

ビジネス社会における女性パワー

生活研究部 栗林 敦子

はじめに

近年、女性のライフサイクル等の変化、家事労働の経減、高学歴化による就業意欲の向上とともにサービス経済化の進展、技術革新等を背景に女子の職場進出が進んでいる。また、4年前の男女雇用機会均等法施行以後は、女性の就業制限が緩和されたこともあり、就業分野の拡大もめざましい。

ところで、男女を問わず、職場を活性化させるための条件として、働きやすい職場環境の整備があげられる。特に女性の場合には、既に男性が働いている領域への進出であったり、出産・育児というハードルがあったりと、特別な配慮を必要とする場合が多い。

本レポートでは、職場環境の一つとして人間関係を取上げ、職場におけるより良い男女のパートナーシップを築くための方策を、ビジネスマン、ビジネスウーマンの意識から探ることを試みた。なお、本レポートは、平成元年10月から11月にかけて実施した「ニッセイ・リープアンケート—『働く女性についての（ビジネスマンの意識）アンケート』」をベースにしている。

〔ニッセイ・リープアンケート〕

—「働く女性についての（ビジネスマンの意識）アンケート」内容—

- 調査方法：日本生命の職域専門セールスレディ「リープ」による面接法、または留置法によるアンケート
- 調査実施：平成元年10月27日～11月7日
- 調査対象：

	首都圏	京阪神	札幌	福岡	合計
ビジネスマン	320	471	253	313	1,357
ビジネスウーマン	137	164	69	80	450

1. 女性の社会進出の概況

(1) 女性労働の現状と動向

昭和63年の労働力調査によると、女子労働力人口は2,473万人に達し、労働力人口総数に占める女子の割合は40.1%と4割を越えた（表－1）。女子雇用者は1,670万人で、前年に比べて55万人、3.4%増加し、増加率で男子を上回り、堅調に増加した。この結果、雇用者総数に占める女子の割合は36.8%とさらに高まった（表－2）。

産業別には、サービス業の512万人、卸・小売業、飲食店の453万人、製造業の440万人が多く、これらの3産業に女子雇用者の84.1%が集中している。職業別には、事務従事者が556万人、技能工・生産工程作業者が355万人、専門的・技術的職業従事者が235万人、販売従事者が212万人、保安職業、サービス職業従事者が182万人の順となっている。この中でも、事務従事者の増加が顕著である。

表－1 労働力人口、労働力率の推移表

年	総 数		女 子		労働力人口 に占める 女子の割合	女 子 労働力率
	労働力人口	伸び率 (対前 年比)	労働力人口	伸び率 (対前 年比)		
	万人	%	万人	%	%	%
昭和50年	5,323	—	1,987	—	37.3	45.7
55	5,650	1.0	2,185	1.2	38.7	47.6
58	5,889	2.0	2,324	3.2	39.5	49.0
59	5,927	0.6	2,347	1.0	39.6	48.9
60	5,963	0.6	2,367	0.9	39.7	48.7
61	6,020	1.0	2,395	1.2	39.8	48.6
62	6,084	1.1	2,429	1.4	39.9	48.6
63	6,166	1.3	2,473	1.8	40.1	48.9

（資料）総務庁統計局「労働力調査」

表－2 雇用者数の推移

年	総 数		女		男		雇用者総数 に占める 女子の割合
	雇 用 者	伸び率 (対前 年比)	雇 用 者	伸び率 (対前 年比)	雇 用 者	伸び率 (対前 年比)	
	万人	%	万人	%	万人	%	%
昭和50年	3,646	—	1,167	—	2,479	—	32.0
55	3,971	2.5	1,354	3.4	2,617	2.0	34.1
60	4,313	1.1	1,548	2.0	2,764	0.6	35.9
61	4,379	1.5	1,584	2.3	2,795	1.1	36.2
62	4,428	1.1	1,615	2.0	2,813	0.6	36.5
63	4,538	2.5	1,670	3.4	2,868	2.0	36.8

（資料）総務庁統計局「労働力調査」

2. 女性の職場進出に対する意識

(1) 女性の職場進出に対する実感

さて、このような女性の社会進出は、職場ではどのように捉えられているのだろうか。

ニッセイ・リープアンケートでは、先ず、職場にいる女性を図－1のように5つにタイプ分けし、それぞれのタイプの占める割合をみた。

図－1 職場の女性の5つのタイプ

A	B	C	D	E
職場の花タイプ	アダルトOLタイプ	キャリアタイプ	スペシャリストタイプ	生き字引タイプ
				
「若さをうりものに働くOL」	「経験をつみ、ある程度の仕事をこなすOL」	「バリバリと仕事をこなし、昇進の道を歩むタイプ」	「特殊な能力や技術を身につけ、責任をもって仕事をするタイプ」	「職場の細かいことに精通し、まわりから重宝がられるタイプ」

その結果、「アダルトOLタイプ」が男性37%、女性38%と最も多く、次いで「職場の花タイプ」（男性21%、女性20%）、「スペシャリストタイプ」（同14%、15%）、「キャリアタイプ」（同8%、10%）、「生き字引タイプ」（同8%、8%）の順となり、現状では「経験をつみ、ある程度の仕事をこなすOL」や「若さをうりものに働くOL」が職場の約6割を占めると受け取られている。また、これらについて、男性の見方と女性の見方がほぼ一致していることも注目できる（図－2）。

図－2 職場の女性のタイプ別構成比

	職場の花タイプ	アダルトOLタイプ	キャリアタイプ	スペシャリストタイプ	生き字引タイプ	その他のタイプ
ビジネスマンの回答	20.7	37.3	8.1	14.3	8.4	11.2
ビジネスウーマンの回答	20.3	38.2	9.8	15.3	8.3	8.1

産業分野別にみると、「職場の花タイプ」の多い素材産業と建設・不動産、「アダルトOLタイプ」の多い金融・保険、「スペシャリストタイプ」の多い商業・サービスといったある程度の特性が見られる。なお、「キャリアタイプ」は素材産業と公務でやや多い。仕事の種類別には、「アダルトOLタイプ」の多い総務などの管理関係、「生き字引タイプ」の多い企画・調査・広告関係、「スペシャリストタイプ」の多い技術・製造・研究関係といった特徴が認められる（表－3）。

表-3 職場の女性のタイプ別構成の分析

(単位: %) (※)

		職場の花タイプ	アダルトOLタイプ	キャリアタイプ	スペシャリストタイプ	生き字引タイプ	その他のタイプ
ビジネス分野	素材産業	25.4	35.6	17.4	13.3	7.5	0.7
	製造・組立産業	22.9	38.9	6.1	13.9	8.6	11.5
	建設・不動産	24.8	37.6	6.9	13.3	8.6	8.8
	金融・保険	20.9	42.9	8.2	13.3	8.1	6.6
	商業・サービス	21.7	38.8	7.6	17.2	7.6	9.1
	運輸・通信	13.1	33.9	8.5	11.9	7.4	25.2
	公務	18.0	38.1	9.6	13.9	9.6	10.8
	その他	23.4	19.8	7.0	9.6	17.5	22.8
	仕事の種類						
	営業・販売・関係	22.4	36.4	8.4	13.7	7.9	11.1
	総務・財務など管理関係	19.7	43.9	8.8	11.6	7.4	8.7
	企画・調査・広告関係	19.0	36.4	8.6	13.5	10.3	12.3
	技術・製造・研究関係	19.4	32.3	7.2	17.1	8.7	15.3
	その他	20.3	40.6	3.6	15.1	10.6	9.9
ビジネス地位	部長以上の上級管理職	17.8	44.6	8.0	16.6	9.3	3.8
	課長係長等の中間管理職	20.2	39.7	8.4	14.0	6.7	11.0
	一般社員	21.4	35.1	7.9	14.1	9.3	12.2
	勤務地						
	首都圏	25.0	36.2	8.0	16.1	8.1	6.6
	京阪神	20.3	36.2	6.7	16.8	7.3	12.8
	札幌	20.0	35.7	7.6	10.5	11.5	14.6
	福岡	17.3	41.7	10.6	11.4	7.9	11.0
	ビジネスウーマン						
	首都圏	22.9	38.6	10.6	10.7	7.9	9.4
	京阪神	19.3	35.6	7.8	22.3	8.0	7.0
	札幌	20.3	35.3	13.9	9.8	8.2	12.4
	福岡	18.3	45.9	9.3	11.7	9.9	4.8

(※) 職場の女性5タイプの構成比

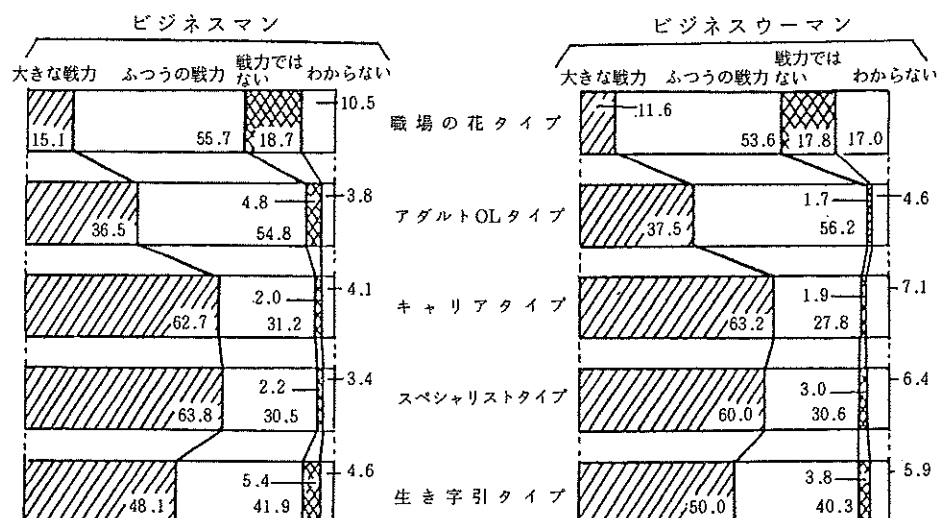
さらに、それぞれのタイプがどの程度職場の戦力となっているかの評価からは、「キャリアタイプ」「スペシャリストタイプ」は、男女の両方から「大きな戦力」と認められていること、「アダルトOLタイプ」は、「大きな戦力」とする率は男女とも4割程度であるものの、「ふつうの戦力」としては大多数に認められていることなどが指摘できる(図-3)。

したがって、ボリュームとしての「アダルトOL」と、内容としての「キャリア・スペシャリスト」が、職場での女性パワーの中心をなしていると実感されているようだ。

なお、職場での女性パワーの実感としては、「テキパキと仕事をこなす女性社員が多くなってきた」「仕事をまかせられる女性社員が増えた」とする男性ビジネスマンが多く、仕事のスピードや信頼度から女性の能力を認めていることが分かる(東京、

大阪のビジネスマンを対象にした第一勧業銀行の調査'89年11月)(図-4)。

図-3 職場の女性のタイプ別戦力度



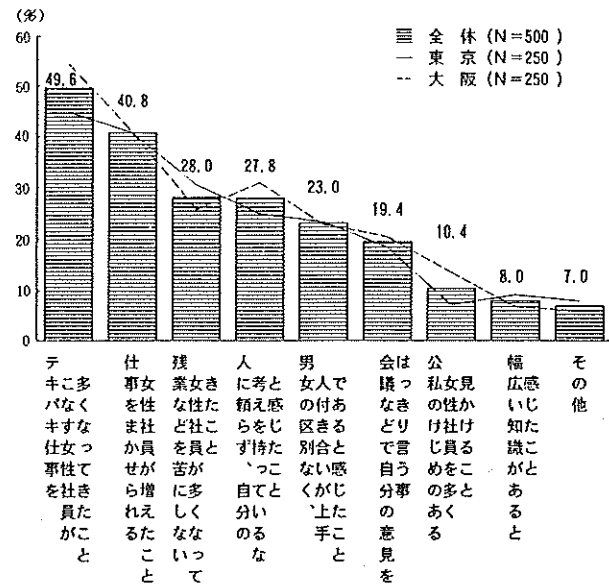
表－４ 職場の女性のタイプ別
戦力度の分析

(単位：％)(*)

		戦 場 の 花 チ	ア ル ト ー チ	キ ャ リ ア チ	ス ペ シ ャ リ ス ト チ	生 産 チ
産 業 分 野	素材産業	9.5	21.7	88.7	78.5	33.3
	製造・組立産業	15.1	36.9	60.0	64.5	53.8
	建設・不動産	20.0	33.0	65.1	67.2	56.6
	金融・保険	12.2	42.4	68.8	65.8	57.0
	商業・サービス	13.1	39.8	63.4	67.4	40.7
	運輸・通信	17.8	29.6	57.9	48.8	34.3
	公務	16.5	29.1	53.9	56.1	48.6
	その他	40.0	45.5	60.0	50.0	36.4
ビ ジ ネ ス マ ン	営業・販売・関係	11.6	40.7	62.0	65.1	47.4
	総務・財務など管理関係	13.2	34.5	60.2	62.9	50.0
	企画・調査・広告関係	20.0	35.2	63.8	59.3	42.3
	技術・製造・研究関係	20.3	32.2	64.2	62.6	43.3
	その他	9.4	36.4	66.7	80.0	50.0
	地位					
	部長以上の上級管理職	8.3	37.1	74.1	72.0	50.0
	課長係長等の中間管理職	12.7	37.8	71.4	66.0	49.7
	一般社員	16.9	35.9	55.9	60.9	46.8
	勤務地					
ビ ジ ネ ス ウ ー マ ン	首都圏	12.1	37.0	70.5	69.9	54.1
	京阪神	18.2	38.0	60.4	66.0	51.8
	札幌	17.7	33.5	59.7	52.2	45.9
	福岡	11.8	35.9	59.2	58.8	35.8
	年代					
	20代	17.7	36.1	56.5	60.8	47.9
	30代	14.8	33.6	65.0	62.7	45.1
	40代	14.4	41.7	63.1	64.6	48.8
	50代以上	7.5	34.6	78.3	73.7	56.6
	勤務年数					
ビ ジ ネ ス ウ ー マ ン	首都圏	7.1	38.2	67.6	60.6	49.3
	京阪神	12.7	37.5	61.0	59.2	51.1
	札幌	13.5	31.9	64.3	50.0	46.9
	福岡	15.9	40.6	58.1	69.4	51.2
	～1年	5.5	44.4	68.3	54.2	57.8
	～3年	12.3	31.1	56.9	62.5	59.3
ビ ジ ネ ス ウ ー マ ン	～5年	20.0	32.7	68.8	60.5	34.2
	～9年	15.4	44.3	70.6	69.7	57.1
	10年以上	7.1	33.3	56.5	59.3	38.3

(*) 職場の女性5タイプの構成比

図－４ 職場で女性パワーを感じる点
(複数回答：3つまで)



(資料) 第一勧業銀行「ビジネスマンがみる“女性パワー”」

(2) 女性の職場進出についての歓迎度

男性ビジネスマンが、どの程度女性の職場進出を歓迎するかは、「非常に歓迎する」が26.8%、「まあ歓迎する」が48.2%と、4人中3人が好意的である（前述の第一勧業銀行の調査）。

5つのタイプ別には、最も好意度が高いのはスペシャリストタイプで、「大変望ましい」60%、「まあ望ましい」31%と9割以上が望ましいとしている。次いで、キャリアタイプも「大変望ましい」38%、「まあ望ましい」40%となっているが、他のタイプも概ね好意的に受け止められている（図－5）。

図-5 職場の女性のタイプ別好意度（男性ビジネスマン）

	たいへん望ましい	まあまあ望ましい	望ましくない	わからない
職場の花タイプ	33.6	44.4	12.8	9.3
アダルトOLタイプ	29.5	53.2	10.0	7.3
キャリアタイプ	38.1	39.7	11.0	11.2
スペシャリストタイプ		59.8	3.8 30.6	5.8
生き字引タイプ	31.6	42.9	14.0	11.5

表-5 職場の女性のタイプ別好意度の分析（男性ビジネスマン）

（単位：％）（＊）

		職場の花タイプ	アダルトOLタイプ	キャリアタイプ	スペシャリストタイプ	生き字引タイプ
産業分野	素材産業	28.6	13.6	64.7	62.5	20.0
	製造・組立産業	32.9	26.4	37.0	58.2	34.1
	建設・不動産	27.3	32.4	38.2	68.9	41.2
	金融・保険	30.1	28.9	41.1	64.9	36.4
	商業・サービス	33.6	32.9	36.8	60.4	28.4
	運輸・通信	48.1	28.4	32.9	50.7	19.1
	公務	33.7	26.3	40.9	56.4	31.0
	その他	44.4	31.3	25.0	53.8	33.3
ビジネス種別	営業・販売・関係	32.8	34.4	43.7	63.7	32.1
	総務・財務など管理関係	31.5	24.1	37.4	57.0	26.7
	企画・調査・広告関係	34.7	27.3	42.7	59.8	39.5
	技術・製造・研究関係	35.1	29.5	32.4	57.8	31.4
	その他	16.2	21.1	13.8	51.5	25.7
地位	部長以上の上級管理職	18.5	25.8	68.4	79.6	26.2
	課長係長等の中間管理職	25.8	29.2	49.1	67.7	33.7
	一般社員	38.5	29.9	30.1	53.2	30.8
勤務地	首都圏	32.8	30.2	37.4	60.0	30.0
	京阪神	33.1	32.7	39.1	65.0	35.7
	札幌	29.8	27.8	39.8	57.0	29.1
	福岡	38.1	24.8	36.3	52.4	28.4
年代	20代	44.9	30.7	29.2	52.0	32.9
	30代	29.8	28.1	34.3	57.3	27.4
	40代	26.7	30.4	51.4	68.7	36.3
	50代以上	15.2	27.2	58.0	76.7	29.4

（＊）「たいへん望ましい」と答えた割合

これを、ビジネスマンの年代別にみると、20代では「職場の花タイプ」を「大変望ましい」とする率が45%とかなり高く、仕事とは別に「職場の花」的なOLに高い関心を持っていることがうかがえる。一方、上級管理職や40代以上の世代では、キャリアタイプ、スペシャリストタイプを「大変望ましい」としており、職場の戦力として期待できる女性を、気持ちの上でも評価する傾向が認められる（表-5）。

(3) ビジネス・ウーマンの自己認識と将来の意向

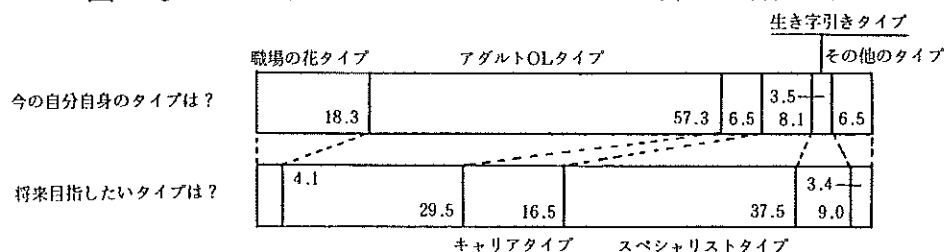
ビジネス・ウーマンに対し、「今の自分自身がどのタイプであると思うか」、「将来目指したいタイプはどれか」を聞いた。

まず、現在の自分自身については「アダルトOLタイプ」とする率が57%と多く、「職場の花タイプ」が18%と次いでいる。これらの両グループだけで回答した女性全体の4分の3を越えており、周囲にいる女性のタイプを判断した比率（図-2）と大きな差がある。周囲からは、キャリアタイ

プ、スペシャリストタイプと認められている女性であっても、本人は「まだ、アダルト

トOLタイプである」と位置づけている例が多いため、「仕事に対しての自信がまだない」あるいは「今後の仕事の内容が予想できない」「結婚するかどうか、そしてその後の就業についてを自分だけで決められない」など、女性の仕事に対する意識の「ゆらぎ」がここに表れているといえる（図－6）。

図－6 ビジネス・ウーマンのタイプの自己認識と将来像



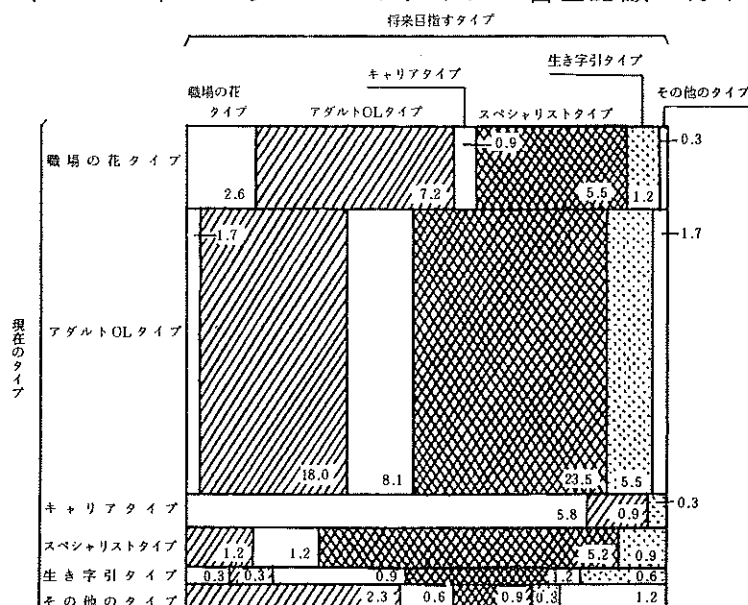
一方、将来目指したいタイプは「スペシャリストタイプ」が38%と最も多く、「キャリアタイプ」も17%となっている。今は、「職場の花」か「アダルトOL」であるが、将来は「スペシャリスト」として職場の戦力となっていきたいという女性の意欲が感じられる。

現在の自分自身のタイプと将来目指すタイプの関係を見ると、

- アダルトOLタイプ → スペシャリストタイプ (24%)
- アダルトOLタイプ → アダルトOLタイプ (18%)
- アダルトOLタイプ → キャリアタイプ (8%)
- 職場の花タイプ → アダルトOLタイプ (7%)
- 職場の花タイプ → スペシャリストタイプ (6%)

などが多い（図－7）。

図－7 ビジネス・ウーマンのタイプの自己認識と将来像(*)



(*) 全体における現在のタイプ×将来目指すタイプの割合

将来目指したいタイプを詳しく見ると、結娘や出産後も仕事を継続する（継続している）というビジネス・ウーマンはキャリア指向、結婚や出産で一時家庭に入り再び仕事に就く（就いている）ビジネス・ウーマンはスペシャリスト指向、結婚や出産後は家庭に入り専業主婦を目指すビジネス・ウーマンはアダルトOL指向という傾向が見られる。

また、就業年数でみると、キャリア指向は3年以上働いている層に多くなる一方で、アダルトOL指向やスペシャリスト指向は比較的年数の少ない層が多い。

所属部門としては、キャリア指向は営業・販売と企画・調査・広告関係に多く、スペシャリスト指向は技術・製造・研究関係に多い。

表-6 ビジネス・ウーマンの将来像の分析

(単位: %)(*)

		件数	職場の花タイプ	アダルトOL	キャリアアップ	スペシャリスト	生き残りタイプ	その他
	計	387	4.1	29.5	16.5	37.5	9.0	3.4
勤務地	・ ・ ・ 首都圏	114	3.5	35.1	20.2	31.6	6.1	3.5
	・ ・ ・ 京阪神	143	4.9	22.4	12.6	44.8	14.0	1.4
	・ ・ ・ 札幌	57	5.3	33.3	24.6	28.1	1.8	7.0
	・ ・ ・ 福岡	73	2.7	31.5	12.3	39.7	9.6	4.1
既婚/未婚	・ ・ ・ 未婚	304	4.9	29.3	16.4	37.8	7.9	3.6
	・ ・ ・ 既婚・小計	83	1.2	30.1	16.9	36.1	13.3	2.4
	・ ・ ・ 子供なし	34	2.9	32.4	8.8	44.1	8.8	2.9
	・ ・ ・ 子供あり	49	-	28.6	22.4	30.6	16.3	2.0
仕事継続意識	・ ・ ・ 結婚や出産後も仕事を続けている	156	3.2	25.6	21.2	35.9	9.6	4.5
	・ ・ ・ 結婚や出産で一時家庭に入り再び仕事を持った	124	4.0	25.8	15.3	44.4	9.7	0.8
	・ ・ ・ 結婚や出産を契機として家庭に入るつもり	86	5.8	43.0	11.6	29.1	4.7	5.8
仕事の種類	・ ・ ・ 営業・販売・関係	88	5.7	25.0	23.9	37.5	4.5	3.4
	・ ・ ・ 総務・財務など管理関係	184	4.3	33.7	14.7	33.7	10.3	3.3
	・ ・ ・ 企画・調査・広告関係	28	3.6	35.7	25.0	25.0	7.1	3.6
	・ ・ ・ 技術・製造・研究関係	36	2.8	25.0	11.1	52.8	8.3	-
	・ ・ ・ その他	22	4.5	18.2	4.5	54.5	13.6	4.5
勤続年数	・ ・ ・ ～ 1年	73	5.5	42.5	9.6	37.0	4.1	1.4
	・ ・ ・ ～ 3年	83	4.8	27.7	13.3	38.6	10.8	4.8
	・ ・ ・ ～ 5年	65	4.6	24.6	18.5	41.5	4.6	6.2
	・ ・ ・ ～ 9年	69	5.8	29.0	21.7	33.3	7.2	2.9
	・ ・ ・ 10年以上	87	1.1	26.4	19.5	36.8	13.8	2.3
出身地	・ ・ ・ 大都市	174	5.7	29.9	22.4	31.6	6.9	3.4
	・ ・ ・ 中小都市	139	2.9	27.3	12.2	41.0	11.5	5.0
	・ ・ ・ 町村	48	2.1	35.4	12.5	37.5	12.5	-

(*) 職場の女性5タイプの構成比

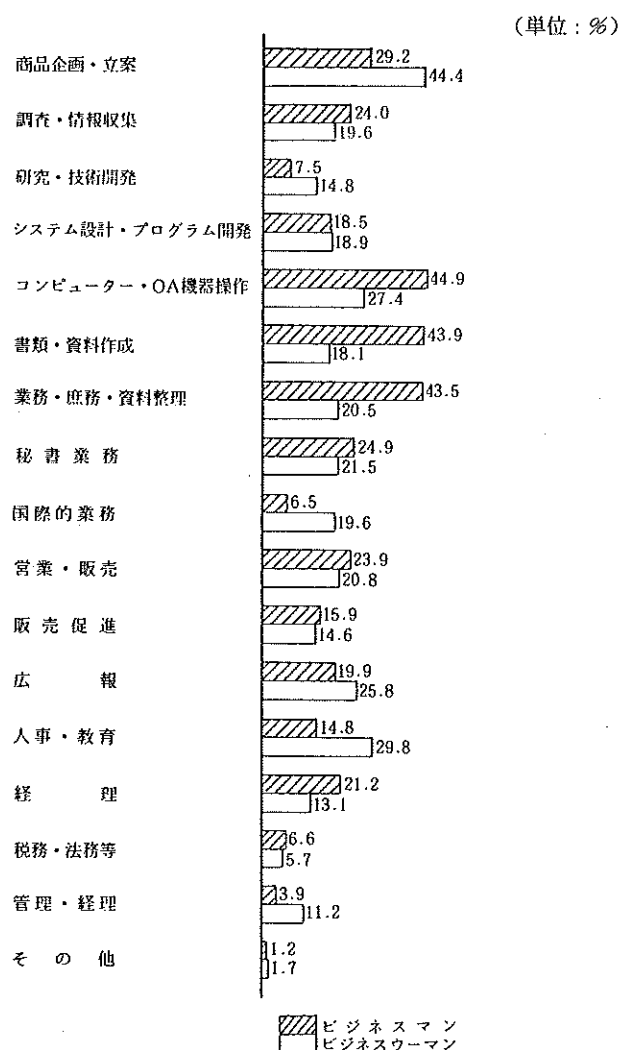
3. 職場の女性に対する期待

(1) 女性に期待する仕事の種類

自分の会社の中で、女性がもっと能力を発揮して欲しい分野を聞くと、男性は「コンピュータ・OA機器操作」「書類・資料作成」「業務・庶務・資料整理」が特に多く、次いで「商品企画・立案」「秘書業務」「調査、情報収集」の順、女性は「商品企画・立案」が44%と最も多く、次いで「人事・教育」「コンピュータ・OA機器操作」「広報」の順となっている（図－8）。

男性より女性において多くあげられた「商品企画・立案」「人事・教育」「広報」「国際的業務」などは、女性が能力に対してある程度の自信を持ち、やってみたいと思っているのにもかかわらず、男性がそれに十分気付かず、現在なお活用度が低い分野であるといえるのではないだろうか。

図－8 女性の能力を発揮して欲しい分野（M.A.）



業種別にみると、素材産業や建設・不動産業では、他業種に比して、「コンピュータ・OA機器操作」「書類・資料作成」「業務・庶務」など一般事務に類する分野での期待が大きいのに対し、製造・組立産業では「商品企画・立案」「広報」、金融・保険業では「営業・販売」への期待が大きい。このように、依然として保守的な業種と必要な所には女性を活用していこうという業種とが明らかに分かれている。また、キャリアタイプやスペシャリストタイプを評価する中間管理職以上の男性は、「コンピュータ・OA機器操作」「書類・資料作成」「業務・庶務」などを期待しており、望ましいとする女性のタイプと期待する仕事の種類との間に建前と本音が恒間見える。これに対し、中間管理職以下の男性は、「商品企画・立案」「広報」などを期待し、女性自身が自信を持っている分野で能力を発揮すべきであると考えているといえる。

表-7 女性の能力を発揮して欲しい分野の分析 (M.A.)

(単位: %)

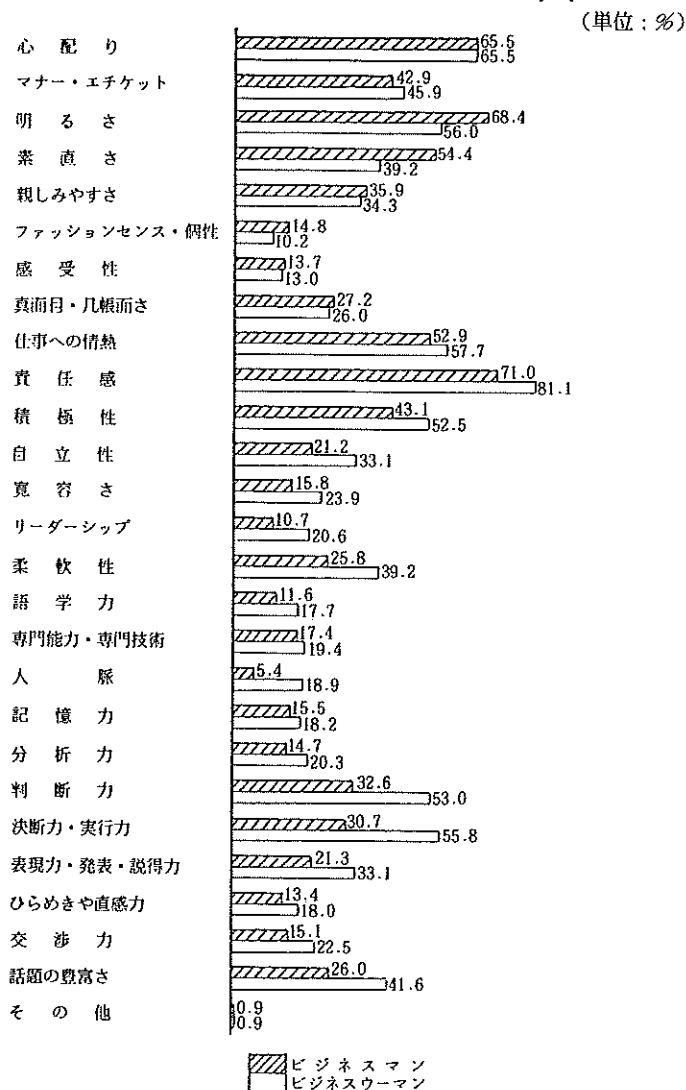
		件数	商品企画・立案	調査・情報収集	研究・技術開発	システム設計・プログラマー	OA機器操作・コンピュータ・	書類・資料作成	業務・庶務・文書・資料	営業	経理	企画・販売	販売促進	広報	人事・教育	経理	総務・庶務等	管理・経理	その他	
ビジネスウーマン	合計	1295	29.2	24.0	7.5	18.5	44.9	43.9	43.5	24.9	6.5	23.9	15.9	19.9	14.8	21.2	6.6	3.9	1.2	
	業種																			
	原料産業	26	38.5	26.9	7.7	23.1	61.5	65.4	73.1	30.9	3.8	15.4	23.1	11.5	7.7	26.9	-	2.7	-	
	製造・組立産業	189	42.0	27.1	15.4	20.7	43.5	48.4	43.6	27.7	10.1	23.4	21.3	30.9	18.6	19.1	4.8	5.9	1.6	
	建設・不動産	112	17.9	32.1	7.1	12.5	66.1	58.0	55.4	21.4	2.7	11.9	10.7	8.0	11.6	23.2	7.1	0.9	1.8	
	金融・保険	210	27.1	27.6	4.3	20.0	38.6	46.2	41.4	23.3	7.6	35.7	18.1	18.6	18.6	11.4	10.5	3.8	-	
	商業・サービス	373	31.1	21.2	6.7	23.6	42.6	48.0	42.1	30.3	5.1	28.2	19.0	18.0	15.0	24.1	7.0	2.7	0.8	
	運輸・通信	127	39.4	18.1	2.4	13.4	40.2	27.6	40.2	22.0	6.3	29.9	16.5	25.2	9.4	26.0	3.1	2.4	-	
	公務	214	18.7	22.0	9.8	12.1	40.7	30.4	41.1	17.3	7.9	6.5	5.1	21.0	14.0	22.9	7.5	5.6	2.8	
	その他	20	20.0	25.0	-	20.0	55.0	30.0	40.0	30.0	-	20.0	5.0	10.0	20.0	20.0	-	10.0	5.0	
仕事の種類	営業・販売・開拓	392	31.6	24.5	4.3	12.8	44.4	49.2	44.9	26.5	5.1	38.8	25.5	16.6	10.7	20.9	5.1	2.6	0.8	
	経理・財務など管理関係	338	25.1	20.7	4.4	16.3	43.5	36.7	44.7	25.7	8.9	17.2	10.9	20.7	20.1	24.3	9.8	5.0	0.9	
	企画・調査・広報関係	131	43.5	35.1	6.1	14.5	28.2	34.4	35.1	26.7	7.6	20.6	16.0	32.1	8.4	23.7	4.6	3.8	1.5	
	経理・調査・研究開発	316	27.2	22.5	13.9	26.3	54.4	48.4	43.4	23.4	6.0	15.8	12.0	18.0	12.7	19.3	6.0	3.8	1.9	
	その他	45	20.0	22.2	13.3	37.8	33.3	51.1	44.4	15.6	2.2	13.3	8.9	20.0	22.2	11.1	-	6.7	-	
	役職																			
部長以上の上級管理職	61	27.2	32.1	2.5	19.8	59.3	58.0	55.6	30.9	6.2	39.5	18.5	9.9	12.3	22.2	4.9	4.9	-		
課長級以下の中間管理職	454	29.7	27.8	7.3	20.0	47.4	44.5	41.6	23.1	6.6	23.5	15.6	20.7	15.2	21.4	7.0	3.7	0.9		
一般社員	752	29.0	20.6	8.1	17.3	41.8	41.9	43.4	25.5	6.4	18.8	15.7	20.5	14.6	21.0	6.5	3.9	1.5		
ビジネスウーマン	合計	419	44.4	19.6	14.8	18.9	27.4	18.1	20.5	21.5	19.6	20.8	14.6	25.8	29.8	13.1	5.7	11.2	1.7	
	未婚	330	44.5	19.1	13.0	18.2	26.1	18.2	20.0	23.3	20.9	22.1	16.1	25.8	28.8	11.8	4.5	9.4	1.2	
	既婚・小・計	89	43.8	21.3	21.3	21.3	32.6	18.0	22.5	14.6	14.6	15.7	9.0	25.8	33.7	18.0	10.1	18.0	3.4	
	子供なし	39	51.3	17.9	25.6	25.6	30.8	15.4	17.9	20.5	25.6	17.9	7.7	30.8	28.2	12.8	7.7	17.9	5.1	
	子供あり	50	38.0	24.0	18.0	18.0	34.0	20.0	26.0	10.0	6.0	14.0	10.0	22.0	38.0	22.0	12.0	18.0	2.0	
	仕事継続意識																			
	結婚や出産後も仕事を続けている	157	52.9	25.5	15.9	21.0	26.1	14.0	17.2	18.5	22.3	20.4	13.4	28.7	31.2	15.3	8.9	18.5	2.5	
	結婚や出産で一時的に人里再び仕事を辞めた	140	38.6	16.4	16.4	15.0	25.7	19.3	19.3	20.7	19.3	22.9	19.3	25.7	22.3	10.0	3.6	8.6	2.1	
	結婚や出産を契機として退職に入らなかつた	98	37.8	15.3	8.2	23.5	31.7	23.5	27.6	26.5	16.3	20.4	10.2	21.4	27.6	13.3	4.1	6.1	-	
	勤続年数																			
1年以下	77	46.8	15.6	11.7	24.7	26.0	20.8	18.2	29.9	22.1	26.0	11.7	23.4	24.7	6.5	-	11.7	-	-	
2～3年	95	42.1	21.1	10.5	12.6	22.1	16.8	22.1	23.2	23.2	21.1	12.6	28.4	32.6	11.6	4.2	8.4	1.3	-	
4～5年	68	47.0	21.2	19.7	18.2	24.2	16.7	12.1	19.7	25.8	24.2	13.6	18.2	28.8	9.1	7.6	12.1	4.5	-	
6～9年	75	44.0	17.3	16.0	25.3	33.3	21.3	22.7	18.7	13.3	18.7	20.0	29.3	32.0	14.7	6.7	13.3	1.3	-	
10年以上	92	44.6	20.7	18.5	16.3	32.6	17.4	28.3	18.5	13.0	15.2	15.2	28.3	29.3	23.9	9.8	12.0	2.2	-	

結婚後、出産後も仕事を続けるキャリア指向の女性は、「商品企画・立案」「調査、情報収集」「国際的業務」「広報」「人事・教育」などを期待する率が特に高い。逆に、結婚・出産後は専業主婦を指向する女性は、「コンピュータ・OA機器操作」「書類・資料作成」「業務・庶務・資料整理」「秘書業務」など男性が期待している分野と似通っている点が注目される。腰かけ派、キャリア派の違いが明確になっており興味深い。

(2) 女性に期待する資質

意欲を持った女性が職場で成功するために特に大切にすべきこととしては、男性は「責任感」「明るさ」「心配り」「素直さ」「仕事への情熱」、女性は「責任感」「心配り」「仕事への情熱」「明るさ」「決断力・実行力」「判断力」「積極性」の順にあげている。

図-9 女性が職場で成功するための資質 (M.A.)



男女の比較をすると、

- 「心配り」「エチケット」といった心がけに関することは、男女とも同じ程度に重視していること。
- 「責任感」「決断力・実行力」「判断力」「積極性」「自立性」といった、主体的に仕事を進めていくために必要な資質は、いずれにしても、女性の方が男性よりも重視する率が高いこと。
- 「明るさ」「素直さ」といった職場の雰囲気づくりに関係するような資質は、男性が期待するほど女性は重視していないこと。

などがあげられる。以上より、女性自身は主体的に仕事をしていくために大切なことをよく自覚していると言える（図－9）。

ビジネスマンの地位別にみると、上級管理職ほど「明るさ」「仕事への情熱」「責任感」「積極性」「リーダーシップ」「柔軟性」「表現、発表、説得力」などを重視する傾向が強い。彼らは女性に、「積極的でしっかりした仕事ぶり」と「明るさ」の両方を求めているようだ。また、中間管理職は「心配り」「素直さ」「まじめ、几帳面さ」「自立性」「寛容さ」「判断力」「決断力・実行力」「話題の豊富さ」などを重視する傾向があり、周囲と協調しつつ自立して仕事をして欲しいという気持ちがうかがえる。そして、一般社員となると、「マナー・エチケット」「親しみやすさ」を重視する率が高く、気楽な仕事仲間という女性像を期待しているようだ（表－8）。

さらに、同僚の女性に求めるものを、前述の「意欲をもった女性が職場で成功するために大切にすべきこと」と同じ項目でみると、男性は「明るさ」「心配り」「責任感」「素直さ」の4項目が、女性は「責任感」「心配り」の2項目が特に多く、男女で期待することの若干の差がある。

また、上司としての女性に求めるものを同様にみると、男女とも「責任感」「決断力・実行力」「心配り」の順で一致し、男女とも「責任感、決断力、実行力」などのリーダーシップ性と「心配り」のある女性上司を描いている。

46

100

図-10 同僚の女性に求める資質(M,A)
(単位: %)

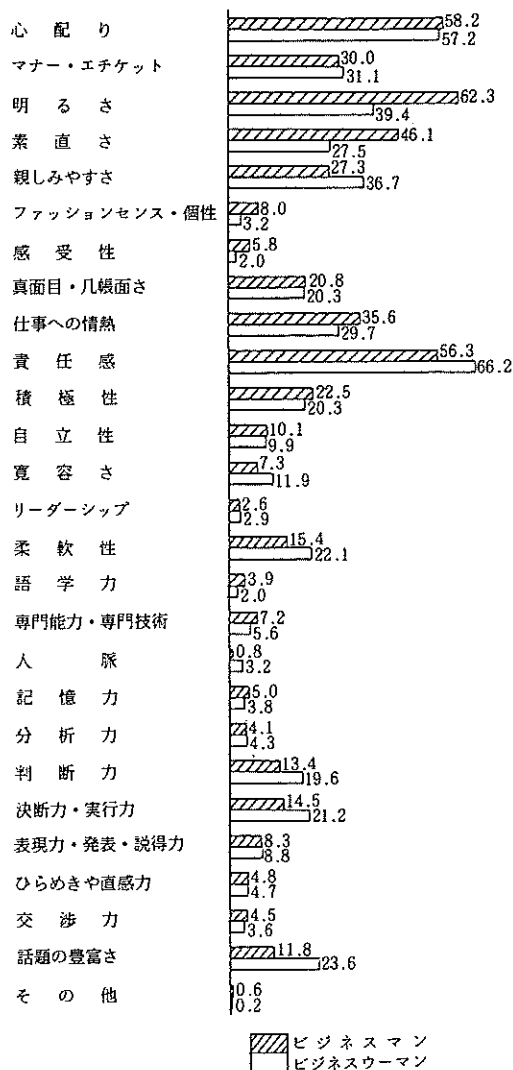
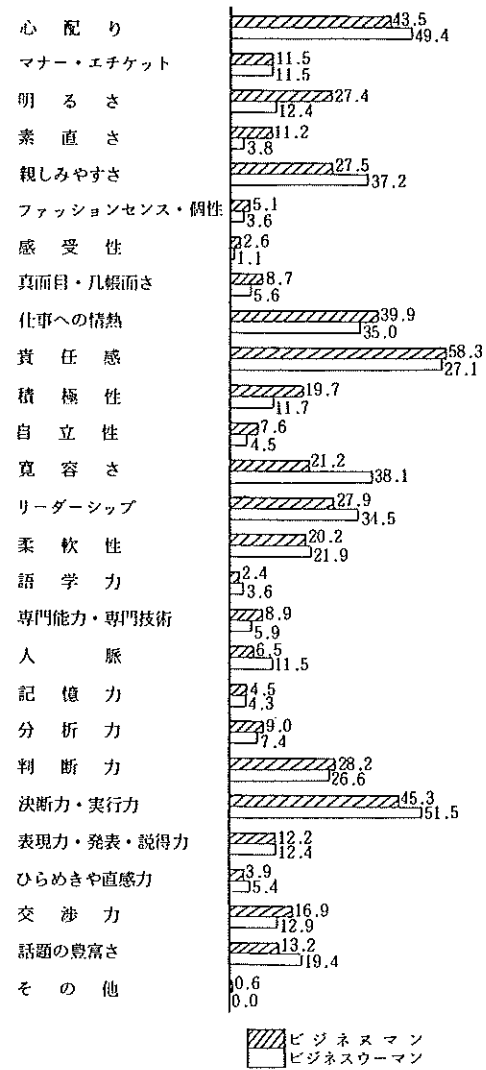


図-11 上司としての女性に求める資質(M,A)
(単位: %)



(3) 職場での女性への接し方

職場の女性に対する男性の接し方の評価は、男性がみても女性がみても「親切」が1位、「やさしさ」が2位となっており、これら2項目が他の項目を引き離している(図-12)。職場の女性に対し、男性が「親切でやさしい」接し方をしていることを男女双方が認めているといえよう。

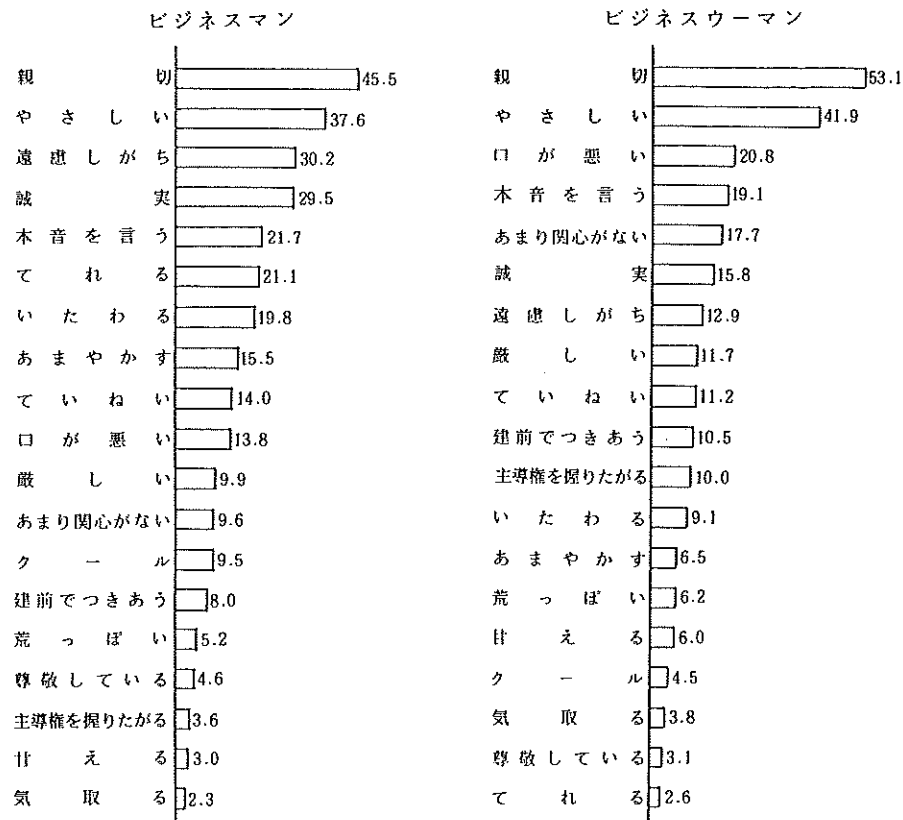
一方、男女の間で差があるのは、「遠慮しがち」「誠実」「照れる」が男性に多く女性に少ないことと、逆に、「口が悪い」「あまり関心がない」が女性に多く男性に少ないことである。

このように、男性の「遠慮がち」な接し方を女性が「自分に関心がないから」ととらえていることから、女性が職場の男性に対し、「もう少し身近な存在として扱って欲しい」「もっとよく理解して欲しい」と望んでいる様子がうかがえる。また、男性が女性に誠実に接しているつもりでも照れてしまった結果、「口が悪い」と受け取る

れてしまっており、日本のビジネスマンが職場のパートナーとしての女性の扱い方にかなり不慣れであるということが分かる。

一方これは、男性が女性にかなり気を使い、距離を置いてソフトに接していても、それを女性があまり理解していないということであるとも考えられ、男女双方でその意識のギャップを埋める努力が必要であるともいえるだろう。

図-12 職場でのビジネスマンの女性への接し方の評価



4. 女性が働くための条件整備

女性の社会進出に伴い、多くの企業では雇用管理制度の改善を進めている。国としても、男女の均等な雇用機会と待遇の確保、出産・育児に関する環境整備、女性の就業に対する各種援助、女性の職業能力開発、老親介護などの勤労者家族福祉対策、労働時間対策などの施策を推進している。

しかし、賃金についてみると、労働省の「賃金構造基本調査」では、'88年の男子の所定内給与100とすると、女子は60.5となっており、依然として男女格差が大きい。また、同省の「女子保護実施状況調査」('85年)では、育児休業制度は14.6%、女子再雇用制度は5.6%、看護休暇は11.4%の事業所が採用しているに過ぎないとなっている。

(2) 女性が働く上での条件に関する意識

そこで、今後意欲をもった女性が職場で働き続けるためには、このような制度の中で何が必要かを尋ねた。

男性ビジネスマンは、「男女の賃金格差の是正」47%、「再雇用制度」41%、「教育・研修の充実」34%の順に多くあげているが、女性の側では、「再雇用制度」が50%と多く、次いで「男女の賃金格差の是正」45%、「在宅勤務、フレックスタイム等の導入」31%の順となっており、男女で微妙な意識の差がみられる。

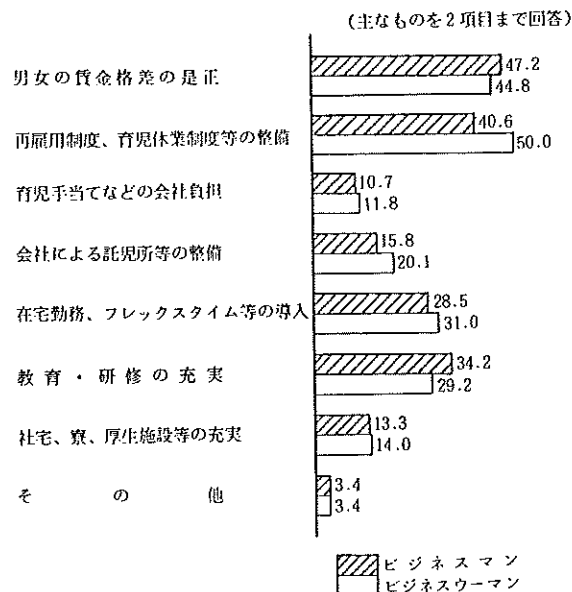
男性ビジネスマンの地位別にみると、上級管理職は「賃金格差是正」と「教育・研修の充実」をあげる率が高いのに対し、中間管理職以下は「再雇用制度」や「在宅勤務、フレックスタイム」をあげる率がかなり高く、むしろ中間管理職以下の方に女性側の希望を理解している傾向が認められる。

女性の場合には、未婚の専業主婦指向の層は「賃金格差是正」を、既婚や再就職指向の層で「在宅勤務、フレックスタイム」を、子供を持つ層や10年以上働いている層では「教育・研修の充実」の希望率が高い。また、全層にわたり「再雇用制度」の希望率が高い。

今後、企業の中で女性がより一層実力を認められ必要とされるであろうことを考えると、能力の高い女性が働き続けられるような条件整備が求められている。彼女たちの望む再雇用制度の導入や賃金格差の是正などを行わざるをえない時期にきているといえるだろう。

図-13 女性が働くために会社が整備すべき条件

(単位：%)



表－９ 女性が働くために会社が整備すべき条件の分析

(主なものを２項目まで回答)(単位：％)

		件数	男女の賃金格差の是	正雇用制度 育児休業	育児手当などの会社負担	食糧の備蓄 会社による託児所等	在宅勤務 フレック	スタイム等の導入	教育・研修の充実	住宅・寮・厚生施設	等の充実	その他
ビジネスマン	合計	1306	47.2	40.6	10.7	15.8	28.5	34.2	13.3	3.4		
	勤務地											
	・首都圏	314	52.2	38.2	9.6	14.3	25.5	34.7	15.3	4.1		
	・京阪神	457	44.6	44.4	11.2	14.9	30.6	35.0	13.1	3.3		
	・札幌	242	47.1	38.4	8.7	19.4	28.9	31.8	12.4	5.4		
	・福岡	293	45.7	38.9	13.0	16.0	28.0	34.1	12.3	1.0		
	業種											
	・素材産業	28	53.6	32.1	3.6	-	25.0	35.7	17.9	3.6		
	・製造・組立産業	193	60.1	38.3	10.4	15.0	28.0	39.9	13.0	4.1		
	・建設・不動産	113	58.4	39.8	8.8	11.5	28.3	36.3	15.0	1.8		
	・金融・保険	206	40.8	43.7	11.2	14.1	24.8	38.3	17.0	2.9		
	・商業・サービス	371	49.1	37.5	11.9	12.7	31.8	33.2	13.2	3.2		
	・運輸・通信	120	40.8	36.7	10.0	17.5	37.5	33.3	7.5	2.5		
	・公務	225	36.0	50.2	10.7	28.0	22.7	25.3	12.0	4.9		
	・その他	23	52.2	26.1	21.7	8.7	26.1	34.8	13.0	4.3		
	仕事の種類											
	・営業・販売・関係	383	51.7	34.5	12.0	13.3	25.1	36.0	13.1	2.9		
	・機務・財務など管理関係	341	41.3	45.2	9.7	15.5	21.4	41.9	15.2	3.8		
	・企画・調査・広告関係	131	45.8	38.9	13.0	13.0	34.4	35.1	10.7	5.3		
	・技術・製造・研究関係	327	52.3	42.8	11.0	18.0	33.9	26.3	13.5	2.8		
	・その他	46	34.8	41.3	10.9	19.6	34.8	30.4	10.9	6.5		
	役職											
	・部長以上の上級管理職	79	63.3	31.6	5.1	7.6	22.8	49.4	10.1	5.1		
	・課長係長等の中間管理職	451	48.3	39.7	6.4	11.5	29.7	44.1	10.4	2.9		
	・一般社員	767	44.5	41.9	14.0	19.3	28.7	26.7	15.4	3.5		
ビジネスウーマン	合計	442	44.8	50.0	11.8	20.1	31.0	29.2	14.0	3.4		
	勤務地											
	・首都圏	134	48.5	47.8	11.2	18.7	32.1	27.6	17.2	6.7		
	・京阪神	160	37.5	56.3	13.8	21.9	31.3	29.4	13.8	0.6		
	・札幌	69	55.1	49.3	13.0	18.8	31.9	26.1	13.0	2.9		
	・福岡	79	44.3	41.8	7.6	20.3	27.8	34.2	10.1	3.8		
	既婚/未婚											
	・未婚	347	45.8	50.7	12.4	19.3	29.1	27.4	15.6	3.5		
	・既婚・小・中	95	41.1	47.4	9.5	23.2	37.9	35.8	8.4	3.2		
	・子供なし	40	37.5	45.0	15.0	37.5	40.0	22.5	12.5	2.5		
	・子供あり	55	43.6	49.1	5.5	12.7	36.4	45.5	5.5	3.6		
	仕事継続意識											
	・結婚や出産後も仕事を続けている	171	39.8	48.0	11.1	25.1	29.2	31.6	13.5	4.7		
	・結婚や出産で一時家庭に入り再び仕事を持った	148	45.9	53.4	12.8	17.6	37.2	25.7	10.8	2.7		
	・結婚や出産を契機として家庭に入るつもり	97	50.5	47.4	12.4	17.5	24.7	30.9	20.6	1.0		
	勤続年数											
	・～ 1年	83	43.4	44.6	13.3	22.9	33.7	28.9	9.6	2.4		
	・～ 3年	96	41.7	56.3	14.6	18.8	32.3	21.9	16.7	5.2		
	・～ 5年	69	47.8	52.2	13.0	18.8	24.6	30.4	13.0	2.9		
	・～ 9年	79	43.0	57.0	12.7	27.8	30.4	16.5	17.7	1.3		
	・10年以上	100	48.0	39.0	7.0	15.0	32.0	47.0	10.0	5.0		

5. おわりに

今回の調査では、職場で女性が戦力としてパワーを発揮していることを男女を問わず多くの人が認めていること、中でもスペシャリストタイプやキャリアタイプの女性に期待が集中し、それらのタイプを目指す女性が多いことが確認できた。したがって、今後職場の女性は実力、ボリュームの両面でますますパワフルになっていくものと予想される。

しかし、結婚や出産後も仕事を継続していこうという層、一時的な中断があっても再就職をしようという層がスペシャリストやキャリアウーマンとして期待できる一方で、専業主婦を希望する層も存在するという現実もある。「働く女性」であるからといって全女性に同じ期待をするのは考えものである。また、専業主婦指向の女性は現在、「職場の花」「アダルトOL」として職場でそれなりの機能を果たし評価を得ている。仕事については「短期決戦」的な意識を持っているこの層を戦力としてどうマネジメントするかも今後の課題となるであろう。

女性は自分の人生における「仕事」を非常にクールに位置づけており、働く意識としては男性が思っているよりも余程「しっかり、したたか」である。ビジネスマン諸氏が未だに「仕事のパートナー」というよりは「女性」として彼女たちを扱っていることと対照的である。したがって、今後の職場における男女のパートナーシップという観点からは、職場の女性に対する男性の意識の変革も必要であるといえる。

最後に、今後、優秀な人材の確保がより難しい時代になると思われるが、意欲ある優秀な女性が働き続けられるような会社や職場の条件づくりも、企業にとって不可欠であるといえよう。