



アニメ映画から読み解く

組織とキャリアの ニューデザイン

第5回

『美少女戦士セーラームーン』から
読み解く若手育成ポイント

今月の
著者 小早川 優子 株式会社ワーク
シフト研究所 CEO

TITLE LISTS

1 「アナと雪の女王」	7
2 「ライオンキング」「ライオンガード」	8
3 「カールじいさんの空飛ぶ家」	9
4 「君の名は。」	10
5 「美少女戦士セーラームーン」	11
6	12

キャリア・デザインは時代の変化に応じて進化する。つまり、年代によって描くキャリアやキャリア・プラン、その前提になるものは大きく違ってくる。実際に、企業や自治体で行うキャリアとライフイベント（出産、育児、自身の病気、介護など）の価値観に関するアンケート調査を見ると、性別より年代による価値観の差が顕著である。特に現在の35歳前後を境に、価値観のギャップが読み取れる。私自身、すでに5,000名以上の男女に管理職育成研修をしているが、35歳前後を境にした相違は、受講生の発言などからも日々実感する。その背景には、バブル後の経済状況、ゆとり教育、インターネットの発達による影響はもちろんあるものの、それらに加えて大きな要因は2つあると考えている。1つは男子の家庭科必修化。そしてもう1つは『美少女戦士セーラームーン』（以下、「セーラームーン」）の出現である。

「セーラームーン」はもともと講談社の『なかよし』で1992年から約5年間連載されていた少女漫画であり（アニメ放映もほぼ同時期）、劇場版は1993年1月に公開され、13億円のヒット作になり、その後シリーズ化している。5人の女子が「月に代わっておしおき

よ！」と悪者を相手に戦う、戦隊モノである。

男子向けの戦隊モノでよくある組織構成はメンバー5人のなかに女子が1人（最近は増えている）であり、女子は常に“ピンク担当”で運動部のマネージャーかマスコットの存在として男子をサポートする役割である。この場合、女子に個性はなく、「女子であること」だけで注目される。

1

男子のサポート役ではなく 各自が最前線で戦う存在

一方で「セーラームーン」の組織は女子が5人（男子はいない）。男子の戦隊モノ同様に、女子のなかにも、生真面目な者、IQが天才的に高い者、冗談好きな者、怪力な者、など、「女子」以外の個性を皆が持っている。また、アシスタント的に応戦したり、司令塔的に控えている者はおらず、皆、それぞれの強みを存分に発揮して最前線で戦う。だからといって、彼女たちは、女子の特性を否定した名誉男性ではなく、むしろ女性であることを楽しみ、オシャレも大好きだし乙女心も持っている。つまり、武器やスキルを常に研磨し戦いの最前線に出ることも、髪型を整えたり化粧やネイルをして

可愛さを追求することも、彼女たちにとっては、当たり前であり自然で当然の行為なのである。

そんな影響を多大に受けた現在25歳～35歳くらいまでの主に女性たちのなかには、企業組織の年配の人々が考える「女性は事務仕事」や「女性はアシスタント」または「女性は男性のX倍努力が必要」という言葉の意味を理解できない人も多い。また、上の世代では「欲張り」と言われるような、仕事も遊びも結婚も子供も、もちろん子育ては夫婦で半分ね、ということ「当然」だと思っている。

よって、今後、20代、30代の優秀な社員を生かし、これからの管理職に育成していく側には、育てる世代と育てられる世代の価値観が大きく違うことを念頭におき、各自の強みをどう生かすかを考える必要がある。

女性活躍が叫ばれて久しいが、多くの企業ではうまくいっていないとはいえない状況である。その理由の1つに、育てる側（40代、50代）の価値観を前提にした育成があると私は思っている。無意識のバイアスや統計的差別もある。例えば、男性の上司は部下の性別によって無意識に渡す情報を選別したり（男性には経営的視点をアドバイスする一方、女性にはチーム



■ 小早川 優子 株式会社ワークシフト研究所 CEO

株式会社ワークシフト研究所 代表取締役社長、育休ブチMBA副代表。慶應義塾大学ビジネススクール ケースメソッド教授法研究普及室認定 ケースメソッド インストラクター。慶應義塾大学大学院経営管理研究科経営学修士/米国コロンビアビジネススクール留学 (MBA)。外資系金融機関に通算13年間勤務。第二子出産後コンサルタント、セミナー講師として独立。専門はダイバーシティ マネジメント、交渉および女性管理職育成。これまで上場企業、中小企業、ベンチャー企業、省庁や地方自治体などで多数登壇。

■ 株式会社ワークシフト研究所

●URL : <https://workshift.co.jp/>

ワークを期待するなど)、コピーを取る、来客時にお茶を出す、お土産を部署内に配ることなどを男性ではなく女性に頼んだりする。

上の世代の女性たちは、上司のそうした判断に不満を持つことはあっても、戦隊モノの“ピンク担当”に重ねて、それも自分の仕事の1つなのだと従っていた人が多いのではないだろうか。上司（主に男性）は、女性が不満に感じているとは気づいていなかっただろうし、むしろ上司側はそれが自然だと思っていたかもしれない。

しかし、セーラームーン世代の（主に）女性は、このような業務になぜ「女性だから」という理由で従事することになるのか分からない。従って、「それはできません」とか「なぜ私がやるんですか？」と普通に返事をすることもある。セーラームーンの影響を受けたのは女性だけではない。この世代の女性と一緒に成長した男性の多くは、結婚しても出産しても女性が働くことに抵抗を感じないどころか、キャリアアップを応援する。加えて、家事も育児も自分で行い、育児休業を希望する男性も多い。

これらの状況を見て「これだからゆとり世代は」とか「生意気な！」と思っても、あまり意味がなくむしろ逆効果である。仮にも、社会人とはこういうものだ、といって彼ら彼女たちの意見に耳

を傾けず、従来の価値観に染めようとする、優秀な社員から辞めたり、管理職への登用を打診したところで「やりたくありません」という返事をもらうことになる。

2

世代の価値観を受け入れて 活かす道を探ろう

入社1年目の社員に「管理職を希望するか」という質問をし、「希望する」と答えた社員の1年後の結果を見ると、男女とも入社2年目のほうが「希望する」率は低下するのだが、女性は男性に比べ低下率が3倍高まる、という調査結果がある*。その原因に「女性ゆえに行わなくてはいけない細かい業務やその圧力」が推察される。本来、優秀な人材が管理職にならないことは、彼ら彼女らのキャリアを潰すだけでなく企業にとっても大きな損失になる。

つまり、優秀な若手に活躍してもらうためには、彼女らが「セーラームーン」に影響を受け、仕事も結婚も遊びもすべて最前線に出ることが普通なのだという理解が重要である。子供の頃から刷り込まれた価値観を変えることは不可能に近い。変えるより受け入れるほうが両者にとってプラスである。もちろん、価値観が違うからといって大変なことばかりではない。セーラームーンに影響された女性

たちは勇敢でリーダーシップがあり、またコミュニケーションスキルが高く、強い正義感の持ち主である。自主性、自律性も高い。彼女たちを“ピンク担当”ではなく、それぞれ強みや個性を持つ1人として期待し託せば、組織にとって大きな戦力となり貴重な人材となる可能性が高い。また男性が、「育児休業を取りたい」「自分が保育園に迎えに行くので残業はできない」と言ってきたとしても、それは仕事に対する意欲が低いからではなく、単に家事・育児は親（男女）の仕事であるという責任感によるものである。

企業が生き残るには時代の変化に適応する必要がある。新しい時代には、新しい世代の若手リーダーが必要になる。イノベーションが必要な組織であれば、女性リーダーを増やす必要があるだろう。女性リーダーを増やしたい、次世代の男女の力がもっと発揮される組織にしたい、優秀な若者に離職してほしくない、とお考えであれば、『劇場版美少女戦士セーラームーンR』を一度観ていただきたい。彼ら彼女たちが持つキャリアの価値観に触れることで、今後管理職を担う優秀な若者のキャリアアップに寄与できると考える。

参考文献：

『セーラームーン世代の社会論』 稲田豊史 (すばる舎)

* 独立行政法人「国立女性教育会館」2015年-2016年正社員男女745人調査