



「働く女性支援サービス」に関する調査レポート

男女共同参画社会の実現、職場での女性活躍推進の鍵は 女性特有の健康問題に関する理解・取り組み増加にあり！

あすか製薬株式会社（本社：東京都港区、社長：山口 惣大）は、「働く女性支援サービス」に関する調査（以下、本調査）を実施しましたのでお知らせします。

2024年12月、厚生労働省は女性活躍推進法に関して、「いまだその役割を終えたといえる状況にない」として、本法を延長する改正案を国会に提出することを決定。男女間の賃金格差と女性管理職比率の公表義務を、現行の従業員301人以上企業から同101人以上の企業に拡大するなど日本国内における「働く女性」における現状はまだ課題が多く残っている状況といえます（※）。

そこで、主に民間企業・団体での職場における「働く女性」に関わる環境や周囲の理解度、特に女性特有の健康問題に関して、その理解や取り組みの有無、障壁などに関して調査しました。

※内閣府男女共同参画局「資料1 女性活躍の更なる推進に向けて」より

■ 調査結果概要

▶トピック①：女性活躍推進法に基づいた取り組み実施率

- 女性活躍推進法に基づいた取り組みの実施率、約3割に留まる
- 女性特有の健康問題に関する取り組みを実施している企業は約2割で、職場で配慮されていると感じる人は約4割という結果に

▶トピック②：女性特有の健康問題に関する取り組みを行わない理由

- 取り組みを行わない理由、「女性社員が少ない・少ない」・「どのような取り組みをすればよいか分からない」が上位に

▶トピック③：女性特有の健康問題に関する理解度および理解意向、職場での課題は？

- 女性特有の健康問題に関する自身の理解度、「理解している」は約6割（61.9%）、男女別では、女性約7割（69.0%）に対し、男性約5割（54.8%）という結果に
- 「話題にしづらい」・「対応方法がわからない」が上位で、男女ともに共通の課題
- 35歳以上の女性では、「自身の不調を判断する材料が少ない」ことを課題とする人も

【調査概要】

対象：20～50代の男女800人、全国 / 手法：インターネットリサーチ/ 実施期間：2024年11月

「働く女性支援サービス」に関する調査レポート

・トピック①：女性活躍推進法に基づいた取り組み実施率

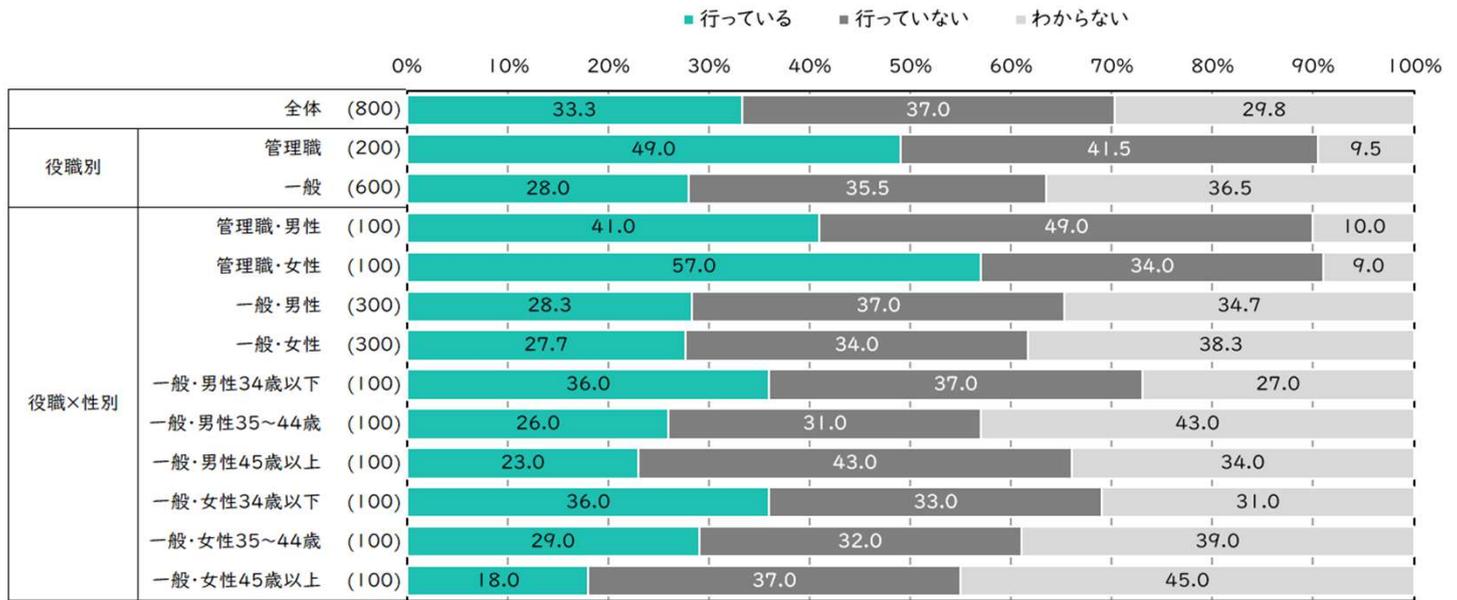
女性活躍推進法に基づいた取り組みの実施率、約3割に留まる
女性特有の健康問題に関する取り組みを実施している企業は約2割で、職場で配慮されていると感じる人は約4割という結果に

女性活躍推進法に基づいた取り組み状況について、「行っている」と回答した人は33.3%であり、「行っていない」が37.0%で最多となりました。管理職・性別でみると、男性・管理職では「行っていない」が約5割（49.0%）、女性・管理職が約3割（34.0%）と比較すると、取り組みに関して男性の方が後手になってしまう状況があるようです。

女性特有の健康問題に関する取り組みを「行っている」と回答した人は約2割（21.0%）で、「行っていないが、行う予定がある」（5.6%）を合わせても「行っている・または予定がある」は、3割未満（26.6%）となりました。管理職・年齢でみると、管理職の年齢が高いほど実施率が低く、45歳以上のいわゆる「ベテラン層」における「女性特有の健康問題」に関するリテラシーを高めることが全体的な実施率の向上に繋がりそうです。

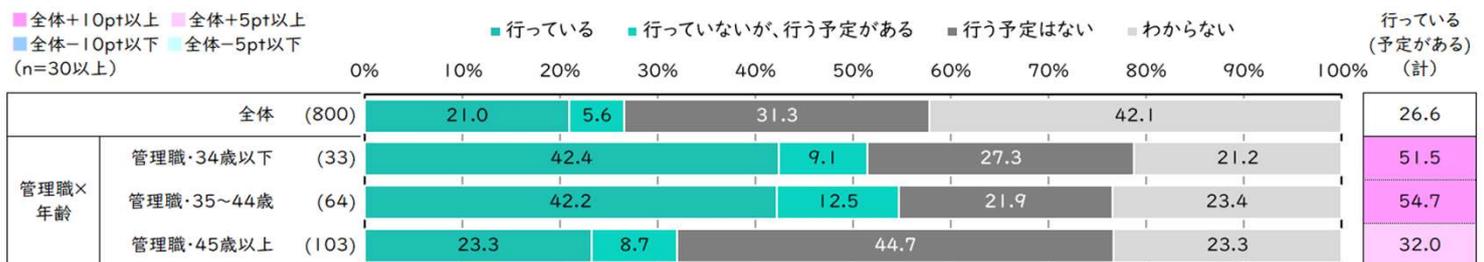
また、女性特有の健康問題に関する職場での配慮に関して、「配慮されていると思う」と感じる人は約4割（39.1%）となりました。職場では雇用主、従業員同士がそれぞれ「女性特有の健康問題」に関して一定の配慮はしながらも、女性特有の健康問題に関する取り組みを、実際に行動まで起こしている企業はまだ少ないようです。

Q. あなたがお勤めの会社では、女性活躍推進法に基づいた取り組みをしていますか。例えば、出産・育児との両立支援（育児休業、時短勤務）、キャリア支援などの取り組みを指します。



2%未満の数値ラベルは非表示

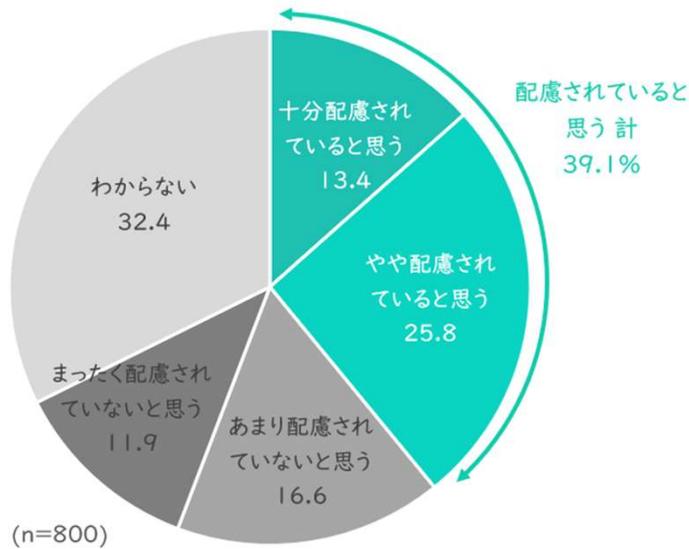
Q. あなたがお勤めの会社では健康経営の一環として、女性特有の健康問題に関する取り組みをしていますか。もしくは、取り組みをする予定はありますか。



2%未満の数値ラベルは非表示

「働く女性支援サービス」に関する調査レポート

Q. あなたがお勤めの会社では女性特有の健康問題に関して、職場では配慮されていると思いますか。社風や制度なども加味してお答えください。



・トピック②：女性特有の健康問題に対する取り組みを行わない理由

取り組みを行わない理由、「女性社員が少ない・少ない」・「どのような取り組みをすればよいかわからない」が上位に

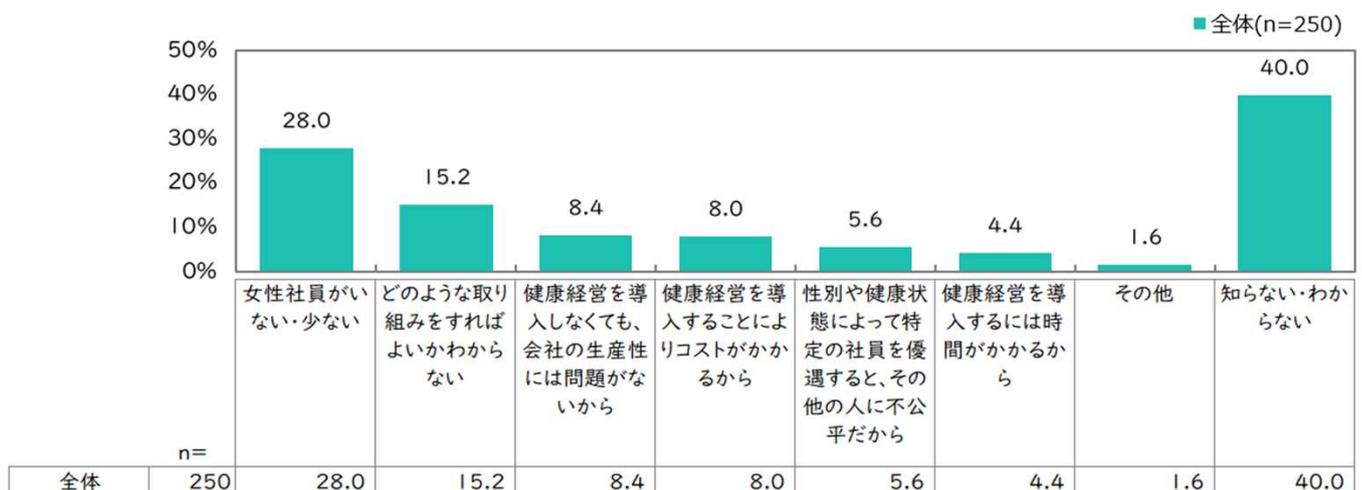
女性特有の健康問題に関する取り組みを行う予定はない理由について聞いたところ、上位は「女性社員が少ない・少ない」は28.0%、「どのような取り組みをすればよいかわからない」で15.2%、「健康経営を導入しなくても、会社の生産性には問題がないから」は、8.4%となりました。また、理由に関して「知らない・わからない」と回答する人が4割（40.0%）で最も多く、女性特有の健康問題に関して取り組みを行わないこと自体に疑問を抱かない人が一定数いる、更にはそもそも女性社員が少ない・いないなどの現状も明らかとなるなど男女共同参画社会の実現に向けて、性別や年齢・役職を超えて、関心・理解を高める必要があると言えます。

世界に目を向けると、日本のジェンター・ギャップ指数（GGI）は146か国中118位で、特に「政治」と「経済」においてジェンター・ギャップが大きい状況となっています（※）。

日本のジェンター・ギャップを特に経済活動で埋めていくためには、性別・年齢関係なく働きやすい環境を企業側が整備し、従業員一人ひとりの意識変革を行うことが重要です。

※男女共同参画局「男女共同参画に関する国際的な指数」より（2024年データ）

Q. あなたがお勤めの会社では健康経営の一環として、女性特有の健康問題に関する取り組みを行う予定はないとお答えの方にお聞きます。取り組みをしていない、もしくは、しない理由にあてはまるものをすべて教えてください。



全体(n=250)

「働く女性支援サービス」に関する調査レポート

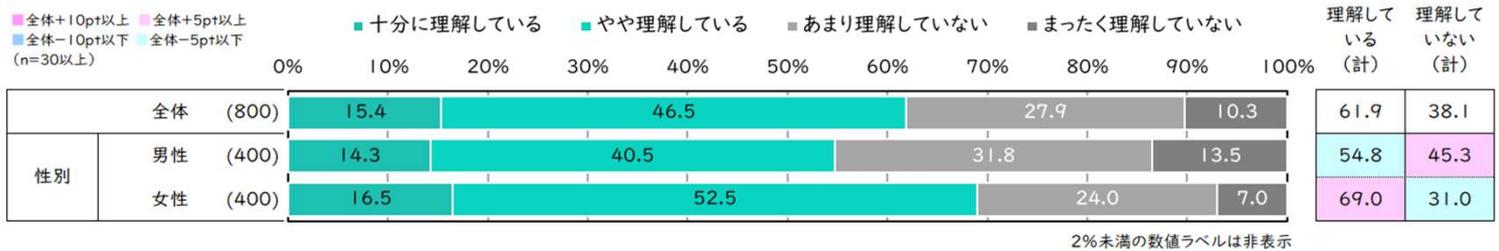
トピック③：女性特有の健康問題に関する理解度および理解意向、職場での課題は？

女性特有の健康問題に関する自身の理解度、「理解している」は約6割（61.9%）、男女別では、女性約7割（69.0%）に対し、男性約5割（54.8%）という結果に職場での課題は「話題にしづらい」・「対応方法がわからない」が上位で、男女ともに共通35歳以上の女性では、「自身の不調を判断する材料が少ない」ことを課題とする人も

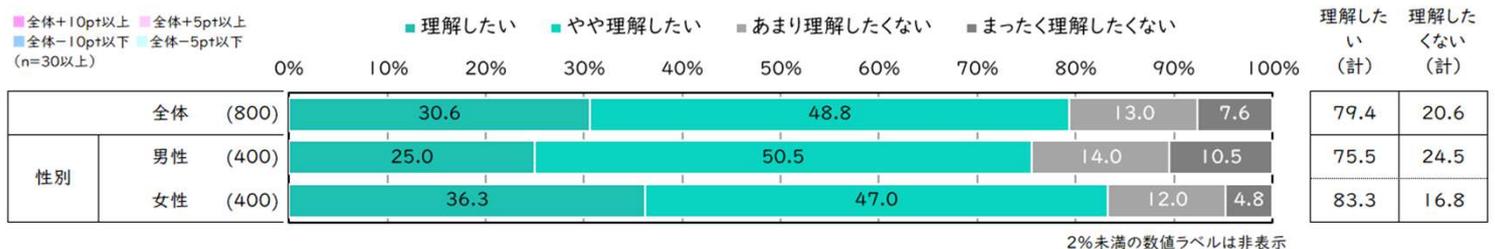
「女性特有の健康問題に関して、自身が理解できていると感じているか」という設問では、「理解している」と回答する人が全体では約6割（61.9%）でした。男女別に見ると、女性は約7割（69.0%）が理解しているのに対し、男性は約5割（54.8%）という結果でした。理解意向についても、男性の約4人に1人（24.5%）が理解したくないと回答しています。

次いで、職場での「女性特有の健康問題」に関する課題についてきたところ、「健康問題を抱えていそうな女性がいても、自分からは話題にしにくい」が約3割（31.4%）で最も多く、次いで「健康問題を抱えていそうな女性に対し、どう対応すればいいのかわからない」が28.6%、「どんな健康問題があり、どんな症状があるのかわからない」で23.0%という結果となりました。また、一般職・35歳～44歳の女性では、「業務に支障を来すほどの症状なのかわからない」を課題に挙げる人も約2割（22.0%）おり、女性であっても自身の健康問題・コンディションを判断する材料が少ないと感じる人が一定数いることが分かりました。職場での女性活躍を推進し、男女共同参画社会を実現させるためにも、まずは女性特有の健康問題に関する職場での理解度を上げ、環境を整えることがカギであると言えます。

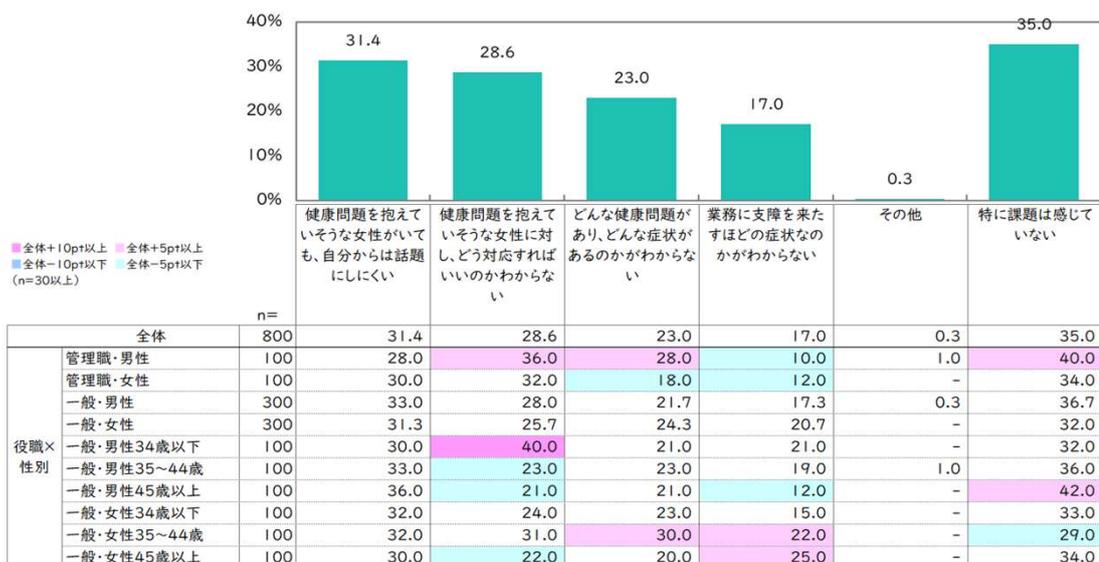
Q. 女性特有の健康問題に関して、自身が理解できていると感じていますか。



Q. 女性特有の健康問題に関して、理解したいと思いませんか。



Q. 女性特有の健康問題に関して、どのような課題を感じていますか。同じ職場の女性に対して感じている課題にあてはまるものをすべて教えてください





女性特有の健康問題について、職場全体の理解を促進 「女性の健康に関する研修動画」販売のお知らせ

あすか製薬株式会社は1920年の創立以来、医療用医薬品の製造・販売を続け、なかでも「女性の健康をサポートする会社」として産婦人科領域に注力してきました。100年以上、女性の健康に寄り添ってきたからこそ、悩みや正しい知識を共有できる場をつくり、働く人が、少しでも安心して、心地よくいられるようにという思いから、企業や団体等で働くすべての人を対象に、「働く人が知っておきたい性のこと」をコンセプトにした「Mint+ Femknowledge(ミントフェムナレッジ)『女性の健康に関する研修動画』」を販売しています。

■【Webサイト「Mint+ Femknowledge(ミントフェムナレッジ)」の概要】

・URL: <https://www.aska-pharma.co.jp/femknowledge/>

「Femknowledge」は、「Femtech」と「knowledge」を掛け合わせた造語です。ヘルスリテラシーの向上により、女性特有の悩みを解決することを願って命名しました。

「知らない、わかりあえないことがある。」をコンセプトに、女性の健康に関する正しい情報や、性に関する悩みとその解決策を提供する場を展開しています。

なお、「Femknowledge」および「フェムナレッジ」は、あすか製薬の登録商標です。

■内容

- ① 企業・団体等向け女性の健康に関する研修動画
- ② フェムテック関連情報およびフェムテック関連商品・サービスの紹介
⇒フェムテック関連企業様の商品・サービスの紹介記事、広告等を掲載します。
- ③ 教育関係者向け教育資材

■【あすか製薬株式会社】

あすか製薬は1920年の創立以来、内科・産婦人科・泌尿器科領域に注力するスペシャリティファーマとして、同領域のヘルスケアに関連する製品を提供し、現在もそのラインアップの充実に努めております。



詳細については、<https://www.aska-pharma.co.jp/>をご覧ください。