

## 「男女共同参画社会に関する地域企業の取組状況についての調査結果」

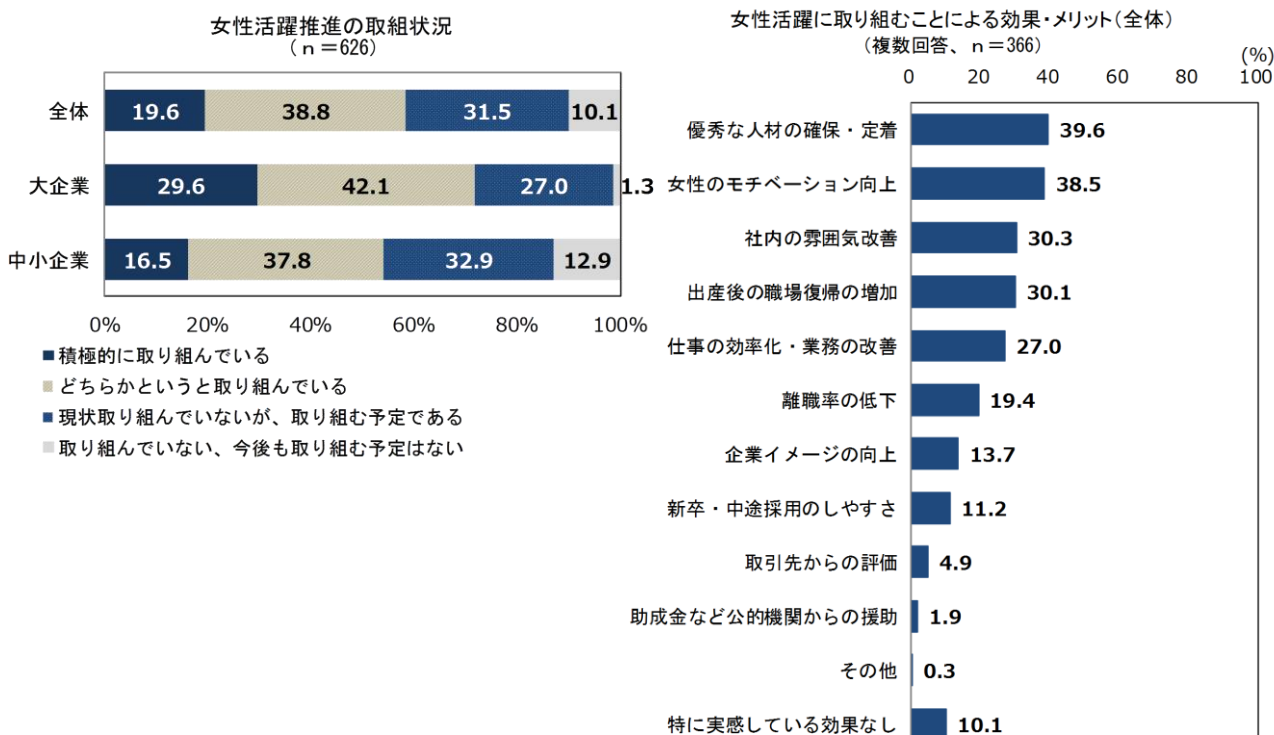
足利銀行（頭取 清水 和幸）のシンクタンクであるあしぎん総合研究所（社長 荒井 大）は、「男女共同参画社会に関する地域企業の取組状況についての調査」を行いましたので、その結果を別紙のとおり発表いたします。今回のポイントは下記のとおりです。

記

### <調査結果のポイント>

- ▶ 2023年6月、栃木県日光市で男女共同参画分野における閣僚会議「G7栃木県・日光男女共同参画・女性活躍担当大臣会合」が行われたことを契機として、男女共同参画推進に向けた取り組みの加速化が求められている。
- ▶ 北関東を中心とするエリアにおける企業の約9割が女性活躍に向けた取り組みに対して前向きに捉えており、女性活躍推進を取り組むことによる効果・メリットを実感している企業も約9割を占める（図表）。
- ▶ 一方で、依然として女性の家事・育児に対する負担割合が高いこと等、女性活躍社会の実現に向けた課題は山積している。

### 図表



以上

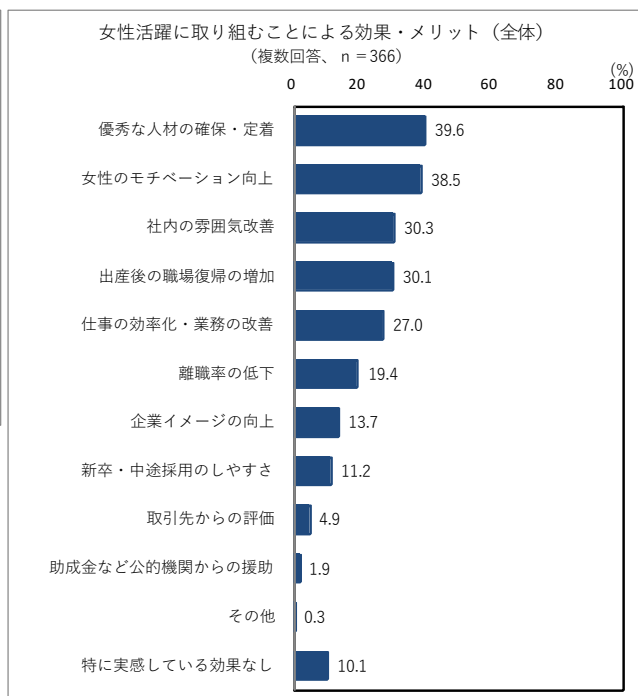
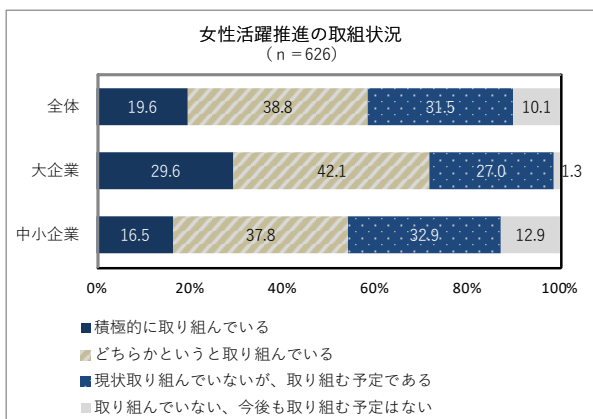
本件に関するお問い合わせ先  
株式会社あしぎん総合研究所 地域開発事業部 竹内 Tel 028-908-6116

## 「男女共同参画社会に関する地域企業の取組状況についての調査結果」

### <調査結果のポイント>

- 2023年6月、栃木県日光市で男女共同参画分野における閣僚会議「G7栃木県・日光男女共同参画・女性活躍担当大臣会合」が行われたことを契機として、男女共同参画推進に向けた取り組みの加速化が求められている。
- 北関東を中心とするエリアにおける企業の約9割が女性活躍に向けた取り組みに対して前向きに捉えており、女性活躍推進を取り組むことによる効果・メリットを実感している企業も約9割を占める(図表1)。
- 一方で、依然として女性の家事・育児に対する負担割合が高いこと等、女性活躍社会の実現に向けた課題は山積している。

図表1



## <調査の概要>

- (1) 調査時期 2023年6月末～7月末
- (2) 調査方法 当社実施「あしぎん景況調査」の特別質問  
(Web 回答によるアンケート調査)
- (3) 調査対象企業 北関東を中心とするエリア（栃木県、群馬県、茨城県他）の企業 1,569社
- (4) 企業規模区分 下記の通り、従業員数にて規模を区分

大企業	製造、建設、運輸は300人以上 卸売、サービスは100人以上 小売は50人以上
中小企業	上記未満

- (5) 有効回答企業数 626社（回答率 39.9%）

- (6) 回答状況 下記のとおり

	対象 企業数	有効 回答数	有効回答率 (%)
全体	1,569	626	39.9
栃木県内	812	342	42.1
栃木県外	757	284	37.5
大企業	414	152	36.7
中小企業	1,155	474	41.0

割合（%）は、四捨五入により100にならない場合がある。

## (7) 注意点

- ・ 図表中のnとは、回答者数のことである。
- ・ 集計は小数第2位を四捨五入しているため、数値の合計は100%にならない場合がある。

## ■女性活躍に関するアンケート調査結果

### 1. 女性役員比率・管理職比率

- 女性役員比率(社外含む)は13.5%、女性管理職比率は5.8%であった(図表2)。
- 女性の役員や管理職が少ないことが男女の賃金格差の要因の一つとされているが、本調査対象企業においても女性の役員比率及び管理職比率は低い。
- 女性役員比率が30%を超える企業は22.4%(大企業10.5%、中小企業26.2%)、女性役員がゼロの企業は47.9%(大企業58.6%、中小企業44.5%)であった(図表3)。
- 大企業と中小企業の女性役員比率30%超の企業の割合を比較すると中小企業の方が15.7ポイント上回っているが、これは零細企業等における家族従事者の影響によるものと推測される。

図表2

女性の役員比率・管理職比率  
(n = 573) (%)

	女性役員 比率	女性管理職 比率
全体	13.5	5.8
大企業	7.2	5.3
中小企業	17.0	7.0

図表3

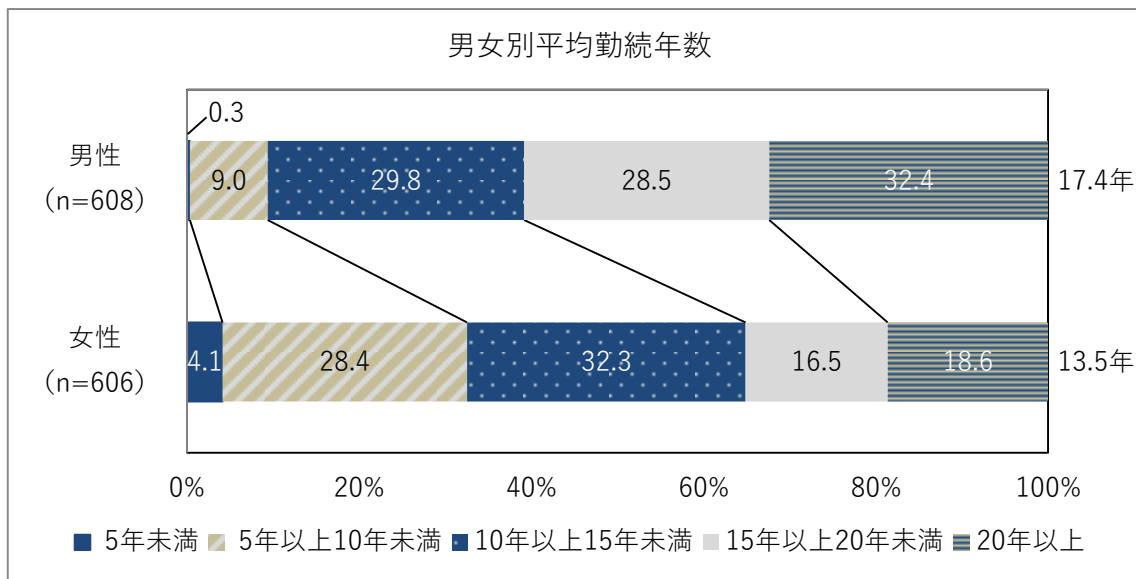
女性役員比率30%超・女性役員ゼロ企業の割合  
(n = 626) (%)

	女性役員 比率30%超	女性役員 ゼロ
全体	22.4	47.9
大企業	10.5	58.6
中小企業	26.2	44.5

## 2. 男女別平均勤続年数

- 男性の勤続年数は「20年以上」が32.4%と最も多く、「15年以上20年未満」(28.5%)も含めると、勤続年数15年以上が約6割を占める(図表4)。
- 女性は「10年以上15年未満」(32.3%)が最も多く、次いで「5年以上10年未満」が28.4%となっており、約6割が勤続5年以上15年未満である。
- 平均勤続年数は男性17.4年、女性13.5年である。
- 女性の平均勤続年数が男性に比べて短いのは、結婚や子育てを理由に離職せざるを得なくなる女性が少なからずいることが要因と考えられる。

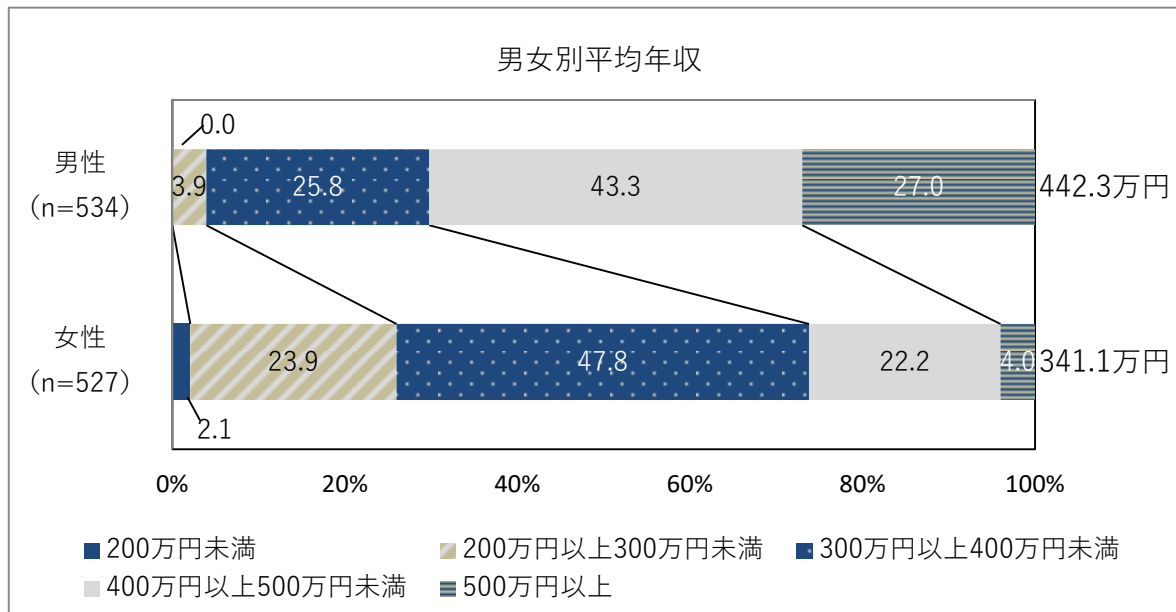
図表4



### 3. 男女別平均年収

- 男性の場合「400 万円以上 500 万円未満」が 43.3%で最も多く、女性の場合は「300 万円以上 400 万円未満」が最も多く 47.8%であった(図表5)。
- 平均年収は男性 442.3 万円、女性 341.1 万円である。
- 女性の平均年収が男性に比べて低い理由として、「平均勤続年数の違い」、「就いている職位の違い」、「選択する職種等の違い」が挙げられる。

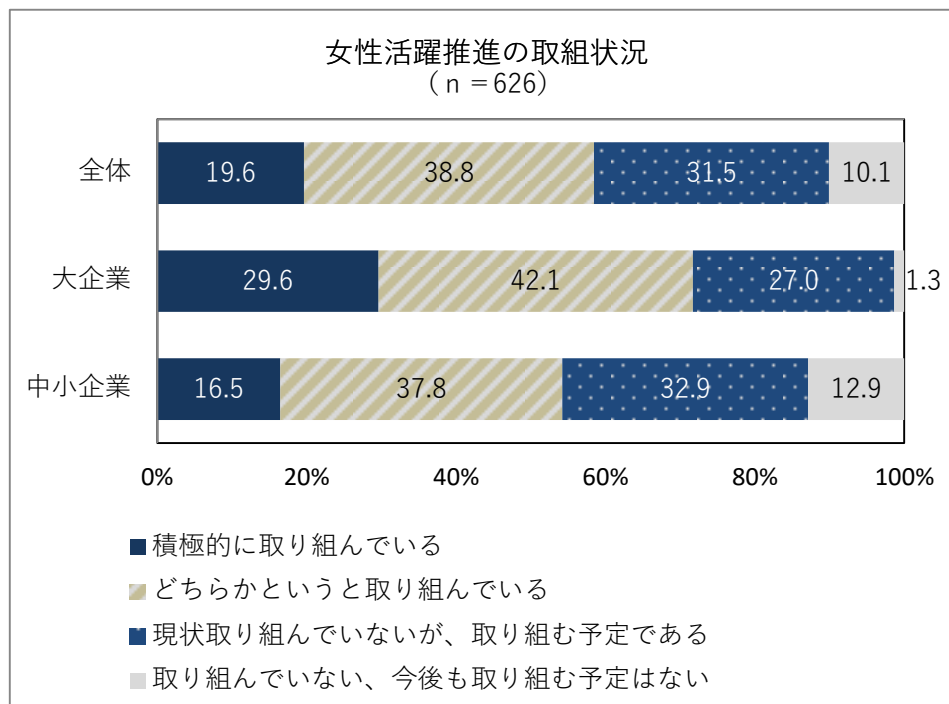
図表5



#### 4. 女性活躍に向けた取組状況

- 女性の活躍推進に向けて 58.4%（「積極的に取り組んでいる」+「どちらかというに取り組んでいる」）の企業が何らかの取り組みを行っている（図表6）。
- 大企業（71.7%）と中小企業（54.3%）を比較すると大企業の方がその割合は大きい（+17.4ポイント）。
- 中小企業においても、今後取り組む予定である企業まで含めると9割近くが女性活躍推進について前向きに捉えている。

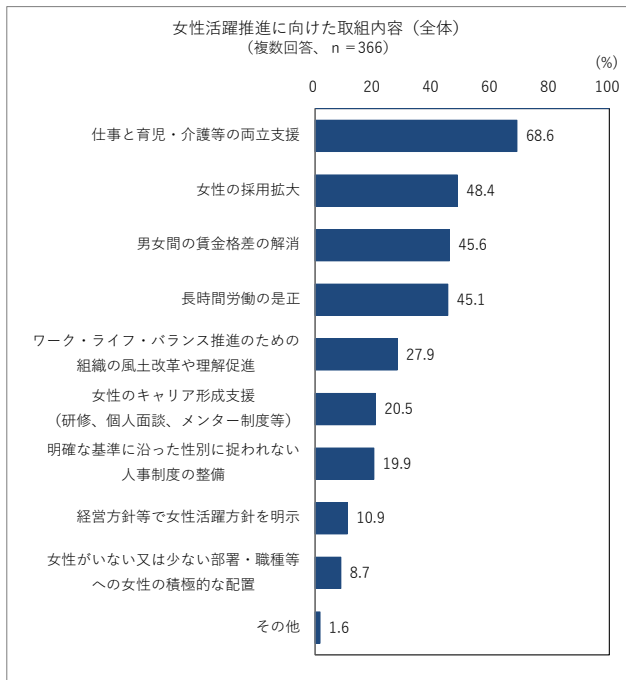
図表6



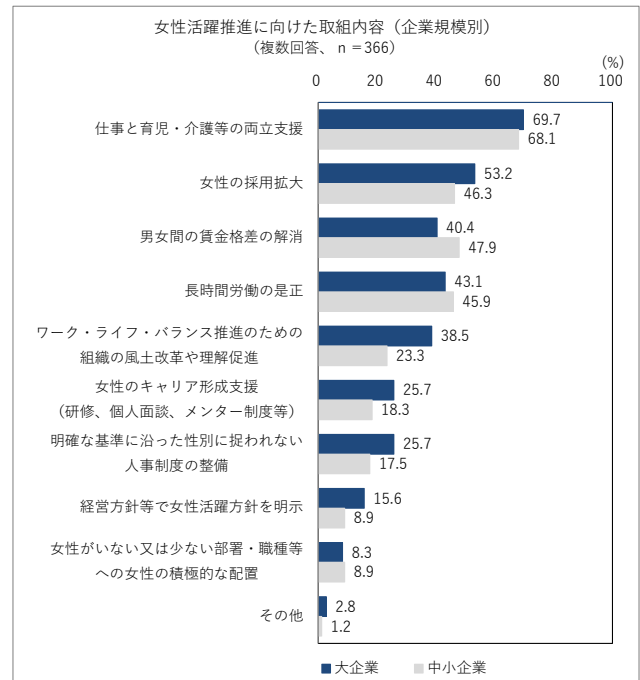
## 5. 女性活躍に向けた取組内容

- 「仕事と育児・介護等の両立支援」が 68.6%で最も多く、次いで「女性の採用拡大」が 48.4%、「男女間の賃金格差の解消」が 45.6%となっている(図表7)。
- 企業規模別にみると、中小企業は、「仕事と育児・介護等の両立支援」(68.1%)に次いで「男女間の賃金格差の解消」(47.9%)が多い(図表8)。

図表7



図表8

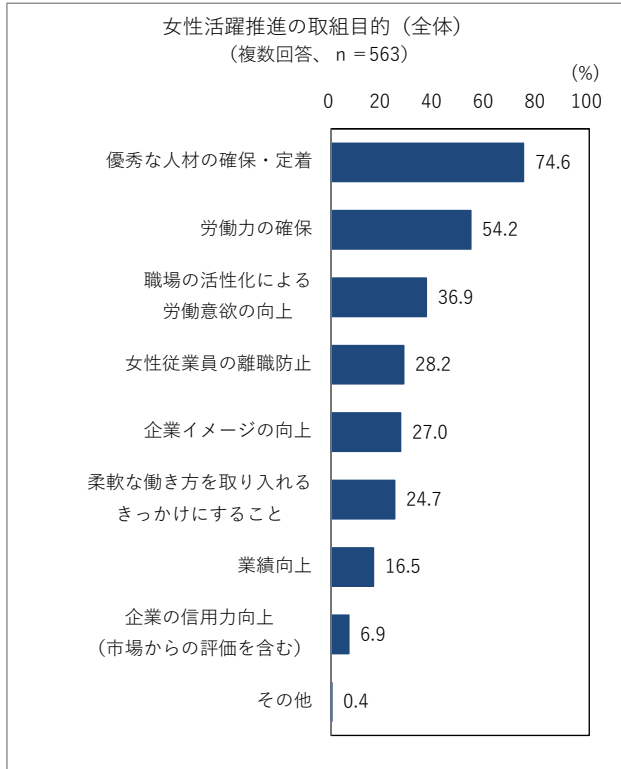




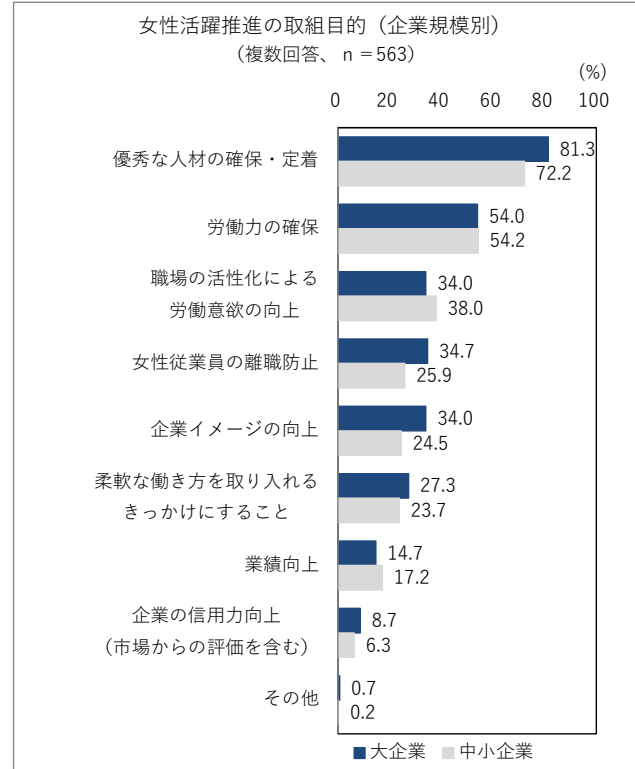
## 6. 女性活躍に向けた取組目的

- 「優秀な人材の確保・定着」が 74.6%と最も多く、次いで「労働力の確保」が 54.2%、「職場の活性化による労働意欲の向上」が 36.9%となっている(図表9)。
- 「その他」として、「実力主義の徹底のために女性活躍推進に取り組む」とした企業もあった。

図表9



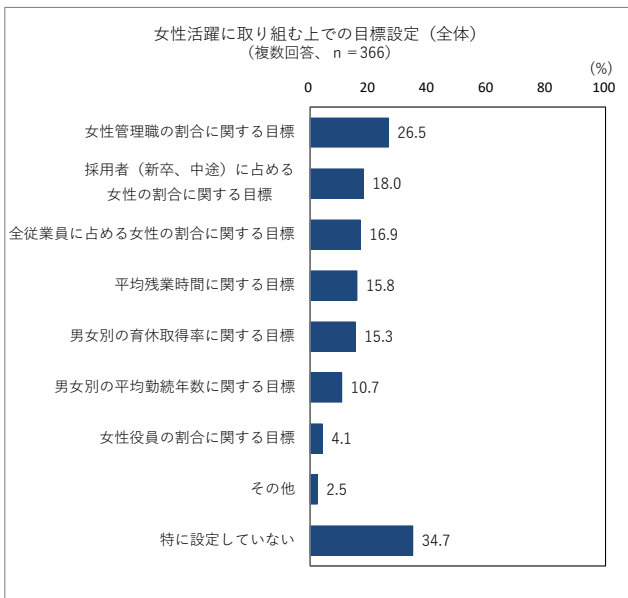
図表10



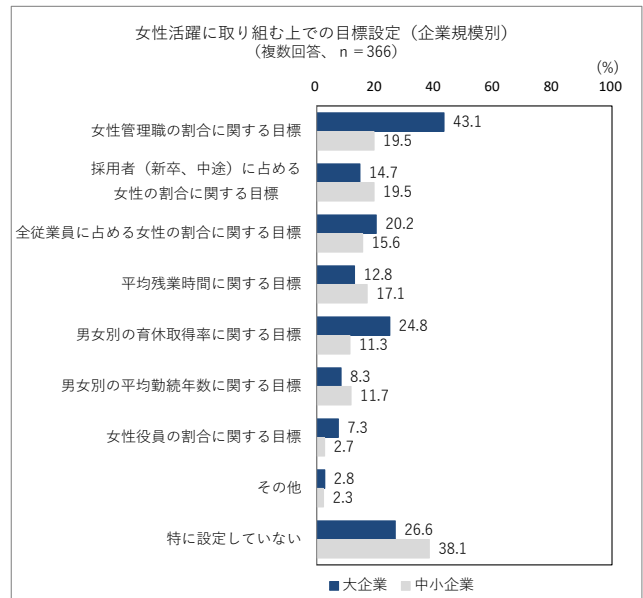
## 7. 女性活躍に取り組む上での目標設定

- 7割弱の企業で具体的な目標設定を行っており、その中でも「女性管理職の割合に関する目標」が26.5%と最も多い。一方、「女性役員の割合に関する目標」を設定している企業は4.1%と少ない(図表11)。
- 女性活躍に向けた目標自体を設定していない企業が約3割ある。
- 企業規模別にみると、具体的な目標設定を行っているのは大企業が7割強、中小企業は約6割と、大企業の方がその割合が多い(図表12)。
- 「特に設定していない」企業の割合は大企業と中小企業とで10ポイント以上開きがある。

図表 11



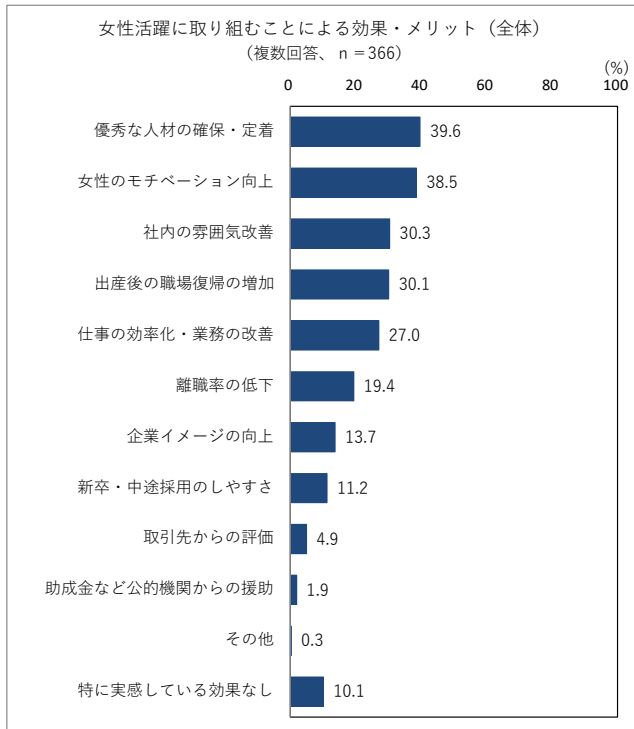
図表 12



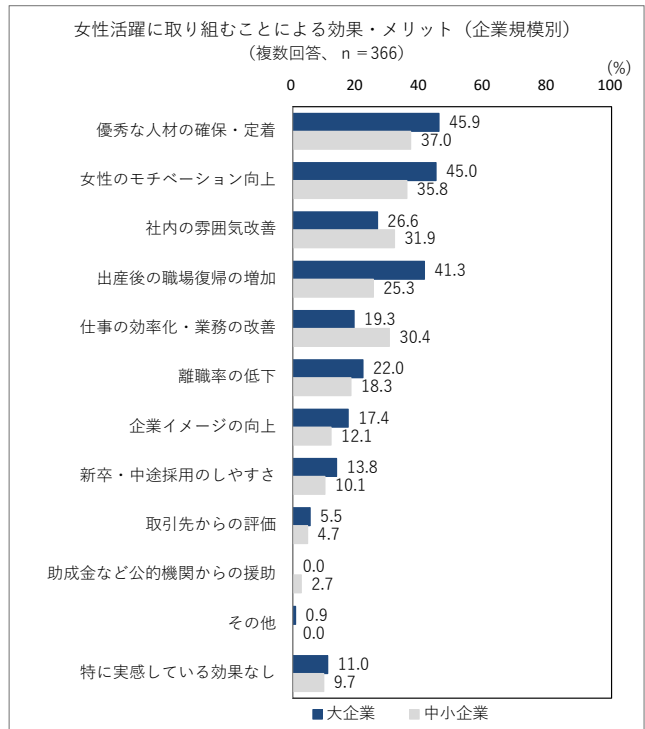
## 8. 女性活躍推進に取り組むことによる効果・メリット

- 「優秀な人材の確保・定着」が 39.6%で最も多く、次いで「女性のモチベーション向上」が 38.5%、「社内の雰囲気改善」が 30.3%となっている(図表 13)。
- 「特に実感している効果なし」が 10.1%あり、約 9 割の企業が女性活躍推進に取り組むことによる効果・メリットを感じている。

図表 13



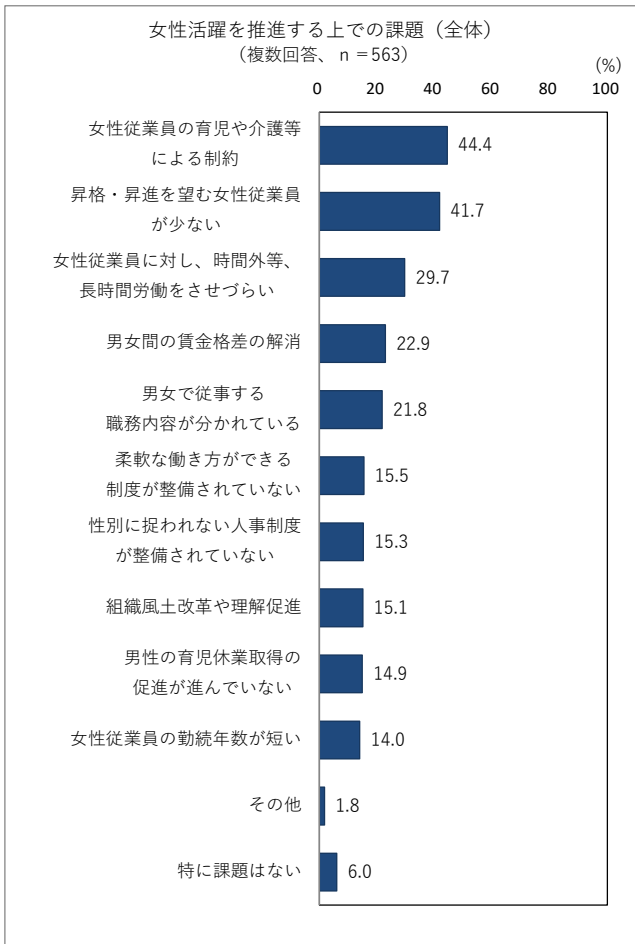
図表 14



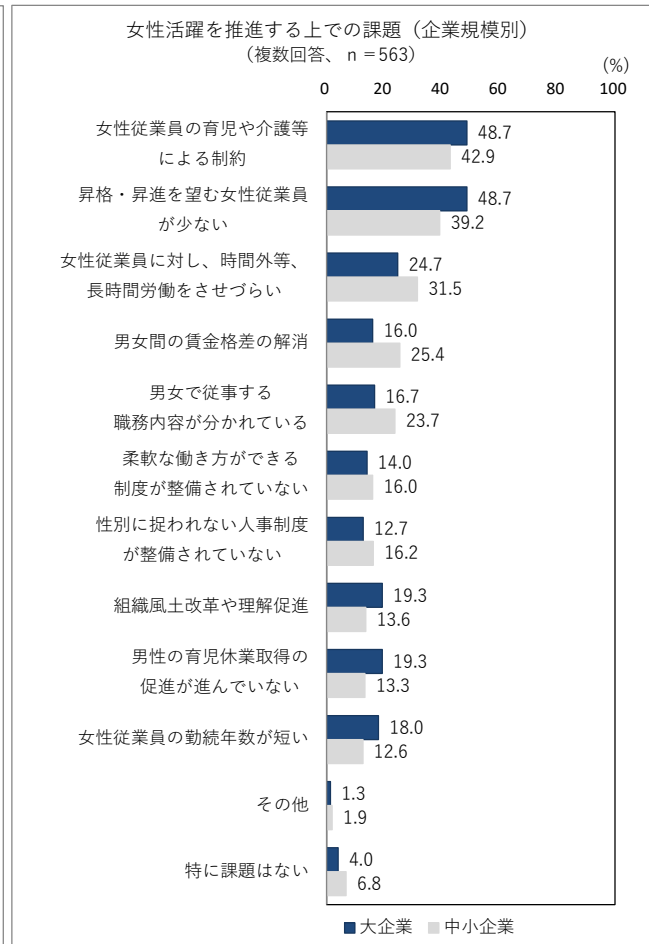
## 9. 女性活躍を推進する上での課題

- 「女性従業員の育児や介護等による制約」が44.4%、「昇格・昇進を望む女性従業員が少ない」が41.7%あり、この2項目が上位となっている(図表15)。
- 女性の家事・育児に対する負担割合が高いことが、昇格・昇進を望まない女性従業員を結果的に生み出している可能性があると考えられる。

図表 15



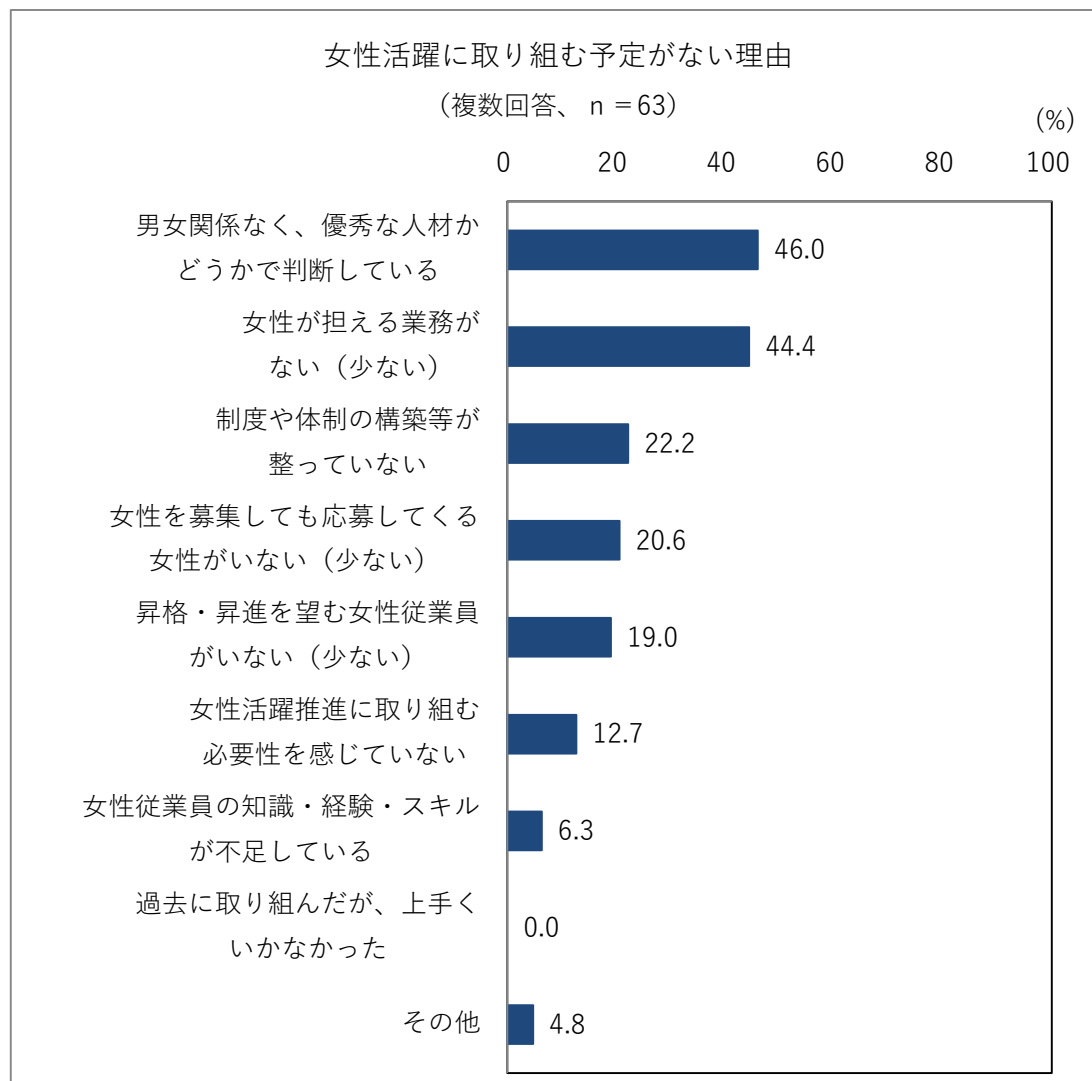
図表 16



## 10. 女性活躍推進に取り組む予定がない理由

- 「男女関係なく、優秀な人材かどうかで判断している」が 46.0%と最も多く、次いで「女性が担える業務がない」が 44.4%となった(図表 17)。
- 「過去に取り組んだが、上手くいかなかった」との回答はなかった。

図表 17

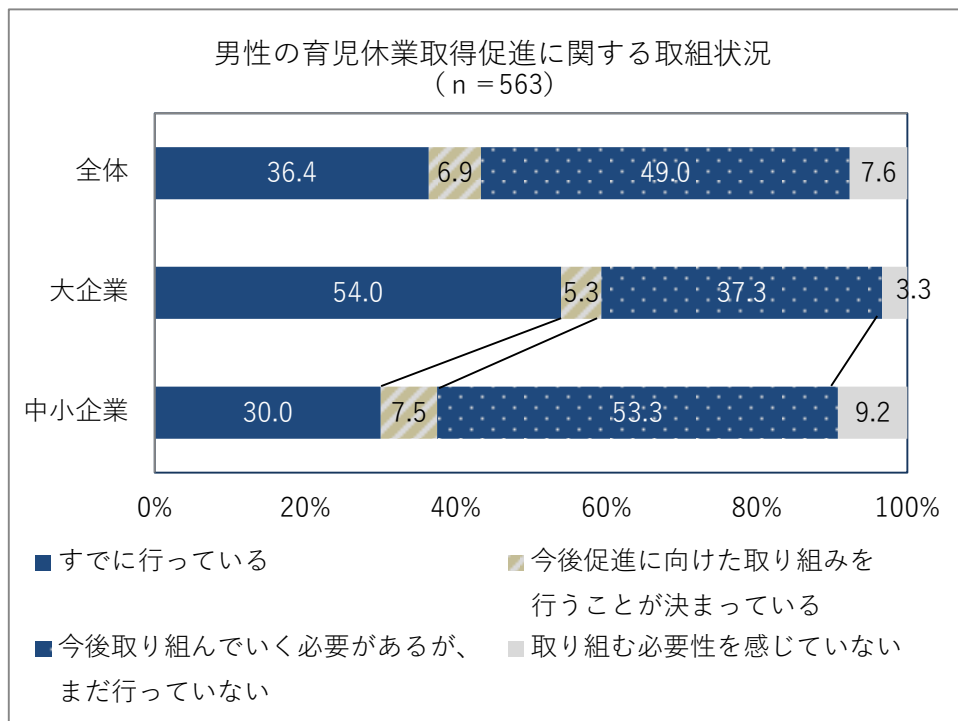


## ■男性の育児休業推進に関する調査結果

### 1. 育児休業取得促進に関する取組状況

- 全体では、「すでに行っている」が 36.4%、一方で約半数が「今後取り組んでいく必要があるが、まだ行っていない」としている。「取り組む必要性を感じていない」とする企業は 7.6%と、一定数ある(図表 18)。
- 企業規模別で見ると取組状況に差があり、大企業は「すでに行っている」が 54.0%、「今後促進に向けた取り組みを行うことが決まっている」(5.3%)を含めると、約 6 割の企業で男性の育児休業取得促進に関する取り組みが進んでいる。中小企業は「今後取り組んでいく必要があるが、まだ行っていない」が 53.3%と最も多い。

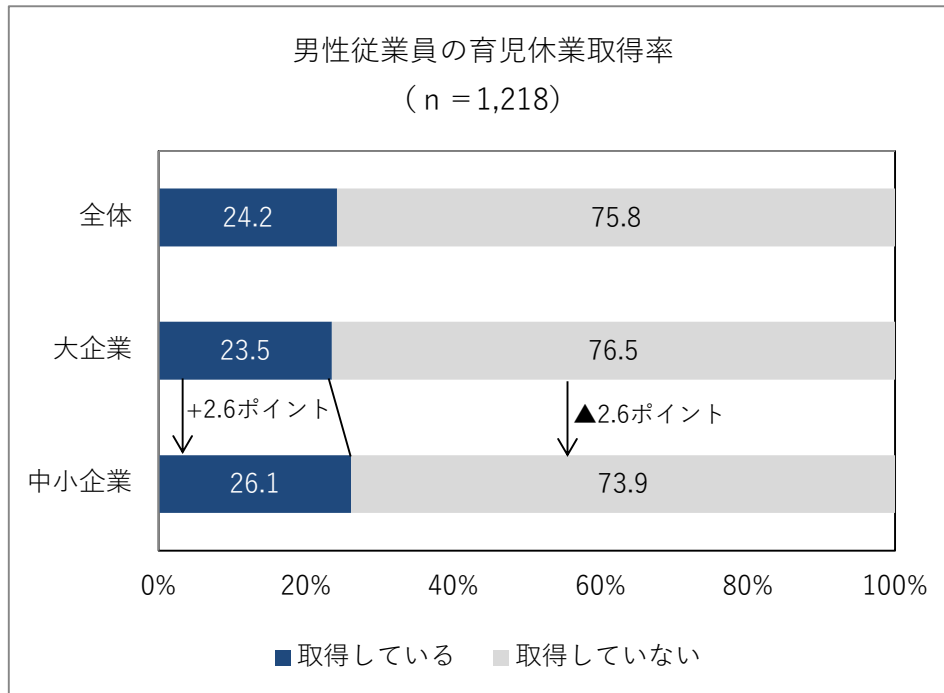
図表 18



## 2. 男性従業員の育児休業取得状況

- 男性従業員の育児休業取得率は 24.2% (大企業 23.5%、中小企業 26.1%) となった (図表 19)。

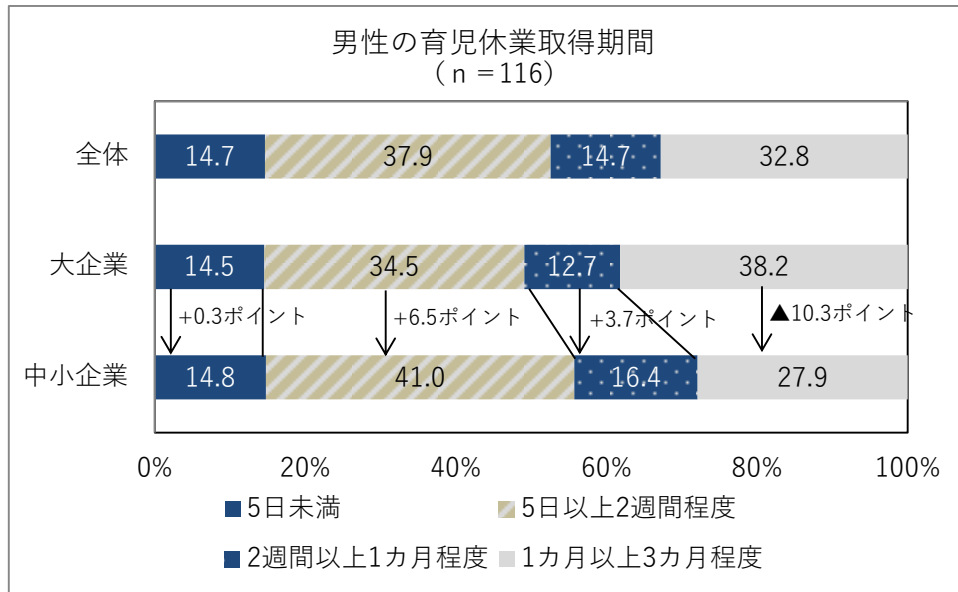
図表 19



### 3. 男性従業員の育児休業取得期間

- 全体では「5 日以上 2 週間程度」が 37.9%と最も多く、次いで、「1か月以上 3 カ月程度」が 32.8%となった。「1か月以上 3 カ月程度」の割合は大企業が 38.2%、中小企業が 27.9%となっており、中小企業が大企業に比べ 10.3 ポイント下回っている(図表 20)。
- 育児休業取得期間 2 週間程度未満の企業は、大企業が約 5 割、中小企業が 6 割弱となった。

図表 20

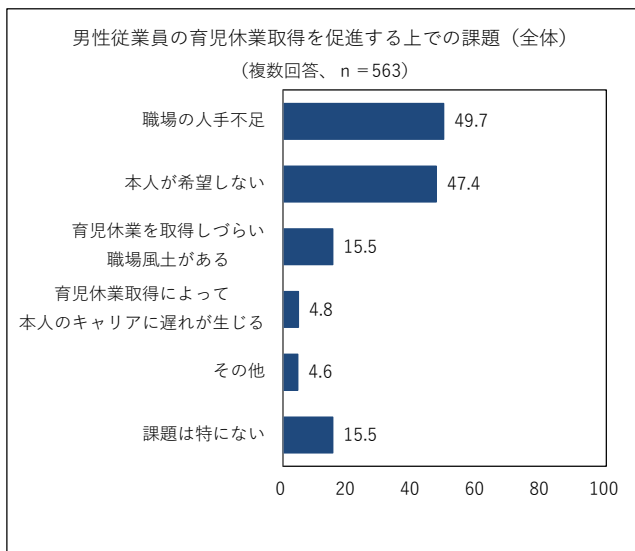




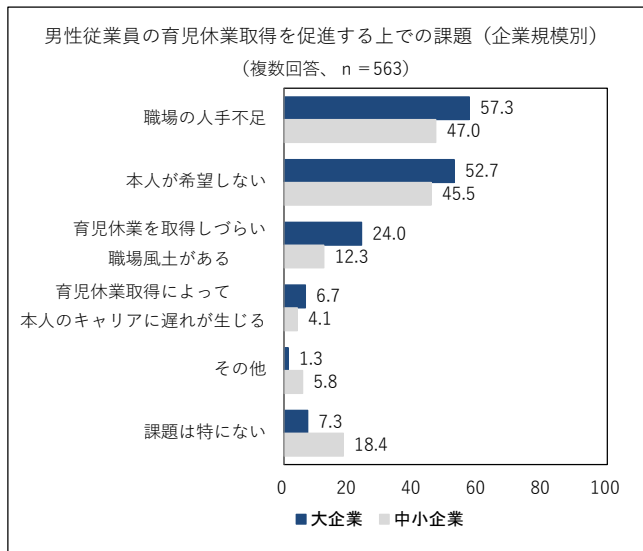
#### 4. 男性従業員の育児休業取得を促進する上での課題

- 「職場の人手不足」(49.7%)や「本人が希望しない」(47.4%)が多い(図表 21)。
- 「その他」意見として、「育児休業中をカバーできるリソースがない」があり、人手が不足していることで従業員が育児休業の取得を断念せざるを得ない状況が生じている可能性がある。また、「育児のための休暇であっても育児目的としていない」という意見もあり、男性従業員における育児休業取得制度が整備されておらず、本来育児休業の対象となる休暇を他の有給休暇として流用しているケースもある。

図表 21



図表 22



以上