

國學院大學學術情報リポジトリ

改正男女雇用機会均等法下の新聞求人広告とジェンダー（二）：
一九九九年電話問い合わせ調査の結果を中心として

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2024-02-29 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, 諸橋, 泰樹, 田中, 新, 田宮, 遊子, 村田, 太郎 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.57529/0002000122

改正男女雇用機会均等法下の新聞求人広告とジェンダー (二)

——一九九九年電話問い合わせ調査の結果を中心として——

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

III 改正均等法下における新聞求人広告の内容分析

定観念

一 違法またはグレーゾーンの求人広告

三 ポスト均等法下の求人広告と採用の課題

二 女性はいかにして応募を断わられるか

三 男性はいかにして応募を断わられるか

(前号目次)

四 性別にこだわらなくなった求人人の例

I 男女雇用機会均等法と新聞求人広告

IV 過去の新聞求人広告との比較

一 男女雇用機会均等法の一九九九年改正と求人広告

一 一日あたり求人広告件数の推移

二 過去の募集内容との比較

二 改正均等法下の新聞求人広告への問い合わせ調査

V 改正均等法後の求人ありかた

調査

一 根強い「女性職イメージ」による偏り

II 一九九九年新聞求人広告問い合わせ調査

二 職業幹旋の窓口にもみられる「女性職」の固

一 調査の方法

- | | | | |
|---|---------------|---|-------------------|
| 二 | 今も続く性別募集の実態 | 六 | 募集性別ごとにみた記載年齢 |
| 三 | 募集性別ごとにみた募集職種 | 七 | 募集性別ごとにみた記載学歴 |
| 四 | 募集性別ごとにみた就業形態 | 八 | 新聞別にみた傾向 |
| 五 | 募集性別ごとにみた記載賃金 | 九 | 問い合わせサンプルの妥当性について |

III 改正均等法下における新聞求人広告の内容分析

一 違法またはグレーゾーンの求人広告

本研究では、一九九九年四月から施行された改正男女雇用機会均等法（以下均等法と略記）下の新聞求人広告における性別採用実態について探るため、同年一〇月二四日付朝日・毎日・読売各紙首都圏版求人広告の一ページ目を対象に、一〇月二四日（日）と二五日（月）の両日、合計一七五件の求人先に、女性と男性の双方が電話で問い合わせる調査を行った。

改正均等法施行以降、新聞紙面上の求人広告からは、募集性別を明示した均等法違反の広告が、ほとんど姿を消している。調査対象ページの求人広告も、「看護婦」「正准看護婦」という性別を含みこんだ職業名を用いた二件の違反広告を除いて、表面上は両性募集の体裁を取っていた。しかしながら、実際に電話で応募の可否を問い合わせてみたところでは、文字通り均等法を遵守し、女男の別なく応募を可としたところ（「女男募集」）は、一七五件中の五六・〇％にとどまった。一方で、先方の電話への応対から、女性希望ないし女性希望濃厚と判断されるもの（「女

「性募集」が一六・〇%、男性希望ないし男性希望濃厚と判断されるもの（「男性募集」）が二〇・〇%みられた。「締め切り・その他」で性別応募可能性について明らかにできなかった広告は残りの八・〇%である。

そこで、前号では、この問い合わせ調査によって判明した三種の募集性別と、職種、就業形態、賃金、年齢、学歴との関連を量的に分析する作業を行った。その結果、募集性別によって、職種や就業形態などに相変わらず偏りがある事実がみつかることとなった。

本号では、新聞求人広告への応募の可否が、性別によってどのように左右されるのかについて、問い合わせ調査データの質的な分析を通じて明らかにしてみたい。

本調査のサンプル中には、前号でも述べたように、「看護婦」「正准看護婦」の、職業名に性別が明示された改正均等法違反の表示がみられた。また、「巫女」や「花嫁モデル」といった、職業名に性別が明示されていても、均等法の適用除外として違法にならないものも存在する。さらに新聞広告には、微妙な表現やニュアンスを用いて、女性ないし男性のどちらを募集したいのかを示唆する求人がみられる。

これら性別を明に暗に示した求人広告は、結果として表4（表およびグラフ番号は、前号からの続き番号である）に示したように、1 性別を明示した明らかに均等法違反の表示、2 均等法指針の適用除外、3 従業員の性比を示して、どちらの性別の人を募集したいのかを暗示するもの、4 性別についての直接的な言及はないが、既存のステレオタイプにもとづいた文言を用いることで、どちらの性別の人を求めているのかを暗示するもの、5 一方の性別を特に強調して、その性別の人を求めていることを暗示するもの、の五パターンに分けられた。その例と、問い合わせ結果を紹介しておこう（表5）。問い合わせにあたっては、サンプルページに加え、それ以外のページの求人広告からも、その文言から性別募集を行っているのではないかと懸念されるものを選び出し、確認のための問い合わせ

表 4 求人広告における性別表示・暗示のパターン

1	性別を明示した明らかな均等法違反の表示	①性別募集 ②性別を示す職業語の使用
2	均等法指針の適用除外	
3	現在働いている人の性比を提示して、暗にどちらか一方の性別の人を募集したいことを示すもの	①これまで採用してきた性別の人を欲しがっていると思われるもの ②これまで少なかった方の性別の人を増やしたがっていると思われるもの
4	性別について直接的な言及はないが、既存のステレオタイプにもとづいた文言を用いて、どちらの性別の人を求めているかを暗示するもの	
5	一方の性別を特に強調することで、その性別の人を求めていると思わせるもの	

せを行った。表5の中で*印が付いているものが、それらの広告である。

まず第一に、性別を明示した明らかな違反表示としては、①「男性募集」「女性募集」などと募集性別を表示した求人と、②一方の性別を含みこんだ職名・職種を用いた求人の二通りがあるが、今回の新聞調査では①は見当たらなかった。ただし、同時に調べた新聞折り込みの地域求人情報チラシには、わずかではあるが募集性別を明示した求人がみられた。また②のケースとしては、「看護婦」⁽¹⁾以外に「テレビマン」という職名がみられた。この求人に問い合わせた結果は、女性も男性も応募可であったが、「マン」という呼称は男性を連想させ、女性に応募できないと思わせてしまう恐れがある。「カメラマン」や「営業マン」などと同様に、この募集表示は均等法違反である。

第二に、性別を含みこんではいるが、均等法の適用除外とされ、違法とはならない職名・職種がみられた。「水天宮前」の「巫女」、プロダクションの「花嫁モデル」などがそれにあたり、これらはどちらか一方の性でないと勤まらない職種であるとして、均等法上違反とはされない。実際、問い合わせたところ、これらの全てについて、男性は断わられた。また、女性だけが使う更衣室の係員の場合、風紀の上から、いずれか一方の性に従事させることが必要な場合として、女子だけを募集し

表 5 問い合わせた求人広告の性別明示・暗示表現の例

求人広告例 ()内は職種分類と紙名	広 告 中 の 文 言	問い合わせ結果
1 性別を明示した明らかな違反表示		
テレビマン募集* (専門ノンマニユアル ／朝日)	(職種名が均等法に違反)	女男募集
2 均等法指針の適用除外		
巫女 (販売・サービス／読売)	(均等法適用除外)	女性募集
花嫁モデル・着物着付師 ・ヘアメイク・司会等 (男女) (専門ノンマニユアル ／毎日)	(「花嫁モデル」は均等法適用除外)	「花嫁モデル」は女性募集 「着物着付師」等は女男募集
女子清掃パート* (清掃・警備／読売)	「女子更衣室・トイレ清掃も有り」 (均等法適用除外か?)	女性募集
3 性比を示して、どちらの性を募集したいかを暗示		
保安員 25～50 歳迄* (清掃・警備／読売)	「只今女性多数活躍中！」	女男募集
男女企画営業スタッフ* (営業／読売)	「当社の特徴としては、特に女性が 活躍しています」	女男募集
公文のペン習字・毛筆 …指導者募集* (専門ノンマニユアル ／読売)	「現在、全国で 1800 名の女性指導 者が活躍しています」	女男募集
英文会計 派遣 (事務／朝日)	「特に男性向求人急増中！」	女男募集
テレホンアポインター* (営業／読売)	「主婦の方が 8 割です」	女性募集
羽田空港ターミナル館 内清掃スタッフ 日勤・パート* (清掃・警備／読売)	「現在女性のみの仕事」	女性募集

羽田空港ターミナル館 内清掃スタッフ 20 時～翌朝 5 時* (清掃・警備／読売)	「現在男性のみの仕事」	男性募集
---	-------------	------

4 既存ステレオタイプにもとづいた文言を用いて、どちらの性を求めているかを暗示

高級毛皮・宝石サロン販 売* (販売・サービス／読売)	「輝いていた い あなた」	女性募集
ホールスタッフ* (販売・サービス／読売)	「(和服)」	女性募集

5 一方の性別を強調して、その性別の人を求めていることを暗示

接客主任 (販売・サービス／読売)	「女男」(女性が先で、女の字が大 きい)	女男募集
----------------------	-------------------------	------

* 印はサンプルページ以外の求人広告で、問い合わせを行ったもの

ても均等法上では例外的に違反とならないとされている(前号
巻末資料 1「求人広告作成上の留意点」の「2 指針の適用」
(1)③参照)。今回これにあたりそのようなケースとしては、ただし書
きに「女子更衣室・トイレ清掃も有り」と書かれた「女子清掃
パート」の求人があった。問い合わせたところ、女性のみの募
集とのことであった。しかしながら、「女子更衣室・トイレ清掃
も有り」という表現は、そうでない職務を含む可能性も示唆し
ており、この事例が、適用除外を隠れ蓑に、男性を排除してい
る可能性も否めない。

適用除外の職種に関しては、性別が意味を持ち、それを特定
しなければならぬもの(女性モデル、男性モデルなど)がま
ったくないわけではないだろう。しかし、たとえば均等法上違
法とならない「レースクイーン」や「ホステス」などの職が、
はたして「業務の性質上」その性をもって代えがたい職業であ
るかどうかは疑問である。また、女子更衣室といったプライベ
ートな場所に、従業員だからといって男性が入り込むことに対
しては、防犯上等々の見地から、現状では何らかの制限はやむ
をえないのかもしれない。しかし、男性が一律に性犯罪者の可

能性を持つわけではないのだから、男性というカテゴリーのみを理由に包括的に排除してしまうことには、やはり疑問が残る。

性別表示・暗示パターンの第三番目は、「只今女性多数活躍中!」とか「現在男性のみの仕事」などのように、現在働いている人の性比を示して、暗にその性別の人の募集であることを示すものである。この場合、①これまで女性(男性)の仕事とされてきた領域で、引き続き女性(男性)を採りたいとして上記のような文言をつけるケースと、②これまで男性(女性)が多かったものの、これからは女性(男性)にも来てほしいという意味で付言したケースの二通りがあるようである。たとえば、「保安員」募集の「只今女性多数活躍中!」という添え書きは、今まで男性向きと思われてきた職種に女性も少なくないことをアピールしたものであろう。電話で問い合わせた結果も女男募集であった。改正均等法では、これまで男性の多かった職場に女性を積極的に採りたいことは、ポジティブアクションとして認められている。しかし、今まで女性の多かった職場に男性採用を積極的にアピールするとは、均等法上はポジティブアクションと言わない。

一方、「テレホンアポインター」の「主婦の方が8割です」という求人に、男性が問い合わせたところ、断わられた。すなわちこの記述は、女性を採りたい、男性は採りたくない、という意味で使われていたわけである。同様に、「羽田空港ターミナル館内清掃スタッフ」「20時〜翌朝5時」の「現在男性のみの仕事」に女性が問い合わせたところ、断わられたので、この記述は、男性を採りたい、女性を採りたくない、という意味で用いられていたことになる。

求人にあたっての性別表示・暗示パターンの第四番目としては、性別に関する直接的な言及はどこにもないが、これまでのステレオタイプにもとづいた文言を用いることで、女性または男性のどちらか一方を求めていることが

暗示されている広告である。たとえば「高級毛皮・宝石サロン販売」での「輝いていたい あなた」といった文体などは、女性に呼びかけるニュアンスが色濃い。実際に問い合わせたところ、男性は断わられた。こういった文言は、新聞に折り込まれる地域求人情報チラシなどによくみられるものである。⁽²⁾

第五番目の一方の性別を強調してその性別の人を求めていることをほのめかすものとしては、郷土料理店の「接客主任」の求人で、「女男」と女性を先に記述し、しかも「女」の文字が大きく表示されている広告がみられた。本稿とは異なり、求人広告では「男女」の語順が一般的で、「女男」という表記はしないが、この場合「女」を先に持つてき、さらに大きく表示して強調することで、女性を採用したがつていえると思わせる。問い合わせた結果、このケースの場合は男性も応募できるということであったが、合法的な表示の範囲内で、どちらかの性を優先的に採りたいことを暗に示唆する採用社側の「苦勞」の跡がうかがえる。

二 女性はいかにして応募を断わられるか

本調査で明らかになったのは、同一求人に対する問い合わせ者の性別によって、先方の反応に違いがみられ、実際には均等法改正前と同様の性別採用が行われている現状である。

では、女性の応募が不可とされた求人はどのようなもので、またその断わられ方はどのような理由によるのだろうか。問い合わせ調査の結果から、大きく五つの女性排除のパターンが明らかになった。その五つとは、表 6 に示したように、1 理由も示さず「男性募集」と明言するパターン、2 均等法の手前、表向き募集希望性別を記載できないことは心得ているが、実は男性が欲しいと言うパターン、3 女性に対するステレオタイプにもとづいて難色を示すパターン、4 女性がいけない(少ない)職場だがそれでもいいか、と応募の意欲をそぐパターン、5 問い

表 6 女性の断り方のパターン

1	理由なく男性募集と明言するもの
2	均等法のため性別を記載できないことは認識しているが、実際には男性を希望するもの
3	女性に対するステレオタイプを理由にあげるもの ①体力が必要、泊りあり、を理由とするもの ②時間が遅い・長い、を理由とするもの ③知識・経験の不足や仕事内容が合わないことを理由とするもの
4	女性のいない(少ない)職場環境を理由とするもの
5	男性の問い合わせには応募可とする一方、女性には「締め切った」と言って諦めさせるもの

合わせに対し、「もう締め切った」と言って、女性を諦めさせる(ところが男性が直後に問い合わせるとまだ空いていたりする)パターンである。3の女性に対するステレオタイプを理由にあげるものは、①体力が必要、泊まりがあるなどと言って採りたがらないパターン、②時間が遅い・勤務時間が長いがそれでもいいかと言って採りたがらないパターン、③知識や経験が必要、仕事内容が求職者の希望と合わないなどと言って採りたがらないパターンの三つに分類できる。ここでもサンプル面以外の求人広告のうち、性別募集を行っていると思われるものを問い合わせ対象に含めた(＊印)。表7に、それぞれのパターンの実例を示しておいた。表中のカッコ内の番号は、表6の「断り方のパターン」の分類番号である。

まず第一は、この求人は男性募集だからと、有無を言わず女性を「門前払い」するパターンである。たとえば「調理」の求人は「男性のみで女性駄目」、「出版社内勤営業」では「今回は男性の補充のみ」、「清掃主任者」の求人も「主任は男性のみ」という言い方で、いずれも女性に対して理屈抜きで門戸を閉ざす反応を示した。

次いで二番目は、均等法上女男の別をうたえないので、広告の上では性別を指定してはいないが、実際には女性を「歓迎」できない、という反応パターンである。たとえば「地方自治体出版物営業」は、「均等法で規定が

表 7 「男性募集」の時の女性の断り方の例

問い合わせ時の 先方の対応 求人 広告例 ()内は職種 分類と紙名	問い合わせ者が女性の時の反応 (カッコ内の数字は表 6 女性の 断り方パターンの分類番号)	問い合わせ者が男性の時の反応
出版者内勤営業 (営業／朝日)	「今回は男性の補充」 (1)	「本日か明日の面接に来てもらってかまわない」
調理 初心者 見習 (専門マニュアル／朝日)	「調理は男性のみで女性はだめ」 (1)	「今日の 3 時以降に面接に来てほしい」
建築現場管理及び内勤業務 (専門マニュアル／読売)	「男性のみの仕事。内勤だけという のはない」 (1)	「安全靴と安全ベルトがあれば明日からでも勤務 OK」
清掃主任者 (清掃・警備 ／読売)	「主任は男性のみ。パート希望であれば時間予約を」 (1)	「パートは女性のみ。主任希望であれば受け付ける」
地方自治体出版物営業 30 迄 (営業／読売)	「均等法で規定があるので区別は しないが…」 (2)	「電車も通っていない関東全域を 回るので、車の運転に慣れた男性 の方がいいかと。履歴書を送って ほしい」
経理事務 30 迄の経験者・ 男女 (営業／朝日)	「男女」と書いてあるので、「女性 ももちろん OK なんですよ？」 と聞くと、先方は苦笑い。「応募が どんどん来ている」と、暗に応募 してもムダなことを示唆 (2)	「希望は男性。今はそれを表示でき ないので。履歴書を送ってほしい」
軽印刷オペレー ター 年齢不問 (専門マニュアル／毎日)	「紙を持ったりして重いので女性 には向かない」 (3-①)	「明日 2 時に面接に来てほしい」
常駐警備社員 58 位迄 (清掃・軽備 ／毎日)	「泊りもあり、男性を希望」 (3-①)	「給与の面で合えば、多少若くても かまわないが」

セミナー企画営業幹部候補* (管理/販売)	「女性でもいいが、土日も出勤、夜も遅い」 (3-②)	「履歴書を送ってほしい」
営業幹部候補営業スタッフ (営業/朝日)	「夜中 12 時を過ぎるし、土日は休めないが、それでもいいか」 (3-②)	「面接に来てほしい」
営業スタッフ* (営業/朝日)	「土日もあり、夜 10 時まで仕事。面接に来て『話がちがう』と言われても困るし、無駄な時間をつくることになるので、よく考えて」 (3-②)	特に問題なし
本社管理職候補 (管理/販売)	「今回は管理職を求めているので経験者が有利になると思う」 (3-③)	とくに経験も問わずに「履歴書を送ってほしい」
営業スタッフ 23～45 歳 (営業/販売)	「相当の専門知識や経験が必要」 (3-③)	「面接に来てはどうか」
住宅関連材内勤営業 (営業/朝日)	「男性スタッフしかおらず、女性の募集はない。別の支店のパートなら紹介する」 (4)	「明日 2 時に面接に来てほしい」
家屋調査及び指導員 (専門マニュアル/毎日)	「昨日でいっぱいになった」 (5)	「今日の 2 時から面接に来てほしい」
自家用自動車運行管理乗務員 (専門マニュアル/読売)	「締め切った」 (5)	「仕事はまだある。ちょっと勤務地が遠いが大丈夫か」

* はサンプルページ以外の求人広告で問い合わせを行ったもの

あるので区別はしないが……」と口ごもりつつ、女性の応募に難色を示した。また、「独自の躍進を続ける将来性ある企業」と称する計量器メーカーの「経理事務 30 迄の経験者・男女」募集では、「女性ももちろん OK なんですよね?」と女性が問い合わせたところ苦笑いされ、「応募がどんどん来ている」のと、暗に応募しても無駄なことを示唆されたが、問い合わせた男性には、「希望は男性なんです。今はそれを表示できませんので」と「真相」がもたらされ、履歴書を送ってほしい旨が告げられた。

三番目は、女性の仕事、職種、雇用形態などに関する一般的なステレオタイプが原因していると思われる女性排除の場合である。それらはさらに三パターンに分けることができる。

まず、その代表的なものが、①体力が必要、泊りがあるという理由を挙げて断わるしかたである。「軽印刷オペレーター」の求人では「紙を持ったりして重たいので女性には向かない」との理由で、「常駐警備社員」は「泊りもある」との理由で、それぞれ女性とは断わられた。

次に、②時間が遅くなる、労働時間が長いので女性には向かないとするものである。「住空間をトータルに創造する」メーカーの「営業幹部候補・営業スタッフ」募集では、「夜中一二時を過ぎるし、土日は休めないが、それでもいいか」とたたみかけてくることで、また「セミナー企画・営業幹部候補」募集は、「土日出勤、夜も遅いが」と厳しい条件をあげて、それぞれ女性の応募者を諦めさせようとした。

また、③その仕事に必要な知識・経験の不足や仕事内容が合わないという理由をあげるものがある。たとえば住宅リフォームメーカーの「営業スタッフ」募集は「相当の専門知識や経験が必要」と難色を示し、冠婚葬祭を扱う「本社管理職候補」の募集も、「経験者が有利」とあまり気乗りでない口調だった。これらの求人先は、男性の問い合わせにはいずれも特段に経験等を訊くことをせず、履歴書の送付や面接を促したところである。知識や経験不足

をはじめとする「仕事内容に習熟していない」という理由は、性（や年齢）を表向きの理由とはせずに応募者を断わる恰好の口実となっている。

求人先が女性の応募者を排除する第四のパターンは、女性がいらない（少ない）職場環境なので、今まで採用してこなかった、入りづらい、入っても働きづらいと示唆するしかたである。有名電器会社の関連である「住宅関連材内勤営業」では、女性は「男性スタッフしかいないので駄目」と断られた。この求人先は、男性が問い合わせた際に、「凡の営業チームなので女性は募集しない」と明言している。

第五は、男性の問い合わせには応募可とする一方で、女性には「締め切った」、「応募が沢山きている」などと答えて諦めさせるしかたである。たとえば、「高収入で再出発!!」の「家屋調査及び指導員」募集に男性が問い合わせたところ、「今日の二時から面接にきてほしい」との対応だったのに、女性は、「昨日でいっぱいになった」と断られた。また、女性には「締め切った」と答えた「自家用自動車運行管理乗務員」の募集では、そのあと電話した男性に「まだある。藤沢方面で少し遠いが、大丈夫か」と応答した。

表示の上では女男がほぼ均等に募集されるようになったものの、現在のように応募選考のプロセスが密室で行われる限り、女性が、応募段階でスクリーニングされたり、「選考を行った結果」という理由をつけられて排除される傾向は続きかねない。応募や採否のあり方が、もつとガラス張りになる必要があるだろう。

これら、女性が色いろな理由をつけて応募を断われた職種は、表7を見渡すと、営業や幹部職、専門マニュアル職といった、これまで主に男性が就いてきた職種が多いと言つてよいようである。

表 8 男性の断り方のパターン

1	理由なく女性募集と明言するもの
2	均等法のため性別を記載できないことは認識しているが、実際には女性を希望するもの
3	男性に対するステレオタイプを理由にあげるもの ①給料面でそぐわないのでは、と言って諦めさせるもの ②知識・経験の不足や仕事内容が合わないことを理由とするもの
4	男性のいない（少ない）職場環境を理由とするもの
5	女性の問い合わせには応募可とする一方、男性には「締め切った」と言って諦めさせるもの

三 男性はいかにして応募を断られるか

それでは、男性の応募は不可とされた求人は、どのようなもので、それはどのような理由によるのだろうか。問い合わせ結果を分析したところ、表 8 に示したように、先の女性排除のパターンに対応する五つのパターンが析出された。その五つとは、1 理由も示さず「女性募集」と明言するパターン、2 均等法上募集希望性別を記載できないことは心得ているが、実は女性が欲しいと言うパターン、3 男性に対するステレオタイプにもとづいて難色を示すパターン、4 男性がいない（少ない）職場だがそれでもいいかと、応募意欲をそぐパターン、5 問い合わせに対し「もう締め切った」などと言って男性を諦めさせる（ところが女性が直後に問い合わせるとまだ空いていたりする）パターン、である。3 の男性に対するステレオタイプに根ざしたものは、さらに、①給与面で男性にはそぐわないのではと言って諦めさせるパターン、②知識・経験が必要、仕事内容が合わないなどと言って採りたがらないパターンに分けられる。以上の各パターンの実例を示したのが表 9 である。表中のカッコ内の番号は、表 8 の「断り方のパターン」の分類番号である。

第一は、女性の場合と同様、この求人は女性募集だからと明言し、男性を断るパターンである。「日給九千五百円から一万二千元」を保証するデパート・

表9 「女性募集」の時の男性の断り方の例

問い合わせ時の 先方の対応 求人 広告例 ()内は職種 分類と紙名 問い合わせ者が男性の時の反応 (カッコ内の数字は表8男性の 断り方パターンの分類番号) 問い合わせ者が女性の時の反応		
テレアポ (営業/読売)	「男性募集はしていない」 (1)	特に問題なし
デパート・スー パー売場 45 位迄 (販売・サービ ス/朝日)	「広告に『女性のみ』と書いてなか ったか」 (1)	「それでは明日の 15 時に面接に來 てほしい」
看護助手 (専門マニユア ル/読売)	「今回は若い女性の募集」 (1)	「経験がなくともやがて資格を取り たいのなら OK。3 日後の面接 に来てほしい」
清掃パート (清掃・警備 /毎日)	「男の人はだめ、職安の方に求人が 出ているのでそちらへ」 (1)	特に問題なし
事務 パート 25～40 歳 (事務/朝日)	「求人広告には男女の区別がつけ られないのでこのように性別は不 掲載だが、この条件でいいのか？」 (2)	特に問題なし
座敷 パート・ アルバイト 30 迄 (販売・サービ ス/朝日)	「男女の別を広告では出せないの で性別は記載していないが、男性 は募集していない」 (2)	特に問題なし
事務 54 迄 パート・常勤 (事務/朝日)	「男性を採らないとは言わないが、 給料が安く、昇給がない」 (3-①)	年齢と経験を聞かれ、履歴書を送 れとのこと。特に問題なし
和食 接客パー トおよび社員 (販売・サービ ス/読売)	「パートは女性の募集。男性はワン ランク上の生活を望む人が多いだ ろうから、正社員の応募にしては どうか」 (3-①)	パートでも正社員でもどちらも 可。「明日、面接に来てほしい」
一般事務 40 位迄 (事務/読売)	「一般事務は女子のみで、男子は同 時募集の営業になる」 (3-②)	特に問題なし

医療関係経理事務 (事務／販売)	「仕事は事務の補助なので男性は だめ」 (3-②)	特に問題なし
お座敷係 (販売・サービス／読売)	「着物を着る仕事なので女性のみ」 (3-②)	「今日の面接来てほしい」
和服接客係 45 位迄* (販売・サービス／読売)	「和服接客係は女性のみ」 (3-②)	特に問題なし
ジュエリー販売 スタッフ・店長 正社員または契約 (販売・サービス／朝日)	「女性中心の販売となっているの で、ちょっと…」 (4)	特に問題なし
オペレーション センター電話受 付 35 位迄* (販売・サービス／朝日)	「今は全員女性だけしか登録され ていないが…」 (4)	「面接の必要はないので登録に 来てほしい」
ホテル客室整備 係 (清掃・警備 ／毎日)	「中高年の女性が 9 割位の職場だ がそれでもいいか」 (4)	特に問題なし
ジュエリースタ ッフ* 既婚者歓迎 (販売・サービス／読売)	「宝石販売に関してはほとんどが 女性。営業もあるが、そちらは男 性が多い」 (4)	「すぐに面接に来てほしい」
テレオペ通販受 注・入力 40 迄 経験者 (営業／読売)	「締め切った」 (5)	「今日、2 時に面接に来てほしい」

* はサンプルページ以外の求人広告で問い合わせを行ったもの

スーパーの販売員を募集するマネキン紹介所は、男性の問い合わせに対して「広告に女性のみと書いてなかったか」と逆に問い返してきた(もちろん、広告にはそのような記載はなされていない)。また、テレホンアポインターや一部の清掃パートなどでも「女性だけ」と明言され、病院の看護助手の募集では、「今回は若い女性の募集」ときっぱり断わられた。

第二は、改正均等法上性別を記載できないが、実際には女性が欲しいと言うパターンである。「新規スタッフ募集」をかけた健康関連・介護関連の商品・サービスを扱う会社の「役員秘書」の求人は、「均等法があるので大きな声では言えないが、女性の募集」とのことであった。また赤坂の「座敷」は、「『男女』としないと広告が出せないのので載せているが、男性は募集していない」と、男性の問い合わせに困った様子であった。

第三の男性の働き方・職種・雇用条件等に関するステレオタイプを理由にあげて難色を示すパターンは、さらに二種類に分かれる。①は、給与面でその職を「勧めない」というもので、これは女性にはない断わり方のパターンである。ある事務・パートの仕事への問い合わせでは、「男性を採らないとは言わないが給料が安い」と言われ、昇給がないことを強調された。また、「接客好きな方」を求める和食店のパート募集は、「男性だと女性よりワンランク上の生活を望むだろうから」と婉曲的に男性の応募を断わり、同時募集をしている正社員の方を勧めた。女性ならパートのこの給料でもいいだろうが、男性だと生きていけないのではないかと、「親切」にも求人社側が「事前アドバイス」してくれているのである。

②は、知識・経験・仕事内容の面から男性にはふさわしくなく、女性が望ましいとするものである。医療関係の経理事務の募集は「事務の補助なので男性は駄目」と断わり、御茶ノ水の建設会社の事務は、女性のみで、男性は同時募集の営業となるとの対応であった。また、郷土料理店の「お座敷係」に問い合わせた男性は、「着物を着る」

という理由で断わられた。和服の着用が必要な仕事の募集では、もともと女性しか念頭にないらしいものが多い。

第四は、男性がいない(少ない)職場だがそれでもいいのかとただして、応募者の志気をそぐやかたである。たとえば、ホテルの客室整備をするビルサービス社は、女性の問い合わせにはあっさり応募を承諾するのに、男性の問い合わせに対しては、「男性を採用しないというのではないが、中高年女性が多く九割くらい」を占めると説明した。

第五は、女性に対しては応募を可としながら、男性の問い合わせには既に締め切ったと答え、締め切りを口実に性別募集を行っているものである。社名からして「ウーマン」が冠された「テレオペ通販受注・入力」の派遣会社は、男性に対しては「昨日から募集してほとんど埋まってしまった」と答える一方、女性に対しては「今回は女性の募集だけ」ともらして、その日の二時の面接を指定してきた。

これら男性の応募を断わった職種としては、表 9 の例示でもわかるように、事務職、販売、座敷などの接客サービス、テレホンオペレーター、また就業形態としてはパートが多いといったように、これまで女性が多く就いていた職種や就業形態が多い。

四 性別にこだわらなくなった求人 の例

しかしながら、今回の電話問い合わせ調査によって、これまで男性向きでないしは女性向きと一般的に思われてきた職種の中にも、性別が流動化してきている例を少なからずみることができた。

本調査では、問い合わせを行った求人のうち、五六%は女男を問わない募集であったが、その「女男募集」の中には、表 10 に示したように、軽トラックの焼鳥屋台、給配水管保守管理業務、交通誘導警備、館内巡回などが含ま

表 10 「女男募集」求人の中で性の流動化がみられる職種例

◎女性にも広がった職種例

求 人 広 告 例	職 種 分 類	掲載紙	備 考、先 方 の 反 応
代理店開発営業	営業	読売	「営業は男性が多いが、全国出張に確実に対応できれば女性も歓迎」
多目的特許付移動店舗の嘱託社員 (日本初天井昇式焼鳥他)	販売・サービス	毎日	軽トラックの焼鳥屋台
独立開業 車椅子送迎ドライバー	専門マニュアル	毎日	
タクシー 12 勤 14 万上可	専門マニュアル	読売	「女性ももちろん歓迎」
給排水施設 保守管理業務	専門マニュアル	読売	「シフトを組んでローテーション制なので女性でも大丈夫」
交通誘導警備員 日勤・夜勤	清掃・警備	毎日	「女性の深夜業が法の改正により OK になったので、本人しだいにかまわない」
館内巡回及び受付 18～翌 9:00/9:00～翌 9:00	清掃・警備	毎日	

◎男性にも広がった職種例

求 人 広 告 例	職 種 分 類	掲載紙	備 考、先 方 の 反 応
保育士、ベビーシッター	販売・サービス	朝日	
男女販売デモンストレーター	販売・サービス	毎日	「化粧品関係の仕事。男性でも、また化粧品の知識がなくても大丈夫」

れており、これまで「男性的」とされてきた職種への女性の応募可能性が拡大していることがみてとれる。また、保育士、ベビーシッター、化粧品関係の販売デモンストレーターなど、今まで女性が主として採用されがちだった職種においても、男性の応募も可との返事を得ている。もともと、女性の「男性的」分野への職域拡大の傾向と比べると、これまで「女性的」とされてきた職種への男性の応募が可とされる求人は、保育士や化粧品販売のデモンストレーターがあげられ

る程度で、それほど多くはない。

女性への「門戸開放」で目立つのが、タクシー運転手の募集である。たとえば「男・女 タクシー乗務員さん」とあった求人先では、女性の問い合わせにも丁寧に応対してくれた。また、表10にある「タクシー12勤 14万上可」の広告に対して「女性でも問題ないか」と訊いたところ、「もちろん歓迎」という答えが返ってきた。

同様に、警備員関係も女性に門戸を開いているケースがみられる。たとえば、「電器工事現場での簡単な誘導」を行う交通誘導警備員の募集への問い合わせには、「法律が変わって女性の深夜業がOKになったので、本人しだい」という回答を得、神保町と大手町の「館内巡回及び受付」の会社も、何ら問題はなかった。

これらのほか、軽トラックの焼き鳥屋台は、「多目的特許付移動店舗（日本発の天井拡張式焼鳥他）」とものものしく呼称されていたが、特段に女性を排除する口ぶりではなかったし、空港の上下水道管理の仕事をする「給排水施設保守管理業務」も、女性の問い合わせに対して、「シフトをきちんと組んでローテーション制なので、女性でも大丈夫」と、好印象を受ける応対であった。また、これまで比較的男性向けと思われていた営業職でも、女性を可とするところが少なくなかった。

このように、女性も希望すれば深夜業や肉体労働に就けるようになって、女性の職域は拡大しつつある。意欲と能力のある女性が、その性別というだけで認められない理不尽さは、少しずつだが改まってきているようだ。これまでは女性に限って深夜業や休日労働・時間外労働が労働基準法の「女子保護規定」で規制されてきたが、均等法改正と同時に撤廃されたことも作用している。一方で、育児や介護責任を抱える女性には、希望すれば深夜労働を免除する「激変緩和措置」が当面の間設けられている。ただし、男性も女性とともに育児や介護の責任を担うのが「男女共同参画社会」のあり方だとすれば、育児・介護にあたる男性にも深夜労働が免除されるようになるべき

だろう。いずれにせよ、家事・育児・介護労働のしわ寄せが事実上女性にいつている現時点では、女性が職業と家庭を両立させることが可能となるような企業側の積極的な対応策が求められる。

IV 過去の新聞求人広告との比較

一 一日あたり求人広告件数の推移

私たちが過去に行ってきた求人広告の内容分析は、一九八五年、八六年、九一年、九六年の四回にわたる。いずれも旧均等法下での求人広告であり、「女性募集」は合法だったものの、男性の性別を指定した募集は、均等法違反のほずであった。ところが、求人広告にはこの間一貫して「男性募集」の文言が「女性募集」と並んで堂々と記載されていたところから、新聞求人広告の分析にあたっては、「女男募集」「女性募集」「男性募集」の三つの募集形態ごとに、職種、就業形態、賃金、学歴などの特色をみることができた。

しかしながら、今回の九九年調査では、その四月に均等法が改正されて女男別募集が努力義務規定から禁止規定へと改められ、新聞紙面上の求人広告からも性別指定がほぼ一掃されたことから、性別募集の実態をあぶり出すために、実際に電話をかけて応募の可否を問い合わせる調査を行った。その結果、すでにみたように今でも「女男募集」「女性募集」「男性募集」という三つの募集形態が存在していることが明らかになった。

そこで、この募集性別を軸として、過去の調査との比較を行ってみたい。もちろん、繰り返し述べてきたように、今回の調査は、各紙求人ページ第一ページ目に掲載された求人先への問い合わせ調査であり、一方、過去に行つて

きたのは、一〇月一日から三日にかけて求人欄に記載されていた全求人広告の募集性別分類に基づいた全数調査だったので、単純な比較はできない。しかし前号Ⅱの九で明らかにしたように、今回問い合わせ調査を行った求人広告サンプルと求人広告全体との内容にそれほど違いがみられなかったことから、今回と過去の結果を比較し、そこから何らかのトレンドを読み取ったとしても、あながち大きな過誤はないと考えてよいだろう。ただし、八五年から九一年までの調査では、新聞別のデータしかとっておらず、三紙合計の数値がない。そのため、募集性別以外に関しては、九六年調査と九九年調査のみを比較したい。

ここで、今回の調査を含めてこれまで五回にわたり行ってきた新聞求人広告の件数の推移を一日あたりの件数でみてみると(四回目までは三日間分の一の平均件数、今回は一日の全ページ件数)、八五年が三紙合計で一日あたり一三四七件、八六年五八四件、九一年九九五件、九六年三一四件、そして九九年五〇八件と、増減を繰り返しながらも減少傾向にあるようにみえる。『国学院法学』三六巻三号でもふれたが、「バブル経済」の崩壊による経済的停滞に伴う企業の人員削減策と、それに起因する新聞メディアからの広告主⇨求人社ばなれ、広告出稿媒体の雑誌・折り込みチラシ等への移動などが、理由として考えられる。九九年の調査時には、九六年よりも新聞求人広告の出稿量がやや持ち直したというべきか。

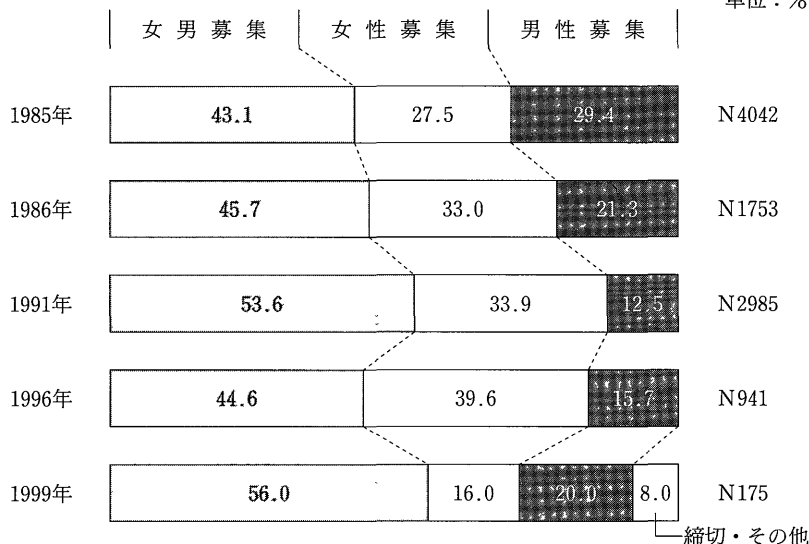
二 過去の募集内容との比較

(1) 募集性別内訳の推移

グラフ 14 で募集性別内訳の経年変化をみると、「女男募集」に関しては八五年四三・一%、八六年四五・七%、九一年五三・六%、九六年四四・六%、そして九九年五六・〇%と九六年は別として微増しながら推移してきている。

グラフ 14 募集性別内訳の推移

単位：％



※ 1999 年は、調査方法も対象サンプルも異なるので、比較はあくまで参考である

それに対して「女性募集」は、八五年二七・五％、八六年三三・〇％、九一年三三・九％、九六年三九・六％、九九年一六・〇％と変化した。「男性募集」は、八五年二九・四％、八六年二一・三％、九一年一二・五％、九六年一五・七％、九九年二〇・〇％となった。

改正均等法後に「女男募集」が増加したことがみとられ、それなりに均等法の定着がみられるといつてよいと思われる。しかしながら、「男性募集」は一旦減ったあと九六年九九年と再び増加している。結局、九九年に減少したのは前回調査まで横這い気味だった「女性募集」だけであり、実際には女性のみの募集が「女男募集」にシフトしただけ、といえなくもない。それまでの女性募集の求人が均等法改正によって女男募集になることにより、男性に参入のチャンスが増えたのとは対照的に、男性のみの募集が減らないことから、かえって女性の門戸が狭められている可能性も懸念される。

表 11 募集性別ごとにみた職種内訳の 1996 年と 1999 年の比較

単位：％

募集性別と年	職種	管理職	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
女男募集	1996	—	5.5	17.1	11.0	23.6	18.8	24.0
	1999	5.1	26.5	6.1	17.3	17.3	19.4	8.2
女性募集	1996	—	34.5	31.4	8.0	5.4	3.8	16.9
	1999	0.0	39.3	35.7	10.7	3.6	0.0	10.7
男性募集	1996	—	16.9	21.6	18.9	14.9	4.7	23.0
	1999	5.7	8.6	5.7	34.3	31.4	2.9	11.4

※99年の「職種記載なし」「締切・その他」は省略

※※96年には「管理職」という職種分類は設けなかった

※※※あくまで両年比年度は参考用である

は両年間で10%以上の差がある数値

(2) 募集職種の変化

表11で、募集性別ごとにみた募集職種の変化について、比較可能な九六年と九九年のデータを比べてみると、まず「女男募集」では「事務」が五・五％から二六・五％に増加したのが目立ち、「営業」も一・〇％から一七・三％に若干増えた。その一方で、「販売・サービス」「専門マニュアル」「清掃・警備」は減少しており、特に「清掃・警備」は二四・〇％から八・二％へと一五ポイント強も下がっている。

一方、「女性募集」は、九六年と九九年との差がほとんどみられない。「事務」と「販売・サービス」が前回も今回も職種中で最多であるとともに他の募集性別の「事務」「販売・サービス」よりもコンスタントに多い。どうも職種にみる限りでは、女性の職業領域は以前と比べても特段に拡大したり流動化してはいないようである。つまり均等法が変わっても、女性職とされる領域が根強く存在しつづけているということである。

他方、「男性募集」には変化がみられた。「営業」が一八・九％から三四・三％へ、「専門マニュアル」が一四・九％から三一・四％へと増加する一方、「事務」「販売・サービス」「清掃・警備」が減少している。「男性募集」における変化は主にこれまでも男性の割合が高かった分野

表 12 募集性別ごとにみた就業形態内訳の 1996 年と 1999 年の比較

単位：％

募集性別と年		職業形態	正社員	パート・ アルバイト	派遣社員	不明
女男募集	1996		43.1	28.6	6.4	21.9
	1999		54.1	11.2	11.2	23.5
女性募集	1996		25.7	40.0	19.6	14.7
	1999		35.7	50.0	10.7	3.6
男性募集	1996		41.9	19.6	2.7	35.8
	1999		80.0	8.6	2.9	8.6

※96年の項目に合わせて、99年の「契約社員」「その他」は「派遣」に含めてある

※※両年比較は参考用である

は両年間で10%以上の差のある数字

で男性がさらに増える、といった方向での変化である。

(3) 就業形態の変化

次に募集性別ごとの就業形態の変化を比較すると(表12)、どの募集性別も「正社員」が増えているが、中でも「男性募集」での正社員登用がいちじるしい。「女男募集」「女性募集」の「正社員」の伸びは一〇ポイントであるが、「男性募集」のそれは二倍ちかい伸びとなっている。その一方で、「パート・アルバイト」は「女男募集」「男性募集」とも減少しているのに対し、「女性募集」のみが増え、四〇・〇%から五〇・〇%へと変化した。女性のパート・バイトが前回も今回も、また他の募集性別との比較でも、常時最多であることに変わりはない。

前回と比較して「不明」が減っているが、これは、今回の調査では、電話で問い合わせる中で就業形態が判明したこともあずかっている。そのため、「不明」分が「正社員」にスイッチした分もあり、「正社員」が増えることとなった。

(4) 固定給の変化

募集性別ごとに平均給与金額を比較してみると、支払い形態を問わず

表 13 募集性別ごとにみた平均給与金額(固定給)の 1996 年と 1999 年の比較
単位：円

女 男 募 集	1996	320,295	(96年「男性」との差：+47,504)
	1999	293,812 (96年との差：-26,483)	(99年「男性」との差：-47,5880)
女 性 募 集	1996	220,073	(96年「男性」との差：-52,718)
	1999	282,778 (96年との差：+62,705)	(99年「男性」との差：-58,622)
男 性 募 集	1996	272,791	
	1999	341,400 (96年との差：+68,609)	

※両年比較は参考用である

給与が前回より上回っているものが多いが、中でも男性の固定給の伸びが大きいといえそうである。表 13 に示したように、男性の固定給平均三万四一四〇〇円と女性の固定給平均二万八千二百七十八円には一万八千六百二十二円の差がある。前回の五万二千七百八円よりもわずかだが広がった。

電話調査の際に「専門ノンマニユアル」を中心に、要資格のものは調査対象から外してあるため、給与金額に関しては、結果が実際と少しずれるかもしれない。専門職のノンマニユアル系がそのまま含まれていれば、平均給与金額は上がったかもしれない。

V 改正均等法後の求人広告のありかた

一 根強い「女性職イメージ」による偏り

募集・採用という雇用の入り口での性にもとづく別扱いを禁止した九九年改正均等法は、この国において長らく続いてきた性別職業分離と、それに伴う女男の給与格差の是正に向けた重要な法改正であった。しかし残念ながら、今回の調査で明らかになったことは、確かに求人広告の紙面上からは性別募集の文言はほぼ一掃されたものの、実際の募集段階で性別スクリーニングが少なからず行われている実態で

ある。また、募集性別ごとの職種や就業形態などにも、均等法改正以前と同様、ジェンダーによる偏りが依然としてみられる。募集・採用時の雇用の不均等は、表向き男女別の募集であることを明記できなくなった分、むしろ潜在化の度合いを強めていると言えるかもしれない。

求人情報誌二八社が加盟する全国求人情報誌協会が、均等法改正前の九八年七月に実施した「改正男女雇用機会均等法に関するアンケート調査」には、「男女募集をしながらも男性が欲しい場合は、形式上、女子の面接も一応はするが、採用しない企業が多くなるのではないか」など、法律と実態の乖離を懸念する企業側の声が紹介されているが、その予想がある程度現実のものになっていることは否めない。⁽³⁾

旧均等法下の新聞求人広告にみられた性別による募集職種の偏りは、改正均等法下においても根強く存在する。「事務」「販売・サービス」に代表されるように、性別募集が違法になった現在でも、募集が女性に偏る職業領域がみられるのである。こうした「女性向き」とされる領域に女性募集が多いのは、労働省が実施した一九九五年の「女子雇用調査」で、女性のみ募集の理由として、企業の五二%が、「女性の方がソフトな対応ができ、顧客が好む、又は女性の感性を活かすことができる」からと答えていたこととも一致しよう。⁽⁴⁾この調査は、「女子のみ募集」が可能であった均等法改正以前のものであるが、企業の本音は、あまり変わっていないようにみうけられる。

また、同じく労働省による「平成7年度女子雇用管理基本調査」では、「女性の活用に当たつての問題点」として、企業の四七%が「女性の勤続年数が平均的に短い」、三八%が「家庭責任を考慮する必要がある」と答えているが、⁽⁵⁾この調査結果は、私たちの新聞求人調査における「パート・アルバイト」募集での一貫した女性の多さとも重なっている。これらの偏りは、職場におけるより高い地位や意思決定のチャンスを女性から奪う方向、さらには女性が自立に必要な充分な賃金を得ることから阻害される方向に作用している。先の労働省「女子雇用調査」では、「補助的・

定型的業務である」から女性を採用したいとするとところが四四％存在した。⁽⁶⁾ 実際には、企業が女性の職能・技術・アスピレーションを高めることを自ら怠っており「女性の適任者がいない」と言っているに過ぎず、それが男性の優先的な採用と、女性を雇用する場合の「女性の特性」Ⅱ「補助的」Ⅱ「責任なし」Ⅱ「意思決定なし」Ⅱ「パート・アルバイト」Ⅱ「低賃金」という悪循環を引き起こしている。

二 職業斡旋窓口にもみられる「女性職」の固定観念

本研究では、公営求人事業所の職員に対し、改正均等法の下での職業斡旋実態についてのヒアリングも行っている。⁽⁷⁾ それによると、均等法改正後も労働省所轄のハローワークの窓口で、女男別の対応をすることがあるという。求人事業所に置いてある「求人票」には、かつてのように性別の記入欄はない。しかし、ヒアリングの際に提供された求人票の事例の中には、「必要な経験・免許資格等」の欄に「男子については普通自動車免許必要」と書いてきた室内清掃会社のものや、「備考」欄に「女性向きです」と記入された食材供給会社のものであった。前者は求人先が書いてきた求人票で、一方後者は、男性が応募に行っても断られるので、窓口の人が書き加えたとのことであつたが、両者とも均等法違反である。

さらに、窓口担当者が、月給一七万円の仕事に男性が応募してくると、本電話問い合わせ調査での求人先の対応同様、「この給料で男性が応募してやっていけるのか」と問いただしたり、「臨時六ヶ月」や「時給七〇〇円〜七五〇円」の求人には、男性の応募者などいないと、はなから思い込んでいたりすることが少なくないという。逆に、「女性の宿泊施設がない」「トイレ、更衣室がない」「高所作業や重い荷物持ちがある」ことなどを理由に、「女性には無理」と窓口段階で紹介を断わるケースもある。しかし、男性の中にも、その賃金額でいいと思っている人がい

るかもしれない、女性でも高所作業や荷物作業に応募したいと考えるかもしれない。このように公的な求人事業所の窓口でさえ、今もってジェンダーの視点が欠如した、均等法違反の対応がみられるのである。求人事業所の職員に対するジェンダーに敏感になるための研修の拡充が求められる。

もつとも、求人事業所側にも言い分がないわけではない。求職者に求人を紹介し、当人が会社まで足を運んだものの、結局は性別を理由に採用を断られ、「無駄足を踏まされた」と苦情がくることがあるため、「無理そう」なものについては、あらかじめ窓口で教えておくことも致し方ない面があるという。結局、こうした事態は、求人企業側のシステム・慣行・意識の改革がはからなければ、根本的に打開されることはないだろう。各企業において改正均等法の趣旨と内容が徹底され、ジェンダーに敏感になるための研修が強化されるとともに、女性をはから採るつもりのない求人社に対しては罰則を強め、逆に女性を男性と対等に採用する求人社には褒章制度を導入するなどの方策も必要であろう。

三 ポスト均等法下の求人広告と採用の課題

本研究では、新聞に掲載された求人広告の応募可能性を実際に求人先に問い合わせることで、改正均等法後も性別スクリーニングが行われている実態を明らかにした。表向き、新聞紙面上の求人広告からは「男性募集」が一掃され、「女性募集」がなくなっているにもかかわらず、実際の募集・採用現場では、均等法改正前とあまり変わらぬ性別ごとの職種や就業形態による募集・採用が、少なからず行われている。

もとより性による職種や就業形態の流動化が全く生じていなかったわけではなく、男性領域とされていた職種への女性の進出、女性領域とされていた職種への男性の進出が、相互にみられはした。けれども、「二一世紀の最重要

課題」である男女共同参画社会の離陸期にあたってもなお、私たちが過去に行った求人広告分析における募集性別を軸とした分析の枠組みは、大枠において未だに有効であることが判明した。こういった実態は、新聞やリクルート雑誌に掲載された求人広告の表層だけではわかりづらい。その意味で、表向き女男募集をしている求人社の本音を電話でさぐった本調査は、貴重なデータを提供しているといえよう。そして、均等法の徹底や改革のためには、こうしたデータの蓄積とともに、求人に応募し、差別の現実直面した女性たちやリクルート期の学生たちが、もっと自らの体験を公にして訴える必要があるだろう。法律が改正された今、女性の実質的職場進出の実現に最も必要とされるのは、先にも指摘したような雇用のシステム・慣行・意識の変革であるが、求職する側も手をこまぬいてはなるまい。

また、求職する個人と求人先を媒介する新聞や求人情報誌の役割も重要である。前出の全国求人情報誌協会では、均等法改正二ヵ月あまり前の九九年一月末、「求人事業主の皆さまへ！」と題するパンフレットを作成し、「女性は職業意識が低い」「補助的な仕事に向いている」など、女性を一括りにした考え方をやめ、女男同一基準による公正な選考が行われるべきことを呼びかけている。

これに対し、新聞の対応は、日本新聞協会広告委員会が、九九年二月初め、労働省女性局長あてに改正均等法をめぐる懇談を申し入れた際の「短兵急な施行は、求人企業側の広告出稿意欲を後退させかねない」という指摘にも示されているように、いまひとつ積極性に欠けるようにみうけられる。

数ある求人媒体の中で最も高い信頼度を誇る新聞には、求人企業に均等法遵守を率先して呼びかけ、意識の変革を促して、うらおもてのない公正な求人広告を実現させる社会的責任があるのではないだろうか。

(1) 先号でふれたように、サンプルページにあった二件の「看護婦」募集に関しては、明らかな均等法違反であるとともに要資格職種でもあるので、問い合わせから除外した。なお、「テレビマン」の求人広告が掲載されていたのは、問い合わせサンプルページ以外のページであったが、表記上の問題があったので、女性の応募の可否を訊ねる問い合わせを行った。

(2) たとえば、「主婦の方でも簡単にできるお仕事です」「輝いていたい貴女」「女性向きの仕事です」などの表現は、違法である。

(3) (社)全国求人情報誌協会「改正男女雇用機会均等法に関するアンケート調査」一九九八年二月。サイトより。サイトは、www.zenkkyuko.or.jp/shiryou/qa_981202

(4) 総務庁行政監察局「女性の能力発揮を目指して——雇用の分野における女性の現状と課題——」一九九七年、七四頁。

(5) 労働省婦人局婦人政策課「均等法施行10年目の女子雇用管理の状況——「平成7年度女子雇用管理基本調査」結果概要——」一九九六年、一五頁。

(6) 総務庁行政監察局、前掲書、七四頁。

(7) 二〇〇〇年五月三一日に実施。

(8) 本研究では、このほかに新聞の折り込み求人チラシを収集し、その表現方法などを改正均等法に照らして分析する作業も行ったが、今回は紙幅の関係で結果を紹介するにはいたらなかった。イラスト入りも多い折り込み求人チラシでは、そのイラスト、文言の中に、問題となる表現がより多くみられた。たとえば、レストランの求人において、女性がフロアスタッフ、男性がコックのイラストを用いて暗に男女別々の職種の募集であることを示したり、「誰にでも簡単にできるお仕事です」と、女性を対象にしたとおぼしきキャッチコピーを使ったりと、問題となる表現が新聞よりも多くみられた。

* 共同執筆者

田中和子（国学院大学法学部教員）、諸橋泰樹（フェリス女学院大学文学部教員）、田中新、田宮遊子、村田太郎（以上、国学院大学院友）

* 本調査における電話問い合わせにあたっては、一九九九年度女性社会学ゼミナール受講生の大川路子さん、大和田功治さん、尾崎貴史さん、高橋明日香さん、富樫浩之さん、山根加奈子さん、それに小林和香さんの助力を得た。記して感謝したい。