

# ウィズコロナ・ポストコロナ時代の「真のワーク・ライフ・バランス」推進事業【京都市】

## 地域の実情と課題

### 【現状】

- ・民間企業における女性の管理職比率は、全国水準を上回っているものの依然として低い。
- ・週間就業時間60時間以上の雇用者の割合が10.0%と全国7番目の高さであることから、企業における長時間労働の是正や働き方の見直しが課題

### 【課題】

今後、個人、企業・組織、社会全体が発展していくためには、長時間労働を前提とした働き方の見直しや女性の活躍推進等の取組を推進し、ワーク・ライフ・バランスを実現する社会を構築することが不可欠である。

## 事業の特徴

- ①【経営者・管理職等の意識改革】女性活躍の取組を更に進めていくためには、とりわけ中小企業の経営層の意識改革が重要であることから、主に経営者や管理職等を対象としたシンポジウム等を開催する。
- ②【女性の就業支援及びコロナ下における雇用・就業に関する女性への影響についての情報発信】育児休業中の女性社員や就業前の女子学生を対象として、女性自らが主体的にキャリアを構築していくための講座を開催するとともに、コロナ下における雇用・就業に関する女性への影響についての情報発信を行う。
- ③【「新たな日常」における男性の家事育児参画促進】女性活躍の阻害要因となっている男性の家事育児参画を促進していくため、企業向け・男性向けの講座を開催するとともに、先進的な企業の取組事例等に関する情報発信を行う。
- ④【ウィズコロナ・ポストコロナ時代の女性活躍推進・働き方改革に係る好事例の普及・促進】コロナの拡大による暮らし方や価値観の変化を捉え、社会全体の更なる機運醸成や企業等における取組の裾野の拡大につなげるため、オンラインや民間媒体等を活用し、企業・個人の好事例やロールモデル等の発信により普及・促進を図る。

## 事業の効果

### 【経営者・管理職等の意識改革】

経営者・マネジメントの視点からの講演で、業務効率を上げるための実践的な内容も含まれており、参加者の気づきや経営戦略、今後の取組の参考になったことが、事業後アンケートからうかがえた。

### 【女性の就業支援及びコロナ下における雇用・就業に関する女性への影響についての情報発信】

会場開催とオンライン配信の併用としたことで、より多くの方に御参加いただけた。市内の大学と連携し、授業等で動画を配信することで、多くの人数にアプローチすることができた。

### 【「新たな日常」における男性の家事育児参画促進】

事業後のアンケートでは、回答者の100%が「大変良かった」又は「良かった」(1. セミナー)と回答するなど、参加者の満足度が高いことがうかがえた。

### 【ウィズコロナ・ポストコロナ時代の女性活躍推進・働き方改革に係る好事例の普及・促進】

オール京都体制で取り組む京都府主催事業や企業の職場環境の改善等を担う関係部局の事業と連携し、事業の情報や企業の取組の先進事例やモデルケースを共有するとともに、相互に企業や市民に向けた情報発信を行うことで、一体的な広報啓発を実施でき相乗効果を生み出した。

## 目的・目標

### 【目的】

シンポジウムやセミナー等の開催を通じて、女性活躍推進や働き方改革に向けた気運の醸成を図るとともに、企業の取組を促進することにより、男性、女性共に、仕事と生活、地域活動の調和のとれた生活を送ることができる「真のワーク・ライフ・バランス」が実現した社会を目指す。

### 【目標】

- ① シンポジウム参加者数 240名 ⇒ 132名 (目標達成度:55%)
- ② (女性社員・女子学生)講座参加者数 150名 ⇒ 205名 (目標達成度:137%)
- ③ (男性の家事育児参画)講座参加者数 150名 ⇒ 26名 (目標達成度:18%)
- ④「京都モデル」ワーク・ライフ・バランス推進企業認証制度の宣言企業数 3,200社 ⇒ 1,888社(目標達成度:59%)

## 連携団体

### <「輝く女性応援京都会議」構成団体>

京都府、京都市、京都労働局、京都商工会議所、京都商工会議所女性会、京都府商工会議所連合会、京都府商工会議所女性会連合会、京都府商工会連合会、京都府中小企業団体中央会、京都府中小企業女性中央会、京都経営者協会、京都経済同友会、京都工業会、京都府商工会女性部連合会、日本労働組合総連合会京都府連合会、国際ソロプチミスト京都、国際ゾンタ京都クラブ、大学コンソーシアム京都、日本政策金融公庫、21世紀職業財団関西事務所、京都府男女共同参画センター、京都市男女共同参画センター

## 今後の課題

女性の活躍を推進し、男女が共に多様な働き方を実現していくために、意識啓発や人材育成等が必要であり、より事業効果の高いセミナー等の開催に取り組む。また、真のワーク・ライフ・バランスや働き方改革、女性活躍の推進に取り組む企業やロールモデルを発掘し、取組が地域全体に広がるよう、効果的な広報・啓発に取り組む。また、内容や実施方法について、新型コロナウイルスによる課題や価値観の変化に対応していく必要がある。

# 不安を抱える女性に寄り添った相談支援事業【京都市】

## 地域の実情と課題

### 【現状】

- ・本市は、テレワークの導入が難しいとされる卸売業・小売業や医療・福祉、宿泊業、飲食サービス業等の業種の従事者が、約半分を占めるという産業構造となっている。
- ・コロナ感染拡大以降、家庭外との接触の制限によって「健康や精神的に不安(孤立感など)を感じている」と回答した割合が、男性に比べ、女性が高かった。

### 【課題】

内閣府において公表された「コロナ下の女性への影響と課題に関する研究会報告書」において、女性の自殺の原因として、経済生活問題、勤務問題、DV被害や育児の悩み、介護疲れや精神疾患などの問題があるとの指摘がなされ、対象者を一刻も早く適切な相談機関等へつなぎ、支援を行う必要がある。

## 事業の特徴

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、孤独・孤立で不安や困難・課題を抱える女性に寄り添い、社会とのつながりの回復を目的として、相談支援等を行うとともに、当該相談支援等につなげるためのきっかけとして、相談窓口案内チラシを付した生理用品を必要な方に提供する。

### ①相談事業の拡充

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、生活や仕事などが大きな影響を受け、孤独・孤立で不安や困難・課題を抱える女性を対象とした相談窓口を、従前から女性の悩み相談窓口を設置している「京都市男女共同参画センター」において、新たに設置する。相談対応では、心理面での寄り添ったサポートを行うとともに、状況に応じて、生活困窮者自立相談支援事業、京都市DV相談支援センター等、必要な相談窓口の情報提供を行う。

### ②居場所づくりの実施(ピアサポート)

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、生活や仕事などが大きな影響を受け、孤独・孤立で不安や困難・課題を抱える女性を対象とした居場所づくり事業(ピアサポート)を実施する。

### ③生理用品(相談窓口の案内チラシ付)の配備

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、生活や仕事などが大きな影響を受け、孤独・孤立で不安や困難・課題を抱える女性、とりわけ、経済的な理由等で生理用品を購入できない方を対象に、相談窓口案内チラシ付の生理用品の提供を行う。

## 事業の効果

コロナ禍で不安を抱える女性のみを対象とした相談窓口を拡充し、相談窓口の周知のため、生理用品を活用した。全ての生理用品を提供することはできなかったものの、生理用品をきっかけに、これまで支援につながっていなかった人が相談につながったという声も多くあった。居場所づくりについては、抱える困難の種類によって、参加者のニーズが多岐にわたることや、年代が幅広いことなどから、一定対象を限定した形で実施する必要があることが明らかになった。また、その内容として、相談、交流、情報提供など、どの部分に重きを置いて実施するのか、アンケート結果も踏まえて検討が必要である。

## 目的・目標

### 【目的】

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、孤独・孤立で不安や困難・課題を抱える女性に寄り添い、社会とのつながりの回復を目的として、相談支援等を行うとともに、当該相談支援等につなげる(対象者の掘り起こしを行う)ためのきっかけとして、相談窓口案内チラシを付した生理用品を必要な方に提供する。

### 【目標】

- ①拡充した相談窓口で受け付けた相談件数 1,000件⇒150件 (目標達成度:15%)
- ②居場所の参加者数 30名⇒142名 (目標達成度:473%)
- ③生理用品(相談窓口の案内チラシ付)の提供個数 10,000⇒6,734 (目標達成度:67%)

## 連携団体

### <「輝く女性応援京都会議」構成団体>

京都府、京都市、京都労働局、京都商工会議所、京都商工会議所女性会、京都府商工会議所連合会、京都府商工会議所女性会連合会、京都府商工会連合会、京都府中小企業団体中央会、京都府中小企業女性中央会、京都経営者協会、京都経済同友会、京都工業会、京都府商工会女性部連合会、日本労働組合総連合会京都府連合会、国際ソロプチミスト京都、国際ソントラ京都クラブ、大学コンソーシアム京都、日本政策金融公庫、21世紀職業財団関西事務所、京都府男女共同参画センター、京都市男女共同参画センター

### <その他>

NPO法人、社会福祉法人等(社会福祉協議会、こども食堂、ひとり親支援を行う団体、外国人支援を行う団体、障害者支援を行う団体等)

## 今後の課題

相談窓口を知ってもらい、これまで相談できていなかった人が相談につながるよう、広報啓発を工夫していきたい。また、相談者の相談内容や居場所づくりの参加者の声を聞き取り、よりニーズに沿った居場所を提供できるように取り組んでいく必要がある。