

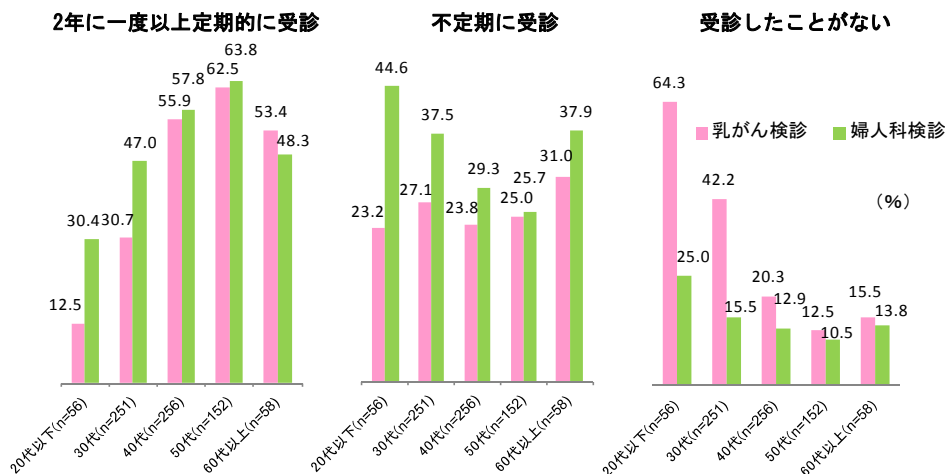
01 Woman's Trend

2年に一度の定期検診という国の指針は65%が知っているが・・・

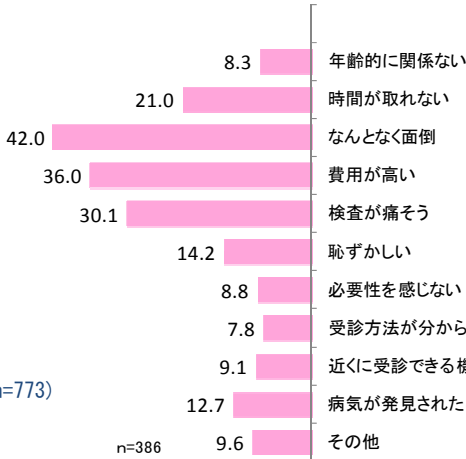
乳がん検診45.7%、婦人科検診52.8%が定期的に受診※

※見出しの数字は合計の比率

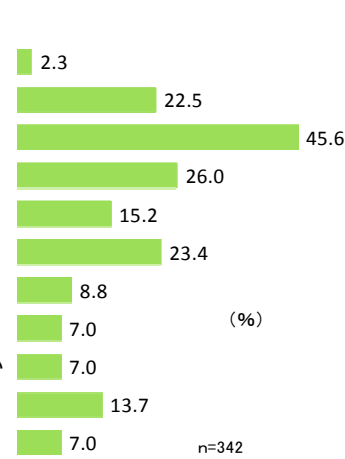
Q. 乳がん検診、婦人科検診の受診状況は？



Q. 乳がん検診を定期的に受けない理由



Q. 婦人科検診を定期的に受けない理由



2016. 3. 10～3. 13
女性を対象にWEB調査 (n=773)

がんは、もはや国民的疾患と言われているが、日本のがん検診受診率は諸外国の中でも最低水準。平成25年の国民生活基礎調査によると、女性のがん検診受診率は胃、肺、大腸に加えて乳がんと子宮頸がんの5つの受診率がいずれも3～4割。厚生労働省が受診率50%達成に向けて集中キャンペーンを毎年行っているが、なかなか上がらないようだ。

リビング読者の受診率は平均よりかなり高いと言える。不定期での受診も含めると、乳がん検診は7割近く、子宮頸がんは8割以上が受診していると回答した。特に40～50代は50%以上が両方とも定期的に受診していて、予防意識も高いようだ。

受診したことがないのが、20代以下を筆頭に各年代で乳がん検診のほうが多い。マンモが痛いという情報が流布しているのだろう。

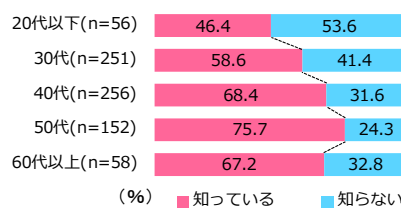
定期的な検診を受けない理由を聞くと、4割以上がなんとなく面倒、3割前後が費用が高

いと感じている。そして、やはり乳がん検診は痛そうだという理由を3割が挙げた。費用が高いという理由は、ほかの検診受診率の調査でも必ず2番目に上がってくるが、いまだ多くの自治体で無料券やクーポンを発行しているの、やはり面倒だというのが最大理由なんだと思う。

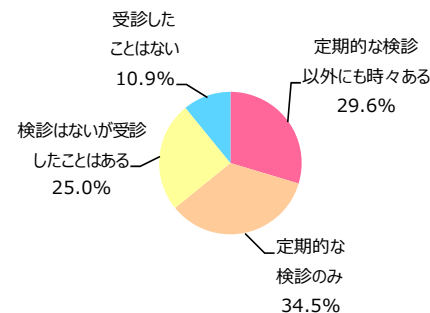
自治体から検診の案内が届くと受診しようという人は6割に上るし、2年に一度受診しようという指針も6割は知っている。残りの4割にどう重要性を理解してもらうかが、啓発のポイントになるだろう。

国の指針を知らないと答えた人は30代以下に多く、定期的な受診率も実際低い。この世代は、芸能人が婦人科の病気になったときや婦人科の病気を扱った番組や記事を見たときが大きなきっかけになるようなので、タイミングを計って記事で啓発することが効果的なのだろう。(所長/植田奈保子)

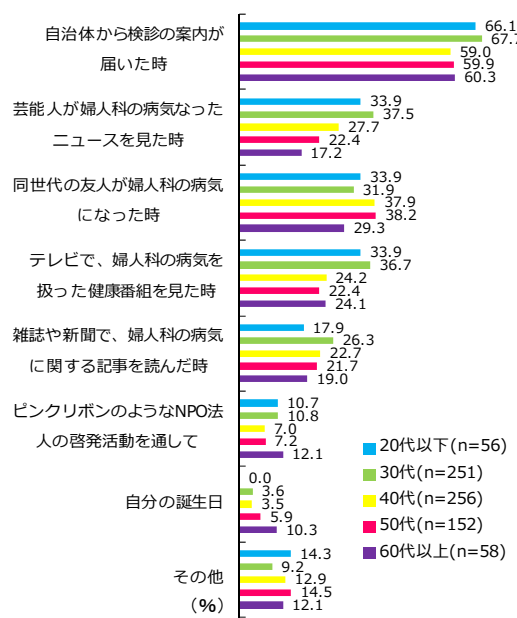
Q. 20歳以上の女性は2年に一度受診しようという国の指針を知っている？



Q. 婦人科の診察を受けたことはある？



Q. 忙しくても婦人科検診に行かなくちゃ、と思うのはどんなとき？



02 Woman's Data

【ワーキングママのキモチ】WEBへの誘導に効果的なメディアは？

近年確実に増えているワーキングママ。仕事と育児の両立で忙しい彼女たちの情報・メディア接触について調査した。情報接触後、ネットで見ると調べる頻度を聞いたところ、”すぐにまた後で見る”ことがある”が8割を超えるメディアが右表。いつでもどこでも検索可能なスマホが主流になったことで、フリーペーパー、交通広告が検索されやすいメディアになっている。

【情報源別ネットで見ると調べる頻度 上位項目】

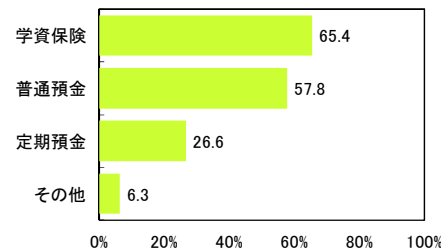
	すぐに見る・調べる ことがよくある + 時々ある	後で見ると調べる ことがよくある + 時々ある	(%)
インターネット サイト	64.1	27.7	
テレビ	49.3	32.8	
人との会話	44.6	48.2	
フリーペーパー	44.1	46.6	
交通広告	37.3	46.3	

2015. 12 リビングくらしHOW研究所調べ。未就学児を持つワーキングママメール会員へのWEB調査 (n=195)

【子育てママのキモチ】園児ママの3分の2が学資保険に加入

園児ママが準備している子どもの教育資金の種類は、「学資保険」が1位で65.4%、2位は「普通預金」(57.8%)、3位は「定期預金」(26.6%)。将来教育費がかかることを見越して、早くから準備している。また、約6割が子どもの教育資金について祖父母と話したことがあると回答。祖父母の教育資金への関与がうかがえる。

【子どもの教育資金用に準備しているもの】(n=552)



2015. 8 「あんふあん」調べ
全国の読者、WEB会員にWEBアンケート

03 Group Eyes

“リビング保育士紹介サービス”懇切丁寧に潜在保育士の就業を支援

2014年8月のオープン以来順調な求人情報の増加を続ける「リビングおしごとnet」では、今春新たに保育士を対象とした有料職業紹介事業を立ち上げる。

現在、深刻な状況が続く保育士不足を受け、全国で推定70万人と言われる潜在保育士の復職を支援し、保育士不足の解消を目指す。リビング新聞の読者、リビングWebのユーザーで保育士の有資格者は9%を超えているが、紹介事業者の中には求職者にも会わず、紹介先の保育園のことをよく知らないまま仕事を紹介するケースも多く、保育士が定着しない状況を招いている。結局のところ保育士不足の解消につながっていないのが実情だ。

「リビング保育士おしごと紹介サービス」は、現役、非現役を問わず、子供と地域に対する慈愛と貢献意識に富んだリビング保育士(仮称)を、一定の基準を満たした保育園(LS保育園、仮称)へ紹介する職業紹介事業だ。復職支援の講座や知識やスキル取得のた



リビング
おしごとnet

めのセミナー等も提供し、懇切丁寧なサービスの実現を目指す。あわせて年齢を問わず保育士は必要とされていること、40歳でも50歳でも社会で活躍できるチャンスは十分にあることを幅広く訴え、保育士不足の解消と一億総活躍社会実現に貢献。常に女性の活躍を応援してきたリビング新聞の新事業に注目してほしい。

(サンケイリビング新聞社CC室)