べてキャリアの機会を失いやすく、マミートラックやインポスター症候群に陥る傾向がある。エクイティ(公平性)は、すべての人が同じ条件で働くことではなく、それぞれの状況や背景に応じて必要なサポートや機会を提供する考え方である。この考えに基づき、ライフイベントによる影響を受ける前の早期段階からキャリア育成を行うほか、男性の育休取得や共育を推進している。

これらの取組は一企業内に留まらず、当社はリーディングカンパニーとして積極的に社会へ

発信している。特に、本社が位置する高知県や四国では、少子化が深刻化しているため、自治体や企業に向けた発信を強化している。若年人口の流出や出生率低下などの課題に対し、女性の活躍推進や子育てしやすい企業づくりを通じて、地元での雇用促進と定着を図り、人口減少の歯止めを目指している。

その結果、当社の活動への関心が高まり、日本経済団体連合会主催の「男性の育児」推進セミナーや内閣府「子育て応援コンソーシアム」など、全国各地で 21 回登壇した。また、関連企業とも連携し、全国約 40 社の協力会社経営者を対象に意見交換会を開催するなど、取組の輪を広げている。

今後も積極的に社会へ発信を続け、誰もが輝ける職場環境づくりを推進し、少子化や地域創生といった社会課題の解決に貢献していく。

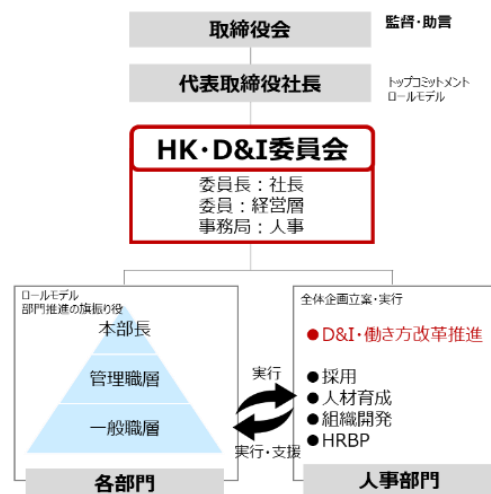
【古河電気工業株式会社】

当社は創業以来、従業員一人一人の個性や能力を活かせる企業風土を目指しており、2024 年 3 月に制定したパーパスにおいても、その目的を従業員一人一人の働きがいや組織力を向上させることとしている。D&I(ダイバーシティ&インクルージョン)はその中心的な考えの一つとなっており、グループ全体への浸透を図っている。



▲人と組織に関する基本的な考え方(古河電工グループ People Vision)

D&I については、グループでの重要な経営課題の一つである「人材・組織実行力の強化」の重要な要素と位置づけている。社長直下の HK 注)・D&I 委員会を設置し、経営層がイニシアチブをとって、女性活躍推進、働き方改革、障がい者雇用推進、外国人雇用やキャリア採用などのテーマについて積極的に議論し、グループ横断的に取り組みを推進している。



▲ 「人材・組織実行力の強化」における D&I の推進体制

注) HK : 「働き方改革」の略称

具体的には、女性活躍推進のテーマでは、グループ従業員も参加可能な異業種交流や海外グループ会社の女性社長による社内講演会などを開催している。また、全社員の約6割にあたる事務系・技術系スタッフの内、約7割を技術系スタッフが占める当社にとって、日本の女性研究者や技術者の割合が依然として低い現状は、人材基盤の強化において解決すべき重要な課題であるという問題意識のもと、社会貢献活動として、内閣府主催の「リコチャレ」への参画や女子高校での理系社会人講話への講師派遣など、社外での女性技術者育成の活動にも積極的に取り組んでいる。また、2023 年度には、当社がスポンサーとなり、IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers) Photonics Society に Women in Photonics Excellence Award を設立し、初代受賞者を決定するなど、技術分野でのD&I推進に地道に取り組んでいくことが、当社のD&I向上にいい影響を及ぼすと考えている。

特に、女性が少ない製造業においては、D&I に関するお互いの知識を共有し、共に意識を向上することが有益と考え、パートナーや顧客の人事部門とも積極的に交流し、D&Iの意見交換を実施するなど、サプライチェーンにおいても、お互いの取り組みやノウハウを認知し、活かす取り組みを進めている。例えば、当社で準備を進めている現場作業への女性の採用拡大については、数社の顧客、パートナー企業よりノウハウをご教示いただき、採用、受入れ等の準備に活かしている。働き方改革では、グループ内での成果やノウハウをグループ内に広く積極的に共有することで継続的に推進している。両立支援では、グループ横断で参加できる社内男性育休経験者との座談会や、外部講師による介護セミナーなどのオンラインイベントを実施した。また社外での男性育休推進のイニシアチブに賛同するなど、産業全体で両立支援を推進していく活動にも積極的に参加し、パートナーや顧客への訴求力向上に繋げている。

障がい者雇用においては、従来の特例子会社での雇用拡大に加え、当社並びに、国内関係会社での雇用拡大の取り組みを進め、各社との対話や情報共有を定期的の実施している。2023 年度には、職域拡大を目的にしたグループ適用も実施するなどし、グループ全体での重要性の認知を高めている。

こういった取り組みの結果、当社は多様性を備えた企業であることを従業員が再認識し、その一人一人の個性を活かすことが、多様なキャリア形成、多様な働き方の促進、イノベーションや顧客基盤の拡大といったビジネス成果に繋がることを期待している。また、多様性を活かすという観点からリーダーシップやマネジメント能力の向上が進んできている。さらに、社外との交流や積極的な発信を通じて、企業ブランドイメージの向上、採用競争力へのポジティブな影響を与えられていると考えている。

【日本マクドナルドホールディングス株式会社】

当社の DE&I に関する取り組みは、社内にとどまらず、関連企業やサプライチェーン全体にも広がるように努めている。この取り組みを始めた背景には、サプライヤーの皆様がより活き活きと働ける環境をつくり、幸福度を高めることで、当社に関わる全ての方々のビジネス成長に繋がるとの信念がある。この信念のもと、2022 年下期より本格的に取り組みをスタートした。

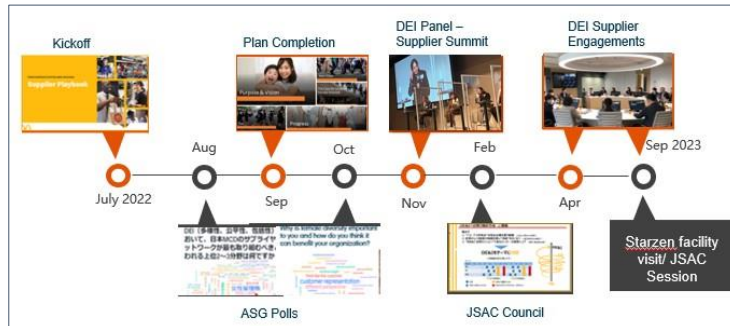
初期のステップとして、2022 年 11 月には当社のサプライヤー約 100 社が参加するサプライヤーサミットで、パネルディスカッションを実施し、「なぜ DE&I の促進がビジネスに必要なのか」を伝えた。このイベントを通じて、サプライヤーコミュニティにおける DE&I の理解と意識向上を目指した。

さらに、2023 年 4 月と 9 月には、国内外のサプライヤー10 社以上が集まるミーティングを開催した。代表的なサプライヤーによる DE&I に関する取り組みのベストプラクティスを共有し、ネットワーキングの場を提供することで、サプライヤーコミュニティ内での DE&I 推進の機運を高めた。また、2023 年 9 月にはサプライヤーの工場で DE&I ミーティングを開催し、現場レベルでの課題について話し合うとともに、2023 年 12 月にはオンラインで約 100 社のサプライヤーに対して DE&I 促進活動の進捗と成果を共有した。

2024 年には、DE&I に対する理解度を確認するため、国内外のサプライヤーに向けたサーベイを実施し、その結果をもとに、サプライヤー間の相互訪問を実施し自社と他社の違いを認識し、相互理解を深めることを通じて、DE&I に関する認知度向上を目指している。現在、これらの活動はサプライヤーの皆様が主体となって実行している。

当社とサプライヤーの DE&I 活動は、具体的な成果や目標設定を追求するのではなく、DE&I に対する認識を広めることを重視している。その結果として、サプライヤー各社の意識が高まり、DE&I が当たり前の価値観として浸透することを目指している。したがって、あえて目標やゴールを設定せず、ビジネスから一歩離れた形で、楽しく活動を進めている。

McDonald's Japan DEI Supplier Engagement

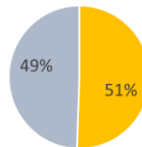


▲約 100 社が参加したサプライヤーサミットでの DE&I パネルディスカッションの様子

DEIサーベイ結果

Q1.「ダイバーシティ」と「インクルージョン」の違いを説明できますか？

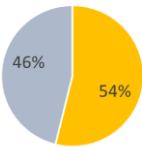
ダイバーシティとインクルージョンの違いを説明できますか？



■ YES ■ NO

Q2. (「エクイティ」の画像を用いて)この図がD,E,Iのどれを示しているかわかりますか？

右の絵は、「D」「E」「I」のどれを示しているかわかりますか？



■ YES ■ NO



⇒DE&Iというワードの認知度と、DE&Iそれぞれのワードの認知度を向上させることが課題。

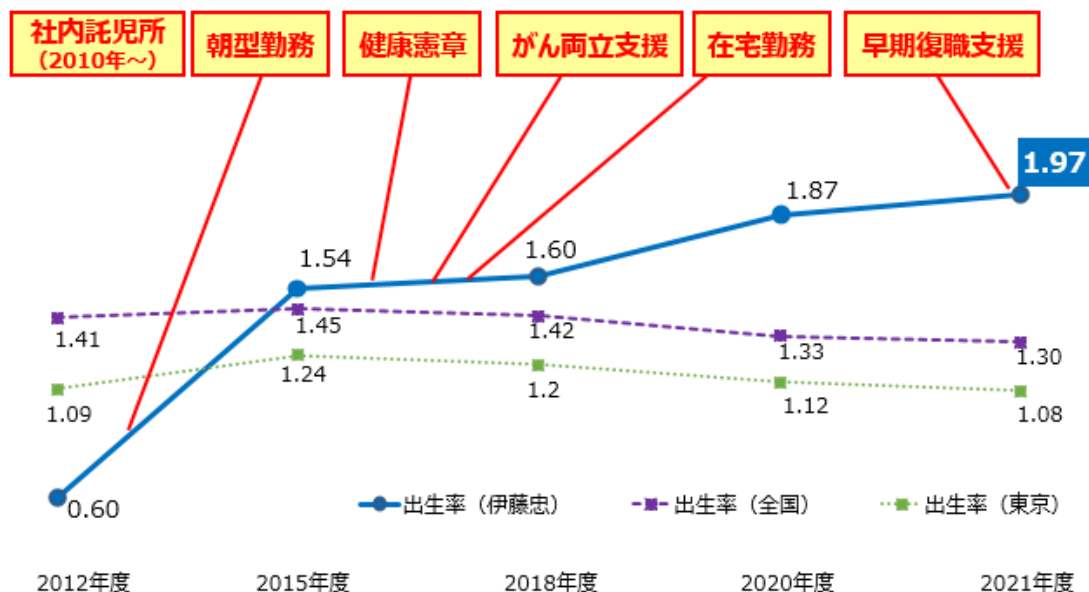
▲2024 年に実施した、国内外のサプライヤーに向けた DE&I サーベイ結果

■テーマ3:女性従業員の健康課題解決への取組の概要と得られた成果(定量的な成果を含む)

女性の就業率が上昇する中、女性特有の健康課題やライフイベント(月経、不妊、妊娠・出産、更年期等)に起因する望まない離職等を防ぎ、女性が企業でより活躍しやすい環境作りを行うことは重要です。女性の健康課題に対して問題意識をもち、女性のみならず男性従業員の理解も深めながら健康課題解決への取組を推進することで、女性活躍において成果が表れている企業の特徴的な事例を紹介します。

【伊藤忠商事株式会社】

多様化する女性特有の健康課題に対応し、生産性向上や周囲の理解を深めるため「フェムテック」を活用。「フェムテック」に対する理解・活用は、女性が直面している問題や壁を一つ一つ丁寧に解決する事に繋がり、これまで言語化されてこなかった女性の健康問題に対する理解促進に繋げ、更なる働き方改革の推進、そして性別を問わず多様な人材が活躍できる環境整備に繋がるものと期待。各種の「働き方改革」を進めた結果の一つとして当社の合計特殊出生率は2010年の0.94から2021年に1.97となり、全国平均を大きく上回っている。



▲出生率の推移

1. 意識改革

・2023 年度に社員の多様な経験・価値観をビジネスに繋げるべく、高い関心・熱意ある社員がオンライン上でチームを組成し、組織横断案件推進を可能にする「バーチャルオフィス」を導入。その中の1つの案件として、女性の活躍、働き方の変化を背景に、個々の女性社員が抱える健康課題は複雑化していることを踏まえ、社内外へのフェムテックの普及を図るとともに市場ニーズを掴み、フェムテックの事業化を目指して女性リーダーを含む13名がバーチャルオフ

イスに参画。社会課題ともいえる女性の身体にまつわる悩みや課題の解消に資する商品・サービス展開を加速させるために、ユーザーの行動の背景にある心理や潜在意識の取得を目的とし、2023 年 8 月に「フェムテック社内展示会」を開催。総勢約 700 名の社員が訪問し、馴染みのなかったフェムテック商品に対する理解・女性が抱える健康課題に対する理解が深まる機会となった。

<参考>[「バーチャルオフィス」によるフェムテック取組強化について | プレスリリース | 伊藤忠商事株式会社](#)

・上記取組みの一環として、女性の健康課題への認知向上およびセルフケア意識の向上に貢献し、フェムテック商品を気軽に試せるよう、当社子会社のファミリーマートの一部店舗でのフェムテックグッズを販売。また、妊活から更年期等幅広い年齢層がフェムテック商品を購入できるフェムテック自販機「ふえむてっくん」の社内スペースへの設置等、社員にとってフェムテックを身近なものとして認識を深めるための取組みを推進。



▲フェムテック社内展示会



▲フェムテック自販機「ふえむてっくん」

2. 個別支援

・「健康力向上」が人材力強化の礎との考えに基づき、社員が安心して働くことができる職場環境の実現を目指し、2016 年度に「伊藤忠健康憲章」を制定し、国立がん研究センターと連携し早期発見・治療等を行う「がんと仕事の両立支援」等の健康経営施策を推進。また、就労世代におけるがん罹患率は、女性の方が男性よりも高いことを認識し、健康に働き続けるためにも正しい知識の習得と早期発見を促進。34 歳以下の子宮がん検診費用の補助、35 歳以上は人間ドックで婦人科がん検診を実施。理解促進のため保健師による「婦人科がんセミナー」等も実施。

- ・総合職は、新卒入社 8 年目までに必ず海外派遣している他、20%が常に海外駐在している
当社では、キャリアの幅を広げ、安心して海外へ行くための選択肢として「卵子凍結制度への支援があれば」、という女性社員の声を踏まえて 2024 年 2 月より「卵子凍結」制度を導入。
駐在期間中の卵子凍結の一部費用補助や、海外での不妊治療費用補助、社外専門家への相談窓口を設置。
- ・こういった取組みの結果、女性社員の定着・女性役職者数の増加といった成果も表れている。
今後も「厳しくとも働きがいのある会社」(挑戦できる機会、成果に応じた報酬)の実現による社員の労働生産性の更なる向上、企業価値の向上を目指す。

【株式会社 LIXIL】

当社では、「世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現」という Purpose (存在意義) の実現するためには、多様性の尊重や従業員一人ひとりの心身の健康が重要と考え、積極的にダイバーシティ&インクルージョン(D&I)や健康経営を推進している。

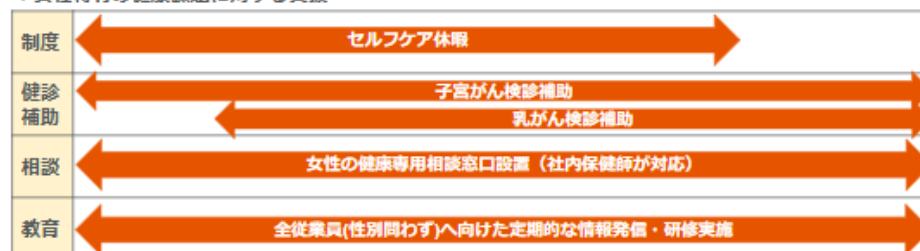
その一環として女性活躍推進は重要であり、女性の活躍を阻む女性特有の健康課題に対する支援が不可欠という考えのもと、2022 年度よりその実態把握のための社内アンケートを実施している。2024 年 9 月に全女性従業員(6,983 人)を対象に実施した社内アンケートの結果では、女性特有の症状を自覚している女性従業員の割合は 63.0%であることがわかった。また、女性特有の症状でパフォーマンスが低下したと回答した女性従業員の割合は 30.4%だった。この結果を受け、従業員が活き活きと個々の能力を最大限に発揮し、健康で活躍するためには「女性の健康課題への支援」も重要な取組みと捉え、積極的に推進している。

女性はライフステージごとに女性ホルモンの影響を大きく受けて様々な健康課題を抱えている。そのため、当社ではライフステージごとの課題をトータル的に支援する仕組みを構築し、女性が安心して活躍できるための支援を行っている。

◆女性のライフステージごとに起こりやすい健康課題



◆女性特有の健康課題に対する支援



▲ライフステージごとの女性の健康課題トータル支援

1. 支援制度・体制の拡充

1)セルフケア休暇(特別休暇制度)の取得要件拡充:

・2020 年度に多様な従業員が健康で自分らしく生き活きと働けるために活用できることを目的として、従来の生理休暇を拡大する形で導入した特別休暇制度である。生理日・妊娠中の体調不良や不妊治療の通院等を取得要件とし、通常の有給休暇とは別に年間 12 日間有給扱いで取得できる。2022 年度には更年期症状での通院を要件に追加した。

・2023 年度には従業員からの「更年期症状があるとき」も取得要件に追加してほしいという声や、女性従業員向けの社内アンケート結果から、PMS(月経前症候群)・月経・更年期に関連した症状を抱えている従業員が多いことが判明したことを踏まえ、女性の健康支援をさらに充実させるため、2024 年 10 月に「PMS(月経前症候群)・更年期の症状があるとき／生理(PMS 含む)・更年期の症状改善のための通院」とすることで取得要件の拡充を実施した。

2)不妊治療のための休職制度導入:

・多様な人生選択を支援しワークライフバランスを担保することを目的とし、2024年4月より生殖補助医療による不妊治療を受ける場合に取得できる休職制度を導入した。

3)女性の健康相談窓口設置:

・2022 年 7 月より女性の健康相談に特化した相談窓口を設置し、社内保健師が対応している(※男女問わず利用可)。

2. 管理職・従業員のリテラシー向上のための取組み

1)全管理職・全従業員を対象とした研修の実施:

・毎年 1 回、全管理職・全従業員を対象に、社内の保健師が企画・実施するヘルスケア研修において、女性の健康課題も毎年テーマとして取り上げている。

〈2024 年度実績〉

全管理職向け研修: 受講率 100%(2,767/2,767 名)。受講後のアンケート結果では、理解度が 99.8%、「研修内容を職場の対応に活かせる」と感じた人が 98.6%だった。

全従業員向け研修(※管理職も含む): 受講率 99.0%(21,467/21,680 名)。受講後のアンケート結果では、理解度が 99.5%、「研修内容を自身の健康管理に活かせる」と感じた人が 93.3%だった。

2)外部専門家による女性の健康セミナー実施:

・管理職や男性従業員を含む 100 人以上が参加した。受講後のアンケートでは、肯定的な回答が 94%となり、「女性の健康課題について相互理解を深めていく必要性を強く感じた」「更年期障害は治療が必要な病気だと知ることができ、我慢せずに声をあげてよいのだと思えた」などといった声が寄せられている。

3)保健師による情報発信(Healthcare、ちょこっと健康 LIBRARY):

・女性特有の健康課題への知識・理解の促進を図るため、保健師の音声説明を付ける等、従業

員が理解しやすくなるよう工夫をした定期的な情報発信を行っている。2023 年度には「女性のがん(子宮体がん等)」「PMS」「更年期」等をテーマに取り上げた。

2 女性の健康

女性は女性ホルモンの影響を受け心身に様々な症状が出る場合があります。

【主な症状】・からだ：痛み（腹痛・頭痛・腰痛）、吐き気、眠気
・こころ：気持ちが落ち込む、怒りっぽい、イライラする
（男性も男性ホルモンの影響を受け同様の症状がでることがあります）

【社内アンケート結果】※

Q. 3年間で女性特有の何らかの症状があったか？

A. **ある 63%** ない 37%

Q. 女性特有の健康課題について、これまで専門機関に受診または相談したことはあるか？

A. **ある 47%** ない 53%

POINT

- ・症状がある場合は、我慢せず早めに受診しましょう。
- ・正しい知識を持ち、相談しやすい職場の雰囲気を作っていましょう。

LIXIL

※ 2022年 LIXIL 社内アンケートより引用 対象：女性従業員 5,556人

Confidential

6

▲従業員向け研修資料(社内保健師作成)

LIXIL Healthcare Letter NO.59
2023年4月
ヘルスケアチーム

～みんなで知ろう女性の健康②～

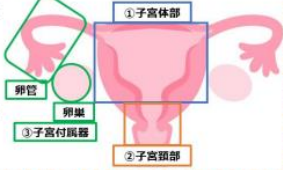
子宮頸がんについて

今回は子宮の入り口にできる「子宮頸がん」についてです。子宮は女性特有の臓器ですが、広く皆さんに知っていただき、健康について相談しやすい職場環境を整えていきましょう。

子宮について

子宮は骨盤の中にある臓器です。
主に「①子宮体部」と「②子宮頸部」にわかれています。

子宮につながる「卵管」や「卵巣」は「③子宮付属器」といいます。



①子宮体部
②子宮頸部
③子宮付属器

子宮頸がんについて

子宮頸がんは子宮頸部(左図②)にできるがんで、ヒトパピローマウイルス(HPV)に感染することによって起こります。初期には自覚症状がないため、定期的に子宮がん検診を受けましょう。(LIXIL健保の被保険者は、婦人科検診への補助があります。)
気になる症状があれば早めに婦人科を受診してください。

子宮頸がんの特徴	
自覚症状	初期は症状がない。 進行すると不正出血や月経不順が見られる。 さらに進むと下腹部痛・腰痛などの症状が現れる。
発生しやすい年代	40代がピーク 10代後半から20代の発症率が増加しつつある
罹患率	10万人あたり16.8例

HPVについて

HPV感染を防ぐために、一定年齢の女性にHPVワクチン接種が推奨されています。また、HPVは男女問わず主に性交によって感染し、性感染症や咽頭がん・肛門がんなどの原因になると考えられているため、男性へのHPVワクチン接種が推奨されている国もあります。

職場の皆様へお知らせとお願い

職場では、検診受診のための休暇取得や、万が一がんと診断された場合の療養期間の確保、療養後には仕事と治療の両立について相談ができる環境作りをお願いします。

【参考】女性の健康推進ヘルスケアラボ(<https://w-health.jp/>)、がん情報サービス(<https://ganjoho.jp/public/index.html>)

H9年4月2日～H18年4月1日生まれの女性でHPVワクチン未接種の方は、公費(無料)で接種できます。一時期HPVワクチン接種後の多様な症状が話題になりましたが、現在はワクチン接種による有効性がリスクを上回るとして接種が推奨されています。(詳しくは、厚生労働省のQAをご覧ください。)



▲情報発信資料(社内保健師作成)

上記の取組みを踏まえ、今後も全てのライフステージの女性が健康に活躍できるよう保健師等の専門職を中心に全国の従業員の近くで支援を行える体制・取組みを充実させていく。

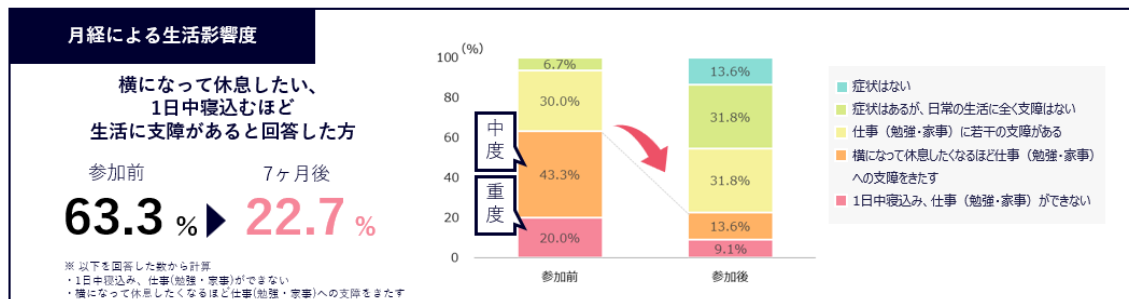
【京王電鉄株式会社】

当社は、鉄道やグループ施設を利用される方、沿線住民の方々の「幸せな暮らし」をサポートするためには、多様な視点は欠かせないものと考え、女性活躍をはじめとするDE&Iを推進している。女性活躍を推進する中、鉄道部門の女性社員からの「立ち仕事で集中力を要し、月経時に辛さを感じる」、「(オフィスで働く事務員とは異なり)自由に持ち場を離れることができない」といった声をきっかけに、女性特有の健康課題改善をサポートし、労働生産性を向上させるため、㈱LIFEMの法人向けフェムテックサービス「ルナルナ オフィス」の「月経プログラム」を2024年1月に鉄道業界で初めて導入した。男性が大半を占める会社全体のリテラシー向上を目指し、性別を問わず全社員約3,500名を対象に、女性のライフスタイルの変化や女性のカラダの仕組み、月経随伴症状などについて、医師監修のセミナー動画を配信するとともに、希望した女性社員29名に対し、オンラインでの婦人科診療、およびPMS(月経前症候群)や月経困難症の改善策のひとつである低用量ピルの処方・配送を実施している。本プログラムの検証として実施したアンケート調査では、月経によるプレゼンティーズムや生活影響度に改善が見られた他、「生理期間のストレスがほとんどなくなり、仕事への集中力アップにつながった」、「継続してピルを服用するにあたって課題に感じていた予約の取りにくさ、診療時間、費用の部分がクリアになり、ありがたい施策だ」といった声が寄せられた。



▲プログラムイメージ





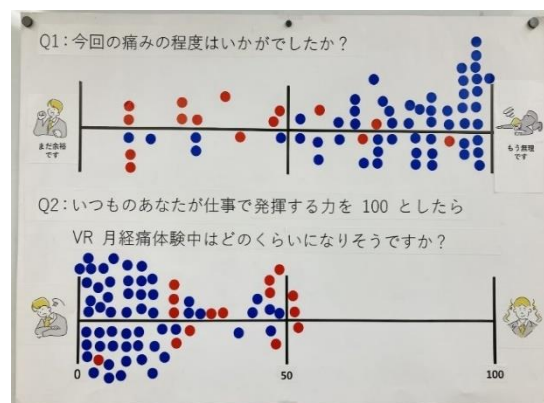
▲アンケート結果

また、DE&I 体験イベント「一人称で理解する、あなたが知らない『他者』のこと—『知ること』からはじめる 認知症体験×月経痛体験×障がい者交流—」を 2024 年 5 月に開催し、「月経痛体験」では、男女合わせ 73 名が、腹部に装着する VR 装置で月経時に生じる痛みを段階的に体験した。痛みの程度や、この痛みを伴って仕事をした場合どれくらいの力を発揮できそうかを、体験直後にシールアンケートで質問したところ、男性社員の多くが「もう無理です」「全く仕事ができそうにない」と回答。「周りに影響を感じさせずに業務や生活を送る女性の強さを身をもって知れた」「とても痛くて辛いことがよくわかり、今までより、職場や家庭で配慮したい」という感想なども寄せられた。上記体験イベントについて、全社員に配信する DE&I 通信の中で報告するとともに、「配慮の仕方について教えてほしい」という声もあったため、「セクハラにならない気遣いの仕方」など具体的な行動のヒントになるような資料も展開した。

このように、当事者への施策だけでなく、周囲の相互理解につながるような啓発や体験型イベントなどを今後も継続して実施することで、女性をはじめ多様な人財が活躍できる組織風土を醸成し、DE&I の実現につなげていきたい。



▲月経痛体験の様子



▲体験直後のシール (青:男性 赤:女性)