

男女共同参画重点方針専門調査会（第4回）審議事項について

小山内世喜子

1. I-1-（1）非正規雇用の女性の待遇改善

該当施策概要の欄に「・労務管理の専門家を常駐させ、電話相談に応じる」と明記しているが、「専門家」について、どのような専門家を想定しているのかお伺いしたい。

また、施策の背景・目的の欄に「自ら非正規雇用を選択している人が多いことが労働力調査から確認できるかは・・・」と書かれているが、自分自身の生き方を考え、自己決定している女性もいるが、「固定的性別役割分担意識」に捉われ（女性を取り巻く周囲の関係者も含む）、選択している人も多い。

そういった観点からも、この専門家には「ジェンダー視点」を持ち、中小企業へのアドバイス時にも、法律や制度面だけではない観点からもアドバイスできる人材を配置していただきたい。

なお、「非正規雇用労働者待遇改善支援センター」等で、働く人たちの採用及び人材育成においても同様、男女共同参画の理解のある人材の配置及び研修等の実施も合わせて実行していただきたい。

2. I-1-（5）育児・介護休業等の取得促進

中小企業のプラン策定時に、「プランナーの訪問等による策定支援」とあるが、このプランナー（社労士を活用）についても、1. で明記した内容同様、男女共同参画について理解ある人材の採用をお願いしたい。

3. I-1-a）非正規雇用の女性の待遇改善、長時間労働の削減、育児・介護休業等の取得促進全般

概算要求の施策内容が順当に活用されていくと、女性も男性も「活躍し・働き続けられる社会」に近づいていけると期待するところである。ただ、中小企業においては、これらの支援制度の活用について考える余裕がないことも事実である。だからこそ、専門員やプランナーの力量が問われると思われる。周知活動と共に、実効性のある取組みになるようお願いしたい。

4. I-1-（6）男性が家事・育児等へ参画する国民全体の気運の醸成

男性の家事・育児等参加応援事業において、「・～民間企業による男性の家事・育児参加促進につながる商品・サービス紹介コーナーのブース出展」とあるが、

Ⅲ-1-（2）経済産業省のP5の商品・サービス開発・促進と連動し、取組みを期待するところである。1950年代の家電製品の登場から、テレビCMにおいて、母親役の女

性がエプロン姿で食事の用意をし(食品 CM)、洗濯ものをまっ白に仕上げる様子(洗剤 CM)、が表現されることで、その商品の提案よりも、家事は母親の役割というジェンダーバイスにつながったということが多々社会の中で存在した。逆の意味で、そういったテレビCMの効果を活用し、今回の、男性向け家事・育児用品の開発等は、CM等において、男性が家事・育児に係る映像が増える可能性もあり、意識変革につながる取り組みだと思われる。

5. I-1-1 (5) 育児・介護休業等の取得促進

「さんきゅうパパプロジェクト」の取組みについて、平成29年度はぜひ、地方における休暇取得の促進に向けて取り組んでいただきたい。「さんきゅうパパBOOK」は内容が充実しているだけに、企業や団体との連携をどのようにしていくかがポイントとなる。草の根的な広がりにつながり、気運の醸成につなげていただきたい。

6. その他

厚生労働省及び経済産業省の取組みにおいて、事業委託や助成金や給付金を活用しながら、取組みを促進していく内容が多いが、次の3点に留意願いたい。

①取り組むに当たったそこに係る人たちが「男女共同参画に視点」を持ち備えていることを確認していただきたい。

②全国10か所というように、委託先の事務所が広域の場合、政令指定都市レベルの事務所の配置になると、地方においてその恩恵を享受できないことが多々あり、ますます地域格差が生じることに繋がりがねないこともあるので、ご留意願いたい。

③内閣府等が事業委託する際は「横断的取組み」ということで、関係機関と連携しながら事業をすすめることを求めているが、経済産業省等が事業委託をする際も、企業が他の組織（社会資源）と連携ながら取り組むよう指導してはいかがだろうか。