

2013年5月16日

WEPs で企業力アップ！
—日本における WEPs 参加企業アンケート集計結果・報告書—

グローバル・コンパクト研究センター

いま国際社会では、女性の活躍促進に向けて、UNGC（国連グローバル・コンパクト）と UN Women（ジェンダー平等と女性のエンパワメントのための国連機関）が 2010 年から取り組んできた WEPs（女性のエンパワメント原則）というプログラムに注目が集まっています。このプログラムでは、企業における女性のエンパワメントを目指した 7 項目の原則が定められ、世界各地の企業がトップの署名を通じてこれに参加して、それをきっかけに WEPs の 7 原則に沿って自社における女性のエンパワメントに必要な施策を展開して、その成果を毎年国連 WEPs 事務局に報告することでさらに前進する、というものです。

日本は、WEPs の発足当時からこのプログラムの実施に熱心に取り組んできました。法政大学現代法研究所国連グローバル・コンパクト研究センターは 2009 年の準備会合から UNGC と UN Women が開催する会合に欠かさず参加して状況の把握と研究に務めて、その成果を公表してこのプログラムの理解が促進されるように努めてきました。UN Women 日本事務所は 2011 年に大阪府堺市内に開設され、国連の UN Women の活動の紹介と、日本企業の参加の促進に努めてきました。UN Women 日本委員会は 2011 年から企業による理解の促進に取り組んできました。グローバル・コンパクト・ジャパン・ネットワークは、2012 年から担当者を設けて、ネットワークに参加している UNGC 参加企業に対する情報提供を進めてきました。政府は 2012 年から、内閣府男女共同参画局が事務局を務める男女共同参画推進連携会議を中心にして、企業社会への広報、理解の促進、ステークホルダー間の連携推進などに取り組んできました。

こうした各方面での努力もあって、日本は世界有数の WEPs 先進国となりました。WEPs 署名企業は、2013 年 4 月現在、世界で 558 社ですが、このうち日本企業は 191 社で、3 分の 1 以上を占めています。そこには、グローバルなビジネスを展開する企業や、国内を市場とするビジネスですが日本有数の規模の企業から、地域に密着したビジネスを行っている中小・小規模企業まで、さまざまな業種や規模の企業が参加しています。こうした日本での取り組みは国際社会でも注目されていて、最近、パン・ギムン国連事務総長やミシェル・バチュレ前 UN Women 事務局長のスピーチなどでも高く評価されています。

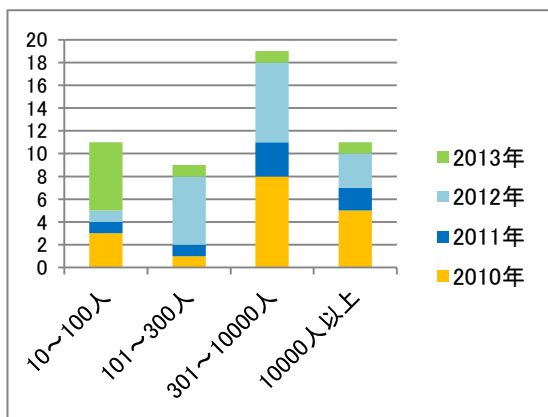
しかし、WEPs 参加企業に関する情報は、国連 WEPs 事務局のウェブサイトにて英語で「参加企業リスト」が掲載されているだけで、企業名、業種、本社所在地のある国名しかわかりません。そしてこの情報の不足が参加の促進にも大きな障害になっています。そこで、グローバル・コンパクト研究センターは、2013 年 3～4 月に「WEPs 参加企業アンケート」を実施して、WEPs 参加企業の取組の実態に関する基本的なデータを把握することを試みました。これは、WEPs 参

加企業の動向に関してはおそらく世界最初の調査の取り組みであり、UNGC や UN Women も強い関心と支持を表しました。

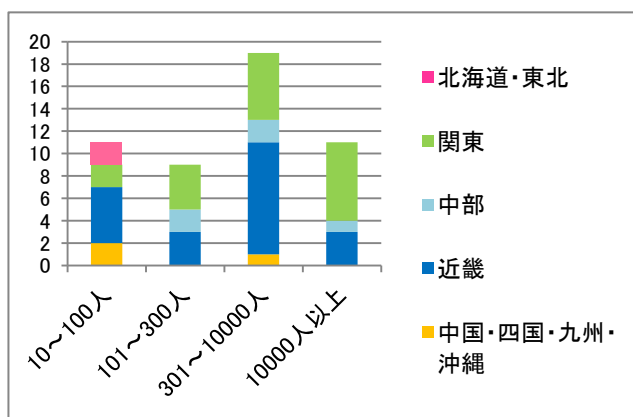
回答した企業は 50 社でした。この種のアンケートでは低い回答率ではありません。WEPs 参加企業の、WEPs を活用して企業力をアップさせようという意気込みを感じることができます。この他に、参加の意思を表明しましたが国連 WEPs 事務局の参加企業リストに掲載されていない企業・団体からの回答が 8 件ありました。これらの回答によって一つの国レベルでの WEPs 参加の実態が初めて明らかになったと思われま

す。アンケートでは、会社の形態、従業員数、年商を聞いて参加企業の姿を知りました。会社の形態は、「オーナー企業」が 13 社、「上場企業」が 23 社、「子会社・現地法人」が 11 社、「その他」が 2 社、「回答なし」が 1 社でした。従業員では、従業員 300 人以下の中小企業は 20 社（このうち、従業員 20 人以下は 2 社）、従業員 301 人以上の大企業は 30 社（このうち、従業員 1 万人以上は 11 社）でした。年商は、「5 千万ドル未満」が 19 社、「5 千万～2 億 5 千万ドル」が 7 社、「2 億 5 千万～10 億ドル」が 1 社、「10 億ドル～100 億ドル」が 10 社、「100 億ドル以上」が 11 社、「回答なし」が 2 社でした。このように、参加企業の間大きな違いが見られるのが日本の参加状況の大きな特徴であることがこの調査でも確認できたこととなります。

【図表 1】従業員規模別・参加年別企業数



【図表 2】従業員規模別・地域別企業数



それでは、これから先は、WEPs に参加していますが国連側の事務の遅れで WEPs 参加企業リストに掲載が遅れていた 3 社からの回答も含めた 194 社のうちの 50 社（回収 25.8%）について、アンケートで質問したことへの回答を紹介して、日本の参加企業の実態とそこに見られる特色を検討してみましょう。

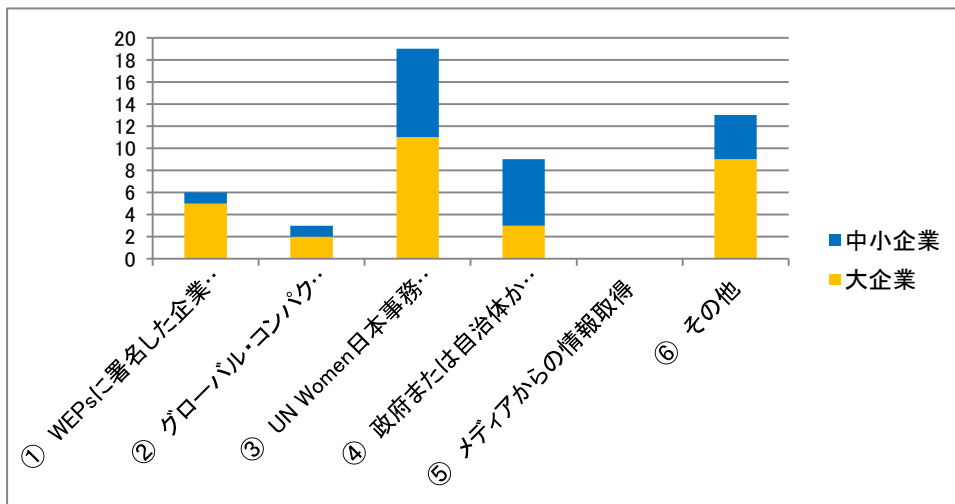
1 署名・参加した時期

WEPs に署名・参加した時期については、2010 年が 17 社、2011 年が 7 社、2012 年が 17 社、2013 年が 9 社です。WEPs 発足当時から参加の促進に取り組んできた UN Women 日本事務所や東京の経済団体関係者などの努力が数字に表れています。2013 年はすでに 9 社が新たに参加しましたが、男女共同参画推進連携会議も含めて熱心に啓発に取り組む団体や企業トップが増えていますので、さらに多くの参加が見越されます。

2 署名したきっかけ

WEPs に署名したきっかけは、「WEPs に署名した企業のトップからの紹介」が 6 社、「グローバル・コンパクト・ジャパン・ネットワークからの紹介」が 3 社、「UN Women (旧 UNIFEM) 日本事務所からの紹介」が 19 社、「政府または自治体からの紹介」が 9 社、「その他」が 13 社です。「その他」は具体的には、趣旨への賛同、国際的に活動する WEPs 推進のリーダーからの紹介、グループ企業の取り組みの一環、CEO が所属する女性団体からの紹介などです。

【図表 3】署名したきっかけ



地域別にみると、本社所在地が近畿である企業は、UN Women 日本事務所からの紹介により WEPs に署名した企業が 19 社中 12 社 (63.2%) と、他の地域と比べて圧倒的に高い比率です。UN Women 日本事務所が大阪府堺市に位置することが影響していると思われます。

企業規模別にみると、大企業では中小企業と比べて、すでに WEPs に署名した企業のトップからの紹介、UN Women 日本事務所からの紹介、その他 (WEPs に関する国際的なリーダーからの紹介、親会社からの紹介) の割合が高くなっています。

WEPs への参加の促進には、すでに WEPs に参加した企業やこれを推進・支援する団体からの働きかけが有効です。WEPs は、取引先や同業者、地域団体といったステークホルダーと協働して女性のエンパワメントを進めることをめざし

ていますので、その趣旨にも沿っています。他方で、日本のメディアは WEPs の取り組みの紹介に消極的でしたので、これまではメディア経由での参加はありません。しかし、最近メディア関係者による理解も向上してきましたので、今後はこのチャネルでの参加も期待できます。

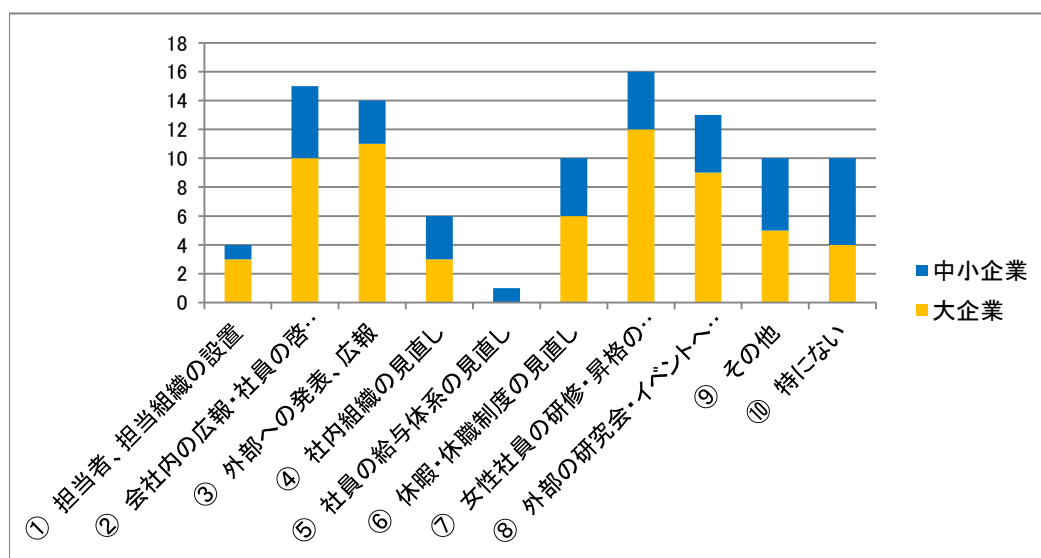
3 費用の負担

WEPs の署名・参加に際して社内で特別の費用を生じさせたかどうかは、「会社が費用を負担した」が 4 社、「CEO 個人が費用を負担した」が 1 社、「費用は生じず、寄付のみを行った」が 3 社、「特に負担は生じていない」が 42 社でした。署名・参加に関しての国連への手続きは無料です。他方で、国連 WEPs 事務局は、活動を維持するために参加企業の理解と自発的な支援を求めています。このアンケートで費用が生じたと回答した企業は、自主的な寄付を「費用」とみなしているのかと思います。あるいは参加に伴って社内で何らかの費用が生じたのかもしれませんが、より詳細な調査が必要です。

4 署名後の取り組み

WEPs への署名後に女性のエンパワメントを推進するために取り組んだこと（複数回答）は、「担当（推進）者、担当組織の設置」が 4 社、「会社内の広報・社員の啓発・研修」が 15 社、「外部への発表、広報」が 14 社、「社内組織の見直し」が 6 社、「社員の給与体系の見直し」が 1 社、「休暇・休職制度の見直し」が 10 社、「女性社員の研修・昇格の見直し」が 16 社、「外部の研究会・イベントへの参加」が 13 社、「その他」が 10 社でした。参加企業が、WEPs の実現に向けて真剣に取り組んでいることがわかります。

【図表 4】署名後に取り組んだこと（複数回答可）



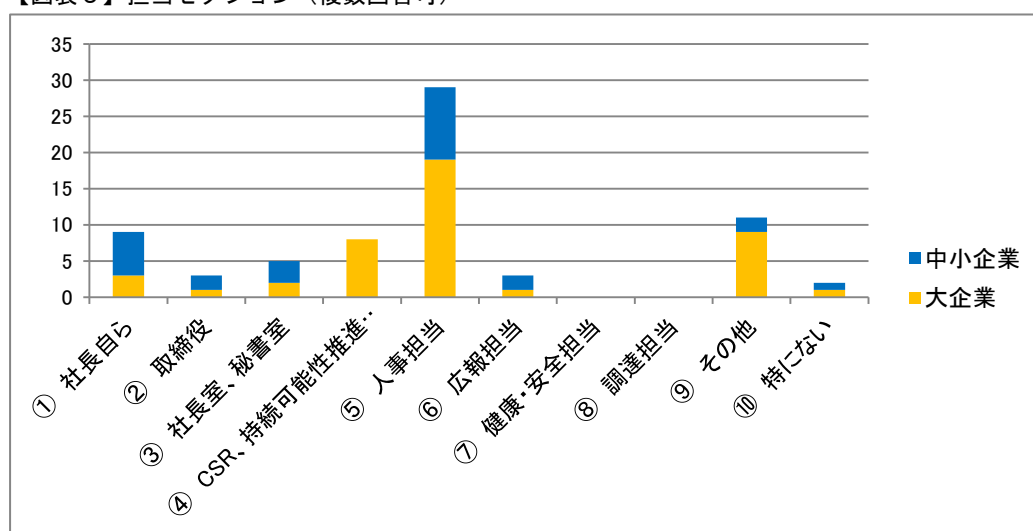
企業の内外に向けての広報、啓発活動が盛んですが、いずれもまだ発信力は十分ではありません。外部に向けては、CSR 報告書などを通じた積極的な情報

の発信がなお必要ですし、内部では、他の調査でも WEPs を知らない、聞いたことがないとする役員や社員が数多くいますので、さらに多くの人理解するように、社内の会議や社員向けの研修などで積極的に取り上げることが望まれます。なお、アンケートに「特にない」と回答した企業も 10 社ありましたが、この中には、日本で WEPs に熱心に取り組んでいることで著名な企業もあれば、以前からすでにジェンダー平等に取り組んでいる企業もあります。すでに社内で女性のエンパワメントに取り組んできているので、WEPs に署名したから変わったのではないということでしょうが、それでも WEPs 参加による加速効果はあると思われます。

5 担当セクション

WEPs の担当セクション（複数回答）は、「社長自ら」が 9 社、「取締役」が 3 社、「社長室、秘書室」が 5 社、「CSR、持続可能性推進担当」が 8 社、「人事担当」が 29 社、「広報担当」が 3 社、「その他」総務部やダイバーシティ担当が 12 社でした。

【図表 5】担当セクション（複数回答可）



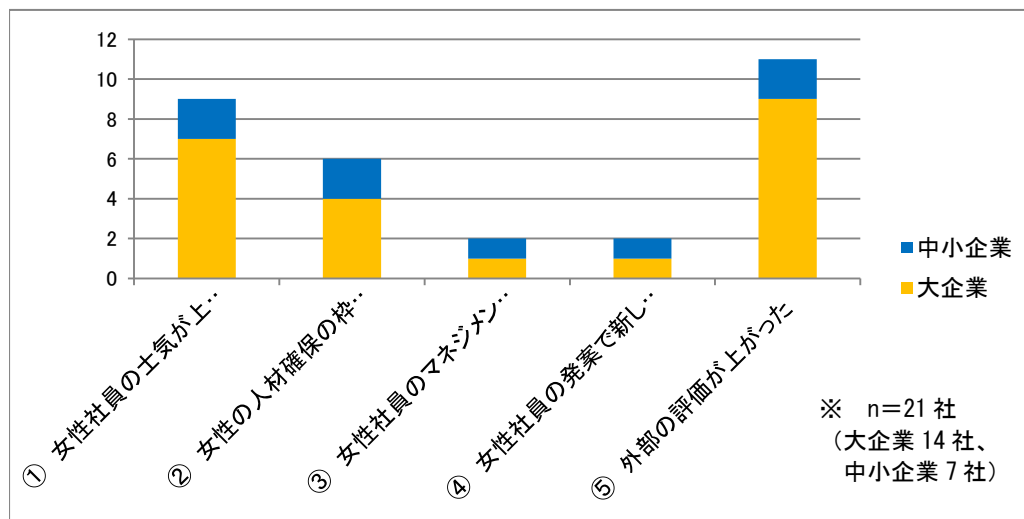
これは日本の企業の特徴ですが、トップ・コミットメント、トップのリーダーシップが特に求められているプログラムでも、社内で担当部局のスタッフが力を発揮して実質的にコミットメントの内容を決めていることが少なくありません。WEPs の場合も人事部が担当しているという回答が多く、その例外ではないようです。なお、「健康・安全」や「調達」部門が担当している企業はありませんでした。また、担当セクションを設置していない企業は 2 社でした。

6 経営への影響

WEPs への署名・参加による女性のエンパワメントが経営にどのように影響したかについて（複数回答）は、「女性社員の士気が上がった」が 9 社、「女性の人材確保の枠が広がった」が 6 社、「女性社員のマネジメントで事業の生産性が

上がった」が2社、「女性社員の発案で新しい企画が事業化できた」が2社、「外部の評価が上がった」が11社、「特にない」が最も多く29社でした。社内の士気や社外の評価は目につきやすいですが、その他の効果についてはまだ測りかねているということでしょうか。

【図表6】経営への好影響（複数回答可）



経営に何らかの影響があったと回答した企業21社は、WEPsの署名後に何らかの具体的な取り組みを実施していることが見て取れます。「特にない」と回答した企業と質問4の回答を比較すると、とくに「社内組織の見直し」「女性社員の研修・昇格の見直し」「外部の研究会・イベントへの参加」に取り組んだと回答した比率が高くなりました。このように、WEPsの効果を実感するには、組織や人事制度の見直しが一つの要因となる、といえるでしょう。なお、この21社のうち中小企業は7社であり、経営への好影響に企業の規模は関係ありません。

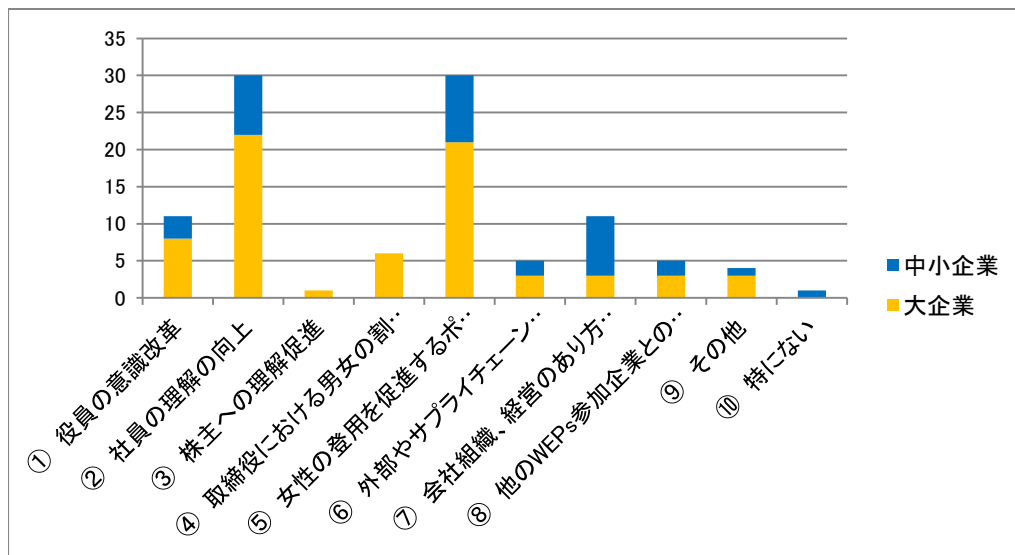
7 今後取り組みたいこと

今後取り組みたいこと（複数回答）は、「役員の意識改革」が11社、「社員の理解の向上」が30社、「株主への理解促進」が1社、「取締役における男女の割合への配慮」が6社、「女性の登用を促進するポジティブ・アクション」が30社、「外部やサプライチェーンへの広報」が5社、「会社組織、経営のあり方の見直し」が11社、「他のWEPs参加企業とのビジネス提携」が5社、「その他」が4社でした。

WEPsは経営のあり方に直接に関わることなので、従業員の理解の向上とともに、あるいはそれ以上に、役員レベルでの意識改革が必要です。そのことを自覚している企業が増えてきつつあることには希望が持てます。なお、「特にない」とした企業が1社ありました。これは、何もしないということではなく、これまでも社内ですでに女性のエンパワメントを実践しているので新たに取るまでもないという趣旨と思われるのですが、そういう企業でも、サプライヤーなどステークホルダーとの協働や、CSR報告書や財務情報と非財務情報を統合して

公開する「統合レポート」作成の際に WEPs の視点を生かすなど、WEPs を活用する取り組みの可能性はまだあるといえます。

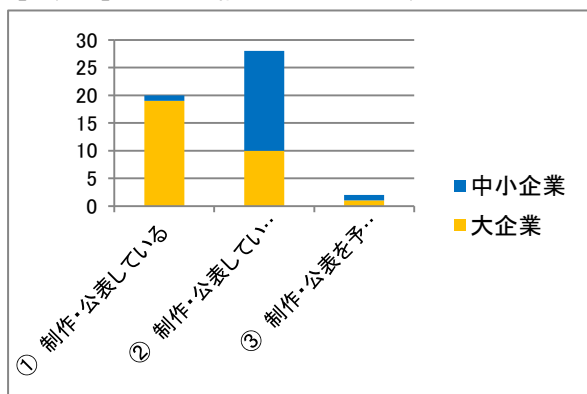
【図表7】今後取り組みたいこと（複数回答可）



8 報告書の制作・公表

CSR 年次報告書を制作・公表しているのは 20 社、していないのは 28 社、制作・公表を予定して準備中なのは 2 社でした。

【図表8】CSR 年次報告書の制作・公表



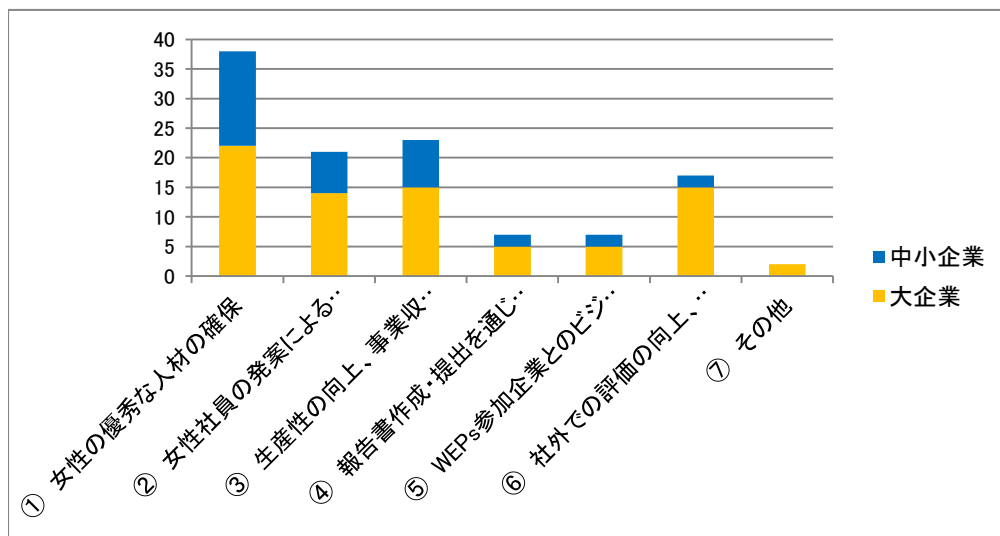
なお、今回は問いをここで止めていますが、CSR 年次報告書の中で WEPs についてどのように扱ってきたのか、また、今後はどのように触れていくのかということが大事です。これは、WEPs 担当の部署やスタッフが、CSR 報告書を作成する部局よりも人事部やダイバーシティ担当に置かれることが多いので、特に自覚しておくべきポイントといえましょう。

9 期待すること

今後、WEPs への参加の効果として期待すること（複数回答）は、「女性の優

秀な人材の確保」が 38 社、「女性社員の発案による新しい企画の開発」が 21 社、「生産性の向上、事業収益の上昇」が 23 社、「報告書作成・提出を通じた経営可視化の推進」が 7 社、「WEPs 参加企業とのビジネスチャンスの増加」が 7 社、「社外での評価の向上、株価の上昇」が 17 社、「その他」が 2 社でした。

【図表 9】参加効果の期待（複数回答可）



国連は「女性のエンパワメントはビジネスである」という考え方に立ってプログラムを推進してきましたが、参加企業側も同じような理解であることがわかります。WEPs はまだ新しいプログラムなので、その目指すところ、すなわち、WEPs の 7 つの原則に基づいた PDCA を行い、それを経営に取り入れて、女性のエンパワメントをビジネス発展に生かすことを企業が実感するには、もう少し時間がかかるのかもしれませんが、今後ますます、WEPs を活用したビジネスの発展という企業の経営方針に大きな期待が寄せられるところです。

【追加参考資料】

今回のアンケートでは、WEPs への参加の意思を表明しましたが、調査時点で国連 WEPs 事務局が発行する参加企業リストに載っていない企業や、企業とみなされない団体からも回答が寄せられました。前者のうち、先述のとおり、WEPs のルールでは資格を満たしておりトップが署名して企業側の手続きが済んでいる場合は、リストへの掲載の遅れが国連側の事務上の遅れと判断されますので本調査の対象として扱います。前者の残りとは後者については WEPs のルールでは参加できないことになっていますので分析対象の回答としては扱えませんが、WEPs への熱心な支援であり、貴重な意見でもありますので、追加の参考資料として別枠で扱います。

WEPs 参加企業リストに掲載されていない回答は、8 つの企業・団体（以下、単位は「社」とする）です。会社の形態は、オーナー企業が 5 社、その他が 2 社、

回答なしが1社です。年商は、5000万ドル未満が5社、回答なしが3社です。

(1) WEPsに署名したのは、2010年が3社、2011年が1社、2012年が4社、2013年が0社でした。

(2) 署名したきっかけは、「UN Women 日本事務所からの紹介」が4社、「WEPsに署名した企業のトップからの紹介」、「政府または自治体からの紹介」が各1社、「その他」が2社でした。

(3) 署名・参加の費用は、8社すべてで生じていません。

(4) 署名後に取り組んだこと(複数回答)は、「外部の研究会・イベントへの参加」が4社、「会社内の広報・社員の啓発」が2社、「社内組織の見直し」、「社員の給与体系の見直し」、「休暇・休職制度の見直し」、「その他」が各1社、「特になし」が1社でした。

(5) 担当部署は、「社長自ら」が3社、「取締役」、「社長室、秘書室」が各1社、「その他」が2社、「特になし」が1社でした。

(6) 経営への影響(複数回答)は、「外部の評価が上がった」が3社、「女性社員の士気が上がった」、「女性の人材確保の枠が広がった」が各1社、「特になし」が3社でした。

(7) 今後取り組みたいこと(複数回答)は、「社員の理解の向上」が3社、「株主への理解促進」、「他のWEPs参加企業とのビジネス連携」が各2社、「外部やサプライチェーンへの広報、連携」、「その他」が各1社、「特になし」が1社でした。

(8) CSR年次報告書の制作・公表をしているのは1社、していないのが7社でした。

(9) 今後の期待(複数回答)は、「生産性の向上、事業収益の上昇」が4社、「女性の優秀な人材の確保」、「女性社員の発案による新しい企画の開発」、「WEPs参加企業とのビジネスチャンスの増加」、「社外での評価の向上、株価の上昇」が各2社、でした。

(10) このように、ルール上は国連のリストに掲載されない企業等でも、女性のエンパワメントを促進して自らの組織のあり方を変化させようとする意欲があり、その際のツールとして、WEPsに自主的に取り組んでいます。他方、WEPsの7つの原則に基づいてその取り組みを評価・報告して、PDCAを継続的に回すことには、課題がありそうです。

最後になりましたが、今回のアンケート実施には、国連 WEPs 事務局ならびに UN Women 日本事務所の大きな支援と協力を得ました。また、調査対象企業では、年度末、年度初めの業務繁忙期であり、担当者の交代が重なることもある中で多くの企業からご回答を頂きました。改めて感謝します。

以上