

<調査概要>

(1) 調査対象 (有効回答数)

- ①高校生 …県内高等学校の女子生徒 (804人)
- ②大学生 …県内大学の女子学生 (56人)
- ③一般女性…県内在住の20歳以上の女性 (1,000人)

(2) 調査方法

- ①郵送による紙面調査
- ②WEB上のフォームによるアンケート調査
- ③インターネットを活用したアンケート調査

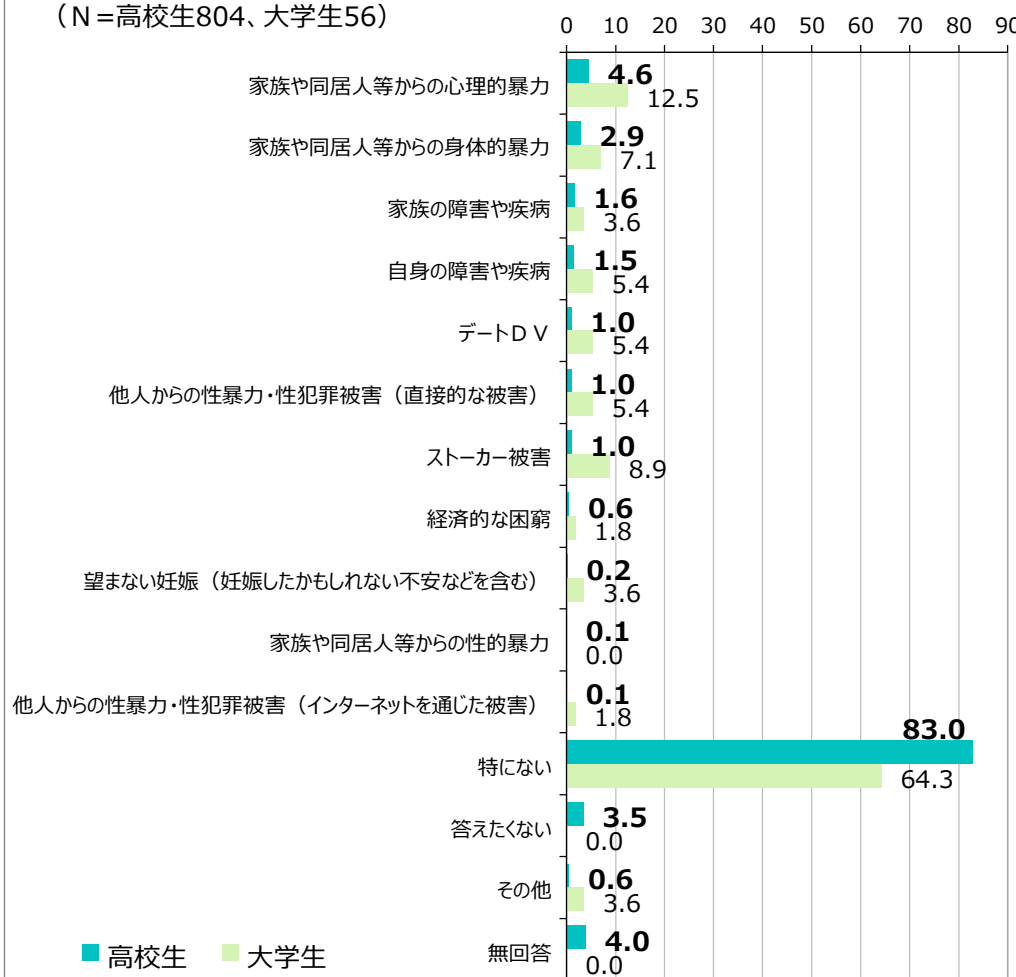
(3) 調査期間 令和5年7月10日～31日

\* 回答結果の割合はそれぞれ小数点以下第2位を四捨五入したものであるため、合計値が100%にならない場合がある。  
\* 大学生は有効回答数が少ないため参考値とする。

< I > 高校生及び大学生の調査結果概要

①これまでに抱えたことのある悩み (複数回答) (%)

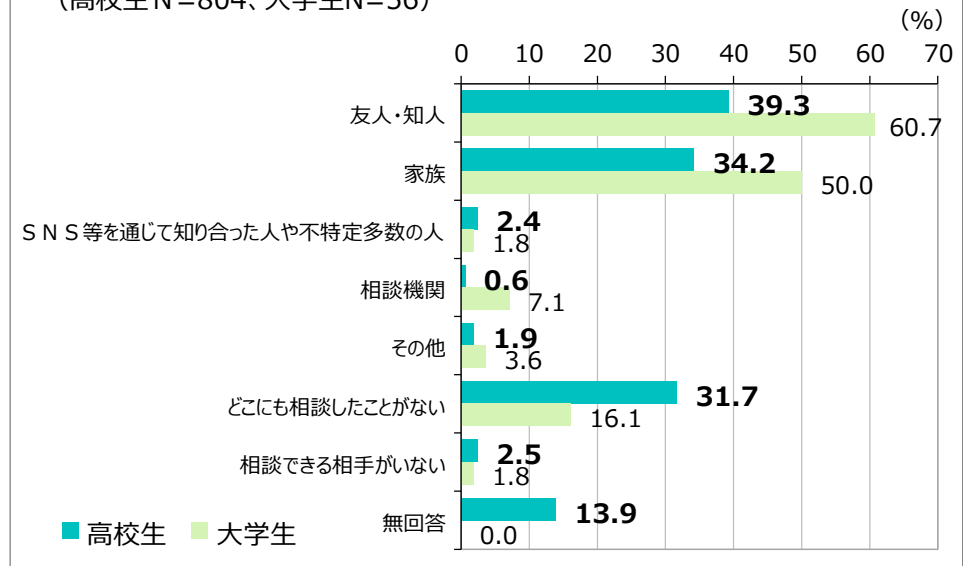
(N=高校生804、大学生56)



②どのような相談を受け付けているか知っている相談機関 (複数回答) (N=高校生804、大学生56)

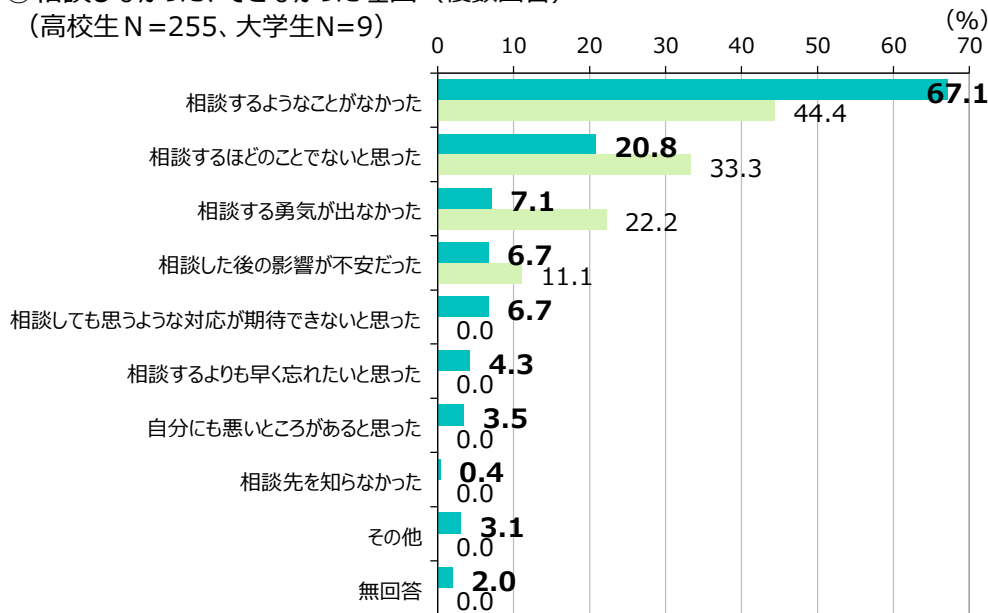
「どれも知らない」…高校生67.8%、大学生12.5%

③自分や周囲の悩みを誰に (どこに) 相談したか (高校生N=804、大学生N=56)



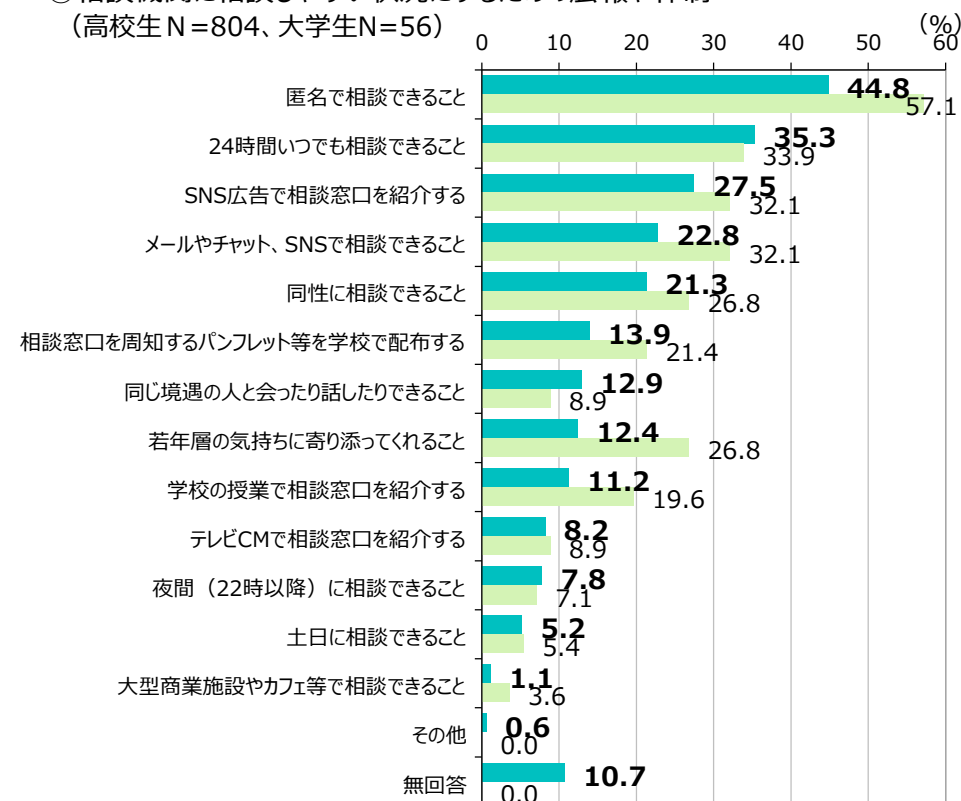
④相談しなかった、できなかった理由（複数回答）

（高校生 N=255、大学生 N=9）



⑤相談機関に相談しやすい状況にするための広報や体制

（高校生 N=804、大学生 N=56）

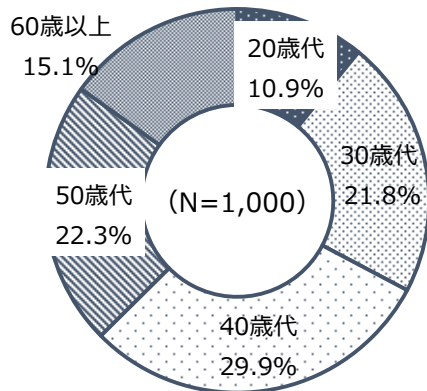


<高校生及び大学生の調査結果まとめ>

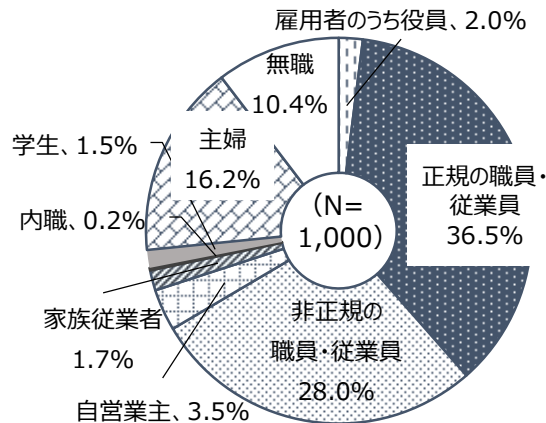
- 未成年者を含む女子学生・生徒が、家庭内での暴力や、性暴力など、深刻な人権侵害を受けている
- 相談機関については高校生の7割弱が認識していないことから、深刻な被害であっても一人で我慢したり、抱え込んだりしているケースが想定される
- 身近な相手に悩みを相談することはあるが、「どこにも相談したことがない」という回答も高校生で3割を超え、公的機関や専門機関に相談することは発想しづらいことがうかがえる
- 相談しなかった理由としては「相談するほどのことではないと思った」が多いが、どのような悩みについてそう感じたのかは、この調査では分析できない  
深刻な被害になる前に相談につながるためには、ちょっとしたことでも誰かを頼ったり、助けを求めて良いという社会の雰囲気醸成することが必要
- 相談機関に相談しやすい状況にするためには、相談方法では「匿名で相談できる」「24時間いつでも相談できる」「メール、チャット、SNS相談」のニーズが高く、広報の方法としては、「SNS広告」「学校での啓発物の配付」という回答が多い

〈Ⅱ〉一般女性の調査結果概要

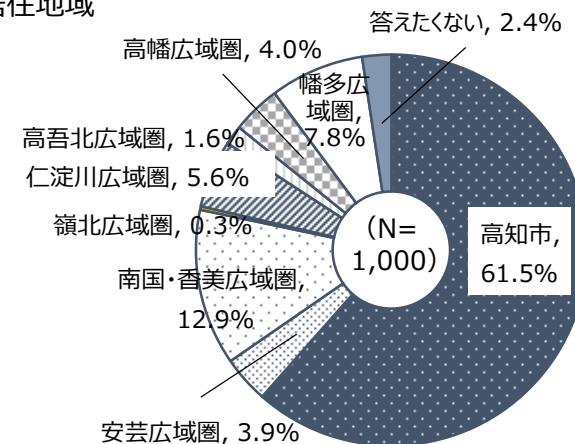
①年代



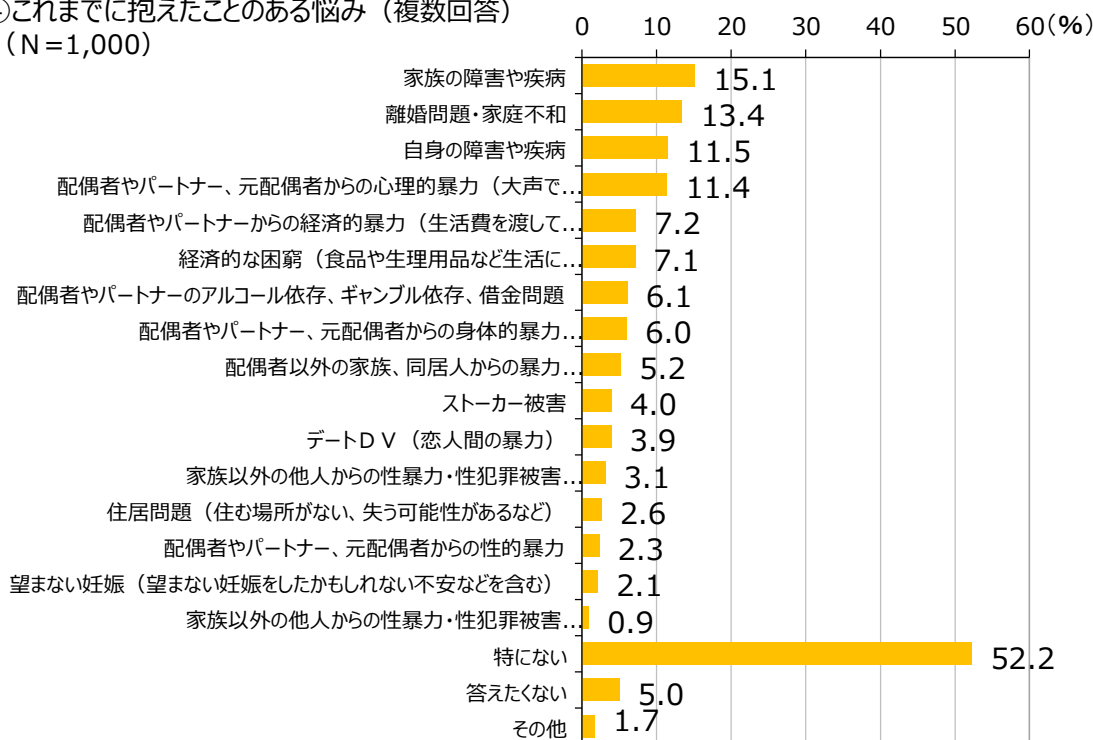
②就業上の地位



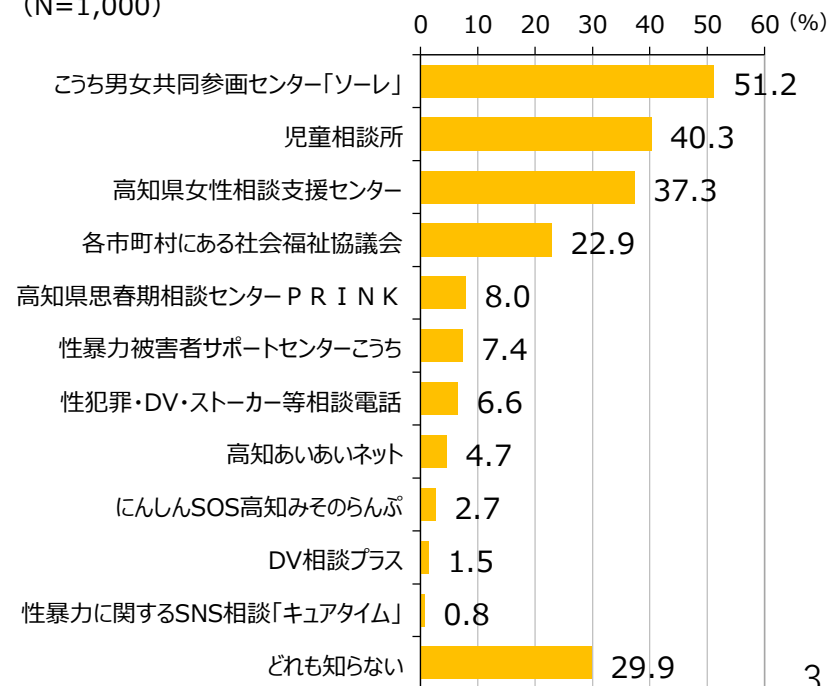
③居住地



④これまでに抱えたことのある悩み (複数回答) (N=1,000)

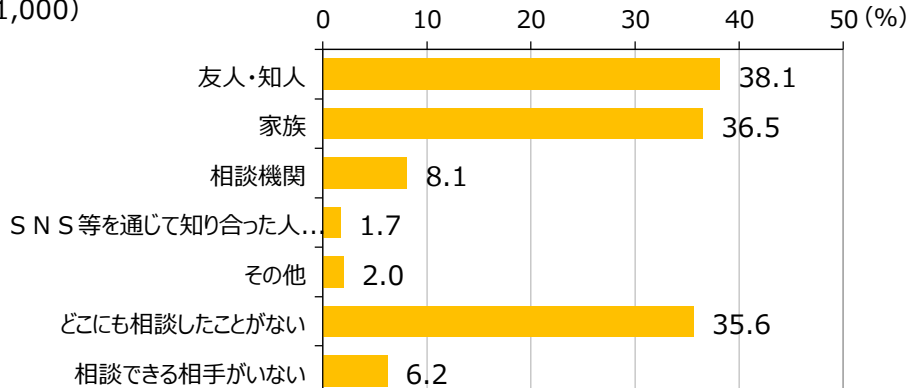


⑤どのような相談を受け付けているか知っている相談機関 (複数回答) (N=1,000)



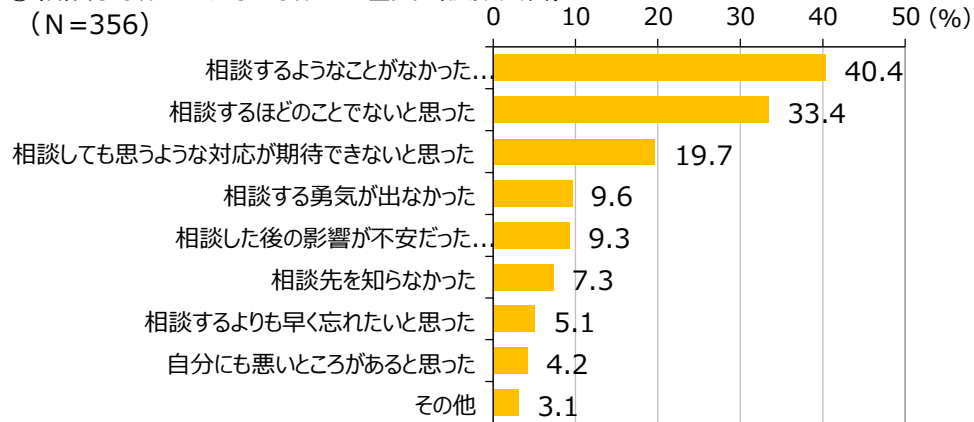
⑥自分や周囲の悩みを誰に（どこに）相談したか

(N=1,000)



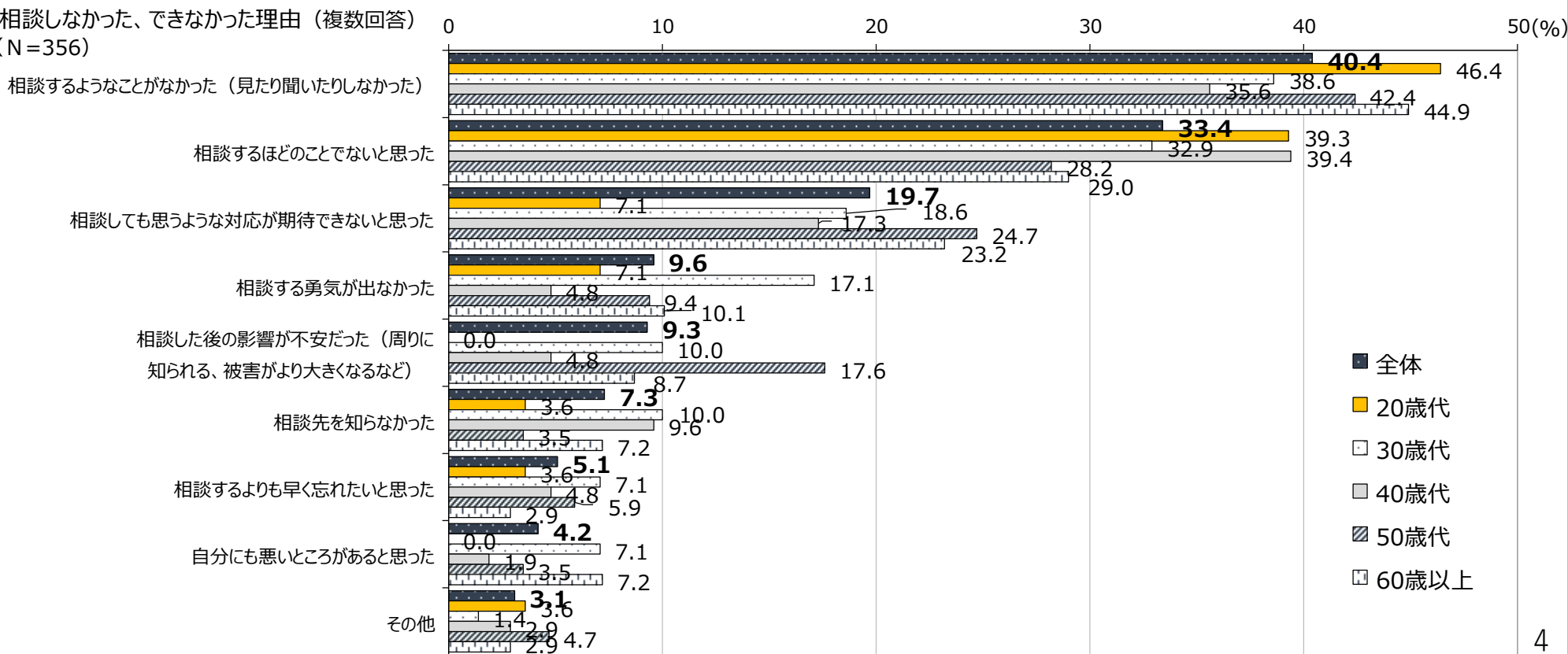
⑦相談しなかった、できなかった理由（複数回答）

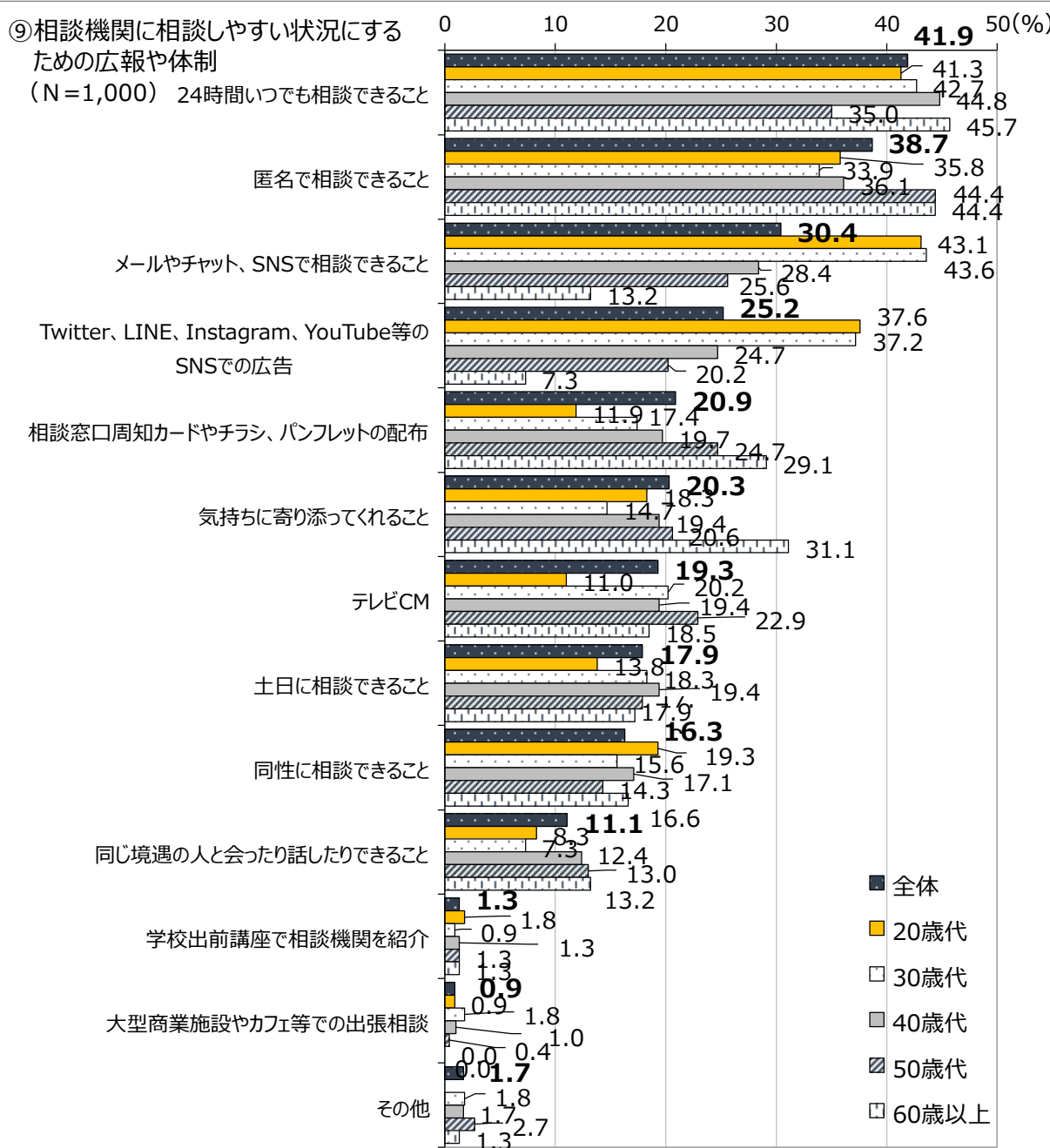
(N=356)



⑧相談しなかった、できなかった理由（複数回答）

(N=356)





- 〈一般女性の調査結果まとめ〉
- 約5割の方が「何らかの悩みを抱えたことがある」と回答し、その内容は、家族や自身の障害、離婚問題、心理的DVなど幅広い
  - 相談機関については、認知度が5割を超える施設もあるが、「どれも知らない」という回答も約3割
  - 相談した相手は、友人や家族が多く、「どこにも相談したことがない」という回答も35%
  - 相談しなかった理由としては「相談するほどのことではないと思った」が多いが、次いで「相談しても思うような対応が期待できないと思った」という回答が多く、行政への不信感がうかがえる
  - 相談機関に相談しやすい状況にするためには、全体で見ると、相談方法では「24時間いつでも相談できる」、「匿名で相談できる」、「メール、チャット、SNS相談」との回答が多い。広報の手段では、「メール、チャット、SNS相談」のニーズが高く、広報の方法としては、「SNS広告」「カードやチラシの配付」という回答が多い
  - 年代別に見ると、20歳代、30歳代では「メール、チャット、SNS相談」や「SNSでの広告」のニーズが高く、50歳代、60歳以上では「カードやチラシ、パンフレットの配布」が支持されている。年代に応じて、相談方法や広報の手法を検討することが効果的と言える