

「女性活躍加速のための重点方針 2020」の策定について

福津市副市長 松田美幸

●働く環境をフェアに

女性の就業率が上昇していることは肯定的に受け止めたいが、依然として非正規雇用の割合は女性の方が圧倒的に高く（※1）、給与水準が低い分野に女性の就労が偏っており、賃金格差（※2）もいまだに深刻である。

例えば、学童保育で働く指導員の多くは女性で、平時においても不安定な雇用と低い処遇で子どもたちを守ってくれている。この度の新型コロナウイルス感染防止のために、全国の小中学校への休校要請により、学童保育（放課後児童クラブ）で働く人たちに、さらに大きな負荷がかかっている。仕事と家庭の両立を支える立場で働く人たちにとっても、フェアな環境を整備していかなければ、真の女性活躍にはならない。

※1：平成30（2018）年における非正規雇用労働者の割合は、女性は56.1%、男性は22.2%で、いずれも前年に比べてやや上昇した。

※2：一般労働者における男女の所定内給与額の格差は、長期的に見ると縮小傾向にあるが、平成30（2018）年の男性一般労働者の給与水準を100としたときの女性一般労働者の給与水準は73.3と、前年に比べ0.1ポイント拡大した。また、一般労働者のうち、正社員・正職員の男女の所定内給与額を見ると、男性の給与水準を100としたときの女性の給与水準は75.6となった。

※1、2 いずれも、令和元年度の男女共同参画白書から抜粋

●ジェンダーバイアスをなくすために、もっと若い世代の声を

いわゆる固定的性別役割分担意識や容姿に対するイメージの押し付けなど、ジェンダーバイアスがもたらす影響は大きく、特に将来の進路やキャリアプランを本格的に考え始める高校までの間に、本人たちも気づかないバイアスが刷り込まれている。

昨年、国際 NGO のプラン・インターナショナルが、「映画や広告でのジェンダー（社会的性差）の描かれ方」をテーマに世界的に調査を行い、日本でも、映画や広告が人々のジェンダーへの固定観念にどう影響しているかを若者が調査分析し、企業や関係団体に提言を行った。調査には 15～24 歳の 392 人（女性 84・2%）が回答したが、「よい意味で印象に残った広告がある」は 30・2%だったのに対し、「不快感を感じた広告がある」は 41・8%あった。不快感や違和感を持った理由として最も多かったのは、「ジェンダーの固定観念の助長」だった。女性を性的対象とした描写、性別役割分担や画一化した容姿の押し付け、LGBT（性的少数者）への配慮不足などが挙げられている。

また、公益財団法人ガールズスカウト日本連盟は、昨年、全国的女子高校生に対してインターネットによるアンケート（回答人数 524 人）を実施したところ、62%が普段の生活で性的な嫌がらせや性差別を経験したり見たりすると回答している。どのようなときに経験したかで最も多いのはメディア（テレビ、雑誌、映画、広告）が 49%で、次がインターネットの 46%となっている。

こうした若者を取り巻く環境を作っているのは、大人たちであり、企業活動がジェンダーバイアスの刷り込みを助長している場合も多い。イギリスの広告基準協議会は、昨年の 6 月、「深刻もしくは広範な被害」につながる可能性のある「性別にもとづく有害なステレオタイプ（世間的固定観念）」を使った広告を禁止している。日本でも、もっと若い世代の声を尊重し、社会全体で、とりわけ企業活動に関わる経営者がジェンダーバイアスによってもたらされる差別や格差に関心を持ち、具体的な施策に取り組むよう強い働きかけが必要である。