

(資料3)

対象者数について (統計的視点から)

今回は母数がある程度大きいことから、下記の計算式を用いて算出を行った。

この結果、統計的にある程度有意な結果とするために (誤差率10%以内)、回答数ベースで確実に96名以上となるよう、抽出数を500名とした。

【参考】母集団が大きい ( $N-n=N-1$ とできる) 場合

$$n \geq k^2 P(1-P) / (P-p)^2$$

$k=1.96$  (信頼度95%の場合)

$$P(1-P)=0.25$$

$n$  : 抽出数

$k$  : 信頼度95%の場合は1.96、99%の場合は2.58

$P$  : 母比率 → 通常未知

$p$  : 資料の比率 → 通常未知

$P-p$  : 誤差 → 通常5%以下とする

$P(1-P)$ は $P=0.5$ の時に最大値0.25をとるのでこれを使う

P-p (誤差)	n
0.10	96
0.09	119
0.08	150
0.07	196
0.06	267
0.05	384
0.04	600
0.03	1,067
0.02	2,401
0.01	9,604
0.001	960,400

平成15年度厚生労働科学研究費補助金（子ども家庭総合研究事業）  
分担研究報告書

両親の意識啓発・教育の具体策の検討

分担研究者 古井祐司 特定非営利活動法人メンタルブリッジ 理事長（東大病院客員研究員）

研究要旨

両親の意識啓発・教育につながる可能性がある具体的ツール・チャネルに対するニーズが把握された。次世代育成支援対策推進法でうたわれているインターネットの活用の可能性や両親の属性や状況に応じたツール・チャネルが把握された。

A. 研究目的

2年度は、小児科医など保健医療福祉スタッフの相談対応の現状・課題を把握した上で、相談事業及び相談体制のあり方について検討を行うが、1年度の研究結果より、両親の相談に対応するだけでなく、保健医療サービスの利用法や子どもの事故予防、育児に関する情報提供・教育（医療的な内容以外を含む）を両親に実施することが、結果として保健医療福祉スタッフの負担軽減につながる可能性が示されたことから、本研究では、両親への意識啓発・教育の具体策について、検討を加えることとした。

B. 研究方法

(1) 調査内容の検討

アンケート調査項目の検討を行い、アンケート調査票を作成した。

(2) 対象者

健康保険組合の健康セミナーに来場した被保険者・被扶養者の中の100名を対象とした。

(3) 調査方法

調査員によるアンケートの手渡し・回収による調査を実施した。

(4) 調査結果の集計・分析

アンケート調査結果に基づき、両親への意識啓発・教育の具体策について検討を加えた。

(倫理面への配慮)

調査結果の集計・分析にあたっては、個人情報を除くこととした。

C. 研究結果

はじめに、アンケート調査の項目を検討し、調査票を作成した（資料4参照）。

次に、実施したアンケート調査結果（資料5参照）より、両親の意識啓発・教育につながる可能性がある具体的ツール・チャネルに対するニーズが把握された。なお、アンケートは対象とした100名のうち96名が回答した。

○行政・医療機関のほか、両親・友人などの相談チャネルの利用割合が高いが、どこに相談して良いかわからないケースが多い。

○相談内容に合った窓口へアクセスできていないことが、不満につながっている可能性が示された。

○全体としては、顔を合せた個別相談（受診）にニーズが集中しており、1年度調査で有用

性が確認されたグループ相談やWeb・雑誌媒体などの活用促進（役割のPRを含む）が課題として整理された。

○次世代育成支援対策推進法でうたわれているインターネットの活用の可能性や状況・場面に応じたチャネルニーズが把握された。

#### D. 考察

##### (1) 相談窓口へのナビゲーション

本調査結果では、どこに相談して良いかがわからないケースが多かった。行政・医療機関といった公的機関や両親・友人などの相談チャネルの利用割合が高いことも、それを反映した結果かもしれない。

また、相談内容に合った窓口へアクセスできていないことが示唆されており、相談が必要となったケースごと（相談内容や症状、親の属性など）に、適切な相談窓口へのナビゲーションが必要である可能性が考えられる。

このような結果の背景には、近年の核家族化や女性の就業率の向上、地域における子育て支援機能の低下などの社会環境の変化により、世帯ごとに、また母親・父親の個別で子育てを遂行していくことが難しいことが挙げられる。

##### (2) 両親の意識啓発・教育の具体策

本調査結果では、発熱時・嘔吐時、お腹の痛みの時、頭を強打した時は顔を合せた個別相談（受診）というチャネルニーズが高く、誤飲した時、薬のことは電話相談のチャネルニーズが高く、ワクチン接種のことはWeb上の個別相談ニーズ、夜寝ないことはグループ相談のニーズが高かった。

このように、ケースごとに相談のチャネルニーズが異なっており、的確な相談へのナビゲーションツールが重要と考えられる。全般的に、顔を合せた個別相談（受診）というチャネルニーズが最も高く、医療機関だけに負担が集中するのを改善するためには、行政、NPOはじめ複

数の相談窓口が利用者のニーズに合って利用されることが最も望ましいと考えられる。

1年度より実施している、本研究で活用しているグループ形式の相談会は、子育て相談事業のモデル的な事業スキームとなる可能性が示されているが、利用した方でないとその必要性や意義がわかりにくことが課題である。

3年度の小児科医など保健医療福祉スタッフの具体的支援策の検討では、両親の相談をナビゲート（例えば、相談内容別に医療機関から関連機関へふる、あるいは両親のニーズに合った相談機関を紹介するなど）できるマニュアル・パンフレットなどが有効である可能性がある。

なお、本調査の対象者については、健康保険組合の健康セミナーに来場した被保険者・被扶養者中の100名となっており、元々、健康に対する興味などが高い可能性があるなど、結果の分析にあたっては考慮が必要と考えられる。

#### E. 結論

両親の意識啓発・教育につながる可能性がある具体的ツール・チャネルに対するニーズが把握された。次世代育成支援対策推進法でうたわれているインターネットの活用の可能性や両親の属性や状況に応じたツール・チャネルが把握された。

#### F. 健康危険情報

特に関連性を有しない。

#### G. 研究発表

なし。

#### H. 知的財産権の出願・登録状況

なし。

(資料4)

子育てに関するアンケート調査

性別	1 女性	2 男性			
年齢	1 ~25歳	2 26~30歳	3 31~35歳	4 36~40歳	5 41歳~
勤務形態	1 事務職	2 技術職・専門職	3 その他 ( )		

I 子どもとの触れあい

- 1 家庭にいる    2 親戚や友人の子どもとよく会う    3 ほとんど触れる機会はない

▶ I-1 子どもの年齢 →  歳

▶ I-2 子育て相談で利用したことがある窓口など

- |             |              |                  |
|-------------|--------------|------------------|
| 1 市町村の窓口    | 2 保健所・保健センター | 3 児童館など子育て支援センター |
| 4 医療機関（小児科） | 5 医療機関（産婦人科） | 6 電話相談           |
| 7 メール相談     | 8 両親・親戚      | 9 友人・知人          |
| 10 その他 ( )  |              |                  |

▶ I-3 相談で困ったこと

- 1 どこで誰に相談したら良いかがわからなかった
- 2 どのように相談してよいか（説明のしかた）がわからなかった
- 3 こんなことを相談したら恥ずかしい（怒られてしまう）と思い相談できなかった
- 4 納得いく答えが得られなかった
- 5 内容が難しく理解できなかった
- 6 その他 ( )

II 子どもに関する相談をどのように受けたいか

(場面別の相談方法・相談対応者)

	相談方法	対応者
1 発熱時・嘔吐時	( )	( )
2 お腹の痛みの時	( )	( )
3 頭を強打した時	( )	( )
4 誤飲した時	( )	( )
5 薬のこと	( )	( )
6 ワクチン接種のこと	( )	( )
7 発育のこと	( )	( )
8 夜寝ないこと	( )	( )
9 食事のこと	( )	( )
10 その他 ( )	( )	( )

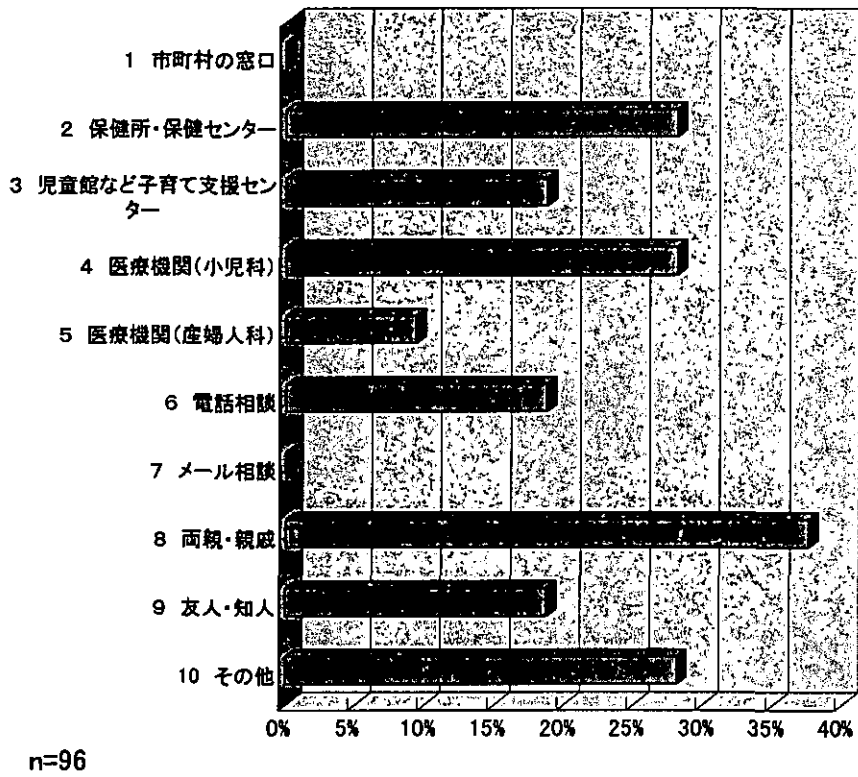
- ①顔を合せた個別相談（受診）
- ②電話での個別相談
- ③Web上の個別相談
- ④グループ相談
- ⑤セミナー
- ⑥子育て雑誌・参考書
- ⑦その他 ( )

- ①家族
- ②友人・知人
- ③先輩ママ・パパ
- ④保育士
- ④保健師・看護師
- ⑤医師
- ⑥その他 ( )

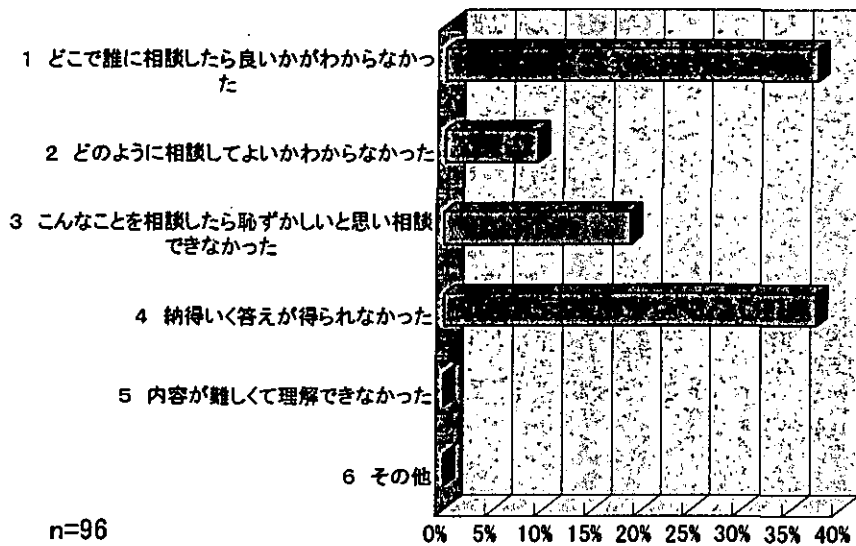
(資料5)

### 主なアンケート調査結果

子育て相談で利用したことがある窓口など

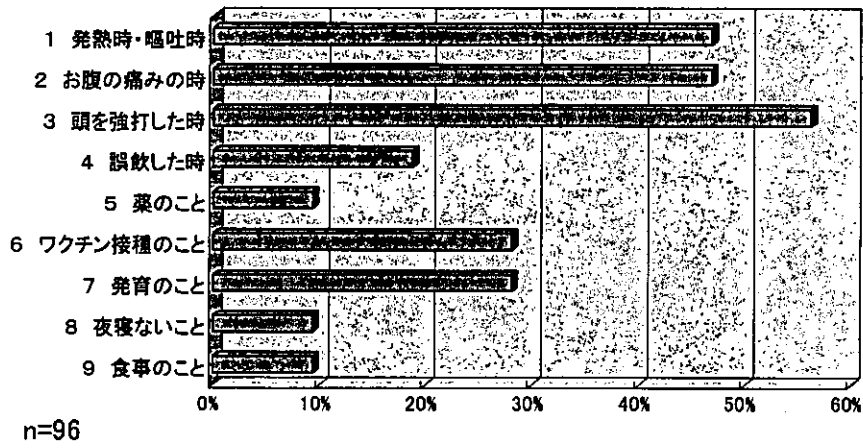


相談で困ったこと

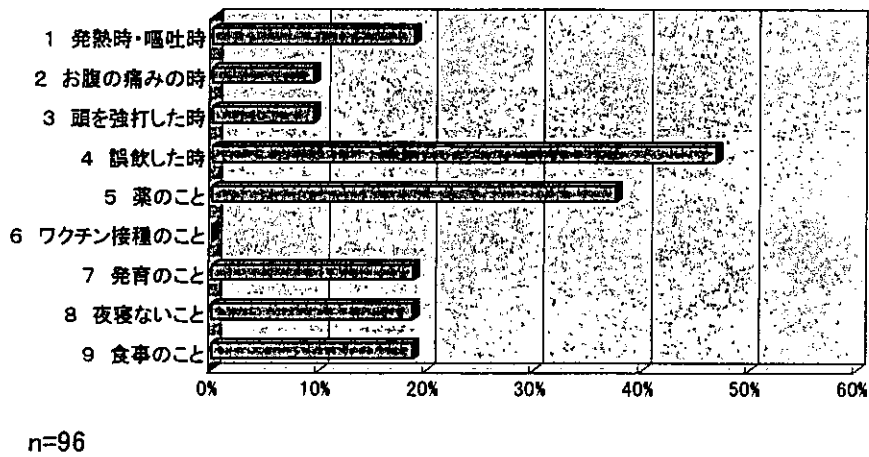


子どもに関する相談をどのように受けたいか

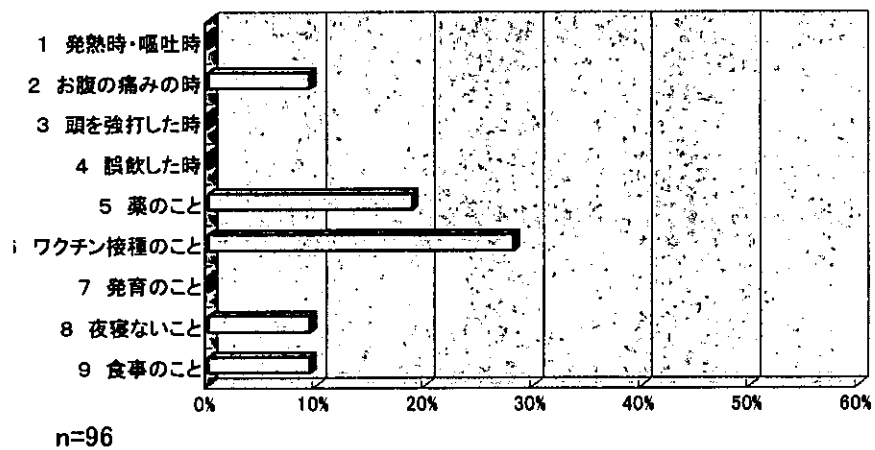
①顔を合せた個別相談（受診）



②電話での個別相談



③Web上の個別相談



④グループ相談

