

# 國學院大學學術情報リポジトリ

## 新聞求人広告にみるジェンダーの現状： 一九九六年求人広告調査を中心に

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2024-02-27 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 田中, 和子, 女性と新聞メディア研究会, 均等法研究会作業部会, 岡野, 雅雄, 諸橋, 泰樹 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://doi.org/10.57529/0002000112">https://doi.org/10.57529/0002000112</a>

# 新聞求人広告にみるジェンダーの現状

——一九九六年求人広告調査を中心に——

田中 和子  
女性と新聞メディア研究会  
均等法研究会作業部会

はじめに

## I 求人広告の現在と分析の方法

- 一 求人広告のみられ方
- 二 求人広告の量と売り上げ
- 三 調査の方法

## II 一九九六年求人データの基本的特性

- 一 募集年齢の傾向
- 二 募集職種の傾向
- 三 就業形態の傾向
- 四 給与形態の傾向
- 五 記載学歴の傾向
- 六 記載給与の傾向
- 七 新聞別の特徴

## III 一九九六年調査結果のクロス集計分析

- 一 募集性別ごとにみた職種・就業形態・年齢
- 二 募集性別ごとにみた職種・給与形態・年齢
- 三 募集性別ごとにみたその他の項目との関係
- IV 多変量解析による九六年求人広告の分析
  - 一 数量化II類の結果にみる募集性別の規定要因
  - 二 数量化III類の結果にみる募集条件同士の関連
- V 時系列変化からみた求人広告内容の推移
  - 一 減少傾向の求人広告
  - 二 募集性別と職種の時系列比較
  - 三 就業形態の時系列比較
  - 四 募集年齢の時系列比較
  - 五 記載給与の時系列比較

おわりに

## はじめに

一九八〇年代半ばから九〇年代初頭にかけ日本を席卷したいわゆる「バブル経済」が崩壊したのち、九〇年代後半からは、長引く不況を反映して不安定な雇用状況の時代が続いている。なかんずく女性の労働状況は男性のそれにも増して厳しい。たとえば、労働省の調査によると、完全失業率（労働力人口に占める求職活動者）は八〇年代半ばから毎年、おおむね女性が男性を上回るトレンドにあり、一九九七年には女性三・四%と、この四〇年来の最高水準に達した<sup>(1)</sup>。

厳しい雇用環境は求人・求職の動向にも直結している。新規求職者は九六年を除いてほぼ一貫して増加し続け、九七年には女性の新規求職者が前年比三・六%増、男性が前年比五・八%増であった<sup>(2)</sup>。有効求人倍率は九二年には一・〇八人だったものが九三年は〇・七六人、九六年は〇・七〇人、そして九七年には〇・七二人と、一を割って久しい<sup>(3)</sup>。大学・短期大学の新規卒者の就職率も九二年以降低下の基調にあり、九六年には六割台の最も低い水準に落ち込んだ。九七年には若干の増加がみられたものの、大学卒の女性の就職率が六割強、男性が七割強、女性が多くを占める短大卒は七割弱といった水準である<sup>(4)</sup>。働くことに意欲をもった女性が増えていくにもかかわらず、その機会が充分ではないのが実状なのである。

女性と新聞メディア研究会は、男女雇用機会均等法との関連で、新聞求人広告における女性の募集実態がどのようになっているかを検証するために、均等法の成立した八五年、施行された八六年、施行五年後の九一年の三回にわたって、おのおの一〇月一日から三日までの朝日・毎日・読売の全国紙三紙の求人広告の内容分析を行い、その

結果を『ジェンダーからみた新聞のうら・おもて』(田中和子・諸橋泰樹編著、現代書館、一九九六年刊)に発表した。そこでは、

- (a) 均等法の趣旨に照らして違法な「男子募集」という求人表示が均等法後にもみられること、
- (b) 事務職やサービズ職に女性の募集が集中していること、
- (c) 女性募集における就業形態は、男性募集、女性・男性募集に比べてパートタイムやアルバイトでの採用が多いこと、

(d) 女性の募集年齢の幅が男性より狭いこと、

(e) 女性募集で記載されている給与が、ほかの募集性別のものより低いこと、

(f) だが、経年比較の結果によると、性別指定の求人が減少する傾向がみられ、また女性の営業職や専門職が増加するなど、求人広告上においても職種流動化がみられること、

などの知見が得られた。また、女性の雇用促進のために均等法に違反した性別求人表示をやめるよう提起するとともに、当時は法的には問題のなかった「女性のみ募集」も早晚改正されるべきではないかとの提言を行った。新聞の求人広告のこういった全数調査、しかもジェンダーの視点からの実証調査は、いままでに類例をみない研究だったといっていだろう。

一九九一年の調査から五年、このほど国学院大学法学部均等法研究会作業部会と共同で一九九六年の最新調査を行った。本論では、今回得られたデータを詳細に分析し、さらに多変量解析を用いて求人広告のジェンダーを規定する要因について考察するとともに、過去三回の調査結果との時系列比較を行い、求人広告からみえてくる女性の労働市場の実態と移り変わり、およびジェンダーの視点からみた新聞求人広告の問題点をとらえてみたい。

## I 求人広告の現在と分析の方法

### 一 求人広告のみられ方

日本新聞協会が発行する新聞の「媒体力」に関するパンフレットによると、一般的に新聞朝刊の閲読率は八五・八%。求人広告や通信教育を含む「案内広告」の平均閲読率は、全一五段広告の場合三〇・五%、五段広告の場合(5)は三一・四%であるという。

同協会が一九九一年に行つた二〇代、三〇代の女性を対象とした「ライフスタイルと新聞」調査によれば、「関心のある新聞広告」に「求人」広告を挙げる比率が、フルタイムの女性で二二% (全二九広告中一〇位)、無職の女性で二三% (八位)、パート・アルバイトの女性で三三% (四位) と、いずれも高位の部類に入つて(6)いる。

昨今のように、企業の側が採用を手控えることによつて女性男性ともに就職難が生じ、会社のリストラクチャリングや倒産などによつて両性の失業者が増える時代にあつては、増加する女男双方の求職者たちにとり、求人情報メディアは大切な求職手段である。

一方、雇用されて働く女性の数は、八五年の一五四八万人から九七年の二二二七万人へと増大し、雇用者総数に占める割合も三五・九%から三九・五%へと伸長した。(7) また意識の上でも女性の勤労意欲は高まり続けており、総理府「男女共同参画に関する世論調査(かつては『婦人に関する意識調査』等)」では、「子どもができて、ずっと職業を続ける方がよい」という就業継続型を支持する女性の比率が八四年は二〇・一%だったものが九五年には

三二・五％へと増え、同年の「子どもができたら職業をやめ、大きくなったら再び職業をもつ方がよい」という再就職型支持回答三九・八％と近似してきている。同時に、就業継続型を支持する男性の回答も同期間に一五・七％から二七・二％へと増加、女性も仕事を持って働くのが当然な時代という認識が浸透しつつある。<sup>(9)</sup>

事実、九七年に行われた労働力調査特別調査によると、非労働力人口のうち就業希望者は女性で二六・六％おり、男性の一九・五％を大きく上回っている。<sup>(9)</sup> 現在働いていない女性も、機会があれば、また条件が整えば、働きたがっているのである。

女性が働く条件の整備という点では、八五年に制定された「雇用の分野における男女の均等な機会及び待遇の確保等女子労働者の福祉の増進に関する法律」、いわゆる男女雇用機会均等法が九七年に改正され、九九年より「雇用の分野における男女の均等な機会及び待遇の確保等に関する法律」として施行される。改正法では、従来は事業主の努力義務であった募集・採用、配置・昇進における女性に対する差別が禁止され、また事業主による職場のセクシュアル・ハラスメント防止の配慮の義務、行政指導に従わない場合の企業名の公表制度の新設などが行われた。同時に「女性のみ」を対象とする募集や「女性優遇」といった募集の原則禁止も定められている。同時に、労働基準法においては、女性の時間外労働・休日労働、深夜業の規制が解消された。

九一年には「育児休業等に関する法律」(育児法)が成立し、労働者は事業主に申し出ることにより育児休業を取得できるようになり、その申し出や取得によって事業主は労働者を解雇できないことになった。また九五年からは雇用保険によって支給される育児休業給付制度が開始され、九九年からは介護についても事業主が介護休業制度を設けることが義務化される。

このように、女性も男性も被っている就職難・リストラの厳しい雇用状況と、女性自身の就業意欲の高まりおよ

び女性が働くための条件整備の一定の進展などからも、新聞の求人欄や求職・求人雑誌などの実用的かつ社会的使命はより大きくなってきているということができよう。

## 二 求人広告の量と売り上げ

電通の調査によると、求人広告や案内広告を含んだ広告分類「案内・その他」は、九六年に新聞広告の第三位を占め、年間の掲載量は六二四九七八段にのぼった。新聞広告全般の状況は厳しいものがあるながらも、前年比二・三%増という値であり、電通『広告年鑑』九七／九八年版は、年間広告費について、「案内」が求人広告の活発化により6年ぶりに増加に転じた」と述べている。<sup>(10)</sup>この掲載段数はページに換算すると四一六六五・二ページとなり、これを調査対象紙一一三紙で割ると、一紙につき年間三六八・七ページの「案内・その他」広告が掲載されていることになる。仮に年間三五〇回新聞が発行されたとすると、一日に一ページ分はこれらの広告が載っている計算となる。

「案内・その他」広告の、新聞媒体に投じられた年間広告費（掲載料、制作費等）は九六年で一八八億四〇〇万円と、「交通・レジャー」広告費、「出版」広告費に次ぐ第三位、新聞広告費全体の一兆二三七九億円に対し一割のシェアを占めている。新聞社の販売収入と広告収入の比率は五四・五対四五・五であり（九六年）、収入の半分近くを広告収入に依存している新聞社にとって、求人広告は大切な「ドル箱」となっている。

広告掲載の基本料金は、朝刊・社会面の記事下・臨時ものといわれる広告で、一段×1cmにつき、朝日新聞全国版だと一七万六〇〇〇円、東京版だと一〇万円、毎日新聞全国版は一一万九〇〇〇円、同東京版六万五〇〇〇円、読売新聞全国版の場合は一六万七二〇〇円、同東京版一十一万円である（九七年八月現在）。これは社会面の記事下広

告の基本料金例であり、一ページ全部(一五段)が求人広告で埋まれば、たとえば1cm10万円の掲載料、新聞の横幅が38cmとして、10万円×38cm×一五段=5700万円もの収入となる。実際には、中ほどのページに入る求人広告はもう少し割安になろうが、それでもかなりの額にのぼることは想像に難くない。<sup>(11)</sup>

もつとも昨今では、アルバイトを探す若い層や転職希望者を中心として、求職する読者は、その情報源を新聞の求人欄からリクルート系をはじめとする求人雑誌にシフトさせつつある。それでも、新聞は、その信頼性の高さや部数の多さ、銘柄別の読者層の違いなどの特性によって、求人する企業にとつても読者にとつても、いまだに確実性の高い貴重な情報媒体であることに変わりはないといつていいだろう。

### 三 調査の方法

調査の対象とした新聞は、過去三回の調査と同じく朝日新聞・毎日新聞・読売新聞の全国紙三紙の朝刊(都内版)で、調査年月日は一九九六年年一〇月一日(火)、二日(水)、三日(木)である。朝日の一号あたりの全国での実販売部数は八三四万九四四〇部、毎日では三九四万九五〇一部、読売は一〇一五万二五六九部で(日本ABC協会調査による九六年下半期の平均)、三紙を合わせると全国の一日の発行部数五三五万五八〇三部(九六年一〇月時)の四割のシェアを占めるにいたる。つまり、この三紙でかなりの程度新聞の代表性をもつと考えられる。もちろん、対象紙は首都圏に限られた版であり、これをもつて日本全体の新聞求人広告に敷衍することはできない(ちなみに朝日東京版は四五六万部、毎日東京版は一六一万部、読売東京版は六一三万部の実売部数である)。また、求人広告のジェンダー分析が日本の女性の労働市場をそのまま反映したものとなるわけではない。しかし、労働市場におけるジェンダーのありようの一端を知ることができるだろう。



調査の方法としては、まず、新聞求人広告に掲載されている情報内容である「募集職種」「職名」「就業形態」「給与形態(支払い形態の別と記載金額)」「資格要件」「福利厚生」などの項目すべてを、Microsoft 社の ACCESS を用いてデータカードに入力した。データカード作成にあたっては、募集業務一種につき一枚の分析シートを作成した。一つの求人広告の中に二職種以上の募集がある場合、勤務地により条件が異なる場合、性別によって条件が異なる場合などは、同一求人社の別の求人と考え、それぞれ一件として別の分析シートに記載した。

記録した各項目の分類の仕方や注意事項などについて、その要点を以下に述べておこう。

(a) 募集職種は、「事務」「販売・サービス」「営業」、また専門知識・技能を要求されたり免許・資格を必要とするものを「専門職」とし、それを美容師や運転手などの「専門職マニユアル系」(以下「専門マニユアル」と略記することもある)と、エンジニアや編集者などの「専門職ノンマニユアル系」(以下「専門ノンマニユアル」と略記することもある)に分け、「清掃・警備・軽作業」(以下「清掃・警備」と略記することもある)、「不明」を加えた計七分類とした。さらに「職名」「仕事内容」「職種小分類」に、記載されている通りの言語記述データとして記録した。

職種の内訳の代表的なものは、次のようなものである。

- ① 事務職：一般事務、経理事務、受付、秘書、OAオペレーター、など。
- ② 販売・サービス：販売員、ウエイトレス、ホール、洗い場、賄い、など。
- ③ 営業：営業、営業事務、テレホンアポインター、セールスエンジニア、など。
- ④ 専門職マニユアル系：ドライバー、調理師、美容師、看護婦(士)、大工、裁縫、など。
- ⑤ 専門職ノンマニユアル系：システムエンジニア、プログラム開発、エンジニア、講師、研究員、設計、編集、

など。

⑥ 清掃・警備・軽作業：清掃、配達、警備、客室整備、管理人、軽作業、など。

なお、「不明」に分類される職種は、今回はみられなかった。

(b) 募集性別は、「女性」「男性」「女性・男性」「不明」に四分類した。データ入力時の注意事項として、募集性別に関し朝日新聞では、求人紙面の片隅に「特に指定のない場合は男女募集とします」というただし書きがあるので、性別を明示していない場合は「女性・男性」募集に分類し、他紙では「不明」とした。また性別指定がない求人では、職名に性別が読み込まれているもの、たとえば「家政婦」や「看護婦」などは、「女性」募集として分類した。ただし「看護婦(士)」とあるものは「女性・男性」募集に入れた。なお、「不明」は件数が少なかったので、集計の段階では「女性・男性」と合算して分析してある。

(c) 募集求人就業形態は、「正規社員」「パート」「アルバイト」「パート・アルバイト(在宅含む)」「派遣」「不明」の六つに分けて記録した。ただし集計においては「パート」「アルバイト」「パート・アルバイト(在宅含む)」の三つを合併し、一括して「パート・アルバイト」として表記した。内容的に細分することが困難なものが比較的多かったこと、またサンプル数の少なすぎる分類項目ができないように配慮してのことである。

(d) 募集求人条件とされている学歴は、「大学卒」「短期大学卒」「大学・短大卒」「高校卒以上」「高校卒」「不明」「学歴指定無し」「その他」の八つに分けて記録した。集計にあたっては少数のカテゴリーを合併し、「大学・短大卒」「高卒」「不明」「指定無し」「その他」の五分類とした。わずかながらみられた専門学校卒や専門学校卒と他の学歴との組み合わせ等は、「その他」に分類してある。

(e) 募集求人に記載されている資格としては、技能的な①運転免許、②OA技能、③英語力などを求めるもの、

また条件として①経験者、②長期間、などを求めるものの二種類がみられる。技能的な資格および条件を、言及の「ある」「なし」で記録し、その内容を具体的に記述した。

(f) 募集年齢は、「〜14歳」から「〜74歳」までの一〇歳きざみ、および「なし」「不問」に分類した(たとえば32歳なら「〜34歳」になる)。

(g) 給与形態は、「固定給」「時間給」「日給」「記載無し」「金額はないが言及あり」の五つに分けた。「金額はないが言及あり」とは、たとえば「高給優遇」「高額保証」などがそれにあたり、言及内容についてはそのままの文言で要点を記録した。

(h) 給与の金額については、記載のあるものについてその数値を記録した。固定給・日給・時間給のいずれかに金額が入ることになる。記載金額に「何円から何円」というふうに幅があるものについては、最大値を記入した(広告によっては上限までの幅が非常に広いものがあつたので、全体としては実態よりやや高めの金額が出ている可能性があるので注意したい)。

(i) 福利厚生については、言及の「ある」「なし」と、福利厚生の内容の細分類を記録した。福利厚生の内訳は、①休日(「週休2日」など)、②休暇(「夏期休暇」「年末年始」など)、③社会保険(「社保完備」など)、④居住(「社宅有」「保養所」「寮完備」など)、⑤レジャー(「施設利用可」「海外旅行」「社内旅行」など)、⑥その他(「無料O Aスクール」「派遣社員募集の求人において」紹介先の指定による」など)である。

(j) そのほかに、新聞の発行年月日と曜日を記録した。

(k) 上の(a)から(j)にあてはまらない事項は、必要に応じてカードに付記した。

## II 一九九六年求人データの基本的特性

### 一 募集年齢の傾向

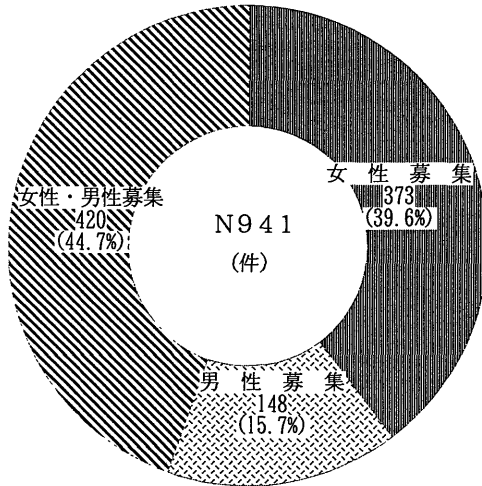
最初に、調査で得られたデータの分布について基本的な特徴を簡単にみておきたい。

データシートの総合計すなわち調査期間の三日間の求人件数は、朝日で二九二件、毎日で一二九件、読売が五二〇件で、総求人件数は九四一件となった。先の電通調査では求人広告掲載費は六年ぶりに前年比増に転じたとしているものの、これまでの調査結果である八五年の総件数四〇四二件、八六年の一七五三件、九一年の二九八五件に比べ、九六年の調査結果は広告数の減少が著しい。九一年の調査も「バブル経済」の崩壊による影響と述べたが、今回の広告件数からは、さらにその傾向に拍車がかかったことがみてとれよう。サンプル数の減少が調査結果に何らかの影響を与えている可能性もあるため、経年比較などの場合は注意が必要である。

募集性別からみると、グラフにみるように「女性」募集は三七三件(全求人九四一件の三九・六%)、「男性」募集は一四八件(同一五・七%)、「女性・男性」募集(「不明」を含む)が四二〇件(同四四・七%)となった。八六年施行の男女雇用機会均等法では、求人における「男子のみ」の募集は、罰則規定はないものの違法ということになっていた。にもかかわらず、違法広告がその一〇年後も一六%みられたわけである。なお、先にもふれたように九九年四月からは改正均等法が施行され、「男子のみ」募集だけでなく「女子のみ」の募集も違法となる。

以下、募集性別を中心軸として、募集性別と他の属性との関係について基本的な傾向をみてゆくことにしよう。

グラフ 1 募集性別

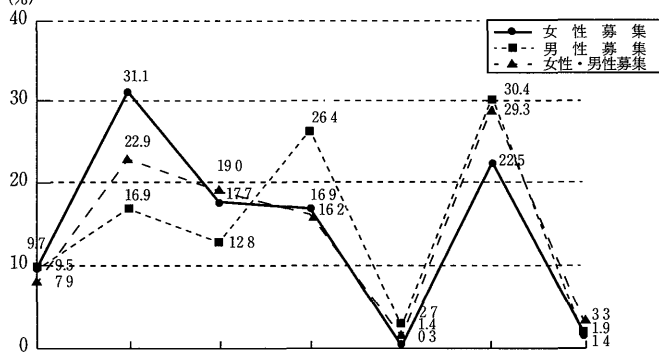


まず、募集性別と募集年齢上限との関係については、グラフ2のようになる。

年齢「不明」と年齢「不問」を除いた具体的に年齢を指定している広告では、三紙を合計して、「女性」募集については「 $\sim$ 44歳」の三一・一%（二一六件）がピークとなっている。「女性・男性」募集でも「 $\sim$ 44歳」までの二二・九%（九六件）がピークであるが、「 $\sim$ 44歳」から「 $\sim$ 54歳」の減少の度合いは「女性」のほうが大きく、より若い層が求められている。一方、「男性」募集は「 $\sim$ 44歳」の一六・九%（二五件）と「 $\sim$ 64歳」の二六・四%（三九件）の二つの山を構成している。相対的に、「男性」募集で年齢制限がゆるやかで、「女性・男性」募集、「女性」募集の順に厳しくなっている。

また、いずれの募集性別とも「 $\sim$ 14歳」「 $\sim$ 24歳」の募集はない。つまり高校・大学の新卒の募集がなかったということになる。これは本調査の分析対象が新聞の求人欄であることと関係していそうである。新聞の求人には、中途退職者の募集、急募、タクシー運転手など常時募集

グラフ2 募集性別ごとにみた募集年齢比率



	～34歳	～44歳	～54歳	～64歳	～74歳	指定なし	年齢不問	合計
女性募集	36 (9.7)	116 (31.1)	66 (17.7)	63 (16.9)	1 (0.3)	84 (22.5)	7 (1.9)	373 (100.0)
男性募集	14 (9.5)	25 (16.9)	19 (12.8)	39 (26.4)	4 (2.7)	45 (30.4)	2 (1.4)	148 (100.0)
女性・男性	33 (7.9)	96 (22.9)	80 (19.0)	68 (16.2)	6 (1.4)	123 (29.3)	14 (3.3)	420 (100.0)

表の単位：件、( )内は%

している職種などが多いためである。また、高校生アルバイトなどは年齢の「指定なし」で求人している可能性がある。

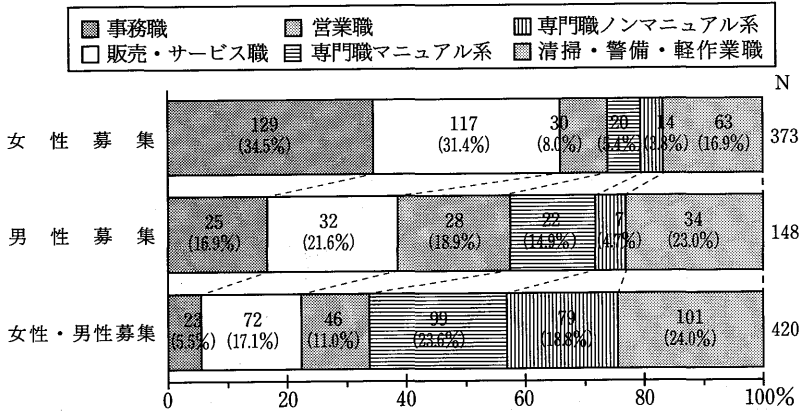
「指定なし」は、全体で二六・八％(二五二件)だが、募集性別ごとにみると「女性」で二二・五％(八四件)、「男性」で三〇・四％(四五件)、「女性・男性」で二九・三％(一二三件)と、「女性」の場合若干低い割合になっている。

## 二 募集職種の傾向

次に、性別と募集職種とをクロス集計した結果をみてみよう(グラフ3)。

「女性」募集では「事務」三四・五％(二二九件)、「販売・サービス」三一・四％(一一七件)、「清掃・警備・軽作業」一六・九％(六三件)の募集が特に多い。「男性」募集は「清掃・警備・軽作業」二三・〇％(三四件)、「販売・サービス」二二・六％(三二件)を筆頭としてどの職種でも比較的偏りなく求人がある。「女性・男性」募集

グラフ 3 募集性別ごとにみた募集職種比率

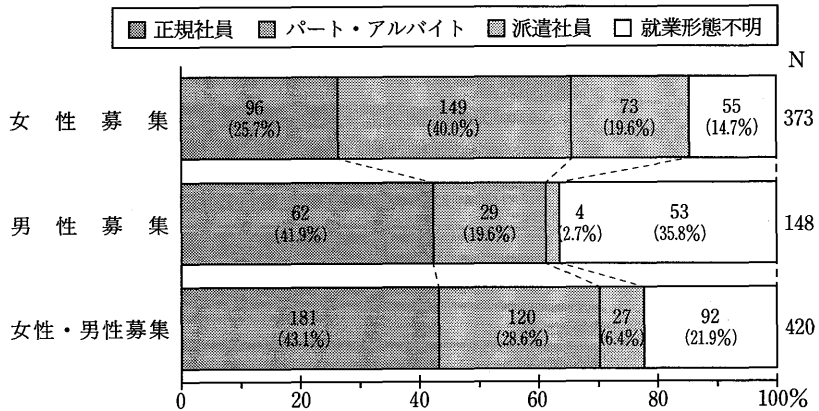


では「清掃・警備・軽作業」二四・〇%（二〇一件）、「専門職マニュアル系」二三・六%（九九件）および「専門職ノンマニュアル系」一八・八%（七九件）の多いのが目立つ。

グラフにみるように、「女性」「男性」「女性・男性」となるに伴って、「事務」と「販売・サービス」が減少し、「専門マニュアル」「専門ノンマニュアル」「清掃・警備」が増加する、という傾向が出ており、求人広告にはジェンダーによる職種の偏りが色濃くあらわれている。

労働省女性局の調べによると、実際に女性の雇用者が多く従事している職種は、「事務従事者」三四・四%、「技能工・製造・建設作業者」一七・六%、「専門・技術的職業従事者」一五・一%、「販売従事者」一二・三%、「保安・サービス職業従業者」一二・二%の順であり、男性は「技能工・製造・建設作業者」三一・八%、「事務従事者」一五・一%、「販売従事者」一四・九%、「専門・技術的職業従事者」一二・〇%、「保安・サービス職業従事者」六・九%である。そのうち女性の「専門・技術的職

グラフ4 募集性別ごとにみた就業形態比率



業従事者」には、薬剤師、看護婦、保健婦、助産婦などが多く、また女性の「サービス職業従事者」には美容師や清掃員などが多い。<sup>(12)</sup>

労働統計の分類とは異なるものの、本調査から明らかになった求人広告の職種による偏りは、おおむね現実の雇用状況と重なり合うものといえよう。ただし、労働統計にある「製造作業者」にあたる求人は新聞にはみられなかった。これらの募集は、新聞の折り込みチラシとして入っている地域の求人メディアやその他の手段によって行われているのかもしれない。

### 三 就業形態の傾向

今調査の求人広告で募集されている就業形態についてグラフ4でみると、「女性」は、「正規社員」募集が二五・七％(九六件)に対して「パート・アルバイト」の求人が四〇・〇％(一四九件)と多く、また、他の募集性別に比べて「派遣」募集も一九・六％(七三件)と多いのが特徴である。一方、「男性」は「正規社員」の募集が四



一・九％(六二件)と「不明」三五・八％(五三件)が多い。「パート・アルバイト」は一九・六％(二九件)であった。女性の正社員求人は四人にとどまるのに対し、男性は五人に二人は正社員で募集されていることになり、「女性・男性」募集では「正規社員」募集が四三・一％(二八一件)で男性とほぼ同程度となっており、「パート・アルバイト」の割合は「女性」と「男性」のほぼ中間の二八・六％(二二〇件)となっている。

労働力調査が示す女性の従業者に占める短時間雇用者(週間就業時間三五時間未満の雇用者)の比率は、七五年には一七・四％であったものが年を追って増加し続け、九七年には七〇〇万人、三五・九％と女性の雇用者全体の三分の一を超えている<sup>(13)</sup>。また、短時間雇用者全体に占める女性の比率は、七割近く<sup>(14)</sup>のほり、パートやアルバイトの大多数が女性であることが示唆される。それと対応するように、労働力調査特別調査によると女性の正規雇用者比率は減少を続けており、九七年は六割(男性は九割)<sup>(15)</sup>にとどまる。本調査における募集就業形態もおおむねこうした実態に近似した傾向を示しているといいたいだろう。

派遣労働は、技術革新、サービス経済化や専門技能化の進展、そして多様な就業形態のニーズから生じてきた形態であるが、雇用主と指揮命令者が異なり就業条件が不明確になるおそれがある。そのため、八五年に「労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の就業条件の整備等に関する法律」いわゆる労働者派遣法が定められたのは周知の通りである。派遣労働者数は年々増え続けており、九六年には七二・四万人に達した<sup>(16)</sup>。そのうちコンピュータ操作などを行う事務用機器操作の派遣が二七・二万人と四割近くを占め、またビルメンテナンズなどを行う建物サービス業では四分の一が派遣労働者で占められている<sup>(17)</sup>。九七年に労働省が行った労働者派遣事業実態調査によると、派遣労働者の七割が女性であった<sup>(18)</sup>が、本調査でも「派遣」募集の七割が「女性」の求人であった。

後にもっと詳しく述べるが、「派遣」募集の広告には資格や条件を記載したものが多く、大抵が一つの広告に多方

面の勤務地や職種が載っているのが特徴である。たとえば、朝日一〇月一日の人材派遣会社では、一段をまるまる費やして「OAオペレーター」「事務OA」「営業事務」「経理事務」「秘書業務」が併載され、それぞれの職種に「原宿/1730円/ DTP経験者、10時」などと書かれている。

なお広告中では、どのような就業条件なのかがわからない「不明」が計二〇〇件(全体平均で二一・三%)みられる。中でも「男性」募集の三五・八%(五三件)が就業形態「不明」の広告であった。形態「不明」広告の中でどの募集性別が多いかをみると、「女性・男性」募集が募集形態「不明」のうちの半数近く(九二件)を占めている。

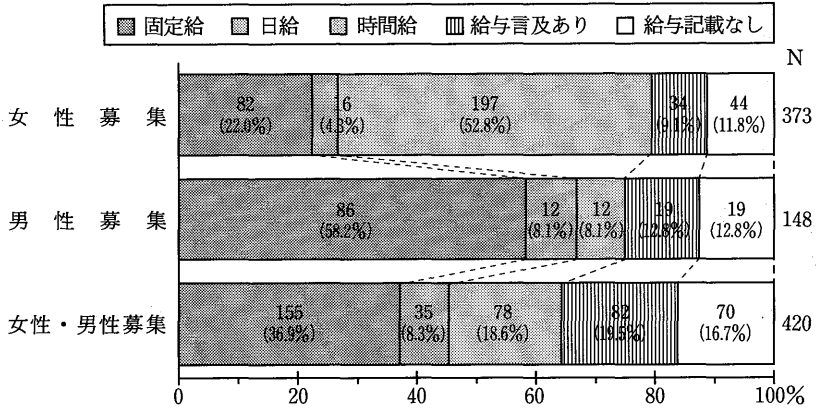
#### 四 給与形態の傾向

給与について金額の記載されている広告比率は、七一・五%であった。金額の記載はないが、「高給優遇」などの何らかの給与支給をほめかす記載を含めると、給与に関する情報の記載率は八五・九%となる。

給与形態を募集性別ごとにとみると、グラフ5に示されているように、「女性」では「時間給」による募集が五二・八%(一九七件)ときわめて多く、女性求人者の過半数を占め、「固定給」による募集は二二・〇%(八二件)と四分の一以下にとどまっている。それとは対照的に、「男性」の「固定給」は五八・二%(八六件)、「女性・男性」の「固定給」は三六・九%(二五五件)と、いずれも女性単独の募集での固定給記載率よりかなり高比率となっている。そして、「男性」の「時間給」「日給」率と「女性・男性」の「時間給」「日給」率はそれぞれ一六・二%、二六・九%で、いずれも女性募集の半数以下と低率である。

逆に、給与形態別に募集性別がどうなっているかをみたのがグラフ6である。このグラフから、「時間給」で募集している求人者の七割が「女性」であることがわかる。

グラフ 5 募集性別ごとにみた給与形態比率



グラフ 6 給与形態ごとにみた募集性別比率

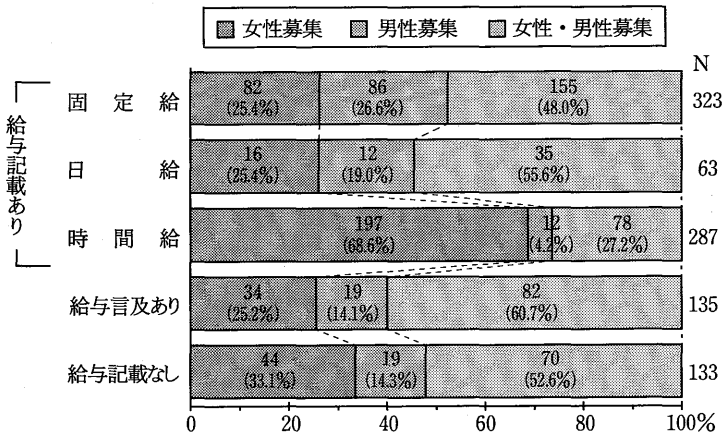


表1 募集性別ごとにみた学歴の傾向

単位:件、( )内は%

	大学・短大卒上	高卒上	学歴不問	指定なし	その他	合計
女性募集	8 (2.1)	60 (16.1)	2 (0.5)	298 (79.9)	5 (1.3)	373 (100.0)
男性募集	1 (0.7)	2 (1.4)	5 (3.4)	140 (94.6)	0 (0.0)	148 (100.0)
女性・男性	22 (5.2)	15 (3.6)	13 (3.1)	353 (84.0)	17 (4.0)	420 (100.0)

はその項目(学歴別)の最高比率

就業形態と給与形態は、「正規社員なら固定給」「パート・アルバイトなら時間給」というふうにかなり連動していると推察され(後にクロス集計の章で詳しく分析する)、男性は正規社員募集で固定給、女性はパート・アルバイトで時間給、というパターンがかたちづくられている。

##### 五 記載学歴の傾向

学歴に関しては表1の通りである。「指定無し」、つまり学歴について記載のない広告が「女性」募集の場合は七九・九%(二九八件)であるのに対して、「男性」募集では学歴非記載率が九四・六%(二四〇件)、「女性・男性」では八四・〇%(三五三件)と高率になっている。男性および両性募集の方が学歴を条件として求める求人が少なく、女性の場合は募集に際して何らかの学歴条件が求められる傾向が強い。

学歴が明示されているものについては、「大学・短大卒」と「高校卒」に大別して集計したが(データの採集段階では大学、短大、高校、高校以上などに細分化したのだが、それぞれ件数が少ないので合併した)、「女性」募集に関しては「高校卒」と明示されているものが一六・一%(六〇件)で、「男性」募集の一・四%(二件)、「女性・男性」募集の三・六%(一五件)に比べ格段に高くなっていることが注目される。一方、「女性」の「大卒」は二・一%(八件)に対して「女性・男性」の「大

表 2 募集性別ごとにみた給与金額比較

給与形態	募集性別	平均	N	標準偏差
固定給	女性募集	¥220,073.2	82	62990.3
	男性募集	¥272,790.7	86	133215.0
	女性・男性	¥320,295.3	157	152716.9
	計	¥282,438.1	325	136310.1
時間給	女性募集	¥1,251.1	197	362.1
	男性募集	¥1,026.7	12	177.1
	女性・男性	¥1,097.3	78	258.2
	計	¥1,199.9	287	339.0
日給	女性募集	¥9,447.5	16	3931.5
	男性募集	¥9,691.7	12	5051.1
	女性・男性	¥8,525.8	33	3259.7
	計	¥8,996.9	61	3805.5

各給与形態ごとの平均金額の有意差  $P < 0.001$  はその項目(給与平均)の最高額

卒」は五・二％(二二件)と高い。「男性」の学歴別傾向については、あまりにも記載率が少ないので、確たる傾向を読みとることができなかった。

学校基本調査によると、実際の女性の大学進学率は男性の大学進学率に年々接近してきており、短大を含めれば女性が男性の高等教育機関への進学率を上回るほどである。<sup>19)</sup> 女性の高学歴の進展に求人広告が見合っていないことから、雇用者側は、実態が変化してきているにもかかわらず、高学歴女性をあまり「歓迎」していないことが推測される。

### 六 記載給与の傾向

次に、求人広告に記載されている給与について募集性別ごとに比較しよう。

給与が具体的数字として記載されているものは、「固定給」「時間給」「日給」の三種類に分かれる。記載されていた「固定給」の金額を平均した値で比較すると、表2のように「女性」の平均固定給額は二二〇〇七三円で、「男性」の固定給平均二七二七九一円より約五万円、「女性・男性」の三二〇二九五円より約一

○万円安く、性別による給与格差が明らかに存在する。ちなみに、労働省の毎月勤労統計調査によると、九六年の事業所規模三〇人以上のところの月当たり所定内給与の平均金額は二八六八五三円、事業所規模五人以上の会社の所定内給与平均は二六六一一二円である。求人広告における女性の給与は、これらをいずれも下回っていることになる。実際、一〇月一日の読売における「清掃／東中野／7・30〜16・30」の求人のように、「男子固18万上／女子固17万上」と、女性が男性を下回る金額が同一広告に掲載されている例があった。

一方「時間給」についてみると、「女性」の平均は一二五一円で、「男性」の時給平均一〇二七円ならびに「女性・男性」の一〇九七円よりも高い。その原因は、「時間給」支払いのうち「女性」の「派遣」の件数が六七件(三四・〇%)と多く、その平均金額が一六〇〇円と高いため、平均値を押し上げているせいである。

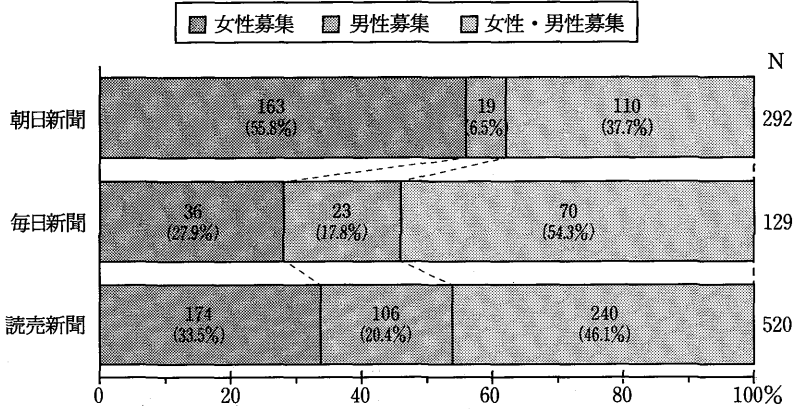
「日給」については、数が少ないので参考値にとどまるが、「女性」の平均は九四四八円で、「男性」の日給平均九六九二円を下回っている。ただし、「女性・男性」は八五二六円と、女性よりも低額であった。しかしながら、大方において、時間給以外の新聞求人広告における女性の記載給与は、他の募集性別よりも低めに抑えられているのである。なお、表2の「固定給」支払いの欄の標準偏差をみると、「女性」のそれが、他の募集性別の偏差の約半分となっている。これは、「女性」募集では、職種や職能などによる給与のばらつきがさほどないことを意味している。

## 七 新聞別の特徴

### (1) 新聞ごとにみる募集性別の傾向

これまで述べてきた結果は、朝日・毎日・読売三紙の合計値である。しかし、各新聞は、読者層の違いに応じて求人広告にもそれぞれの特性があり、それらを全く無視するわけにはいかない。購読・閲読している新聞の銘柄と、

グラフ 7 新聞ごとにみた募集性別比率



職業や意識、学歴や階層との関連性が高いことは各種の調査からよく知られている。新聞にはそれぞれの銘柄別に広告の「得意分野」というものがあり、またそれゆえに広告主や求人社は、自社の製品・サービスや求人掲載する新聞を対象読者の特性に合わせて選び分けている。本稿ではそこに深入りするつもりはないが、基礎的なデータの一環として、募集性別、職種、就業形態などいくつかの変数と新聞銘柄の関係について、検討してきた。

まず、募集性別についてグラフ7で新聞別にみてみよう。

「女性」の求人比率をみると、朝日は五五・八%（全二九二件中一六三件）で、毎日の二七・九%（全一二九件中三六件）、読売の三三・五%（全五二〇件中一七四件）より高い割合を示している。一方、本来均等法違反であったはずの「男性」を指定した求人は、いずれの新聞でも最低値ではあるが、それでも未だに存在しており、特に読売では一〇六件（二〇・四%）に及んでいる。

性の別を問わない「女性・男性」求人、毎日で五四・三％(七〇件)と目立ち、次に読売四六・一％(二四〇件)、朝日三七・七％(一一〇件)の順となっている。

朝日に女性募集が多く、毎日には両性の募集、そして読売は両性募集も多いが、男性のみ募集する求人広告も少なからずあるといったように、各紙別に求人における性別の違いがみられた。

## (2) 新聞ごとにみる募集職種傾向

次に、新聞によって職種の違いがあるかどうかをみてみよう。最初に職種と新聞のクロス集計(グラフ8)をみると、各紙で高い比率を示す職種はかなり異なっていることがわかる。それぞれ二割以上の値を拾ってみれば、朝日では「事務」三八・九％(一一四件)、「専門職ノンマニユアル系」二七・一％(七九件)、毎日では「清掃・警備・軽作業」三三・三％(四三件)、「販売・サービス」二三・三％(三〇件)、「営業」二一・七％(二八件)であり、読売では「販売・サービス」三〇・九％(二六一件)、「清掃・警備・軽作業」二八・一％(一四六件)、「専門職マニユアル系」二〇・六％(一〇七件)となっている。

これを、性別を軸にして各紙別および職種別に分け三重クロス集計を行ったのが表3である。まず「女性」募集全体について紙別に比較してみると、朝日では「事務」が五八・三％(九五件)を、毎日では「清掃・警備」が四七・二％(一七件)を、また読売では「販売・サービス」が四九・四％(八六件)および「清掃・警備」が二一・八％(三八件)を、それぞれ占めているのが目立つところである。「男性」求人で見ると、朝日で「専門マニユアル」三六・八％(七件)、「事務」三一・六％(六件)、毎日で「営業」三九・二％(九件)、「清掃・警備」二六・一％(六件)、読売で「販売・サービス」二九・二％(三一件)、「清掃・警備」二六・四％(二八件)などが多い。「女性・



グラフ 8 新聞ごとにみた募集職種比率

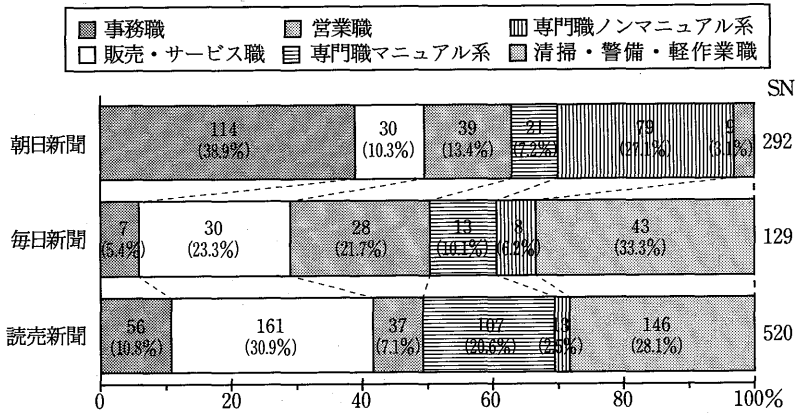


表 3 募集性別ごとにみた新聞別募集職種

単位：件、( ) 内は%

		事務	販売・サービス	営業	専門マニュアル	専門ノンマニュアル	清掃・警備	合計
女性募集	朝日	95 (58.3)	25 (15.3)	17 (10.4)	6 (3.7)	12 (7.4)	8 (4.9)	163 (100.0)
	毎日	6 (16.7)	6 (16.7)	7 (19.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	17 (47.2)	36 (100.0)
	読売	28 (16.1)	86 (49.4)	6 (3.4)	14 (8.0)	2 (1.1)	38 (21.8)	174 (100.0)
男性募集	朝日	6 (31.6)	1 (5.3)	2 (10.5)	7 (36.8)	3 (15.8)	0 (0.0)	19 (100.0)
	毎日	1 (4.3)	0 (0.0)	9 (39.1)	4 (17.4)	3 (13.0)	6 (26.1)	23 (100.0)
	読売	18 (17.0)	31 (29.2)	17 (16.0)	11 (10.4)	1 (0.9)	28 (26.4)	106 (100.0)
女性・男性募集	朝日	13 (11.8)	4 (3.6)	20 (18.2)	8 (7.3)	64 (58.2)	1 (0.9)	110 (100.0)
	毎日	0 (0.0)	24 (34.3)	12 (17.1)	9 (12.9)	5 (7.1)	20 (28.6)	70 (100.0)
	読売	10 (4.2)	44 (18.3)	14 (5.8)	82 (34.2)	10 (4.2)	80 (33.3)	240 (100.0)

■はその項目(募集職種別)の最高比率

男性」募集では、朝日の「専門ノンマニユアル」が五八・二% (六四件) と、非常に高率となっている。ほかには、毎日の「販売・サービス」三四・三% (二四件)、「清掃・警備」二八・六% (二〇件)、読売の「専門マニユアル」三四・二% (八二件)、「清掃・警備」三三・三% (八〇件) などが、比較的多数の募集がなされている職種として特徴的である。

全体として各紙の特徴をまとめてみると、朝日では「事務」が多いという特徴があり、特に女性のOA事務やOAオペレーターの高さが注目され、同じ専門職内部でも建築職人など「専門マニユアル」は男性、SEやプログラマーなどの「専門ノンマニユアル」は女性・男性というように、募集性別による偏りがある。また他の二紙では比較的多い「清掃・警備」職が全般的に少ないのも朝日の特徴といえる。毎日では、女性の「清掃・警備」(客室整備などが主)、男性の「営業」、女性・男性の「販売・サービス」(店員、賄い等) が求められる傾向が強い。また読売では、女性の「販売・サービス」(ホールやフロント、配膳など)、女性・男性募集の「専門マニユアル」(調理師、美容師、看護師、ドライバーなど) と「清掃・警備」(特に清掃) が求められる傾向が強い。

### (3) 新聞ごとにみた就業形態の傾向

新聞別に募集就業形態がどうなっているかをみると(表4)、「女性」募集については、朝日はOA事務やOAオペレーター、経理事務をはじめとする一般事務や営業の「派遣」が最も多く四二・三% (六九件)、次いで事務や秘書、講師などの「パート・アルバイト」が二〇・二% (三三件) と多い。毎日は、客室整備や配膳などの「パート・アルバイト」が大多数を占め、七二・二% (二六件) に達しているのが特徴的である。読売ではホール、清掃、賄いを中心とする「パート・アルバイト」が五一・七% (九〇件) と過半数を占めるのに加えて、受付、フロント、

表 4 募集性別ごとにもた新聞別募集形態

単位：件、( ) 内は%

		正 規	パート・ アルバイト	派 遣	不 明	合 計
女性募集	朝日	32 (19.6)	33 (20.2)	69 <del>(42.3)</del>	29 <del>(17.8)</del>	163 (100.0)
	毎日	7 (19.4)	26 <del>(72.2)</del>	1 (2.8)	2 (5.6)	36 (100.0)
	読売	57 <del>(32.8)</del>	90 (51.7)	3 (1.7)	24 (13.8)	174 (100.0)
男性募集	朝日	4 (21.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 <del>(78.9)</del>	19 (100.0)
	毎日	5 (21.7)	10 <del>(43.5)</del>	0 (0.0)	8 (34.8)	23 (100.0)
	読売	53 <del>(50.0)</del>	19 (17.9)	4 <del>(3.8)</del>	30 (28.3)	106 (100.0)
女性・ 男性募集	朝日	63 <del>(57.3)</del>	12 (10.9)	7 (6.4)	28 (25.5)	110 (100.0)
	毎日	16 (22.9)	20 (28.6)	12 <del>(17.1)</del>	22 <del>(31.4)</del>	70 (100.0)
	読売	102 (42.5)	88 <del>(36.7)</del>	8 (3.3)	42 (17.5)	204 (100.0)

はその項目（募集形態別）の最高比率

一般事務などを主に募集する「正規」も三件に一件みられ三二・八%（五七件）といった数値が目立つところである。

「男性」募集では、朝日の場合募集数そのものが少ないが、募集形態「不明」が七八・九%（一五件）と多く、やはり募集総件数の少ない毎日で「パート・アルバイト」が四三・五%（二〇件）と「不明」が三四・八%（八件）みられるのが特徴的である。それに対して「男性」募集の件数が量的に多い読売では、一般事務や調理師などの職を主とした「正規」の募集が五〇・〇%（五三件）と半数を占めているのが他紙と目立つ違いとなっている。

「女性・男性」募集については、朝日でシステムエンジニアや研究員、設計、編集などの専門職を中心とする「正規」が最多の五七・三%（六三件）となっており、他紙の比率を上回る。毎日の場合は「正規」「パート・アルバイト」「派遣」「不明」のいずれもが二〜三割と分散しているのが特徴といえる。読売は調理師、

ドライバーなどの技術職や営業、ホールなどの「正規」が四二・五％(二〇二件)、さらに清掃職が多くを占める「パート・アルバイト」が三六・七％(八八件)と、それぞれ多い。

以上みてきたような新聞ごとの違いは、広告主がおのの読者層の違いを考慮して、新聞銘柄(掲載紙)を選んでいることが、一つの要因として考えられるだろう。しかし、本調査は「各紙の特徴」を析出して比較するのが主目的ではない。全般的な雇用状況の中で、新聞を代表的する全国紙三紙を全体としてとらえ、その求人広告全般からジェンダー編制の実態を探ることを意図している。従って、以下の章では前節までと同様に三紙合計の数値で分析を進めてゆくことにする。

### III 一九九六年調査結果のクロス集計分析

#### 一 募集性別ごとにみた職種・就業形態・年齢

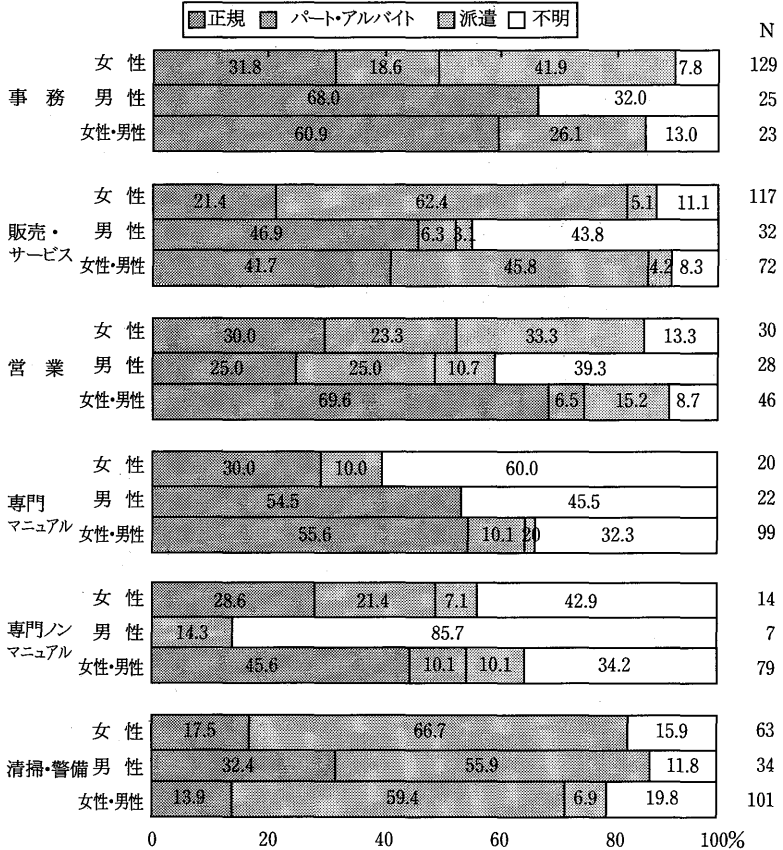
##### (1) 女性はパートの清掃・軽作業と販売の傾向

この章では、これまでの単純集計結果による基本特性の報告からさらに分析を進め、性別と他の複数の要因がどのように関わっているかをクロス集計によって詳しくみていきたい。

まず、募集職種と就業形態のかかわりを募集性別ごとにみたのが、グラフ9である。既に、他の募集性別と比べて「女性」の募集では「正規」募集の割合が少ないことは前章IIで指摘した。職種別にみた場合も、六つの職種分類中、求人数の比較が少ない「営業」と「専門ノンマニュアル」を除く四職種において、「女性」は、「男性」「女性・

グラフ 9 募集性別ごとにみた募集職種と就業形態

単位：%



男性」に比べて「正規」の割合が少なく、「パート・アルバイト」「派遣」の非正規雇用を募集する割合が高い。こういった「女性」の非正規雇用募集のうち、目立つのは「事務」における「派遣」の四一・九%(五四件)と、「販売・サービス」における「パート・アルバイト」六二・四%(七三件)および「清掃・警備」の「パート・アルバイト」六六・七%(四二件)である。

一方、「男性」募集では、「正規」募集の割合が「女性」募集の各職種よりも高い傾向がみられ、「事務」では「正規」が六八・〇%(一七件)であり、「派遣」や「パート・アルバイト」は募っていない。「販売・サービス」でも「正規」が四六・九%(二五件)を占め、「パート・アルバイト」「派遣」は一割以下にとどまる。ただし「男性」募集の場合でも、「清掃・警備」で「パート・アルバイト」の割合が高く、五五・九%(一九件)となっている。

「女性・男性」募集でも、おしなべて「正規」が多い。ただし、「パート・アルバイト」での雇用形態をとる求人がいくつかの職種で見られ、特に「販売・サービス」と「清掃・警備」での「パート・アルバイト」がそれぞれ四五・八%(三三件)、五九・四%(六〇件)と、目立つ値となっている。

総じて、新聞における女性の求人は、店員や賄いなど「販売・サービス」のパートタイム、ビル清掃やホテルの客室整備など「清掃・警備」のパートタイム、そして「事務」の派遣社員として募集される傾向が強いといえよう。

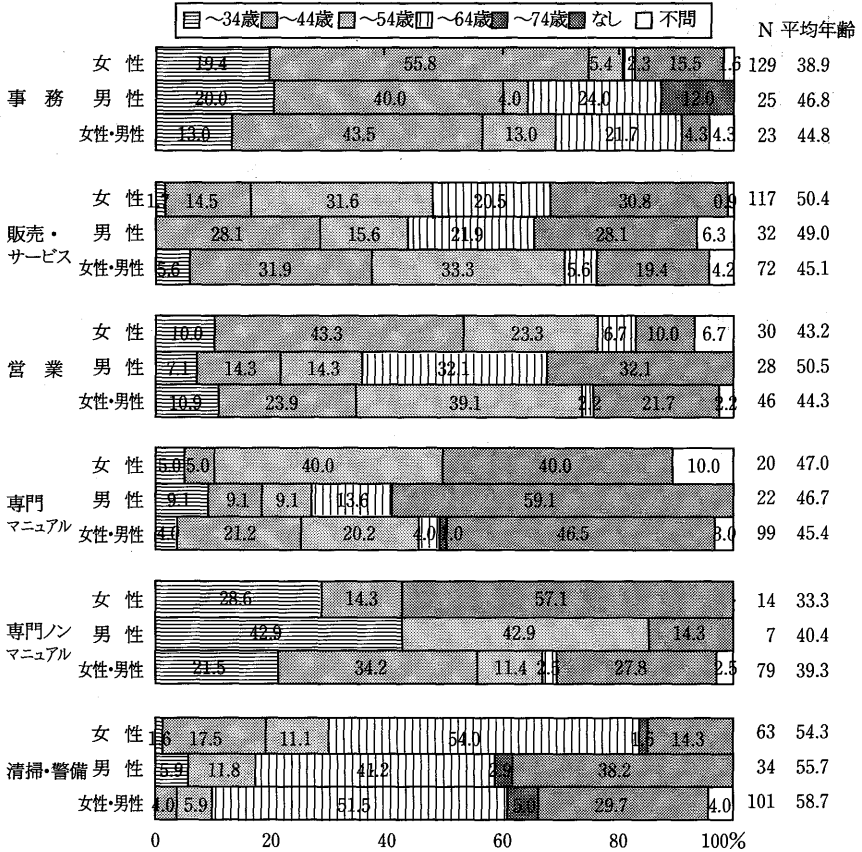
## (2) 事務職では若い女性が採られる傾向

次に、募集職種と募集年齢のかかわりを性別ごとに見たのがグラフ10である。

「女性」では「事務」の「44歳」という求人が五五・八%(七二件)と際だち、平均年齢も三八・九歳と若めとなっている。同じ「女性」求人でも、「販売・サービス」ではより年齢の高い人(ベテラン?)が求められており、

グラフ 10 募集性別ごとにみた募集職種と募集年齢

単位：%



「 $\sim$ 54歳」が三一・六％(三七件)と最も多く、平均年齢も五〇・四歳と高い。「男性」で目立つのは「営業」で、「 $\sim$ 64歳」「 $\sim$ 74歳」が多く、平均五〇・五歳である。「女性・男性」募集は全体的に募集年齢が高めで、中でも「清掃・警備」で「 $\sim$ 64歳」の高齢者募集が五一・五％(五二件)と多く、平均五八・七歳と全層中最も年齢が高い。ただし、「清掃・警備」はいずれの募集性別とも平均五四歳から五九歳の間の募集から成り立っており、性別による募集年齢差は他の職種に比べてあまりない方といえることができる。

ここまでは募集年齢の指定のある求人についてみたが、一方に特に年齢の指定「なし」、つまり年齢制限が無いものが二五二件(二六・八％)あつて、大きな群をつくっている。その内訳をみると、特に多いのは「女性」の「事務」一五・五％(二〇件)と「販売・サービス」三〇・八％(三六件)、「女性・男性」での「専門マニュアル」四六・五％(四六件)と「清掃・警備」二九・七％(三〇件)や「専門ノンマニュアル」二七・八％(二二件)などがあげられる。

### (3) 女性の正規募集は四〇代まで

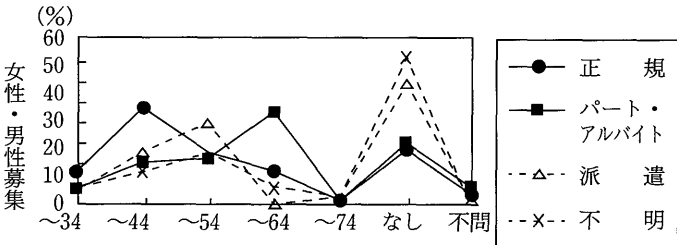
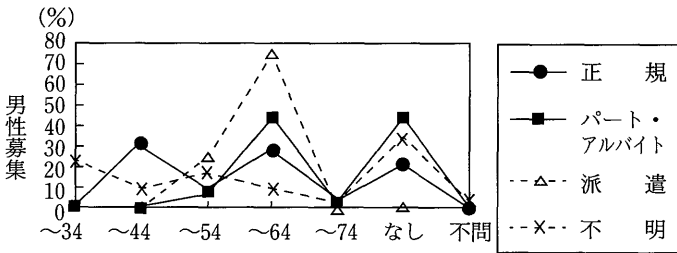
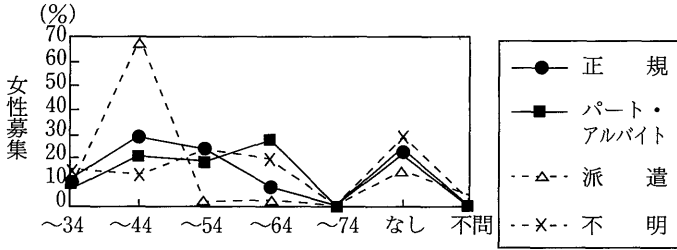
さらにグラフ11より、就業形態と募集年齢との関係を性別にみてみると、おおよそ次のようなことがいえる。

「正規社員」募集については、「女性」と「女性・男性」では「 $\sim$ 44歳」の年齢層の募集が最も多く前者が二九・二％(二八件)、後者が三四・八％(六三件)であり、加齢に伴って漸減しているが、「男性」では比較的高齢層の「 $\sim$ 64歳」でも二九・〇％(二八件)の求人がある。男性は、年齢を経た再就職者・転職者などにも正社員としての道がかなり開けているというところであろう。

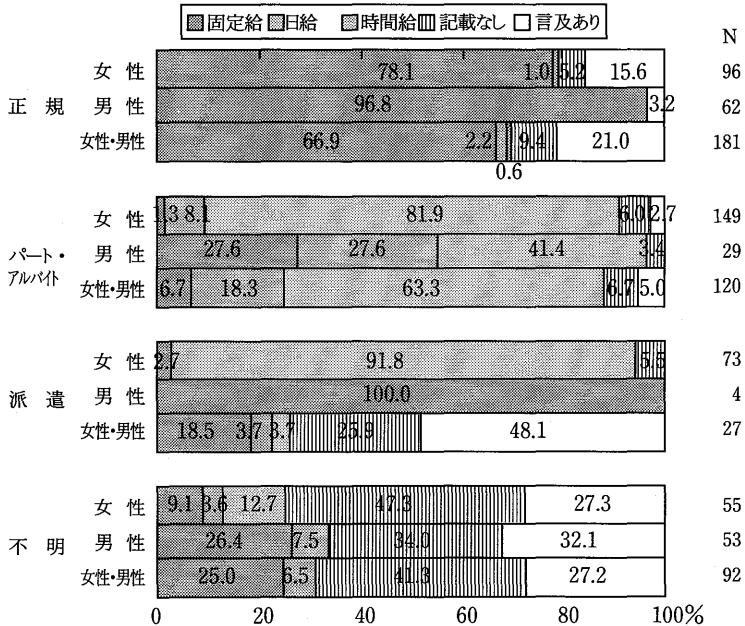
「パート・アルバイト」募集については、どの募集性別でも六〇代までは年齢が上がるにつれて募集比率が高く



グラフ 11 募集性別ごとにみた募集形態と募集年齢



グラフ 12 募集性別ごとにみた就業形態と給与形態 単位：%



なる傾向を示している。

また「派遣」募集については、「女性」では「44歳」の求人が六七・一％（四九件）と合わせて高い比率を示している。一方「男性」の場合は、三件と件数は少ないものの「64歳」が最大となっており、「女性・男性」でも五〇代までは加齢にともなって増加傾向を示し「54歳」で最多の二九・六％（八件）となっている。女性募集の「44歳」というのは募集年齢の上限が四四歳ということであるから、比較的若い女性を派遣社員として採る傾向があるといえよう。

## 二 募集性別ごとにみた職種・給与形態・年齢

(1) 女性の事務・販売職はパートで時間給の傾向  
 広告に記載されている就業形態と給与形態の関係を募集性別ごとにみると、グラフ12で明らかのように、性別を問わず、「正規社員」であれば「固定給」払い、「パート・アルバイト」であれば「時間給」払い（ある

いは「日給」となる傾向が強いという常識的な結果が得られた。しかし仔細にみると、「女性」の七八・一％(七五件)が「正規」募集で「固定給」支払いとなっているのに対し、「男性」のそれは九六・八％(六〇件)と高い。また、「女性」の「パート・アルバイト」における「固定給」率が一・三％(二件)とごくわずかなのに対し、「男性」では「固定給」支払いが比率の上では二七・六％(八件)みられる。また固定給以外の給与形態でも性による違いがみられ、「男性」の「パート・アルバイト」では、「日給」払いが二七・六％で「時間給」が四一・四％にとどまっているのに対し、「女性」では八一・九％までが「時間給」で占められている。

次に、募集職種と給与形態についてみると、グラフ13のように、「女性」の「事務職」では、「固定給」払いは二七・一％(三五件)にとどまり、「時間給」払いの五五・八％(七二件)の半数である。また「女性」の「販売・サービス」ではさらに「時間給」の割合が圧倒的に高く五三・〇％(六二件)と、「固定給」一八・八％(二二件)の三倍近くにもなっている。ほかに、「営業」「清掃・警備」などでも「女性」の「時間給」が「固定給」よりも多くなっている。それに比べて「男性」は、全部の職種にわたって「固定給」の割合が高く、「時間給」の割合が少ない。

「日給」の給与形態をとるものは全体的に少ないが参考までにみておくと、「清掃・警備」で「女性」七・九％(五件)、「男性」二二・五％(八件)、「女性・男性」二九・七％(三〇件)と、この職種に偏って分布している。

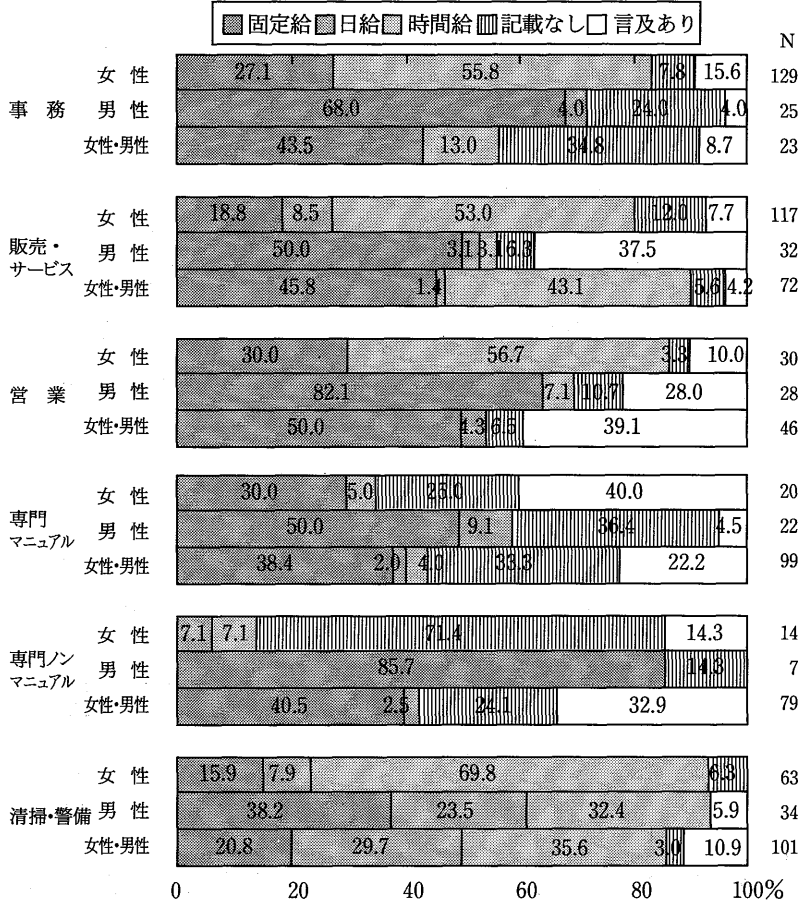
## (2) 男性はどの年齢層でも固定給の傾向

グラフ14から、募集性別ごとに年齢と給与形態の関係をみると、「女性」募集のうち「34歳」と「54歳」で「固定給」払いの割合がそれぞれ三三・三％(一二件)、三四・八％(二三件)とやや高いが、「44歳」の固定給支払

191 新聞求人広告にみるジェンダーの現状 (田中ほか)

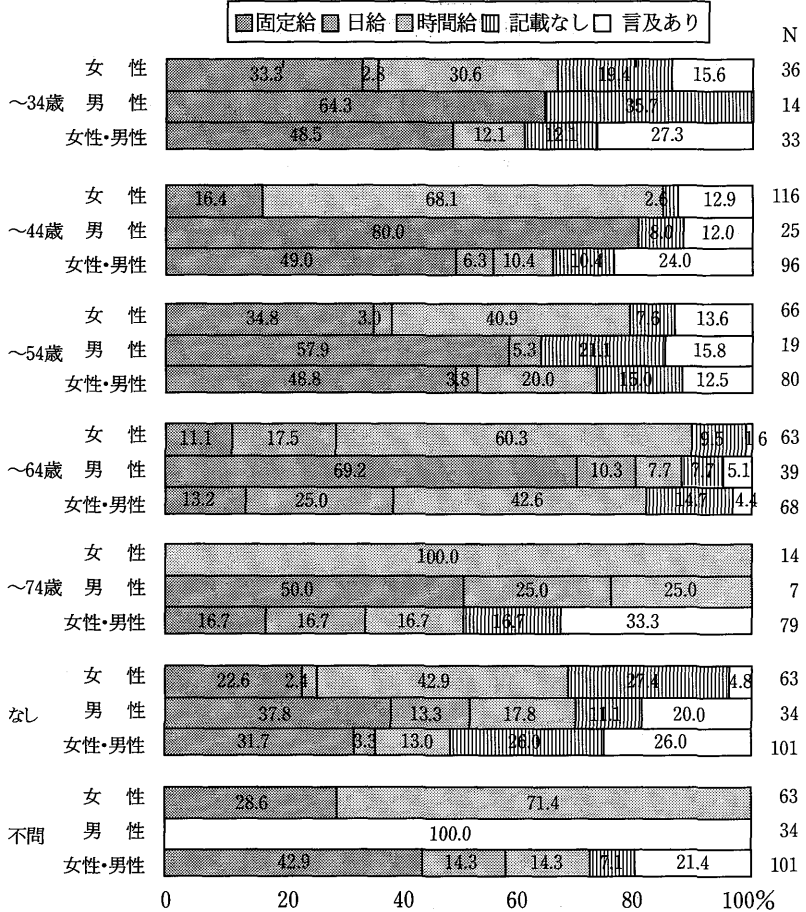
グラフ 13 募集性別ごとにみた募集職種と給与形態

単位：%



グラフ 14 募集性別ごとにみた募集年齢と給与形態

単位：%



い率は一六・四% (一九件) と低く、「 $\sim$ 64歳」ではさらに減って一一・一% (七件) に過ぎない。これらの年齢層ではそれにかわって「時間給」がそれぞれ六八・一% (七九件)、六〇・三% (三八件) と、目立って多い。特に四〇代については、女性のこの年齢層に「派遣」が多数を占めていることが影響していると思われる。

一方、「男性」ではおおむねどの年齢でも「固定給」が六割からそれ以上となっており、数は少ないながら「 $\sim$ 74歳」の高齢者でも五割を占めている。「女性・男性」募集の場合には、「 $\sim$ 34歳」「 $\sim$ 44歳」「 $\sim$ 54歳」の壮年の人びとを「固定給」で募集する傾向が見受けられる。

### 三 募集性別ごとに見たその他の項目との関係

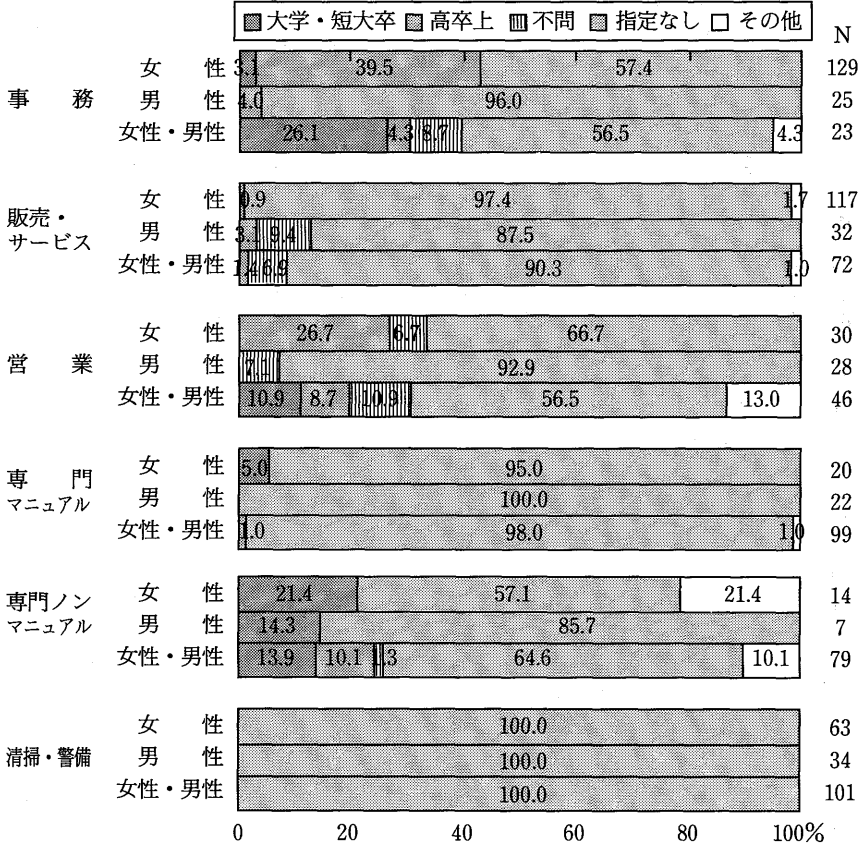
#### (一) 女性は高卒の事務職の傾向

募集条件としての学歴の指定について職種と関連させてみたところ、グラフ15に示す通り学歴の指定がない「指定なし」が大部分であった。ただし募集性別により違いがみられ、「女性」と「女性・男性」募集での「事務」と「営業」「専門ノンマニュアル」で「指定なし」率が五 $\sim$ 六割と低く、「男性」の「指定なし」が九割を占めているのと比べ、何らかの学歴指定がなされている傾向がやや強い。先述したように女性のハードルの方が相対的に高めに設定されているようである。

学歴を指定しての募集は、「女性」の「事務」での「高卒」募集三九・五% (五一件) が、全職種を通じて最多となっている。事務要員として求められるのは主として高卒の女性、という定型があるといっていだろう。また「女性・男性」募集の場合は「事務」で「大学・短大卒」を求める傾向が二六・一% (六件) と相対的に高い。次いで、「女性」の「営業」での「高卒」募集二六・七% (八件) と、「女性・男性」の「営業」での「大学・短大卒」一〇・

グラフ 15 募集性別ごとにみた募集職種と学歴

単位：%



九% (五人) が目立つ。いずれも、女性単独募集の場合には高校卒で、両性募集の場合には大卒程度で求める傾向がみられる。

そのほかの職種で学歴を指定しているものは、「女性」募集で「専門ノンマニユアル」の「大学・短大卒」が二・四% (三件) と、「女性・男性」募集で「事務」の二六・一% (六件) が「大学・短大卒」を条件としているのが目につく。

## (2) 派遣に求められている資格要件の内容

資格に関しては、英会話やOA技術、簿記の資格や免許などの「技能」系の資格を要求するものと、「長期できる方」や「経験者求む」などの「条件」付きのものがみられる。「女性」募集における技能資格言及率は一八・五% (六九件)、条件言及率は一四・二% (五三件)、「男性」募集での技能資格言及率は二一・六% (三二件)、条件言及率は六・一% (九件)、「女性・男性」での技能資格言及率は一三・三% (五六件)、条件言及率は二〇・〇% (八四件)であった。男性募集に「技能」系の資格が要求され、女性・男性募集で「条件」が求められる割合が比較的高いが、資格や条件に「言及なし・不問」の値は各性別とも七割前後で大きな違いがみられず(グラフ16)、全九四一件中何らかの資格や条件に言及した求人広告は全体で三〇三件、三二・二%であった。

募集性別ごとに就業形態別の資格への言及率を比べてみたのが表5である。どの性別でも「正規」募集では技能に言及するものが一七%前後だが、「女性」の「派遣」では三四%に技能への言及がみられる。また条件を付けたものも二二%と高い。派遣社員というものが正社員よりも資格を求められ、その傾向が女性の社員に対してよりはっきりしているといえよう。もともと派遣労働は、専門性と強く結びついたものであり、資格と結びついているのは



グラフ 16 募集性別ごとにみた資格要件の有無

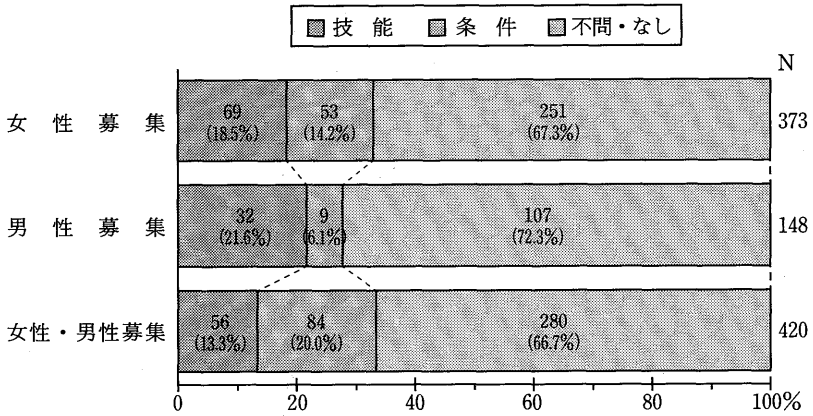


表 5 募集性別ごとにみた就業形態と資格要件

単位：%

		技能	条件	なし	不問	N
正規	女性	17.7	11.5	67.7	3.1	96
	男性	17.7	9.7	62.9	9.7	62
	女性・男性	16.6	21.5	56.4	5.5	181
	小計	17.1	16.5	60.8	5.6	339
パート・アルバイト	女性	14.1	8.7	77.2	0.0	149
	男性	0.0	3.4	96.6	0.0	29
	女性・男性	5.0	10.8	79.2	5.0	120
	小計	9.1	9.1	79.9	2.0	298
派遣	女性	34.2	21.9	43.8	0.0	73
	男性	0.0	0.0	25.0	75.0	4
	女性・男性	11.1	37.0	51.9	0.0	27
	小計	26.9	25.0	45.2	2.9	104
不明	女性	10.9	23.6	54.5	10.9	55
	男性	39.6	3.8	43.4	13.2	53
	女性・男性	18.5	23.9	55.4	2.2	92
	小計	22.0	18.5	52.0	7.5	200
合計	16.7	15.5	63.2	4.6	941	

■はその項目（資格別）の最高比率

表 6 資格への言及の内訳

	資 格 内 容	件 数	%
技 能	運転免許	72	23.8
	OA技能	49	16.2
	英語能力	18	5.9
	その他資格・技能	9	3.0
	簿記	6	2.0
	専攻	3	1.0
	小計		157
条 件	経験者	89	29.3
	長期間(時間)	21	6.9
	その他	15	5.0
	家族関係(夫婦など)	7	2.3
	資金	7	2.3
	意欲	4	1.3
	新卒	3	1.0
小計		146	48.1
合 計		303	100.0

当然と考えられる。また、「女性」の「パート・アルバイト」では資格への言及率が他の募集性別より高めとなっている。

言及されている資格や条件の内訳は表6に示した。

「運転免許」を筆頭に「OA技能」、また「経験者」「長期」などの文言が並ぶ。広告で要求されていた資格内容を実際にみてみるとパソコン操作関係が多く、「OA操作経験者」「Windows経験者」など、オフィスのOA操作要員として派遣社員が求められる傾向がみられた。他には「要英会話能力」などが派遣の事務募集などで目立った。総じて、「運転免許」は「専門マニユアル」「清掃・警備」で、「OA技能」は「事務」で求められる傾向が強く、また「経験者」は「専門ノンマニユアル」で、「長期」は「事務」「販売・サービス」で求められる傾向が強い。

最後に、「社会保険」や「海外旅行有」などの福利厚生について検討してみたい。グラフ17に示したように性別ごとに比較してみると、「女性」募集の場合には福

グラフ 17 募集性別ごとにみた福利厚生記述の有無

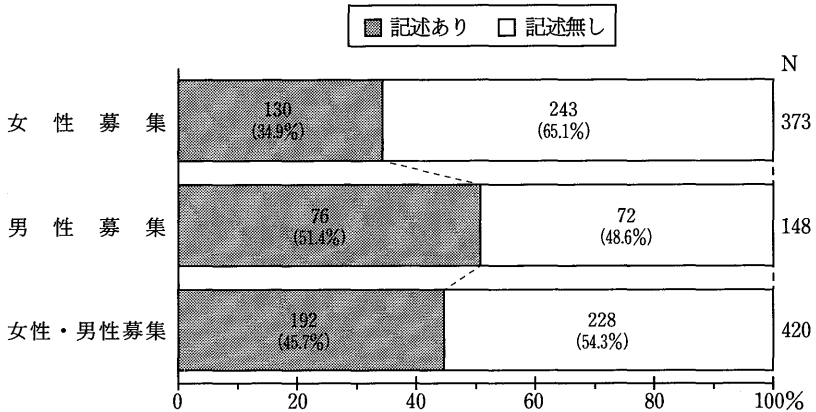


表 7 募集性別ごとにみた就業形態と福利厚生

単位：%

		福利厚生あり	福利厚生なし	N
女性募集	正 規	59.4	40.6	96
	パート・アルバイト	21.5	78.5	149
	派遣	31.5	68.5	73
	不 明	32.7	67.3	55
	計	65.1	39.6	373
男性募集	正 規	71.0	29.0	62
	パート・アルバイト	34.5	65.5	29
	派遣	100.0	0.0	4
	不 明	34.0	66.0	53
	計	51.4	48.6	148
女性・男性募集	正 規	69.6	30.4	181
	パート・アルバイト	30.8	69.2	120
	派遣	7.4	92.6	27
	不 明	29.3	70.7	92
	計	45.7	54.3	420

■はその項目（福利の有無）の最高比率

利厚生についての記述「あり」が三四・九％(一一三〇件)に対して、「なし」は六五・一％(二四三件)と、ないほうが二倍弱である。それに対して、「男性」「女性・男性」募集の場合は福利厚生の言及が「あり」「なし」ほぼ半々となっている。他の募集性別と比較して女性募集では、福利厚生が明確に提示されていない。

就業形態と福利厚生との関係を示したのが表7である。全募集性別を通じて、「正規」募集での福利厚生への言及率が高い。ただし、「女性」については五九・四％(五七件)と、「男性」七一・〇％(四四件)、「女性・男性」六九・六％(一一六件)に比べて一〇ポイント以上低くなっている。「パート・アルバイト」募集でも「男性」「女性・男性」の福利厚生記載率が三割と、「女性」の二割よりも高い。女性はいずれにせよ、福利厚生から遠ざけられているのである。

### (3) 「男性」の「事務職」の固定給は「女性」の一・四倍

先にも指摘したように、「女性」募集の求人広告に記載されている平均固定給金額は二二〇〇七三円で、他の募集性別に比べて五万円から一〇万円近く安くなっている。募集職種と給与(固定給)との関連でみると、表8のように、「女性」募集では「営業職」が二七万円強で最も高く、「清掃・警備」が一八万円弱で最も安い。「男性」では「専門ノンマニュアル」が数は少ないながら最も高く四七万円、「清掃・警備」が最も安く二二万円、「女性・男性」は最高が「専門ノンマニュアル」の四三万円に対して最低が「販売・サービス」の二五万円となっている。「女性」の固定給最高額は「男性」の平均(二七万円)に等しく、また「女性・男性」募集の最低額にむしろ近い。「女性」の「清掃・警備・軽作業職」は、全募集中最も低い金額である。

女性と男性の給与格差が一番大きい職種は、表8にみるように「事務職」で八〇四二二円の差、唯一「営業職」

表 8 募集職種ごとにみた募集性別ごとの平均固定給

単位：円

		平均	N	標準偏差	女男格差	男性指数
事務	女性	199000.0	35	31618.1	△ 80411.8	140.4
	男性	279411.8	17	74285.8		
	女性・男性	269000.0	10	63674.5		
	計	232338.7	62	63862.8		
販売・サービス	女性	242727.3	22	69088.1	△ 48210.2	119.9
	男性	290937.5	16	156665.4		
	女性・男性	245000.0	33	119281.7		
	計	254647.9	71	116555.7		
営業	女性	272444.4	9	86016.1	38966.2	85.7
	男性	233478.3	23	76074.6		
	女性・男性	308934.7	23	101590.4		
	計	271409.1	55	94188.0		
専門マニュアル	女性	251666.7	6	53072.3	△ 21969.7	108.7
	男性	273636.4	11	68157.6		
	女性・男性	319210.5	38	70801.6		
	計	302727.3	55	72174.0		
専門ノンマニュアル	女性	0.0	0	0.0	—	—
	男性	468333.3	6	332169.6		
	女性・男性	431277.2	32	245189.3		
	計	437128.2	38	255864.9		
清掃・警備	女性	177900.0	10	65487.0	△ 42484.6	123.9
	男性	220384.6	13	40643.9		
	女性・男性	308333.3	21	113306.4		
	計	252704.5	44	102266.1		

\* 女男格差は (女) - (男) の値

\*\* 男性指数は女性 = 100 とした値

\*\*\* は職種別内給与の最高金額

のみ「女性」の方が三八九六円高かったものの、全職種を合わせた平均格差は五二七一八円にのぼる。「女性」の固定給平均金額の指数を一〇〇とすると「男性」のそれは一二四、募集職種ごとにみた場合最も差があるのが「事務職」の一〇〇対一四〇、次いで「清掃・警備」の一〇〇対一二四である。

#### IV 多変量解析による九六年求人広告の分析

##### 一 数量化Ⅱ類の結果にみる募集性別の規定要因

##### (1) 「女性」募集とそれ以外の募集を分ける軸

これまでは、クロス集計によって項目(変数)の組み合わせを検討し、分析を行ってきた。さらに、多くの項目間の関連性を要約するための手法として、多変量解析がある。多変量解析は、変数の種類(金額のような量的変数なのか、「女性」/男性/女性・男性)のような質的ないしはカテゴリー的な変数なのか)や、分析目的(予測なのか、分類なのか、それともデータの要約なのか等々)、また変数同士の関連性をどのように表現するか、などによって、いくつかの手法が開発されている。

本調査のデータの多くは、「事務職/販売・サービス/…」や「固定給/時間給/…」などのようなカテゴリー的な変数(質的変数)である。このような質的変数を用いて多変量解析を行うための代表的な方法の一つが林知己夫の数量化理論である。

この節では、求人「募集性別」が他の諸要因によってどのように規定されているかを、数量化理論Ⅱ類によっ

て検討してみよう。数量化Ⅱ類とは、端的に言えば、グループが分かれる原因を質的データを用いて探り出す方法である。つまり、目的変数（ここでは「性別」）を、説明変数（ここでは「職種」「給与形態」など）のカテゴリデータによつて予測・判別する手法といえる。ここでは性別を予測するのが目的ではないが、数量化理論Ⅱ類を用いることにより、性別の規定要因としてどんな変数が効いているのか、またその説明力の相対的な大きさを見出すことができる。

そこで、目的変数を「募集性別」とし、説明変数を「新聞銘柄」「募集職種」「給与形態」「募集年齢」「資格」「学歴」の六つとして、数量化Ⅱ類による解析を行った。これら六つの説明変数の選択に当たっては、独立性の低い変数が複数含まれると結果が偏ったり不自然になったりするので、独立性の高い変数を残すようにした。そのためあらかじめ因子分析を行い、その結果判明した相互関係の低い上記六つの変数を残した（たとえば、クロス集計からも明らかだったように、固定給だったら正規雇用、時間給だったらパート・アルバイトや派遣が多いことなど、「給与形態」と「就業形態」とは同じ動きをする傾向が強い。本来ならば、「就業形態」を変数として選ぶのが分析上望ましいが、相関比の計算を行った結果、ここではそれぞれの変数別に計算を行い、より予測力の高い「給与形態」を残した。「年齢」は、「74歳」の該当数が少なかったので「64歳」と合併した。また、「資格」の内訳は「技能」「条件」「言及なし」の三分類である。

まず、ここでの性別のカテゴリは、「女性」「男性」「女性・男性」の三つなので、ある一つの性別とそれ以外のカテゴリを分ける第一の軸、そして残りの性別を分ける第二の軸によつて弁別される。その結果、表9にみるように、性別を判別するために計算されたサンプルスコアの平均値（判別値）は、「女性」が0.69とプラスの値をとり、「男性」と「女性・男性」がそれぞれ-0.37、-0.48とマイナスの値をとって、両者が二分された。

表 9 サンプルスコアの平均値

	I	II
女性募集	0.69	0.03
男性募集	-0.37	-0.77
女性・男性募集	-0.48	0.25

表 10 判別の的中率

( ) 内は%

	判別結果			計
	女性	男性	女性・男性	
女性募集	233 (62.5)	88 (23.6)	52 (13.9)	373 (100.0)
男性募集	40 (27.0)	73 (49.3)	35 (23.6)	148 (100.0)
女性・男性募集	105 (25.0)	117 (27.9)	198 (47.1)	420 (100.0)

正判別率 = 53.6%

第一の軸としては、「女性」とそれ以外（「男性」及び「女性・男性」）を分ける軸があらわれたといえる。判別力の指標として用いられる相関比は、第一の軸では0.315で、ある程度の判別力（予測力）が見出された。第二の軸の方は、「男性」が-0.77とマイナス値となり、「女性・男性」は0.25とプラス値となった。第二軸における「女性」は0.3と、ほとんどゼロ値に近く、三つの性別カテゴリーがこの二つの軸によって分けられた。第二軸の相関比は0.122であった。

ここでいえることは、「女性」の求人、「男性」求人や「女性・男性」求人よりも、「新聞銘柄」「募集職種」「給与形態」「募集年齢」「資格」「学歴」などのごく少ない要因によって、ある程度予測できる（たとえば朝日で「事務」で「時間給」の組み合わせであれば「女性」の募集、といったような類型的なパターンがある）ということである。表10の性別判別の的中率をみると、アミかけ部のように性別的中率は五割に達している。



(2) 募集性別を規定するものは主に職種

次に、六つの説明変数(項目)ごとに、影響力の相対的な強さを比較してみよう。

数量化Ⅱ類の第一軸のカテゴリースコア表をみると(表11)、影響力の指標として最大値と最小値間の幅(レンジ)の大きい項目から順に、「募集職種」一・八九、「給与形態」一・一〇、「学歴」一・〇一、「新聞銘柄」〇・八九、「募集年齢」〇・四三、「資格」〇・〇五となっており、募集性別には特に「職種」が大きく関係し、次いで「給与形態」と「学歴」が関係していることがわかる。

「職種」のカテゴリースコアと表9のサンプルスコアの平均値との近さから、それぞれの職種と性別との関係が明らかになる。たとえば、「事務」「販売・サービス」はそれぞれ〇・八五、〇・五〇で、「女性」である度合が高い。逆に、「専門ノンマニュアル」や「専門マニュアル」はそれぞれ一・〇四、一・〇六三で「女性」以外、すなわち「男性」「女性・男性」である度合が高い。ただし、「専門ノンマニュアル」と「専門マニュアル」のカテゴリースコアは同じマイナス符号でもやや違いがみられ、「専門ノンマニュアル」はよりマイナスに偏っているため、「女性」以外の度合いがより強いといえることができる。

次に「給与形態」についてみると、「時間給」はカテゴリースコアが〇・七二で「女性」、「固定給」及び「言及なし」はそれぞれ一・〇三八、一・〇三九で「男性」あるいは「女性・男性」の傾向となっている。「日給」と「金額はないが言及あり」は、マイナス値を取っているので同様に「女性」以外の傾向がややみられる。

「学歴」では、「高卒上」と「指定なし」がそれぞれ〇・〇七と〇・〇五で「女性」、「不問」と「大学・短大卒」がそれぞれ一・〇九五、一・〇六〇で「男性」「女性・男性」の度合が強くなっている。

表 11 数量化Ⅱ類の結果 カテゴリースコア

第Ⅰ相関軸		件数	カテゴリー ウエイト	レンジ	偏相関係数
相関比 = .315					
新聞	朝日	292	0.60	0.89	0.24
	毎日	129	-0.29		
	読売	520	-0.26		
職種	事務	177	0.85	1.89	0.37
	販売・サービス	221	0.50		
	営業	104	-0.18		
	専門マニュアル	141	-0.63		
	専門ノンマニュアル	100	-1.04		
	清掃・警備	198	-0.25		
給与形態	固定給	325	-0.38	1.10	0.29
	日給	61	-0.13		
	時間給	287	0.71		
	記載なし	133	-0.16		
	言及あり	135	-0.39		
年齢	～34歳	83	0.08	0.43	0.07
	～44歳	237	-0.09		
	～54歳	165	0.16		
	～74歳	181	-0.10		
	なし	252	0.05		
	不問	23	-0.27		
資格	技能	157	0.03	0.05	0.01
	条件	146	0.03		
	なし・不問	638	-0.01		
学歴	大学・短大卒上	31	-0.60	1.01	0.12
	高卒上	77	0.07		
	不問	20	-0.95		
	指定なし	791	0.05		
	その他	22	-0.44		

(表 11 のつづき)

第II相関軸 相関比=.122		件 数	カテゴリー ウ ェ イ ト	レ ン ジ	偏相関係数
新 聞	朝 日	292	0.21	0.53	0.08
	毎 日	129	0.33		
	読 売	520	-0.20		
職 種	事 務	177	-0.67	1.74	0.22
	販売・サービス	221	-0.24		
	営 業	104	-0.88		
	専門マニュアル	141	0.86		
	専門ノンマニュアル	100	0.75		
	清掃・警備	198	0.35		
給 与 形 態	固 定 給	325	-0.65	1.34	0.20
	日 給	61	0.12		
	時 間 給	287	0.70		
	記載なし	133	0.06		
	言及あり	135	-0.03		
年 齢	～34 歳	83	-0.22	1.52	0.16
	～44 歳	237	0.30		
	～54 歳	165	0.60		
	～74 歳	181	-0.70		
	な し	252	-0.17		
	不 問	23	0.82		
資 格	技 能	157	-0.72	1.20	0.13
	条 件	146	0.48		
	なし・不問	638	0.07		
学 歴	大学・短大卒上	31	1.58	1.71	0.13
	高 卒 上	77	0.32		
	不 問	20	0.42		
	指定なし	791	-0.13		
	そ の 他	22	1.04		

「新聞」では、朝日がカテゴリー値〇・六〇で「女性」の傾向が強く、毎日と同値一〇・二九で「男性」「女性・男性」、読売が一〇・二六で同様に「男性」「女性・男性」の傾向がみられる。

「資格」では、「条件」と「技能」が両者とも〇・〇三で「女性」、言及なしは一〇・〇一で「男性」「女性・男性」の傾向がみられた。

「年齢」については、「 $\sim$ 54歳」で〇・二六、「 $\sim$ 34歳」で〇・〇八と、「女性」の傾向がみられる。目立つのは「不問」で、一〇・二七と他のカテゴリー値に比べて絶対値が高く、「男性」「女性・男性」傾向が強い。また、「 $\sim$ 74歳（ $\sim$ 64歳含む）」で一〇・一〇、「 $\sim$ 44歳」で一〇・〇九と「男性」「女性・男性」傾向が若干強くなっている。

「男性」と「女性・男性」を分ける第二軸について簡単にみると、レンジの大きいアイテムから順に、「職種」一・七四、「学歴」一・七一、「年齢」一・五二、「給与形態」一・三四、「資格」一・二〇、「新聞」〇・五三となった。

数量化II類の結果、募集性別を規定する様さまの要因を相対的に位置づけることができ、性別は特に職種によってかなりの程度規定されていることが明らかになった。前章まで行ってきた募集性別と職種を軸にしたクロス集計による分析の有効性は、ここで裏打ちされたといえよう。

ところで、本来ならこれらの予測値は、ゼロに近く予測できないほど、求人広告におけるジェンダー公平度が高いことになる。にもかかわらず、今回、これらの限られた各変数で「女性」が判別されたということは、新聞求人広告のジェンダー差別が根強いことを明らかにするものである。

## 二 数量化Ⅲ類の結果にみる募集条件同士の関連

### (1) 求人広告の背後にある「ホワイトカラー／ブルーカラー」軸と「技能・ジェンダー」軸

前節の数量化Ⅱ類は目的変数（先の場合は募集性別）を立て、それに対して説明変数（先の場合は募集職種や給与形態など）で予測するものだったが、次に数量化理論Ⅲ類を用いて、項目（変数）同士の潜在的な構造を探ってみよう。数量化Ⅲ類は、数量化Ⅱ類と異なり、目的変数を立てずに新聞銘柄や募集職種、さらには募集性別などカテゴリー変数間の相互関係から潜在的な構造をみつけだそうとするものである。ここでは、募集性別も他の変数と同列に扱われることが先の手法との大きな違いであるとともに、探索的な方法のため、計算上あらわれた要因（軸）の意味については、こちらが総合的に解釈し、命名するという手続をとることも、また大きな違いといえる。ここでは、前章までのクロス集計結果から有効な変数であったと思われる「募集性別」「募集職種」「就業形態」「募集年齢」「新聞銘柄」「資格」の六つのカテゴリーを用いた。

潜在要因は、その大きいものから順に第一軸、第二軸……というように抽出されて並べられる。要因の影響力の強さを示すが固有値であり、固有値の大きい軸、すなわち重要な要因だけを意味のあるものとして残して検討するのが通常である。計算の結果、第五軸までの固有値と、各軸の相対的な貢献度の指標である寄与率は、表 12 のようになった。第一軸の固有値は 0.42 で、第二軸の固有値は 0.31、以下 0.2 程度となり、逡減していく。

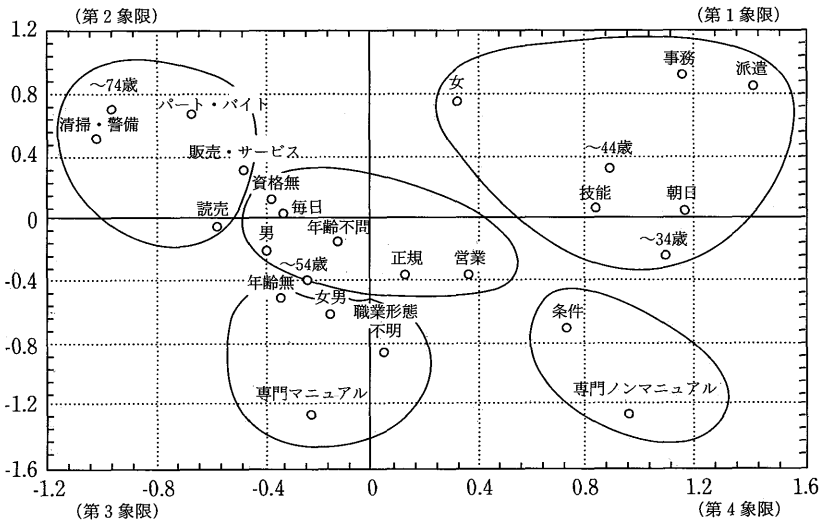
第一軸と第二軸で、五つのカテゴリー変数内のアイテムの布置をみたのが図 1 である。

図の右側には「派遣」「事務」「朝日」「34 歳」「専門ノンマニユアル」「44 歳」などが布置されており、ゼロの軸を境に図の左側には「清掃・警備」「74 歳」「パート・アルバイト」「読売」「販売・サービス」などが位置して

表 12 数量化Ⅲ類固有値と寄与率

軸	固有値	寄与率
1	0.42	0.132
2	0.31	0.096
3	0.24	0.074
4	0.23	0.073
5	0.21	0.066

図 1 数量化Ⅲ類の結果



いる。この分布を解釈すると、ある種の職業階層や新聞属性の分化がみられ、第一軸は「ホワイトカラー/ブルーカラー」の軸と考えられる。

図の上側には「事務」「派遣」「女性」「く74歳」「パート・アルバイト」「清掃・警備」などがあがり、ゼロの軸を境に図の下側には「専門マニュアル」「就業形態不明」などがマッピングされている。つまり、さほど専門性を要さない職と専門性や技術を要する職とが対比されているが、性別がそこには絡み合っており、「女性」は前者の側、「女性・男性」と「男性」は後者の側に位置している。

そこで、第二軸は「技能・ジェンダー」軸と名付けることができそうだ。

このように、求人広告を規定する潜在的な要因として、どうやら階層とジェンダーの二つの軸があると思われる。

## (2) 求人広告の五パターン

右にみた第一軸と第二軸の組み合わせから、アイテムのグループ化を行うことができる。

右肩から順に第一から第四象限までの四つに分けると、第一象限が典型的な女性求人者の領域となっており、「事務」「派遣」「女性」「34歳」「朝日」「要資格(技能)」などがまとまりを作っている。また、「34歳」もこのまとまりの仲間と考えることができる。この第一象限を主とするグループは、「女性即戦力型」と名付けることができよう。求人雑誌でいえば、女性向けの求人誌で派遣労働の求人も多い「とらばーゆ」型とでもいえよう。そしてその対極の第三象限には、「専門マニユアル」「年齢記載なし」「女性・男性」また「就業形態不明」などが位置し、まとまりを形成している。この第三象限を主とするグループは、美容師、調理師、ドライバーなどの「専門マニユアル」を中心とすることから、「職人・技術職型」と呼ぶことができよう。求人雑誌でいえば、「GATN(ガテン)」型である。

第二象限は、「清掃・警備」「74歳」「パート・アルバイト」などが目立ち、職種と支払形態が限定された「高齢者臨時型」グループと命名できる。媒体でいうと東京都の職業安定部職業課が中高年向きに月二回発行し、公共職業安定所に提供している雑誌「ハローワーク東京 求人情報」型とでもいえようか。第四象限は教師や研究員、建築士など「専門ノンマニユアル」と「条件(経験者)」をひとかたまりとする「知識労働経験型」グループで、求人雑誌でいうとホワイトカラーの技術職をよく募集している「Being」型にあたる。また、軸の交差する中心

に近い位置に布置するアイテム群は、さしたる特徴もないことから、ある意味で「典型的新聞求人広告」グループといえそうである。

新聞の求人広告は、おおむねこれら五つのパターンに分けられる。

また、図をみると、「男性」と「女性・男性」は、第三象限の比較的近いところに位置している。先に行った数量化II類でもこの二つを分離することは困難であったことと同じく、「男性」と「女性・男性」とは類似した性質をもっていることがわかる。

本分析でも、たとえば「女性」で「朝日」「事務」「派遣」といったような前の章までのクロス集計と同様の傾向がみい出された。女性は非専門的な職域、非正規的な雇用で求人されがちな傾向も、よくあらわれている。さらに、クロス集計ではみることのできなかつた「清掃・警備」「74歳」「パート・アルバイト」などの項目が近くにマッピングされたことは、多変量解析ならではの新しい発見といえよう。

## V 時系列変化からみた求人広告内容の推移

### 一 減少傾向の求人広告

最後に、今回の一九九六年の新聞求人広告調査結果を、これまでの八五年(均等法施行前)、八六年(均等法施行後)、九一年(均等法施行五年後)の調査結果と比較して、変化を検証してみたい。

実のところ、新聞の求人広告は掲載曜日が決まっていたり、「新卒特集」「美容師特集」のような特集が不定期に



組まれることがあり、この四回の調査のように、一〇月一日から三日までと日にちを固定するのではなく、曜日で統一して調査すべきだったとの反省が残る。しかし、八五年は火・水・木曜、八六年は水・木・金曜、九一年は火・水・木曜、今回の九六年も火・水・木曜日と、曜日がほぼ重なっている。しかも採取広告はサンプリングでなく全数調査なので、一日から三日に固定化したことに特に大きな問題はないと考えられる。

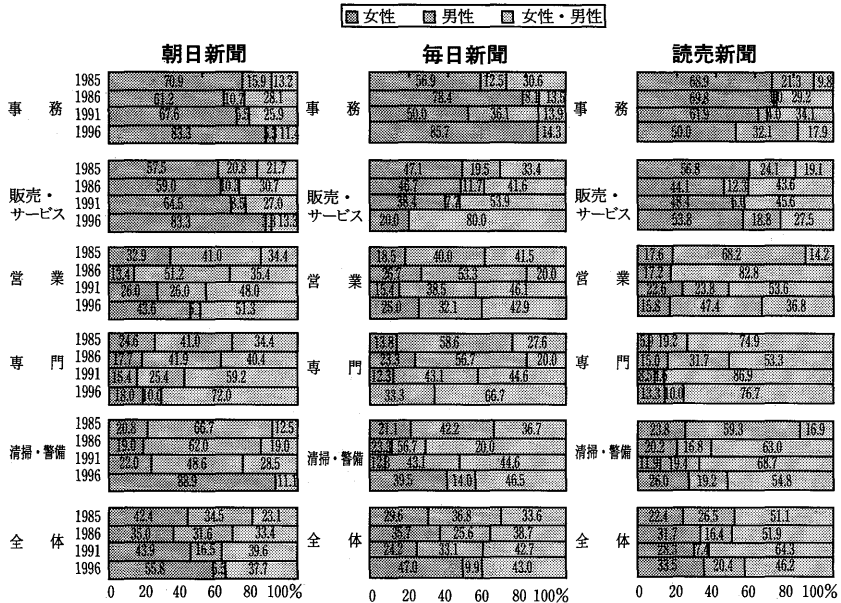
総求人件数が、八五年四〇四二件、八六年一七五三件、九一年二九八五件、九六年は九四一件と減少しつつあることは、本稿冒頭に記した通りである。これは、「バブル経済」のバブル期と崩壊期に重なっているといっている。この場合は一九八五年の「プラザ合意」および八七年の「ブラック・マンデー」から「バブル」が始まり、九〇年の円・債券・株の「トリプル安」で「バブル」が「崩壊」したのち、九二年に地価が下落するころまでを「バブル期」と呼ぶといわれている。<sup>20</sup>一連の本調査の場合も、八五年は三紙合計で四〇〇〇件もあった求人広告が、バブル崩壊に伴う厳しい雇用状況と広告活動の不活発さによって、目に見えて減少している。

なお、前回九一年までの調査は、集計・分析を新聞銘柄別に行ってきた。今回は三紙の全体的な傾向を知るために銘柄別の分析は一部を除いて行ってこなかったが、ここでは、給与金額を除いて、前回までと同じく新聞別のデータによって経年比較を行うこととする。

## 二 募集性別と職種の時系列比較

まず募集性別についての推移をグラフ 18 の「全体」でみると、朝日は「女性」の募集が八五年は全募集性別中の四二%だったものが九六年には五六%へ、毎日の「女性」が同期間に三〇%から四七%へ、読売の「女性」が二二

グラフ 18 募集職業ごとにみた募集性別の推移



%から四〇%へと大きく増加していることが明らかとなった。  
 逆に、「男性」の募集は、朝日は八五年には三五%だったものが九一年には七%へ、毎日と同期間に三七%から一〇%へ、読売も二七%から一六%へと減少している（なお、前回調査までの職種分類においては、「専門職」を二つに分けていなかったため、経年比較にあたっては、九六年データの「専門マニュアル」と「専門ノンマニュアル」とを合算して「専門職」とした）。  
 この一〇年間で、求人広告における募集性別は、大体の流れにおいて「女性」のみの募集が増えて、均等法上違法とされる「男性」のみの募集が減ってきたことがいえるだろう。また、朝日と毎日では性別を限らない「女性・男性」募集が九一年まで増加傾向にあり、九六年は前回調査の割合とほぼ同水準となっている。読売の「女性・男性」募集は五割前後を行ったり来たりし、九六年はこれまでの最低水

準であるが、三紙全体を通して見たところでは、総体として「女性」「女性・男性」募集が増えてきているといっているのではないだろうか。

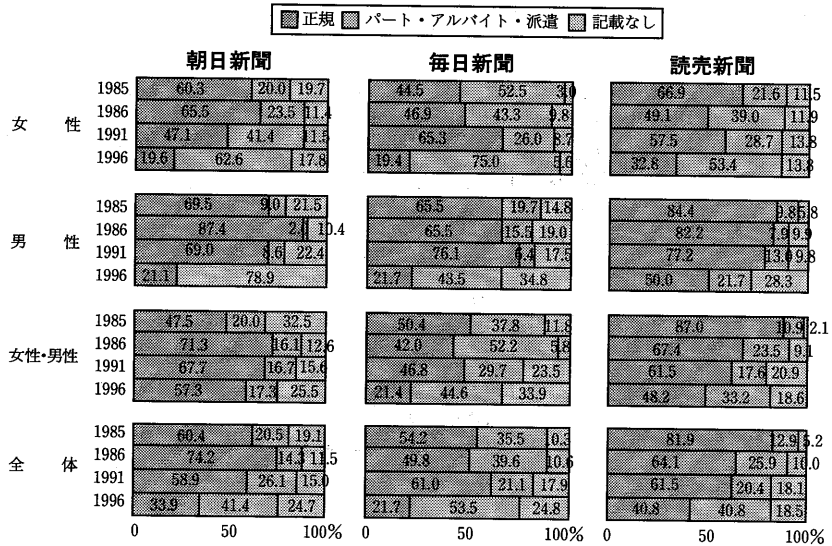
九九年から施行される改正均等法により、「男性」のみを募集する文言とともに「女性」のみの募集も違法となるが、増加してきた「女性」募集の求人広告がどのように推移するか、興味深いところである。また同時に、両性の募集であるからといって必ずしも女性が平等に採用されているとは限らないので、採用実態が本当に広告通りなのかどうかをチェックすることが必要だろう。

職種ごとにもみると、朝日では「女性」の「事務職」「販売・サービス」「清掃・警備」が大きく増える傾向がみられ、「女性・男性」では「営業」と「専門職」で求人が年を追うごとに増加している。毎日、ひところ減っていた「事務職」や「清掃・警備」で朝日と同様「女性」が増える傾向がみられ、一方で「販売・サービス」「専門職」で「女性・男性」の求人がリニアに増えている。読売については確たるトレンドをつかみにくいだが、「事務職」で「女性」募集が減る傾向と、「営業」で「女性・男性」が減って、かわりに「男性」が増える傾向があるようだ。

### 三 就業形態の時系列比較

次に、グラフ 19 から就業形態の変化についてみると、朝日で「正規」募集が八五年は六〇%だったものが九六年は三四%に、毎日で五四%から二二%に、読売で八二%から四一%にと、三紙とも「正規」が最も多かった時期の半分以下に減っており、逆に「パート・アルバイト・派遣」が倍増し四〇五割を占めるにいたっている。この一〇年間に、雇用者側は、正社員を採用する広告から、より人材流動的で賃金も抑えられるパートやアルバイトを採用する広告を出稿する方向へシフトしてきたのである。

グラフ 19 募集性別ごとのみた募集形態の推移

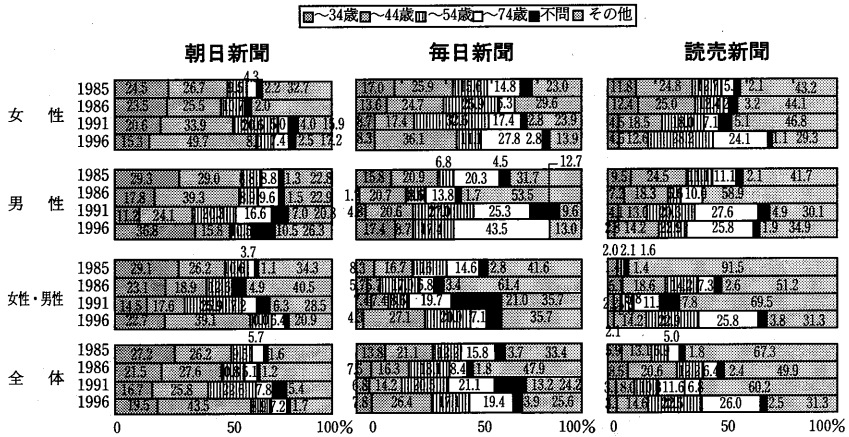


「パート・アルバイト・派遣」の増加基調は、必ずしも「女性」募集だけがその数値を押し上げてきたわけではない。毎日・読売とも「男性」「女性・男性」募集においても「パート・アルバイト・派遣」は増加している。朝日は「男性」「女性・男性」については特に増加はみられないものの、「正規」はいずれの募集性別でも減少しており、そのかわり募集形態の「記載なし」が増えている。パート・アルバイトをはじめとする正社員以外の募集形態の増加は三紙の全募集性別を通じた傾向となっているといえよう。ただし、九六年もそれ以前も、その年次の募集性別間の比較で見れば、「男性」「女性・男性」と比べて、「女性」募集でおおむね、経済的にも社会的にもまた就業の継続の上からも不安定なパートやアルバイト採用の傾向がやや強いことには変わりがない。

#### 四 募集年齢の時系列比較

グラフ 20 に示した募集年齢からみると、「女性」の場合、「朝日」において「44歳」が一九八五年の二七%から九

グラフ 20 募集性別ごとにみた募集年齢の推移



六年の五〇％へと拡大し、その反対に「〜34歳」が同年間に二五％から一五％へと減少している。「毎日」もほぼ同様で、「〜44歳」が八五年から九六年の間に二六％から三六％へ増加、逆に「〜34歳」が一七％から八％に減少している。読売は「〜34歳」と「〜44歳」でそれぞれ調査期間中に一二％から五％、二五％から一三％へと減少し、「〜54歳」が一三％から二八％に増えている。三紙とも年齢記載のない「その他」が減少しており、「〜44歳」「〜54歳」の中年層を中心に増加の傾向がみられる。

中年層募集が増える傾向は「女性・男性」募集にもみられるが、「男性」の場合には少し様相が異なり、三紙とも三〇代から五〇代までが増える傾向は特にみとめられない。

平均年齢を算出してそのトレンドを追ってみると、ほとどの新聞および募集性別でも平均年齢の上昇傾向が見出される。特に、「毎日」の「男性」で八五年の四〇・四歳から九六年五〇・五歳への平均年齢の上昇がみられ、「読売」においても八五年は一番若い「女性」の三七・二

歳から「女性・男性」の四〇・九歳にかけての募集年齢だったのが、九六年には全募集性別とも五〇歳台の平均年齢となるなど、募集年齢の中年化が目立つ。企業に若年層を教育する余裕がなくなり、即戦力になる中途採用者を増やそうとは始めていることと符合するようだ。

## 五 記載給与の時系列比較

最後に、広告に記載されている固定給の三紙平均金額について、一九八五年、八六年、九六年の結果を比較してみたい。九一年の給与データは不算出なので割愛する。

表13の「全体」(平均)をみると、「女性」は八五年一三万円、八六年一五万円、九六年二二万円と推移、「男性」は同期間に一九万円、二〇万円、二七万円へ、「女性・男性」は一三万円、一八万円、三二万円へと、いずれの募集性別とも記載給与(固定給金額)は伸長している。

しかし、もともと募集性別によつて給与格差があり、その格差がそれほど縮まっていけない点を、まず指摘しなければならぬ。

表13最下段の「全体」の箇所で「女性募集」と「男性募集」の給与格差(「女男格差」)をみると、八五年には五八・六二円の違いで、「女性」が「男性」を下回っていた。それが、八六年は五三・五一一円、九六年は五二・七一八円と差額が縮まる傾向はみられるものの、いまだに女性と男性の格差は存在する。「女性」を一〇〇とした指数であらわすと、「男性」は一四三・六、一三五・七、一二四・〇へと、女性の一・四倍の給与だったものが一・二倍に下がったにすぎない。「女性・男性」募集における給与額は、全調査年の結果が一律ではないが、おおむね「男性」と「女性」の賃金の中間に位置づいているといっていださう。ただし、九六年の「女性・男性」の平均三二万円という

単位：円

女男格差 (女)-(男)			男性指数 (女性=100)		
1985	1986	1996	1985	1986	1996
△ 59,640.0	△ 71,963.0	△ 80,411.8	143.2	152.9	140.4
△ 42,018.0	△ 53,606.0	△ 48,210.2	128.2	134.2	119.9
△ 70,235.0	△ 36,607.0	38,966.1	151.1	123.1	85.7
△ 30,944.0	△ 34,639.0	△ 90,686.2	119.2	119.8	136.0
△ 44,204.0	△ 37,865.0	△ 42,484.6	138.4	130.5	123.9
△ 58,162.0	△ 53,511.0	△ 52,717.5	143.6	135.7	124.0

額だけは、他の募集性別よりかなり高くなった。

職種ごとには、さらに性別による格差がみられる。とりわけ事務職と専門職での落差が大きい。

これまでの調査では、全ての職種で「女性」の給与は「男性」の給与を下回っていたが、今回の調査でも「営業職」を除く職種で同様の結果となり、女性は常時男性よりも給与が低額であるという構造を裏打ちしている。先にも分析したように九六年の女男の給与格差は、最低の「清掃・警備」における四二四八五円から、最高の「専門職」における九〇六八六円まで広い職種にわたってみられる。

「女性」と「男性」の給与格差が八五年から九六年にかけて広がった職種を拾ってみると、「専門職」がこの間に三〇九四四円の格差から九〇六八六円へと大きく広がったのをはじめとして、「事務職」で五九六四〇円の差が八〇四一二円へとさらに広がったのが目立つ。とくに「専門職」では同期間に女男格差が二・六倍にもなっており、職種による差を無視することはできない。表右端の「女性」の固定給を一〇〇とした時の「男性」の指数から、指数値が縮まる傾向がみられるのが「営業」「清掃・警備」で、広がる傾向がみられるのが「専門職」である。

表 13 記載固定給額の経年比較

	女性募集			男性募集			女性・男性募集		
	1985	1986	1996	1985	1986	1996	1985	1986	1996
事務職	138,036	136,037	199,000	197,676	208,000	279,412	149,390	161,294	269,000
販売・サービス職	148,856	156,745	242,727	190,874	210,351	290,938	156,755	173,522	245,000
営業職	137,374	158,727	272,444	207,609	195,334	233,478	185,872	210,345	308,935
専門職	161,551	174,786	251,667	192,495	209,425	342,353	126,235	175,753	370,441
清掃・警備・軽作業	115,133	124,285	177,900	159,337	162,150	220,385	164,375	160,000	308,333
全体 (件数)	133,450 (396)	149,890 (201)	220,073 (82)	191,612 (647)	203,401 (222)	272,791 (86)	133,451 (465)	181,417 (308)	320,295 (157)

## おわりに

本稿では、一九九六年一〇月一日から三日までの全国紙三紙における求人広告を全数調査し、その求人内容の量的傾向をみてきた。また併せて過去に行ってきた調査結果との比較を行った。

そこで明らかになったのは、まず、施行されて一〇年経った雇用機会均等法の下にあっても「男性」だけを求人する違反広告の存在である。

そもそも男女雇用機会均等法は、「事業主は、労働者の募集及び採用について、女性に対して男子と均等な機会を与えるように努めなければならない」とし、「募集又は採用に当たって、募集・採用区分（労働者を募集し、又は採用するに当たっての職種、資格、雇用形態、就業形態等の区分をいう）ごとに、女子であることを理由として募集又は採用の対象から女子を排除しないこと」を定め、たとえば「一定の職種について募集又は採用の対象を男子のみとすること」は女性の排除の例にあたるとしている。日本新聞協会が定めた「新聞広告倫理綱領」はその一項で、「新聞広告は、関係諸法規に違反するものであってはならない」と規定しているにもかかわらず、「男性」だけを求人する「関係諸法規に違反」して



いる広告を今もって掲載しているのである。

また、クロス集計から、職種ごとのジェンダーの偏り、就業形態ごとのジェンダーの偏りを中心に、募集性別による特性が見出された。たとえば職種別には、「女性」募集は「事務」「販売・サービス」、「男性」は「清掃・警備」「販売・サービス」、「女性・男性」は「清掃・警備」「専門マニュアル」「専門ノンマニュアル」というように、かなりはつきりしたジェンダー編制がみられた。就業形態別には、「女性」募集で「パート・アルバイト」「派遣」が多く、「男性」では「正規」および「就業形態不明」が、また「女性・男性」では「正規」が多かった。新聞の求人広告にも、女性の雇用の現状が反映しているといえよう。同様に、募集年齢は「女性」の方がやや若めに設定されていること、給与形態は「女性」が他の募集性別に比べて圧倒的に「時間給」が多いこと、さらに給与金額は大抵の職種で「女性」が最も低いことなどが明らかとなった。

多変量解析を行った結果からも、興味深い知見が見出された。数量化理論Ⅱ類の結果からは、広告における「女性」の求人は、「職種」や「給与形態」「学歴」などの要因によって、他の募集性別よりも規定されやすいこと、なかでも特に「職種」がその規定要因として大きく効いていることがわかった。つまり「事務」で「時間給」で「高卒上」であれば、その求人は「女性」である確率が高い、ということである。本来、雇用の機会が均等で、職種や就業パターンが流動化していれば、こういった事態は生じないはずである。

数量化理論Ⅲ類の結果からは、求人広告の潜在的な構造として「ホワイトカラー／ブルーカラー」軸と「技能・ジェンダー」軸が横たわっているとの解釈がなされた。両軸がつくる四象限に布置されたカテゴリー変数のグループからは、典型的な女性の求人のまとまりである「女性即戦力型」、清掃職やパート・アルバイト、高齢者からなる「高齢者臨時型」、専門職のマニュアル系が中心の「職人・技術職型」、研究員や教師など専門職のノンマニュアル系

が中心の「知識労働経験型」、それに軸の交差するあたりに残りのアイテムが布置する「典型的新聞求人広告」グループの五つがみい出された。

最後に、八五年、八六年、九一年との時系列比較の結果からは、おおむね「女性」募集と「女性・男性」募集が増加し、「男性」募集が均等法の影響もあつてか減少する傾向が読み取れた。職種別には一様な傾向は読み取れなかったが、就業形態は「パート・アルバイト」の増加傾向が認められる。「パート・アルバイト」はもともと「女性」に多い就業形態ではあるものの、全性別で増加してきている。また募集年齢の平均値のトレンドを追ってみると、どの募集性別でも加齢化の傾向がみられ、若い労働力よりも即戦力が求められているらしいことがわかる。記載給与の平均値も上がる傾向がみられるが、女性と男性の格差はそれ程縮まっていない。全般的にみて求人広告は、ジェンダー中立的な方向へとその姿を変えてきているといえそうだが、経済が厳しくなるとパートやアルバイトを始めとする不安定な雇用にまず女性が追いやられてゆく実態がみえる。

ひるがえって、新聞メディアは、その信頼性と日常性、また求人広告に典型的なようにその実用性ゆえに、働きたがっている女性（しかもそうした女性が増える趨勢にある）のリクエストに応える社会的使命がある。厳しい経済状況と雇用環境という要因により求人社自体が増える見込みは薄く、そのため新聞が求人件数全体を増やすことはできないかもしれないが、少なくとも均等法に違反するような求人に対しては、媒体責任者として広告主側に改善を求め、大切な読者である女性の働く権利を守ることは最低限できるはずである。

冒頭に述べたように、本研究はいままでジェンダー研究、メディア研究にない新聞求人広告の量的な実証研究であり、継続調査も行ってきたためにかんがりのデータを蓄積するにいたっている。今回からは、数量化理論による分析も加わった。今後、九九年から新たに施行される改正均等法の下での求人広告の分析も、是非行ってみたい。

同時に、求人社や広告掲載をしている新聞の広告担当に、広告掲載の実情や均等法の遵守に関する考えを聞くなどのフィールド調査を一層進めたい。さらに、女性の読者の求人広告に対する反応や利用、同じ広告への女性の応募者と男性の応募者に対して、求人社の対応が違うかどうかのケース研究、また新聞以外の求人媒体のジェンダー視点からの研究なども興味深いテーマである。私たちはこの調査をさらに発展的に継続してゆきたいと考えている。

注

- (1) 労働省編『労働白書(平成10年版)』日本労働研究機構、一九九八年、二二頁。なお、一九九七年の男性の完全失業率は、女性と同じ三・四%となっている。
- (2) 同右書、六頁。
- (3) 同右書、二八六頁。
- (4) 同右書、九〇一〇頁。
- (5) 日本新聞協会広告委員会『新聞広告データ 私たちはこう考えます。』日本新聞協会、一九九三年。このデータは、朝日新聞の数量化理論I類を使った広告注目率予測。
- (6) 日本新聞協会広告委員会『女の時代』の主役たち』日本新聞協会、一九九二年。
- (7) 日本婦人団体連合会編『婦人白書1998』ほるぷ出版、一九九八年、二七八頁。
- (8) 労働省編、前掲書、三六〇頁を参照した。
- (9) 同右書、一〇四頁の記述より。
- (10) 電通『広告年鑑'97/98』一九九七年、四八頁。以下の求人広告量、広告費などのデータも全て同書による。
- (11) 「案内・その他」のうち、どれぐらいが求人広告なのかを、試みに九六年一〇月一日の朝日朝刊でみてみたところ、三五段分あった案内広告のうち、七割弱の二三段分が求人広告で占められていた。
- (12) 以上の動向は、岡村清子・亀田温子編『入門 職業とジェンダー』日本評論社、一九九八年、五四〜五八頁を参照した。
- (13) 労働省、前掲書、一六五頁。
- (14) 岡村・亀田、前掲書、五二頁。

- (15) 労働省、前掲、一六六頁。
- (16) 同右書、一七七頁。
- (17) 同右書、一七七頁。
- (18) 同右書、一七八頁。
- (19) 文部省学校基本調査によると、一九九六年の大学・短期大学進学者は、女性四六・〇%、男性三一・八%。女性の進学者のうち、いままでは短大進学者数が四年制大学進学者の数を上回っていたが、九六年には四年制大学進学者の方が短大のそれを上回るようになった。
- (20) 本稿では「バブル」や「バブル期」の定義については、牧厚志『日本人の消費行動』ちくま新書、一九九八年、一一七～一一九頁までの記述を参考にした。

\*共同執筆者

田中和子(国学院大学法学部教員)、岡野雅雄(文教大学情報学部教員)、諸橋泰樹(尚美学園短期大学情報コミュニケーション学科教員)

\*\*本調査における広告カウントにあたっては、小柳圭子さん、森さやかさん、加藤恵里さんの助力を得た。記して感謝したい。