

## 女性活躍の時代へ ～ 女性の感性で新たな市場の拡大を！～

### 1. 女性が活躍できる社会の実現に向けて

少子高齢化が進展し、生産年齢人口が減少する我が国においては、女性がより一層社会のなかで活躍し、日本全体に活力を与える原動力になることが期待される。女性の活躍推進については、現政権の成長戦略の中核に位置付けられ国を挙げて取り組んでいるところである。

しかしながら、我が国の女性の就業環境などをみると、他の先進諸国と比べて大きく遅れをとっている現状がある。こうした状況を打破し、女性がその感性を活かし、より生き生きと活躍できる日本社会を実現するためには、一体何が必要なのか考える。

### 2. 日本社会における現状と課題

現在の女性の就業パターンをみると、第一子の出産を機に正規職員を退職し、子育てが一段落した後には再就職するケースが多い。しかしながら、再就職の際は非正規雇用となることが多く、元の会社、元の職業に復帰できる例は極めて稀である。本来であれば社会経済に大きく貢献できるはずの女性人財が、その能力を発揮できずにいることは、大きな社会的損失となっているのではないだろうか。他の先進諸国では、民間企業の役員や管理職ポストに多くの女性が登用され、あるいは自身が起業家となり、社会の中で活躍している姿を、われわれは見習うべきである。

また、日本社会では、未だに「男は仕事、女は家庭」という旧来の役割分業意識が根強く、そこから脱皮できずにいる。実際、男性の家事・育児時間は先進諸国と比べ非常に短く、育児休業の取得率は女性より圧倒的に低い。税制という側面からみても、妻は夫の扶養に入るため、103万円という所得の壁を超えないことを意識した働き方を選んでしまう現実もある。こうした一人ひとりの意識や社会制度のあり方も、女性の社会進出を阻む一因となっているのではないだろうか。

### 3. 女性が安心して働き続けられる社会の実現に必要なこと

#### (1) トップによる大号令

女性が正規職員として、安心して働くことができる社会となるためには、結婚し、出産、子育てしながらも働き続けられる環境をつくらなければならない。

「男女共同参画」はこれまでも社会の課題として提起され続けてきたことだが、未だに抜本的には解決されておらず、この状況を打破するためには、企業トップ自身が意識を改革し、大号令を出すことが効果的である。九州の企業において、例えばTOTOや九州電力等では、トップの号令で女性の活躍を推進

するための組織が創設されるなど、会社を挙げた環境づくりに取り組んでいる好事例も生まれてきている。また、女性管理職の登用に数値目標を掲げて取り組んでいる企業、社外取締役に積極的に女性を登用している企業なども現れており、こうした流れをより大きなものにしていくことが必要である。

## (2) 男性の意識改革による柔軟な社会づくり

また、企業トップのみではなく、全ての男性の意識改革も必要である。最近の「イクメン」、「イクボス」に代表されるように、男性も積極的に育児休暇を取得して子育てに参加し、育児や家事を支援する社会の雰囲気をつくりだすことが重要である。また、女性が正規職員として働き続け、男性との所得格差を縮めることができれば、男性も育児や家事を積極的にシェアする意識が生まれてくるのではないだろうか。

今後は、男性、女性に関わらず、短時間正規社員、在宅勤務、ワークシェアリングなど、より柔軟性のある勤務形態が許容される環境づくりが求められる。夫の転勤により女性がキャリアを閉ざしてしまわぬよう、配偶者転勤同行制度なども広く認められていくべきである。また、企業は、実力のある女性を中途採用するための柔軟な仕組みを充実させていく必要があるだろう。

## 4. 有限会社ゼムケンサービスの成功事例から学ぶ

ゼムケンサービスは、資生堂や日産などの大企業と肩を並べ、本年1月に「女性が輝く先進企業表彰」（内閣府特命担当大臣賞）を受賞した北九州市の有限会社であり、「中小企業の星」である。同社は、「建設業はサービス業になる！」という独自の視点から、女性力で建設業界を活性化させることをミッションとして掲げ、女性主導の男女共創建設業界への変革を目指している。

同社の人財開発では、「人」を「人財」にするための働きやすい環境作りが重視されている。女性ならではの「お互い様の社風作り」をキーワードに、主婦である建築士やインテリアデザイナー等によるワークシェアリングなどをいち早く実践しているほか、社長と社員全員が同じ手帳を持ち、「ワーク」と「ライフ」のイベント両方を記載するといったユニークな取り組みも行われている。ワークライフバランスを「仕事と生活の相乗効果として経営に独自性と高付加価値をつくる」という独自の切り口で捉えている点も高く評価される。人財育成においては、「誰でも建築家になれる構想」をもとに、女性のコミュニケーション能力、情報収集能力を建築に活かす取り組みが行われている。

同社における、女性ならではの感性を活かした経営の差別化戦略からも学ぶことは多い。五感の中で視覚的な要素が重視されてきた建築の世界において、聴覚、嗅覚などの女性が得意とする感覚も取り入れた「五感設計」の手法を用い、顧客の店づくり（ブランディングアプローチ）などに見事に応え、高付加価値のサービスを提供していくことで同社は業績を伸ばし続けている。また、大学との連携により五感設計プログラムソフトの開発も進められており、共有データベースが構築されることで、ワークシェアリングが更に進むことも期待される。

## 5. 女性の感性で新たなマーケットを切り拓く

少子高齢化が進展し、我が国の生産年齢人口が減少するなか、デフレから脱却し、持続的な経済成長を実現するためには、女性の活躍の場を広げていくことが不可欠である。

男女共同参画社会の実現に向けては、男性 VS 女性の対立構造に矮小化することなく、女性が積極的に社会に進出し、男性とは異なる感性を活かしながら、新たなビジネス、マーケットを切り拓いていくことが必要である。

無論そのために克服すべき課題は多く、経営者や男性の意識改革、柔軟な雇用制度の充実などは早急に進めていかなければならない。女性が生き生きと働くことができる社会が実現し、九州、日本全国が元気になることを強く望む。

平成27年5月13日

九州の未来力2030

座長 森 本 廣