

# 「日本3.0」

Vol.29

## 「働き方改革」から「ライフ改革」の時代へ

text by Norihiko Sasaki

文 佐々木 紀彦

2018年は、「働き方改革」一色の1年でした。今年4月から働き方改革関連法案が順次施行されることにより、働き方改革は一段と加速していくことでしょう。ただし、ワークの改革に比べると、ライフの改革はほぼ手つかずです。働き方改革で生まれた新たな時間の使い道が定まっています。

今年、ワークの改革に続いて、ライフの改革が本格化する1年になるはずですが、ライフ改革はあらゆる大人に求めら

れますが、中でもメインターゲットとなるのは、子どもを持つ男性です。

近年、女性活躍が叫ばれています。その大きなハードルになっているのは、夫の家事・育児参加の少なさです。

内閣府の国際比較（2016年時点）によると、日本の夫が家事・育児に費やす時間は83分。5年前より16分増えています。依然、先進国の中で最低レベルです。その分のしわ寄せが妻にのしかかっています。

今のような不利な状況で、子どもを持つ女性に対して、「男性と同じように活躍せよ」と求めるのは酷な話です。だからこそ、働き方改革で浮いた時間を、男性が家事や育児に使うことが大事になります。

ただし、男性からしても、「もっと家事・育児を手伝え」と押し付けられても、気乗りがしないでしょう。

そこで求められるのが、ライフ領域のイノベーションです。とくに家事・育児の効率化や娯楽化を進めるサービスやプロダクトが切望されます。

たとえば、料理。最近、私が感動したサービスに、Oisixのミールキッ

ト「Kit Oisix」があります。累計1100万キットを販売するなど、子育て世帯に大ヒットしています。

材料は分量ごとにパッケージされていて無駄がなく、栄養バランスも考慮。メニューが次々と変わるため飽きが来ず、味もおいしい。料理は20分で終わるように設計されているので、効率的に「ひと仕事感」が得られます。

このサービスを立ち上げたのが、オキシックス初の女性執行役員を務める菅美沙季さんであるところに時代性を感じます。

料理に限らずライフ関連のビジネスは無数にありますが、男性より女性のほうがライフ分野に深い知見を持つ人が多いはず。日本のライフ改革が進むにつれ、女性発のライフイノベーションが次々と起きるでしょう。

かつて、洗濯機や掃除機の発明が家事負担を大きく減らし、女性の自由を拡大しました。当時と同じように、テクノロジーも活かしながら、家事・育児を革新するサービスやプロダクトが生まれてくるはず。



### Profile

NewsPicks COO (チーフコンテンツオフィサー)

1979年福岡県生まれ。慶應義塾大学総合政策学部卒業、スタンフォード大学大学院で修士号取得(国際政治経済専攻)。東洋経済新報社で自動車、IT業界などを担当。2012年、「東洋経済オンライン」編集長に就任。2014年7月からソーシャル経済メディア「NewsPicks」の編集長を務めた。2018年4月より現職。著書に「米国製エリートは本当にすごいのか?」「5年後、メディアは稼げるか」「日本3.0」がある