



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

令和7年度フェムテック等サポートサービス実証事業費補助金
最終報告資料

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。

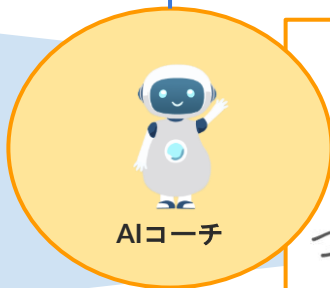
女性たちの本音に寄り添い、企業の未来を変えるきっかけをつくります。



事業概要

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

対話データを匿名分析



女性社員

AIメンターによる内省支援を通じ、働く女性のウェルビーイングを向上

企業

会話ログの分析により、女性活躍推進の施策内容や、取り組みの優先順位を把握する

本事業の背景・事業目的

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

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、企業側も女性の本音を把握しにくい

実施項目と目標

① リバランスセミナー

■対象

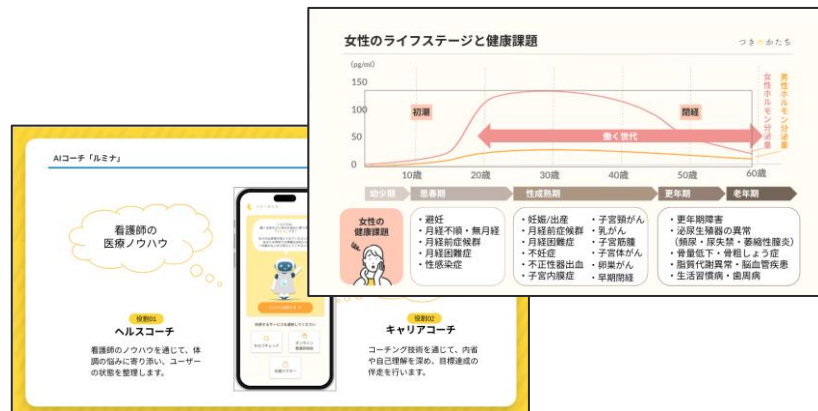
企業で働く従業員（性別問わず）

■内容

- 働く女性を取り巻く環境、女性特有健康課題の基礎知識についての講義
- 誰もが働きやすい環境について考えるワーク

■目標

項目	目標
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	「十分知識が深まった」 「深まった」：計50%以上



TOKAIホールディングス様にて実施

実施項目と目標

② アプリ導入

■対象 企業で働く従業員（女性のみ）

■内容

- ① AIコーチ・ルミナとの対話
- ② 月経、更年期のセルフチェック
- ③ オンライン看護師相談
- ④ クリニック紹介「応援ドクター」

■目標

項目	目標
主観的ウェルビーイング指標	利用前より向上
本音を話せた人の割合	80%以上
ルミナ回答満足度	平均7.0以上(10段階評価)
会話後にポジティブな気持ちになった人の割合	80%以上



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。気軽な悩み相談やコーチングを行う

看護師相談

看護師にオンラインで気軽に相談が可能

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

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

実施項目と目標

③ インサイトレポート

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が、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。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の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	「繁忙期に入っていて休めません」 「乳がん検診、頭痛外来など、クリニックがあるが予約が優劫。有休を適院で使うのが嫌」

■対象

企業の人事担当者

■内容

女性とAIコーチ・ルミナの会話ログを匿名分析する

- ・相談テーマ分析と詳細
- ・会社への要望
- ・重点的に支援が必要な層
- ・人事施策の提案 等

■目標※

発行数：10回

※当初、企業人事担当者へのアンケートにてインサイトレポートの有用性を評価する計画であったが、人事担当者の助言を踏まえ、定性評価で深堀を行うこととした。

実施項目・目標（KPI）と達成状況一覧

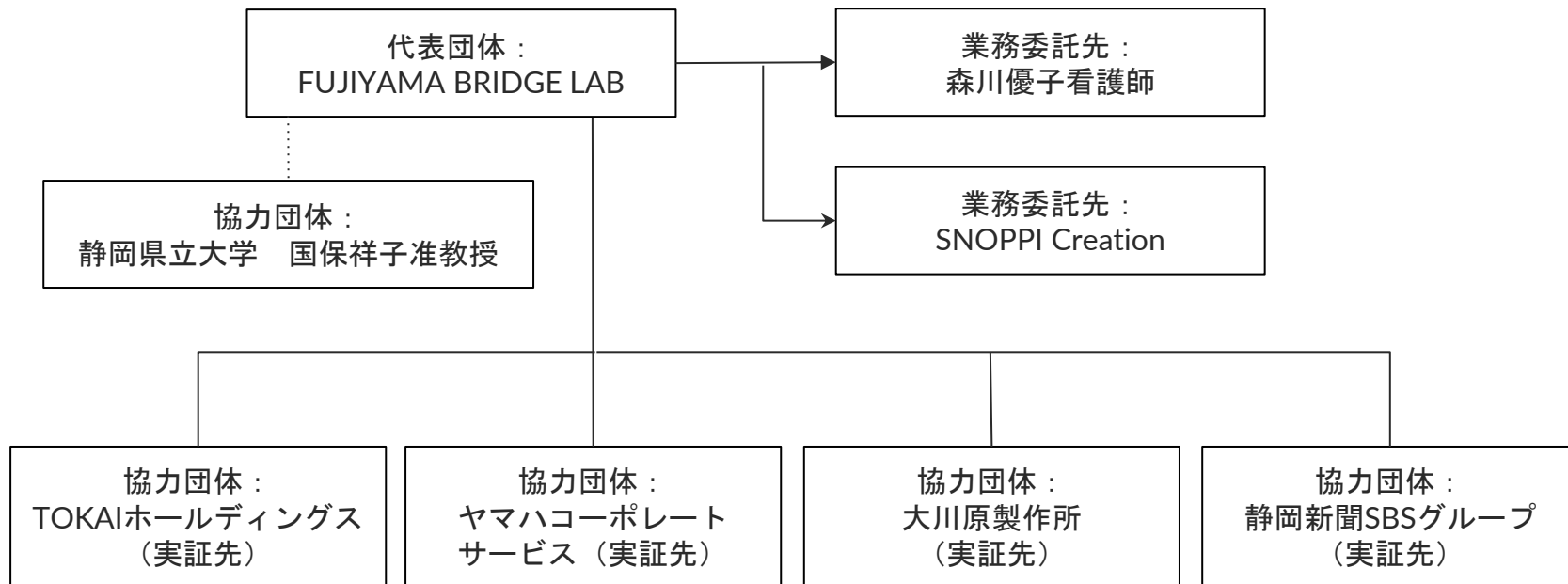
リバランスセミナーとインサイトレポートは目標達成。
アプリ使用は目標未達も、独自指標で明確な効果を確認した。

	KPI	目標	結果
リバランスセミナー	知識深まり度	50%以上	80.0%
アプリ	主観的ウェルビーイング指標 （過去4週間の総合的な自分の仕事ぶり）	向上	利用者スコアは減少したが、未利用者と比較すると下がり幅が小さかった
	本音を話せた人の割合	80%以上	62.1%
	会話満足度	7.0以上	5.89
	ポジティブな気持ち	80%以上	64.6%
インサイトレポート※	発行数	10回	12回

※当初、企業へのアンケートにてインサイトレポートの有用性を評価する計画であったが、人事担当者の助言を踏まえ、定性評価で深堀を行うこととした。

実施体制

協力団体4社計98※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。



※中間報告では99名の利用者であったが途中辞退者が出たため、最終的に利用者98名を対象に評価を行った

スケジュール

実施項目		2025年						2026年		
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
リバランス セミナー	セミナー設計	→								
	セミナー実施		→							
	効果測定		→							
アプリ導入	アプリ改良	→								
	試験設計 (アンケート等)	→								
	参加者募集	→								
	アプリ導入、活用		→							
	効果測定							→		
インサイト レポート	レポート準備		→							
	レポート作成				→					
	効果測定						→			

リバランスセミナー 参加者属性

3社80名以上に実施。女性当事者だけでなく、管理職への啓発も含めた組織全体へのアプローチを企業ニーズに合わせて展開した。

企業	セミナー参加者	うち女性	うち男性
TOKAIホールディングス	44名	25名	19名（管理職）
ヤマハコーポレートサービス	16名以上※	16名以上	0名
大川原製作所	20名以上※	20名以上	0名
合計	80名以上	61名以上	19名

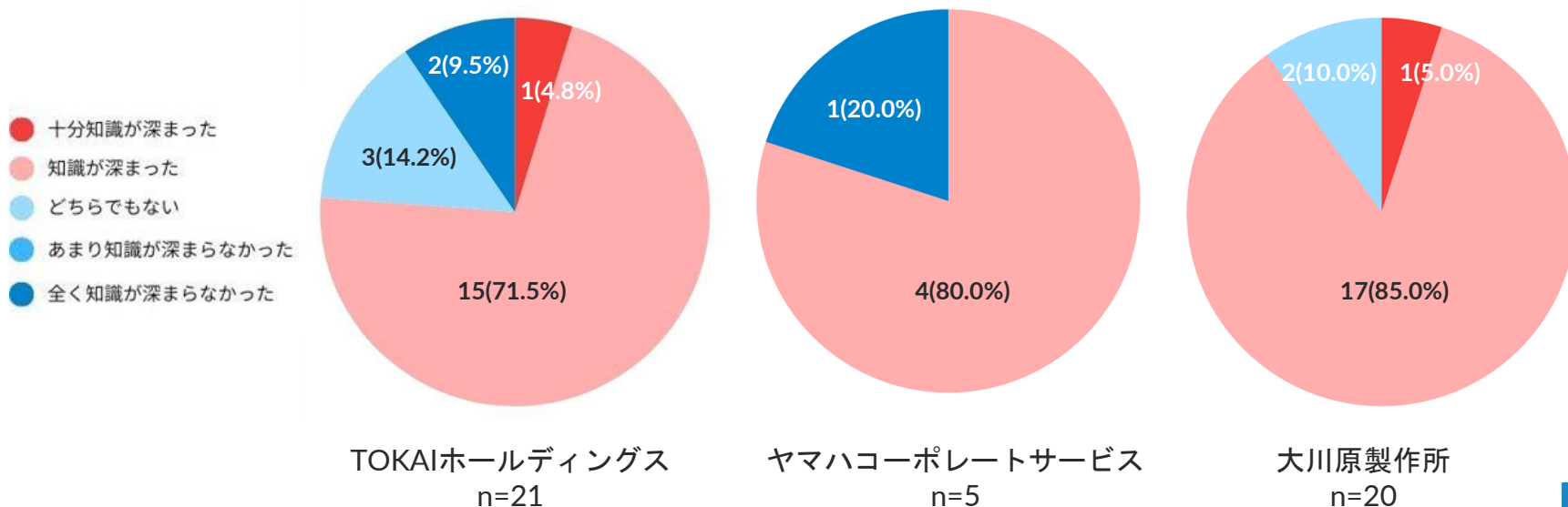
※セミナー視聴をきっかけにサービス利用を開始した人数を最小値として記載。実参加者数は把握できていないため、実際はこれ以上の可能性あり（ヤマハコーポレートサービスはアーカイブ配信も実施）。

リバランスセミナー 結果

■知識の深まり

3社で効果測定を行い、約80%が「知識が深まった」と回答

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。

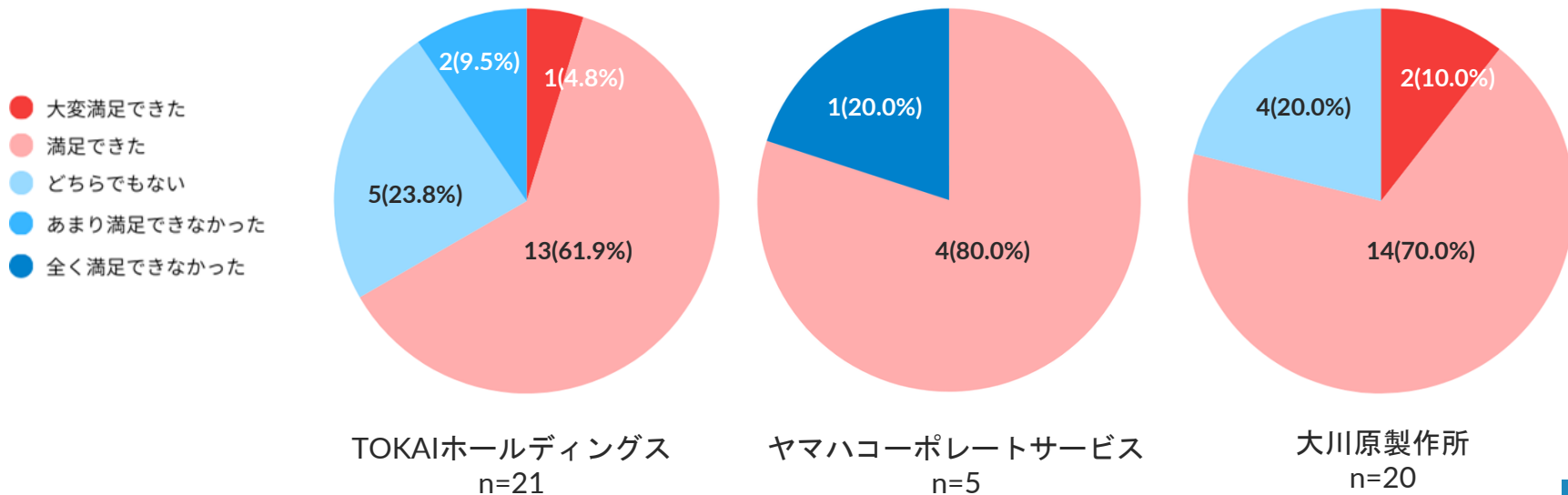


リバランスセミナー 結果

■満足度

満足度も高く、65～80%が「満足できた」以上を選択。男女問わず好評だった

Q:セミナーの満足度を教えてください。



■リバランスセミナーを受けた社員の感想（抜粋）

「女性特有の健康課題への理解が深まった」「職場全体の意識変革が必要」との声多数

- 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を一緒に考えないといけないもの**だと思ひ至りました。（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そう**だと思ひました。（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）で、理解が深まり、働きやすくなれば良い**と思ひます。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ひます。（50代女性）

利用調査概要

■期間 3ヶ月

■測定内容

アプリ利用者・未利用者に対し、事前・事後で9カテゴリー/23項目の独自指標を測定（5段階評価）

■測定対象人数 アプリ利用98名・未利用80名

■アンケート回収数

区分	事前	事後	ID一致
アプリ利用	70	41	38
アプリ未利用	72	47	45

■スコアリングルール

回答選択肢	スコア
とても当てはまる	5
やや当てはまる	4
どちらとも言えない	3
あまり当てはまらない	2
全く当てはまらない	1

アプリ導入 結果

■AIコーチ・ルミナ利用状況

利用者の35%が1-2回で離脱。50%が時々利用、5%が頻繁に利用。継続利用に課題がある。

利用状況	人数	割合
アプリに登録したが一度も会話していない	4	10.0%
1-2回ルミナと会話し、その後利用していない	15	35.0%
時々利用している（2週に一度程度）	20	50.0%
頻繁に利用している（週に一度程度）	2	5.0%

n=41

アプリ導入 結果

■主観的ウェルビーイング指標

利用者・未利用者ともにスコアが低下（利用者 -0.44、未利用者 -0.77）。ただし利用者の低下幅は未利用者より0.33小さかった。
実証期間中、複数企業で人事異動・組織再編が発生。外的要因で主観的ウェルビーイングが下がりやすい状況下でも、アプリ利用者は影響を抑えられた。変化の激しい局面でこそ効果を発揮することが分かった

質問	利用者 事前	利用者 事後	利用者 変化	未利用者 事前	未利用者 事後	未利用者 変化	差分 (利用－未利用)
過去4週間の総合的な 自分の仕事ぶり (0-10点)	6.37	5.93	-0.44	6.7	5.93	-0.77	0.33

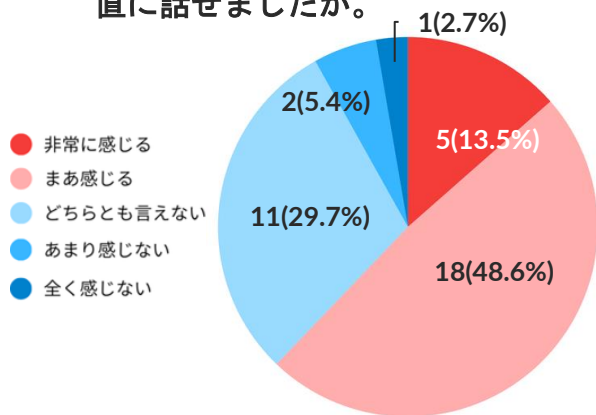
利用者：n=38 未利用者：n=45

アプリ導入 結果

■AIコーチ・ルミナ評価

本音を話せた人62%、満足度5.89と目標未達。利用満足度向上が課題

Q：AIコーチ・ルミナに本音を率直に話せましたか。



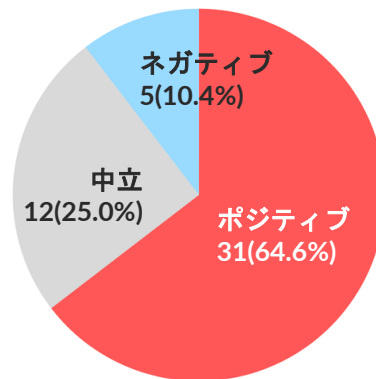
目標：80%以上
結果：62.1% (非常に感じる/まあ感じるを選択)
n=37(ルミナを期間中1度以上利用)

Q：AIコーチとの全体的な会話満足度を教えてください。(10段階評価)

5.89
(全体平均)

目標：7.0以上
n=37(ルミナを期間中1度以上利用)

Q：AIコーチ・ルミナとの会話後の気持ちとして当てはまるものを全て教えてください。



目標：80%以上
結果：64.6% (前向き/すっきり/心が晴れた/やる気・向上心)
n=37(ルミナを期間中1度以上利用)

アプリ導入 結果

■利用頻度別AIコーチ・ルミナ評価

全ての項目で、利用頻度が高いほど評価が明確に上昇する傾向が確認された。
使い続けることで効果があることがわかった。

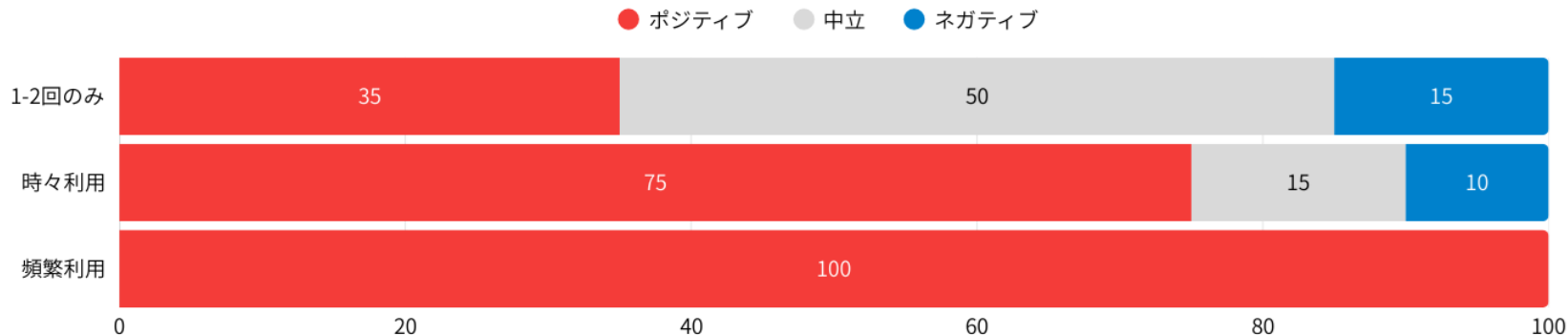
質問	1-2回のみ	時々利用	頻繁に利用	全体平均
本音を率直に話せた	3.43	3.75	4.00	3.64
ストレスが軽くなった	2.79	3.25	3.50	3.08
感情が安定した	2.79	3.25	3.50	3.08
強みを理解できた	2.64	2.9	3.50	2.83
安心して気持ちを表現できた	2.79	3.45	4.00	3.22
孤独感が和らいだ	2.64	3.35	3.50	3.08

とても当てはまる:5/やや当てはまる:4/どちらとも言えない:3/あまり当てはまらない:2/全く当てはまらない:1 として平均値を算出 (n=37)

アプリ導入 結果

■気持ちの変化

1-2回のみ利用者では中立が半数（50%）を占めるのに対し、利用頻度が増えるにつれて、「前向き」「すっきり」「心が晴れた」「やる気・向上心」のいずれにおいてもよい結果が得られ、ネガティブな気持ちは0%になった。



n=37

アプリ導入 結果

■気持ちの変化

	1-2回のみ (n=15)	2週に1度程度利用 (n=20)	週に1度程度利用 (n=2)
前向き	14%	40%	50%
すっきり	21%	30%	50%
心が晴れた	0%	20%	100%
やる気・向上心	0%	15%	50%
変化無し	50%	20%	0%
なるほど・気づき	0%	10%	0%
もやもや	14%	10%	0%
不安	7%	0%	0%

※複数回答

アプリ導入 結果

■9カテゴリー変化

健康管理・エンゲージメント(+0.44)、感情の安定(+0.19)、組織への帰属意識(+0.16)で特に効果が高かった。キャリア成長・所属感・生活満足度は両群ともに変化が小さく、外的要因の影響も考えられるため、引き続き検証が必要。

カテゴリー	利用者変化	未利用者変化	効果
健康管理・エンゲージメント	0.42	-0.02	0.44
感情の安定・レジリエンス	0.22	0.02	0.19
組織への帰属意識	0.06	-0.11	0.16
自己効力感・役割遂行	0.21	0.07	0.15
仕事への主体性・前向き姿勢	0.25	0.10	0.15
時間的・精神的余裕	0.20	0.15	0.05
キャリア成長・昇進意欲	0.11	0.12	-0.01
所属感・サポート	-0.06	0.12	-0.18
ウェルビーイング・生活満足度	-0.09	0.12	-0.22

利用者：n=38
未利用者：n=45
※効果=利用者変化平均
-未利用者変化平均

アプリ導入 結果

- 特に効果が大きかった項目
体調面の不調に対しうまく対処できている
(健康管理・エンゲージメント)

利用者と未利用者の
平均スコアの差

+0.44

利用者平均
(3.04→3.46)
n=38

事前
3.04

事後
3.46

+0.42

未利用者平均
(3.53→3.51)
n=45

▲
事後
3.51

▲
事前
3.53

-0.02

アプリ導入 結果

■特に効果が大きかった項目

私は今後、これまでに培った知識や経験を後輩に伝え、職場の技能継承に貢献していくことができる

(自己効力感・役割遂行)

利用者と未利用者の
平均スコアの差

+0.37

利用者平均
(3.47→3.76)
n=38

事前
3.47

事後
3.76

+0.29

未利用者平均
(3.55→3.47)
n=45

▲
事後
3.47

▲
事前
3.55

-0.08

アプリ導入 結果

■特に効果が大きかった項目

私は友人や知人にこの会社を働き先として勧めたいと思う
(組織への帰属意識)

利用者と未利用者の
平均スコアの差

+0.34

利用者平均
(2.92→3.10)
n=38

事前
2.92

事後
3.10

+0.18

未利用者平均
(3.16→3.00)
n=45

-0.16

▲
事後
3.00

▲
事前
3.16

アプリ導入 結果

- 特に効果が大きかった項目
キャリアを築いていくイメージを持っている
(仕事への主体性・前向き姿勢)

利用者と未利用者の
平均スコアの差

+0.34

利用者平均
(2.69→3.12)
n=38

事前
2.69
▼

事後
3.12
▼

+0.43

未利用者平均
(2.61→2.70)
n=45

▲
事前
2.61

▲
事後
2.70

0.09

アプリ導入 結果

- 特に効果が大きかった項目
嫌な出来事があっても、気持ちを整え直せている
(感情の安定・レジリエンス)

利用者と未利用者の
平均スコアの差

+0.26

利用者平均
(3.13→3.39)
n=38

事前
3.13

事後
3.39

+0.26

未利用者平均
(3.17→3.17)
n=45

±0.00

▲
事前・事後
3.17

インサイトレポート 結果

■提供実績

4社に対し計12回発行。目標10回を上回り、定期的なフィードバックを実現

	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回
TOKAI ホールディングス	10/1	11/7	12/8	1/9	2/13
ヤマハコーポレート サービス	11/5	12/6	1/16	—	—
静岡新聞SBSグループ	11/20	—	—	—	—
大川原製作所	12/4	1/9	2/13	—	—

インサイトレポート 結果

■活用事例

女性社員の本音を可視化し、制度改善や経営層への報告に活用する企業も。「現場と経営層のギャップも把握できた」との声

インサイトレポート活用事例

「生理休暇」という名称が取得のネックになっていることが分かり、名称変更を検討



社員の生の声としてインサイトレポートを経営層へ報告



人事担当者の評価

- ・体調の状態や組織の雰囲気など、アンケートでは表出しない「本音」を把握できた。
- ・現場感覚と経営層の認識にギャップが有ることが分かった。
- ・会社として女性社員をバックアップする姿勢を見せることができた。

全体成果と考察

体調・役割遂行での自己コントロール感の向上が、キャリアイメージやレジリエンスの強化につながった。さらに、サービス導入自体が会社へのエンゲージメント向上に寄与したことが定量的に示された。

■考察①

効果が特に大きかった「体調面の不調への対処」「職場の技能継承への貢献」は、自分自身をコントロールできるという感覚の醸成と捉えられる。この自己コントロール感が、「キャリアを築いていくイメージ（p.26）」や「嫌な出来事からの立ち直り（p.27）」といった前向きな変化の土台になったと考えられる。

■考察②

「友人や知人にこの会社を勧めたい」の項目（p.25）で効果が確認されたことに加え、ユーザーからも「このサービスを導入した会社を肯定的に思った」との声があった。本サービスの導入自体が、所属企業へのエンゲージメント向上に直結することが、定量・定性の両面から示された。

■ユーザーの感想

- ・ 上長には言いづらいこともAIだからこそ胸の内を明かすことができました。
- ・ 女性の支援や本音を収集するサービスの導入を決めた会社に対して肯定的な印象を持ちました。
- ・ 断続的に相談したことをAIコーチ・ルミナが関連付けてくれ、点と点が線になった感覚ですっきりしました。

課題と今後の改善方針

本事業の導入による有用性を確認できたが、サービス展開にはいくつかの課題もあると考える

■課題①利用継続率

AIコーチ・ルミナとの会話を1-2回行ってその後利用しない層が35%にのぼる

対策として、リマインド通知の強化や、利用メリットを実感できるアプリ上の工夫、オンボーディングセミナーでAIコーチ・ルミナとの会話を体験してもらう導線の確保などを行う

■課題②AIコーチ・ルミナ満足度の未達成

AIコーチ・ルミナとの会話満足度が目標に至らなかった

実証期間終盤で実装したメモリ機能により、過去の会話やユーザー属性を踏まえたより個別性の高い会話が可能になった。今後も継続して効果を測る。

今後の事業活動について

今回の実証で得た知見を活かし、全ての女性が自身の「ありたい姿」を目指して自律的キャリア形成ができることを目指して、事業のさらなる磨き込みを行う。

■サービス改善

継続利用を促すため、通知の内容やタイミングの個別最適化、アプリのUI/UX改善を行う。

AIコーチ・ルミナとの会話体験向上のためのプロンプト改善も行う。

■他業種・他地域への展開

今回、女性活躍に意欲的な企業からの賛同を得ることができ、実証実験を実施できた。今後は他業種・他地域での展開も行い、様々な企業のニーズに応えられるようなサービス提案や価格設定を検討する。