

女性が輝く日本

レングー会長兼社長

大坪 清



女性の職業生活における活躍推進のために、国や自治体、企業により積極的な取組みを求める女性活躍推進法が成立した。安倍政権の掲げる日本再興戦略では、成長戦略の重要な柱として女性活躍の推進をあげている。

女性が輝く社会とは、女性を単に労働力として活用するということではない。それは働き方や家庭、育児の在り方、男女間や世代間の役割の見直しなど、社会の意識や習慣の変革を伴うものでなければ意味がない。

当社も昨年4月に女性活躍推進室を設け、取組みを加速させている。女性管理職の比率はまだまだ

低い、むしろ女性がリードしている職場もある。30年以上も前に上場企業で初めて女性役員になられた石原一子氏(高島屋元常務)に、その当時家庭紙の包装デザインに関してお話を伺った際、同氏より3色以上のデザインはできるだけ女性に任せなさいとの指導を受けた経験もあり、パッケージのデザインを考案する部門は、全体の8割を女性にしている。

中身であるお客さまの商品の売り上げが伸びれば、外身であるパッケージの受注増につながりお客さまとワインウインの関係を築くことができる。最近では単なるパッケージデザインのみにならず、中

身となる商品のコンセプトやネーミング、店舗デザインに至るまで、綿密なマーケティングに基づいた総合的な企画提案が増えてきている。女性らしさとは、共感、親切、柔軟といった言葉で表現されるが、そんな女性たちの心に響き、思わず手に取ってみたくなるパッケージのデザインや形態。そんなアイデアを考えられるのも女性ならではの感性である。

現場の第一線で活躍する女性社員たちと食事をしながら話をする機会があった。皆が仕事や生活の悩みを抱えつつ、問題意識を持ちながら、それぞれの現場で真剣に厳しく取り組んでいることを再確認し、大いに参考になった。と同時に、やはり変わるべきは、女性ではなく男性の意識であり、社会のありようだと確信した。

深夜労働も多い製造業では、これまで男性中心に職場が構成されてきたが、発想を転換して、今まで女性は無理と思われていた職場も、

女性らしい発想で見直してみれば、6Sをはじめ職場環境の改善につながることは間違いない。

社会や生活の在り方、家庭と仕事とのバランス、これらを変革することは少子化対策の王道でもある。当社では新しい命の誕生をもっと祝福して、こうとの思いで、2006年から出産祝い金として第3子以降100万円を支給している。少子化を反転させるには、何としても3人以上の子どもを持つ家庭が増えてもらわなければならない。その成果は、制度導入後9年間で250人の第3子誕生と表れている。導入前の倍のペースだ。

少子高齢化やグローバル競争の進展など変化の激しい現在にあっては、性別、年齢、障がい、国籍等の垣根を越え、多様な価値観を持つバックグラウンドが求められる。女性が輝くとは、すなわち日本が輝くということだ。もっとしなやかな社会へと向かうときだ。

