

# 令和7年度 東京都女性活躍推進大賞 受賞者

## <事業者部門>

### 大賞

受賞者 正社員数（うち女性）	取組概要・効果
<p><b>(株)白川プロ</b>            &lt;テレビ番組の映像コンテンツ制作を請け負う映像制作会社&gt;            279人（93人）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○<b>24時間365日稼働の業界</b>において、介護・育児を理由とした離職ゼロを達成。高いライフワークバランスの実現により、女性社員の割合も増加し、<b>女性管理職比率30%超</b></li> <li>○「社員の人生に寄り添う」姿勢を打ち出し、社員の声やアンケートをもとに、<b>いち早く「介護」、その後「育児」との両立支援制度を拡充</b>。自社の特徴であるシフト制をアレンジし、個人の事情に応じた勤務時間の選択と社員同士で業務をカバーできる体制を構築</li> <li>○制度説明会等による周知徹底、Web版目安箱やアンケートを活用し、制度の導入・見直しを継続的に行う<b>PDCAサイクルを整備</b></li> </ul>
<p><b>テルモ(株)</b>            &lt;製造業&gt;            4,999人（1,040人）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「白色工場着による生理時の経血漏れ不安」の声を受け、生産工場担当者を中心に<b>制服リニューアルプロジェクト</b>を発足し、工場着の紺色への変更を30年ぶりに実現。マタニティ用工場着も合わせて導入</li> <li>○「健康×女性」をテーマとした大規模アンケートなど、<b>現場のリアルな声に基づく様々な健康支援</b>に関するセミナーを開催</li> <li>○「女性人財育成プログラム」において、研修生の家族も交えた卒業式を開催し、「家族の理解と支援」を促す工夫。<b>男性が多い製造業</b>において、<b>女性管理職比率も増加</b>し、生産部門と営業部門でワーキングマザー管理職が初めて誕生</li> </ul>
<p><b>(株)オリエントコーポレーション</b>            &lt;金融業&gt;            3,970人（2,399人）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○当時唯一の<b>女性執行役員</b>による、<b>全国の女性管理職約150名との個別面談</b>など、自社の文化を変革。<b>女性管理職比率</b>も10年前と比較して<b>大幅に増加</b>（課長クラス以上13.7%→29.7%、部長相当職0.6%→11.3% ※2015年→2025年の比較）</li> <li>○女性管理職の社内ネットワーク「Orico Women's Network」の範囲を社外へ拡大。<b>業界の枠を超えた大規模な異業種交流会</b>を実施し、自身の可能性や自律的キャリア形成を後押し</li> <li>○自発的なキャリア形成を可能にする様々な人事施策を総称した<b>「ジョブポスティング制度」</b>を整備</li> </ul>

# 優秀賞

団体名 正社員数（うち女性）	取組概要・効果
<b>(株)NISHI SATO</b> <バーコード・QRコード等の自動認識システムを利用した製品管理の提案。関連商品のネット販売> 22人（16人）	○企業主導型保育園の開設や「ファミリー休暇」制度の創設、所定労働時間の短縮により、 <b>多様な働き方</b> を支援。 <b>アスリート社員を積極採用</b> し、競技活動と仕事の両立も推進 ○ <b>社内トレーニングジム「NISHISATO STUDIO」</b> を開講し、パーソナルトレーニングを無料・業務時間内に提供し、 <b>社員の健康づくり</b> を促進。健康習慣アンケートなどでの数値も向上
<b>(株)ウィルミナ</b> <化粧品の製造、販売等> 69人（52人）	○女性代表のリーダーシップのもと、「会社は男性が回すもの」という <b>無意識の思い込みを打破</b> するため、企業としてのビジョン、ミッションを再定義し、社員に浸透させる取組を開始 ○全社員一律の能力別のグレード制度を導入し、実力主義を徹底する評価制度へ移行。「性別や家庭状況を理由にした評価は不可」とするルールの徹底、評価者トレーニングや成功事例の共有により、 <b>女性管理職比率53.8%</b> （2024年）を実現
<b>大日本印刷(株)</b> <製造業> 9,785人（2,324人）	○役職者が育成の伴走者として積極的に関与し、「 <b>個々の成長支援</b> 」と <b>多様な人材が活躍できる組織風土の醸成</b> 」を同時に推進。女性管理職を対象とした「 <b>スポンサーシッププログラム</b> 」には <b>全経営陣が延べ670時間以上</b> 参加し、 <b>経営陣が当事者意識を持ち取り組む</b> ○社長・役員を含む <b>グループ社員約3万人</b> を対象とした「 <b>アンコンシャス・バイアス研修</b> 」の展開や、制度・意識の両面から <b>男性育業100%を推進</b>
<b>KDDI(株)</b> <情報通信業> 9,850人（2,496人）	○キャリアの初期から経営層までの <b>幅広いパイプライン</b> において <b>女性比率向上</b> を推進。女性経営基幹職（管理職）候補者層の早期育成を目指す「 <b>スポンサーシッププログラム</b> 」では、本部長層がスポンサーとなることで、成長機会と人脈形成を提供し、キャリア形成を強力に支援 ○「 <b>サブグループリーダー制度</b> 」等による <b>経営基幹職の負荷軽減策</b> や会議改革、「心豊かに仕事に打ち込む」をコンセプトにした高輪新本社など、 <b>全社的な働き方アップデート</b> を実施

# 特別賞

※特別賞…他の団体等への好事例となる点が見受けられ、かつ今後一層の成果が期待される取組を行う団体又は個人に贈呈

団体名	取組概要・効果
<b>Asset Management Women's Forum</b> <資産運用業界の女性活躍推進に向けて、業界を横断した取組を行うネットワーク>	○女性管理職の母数が少なくロールモデルが限定的という業界共通の課題の下、4社で発足し、現在は <b>24社に拡大</b> ○活動の負荷が一社に偏ることのないようチアとバイスチアは1年間の輪番制とするなど工夫を図りながら、社を超えた交流やネットワークの醸成、ベストプラクティスの共有など、 <b>業界全体で女性活躍推進に取り組む</b> 。資産運用業界の認知度向上のため、業界の魅力を若年層に向け幅広く発信

# <地域部門>

## 大賞

団体名 活動概要	取組概要・効果
<b>特定非営利活動法人EPO</b> <重症心身障がい児を対象とした通所支援施設及び重症心身障がい児と家族、支援者のコミュニティ運営> 江戸川区	<p>○医療的ケアが不可欠な子供たちの成長を支援。家の目の前までの送迎や定期的な面談、親同士の交流の場の設置など、母親に偏りがちなケアと精神的負担、社会的孤立感の軽減を行うことで、<b>母親の復職や就労</b>につながる成果も</p> <p>○重症心身障がい児と家族、支援者が安心して“遊び・学び・つながる”ことができるコミュニティを創出。<b>子供たちの楽しみや体験の機会を広げることで、家族全体の生活の質の向上</b>にも寄与</p>

## 優秀賞

団体名 活動概要	取組概要・効果
<b>特定非営利活動法人ママチャーリーズ</b> <地域の子育て世帯に向けた情報発信及び人と人がつながる場の提供> 府中市	<p>○府中市の3部署と連携した、小1の壁対策のための「入学ラウンジ」は、<b>行政の縦割りを超えた協働モデル</b>。子供服リユースイベントは地域が一体となって取り組む企画に成長。様々な「人と人がつながる場」を創出し、<b>地域と行政をつなぐパイプ役</b>を担う</p> <p>○官民協働のネットワーク「子育て会議」の事務局として取りまとめ役を担い、参加者同士の連携プロジェクトなどの<b>横断的な地域支援が拡大</b></p>

## 特別賞

※特別賞…他の団体等への好事例となる点が見受けられ、かつ今後一層の成果が期待される取組を行う  
団体又は個人に贈呈

個人名 活動概要	取組概要・効果
<b>清水 文</b> <ジェラート・ソフトクリーム加工販売施設「清水牧場WESTLAND FARM」店長> 瑞穂町	<p>○家業である清水牧場のミルクと地元産の食材を使ったジェラート等を加工・販売。創業5年目には売上約5,400万を達成した<b>6次産業※のモデル事例</b>          ※生産・加工・販売過程を一貫して行い、新たな付加価値を生み出す取組</p> <p>○店舗の立地は農業地帯で以前は人の集まりにくい場所だったが、現在では週末に長い行列ができる程の瑞穂町のランドマーク的存在に。SNSやマスコミに多く取り上げられ、<b>瑞穂町の知名度向上や地域活性化</b>に寄与</p>