

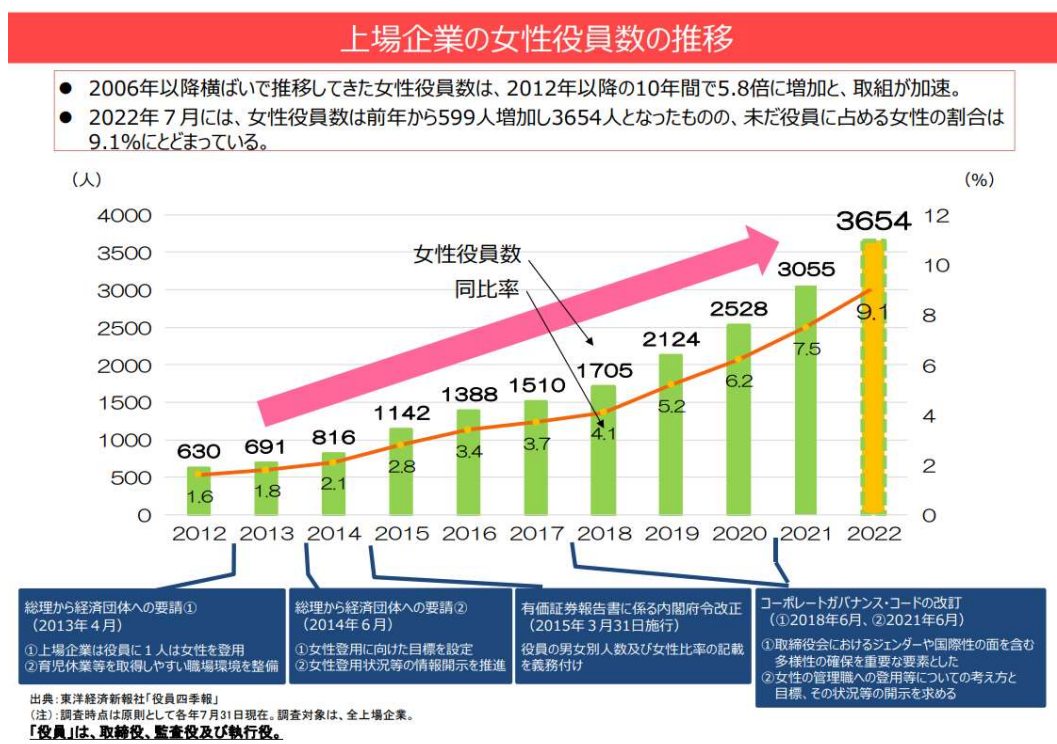
役員登用を見据えた女性活躍に関する課題・取組の可能性

1. 役員登用の現状	2
(1) 全国における状況	2
(2) 女性役員等のキャリアパス	4
2. 役員登用時における課題	5
(1) WG における課題認識	5
(2) 内閣府調査報告書等における整理	5
(3) 講演会参加者アンケート	7
(4) 役員登用時における課題整理	8
3. 取組可能性	9
<短期的な取組>	9
(1) 役員登用に向けた数値目標・トップの関与	9
(2) 役員登用に向けた育成機会	10
(3) 社内外ネットワーク形成	11
(4) 役員候補（部長クラス）の母集団形成	12
<中長期的な取組>	13
(5) 女性のキャリア形成、働き方改革	13
(6) 企業風土の改善（ジェンダーバイアス、アンコンシャスバイアス）	15
(7) 女性の採用	15
4. 地域における取組の可能性	16

1. 役員登用の現状

(1) 全国における状況

- ・ 上場企業の女性役員数は、増加しているものの役員に占める女性の割合は9.1%
- ・ プライム市場上場企業で「執行役員又はそれに準じる役職者」を置いている企業における「執行役員又はそれに準じる役職者」の女性の割合は4.3%
- ・ プライム市場上場企業における女性役員の85.9%が社外役員



(出典) 内閣府男女共同参画局 女性役員情報サイト
<https://www.gender.go.jp/policy/mieruka/company/yakuin.html>

「執行役員又はそれに準じる役職者」における女性割合に関する調査

「執行役員又はそれに準じる役職者」を置いている 1,171 社について、

「執行役員又はそれに準じる役職者」における女性割合は 4.3% (897 人/20,700 人)

(参考) プライム市場上場企業の「取締役、監査役、執行役」における女性割合は 11.4%
 (2,459 人/21,521 人、東洋経済新報社「役員四季報」より算出)

調査期間：令和4年8月1日～

調査対象：令和4年7月末時点の東京証券取引所プライム市場上場企業 (1,837 社)

調査内容：令和4年7月末時点の「執行役員又はそれに準じる役職者」における男性、女性及び合計人数
 回収率：65.5% (1,171 社/1,788 社)

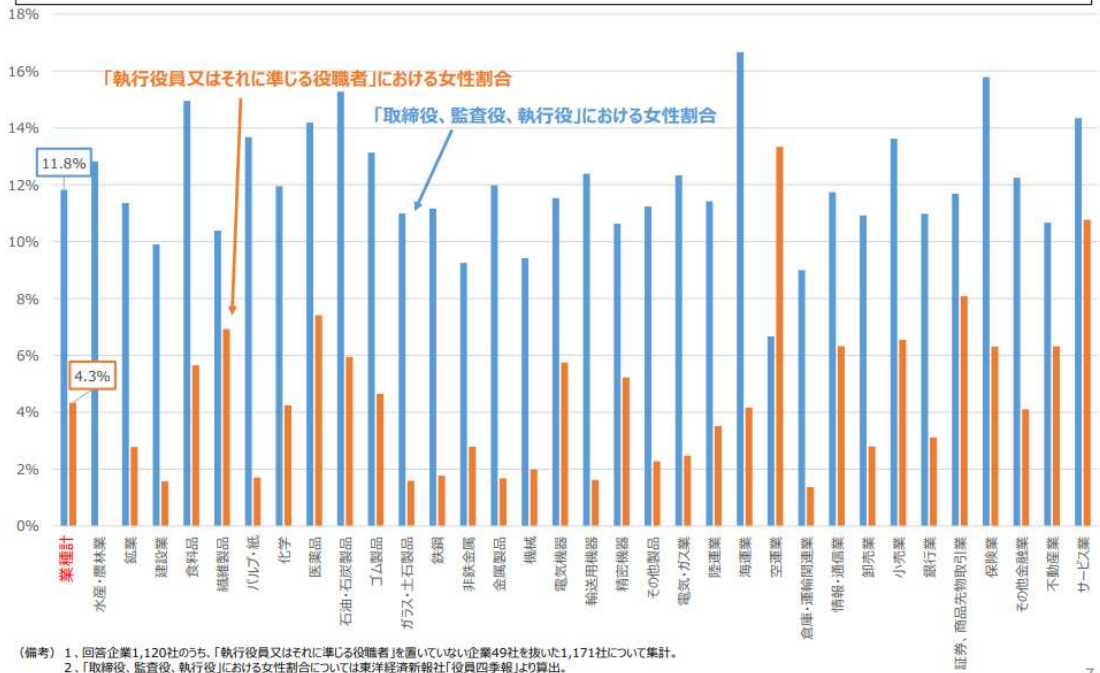
「執行役員又はそれに準じる役職者」の範囲は、会社法上の「支配人その他の重要な使用人の選任及び解任」として、取締役会の決議による選任・解任がされている役職者を基本としつつ、業務において重要な権限を委任されている役職者等、運用状況を踏まえて対象となる役職者を回答企業が判断

(出典) 内閣府男女共同参画局 「執行役員又はそれに準じる役職者」における女性割合に関する調査

<https://www.gender.go.jp/policy/mieruka/company/pdf/tyousa22.pdf>

「取締役、監査役、執行役」と「執行役員又はそれに準じる役職者」における女性割合（業種別）

- ほとんどの業種において、「取締役、監査役、執行役」における女性割合よりも「執行役員又はそれに準じる役職者」における女性割合の方が低い。



(備考) 1、回答企業1,120社のうち、「執行役員又はそれに準じる役職者」を置いていない企業49社を抜いた1,171社について集計。
2、「取締役、監査役、執行役」における女性割合については東洋経済新報社「役員四季報」より算出。

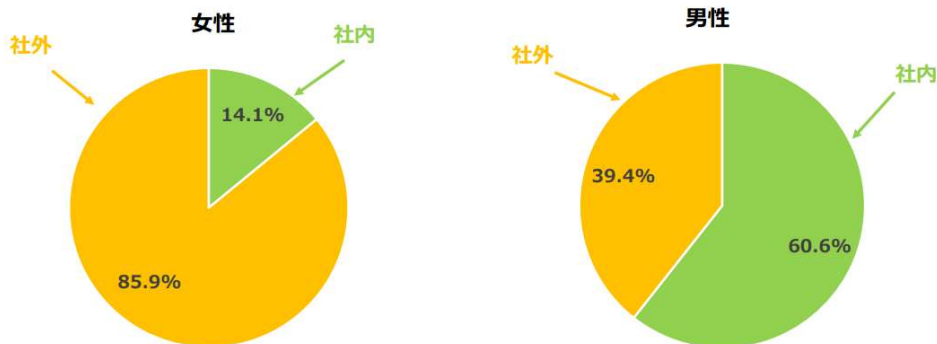
(出典) 内閣府男女共同参画局 「執行役員又はそれに準じる役職者」における女性割合に関する調査
<https://www.gender.go.jp/policy/mieruka/company/pdf/tyousa22.pdf>

(参考) プライム市場上場企業における女性役員の登用状況

- プライム市場上場企業の「取締役、監査役、執行役」の女性割合は11.4%。
- 男性役員の60.6%が社内登用であるのに対し、女性役員の85.9%が社外役員という状況。

年	役員数	うち、女性役員数		うち、男性役員数	
		社内役員数	社外役員数	社内役員数	社外役員数
2022.7	21,521	2,459 (11.4%)	346	19,062 (88.6%)	11,556

※社外役員の実数は女性1,539人、男性6,414人。



(備考) 1. 東洋経済新報社「役員四季報」より作成。
2. 調査時点は原則として2022年7月31日現在。
3. 役員は、取締役、監査役及び執行役。

10

(出典) 内閣府男女共同参画局 「執行役員又はそれに準じる役職者」における女性割合に関する調査
<https://www.gender.go.jp/policy/mieruka/company/pdf/tyousa22.pdf>

(2)女性役員等のキャリアパス

① WG 委員の所属企業における女性役員等のキャリアパス

金融業

内部登用の女性役員・執行役員 5名

リテール営業（営業員→課長→支店長）→部長→役員 のケースが多い

他例：（育児休暇2回）→経営企画（課長）

→広報・IR部長、プロフィット部門統括部長（3部署）→執行役員

情報システム業

内部登用の女性役員・執行役員 1名

（17年目）支店 課長

→（21年目）支店 シニアマネージャー

→（25年目）中国支社 公共・農林水産営業部長

→（26年目）中国支社 山陰支社長

→（29年目）西日本ビジネス本部 北陸支社長

→（31年目）執行役員常務CMO 兼 エグゼクティブディレクター

製造業

内部登用の女性役員・執行役員 1名

法務部入社 →（9年目）管理職登用 →（22年目）法務部長 →（28年目）執行役員

小売業

内部登用の女性役員・執行役員 2名

例：

入社 → 店舗主任

→（17年目）店長 合計5店舗の店長を経験

→（28年目）名岐事業部 事業部長

→（31年目）新規事業 リーダー → 近畿 エリア事業部長

→（38年目）執行役員 北関東 エリア支社長

2. 役員登用時における課題

(1)WG における課題認識

女性役員登用について、WG 委員より以下の課題が挙げられた。

女性役員登用における課題認識 (WG)
女性役員候補は、部長職が 2 名で潤沢とは言えない。男女ともに役員をどう作るのかが課題。
マネージャーより上位の女性幹部社員数、部長職以上の女性が 3% 程度と少ないので、役員登用に向け母数団を増やしていく施策が必要。 役員登用に向けた計画的かつ継続的な人材育成プログラムを推進していく中で、他部門経験や現行業務に支障をきたさないような、会社や組織サポートが必要。
役員としてのスタンス、知見、業務経験が少ない → 2 年前に当社の経営人財育成プログラムに参加、今年度下期に戦略本部に異動予定 → 数年後には役員登用を計画している。
母集団が少ない。母集団増をめざし、女性総合職を一定率以上採用し、定着させ、育成する。
女性管理職候補のプールが少ないこと
“女性活躍”のボトルネックが多方面にある(人事制度・仕組み、男性・上司の意識、女性自身の意識)

(2)内閣府調査報告書等における整理

内閣府男女共同参画局「令和 3 年度女性の役員への登用に関する課題と取組事例」にて、女性の役員の社内登用における課題及び登用に向けた取組の中での障壁・課題についてのアンケート調査を実施。主な課題として以下が整理されている。

女性の役員の社内登用における主な課題 (内閣府 R3 年度)	
結婚・出産といったライフイベントを経験する前の社員において、管理職登用に対する漠然とした不安感があり、女性社員が男性社員に比べて管理職への登用に対して消極的になってしまう。	鉄鋼
マネージャークラスを希望する女性社員が少なく、役員候補となる女性管理職の人数が少ない。	機械
女性のロールモデルが少ないため、管理職になるイメージが湧きづらいことから、管理職登用に対して女性社員が男性社員に比べて消極的。	鉄鋼
過去、女性社員は限定職としての採用数が多く、女性のキャリアアップに関する意識は醸成されにくい環境だった。	その他金融業
近年は女性の総合職は増えたものの、上位職のロールモデルが少ない。	その他金融業

(出典) 内閣府男女共同参画局「令和 3 年度女性の役員への登用に関する課題と取組事例」

また、同局の「平成 28 年度女性リーダー育成に向けた諸外国の取組に関する調査研究」の II. 内部登用による女性役員の育成 における課題は以下で整理されている。

内部登用による女性役員の育成 課題（内閣府 H28 年度）
<p>＜キャリア形成＞</p> <p>今後、5年程度の間には女性役員となることが見込まれる男女雇用機会均等法の施行初期に就職した世代は、一般的に、男性と異なる配置・育成がなされてきた場合が多い。</p> <p>全社的な視点に欠ける傾向や昇進意欲の低下等の悪循環に陥っている面がある。仕事と育児等の両立が困難であることやロール・モデルとなる女性管理職が少ないこと等で将来像を描きにくい。昇進に必要な知識・経験等を付与する機会を与えること等、組織として女性の能力発揮の取組も十分ではない</p>
<p>＜ネットワーク不足＞</p> <p>男性には、男性中心のネットワーク、いわゆるOBN(old boys' network)があり、管理職の先輩から社内や会議での振る舞いを指導されたり、社外では同業・異業種のリーダーらを紹介されたりしてネットワークを構築する機会にも恵まれている。それに対し、女性は社外のネットワークが弱く、委員会や研究会等の活動を通じてリーダーシップを鍛えられる機会も少ない。</p>

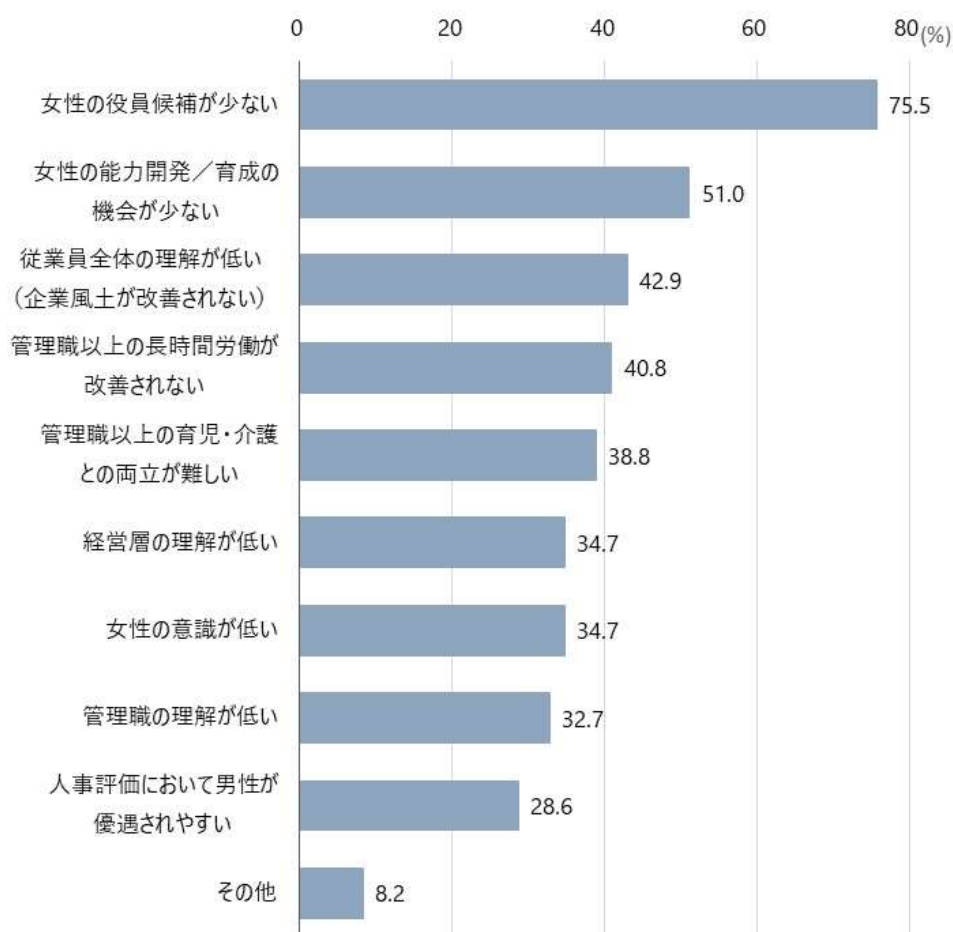
(出典)内閣府男女共同参画局「平成 28 年度女性リーダー育成に向けた諸外国の取組に関する調査研究」

(3) 講演会参加者アンケート

講演会参加者アンケートで役員登用における課題を聞いたところ、「女性の役員候補が少ない」が75.5%で最も多い。次いで「女性の能力開発／育成の機会が少ない」(51.0%)、「従業員全体の理解が低い（企業風土が改善されない）」(42.9%)となっている。

勤務先における女性役員、執行役員の登用における課題は何だと思えますか。

n=49



(4) 役員登用時における課題整理

(1)～(3)を踏まえて、“女性役員の内部登用”に向け、以下の主な課題における取組みの可能性について、ワーキングにおいて議論を深めた。

短期的な取組に関する課題

- 役員登用に向けた数値目標・トップの関与
- 役員登用に向けた育成機会
- 社内外ネットワーク形成
- 役員候補（部長クラス）の母集団形成

中長期的な取組に関する課題

- 企業風土の改善
- 両立支援、働き方改革
- 女性の育成機会、能力開発、異動・配置
- 女性の採用

次項の3. 取組可能性において、ワーキングにおいて議論された内容を整理する。

3. 取組可能性

<短期的な取組>

(1) 役員登用に向けた数値目標・トップの関与

● 行政主導による数値目標を掲げた取組推進

女性の役員登用は、30%Club、経団連の30%チャレンジ等、業界主導で推進されているが、WG委員においては、30%の目標はとて高く感じられているとともに、努力目標のため、海外のクォータ制等の国による義務付けに比べると実効性としては弱いと考えられていた。女性の役員登用を推進するには、企業における数値目標の設定と、経営者層におけるコミットが重要な中で、行政による義務付け等の積極的な後押しが求められている。

● 行政主導による内部登用の取締役、執行役員、部長職の女性比率等の開示

女性活躍の情報開示においては、女性管理職比率の次は、女性役員比率となっていることが多い。女性役員の登用に向けて部長職等の母集団を形成することが重要であるため、部長職の女性比率等にも着目し、例えば、行政等による女性活躍推進企業のデータにおいて、情報を開示していくこと等が求められている。

併せて、女性役員比率の情報開示としては、社外取締役等の外部登用が多いことから、内部登用での女性役員がどれだけいるかについて、開示していくことも重要である。また、現状として執行役員における女性の内部登用の事例は出てきているが、取締役への登用は少なく、今後は経営方針の意思決定を行う取締役に女性が就いていくことが求められている。ガバナンス強化に向け社外取締役の比率を高くする等、内部登用のハードルが高くなることもあるため、執行役員と分けた形で、社内取締役の女性比率を開示していくことが大事である。

● 機関投資家（ESG投資）対応としての女性役員登用の重要性の共有

コーポレートガバナンス・コード改訂は、経営層への影響が大きく、女性の役員登用推進の検討が進む機会となっている。ESG投資が拡大している中で、機関投資家において、女性役員比率を重視する傾向にあることから、その対応の重要性について経営層を中心に社内で共有することで、積極的な女性役員登用の推進へと繋げていくことが求められている。

● トップの関与

あいち女性リーダー講演会の多くの登壇者から、女性役員の内部登用におけるトップの関与の重要性が語られていた。企業としての真の女性役員の必要性（多様な視点での意思決定、長期的な業績への影響等）をトップが腹落ちすることで、数値合わせの登用ではなく、実質的な登用に向けたポジティブ・アクションに繋げていくことが求められている。

(2) 役員登用に向けた育成機会

● 役員のスクセションマネジメントへのポジティブ・アクション

役員の人事においては、指名委員会、報酬委員会等の第三者委員会での選出が推進されているものの、まだトップ推薦、事業継承型による場合が多く、スクセションマネジメント（後継者育成のための抽出、教育、配置等の戦略）が描けていない企業が多い。

女性役員の内部登用を増やしていくためには、役員の選出方法とともに、役員像、評価基準等を明確にし、スクセションマネジメントを整え、そこに、ポジティブ・アクションを入れていくことが求められている。

【役員登用に向けた育成機会の参考事例】

経営人財育成プログラム 日本国土開発株式会社

事業戦略を立案し、推進し、実績をあげられる人財を育成するためのプログラムで、初等科（課長手前）、中等科（部長手前）、高等科（役員手前）の3コースがある。経営に関する基礎知識とともに、構想力や発想力といった、経営人財に必須の能力を習得する。

アクションラーニングとして、チーム単位で事業計画を作成し、取締役への提案も行う。選抜型で、年1回、全8回シリーズで実施している。高等科は難易度の高いジョブに就くためのもので、役員登用に向けたコースである。

女性活躍推進として、経営人財育成プログラムへの積極的選抜を行っており、高等科においても、女性の受講者を選抜している。

(3)社内外ネットワーク形成

●社内、関連会社間での研修等における女性の共感の場づくり

女性管理職や幹部候補等における女性がまだ少ない中で、女性同士の共感の場として、社内の研修時等における交流機会が求められている。対象となる役職等の女性従業員規模によっては、ホールディングス内や関連会社間等にも広げることも考えられる。

●社外教育機会、業界会合等への積極的な参加による社外ネットワーク形成

女性が役員を目指すうえで高めたい能力として、経営戦略や財務、マーケティングなど組織マネジメントに関する知識が高い。学ぶ機会を社外のビジネススクール等にすることで、社外ネットワーク形成等に繋げることができる。

また、定期的な業界集まり等において、女性の参加を優先的に割り当てることで、社外折衝等の経験を深めるとともに、男性中心になりがちだった業界ネットワークにおける女性の参加を推進していく。

【社内外ネットワーク形成の参考事例】

イオン株式会社主催のグループ合同女性研修への参加 イオンリテール株式会社

イオン株式会社が主催する合同女性管理職向け研修“ダイ満足”カレッジに参加している。オンラインで実施されていて、その他にも女性管理職養成コース等もイオングループ合同で実施されている。女性従業員同士グループ横断的な交流ができ、刺激を受けている。

経営者会合への女性役員の積極的な参加 東海東京フィナンシャル・ホールディングス株式会社

経営者会合がある際には女性役員に声がけをする等、女性役員が積極的に参加できるようにしている。

【女性役員等の経験談】

○笹尾委員（日本国土開発株式会社 常務執行役員）

仕事を離れてビジネススクールに通わせてもらったことで、異業種のネットワークができた。そこでネットワークを築いた人達とは何十年も関係が続いている。

(4) 役員候補(部長クラス)の母集団形成

● 部長職の女性登用におけるポジティブ・アクション、部長職新設等での登用

役員や管理職における女性登用については、対外的な情報開示等の関係で、社外登用も含め積極的に対応されている一方で、部長クラスの登用への対応は手付かずとなっている。女性役員の内部登用を進めるためには、部長クラスの母集団形成が不可欠であることから、部長職登用においてポジティブ・アクションを入れていかなければならない。

部長職はポストが限られており、また、営業や事業部の部長職においては、転勤等に伴う経験を求められることが多いことから、女性においてハードルが高くなる傾向にある。そのため、まずは、ダイバーシティ、マーケティングやデジタル、サステナビリティ等、新規事業、新たな視点が必要な事業において、新たな部長職として女性登用を進めていくことが考えられる。平行して、本業の事業部における部長職も、トップ主導での引き上げ、業務経験を補うための支援、評価等により、女性登用を進めていく必要もある。

【WG 委員の経験談】

○ 穂苺委員（イオンリテール株式会社 部長職）

私が担っている教育担当部長は、2018年から新たなポジションとして設置されたものである。個人的には、部長職が限られている中で、デジタルやマーケティング等の新規分野で新たなポジションの設置を考えていく必要があるのではないかと思う。

○ 櫛委員（東海東京フィナンシャル・ホールディングス株式会社 執行役員）

管理職になってから、経営企画や事業部の営業企画を通常の異動より少し早いペースの1～2年ずつ複数分野経験させてもらい、社内の本業への理解を深められた。

<中長期的な取組>

(5)女性のキャリア形成、働き方改革

●転勤が無い雇用区分におけるキャリア形成の検討

転勤が無い地域採用等の雇用区分においては、キャリアにおいて転勤を伴う区分との間で差が出てしまうことが多い。転勤が無い区分は女性が多い傾向があることから、キャリアを築くことができるように、昇格要件の区分における差の緩和を検討していく必要がある。

●地域採用等におけるリモートでの本部アサインの可能性、勤務地の自由

地域採用等の転勤が無い区分でのキャリア形成として、リモートを活用し東京本部に異動することで、転勤を伴わず本店の企画等の業務経験を積む方法が考えられる。

また、コロナ禍においてリモート対応が急速に浸透したことで、勤務場所を問わない業種・職種を中心に、勤務地を自由にする動きも広がっており、働き方改革が進むことで、転勤の課題が解消されるケースも増えている。WG 委員からは、そもそもキャリア形成において転勤が必要であるという考え方を見直していくべきである、という意見もあった。

●ライフサイクルを見据えた転勤時期の対応

グローバル企業においては、海外勤務等がキャリア形成において必要な場合もあり、女性に限らずライフサイクルを見据えて、WG 委員において、早めの赴任等の対応が行われていた。ただし、早く実施することで、ある程度のポジションでの海外勤務経験ができない等の課題も発生していた。

●短時間勤務者、育休取得者の適正な評価

女性リーダーを増やすためには、短時間勤務者、育休取得者への適正な評価が重要となる。WG 委員の所属企業では、育休取得者の評価として、昇格要件における年数の撤廃や、育休期間をマイナスにせず在勤歴を変えないこと等が行われていた。

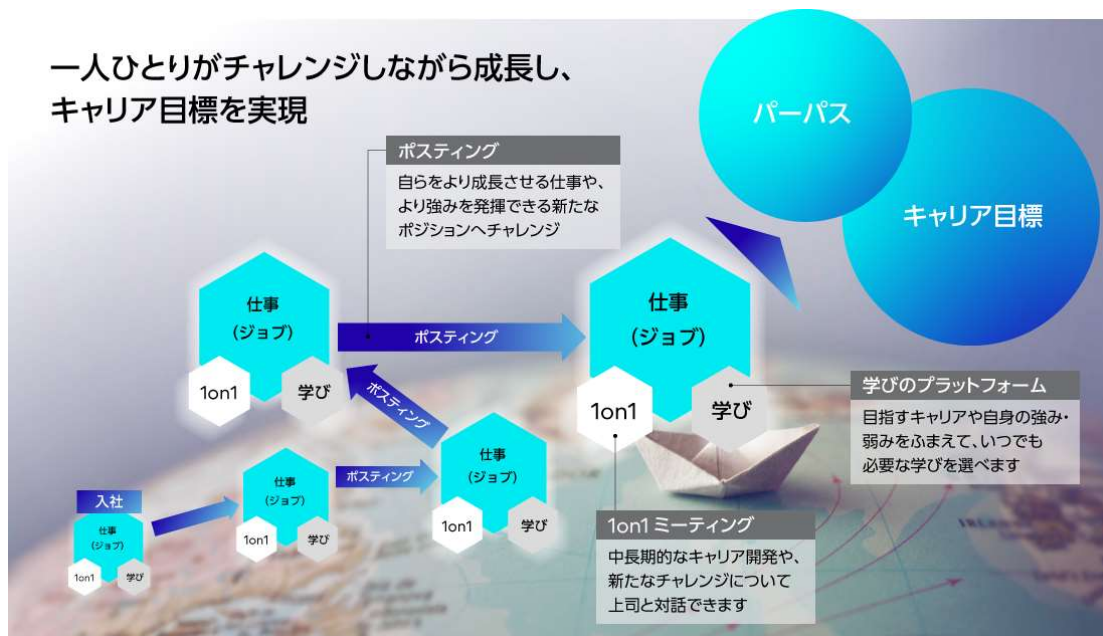
●ジョブ型への切り替え、ポスティング制度（平等なキャリア形成機会）

WG 委員において、キャリア年数関係なく、キャリア形成機会が平等に与えられる方法として、昇格を社内公募型とするポスティング制度を導入する例があった。ローテーションでのキャリア形成を廃止し、ジョブスクリプションに基づいて仕事をするジョブ型に切り替え、各ジョブで欠員が出た際に社内公募をする制度となっている。

【女性のキャリア形成、働き方の参考事例】

FUJITSU Career Ownership Program (FCOP) 富士通 Japan 株式会社

2022年4月より、社員一人ひとりの挑戦と成長を後押しする「ジョブ型人材マネジメント」の考え方に基づく新たな人事制度を導入。ジョブディスクリプション（職務記述書）に基づいた、ポスティング方式で昇格を行っている。また、ニューノーマルな時代における新たな働き方改革のコンセプト「Work Life Shift」を推進しており、どこでも働ける環境を整えている。



(出典) Fujitsu HP <https://www.fujitsu.com/jp/about/csr/education/>

短時間勤務者の管理職登用 日本ガイシ株式会社

育休からの復職者の8割は短時間勤務である。育休取得、短時間勤務であることで評価において差がつくことはなく、試験を受ければ主任になること等も可能である。短時間勤務のまま管理職になっている人もいる。

リモート JOB リクエスト制度 東京海上ホールディングス株式会社

転居を伴う転勤をせず、本店コーポレート部門に異動ができる制度。人事異動が伴うため所属は変わるが、転居する必要はなく、リモートワークに一定頻度の出張を取り入れた働き方ができる。

(出典) あいち女性リーダー講演会 第3回イベントレポート「東京海上におけるD&I推進と自律的なキャリアの構築」
https://aichi.jyokatsu.jp/leaders/assets/pdf/womenleaders_report_03.pdf

(6)企業風土の改善（ジェンダーバイアス、アンコンシャスバイアス）

●研修やe-ラーニングでの理解促進、ジェンダーバイアスがみられた際の都度指導

ジェンダーバイアス、アンコンシャスバイアス等の解消として、WG 委員において、ダイバーシティ、LGBTQ+、ハラスメント、心理的安全性等をテーマとした研修や e-ラーニング、ハンドブック等を活用した取組がみられた。継続して行うことで、根強い企業風土を改善していくことが求められている。

また、頭で理解していても、行動できていない場合もあることから、面談や会議等において、ジェンダーバイアスが含まれた際に上長等から都度指導することや、部下が気づいて言いにくい際に相談できる窓口等を設けることも必要である。

(7)女性の採用

●女性の採用に向けた柔軟な採用活動

女性の採用強化に向けて、WG 委員において、女性採用比率を設定したり、採用活動での女性活躍状況を PR したり、女性従業員が採用活動に携わり個別にアプローチする等の取組がみられた。

専門性等の条件に該当する女性が、そもそも労働市場の母数として少ないこともあるため、キャリア採用等も含めて、専門性等の条件を緩和し、入社後に教育を行う等の対応も必要と考えられる。

●官民連携での中高生等へのキャリア教育、業種・職種のジェンダーバイアス解消

製造業等においては、そもそも理系の女性が少ないことが、開発・設計、生産の部門における女性採用比率に影響している場合がある。また、業種においては、業務や職種が知られていないこと、ジェンダーバイアス、アンコンシャスバイアスを持たれていることで、女性の採用に結びついていない可能性もある。

企業、行政機関、教育機関が連携し、中高生に対して、出前講座やワークショップ行う等、業種・職種への理解、ジェンダーバイアス、アンコンシャスバイアスの解消を早くから進めていくことが重要である。

●行政による愛知県での働くこと、暮らすことに対する魅力発信

全国での採用活動では、愛知県に住むことに対する抵抗感があるため、特に女性が愛知県で働くこと、暮らすことに対する魅力の発信を愛知県中心に行っていく必要がある。

4. 地域における取組の可能性

(1) 国や愛知県における取組

- 行政主導による数値目標を掲げた取組推進 (p9)
- 行政主導による内部登用の取締役、執行役員、部長職の女性比率等の開示 (p9)
- 行政による愛知県での働くこと、暮らすことに対する魅力発信 (p15)

●行政による地域企業の女性役員登用、女性活躍取組データの収集・公開

WG 委員からは、県内企業は地域の横並びを意識する傾向があるため、企業の人事等において、地域企業とのデータ比較により自社立ち位置がわかる資料等を作ることができると、社内の更なる取組推進に向け説得がしやすいという意見があった。行政において地域企業の女性役員登用、女性活躍に関するデータを収集し、比較できるような形で整理・公開することが求められている。

●行政による女性リーダー育成、女性活躍取組み内容の更なる周知

愛知県が実施する女性活躍への取組みについて WG で知る委員も多く、行政の取組みが周知されていないことが課題としてあがった。女性活躍の取組みについて、企業及び女性自身にリーチする方法を検討していく必要がある。また、行政が積極的に広報することで、地域をあげて女性活躍を推進している雰囲気が出て、女性の後押しにも繋がる。

●参加者同士がワーク・提案等をする女性リーダーの育成機会

「女性リーダー講演会」は参加者の満足度も高く、WG 委員からも講演会の取組について高く評価された。今後も同様の取組みを継続するとともに、聴講だけではなく、女性同士がテーマを考えながらワークをし、提案をする等、参加者同士が深く関わられるような育成機会を求める意見もあった。

●人材育成を目的とした他自治体の女性リーダーとの交流

WG 委員からは、県内企業においては、県内出身が多く、出身や交友関係、価値観、経験が似通った人が多い傾向にある中で、リーダー育成に向けた異質な人との交流機会として、他業種や県外企業従業員等との接点づくりを求める意見があった。異業種交流会、他自治体と連携した合同リーダー研修等が考えられ、他自治体との合同リーダー研修においては、参加者本人が県代表として参加することでの、モチベーションアップも期待される。

(2)地域の業界団体等における取組

●官民連携での中高生等へのキャリア教育、業種・職種のジェンダーバイアス解消 (p15)

●女性リーダーで“良いことがある”“楽しいことがある”ストーリーの収集・周知

WG 委員からは、女性リーダー育成を推進すべきであることはわかっているが、“良いことがある”という経験が実感としてない企業が多いことが課題としてあがった。また、女性自身においても、リーダーになることで“大きい仕事ができる”、“楽しいことがある”という話を聞かないと、女性リーダーを目指す気持ちになれないことも指摘された。女性リーダー推進で“良いことがある”“楽しいことがある”ストーリーを収集し、周知していくことで、企業・人材双方の意識を高めていくことが期待される。

●業種毎で協力した課題解決、身近な事例の共有

業種においては共通する課題も多いことから、地域の業界団体主導で、同じ課題を持つ企業等で情報共有や協力して取組むことを求める意見があった。

また、身近な小さな事例を多数集めることで、“これなら真似できる”と思う事例を見つけることができる仕組みも期待されている。