

令和4年 1月

# 報 告 書

FeM  
Female  
earth  
Motion  
project

桜美林大学 ビジネスマネジメント学群  
坂田ゼミ

# 目次

はじめに

## 1. anbi ~利用拡大に向けて~

1-1. 今後導入を推奨する企業

1-2. アプリについて

1-3. ディispenserを用いた新事業

1-4. まとめ

## 2. 相互理解~女性のパフォーマンス向上のために~

2-1. 福利厚生

2-2. えるぼしについて

2-3. くるみんについて

## 3. 女性活躍推進のための活動

3-1. 概要

3-2. 女性の子育て支援のためのテレワーク推進活動

3-3. 背景・目的

3-4. ビジネスモデル

3-5. まとめ

まとめ

## はじめに

これまでずっと女性は生理と向き合ってきた。生理は妊娠をするために必要な現象ではあるものの体調不良や生理用品購入による経済的負担などの「不」の面が存在する。今回はそんな女性の抱える生理についての「不」の問題を「安」に変えるプロジェクトを行っているレッドホース様からのご依頼で、女性のパフォーマンスを最大化するためのサービスの企画立案を行なった。

### 1. anpii ~利用拡大に向けて~

貴社の anpii の事業について、今後導入を検討すべき企業の提案、ディスプレイおよびアプリの新たなサービスの提案をする。

#### 1-1. 今後導入を推奨する企業・業界

この先 anpii の導入を推奨する企業・業界を以下 3 つの面から提案する。

##### ① 女性の労働力に頼っている企業

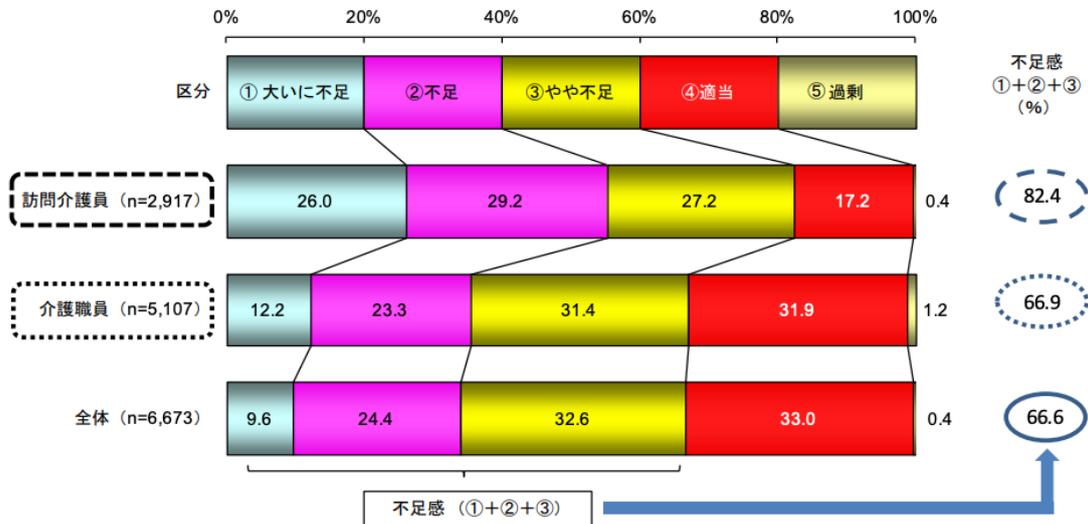
**りそなホールディングス**（保険会社）は、女性従業員比率が約 60%、さらに企業の女性活躍度ランキングでも第 3 位と上位にいる。また**高島屋**（百貨店）は女性従業員の割合が約 70%、**資生堂**（化粧品メーカー）女性従業員比率約 83.0%、**ワコール**（下着メーカー）は女性従業員比率 89.5%とさらに高い比率である。特に**ハニーズ**（アパレル）に至っては、女性従業員比率約 98.0%と他の企業と比較しても高い割合にあり女性の労働力に頼っていることが分かる。

上記にあげたような女性従業員比率が高い企業に貴社の anpii を導入するメリットとしては、企業の採用において良い印象を求職者に与えられると考える。

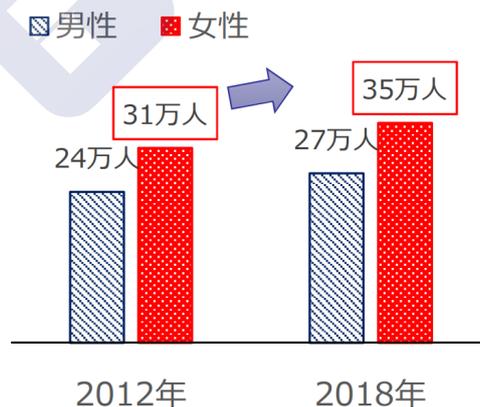
##### ② 今後、女性の活躍が期待される企業

国による「女性活躍推進法」推進の影響で女性の積極的採用を行う企業が増加する一方で、「女性の雇用を増加させたいが具体的な方法がわからない企業」「今後、女性の活躍が期待される業界」も存在する。それに伴い、まずは女性が働きやすい環境を整える必要があると考える。そうした企業や業界の取り組み内容の 1 つとしてディスプレイの設置を提案する。

具体的には、**ホテル業界**や JR 東日本・小田急電鉄・東急電鉄などの**鉄道業界**、訪問介護や老人ホームなどの**福祉・介護業界**などを挙げる。

図1 介護サービスにおける従業員の過不足状況<sup>1</sup>

日本では、高齢化が急激に進んでおり、介護業界の人手不足が深刻化している。上記の「介護労働実態調査」の結果からも、全体の約7割が介護労働において人手不足を実感している。特に老人ホームでは、人手不足によって生じる労働環境の悪化により離職率が増加傾向にある。この問題を解決するためには、基盤となる労働環境の整備はもちろんのこと、女性のための環境整備も必要とされる。またサービス産業と言われる鉄道・ホテル業界では年々女性の雇用が増加している。

図2 宿泊業の就業者数の変化<sup>2</sup>

<sup>1</sup> 公益財団法人 介護労働安定センター「平成29年度『介護労働実態調査』の結果」,  
<[http://www.kaigo-center.or.jp/report/pdf/h29\\_chousa\\_kekka.pdf](http://www.kaigo-center.or.jp/report/pdf/h29_chousa_kekka.pdf)>

<sup>2</sup> 国土交通省観光庁「観光分野における女性の活躍推進に向けて」, <<https://www.mlit.go.jp/kankochu/content/001306648.pdf>>

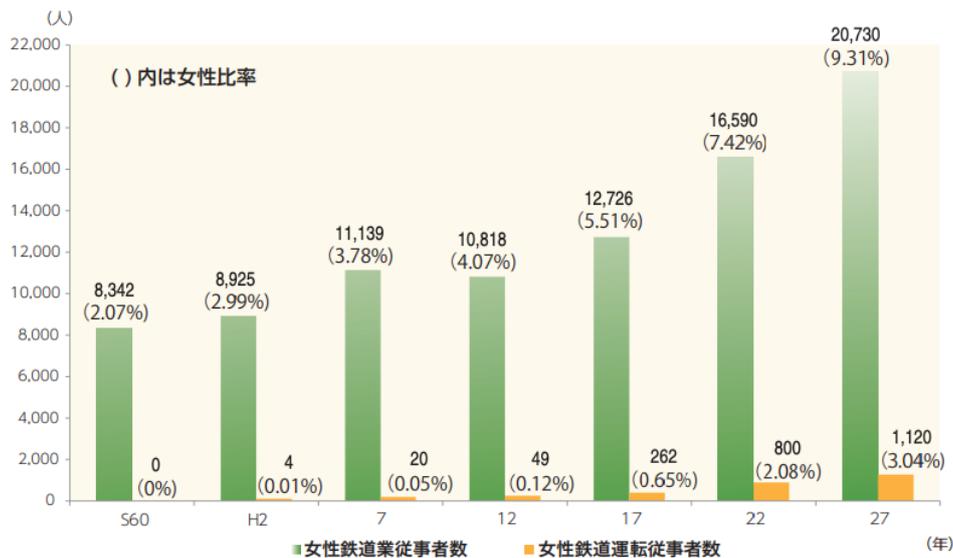


図3 女性鉄道従事者数及び女性鉄道運転従事者数<sup>3</sup>

これらの業界で働く従業員は、私服ではなく会社で支給される制服を着用して勤務することが多い。そのため私物を持ち歩きにくく、特に女性の生理時においてはナプキンが必要な時に持っていない、といったことも予測される。貴社のディスペンサーを設置することで、上記の業界で生じている女性の働き方に関する課題解決への一歩となるのではないだろうか。

さらに、既に女性雇用の増加のために取り組みを実践している企業であれば、新しい取り組みの導入に対しても積極的であると考えられる。例えば、味の素株式会社は、「日本で最も女性も活躍する会社」の実現を目指している企業の1つである<sup>4</sup>。こうした女性の働き方改革に意欲的に取り組んでいる企業は、ディスペンサーの設置にも強い関心を向ける可能性も高いのではないだろうか。

### ③ スポンサーなどの形で業務提携ができれば良い企業

「ディスペンサーを利用したら次回来店時お会計5%OFF」「ディスペンサーを○回利用すると、○○を無料お試しプレゼント」などのクーポンを配布することで、ディスペンサーの利用促進、またアプリの認知度向上につながるのではないかと考えた。候補となる企業を以下の3つのジャンルに分けて提案する。

<女性向けサービス、商品>

- ・美容院

<sup>3</sup> 東京都生活文化局「TOKYOで輝く女性たち～運輸業編～」, <<https://www.tokyo-danjo.metro.tokyo.lg.jp/women/event/data/310411-1-2.pdf>>

<sup>4</sup> 味の素株式会社「味の素グループ サステナビリティデータブック 2017」, <https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/activity/csr/pdf/2017/75.pdf>

→TAYA (<https://tayanet.jp/>)

ESGの推進に積極的であり、ジェンダー平等に向けた取り組みを行なっている企業である。また、女性向け雑誌に頻繁に取り上げられているため、女性の目に留まる機会が多い。

・スパ

→東京ドーム天然温泉 Spa LaQua (<https://www.laqua.jp/spa/>)

女性限定のヨガ教室などの開催や、女性専用のラウンジなど、女性でも安心して利用できるサービス、設備が整っている企業である。

・マッサージ

→ラフィネ (<https://www.bodywork.co.jp/>)

女性の利用が大半であり、妊娠している方向けのコースの提供や女性の体特有の悩みに向き合ったサービスを提供するなど、女性に優しい企業である。また、グループ企業も多く、多方面からのアプローチが可能である。

・スイーツ

→LADUREE (<https://www.laduree.jp/>)

自分へのご褒美やプレゼントとしての女性の利用が大半の企業である。また、女性向けのブランドやメーカーとのコラボを多く実施している。

・入浴剤販売

→NEHAN TOKYO (<https://nehan.tokyo.jp/index.html>)

女性が1日の中で最も大切にしている時間は『睡眠・休息』であり、その時間をより充実させられる商品を多く提供している企業である。高級感があり、肌や健康にも優しい商品である。

#### <レジャー施設>

→八景島シーパラダイス、ハウステンボス、白い恋人パークなど

普通の商業施設と異なり、レジャー施設は手軽に生理用品を購入することができない環境にあるが、ディスペンサーを設置することで予期しない生理にもすぐに対応できる。

#### <公営競技>

→競馬、競輪、競艇、ボートレース

公営競技は「怖い」「危ない」「男性客が多そう」といったイメージが強いが、近年ではこうしたイメージを変えようと工夫をしている動きがある。例えば、ボートレース会場の『ボートレース江戸川』には女性専用スペースを設けられている。



図4 ポートレース場に設けられている女性専用スペース<sup>5</sup>

公営競技の会場に貴社のディスペンサーを設置することは、公営競技のイメージ向上につながるのももちろんのこと、公営競技を運営する多くの会場にとっても女性客が訪れやすい会場づくりを行う上で非常に重要な役割を果たすと考える。

## 1-2. アプリについて

アプリ機能の充実が anbi の利用拡大に直接的に繋がると考えている。そこで、アプリを用いた競合他社との差別化及び、新たな機能の提案を行う。

### 1-2-1. アプリの利用目的

貴社が提供するディスペンサーを利用するためにディスペンサー連動アプリの使用が伴う。ただディスペンサーを利用するためのアプリではなく、広告・記事(女性の身体に関する問題への役立つ情報や暮らしなど)も掲載する。また貴社のディスペンサーを利用することで生理の貧困問題を抱えている国への寄付活動をしていることも周知する目的がある。

### 1-2-2. 他社サービスとの差別化

現在ディスペンサーを利用し、生理用品を無料で提供している他社サービス「OiTr」がある。これはショッピングモールやオフィス、学校などの公共施設の個室トイレにナプキンを常備するサービスである。ボタン一つで利用することができる便利なアプリであるため、このサービスと差別化をするためには機能性を充実させる必要がある。最初から充実させるのは多額の開発コストがかかり、なおかつ浸透する可能性も見込めない。そのため、まずは企業に設置するディスペンサーを利用するためのシンプルな機能のみにし、知

<sup>5</sup> SPREAD 「最近のボートレース場には女性客が増えている？近年設けられている『女性専用スペース』『カラオケルーム』」, <<https://spread-sports.jp/archives/12100/amp>>

名度が上がり、ショッピングモールなどの公共施設にも置いていただけるようになった際には消費者向けの機能を付け加えるといった流れでアップデートすると良いと考える。具体的な企業、消費者向けの機能は以下のとおりである。

#### 1-2-3. 企業向け機能

企業向けの機能ではディスペンサーを利用するだけのシンプルなものにする。これは勤務中に利用してもらうため、機能を入れてもあまり使う機会が無いからと考えたためである。

#### 1-2-4. 消費者向け機能

消費者向け機能では企業法人向けの機能に加え、多くの人が利用する生理管理アプリの機能を加える。具体的には、生理周期カレンダーや体調アドバイス、基礎体温記録などである。最初は企業法人向けではあるが、将来的に商業施設(アウトレットなど)にディスペンサーを設置することも併せて提案する。

その場合の機能としては、**ディスペンサー設置マップ機能**を加え、また**生理時の服装やダイエットなどの記事を掲載**。その際、ECサイトに直接アクセスできるようにする機能も加える。これによって利便性の向上を目指す。

また、ディスペンサーを使用した人には、特典付与機能の搭載を提案する。特典の具体的な内容としては、ディスペンサーの使用やアプリ内のアンケートへの回答で、該当の商業施設やショップで使えるクーポンの付与を考えている。この機能は消費者の買い物を促進集客増加にも繋がると考える。

### 1-3. ディスペンサーを用いた新事業

現在、anbii は生理用品の提供のみであるが、サービスの利用拡大及び知名度向上に向けた、新たなサービスの提案をする。フェムプロジェクトとは少し離れてしまうが、貴社が開発したディスペンサーをより有効活用し、将来的なアプリのサービス拡大に向けた積極的な取り組みにしたいと考えている。

提案の内容としては、生理用品以外に乳幼児用のオムツを提供することを提案する。

#### 1-3-1. 提案理由

生理用品の他に乳幼児用のオムツの提供を提案する理由として、大きく 3 つの面から説明していく。

##### ① 親の負担軽減

世の中の 8 割近くの親が、外出先でのオムツ替えについて悩みを抱えている。家の中のオムツ替えとは違い、出かける際には必然的に荷物が多くなってしまふ。また、オムツ替えの回数は、日によっても、子どもの体調によってもバラバラで、多めに持って歩く必

要がある。以下の図5を見ても分かるように、母親たちの半数以上が「外出する際に、オムツ替えのための荷物が多くて大変」と回答している。

そこで家族連れがよく訪れる施設などにオムツのディスペンサーを設置することで、少しでも親の負担を軽減できるのではないか。

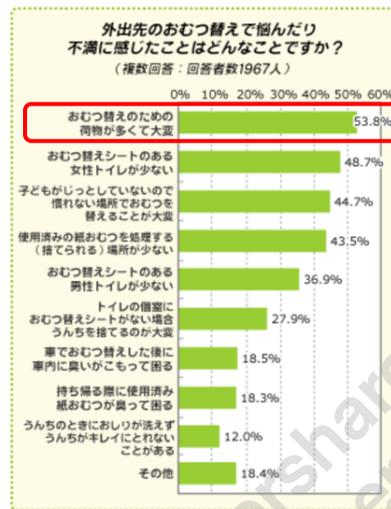


図5 親を感じる、外出先でのオムツ替えの悩み事<sup>6</sup>

## ② オムツ市場の拡大

世界の乳幼児のオムツ市場は、2016年から2024年まで5.1%のCAGRで、2024年までに72億米ドルに達すると推定されている。ベビーパンツの需要の増加、乳幼児の衛生に関する消費者の意識の向上、オムツ製造に使用されるさまざまなプロモーションや広告の増加、原材料の強化は、世界の乳幼児のおむつ市場の成長を後押しする要因である。<sup>7</sup>

## ③ ディスペンサーの活動をより広く知ってもらうため

anbiiは生理用品の提供を通して様々な女性の課題の解決を図っているが、それらの活動をより広く世の中に知ってもらうため、また、サービスの利用拡大及び知名度向上のために新たなサービスを提供することは有効であると考えます。

オムツとなるとFemtechというものからは少し離れてしまうが、貴社のディスペンサーの技術を通して、世の中に存在する課題を解決できれば立派な社会貢献となるのではないだろうか。

<sup>6</sup> ユニ・チャーム「外出先での赤ちゃんのおむつ替えに関するみんなの悩み」、  
<<https://jp.moony.com/ja/tips/baby/childcare/diapers/bt0836.html>>

<sup>7</sup> value press「ベビー用紙おむつの市場規模」、<<https://www.value-press.com/pressrelease/271477>>

### 1-3-2. 提案概要

前述してきたように、使用するディスペンサーは生理用品で使われているものの技術を応用し、乳幼児用のオムツを提供する。

ディスペンサーを設置する場所は、まずは商業施設に置くことを考えている。<1-2-4.(p.7~8)>で述べたアプリの消費者向け機能と合わせて、商業施設を利用する家族連れをターゲットにサービスを展開していく。

その後は、家族連れが多く訪れるレジャー施設（八景島シーパラダイスやよみうりランドなど）に設置し、サービスの利用拡大に繋げていきたい。レジャー施設を訪れる際には、荷物はなるべく少なくしたいという親が大半であるため、ディスペンサーを設置するには最適の場所なのではないか。いずれは、老若男女全ての年代の人が利用するコンビニやスーパーマーケットなどにも設置するという流れを想定している。

また、ディスペンサーはオムツの交換台のある男女のトイレ、授乳室に設置する。オムツの交換台とセットで設置することで、本当に必要な時にのみ利用できる、オムツ交換の際に目につくことで認知度向上が図られる、といったメリットが得られる。

親世代からは、「そもそもオムツの交換台が少ない、見つけられない」といった声が多く上がっている。そこで、1-2-4(p.7)の消費者向け機能で提案した、ディスペンサー設置マップ機能を利用すれば、ディスペンサーとオムツ交換台はセットであるから、緊急時のオムツも交換台も簡単に見つけることができる。

### 1-3-3. 使用するオムツについて

オムツは DSG ジャパンという企業の Mirafeel という商品を使用する。このオムツを推奨する理由は、サイズ調整が可能な「リファスナブル機能」というものが備わっていて、すべての乳幼児のすべての発育段階にフィットし、体格差に幅のある広い年齢層の乳幼児への対応が可能である、という利点があるためだ。オムツは赤ちゃんによってサイズや肌に合うかどうかバラバラであり、ただその場にあれば使えるというものではない。そのため、この Mirafeel という商品を使用すれば、それらの課題も解決できるのではないか。

Mirafeel は S,M,L,XL,XXL の 5 サイズ展開であるが、使用するのは L サイズに統一する。その理由は、L サイズは 9~14 kg の乳幼児向けで、これは 1 歳前後~3 歳前後の乳幼児の平均体重をカバーしており、広い年齢層に対応可能なためである。

また、1 台のディスペンサーに設置する枚数は以下の通りだ。

乳幼児 1 人当たり：1 週間で 3 枚使用 → 1 ヶ月 12 枚使用

月 20 名の使用を想定 → 月 240 枚 (ディスペンサー 1 台当たり)



図 6 Mirafeel<sup>8</sup>

#### 1-3-4. 概算

ディスペンサー1台当たりの概算は、anbiiの料金プランをほぼそのまま利用し、初回導入費98,000円、あんしん月額9,000円、2年契約継続が前提条件、月20名使用目安という条件で、1ヶ月当たりで算出する。以下の通りだ。

初回導入費  $¥98,000 \div 24$  (ヶ月) = **¥4,083**

あんしん月額 **¥9,000**

オムツ補充分  $¥1,848$  (1袋40枚入)  $\times 6$  = **¥11,088** (1ヶ月分/240枚)

初回導入費 ¥4,083 + あんしん月額 ¥9,000 + オムツ補充分 ¥11,088

= ¥24,171  $\approx$  **¥24,000**

2年契約が前提条件のため、初回導入費は24ヶ月で割って計算し、オムツの補充分はあんしん月額と同じく毎月請求し、なくなったら追加分を申し込むという形ではなく、毎月自動的に配送される仕組みとした。初回導入費、あんしん月額、オムツ補充分すべて合わせて、およそ24,000円となる。

#### 1-4. まとめ

ここまで、anbiiの利用拡大、認知度向上に向けた取り組みの提案をしてきた。anbiiを今後必要とする企業や業界は確実に存在している。取り上げた企業・業界にanbiiを設置することは「女性のパフォーマンスを最大化する」ことに大いに繋がっていくはずだ。

また、アプリはこのサービスの核を担うものであるため、『競合との差別化』、『利用者にはわざわざアプリを使用させることのメリット』、『生理用品を受け取るということ以外の付加価値』をしっかりと見出していくことが必要だろう。

ディスペンサーに関しては、貴社が進めているフェムプロジェクトとは少し離れた提案

<sup>8</sup> Mirafeel 公式サイトより引用, <<https://mira-feel.com/>>

であったが、今後のアプリを中心としたサービスの展開を進めていくには有効な事業であるはずだ。



## 2. 相互理解~女性のパフォーマンス向上のために~

女性のパフォーマンスを最大化するためにはディスプレイ設置をゴールとしておくのではなく、女性が働きやすい環境を整え、実現させるための福利厚生や社内制度が必要である。

### 2-1. 福利厚生

某広告会社では、女性従業員のワークライフバランスを充実させることを目的として以下のような女性支援制度を設けている。

- ・ エフ休

女性特有の体調不良時に取得できる特別休暇。「エフ」は「Female」の「F」を指し、利用用途をわからないようにすることで、休暇取得のハードルを下げている。月に1回まで取得可能。

- ・ 妊活休暇

不妊治療中の女性社員が、治療や通院などを目的に取得できる制度。月に1回まで取得可能。

- ・ 妊活コンシェル

妊活に興味がある社員や、将来の妊娠に不安がある社員が、専門家に月1回30分の個別カウンセリングで相談できる制度。

- ・ キッズ在宅

子どもの急な発病や登園禁止期間など、子どもの看護時に在宅勤務できる制度。

- ・ 認可外保育園補助

認可保育園、保証保育園に入れなかったために仕事復帰ができない社員を対象に、高額な認可外保育園料の一部を会社が負担することで社員の仕事復帰を促進する制度。

以下、私たちが考えるこのような福利厚生・制度があれば良いと思うものをいくつか挙げる。

- ・ **人間ドック**

会社での健康診断や人間ドックは法定福利なので1年に1度必ず受けないといけないものになる。「人間ドック」も健康診断の一部だが、法的な義務はなく、個人の意思によって受診するものになる。人間ドックは健康診断だけではわからない病気の早期発見が目的となる。個人の意思で検査項目を選んで行うものなので、基本的に自費になるが、最近は費用を補助する職場も増えている。

- ・ **婦人科検診**

男性と女性では身体の特徴が異なるため必要な健診内容も異なる。男性に多い疾患である胃がん、肺がん、前立腺がんは現在の企業健診では補助の対象となっている場合が

多い。一方で、女性に多い疾患である乳がん、子宮がん、婦人科系疾患などの検査は、企業健診のメニューに含まれていないのが一般的であり、男性の身体に偏った項目になっている。女性特有の疾患を検査できる機会は働く女性にとって必要性がとても高い。

#### ・自己啓発支援

生活保障がある企業が魅力的となっていたが、最近では自己啓発に対する支給が増えてきている。就職後は定年まで同じ会社に勤めるという思考が一般的であったが、近年の求職者は「自らの成長が期待できる」という意識が強く、自己成長ができる環境下どうかを重要視する傾向が強い。自己啓発に関する福利厚生への投資は、従業員からの評価や満足度につながると言える。

具体的には、社内での自己啓発プログラムの実施や、自己啓発のための休暇のサービスの付与などが挙げられる。

#### ・家事代行サービスの補助

家事の時間を家族や勉強に費やすことができるようになる。時間にゆとりが生まれて仕事の質も高まることが期待される。(ex. クラウド家事代行「CaSy」)

## 2-2. えるぼしについて

### 2-2-1. えるぼしとは

女性の職業生活における活躍の推進に関する法律(女性活躍推進法)に基づく認定制度で、一定の基準を満たし、女性活躍推進に関する状況などが優良な企業に発行される認定マークである。認定は、厚生労働大臣より送られる。マークは段階によって3つに分けられている。平成28年3月22日現在の「えるぼし」認定企業は、268社にのぼる。

このマークにより、女性が活躍している企業であること、社員の活躍を推進する企業であるということがひと目でわかる。女性のみならず男性も含めて、一人ひとりがイキイキと活躍できる企業といえる。



図7 えるぼし認定の段階<sup>9</sup>

3段階目：5つの認定基準をすべて満たしている場合

2段階目：3つ又は4つの基準を満たしている場合

1段階目：1つ又は2つの基準を満たしている場合

#### 2-2-2. プラチナえるぼし認定

えるぼし認定企業のうち、一般事業主行動計画の目標達成や女性の活躍推進に関する取組の実施状況が特に優良である等の一定の要件を満たした場合に認定。＜令和2年6月～＞

認定を受けた企業は、厚生労働大臣が定める認定マーク「えるぼし」または「プラチナえるぼし」を商品などに付すことができる。また、プラチナえるぼし認定企業は、一般事業主行動計画の策定・届出が免除される。令和2年9月末時点で、えるぼし認定は1,134社、プラチナえるぼし認定は3社が認定を受けている。



図8 プラチナえるぼし認定

#### 2-2-3. えるぼし取得企業の推移

えるぼし認定企業は、2016年の制度開始以来右肩上がりですべて推移し、開始した年と比較して10倍近くとなり、2018年6月時点で630社に達した。

<sup>9</sup> 厚生労働省「女性活躍推進企業認定『えるぼし・プラチナえるぼし認定』」,  
<[https://shokuba.mhlw.go.jp/published/special\\_02.htm](https://shokuba.mhlw.go.jp/published/special_02.htm)>

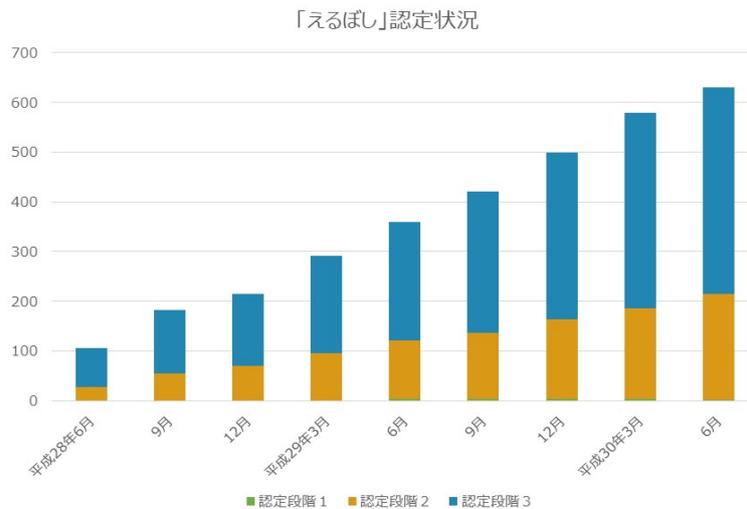


図9 えるぼし認定企業数の推移（2018年6月）<sup>10</sup>

#### 2-2-4. えるぼし認定企業のメリット

えるぼしの認定を受けた企業のメリットとしては、「自社のイメージ及び認知度向上が期待できる」「採用活動において優秀が集まりやすい」「公共調達の際に加点評価が得られる」「低利融資の優遇措置を受けられる」などといったことが挙げられる。

#### 2-3. くるみんについて

##### 2-3-1. くるみんとは

行動計画を策定し、その駆動計画に定めた目標を達成するなどの一定の要件を満たした場合、必要書類を添えて申請を行うことにより「子育てサポート企業」として厚生労働大臣の認定(くるみんマーク)を受けることができる。



図10 くるみんマーク<sup>11</sup>

<sup>10</sup> ProSharing Consulting 「えるぼしとは？認定基準や申請方法からくるみんとの比較まで徹底解説」, <<https://circu.co.jp/pro-sharing/mag/article/1242/>>

<sup>11</sup> 厚生労働省 「くるみんマーク・プラチナくるみんマークについて」, <[https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kodomo/shokuba\\_kosodate/kurumin/index.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kodomo/shokuba_kosodate/kurumin/index.html)>

### 2-3-2. プラチナくるみんとは

プラチナくるみんとは、くるみんを取得している企業の中でより高い基準をクリアした企業に付与される、認定マークのことである。育児休業を取得している社員の割合や人数の目標が高く、時間外労働の月平均等を公表しなければならないなど、高いハードルが課せられる。



図 11 プラチナくるみんマーク

### 2-3-3. プラチナくるみんを取得することのメリット

企業がプラチナくるみんを取得することのメリットとしては、前述したえるぼしのメリットに加え、「商品、広告などにつけて子育てサポート企業であることをPRできる」「従業員のモラル及び生産性の向上」「税制優遇措置を受けられる」などが挙げられる。

### 2-3-4. えるぼしとくるみんの違い

貴社が取得に向けて計画中のえるぼしだけでなく、厚生労働省によるくるみんも、企業規模によって行動計画の策定と届出が義務づけられ、要件を満たしている企業が申請によって、厚生労働大臣の認定を受けられるという点では同じ。しかし、えるぼしは女性の活躍推進を行う企業が認定されるのに対して、くるみんは出産や育児の支援体制のある子育てサポート企業が認定されるという点が異なる。

### 3. 女性活躍推進のための活動

#### 3-1. 概要

##### 「女性の働きやすい環境整備のために、企業へのテレワーク推進活動を行う」

ソフトウェア企業と提携またはソフトウェアを自社開発して、取引先の中小企業にテレワーク導入を提案する。

#### 3-2. 女性の子育て支援のためのテレワーク推進活動

女性活躍推進のための提案としてテレワークコンサルを提案する。なぜ、テレワークコンサルが女性活躍推進に繋がるかについては第3項にて記載する。

女性活躍推進に特化したテレワークコンサルを貴社に提供していただくために、2つの案を提案する。「REDEE チームとの提携により自社開発」、「ソフトウェア企業との提携」の2案である。

##### ➤ REDEE チームとの提携

こちらでは、貴社の事業の1つである REDEE チームとの連携し、貴社独自のソフトウェア開発を行う。また、そのソフトウェアを使用し中小企業に向け、ソフトウェア販売を含めたコンサル事業を行う。自社開発の場合、貴社で試験導入の後に中小企業への販売となるため、時間を要する。

こちらのビジネスモデル等の詳細は、<3-4-2.(p.24)>に記載する。

##### ➤ ソフトウェア企業との提携

こちらでは実際にテレワークのためのシステムの販売を行っている「クラウドオフィス RISA」と提携し、クラウドオフィス RISA のシステムを貴社が中小企業に向けて販売するという形となる。こちらも1度貴社で試験導入を行い、その後中小企業に向け販売を行うという形となる。この場合、貴社はコンサル業務が主となる。

クラウドオフィス RISA について、ビジネスモデル等の詳細は、<3-4-1.(p.22~23)>に記載する。

##### ➤ テレワーク導入時の流れ

テレワーク導入の際の流れは以下の通りである。あくまでもこちらは1例である。以下6つのステップがテレワーク導入の際の基本の流れである。

1. テレワーク導入計画の策定
2. テレワーク化できる業務の棚卸
3. ICT の導入
4. 運用ルールの作成
5. 試行および改善

## 6. 制度化

### 3-3. 背景・目的

中小企業を対象にテレワークの導入や環境のコンサルティングを行うことにより、女性の社会におけるさらなる活躍を推進させることを目的としている。貴社が行うべき理由を以下にて述べる。

#### ➤ テレワークの女性への効果

日本女性の年齢階級別の労働力率には、国際的に比較しても、図1のように、年代によって大きく差が出る特性がある。20代と40代の労働力率が高く山型となり、30代において低く底を描くといういわゆるM字曲線は、日本の女性が結婚、出産、子育ての期間に就業希望はあるものの、実際には就業できなくなるという現実を表しているものと考えられている。このような女性の就労の問題点に関して、テレワークが仕事と家庭の両立を促進する可能性があることを指摘されている。

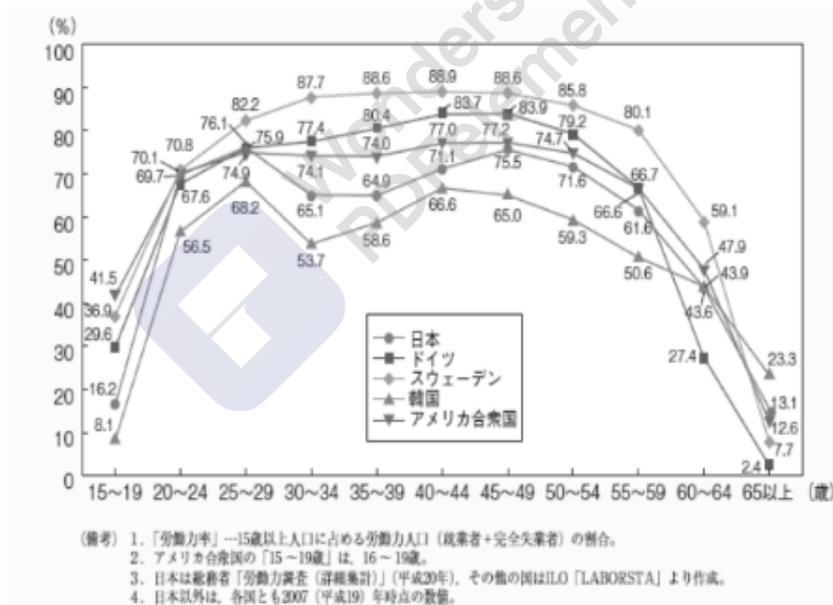


図12 女性の年齢階級別労働力率(国際比較)<sup>12</sup>

また、実際にテレワークを導入した人に対する「メリットを感じるか」という調査では、95.6%の人が「テレワークにメリットを感じる」と答えた。具体的には、通勤時間の短縮につながっていたり、出勤時より体力的に楽であったりと、通勤に関するメリットが多く挙げられている。

<sup>12</sup> 箴島 専(不明)「女性の就業促進のためのテレワーク利用に関する課題」,  
<https://www.taf.or.jp/files/items/530/File/p112.pdf>

テレワークという働き方についてメリットを感じるか

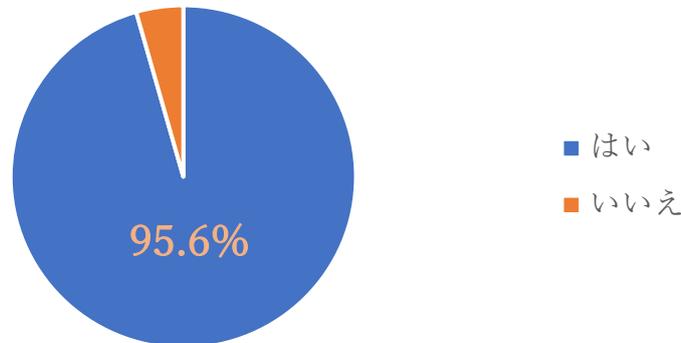


図13 テレワーク経験後の感想<sup>13</sup>

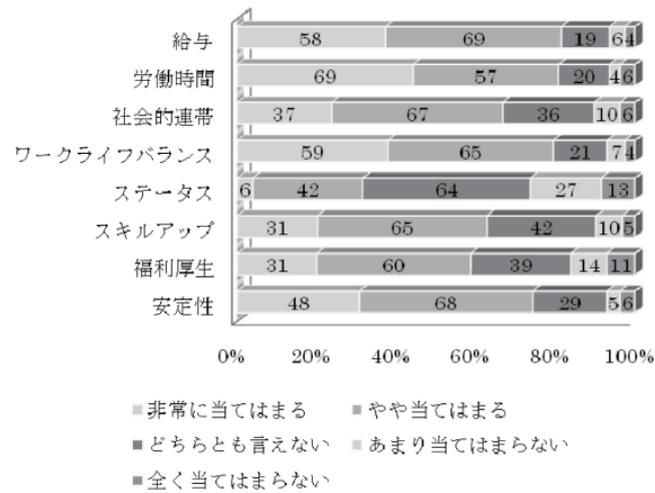
➤ デメリット

一方でテレワークをするなかでデメリットを感じている人も多く、「子供がいると仕事にならない」「オンオフの切り替えが付けづらい」「光熱費がかかる」という意見が最も多かった。また「自宅にテレワークの環境を作らなくてはならない」「夫婦が2人ともテレワークの場合部屋が必要」「会議中など音が出るものは家族に気を使う」など作業場や環境を整えなくてはならないことにデメリットを感じていることが分かる。

➤ 女性の仕事観

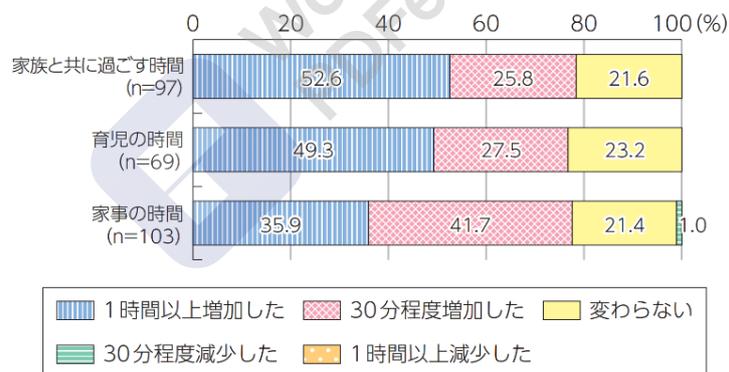
しかし、女性の仕事観から考えると、テレワークにおけるデメリットはさほど影響がないと考える。図3の調査は女性が働くうえで重視する項目について集計した結果である。給与、労働時間、ワークライフバランスを重視する回答が多くを占める一方で、ステータスやスキルアップを重視するとの回答は相対的に少ない。このことから、ステータスやスキルアップについて犠牲を伴ったとしても、収入の確保や家庭での時間の確保により重点を置くことを重視する傾向があることがわかる。このような仕事観は、仮にテレワークに従事することが一般のオフィスでの労働に対して昇進等の上で不利な結果をもたらす可能性がある場合であっても、女性のテレワーク従事を後押しする動機になると考えられている。

<sup>13</sup> KIDS LINE「9割が今後もテレワーク浸透に賛成 家事・育児の時間の確保がしやすくなった」、<[https://kidsline.me/contents/news\\_detail/695](https://kidsline.me/contents/news_detail/695)>

図 14 女性の仕事観<sup>14</sup>

#### ➤ テレワーク導入における働く女性のメリット

実際にテレワークを利用することで家族と共に過ごす時間が増えた、育児や家事などに充てる時間を増やすことが出来た、という働く女性にとってメリットを示すアンケート結果もある。

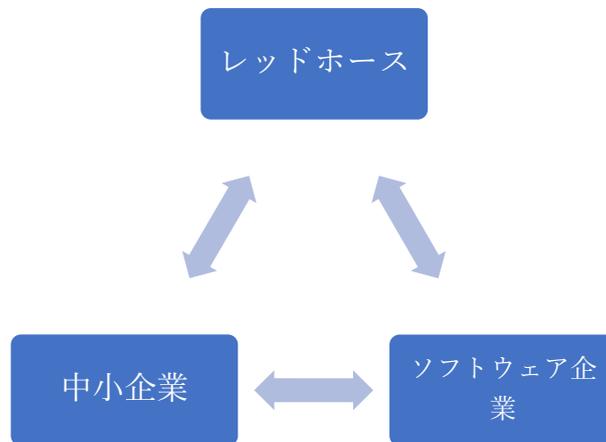
図 15 テレワークを利用する事で変化したプライベートの時間<sup>15</sup>

<sup>14</sup> 箴島 専(不明)「女性の就業促進のためのテレワーク利用に関する課題」,  
<<https://www.taf.or.jp/files/items/530/File/p112.pdf>>

<sup>15</sup> 総務省「平成 29 年版 情報通信白書」,  
<<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/pdf/n4200000.pdf>>

### 3-4. ビジネスモデル

#### 3-4-1. 提携する場合



##### ➤ 提案内容

ソフトウェア企業と提携して、取引先の中小企業にテレワーク導入を提案する。

##### ➤ 他社提携することによるレッドホース側のメリット

ソフトウェア企業と提携する場合、レッドホース側のメリットについて述べる。一つ目に、開発費がかからないことである。テレワークのソフトウェアを開発する際には、膨大な開発費用と開発人力が必要となるため、ソフトウェア企業と提携することでそれが解消できる。二つ目に、新製品開発サイクルが短縮できる。三つ目に、開発リスクが半減することができる。四つ目に、競争力の向上が期待される。五つ目に、セキュルティーの面で保証されているため、安心できる。六つ目に、テレワークを専門に提供しているソフトウェア企業と提携であるため、専門性の高いサービスの提供ができることが挙げられる。

##### ➤ 他社提携することによるソフトウェア企業のメリット

ソフトウェア企業と提携する場合、ソフトウェア企業側のメリットについて述べる。1つ目に、レッドホースと提携することにより、販売力を補って製品の販路や認知度を拡大することができる。2つ目に、主力事業の業界内シェアを高めることができる。3つ目に、提携することで、さらに収入を得ることができるということが挙げられる。

##### ➤ 他社提携することによるレッドホース側のメリット

- ・ 開発費がかからない
- ・ 新製品開発サイクルの短縮
- ・ 開発リスク半減
- ・ 競争力の向上

- ・セキュリティの面
  - ・専門性の高いサービスの提供
- 他社提携することによるソフトウェア企業のメリット
- ・販売力を補って製品の販路や認知度を拡大することができる
  - ・主力事業の業界内シェアを高めることができる
  - ・さらに収入を得ることが可能
- 提携先ソフトウェア企業例
- ソフトウェア企業：クラウドオフィス RISA

#### RISA について



図 16 RISA のサンプル画像<sup>16</sup>

RISA とは、オフィス機能の代替を目的としたアバターやバーチャル空間を活用した新しいワークプレイス（仮想オフィス）。3D アバターを操作することができるので、オフィスにいるような感覚を得ることができる。走る・ジャンプはもちろん、足音機能も追加され、誰かが近づくとコツコツ音がするためよりリアル感も増した。

ちょっとした雑談機会や相手の様子の察知など、テレワーク環境で失われた 1 つの居場所を共有する体験を離れていても実現できるサービスである。モーション機能や一言つぶやき機能などコミュニケーションが自然と発生するような仕掛けを随所に設計されている。

<sup>16</sup> クラウドオフィス RISA 公式サイトより引用, <<https://www.risa.ne.jp/>>

### 3-4-2. 自社開発する場合



#### ➤ 提案内容

ソフトウェアを自社開発して、取引先の中小企業にテレワーク導入を提案する。

#### ➤ 「自社開発」することによるレッドホースのメリット

ソフトウェアを自社開発する場合、レッドホースのメリットについて述べる。一つ目に、スケジュールやコストなどの管理がしやすいことである。二つ目に、独自のアイデアが形になることができること。三つ目に、新たな顧客獲得をできる機会であること。四つ目に、最新技術に触れやすいこと。五つ目に、今後の追加開発や他の事業にも活かせること。六つ目に、客先に常駐することがないことが挙げられる。

#### ➤ 自社開発をすることによるレッドホース側のメリット

- ・スケジュールやコストなどのコントロールがしやすい
- ・独自のアイデアが形になる
- ・新たな顧客を獲得できるチャンス
- ・新しい技術に触れやすい
- ・今後の追加開発や他の事業にも活かせる
- ・客先に常駐することがない（他社に出向くことがない）

### 3-4-3. ターゲット先の例

- ・株式会社クレディセゾン
- ・株式会社ポーラ
- ・日本生命保険
- ・学研グループ
- ・株式会社ベネフィットワン
- ・住友生命保険
- ・株式会社オリエントコーポレーション

→上記は女性社員の比率が高い会社である。

主に女性が多く働いている会社にターゲットとする。

### 3-5. まとめ

女性活躍推進、また女性の働きやすい環境整備のために、企業へのテレワークを推進するための「テレワークコンサル」を提案する。ビジネスモデルとして、ソフトウェア企業と連携して既にあるクラウドオフィスを使いコンサルを行う形式と、テレワークソフトウェアを自社で開発をする形式の2つを挙げた。企業に向けてテレワークのシステムソフトウェアの導入を促したり販売したりするだけでなく、女性活躍推進を主な目的とした独自のテレワークコンサル業務を含めることで、女性のパフォーマンスの向上や女性活躍推進のための活動がよりできるのではないかと考えた。



## まとめ

貴社から頂いたフェムプロジェクトの課題について、『anbii のプロジェクトを今後どう展開していくか』、『女性のパフォーマンスを最大化させられる環境とはどのようなものなのか』、『女性の活躍を推進させるためには具体的にどんな活動をしていくべきか』、大きく分けて3つの面から提案をしてきた。

今回頂いた課題の解決に向けて様々な話し合いをしていく中で、改めて女性の働き方というものに真剣に向き合うことができた。その活動を進めていく中で、女性が働きやすい環境を作り出す努力をしている今の世の中に疑問が浮かんだ。そもそもそんな努力をしなくてもいい世の中であるべきはずだと思う。だが、古くからある様々な文化や価値観がある限りは、「ジェンダー平等の実現」という課題は残り続けていくはずだ。この課題を完璧に解決させるのは難しいかもしれない。今回の活動を通してあまりにも障壁がありすぎることに気付かされたため、尚更そう感じてしまう。しかし、貴社がジェンダー平等に向けて取り組んでいるような活動を少しでも知ってもらい、賛同してもらい、さらには新たな活動を始めてもらう、そんな一連の流れを作り出せるようなきっかけを作り続けることが、我々にできる最大限の取り組みなのではないだろうか。

本報告書が、1人でも多くの人、「不」を「安」に変えるためのきっかけとなりますように。