

高校生における希望業種の男女間比較： 「高校生のキャリア意識調査」の分析

下村, 英雄 / 八幡, 成美 / 梅崎, 修 / 田澤, 実 / 唐澤, 克樹

(出版者 / Publisher)

法政大学キャリアデザイン学会

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

生涯学習とキャリアデザイン：法政大学キャリアデザイン学会紀要 = Lifelong learning and career studies

(巻 / Volume)

6

(開始ページ / Start Page)

131

(終了ページ / End Page)

138

(発行年 / Year)

2009-02

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00007547>

高校生における希望業種の男女間比較

－「高校生のキャリア意識調査」の分析－

法政大学大学院政策科学研究科	唐澤	克樹
法政大学キャリアデザイン学部準教授	梅崎	修
法政大学キャリアデザイン学部助教	田澤	実
労働政策研究・研修機構研究員	下村	英雄
法政大学キャリアデザイン学部教授	八幡	成美

本稿では、高校1、2年生のアンケート調査を使って、高校生の希望業種と将来イメージを男女間で比較した。分析から明らかになったことは以下の2点である。第一に、男女の違いに着目すると、男子は第2次産業と第3次産業の業種を希望する傾向にあるが、女子は第3次産業のみを希望する傾向にある。また、男子の希望業種のばらつきが大きいのに対して、女子の希望業種のばらつきは小さく、特定の業種に集中しているという特徴がある。第二に、男女間の違いを説明する要因として、将来生活の考えに着目した。その結果、希望業種と将来生活イメージの関連性は男女間で大きく異なることが確認された。業種を希望する理由自体に男女格差があるので、希望業種分布に格差が生まれていることが確認された。

1. 序論

世の中に様々な仕事があり、就業前の学生はそれぞれ職業認知のうえに仕事希望をもっている。職業認知と仕事希望は個人の自由な選択と考えることもできるが、性別によって違いが生まれることが知られている。女子学生であれば保母さんや小学校の先生などの女性が多い職種を希望し、男子学生であれば警察官や製造などの男性が多い仕事を希望するという傾向がある。

日本労働研究機構（2001）は、中学生と高校生の職業認知を調査し、職業認知に男女差があるこ

とを検証している。また真鍋（2007）は、小学校4年生、小学校6年生、中学校2年生の男女間を比較し、希望職種の変化を分析している。男女差は高学年に移行するにしたがって全体としては曖昧になるが、保育、美容サービス、製造の職種ではより明確な格差が生まれることが指摘されている。男女格差には、成績の高低も影響を与えており、成績が低いほど格差が広がることが検証されている。

さらに吉川（2001）では、高校3年生のアンケート調査を使ってジェンダー意識とライフコース選択の関係について男女差および女性（男性）内格差を検証し、男女間で意識の分布構造が異なることを明らかにした。そのうえで、自分が女らしい（男らしい）かどうか、又は性別分業を肯定すべきどうかに関する賛否を質問することでジェンダー意識を測り、その意識差とライフコース選択の関係を検証した。その結果、男子に関しては進路選択に関してジェンダー意識の影響は少ないが、女子に関してはより確実な影響力が確認された。

以上、先行研究の結果をまとめると、複雑な仕事世界を簡単に理解するために、学生たちは性別を早くから利用していると言える。もちろん、高校生は公的で表面的な世界では性別役割の考え方を教育されているとは思えないが、高校生は家庭など様々な生活の場で性差に基づく社会化の影響

を受けていると言えよう⁽¹⁾。つまり、学生たちは、性別というフィルターを通して仕事を認識し、将来の希望を形成しているのである。

本稿の目的は、高校生のキャリア意識調査を使って、学生の仕事希望が性別によってどの程度影響を受けているかを検討することである。分析データの特性を踏まえて、希望業種に男女間に格差があるかを分析し、そのうえで希望業種と将来生活イメージとの関連性を検証する。同じ業種を希望していても男女間で将来生活のイメージが異なる場合を検討したい。なお、本分析の特徴は以下の2点である。

第一に、調査対象が同一大学の附属高校（3校）なので、進学動機や成績による影響がコントロールされている。荒牧（2001）が指摘するように、現時点の学力は進学動機に影響を与え、結果的に将来の希望に対しても影響を持っている。さらに将来の希望の中には、仕事に対する希望と社会的地位の達成希望が混在しているので、分析には留意が必要である。地位達成と仕事希望は社会的に評価が高い仕事という形で相互に関連しているが、希望する仕事は社会的地位だけでは説明できないのである。ほとんどの学生が同じ大学に進学する附属高校の場合、分析から学力の影響と地位達成希望との混在をある程度排除することが可能になる。

第二に、本分析では先行研究で行われている職種ではなく、業種別の分析を行っている。現在社会において、特定の職種以外は職種によって分類できない仕事（サラリーマン）も多く、また大学の学部選択などを考えた際もより考慮されるのは職種よりも業種と言えらるからである。

本稿の構成は以下の通りである。つづく第2章では、本稿が使用するデータを紹介し、対象となる高校生の特徴を明らかにするために希望学部を比較する。第3章では、男女別に希望業種を比較する。第4章では、男女別、希望業種別に将来生活イメージを比較検討する。第5章は分析のまとめである。

2. 調査概要

本章では、本研究で使用するデータセットを説明する。使用するデータは、高校3校に通学する1、2年生に対して実施された「高校生のキャリア意識調査」（2007年3月実施、サンプル数2224）である。授業中に配布・回収されたので、サンプルバイアスはほとんどなく、かぎりなく悉皆調査に近いと言えよう。

調査対象の3つの高校はある一大学の附属高校である。2高校は男子校であり、1校は女子校である（男子生徒73.2%、女子生徒、26.8%）。附属高校の大学進学率ほぼ100%であり、余程のことがなければ同じ学校法人の大学に進学できる。その意味では、就職か進学かを悩む学生は少なく、受験勉強をしながら進学先に悩む学生も少ないといえる。

しかし付属高校生は、目前の受験に対する不安が緩和される分だけ、将来の長期的展望に関しては深く考える可能性もある。また、学部選択には成績が反映されるので、将来の仕事希望、学問への興味関心などを考えながら学部選びを行っているとも言える。他の高校とは状況が大きく異なるが、先行研究で附属高校が取り上げられなかったことを考えると、新しい事例分析を追加する意味はあろう。

続いて、記述統計から調査対象者の属性を確認しよう。はじめに、進路希望をみると、ほとんどの学生が大学進学を希望していることがわかる（図表1）次に、男女における希望学部の違いを明らかにするために、男女別の割合を算出した

図表1 進路希望先

	標本数	割合 (%)
大学進学	2020	90.83
専門学校進学	27	1.21
就職	5	0.22
その他	24	1.08
未定	127	5.71
無回答	21	0.94
Total	2,224	100

図表2 希望学部

	文学部	法学部	国際文化学部	現代福祉学部	人間環境学部	経済学部	経営学部	社会学部		
男性	202 12.42	352 21.63	157 9.65	92 5.65	89 5.47	293 18.01	444 27.29	207 12.72		
女性	163 27.3	108 18.09	91 15.24	55 9.21	39 6.53	73 12.23	17.09 17.09	95 15.91		
	工学部	キャリアデザイン	デザイン工学部	情報科学部	教育学部	理工学部	その他	未定	考えていない	
男性	122 7.5	136 8.36	102 6.27	54 3.32	77 4.73	91 5.59	59 3.63	186 11.43	86 5.29	
女性	17 2.85	60 10.05	22 3.69	10 1.68	30 5.03	14 2.35	29 4.86	85 14.24	21 3.52	

(図表2)。希望学部を割合の高い順に見ていくと、男子では、経営学部27.3%、法学部21.6%、経済学部18.0%、社会学部12.7%、文学部12.4%と続いている。一方で女子は、文学部27.3%、法学部18.1%、経営学部17.1%、社会学部15.9%、国際文化学部15.2%と続いている。このことから、男女ともに文系の学部を希望する割合が高い傾向にある一方で、理系の学部を希望する割合は低い傾向にあるといえよう。男女の違いに着目すると、男子は社会科学系の学部希望が集中しているが、女子は文学部の割合が突出して高いものの、それ以外は人文科学系と社会科学系の学部希望がばらついている。

3. 希望業種の男女差

本章では、まず男女における希望業種の違いを明らかにするため、男女別に希望業種の割合を算出した(図表3)。希望業種を割合の高い順に見ていくと、男子は、教育22.13%、マスコミ17.21%、銀行15.80%、建設12.54%、金融11.92%と続いている。一方で女子は、マスコミ25.13%、化粧品23.12%、教育22.61%、航空21.94%、旅行19.10%と続いている。

さらに、このなかで男女ともに割合の高い5%以上の業種を抽出し、男女による希望業種の違いを検証した(図表4)。

男女ともに5%以上の割合を示した業種(以下、共通業種)は13業種、男子のみ5%以上の割合を示した業種(以下、男子のみ業種)は9業種、女子のみ5%以上の割合を示した業種(以下、女子のみ業種)は2業種であった。すなわち、男子が

希望する割合の高い業種は22業種、女子が希望する割合の高い業種は15業種である。

以上要するに、男女の違いに着目すると、男子は第2次産業と第3次産業の業種を希望する傾向にあるが、女子は第3次産業のみを希望する傾向にある。また、男子の希望業種のばらつきが大きいものに対して、女子の希望業種のばらつきは小さく、特定の業種に集中しているといえよう。

4. 希望業種と将来イメージ

続いて本章では、業種に対する希望は男女それぞれ異なる理由で説明される可能性を検討しよう。共通業種において、男女で将来生活の考えに違いが見られるか明らかにするために、業種(共通業種、男子のみ業種、女子のみ業種)ごとに、将来生活について尋ねる項目の平均を算出した。また、共通業種においては、平均の順位(1位~13位)を求めた(図表5)。

将来生活についての10項目(「1.そう思わない」~「4.そう思う」の4件法)のうち、全体でみると、「仕事以外に自分の生きがいもちたい」「安定した職業生活を送りたい」「自分に合わないしごとならしたくない」が上位を占めていた。一方で、「将来の生活については考えていない」は全ての業種で中立点の2.5未満を示し、数値上でも最も低かった。男女ともに将来生活については何らかの形で考えていることが分かる。

「仕事以外に自分の生きがいもちたい」「専門的な知識や技術を磨きたい」「あまりがんばって働かず、のんびり暮らしたい」の3項目においては、男子と女子で上位3位までの業種がすべて異

図表3 希望している業種

希望している業種	全サンプル		男子		女子	
	サンプル数	割合 (%)	サンプル数	割合 (%)	サンプル数	割合 (%)
食品	195	8.77	122	7.50	73	12.23
建設	229	10.3	204	12.54	25	4.19
住宅	102	4.59	82	5.04	20	3.35
科学	136	6.12	115	7.07	21	3.52
医薬品	202	9.08	119	7.31	83	13.90
化粧品	168	7.55	30	1.84	138	23.12
ゴム	36	1.62	34	2.09	2	0.34
セメント・セラミックス	17	0.76	16	0.98	1	0.17
鉄鋼	27	1.21	27	1.66	0	0.00
非鉄金属	19	0.85	19	1.17	0	0.00
金属製品	41	1.84	39	2.40	2	0.34
機械	133	5.98	125	7.68	8	1.34
プラントエンジニアリング	14	0.63	13	0.80	1	0.17
電力・エネルギー	68	3.06	63	3.87	5	0.84
電子・電気機器	162	7.28	157	9.65	5	0.84
重工業	30	1.35	29	1.78	1	0.17
造船	21	0.94	21	1.29	0	0.00
自動車	150	6.74	140	8.60	10	1.68
精密機器	99	4.45	95	5.84	4	0.67
諸工業	12	0.54	11	0.68	1	0.17
輸送用機器	17	0.76	16	0.98	1	0.17
その他のメーカー	79	3.55	65	4.00	14	2.35
印刷	33	1.48	17	1.04	16	2.68
総合商社	119	5.35	99	6.08	20	3.35
専門商社	74	3.33	58	3.56	16	2.68
アパレル	179	8.05	103	6.33	76	12.73
流通・百貨店	104	4.68	62	3.81	42	7.04
金融	236	10.61	194	11.92	42	7.04
銀行	339	15.24	257	15.80	82	13.74
クレジット	26	1.17	19	1.17	7	1.17
リース	10	0.45	10	0.61	0	0.00
保険	84	3.78	59	3.63	25	4.19
損保	19	0.85	18	1.11	1	0.17
生保	34	1.53	23	1.41	11	1.84
不動産	87	3.91	69	4.24	18	3.02
運輸	58	2.61	54	3.32	4	0.67
サービス	254	11.42	158	9.71	96	16.08
ソフトウェア・情報処理	161	7.24	144	8.85	17	2.85
旅行	277	12.46	163	10.02	114	19.10
航空	306	13.76	175	10.76	131	21.94
マスコミ	430	19.33	280	17.21	150	25.13
出版	232	10.43	121	7.44	111	18.59
広告	254	11.42	170	10.45	84	14.07
通信	81	3.64	60	3.69	21	3.52
教育	495	22.26	360	22.13	135	22.61
シンクタンク・コンサルタント	42	1.89	32	1.97	10	1.68
政府系機関・公団	246	11.06	188	11.56	58	9.72
この中にはない	328	14.75	261	16.04	67	11.22
無回答	108	4.86	79	4.86	29	4.86
Total	2,224	100	4,775	100	1,798	100

 5%以上の値

図表4 男女による希望業種の違い（5%以上の希望があった業種を抽出）

男子	女子
アパレル サービス マスコミ 医薬品 教育 金融 銀行 広告 航空 出版 食品 政府系機関・公団 旅行	アパレル サービス マスコミ 医薬品 教育 金融 銀行 広告 航空 出版 食品 政府系機関・公団 旅行
ソフトウェア・情報処理 科学 建設 機械 自動車 住宅 精密機器 総合商社 電子・電気機器	
	流通・百貨店 化粧品

なった。仕事以外の自分の生きがいを持ちたいと思っているのは、男子の場合、医薬品、銀行、旅行を希望している者に多いのに対し、女子の場合、サービス、出版、広告に多かった。また、専門的な知識や技術を持ちたいと思っているのは、男子の場合、政府系機関・公団、アパレル、金融を希望している者に多いのに対し、女子の場合、医薬品、サービス、マスコミに多かった。あまりがんばって働かず、のんびり暮らしたいと思っているのは、男子の場合、医薬品、航空、旅行を希望している者に多いのに対し、女子の場合、食品、銀行、アパレルに多かった。

将来生活の残りの7項目においては、男子と女子ではほとんど上位3位が同じであった。男子と女子に共通していた箇所注目してみると、若いうちにいろいろな経験をつみたいと思っているのは、アパレル、旅行を希望している者に多く、有

名になりたいと思っているのは、アパレル、マスコミに多く、人の役に立つ仕事をしたいと思っているのは、サービス、教育に多く、合わない仕事ならしたくないと思っているのは、医薬品、航空に多く、将来の生活を考えていないのは、医薬品、食品に多く、安定した職業生活を送りたい、人よりも高い収入を得たいと思っているのは、金融、銀行に多かった。

次に、共通業種と男子のみ業種、および、共通業種と女子のみ業種の特徴を明らかにするために、共通業種の各項目の平均と男子のみ業種（または女子のみ業種）の各項目の平均を比較する図を作成した。男子の結果を図表6に、女子の結果を図表7に示す。男女ともに、「仕事以外に自分の生きがいを持ちたい」「安定した職業生活を送りたい」「人よりも高い収入を得たい」「自分に合わない仕事ならしたくない」が上位を占めていた。男女の違いに注目すると、男性の場合、「専門的な知識や技術を磨きたい」において、男子のみ業種が、共通業種よりも高く、「有名になりたい」において、男子のみ業種が、共通業種よりも低かった。男子のみが希望する業種の特徴は、有名さよりも、専門的な知識や技術を重視するところにあるといえよう。女子の場合、ほとんどの項目において、両者に差が見られなかったが、「将来の生活を考えていない」において、どちらも中立点の2.5未満であるものの、女子のみ業種は共通業種よりも高かった。女子のみが志望希望する業種の特徴として、相対的には将来の生活を考えていない傾向があげられる。

以上要するに、希望業種と将来イメージの関連性は男女間で大きく異なることが確認された。この結果は、希望業種に対する男女間比較を行う場合は重要である。すなわち、特定の業種を希望する理由は男女に違いはなく、その希望分布だけが異なるとは説明できず、業種を希望する理由自体に男女格差があることが確認された。

5. 結論

本稿では、高校1、2年生のアンケート調査を

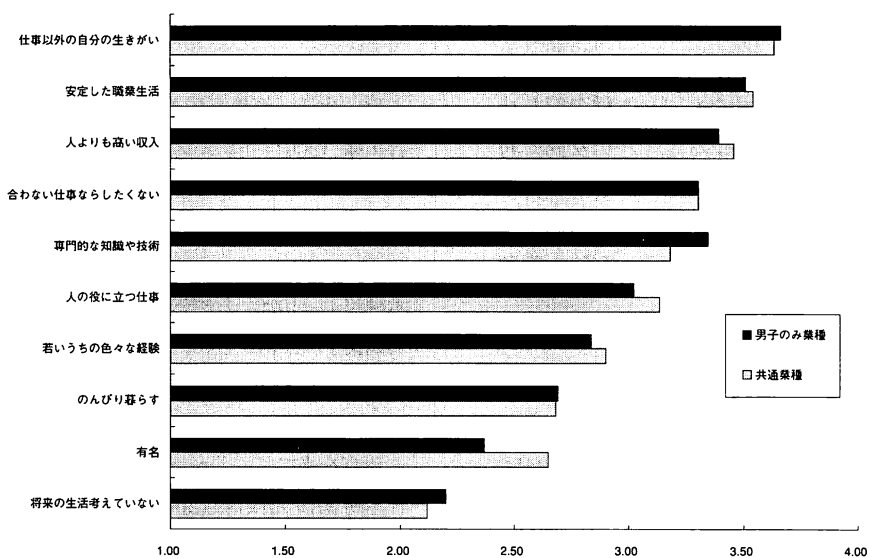
図表5 業種ごとの将来生活イメージ

		仕事以外の自分の生きがい		若いうちの色々な経験		専門的な知識や技術		人よりも高い収入		有名	
		男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子
共通業種	アパレル	3.58 (13)	3.57 (5)	3.11 (1)	2.78 (3)	3.25 (2)	3.07 (6)	3.49 (6)	3.25 (6)	2.86 (1)	2.64 (1)
	サービス	3.66 (6)	3.61 (1)	2.97 (5)	2.77 (4)	3.16 (9)	3.15 (2)	3.41 (9)	3.19 (9)	2.64 (5)	2.25 (7)
	マスコミ	3.66 (4)	3.50 (8)	2.85 (10)	2.72 (7)	3.18 (7)	3.08 (3)	3.51 (5)	3.26 (5)	2.88 (2)	2.47 (2)
	医薬品	3.88 (1)	3.48 (12)	2.96 (6)	2.71 (8)	3.21 (4)	3.16 (1)	3.48 (7)	3.28 (4)	2.56 (11)	2.12 (13)
	教育	3.59 (11)	3.50 (9)	2.87 (8)	2.65 (11)	3.18 (6)	3.06 (7)	3.28 (12)	2.92 (13)	2.63 (6)	2.13 (12)
	金融	3.66 (5)	3.55 (6)	2.88 (7)	2.74 (5)	3.25 (3)	2.98 (9)	3.85 (1)	3.48 (1)	2.61 (8)	2.45 (3)
	銀行	3.67 (3)	3.49 (10)	2.83 (11)	2.56 (13)	3.17 (8)	2.76 (13)	3.63 (2)	3.40 (2)	2.57 (10)	2.24 (8)
	広告	3.64 (7)	3.61 (3)	2.86 (9)	2.81 (1)	3.15 (10)	3.07 (4)	3.54 (3)	3.18 (10)	2.74 (3)	2.26 (5)
	航空	3.62 (8)	3.53 (7)	3.01 (2)	2.67 (9)	3.18 (5)	2.92 (12)	3.54 (4)	3.25 (3)	2.71 (4)	2.34 (4)
	出版	3.59 (12)	3.61 (2)	2.77 (12)	2.59 (12)	3.12 (11)	3.05 (8)	3.24 (13)	3.09 (11)	2.44 (13)	2.17 (11)
	食品	3.61 (10)	3.33 (13)	2.99 (4)	2.66 (10)	3.12 (12)	2.97 (10)	3.37 (11)	3.05 (12)	2.59 (9)	2.18 (9)
	政府系機関・公団	3.62 (9)	3.48 (11)	2.61 (13)	2.72 (6)	3.30 (1)	3.07 (5)	3.41 (10)	3.22 (7)	2.48 (12)	2.26 (6)
	旅行	3.67 (2)	3.61 (4)	3.00 (3)	2.79 (2)	3.10 (13)	2.96 (11)	3.42 (8)	3.19 (8)	2.62 (7)	2.18 (10)
	共通業種の平均		3.63	3.53	2.90	2.70	3.18	3.02	3.46	3.22	2.65
男子のみ業種	ソフトウェア・情報処理	3.66		2.81		3.38		3.38		2.25	
	科学	3.71		2.83		3.27		3.35		2.36	
	機械	3.72		2.66		3.39		3.34		2.24	
	建設	3.61		3.04		3.38		3.38		2.56	
	自動車	3.65		2.94		3.33		3.44		2.62	
	住宅	3.63		2.96		3.30		3.52		2.54	
	精密機器	3.64		2.86		3.54		3.35		2.15	
	総合商社	3.64		2.74		3.13		3.42		2.41	
	電子・電気機器	3.70		2.71		3.41		3.37		2.20	
	男子のみ業種の平均		3.66		2.84		3.35		3.39		2.37
女子のみ業種	化粧品		3.51		2.86		3.07		3.29		2.41
	流通・百貨店		3.45		2.81		2.88		3.19		2.17
女子のみ業種の平均			3.48		2.83		2.97		3.24		2.29

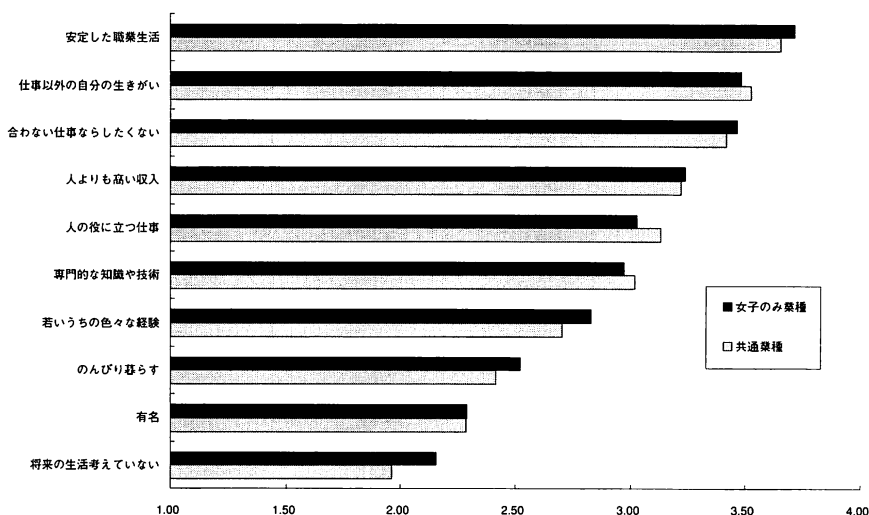
		人の役に立つ仕事		のんびり暮らす		安定した職業生活		合わない仕事ならしたくない		将来の生活考えていない	
		男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子
共通業種	アパレル	3.01 (12)	3.09 (9)	2.70 (7)	2.49 (3)	3.40 (13)	3.68 (4)	3.32 (6)	3.59 (1)	2.10 (11)	1.95 (8)
	サービス	3.37 (1)	3.27 (1)	2.68 (8)	2.43 (6)	3.59 (4)	3.58 (11)	3.34 (4)	3.41 (6)	2.15 (5)	1.98 (5)
	マスコミ	3.18 (4)	3.05 (11)	2.65 (9)	2.40 (8)	3.42 (12)	3.57 (12)	3.40 (2)	3.47 (4)	2.11 (8)	1.91 (10)
	医薬品	3.09 (10)	3.22 (3)	2.84 (1)	2.39 (10)	3.61 (3)	3.67 (5)	3.40 (3)	3.56 (2)	2.19 (2)	2.14 (2)
	教育	3.32 (2)	3.25 (2)	2.54 (13)	2.46 (4)	3.52 (9)	3.64 (8)	3.31 (7)	3.40 (7)	2.04 (12)	1.90 (11)
	金融	3.13 (5)	2.98 (13)	2.59 (11)	2.40 (7)	3.64 (2)	3.79 (1)	3.25 (11)	3.33 (11)	2.10 (10)	1.95 (7)
	銀行	3.10 (9)	3.15 (7)	2.73 (6)	2.51 (2)	3.68 (1)	3.76 (2)	3.26 (10)	3.32 (12)	2.15 (7)	2.07 (3)
	広告	3.13 (6)	3.19 (5)	2.59 (10)	2.44 (5)	3.53 (8)	3.60 (10)	3.32 (5)	3.37 (8)	2.10 (9)	1.98 (6)
	航空	3.11 (7)	3.09 (8)	2.76 (2)	2.35 (12)	3.57 (6)	3.70 (3)	3.41 (1)	3.54 (3)	2.17 (4)	1.78 (12)
	出版	2.96 (13)	3.00 (12)	2.75 (4)	2.37 (11)	3.45 (11)	3.57 (13)	3.29 (9)	3.37 (10)	2.15 (6)	1.98 (4)
	食品	3.10 (8)	3.08 (10)	2.73 (5)	2.58 (1)	3.56 (7)	3.61 (9)	3.16 (13)	3.29 (13)	2.25 (1)	2.20 (1)
	政府系機関・公団	3.20 (3)	3.17 (6)	2.55 (12)	2.19 (13)	3.58 (5)	3.67 (6)	3.19 (12)	3.41 (5)	1.82 (13)	1.74 (13)
	旅行	3.08 (11)	3.20 (4)	2.76 (3)	2.39 (9)	3.52 (10)	3.67 (6)	3.29 (8)	3.37 (9)	2.18 (3)	1.91 (9)
	共通業種の平均		3.14	3.13	2.68	2.42	3.54	3.65	3.30	3.42	2.12
男子のみ業種	ソフトウェア・情報処理	2.89		2.72		3.49		3.28		2.25	
	科学	2.99		2.69		3.39		3.32		2.30	
	機械	3.05		2.67		3.51		3.31		2.26	
	建設	3.09		2.62		3.51		3.40		2.10	
	自動車	3.08		2.68		3.54		3.30		2.20	
	住宅	3.11		2.83		3.59		3.39		2.10	
	精密機器	2.95		2.76		3.52		3.23		2.25	
	総合商社	3.04		2.54		3.51		3.22		2.04	
	電子・電気機器	3.01		2.75		3.56		3.29		2.29	
	男子のみ業種の平均		3.02		2.69		3.51		3.31		2.20
女子のみ業種	化粧品		3.09		2.55		3.69		3.47		2.09
	流通・百貨店		2.98		2.50		3.74		3.45		2.21
女子のみ業種の平均			3.03		2.52		3.72		3.46		2.15

カッコ内の数字は共通業種内の平均の順位

図表6 共通業種と男子のみ業種ごとの将来生活についての項目の平均



図表7 共通業種と女子のみ業種ごとの将来生活についての項目の平均



使って、高校生の希望業種と将来イメージを男女間比較した。分析から明らかになったことは以下の2点である。

第一に、男女の違いに着目すると、男子は第2次産業と第3次産業の業種を希望する傾向にあるが、女子は第3次産業のみを希望する傾向にある。また、男子の希望業種のばらつきが大きいのに対して、女子の希望業種のばらつきは小さく、特定

の業種に集中しているという特徴がある。

第二に、男女間の違いを説明する要因として、男女で将来生活の考えに着目した。その結果、希望業種と将来生活イメージの関連性は男女間で大きく異なることが確認された。業種を希望する理由自体に男女格差があるので、希望業種分布に格差が生まれていることが確認された。

以上の分析結果のうち、第二の発見に関しては、

今後の追加的分析が必要であろう。同じ業種であっても業種内に性別役割分業があれば、異なる仕事をイメージしながら同じ業種を希望している可能性は高い。さらに、そもそも同じ業種の同じ仕事であってもその仕事に対する認知が男女間で異なる可能性もある。これらの問題に関しては、業種と職種、業種と部門などを比較しながら高校生の仕事希望を検討する必要がある。今後の課題としたい。

注

(1) 学校においてもジェンダーに基づく社会化は行われており、木村(1999)によれば「隠されたカリキュラム」によって予期的になされている。

参考文献

- 荒牧草平(2001)「第3章 高校生にとっての仕事希望」尾嶋史章編著『現代高校生の計量社会学-進路・生活・世代-』ミネルヴァ書房pp.81-106
- 吉川徹(2001)「ジェンダー意識の男女差とライフコース・イメージ」尾嶋史章編著『現代高校生の計量社会学-進路・生活・世代-』ミネルヴァ書房pp.107-126
- 木村涼子(1999)『学校文化とジェンダー』勁草書房
- 真鍋倫子(2007)「IV テーマ別分析 1 子どもたちの職業観：職業カテゴリーの分析から」『学校教育におけるジェンダー平等戦略-教育環境と教育内容に焦点を当てて〜』pp.113-128
- 日本労働研究機構(2001)「第3章 職業認知の性別・学校段階別の違い」『中学生・高校生の職業認知』資料シリーズNo.112