

読む 三つ



講演や研修で全国に行きま
すが、その中でも「目から
鱗が落ちた」「もっと早く
聞いていれば……」という声
が、経営者、管理職、社員、
主婦など立場に関係なく多い
のが、ジェンダー(男女の特
性)に関するものです。

皆さんは、ジェンダーと聞
くと、「性別による男女差別」
というイメージがあるようで
すが、「社会・文化的に形成
された男女の違い」のこと
です。

ジーアンドエス社長 萩原 扶未子

女性特性理解し登用

このような話をする、「男
とか女とか言っている時代
じゃない。どちらも同じよう
に接しているよ」と言う人が
いますが、男女特性の存在
に気づいていないように受け
取れます。このような方が
よくされる失敗が、女性管理
職の登用です。男性にとって
「仕事ができる女性」は、つ
まり男性特性が強く、女性

安な表情を見せないというこ
とです。
一方で、一般的な女性の
部下は「同性はみな仲間」と
いう同質性を重視し、言動に
「男性型社会」を持ち込まれ
ると生理的拒絶反応を示しま
す。
さらに、女性だからと女性
向けマーケティングの管理職を
託されると、中途半端な男女

ったという調査結果が出てい
ます。なぜなら、女性活用が
できる企業は、女性の持つ多
様性と、仕事と生活の balan
s を重視した女性特性を理解
し受け入れられる柔軟性があ
るからです。それが人材活用
につながり、新サービスや商
品開発が生まれ、顧客開拓に
つながるからといわれています。

女性特性の
違いを認識せ
ずに女性管理
職比率を上げ
ても、逆に優

特性が弱いことに気づいて
いないために失敗が起こるの
です。

特性となるので、女性のお客
様の売り上げにもつながりま
せん。

秀な女性特性を持つ人を潰し
たり、女性は嫌と感じると裏
で負の仲間づくりをしたりし
ますので、組織を乱すことに
もなります。

例えば、男性特性の強い人
は起承転結で話をし、余分な
言葉が少なく、1人で行動で
きます。結論から話し、抽象
的、感情的な表現を使わずに
数字やデータで明確に説明
し、トイレや食事に一緒に行
くメンバーがいなくても、不

これが、女性管理職を有す
る企業割合が増えても、企業
の女性役職率が微増しかして
いないという、女性管理職登
用に失敗している要因のひと
つです。

男と女の特性をうまく活か
し、経営向上を考えてみませ
んか?
「男にとっては世界が自分
で、女にとっては自分が世界」
by グラッペ