

第2回 男性の暮らし方・意識の変革に関する専門調査会 議事要旨

(開催日時等)

- 1 日時 平成28年11月14日(月) 14:00~16:30
- 2 場所 合同庁舎8号館1階講堂
- 3 出席者
会長 家本 賢太郎 株式会社クララオンライン代表取締役社長
委員 和泉 昭子 生活経済ジャーナリスト、キャリアコンサルタント
川島 高之 特定非営利活動法人ファザーリング・ジャパン理事、
特定非営利活動法人コヂカラ・ニッポン代表
古平 陽子 電通総研 主任研究員
白河 桃子 少子化ジャーナリスト、相模女子大学客員教授
塚本 利幸 福井県立大学看護福祉学部社会福祉学科教授
鍋山 祥子 山口大学経済学部経済学科教授
西本 祥子 北九州市立男女共同参画センター・ムーブ所長
三木 智有 特定非営利活動法人 tadaima! 代表理事、家事シェア研究家
山本 裕介 Google 株式会社ブランドマーケティングマネージャー
Women Will プロジェクト兼務

(議事次第)

- 1 開会
- 2 議題
 - (1) 乳児用液体ミルクに係る関係者ヒアリング
質疑応答・意見交換
 - (2) 専門委員による提言
 - (3) 意見交換
- 3 閉会

(議事概要)

- 乳児用液体ミルクについて、普及を希望する市民団体を代表して乳児用液体ミルクプロジェクト、製造・流通に係る制度を所掌する厚生労働省、消費者庁及び乳業事業者団体である一般社団法人日本乳業協会から、それぞれ提出資料に基づきヒアリングを行った上で、意見交換を行った。
- 続いて、委員からそれぞれの専門分野から提言としてプレゼンテーション(※)を行った上で、意見交換を行った。

(※)

- ・ 資料 2-1 に基づき、川島委員から、男性の家事・育児参画を推進するための、長時間労働の是正や男性への啓発などについて説明があった。
 - 子育て中の男性の60%が家事・育児、特に育児をしたいと言っているにもかかわらず帰れない状況がある。長時間労働の是正は男性の家事・育児参画の必須条件である。
長時間労働の是正のために、イクボスの普及と、36協定の形がい化に対する法改正の署名活動を行っている。
 - 男性に対して「家事をすべき」という義務感の押し付けでは、行動を起こさない。義務感ではなく、やりたい、やったほうが良いと思わせる仕掛けが必要。
①男性の家事を講義、セミナー化するオトコカジproject、②イクメンと同様に家事をする男性は格好良いと思うようなないロールモデルやイメージづくり、③段取り力や経済感覚が身に付くという仕事にプラスであること、④イクメン⇒カジメン⇒イキメン（地域活動）⇒イクボス（社会を育てる）⇒ケアメン（介護）、という男性の進化や自立をストーリー化するというような啓発が考えられる（を行っている）。
 - 特に男性経営者や幹部への働きかけが必要ではないか。企業や組織の管理職層の50代、60代は家事・育児をやったことのない方が大半なので、家事・育児の大切さ、有意義さ、大変さというのを理解していない。
 - 地方創生とうまく結びつけることができないか。地方創生、あるいはそのための地元のお祭りや料理などの伝承に悩んでいる自治体が多くある。伝統料理の継承、伝承が結果的に自分の家でも料理をするようになるというような結びつけも考えられるのでは。

- ・ 資料 2-2 に基づき、塚本委員から「福井県の地域特性と女性の就労ならびに両性間の家事分担の現状と課題」について説明があった。
 - 福井県は、少子高齢化していく中で、女性が働き続け、かつ出産・子育てができている、俗に「福井モデル」といわれ、注目される。
 - 1人当たりの賃金水準が男女とも低く、片働きでは安定的な生活をできないことから、共働きをトレンド化する産業構造、雇用構造となっている。そのほか、女性が働いて当たり前という風土・文化、継続就労している女性が多いため、ロールモデルが存在していることも共働きが主流となる要因と考えられる。
 - 福井モデルを可能にしているのは、通勤時間の短さ、ロールモデルの存在、県、市町による育児サポート、3世代同居、近居による親世代からの育児サポートが考えられる。
 - 男女間の家事・育児の実施頻度を分析してみると、女性が就労している一方で、女性の家事時間が長く、女性が多重負担となっている。上司が理解者であり、育児中の女性が早く帰った場合、男性のほうが仕事上のスキルや経験が蓄積していくこ

とになり、そのハンディが、女性がキャリアアップを断念せざるを得ない状況を生み、女性管理職が少ない一因になっていると考えられる。男性の家事・育児・介護の分担のためには、男性の意識改革、長時間労働の是正というステップが福井県では必要になってきていると考えられる。

- ・ 資料 2-3 に基づき、鍋山委員から、地方都市・中小企業・介護の視点で、ワーク・ライフ・バランスの課題等について説明があった。
 - 三大都市圏と地方圏における大企業、中企業、小規模企業の従業員数を比較すると、地方においては中小企業に勤めている方の割合が非常に高い。大企業における制度では、地方のほうはダイレクトに影響を受けない。
 - 従業員数、企業規模が少なくなるほど、WLBに関しては非常に消極的。企業規模が小さくなるほど、コスト面の負担に耐えられない、子育て期の社員がいないから必要がないという意見が聞かれる。
 - WLBは女性の両立支援というイメージが調査結果に表れている。中小企業や地方のほうでは、まだまだこの意識から抜け出していない。WLBは、男女の労働者にとっての働き方改革であるという認識を徹底し、WLBと男性の家事・育児参加が表裏一体であるという認識に変えなければならない。
 - 大企業の成功事例ではなくて、中小企業で横並びで見た成功事例を多く出していくことが経営のメリットを認識するのに効いてくる。また、中小企業に特化した奨励制度の活用が中小企業を動かす施策と考えられる。
 - 超高齢社会が今後どんどん進行し、ケア責任を免れる人が、全体的に急激に減っていく。日本のWLBは、育児と仕事ではなくて、介護と仕事の両立からトレンドが主流化すると考えている。介護離職者が多くいる現状を鑑み、男性がケアも担っていく時代になっているという前提に立って、企業も考えていく必要がある。

（委員からの主な発言）

意見交換での委員等からの主な発言は以下のとおり。

【乳児用液体ミルクの導入について】

- ・ 選択肢を増やすことは非常に重要。母乳の推進を阻害するものでもなく、選択肢を増やす一つということで、政府としては後押しをしていければいいのでは。
- ・ 今ある海外商品を普及させ認知度を高めて、抵抗を取り払ってから、日本製が参入できれば良いのでは。日本製品への安心感を持つ方が多いので、商品として開発しても十分よいものになるのでは。
- ・ コンビニエンスストアや自動販売機で手軽に買えたり、レストランなどで、大人がお茶を頼むように子供の乳幼児ミルクが提供されたり、色々なところに準備されるような

開発がされると、男女ともに家事・育児の負担軽減になる。

- 継続的な議論がされると思うので、まさに子育て中の方の意見を常にインプットして取り入れていくような仕組みが欲しい。
- 災害時のことも念頭においてほしい。また、熊本地震があったことで、今、非常に活動期になっているので、早く日本で製造し、定着させることができれば価格も一般化して使いやすくなる流れになると思う。

【年配層に対する啓発・男女の意識】

- 子育て世代よりも、上の世代（祖父母）は自治体の講座などにも興味を持ちやすい。例えば自分の子がイクメンかどうかということを考えるセミナーや、自分の子がケアメンになれるのかというようなことを促すなど、上の世代から、自分の子（子育て世代）に対して訴えていったり、理解を促していくという施策が考えられる。
- 福井県の例では、女性自身の年収をもっとアップしなければ、男性が家事・育児をやったほうが自分にインセンティブがあると思えるようにならない。また、仕方なく働いているという意識を持っている女性が多い。男女の意識をともに変えていくことがとても重要。

【職場における WLB】

- イクボスが主流となっていることで、管理職がカバーしなければいけない部分が増えているという悲鳴が聞かれる。マネジメントの仕方を丁寧に教えてあげなければならない。
- 中小企業におけるWLBについて、いわゆる首都圏の大企業型の制度によって解消するだけではなくて、カルチャーを変えていくことで地方の中小企業も変わる、あるいは既にうまくいっているところがあれば、もっと光を当ててもいいのではないかと。
- 中小企業は、制度ではなくてニーズの対応型で乗り切っている場合が多いが、今、対象者がいないからやらないということでは、介護の問題などで、男性社員が大量にやめざるを得なくなったときに途端に技術伝承ができなくなる可能性がある。中小企業ゆえのフレキシビリティを生かしつつ、先を見据えた整備していく働きかけをしていかなければならない。

【介護】

- ・ 老親のケアについて、誰もが関わるということであれば、そういう目線も一緒に持ちながら考えたほうが効果的では。

【その他】

- ・ 表現や名前の付け方、言葉をわかりやすく丁寧にしていくことが重要。家事・育児時間を増やすというのは、地方に施策がおりていったときに、本当にそのようにしか受けとめられない。家事・育児だけでなく、「介護」としっかり表現することや、例えばネウボラ（母子包括支援センター）の話が出た際に、「母子」となってしまうと額面どおりにしか受け取られない。また、ネウボラのパンフレットには母子の写真が使われ、父親の姿がないものばかり。親子支援、父母子支援とはっきり書かないと、本質が非常に伝わりにくい。
- ・ 長時間労働の是正により、家にいる時間を増やすことは必要だが、時間が生まれたら、本当に家事にやるかは疑問。意識調査で、男性も家事・育児にかかわるべきだと答える男性は多いが、「かかわるべき」と、「やりたい」とでは感覚が異なる。やりたいことであれば時間をつくってやると思う。生み出された時間でいかに家庭とかかわっていくのがいいのかということと同時に考えていかななくてはいけない。
- ・ 3世代同居よりは3世代近居のほうが鍵になる。3世代同居率は年々下がってきており、3世代同居したいという割合も非常に少ないため、3世代同居を政策的に誘導しても進んでいかない。3世代近居への住宅政策などのほうが現実性があるのでは。