

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.946 2025.11.18

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター

2025年11月7日号

次回の利上げは一体いつか?

～日銀金融政策を巡る材料点検

経済・金融フラッシュ

2025年11月7日号

英国金融政策

(11月MPC公表)

～2会合連続の据え置きで
利下げベースは鈍化

経営TOPICS

統計調査資料

労働力調査(基本集計)

2025年(令和7年)9月分

経営情報レポート

**中小企業における
業務自動化の基礎と活用法**

経営データベース

ジャンル: 人事制度 > サブジャンル: 女性活躍社会

**女性活躍推進法について
女性が活躍できる職場とは**

発行: 税理士法人日下事務所

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

ネット
ジャーナル

次回の利上げは一体いつか？ ～日銀金融政策を巡る材料点検

ニッセイ基礎研究所

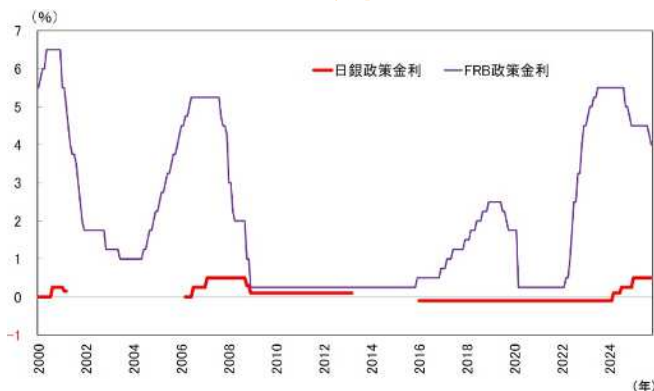
本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 日銀は10月MPMで6会合連続となる利上げ見送りを決定した。

植田総裁会見では、見送りの理由として、「米国を中心とする海外経済や関税を巡る不確実性が継続していること」と「来春闘についての初動のモメンタムを確認したいこと」が挙げられた。

また、日銀として公式には表明しづらいが、高市政権が発足して間がなく、政府との間で方針のすり合わせが出来ていなかったことも利上げ見送りの判断に影響した可能性が高い。

日米の政策金利



(注) 各月末値、政策金利の途切れは金利を操作目標としていない期間を示す

(資料) 各国中央銀行

2 それでは、日銀はいつ次回の利上げに踏み切るのだろうか。まず、大前提として、高市政権は「日銀の利上げ継続方針自体は許容する」と考えられる。

仮に日銀が利上げ方針を撤回すれば、円安が急速に進んで輸入物価が押し上げられ、物価高対策の効果を相殺してしまう可能性が高い。

また、利上げを求めているフシがある米トランプ政権との関係上も利上げ方針を否定するのは困難とみられる。

メインシナリオとしては、次回利上げの時期を来年1月と予想する。この時期になれば、国内外における関税の影響が甚大なものにならなそうなことが把握可能になるうえ、春闘を間近に控えて、高めの賃上げ気運が継続していることも確認できると考えられるためだ。

日銀としては、政府などに対して利上げに踏み切る根拠を最も示しやすいタイミングと言えるだろう。

3 ちなみに、メインシナリオよりも前倒しになるケース（12月に利上げ）としては、円安や食料品高が進行する場合は挙げられる。

逆に、利上げが後ろ倒しになるケース（3月以降に後ずれ）としては、関税の影響などから米国の景気が大きく減速する場合や高市政権の利上げに対するハードルが思いのほか高い場合が挙げられる。

現時点でのそれぞれの実現確率としては、メインシナリオ（1月利上げ）が50%、前倒しシナリオ（12月利上げ）が30%、後ろ倒しシナリオ（3月以降利上げ）が20%程度と見ている。

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

ネット
ジャーナル

英国金融政策(11月MPC公表) ～2会合連続の据え置きで利下げペースは鈍化

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

ニッセイ基礎研究所

1 結果の概要:2会合連続となる 政策金利の据え置きを決定

英中央銀行のイングランド銀行（BOE: Bank of England）は金融政策委員会（MPC: Monetary Policy Committee）を開催し、11月6日に金融政策の方針を公表した。概要は以下の通り。

【金融政策決定内容】

- 政策金利（バンクレート）を 4.00% で維持する（5 対 4、4 名は 3.75% への引き下げを主張）

【議事要旨等(趣旨)】

- 成長率見通しは、25 年 1.4%、26 年 1.4%、27 年 1.7%、28 年 1.8%（10-12 月期の前年比）
- インフレ見通しは、25 年 3.5%、26 年 2.5%、27 年 2.0%、28 年 2.1%（10-12 月期の前年比）
- インフレ上振れリスクは足もとで低下、需要の弱さによる中期的な下方リスクがより顕在化したことで、全体として現在のリスクはより均衡している
- ディスインフレが続く場合は、政策金利は緩やかな低下経路を継続する可能性が高い

2 金融政策の評価:従来からペースを鈍化させる決定だが、利下げサイクルは継続見込み

イングランド銀行は今回の MPC で市場予想の通り^(注)、政策金利を 4.00% に維持した。前回 9 月までは四半期に 1 回のペースでの利下げが行われていたが、今回の会合で利下げを見送ったことで、利下げペースは鈍化したことになる。

また、決定は 5 対 4（4 名は利下げを主張）であり、据え置き派と利下げ派がほぼ拮抗する結果となった。

議事録では、金利据え置きに投票した 5 名のうち、比較的中立派であるベイリー総裁が、さらなる証拠を待つことに価値があると判断したことが決定を左右したと見られる（なお、政府の予算案が 11 月 26 日に公表される予定となっている）。

(注) 例えば、ブルームバーグの予想中央値。

3 金融政策の方針

今回の MPC で発表された金融政策の概要は以下の通り。

- MPC は、金融政策を 2% のインフレ目標として設定し、持続的な経済成長と雇用を支援する、MPC は中期的かつフォワードルッキングなアプローチを採用し、持続的なインフレ目標達成に必要な金融政策姿勢を決定するとの記載は削除
- 11 月 5 日に終了した会合で、委員会は多数決により政策金利（バンクレート）を 4.00% に維持することを決定した（5 対 4 で決定）、4 名は政策金利を 3.75% に引き下げを希望した

4 議事要旨の概要

記者会見の冒頭説明原稿や金融政策報告書および議事要旨の概要（上記金融政策の方針で触れられていない部分）において注目した内容（趣旨）は以下の通り。

- GDP 成長率見通しは、25 年 1.4%、26 年 1.4%、27 年 1.7%、28 年 1.8%（10-12 月期の前年比）
（9 月時点では、25 年 1.5%、26 年 1.3%、27 年 1.6%）

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

労働力調査(基本集計) 2025年(令和7年)9月分

総務省統計局 2025年10月31日公表

結果の概要

【就業者】

- 就業者数は 6863 万人。前年同月に比べ 49 万人の増加。38 か月連続の増加。
- 雇用者数は 6201 万人。前年同月に比べ 52 万人の増加。43 か月連続の増加。
- 正規の職員・従業員数は 3760 万人。前年同月に比べ 68 万人の増加。23 か月連続の増加。非正規の職員・従業員数は 2091 万人。前年同月に比べ 16 万人の減少。2 か月連続の減少。
- 主な産業別就業者を前年同月と比べると、「学術研究、専門・技術サービス業」、「医療、福祉」、「サービス業(他に分類されないもの)」などが増加。

【就業率】(就業者/15歳以上人口×100)

- 就業率は 62.5%。前年同月に比べ 0.5 ポイントの上昇。
- 15～64 歳の就業率は 80.3%。前年同月に比べ 0.5 ポイントの上昇。

【完全失業者】

- 完全失業者数は 184 万人。前年同月に比べ 11 万人の増加。2 か月連続の増加。

【完全失業率】(完全失業者/労働力人口×100)

- 完全失業率(季節調整値)は 2.6%。前月と同率。

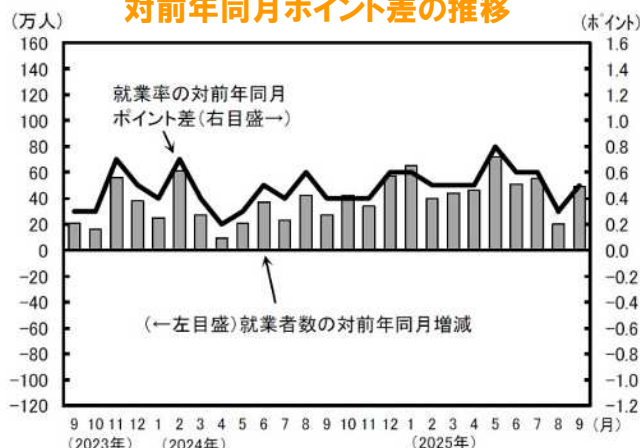
【非労働力人口】

- 非労働力人口は 3919 万人。前年同月に比べ 83 万人の減少。43 か月連続の減少。

原数値	実数 (万人、%)	対前年同月増減 (万人、ポイント)			
		9月	8月	7月	6月
15歳以上人口	10974	-22	-25	-19	-30
労働力人口	7046	59	27	36	46
就業者	6863	49	20	55	51
男	3710	4	-13	-9	-2
女	3153	45	33	63	52
自営業主・家族従業者	638	6	-9	-24	-14
雇用者	6201	52	34	84	66
役員を除く雇用者	5851	52	36	90	67
正規の職員・従業員	3760	68	52	78	51
非正規の職員・従業員	2091	-16	-16	14	16
農業、林業	175	-18	-15	-15	-6
建設業	490	8	-6	1	17
製造業	1030	-16	-10	-16	-31
情報通信業	300	-3	2	30	37
運輸業、郵便業	351	-2	-1	16	17
卸売業、小売業	1035	-13	-20	-29	-62
金融業、保険業	156	2	11	10	-2
不動産業、物品賃貸業	147	11	11	12	-1
学術研究、専門・技術サービス業	286	29	4	0	2
宿泊業、飲食サービス業	429	12	-1	3	18
生活関連サービス業、娯楽業	247	4	3	-4	-4
教育、学習支援業	359	17	12	19	11
医療、福祉	938	28	17	22	18
サービス業(他に分類されないもの)	483	18	29	19	27
就業率	62.5	0.5	0.3	0.6	0.6
うち15～64歳	80.3	0.5	0.2	0.8	0.9
男	84.6	0.0	-0.4	-0.1	0.2
女	75.8	1.0	1.0	1.7	1.4
うち20～69歳	82.1	0.6	0.3	0.8	0.8
完全失業者	184	11	7	-19	-5
非自発的な離職	42	4	3	-8	-11
うち勤め先や事業の都合	23	2	2	-5	-7
自発的な離職(自己都合)	81	3	6	-11	5
新たに求職	50	0	-2	0	-3
非労働力人口	3919	-83	-52	-57	-74

季節調整値	実数 (%)	対前月増減 (ポイント)			
		9月	8月	7月	6月
完全失業率	2.6	0.0	0.3	-0.2	0.0
男	2.7	-0.1	0.3	0.0	-0.1
女	2.4	0.1	0.1	-0.2	0.1

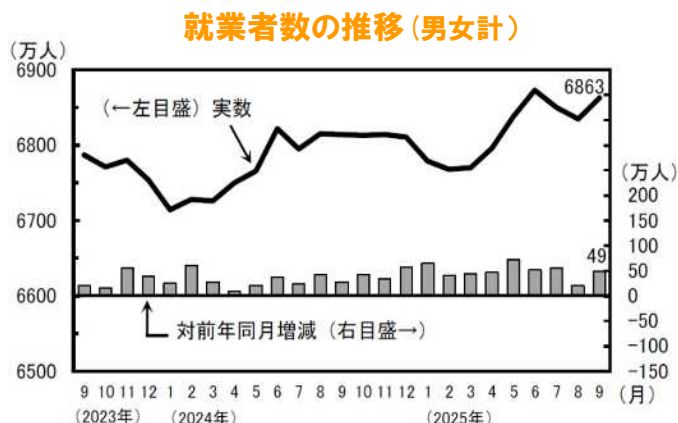
就業者数の対前年同月増減と就業率の
対前年同月ポイント差の推移



I 就業者の動向

1 男女別就業者数

- 就業者数は 6863 万人。前年同月に比べ 49 万人(0.7%)の増加。38 か月連続の増加。男性は 3710 万人。4 万人の増加。女性は 3153 万人。45 万人の増加。



2 従業上の地位別就業者数

- 自営業主・家族従業者数は 638 万人。前年同月に比べ 6 万人(0.9%)の増加。
- 雇用者数は 6201 万人。前年同月に比べ 52 万人(0.8%)の増加。43 か月連続の増加。男性は 3304 万人。9 万人の増加。女性は 2897 万人。43 万人の増加。

従業上の地位別就業者数

2025年 9月		(万人)
	実数	対前年 同月増減
就業者	6863	49
自営業主・家族従業者	638	6
雇用者	6201	52
男	3304	9
女	2897	43

3 雇用形態別雇用者数

- 正規の職員・従業員数は 3760 万人。前年同月に比べ 68 万人(1.8%)の増加。23 か月連続の増加。
- 非正規の職員・従業員数は 2091 万人。前年同月に比べ 16 万人(0.8%)の減少。2 か月連続の減少
- 役員を除く雇用者に占める非正規の職員・従業員の割合は 35.7%。前年同月に比べ 0.6 ポイントの低下。

雇用形態別雇用者数

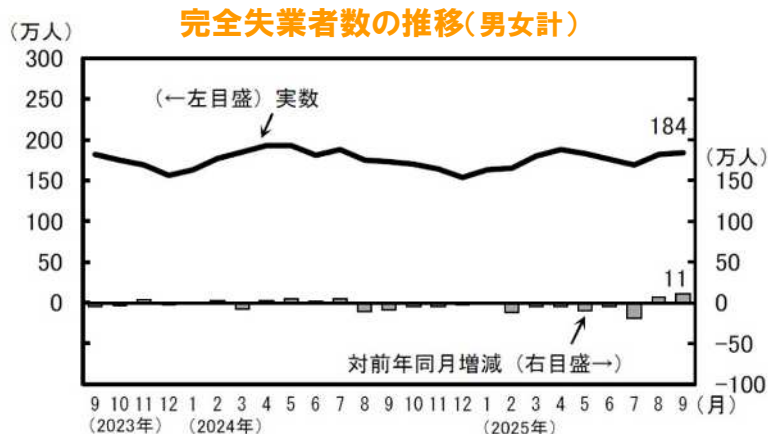
2025年 9月	男女計			男			女		
	実数	対前年 同月増減	割合	実数	対前年 同月増減	割合	実数	対前年 同月増減	割合
役員を除く雇用者	5851	52	-	3043	12	-	2808	40	-
正規の職員・従業員	3760	68	64.3	2381	17	78.2	1379	51	49.1
非正規の職員・従業員	2091	-16	35.7	662	-5	21.8	1429	-11	50.9
パート	1023	-2	17.5	132	3	4.3	891	-6	31.7
アルバイト	477	-3	8.2	237	5	7.8	240	-8	8.5
労働者派遣事業所の派遣社員	155	11	2.6	58	1	1.9	97	9	3.5
契約社員	264	-10	4.5	134	-11	4.4	130	1	4.6
嘱託	97	-1	1.7	64	1	2.1	33	-2	1.2
その他	75	-10	1.3	36	-6	1.2	38	-6	1.4

注) 割合は、「正規の職員・従業員」と「非正規の職員・従業員」の合計に占める割合を示す。

II 完全失業者の動向

1 男女別完全失業者数

- 完全失業者数は 184 万人。前年同月に比べ 11 万人(6.4%)の増加。
2か月連続の増加。
- 男性は 107 万人。前年同月に比べ 2 万人の増加。女性は 77 万人。
前年同月に比べ 9 万人の増加。



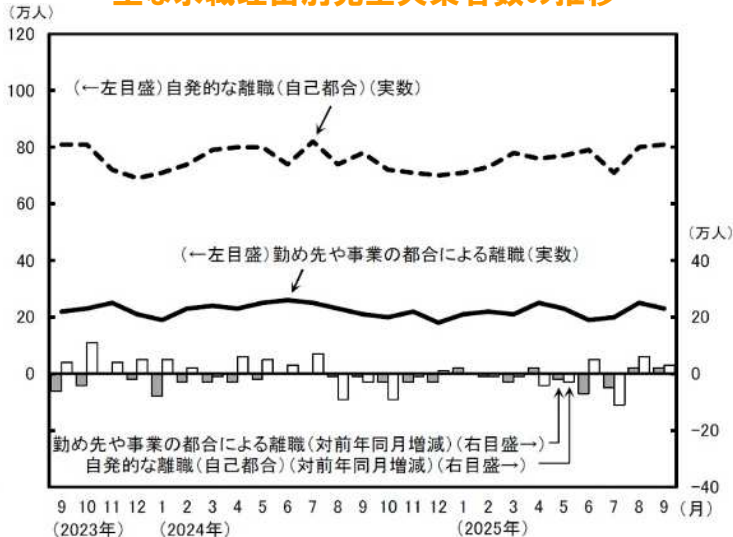
2 求職理由別完全失業者数

- 完全失業者のうち、「勤め先や事業の都合による離職」は 23 万人と、前年同月に比べ 2 万人の増加、「自発的な離職(自己都合)」は 81 万人と、前年同月に比べ 3 万人の増加、「新たに求職」は 50 万人と、前年同月と同数。

求職理由別完全失業者数

2025年 9月	男女計	
	実数	対前年同月増減
完全失業者	184	11
仕事をやめたため求職	123	7
非自発的な離職	42	4
定年又は雇用契約の満了による離職	19	2
勤め先や事業の都合による離職	23	2
自発的な離職(自己都合)	81	3
新たに求職	50	0
学卒未就職	6	-3
収入を得る必要が生じたから	26	2
その他	18	2

主な求職理由別完全失業者数の推移



3 年齢階級別完全失業者数

- 男性の完全失業者数は、
「35～44 歳」、「55～64 歳」及び
「65 歳以上」の年齢階級で、
前年同月に比べ増加。
- 女性の完全失業者数は、
「25～34 歳」及び「35～44 歳」を除く
全ての年齢階級で、前年同月に比べ増加。

年齢階級別完全失業者数

2025年 9月	男女計		男		女	
	実数	対前年同月増減	実数	対前年同月増減	実数	対前年同月増減
総数	184	11	107	2	77	9
15～24歳	24	0	12	-2	12	3
25～34歳	41	-2	22	-1	19	-1
35～44歳	32	2	20	2	12	0
45～54歳	32	1	17	-1	14	2
55～64歳	38	6	24	4	15	3
65歳以上	17	3	12	1	5	2
(再掲) 55～59歳	19	3	12	2	7	1
(再掲) 60～64歳	20	4	12	2	8	2

労働力調査(基本集計) 2025年(令和7年)9月分の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



中小企業における 業務自動化の 基礎と活用法

1. 中小企業にとってのデジタル化・AI活用の目的
2. 自社が活用できるデジタル化と生成AIの活用
3. 業務自動化と生成AI活用のための意識変革と育成
4. 中小企業のDX・業務自動化事例



参考文献

『成功する「デジタル化」戦略』（島田洋二/佐藤隆夫著 ダイアモンド社） 『生成 AI 活用の最前線』（バーナード・マー著 東洋経済新報社） 経済産業省：デジタルスキル標準 2024 年7月更新 他

1

企業経営情報レポート

中小企業にとってのデジタル化・AI活用の目的

経済産業省は 2024 年 9 月、企業の自主的な DX（デジタル・トランスフォーメーション）の推進を支援するため、「デジタルガバナンス・コード」を公表しました。続く 2025 年 3 月には、『中堅・中小企業等向け DX 推進の手引き 2025』を発表し、デジタルを前提とした経営の方向性を示すことで、企業が DX に取り組みやすい環境づくりを進めています。

しかし、実際の現場では「自社の対応は十分か」「他社は何をしているのか」といった不安を感じる経営者も少なくありません。そこで、本レポートでは、DX 推進に課題を感じている企業様に向けて、検討すべきポイントを他社事例や最新動向とともにご紹介します。

■ DXに関する取組状況

(1)DX(デジタル・トランスフォーメーション)とは

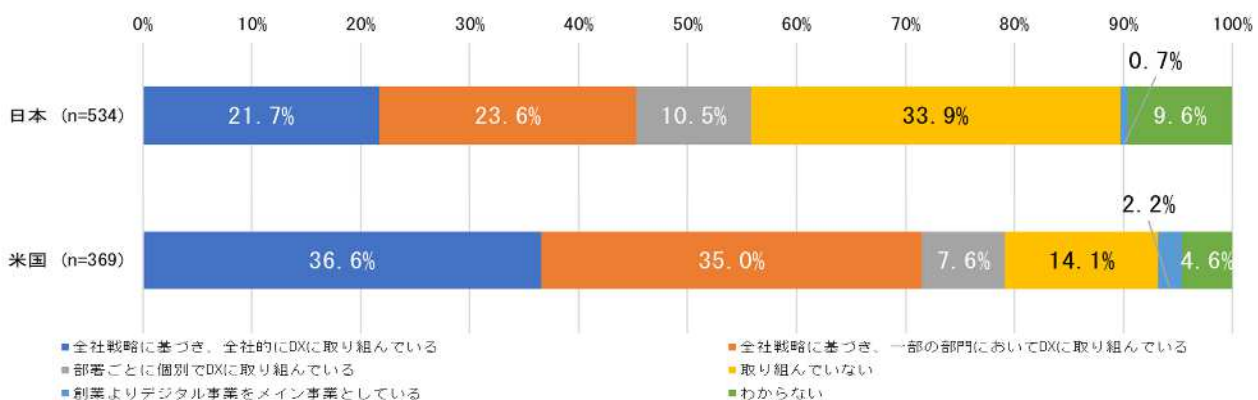
DX(Digital Transformation)とは、「デジタル技術を活用したビジネスモデルの革新」です。

IT の導入による業務の効率化や、事務の電子化による生産性の向上は単なる「デジタル化」であり、DX そのものを意味するものではありません。つまり DX とは顧客視点で新たな価値を創出していくためにビジネスモデルや企業文化の変革に取り組むことであり、企業経営変革そのものを指します。そして、結果的に企業の価値が向上し、競争優位性が確立することが DX の本質的な目的となります。

(2)DX(デジタル・トランスフォーメーション)への取り組み状況

DX に関する取り組みを進めている企業の割合について、「取り組んでいる」と回答した日本企業の割合は約 56%でした。日本の DX への取り組みは約半数の企業しか進んでいないことになり、79%の米国と比較すると大きな遅れがあることが分かります。

■DXの取組状況(日米)



出所：総務省『国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究』（2022）

2

企業経営情報レポート

自社が活用できるデジタル化と生成AIの活用

■ デジタル化へ向けた業務の推進

(1) デジタル化とは

DX への第一歩であるデジタル化とは、「アナログな情報や業務プロセスをデジタル形式に変換すること」を言います。紙で管理する情報を PDF にして管理したり、印鑑を電子化したりする等、業務を電子化することからデジタル化は始まります。

更に、勤怠管理をクラウド上で行ったり、RPA で提携業務を自動化したりする等、業務プロセスを手作業から進化させることもデジタル化です。また、多様なデジタルデータを蓄積して、AI などの技術と組み合わせ、人間の能力を超えた分析や判断を可能とする取り組みも、業務電子化の先の進化系であるデジタル化です。

これらのデジタル化を経営価値の観点から見ると、最大の効用は意思決定の質とスピードの向上にあるといえます。企業内の様々な局面で下される意思決定を改善することは、業務の効率化につながり、社員の負担が減り、より質の高いサービスやイノベーションに注力できる環境が整えられます。また、業務の効率化により社内のコスト削減に繋がるだけでなく、顧客に対するスピード・品質・対応力の向上に繋がります。これが顧客満足度向上などに繋がれば、リピートや紹介につながるなどの成果として現れます。

(2) デジタル化すべき業務の見つけ方

先述したように、デジタル化の最終的な目的は、顧客価値の向上や新たなビジネス機会の創出などを通じて、ビジネスモデルを進化させ、企業価値や競争力を高めることにあります。それを踏まえた上で、第一段階であるデジタル化について検討することが大切です。

最終的なデジタル化の目的はビジネスモデルの変革や競争優位性の確立ですが、まずは現状の業務の実態を把握し、優先的に対応すべき課題を特定することが第一段階です。

そのためには日々の業務の中や現場で感じている課題を可視化します。例えば、下記のような課題を感じている業務が、デジタル化すべきターゲットとなります。

■ デジタル化すべき業務

- 作業時間がかかりすぎている業務がある
- 複数の担当者が同じ作業を重複して行っている
- 紙ベースの情報管理により、検索や共有に手間がかかっている
- 入力ミスや確認漏れが頻発している
- 属人化しており、担当者不在時に業務が滞る
- 顧客対応が遅れ、満足度に影響している

3

企業経営情報レポート

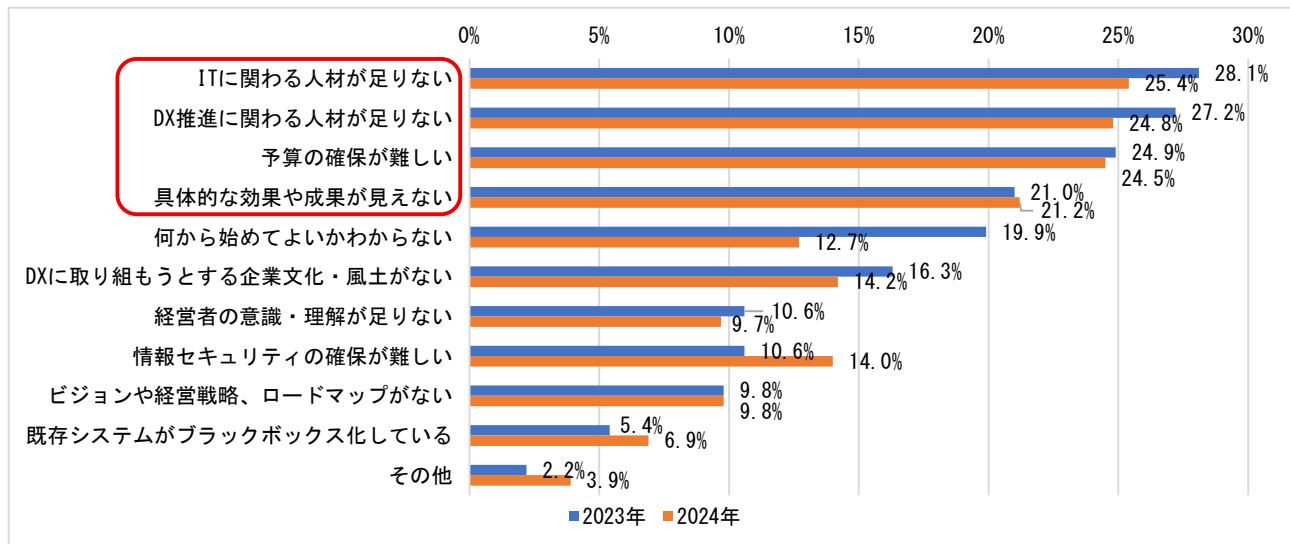
業務自動化と生成AI活用のための意識変革と育成

■ 組織の意識改革の必要性

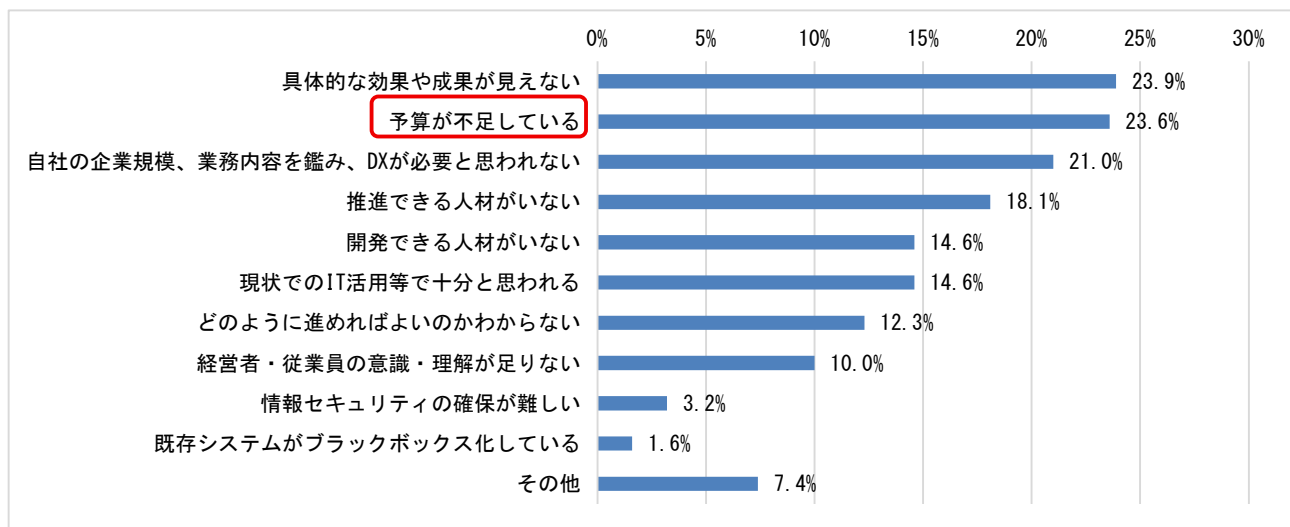
(1)DXに取り組む上での課題

2024 年の DX に取り組む上での課題調査では「IT に関わる人材が足りない」がトップの 25.4%でした。次いで「DX 推進に関わる人材が少ない」が 24.8%、「予算の確保が難しい」が 24.5%となっています。「具体的な効果や成果が見えない」が 21.2%ありますが、これは DX に取り組む予定のない一部の企業の理由の第一位となっています。

■DXに取り組むに当たっての課題



■DXに取り組む予定のない理由



上下とも 出所：独立行政法人 中小企業基盤整備機構『中小企業のDX推進に関する調査 アンケート調査報告書』（2024年12月）

4

企業経営情報レポート

中小企業のDX・業務自動化事例

中小企業では、多額の投資や大規模なデジタル推進組織を整えることは難しい場合が多いものの、段階的にデジタルツールを導入することで、日々の業務の効率化と生産性向上を同時に実現できます。紙や電話主体の業務課題を抱える企業でも、工夫次第で効果を出せる取り組みのヒントとして、現場に即した具体的な DX 事例を紹介します。

【事例1】コミュニケーションツールの導入で、業務効率化を図ったA社

- | | | |
|---------------|-------------|----------|
| ■業 種：製造業 | ■設 立：2006 年 | ■本 社：大阪府 |
| ■資本金：1,000 万円 | ■従業員数：7 名 | |

(1)A社における情報共有体制の問題点

- 紙を基本とした非効率な業務運営になっている
- 本社と工場のスムーズな情報共有・コミュニケーションの仕組みの構築がない

(2)取り組み内容

①業務効率化のために Microsoft 社の Teams を導入

本社と工場を繋ぐために、無料ツールを導入し、全員が揃う時間帯にオンライン会議の「朝礼」をスタート。

②受発注管理システムを導入

見積から受注、請求、納品までを一元管理できる受発注管理システムを選び、社員全員が事務作業に携わることができるように改善を図った。

③業務効率化により捻出した時間は顧客とのコミュニケーション強化に充てる

数種類の SNS を駆使するほか、生成 AI やデザインツール(Canva Pro)を活用し、より効果的な投稿内容の制作と情報発信を展開。

(3)成果

Teams の導入により、社内の情報共有が円滑になり、コミュニケーションが活性化。また、受発注管理システムの導入により、本社と向上の両方から情報にアクセス可能な環境ができたことで、各社員が個人ごとに作成していた書類の重複作業が解消し、ペーパーレス化も促進。また、情報発信が増えたことでこれまで関わりがなかった業種やインフルエンサー、海外からの開発相談が増加。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル:人事制度 > サブジャンル:女性活躍社会

女性活躍推進法について

女性の活躍の推進に向けた体制整備を解説してください。

(1)女性活躍推進法とは

■女性活躍推進法の定義

女性活躍推進法とは、事業主に「女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画の策定・届出」および「女性活躍推進に関する情報公表」を義務付けているもの。

(2)女性活躍推進法の情報公表

女性活躍推進法は 2016 年 4 月に施行され、「日本社会に根強いジェンダーギャップの解消と、急速に進む労働力不足への対応」を目的としており、当初は 2026 年 3 月 31 日までとなっていた法律の有効期限が、2036 年 3 月 31 日までに延長されました。

2022 年 7 月 8 日から、常時雇用する労働者が 301 人以上の事業主は「男女の賃金の差異」の情報公表が義務付けられ、常時雇用する労働者が 101 人以上 300 人以下の事業主は、指定された 16 項目から任意の 1 項目以上の情報公表が必要になりました。

2026 年 4 月 1 日から従業員数 101 人以上の企業は、「男女間賃金差異」及び新たに「女性管理職比率」の情報公表が義務となります（従業員数 100 人以下の企業は努力義務の対象）。

対象となる企業は、施行後最初に終了する事業年度の実績を、その次の事業年度開始後おおむね 3 か月以内に公表する必要があります。この取り組みにより、企業の賃金格差の実態が可視化され、格差是正に向けた具体的な取り組みが促進されることに期待されています。

企業等規模	改正前	改正後
301人以上	男女間賃金差異に加えて、2項目以上を公表	男女間賃金差異及び女性管理職比率に加えて、2項目以上を公表
101人～300人	1項目以上を公表	男女間賃金差異及び女性管理職比率に加えて、1項目以上を公表

※ 従業員数301人以上の企業は、①「職業生活に関する機会の提供に関する実績」から1項目以上、②「職業生活と家庭生活との両立に資する雇用環境の整備の実績」から1項目以上の、計2項目以上を公表すること、従業員数101人以上の企業は、①及び②の全体から1項目以上を公表することとされています。

(3)上場企業における女性役員の状況

企業における女性の活躍推進は、個人の能力発揮の機会を確保するだけでなく、多様な視点を経営に取り入れることでイノベーションを促進し、日本の経済社会に活力をもたらす取り組みです。政府は「女性活躍・男女共同参画の重点方針 2023」において、東証プライム市場上場企業に対して2つの目標を設定しました。1つは「2030年までに女性役員比率30%以上」、もう1つは「2025年までに女性役員を最低1名以上選任」です。これらの目標達成に向けて、2023年10月に東京証券取引所の上場規程が改正され、企業行動規範に明記されました。

ジャンル:人事制度 > サブジャンル:女性活躍社会

女性が活躍できる職場とは

女性が活躍できる職場にするための
取り組みポイント教えてください。

■女性活躍推進に向けた4つのポイント

①採用強化

女性社員が活躍する会社を目指すために、女性社員の採用強化が必要です。
女性の採用を強化する場合は、採用部門に女性社員をアサインすることをお勧めします。

同性が描く人材要件を求人情報に反映させたり、女性社員が会社説明会に参加することで、求職者は自社で働くイメージを持ちやすくなります。

②公平な人事評価と登用

性別に関わらず、個人のスキルを公平に評価し人員配置を行うことは、一人ひとりが自身の力を存分に発揮できる職場環境を作っていくことにつながります。

「〇〇の仕事は男性に向いている」といったような考えで人員配置を行うのではなく、適切に個人のスキル・能力を評価し、仕事を任せられる環境を整備することが重要です。

③男女の賃金格差の是正

国土交通省の調査では、企業における女性の職域が拡大し、管理職に占める女性の割合も上昇傾向にあるなど、女性の活躍が進んできていることが分かりました。一方で、労働者全体を平均した際の男女間賃金格差は、依然として存在しており、先進諸外国と比較すると、日本での格差は大きい状況です。男女における賃金格差は、日本の長年の課題です。

そのため、女性の活躍の場を広げる意味でも、なぜ賃金格差が発生しているのかを調査し、性別によらず役割や職務内容によって賃金水準が決まるような賃金制度構築が必要です。

④働き方改革への対応

政府が進めている「働き方改革」への対応を行っている企業は増加しています。労働者は、ワークライフバランスを重視した多様な働き方を求めるようになっており、遅れている企業には早急な対応が求められています。例えば、女性社員が育児休暇を気兼ねなく取得でき、ライフイベントと両立しながら仕事で活躍できる環境整備を実現すると、「働きやすさ」や「働き続ける意義」を醸成することができ、結果的に継続就業に繋がっていくことが期待できます。

各企業における課題はさまざまですが、共通しているのは、女性が働きやすい職場環境になると、さらなる女性の活躍が期待できます。