

## 【新時代の女性社員活用法】

### 『今は変革が求められる時代』

本題に入る前に人間関係におけるパートナーシップについて考えてみたい。

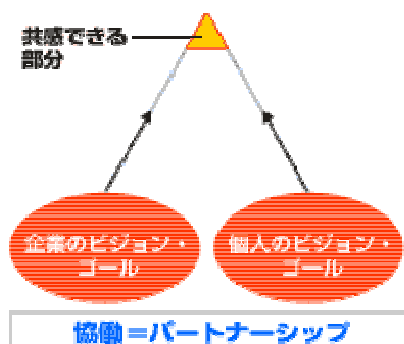
まず男と女。これは人間社会の基本的な構図で、家庭でいえば夫と妻のパートナーシップがある。家庭にはさらに親と子とのパートナーシップがあり、学校へ行けば先生と生徒のパートナーシップがある。会社では経営者と社員の関係がそうだ。お互いが一つの事業目的に向かって協働しながら会社が成り立っていく。さらに職場の中では上司と部下のパートナーシップ。お互いに補完し合いながら仕事が成就していく。

いずれの関係も「共生」がうまくいかないと、物事がうまく機能しない。とくに会社の中では経営者と従業員、上司と部下の意志疎通(コミュニケーション)がうまくいかないと会社そのものが危うくなる。「パートナーシップ」はその意味で、まさに「協働」そのものである。企業のビジョンと個人のビジョンがうまく重なって、その頂点に共感できる部分ができ、一つのゴールに向って全体のパートナーシップが進行するわけである。

いずれのパートナーシップも、お互いが人格を持った「個」として「対等の立場」でなければならない。そこに「共生の時代」の意味がある。

私は就職ガイダンスなどで講師をする際は学生に「会社と良いパートナーシップを築いていこう」と強調している。もはや個人が企業に依存したり、また企業が個人を管理する時代ではない。それぞれがビジョンやゴールを明確に持ち、共通のビジョンを実現するパートナーとして協力し合っていく関係がベストだと考えている。現実に企業で活躍している人は、その企業と共感できる部分を持っている人たちである。

今は変革が求められている時代。21世紀に入って「新しい時代のパートナーシップ」を考えていくことが重要だ。



### 『21世紀は女性パワー高揚の時代』

さて、冒頭で触れたように「パートナーシップ」にはさまざまなパターンがある。第1回は企業の中での「男性と女性のパートナーシップ」について考えてみたい。

1990年代は女性のパワーが改めて認識された時代でもあった。北京で開かれた世界女性会議では女性の地位向上へ地球規模の総決起。日本では男女共同参画社会構築へ向けてのビジョンが策定され、セクハラ問題もクローズアップ。シドニー五輪では女子選手が大活躍した。女性起業家も続々誕生し、雇用面での差別撤回へのこだまも社会を揺るがす。しかし、男女雇用機会均等法が施行され、もう長い時が流れたが、果たして雇用における女性差別は完全に終結したか。残念ながら答えはノーである。

20世紀終焉になって急速に盛り上がってきた女性パワー。だが、企業活動の中で見て、その力が活かされているかは疑問。21世紀はもっと女性の力が発揮され高揚しなければならないのに、多くの企業の人事担当者は女性社員の使い方に頭を悩ませ続けている。

その要因として、「腰掛け的な女性社員が責任ある仕事を避けている」「頭の固い男性の上司が活躍を阻害している」などという声をよく聞く。

### 『求められる女性自身のやる気・本気』

女性側の問題としては、いわれたことしかしない人は論外として、自身の不満・やりたいことをはっきりと上司、ひいては男性に主張していない人も多い。

まず女性自身がやることをきちんとやって、次に自分が何をやりたいか本気で主張する。前例がないからとあきらめずに、ビジネスパートナーとして認めてもらえるように働きかけていく。いろいろなことにチャレンジする勇気が必要だ。

また、同じ仕事をしていく上で、女だからできる、男だからできるということもあるはず。物の見方が異なることも当然。その違いや良さを見だし、認め合い、受け入れた上で、それを素直にお互いぶつけ合えばよいのではないか。

私のキーワードは「女性らしく自立(律)する」。個として独立した自我、アイデンティティーを持ち、行動すること。「会社は何もしてくれない」とこぼす女性社員は不満をいう前に、自分自身が何も行動していないことを反省すべきではないだろうか。そして、女性である以前にビジネスをする人、ビジネスパーソンとして自分が何をするのか、したいのか、しっかりとしたアイデンティティーを持つことが重要だと思う。

### 『教育研修を見直そう』

教育研修も見直しが必要だ。たとえば、女性だけ集めて研修するのではなく、パートナーである上司も出席させたらよいのではないか。そうすれば男性である上司も、女性が何を考え要求しているのかがよく理解できるだろう。距離を置いて女性社員の気持ちが分からないといっているのではなく、同じ土俵で働く大事なパートナーとしてとらえれば理解が深まる。私の知っているある流通企業では社長も出席して、企業ぐるみで個人のライフデザイン、キャリアデザインの設計に取り組んでいる。そういう会社は業績も好調だ。女性をどう活用するかと悩む前に、まず「何をやらせるか」を発想し、チャンスを与えることが先決ではないか。

もう一つ付け加えたい。パートナーとして企業側が求めている人は何か、をもっとはっきり彼女らに提示すべきだ。「私はこんなこともしたい」という意欲の持ち主を積極的に見つけ出し、登用していくことこそ女性社員活用の基本事項といえる。

企業内で活躍するにしろ、独立して起業するにしろ「自己責任の場」を確立することが大事である。それは何かといえば、仕事をするための、そして自分自身が充実するための場を創ることである。それがうまく会社のスタンスとかみ合って、生産性の高いパートナーシップが形成されるのだ。男性社員も女性社員も、批判し合っているだけでなく、まずお互いが自分自身を変えていく意識が必要ではないだろうか。変革の時代とはそういう意味である。

Copyright© Prime Time, Inc. Atsuko Sakamoto