



つきのかたち

働く女性のための
ウェルビーイングパートナー

FUJIYAMA BRIDGE LAB株式会社

本事業の目的

解決したい課題

- ・女性は特有の健康課題やライフスタイルの多様性により、適切なメンターやロールモデルを見つけづらい
- ・悩みの内容が他者と共有しづらいことが多く、企業側も女性社員の本音の把握が難しい

背景

日本において性別役割分業意識は根強く^(※1)、多様なキャリアやロールモデルに触れる機会の不足が、働く女性の就労継続やキャリア向上の停滞に影響している。働く女性自身と、企業の女性活躍推進の双方を支援できる仕組みが十分に整っていない。

(※1) 「夫は外で働き、妻は家庭を守るべきである」という考え方に対する賛成する人の割合は33.1%（「賛成」4.5%+「どちらかといえば賛成」28.6%）となっており、約3人に1人が性別役割分業を支持し、前回調査と大きな割合の変化がない。https://survey.gov-online.go.jp/women_empowerment/202502/r06/r06-danjo/#sub11

働く女性を支えるAIコーチングサービス



つきのかたち

「生理がつらいけど言いにくい」

「なんとなく仕事がしんどいけど、誰に相談したらいいのかわからない」

体調不良や仕事のモヤモヤや将来の不安・・・

多くの女性が感じながらも言い出せず我慢で乗り切っている現状があります。

つきのかたちは、“声にならない声”を、

AIとの対話で少しずつ言語化し、**自律的キャリア形成をサポートします。**

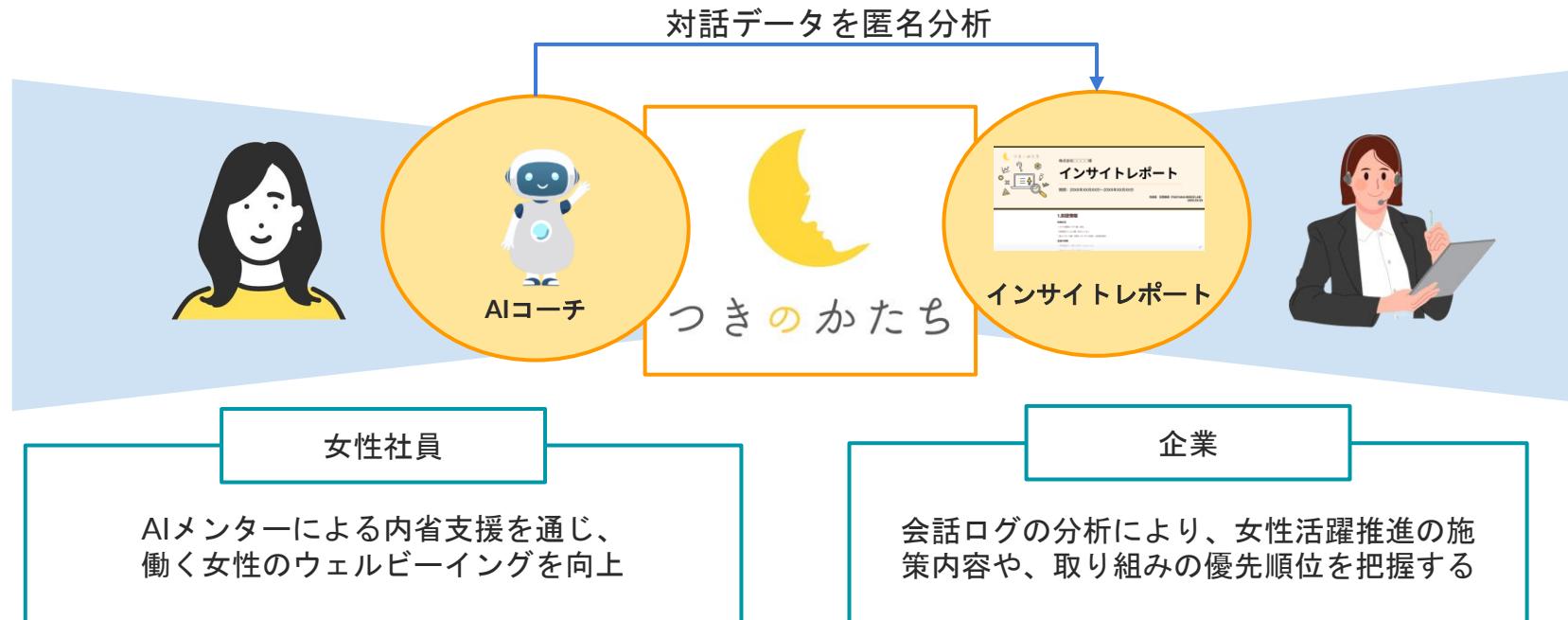
匿名分析した女性の声は企業へフィードバック。

女性たちの本音に寄り添い、企業の未来を変えるきっかけをつくります。



実施項目・目標

AIコーチが個と組織の両面からキャリア形成支援を行う



実施項目・目標

| 実施項目 | KPI | 目標値 |
|--------------------|---|--|
| 企業向け「リバランスセミナー」の実施 | セミナー受講後の女性特有の健康課題知識の深まり | 受講後アンケートにて、「セミナー受講後、女性特有の健康課題についてどの程度知識が深まったか」という質問に「十分知識が深まった」「深まった」の回答が半数以上 |
| アプリ導入 | <ul style="list-style-type: none">・主観的ウェルビーイング指標・AIコーチへ本音を話せた人の割合・AIコーチの回答満足度・AIコーチとの会話後にポジティブな気持ちになった人の割合 | <ul style="list-style-type: none">・主観的ウェルビーイング指標が利用前より向上・AIコーチへ本音を話せた人80%以上・AIコーチの回答満足度平均7.0以上（10段階評価）・AIコーチとの会話後の気持ちポジティブ群を回答した人の80%以上 |
| 企業向けインサイトレポート提供 | <ul style="list-style-type: none">・発行数・満足度 | <ul style="list-style-type: none">・10回・アンケートにて「インサイトレポートが役立つか」という質問に「非常に役立つ」「役立つ」の回答が70%以上 |

アプリ概要



AIコーチ

看護師の専門知識、女性のキャリア課題を学んだ生成AI。気軽に悩み相談やコーチングを行う

セルフチェック

生理や更年期の状態を、簡単なスコアチェックで見える化

看護師相談

看護師にオンラインで気軽に相談が可能

応援ドクター

女性ヘルスケア専門医の資格を持った医師を中心に紹介

インサイトレポート概要

働く女性とAIコーチの会話ログを匿名分析し、相談傾向や課題をフィードバック

2. エグゼクティブサマリー

本分析から、以下3つの重要な発見が明らかになりました。

身体的健康への不安が最多、背景にワークライフバランスの課題

女性社員の相談で最も多いのは身体的健康に関する内容（76件、23.2%）です。慢性的な疲労、睡眠不足などが顕著ですが、その背景には「早朝4時起床・21時退社」「残業削減要請と業務量増加の板挟み」といった厳しい労働環境があります。全社員に最適化された環境を提供するのは難しいかもしれません、改善の余地を探していきましょう。

優秀な社員のバーンアウトの可能性と成長意欲

経験豊富な社員から「スタッフの入れ替わりが多く、業務を教えて成長しても異動になる。少し疲れてしまった」という声が寄せられました。一方で、健康診断受診率8年連続100%を達成した53歳の産業保健担当者が「新しいことを学びたい。経営管理部や総務部で従業員の健康施策を企画したい」と意欲を示しています。派遣スタッフの入れ替わりや正社員の異動により、常に育成役を担う続ける負担が、優秀な人材のモチベーションを低下させている可能性がありますが、高い成長意欲を持っている社員も存在します。

複数課題を同時に抱える層への支援体制の強化が鍵

時間的制約（長時間労働）、健康上の課題、家庭との両立の3つを同時に抱える社員が複数確認されました。現状のサポート体制では、個別の困難に対応しきれておらず、相談先（スクールカウンセラーなど）も機能していないケースがあります。社員のプライベートに介入するは難しい部分がありますが、組織ができることを探していきましょう。

3. 相談テーマの分析

テーマ別キーワードマッチ数

| テーマ | マッチ数 | 割合 |
|------------|------|-------|
| 身体的健康 | 76 | 23.2% |
| メンタルヘルス | 62 | 18.9% |
| キャリア・仕事 | 59 | 18.0% |
| ワークライフバランス | 45 | 13.7% |
| 自己肯定感 | 24 | 7.3% |
| 人間関係 | 22 | 6.7% |

※1つのメッセージが複数テーマに該当する場合があります

詳細分析

テーマ1：身体的健康（23.2%）

代表的な相談例

「繁忙期に突入していく休めません」
「乳がん検診、頭痛外来など、クリニックがあるが予約が億劫。有休を通院で使うのが嫌」

分析項目

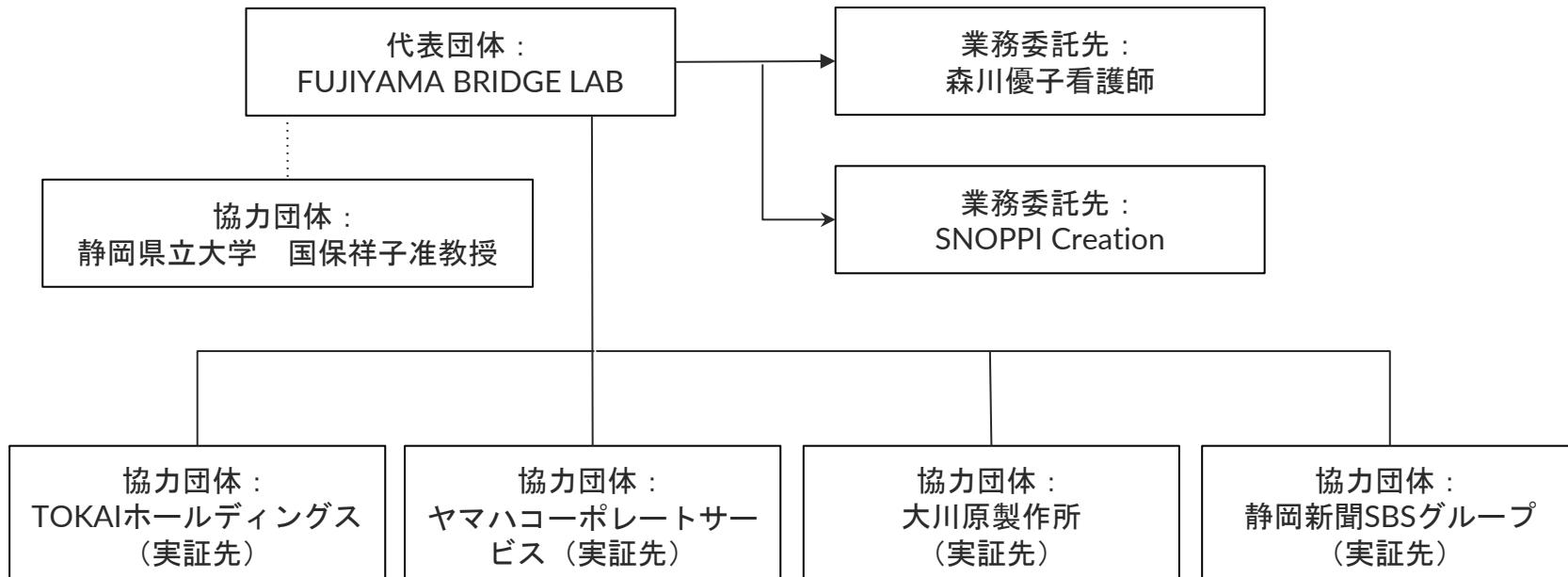
- 利用状況
- エグゼクティブサマリー
- 相談テーマ分析
- 各相談テーマの詳細
- 会社への要望
- 重点的に支援が必要な層
- 人事施策の提案
- まとめ

※個人が特定される情報は一切企業へ共有されません

実施体制

実証先4社計99名の女性にアプリを利用いただき、利用期間の前後でアンケートを実施し、アプリによる利用者のウェルビーイングの向上度合いを比較検証する。

協力企業数が増えたことで、当初計画していたよりも多様な業種での検証が可能になった。



企業向け「リバランスセミナー」の実施状況

1. 企業向け「リバランスセミナー」の実施

1.働く女性を取り巻く環境

女性の健康課題やライフイベント変化がキャリアに与える影響や経済損失について解説
男女ともに理解を深め、誰もが働きやすい環境を目指す意義を伝える

2.女性特有の健康課題の基礎知識

月経、更年期等女性特有の健康課題の定義や基本的な対処方法を説明

3.考えるワーク「どう声をかける？どう向き合う？」

女性が働く中で困りがちな場面を提示し、グループで対応策について話し合うワーク

ファシリテーション：石岡（日本フェムテック協会認定資格1級）

資料監修：聖隸健康サポートセンターShizuoka鈴木美香医師

実施済み：TOKAIホールディングス（8/29）、
ヤマハコーポレートサービス（10/9）、大川原製作所（10/29）



TOKAIホールディングス様にて実施の様子

アプリ導入期間

2. アプリ導入

AIコーチとの会話（アプリ）を以下の企業、期間で導入した

| 企業 | 導入期間 | 導入人数 |
|---------------|--------------|------|
| TOKAIホールディングス | 8月29日～2月28日 | 27名 |
| ヤマハコーポレートサービス | 10月1日～12月31日 | 10名 |
| 静岡新聞SBSグループ | 10月14日～1月15日 | 46名 |
| 大川原製作所 | 10月29日～2月10日 | 16名 |

企業向けインサイトレポート提供状況

3. 企業向けインサイトレポート提供

企業向けインサイトレポート提供を以下の企業で実施した

| | 第一回 | 第二回 | 第三回 | 第四回 |
|-------------------|----------|---------|---------|--------|
| TOKAI ホールディングス | 10/1発行済 | 11/7発行 | 12月上旬予定 | 1月上旬予定 |
| ヤマハコーポレートサ ービス | 11/5発行済 | 12月上旬予定 | 1月上旬予定 | |
| 静岡新聞SBSグループ | 11/20発行済 | 12月中旬予定 | 1月中旬予定 | |
| 大川原製作所 | 12月上旬予定 | 1月上旬予定 | 2月上旬予定 | |

企業向け「リバランスセミナー」の実施概要

1. 企業向け「リバランスセミナー」の実施

各社の対象者と参加者

TOKAIホールディングス

- 募集方法: 企業側から指名を受けた従業員
- 対象者: 女性リーダー候補とその男性上長
- 参加者: 女性25名、男性21名

ヤマハコーポレートサービス

- 募集方法: 希望者制
- 対象者 : アプリ利用の女性社員10名
- 参加者 : アプリ利用の女性社員10名 (アーカイブ視聴含む)

大川原製作所

- 募集方法: 希望者制
- 対象者 : 全女性社員50名
- 参加者 : 女性社員25名

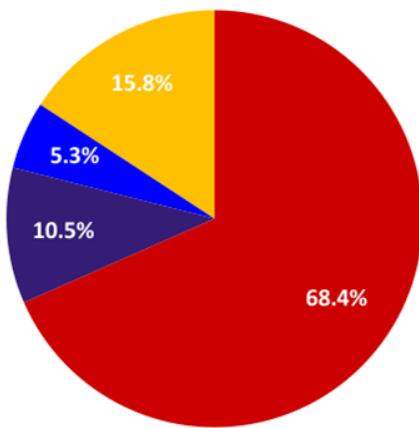
企業向け「リバランスセミナー」のアンケート結果

1. 企業向け「リバランスセミナー」の実施

Q：セミナー受講後、月経や更年期障害などの女性特有の健康課題についてどの程度知識が深まったと感じますか。

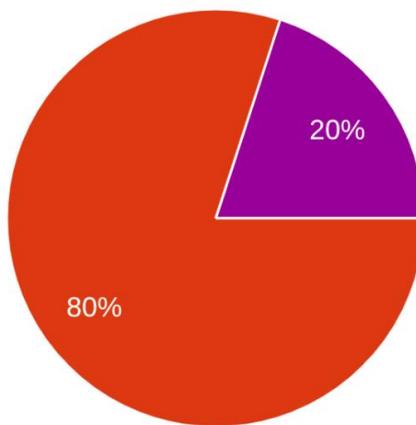
- 十分知識が深まった
- 知識が深まった
- どちらでもない
- あまり知識が深まらなかった
- 全く知識が深まらなかった

21件の回答



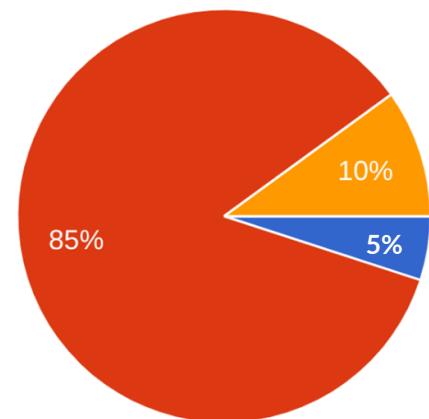
TOKAIホールディングス

5件の回答



ヤマハコーポレートサービス

20件の回答



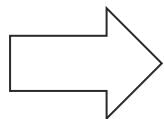
大川原製作所

考察

知識の深まりについて、3社とも高い知識効果（「十分知識が深まった」「知識が深まった」の回答が73-90%）を確認。特に大川原製作所で効果が高い（90%）。

企業別の差の要因：

- **大川原製作所**：希望者制の女性社員のみ → 当事者意識が高く、基礎知識から学べて満足度が高い
- **ヤマハヤマハコーポレートサービス**：希望者制の女性社員のみ → 関心が高い層が参加
- **TOKAIホールディングス**：企業が指名した女性リーダー候補+男性上長 → 既に一定の知識がある層が含まれる

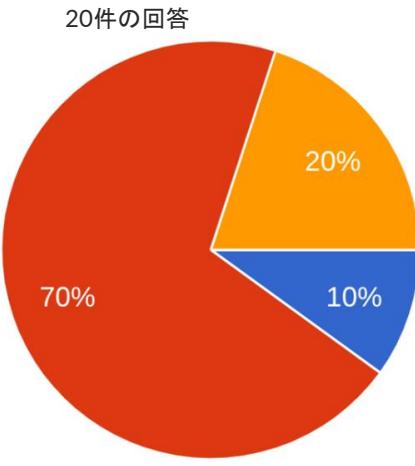
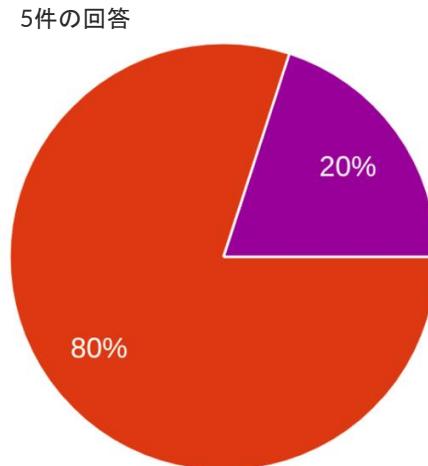
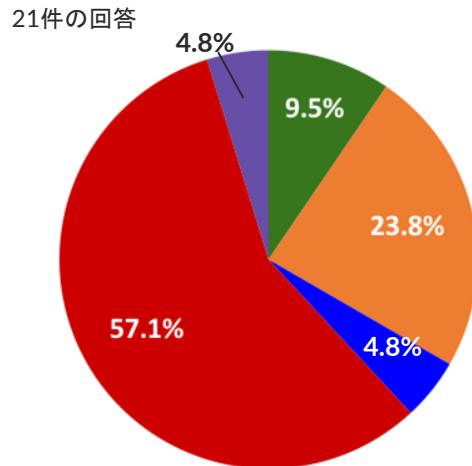


女性活躍推進には男性管理職の理解も重要だが、知識向上の面では対象者の属性別にプログラムを分けることも検討の余地あり。

企業向け「リバランスセミナー」のアンケート結果

1. 企業向け「リバランスセミナー」の実施

Q：セミナーの満足度を教えてください。



TOKAIホールディングス

ヤマハコーポレートサービス

大川原製作所

考察

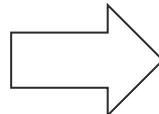
ヤマハコーポレートサービス、大川原製作所で高評価（「大変満足できた」「満足できた」の回答が80%）だが、TOKAIホールディングスで相対的に低い（61%）。

ヤマハコーポレートサービス、大川原製作所で満足度が高い理由：

- 希望者制の女性社員のみで関心、当事者意識が高かった
- 具体的な対処法などすぐに使える知識を内容に加えたため

TOKAIホールディングスで満足度が低い理由：

- 企業が指名した参加者のため、関心が低い状態での参加者も含まれた
- 多様な属性（女性リーダー候補+男性上長）に対して一律のプログラム
- 既に知識がある層には新規性が不足した可能性



企業が参加者を指名する場合、事前アンケートで知識レベルを把握し、対象者別のプログラム設計が有効。

企業向け「リバランスセミナー」のアンケート結果

1. 企業向け「リバランスセミナー」の実施

リバランスセミナーを受けた社員の感想（抜粋）

「女性特有の体調に関する問題について、普段意識している以上に難しいものであると認識を改めました。本人の意向を確認しながら対処策と一緒に考えないといけないものだと思いました。」（40代男性）

「女性特有の症状や、その症状との付き合い方が理解できた気がするので、今後の自分の生活に活かせそうだと思いました。」（30代女性）

「知らない情報もあった為、勉強になりました。ありがとうございました。世の中全体（家族、職場、会社）、理解が深まり、働きやすくなれば良いと思います。また家庭でも女性が家事の主担当でなくなれば良いなと思います。」（50代女性）

考察

- セミナーは単なる知識伝達ではなく、実践的な気づきや行動変容のきっかけになっている
- グループワークによる対話が効果的だったと考えられる。

アプリ導入成果

2. アプリ導入

AIコーチ「ルミナ」との会話実績

アプリ利用人数/会話セッション数
※ルミナとの一まとまりの会話を1セッションとして集計

| | 1・2週 | 3・4週 | 5・6週 | 7・8週 | 9・10週 |
|---------------|-------------|-------------|------------|-----------|-----------|
| TOKAIホールディングス | 9人/19セッション | 8人/16セッション | 4人/4セッション | 4人/8セッション | 3人/5セッション |
| ヤマハコーポレートサービス | 7人/24セッション | 9人/22セッション | 4人/10セッション | 6人/8セッション | |
| 静岡新聞SBSグループ | 32人/86セッション | 18人/26セッション | | | |
| 大川原製作所 | 8人/18セッション | | | | |

アプリ導入成果

2. アプリ導入

利用したユーザーの感想

質問に答えていくことで、自分の頭が整理できるので、スッキリした気持ちになれた。



(30代)

他のAIよりも、寄り添い方が人間らしく感じた。



(20代)

更年期症状が出てき始めているが、向き合い方が分かり、不安が軽減した。



(50代)

インサイトレポート成果

3. 企業向けインサイトレポート提供

インサイトレポートについて人事担当者のフィードバック

生理で2日間半休を取った、PMSで泣くほど辛い、といった実態はアンケートでは拾えなかった。生の声を知ることができるのがありがたい。



TOKAIホールディングス/
ライフキャリア支援室長

経営層は、弊社社員はチャレンジよりも安定した環境を好むと認識しているが、実際は成長意欲が高い人も多く、経営層と現場の認識にギャップがあることが分かった。人事配置の参考にもなりそう。



ヤマハコーポレートサービス/
総務部担当者

成果：従来のアンケートでは捉えきれなかった女性社員の本音を可視化

現時点の課題

課題①アプリ利用の定着

導入～2週目までの利用率は高いが、時間経過とともに利用頻度が下がる傾向にある。

課題②インサイトレポートの見やすさ、情報の有益さ

組織運営に有用となる具体性のある情報が少ない。

対応策

課題①アプリ利用の定着

1. リマインド強化

- a. リマインドを強化する
- b. 利用フォローアップを行う

2. オンボーディングセミナーで、ルミナとの会話を体験いただく

3. 利用フォローアップ

- a. ルミナの使い方のコツをメール配信
- b. チラシによる利用促進

※1) 通知例：○○さんこんにちは。前回お話した時は、仕事と家庭の両立が大変で、月経痛のこととも相談してくれましたね。その後お体の調子はいかがですか？

職場で使いやすい休暇制度について考えていらっしゃいましたが、前向きな気持ちが印象的でした。年末に向けて残業も増えやすい時期だと思いますが、無理しすぎないでくださいね。

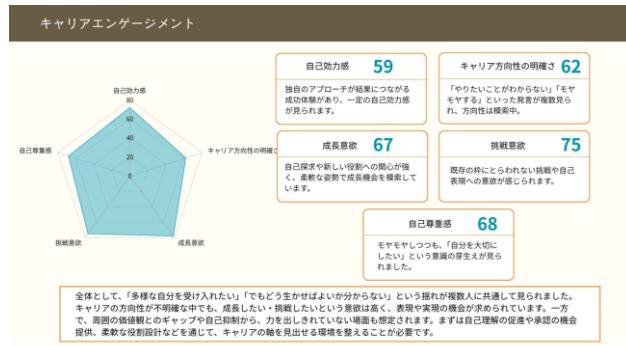
よかったです、最近の様子を聞かせてください！



対応策

課題②インサイトレポートの見やすさ、情報の有益さ

スコア中心から、従業員の生の声に基づいた定性データ中心としたレポートに改善する



2. エグゼクティブサマリー

本分析から、以下の3つの重要な発見が明らかになりました。

身体的健康への不安が最も、背景にワークライフバランスの課題

女性社員の相談ではも多いのは身体的健康に関する内容（76件、23.2%）です。慢性的な疲労、睡眠不足などが顕著ですが、その背景には「早朝4時起床・21時退社」「残業削減要請と業務量増加の板挟み」といった厳しい労働環境があります。全社員に適応化された環境を提供するのは難しいかもしれません、改善の余地を探ていきましょう。

優秀な社員のバーンアウトの可能性と成長意欲

経験豊富な社員から「スタッフの入れ替わりが多く、業務を教えて成長しても貢献になる。少し疲れてしまった」という声が寄せられました。一方で、健康診断受診率8年連続100%を達成した53歳の産業保健担当者が「新しいことを学びたい。経営管理部や総務部で従業員の健康施策を企画したい」と意欲を示しています。派遣スタッフの人材交換や正社員の異動により、常に育成役を担い続ける負担が、優秀な人材のモチベーションを低下させている可能性がありますが、高い成長意欲を持つっている社員も存在します。

複数課題を同時に抱える層への支援体制の強化が望まれます。

4. 会社への要望・ニーズ

会話ログから読み取れる、社員からの具体的な要望や改善ニーズをカテゴリー別に整理しました。

カテゴリー別の要望頻度

| カテゴリー | 出現頻度 |
|-----------|------|
| 問題・課題の指摘 | 58件 |
| つながり・サポート | 42件 |
| 制度・仕組み | 13件 |
| 教育・成長 | 5件 |

1. 制度・働き方に関する要望

「会社から残業削減を求められている中、メンバー全員の業務量が確実に増えている。正直厳しい」

具体的な声

「社員が心身ともに健康で生き生きと働くことができる取り組みをしたい」

「運動したい時間がないので、昼休みに会社周辺をウォーキング」

● 残業削減と業務量増加の矛盾解消

今後の展望

1. 実証期間中の取り組みと検証

残りの実証期間では、現在実施中の対応策（リマインド強化、定性データ中心のレポート改善）の効果を検証予定。どのような施策が効果的か、どのような層に刺さるのかといった知見を蓄積することで、今後の本格展開に向けた重要なデータを取得できる見込み。

2. 実証から得られる価値の再定義

本実証事業の最大の成果は、従来のアンケートでは捉えきれなかった女性社員の本音を可視化できたこと。人事担当者からも『生の声を知ることができる』『経営層と現場の認識ギャップが分かった』との評価を得ており、この【声にならない声を拾う仕組み】としての価値が最も重要であると考えられる。

今後の予定

| 月 | 主要取り組み |
|-----|---|
| 7月 | 実証実験準備 |
| 8月 | 実証実験準備、実証先にてサービス提供開始 |
| 9月 | 実証先にてサービス提供開始 |
| 10月 | アプリ、インサイトレポートの改善 |
| 11月 | アプリ、インサイトレポートの改善 |
| 12月 | 実証先にてアプリ利用後アンケート・KPI分析 |
| 1月 | 実証先にてアプリ利用後アンケート・KPI分析 国保准教授との振り返り分析 |
| 2月 | 最終報告資料提出・成果発表会準備 |