

「女性のキャリアの保健室」試行で見えてきた課題

I 調査実績

1 アンケート結果の概要（実施期間 7/5～9/30）

(1) 回答者の内訳（※9/17 現在）

ア 回答者数	382 人
イ 勤務地	約 9 割が旭川市（その他、近隣町や札幌市、東京都など）
ウ 年齢	40 代（39%）が最も多く、次いで 50 代（24%）、30 代（22%）の順
エ 雇用形態	正社員（67%）が最も多く、次いでパート・アルバイト（19%）の順
オ 業種	医療・福祉（45%）が最も多く、次いで公務（11%）、製造業（9%）、教育・教育支援業（8%）の順
カ 職種	医療・看護・保健（32%）が最も多く、事務（24%）、保育・教育（14%）

(2) 働き方の悩み

多くの回答者が、仕事と生活のバランス、労働条件、キャリアアップなど、様々な悩みを抱えている。

(3) キャリア形成に関する意識

悩みを抱えているものの相談できる相手が見つからない、または相談しても解決に至らないケースが多い。

(4) 相談窓口への期待

無料の専門家による相談窓口があれば、積極的に利用したいと考えている人が多い。

2 相談試行の集計 ※9/19 現在

- | | |
|-----------|---|
| (1) 実施方法 | 7 月～9 月の毎週水曜日（8/14 を除く）全 12 回
対面 14：00～17：00，オンライン 20：00～22：00 |
| (2) 実施件数 | 対面 21 件，オンライン 9 件 |
| (3) 申込経路 | 媒体としてはライナーが最多，イベントや紹介も実績に繋がった。 |
| (4) 年代 | 40 代（47%）が最も多く，次いで 50 代（22%）が多くなっている。 |
| (5) 勤続年数 | 3 年以内で全体の 70%超となっている。 |
| (6) 相談分類 | 起業に関するものが多く，起業検討中も含めると 17 件となった。 |
| (7) 相談者傾向 | 心身不調がある，シングルである（これからシングルになる），又は複数重なるなどの背景を持つケースが多数見受けられた。 |

II 試行で見えてきた課題

1 相談実施における課題

(1) 事業者の協力

「自社への不満が噴出する可能性」を懸念する一部の事業者が、周知に抵抗を示した。

(2) 働く女性への周知・利用促進

対象となる女性は、新聞・テレビ・ラジオの利用が減少傾向にあり、SNS による周知は一定の効果があるも、3 か月間の利用推進には限界があった。

(3) 開設時間の設定

日中は主に個人事業主や無職の方の利用が多く、夜間は就業中の女性が多く利用したが、Zoom 操作への戸惑いやスマホでの画面共有の見づらさなどの問題も発生した。

2 相談試行とアンケートのギャップ

(1) 個人事業主や副業希望者からの相談が多く、アンケートで多く見られた労働環境に関する不満は少なかった

(2) アンケートでは、育児や人間関係、労働条件が課題として挙げられた一方、相談ではこれらの課題を踏まえた上でのキャリア形成の具体的方法に関する相談が多かった。

3 ニーズの存在

(1) アンケート結果から潜在ニーズは確認されたが、悩みを抱えていても「保健室に相談すべきか分からない」、「相談の仕方が分からない」という回答が多くみられた。

(2) インスタグラムで閲覧傾向からも、相談事例を示すことで相談のハードルを下げ、潜在ニーズを掘り起こすことが期待できる。