

carefull

データ収集プラットフォームを 通じた企業のフェムテック導入 促進事業 計画資料

carefullのご紹介

企業の女性活躍推進をプロジェクトの起案から施策化・制度浸透までワンストップで支援



コンサルティング

社員への意識調査、社内課題の整理、施策のKPI設計などを伴走支援



セミナー

管理職向けや男性・女性当事者向けなど多種多様なトピックを用意



匿名コミュニティ

プライバシーを守りながら、当事者同士がつながれる仕組みを提供



福利厚生

働く上で必要なヘルスケアサービスの割引特典・費用補助を提供

実証事業の背景

企業の悩み



女性活躍推進について、何から手をつけたらいいか分からない



女性の健康課題支援の管轄が、D&Iなのか健康経営なのか社内整理が必要

女性活躍推進の全体像が整理できていないので施策化に至らない



ギャップを埋めるのが本事業

フェムテック事業者の悩み



どんな企業にアプローチしたらいいか分からない



どんな導入メリットを訴求したらいいか分からない

経営課題のどこに紐づくかが曖昧な状態で営業活動を行うので導入検討の優先度を上げることができない

実証事業のゴール

現状

- 企業側の女性活躍推進の全体像整理ができていないのでフェムテック活用に至らない
- フェムテック事業者が営業をしても、導入検討の優先度を上げることができない

企業のフェムテック導入が進まない

実証事業

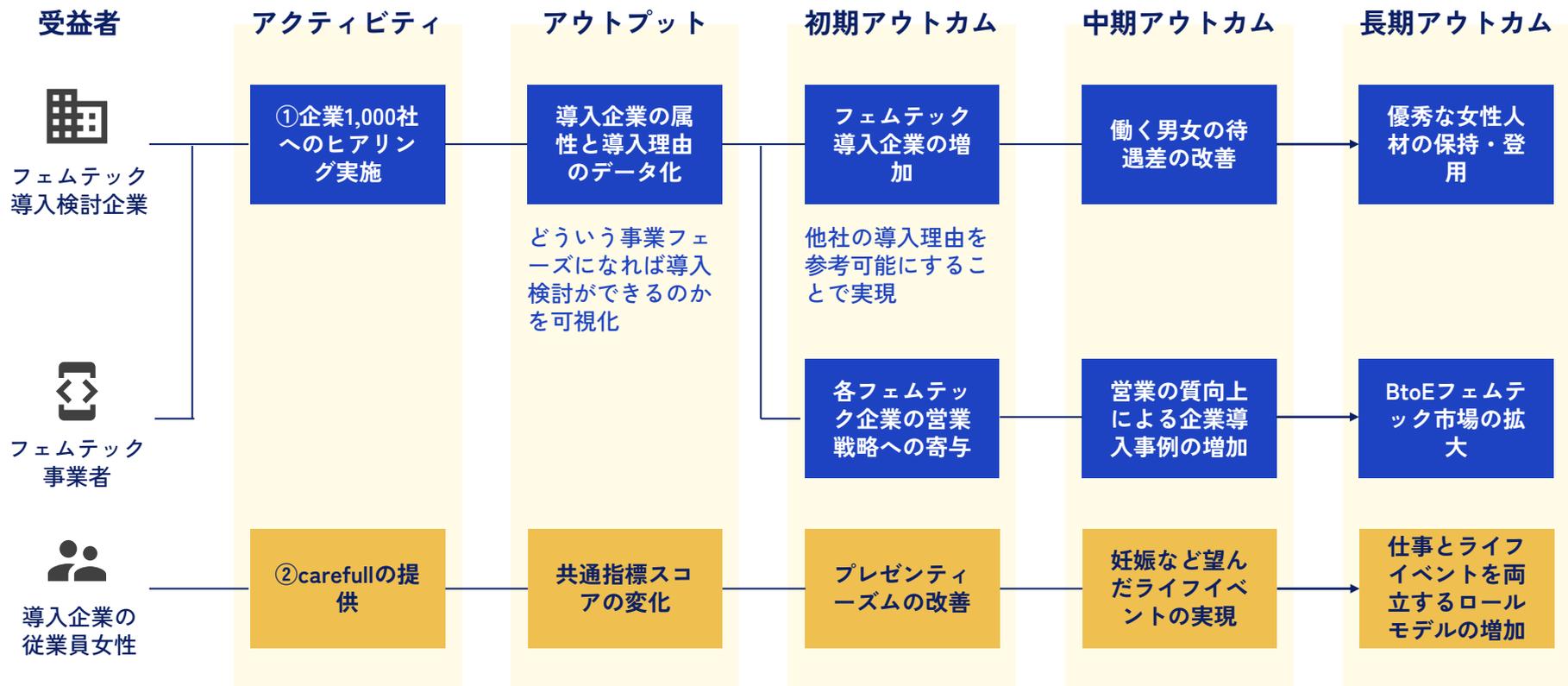
事業後

- どういう事業フェーズ（ビジネス規模、組織風土、予算）になればフェムテックの導入を現実的に検討できるのか可視化
- フェムテック導入を検討する企業にとっての参考情報の提供

他社の状況を踏まえて検討可能に

あらゆる企業が適切なタイミングにフェムテックを導入できるようにすることで、フェムテック市場全体の拡大に寄与する

ロジックモデル



実証事業の効果検証

① 企業1,000社へのヒアリング実施

- フェムテック関連サービスの導入率
- 企業属性：業界、従業員規模
- 導入理由：採用、健康経営の加点、コーポレートガバナンスコードへの対応 など

② carefullを通じたプレゼンティーズムの改善

- carefullの導入前と導入後に、11問の共通指標でアンケートを実施
 - 共通指標①：仕事ぶりについて
 - 共通指標②：健康課題とキャリアについて

実施内容①

企業1,000社へのヒアリング実施



Point 1

(株) ママスクエアwithとの連携

アンケート依頼は、「ママが子どものそばで働ける保育園でもない在宅でもない新しいワーキングスペース」を提供するママスクエア社と連携し実施

Point 2

調査対象は企業1,000社

なでしこ銘柄や健康経営銘柄、えるぼし認定など、フェムテック活用が進んでいる、もしくは検討可能であろう企業が調査対象

Point 3

CRMツールを活用したデータ管理

CRMツールを活用して、ヒアリング情報を体系化して分析

実施内容②

carefullの提供を通じた働く女性の
プレゼンティーズムの改善



Point 1

セミナーは社内視聴率89%を達成

carefullのセミナーは社内広報など導入支援付き。管理職や男性社員向けコンテンツもあり、高い参加率が期待可能

Point 2

本事業用にVRアバターの新機能リリース

VRアバターの新機能で、セミナー登壇者のプライバシーを確保。社員などからの原体験共有をしやすくなりました

Point 3

carefullユーザー同士がつながる新機能

社内だけでは解決が難しい課題を、企業の枠を越えてcarefullユーザー同士で匿名で情報交換できるようになりました

実施体制

株式会社nanoni

市場調査	ブリッジインターナショナル株式会社	オペレーションの全体監修
	株式会社 ママスクエアwith	ヒアリングの実施
	株式会社 Magic Moment	データの管理
実証の場の提供	総合商社	carefullの利用
	電機メーカー	
	IT企業	
carefullの提供	池田さやか医師	セミナーの提供
	竹田将人医師	セミナーの提供
	協力団体12社	セミナー・福利厚生提供など

実施スケジュール



①ヒアリング調査

②carefullとの実証 の協力企業様募集

お問い合わせ先：hello@xxnanoni.com