

(4) 取組の効果

男性社員への良い刺激となり、職場全体が活性化

- ・ 女性行員でも、能力次第で昇進のスピードが男性のトップクラスと同様になったため、男性行員への刺激にもなり、全体の意識向上につながった。
(岐阜県・金融・保険業 労働者数 2,753 名、うち女性 1,013 名 他 7 社)
- ・ 女性社員がより積極的に自己啓発や業務に取り組むようになったことが、男性社員にとっても刺激となり、職場全体が活性化しつつある。
(群馬県・金融・保険業 労働者数 3,346 名、うち女性 936 名 他 8 社)
→**大手金融機関 I**
- ・ 男性管理職の意識が変わり、「意欲、能力のある女性行員も登用して行こう」という方針が、会社全体に浸透してきている。
(千葉県・金融・保険業 労働者数 1,420 名、うち女性 374 名 他 2 社)
- ・ 男性職員が圧倒的に多い営業担当に女性が配属されたことにより、男性職員への刺激も生まれ、職場が活性化しつつある。
(京都府・製造業 労働者数 1,715 名、うち女性 391 名 他 2 社)

女性社員の可能性が拡大

- ・ 顧客である女性のニーズに対応した事業展開及び店舗の運営が進み、売り上げに貢献する女性労働者が増加している。
(神奈川県・卸売・小売業 労働者数 814 名、うち女性 153 名 他 6 社)
- ・ 全ての女性が役職登用の機会を得ることができるような制度を導入したことで、女性社員の可能性が高まった。
(静岡県・金融・保険業 労働者数 1,678 名、うち女性 625 名 他 2 社)
→**大手金融機関 C**
- ・ 後輩社員のモデルができたことで、若手女性社員の将来設計が具体的になった。
(群馬県・卸売・小売業 労働者数 1,576 名、うち女性 294 名 他 2 社)

女性社員の意識・意欲が向上

- ・ 従来、社内全体に目を向けることが少なかった女性社員が、工場見学会や勉強会を通じて、会社や他部門を知り、製品知識を高めることにより、女性自身の意識が高まりつつある。
(大阪府・製造業 労働者数 1,175 名、うち女性 156 名 他 9 社) →大手製造業 H
- ・ 一般職女性の役職者の増加により、女性の仕事に対する取組が変わってきた。
(和歌山県・金融・保険業 労働者数 838 名、うち女性 190 名) →中・小金融機関 E
- ・ 女性社員に責任感、積極性が生まれた。従来多かった結婚退職者がほとんどいなくなり、仕事を長いスパンで考えるなど、女性社員の仕事に対する姿勢が変化している。
(栃木県・卸売・小売業 労働者数 391 名、うち女性 32 名)
- ・ 新規業務に女性を積極的に配置していくことで「自分たちは、期待されている」という意識から、職務に対するより一層の意欲向上につながった。
(香川県・製造業 労働者数 185 名、うち女性 38 名 他 1 社)
- ・ 新たに管理職となった女性自身に、やる気が出てきた。その他の女性にとっても「頑張れば、管理職に登用される」という目標ができ、職場が活性化した。
(鳥取県・飲食店、宿泊業 労働者数 78 名、うち女性 23 名 他 5 社)

顧客の反応、世間の評価、対外的なイメージ向上

- ・ これまでの「男性の仕事」というイメージを一新し、業界及び顧客に対する企業イメージが向上した。その結果、女子学生からの採用の問い合わせも増え、女性の採用拡大が図られた。
(宮城県・卸売・小売業 労働者数 267 名、うち女性 21 名 他 3 社) →卸売・小売業 D
- ・ 理系女子学生の人気企業ランキングで上位に入り、女性活躍イメージが持たれたことから、女子学生からの志望が増えた。
(東京都・製造業 労働者数 17,246 名、うち女性 2,401 名 他 2 社) →大手製造業 B
- ・ 女性面接官に登用して以降は、更に面接しやすいとの評価が高まり、学生に対して企業イメージが向上していることが、採用面接を受けた学生に対するアンケートから分かった。

(岩手県・金融・保険業 労働者数 670 名、うち女性 172 名)

- ・ 顧客が訪問する際に、社内の各部門を案内すると、女性の配置について関心を持たれる。その結果、好印象を与え、「新しい試みを実践している会社」として信頼度が高くなった。

(滋賀県・製造業 労働者数 300 名、うち女性 25 名 他 3 社) →中・小製造業 D

- ・ 女性専門職（仕入れ、販売等）が増加したことで、顧客ニーズにも対応し、顧客の支持を得た。特に、食品（菓子）など、マスコミで取り上げられたことでイメージが向上、経営上の利点もあった。

(東京都・卸売・小売業 労働者数 932 名、うち女性 387 名 他 6 社) →卸売・小売業 A

- ・ 受注業務に女性を配置した結果、その仕事ぶりや女性からの提案に対して、客先からの評価が高く、顧客との関係に良い影響をもたらした。

(千葉県・運輸業 労働者数 295 名、うち女性 44 名 他 3 社)

- ・ 女性が現場監督として活躍する様子が様々なところで取り上げられたことにより、企業イメージが向上した。

(埼玉県・建設業 労働者数 73 名、うち女性 6 名 他 2 社)

- ・ 女性を総務課長に登用したことに「女性を活用する会社」としての企業イメージが向上した。

(富山県・製造業 労働者数 118 名、うち女性 66 名 他 4 社) →中・小製造業 B

- ・ 外部の各種会合に女性が出席することで、企業イメージが向上した。

(神奈川県・製造業 労働者数 89 名、うち女性 43 名)

- ・ ガソリンスタンドに水着、ヌードのポスターを貼らないように配慮した結果、ガソリンスタンドの雰囲気が変わり、女性の来店が増えた。

(宮城県・卸売・小売業 労働者数 184 名、うち女性 31 名)