

## 第1章 調査の概要

### 第1節 背景と目的

女性の力を活かすことは、活力ある社会を築くための大きな鍵である。男女共同参画社会の実現に向けては、政策・方針決定過程への女性の参画の拡大が極めて重要である。政府では、「社会のあらゆる分野において、2020年までに、指導的地位に女性が占める割合が少なくとも30%程度になるよう期待」という目標を決定し、平成17年12月に閣議決定した男女共同参画基本計画（第2次）に明記して取組を進めてきた。

しかし、現状を見ると、指導的地位に女性が占める割合が現時点で30%に達する分野は少なく、指導的地位に立つ女性の割合は、他の先進諸国と比較しても低い水準にとどまっている。

こうした状況を打開し、女性の参画加速に向けた取組を戦略的に行っていくために、男女共同参画推進本部は平成20年4月に「女性の参画加速プログラム」を策定し、平成22年度までに実施すべき具体的な取組内容を公表した。プログラムは以下の3つを基本的方向として掲げている。

1. 仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）の実現
2. 女性の能力開発・能力発揮に対する支援の充実
3. 意識の改革

さらに、(a)あらゆる分野における女性の参画加速のための基盤整備と、(b)活躍が期待されながら女性の参画が進んでいない分野についての重点的取組を進めている。

「女性の参画加速プログラム」には、取組の基礎となるデータ等の把握が進んでいない分野についての実態把握が盛り込まれている。メディアにおける女性の参画についても、女性が占める割合等の基礎データを始め、ポジティブ・アクションや両立支援制度の内容、勤務実態など、不明な部分も多く、実態に関する調査が必要である。

本プロジェクトでは、メディアにおける女性の参画に関して調査を実施し、調査結果につき専門的知見から幅広い検討を行うものとする。

## 第2節 調査の方法

メディア業界に関する有識者による調査検討委員会を設置し、関連書籍やインターネットを介した文献資料調査、関係者へのヒアリング調査、ならびにアンケート調査を実施した。

### 1. 調査検討委員会

調査を進めるにあたり、まず、男女共同参画及びメディア業界に関する有識者からなる調査検討会を設置した。調査検討会の構成員は次の通りである。

座長： 鹿嶋敬 実践女子大学人間社会学部教授

委員： 富川淳子 共立女子大学非常勤講師

藤田多恵 ㈱TBS テレビ人事労政局

事務局：NTT データ経営研究所

調査検討会は3回開催し、調査事項や調査手法の検討、調査結果の報告、分析を行った。

図表 1-1 調査検討会の実施

調査検討会(日程)	内容
第1回 (10月20日)	・調査の主旨、内容に関する確認 ・調査項目、調査方法、調査対象の検討と決定
第2回 (1月25日)	・アンケート調査結果の報告と検討
第3回 (3月1日)	・報告書の内容の検討

## 2. 文献調査

メディアにおける女性の参画の現状と取組を示す統計資料や先行調査等の既存資料を調査した。

参考文献は巻末に掲載する。文献調査による主な調査内容は、以下の通りである。

- ・ メディアにおける女性の参画状況
- ・ メディアにおける両立支援制度等の整備状況
- ・ メディアにおける均等・両立推進の取組
- ・ メディアと比較するためのその他の産業における勤務環境の調査
- ・ メディアと比較するためのその他の産業における男女共同参画やワーク・ライフ・バランスに関する意識調査

## 3. ヒアリング調査

調査を進めるにあたり、新聞、放送、出版分野の各2社及びメディアにおける男女共同参画を専門とする有識者からヒアリングを行った。

主なヒアリング項目は、以下の通りである。

- ・ メディアにおける女性の参画状況
  - ・ メディアにおける勤務環境
  - ・ メディアにおける雇用習慣
  - ・ メディアにおける男女共同参画に関わる意識
  - ・ メディアにおける男女共同参画の障害
  - ・ メディアにおける男女共同参画の取組
- (※文献等調査では把握できなかった部分のみ対象)

なお、本文では、ヒアリング調査の結果をアンケート調査の結果の補足、分析にあたって参考としている。ヒアリング調査の結果はメディアにおける女性の参画の実態を知る上で有益な情報であるが、必ずしも調査対象企業すべての実態をあらわすものではないことに留意する必要がある。

#### 4. アンケート調査

##### 【調査期間】

アンケート調査は、2009年12月1日から2010年1月19日までの50日間(30営業日)、実施した。

##### 【調査対象】

###### ○調査対象の企業

調査の対象は、新聞、放送、出版の3つの業種とした。

調査対象の企業は、日本新聞協会加盟企業、日本民間放送連盟加盟企業、日本放送協会、日本雑誌協会加盟企業ならびに(株)日経リサーチのデータベースより以下の業種に分類される、従業員30人以上の企業、計1013社である。

調査対象企業の産業分類は、総務省の事業所・企業統計調査の分類コードに相当する。

テレビジョン放送業、有線テレビジョン放送業、ラジオ放送業  
有線ラジオ放送業、衛星放送業、出版業、新聞業

図表 1-2 調査対象企業

従業員規模	業種別			合計
	新聞	放送	出版	
1000人以上	9	8	5	22
500人以上1000人未満	12	5	10	27
300人以上500人未満	20	6	10	36
100人以上300人未満	62	86	88	236
100人未満	118	236	338	692
企業数計	221	341	451	1013

###### ○調査対象者

調査対象者は、第1回調査検討会での議論を受けて、正社員とした。

メディア業界における雇用形態は複雑であり、他の産業と同様に多くの非正規社員が就業している。男女共同参画の実態においてはこれら非正規社員が深く関わっているが、非正規社員の契約形態や働き方は、新聞や放送、出版等のメディアの各業種によって異なり、また各企業によっても多様であることが検討会にて指摘された。今回はメディア3業種を対象とする初めての調査であるため、対象を正社員として基礎的データを収集することを目指したものである。

**【調査事項】**（調査票 190 頁）

○基本的な属性

性別、年齢、職位、配偶者の有無、配偶者の職業

○仕事

業種、職種、従業員規模

○働き方

勤務体制、1 週間の労働時間の実態と希望、1 ヶ月の深夜労働日数、週あたり休日日数、年休

○仕事と生活の調和

固定的な性別役割分担、仕事と生活の調和に関する希望と現実、仕事と生活の調和の困難さ、仕事と生活の調和のための必要な支援、両立支援の利用経験と利用の希望、転勤、育児休暇（希望通り取得したか、取得後の勤務形態の変化等）

○男女共同参画

就職時の仕事についての考え方、職場における男女差、記事や番組の素材選択に関する男女差、記事や番組の表現方法に関する男女差、男女共同参画の視点の有無

**【調査方法】**

○調査方法

インターネットによる調査であり、Web 上に開設したアンケートサイトにアクセスして回答してもらう方法で行った。

調査の依頼は、調査対象である各企業の総務・人事担当者を通じてイントラネットへの掲示や全正社員へのメール通知を依頼した。許諾が下りない場合には企業ごとに調査依頼数を交渉し、調査協力依頼状（紙媒体）を配布した。

○集計方法

全回収数 4518 をすべて集計対象とした。サンプルの抽出や復元は実施しないこととした。

**【集計に関する留意点】**

○回答数について

集計の中には、各項目の回答数が少ないものも掲載している。それぞれの扱いについては、文中に適宜、註を記載した。

○平均値の換算方法

労働時間の実態（Q2-2）、労働時間の希望（Q2-3）、深夜労働日数（Q2-4）、年休の取得状況（Q2-6）については、幅のある選択肢の中央値をとって、平均値を換算した。

図表 1-3 平均値の換算表

項目	選択肢	換算値
1 週間の労働時間	30 時間未満	25 時間
	30 時間以上 40 時間未満	35 時間
	40 時間以上 50 時間未満	45 時間
	50 時間以上 60 時間未満	55 時間
	60 時間以上 70 時間未満	65 時間
	70 時間以上	75 時間
1 ヶ月の深夜労働日数	0 日	0 日
	1～4 日	2.5 日
	5～9 日	7 日
	10～14 日	12 日
	15～19 日	17 日
	20～24 日	22 日
	25～31 日	28 日
年休の取得状況	取得していない～1/4 程度取得	12.5
	1/4 程度～半分程度取得	37.5
	半分程度～3/4 程度取得	62.5
	3/4 程度～すべて取得	87.5

【調査実施機関】

- ・(株)NTT データ経営研究所（調査票設計）
- ・(株)日経リサーチ（調査実施）

### 【回答企業】

調査対象企業 1013 社のうち、296 社(29.2%)が回答した。

業種別に見ると、放送が 44.3%、新聞が 29.4%、出版が 17.7%の回答率である。

図表 1-4 企業の対応結果

従業員規模	業種別			合計
	新聞	放送	出版	
回答	65 (29.4%)	151 (44.3%)	80 (17.7%)	296 (29.2%)
未回答	156 (70.6%)	190 (55.7%)	371 (82.3%)	717 (70.8%)
計	221	341	451	1013

### 【回答者の属性】

回答者の属性の内訳は、以下の通りである。

図表 1-5 回答者の内訳

属性	内訳
業種	新聞:639 (14.1)、放送:3116 (69.0)、出版:763 (16.9)
従業員規模	100 人未満:1746 (38.6)、100-300 人:1005 (22.2)、300-500 人:203 (4.5)、500-1000 人:186 (4.1)、1000 人以上:1351 (29.9)、わからない:27 (0.6)
性別	男性:3155 (69.8)、女性:1363 (30.2)
年齢	20 代以下:762 (16.9)、30 代:1600 (35.4)、40 代:1369 (30.3) 50 代:749 (16.6)、60 代以上:38 (0.8)
職位	部長以上:708 (15.7)、課長:801 (17.7)、係長:535 (11.8)、一般:2386 (52.8)、その他:88 (1.9)
配偶者の有無	有:2839 (62.8)、無:1669 (36.9)、無回答:10 (0.2)

( )内数値は%を示す。

### 第3節 報告書の概要等

本報告書は、第2節における調査結果及び調査検討会事務局の分析を基に、内閣府男女共同参画局において再度分析・再編成を行ったものである。

本報告書は8章構成である。第2章から5章まではメディアにおける女性参画に関するアンケート調査の結果を調査テーマごとに記載した。調査テーマは、女性参画の状況(2章)、勤務環境の実態(3章)、ワーク・ライフ・バランス(4章)、男女共同参画の意識と取組(5章)である。第6章では既存の統計や資料などアンケート調査を補足する文献調査で得られた情報を記載した。第7章では新聞、放送、出版の各2社に行ったヒアリング調査と有識者会議で得られた情報を取りまとめた。第8章では調査結果のまとめと調査から得られた示唆を取りまとめた。

第2章の女性参画の状況では、アンケート調査の回答者の属性を分析し、メディアの各業種、職種、年代、職位における女性比率について述べている。

第3章の勤務環境の実態では、主に職種間の勤務環境の実態について述べている。特に制作現場(新聞の編集、放送の報道・制作、出版の編集等を含む)とバックオフィス部門(管理(総務・経理等)等を含む)を比較し、様々な職場における多様な勤務環境の存在を指摘した。

第4章のワーク・ライフ・バランスでは、メディア就業者の固定的性別役割分担意識と仕事と生活の調和について述べている。メディアの男性就業者における保守性、両立支援制度の整備状況と利用の実態、ニーズ、育児休業の取得の実態を明らかにした。

第5章の男女共同参画の意識と取組では、主に職場における男女差について述べている。昇進における男女差等、女性の少ない職場では男女差が強く意識されている実態を指摘した。