

「日本経済と企業にとってのポジティブ・アクションを考  
えるシンポジウム」の事後広告(平成 20 年 11 月 28 日 読売新聞掲載)  
に関する反響調査(抜粋)

---

調査概要

---

- 調査期間 : 2008 年 11 月 28 日(金)~2008 年 11 月 29 日(土)
  - モニター条件 : 東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県に居住する 20 歳以上の読売新聞朝・夕刊購読者
  - サンプリング : モニター応募者から、(株)ビデオリサーチの全国新聞総合調査による読売新聞購読者の性・年代、職業別構成に基づき抽出
  - 調査方法 : インターネット(広告掲載後にモニターにメールで調査協力を依頼、掲載翌日までにパソコンで調査用ウェブサイトアクセスして回答してもらう)
  - 有効回答数(率) : 257 人(75.8%)
  - 調査企画・設計 : 読売新聞東京本社広告局
  - レターヘッド・実査 : 読売新聞広告ネットモニター事務局
-

## HEADLINES 調査報告概要

### ■ 女性の広告評価が高い

本広告に対して、「関心がある」「印象に残る」などの広告評価6項目について聞いたところ、全6項目全てで女性が男性を上回る結果となった。ちなみに広告評価平均値で最も男女差があったのは「信頼できる」の項目。

### ■ 全体の34.2%は「初めてこの広告内容・サービスや広告主を知った」

本広告を見ての行動喚起を聞いたところ、最も高かったのは「初めてこの広告内容・サービスを知った」で34.2%、以下「あらためてこの広告内容・サービスや広告主に注目した」(22.2%)、「よい広告を出していると思った」(14.0%)と続く。性差を見てみると3位の「よい広告を出していると思った」で大きく、男性の10.1%に対し、女性は18.0%と約8ポイント上回る結果となった。

### ■ ポジティブ・アクション用語・内容認知

本広告を見る以前に「ポジティブ・アクション」という言葉を知っていたか聞いたところ、全体で「意味まで知っていた」人は9.3%、「言葉は聞いたことがあったが、意味は知らなかった」人は26.1%となり、言葉に触れたことがある人はこれらを合わせて35.4%という結果となった。また、内容を知っていたかどうか聞いたところ、全体の13.6%（「よく知っている」+「まあ知っている」）が知っていたと回答した。

### ■ 全体の約9割がポジティブ・アクションの意味や内容を理解した

今回の広告を見て、ポジティブ・アクションについて理解を聞いたところ、全体で「意味や内容、必要性について理解できた」人は56.4%、「意味や内容は理解できたが、必要性は理解できなかった」は32.7%となり、意味や内容を理解できた人は合わせて89.1%となった。

### ■ 全体の77.5%がポジティブ・アクション推進の必要性を感じている

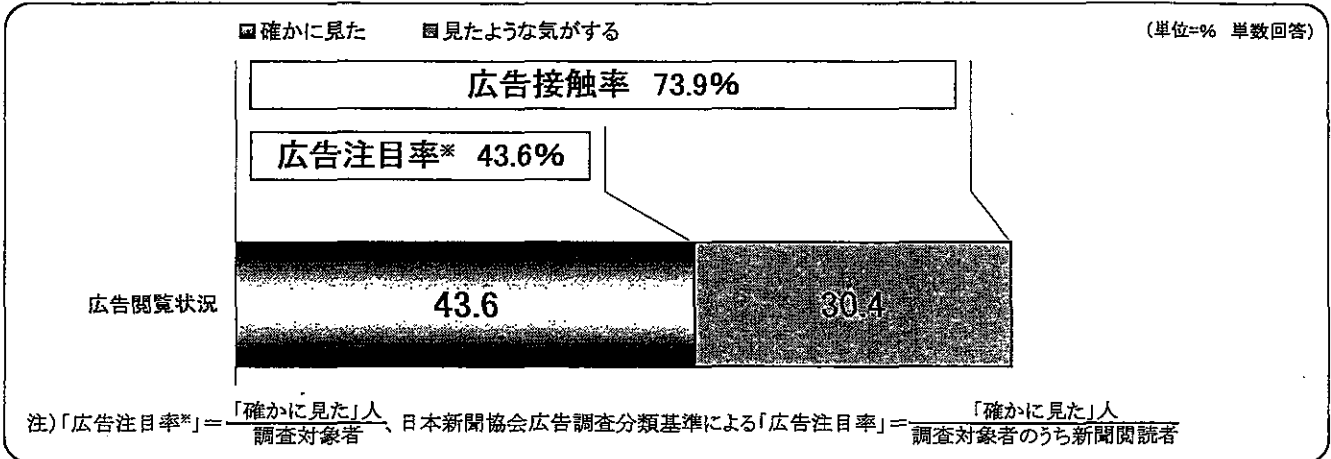
ポジティブ・アクションをさらに推進することが必要かどうかを聞いたところ、全体で「とてもそう思う」は30.4%、「まあそう思う」は47.1%となり、合わせて77.5%の人が必要性を感じていると回答した。

## 新聞読読状況／広告閲覧状況

(N=257/単位=%)

◆11月28日付朝刊・36面掲載「厚生労働省」

広告接触率=73.9%、広告注目率<sup>\*</sup>=43.6%



Q1. (すべての方へ)あなたは、11月28日(金)の読売新聞朝刊をお読みになりましたか。(ひとつ回答)

### ●新聞読読状況

(単位=% 単数回答)

	新聞読読率 (読んだ)	読んでいない
全体(N=257)	92.2	7.8
男性(n=129)	91.5	8.5
女性(n=128)	93.0	7.0
【性・年代別】		
男性20代(n=21)	76.2	23.8
男性30代(n=16)	87.5	12.5
男性40代(n=22)	95.5	4.5
男性50代(n=35)	91.4	8.6
男性60歳以上(n=35)	100.0	0.0
女性20代(n=19)	84.2	15.8
女性30代(n=22)	90.9	9.1
女性40代(n=22)	100.0	0.0
女性50代(n=35)	94.3	5.7
女性60歳以上(n=30)	93.3	6.7
【職業別】		
自分で経営している(n=23)	100.0	0.0

Q2. (Q1で「1.読んだ」と答えた方へ)

11月28日付朝刊36面を開いてください。この面に掲載されている「厚生労働省」の広告を、ご覧になった覚えがありますか。(ひとつ回答)

### ●広告閲覧状況

(単位=% 単数回答)

	広告接触率 (確かに見たような)	広告注目率 <sup>*</sup> (確かに見た)	見たような気がする する	見た覚えがない	新聞を 読まなかった
全体(N=257)	73.9	43.6	30.4	18.3	7.8
男性(n=129)	75.2	49.6	25.6	16.3	8.5
女性(n=128)	72.7	37.5	35.2	20.3	7.0
【性・年代別】					
男性20代(n=21)	57.1	38.1	19.0	19.0	23.8
男性30代(n=16)	75.0	43.8	31.3	12.5	12.5
男性40代(n=22)	81.8	40.9	40.9	13.6	4.5
男性50代(n=35)	80.0	54.3	25.7	11.4	8.6
男性60歳以上(n=35)	77.1	60.0	17.1	22.9	0.0
女性20代(n=19)	73.7	36.8	36.8	10.5	15.8
女性30代(n=22)	77.3	54.5	22.7	13.6	9.1
女性40代(n=22)	77.3	18.2	59.1	22.7	0.0
女性50代(n=35)	71.4	40.0	31.4	22.9	5.7
女性60歳以上(n=30)	66.7	36.7	30.0	26.7	6.7
【職業別】					
自分で経営している(n=23)	82.6	52.2	30.4	17.4	0.0

## 広告評価

(N=257/単位=%)

### ◆全6項目で女性が上回る

本広告に対する評価を聞いたところ、全6項全てで女性が男性を上回った。広告評価平均値で最も男女差が大きかったのは「信頼できる」で0.39(男性<女性)。

### ◆「関心がある」では「非常にそう思う」の割合が高い

「関心がある」の項目では、全体、男性、女性それぞれ「非常にそう思う」の割合が他項目に比べて高く、15%超。他の5項目では男性、女性ともに10%前後。

#### 広告評価平均値

「非常にそう思う」に+2、「まあそう思う」に+1、「あまりそう思わない」に-1、「全くそう思わない」に-2の値を与えて平均したもの。+の値が大きいほど「非常にそう思う」に近いということで、最大値は+2、最小値は-2。

以下の質問は、11月28日(金)朝刊36面の広告についてお伺いします。じっくりお読みになられた後、以下の質問にお答えください。  
Q3. (すべての方へ)この広告をご覧になっての全体的な印象についてお伺いします。次にあげた各項目について、それぞれ「1.非常にそう思う」から「4.全くそう思わない」の4段階でお答えください。(それぞれひとつ回答)

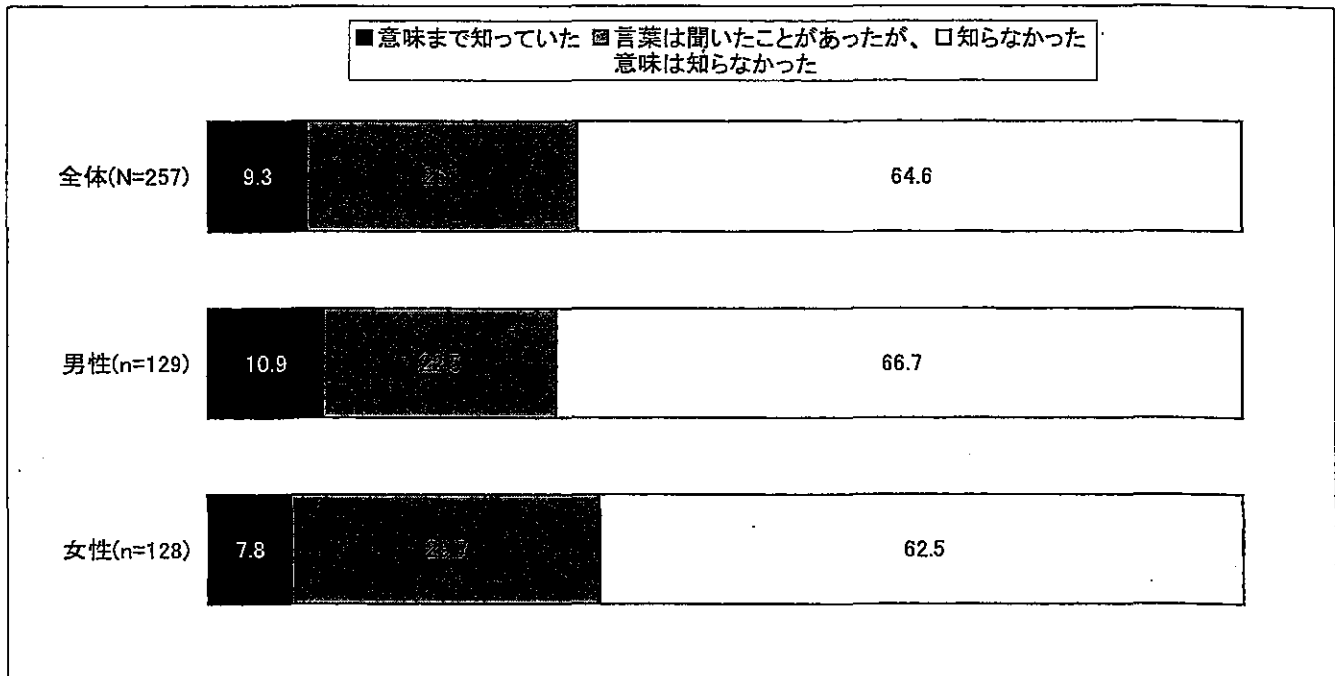
	■非常にそう思う ■まあそう思う □あまりそう思わない □全くそう思わない				広告評価 平均値
<b>1)関心がある</b>					
全体(N=257)	16.0	47.9	28.0	8.2	0.35
男性(n=129)	15.5	46.5	25.6	12.4	0.27
女性(n=128)	16.4	49.2	30.5	3.9	0.44
<b>2)印象に残る</b>					
全体(N=257)	8.2	27.6	33.9	10.5	0.09
男性(n=129)	9.3	29.5	34.1	15.5	-0.05
女性(n=128)	7.0	25.8	33.6	5.5	0.23
<b>3)好感が持てる</b>					
全体(N=257)	8.6	26.7	34.2	10.5	0.09
男性(n=129)	7.8	24.9	34.9	15.5	-0.09
女性(n=128)	9.4	28.3	33.6	5.5	0.26
<b>4)理解できる</b>					
全体(N=257)	9.3	59.1	23.7	8.6	0.36
男性(n=129)	9.3	58.9	18.6	13.2	0.33
女性(n=128)	9.4	57.8	28.9	3.9	0.40
<b>5)信頼できる</b>					
全体(N=257)	8.6	52.1	28.0	11.3	0.19
男性(n=129)	7.0	47.3	29.5	16.3	-0.01
女性(n=128)	10.2	57.9	26.6	6.3	0.38
<b>6)広告の内容が、この広告主のイメージに合っている</b>					
全体(N=257)	8.2	54.5	30.4	7.0	0.26
男性(n=129)	8.5	50.4	29.5	11.6	0.15
女性(n=128)	7.8	58.6	31.3		0.38

2.3

## 用語認知 (N=257/単位=%)

- ◆ **意味まで認知していたのは、全体の9.3%**  
 「ポジティブ・アクション」という言葉の認知を聞いたところ「意味まで知っていた」のは、全体の9.3%。「言葉は聞いたことがあったが、意味は知らなかった」を合わせた認知は35.4%と、3人に1人は言葉に触れたことがあるという結果となった。
- ◆ **男性では60歳以上、女性では30代の認知が最も高い**  
 性年代別に用語の認知（「意味まで知っていた」+「言葉は聞いたことがあったが、意味は知らなかった」）を見ると、男性は60歳以上が最も高く51.4%、女性では30代（54.5%）が最も高く、20代（47.4%）、60歳以上（43.3%）と続く。

Q6. (すべての方へ)  
 あなたは、「ポジティブ・アクション」という言葉を知っていましたか。(ひとつ回答)

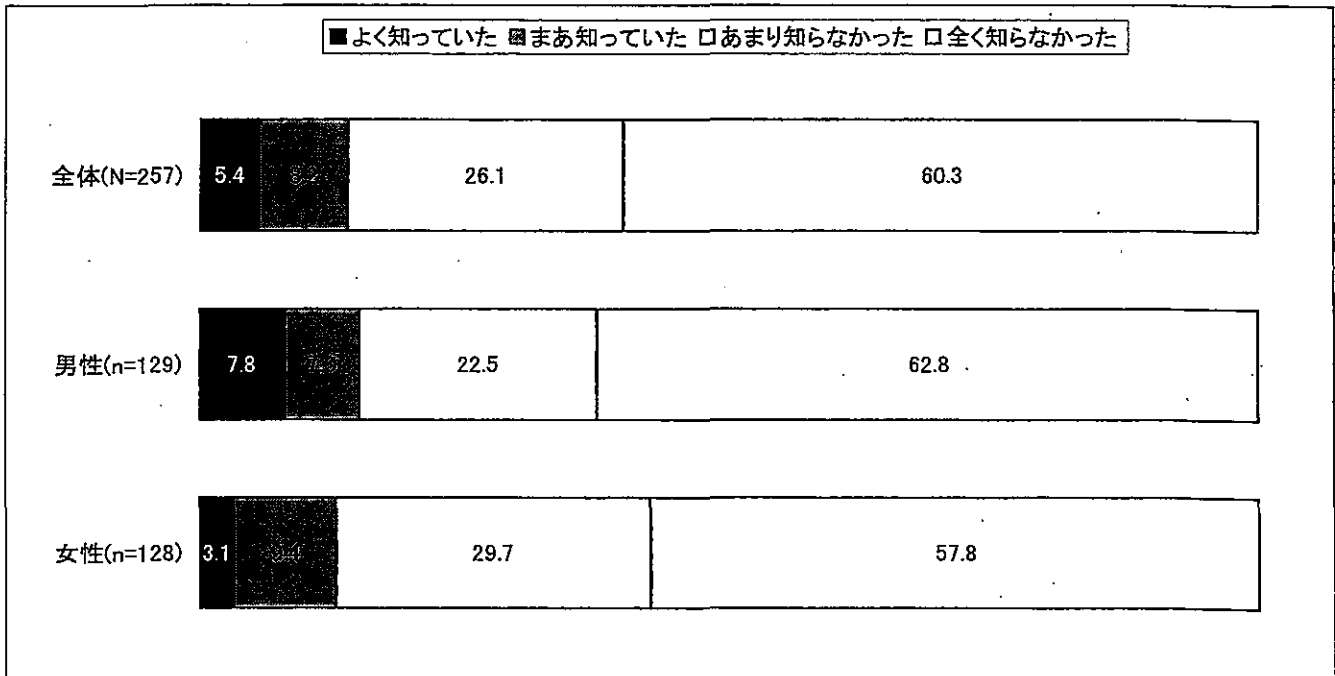


	意味まで知っていた	言葉は聞いたことがあったが、意味は知らなかった	知らなかった
全体(N=257)	9.3	26.1	64.6
男性(n=129)	10.9	22.5	66.7
女性(n=128)	7.8	29.7	62.5
<b>【性・年代別】</b>			
男性20代(n=21)	14.3	14.3	71.4
男性30代(n=16)	6.3	18.8	75.0
男性40代(n=22)	9.1	18.2	72.7
男性50代(n=35)	5.7	20.0	74.3
男性60歳以上(n=35)	17.1	34.3	48.6
女性20代(n=19)	10.5	36.8	52.6
女性30代(n=22)	9.1	45.5	45.5
女性40代(n=22)	0.0	13.6	86.4
女性50代(n=35)	11.4	20.0	68.6
女性60歳以上(n=30)	6.7	36.7	56.7
<b>【職業別】</b>			
自分で経営している(n=23)	0.0	21.7	78.3

# 内容認知 (N=257 / 単位=%)

- ◆内容を認知していたのは全体の13.6%  
ポジティブ・アクションの内容を知っていたかどうか聞いたところ、全体の13.6%（「よく」+「まあ」）が内容を知っていたと回答した。
- ◆男性では60歳以上、女性では20代の内容認知が高い  
性年代別に見ると、内容を知っていた人は男性では60歳以上で最も高く31.4%（「とても」+「まあ」）。女性では20代が最も高く26.3%という結果となった。

Q7. (すべての方へ)  
あなたは、ポジティブ・アクションの内容を知っていましたか。(ひとつ回答)



	よく知っていた	まあ知っていた	あまり知らなかった	全く知らなかった
全体(N=257)	5.4	8.2	26.1	60.3
男性(n=129)	7.8	7.0	22.5	62.8
女性(n=128)	3.1	9.4	29.7	57.8
【性・年代別】				
男性20代(n=21)	14.3	0.0	14.3	71.4
男性30代(n=16)	0.0	6.3	25.0	68.8
男性40代(n=22)	4.5	4.5	18.2	72.7
男性50代(n=35)	5.7	0.0	22.9	71.4
男性60歳以上(n=35)	11.4	20.0	28.6	40.0
女性20代(n=19)	10.5	15.8	26.3	47.4
女性30代(n=22)	4.5	9.1	40.9	45.5
女性40代(n=22)	0.0	0.0	22.7	77.3
女性50代(n=35)	0.0	11.4	22.9	65.7
女性60歳以上(n=30)	3.3	10.0	36.7	50.0
【職業別】				
自分で経営している(n=23)	0.0	4.3	17.4	78.3

## 内容理解

(N=257/単位=%)

### ◆全体の約9割の人がポジティブ・アクションの意味や内容を理解

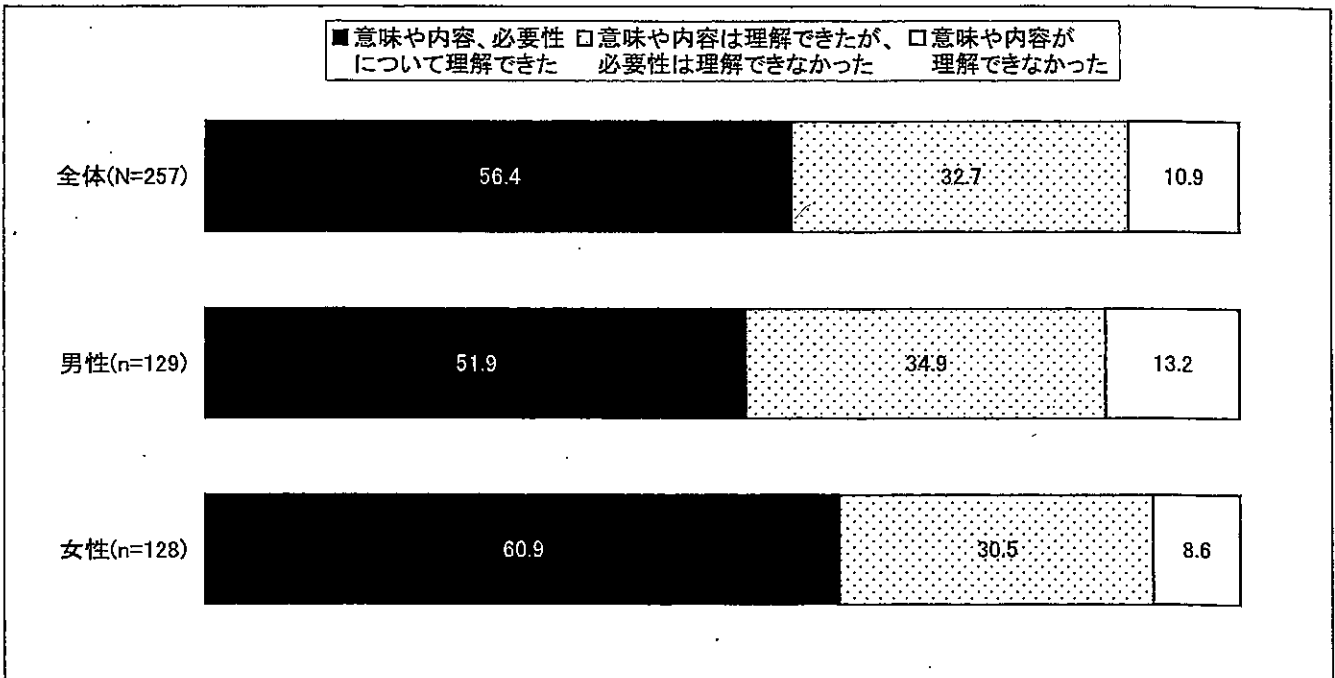
ポジティブ・アクションの意味や内容、必要性を理解できたかを聞いたところ、意味や内容、必要性について理解できた人は全体の56.4%、必要性まで理解できなかった人を含めると意味・内容の理解度は89.1%となった。

### ◆必要性まで理解した割合は女性が高い

男女別に見ると、「意味や内容、必要性について理解できた」人は、男性の51.9%に対し、女性は60.9%と女性が9.0ポイント高いという結果となった。

Q8. (すべての方へ)

あなたは、今回の広告を見て、ポジティブ・アクションの意味や内容、必要性を理解できましたか。(それぞれひとつ回答)



	意味や内容、必要性について理解できた	意味や内容は理解できたが、必要性は理解できなかった	意味や内容が理解できなかった
全体(N=257)	56.4	32.7	10.9
男性(n=129)	51.9	34.9	13.2
女性(n=128)	60.9	30.5	8.6
【性・年代別】			
男性20代(n=21)	61.9	28.6	9.5
男性30代(n=16)	43.8	43.8	12.5
男性40代(n=22)	36.4	40.9	22.7
男性50代(n=35)	48.6	34.3	17.1
男性60歳以上(n=35)	62.9	31.4	5.7
女性20代(n=19)	47.4	42.1	10.5
女性30代(n=22)	59.1	36.4	4.5
女性40代(n=22)	63.6	22.7	13.6
女性50代(n=35)	68.6	25.7	5.7
女性60歳以上(n=30)	60.0	30.0	10.0
【職業別】			
自分で経営している(n=23)	43.5	30.4	26.1

## 推進の必要性

(N=257/単位=%)

### ◆ポジティブ・アクションの推進の必要性を感じているのは全体の77.5%

ポジティブ・アクション推進の必要性を聞いたところ、全体の77.5%（「とても」+「まあ」）が必要と回答した。

### ◆女性の8割超がポジティブ・アクション推進の必要性を感じている

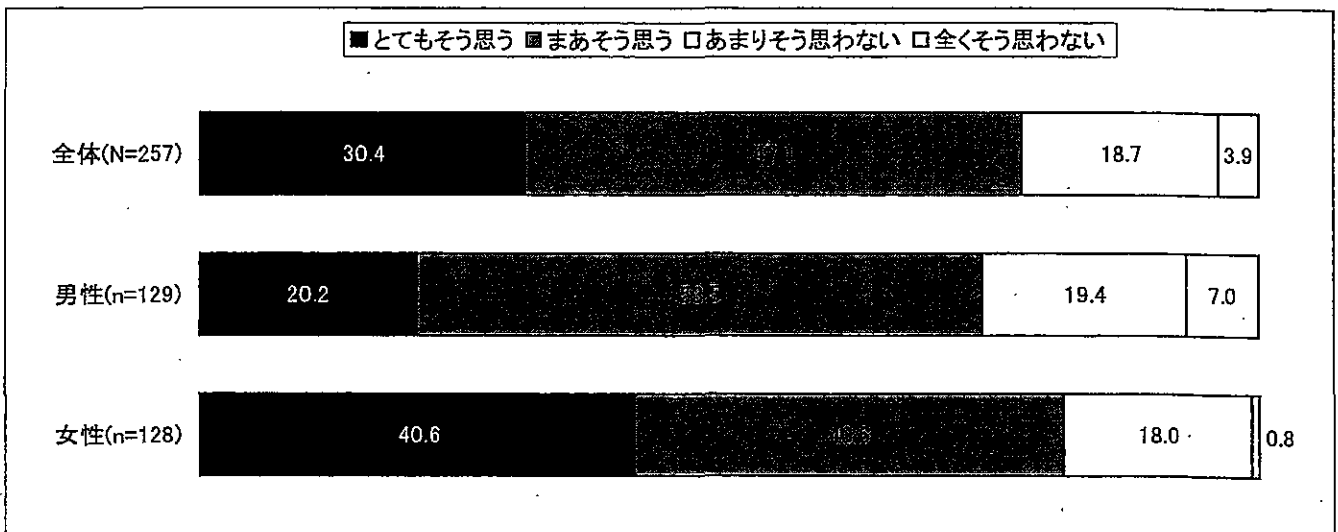
男女別に見ると、ポジティブ・アクション推進の必要性に関して、男性の73.7%（「とても」+「まあ」）に対し、女性は81.2%が必要と回答。特に「とてもそう思う」と答えた割合は、男性の20.2%に対し、女性は40.6%と女性の意識の高さが伺える。

### ◆女性は全年代で約8割の人が推進の必要を感じている

性年代別に見ると、女性は男性に比べてほぼ、全年代で必要性を感じている割合が高く、女性30代で最も高く86.4%（「とても」+「まあ」）となった。

Q9. (すべての方へ)

あなたは、ポジティブ・アクションをさらに推進することが必要だと思いますか。(ひとつ回答)



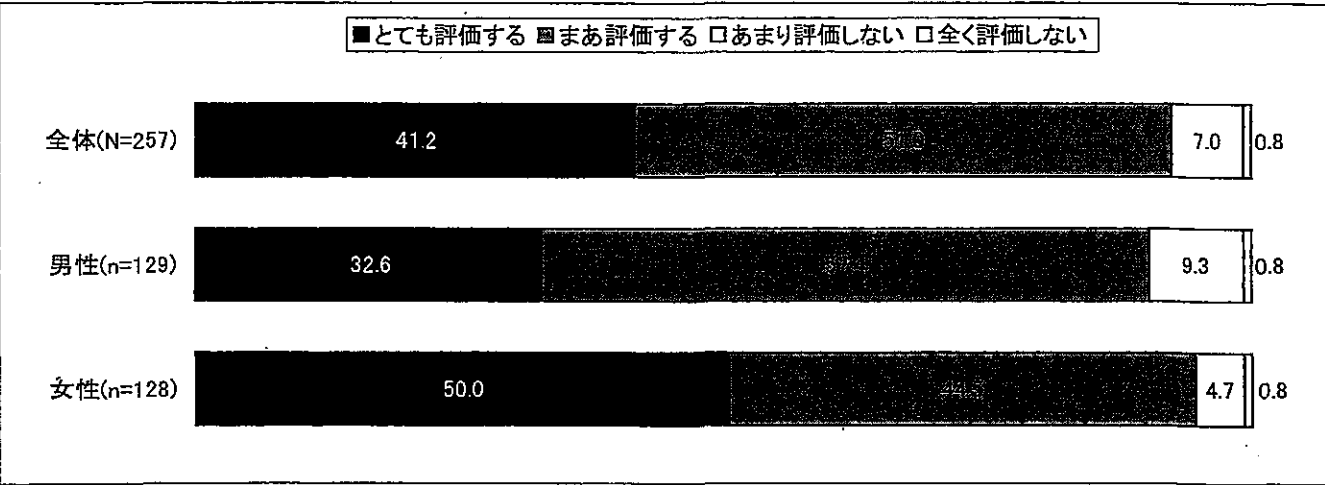
	とてもそう思う	まあそう思う	あまりそう思わない	全くそう思わない
全体(N=257)	30.4	47.1	18.7	3.9
男性(n=129)	20.2	53.5	19.4	7.0
女性(n=128)	40.6	40.6	18.0	0.8
【性・年代別】				
男性20代(n=21)	23.8	57.1	19.0	0.0
男性30代(n=16)	18.8	56.3	12.5	12.5
男性40代(n=22)	4.5	50.0	36.4	9.1
男性50代(n=35)	20.0	54.3	17.1	8.6
男性60歳以上(n=35)	28.6	51.4	14.3	5.7
女性20代(n=19)	36.8	42.1	15.8	5.3
女性30代(n=22)	40.9	45.5	13.6	0.0
女性40代(n=22)	31.8	50.0	18.2	0.0
女性50代(n=35)	45.7	31.4	22.9	0.0
女性60歳以上(n=30)	43.3	40.0	16.7	0.0
【職業別】				
自分で経営している(n=23)	13.0	43.5	30.4	13.0



## 女性の活躍に対する評価 (N=257/単位=%)

- ◆女性の活躍を評価すると回答した人は全体の92.2%  
女性の活躍を評価するかどうか聞いたところ、全体の92.2%（「とても」+「まあ」）が評価すると回答した。
- ◆女性の半数が「とても評価する」と回答  
男女別に見ると、男性で評価すると回答した人は90.0%（「とても」+「まあ」）、女性は94.5%と女性が4.5ポイント上回る結果となった。「とても評価する」を比べると、男性の32.6%に対し、女性は男性を17.4%上回る50.0%となり、「とても」の割合が高いことも注目される。
- ◆女性は全年代で9割超  
性年代別に見ると、女性は全年代で9割を超え（「とても」+「まあ」）、「とても評価する」の割合を見ても全年代で5割前後となっている。男性では50代、60歳以上で高く、ともに94.3%。だが、どちらの年代も女性とは逆に「まあ評価する」の割合が高いという傾向が伺える。

Q11. (すべての方へ)  
あなたは、女性が働く中で能力を発揮し、活躍することについて評価しますか。(ひとつ回答)



	とても評価する	まあ評価する	あまり評価しない	全く評価しない
全体(N=257)	41.2	51.0	7.0	0.8
男性(n=129)	32.6	57.4	9.3	0.8
女性(n=128)	50.0	44.5	4.7	0.8
【性・年代別】				
男性20代(n=21)	42.9	47.6	9.5	0.0
男性30代(n=16)	31.3	56.3	6.3	6.3
男性40代(n=22)	45.5	31.8	22.7	0.0
男性50代(n=35)	22.9	71.4	5.7	0.0
男性60歳以上(n=35)	28.6	65.7	5.7	0.0
女性20代(n=19)	42.1	52.6	0.0	5.3
女性30代(n=22)	45.5	50.0	4.5	0.0
女性40代(n=22)	54.5	40.9	4.5	0.0
女性50代(n=35)	57.1	40.0	2.9	0.0
女性60歳以上(n=30)	46.7	43.3	10.0	0.0
【職業別】				
自分で経営している(n=23)	34.8	56.5	8.7	0.0

## 女性が働く上で活躍できる環境の整備状況

(N=257/単位=%)

### ◆全体の4人に1人が、女性の活躍できる環境が整っていると回答

現在女性が活躍できる職場環境が整っていると回答した人は、全体の25.3%（「とても」+「まあ」）。

### ◆「女性が活躍できる職場環境が整っている」と回答した女性は、男性の約半数

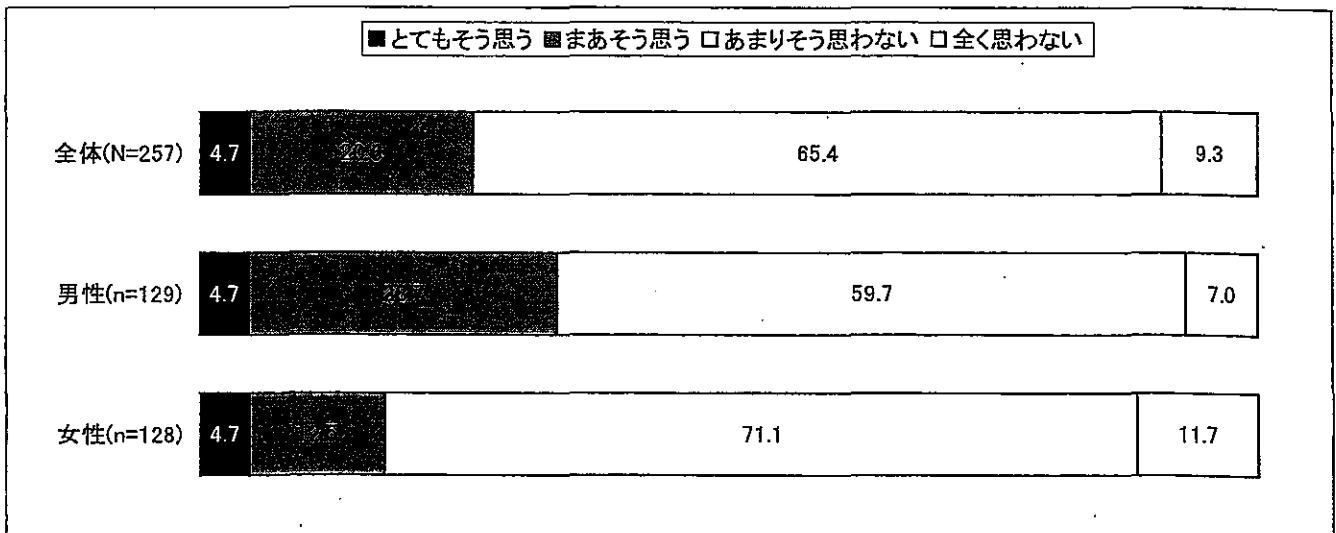
男女別に見ると、女性が活躍できる環境が整っていると感じている人は男性では33.4%に対し、女性は17.2%と約半数という結果となった。

### ◆最も高いのは女性20代

性年代別に見ると、最も高かったのは女性20代で57.9%（「とても」+「まあ」）と女性の中で突出して高い（他の年代では5～18%程度）。ちなみに男性で最も高いのは30代で43.8%、他の年代はすべて30%前後という傾向。

Q10. (すべての方へ)

あなたは、現在女性が働く上で、活躍できる環境が整っていると思いますか。(ひとつ回答)



	とてもそう思う	まあそう思う	あまりそう思わない	全く思わない
全体(N=257)	4.7	20.6	65.4	9.3
男性(n=129)	4.7	28.7	59.7	7.0
女性(n=128)	4.7	12.5	71.1	11.7
【性・年代別】				
男性20代(n=21)	9.5	23.8	57.1	9.5
男性30代(n=16)	0.0	43.8	43.8	12.5
男性40代(n=22)	4.5	22.7	63.6	9.1
男性50代(n=35)	0.0	28.6	62.9	8.6
男性60歳以上(n=35)	8.6	28.6	62.9	0.0
女性20代(n=19)	21.1	36.8	31.6	10.5
女性30代(n=22)	4.5	13.6	72.7	9.1
女性40代(n=22)	0.0	9.1	77.3	13.6
女性50代(n=35)	2.9	2.9	77.1	17.1
女性60歳以上(n=30)	0.0	10.0	83.3	6.7
【職業別】				
自分で経営している(n=23)	4.3	21.7	69.6	4.3

## 自分の企業のポジティブ・アクションに対する認知(有職者限定) (n=159/単位=%)

### ◆「ポジティブ・アクション」に取り組んでいると回答したのは全体の22.0%

ポジティブ・アクションに取り組んでいるか聞いたところ、全体の22.0%が「取り組んでいる」と回答。

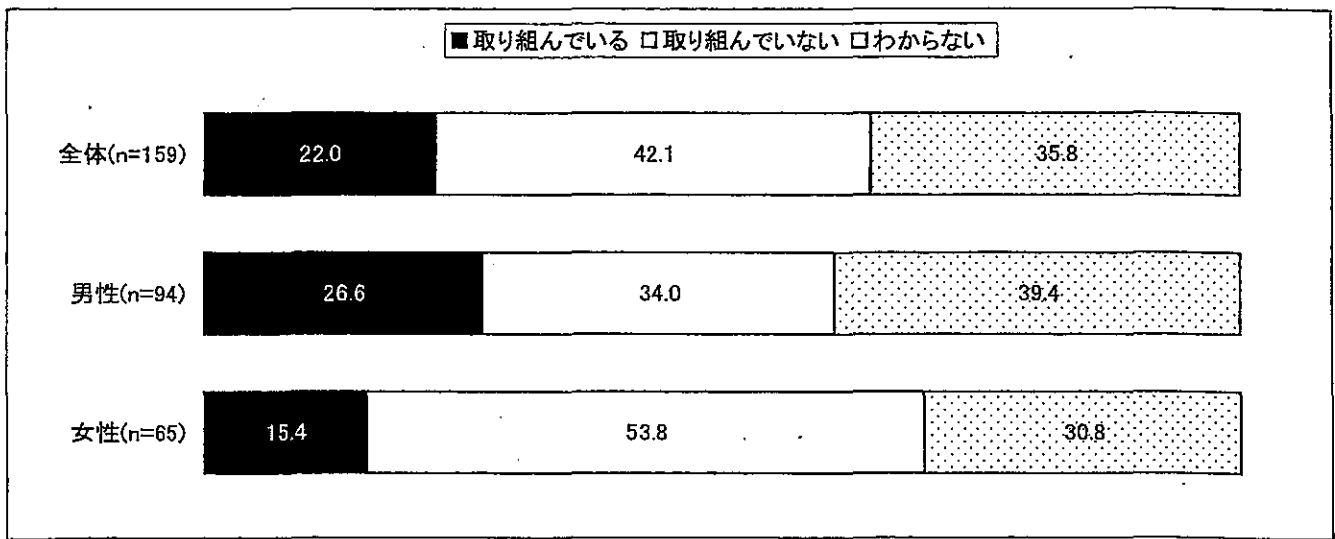
### ◆男性は「わからない」、女性は「取り組んでいない」が最も高い

男女別に見ると、男性で「取り組んでいる」と回答した人は26.6%、女性は15.4%と男性が女性を11.2ポイント上回る結果となった。一方、男性で最も高いのは「わからない」(39.4%)に対し、女性では「取り組んでいない」(53.8%)という結果。

### ◆「取り組んでいる」が最も高かったのは男性では50代、女性では20代

性年代別に見ると、ポジティブ・アクションに「取り組んでいる」と回答した中で、最もスコアが高かったのは男性では50代で40.6%、女性では20代で41.7%。

Q13. (Q12で「1.常勤で勤めている」、「2.パート・アルバイトで勤めている」、「3.自分で経営している」と回答した人のみお答えください) 現在、あなたの企業ではポジティブ・アクションに取り組んでいますか。(ひとつ回答)



	取り組んでいる	取り組んでいない	わからない
全体(n=159)	22.0	42.1	35.8
男性(n=94)	26.6	34.0	39.4
女性(n=65)	15.4	53.8	30.8
<b>【性・年代別】</b>			
男性20代(n=15)	26.7	20.0	53.3
男性30代(n=14)	21.4	57.1	21.4
男性40代(n=20)	10.0	30.0	60.0
男性50代(n=32)	40.6	31.3	28.1
男性60歳以上(n=13)	23.1	38.5	38.5
女性20代(n=12)	41.7	50.0	8.3
女性30代(n=13)	15.4	53.8	30.8
女性40代(n=14)	7.1	42.9	50.0
女性50代(n=19)	10.5	63.2	26.3
女性60歳以上(n=7)	0.0	57.1	42.9

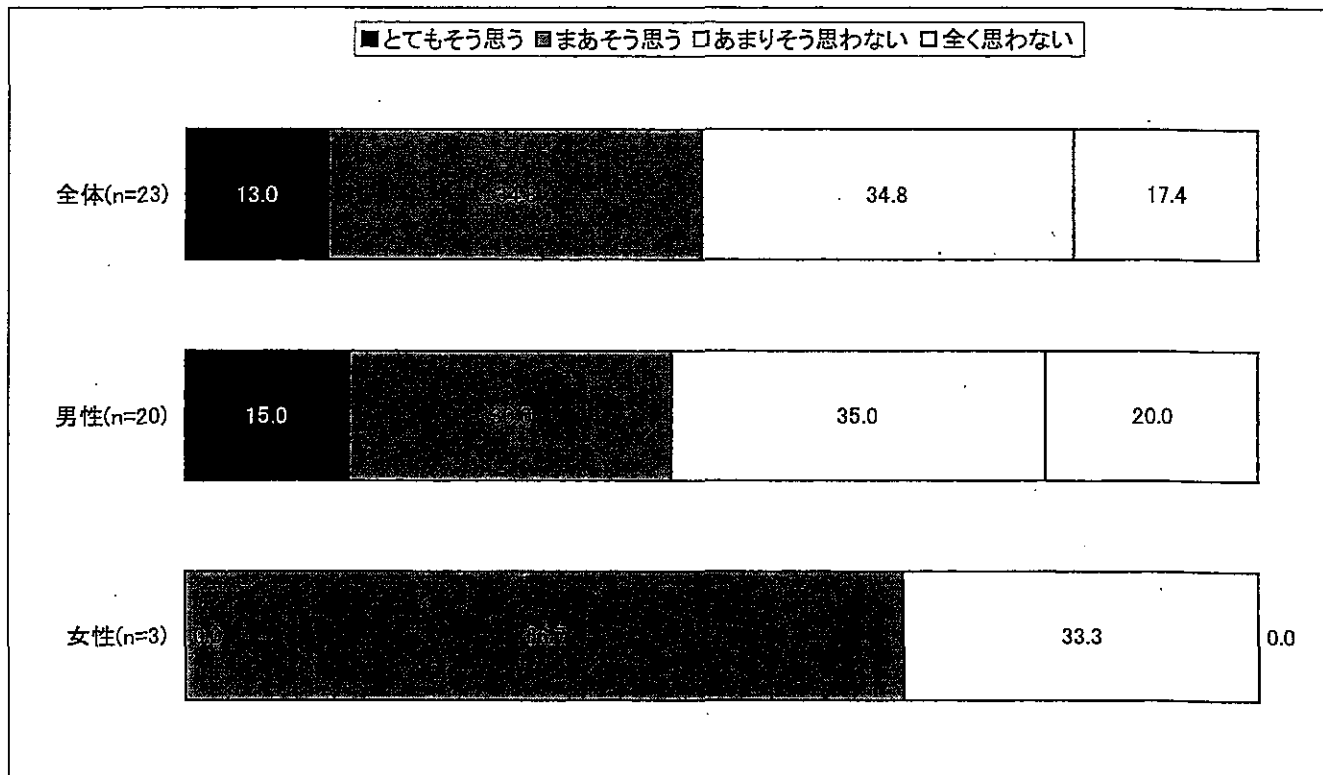
## ポジティブ・アクション取り組み意向(経営者限定)

(n=23/単位=%)

### ◆全体の約半数が、ポジティブ・アクションを取り組みたいと回答

ポジティブ・アクションに取り組みたいかどうか聞いたところ、全体では47.8%('とても'+「まあ」)が取り組みたいと回答。

Q14. (Q12で「3.自分で経営している」と答えた方へ)  
 あなたは、ポジティブ・アクションに取り組みたいと思いますか。



	とてもそう思う	まあそう思う	あまりそう思わない	全く思わない
全体(n=23)	13.0	34.8	34.8	17.4
男性(n=20)	15.0	30.0	35.0	20.0
女性(n=3)	0.0	66.7	33.3	0.0
【性・年代別】				
男性20代(n=2)	0.0	100.0	0.0	0.0
男性30代(n=1)	0.0	0.0	0.0	100.0
男性40代(n=4)	25.0	0.0	25.0	50.0
男性50代(n=6)	0.0	33.3	50.0	16.7
男性60歳以上(n=7)	28.6	28.6	42.9	0.0
女性50代(n=1)	0.0	100.0	0.0	0.0
女性60歳以上(n=2)	0.0	50.0	50.0	0.0

## 広告への意見・感想

Q. ポジティブ・アクションについてのご意見を、ご自由にお書き下さい。

### 1. ポジティブ・アクションの必要性や意義について

- 女性の能力を活かすことは、企業だけの問題ではなく、日本経済全体に大きな活力を生む力になると思います。(30代男性)
- 女性の方でもさまざまな能力を発揮できる環境や処遇が非常に大切です。もっと社会に浸透していくことを望みます。(50代男性)
- 希望する人にはチャレンジする意欲が感じられ好感がもたれます。意欲がある方であれば、推進しなければいけないと思います。(50代男性)
- ポジティブ・アクションを今後も継続的に取り組んでいく必要があることをよく理解できた。(20代女性)
- 本来は雇用者側、労働者側ともに自然に意識を変えていくのが望ましいのだろうが、それでは時間がかかりすぎるのでこのような対策は必要だと思う。(30代女性)
- 働く女性にとって福音となる改革ですね！これからも「ポジティブ・アクション」を進めて行ってほしいです。(40代女性)
- これからの時代、結婚しても働かないと生活ができないと思います。どんどんポジティブ・アクションを進め、女性が才能をいかせて、働ける環境をどんどん整えてほしいと思います。(40代女性)
- とても良いことだとは思いますが、このような運動をしていかななくてはならないのはまだまだ日本では遅れているということなのでしょう。女性だからとかそんなことすら気にならない社会になれば良いと思います。でも女性と男性は基本的にどうにもならない違いがあるのだから、お互いに補い、助け合いながら人間として尊重し合えるのが一番良いことなのではないかと思います。(40代女性)

- ポジティブ・アクションという言葉は知らなかったが、女性が能力を発揮できない環境の企業は多いと思う。女性を積極的に取り入れていくことで、今までにない発想が生まれると思う。企業にとっても利益になるのではないか。(50代女性)

## 2. ポジティブ・アクションの現状について

- 現時点で、企業経営に女性が活かされているとは100%言い切れない。国際競争や少子高齢化の中で男性の意識改革も含め継続的な取り組みが必要になってくると思う。(50代女性)
- 日本はポジティブ・アクションにおいて残念ながら後進国だと思う。(40代女性)
- 日本の労働人口を補うためにも女性の社会への進出は不可欠であると考えます。ただここでいうポジティブ・アクションを具体化して進めていくのが難しいことだと思います。日本も徐々にではあるが、女性が様々な分野に進出してきており、管理職や役員も増えてきているのが実感として感じます。(50代男性)
- やっぱりいまだに男性優位のような社会だと思う。ぜひポジティブ・アクションを進めるべきだと思う。(30代女性)
- 以前に比べると改善されてはいるのですが、まだまだ余地がありそうです。女性が社会に進出するとどうしても少子化につながるでしょうし、その辺をきっちり詰めて考えていただきたいです。(30代女性)
- 最近は確かに女性の活躍場面が各企業において高くなっていますが、全てではなく、やはり肝心な所は男性の方が手を出す傾向が続いています。でも以前からみればすごい変化だと思います。(60代以上男性)

### 3. ポジティブ・アクションの認識について

- ポジティブ・アクションの名前すら知らなかったが、今回の広告で知ることができた。必要なことだと思った。(60代以上男性)
- なかなかなじみの薄い言葉だと思います。もっと浸透させるには、このような広告が必要なのかもしれません。(40代女性)
- 言葉が浸透することが大事。女性の活躍する社会は自分も賛成である。(40代男性)
- カタカナ表記だと全世代に意味が伝わりにくい。(20代男性)
- 言葉の印象と内容がそぐわないような気がする。わかりづらい。何でも横文字にするという安易な発想はよくない。意味合いは異なるが、男女雇用機会均等のように漢字にすればすぐに意味が分かるのに。(20代男性)
- 「ポジティブ・アクション」外国語の言葉でなく、日本語で特に漢字で表した方がすぐに意味がわかり、理解しやすいと思う。最近は何でも横文字で表現することが多すぎる。(50代男性)
- ポジティブ・アクションという言葉から、直ちに、男女労働者間の差を解消する取り組みということに、一般の人にはなかなか理解しがたいと思うのですが。(60代以上男性)

### 4. ポジティブ・アクション推進の問題点や困難性について

- これからどんどん取り組むべきだとは思いますが、やはり色々問題があるのですぐには成果が出ないと思う。(40代男性)
- 大きな会社が考える問題であり、今、零細小企業が取り組みたい問題は他に  
ある。(60代以上男性)

- 所詮女だからと馬鹿にされることは多いと感じているので、これは理想だが現実には日本では難しいと思う。(20代女性)
- 結局、余裕のある大企業だけ。しかも現在の頭が固くて古臭い経営者や上司がいなくなるまでは絶対に無理。お役所自身だって、アクションを起こしてるとは到底思えない。(30代女性)
- 企業や業種によってばらつきがあるように思う。(40代男性)
- 大企業だけでなく、中小企業にも普及させてもらいたい。(60代以上男性)
- 厚生労働省が、内部や各企業に向けてポジティブ・アクションを推進しているのかが見えない。(60代以上男性)

## 5. その他

- 仕事をしていますが、まだ職場では浸透していないと思います。どうしても女性だということで仕事の内容に制限があったり、家庭と仕事の両立など負担になることが多いです。国がもっと積極的に取り組んでほしいです。(30代女性)
- 男女間の格差をなくすことは大切だが、勤務地や配属、さらに子どもの保育施設の充実など、整えていかなければならないことがたくさんある。(20代男性)
- 就活生としては大変興味深い内容だった。このタイミングで知ることができ良かった。(20代女性)
- まだまだ女性は働きにくく、子供を産むとますます復帰しても自分の負担が増え、男性が多い会社では子どもを育てながら働く大変さの意識が薄いことを痛感します。(20代女性)
- 女性が結婚、出産をすると独身の時のように働けないのが現実。企業努力も必要だが、まず個人個人がそのことを理解していかなければならないと思う。(40代男性)