

調査研究助成課題の成果概要(その2)

イノベーションにおける「性差とジェンダー」アプローチの有効性に関する研究

公益財団法人 未来工学研究所 シニア研究員
衛藤 幹子

1. 調査研究の背景と目的

近年、科学技術の研究開発において「ジェンダード・イノベーション gendered innovations」と呼ばれる概念が注目されています。「ジェンダード」という言葉は、ジェンダー (gender) を形容詞的に用いた造語で、「ジェンダーに基づく」といった意味合いです。スタンフォード大学のロンダ・シービンガー教授がこの概念を提起し、2012年同大学に研究プロジェクトが開設されました。2013年には欧州委員会がジェンダード・イノベーションの実例を含む報告書を刊行し、その研究と実用が欧米を中心に広がり始め、日本でも関心を持たれるようになりました。2022年にお茶の水女子大学にジェンダード・イノベーション研究所が設立され、産学連携の取り組みが進められています。

シービンガー教授の文献を参考にジェンダード・イノベーションを定義すると、「性差とジェンダーの観点を科学技術の基礎と応用の研究開発に組み入れることにより、その卓越性を高め、テクノロジーやビジネスから生み出される製品(商品)、サービスの質的向上を図ることを目指すアプローチ」です。性差とジェンダーの観点を取り入れたイノベーション手法の一つと言えます。

「性差」が生物学的な性別を指すのに対し、「ジェンダー」は性別を基礎に長い歴史を経て、文化的な規範として形成され、社会に構造化されてきた「男女」の役割(男性は働き手、女性は家庭の担い手)と位置関係(主従や上下)、加えてそうした役割と関係を反映する観念や慣習を意味する言葉です。

本調査研究の目的は、製品/商品やサービスの研究・技術開発において、性差とジェンダーの観点が如何にしてイノベーションのためのアイデアを生み、どのようなプロセスを経て実装されるのか、その機序を明らかにすることにあります。これは先行研究では未だ解明されていません。本研究は、言わば「ブラックボックス」とされてきた課題に、研究・技術開発の現場における実務者への聞き取り調査によって取り組みました。

2. 調査研究の方法

新聞、雑誌、ネット情報、シンポジウム、紹介等を通して知り得た27事業所に依頼し、承諾を得た15人と1グループに聞き取りを行いました。回答者の方々には事前に質問項目を送付し、90分前後の1対1によるインタビューを2024年12月から2025年5月に実施しました。

3. 調査結果

グループ(男性3人、女性2人が参加)を除く回答者のうち女性は11人、男性4人、また年齢層は20代1人、30代5人、40代2人、50代4人、60代3人でした。聞き取り調査の結果をここでは3点に絞って記述します。それぞれの回答を図と表に示しました。誌面の都合上、詳細な説明を省きますので、これらをご参照下さい。

(1)イノベーションの契機と実装

製品/商品、サービスの開発に関連して新しいアイデアが生まれたとき、何がそのきっかけになったのか、「発想の源泉」を図1の左端に示しました。

●：女性 ●：男性 *当該女性は面談に未出席のため、情報は出席者より取得した。

発想の源泉	実現に向けての障害/課題	障害/課題の克服方法
「性差/ジェンダー」から派生 生物学的性差：●● ジェンダー役割：●●●● ジェンダー格差：●●●●	上司/同僚/業界の無理解 「売れない」：●● 「製造したことがない」：●● 「常識はずれ」：●● 「職務の範囲を超えている」：●●	個人的努力 継続：●●●● 説得：●●●●
顧客の要望やニーズに注目 面談：●●●● アンケート：●●●● モニタリング：●●●●	物理的問題 (資金、事業規模、技術力など) 顧客の多様で過剰な要望：●●●● コスト高：●●●● マーケットの規模：●●●● 資金調達：●●●● 能力への不安：●●●● 技術力不足：●●●●	上司/同僚の支援/激励 社長のバックアップ：●●●● 上司のサポート：●●●● 同僚の協力：●●●●
職場環境 会社の哲学/方針：●●●● 先輩や同僚からの刺激：●●●● 異文化環境で、自らの強み(マーケティング)を活かす：●●●●		技術力 既存品の改良：●●●● 技術の集積：●●●●
個人的な興味/関心 ：●●●●		実績評価/ビジネスチャンス事業 機会開拓の実績評価：●●●●
		社会的機運の高まり 社会的認知と政府の取組み：●●●●

図1 イノベーションの契機/経緯、障害/克服(複数回答)

性差やジェンダーがアイデアの起点になった事例は7ケースで、全て女性でした。うち1人が生物学的性差、3人がジェンダー役割から着想を得ていました。残り3人は差別や不平等な取扱い、すなわちジェ

ンダー格差によって問題意識を抱くようになり、その是正のためにアイデアが生まれています。

アイデアを実現する過程(図の中央)では、同僚や上司、また業界の無理解が実現の壁になった一方、同僚や上司の協力、支援が助け(図の右端)にもなっていました。

(2)業務遂行における自身の性別/ジェンダーの影響

業務を遂行するうえでの自身の性別やジェンダーの影響の有無とその内容を表1に示しました。

ジェンダーの影響では、女性回答者3人がジェンダー役割(ケア提供者)やマルチタスク(妻、母、技術者)能力を業務遂行に有利だと積極的に評価しました。また、女性回答者2人は、不平等や差別などのマイナス面をバネに新しい発想が生まれるとしています。

(3)業務の遂行で性差やジェンダーを意識することの重要性について

業務の遂行で性差やジェンダーを意識することは重要かという質問への回答を表2に示しました。性差の重要性を指摘した6人のうち女性4人は、開発現場では男性とは異なる新たな発想が求められていると、女性の視点や意見の必要性を強調しました。ジェンダーの観点から重要だと回答した女性4人は、ジェンダーの平等、多様性、包摂の観点はイノベーションの契機になり、ビジネス機会を拡大させ、ひいては業界の発展につながると考えていました。

4. まとめ

調査から、性差とジェンダーが女性研究者・技術者のアイデアの創出に少なからず影響していることがわかりました。一方、男性4人にはその傾向は見られませんでした。男性の身体構造と思考パターンを規範モデルとした習慣や慣行で運営される開発現場では、身体だけではなく、ものの見方や考え方にも多かれ少なかれ違いのある女性は工夫を凝らしたり、従来とは異なるアプローチを取ったりすることが求められます。この差異から生じる女性の発想がイノベーションの契機になっていると考えられます。さらに、女性が被りがちな不利益や差別的取り扱いを解消しようとする努力も新鮮な発想をもたらします。

イノベーションの誘因の一つに、しばしばジェンダー平等と多様性・包摂が挙げられます。本調査結果はその一端を裏付けました。開発現場における女性、性的マイノリティ、障がいのある人など多様なバックグラウンドの人材が生き生きと活躍できることはイノベーションの基盤だと考えられます。

本聞き取り調査は、サンプル数が少ないばかりか、対象にも偏りがありますので、一般化できるものではなく、本研究の範囲での知見です。サンプルの数と範囲をより拡大した調査が望まれます。

表1 業務遂行における自身の性別やジェンダー(役割、慣習)の影響

影響の有無	関連性	人数	男/女	具体的内容(複数回答)
開発業務上の影響あり	性差	2	4	顧客が同性だと理解や共感が容易 顧客が同性の場合、感性や判断に予断が生じるデメリットあり 男性優位の業界では女性であることにメリットも 男性には思いつかないようなアイデアを出せる
		2	4	女性対象品の開発の場合、男性開発者では身体構造(感覚、皮膚組織)の違いが障害になることも 女性対象品は、自ら使用しづらいので、使用感・効果などを確認できない
	ジェンダー	6	7	ジェンダー役割を担う者として同じ立場の顧客を理解し、そのニーズを把握できる ジェンダーやジェンダー役割を自覚的に活用 ジェンダー役割によって獲得した習慣・習性がプラスに作用 事業アイデアはエスニックマイノリティの女性として被ってきた不平等/差別から派生 アンコンシャスバイアスを回避する配慮ができる 労働市場における女性の不利な立場を事業に活かす
		1	1	(LGBTQ+)当事者でない故にかれらへの予断や偏見なく関係構築ができる
開発業務外で影響あり		2	2	昇進昇格における女性差別 職場の運営管理や人間関係における性別を理由にした不公平な処遇
影響なし		1	2	そもそも自身の性別やジェンダーを意識しない
		1	1	より重要なのは、顧客のニーズ、科学的根拠及び経験
質問省略		1	1	

表2 業務遂行において性差やジェンダーを意識することは重要か

重要性の有無	関連性	人数	男/女	具体的内容
重要である	性差	4	6	女性の使用のシェアが大きい製(商)品には当然女性の意見を入れるべき STEM分野に女性を増やすには研究開発にも女性の視点を取り入れ、生かす必要がある 女性が敬遠しがちでジェンダーとは無関係に見える分野(例:重機製造)こそ、その発展には従来と異なる発想が期待できる女性の活躍が必要 インターネットコンテンツの行き過ぎた性的表現の規制のためには女性の視点が不可欠
		2	2	性差を考慮した製品は高齢者/障がい者にも使いやすい、販路の拡大にも貢献する 男女の感性や考え方は異なるので、それぞれの強みを活かすべき
	ジェンダー	4	6	ジェンダー多様性と包摂はイノベーションやビジネスチャンスの契機になる 男性の家事育児参加が拡大しているので、商品開発でもジェンダー役割の変化を考慮することが必要 ジェンダー平等と多様性は、様々な発想の源泉になり、業界の発展にとって不可欠 男女に限らず、誰もが個々の強みを活かし合えるジェンダー多様性に富んだ業務環境の構築が望ましい
		2	2	ジェンダーはこれからの技術開発において意識されるべき考え方 ジェンダーは、女性だけでなく、男性にも求められる視点
重要ではない		3	4	性差/ジェンダーは、自身の研究(DNAチップ/物理学)では重要ではないが、業務管理/人事では重要(2人) 自身の業務(パテント)でもそのほかの面でも特に重要ではない
		1	1	重要なのは性差/ジェンダーではなく個人であり、各自の個性