

## 子連れ出勤で女性の社会進出を促す

有限会社 モーハウス

茨城県つくば市梅園2-17-4  
従業員数:45人(うち子連れ出勤者18人)

授乳用の服と下着を企画販売する会社である。この服を着れば人前でも授乳でき、子どもと一緒に出勤して仕事を続けることができるとして、18年前から子連れ出勤を実践している。折からの女性の社会進出論議の高まりの中で、子連れ出勤を積極的に提唱。しばしばメディアに取り上げられ、それとともに業績を伸ばしている。授乳服という切り口から、女性の働き方へ石を投じた光畑由佳社長に、創業のいきさつと、これからの女性の働き方への思いを聞いた。

### ■なぜ女性の社会進出か

東京、青山通りに面したモーハウスの青山ショップを訪ねた。「授乳服専門ショップ」と聞くだけで、高齢男性記者には敷居が高いように思われたが、意を決して中に入った。赤ちゃんを抱っこした女性スタッフが、にこやかに招き入れてくださり、奥



光畑由佳社長

のテーブルに案内していただいて、そこで光畑由佳社長にお目にかかった。

少子高齢化と人口減少が、この国の現在と未来に暗い影を落としている。じわじわと人口が減っていく中で、高齢者の割合が増え、若い世代の肩に重くのしかかり、それが経済の足を引っ張っている。背景にあるのは、いまの世の中で、女性が子どもを生んで育てるという環境がなかなか整わないことである。女性たちは高学歴化し、優秀な人材が次々輩出されているのに、結婚すると、多くの女性が、仕事と子どもの二者択一を迫られる。仕事を続けるために子どもを持つことを諦めたり、あるいは後ろ髪を引かれる思いで、社会の第一線から退いて子育てに専念する女性が少なくない。

ワークライフバランスが言われ、政府は女性の社会進出の旗を振り、女性管理職の

登用を推奨し、合計特殊出生率1.8（2014年は1.42）などという意欲的な目標を掲げるのだが、現実の企業社会の中になかなか根を下ろしていかない。

光畑さんは著書『働くママが日本を救う！』（マイコミ新書、2009）の中で、この問題を真正面から見据え、女性の社会的進出のひとつの解決方法として、授乳服を利用した子連れ出勤を提唱している。ショップの印象から華やかなファッションの世界で生きてきた人をイメージしていたが、それとは少し違う、生真面目な学究的なスタンスの人である。

## ■授乳服をつくりはじめたきっかけ

1997年、光畑さんはまだ小さかった2人の娘をつれて、JR中央線で立川の友人宅に向かっていた。その電車の中で、下の娘がおっぱいを欲しがって泣きだし、どうしようもなく人目をはばかりながら授乳を執行した。そのとき感じた周囲の視線とその中で心理的葛藤。「こんなことが起こるんだと思うと、産後のお母さんは外出できないじゃない」と思ったという。そんなことがあって、着たまま授乳できる服があれば、小さな子どものいるお母さんたちがどれほど助かるか、との思いから、自分で授乳服をつくりはじめた。

あのときの電車の中での切羽詰まった思いと、自分のつくった授乳服の出来ばえから、これさえ着てもらえば、お母さんたち

は自由に外出できるようになる。きっと売れるに違いないと確信した。それがモーハウスの創業につながった。

「授乳服というのは、それまでにも、海外製のものがなかったわけではありません。でも、私は買おうと思わなかったし、買った人に聞くと、まるで使い物にならなかったそうです。胸に穴が開いているだけで、十分な重なりがないので、授乳すると胸が見えてしまうものが多かったのです。私たちモーハウスの授乳服の定義では、胸は見えてはいけなし、1～2秒ですぐに授乳できるものなのです」

大学時代、光畑さんは被服科を専攻し、被服の歴史や人体工学から見た被服の機能を学んだ。いまでも当時の恩師の協力を仰ぎ、そのお弟子さんたちと授乳服の機能を共同研究して、それを商品開発に生かしている。たとえば、普通のTシャツを着て授乳したときと授乳服を着て授乳したときを比較して、筋肉がどれくらい緊張するか、体温がどう変化するか、お母さんがどれくらいリラックスできるかを調べ、その結果を応用して新しい授乳服をつくっている。

## ■子連れ出勤者たちの勤務実態

モーハウスをはじめようと決めたとき、服飾の製造販売の知識やノウハウがあったわけではなかった。

「でも、それまでに商業施設の美術企画の仕事をしていて、いろんな展覧会を企画



子連れ出勤

した経験から、自分で絵が描けなくても、作品をつくれる人がいて、宣伝してくれる人がいて、それをディレクションすれば展覧会が開けることはわかっていました。同じように、服をつくってくれる人とその服を世の中に宣伝してくれる人を見つけてくれば、私にも授乳服は売れるはずだと思っていました」と光畑さんは言う。

縫製は当初、専門の工場に委託しようと考えた。しかし、縫製工場で働いていた人で、出産を機にそこを辞めた人がいることを知り、そういう人にこそと思い、子連れで来てもらって、縫製を手伝ってもらうことにした。

2002年にはモーハウスを法人化し、つくば市内で新しい事務所と作業場をスタートさせた。それまで手伝ってもらっていた8人をそのままスタッフとして雇用したが、ほとんどが子連れ出勤者だった。彼女らの勤務体制は次のようなものだった。

- 1日の勤務時間は4～6時間と短めに設定した。あまり長いと集中できず、赤

ちゃんも我慢しきれなくなってしまうからである。週に多くても3日。通常1～2日の勤務でシフトを組んでいる。

- 子連れ出勤者は授乳服を着用し、仕事であっても、赤ちゃんが求めると、いつでも授乳やオムツ交換や寝かしつけるために添い寝など、必要な世話を自由にしてもよいことにし、むしろそれを推奨している。そうすることで、赤ちゃんが泣きわめくことはめったになくなる。そのため、子連れ出勤者は勤務時間の一部を休憩時間と見なすことにしている。
- 赤ちゃんがハイハイしたりヨチヨチ歩きをするので、床は靴を脱いで上がる構造にした。
- オムツを替えたり添い寝できるように、部屋の隅にベビー布団を敷いた。
- 赤ちゃんが指を入れないよう、シュレッダーは、赤ちゃんの手の届かない高い所に置いた。また、赤ちゃんが開けないように、引き出しにベビーガードロックを取り付けた。

授乳服は後に、つくば市内の百貨店でも売られることになった。そこでも子連れ出勤の女性が販売を担当したが、彼女がそこで働くために、百貨店との間で次のような了解を取り付けた。

- 赤ちゃんを抱っこしたまま接客対応すること
- 赤ちゃんを寝かせるためにベビーカーを持ち込むこと

- 子連れ出勤を認める期間は、子どもが自分で歩き出すおよそ1歳までとすること

## ■お母さんたちの意識を変える

「この授乳服は子育てを変える」という絶対的な自信があったにもかかわらず、最初のうちは期待したほどには売れていかなかった。たしかに、お母さんが家の中で子育てする限り、あえて普通よりも高額な授乳服を着る必要がないのかもしれない。実際いまなお、授乳服は自分のために購入する人よりも、プレゼントされたものを使っている人のほうが多い。つまり、多くのお母さんたちは、まだそこまでの切迫したニーズを感じていないのだ。だからといって売ることを諦める気にはなれなかった。

「これがあれば、人前でも抵抗感なく授乳できる。お母さんたちはもっと外出して、社会と関わりを持てる。そのことは私にとってもものすごく意味のあることで、これを着れば、子育ての生活も意識も180度変わるはずなのです。そのことを情報として伝えていかねばならない。言葉だけで伝わらないのだったら、もっとビジュアルで見せていかねばならないと考えました」

授乳服を売って儲けるといよりも、授乳服を売ることを通じて女性の社会進出を応援したい。光畑さんの中で、そんな使命感がわき起こってきたようだった。モーハウスの事務所や作業場での子連れ出勤の様子をさまざまなメディアに発信して、取材



ママまつり授乳ショー

してくれるように促した。さらに自ら次のようなイベントを開催した。

### [いいお産の日]

もっといいお産をするために妊娠・出産・育児について語り合う、お産前の女性と助産師のグループによる「いいお産の日」というイベントが、その頃から各地で開かれていた。それと連携する形で、つくば市内でのイベントをモーハウスの主催で開催。助産師による講演会や相談会、お産や育児についての意識を高めるための寸劇、マタニティエクササイズなどとともに、授乳服を利用した授乳ショーを実施した。子育てというのは、赤ちゃんと2人きりで家の中にこもって我慢と苦勞の時間を過ごすことではない。授乳服を着て外出して、もっと自分らしく楽しんで社会参加してほしいと呼びかけた。

### [モーハウスサロン]

光畑さんの自宅では「モーハウスサロン」を開いた。子育てに対して不安やマイナス感情を持っている若いお母さんたちが



モーハウス青山ショップ

少なくない。そんな人たちに集まってもらい、ゆったりとした気持ちで子育てしている同世代のお母さんたちと交流する中で、不安感やマイナス感情を癒し、元気になってもらうのがねらいである。このサロンに参加した人が、その後北海道や大阪に引越して、それぞれの地域でも新たな「モーハウスサロン」をはじめている。

それでも、つくば市からの発信だけでは十分ではなかった。光畑さんは何人ものメディア関係者と交流があったが、彼らはなかなかつくば市まで足を運んでくれなかった。そこで、2005年につくばエクスプレスの開通で秋葉原・つくば間が45分で結ばれるようになったことを機に、東京に店を持つと決心し、その年に青山通りに授乳服ショップをオープンさせた。子連れ出勤の女性たちが実際に赤ちゃんを抱きながら働

いている姿を、東京のど真ん中で見せようとしたのである。テレビ、新聞、雑誌などの取材が一気に増え、ほとんど毎週のように大きな取材を受けるようになった。

以来、授乳服は、現在では高校の家庭科の教科書に載るほど知られる存在になってきた。モーハウスでは、青山ショップをはじめとする直営店のほか、各地の百貨店、生協、病院などと提携して販売しており、さらに自分でショップまで足を運べない人のためにインターネットを通じて販売している。

## ■ハードだけでなくソフトの問題解決も

女性の社会進出の議論の多くは、主にハード面から語られる。育児休暇制度の問題であったり、保育所の増設の問題であったり…。しかし、育児休暇制度が整備されていても、多くの場合、実際に休暇取得を申請してそれが認められるかどうか、休暇の満了後、元の職場に復帰できるかどうかは別問題だし、保育所が増設されても、そこに安心して子どもを預けられるかどうかも別問題なのだ。

「考えてみると、昔のお母さんたちはみんな当たり前のように働いていました。農家では子どもを寝かせた籠をその辺りに置いておいて、みんなでそれを見守りながら、農作業をしていました。私自身は商家で育ちましたが、母は私を背負いながら店に出ていましたし、私が小さな頃は店の中



で遊んでいて、両親はその傍らで商売していたのです」と光畑さんは言う。

それが企業社会になったとたん、仕事の場に子どもを連れてきてはいけない、職場で赤ちゃんの泣き声がするなんてとんでもないという硬直した考え方に支配されるようになった。だが、モーハウス自身が実践

してみせているように、多くの職場は、経営者も社員もお客さんも含めて、みんなの意識を少しずつ変えれば、職場に子どもを連れてきて仕事することは十分に可能なのだ。

問題は制度や箱ものなどハードの問題というよりも、ソフトの問題、人々の意識の問題である。意識を変えれば女性の働く環境が変わると、光畑さんは訴え続けている。そして、その中でも光畑さんが特に重要だと強調するのは、子どもを抱っこしながらでも、授乳しながらでも、社会と関わっていききたい、社会の中で一定の役割を果たしていききたいというお母さん自身の強い思いである。

取材・執筆 山口 幸正 (やまぐち ゆきまさ)

《プロフィール》

外資系食品製造業人事部勤務の後、産業教材出版業勤務。全国提案実績調査を担当し、改善提案教育誌を創刊。1985年に独立し創意社を設立、『絵で見る創意くふう事典』『提案制度の現状と今後の動向』『提案力を10倍アップする発想法演習』『提案審査表彰基準集』『改善審査表彰基準集』『オフィス改善事例集』などの独自教材を編集出版。40年にわたって企業・団体の改善活動取材。現在はフリーライター。

●創意社ホームページ <http://www.souisha.com> 「絵で見る創意くふう事典」をネット公開中