

男性の暮らし方・意識の変革に関する専門調査会

第4回議事録

内閣府男女共同参画局

男性の暮らし方・意識の変革に関する専門調査会（第4回）
議事次第

日時：平成29年1月20日（金）13:57～15:41
場所：中央合同庁舎8号館8階特別中会議室

1. 開 会

2. 議 題

- (1) 資料説明（事務局）
- (2) 報告書の取りまとめの方向性について
- (3) 意見交換

3. 閉 会

○家本会長 定刻より早いのですが、皆さんおそろいですので始めさせていただきますと思います。よろしく願いいたします。

ただいまより第4回「男性の暮らし方・意識の変革に関する専門調査会」を開催させていただきます。

本日は和泉委員、白河委員が御欠席でございます。

最初に会議の次第を確認させていただきます。本日は、まず初めに本調査会においてこれまで委員の皆様にご覧いただいたことについて、それに関連する事務局からの説明がございます。

次に、これまでの議論を踏まえて、少し私の考えもお話させていただきたいと思います。10分、15分お時間をいただきたいと思います。

その後、今日一番時間を長くとっておりますところですが、報告書の取りまとめの方向性について議論をどんどん進めていかなければなりません。この内容について委員の皆様から報告書の取りまとめの方向性、中身に向けて御意見をそれぞれいただきたいと思っております。

まず資料の確認を事務局からお願いいたします。

○岡田課長 それでは、確認させていただきます。

今日の資料でございますけれども、議事次第、資料1として「事務局説明資料」を用意してございます。

資料2は「男性の暮らし方・意識の変革に関する専門調査会 報告書構成案」としてお持ちして、1枚物でございます。

資料3は、これまでの専門調査会における委員の御意見について整理したものでございます。これは5枚ほどを綴ってございます。

資料4として、今日御欠席の白河委員から1枚、御意見として資料が提出されております。

以上でございますが、あとテーブルの上に1～3回のこれまでの会議資料をお配りしておりますので、適宜御参照いただければと思います。

以上でございます。

○家本会長 引き続き、資料1について説明をお願いいたします。

○岡田課長 資料1をお開きくださいませ。これまでの第1回、第2回、第3回の調査会において、先生方からプレゼンテーションいただきましたけれども、それに関連しまして既に内閣府として実施していること、また、体制について説明をさせていただきたいと思っております。

表紙をめくっていただきまして1枚目でございます。これは第3回調査会の古平委員の御発言に関連して用意させていただいたものでございます。先日の第3回では古平委員から、ワーク・ライフ・バランスのイメージを進化させてはどうかという御指摘がありました。そこで現在、政府でのワーク・ライフ・バランスの推進体制について説明させていた

だきたいと思っております。

ここにございますように、政府には仕事と生活の調和推進官民トップ会議というものが平成19年にできたわけですが、その枠組みのもと憲章、行動指針を策定しました。それまでは働き方の見直しというのは個々の企業の取組に依存していたわけですが、それを体制として政府として進めることにしたわけでございます。平成22年にはその憲章、行動指針を、また平成28年にも行動指針を改定いたしまして、現在に至るということでございます。

憲章では、仕事と生活の調和の実現が日本の社会を持続可能で確かなものにする上で不可欠であるということで、国は国民運動を通じて気運の醸成をするといったことに取り組むことを述べております。また、行動指針では、各主体がどういったことをしていくかということも述べております。

その下に仕事と生活の調和連携推進・評価部会というものが設けられておりまして、憲章ですとか行動指針に基づきまして、どれくらい進んでいるのかという点検評価を行ったり、連携推進を図るために部会というものを開催してございます。また、関係省庁の連携を図るために連携推進会議というものを組織している。こういった体制が既にありますということも説明させていただきます。

2 ページ目、これは第 2 回の鍋山委員、塚本委員の御発言に関して、こういった施策をやっていますということを御紹介するものでございます。鍋山委員、塚本委員からは、自治体における表彰制度ですとか宣言制度について御発表がありました。例えば福井ですと、男性の子育てを応援する職場環境づくりに取り組む企業を父親子育て応援企業として表彰するというお話がありまして、鍋山委員からも、山口でも子育て応援企業宣言制度ですとか、子育て応援優良企業知事表彰などがあるという御発表があったと記憶してございます。

内閣府におきまして似たような仕組みを持っておりますので、説明させていただきたいと思えます。

内閣府では女性の活躍に関連して、「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」行動宣言というものの賛同者を拡大する取組を進めてございます。これは平成26年6月に女性の活躍に積極的に取り組む男性リーダーの方々に集まっていただいて、2 ページ目の左下に、字が小さいのですが、行動宣言というものをまとめていただきました。これは女性活躍に向けて自ら行動する、発信するですとか、現状を打破するとか、ネットワーキングを進めるというようなことについて、自らこういったことに取り組んでいきますという行動宣言でございます。女性の活躍には男性のコミットメントは不可欠ということで、行動宣言に賛同してくださる方を広げていくという取組をやっているところでございます。賛同者の方々には、それぞれの組織でいろいろな取組をなさっておいでなのですが、そういった取組をやっているかということも拝見いたしますと、男性の育児休業の取得率について目標を立てていらっしゃるトップの方々もいらっしゃるということでございます。

3 ページ、先進企業表彰というものを平成26年度からやっております。この表彰は女性が活躍できる職場環境の整備を推進するために、役員ですとか管理職への女性の登用に関する方針、取組、実績、情報開示に優れた先進的な企業を表彰するものでございます。

今年度の表彰は昨年12月に行わせていただきまして、内閣総理大臣表彰2社、内閣府特命担当大臣表彰5社を表彰させていただいております。今年度は、内閣総理大臣表彰はカルビー様と損保ジャパン日本興亜様が表彰されています。3 ページ目の左のところを見ていただきますと、カルビー様も損保ジャパン日本興亜様も男性の育児休業取得にも取り組んでいらっしゃるということで、女性の活躍を進める上で、男性の育休ということにも取り組んでいらっしゃるということでございます。

4 ページ目、5 ページ目は、それぞれの企業の取組を簡単に整理して表にしたものでございます。内閣府特命担当大臣表彰をお受けになっている会社でも、男性の育児参加に力を入れていらっしゃる企業さんもいらっしゃいます。

3 点目でございます。これは前回の調査会で古平委員から、WAW!の1つのラウンドテーブルのテーマとして、ワーク・ライフ・マネジメントが掲げられていましたという御指摘がございましたので、WAW!について説明させていただきますとともに、そこでの総理のスピーチを紹介させていただくものでございます。

これはWAW!で「ワウ！」と呼んでおりますけれども、日本の女性分野に関する取組を国内外に発信するために、安倍総理大臣のイニシアチブで2014年に第1回目が開催されて、2016年が第3回目ということでございます。世界のさまざまな地域、国際機関等からトップリーダーに参加していただいて、女性のエンパワーメント、女性の活躍促進のための取組について議論がなされたということでございます。

当日、1日目に公開フォーラムというものがございまして、その公開フォーラムで冒頭、安倍総理のスピーチがありました。その抜粋が7ページ目でございます。スピーチでは行動を通じて意識も変えていくということで、下のほうでございますけれども、ちょうど一番下の固まりのところですが、『働き方改革は男性の意識が変わらなければ成功しません。家事や育児は夫婦とともに担う。子供が生まれた直後から夫が育児に取り組めるよう、男性の育休に加え、妻の出産直後の休暇、いわば男の産休の取得を推奨していきます』といった発言がございましたので、それを紹介させていただきました。

最後に次のページでございますけれども、国際的な動きについて1つ御報告させていただきます。

2015年9月の国連サミットで採択されております、持続可能な開発のための2030アジェンダ（SDGs）でございますけれども、ここの目標5にジェンダー平等を実現しようというのがございます。その中に、日本語のところを見ていただきますと、『世帯、家族内において責任分担を通じて、無報酬の育児や介護や家事労働を認識・評価する』といった目標が設定されているということでございまして、紹介させていただきます。

あわせてドアのところにポスターを1枚張らせていただいておりますけれども、各国比

較、ほかの国との日本の育児、家事の時間について見える化するという事でグラフ化したしまして、その右側のところは表形式にしまして、都道府県別の時間を書くことでポスターを今回作成いたしましたので、御紹介させていただきます。

以上でございます。

○家本会長 ありがとうございます。

次に、これまで3回の会議で委員の皆様から御発表をいただいているところですので、先ほど申し上げたように3回の最後のところで私から早口でお話をしてしまって、少し足りていない部分もありましたので、ここから10分、15分ぐらい少し時間をいただいて私の意見を少しだけお話させていただきたいと思います。

その前にあれですね。チラシというか、あのポスターはパソコン用の壁紙にして、みんなのデスクトップの壁紙にするぐらいの工夫をしても、ひょっとするとおもしろいかも知れないので、目にするのはそういう方法もあるかもしれません。すみません、蛇足でした。

お話をしたいのは幾つかの立場からのポイントで、何回も繰り返し申し上げていますが、5人のパパとしてという話と、15歳から会社経営してきて20年やっておりますが、経営者としての視点、ベンチャーの経営者としての視点の話と、それから地域の社会の中での一員の話。今、一番頑張っているのは消防団の活動ですが、それぞれの3点の視点からというふうに思っています。

その前に、第2回でも、第3回のところでも少しいろいろ御意見があった、この専門調査会の議論のスキームの部分について、私の私見、意見を申し上げたいと思っているのですが、すけれども、そもそも誰にどういうインパクトのある方向性がつくれるかというところは重要だと思っていて、議論の範囲について、本来、議論については全然絞る必要はなくて、当然いろいろな角度、方向性があると思うのですが、スキームをどういうふうに絞るかというところが大切だと思っています。

私は自分が特に子育てをしながら会社の経営をするという両面から見て、今のマイノリティとしての、つまり家事とか育児をこの距離感で持つことについては、決してマジョリティではないと今までの日本の議論の中にあっただけですけれども、マイノリティとしての側から見て、でもこの議論を進めていくときにどのようにしたらいいかなと思うと、まず結論から言うと子育ての世代の男性が育児、家事を含めて暮らし方を考える、生き方を考えていく、それを変える。その意識を変革するためにはどうしたらいいんだという議論で、おおむねそういう議論の流れでさせていただいておりますけれども、そういうところのまず1つ前提を、私個人としてはこれから意見を申し上げておきたいなと思っております。

もちろんそれを変えるためには、例えば上の世代の方たちも変わっていただかなければいけないとか、組織、会社の中にいけば経営者、トップの人たちの考えが変わってもらわなければいけないとか、もしくはこれから子供を産み育てる世代の人たちにも知ってもらわなければいけない。さらに場合によってはそれよりもっと若い中学生、高校生みたい

な世代にもみたいな話も、多分それぞれのスコープとしてはいろいろあるのだと思うのですけれども、議論をどこに集束させていくかというときにスコープが大変広くなり過ぎるとなかなか難しいとっていて、子育てという範囲の前後の部分のところに特に議論を集中していきたいなと思っています。

この会議の中でもそうですし、政府全体の中でいきますと、例えばこのフロアの中にある子ども・子育て会議とか、少子化対策の話とか、働き方改革の話とか、いろいろな議論が同時並行でたくさん進んでいる中で、この専門調査会の冠には男性というテーマがついていますので、男性というテーマ、議論が与えられているのだと認識しています。

それから、もう一回マイノリティー、マジョリティーの話を申し上げると、たしか古平委員からの御発言でもあったと思うのですが、数字で見てもそうだし、実際問題として家事・育児に興味を持ってとか、言葉ではなくて心底楽しいと思っている男性の数がどれぐらい子育て中の男性にいるかといったら、日本全国見回したときに確かにこれは実感値としてもマイノリティーなことは事実だと思うのです。

ただ、じつと正月の間に考えていたときに、マイノリティーの人間がマジョリティーの人たちをどのように変えるかというのはなかなか、差が拮抗していればいいのですけれども、結構離れている数字なので、例えばこの調査会に参加をさせていただいている皆さんも比較的家事・育児についての距離感がかなり近い男性の方たち、あるいは女性の方たちにしておいても、同じように男性とのそういう会話が十分にふだんからなされている皆さんだと思うのです。そうすると、こういう場の中で私は家事にも育児にも関心がないんだよねみたいな人を呼んできて話を聞くというのも、なかなかそんな簡単にはいかないので、そういうことは今回あまり考えませんでしたけれども、マジョリティーの人たちの頭の中を変えるのをどういうふうにするかというのが、今どうしても自分たちのいるところから考えるだけではアプローチが足りていないところがあるので、ここの戦略と方法を考えるところというのは全体の議論の中で重要だと思っています。

もう一つ、この調査会が設置をされる段階で社会全体、会社の経営もそうだし、あらゆる指導層全体を巻き込んだムーブメントをつくっていくことについて考えろというお題が最初にあったのですけれども、これも共働き当たり前世代の私たちの周りにとって、どのようにすると本当のムーブメントになるのか。もちろんこういうふうに見える化する話もそうだし、先ほどの事務局から説明があった男性のトップの人たちがこのように働き方、ワーク・ライフ・バランスに対して意識を変えているんだというメッセージを発信するのもそうだし、いろいろな方法があると思います。ただ、何となく私たちの、今、私は35歳ですけれども、周りの世代からもう少し下の世代を見ている、ニュースから流れてくるテーマだとか、新聞で見るテーマだなどという感覚でとどまっている人たちも決して少なくないと思います。

どうすれば個人個人の感覚を変えていけるかというのは戦術の話なので、全体の戦略の話に紐づけて話さなければいけないですけれども、簡単ではないと思っています。本当に

国を変えようとする、国全体の価値観を変えていこうとする話なので、当然トップの方たちのメッセージが重要ではないという話ではなくて、これは当然重要で、しかもみんなでタグを組んでやっていくんですよという話はとても重要だと思うのです。あるいはデータで示すとか、広報戦略を頑張るといっても当然そうだと思うのですけれども、もう少し裾野を広くする、社会の中で浸透させるという方法の具体的な策で、新しいアイデアが出てこないと難しいのではないかと考えています。

最近ふと妻と話していて、そうだねというので1つ一致したのが、皆さんドラマとか漫画で見られたかもしれませんが、『コウノドリ』という産婦人科医の方の漫画が、たしか連載で数年ぐらいつと続いているのだと思うのですけれども、全部ずっと読んでいて、とても大好きな漫画なのですが、産婦人科医の現場の方たちのいろいろな日々の話が連載で続いています。これは実在する大阪の産婦人科の先生がモデルになっている漫画なのですけれども、男性として正直、産科の現場の話を全然距離感が遠くて知らなかった話も、漫画という方法ですつともものすごい情報量がたくさん入ってくる。これも興味を持たなければ、当然そこは全部読み飛ばしてしまうので意味がないかもしれませんが、今後の戦術の中に、例えばテレビのドラマもそうだし、漫画という線もそうだし、場合によっては映画という線もそうかもしれないし、どうやって社会に浸透させていくかという手段、手法についても、ここは今回の専門調査会全体の議論のテーマではないので、あくまで私のこの議論の中で思いついた話だととどめていただければと思うのですけれども、そういうものも一案としてあるのではないかと考えています。

なので、日々例えばおむつをかえるとか、ミルクをあげているという男性の話と、子供が生まれて結局ミルクもあげなかったし、おむつもかえる機会がなかったんだよねという男性との距離感をどのように変えるかというところ、こちらにどうやって浸透させるかということの手段、手法までもう少しいろいろ考えなければいけないと思うところです。

経営者の話としての視点から申し上げる点は1点で、当然、経営トップが変わらなければいけない。私たちの場合、自分で言うのも変ですけれども、よくも悪くも幸いに自分自身が子育てを経験しながらだったので、従業員が子育ての前後で、例えば子どもを産みたいというタイミングぐらいつと一緒いろいろ考えることができたし、それに伴ってどういう制度をつくったらいいかというのは、会社の中で自分たちで試行錯誤しながらできたというのは、たまたまですけれども、幸いな状況でした。

先ほどのトップの方たちのメッセージ、これは子育てという話ではないので、ワーク・ライフ・バランス全体だということではそうだと思うのですけれども、出てくる写真が大抵スーツなのです。例えばこれから先、子育ての話でメッセージをする、働き方のところでメッセージを出していく、あるいは意識を変えるところでメッセージを出していくというときに、スーツの人たちがたくさん並んでネクタイを締めていますという話は、若い従業員からしたらどうやっても距離が遠いのです。メッセージの出し方、前に九州の動画も見せていただきましたけれども、あれ1つがということではなくて、ああいうふうな距

離感を近づけていくという努力がどういうふうにできるかというのがあります。

もう一つは、これはずっと男女共同参画会議の本会議でも申し上げ続けていますけれども、大企業でできることと中小企業でできることというのは極端に差があるので、中小企業のトップの人たちに男性の働き方、暮らし方、生き方それぞれを考えていってもらう上では、かなりやり方を変えなければいけないと思うのです。正直、資金的な手当も必要だと思うし、今ある方法よりもっと踏み込まなければいけないと思うし、地域単位で私たちよく使う言葉で好きなのが、スターをもっと出さないと、ロールモデルを出して行って、それを自治体の市長さん、首長さんとか、国全体でこういう人がいるというケースをもっと掘り下げることができないか。ただ、もちろん表彰させていただくというのもとても意義のあることなのですが、それはその方にしかなかなかメッセージが行きづらくて、周りに伝わりづらい。なのでこの人はスターで、こういう人、こういうケースがそれぞれの地域にいますよという話が、もう少し前面に出る方法はないだろうかと思うところです。

最後、第2回のところでも議論させていただいた液体ミルクの話だけしてこの話を終わらせていただきたいと思うのですが、この専門調査会をお引き受けする前から、個人的に液体ミルクのことについてずっと関心を持っていて、自分であちこち訪ねていたりとか、先般、少し皆さんに試飲をしていただいたりしましたけれども、自分でいろいろ見てみよう、考えてみようというのをやってきました。議論全体としてもそうでしたし、私自身もその必要性あるいは有用性の話については十分認識ができています。

ただ、ふだん仕事をしている立場からすると、当然、物ができるということは、あるいはメーカーさんがいるということの状況の中では採算がとれるのかとか、継続性がちゃんとその中にあるのかとか、日本の消費者の人たちの基準の高さの話とか、あとは最後に気になるのは、このペットボトルでお茶を買うのと同じだというふうには決して思いませんけれども、お財布に合った状況になるのかどうかというところにとっても関心があります。

一部、先に先行していろいろなメディアでも表現が出てきた中では、もちろん乳児用の液体ミルクという話自体についての有用性の話は先ほどのおりなのですが、魔法ではないというところが、例えばこれで男性がいきなりミルクをあげる比率が高くなるかという話ではないというのは、そう思いたくなる気持ちもわかるのですが、決して私は全然そうではないと思っていて、時と場合によって多分粉ミルクも使うし、液体ミルクも使うしという話だろうと思っています。ただ、今まで液体ミルクという選択肢がなかったことで、これがあることによって確かに変わることはたくさんありそうだというのは私自身も実感しています。

それに当たって、例えば備蓄の用途とか、場合によっては自治体単位で買い上げていただくとか、そういうことによって手が挙がる場所がもっとたくさん出てくれば、また現実のところ変わってくると思うのですが、とにかくここで議論しなければいけないのは、魔法の手段で何か1つこれでぽんとできれば男性の考え方が変わるとか、やり方が変わるという話ではないというのは、もうここにいらっしゃる方たちは皆さん十分に御理

解いただけと思うので、さまざまな場面のことをいろいろ考えたいなと思っています。

これも完全に蛇足ですけれども、汚かったら議事録から外していただいて結構なのですが、この間、子供を抱っこひもで前に抱えながら男性用のお手洗いの個室に入ったのですが、子供用のシートがなかったのです。ふと今まで考えたことがなかったのですが、女性の人たちはこういう場面で、子供が寝ていたのです。寝ていなかったら起こして、ごめんという話で済むのですけれども、寝ていたので、寝かしたままでどういうふうにするのかなというのが、すみません、5人も子供を育てて今まで考えたことがなかったのですが、そういう場面に出くわしました。多分こういう話が、私もだからあまりにも無意識過ぎてずっと5人を育ててきたので、意識すればもっと考えなければいけないことがたくさんあるのだと思うのですが、設備も逆に言うと魔法ではないし、何か1つとってということではなくて、その世代の人たちの話をもっと聞く、その中で戦術を考えるということの中に、先ほど申し上げたようなところのヒントがいろいろあるのではないかと思います。

最後に消防団の話をして終わりますが、消防団は自分がやりたくて始めて今ずっと活動をしています。周りの人たちに聞くと、消防団って飲み会ばかりではないのという話をされるのですが、決してそうではないのですけれども、思ったのが、こういう地元の活動にも普通の会社勤めの仕事をしていると、なかなか参加する方法がないなど。例えば夏ぐらいになるとポンプの操法大会があるのですが、これは大体いろいろ聞き回ったのですが、平日の夕方6時とか6時半ぐらいから地元で訓練しているわけですが。絶対に会社勤めをやっているとなかなか無理。地域の人たちがどうしても主体に、しかも年齢が高い方たちが主体にならざるを得ない。

やりたいと思っている、関心を持っている人たちでも、ちょっとそういう話を聞くと距離感が離れてしまうということがあって、働く時間の話もそうですし、そういうものがパパの背中として見える子供みたいなことも考えると、そもそもの議論として今日の冒頭の話もそうですが、発散はしてはいけないものの、働く世代、かつ、子育てをしている世代のパパたちにまだ掘り下げなければいけないテーマはたくさんあると思っています、この辺が残り報告書を取りまとめていく上で、しっかりと議論をさせていただきたいと思っていますという感じでございます。

とりまとめもない話になってしまいましたが、時間が超えてしまっているので、一旦この辺で私の話は切り上げさせていただきます。

以上です。

何か反論とか御意見とかもしあれば。私の今の意見になかなかぱっと御意見をいただくのは難しいかもしれませんが、進めさせていただいてよろしいでしょうか。もしあれば残りまた後のほうの時間でください。

それでは、話を少し戻させていただいて、今日はこの後の時間、1時間半ぐらい調査会の報告書の取りまとめの方向性について議論したいと思います。これまでの3回の調査会

の議論について、構成案の素案を考えております。まずその素案について事務局から説明をしてもらいたいと思います。お願いします。

○岡田課長 資料2を御覧くださいませ。この構成案は資料3として用意させていただきました1回目から3回目までの専門調査会での委員の御発表の内容、また、事務局を含めまして、各府省庁から提出された資料などをもとに整理したものでございます。

2つに分かれております。Ⅰでは男性の暮らし方・意識の変革の背景・意義及び課題と整理しております。Ⅱについては暮らし方、意識の変革によって何を行うのか、具体策について整理しております。

Ⅰに戻りまして、この3につきましては第2回の調査会、今、会長からもターゲットをどうするかという話がありましたけれども、第2回の調査会では御意見、お考えも示されたところでございまして、今日のお話も踏まえて記載することになるかと思っております。4につきましては、課題として委員から出されたことを整理していくこととなります。

資料3をあわせて見ていただければと思いますけれども、1～3ページではⅠとして整理させていただいてはどうかと思われる委員の御意見を議事録などから抜き書きさせていただいております。例えば1の暮らし方・意識の変革が必要となる背景ということでは、女性に偏る我が国の家事・育児・介護の負担に関するものとして、時間の使い方について御意見があったところでございます。また、社会構造の変化ということで、介護について誰もがかわることになるのではないかという御意見をいただいております。また、男性の暮らし方・意識の変革を進める意義という形でここでは整理させていただいておりますものですが、今までの御意見ですと男性についてどのような意義があるか、メリットがあるか、企業にとってメリットがあるかといういろいろな御意見がありました。

次のページの課題のところですが、ここについては今、会長からも御指摘がありました。意識ですとか認識について御意見があったので、ここでは5つほどの項目に整理してはどうかということで、構成案として整理させていただいております。

1つ目は、男性も家事・育児・介護を担う必要があるという認識の共有ということで、ここでは男女の意識をともに変えていくことが必要だですとか、家事をすべきという義務感ではなくて、やったほうがいいと思ってもらえるような仕掛けも必要ではないか。そういったものがカッコいいというイメージも必要ではないかとか、家事について夫婦間で話し合うことも大事ではないか。上の世代の意識も変わらないといけないのではないかという御意見もあったかと思っております。

職場の環境ということで(2)として書かせていただいておりますけれども、ここについては働き方改革ですとか、長時間労働の是正が必要であると、どの先生方からも御指摘があったと思っております。その職場との関連で働き方に関連するものは後ろのほうに、8ページ目にあわせて整理させていただいておりますけれども、働き方についてもいろいろな御意見がありました。

先ほど会長からトップの考えも必要だけれどもというお話がありました。先生方から

トップのお考えも変えなければいけないのではないかと、中小企業のことも考えなければいけないのではないかと御指摘があったかと思えます。

(3)としてここに載せさせていただいています、男性の育児休業の取得率が低いということにつきましては、その経済的負担については結構軽減されているけれども、まだまだではないかという御意見があったと記憶しております。そういうことで整理させていただいております。

家事や育児に対する知識や経験の不足ということで、家事シェアということでいろいろな情報をまとめてどうかという御指摘もありましたので、こういった項目を設定させていただいております。そのほか送迎、移動の負担などもあるということで、(5)として男性の育児参画を推進していくための環境整備ということで、1つ項目をつくらせていただいたところでございます。

次に、IIには3つの柱を設けております。

1つ目は、国民の各界各層を巻き込んで男性が家事・育児・介護等を行うことが当然という世論の形成。話が戻りますけれども、最初の専門調査会で会長から論点として、1つ目は男性の意識改革の必要性をどういうふうに共有していくか。2つ目としては行動として日常化させるにはどうしたらいいだろうか。3つ目として各界各層どのように巻き込んでいくか。また、家事・育児の負担そのものの軽減をどう図るかということも論点ではないかという御発言がございまして、それに沿ったものでございます。

1つ目は、男性の意識改革の必要性を共有するといったことですか、各界各層の巻き込みというものに関連することを整理しておりまして、2つ目の柱、男性の家事・育児等への参画機会の拡大ということについては、行動として日常化させることに関連するものを整理させていただいております。

3つ目の柱のところは、家事・育児・介護の負担や負担感を軽減する取組ということで整理させていただいたものでございます。

それぞれ柱の中で3つに整理させていただきまして、1つ目はそれぞれの柱の基本的考え方をここで述べてはどうかということで整理させていただいております。

1つ目の柱でありますけれども、(2)では各界各層の巻き込みを図る観点から、各界トップを巻き込んだ官民の連携ということで整理してはどうか。(3)でございましてけれども、関連施策において家事・育児などに男性も参画することを前提とする視点を導入するというのを整理させていただいております。

2の参画拡大につきましては、ここでは(2)に書いておりますけれども、子の出生に伴う休暇、この子供の出生に際して男性も家事・育児に参画できるように、休暇や休業取得を推進するというについて整理をしてはどうか。(3)でございましてけれども、子の出生時のみならず、あらゆる機会を活用して家事・育児に参画するというので整理してはどうかということで、(2)(3)を用意させていただいております。

これらにつきましては、これまでの1、2、3回の調査会の中でもいろいろ御議論いた

だいておりました、最初の大きな柱のところは4ページから御意見を整理させていただいてございます。

3のところは負担や負担感の軽減でございますけれども、(2)として出させていただいたのは、育児中、子育てのときに外出といいますか、移動に関する負担を軽減する環境整備ということで整理させていただいております。育児中の外出というのは荷物が多くなったり、いろいろ負担が多くなることが考えられますけれども、そういったものについて整理してはどうかということでございます。

(3)であります、これは第2回の専門調査会で関係者の方々にも来ていただきまして、ヒアリングをしたものでございますけれども、乳児用の液体ミルクについての項目でございます。その専門調査会での議論は、この意見の整理表の7ページ目にその日の先生方の御意見を入れておまして、そういったものを踏まえて記載していくことになるのではないかと考えております。

以上、1、2、3回の先生方の御意見をもとに、こういった形で整理をさせていただいたものを本日、構成案としてお出ししてございます。

以上でございます。

○家本会長 ありがとうございます。

それでは、議論に早速入っていきたいと思います。まずその中で第1回の調査会でも申し上げましたけれども、この調査会としてまとめた提言は、来年度の政府として取りまとめる重点方針に反映されることとなります。その前提を置いて、まず最初に1つ目の大項目の男性の暮らし方・意識の拝啓・意識及び課題というところについて議論を始めたいと思います。

この項目の中の1と2にある男性の暮らし方・意識の変革が必要となる背景、意義については、1回目の専門調査会で認識を共有させていただきました。また、3番目の重点的に実施すべき対象についてなのですけれども、これも先ほども私の意見で申し上げたり、第2回の子育ての専門調査会でも同じように発言させていただきましたが、現在の子育ての世代もしくは将来、子供を持たれる世代の方たちを中心に検討を進めてはどうか。上の世代の方たちについては、若年層の暮らし方、それから、その意識の変革に影響を与える可能性がある存在の方が当然いらっしゃるの、その世代の方も考慮に入れて検討を進めるべきではないかという御発言をいただきました。

4の課題については、過去3回の専門調査会での議論を踏まえて、先ほど御説明を事務局からいただいたように5点を挙げております。

ここから先、議論の進め方としては1つずつ大きな項目ごとに議論を進めていきたいと思っております、まず最初にここから1つ目の背景、意義及び課題というところで、皆さんからいただいているポイントをまとめさせていただいておりますけれども、さらに御意見があれば、あるいはこういうまとめ方、方向性で、こういうところをつけ加えてはどうかというところをいただければと思います。委員の皆様からの御発言は、まとめさせて

いただいているとおり、どんどん御発言をいろいろいただいて、それをこの後、取りまとめしていく上でしっかりと考える活動をさせていただきたいと思っているので、遠慮なく御意見があればいただければと思います。よろしくお願いします。

まず、I から御意見があればお願いいたします。

○鍋山委員 私が最初から割と介護のところのお話をしておりまして、今回この表題を見たときに、でもやはりこの中に介護と一緒に含めてしまうと焦点もぶれるし、今、会長がおっしゃったように対象として仕事と育児を両立している世代に絞るということで、そちらのほうがいいのかなどと思っております。

理由が、男女とも子育てに関しては当たり前、当然にやっていくというのをこの調査会で発信していく。同様にそれを介護もしてしまうと危険なのが、今、家族だからといって介護を担うべきかというところは、国としてまだ方針が決まっていないわけです。そのときにここの文言の中に育児・家事・介護を男女とも当たり前に行っていくべきだというふうに入れてしまうと、少し乱暴かなという気がしますので、今回は対象を絞って育児というふうにしてもいいのではないかと思います。

でも目配りという形で文章の中に、そのように育児をしていくと男性も今まで足りなかったケア能力がついていく。それは自分のケアにも、他人のケアにも使えるケア能力というものがついていく。それが将来の家族の介護というところにも使うことができるという形で、目配りをしていくべきではないかと思います。

以上です。

○家本会長 ありがとうございます。

ほかの委員の皆様、いかがでしょうか。伊藤委員、お願いします。

○伊藤委員 経済団体に所属しているので偏った見方なのかもしれないのですが、女性の活躍を促進するに当たって、男性の働き方を変えないといけないということなのですから、働いておられる方がほとんど対象になりますから、企業の大小問わず、何らかの形で働いていらっしゃる。そうすると、そこのトップのリーダーシップが大変大事ですねと。

経営者から見ると同友会なんかで議論をしているのは、どちらかというダイバーシティーというのは企業の成長、発展に不可欠な要素ですよというのが前提としてあるような段階になっています。それで同友会でも女性の活躍推進をどうやって進めるかという環境整備の話とか提言をしているのですけれども、まだ男性の働き方の変化まで追いついていないというのが実情で、経営者にアピールするということになれば、なぜ男性の働き方の改革が必要なのか。それは女性の活躍を推進するためですけれども、では最終的な従属変数の y は何ですかというと、企業の経営者からすると女性も含めてダイバーシティーを促進していかないとイノベーティブな考え方も生まれにくいし、創造性もないし、人口も減っていく中で、どうやって活躍していただける層を増やしていくかという視点で、企業の競争力とか発展を最終的な目標にしないと、なかなか企業経営者のメンタリティーも変わっていかないのかなと。

多くの問題は、企業の経営者のトップが変われば末端まで本当に一気通貫で浸透させていけば変えられる問題はほとんどはそうだと思うのです。なので同友会としてもどうやって企業経営者の心の岩盤というか、そういうものを変えていかないといけないかということで努力はしているのですが、例えば今、女性が輝く企業の先進表彰みたいなものがあるのですが、これも女性が活躍するというのがメインになっているので、もう少し男性の働き方を変えたところを表彰するとか、それが企業にとって、カルビーの松本会長なんかがおっしゃっているように、ずっと増収増益でやっています。そういう結果にまでつながるようなモデルをつくって、それぞれの業界トップの企業が旗を振って、そういう男性の働き方改革が社会的にも企業のブランディングとしても重要だということをどんどん出していかないといけないのかなと。

私どもも毎年女性の活躍というか、ダイバーシティのアンケートをとっているのですが、今、もうすぐ28年度のもので出るので、やはり男性の働き方のところの質問項目が少ないので、細かい話ですが、来年度はもっとそういうところを増やして企業経営者に意識づけをしていきたいと思っています。

○家本会長 ありがとうございます。

では古平委員、お願いします。

○古平委員 先ほどの介護のところやや気になるところが1点あるのですが、目配りとして入れていくことも大事だと思うのですが、我々もいろいろな企業さんとお話をさせていただいてる中で、男性の話で家事・育児という視点でとまっていらっしゃる企業さんは年々減ってきていて、社員が抱える介護のことに目を向け始めている動きが加速していると思っています。

今回の専門調査会の中では、確かに介護のところは議論し切れていないですが、提言はこれから先、未来のための提言ですので、報告書においても、家事・育児・介護の3視点は入れておいた方がよいと思います。子育て世代においても、子育てしながら働き、さらに親の介護も一緒にという3つのタスクを同時に抱えている人も増え始めているという実感もありますので。

○家本会長 ありがとうございます。

では、三木委員、お願いします。

○三木委員 男性の暮らし方・意識の改革が必要となる背景というところなのですが、1、2、3を見てみると、女性活躍の推進というものが1つ大きな柱としてあるなところは、前提として私自身も感じています。ただ、やはり男性がどう変わっていくかというところなので、男性自身にとっての目線というメッセージも必要なのではないかと感じています。その中で必要となる背景の1つとしては、男性自身が家庭にかかわる機会をもっと得ていく必要がある。そういうメッセージをこの背景の中に1つプラスの要素として入れられたら、もっと前向きなメッセージを発信していくことができるのではないかと感じました。

以上です。

○家本会長 ありがとうございます。

塚本委員、お願いします。

○塚本委員 今の御発言に関連してなのですけども、男性は夫婦で生活していて、女性に先立たれると2、3年で死んでしまうのです。女性は配偶者に先立たれても10年ぐらい生きられるという、平均値でそうになっているようで、もちろん生き物として寿命が違うのだと思うのですけれども、そうなると多分、男性のほうが圧倒的に生活技術が低いということがあって、自分が食べるものであるとか、自分の身の回りのことを処理するスキルが非常に低いということが大きな原因なのだろうと思っているのです。

今回の資料2でも、4に家事や育児に対する知識や経験の不足というものがあるのですけれども、これはもともと男性が家事・育児に適していないわけではなくて、多分、実際に結婚して生活し始めて、夫婦のどちらかが家事を担当するまで、今の女性も男性もそんなに家事、料理したり後始末したりという経験はそんなにうちの学生を見ていると差がない気がするのです。

自分の話をすると、私はひとり暮らしが長かったですし、配偶者はずっと実家から仕事に通っていたので、結婚した当初は私のほうがはるかに家事スキルは高かったということがあったりするので、その経験というのは別に主要なものではないわけですし、何が言いたいかというと、男性がこれから高齢化社会に入っていく中で、特に老後、自立して生き生きと老後を送っていく上で、多分、身の回りのことができる家事能力とか、あとは地域の人とのコミュニケーション、地域にネットワークを持っていてコミュニケーション能力があるというのが、結構元気で生きがいがある高齢社会を生きていく上で、結構必須の条件になっていくと思うのです。そういった意味では男性が家事をしたり、地域活動に積極的に参加したりとかいうようなことを担っていくというのは、男性が自分の老後考えたときに非常に意義のあることで、健康長寿で生き生きと暮らしていく上で、男性にもメリットがあるんだというあたりの視点を入れていったらどうかなという気がいたしました。

○家本会長 ありがとうございます。

川島委員、お願いします。

○川島委員 上からかぶせるというか、同意するような意見になってしまって恐縮なのですが、私も先ほど会長がおっしゃったとおり、男性のマインドチェンジが絶対に必須条件です。マインドチェンジするためには時代がこうなっていると、世の中がこういうふうになっているというものでも変わらないと思うのです。これはイクボスとかワーク・ライフ・バランスを管理職や経営者に推奨しているときも、その話をしているときは多くの管理職や経営者はふんぞり返っているのです。だって自分のことではないから、直接的には被害を受けないと思ってしまっている。でも、それを経営者たちに、働き方を変えると収益も上がるし、優秀な人も採用できるし、あなた自身も親の介護をする可能性があるのだから、あなた自身にもプラスになるよと。全部要は自分ごとにさせると経営者や

男性の中間管理職の意識が変わっている。これは如実にあらわれるのです。

繰り返しですけれども、大義名分とか社会とか人権とか福利厚生とか世の中が求めているなんて言っても変わらない人が大半で、こういう報告書というのもそういうきれいごとがいっぱい書いてあるではないですか。きれいごとというか、実際に重要なことだと思うのです。でも、そんな道徳的なことをばんと打ち出しても、そういう人たちはそもそも読まないですよ。だから自分ごとにさせるようなことを前面に出す必要が私はあると思います。

そこが大前提の話で、ここから整理して自分ごと、では、これも会長がおっしゃったとおり、今、子育て中の30代を中心とした若手イクメン君たちをターゲットにして、どういうことで自分ごとをさせるか。そして、彼らを働かせている経営者や管理職、仮に50代としたら、彼らに対してどう自分ごとをさせるか。そこは整理して自分ごとをさせるということですね。

前者のイクメン君たちへの自分ごとにさせるというのは今おっしゃったとおり、あるいは2ページ目の上段の4つ目ぐらいのマスに私の御意見を書いていただいたとおり、やはりやったほうが得だと思わせる。自分ごとって得だからやるわけですね。そこを前面に出す。やらないと損だぞイクメン君たち。子育てだけではなくて家事も、地域活動もやったほうが得だぞというのを前面に出すし、後者の経営者や管理職に対しては、働き方改革、イクボス的なことを増やすことで女性の活躍がアップするのと同時に、男性社員の仕事能力も高まる。家事や育児をやることで多様性が身についたり、段取りがよくついたり、ネットワークできたり、付加価値がつけられるような頭の中で化学反応を起こせるようになったり、そういう事例がいっぱいあるので、そういうふうに分ごとにさせるほうがいいなと思います。

しつこいようですけれども、前者のイクメン君たちへの自分ごとというのは、こちらの2ページに整理されているからいいのですけれども、後者の経営者や管理職に対しての自分ごとも、ここはやはり働き方改革、脱長時間労働、イクボスを推進するイコール女性の社員が活躍するのが増えるということだけになってしまっているのです。そうではなく、男性社員、我が社の男性社員の仕事能力が高まるということも、私は前面に出していいのではないかと思います。

女性社員の活躍が増えるということで働き方改革、イクボスをやろうよと言っても、そこは自分の会社の社員の夫は社外ですから、その夫がどうしているかなんてコントロールできないし、社長としては自分には関係ないではないですか。自分の男性社員もスキルアップするんだよと、やはりそこも自分ごとにさせるような話にするという、ちょっとしつこくなってしまいましたけれども、全て焦点、ターゲット、レポートは自分ごとにさせるようなストーリーに私はしたほうがいいと思います。そうしないと空虚感がある内容になってしまうと思います。

○家本会長 ありがとうございます。

山本委員、お願いします。

○山本委員 今、男性の委員の発言が続いているので、似たような感じになってしまうのですけれども、先ほどの川島さんのお話にもありましたが、あまり読んでいてわくわくしないなというのが正直なところであって、言葉の使い方が乱暴だったら申しわけないのですけれども、それが先ほど三木さんがおっしゃっていた、男性目線で言うところのどういうことなのかというところ、あと、メリットであるとか、自分ごとかというところが全部つながってくると思うのですけれども、私が象徴的だったと思うことがあって、実はWAW!は2年連続お手伝いをしていて、安倍総理のスピーチを2年連続現場で聞いているのですが、今年一番うけたのが、資料にも書いていただいている男の産休というすごくわかりやすいキーワードと、家事をしないことで悪名高き日本男性にとっては、いよいよ名誉回復のチャンスだと思いますというところが、私は違いますがとさりとて総理が自分は違うぞと言ったのも含めてすごく盛り上がったのです。

要するに、これは日本の男性も別にやりたくないわけではなくて、やりたいと思っている人もいるのだけれども、なかなかそういうことができなくて、でももっとやれやれという社会的なプレッシャーがあって、いまいち自分たち頑張ろうとしているのに頑張り切れないなというときに名誉回復という、少し自分らにとってわくわくするというか、いよいよ来たぞというタイミングのワードが、女性ではなくて男性に対して発されているというところも含めてすごく盛り上がったというのがあって、言葉の選び方1つとっても、女性の活躍のための男性の暮らし方・意識の改革というものだ、正直、一人の男性としては極めて厳しい。それを前面に出してやるのは極めて厳しいと思います。

なぜかという、それはプレッシャーでしかない、それではなくてこんなふうになると、こんないいことがあなたたちにとってあるよというふう、そのような方向性を念頭に置いて、この背景とか課題もやらないと、その後、どれだけ有効な、つまり1番の方向性がそういうプレッシャー型とか、女性のためにみたいなふうになっていると、2番でどれだけいいことを言っても多分成立しないというか、人の頭に入らないというのがすごく気になっているので、そこの部分は皆さんがお話されたことと重複してくるのですけれども、すごく気になったので今、発言をさせていただきました。

○家本会長 ありがとうございます。

西本委員、お願いします。

○西本委員 男性がわくわくするようなメッセージを入れてほしいと思います。あまり家事をしていませんよとか、できていないよとか、男性を追い詰めるような感じではなくて、男性は現在の働き方のままでは、仕事もして、家事もやるというのは大変だと思うのです。だからそこは少し救いのあるような書き方ができないかなという感じがいたしております。

もう一つは自分ごとというのが川島委員からあったのですが、私は実は親と同居していましたので、子育て期は両親の応援があってずっとやってきました。子育てがちょうど終わったころに4人の親の介護をすることになり、そのとき初めて家事をやり出したのです。

そうすると意外と自分の仕事のスキルが確かに上がってくるのです。いろいろなことが同時並行でこなす必要があるために、段取力もつきます。生活に密着したことをやると、仕事も本当にスキルが上がるんだというのは自分の実感としてもあるので、そこを強調してもいいと思います。そういうものは企業にとっても非常にメリットがあると、そういう方向でまとめていったらいいのかなと思います。

○家本会長 ありがとうございます。

今かなりいろいろな範囲のところの議論を既に先に進めていただいているのですけれども、一つ一つの項目で、先ほどの構成案の資料2で御意見をさらにもっと深くいただきたいと思っているのですが、続いてIIの男性の暮らし方・意識の変革についての構成案の中で、国民の各界各層を巻き込んで、男性が家事・育児・介護等を行うことが当然という世論の形成という部分について、このテーマのところについての特に掘り下げた御意見があればいただければと思うのですけれども、この資料2のちょうど真ん中ぐらいのところです。

では、古平委員、お願いします。

○古平委員 構成案の文言で気になる点がひとつあります。気運醸成の最終ゴールは、男性も家事・育児を行うのは当然というところではありますが、報告書の章立てにおいて、当然という言葉を入れるかどうかは、全体とのバランスを見ながら検討した方がよいと思います。今の議論の流れでもありましたが、男性の家事・育児の参画を加速させるためには、押し付けにならないで、男性自身がメリットや世の中がよくなると感じる事が重要です。私は先日の発表の中で、当然という最終のゴール設定はしていますが、シェアという言葉も使わせていただいています。当然と押しつけるのではなく、いろいろな選択肢がある中で、男性が家事・育児をする選択もいいよねと感じさせることが重要だと思っております。というのが1点です。

あと、先ほどワーク・ライフ・バランスの件を追加で御説明いただきましたが、私が前回、御説明させて頂いたのが資料3の真ん中で、ワーク・ライフ・バランス2.0というところですが、もう一度ここを補足させていただきます。男性の育児・家事参画は、女性活躍の表裏一体ではありますが、女性活躍推進のために男性が育児・家事をする必要があるという文脈だけでは男性の気持ちは動きにくいです。男性にとっては働き方改革の方が自分にとってメリットも感じやすく入りやすいテーマなので、それら3つがセットで語られることが気運を醸成していく上で非常に重要だと思っています。そして、その3つを動かしていく上で重要なのが、ワーク・ライフ・バランスの概念、ワーク・ライフ・バランスとは何ぞや、ということだと思っています。

ワーク・ライフ・バランスのもともとの概念には、もちろん質のことが入っていますが、一般的な生活者にとってのワーク・ライフ・バランスは、コトバから感じるイメージが先行し、時間のバランスをとる、長時間の残業を減らすというような時間のこととして捉えられていると思います。しかし、これからのワークにおいては、より生産性が問われます。

テレワーク等、働き方を変えていくこと、それから、ワークとライフでシナジーを出していくことも求められますが、それも質の話です。さらには介護もそうですし、地域の活動もそうですし、いろいろな生き方や多様な価値観が生まれている世の中においてライフの質も益々、重要になります。ですので、この機会に、ワーク・ライフ・バランスという概念のイメージを質のところまでレベルアップさせていくことが重要だと感じています。

それは生活者が主体です。これだけデジタル環境も進化してきた今だったらみんなで新しいワーク・ライフ・バランスを作り上げられる、盛り上げていくことができる。環境が整ったと思っております。先ほどワーク・ライフ・バランスを取り巻く、組織体について御説明いただいたのですが、組織体ということではなく、新しいこれからの時代を牽引するワーク・ライフ・バランスのイメージを再構築することが重要であるということです。

○家本会長 ありがとうございます。

ほかの委員の皆様いかがでしょう。山本委員、お願いします。

○山本委員 前回のプレゼンのときはあまりお話できなかったのですが、私のほうで民を巻き込むというところで、GoogleのほうでWomen Willというものをやっているときに、Happy Back To Work Weeksという52社で共同のキャンペーンを去年の春、3月、4月、5月くらいまで張ったことがあって、それは52社の方に女性の基本的な幸せな復職を応援するための企画をそれぞれ行っていただくということなのですが、その中には当然男性が家事・育児に参画するというものがパーツとして入っているものの合同キャンペーンをやって、その中では例えばABCクッキングというクッキングスクールさんに、同じHappy Back To Workというスローガンとかロゴマークと一緒に、パパ向けの料理教室をそのときに初めて提供いただいたりとか、あとはクリーニングのリネットさんという会社に、男性が初めて洗濯するときに、どうやったら子供が公園でつけてきた泥は落ちるのかとかいうのを、タブレットとかで簡単に見られるようなものをわざわざ開発していただいて、それを一緒に我々のほうでプロモーションしたりということをやったのです。

それをやったときに各社さんからすごく言っていたのは、それぞれ皆さんメインの事業ドメインがあるので、基本的には例えばクリーニングであれば女性がメインターゲットという形で、ふだんの事業ドメインの中でメインのターゲットではないところをとるとするのは、各社ごとにやるとはっきり言ってすごくコストがかかって、正直、ビジネス的には全然ペイしないのですが、例えば前回の我々のキャンペーンで言えば私たちみたいところ、胴元みたいところがこの春、この期間はこういうことをやりますよとみんなで盛り上げて、統一のコミュニケーションの例えばロゴマークとか言葉とかキャッチコピーとかハッシュタグみたいなものでキャンペーンすることによって、それに興味がある層と、その周りにいる人というのにあまりコミュニケーションコストをかけずに届くというものがあって、それですごく喜んでいただいたというものがありません。

やはり官民でやるとか、国民の各界層を巻き込むというときに、商品が出てくるとか、

サービスがあるとか、具体的に例えばCMとか電車の広告みたいなコミュニケーションがある程度世の中に出回るといのはすごく大事なことだと思うので、そのとき国としてはぜひ、前回、私たちはやりましたけれども、それを一民間企業がやるというのは通常あり得ないと思うので、例えば認証のマークだったりとか、ほかのプロジェクトでもやられていると思うのですが、そのような形で、これが何で今こういうキャンペーン、こういう合同のものがあって、それに各社さんはどういう意図で乗っていて、このマークがついている商品を選ぶとこんないいことがあるよみたいなことを認証だったりとか、あとはそういうイケているサービスとか商品を出してもらったところの表彰みたいところを、ぜひ音頭をとってやっていただくと、企業としてもやると絶対にリターンがあるので、サイズに応じてリターンがあって、だんだんいろいろな企業が巻き込まれていって、大きくなっていくというような線が描けるのではないかなと思うので、ぜひ国とか政府にはそういう役割を期待しますし、こういう報告書にもそういうHowの話が乗ってくるとすごくいいかなと思っています。

○家本会長 ありがとうございます。

ほかの委員の皆様よろしいでしょうか。

次のポイント、少し話を前に進めていきたいと思うのですけれども、2の男性の家事・育児等への参画機会の拡大について議論をしたいと思います。報告書の構成案のところで行きますと、その中で大きく3項目、基本的な考え方、子の出生に伴う強化・休業取得の促進のところ、それから、あらゆる機会を活用した家事・育児等への参画というポイントを挙げておりますが、この議論の中身、今までの御発言を補足される場所も含めて御意見があればお願いをいたします。

○鍋山委員 いろいろずっと気になっていたところがあるのですけれども、今、男性が育児とか家事に参加をしたくてもできない人がどうするかという議論が割と先進的なところで取り上げてきたわけですがけれども、実態を見てみるとというか、何でこんなに男性の育児休暇取得が少ないのかとか、たった1日、2日も取らないのかというと、育児・家事に積極的にかかわりたいという男性ばかりではなくて、半々ぐらいだと思うのですけれども、できればやらずに済むのだったらやりたくないとか、今、数的にも、割合的にも多いのが、正社員の男性とパート労働の奥さんというところなので、自分がやる必要がないというところが割と正直なところだと思うのです。

先ほど男性がわくわくするような方策をというお話でしたが、別にやらなくても済むのだけれどもという人のお尻を上げるというか、そこところがとても難しく、だから結局、今、育児休業のところの給与補填の割合であるとか、そこら辺も見ていく必要があるし、議論の方向としてやりたい人は当然やれるような方向で持っていけばいいのですけれども、必要がないなと思っている人も割と多いので、そこをどうやったほうがいいのかというところをくすぐるというので、そこも心配りをしないといけないなとずっと思っていました。

○**家本会長** そうですね。私が先ほど冒頭に意見を申し上げたところで、マイノリティーとマジョリティーの話を申し上げた中で、マジョリティーの側にいる人たちの中にはおっしゃるとおり、先進的な考えの中で、先進的と自分たちで言うとおかしいですけども、関心がある。ただ、きっかけを持っていないというだけの人たちと、実は本当にできるだけそちらにはあまり自分の興味を向けるつもりはないんだと思っている人たち、これが多分マジョリティーの中でもさらにマジョリティーな状況なのだろうとされていて、ただ、これは実感をなかなか持ちにくいところで、では何でそうなのだろうというところを掘り下げないと、実はなかなか解決のポイントはないものの、そこを考えなければいけないのはこの調査会の課題の1つだと思っています。なので、もしそういうところも含めて御意見がほかの委員の皆様もあればお願いできれば助かります。

○**三木委員** 確かに大変なことであったりとか、家事とか育児というものに携わってこなかった場合、やはり携わらずに済むのであれば面倒なことはしたくないよねという人が多いというのは、いろいろ接する中で私も実際に感じたりします。ただ、そういう人たちは自分がそう思っているからなのかもしれないですけども、接する情報量が圧倒的に少ないのです。家事・育児の情報に対して接しているのは大変だとか、それこそネガティブな事件だったりとか、事故だったりとか、そういう情報に触れたりとか、楽しい部分というのはあまり目にしていないような感じを受けています。

その中で、やはり男性と女性で子供が生まれる前後で、これだけ家事とか育児に対しての自覚という意味で差が出てしまうのは何でなのかなと思ったときに、これも繰り返しになってしまうのですけれども、触れる情報に差があり過ぎると私は感じています。

女性の場合、子供を妊娠したとなれば病院にも行って検査を受けて、その中でいろいろな情報を調べて、書店に行けば女性向けの育児本だったりとか、時短家事の方法だったりとか、たくさん出ていたりするわけです。男性向けの雑誌も増えてはきてはいるのですが、まだまだすごく突出した人しか触れにくい状態だろうなというところは感じています。

なので例えば母子手帳などのように、これも何回目かの中でお話をさせていただいたと思うのですけれども、男性側が触れざるを得ない状況として妊娠をしたときだったりとか、結婚をしたときだったりとか、家庭について考えるタイミングというところで、みんなでマストで配ってしまうような情報源の提供をしていくことができれば、1つ情報に触れるきっかけをつくることができると思うのです。今は自分から積極的に取りにいかないと情報に触れないということで、意識が高い人がさらに情報を得るという状況ではあるのですが、意識の低い人、自分から情報を取りにいかない人たちというのはやはり取りにはいかないので、そういう人たちに対しても全員に一律で情報を配れる状態、両親学級もパパもちゃんと参加するようにすることであったりとか、母子手帳ではないですけども、父子手帳みたいなものを必ず配るようにするですとか、父子手帳なんかも御自由にお取りくださいみたいなフリーペーパーみたいな形で置いてあるのですが、あれも意識が高い人は取るのですけれども、興味がない人は見たくもないのです。そういうものを例えば妻側にで

もいから渡すことで、妻側からパパ側にこれ読んでねというアプローチが1つかけられると思うので、そういったものは国を通してマストにしていくことは必要なのではないかと感じました。

○家本会長 ありがとうございます。

西本委員、お願いします。

○西本委員 ヒントになる事業としてご紹介しますと、ムーブでは男子シリーズというものをやっています。エプロン男子とか、洗濯男子とか、キーワードは男子というふうに、男性対象講座であることを明確にしています。女性が参加しない、男子だけのほうが参加しやすいという意見もあります。そして、男子というキーワードに加えて、洗濯とかアイロンということで、テーマをわかりやすくすると、多数の応募があります。

ムーブメントを起こすということでは、漫画など社会に浸透させていく手段について会長からの発言がありましたが、ある意味では1つここの報告の中でキャッチーな、少し雰囲気をつくるというか、インパクトのある何か提案できたらいいのかなという感じはいたします。

もう一つは課題解決型といって、夫婦で今回、内閣府のほうの〇〇家作戦会議というシートが出ていましたけれども、ムーブでもシートをつくって、これからのライフステージを考えながら、子育て、家事を分担しましょうという講座をやっているのですけれども、これがなかなかご夫婦で参加となると集まらないということで、深掘りしていくとなかなか受講されない。そこはどうするのかを考えているのですけれども、企業とタイアップするとか、男性が参加するためには単に啓発するだけではなくて、企業を巻き込んでいかなければならないのかなと難しいのかなと考えています。来年度からは企業と一緒にやるとか、出前でやるとか、少し改善していこうと思っています。意識改革まで持っていくとなると働く場に入っていけないと難しいのかなと考えています。

もう1つは、ムーブでは職場で女性が活躍できるように、次世代リーダー養成講座をやっているのですけれども、毎年30人募集しているのです。ただ募集したのでは集客が難しいので、10社ぐらいは必ず企業訪問し、参加のご案内をしています。企業にその気になっていただく、先ほどトップの話が出ましたけれども、トップがその気になるよう巻き込んでいけないといけないと思っています。

○家本会長 ありがとうございます。

山本委員、お願いします。

○山本委員 このあらゆる機会を活用したみたいところで今、抜けている視点かなと思ったのでお伝えしたいなと思ったのですけれども、先ほど三木さんがおっしゃっていた最初のエントリーポイント、いわゆるパパになるとか、自覚が芽生えたときみたいなのところのエントリーポイントというか、入り口が一個と、あとはもう一個、リマインドといいますか、父親になった後でよくフェードアウト問題と私も呼んでいるのですけれども、私自身も若干あったのですが、最初はすごく頑張っておむつをかえたり、ミルクをあげたりと

か、げっぷをさせてあげたりとかするのですけれども、どこかで心が折れて、私の場合は子供に風呂で泣かれて、お父さんと入りたくないみたいな意思表示をされて、それ以来、子供と風呂に入るのが怖くなって、結局、あまり家に帰らなくなるみたいな、1回ちょっとフェードアウトしかけたことがあったのですけれども、そういうタイミングは多分あると思うのです。そのときにいかにそこから離脱しないようにするかという、参画を常に促すとか、もう一回、再度入るところを用意しておくというのはすごく大事なかなと思っています。

その中で言うと手前みそではありますけれども、この資料3の5ページも書いていますが、夫婦でスケジューラーを使うとどういういいことがあるかということを書いていたのですが、その中で男性の家事・育児に取り組む意識が強まったというのが資料3の5ページの下に書いてありますけれども、これはスケジュールを共有しておく、例えば子供の予防接種とか、幼稚園の面談というものが男性側のスケジュールに入ってくると、それだけでリマインドの効果があって、それをもとに自分は面談とか予防接種には仕事の都合で参加できないけれども、家に帰ったときに妻とそれについて話せるとか、子供と今日どうだったと話せるみたいなのところで、結果的にリマインドをして離脱を防いでいく効果があるのかなと思うので、ぜひ具体的な施策に落とししていくときのエントリーポイントを捕まえるという話と、継続的にリマインドして離脱を防ぐという、もう一つの今の後者の観点をぜひ入れていただきたいと思いました。

○家本会長 ありがとうございます。

塚本委員、お願いします。

○塚本委員 話が大きくなってしまって恐縮なのですが、会長のほうからマイノリティー、マジョリティーという話があったと思うのですが、やはり子供のときから家事は女性がするものだから、育児も女性がするものだと、絶えずすり込まれ続けているのだと思うのです。うちの娘なんかも、別にうちでは男の子だから、女の子だからと一切言うようなことはしないようにしているのですけれども、サッカーをやっているんで、そうすると周りの男の子から、女子だからサッカーをやったら変だとか言われてきたりもするので、なぜそういうふうにもその子たちは思っているかということ、多分、サッカー漫画に出てくるのは男の子ばかりだから、キャプテン翼を見ているとかいうことがあったりすると思うので、例えばテレビのCMであったり、白物家電とか料理関係のCMでも本当に女性しか出てこないのです。そういうものを日々空気のように浴びせかけられ続けながら育っていくので、そういうすり込みはどうしても出てくるのです。

漫画でも、先ほど会長からも話があったと思うのですけれども、男性が家事をやっている、女性が働いているという漫画、ドラマがたまにあるのですが、必ずそれはエクスキューズがつくのです。男性が病弱だからとか、何の理由もなしに男女の役割が反転しているような漫画は多分1つしか私も読んだことがなくて、それが自明のこととしてさらっといわれている漫画はほとんど存在しないのです。そういった意味では本当に空気のようにそ

ういうものを浴びせかけられながら日々育っていつていますし、最近、女子力という言葉が女子が使っていて、それってどうなのと思いがらいつも聞くのですけれども、そういった空気は割と満ち満ちているというか、それが自然のこととして割とすり込まれてしまっていくので、それに対抗しようと思うと結構小さなときから意図的にそういうことについて考える機会であるとか、話し合う機会などを設けていく必要がどうしたってあるのではないかと思うのです。

日本の学校教育は、もちろん男女、男の子だからこうなさい、女の子だからこうなさいという男女の区別というのは極力持ち込まないようにされている空間なので、いろいろな意識調査をしても一番男女平等が進んでいるのは学校という意見が出てくるのですけれども、それは差別を持ち込まないというだけの話であって、積極的に男女平等教育であるとか、家事をどうシェアしますかみたいな話というのはそんなに積極的にはしない。最近、家庭科でそういう動きも出てきたりはしていますけれども、それほどふだんテレビのCMから空気のように浴びせかけられているものに比べたら、非常に少ないと思うので、ではどうするのかという対案がないので申しわけない話なのですけれども、そういったあたりも認識しておく必要があるのかなという気がしています。

○家本会長 ありがとうございます。

川島委員、お願いします。

○川島委員 中身というよりも、霞が関の仕事の仕方みたいな話になってしまって恐縮なのですけれども、このレポートも多分でき上がりはそうになってしまう不安はあるのですけれども、ほかの委員会なんかでもそうなのですが、総花的で分厚くなって、要は何を言っているのみたいなものが多いですね。もし私がうちの会社でこの課題を部下に出させたら、2ページ以内の資料にします。前段に強いメッセージを3行ぐらいどんと書いて、その強いメッセージというのは多分、皆さんがおっしゃっている、それこそ自分ごとにさせる、子育て中の男性と、その男性を働かせている管理職や上位者のマインドをチェンジするんだという、そこだけにどんとフォーカスした強いメッセージを3行ぐらい書いて、概要はこういうことをやります。多分それ以上のレポートを書いてくる部下がいたら破り捨ててこんなものは誰も読まない。10ページも20ページもあって総花的で、誰も読まないという事は伝わらないですよ。

だから霞が関に行っている立場上、総花的にならざるを得ない部分はあると思いますけれども、つくっている皆さんも忙しいだけ、でも国民には伝わらない。では何のためにやっているのですかと。だから私はここまで、もちろんこれは全て素晴らしい意見が多いと思うのですけれども、ここからそぎ落とす作業をぜひやっていただくのがいいのではないかと思います。そぎ落とす。そぎ落とさないと伝わらないですよ。伝わらなかったらなんのためにこれだけ高いお金と時間と集まっているのですかと、最後私はそこをすごく言いたいです。

○家本会長 今日冒頭に議論のスコープの話をお見で1つ申し上げたのはまさにそこで、

私も最後ここでどういう議論の収束に持っていけるかと、それから当然、来年度の方針に反映させるという流れの前提の中で、そのベースになるものがなければいけないというものがあるのですけれども、ページ数が2ページにおさまるかどうかわからないですが、ただ、スコープが広がり過ぎると確におっしゃるとおり伝わらないし、そもそも関心があるテーマがある、興味がある人ぐらいのところ、イメージとすると、この報告書がPDFがFacebookでシェアされるぐらいのイメージを本当は期待したいわけです。多分川島さんがおっしゃられるイメージはそれに近いと思うのですけれども、これを見てみてよと言って、見たところの最初の1ページ目にちゃんと伝わりたいところが伝わるかという話があるかどうかというのは、まさに御指摘は私が考えているところと近いところがあると思います。

そのためにも男性の暮らし方とか意識を変えるために考えなければいけない論点というのはものすごくたくさんあるし、根本論を話すと本当にどこまで根本を求めるかという話があるのですけれども、多分それでは本質的なところには行き着かないと思っているので、なので今日は実は皆さんからたくさん御発言をいろいろいただきたいなと思っているのは、全部それを羅列しますという話よりは、その中でインパクトの優先順位とか緊急性の順位をきちんと決めさせていただきたいなと思っているところで、そういう意味もあって中身を持って報告書の構成案を考えさせていただくというよりは、トピックのところから議論をさせていただきたいと思って、今日こういうふうに運んでおります。

よろしいでしょうか。最後のテーマに進んでいきますけれども、先ほど液体ミルクの話も少し申し上げましたが、3番目、家事・育児・介護等の不安や負担感を軽減する取組の推進。これもいろいろなテーマがあるのですけれども、ここについて御意見をいただければと思います。議論を進めていきたいと思しますので、もし御意見があればここもお願いできますでしょうか。

○鍋山委員 私は山口でふだん生活しておりますので、非常に山口で市レベルか県レベル、県は広いのですけれども、今、県知事がイクメンに非常に理解があるので、県知事から広めていこうと思っているのですが、外出する、マクドナルドにしても、どこに行くにしても、温泉宿にしても、要するにおむつかえ台みたいなものが女性用のところにしかないというのがほぼほぼ、最近は少し増えてきましたけれども、そういう地域なので、地域ごとにどれぐらいパパと子供だけでもおむつをかえられるような場所があるかというのを地域ごとに競わせるとか、何かそういうものに取り組む地域が出てきても非常におもしろいのではないかと思います。なので液体ミルクとかこういうものは外出であるとか、パパだけが育児をするのも当たり前になっていってほしいというところにも関係していると思うので、そういうどちらがするでもなく、男性も育児がしやすい整備、設備というものが地域であったり、企業が提供する店であったり、そういうところにちゃんとありますよというのを広めていくというのが1つ方法かなと思います。

○家本会長 ありがとうございます。

古平委員、お願いします。

○古平委員 負担軽減のところ今、川島さんからもお話がありましたけれども、絞ったほうがいいなと思っています。前回、私のところで移動周りの話もさせていただきましたが、生活者にとってわかりやすい負担軽減施策が調査会から出せるとよいと思っています。一つは、それは先ほど会長からありましたけれども、液体乳児用のミルクは新しい選択肢をつくるという意味で、とてもわかりやすいと思っています。

もう一本の柱として、日々子育てをしている生活者の人たちが、日々の生活の中でメリットを実感できるという施策が重要だと思っています。その視点で、移動の負担軽減は分かりやすく、必要な施策だと思っています。自治体さんによっては、例えば3人乗りの自転車の補助金の導入をされていらっしゃる自治体さんもありますが、日々の移動軽減、さらに子育て期のスタート時にしか使わない高額な商品への補助は、日々の生活の中で支援を実感でき、大変だけれども、あしたも頑張ろうという気持ちにもつながっていくと思います。

○家本会長 ありがとうございます。

ほかの委員の皆さんいかがでしょう。絞ってということで私のお話の仕方があれで、御意見はいろいろいただきたいので、その中で絞っていきたいので、それに萎縮する形になってはいけませんけれども、液体ミルクの話についてもさらに補足で御意見がおありであればいただければと当然思いますし、今の移動の話もそうですし、根本的にも挙げているポイントの中で何かお気づきのところがあればと思います。

例えば三木委員のところ、ふだんいろいろ御相談を受けられたりとかする中の立場の方からしてということではいかがですか。

○三木委員 これももう既に出ている話なので重複する部分にはなってくるかなと思うのですけれども、先ほど会長もおっしゃられていたように、例えばトイレに子供を連れていったときにも、女性用トイレにはそういうおもつがえのシートは常設されているのだけれども、男性用のトイレにはなかったりですとか、実際に私もある施設に遊びに行ったときに、娘と2人で行って、娘のおむつをかえようと思ったときに女性用のパウダールームの中にはあります。男性が入れる箇所にはありません。ただ、娘がトイレをしたので替えないわけにはいかないわけです。そうなったときに女性用のパウダールームに入らざるを得ないわけですが、こういう場所はそこだけではなくて意外と多いのです。大きなデパートなどでは大体整っていると思うのですが、そうするとやはり男性の育児機会を減らしてしまう1つの要因にはなっているかなとは思っています。

○家本会長 私個人的には泣くのは当たり前、トイレに行くのは当たり前、におうのは当たり前ぐらいの、育てる側もそうだし、周りもそうですけれども、その理解の距離感が結構遠いので、今のお手洗いの話なんかはそのとおり、男性が当然行くのも、当たり前と言ったら当たりの話なのですけれども、今までの設備の話だとそうだった。泣くことを1回怖がる経験をすると、次からパパとしては抱っこしていて、一緒に子供といて泣いてい

る状況のときに泣きやまなかったときどうしようと思ったら、次、パパが1人で外に出ていけないみたいなものも、自分もそうってしまうし、周りの人たちもパパあやつれていないじゃんみたいな話になるという環境は、まだ決して全然変わっていると思わないのです。なので当たり前というこの3つのテーマでいくと、何に絞るかなと思ったり、今のよう泣くのも当たり前だし、トイレに行くのも当たり前だし、すぐに御手洗いが無いケースがあって、申しわけないけれども、おむつの中からおってしまうかもしれないけれども、これも当たり前なんですというのが両方にわかってくれることだけでも全然変わるのだらうと思うのです。それが設備の面までさらに整ってくれることは当然期待をしたいところですけども。

川島委員、お願いします。

○川島委員 いわゆるインパクトのある国民への普及として、例えば前も出たかもしれないのですけれども、男性活躍推進法をつくってしまおうぜみたいな。今、女性活躍推進法も女活でも通りますね。中小企業でも女性活躍推進というのも何となく伝わって、でも多くのところから出てくるのは、では男性はというのが多分、今回の委員会と同じで疑問で出てくるわけですけども、男性活躍推進法というものを前面にどんと出して、その中にここに書いてあるようなことは全部重要なことなので、それを先ほど古平委員もおっしゃったとおり、大項目に3つ、4つ、5つぐらいぼんぼんぼんとやって、これをやっていくんだみたいな、そんなことはできないですかね。

○家本会長 ありがとうございます。

ほかの委員の皆様いかがでしょうか。今日は時間が早目にスタートができたので、たくさん議論の時間を残しながらなのですけれども。

三木委員、お願いします。

○三木委員 移動というところからは外れてしまうのですけれども、参加機会の拡大というところで感じたことがあったので意見させていただきますと、男性が家事をやるとかいところで、どうしても講座、イベントなんかを開催したときにも、ではパパ向けに洗濯講座をやろうとか、おそうじ講座をやろう、アイロン講座をやろうとか、やること、アイロンが要は目的というかゴールになっている切り口というのはい多いのかなと思います。

ただ、自分自身感じるのですけれども、別にアイロンをやることとか洗濯をやることは決して目的ではないのです。そのもう少し先にわくわくする目的があると思っていて、育児で言えば子供の成長とか笑顔というのもそうだと思うのですが、例えば家事なんかではアイロンというところでは、もしかしたらクリーニングに出すための節約というところにつながるかもしれないですし、パリッとしたシャツを常に自分で着ることができるといことがかっこいいイメージにつながっていくかもしれないですし、わからないですけども、エコとか環境保全というところでも、もしかしたら何か自分でやることのほうが効果があるかもしれない。アイロンをやるとか洗濯をするとか掃除をすることだけではなくて、その先の影響というところと、話がまとまっていなくて恐縮なのですが、組むこと

ができれば、もう少し幅広い角度から男性に対してのアプローチが生まれて広がってくるのではないかと感じています。

なのでただ何かをやろう、家事をやろうということは決して目的ではなくて、手段、ツールであって、その目的の設定というのはもう少し先にあるべきなのではないかと思っていますので、そういうところが調査会の中で盛り込めると、もしかしたら今までにない、もっと男性に興味を引いてもらえるようなメッセージというものに近づいていくのではないかと感じました。

以上です。

○家本会長 ほかに全体を通してでも、今、最後の項目のところ一旦、議論を置かせていただきましたけれども、全体を通してのところも含めて、言い足りなかったとか、私が先ほど申し上げてきている意見に対して必ずしもそうだねという話ではなくて、これは逆の意見としてこういうものもあるのではないかというものでも結構ですけれども、もしあればいただければと思います。全体を通してでも全然構いません。お願いします。

○山本委員 質問してもいいですか。今この場でのコンセンサスで一番インパクトがあることというのは、先ほど優先順位づけというものがありましたけれども、それはそもそもコンセンサスがとれているのかということと、とらなくていいのかというのが気になるところなのですけれども、それはどうなのですか。

○家本会長 今日言った構成案の中のそれぞれのトピックとして、いろいろなものが議論の中の題材として出てくる中で、少しここから事務局と私も含めて今日の御議論をしっかりと消化をさせていただきたいと思っているので、次回の会議の場のところで、この中身についてその次のバージョンをお示しさせていただくところに持っていきたいなというところが1つございます。そこでまた、それをベースにして議論をさせていただいて、全然理解がずれているとか、逆にこういうところについてもう少し、例えば先ほどの話でそぎ落とすべきではないかとか、ここはもう少し強調すべきではないかというところについて詰めるところをいただければと思います。

○山本委員 わかりました。

○家本会長 鍋山委員、お願いします。

○鍋山委員 自分ごとにする男性にとって、企業にとって何がアピールするかというところを考えると御発言がありましたけれども、もう一つ、その中に追加事項として、育児にパパが積極的にかかわることによって、その後も夫婦円満になるというのは渥美先生とかよく言われていますけれども、そこら辺の夫婦が円満になるとか、親子関係がよくなるというところも、1つポイントとしては挙げることができるかなと思います。

○家本会長 よろしいでしょうか。山本委員、お願いします。

○山本委員 最後、先ほどの質問と全然関係ないレベル感で恐縮なのですけれども、先ほどのマジョリティーの人に届けると考えたときに、私もふだんの仕事で考えるのですけれども、今までの前提とかHowみたいな話は1回置いておいて、一番出口から考えていったと

きに、今、本当に人に届けるということを考えたら、別に私がGoogleだからということではなくて、例えばスマートフォンの画面を1、2回スクロールするぐらいでわかることって何なのでしょう。それぐらいで「お、なるほど」と思って次に進むぐらいの情報量までそぎ落とせたとしたら、人がいわゆるバイトサイズという、かみ砕ける範囲にしていったときの情報量はどれぐらいなのかなというのは、それは多分、次回の議論でもいいと思うのですけれども、それは考慮したほうがいいかなという気はします。

○家本会長 そうですね。この専門調査会の大きな1つの大前提として、来年度の方針に組み込んでいく。それは政策的なプロセスの中で1つある。なので、ここはどちらかというと先ほど川島委員からおっしゃっていただいた、2ページにまとめるという話よりは、中身としてそれぞれどういう議論としてこの専門調査会でまとめるかというところなので、少し量が出てくると思うのですけれども、一方で男性のというテーマが、冠がついたところで、この議論の内容がきちんと世の中で理解がちゃんと伝わるようにするという今の出口の話からすると、文字の分量としてそんなに多くないものの中でサマライズされて、しかもそのサマライズが要点のサマライズというよりも、本当に具体的なキーワードがぼんぼん出てくるような状況にならないと注目、関心は集めにくいだろうと思います。なので、ここはここで多分この専門調査会の最終報告の主たる出口のところ、1つは来年度の方針という話だし、1つはこれが具体的に今の対象とする男性の人たちにどう届くかという話で、こちらが今おっしゃったような出口の出し方を考えるというところにぜひいろいろアドバイスをいただければと思います。

○山本委員 例えば参考までにYouTubeの動画の視聴率はやはり時間の長さによって落ちてくるので、我々も動画をつくる時は1分から90秒くらいを一度目安にしてつくることが多いです。そのぐらいの情報のサイズ感みたいなことがもう少し意識して最後、報告書とは別ですけれども、あるといいかなと。先ほどのマイノリティー、マジョリティーの話でも。

○川島委員 賛成です。私は資料は最初の3行しか読まないです。それで読むか読まないかを判断する。最初の3行で長ったらしいなと思ったら読まないです。本当にそうですよね。入り口で読んでもらわないとだめなので、そこに絞って、本当に繰り返して恐縮なのですけれども、総花もいいですが、強いメッセージと、それを出すためには論点を絞るということにぜひここまで皆さんも時間をかけてやっておられるので、してほしいなど。本当に繰り返して恐縮なのですが。

○家本会長 山本委員、最後よろしかったですか。大丈夫ですか。

○山本委員 大丈夫です。気持ちは同じです。

○家本会長 そのコンセンサスはどうでしょう。その部分のコンセンサスはそういう意味ですと今日の時間の中で、今までの意見で申し上げたように、たくさん並行して動いているいろいろな議論があるので、働き方の話、子ども・子育ての話、女性の活躍推進の話という業務の中で、なぜあえてこの場でこういう議論をするかというところの、まずその目的から考えればおっしゃるとおりで、絞る話は当然、しかも絞る中でちゃんと注意関心は

ひかれなければいけないという、それはこの報告書の役割、意味というところだけではなくて、この議論の成果としての話というところでおっしゃる方向は何らか私も考えたいと思うので、もし今日の場合ではないところでも、こういう具体的な方法で何かありそうだというものがあれば教えていただければと思います。

よろしいですか。ほかにどうしても話したいという方がいらっしゃればあれですが、時間より少し早目ですけれども、それでは、これで意見交換を終了させていただきたいと思います。次回この報告書の案について検討したいと思っております。次回の専門調査会は2月下旬を予定しております。また場所、日時の御連絡については事務局からさせていただきますので、よろしく願いいたします。今日も先ほどのところでメッセージの部分、どういう出し方という部分で、もし追加の御意見で次回の会議までにあれば、また事務局のメールでいただければ先にどんどん検討を進めていきたいと思うので、よろしく願いいたします。

では、以上で終了させていただきます。どうもありがとうございました。