

ブライダルアドバイザー職への女性登用で、女性社員の意欲向上にもプラスの効果

長崎県 飲食店、宿泊業 労働者数：99名（うち女性35名）
平均勤続年数：男性6.9年 女性5.3年 役職者数：男性32名 女性9名

<導入のきっかけ>

女性従業員のうち、正社員は35名。不規則な勤務体系のため、結婚・出産後も継続して勤務を希望する女性は少ないのが現状である。

メイン事業はブライダルだが、顧客（新婦）より「女性の担当がいい」と名指しで希望があった。最初に抜擢した女性が各種資格を所有しており、顧客の期待に応じて多くの企画をヒットさせたことから、ブライダルアドバイザー職は女性が活躍できる職務であることにトップ自らが気付いた。

<取組体制>

女性の活用については、社長と専務が中心となって推進。全社員を集めて、女性の活用のための人事異動を積極的に実施する旨説明、約3か月かけて理解を求めた。

<取組目標>

- ・ ブライダルアドバイザー職を、女性の活躍の場とする。

<取組内容とその結果>

1) 職域拡大

- ・ 営業・ブライダルアドバイザー職には積極的に女性を登用。

20数年前は女性の配置はなかったが、平成14年10月現在で女性4名、男性2名を配置。役職者も誕生している。

2) 管理職登用

- ・ （営業部門の女性役職者：企画部長、営業課長、企画係長、営業主任各1名）

<取組の効果>

- ・ モデルとなる女性がいることで、女性の意欲が高まり、女性管理職が増加した
- ・ 顧客のブライダル企画に対する評判が高まった
- ・ 女性に対するトップの意識が変わり、男性社員の意識も徐々に変化しつつある

<今後の課題>

女性が活躍できる場は開けたが、後に続く女性の意欲がまだ低い。意欲・能力があれば、トップはすぐに抜擢する体制は整えている。今後は女性自身の仕事に対する意識を、いかに変えていくかが課題である。

女性の職域拡大で購買層のニーズを的確にキャッチし、業績向上に貢献。

茨城県 飲食店、宿泊業 労働者数：329名（うち女性110名）
平均勤続年数：男性6.3年 女性3.2年 役職者数：男性41名 女性1名

<導入のきっかけ>

社内活性化のための方策として、業績の上がっている同業他社の状況について研修したところ、女性があらゆる分野で活躍し、能力を十分に発揮させていることが分かった。このことから、当社においても女性の活躍が不可欠であると考え、ポジティブ・アクションを推進することとした。

<取組体制>

グループ会社社長による「女性の活躍を促進する」という方針のもと、グループ会社支配人以上級が参集する営業会議で、ポジティブ・アクション等に関する必要事項が報告され、それに基づき総務部が中心となって、ポジティブ・アクションを推進している。

<取組目標>

- ・ 女性の職域拡大を図る
- ・ 女性のモチベーションを高める

<取組内容とその結果>

1) 職域拡大

- ・ これまでは男性しか配置していなかった教育担当部門については平成13年に、広報担当部門については平成14年にそれぞれ女性を1名ずつ配置。
- ・ 異なる職種、職場で働く女性同士が交流できる場として「女性モニター会議」を実施。これにより、女性が商品開発に意見を述べる機会ができるとともに、職種を超えた意見交換が可能となった。
- ・ 自己申告制、体系的な教育訓練、定期異動は従来より行っているが、女性の適用実績がなかったため、女性社員についても適用されることを明確にし、制度について改めて周知したところ、通信教育の女性受講者の増加や自己申告に関する女性の積極的な発言など、プラスの効果が見られた。

2) 管理職登用

- ・ 女性中堅社員を外部のリーダー研修に派遣した。
- ・ 個々のキャリアプランに適切にアドバイスできるよう、個別面接制度を導入。

3) 職場環境、風土の改善

- ・ 個別面接制度の導入により、女性の意識・意見を把握。
- ・ 管理職の男女役割分担意識を解消するための研修を実施し、男女差別を含む差別意識解消を図った。

<取組の効果>

女性が新たに配置された商品開発・広報部門において、購買層に近い女性社員の意見が反映され、業績維持・向上に貢献している。

また、女性社員の活躍の場が広がったことにより、若い女性社員に目標となるモデルができ、男女ともにモラルが向上した。

<今後の課題>

社長方針のもと、女性社員の職域拡大を図ったが、今後は管理職への登用を図るために、専門スキルのみならず、労務等の通信教育による資格取得を促進するなど、マネジメント能力向上のための教育・意識づけを行っていく必要があると考えている。

女性管理職の積極登用で、女性もリーダーとしての自覚が芽生える

山口県 飲食店、宿泊業 労働者数：873名（うち女性50名）
平均勤続年数：男性 9.4年 女性 6.0年 役職者数：男性 375名 女性 13名

<導入のきっかけ>

- ・ 今後、若年労働人口、生産年齢人口が減少する中で「女性の活用を図らなければ、社員の確保はできない」との危機感を持ち、女性の積極的採用に取り組み始めた。
- ・ これまで女性社員は事務職が大半を占めていたが、事務職の女性は補助的業務に従事しており、登用しようとしてもうまくいかない状態だった。そのような状況の中、営業職への女性の応募は少ないものの、営業職女性は自然とリーダーに育っていったことから、営業職として女性を積極的に採用し、店長等への登用を図ることとした。

<取組体制>

- ・ 管理本部長の指示の下、人事担当部署が中心となり、推進している。
- ・ 労働組合との定例労使協議会において、女性の就業環境についての協議を行うなど、労使が協調して女性が働きやすい環境への改善を図っている。

<取組目標>

- ・ 営業職女性の採用を増やす
- ・ 女性店長を増やす

<取組内容とその結果>

1) 採用拡大

- ・ 全体採用数の一定割合を女性採用の目標数と定めて、採用を実施。その結果、女性営業職の採用は平成12年度に8名（男性72名）、平成13年度は15名（男性93名）、平成14年度は22名（男性91名）と順調に増加。
- ・ 女性店長の活躍する姿を会社概要に掲載して、女性の採用促進を図った。
- ・ 営業職応募者には、勤務内容が分かりやすいように営業店の見学を行っている。

2) 職域拡大

- ・ 労使協議会において、労働組合に対し女性の働く環境改善についてのアンケート実施を提案。アンケート結果をもとに、作業器具や作業日程の見直しを行っている。

3) 管理職登用

- ・ 平成11年に初めての女性店長となった者は、非常に活躍しているため、女性店長のモデ

ルとして様々な機会に紹介している。女性店長は、平成11年度に2名、平成12年度に5名、平成14年度には7名まで増加。

- ・ 平成13年度より人事制度全般の見直しを行い、評価基準を明確化した。
- ・ 上級店長の公募制を実施し、女性一人を登用（男性11名）。

<取組の効果>

- ・ 中途採用者も含めて性差についての意識が無くなり、女性の応募者が増加した。
- ・ 上級店長が中心となり、女性の就業改善意識が高まり、他の女性社員の相談役にもなってきた。
- ・ 全社で年に1度開催されるサービス・クッキング・マネジメントに関するコンテストへの参加意識が高まり、女性優勝者が誕生して海外研修にも参加するようになった。

<今後の課題>

- ・ 男女共に、「女性は結婚を機に退職するもの」という意識がまだ存在すること
- ・ 深夜勤務の防犯管理
- ・ 育児休業制度の活用をどう高めるか、その取得意識の改革や復帰後の制度の整備
- ・ 課長職以上への女性の登用