

女性会員の協会活動参画を促進するための提案

2022.12.7

女性会員の参画促進事業担当理事

I.クォータ制導入

1. 現状

女性会員が全会員数の約6割を占めるのに対し、協会理事では21.7%（23名中5名）、代議員では21.1%（247名中52名）となっており、女性会員の意見、声が協会活動に十分反映されているとは言い切れない状況である。士会においては女性役員比率が多い士会も存在し、意識や枠組みにより、女性会員の参画促進を図ることができる。



2. 導入目的

一般的に、意思決定層に少数派とされる人たちが30%入ると、意思決定に大きな影響を及ぼすとされていることを「クリティカル・マス」という。

昨今、特に海外の議員選挙においてはクォータ制の導入が進んでおり、女性が活躍できる国も散見されるようになってきている（参考：図1）。国内においても、政府は2003年に経済や政治において「2020年代のできるだけ早い時期に、女性管理職比率30%程度を目指す」とする「203030」を掲げている（参考：図2）。士会においては女性役員比率が多い士会も存在し、意識や枠組みにより、女性会員の参画促進が実践されている。

このように、女性の割合を増やすためには、制度や枠組みを設けることが必要である。

さらに、我々作業療法士は多様な人々を対象にする専門職であることから、自身の職能団

体活動においても「多様な人の考え・意見をとりいれる」ことを実践すべきと考える。

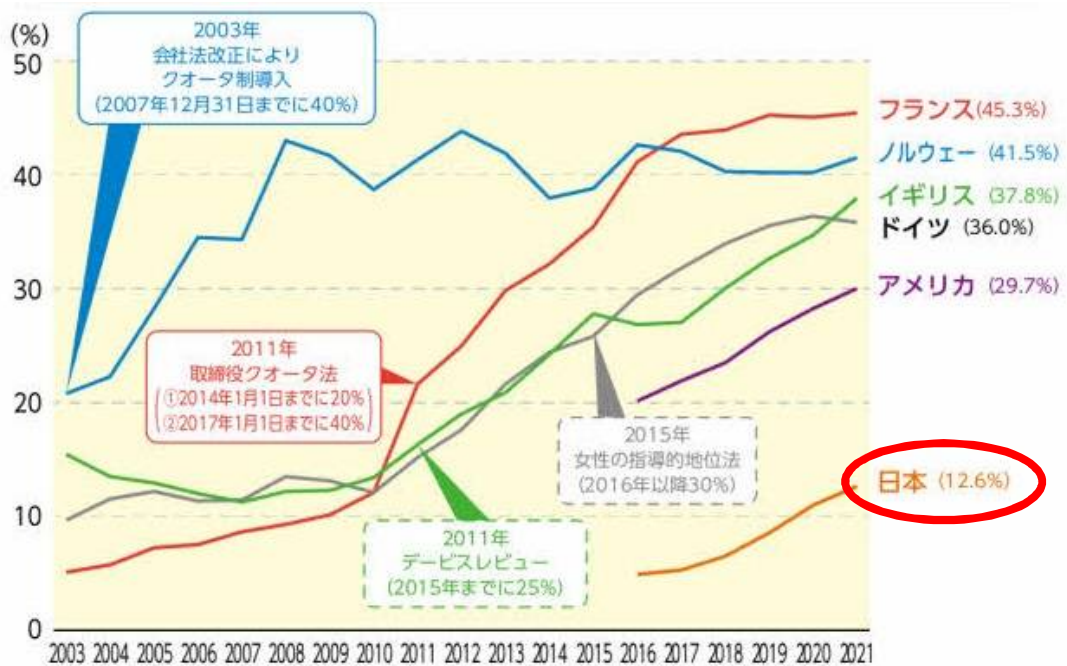
参考 図1 女性議員割合の推移（日本と主要国との国際比較）



[出典] 内閣府男女共同参画局：諸外国における政治分野の男女共同参画のための取組,2020年3月
<https://www.gender.go.jp/policy/seijibunya/pdf/pamphlet.pdf>

1980年には各国の議員女性割合はあまり差がなかったが、制度化を含めた取り組みにより差が大きく開いている。

参考 図2 女性議員割合の推移（日本と主要国との国際比較）



[出典] 内閣府男女共同参画局：共同参画 2022年6月号

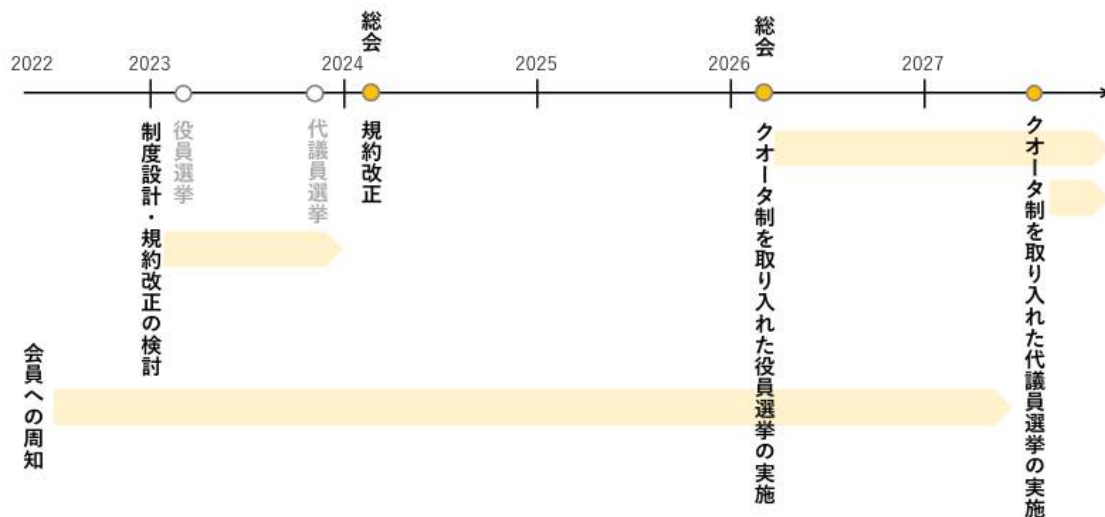
<https://www.gender.go.jp/public/kyodosankaku/2022/202206/pdf/202206.pdf>

3. 目標値

協会理事数および代議員数共に女性割合を 30%とする。

4. 達成時期とその過程

- 2022 年度 会員への上記周知
- 2023 年度 選挙規定の変更
- 2024 年度 社員総会にて規定変更の承認
- 2025 年度 クォータ制を取り入れた役員選挙の実施
- 2027 年度 クォータ制を取り入れた代議員選挙の実施



5. 努力義務または要望

- 案 1 : 1 期目より努力義務とする
- 案 2 : 1 期目は要望、2 期目努力義務をとする

5. 準備期間

- ・ 選挙管理委員会での選挙方法、規約の変更
- ・ 代議員総会での説明、意見交換
- ・ 2022 年度内は 47 都道府県委員会、2023 年度からは 48 士会長会議での意見交換が必要
(代議員においては、正式には「士会」の代表ではないが、立候補者の調整に関し、士会で調整行っている場合が多いため。)
- ・ 女性が活動しやすい体制整備など

6. 周知

- ・ 2023 年度理事選挙の広報時に、協会として「理事」「代議員」両方の女性定数を増やすと

りくみを進めることを周知する。

II. スローガン作成

1. 目的

- ①日本作業療法士協会が男女共同参画促進に取り組む意思表示に広く活用する。
- ②共同参画に対する会員の意識向上に生かす。

2. 活用

ホームページや各種広報の際、ロゴマーク同様にスローガンを明示する。

3. 作成方法

会員からの公募を募り選定する。

※応募の中から理事・役員の投票により絞り込みを行い、三役会で最終決定する。

4. 女性会員活動参画担当理事の意見

- ①スローガン作成は会員の共同参画促進の意識向上に繋げることも目的として公募が望ましい。
- ②幅広く役割獲得、再獲得に関与する作業療法士の職能団体だからこそ、率先して国が目指している共同参画促進に取り組むべきであり、内外に向けて活用可能なスローガン作成は有効。
- ③スローガンは短めの文で覚えやすいものが良いのではなか。

5. 予算

採用された会員への副賞？

6. 参考

①スローガンとは (wikipedia)

企業や団体の理念や、運動の目的を、簡潔に言い表した覚えやすい句・標語・モットーのこと。理念や目的には、政治的なもの、宗教的なもの、商業的なものが含まれ、政治家が自らの政策をアピールするときに用いる簡明な文もスローガンと呼ばれることが多い。商業上のスローガン (Advertising slogan) は普通、日本では「キャッチコピー」と呼ばれる。

②男女共同参画局「男女共同参画週間のキャッチフレーズ 過去の受賞作品」

<https://www.gender.go.jp/public/week/kako/catch.html>

③スローガンの例

・ ローソン 「マチのほっとステーション」

- ・ファミリーマート 「あなたと コンビに ファミリーマート」
- ・コスモ石油 「ココロも満タンに」
- ・資生堂 「一瞬も 一生も 美しく」
- ・リクルート 「まだ、ここにいる、出会い」

Ⅲ.新組織体制での「会員福利課」での対応業務

以下、どの部・委員会にも該当しない事業が会員福利課で担えるか？

- ・効率よい会議ができる体制づくり
- ・復職時～復職後のサポート
- ・相談窓口の設置→福利厚生員会の窓口でどうか？
- ・定期的なママミーティングの開催
- ・女性会員の参画が必要と言う考え方を伝える場の提供
- ・特任理事など、参画のあり方を緩和した役職づくり
- ・インクルーシブな社会形成の意義を唱える

以上