

“ジェンダー”調査の核心

国立婦人教育会館
事業課専門職員 小林 千枝子

1. ジェンダー統計を充実する

1975年の国際婦人年以來、統計の重要性が指摘され、ジェンダー統計ということばが使われるようになりました。しかし、その時はまだ、単に調査結果を男女別に見比べることぐらいでした。つまり、「男の子は男らしく、女の子は女の子らしく育てることについてどう思うか」といった質問に対する回答を性別にみることで、男女の意識の違いを知る、ということがその当時のジェンダー統計の意味だったのです。

そういう意味では、どんな質問でも性別にみることで何かが分かることがあるわけです。例えば、「物価の上昇感」について性別にみると、家計を預かる女性の方が物価の上昇感を敏感にとらえていることがわかり、自衛隊や防衛問題への関心については、女性は男性に比べてはるかに関心が低いことがわかります。つまり、あらゆる世論調査の結果を性別にみることによって、男女の意識の違いが十分に理解できるといえるでしょう。さらに、男女の意識の違いだけでなく、主婦の家事労働を労働力の対価として算出してみることもジェンダー統計のひとつですし、ジェンダーの視点で扱われる統計をすべてジェンダー統計と呼ぶことができます。

ところで、この四半世紀の間にジェンダー統計の重要性が認識されてきたのは事実ですが、女性問題を解決する立場として考えますと、少々もの足りなさを感じています。というのは、前述したような調査結果の性別分析や家事労働の対価といったような実態の解明は、「既にあるもの」を解剖するようなものです。新しいものを作り出すわけではありません。

いままでは男女の性役割については「父親が家事をしているかどうか」といった、実態を聞く質問が多かったのですが、これを「家事をしている父親をどう思うか」という質問に置き換えると、性役割に対する観念に広がり生まれると思います。つまり、「父親が家事をしているかどうか」という質問には、「父親は家事をしない」という前提があります。戦後50年を経た今でも廃れずに残っている観念です。ここでは、父親は家事をしない状況が出発点となり、そこで「家事をしている父親はどれくらいいるのか」を知り、さらに時代を追うごとに「家事をしている父親」の比率が上がっていくという構図になります。

これに対して、父親が家事をしているのは当然という前提で、その前提に対して「どう思うか」を問うことによって、どれくらいの時間をかけてこの当然な姿にたどり着くかという新たな構図が生まれます。このような、課題を提起するような調査が、今後のジェンダー統計に必要なようになってくるのではないのでしょうか。

以上は、調査票の質問の仕方において考えなければならない点ですが、それ以外に調査の設計自体もおおいに考えなければならないと思います。

2. 調査の対象を絞り込む

これまでは、男女共同参画社会の実現をめざして、基礎資料を作成してきた段階です。これからは、現実の問題についてひとつひとつ対応できるための個別的、具体的なテーマの調査が求められてきます。例えていうならば、全国の20歳以上の男女に、日本の伝統的価値観に対する意識や性差別の実態などについて聞く調査から、20代・30代の未婚の女性に、結婚に関しての考え方や準備状況などを聞く調査に切り換えていく段階です。

たまに、新聞などで「今の若い人は晩婚といわれているが、20代前半には意外と結婚願望が多い」などといった内容の調査結果が紹介されています。よく読むと、都内の女子大生200人に聞いたアンケート結果などとなっており、データの信ぴょう性が疑われますが、視点は斬新でなかなか参考になります。

そのような今の風潮を正確につかむことは非常に大切なことだと思います。そして、その「今の風潮」は社会的にひとつの模様を作っているようにみえますが、実はさまざまの層（例えば、男性サラリーマン、主婦、団塊ジュニア、……等々）においてそれぞれ異なったテーマが存在しています。その錯綜した状態を解きほぐすように、調査対象を絞り込んだ調査が求められてくると思います。そし

て調査対象を絞り込むことによって、より突込んだ質問を聞くことができます。

例えば、未婚の人を対象にした調査では、結婚願望、異性との交際機会、就業状況、収入といったような外堀を埋めていくような質問をしたうえで、なぜ結婚をしないのかを聞き出すことによって、最近いわれているパラサイトシングル*の実像が見えてくるかも知れないのです。

このような調査はなかなか魅力的です。

*パラサイトシングルとは、親に寄生して豊かな生活をしている独身者。

3. 分析の軸としての「階層」

調査対象を絞り込み、新たな視点で調査票を作ることによって、かなり現実に迫った調査ができると思いますが、さらに、分析軸を探し出すことも重要なことだと思います。

今までの調査結果の分析では、性別、年齢別、職業別、未・既婚別などのような、対象者の基本属性で間に合わせていましたが、対象者を絞り込むことによって対象者属性もある程度まで掘り下げたものが期待できます。ただ、掘り下げた属性であれば何でもいいわけではなく、それが調査結果を分析するうえで意味のあるものでなければなりません。

例えば、先に述べたような未婚者に対する調査において、「積極的に未婚でありたいと思っている人」と「そうでない人」とを分けて、その分岐点となる重要なファクターは何かを探り出したいと思ったとき、基本属性として

の職業（就業状況）、収入、住居形態などで読み取れるかという懸念があります。未婚者に限らず、ジェンダーがテーマである調査においては、対象者が誰であっても「経済力」が重要なキーワードのひとつであると思います。そこで、この「経済力」をどう定義するかというのが問題になってきます。「経済力」を単に、収入に置き換えることはできません。「積極的に未婚でありたいと思っている人」にとって、収入はもちろん重要な要件ではありますが、住居の所有形態とか仕事の状況（職種、フルかパートか、転職の可能性はあるかないか等々）なども大きく関わってくるでしょう。あるいはまた、住んでいる地域（都市部か地方か）なども加味されるかも知れません。いま、このような諸々の要素を内包した「階層」という考え方ができないだろうかと模索していますが、それは調査結果が出てきてから、データをいろいろと組み合わせて見えてくるものだと思っています。

要するに、女性問題の視点で分析するなら、既成の区分ではなく、新しい分析軸を探さなければならぬということになります。