

女子学生のみなさんへ

はたらく くらす 見つめよう 私のライフプランニング

女性のライフプランニング支援
総合推進事業

ワークショップ 報告 ②

就職を控えた皆さんが
結婚、出産、育児等の
各ライフイベントを見据えて将来像を描き、
「働くこと」、「生きること」を考える助けとなるような
ワークショップを開催しました。
ワークショップではライフプランニングに関する講義や
身近なロールモデルによる体験談などを通じて、
皆さんと一緒に女性が働くこと、
生きることを考えていきます。

日 程：第1回 平成23年10月27日（木）
第2回 平成23年11月24日（木）

場 所：東洋大学 白山キャンパス
（第1回：3号館 第2回：5号館）

主 催：文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課

協 力：東洋大学 経営学部会計ファイナンス学科
経済学部総合政策学科



文部科学省

女性のライフプランニング支援事業とは

女性が主体的な働き方・生き方を選択していくことができるように多様な選択肢の存在や、ワーク・ライフ・バランスに関する情報を提供し長期的な視点で自らの人生設計を行うことを支援するものです。

目 次

平成 23 年度「女性のライフプランニング支援総合推進事業」に関するワークショップは、講義形式ではなく授業形式で行いました。

東洋大学に協力を依頼し、2日間に分け、授業を行いました。

1. 平成23年10月27日(木)

内容:「**なりたい私になるための
パーソナル・ブランディング
～“私らしさ”の築き方～**」

講師: 西根 英一氏

(株式会社マツキャンヘルスケアワールドワイドジャパン 最高知識責任者)

2. 平成23年11月24日(木)

内容:「**夢支え合うライフプランニング
～“パートナーシップ”の築き方～**」

講師: 安田 順氏

(学びサポーター・教育学博士)

3. 学生のアンケートより

1. 平成23年10月27日 (木)

「なりたい私になるための パーソナル・ブランディング ～“私らしさ”の築き方～」

講師 西根 英一氏

(株式会社マッキンヘルスカアワールドワイドジャパン 最高知識責任者)

学校から社会への移行時期にある女子学生を対象に、ライフプランニングについて考える導入として、自分の魅力を認識する「パーソナル・ブランディング」について考えました。学生たちと対話をしながら、そして、学生たちの身近な例を出しながらのわかりやすい授業でした。ここでは、講演内容のみをまとめさせていただきます。

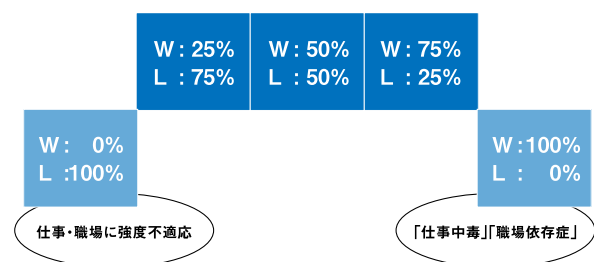
「さて、質問です。」

ワーク・ライフ・バランスというものに正解はあるのでしょうか。ワーク・ライフ・バランスとは「仕事と生活の調和」と訳されます。「両立」ではなく「調和」という言葉が使われています。『一人ひとりがやりがいや充実感を持ちながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域社会においても、子育て期、中高年期といった人生の段階に応じて、多様な生き方が選択・実現できる』ことを指す」とテキスト的には書かれています。

これに正解はあるのかということです。もしも、ワーク(仕事)の部分が100%になってしまったり、逆にライフ(生活)の部分が100%になってしまうと、こんな不調和な形になってしまうわけです(図1)。仕事ばかりやっている仕事中毒とか言われてしまう。また、

図1 ワーク(W)・ライフ(L)・バランス(B)に正解はあるのか?

ワーク・ライフ・バランス(Work-life balance)とは、「仕事と生活の調和」と訳されます。「一人ひとりがやりがいや充実感を持ちながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域生活などにおいても、子育て期、中高年期といった人生の段階に応じて、多様な生き方が選択・実現できる」ことを指します。



©2011 西根英一 | Eiichi Nishine



西根英一氏(株式会社マッキンヘルスカアワールドワイドジャパン 最高知識責任者)

マーケティング・コミュニケーションが専門。日本広告学会、日本メディカルライター協会の正会員ほか。学会講演、大学やビジネススクールでの講義など教育機会多数。パーソナル・ブランディングをテーマにした「女性起業家向けビジネスセミナー」を開催している。

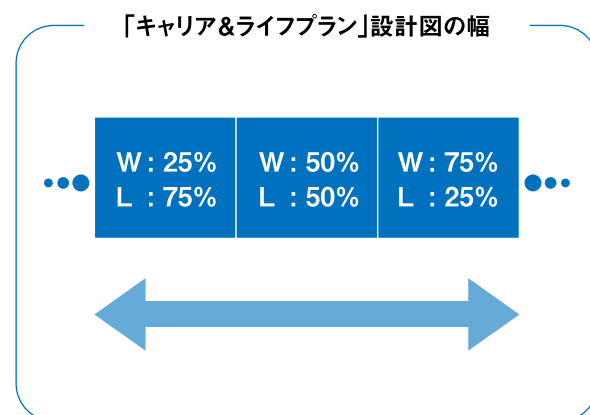
最近多いのは職場依存症です。一方、仕事でゼロになってしまった場合は、仕事とか職場に強度不調和となってしまいます。

ワーク・ライフ・バランスの正解の閾値、レンジというのはどれぐらいあるのかを考えたときに、どちらかがゼロ、どちらかが100に偏ってなければ、いくつかのレンジがあってもいいと思っています(図2)。これが「調和」あるワーク・ライフ・バランスです。そう思うと、皆さんが今後、キャリア形成をしていくとか、ライフプランの設計をしていく際に、実はこれぐらいの融通を利かす幅があってもいいと思います。

ワーク・ライフ・バランスの最適解

図2がワーク・ライフ・バランスの考え方の基本とした場合、幸せのワーク・ライフ・バランスの最適解は3つぐらいのパターンがあると思っています。

図2 WLBの正解の閾値



©2011 西根英一 | Eiichi Nishine



例えば、

①「仕事：50%・生活：50%」

「仕事と私、どっちが大事?」と言われたときに「どちらも大切、どちらも大事」と言えるときは、このようなバランスがとれているんだろうと思います。

②「仕事：75%・生活：25%」

これは、ステップアップのチャンス到来という時。今、ここで頑張れば新しい仕事のとれる、もしかしたらもう一つ上の役職がとれるかもしれない。そのときはやはり頑張らなくてはいけないわけで、そういうときにはこういうライフバランスが最適解になってくると思います。

③「仕事：25%・生活：75%」

これはライフイベントの真っ最中。女性の場合、出産が絡んでしまったりすると、どうしても仕事よりは生活というときが当然来ます。もちろん、男性の場合も今は育児をやりたいというときがあるかもしれない。また、だんだん年を経ると、両親の介護ということもあるかもしれない。そういうときは、やはり仕事よりは生活を考えたいと思うでしょう。

そうすることで、「幸せの」と言った場合のワーク・ライフ・バランスというのは、いくつもの最適解があるんだということです。いつも50%・50%である必要はないということに気づきます。

この3つともどれも同じ私ですよ。同じ私なんだけれども、「私らしさ」というものをしっかり持っておかないと何かアンバランスに感じてしまう、そんなときがきつと来ると思います。

私☆らしさ

「私らしさ」というものをどうやって築くのか、そのために、パーソナル・ブランディングが重要ということです。

私らしさをどういうふうに表示すればいいのでしょうか。例えば、ロゴマークみたいなものをつくるとすれば、「私☆らしさ」という表現形があると思っています。キラ星のごとく輝く「私☆らしさ」みたいなものをつくっていくことが、パーソナル・ブランディングのイメージだったりするのかなと思います。

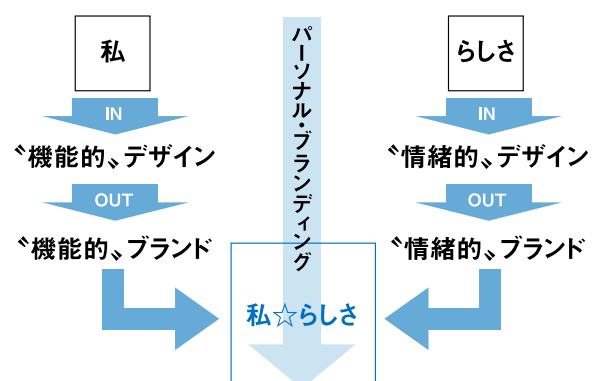
「私」＋「らしさ」の築き方について、具体的に整理してみます。

「私」を自己紹介するときに、まず機能的な部分を見せなくては いけません。だから、「東洋大学」「〇〇学部」という自分の機能的な部分を紹介します。それをアウトプットすると、自分のブランドになります。

もう一つ、情緒的なデザインが必要です。「らしさ」の部分の魅力的に見せることです。例えば「沖縄好きなんです」というデザインがいわゆる情緒的な魅力になります。これを含めてアウトプットすると、ブランドの深みが増します。そしてこの2つが合わさって、「私☆らしさ」が築かれます。

「私☆らしさ」は、機能的にデザインされたブランドと、情緒的にデザインされたブランドの総合形であって、この実現のためにパーソナル・ブランディングが必要だということです。これが、本日お話ししたい骨子です (図3)。では、本題に入りましょう。

図3 私☆らしさ、の築き方



【本日のタイトル】
「なりたい私になるための
《パーソナル・ブランディング》
—私☆らしさの築き方—」

第1部

「ライフプランを設定する
—なりたい私になるための
《到達点》と《終着点》—」

(1) 恋愛と就活のスキームとターゲット

「恋愛経験をちゃんと就活に活かしちゃおう!」

さて、皆さん。今の「私」はどこか。恋愛中、恋愛予備軍、恋愛に全く興味なし——さあ、自分の頭の中で想像してみてください。

「恋愛八方美人な私」という、すごい女性がいたとします。乙女心度、小悪魔度を持ち合わせていたとして、昔からよく知っている同級生のA君に対しては、乙女心度50%、小悪魔度50%みたくに見せて、これが本当の私よ!みたいな感じでおつき合ってきている。それが、バイト先のB君、合コンで知り合ったC君に関しては、乙女心度と小悪魔度のパーセンテージを変えて接する。本当の私というのは自分自身しかいないわけけれども、恋愛だと何かと演出したりするじゃないですか。八方美人みたいに言われたりしますが、実はそれなりにうまく自分を演出できている証拠ですよ。

〈回答・その1〉

- ・私という存在は、ひとつ。でも、魅せ方は一つじゃない
- ・私☆らしさ、の振幅の大きさが、なりたい私の可能性を広げます



ワンパターンの私なのか、時と場合に応じてチューンアップ可能な私なのかによって、なりたい私の可能性の振幅は広がっていくのかもしれない。

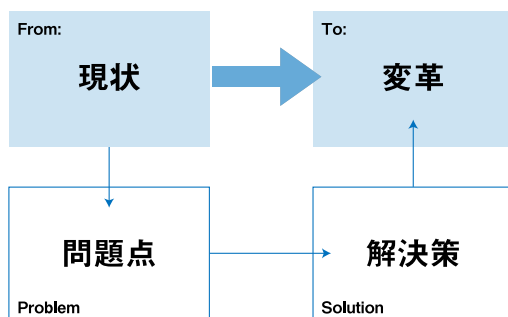
(2) なりたい私を最適化するプログラム

「わかつちやいるけど出来てない私を知ろう!」

最適化するプログラムって、すごく単純なんです。現状から変革する、From、Toだけの世界です。何を入れて考えていけばいいかというと、現状の問題点(Problem)、これに対する解決策(Solution)を加えれば、変革はできますという単純な公式です。実は、世の中の多くはこうやって最適化されていきます(図4)。

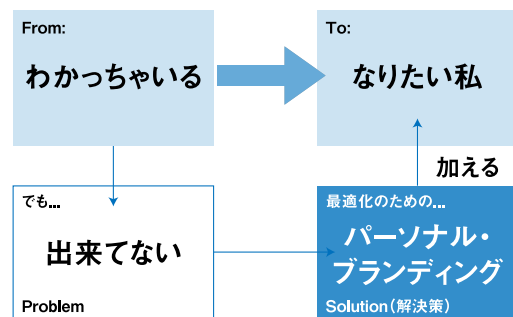
なりたい私を最適化するプログラムも同じことです。「わかつちやいる」けど「出来ていない」。では、なりたい私にするためにはいつきのソリューション、これがパーソナル・ブランディングということです(図5)。現状から変革し、なりたい私になるためには、このパーソナル・ブランディングがとても重要だということです。

図4 課題設定を最適化するプログラム



©2011 西根英一 | Eiichi Nishine

図5 なりたい私を最適化するプログラム



©2011 西根英一 | Eiichi Nishine

〈回答・その2〉

- ・問題点を知るために「今」を分析する、解決策を取るために「新」を構築する
- ・なりたい私とは『今の私に、足りない私を加えた「新しい」私』

(3) なりたい私になるためのライフプランニング 「到達点と終着点は別にしておこう!」

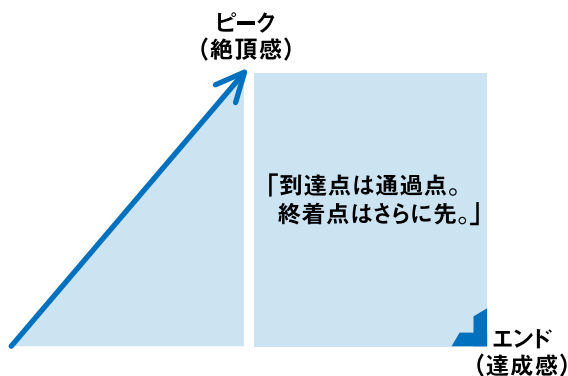
ピーク・エンド理論を学んだことはありますか?ピークとエンドの関係が経済活動を動かし、消費者行動を制御しているという考え方です。何か物事を始めようというときに、誰しもピーク(絶頂)を求めますよね。エンドというのは、達成感を伴ったおしまいということです。到達点=終着点という場合、到達した場所が終着点であるということ、これはピーク・エンドが重なっているということを意味します。ピーク=エンドです。

では、ピークとエンドがちよっと離れている場合をみてみましょう(図6)。すると、ピークとエンドの間にスペースができます。ピークの後のその先に、エンドがある。このスペースを設けることで、経済活動の市場が生まれます。勝負どころのスペースです。到達点は通過点、終着点はさらにその先という形です。つまり、ここで勝負するために、プランニング特に消費者行動を制御するコミュニケーションがすごく重要になってくるということです。

就職の場合を考えてみましょう。例えば就職先が人生を決めるんだと思ってしまいがち。大企業に入りたい、あの企業に入れば私の人生は大成功と思ったりするように、これをピーク=エンドと定めてしまうと、その先にあるものは、このちっちゃい枠の中におさまった自分でしかないのです。例えば、就職の場合も考え次第ですが、就職というのは一つの通過点で、目指す自分自身の仕事のゴールはその先にあるんだと見ると、また違った発想ができるはずです。

(図7) そのためには、「Narrative approach」が重要です。

図6 ピーク(絶頂感)とエンド(達成感)の関係



©2011 西根英一 | Eiichi Nishine

Narrativeの近しい言葉にナレーション(語り)があります。つまり、自分の物語を作り上げることを Narrative approach と呼びます。それに対して、根拠となる実績を積んでいくことを Evidence approach と呼びます。この図に示す形が、なりたい私になるためのライフプランニングの最も理想的な工程表になります。

〈回答・その3〉

- ・ピーク(絶頂感)は何度も訪れる。
- ・なりたい私は、いつも今の私の先にあるといい。パーソナル・プランニングは永遠に続く。

第2部 「マイブランドをチェックする —《知覚品質》と《感覚品質》の バランス感覚が大事—」

(1) ブランドとは何か?

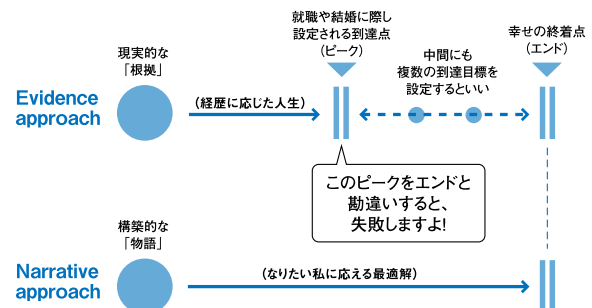
「物語を持っているかいないか、その違いはとても大きい!」

市場社会には数え切れないほどの商品(ブランド)があります。そして、それ以上の宣伝文句(キャッチコピー)にあふれています。また、ブランドによってはブランドロゴやブランドカラーを持っているところもありますよね。さて、ブランドとは何か?という、「ブランド=記憶度」と答えることができます。

しかし、ブランドにはもう一つ意味があって、先ほどの「記憶度」だけでなく、「ブランド=信用度」という側面があります。

皆さんも大学を卒業して社会に出ていったりすると、自分を擁護してくれる人たちと反対する人たち、その両方に接しなければなりません。そういう時、マイブランドにマイナスのイメージが浮き立ってしまったらすると、ブランドは揺らぎますし、崩れてしまいます。皆さんがマイブランドをつくるときに、自分のブランドを記憶させる

図7 ライフプランニングに大切な意思決定



©2011 西根英一 | Eiichi Nishine

だけではなくて、自分のブランドに対する信用度をつくるということが重要だったりするんです。それが、今後、社会に出る上で、あるいは結婚していくということも考えたりすると、自分自身をよく見せよう、記憶してもらおうということだけではなくて、信用してもらおうという信用度の立て方がすごく重要だということがわかります。

この信用度については、ゆで卵に例えたとおもしろいかなと思っています(図8)。卵に対する「知覚品質」(見た目にわかる品質。栄養分の多い黄身に対する期待)と「感覚品質」(見た目にわからない品質。ゆで上がってほしい白身に対する期待)が揃わないと、いざ卵を割る勇気が出ません。ゆで卵って、ワクワクドキドキするとても魅惑的な物語を持っています。信用度とは、これくらい期待と魅力が入り混じる魅惑的な部分なんです。

皆さんが、マイブランドに魅惑的な物語を持つことは重要です。「東洋大学〇〇学部〇年生」の中には、魅惑的な物語はまだつくりだしてないですね。それは、就活だけではなくて、今後、人生をライフプランしていく中で、物語をちゃんとつくっていけるかどうか、とても重要だということです。

あとでワークショップでやってもらいますが、マイブランドは物語を持っていますかということを用紙に書いてもらいます。

これを書いてもらったときに、極端に自分自身のブランドというのが、感覚品質100%で、知覚品質ゼロなんていう人がいるかもしれない。これは、全く自分自身の核がないにもかかわらず、世の中をうまく渡ってってしまう、だましのブランドです。

あるいは、知覚品質100%で、感覚品質ゼロというときは何かというと、資格ばかり取っていくんだけど、それに伴った付随する部分が実はなかったりする。何で資格を取っているのかというと、資格を取ることが趣味になってしまっているだけで、資格を取るための感覚品質が伴わないことがあります。

そういうことで、マイブランドというものは、究極を言ってしまうと知覚品質50%・感覚品質50%ぐらいがちょうどいいんです(図9)。

そういうふうに、感覚品質と知覚品質のバランスがすごく重要だ

ということです。

(2) 話したいこと、隠したいこと

「隠したいことの中にあなたの魅力がきっとある!」

皆さんが自己紹介するときに、隠したいことってあると思います。でも、隠したいことの中に、実はその人の魅力があるんです。

今、隠していることの一つを仮にこの中のシートに書けるとするならば、これはきっとあなたの人間的な魅力になるはずなんです。この隠し事というのは、感覚品質にかわる素材だったりします。

(3) 書類選考は機能を診る「知覚品質」調査 面接試験は性能を診る「感覚品質」調査

あなた方は社会に出るときに、この知覚品質と感覚品質を調査されているんだと思ってください。これがうまく整うことによって、パーソナル・ブランディングができていきます。これが、ライフプランとライフプランニングを考えるとときに大切だということです。

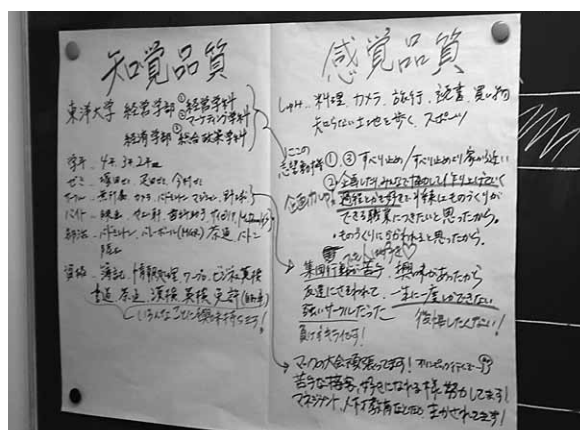
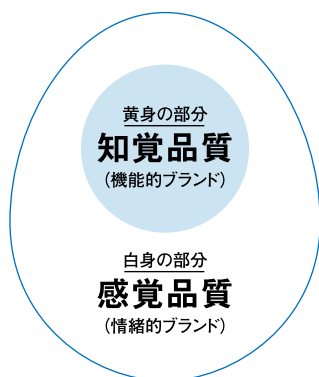


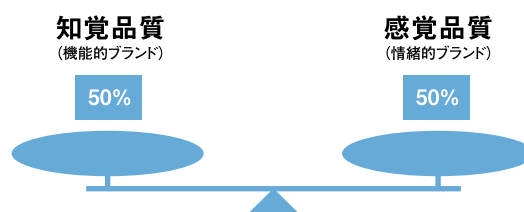
図9 あなた(ブランド)は物語をもっていますか?

図8 ブランドの構成要素

ゆで卵にたとえるとわかりやすい



©2011 西根英一 | Eiichi Nishine



©2011 西根英一 | Eiichi Nishine

第3部 マイブランドをデザインする

必殺! チラ魅せの技

「恋の仕掛けも、就活の仕掛けも、用意周到に!」

ブランドを評価してくれる人への仕掛けも重要です。関連性理論についてお話しします。「関連性」、つまりどれだけ関係があると評価してくれるかについて、「認知効果」と「処理労力」というものがかかわっています。関連性が高いというのはどういうことかという、認知効果が高いほど関連性が高い、処理労力がかかるほど関連性は下がる。これは基本的な公式です (図 10)。

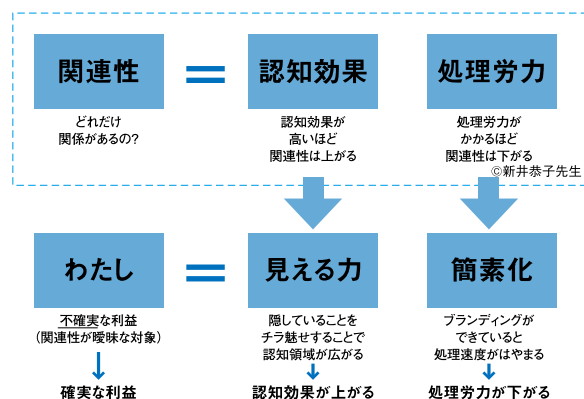
では、これを「わたし」に置きかえてみます。「わたし」というのは、今後、就職活動をするとき、社会に出ていくとき、結婚するとき、「わたし」という存在は相手にとってみると「不確実な利益」なんです。あなたが加わることは利益だということはわかっている、だけでも、その利益は不確実なんです。なので、関連性がとてもあいまいな存在です。

では、そのあいまいな存在を「確実な利益」にするためには、どうすればいいかということです。関連性理論に合わせてみるならば、認知効果が高い、つまり自分自身を「見える化」できること。具体的には、魅力(多くの場合、隠れている部分)をチラ魅せすることで認知領域が広がるのではないかと思います。

もう1つ、「簡素化」できているかということ。つまり、ブランドができていれば、相手はわたし自身をととても早く理解してくれる。理解するまでに時間がかかったり、手間がかかったりすると嫌になってしまうわけです。でも、ブランディングができていれば処理労力が下がるので、評価者にとって「わたし」というものを「不確実」から「確実」に変換しやすいということです。

では皆さん、ぜひパーソナル・ブランディングに励みましょう。

図 10



最後に

今回、今村先生、新井先生を含めて、ここまで随分とディスカッションしながら進めてきました。皆さんが学んでいる先生方のお話は、実はこういうふうに応用できたりします。先生方が教えてくださる「正しいこと」を自分自身の「いいもの」として吸収していく。交友関係あるいは交際関係があったりすればするほど、その考え方も応用できたり、膨らむんだろうなと思います。

2 ● 平成23年11月24日(木)

「夢支え合うライフプランニング ～“パートナーシップ”の築き方～」

講師 安田 順氏

(学びサポーター・教育学博士)

講義、そしてビデオやイラストをもとにして考えるグループディスカッションなどを通じて、大局的に女子のキャリア形成の現状について学びました。その後、女子の夢、男子の夢をもとに二人の夢を書き出しながらパートナーシップを築くことの重要性を学びました。男女が意見交換をしながら、お互いの考えを理解していける授業でした。ここでは、授業内容をまとめさせていただきました。

今回は・・・、

男女共同参画を推進していく中で、ライフプランニングという事をみんなで考えていこうという授業です

一人で自分の夢を実現するというのは、なかなか難しいですね。世の中というのは、どうも女性と男性がうまく支えあっていくと上手くいくというように出来ているらしいのです。そのためにはパートナーシップを築いていくという事がありますが、とは言っても、互いに自分の夢もありますよね。自分の夢は実現できないと嫌だという気持ちを持ちながら、上手く協力し、支え合っていくと相乗効果でより大きな夢の実現が出来るかもしれない、とどこかで考えているのではないのでしょうか。ただし、残念なことに男性が非常に有利な制度とか社会的な通念とかがどうしても存在します。まずは、その現状をみていきます。

次に、パートナーシップをどういうふうに築いていくのか。男性と女性が、大学では仲良くしているけれど、それなりに一緒に生活するようになってくると、今とは違ういろいろなことが出てくるわけです。男性も女性もいる今日、イラストやビデオを見たりグループで話し合ったりしながらパートナーシップについて考えていきましょう。そして最後に、男女一緒にライフプランニングに取り組みます。

それでは、まずグループ内で自己紹介をしましょう。各自、紙に自分の好きなことを書いて、見せ合って質問しあってください。ここで、グループの人がどんなことが好きなのか知っておくことが、最後にライフプランニングをするときに役立ちますよ。

女性のキャリア形成の現状を知ろう

最初の課題ですが、日本や世界を見ても若干、女性が不利な立場にいるのかなという所がどうもあるらしいのです。東洋大学にもあると思いますが、女子大ですと必修科目として、ジェンダーですと



安田 順氏(学びサポーター・教育学博士)

組織で働く女性の学びのサポートや、現職の看護師・保育士等の育成を行っている。また、女子大を中心に、男女共同参画や女性のライフプランニングについて講演・講義を行う。平成20年から、日本女性学習財団の女性のキャリア形成支援プログラム開発研究委員を務める。

か、女性がどういうふうにいるのかとか、またどういふふうにしていったらいいのか考えるという授業があります。では、質問ですが、東京証券取引所に上場している会社が現在2193社あります。そのうち、女性が社長の会社は何社あると思いますか？2193社のうち29社です。もっと多いような感じがしますよね。今会社の中で地位のある女性が、入社したての頃にどういふことが起こっていたかを聞いてみました。内永ゆか子さんという方の話です。

《ビデオ》

- ・71年、内永さんはエンジニアになる夢を抱き日本IBMに入社した。
- ・SEとして働きたかったが、女性というだけですぐに広報へ。
- ・当時は、男は仕事、女は家庭という考えが強かった。会社は男の主戦場であり、女性は結婚するまでの感覚で補助的な仕事が多かった。
- ・その後、念願の研究所に配属。女性は20時以降残業してはいけないという当時の法律の目をかいくぐって残業した。
- ・内永さんは、そんな障壁と闘いながらも実力を発揮、管理職としてステップアップしていった。

(内永さんのインタビュー)

- ・女性たちにいろんなチャンスを与えて、キャリアアップしてほしいと思うのだけれど、何故か女性たち自身が嫌がるという話を聞く。キャリアアップしていくと大変なこともたくさんあるけれど、チャレンジだし面白いっていう事を女性に伝えるのも我々の仕事かなと思っている。
- ・日本の現状を打破するために、内永さんはNPO法人J-winを設立。次世代の女性リーダーを育成していこうと、各企業から幹部候補生の女性を集めて勉強会を重ねている。掲げたテーマは「Women to the Top」、「女性よ、トップを目指せ」

という事だ。

- ・男女雇用機会均等法が出来るなど女性を取り巻く環境も大きく変わってきた。しかし女性自身が変わることが大切。
- ・女性の生き方について、結婚して子どもを育て尚且つ仕事もして、その仕事で自分の夢を叶えてというように、女性は人生のフルコースを楽しめるんだ、って言った人がいる。大変だと言ってネガティブに取るよりは、そういう楽しみが女性の場合にはたくさんあるっていうふうに思っただけでいいと思う。基本的には自分の気持ちだと思うのでスイッチをオンにして欲しい。スイッチをオンすれば会社も期待しているし、社会も期待している。可能性は山ほどあるので。

《ビデオ終了》

今日の男性は、自分のパートナーが、今見た内永さんのように頑張るといった時に応援しますか？

安田氏 男性に聞きますが、もし、内永さんのような女性を好きになってしまった場合、サポートしますか？

男子学生A 同じ歩幅で行くというか、並行に一緒に行く。お互いにやっていきたいのなら、お互いの邪魔はせず、かと言って求めず。

安田氏 直接サポートするのではなく、自分が頑張っていることがお互いに支え合っていることになるのではないかっていうこと？

男子学生B 奥さんが働きたいというのなら僕は主夫になります。男は多分家庭より仕事の上に来ると思いますし、子どもが出来たとしても、メインは仕事で大丈夫だという認識で我々は育ってきています。なので僕は、パートナーでなければ応援できます。自分の家庭で子どもまでいると、お互い仕事を取って動き回っていた場合、子どもはどこに行けばいいかということになり、その時は、奥さんに見てほしいなという気持ちもあります。

安田氏 女性は、どう思いますか？子どもをみるのは、やっぱり女性の役割なのかな？

女子学生A 例えば、彼のように奥さんが仕事で動き回るのが嫌ではなくて、自分が主夫になると言ってくれた時、その家庭や職場では、そのような環境ができています。しかし、社会全体では、まだまだそういう家庭は少ないと思います。だから、会社や自分の家庭の中でその環境が出来上がっていても、世の中はまだ出来てないから、風当たりも強いのではないかと思います。

安田氏 風当たりが強いのは、主夫をやっている旦那さんの方？それとも、主夫をやらせると世間から見られがちな妻の方？

女子学生A 認識は人によって違うと思いますが、奥さんは、旦那さんに全部やらせてって思われるだろうし、旦那さんも奥さんに頼ってばかりよねって言われ方をされてしまうと思います。子どもも小さいうちは良いかもしれないけれど、大きくなってきたときに、自分の家の環境が周りや親の仕事を理解している子どもであれば傷ついたりはないと思いますが、なんで違うんだろうって思う子どもも出てくるのではないかと私は思います。

安田氏 皆さんはどう思いますか？自分に置き換えたとき、世間からそう思われてしまったら、跳ね返していいですか？

男子学生C 僕は、仕事を通じて何か社会を変えていきたいという思いがあります。だから、それが仕事ではなくて家事に変わったとしても、主夫を通して世間から注目を浴びるかもしれないし、家事を通して世間を変えられると思えば、ゴールは同じなので、僕は仕事を諦めます。

女子学生B 彼は、ゴールが明確であるから使うツールによってゴールに達することが出来るのかもしれないけれど、家庭を支えるために仕事をしたいという男性が今は多いと思います。私は結構上上がり派だけど、もし子どもがいたら、私が育てた方が絶対子どもにとっては良いと思うので、子どもといたいです。

安田氏 子どもが大きな要因になる？

女子学生B 人に任せられる状態であればいいのかもしれないけれど、やっぱり他人より自分がみたいと絶対に思うので。

安田氏 簡単に価値観の違いとか、考え方の違いとか、人それぞれの違いとかで片付けてしまえない部分があるのは、どちらの意見も社会がどう思うかという事をすごく考えているからですね。逆に言えば、社会が変わればその部分は変わっていく可能性があります。



「父親学校」「大江戸子育て事情」

最近、育メンみたいな男性も出始めています。ここで、現在と江戸時代の子育てについてのビデオを見ましょう。

《ビデオ》

- ・母親に偏りがちな子育てにどうすれば父親も深く関われるようになるのか。そんな問題意識を持つ父親の子育てを支援する父親学校が設立されました。
- ・NPO 法人ファザーリングジャパン、ファザーリングスクール。
- ・毎週一回、仕事の終わる夜6時半から子育てにおける父親の役割や子どもとのコミュニケーションについて学んでいます。

・(参加者の感想) どうしても仕事の方が重くなってしまうので、ワーク・ライフ・バランスを見直す事とかをやっていないといけないのかなと思いました。

《ビデオ終了》

次に、大江戸子育て事情というビデオをみます。実は、江戸時代は9割方男性が子育てをしていました。それが当たり前だったのですね。日本というのは、明治維新で海外のいろいろな新しいものを輸入し変わったのだけれど、ある意味江戸時代というのは日本人の原点だと考える人もいます。

《ビデオ》

- ・江戸時代、20代から30代の女性の死亡率は男性の2倍を占めていた。原因は出産によるトラブル。また、農村では一家総出で農作業にあたらねばならず、母親は重要な労働力だった。

- ・江戸の地域社会には独特のシステムがあった。

(1)

○妊婦に帯を送る女性「帯親」(安産で子宝に恵まれた女性を選ばれ出産の無事を祈る)

○出産にはへその緒を切る「取り上げ親」が立ち会う。

○生後2日間子どもに乳を与える「乳親」(子沢山の女性から乳を飲ませてもらうことで子どもの成長と健康を願う)
これらの親は仮親と呼ばれ、義理の親子関係は生涯に渡る。

(2)

○捨て子の風習。子どもが元気に育つように、一度形式的に捨て、事前に決めておいた拾い親に拾ってもらう。拾い親は拾った子どもを、実の親の家に届ける。

この儀式を通し、拾い親は責任を持ってこの子の成長を一生見守る。

(3)

○大原幽学発案による、わが子をよその子と取り替えて育てる、替え子教育。幽学が目指したのは、替え子に愛情を注ぐことで、村人が村全ての子をわが子とする事。

幽学は村人に直接自らの理想を伝える為、度々集会を開いた。村の子すべてをわが子の様に。幽学の試みは、現代の私たちの子育てのあり方にも大きな示唆を与えている。

《ビデオ終了》

さて、現代に示唆を与えていますという事ですが、どうでしょうか？主夫になってしまうことは無いかもしれないけれど、いろいろなことを手伝おうという人はいます。これからみなさんが、パートナーシップを組んでやっていく時に、お互いが何をどれ位担っていくのかというのは考えると思います。

皆さん、男性が育児や家事に今以上に参加していく事についてどう思うのか、また自分はどうするのか、或いは女性にとっては自分のパートナーにはどうして欲しいと思っているのか、話し合ってください。

《学生からの意見》

男子学生D 育休を取りたいとは実際に言えない気がする。

男子学生E うちの家は、土日は男が御飯をつくる。おかげで僕も出来るようになり、土日とかやったりする。母が作る料理と父が作る料理は全然違うから、土曜日は父の作るハンバーグが楽しみな時もあった。

男子学生F 質問ですが、どこまでする人を育メンと言いますか？専業主夫になって子どもを見るのが育メンなのか、7:3ぐらいの割合で見るのもそうか。どの程度から育メンと言いますか？

安田氏 恐らく、0でなければ育メンと言っていると思います。割合と言うよりも意識の問題だと思います。子育てにしても、家事にしても、これは自分も責任を負っていて、二人で作り上げるうちの自分の分がちゃんとあるという、意識を持っている人だと思います。

江戸時代からの変化

江戸時代の考え方はあのようでしたが、平成まではどうだったのかをイラストで見ると、

(イラスト)

- (1) 母親は会社に遅刻しそうだが、娘の弁当を一所懸命作っている。
教育評論家は、手作り弁当でコミュニケーションをとろう、校長先生も、お弁当はお母さんの作ったものでなければ、近所の人も、愛情弁当で子どもを非行から守るのよと言っている。
- (2) 年末年始。長男の嫁が、介護、おせち作り、墓守、すべてしている。
親戚、義理の弟や義理の姉、義理の弟は子どもを連れて行くねと言っている。

このような感じでした。

家事とか育児を全面的に女性が背負うという形もあるのですが、今やそうではない、という考えが少し強くなってきています。では、どうして、女性がそれを担うという事になって来たのか、それをビデオで見ましょう。

《ビデオ》

- ・後に東京女子師範学校の初代校長に就任する中村正直は「人民を良き状態、風俗にし、解明の域に進ませるには良き母無しにはあり得ない。」と述べている。明治7年頃。
- ・「絶好の母を得れば、絶好の子を得る。日本は絶好の国となるであろう。」良い母親を作ることが近代国家の建設に必要な手段と考えられるようになった。
- ・1899年に高等女学校令が公布。女子に不可欠な高等普通

教育を行い、近代国家に必要な良妻賢母を生み出すため、全国に高等女学校が設立されていく。

- ・1900年代、会社員や役人たちが妻に選んだのが、自らの立身出世を陰で支え、子どもの教育にも熱心な女学校卒業生だった。
- ・新しいライフスタイルもでき、夫は企業や役所で働き、その収入で家計を支える。料理、洗濯、掃除等家庭生活の一切は妻に任せられ、子育ても母親に一切の責任が任せられるようになる。
- ・その頃の母親は、母の手一つで子どもを育てることにこだわった。いい子どもを育てる事が、自分の評価に繋がるというふうを考え、母性愛という言葉の下、大正期の母親たちは益々子育てにのめりこんでいった。

《ビデオ終了》

成り立ちは国の政策転換だったんです。

そして、更にそれに追い打ちをかけるように三歳児神話というのが出てきます。三歳児神話は3歳になるまでは母親が自分の手で子どもを育てるべきだとするもので、日本で広がった考え方です。実際、3歳までというのは一番手のかかる時期です。その時に色々な人の援助があれば助かります。にもかかわらず、3歳までは母親だけでという社会的圧力が加えられるのです。何故この三歳児神話が生まれて来たのか？そこをみましょう。

《ビデオ》

- ・三歳児神話のルーツとなったのは、イギリスの医師・精神分析家ボウルビイの研究。ボウルビイは第2次世界大戦後、WHOの依頼を受け戦争孤児や施設で育った子どもの精神衛生について調査した。報告書では、子どもには3歳までに

「母親或いは生涯母親の役割を果たす人物」との愛情に満ちた関係が必要で、それが失われると子どもの心身の発達に影響を及ぼすと結論付けられていた。ところが、日本政府は「生涯母親の役割を果たす人物」の部分を無視し、母親の愛情だけを強調したため、これが三歳児神話を生み出すものとなった。

- ・1960年代、三歳児神話は社会に広がり始める。
- ・1964年から65年には、母親と子どもがどうすれば良い関係を築けるのか、日常生活の場面を使って解説したテレビ番組があった。
- ・1973年のオイルショックは物価の高騰や物不足を招き、育児に励んでいた母親たちも、家計を助けるためにパートなどの仕事に出ざるを得なくなった。
- ・子どもを産んだら仕事を辞める、仕事を続けるなら産まない、女性たちは苦しい選択を迫られた。その中で、仕事と育児の両立を目指す女性の負担は更に重く、出生率は減少し続けた。また、専業主婦にも新たな問題が生じ、家庭で子育てをしている母親の育児不安が大きな社会問題になり、孤独な子育てによるストレスで、児童虐待や、育児放棄も増加の一途を辿った。

《ビデオ終了》

その後、かなりたってから日本政府自らが三歳児神話の科学的根拠を否定する見解を発表しました。しかし、歴史的にずっと女性に家事や育児を担わせてきた過去があるだけに、今の人たちの心の中にもそれが当たり前だと、思ってしまうようなものかどうしでも残っている訳です。

これは(図1、2)世界男女格差指数(ジェンダーギャップ指数)といいます。男女で経済の参画機会、つまり仕事、何かこういことをしたいというのであれば、同じように公平に参加する機会があ

図1 世界経済フォーラムの世界男女格差指数(GGI)

①経済への参加と機会

②教育の達成

③政治的エンパワーメント

④健康と生存

の4分野での男女格差を指数化したもの

図2 世界経済フォーラムの世界男女格差指数(GGI)

1位 アイスランド

2位 ノルウェー

3位 フィンランド

4位 スウェーデン

5位 ニュージーランド

6位 アイルランド

7位 デンマーク

8位 レソト

9位 フィリピン

10位 スイス

11位 スペイン

12位 南アフリカ

13位 ドイツ

14位 ベルギー

15位 英国

91位 メキシコ

92位 ジンバブエ

93位 ベリーズ

94位 日本

95位 モーリシャス

るのか、また、政治的にいろんなことをしていく場合に、影響を与える側か与えられる側なのか、健康面では、生存に関しても男女格差があるのかどうかというのを指数にしたものなのです。日本は134か国中、94位です。

みなさんはどう思いますか？

最近、注目されている育メンは94位という現状から抜け出す希望になるかもしれません。これは、江戸時代の子育て事情を思い出してみれば、大きな揺り戻しなのでしょうね。

パートナーシップ

パートナーシップについて考えてみましょう。我々の考え方というのは社会にすごく影響されています。自分がパートナーとこれから一緒にやっていこうという時に、考え方にズレがあるかもしれません。例えば、

(イラスト)

- ・結婚を前にした二人。
- ・男性が「仕事も家庭も大事にしようね」と言っている。
- ・この言葉に対する女性のイメージは、「自分は仕事に行く、そして男性は子どもを幼稚園か保育園に連れて行く。ゴミも出す。」
- ・男性が言った意味は「共働きで、奥さんがなんでもかんでもやってくれる。」

この辺のズレを、相手のことを考えながらどのように修正していくかです。

ライフプランニングをしよう

それでは「男女一緒にライフプランニングしよう」に取り組みましょう。ここでは男女で架空のパートナーシップを組んで、話し合いながらプランニングをしていきます。

出発点は、今日最初に行った、自分の好きなことを書いた紙です。今好きな事の延長線上に夢がある、これは非常に自然です。そうじゃないこともあるかもしれませんが、いずれにしても、夢の実現というのは一気になるものではないから、少しずつ準備しているところがあるかもしれません。そこで、最初の紙を見ながら自分の夢について考え、その後、グループで男女二人の夢を折り合わせてどうなるのかな、と考えながらライフプランニングをしていきましょう。

「成功恐怖のジレンマ」と「役割葛藤のジレンマ」

話し合いの中でわかったかもしれませんが、女性にとっては社会の中で不利な条件というのがあるのだと思います。そのことが、女性自身にも心理的に、襲い掛かってくるものってあります。

自分が夢って言っているのだけれど、その夢を実現することに対する恐怖、これを「成功恐怖のジレンマ」(図3)と呼びます。

これまで見てきたような、女性が何かビジネス界、或いはキャリアの中で、成功を収める事に対する社会の抵抗感。それは、女性自身も感じています。男性にも怖さはあるけれど少し質が違い、社会的に受け入れる基盤が高いと思います。しかし、女性の場合は、なんで女性が?みたいなのがあるという訳です。そして、それを敏感に感じるから、女性自身もビジネス上で何か成功するという事に対しての怖さというのがあります。例えば、

(イラスト)

- ・町内会長の選出。
- ・(女性の場合) やってみたい気持ちはあるけれど、「女のくせにって言われるのよね」。男に任せておけばいいのよ。そういうのは面倒だよ。私には荷が重いわ、と最初から思っている。やっぱり町内会長は男性でなければ、という発言が出てくる。
- ・(男性の場合) 頼まれればやってやるかと思っている人。仕事が忙しいからと口では断っているが、来たら受けないことも無いぐら

図3 「成功恐怖」のジレンマ

女性がビジネスや自己のキャリアにおいて成功を収めたいという気持ちを持ちながら、一方で成功することが怖いというジレンマ



いの感じている。

- ・この場合は男性は老人ばかり。比較的若そうに見える一人の女性が、私がやりたいですと言えるかどうか。

こういうのが、成功恐怖のジレンマというものの現れです。

また、「役割葛藤のジレンマ」(図4)というものもあります。これは職業を持った女性の場合ですけれど、仕事と家庭どちらかを選べと迫られます。ところが、どちらを選んでもマイナスの評価を受けます。仕事を選ぶと家庭を捨てた、家庭を選ぶと、仕事をしていればちゃんともう少し貢献してもらえたのに何で辞めちゃうの?という事があります。例えば、

(イラスト)

- ・学校の先生です。
- ・産休を取ることを選ぶと、保護者から、こんな時産休なんてついてないわ、女の先生はこれだから頼りにならないのよねと言われる。男性からは若い女性教員には担任を持たせられないね、これを覚悟しておかなければいけないと言われる。
- ・子どもを産む産まないについても、母親は「年を取ってから子どもがいないのは寂しいものよ。」父親は「子はかすがいと言うだろう。」なかなか子どもができないと「何処か悪いの?診てもったら?」
- ・仕事を辞めたくないと思っているのだけれど、子どもを産まないなんてわがままだと言う人。「自由でいいわね。」

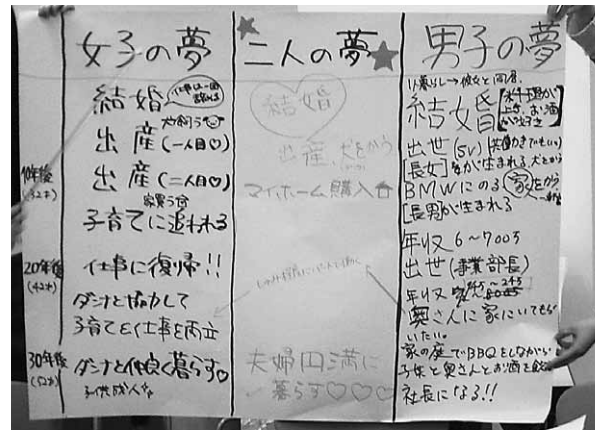
こういうことを言われてしまうという事です。

こういう葛藤が有る訳ですから、それも含んでプランニングをしてもらいたいです。

模造紙を使って女子、男子、それぞれの夢を書いていく。女子の夢、男子の夢と出してきた時に、二人の共通の夢というのが出てくるかもしれない。それが出てきたら真ん中に書いてください。

図4 「役割葛藤」のジレンマ

職業を持つ女性が仕事と家庭の
二者択一を迫られ、どちらの役割を
選んでも世間からマイナスの評価を
受けるというジレンマ



《発表》

今回は、パートナーシップについて、お互い最初からずれているかもしれないけれど、そこをどうやってカバーしていくのか、また女性にとっては社会的にいろいろと不利な条件がある、それをうまく調整しながらライフプランニングの作成に取り組みました。

皆さん、内容が濃い面白いものを出してくれました。

ありがとうございます。お疲れ様でした。

3. 学生のアンケートより（抜粋）

感想

（第1回）

- 自分自身を見直すきっかけとなりました。
- これからの生き方にためになるワークショップだった！
- とてもためになりました。将来が不安な気持ちは変わりませんが、自分を持ってがんばりたいと思いました。
- 自分自身をブランディングして、「らしさ」を相手に伝えることが大切だと感じました。就職にもその後の将来にも重要だと思いました。
- 自分が持ち合わせていない視点からのお話をいただくことができ、大変勉強になりました。

（第2回）

- とても有意義な時間を過ごすことができました。
- 女性側のリアルな意見を聞くことができて良かったです。
- 女性の人生をよく考えたいと強く思いました。
- パートナーシップについて考えるきっかけになった。
- 自分の夢を叶えながら、子ども、旦那さんとも幸せに暮らしたいと思った。

『さらに知りたいことは』

（第1回）

- 産後も働いていきたいと考える女子学生の意見やキャリアプランがどういったものか、聞きたいと思いました。
- 働く人がどのような不満を持っているのか。それをうけて、その不満をどのように解消していけば、幸せになれるのかを教えていただきたい。それが自分がしあわせに生きていくヒントになりそうなので。
- 産休・育休がどのくらい普及しているのか。他の世界の国と比べてどうすれば日本はワーク・ライフ・バランスを充実させることができるのか。

（第2回）

- 実際に家庭を持ちながら働いている人たちの生活を知りたいと思った。
- 女性、男性で、将来のライフワークは違うのかということ。
- 男女の価値観。

本ワークショップは、

東洋大学 経営学部会計ファイナンス学科 准教授 新井恭子様、
経済学部総合政策学科 教授 今村肇様、及び
東洋大学の学生の皆様の御協力を得て実施いたしました。

女性のライフプランニング支援に関して
ご関心、お問い合わせなどございましたら、
下記担当課にご連絡ください。

文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課
〒100-8959 東京都千代田区霞ヶ関 3-2-2
TEL: 03-5253-4111（代表）
E-mail: danjo@mext.go.jp

平成 24 年 3 月
文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課
<http://www.mext.go.jp/>