

女だって、女房が欲しい。

企業経営漫談士 岡野実空

1985年に成立、翌年施行された男女雇用機会均等法。これは、同時期に民営化された、日本電信電話株式会社（NTT）の留守電メッセージサービス、「でんわばん」の広告コピーです。（1986、根岸礼子）今回は、さまざまな施策がとられながら、いまだに世の中に根強く残る、「ガラスの天井」について考えます。

視点1：背景と真意

欧米からはるかに立ち遅れ、敗戦の一因ともなった官営の電信電話事業。その迅速なキャッチアップを目指し、1952年に設立された日本電信電話公社。国内の神経系統（通信）の整備に続き、自ら仕掛人となって実現し、世界から注目を浴びた循環器系（金融）の「全銀システム」については、先のコラム（C-07）でも取り上げました。

しかしその後、目立ってきたのは、公社が肥大化したことによる、さまざまな社会的な弊害。その改革を目指した民営化は、“Japan as No.1”という幻想同様、また世界の注目の的になりました。

さてこれは、同時期に成立した「男女雇用機会均等法」を受け、女性の本音を強く訴えた広告コピー。そこには、商品としての「でんわばん」が連想させる補助労働を超え、「家事」「育児」からの「解放」という思いがひしひしと伝わってきます。

視点2：教訓と学習

昨今絶え間なく起きている、新聞、雑誌、テレビなどの広告の「炎上」は、社会が抱える諸問題の表出。またそれをつうじて浮き彫りになるのは、「男女格差」や「LGBT」などの問題を巡る、男女間、世代間の「意識」ギャップの根深さです。

農業中心の時代には薄かった、男性は「仕事」、女性が「家事」「育児」、という社会通念。それは近代の都市化、工業化の進展と共に強まり、経済成長がさらに拡大を促進しました。そんな中、社会と共に女性の意識も進化し、戦時しか女性を労働力と見なさない男の認識とのギャップ解消に動くのは、同じ「人間」として当然のことといえます。

平塚らいてふを中心に、女性解放を叫ぶ青鞥社が生まれた

©NPO マネジメント共有ネットワーク

◆教訓：「社会」が変われば、「ルール」も変わる
「ルール」が変われば、「社会」も変わる

◆参考コラム：『三々な経営』
E-2「ワークライフ・バランス」の意義
『四字熟語で考える経営戦略』
YF-1 ヒト・その1『男女同賢』

のが、1911年。百貨店の高島屋に初の女性取締役が誕生し、話題となったのが、1979年。彼女は家事をしないから出世した、という男性役員の恐るべきコメントは、当時、小さな問題にしかありませんでした。（いまなら大炎上!!）

「自助＞共助＞公助」で「百年河清を俟った」結果が、今日の有様。「百年後の消滅を待つ」課題最先進国の筆頭課題、「少子化」対策では、真逆の「自助＜共助＜公助」への大転換が必須なのですが。

新総理大臣殿、まだ一律、百年前の順位ですか？

視点3：異論その他

国際婦人年の1975年、ハウス食品のラーメンのCMが放送中止に追い込まれました。その『私作る人、僕食べる人』という表現が、性別役割の固定化につながるとして、故市川房枝議員を筆頭とする500人の「行動を起こす女性たちの会」の猛烈な批判を浴びたのです。おまけに、この婦人団体を揶揄した週刊誌までもが訴えられる始末。その結果、このCMは、広告にもジェンダー視点の必要性を覚醒させた記念すべき作品となったのです。

それから45年、広告は懲りもせず数々の同問題を起こし続けています。翻って東京コピーライターズクラブの女性会員比率ははまだ20%以下。ジェンダーギャップ指数の国際順位を、ついに121位まで落とした我が国の現状打破は、広告制作現場も無縁ではありません。（一カ 廉）

今年9月に87歳で亡くなった、米国連邦最高裁判所のRBG、ルース・ベイダー・キンズバーク女史。米国ですら立ち遅れていた「男女平等」を、法として勝ち取ってきたその生涯を称え、合掌。

2020年10月12日 実空