

ものづくり訓練における女性受講率向上のための調査研究

【 調査研究概要 】

分野：職業能力開発の実践に必要な調査研究

担当室名：訓練技法開発室

1. はじめに

平成28年4月に策定された第10次職業能力開発基本計画において、生産性向上に向けた人材育成戦略として、個々人の特性やニーズに応じた職業能力開発の機会を提供し、一人ひとりの能力の底上げを図ることが望まれている。また、ものづくり産業における生産性向上に向けた取組みとして、女性の社会進出も極めて重要と考えられている。

このような中、職業能力開発の機会のひとつとして、公的職業訓練（以下「ハロートレーニング」という。）が挙げられ、国及び都道府県の公共職業能力開発施設で実施されるハロートレーニング（以下「ハロートレーニング（離職者訓練）」という。）においては、ものづくり訓練の受講者は圧倒的に男性が多く、ものづくり産業への女性の進出のためには、解決しなければならない課題が山積している。

これらの課題に対し、職業能力開発総合大学校整備センターでは、平成29年度からハロートレーニング（離職者訓練）における、ものづくり訓練の女性受講率を高め、製造業への女性進出を支援することを目的とした「ものづくり訓練における女性受講率向上のための調査研究」をおこなった。その調査研究の2年間の取組みについてまとめたので報告する。

2. 取組み概要

2. 1 女性求職者の現状

平成27年度ハロートレーニングにおける事務職や介護職などの非ものづくり訓練の受講者数は、22.0%が男性、78.0%が女性となっている。一方で、独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構（以下「機構」という。）がおこなっている、ものづくり訓練では、受講者の78.0%が男性、22.0%が女性であり、非ものづくり訓練とは、男女比が逆になっている（厚生労働省調べ）。

機構がおこなった平成28年度のものづくり訓練の分野別女性入所者割合では、住宅分野が最も多く、その女性割合は、49.4%となっている。つぎに、機械分野で24.4%となっている。これは、建築CADや機械CADによる設計等の女性に比較的人気のある訓練内容が含まれてい

るからである。しかしながら、その他の分野では、女性の割合が2割にも満たない状況となっている（機構調べ）。

本調査研究では、女性がものづくり産業へ進出する課題として、ものづくり産業に対する男性中心であるという固定観念が、大きな要因と推測し、ものづくりへの仕事やハロートレーニングに対する意識調査を実施した。その調査結果から見えた女性求職者がハロートレーニング（離職者訓練）のものづくり訓練を受講したくなる訴求項目を分析し、女性をターゲットとした効果的な広報及び募集活動の施行及び検証をおこなう。

3. 女性のものづくり訓練に対する意識調査

意識調査は、定量調査として、インターネットリサーチを全国の19歳から60歳までの女性2,120名を対象に実施し、調査票アンケートを全国47施設のハローワークの職業訓練相談窓口を訪れた女性求職者451名、全国のポリテクセンター61施設の訓練受講者1,769名におこなった。定性調査としては、ヒアリング調査を全国のポリテクセンター11施設、39名の訓練受講者及び訓練修了者におこなった。今回の調査から、インターネットリサーチでは、42.9%の女性が、機会があればハロートレーニングのものづくり訓練を受講してみたいと考えているが、ハローワークを訪れた求職活動中の女性では、興味・関心が20.2%に減少する。その理由としては、女性に不向きな仕事であるという、ものづくり産業に対する男性中心の固定観念など、ものづくりの仕事における女性活躍のイメージができていないことがわかった。

一方で、ものづくり訓練を受講している女性の就業経験では、「事務職」が62.1%と高く、専門領域が異なる非ものづくり職種が多い。これまで「ものづくり」に携わってはいなかったが、ものづくりに対して興味・関心が強い傾向があり、技能・技術を身につけ、やりがいの感じる仕事に就きたいという意思が強いことがわかった。

これらの調査から、女性求職者に対しての訴求項目は、ものづくりに対する敷居が高い（男

性仕事)イメージを払拭し、興味・関心が持てるようにすること。さらに、これまでの職業経験に関係なく、ハロートレーニング(離職者訓練)を受講することで、ものづくりの仕事で女性がやりがいを持って活躍できる姿がイメージできるような募集・広報活動が有効であると考えられる。

4. 女性をターゲットとした効果的な広報及び募集の試行及び検証

4. 1 募集・広報ツールの開発

図1に当センターで開発した女性求職者を意識したハロートレーニング(離職者訓練)のものづくり訓練用募集・広報ツールを示す。今回開発したのは下図の5つである。



図1 女性を意識したハロートレーニング(離職者訓練)のものづくり訓練用募集・広報ツール

開発したツールは、女性求職者に対するの訴求項目を考慮して、ハロートレーニング(離職者訓練)を修了し、ものづくり産業で活躍している女性をモデルとして起用している。これは女性脳の特徴として共感を重要視する傾向があり、同性かつ類似した境遇のリアルな姿や体験談などの言葉に女性求職者が共感し、ものづくりの仕事で活躍する自身の姿(将来ビジョン)が描き易くなると考えられる。そして、ものづくりに対する固定観念が払拭され、興味喚起することが期待できる。

また、非ものづくり職種の経験者には、ハロートレーニング(離職者訓練)のものづくり訓練のイメージがし難いため、訓練受講申請から就職まで(女性受講者の一日も含む)の流れやスキルアップ(技能・資格取得)などの訓練生活のビジョンも描き易いように工夫もおこなっている。さらに、これらのツールをより効果

的に広報できるように、チラシやイベント、POP付きカタログスタンドを活用し、女性求職者の気づきを意識した募集・広報活動も提案している。

4. 2 試行及び検証

女性をターゲットとした効果的な広報及び募集の試行をポリテクセンター新潟及びポリテクセンター松本の平成31年1月入所生募集に対しておこなった。試行期間は、募集期間の平成30年10月から約3ヶ月間である。これまで通りの施設の募集に加え、基盤整備センターが用意した募集・広報ツールを活用して募集をおこなった。

ポリテクセンター新潟1月入所者の女性受講率は、26.6%(前年度実績16.2%)であり、ポリテクセンター松本では、16.2%(前年度実績7.3%)となり、ともに前年度の実績を大きく上回っている。また、ポリテクセンター新潟における試行期間に実施された施設見学会の女性参加率が31.3%(前年度実績23.0%)とこちらも増加している結果となった。

検証は、ポリテクセンター新潟及びポリテクセンター松本の1月入所生へのアンケート調査及びポリテクセンターが所在する地域を所管するハローワークの職業訓練相談窓口相談員へのヒアリング調査をおこなった。

今回開発したポスター、リーフレットやカタログスタンドが男性求職者より女性求職者に色やデザインが好まれ、女性求職者を意識した気づきや興味喚起、さらに、必要な情報が揃っているとの評価を得ることができた。

また、ハローワークの職業訓練相談窓口職員のヒアリング調査から、所内待合室で動画の放映をした結果、相談待ちの間に映像を見ている求職者が多く、相談の中で動画の話が出ることが多かった。さらに、ものづくり訓練への相談件数が増えたとの評価が得られた。

5. まとめ

ハロートレーニング(離職者訓練)のものづくり訓練の女性受講率を高める目的として、女性をターゲットとした効果的な広報及び募集活動の取組みについて報告した。意識調査からものづくり訓練を受講したくなる訴求項目を分析し、その項目を満たす募集・広報ツールを開発して施行及び検証をおこなった。検証結果から女性受講率が向上し、開発したツールの効果が期待できる結果が得られた。

現在、今回開発されたツールを全国で活用できるように整備しており、基盤整備センターから情報発信する取組みをおこなっている。