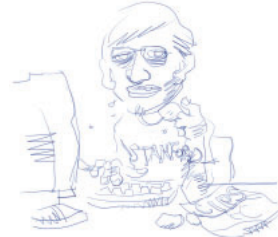




ネット企業で女性が活躍する日は来るか 男性偏重のドットコム業界



日本ではまだインターネット利用者は女性より男性の方がかなり多いが、アメリカではすでに女性の利用者が男性を上回ったという調査結果が出た。調査会社のジュピターコミュニケーションズとメディアメトリックスが最近発表した合同調査 [Jump01](#) によると、今年1月から3月のアメリカでのネット利用者は女性が50.4パーセント、男性が49.6パーセントで、女性の伸びが男性よりかなり大きいことがわかった。特に12歳から17歳の女性の利用の伸びが前年比2倍以上の急増で「ネットは内向的な若い男性が引きこもる場所」という従来のイメージから脱しつつあることを示している。

日本でもiモードの普及などで今後は同様の傾向がみられると予測され、世界的にネット人口の構成内容が変化する可能性が大きい。アメリカのネットの世界では逆に男性の割合が増えつつある分野も存在する。それはネット関連企業の従業員、特に役員クラスである。

アメリカ大統領府の経済顧問委員会(Council of Economic Advisers)の調べによると、ハイテク関連業界の従業員に占める女性の割合は1986年の40パーセントから99年には29パーセントにまで落ちた。この減少はドットコムと呼ばれるネット関連企業の増加によるものだ。また、雇用調査会社スペンサー・スチュアートによると、ネット関連企業の役員に占める女性の割合はわずか3パーセントで、これは一般の大企業1000社(Fortune 1000)の役員中の女性比率が11パーセントであるのと比べて非常に少ない。

多くのドットコム企業では株式公開を目指し、従業員たちは未明まで働き、時には寝食を忘れてスナック類だけを食べ、家に帰らずシャワーも浴びず、端末の画面に向かい続ける。少なくともそんなイメージがこの業界の典型とされている。少し前の日本企業と似ているが、

日本企業が「オヤジ」の世界なら、ネット企業は「オタク」の世界である。筆者もかつて日本のマイクロソフトで働いたことがあるが、コンピュータが好きで仕事と趣味の境目を感じない人々のみが輝ける場所だった。そのような人々は男性だけに限らないが、調査会社の分析によると女性の方が育児や家事をこなさねばならないと感じる社会的、心理的な圧力が強い。女性にとつてはなじみにくい環境となっている。

最低限の人員で企業を動かしているため、女性に必要な産休などがとりにくいことも原因だろう。今春に株式が軒並み急落して以来、ドットコム業界では解雇が相次ぎ、こうした傾向がさらに強まっている。また企業に資金提供をするアメリカのベンチャーキャピタルの多くを男性が経営していることも、男性ばかりがドットコム企業のトップになる傾向を強める背景となっている。

ユーザーには女性が増えているのに、ネット上のサービスを提供する側の企業が男性社会であることは、ネット上に女性が本当に欲しいサービスが増えにくいという現象も引き起こしている。女性向けポータルサイトを運営する上場企業Women.com Network [Jump02](#) やiVillage [Jump03](#) などは、女性ユーザーのニーズに応えきれないとの懸念をアナリストに持たれ、いずれも株価が下がったままだ。

今春以降のネット株の不振によって、寝食を忘れて上場を目指す従来の慣習を改め、時間をかけて成熟した産業となるようとする態度がアメリカの業界人の間に生まれつつあるが、それが業界内の男女比率の変化に結びつくかどうか、もう少し注目を続ける必要がありそうだ。

www.mediametrix.com/data/MMXI-JUP-WWWW.pdf

www.women.com

www.ivillage.com



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp