

*FB考 寄稿とシンポジウム

WEF公開シンポジウム

ファッション産業で働く女性の活躍を支援する団体、ウィメンズ・エンパワメント・イン・ファッション(WEF、尾原蓉子代表理事)が11月4日、公開シンポジウムを開いた。今回は「グローバルに活躍する一日本が変わる目線を上げよう」をテーマに、一橋大学名誉教授でハーバード・ビジネススクールの博士号を日本女性で初めて取得した石倉洋子さんと、BTジャパン社長で経団連初の女性役員となった吉田晴乃さんを招いた。内容の一部を紹介する。

■尾原蓉子代表理事あいさつ

WEFは昨年5月の設立以降、活発に活動しており、今回の公開シンポジウムで19回目のプログラムとなる。企業会員は38社になった。今回副題を「日本が変わる、目線を上げよう」としたのは、今起きている巨大な変化が女性だけでなく、企業にとっても大きなチャンスをもたらしていると考えているからだ。例えば、来春施行される「女性活躍推進法」により、2020年までに女性比率30%実現に向け企業の努力が求められるようになる。また、訪日外国人の急増や和食など、日本文化への関心の高まりも挙げられる。

グローバルな体験というのは、人の考え方を大きく変える。私にとってのエンパワメントは3度の留学だった。海外で豊富な経験を持つ方のお話は、我々に新しい視点を与えてくれると思う。

変化はチャンス、目線を世界へ

ソーシャルスキルは武器 石倉氏

■パネル討論(コーディネーターはファッションジャーナリストの生駒芳子さん)

——男性中心の社会の中で、あつれきをどう乗り越えてきたか。

吉田 私の場合は、ビジネスのあつれきとどう向き合ってきたか。またその世界に男性が多かっただけ。今や私の存在自体が社員にとってあつれきの原因になっているくらいだ。飛行機は空気が抵抗が無いと飛ぶことができないように、あつれきを感じるのには何かを克服している時だと思ふ。何も感じられない時こそ、気をつけるようにしている。

石倉 以前、コンサルタントをしていたが、その世界は女性が少なく、先方に覚えてもらいやすいのがメリットだった。また、男性に比べ競争意識が低いから、人から話しかけやすいという利点もあった。

ある調査によると、成果を出すグループに共通しているのが、女性がいることだという。女性特有のソーシャルスキルが発揮されることで、みんなで協力してコトを進めることができたためだ。これからますます女性が求められる時代になると思う。

——富の偏りが著しい従来の資本主義から、中長期的視点に立つバランスの取れた新しい資本主義を模索する動きが出てきている。その中で女性が果たせる役割とは。

石倉 これからは利益とともに、様々なステークホルダーにバリューを提供することが求められる。その場合、複数の世界を持つ女性の良さが生きる。男性は勤めている会社がその人の世界のすべてという人が多いのに対し、女性は家族や趣味、地域、仕事と日常的

に複数の社会に関わっている。基準が異なるそれぞれの世界に身を置いている女性こそ、活躍する余地はあると思う。

吉田 今は全産業の70%がサービス業が占め、世界規模で見れば18兆円の消費市場が広がっている。そして、そのうちの12兆円は女性に購買の決定権があるとされている。さらに、言い過ぎかもしれないが、日本女性は世界で一番のクオリティー・コンシャスな存在で、そこで鍛えられた消費材がある。この消費材は世界で売れるし、ここに女性の視点をいれなくてはならない。特にファッション業界はスーパーチャンス。カナダに留学中の娘は帰国すると日本製の下着などを爆買している。高品質なものが現地にないからだ。

石倉 (購買に関する)意思決定の大半を女性が占めるのに、そもそもなぜ日本では消費材業界の幹部に女性が少ないのか。世界的に見れば、消費材を手掛ける企業のトップに女性が就いているところは多いし、「ザ・コンシューマー・グッツ・フォーラム」でも女性の参加者が目立つ。

——キャリアを積みながら、子育てなど私生活とどう両立させてきたか。

吉田 私生活においても常に仕事のことを考えており、ワーク・ライフ・バランス(WLB)という意識



尾原蓉子代表理事



吉田晴乃 BTジャパン社長

消費材に女性の視点を 吉田氏

——WLBを実現しやすくするには。石倉 やはりパートナーがいた方が良いと感じる。特に最近の若い人はかなり価値観が変わっている。保育園の送迎をパパが担当したり、週末にパパが子供を見ていたり。WLBを意識する男性も増えている。ただそのために倉倉は、日本の労働時間短縮をどうにかしたい。これがすべの元凶で、男性が家族とともに過ごす時間を奪っている。そして、評価の基準を「労働の長さ」ではなく、「成果」で見るとはならないといけない。これからの仕事のやり方は、パレルキャリアや在宅ワーク、フリーランスといった多様な方向に必ず進む。評価方法の変更が難しいことは分かるが、ここがクリアされないといつまでたっても変わらない。

吉田 自分自身の価値が市場でどれくらいの価値を持つのかきちんと見極めたい。方程式や変数が刻々と変わる社会で、その都度提案ができることが大事だ。営業畑を歩んできた私には、数字が私以上に私を物語ってくれた。「誰にもない自分らしさ」というものがない人はいない。それをどう磨き、どう売り出すか。これに尽きる。

石倉 自分のユニークさを買ってくれるマーケットを探すことも大事だ。世界は広く、色々な人が色々なものを求めている。いくらでも可能性はある。私はどこへ行っても、たぶんやっつけていけるだろうという根拠のない自信を持つことが大事だと思ふ。他人と比べて足りない部分ばかりを見ていてはしょうがない。日本の女性はよく自信がないと言われるが、それでせっかくの機会を逃す。ちょっと無理だと感じて、前へ出れば世界が広がる。