

## 第4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29年1月20日(金) 14:00~16:00
- 2 場所 合同庁舎8号館8階特別中会議室
- 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 伊藤 清彦 公益社団法人経済同友会常務理事  
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  
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) 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

### (議事概要)

- 第1~3回当専門調査会における委員発言等に関連する内閣府の取り組みとして、ワーク・ライフ・バランスの推進体制、輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会行動宣言、女性が輝く先進企業等について男女共同参画局から説明を行った。
- 議論の方向性等について会長から発言があり、続いて、意見交換を行った。

### (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。

- ・ 子育て世代の男性に特に議論を集中することとする。
- ・ 男性自身にとっての目線に立ったメッセージの出し方が必要。男性を追い詰めるような書き方にならないようにすべき。
- ・ 家事・育児等を行うことを押し付けるのではなく、シェアし合うという選択があるということに注意して論立てたほうが良い。
- ・ 男性のマインドチェンジが必須。自分ごとにさせることを全面に出す必要がある。
- ・ 自分には必要がないと思っている人に対して、気配りをしなければいけない。
- ・ 総花的になると伝わらないので、できるだけそぎ落とし、短い強いメッセージを出さなくてはならない。情報量に注意する必要がある。
- ・ 男性が家事・育児等を行うことで自分にとっては仕事のスキルも上がり、企業にとってもメリットがあるというメッセージの出し方も必要。
- ・ 子育て世代でも実際に子育てしながら働き、さらに親の介護も一緒にという家事・育児・介護が同時に来ているという人たちが出始めている。その視点まで入っていることを示す上では、3つの言葉が並ぶ報告書となることは重要。
- ・ 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。それが将来の家族の介護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。
- ・ 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した生活を送っていく上で、男性が身の回りのことができる家事能力や、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、元気で生きがいがある高齢社会を生きていく上で必須の条件になっていく。男性が自分の老後を考えたときに家事や、地域活動に積極的に参加することなどが非常に意義のあること、男性にもメリットがあるという視点を入れていったらどうか。
- ・ 社会全体、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には、トップの方たちのメッセージは当然重要で、加えてみんなでタグを組んでやっていくという話はとても重要。
- ・ トップのリーダーシップが大変大事。ダイバーシティは企業の成長、発展に不可欠な要素であるのが前提としてあるような段階になっている。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けない。
- ・ 大企業でできることと中小企業でできることには極端に差がある。地域単位で、スター、

ロールモデルを出していったって、自治体、国全体でケースをもっと掘り下げることができないか。

- 企業を巻き込んだ取り組みが必要。
- 統一のスローガンのもとに、企業を巻き込んだキャンペーンや認証、表彰などを国が旗振り役になることを期待する。
- 雑誌や行政からのお知らせなど、男女で家事や育児に関して触れる情報量に差がある。例えば父子手帳のようなものを、必ず男性の手元に届くように国を通して必須にしていくことが必要。
- 家事・育児等に取り組むにあたってのエントリーポイント（入り口）とリマインド（離脱を防ぐこと）が必要。スケジューラーの利用は、リマインドの効果がある。
- 男性らしさ、女性らしさというようなことが、自然のこととしてすり込まれてしまっている。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や話し合う機会などを設けていく必要がある。
- 今まで液体ミルクという選択肢がなかったので、これがあることによって変わることはたくさんあると思う。
- 男性と子供だけで出かけると、女性用トイレにしかおむつ替えスペースがないなどの場面に出くわすことがあり、やはり男性の育児機会を減らしてしまう1つの要因になる。また、液体ミルクについても同様に、男性だけが育児をすることも当たり前になっていったほしい。
- 生活者にとってわかりやすい負担軽減、日々の生活の中でメリットを実感できるという視点での支援が重要。液体乳児用のミルクは新しい選択肢を広げるという意味で、すごくわかりやすい。また、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などもメリットを感じられる。
- 家事をすることが目的ではなくて、その先にあることの影響（例えば洗濯やアイロンは、クリーニングに出すための節約、自分でパリッとしたシャツを着られる、環境保全などにもつながるかもしれない）を考えれば、もう少し幅広い角度から男性にアプローチが生まれるのでは。
- 男性や家事・育児等に積極的に関わると、夫婦が円満になることや、親子関係がよくなるといったこともポイントして挙げられるのでは。