

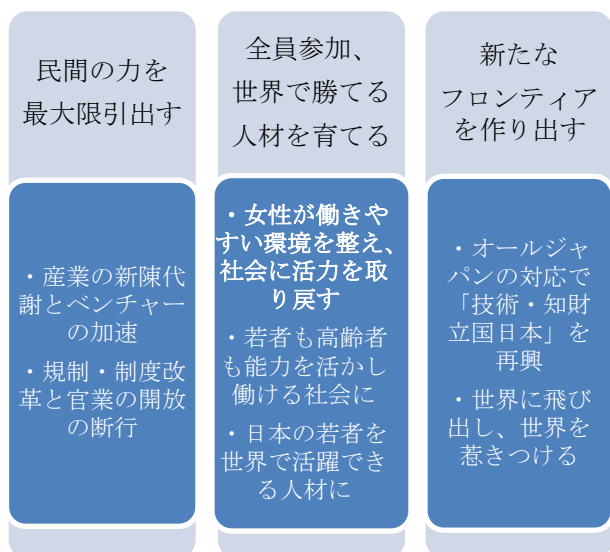
「女性の力」で日本再興 — JAPAN IS BACK —

2013.9.17 発行

日本再興戦略、女性が働きやすい環境へ

2013年6月に閣議決定された「日本再興戦略— JAPAN is BACK—」では、長期間にわたって低迷していた日本経済を、新たな成長軌道に導く基本的な考え方が、「成長への道筋」として整理されました(図表1参照)。

(図表1) 日本再興戦略～成長への道筋～



出所:内閣府資料等より明治安田アセットマネジメント作成

これらの内容については、アベノミクスの第三の矢として、正式発表前から各メディアで連日のように取り上げられていました。なかでも、安倍首相が保育所の待機児童ゼロなどの具体的施策にまで言及したことから、「女性が働きやすい環境の整備」について

は注目度が高く、株式市場でも関連銘柄の株価がにぎわうなど、読者の皆さんも目にされたことがあるかと思います。

では、なぜ、「女性が働きやすい環境整備」なのでしょう？再興戦略では、日本の最大の資源は人材であると前置きを置いた後、現在の日本経済の閉そく感の要因のひとつが、少子高齢化社会の中で、その人材のもつポテンシャルが十分に発揮されていないことだとしています。そして、これまで活かしきれていなかった最大の資源として「女性の力」を位置付けており、人材活用の最優先課題として取り上げているのです。具体的には、「女性の力」を最大限に活かすために、いわゆる「M字カーブ問題」の解消を挙げ、25歳から44歳までの女性の就業率を現在の68%から2020年には73%にする成果目標を掲げています。

M字カーブの谷を引き上げる

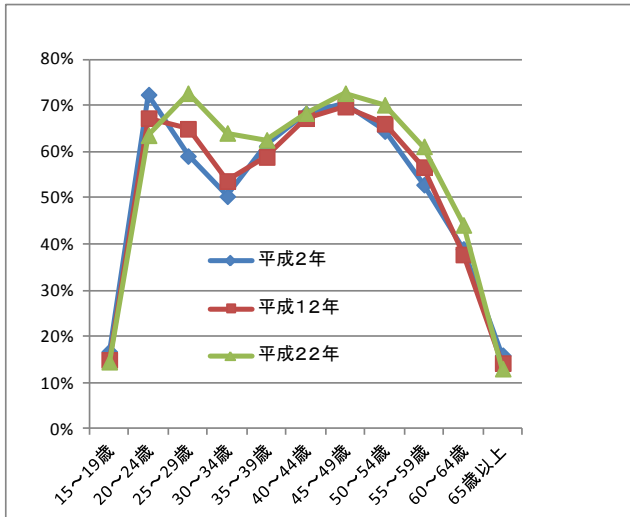
では、ここでM字カーブについて確認しておきましょう。M字カーブとは、15歳以上の女性の就業率(求職者も含む)を年齢階層別に表したグラフです。女性の就業率は高校、大学を卒業した20歳代前半でピークになりますが、一般的な出産・育児期といわれる20歳代後半で落ち込み、子育てが一段落した30歳代後半で再上昇します。このグラフの形状

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。

アナリスト・コラム

が、アルファベットの「M」に似ていることから、女性の就業状況の特徴を表す用語として使用されています。

(図表 2) 女性の年齢階層別就業率の変化



出所:厚生労働省資料等より明治安田アセットマネジメント作成

図表 2 は平成 22 年の日本女性の年齢階層別就業率を 10 年前、20 年前と比較したグラフです。女性の社会進出の高まりとともに、20 歳代後半から 30 歳代前半の就業割合は上昇しているものの、他年齢階層と比較すると低い状態が続いているのがわかります。

世界的にみて日本の女性の就業率は決して低いわけではありません。ですので、ここからさらに就業率をあげていくには、この M 字の谷を形成する年齢階層の就業率の底上げをせねばなりません。そのためには、いうまでもなく、女性が出産・育児をしながらも継続的に仕事を続けられるような社会的な環境づくりが必要となってくるのです。

再興戦略では、出産・育児期の女性の就業継続のためのサポートとして、①待機児童の解消策:2013、2014 年度に約 20 万人分の保育の受け皿の整備

(2017 年度まででは計約 40 万人分)、②男性の育児休業取得率を引き上げること、などで、先に掲げた成果目標を達成しようとしています。

労働力供給にとどまらない効果

さて、労働力の担い手として期待される「女性の」力ですが、その活用の効果は労働力の供給だけにとどまりません。

まず、女性が就業することにより、世帯収入の増加が予想されます。収入増＝消費支出増ですから、個人消費全体の活性化が当然期待できるでしょう。女性の就業時間が増えれば、家事に費やす時間が少なくなることが予想されます。食材を買って、いちから調理するのではなく、惣菜やチルド・冷凍食品などのレディミールへの需要が高まれば、より付加価値を生むビジネスが生まれる可能性もでてきます。チルド・冷凍食品の売り場が拡大してくれば、小売業の店舗レイアウトも変わって、冷蔵・冷凍什器への投資効果までもが出現するかもしれません。また、家事時間の短縮は、まだ私たちの目にしたことのない新しいサービスや製品を生み出すポテンシャルを秘めている可能性があります。

とはいえ、「女性の力」の活用については今までなかなか解決できなかった課題も多く、その実現性の可否については注意深く見守っていく必要があります。ですが、日本の再興戦略の中核に位置づけられた今回こそは、その実現を願わずにはられません。

国内株式運用部調査担当 シニア・リサーチ・アナリスト
(小売・食品・サービス・メディア担当)
小川 真澄