

KYUSHU NEXT2021 ~われわれはどうやって九州を動かしていくのか~ グループセッション議論内容総括

1. 開催概要

開催日：2022年2月21日(月)14:00~17:00

開催形式：オンライン, Zoom meeting (WG委員は九経連大会議室)

参加者：67名(男性34名、女性33名)

2. グループセッション

(1) セッション1

テーマ：女性活躍は『女性活躍推進法』ですすんだのか
2016年に施行された「女性活躍推進法」が企業にもたらした変化と次なる
ステージへの課題はなにか
プレゼンター：「WE-Nextの会」
西部ガスホールディングス(株) 取締役常務執行役員 高山 健司 氏
九州産業大学 男女共同参画推進室 室長 佐々木 圭子 氏
テーマ座長：(株)博多ステーションビル 取締役事業推進部門長 吉留 景子 氏

【プレゼンテーション概要】

- 女活法以降の成果としては、意識喚起には有効であったが、効果を実感するには道半ばであり、多様性の力を経営に取り入れるには至らず。
 - ・ 厚労省雇用均等基本調査において女性管理職の推移を見ると、係長級は増えているものの管理職では微増(令和2年度時点 課長相当職以上 12.4%、係長相当職以上 14.6%)
 - ・ 九経連会員企業へのアンケートを見ても、採用率、管理職比率、役員比率において微増。
 - ・ その中で管理職比率 15%以上及び伸び率の高い企業の特徴として、「採用・登用に関する数値目標が存在」「意識的にロールモデルを育成」「男性の育児休業の取得率が伸びている」が挙げられる。
- スピードアップの施策として、「脱！人事マター」、経営における「ジェンダー主流化」を提案する
 - ・ ジェンダー主流化とは 1995 年の北京会議において提唱された概念。人事だけでなく、あらゆる政策(ビジネスにおける事業の活動全て)において、男女平等の視点があるか検証し評価するプロセス。男性にとって不利な状況改善も含まれる。
 - ・ ジェンダー主流化の加速は非財務情報を重視するビジネスの潮流と重なる。急

拡大するESG投資、その中で女性活躍情報を重視する投資家の動きがその例。

- ・ 女性活躍情報として投資家が確認しているのは、まず女性役員数、次いでトップのコミットメントの有無。
- ・ 多様性のある組織は、収益性やレジリエンス、イノベーションの面でそうでない組織のそれを上回る。

【ディスカッションテーマの示唆】(吉留氏)

トップのコミットメント、経営のビジョンの在り方、またそれを数値化して目標化することが必要な要素であると思う。それを推進するためには、体制面や、男女の意識改革など様々な要素がからみあっている。その観点から、経営におけるジェンダー主流化を実現するために、私たちがすべき次のアクションを討議していただきたい。

【主な意見】

● 社内のジェンダーバイアスの希薄化

ダイバーシティを認め合う風土づくり / 安心して働ける風土づくり / 階層それぞれで考える機会を作る(入社時にジェンダー平等や育児支援制度の説明を実施) / 全ての活動において公平を視点に実施、男性、女性の違いがないことが本当の意味での平等ではないか

● オーダーメイドのキャリアパスの作成

キャリアパスの可視化・明確化 / 自己実現のサポート / 管理職になった女性のその先を考える / 女性への期待値を示す / 採用時から管理職になるキャリアパスを描かせてそのうえでライフイベントに臨めるようにする

● 男性の育休取得に向けた対応策

企業がデフォルトで育休を取らせることを前提としたルールを作る / 女性は育休介護休暇を取得後の選択肢を示すことが重要であり復職に向けた面談等が有効 / 子育て世代だけが特別扱いされた偏った支援は効果的ではなく様々な世代や事情を考慮した共助が大事

● 女性活躍の評価方法

管理職割合などの量的改善だけでなく質の部分での改善が重要。生き生きしているかも指標になる / 女性活躍は働き方改革と一体であり優秀の定義を長時間働けることから変える

● 女性側のモチベーション維持

身近なロールモデルが前向きな姿勢を見せる / 多様なロールモデル(緩やかな働き方をしている女性等)を提供 / 経営層になりたくない女性が多いなど女性の意識改革が必要 / 係長以上を女性が望まない状況の打破

● トップのコミットメント

トップが社として女性活躍を推進することを話す・示す / ワークライフバランスの推進を両輪で進める / 若い世代はジェンダーに取組んでいない企業に批判的な感覚がありその感覚をトップに理解してもらう / 経営目標に数値を入れて強制力を持たせその数値を全社員に周知する

- 女性の登用

組織のコアな部分への登用を進める / 女性のキャリアチャレンジ

- 制度面の整備

意識改革だけでは不十分でありクォータ制のような枠組みが必要 / フェムテックなど男女共に健康的に働くためのサポートが必要 / 女性が「安心して」就ける管理職ポストの設置(時間外労働や休日出勤、転勤等が前提ではない)

- 女性活躍に向けた課題

企業の熱意に温度差がある / 女性活躍の裾野は広がっているが5年ほどのスパンがかかる

- 男性の本音への対応

女性活躍は自分の立場を脅かす存在というイメージを払拭するために男性が仕事以外の自分の居場所を見つけ WLB を実現できるような意識改革・取り組みを実施 / 男女と一緒にジェンダー主流化を考える研修を実施

- パート 103 万円の壁の排除

(2) セッション2

テーマ: 「社会の協力によるフェアなビジネス環境」

“WEConnect International”の取組みを例に女性事業者の市場参入と
社会の協力を考える

プレゼンター: KIGURUMI. BIZ(株) 代表取締役 加納 ひろみ 氏

テーマ座長: (株)岩田屋三越 取締役執行役員総務・経営企画部長 和田 金也 氏

【プレゼンテーション概要】

- 「平等では幸福ではない」という観点の元、与える側ではなく受け取る側の幸せの量を重視する
 - ・ みんなにとって働きやすい、辞めなくていい職場とは何かを考えた時、従業員それぞれオーダーメイドの働き方をしてもらうことを選んだ。それは企業側からすると大変面倒である一方で、従業員のパフォーマンスが上がることは結果として企業にとってプラスである。
 - ・ フェアであることはイコールではない。
- 経済におけるアンフェア解消に向けた女性の挑戦
 - ・ 個人レベルでジェンダー解消を考えるには、グローバルジェンダーギャップ指数等のランキング等はあまりに遠い存在である。そこで身近なジェンダーギャップ解消の例として、買い物をする時の意識を考える。年間 2200 兆円に及ぶ世界の総消費額のうち、85%の買う意思決定は女性にゆだねられている。一方で世界の企業や政府の調達に対して女性起業家が販売する割合は1%にも満たない。選ばれていないというアンフェアな状況がある。世界全体の企業数のうち、32~39%は女性所有の中小企業である。
 - ・ わたしたちはモノを買う時に誰から買うか選ぶことができるが、実際は選んでいない。個人でも企業でもモノを買うときに意識して女性が提供しているモノやサービスを選んで購入することが女性を取り巻くアンフェアなビジネス環境の改善につながる。
 - ・ 「WEConnect INTERNATIONAL」は米国発非営利団体。51%以上の株を1人以上の女性が保有し、実質的経営決定権が女性にある企業を国際的に認定し、会員である大手優良企業のサプライチェーンに組み込む。それによって女性が生み出す経済力を底上げする。もちろん女性企業であればどこでもいい訳ではなく、認定の際にはその企業の商品やサービス、財務状況をチェックした上で認定する。会員バイヤーは認定企業からのダイバーシティの取組み年間調達額の内女性企業家からの購買割合を公表するため、女性企業にとってはチャンスが担保されている。日本では 2018 年にローンチし、KIGURUMI.BIZ(株)が認定企業の第一号。現在国内 30 社。

- ・ WEConnect の認定企業の商品には認定タグがつけられており、アメリカでは実際にそのタグを見て選ぶという購買行動が起きている。

【ディスカッションテーマの示唆】(和田氏)

中世から近現代まで経済活動が男性中心で行われてきたため、インフラや標準が男性基準になっている。よって女性には大きなハンデとなりアンフェアな状況であるが、これを一気に解消しようとするれば混乱や軋轢が発生する。そんな中で、「与える側の平等ではなく、受け取る側の平等」を重視する考え方、WEConnect International の活動には、この社会的アンフェアの解消に繋がる大きなヒントがあるのではないかと。

【主な意見】

テーマ①: *男女平等が幸福であり、問題の解決ではないのではないかと。「与える側の平等ではなく、受け取る側の平等」を重視する考え方に、無意識のアンフェア解消に向けた大きなヒントがあるのではないかと。*

● 平等、フェアの考え方

SDGs の観点から男女平等の推進は重要。同じ環境で平等であっても、それが女性にとって equity=均衡であるかが重要。そもそもの土台が同じでなければ平等にはなりえない。例:女性に銀行口座が開けない国での女性専用の銀行 / 仕事中心に考えるのではなく、フェアの基準を視覚化して共有する / 意識的に男女平等を理解していても、無意識的にジェンダーバイアスがかかっている場合がある。これに気づき窓口を開けていくことが大事である。結果として究極的には良いものは残りそうでないものは淘汰されて残らない / 「与える側の平等ではなく、受け取る側の平等」は今まで意識していない新しい観点 / 受け取る側の幸せ(認識)をどのように会社の制度に落としこむか?どこまでできるものなのか成功事例をもっと聞きたい / 受け取る側の幸福を企業が検討することは重要であるが、その人の幸せがその人の本当の意味でのゴールなのかを測るのは難しい / 企業の働き方の多様化は大事。「地銀人材バンク」の取組は現在64行まで広がっており画期的。シニア層にも広げ U ターンなどの希望にも対応している / 公共調達において「過去の実績」を問うのはアンフェア。変化の激しい現在は新しい商品・サービスが生まれている

● 職場におけるジェンダーギャップ解消に関して、男性目線で女性優遇とも取れるレベルで取組を進めても KPI の達成が難しい現状を鑑みると、高い意識で取り組む必要がある。

● 企業と従業員の意識の差

会社が設定する制度やキャリアと従業員が求めるそれに違いがある。キャリアを登るだけでなく下がるのもアリとする制度設計があると従業員の幸せに繋がる / 雇用主と従業員の間にはギャップが存在するため管理者は一人一人に合わせる覚悟が必要 / 働

く側にも自己責任が生じる / 雇用の在り方自体が変わってきており(ジョブ型雇用、副業など)、転換期において一人一人にあったものを企業が提供していくためには、各従業員の責任やコミットメントも問われる / 現管理職(中高年男性)が部下一人一人に寄り添うコミュニケーションが重要 / 受け取る側の平等という視点は非常に有意義である一方、それを実行する時間的余裕が不可欠。当事者がどうありたいのか自立して考えることも不可欠 / 個別の違い(得意・不得意)を見える化し、わかろうとする努力が必要 / 自分から発信する / 雑談などを利用して理解する / 受け取る側の気持ちを想像するためには経験することが必要

● 働き方

会社の福利厚生で働き方の選択肢を増やすことにより女性も男性もよりよく生きることができないか、2年間の自己申告休職制度を設けている会社ではその間自己研鑽に励むことができる / 女性が活躍しなければならない職場

【主な意見】

テーマ②: *WEConnect International* の活動は、女性リーダーの企業を「フェア」に支援するものである。他の機関でも同様の支援ができないか。また大企業自らパートナー探しの一つの基準にできないか。

- WEConnect INTERNATIONAL の活動はアンフェア解消の一助になるのか
男性トップの企業からの購入が圧倒的に多いというデータは産業構造のせいもある(製造業に男性が多い、女性は文系の学部への進学率が高く女性の母数が少ない) / この活動は1つの手段であって、目的ではない。まずは知ることが大事 / 女性リーダーの企業を「フェア」に支援するということは、女性起業家からの購入すること自体がゴールではなく、同じ土俵で普通に戦えることを目指すことが本当の意味でのフェア。男性社会の中で男性が得をしてきたことを男性自身が認識して、ジェンダーバイアスなしに活躍できることが必要

(Positive)

We コネクトの取組はとても良い。結果的に男性経営者の企業から買っているという面はあると思うが、それは男性社会の「人脈づくり」が根強い中で、アフターマティブアクションとして必要 / 社内の女性活躍と同様、こうした動きに関して不平等との批判はあるだろう。一方で、男女のビジネスオーナー間に圧倒的に資金確保の差があるという状況では、「エクイティ」に目を向け、ビジネスの構造そのものを変えていくチャレンジも必要であり、対話が必要

(Negative)

いいモノが選ばれるべきであり、女性起業家の会社であれば製品を盲目的に購入する(選ばれる)というのは逆にアンフェア。男女関わらず、良い商品が購入される、メーカー側の努力なくして実現できない世界であり、現在の状況をアンフェアと考えるかは賛否

がある。 / 女性でも得意・不得意ある / 女性経営者の優遇の経緯がよく分からない。そう戦いたいわけではない / 逆に女性が働きにくくなるのでは？を危惧(実力通りであればいいが) / 女性起業家側の努力(女性の視点で工夫された商品・サービスを提供)が必要 / もし同様の活動をするならば、女性リーダーの企業だけを対象に支援するのではなく、ジェンダー問題の是正に対して積極的に取り組んでいる男性の企業リーダーもいるのだから、“女性が活躍している企業”というような尺度で選ぶべき。

● 女性リーダー企業への支援、支障になる点

支援機関ができることが望ましい。WE-Next の会で支援できないか、またその場合は同会のブランディングが必要 / 大企業と女性起業家の間に中間支援組織(コーディネータ)が必要。九経連は？ / BtoC 業界(カフェ、飲食店、食品)ではすでに女性目線の商材がアピールになっているが、BtoB 業界では少ない。目印を取り入れてみてはどうか(けんせつ小町等) / 購買側が持ちがちな「慈悲的な感覚」の解消が大事。そのためには提供側が質の向上に取り組み続けることが必要 / 既存マーケットの取り合いではなく、ニューマーケットでの戦いになる / SDGsにつなげられる女性リーダー企業は多い。九経連の中で、女性サプライヤーから〇%購入するなどの目標を掲げるのはどうか / まずは企業を知る機会が必要(事業承継者には女性が多いなど) / コスト削減の圧力の中、ボリュームメリットのある購買に偏っており、女性経営者企業からの購買が入りにくい面はある

(3) セッション3

テーマ：「九州スマートリージョン構想(仮称)」～オープンデータによる自治体の枠を超えた地域連携～

Well-being を実現するためのオープンデータ活用を考える

プレゼンター：福岡地域戦略推進協議会(Fukuoka D.C)事務局長 石丸 修平 氏

テーマ座長：嘉穂無線ホールディングス(株) 代表取締役社長 柳瀬 隆志 氏

(株)フラウ 代表取締役副社長 濱砂 圭子 氏

【プレゼンテーション概要】

- 「九州将来ビジョン 2030」では、ありたい姿のひとつに「自立型広域連携アイランド」を掲げており、九州において新たな広域連携の在り方を構築することを宣言している
 - ・ 社会情勢を整理すると、少子高齢化による既存行政システムの限界や首都圏への一極集中リスクの顕在化、都道府県をまたぐ行政課題の複雑化などが挙げられる。
これらの問題を自治体同士のデータ連携で解決したい。
 - ・ 現在は基礎自治体ごとにスマートシティ化を目指しているが、それでは自治体毎に差が出てしまう。地域性は残しつつも汎用性を担保し、全体最適を図れる広域連携を目指す。
 - ・ 特に広域での連携が効果的な分野として「防災」「モビリティ」「エネルギー」「医療」「行政サービス」が挙げられる。「防災」の観点では、広域にわたる災害は行政区域をまたいで発生する。そういった場合に広域で連携することによって備蓄品在庫の地域格差や避難所情報の共有、民間企業との連携などで効果が期待できる。
- Liveable Well-Being の考え方は世界の共通概念であり、幸福感と暮らしやすさを主観と客観で評価する。
 - ・ スマートシティを作ろうとする際に、自動運転等のソリューションに目が行きがちだが、ユーザーである住人の幸福度を重視し、都市レベルで評価する取り組みが世界的な潮流である。この取り組みによって、これまで可視化されてこなかったアンフェアが数値化される。

【ディスカッションテーマの示唆】

こういった構想はこれまで官や大企業が中心に行うことが多かったが、広く市民や企業がこのプロジェクトに参画することによって、よりきめ細やかなサービスの提供や、デジタル技術に対する不安など、ユーザー側の不安などが洗い出され、よりよいプロジェクトになる。(柳瀬氏)

社会には企業優先型の社会A面と、住民が支えるB面があるが、自身はB面の支援に長年従事し、ネットワークを広げてきた。数々の災害の際には、そのネットワークを使って現場のリアルな声に呼応した支援をしてきた。非常時に助け合える関係性、日頃から地域社会にどれくらい接点があるかが大事になってくる。(濱砂氏)

【主な意見】

テーマ①: 生活・ビジネス面において、どういったことが自治体単位でなく、広域でデータ連携されていると有意義であるか。

● 防災でのデータ活用

防災やシステム連携基盤は競争領域とせず、協調領域とすることで大変有意義な住民サービスが提供できるのではないかと / 使うシーンも重要であり、防災などではいざという時に使えるようにトライアルもしたい。自分にあった使い方がしたい / 有事の際はテレビやインターネットを情報として活用することが多い。データ公開すべき情報の線引きは難しい。 / 備蓄品の共有 / 避難所の広域での活用で避難時のリスクを緩和できる(現在は市町村の境を超えての受け入れの状況は少ないのでは)

● モビリティ分野でのデータ活用

モビリティの進展により交通面の様々な課題(道路の建設、渋滞緩和(沖縄は渋滞が社会問題))の改善が期待される / 混雑情報など民間のモビリティ分野ではデータ連携の動きが進んでいる(例:マイルート)

● その他分野でのデータ活用

地震速報やワクチン接種の取り組みが基礎自治体ごとなので連携してほしい / ワクチンパスポートは機能している / 人材データ(何が出来るか?) / 虐待情報(自治体内でも共有されていない) / 高齢者サポート / 納税などの確定申告の仕組みは進んできている / 人口動態の詳細データを必要な組織に共有する / 公表されていない正確なデータ(株価への影響の懸念)を民間で公表 / 食品ロス(余っているところと足りないところ)の共有。子供食堂。困窮世帯への対応 / 広域で待機児童の解消を考えてはどうか。県境を超えて預けられるシステムができないか。また小学校の転校にも応用できるのでは。 / こどもを地域で育てるためのデータ活動ができそう。 / ゴミ収集、火葬場など公的なもの / 医療機関の広域連携(地域格差をなくすため) / 逆にエネルギーはコミュニティ内での地産地消が望ましいのではないかと / 交流人口ではなく関係人口を増やしていくことが重要。ふるさと納税等で連携が進むとよい

● マイナンバーの活用

もっと広域で連携させてほしい。総務関係の部署で手続きが大変だと感じている / 積み立てNISAのマイナンバーとの連携はうまくいっている事例 / 住民票がとれるだけでなくそれ以上のマイナンバーの取得メリットが必要であり、それを国が周知すべき / 子育て等で離職した女性の潜在就業希望者は数万人いるが、半数は就職活動をしていない。マイナンバー制度なども活用してプッシュ型の通知ができれば、就業者はもっと増

やせる。

- データの汎用性

自治体のデータのとり方がまちまちなので国が音頭をとってほしい / スマートシティを引越した後もデータが使えるようにしてほしい / データの使用用途に関して、ユーザーに対してメリットをきちんと説明してほしい / 統一の基盤システムを導入してほしい。個別の場合は、横展開できるようにしてほしい / 自治体ごとに異なるベースをそろえることで、情報格差→地域格差の是正につながる

- 女性目線の必要性

地域との連携の重要性を企業の中にも浸透させ、早い段階で自治会の中に男性だけでなく女性が参画する仕組みづくりが必要(避難マップを女性目線で作った実績あり) / 保育と女性就労の部署の連携をもっとスムーズにできると良い / 保育園の転園なども市町村、警察など含め各機関が連携できると女性の負担が減る

- RESAS は、分析ツールだが、一般の民間事業者には使いにくい。もっと使いやすくしてほしい。

【主な意見】

テーマ②: 民間で行っている地域活動が抱えるニーズに対して、テクノロジーで対処できることはないか。また地域住人にどういったメリットがあるか。

- テクノロジーでの課題解決

医療情報等のパーソナルデータをデータ連携基盤に載せることで、より高いレベルのQOLが実現できるのではないかと / 自動運転、AI オンデマンドタクシー / 手続きの電子化(保育園入園など) / オンライン冠婚葬祭、香典もカードで / 保育園のオンライン発表会 / ワークーションなどで関係人口の増加に寄与 / 電車乗車中にオンライン会議のスペースがあると良い。JR九州などでそういったことを先行できれば、他地域から九州に目が行くのでは / 子供の見守り活動のテクノロジー化。監視カメラ / 独居高齢者、認知症の方の見守り、話し相手 / 第二の地域コミュニティをテクノロジー化する(既存の地域活動に参加したくない人用) / 生涯学習、リカレント教育のオンライン化により幸福度の向上や新たな繋がり創出により well beingが実現する / 福岡市では小学生がGPS付き防犯ブザーを活用しているが、これを広域で展開してほしい / 地域活性化、連絡手段としてICTツールは有用(例:町内会をLINEで行う、大学の連絡網はメールが基本、保育園での連絡)

- テクノロジーの使い手の目線

虐待、貧困、防災など命に関わる分野で信頼できる情報源を構築させる。また子供が気を遣わずにアクセスできるものが必要。防災分野では外国人や高齢者も同様。そのためにはデータシステムの構築だけでなく、「共助」も重要となる。その関連で、企業と地域社会のつながりも重要となる。 / 各自治体、大学等と連携するにあたり、どの部分を連携

しておくべきかを明確にする。また日頃からの地域住人へのアナウンスが必要 / 大学生との連携等、データやテクノロジーに強い若い力を取り組むことが必要ではないか / 地域は高齢化しているためテクノロジーの変化についていけない高齢者へのフォローが大事 / 世代ごとに情報へのアクセスに差がある。情報共有がしやすいアプリ等の浸透も両輪の課題 / 使い手の観点からするとフォーマットの共通化が必要(罹災証明書、母子手帳も地域差があるらしい)。郵便局のコロナ対応を見ると、フォーマットが一緒だからこそできたことではないか

- 企業のサービスとしての差別化と、ユーザーメリットとしてのフォーマットの共通化、どうすれば重なりを大きくできるのか考える必要がある

以上