

SNS
産業カウンセリング
部会

検討テーマの視点

- 1 産業界におけるSNS産業カウンセリングの将来を踏まえた活用の姿
- 2 お客様向け「SNSカウンセリング制度の活用について」PR用力タログ
- 3 事業者向け、業界としての企業・団体向け導入マニュアル(SNSカウンセリング事業者の遵守事項を含む)

テーマ1

産業界における

SNS産業カウンセリングの

将来を踏まえた活用の姿

十数人が3チームに分かれて検討した結果ですが、昼間の時間で今回のシンポジウムに出られない方が多いので、福井と山田さんでそれぞれのチームの検討結果を代わりに報告させていただきます。東京家政大学/東京家政大学大学院 教授 福井 至

**活用の姿は以下の3つに分けて考
えました**

- 1 どのような相談内容に活用されるか。
- 2 業種別ではどのような活用が考えられ
るか。
- 3 企業規模別ではどのような活用が予測
されるか。

1

どのような相談内容に 活用されるか。

プロフェッショナル心理カウンセラー
SNSカウンセラー
斎藤 千佳

プロフェッショナル心理カウンセラー
産業カウンセラー
佐藤 由理

産業カウンセラー
SNSカウンセラー
松林 千草

日本産業カウンセラー協会の相談状況を参考にして問題別に考えてみると

職場の問題は、仕事そのものと、職場の人間関係の相談内容が主である。

キャリアカウンセリングは、ライフキャリアとキャリア・プランニング、転職・退職の相談内容となる。

自分についての相談は、生き方と、自分の性格についてとなる。

メンタル不調や病気については、うつ病が最も多くなる。

家庭問題は、夫婦関係と親子関係が相談内容としては半々程度であった。

相談内容のまとめ

- 日本産業カウンセラー協会の相談状況からみると、企業契約の場合もそうでない場合も、相談内容には大きな違いはなく、ワークとライフどちらの相談にも活用されると考えられる。
- ワークにおいては、職場の人間関係についての悩みと、仕事の適性についての悩み、およびキャリアプランについての悩みが主たる相談内容になると予測される。
- ライフにおいては、家族の問題、自分の性格の問題、メンタル不調を含む健康問題が主たる相談内容になると予測される。

2 業種別では どのような活用が 考えられるか。

公認心理師 SNSカウンセラー
小林 久美子

産業カウンセラー
寺石 和夫

臨床心理士 SNSカウンセラー
© 原田 進

	新人の特徴	中堅の特徴	熟練者の特徴	全般の特徴	SNSカウンセリングをどう活かせるか
農業、林業	自然相手の仕事で精神面と技術面は徒弟制度で身体で覚える	中途半端な管理技術で無茶な使い方で新人をつぶす傾向にある	中年期になれば家庭人、社会人として様々なトラブルが生じる	荒っぽいガサツな世界だが、厳しい自然が相手で、心理的葛藤やいじめは少ない。	孤立した若者を(弟子)を勇気づける。若い人に仕事の意義と誇りを、思い出させて成長目標を確認させる。中年以降はネットを駆使する率が少ないのでむしろ若者対象になるかもしれない
漁業					
鉱業					
建設業	技術修得で徒弟制度に近く一人前になるまで結構ひどく扱われる	伸びる人と成長が止る人がはっきりする。管理知識と能力の欠如。	技術革新の早さで修得した技能が脅かされる。家庭人として様々なトラブルが生じる	技術で立つ仕事だが、ホワイトカラーマネジメントはどの業種も同じ悩みを抱える。	隔離された現場で一人苦しむ若者の支援。技術一辺倒できた中年期危機(仕事と家庭と健康の両立)の生活の指導。
製造業					
電気・ガス・水道					
情報通信	最新技術修得に無我夢中	酷使され技術変革で若手の追い上げが厳しい	獲得した技能の衰退が早い	一人作業が多く孤立しがち	新任管理職に、これまで習得してきた技能以外の、人事管理や企業運営などの助言指導

●洋上に長くいる漁業や海運業および、砂防ダム建設や水力発電所および、鉱山や林業など、へき地業務の方にSNSカウンセリングは活用されると考えられる。

新人の特徴	中堅の特徴	熟練者の特徴	全般の特徴	SNSカウンセリングをどう活かせるか	
運輸、郵便					
卸売、小売					
金融、保険					
不動産					
研究、専門技術	研究に無我夢中。技術ハラスメント	技術変革で若手の追い上げ	獲得した技能の衰退が早い	個性が強く協働が苦手で孤立しがち	研究の社会的意義と発達障害系の管理者に技能以外の人事管理や企業運営のきめ細かなタイムリーな助言指導
宿泊、飲食	客商売の一部を担いながら顧客満足サービスを身体で覚える	マネージャーになつたら客と上司の間で苦悩する。部下に振ってしまう上司も多い。	はっきりとした技能がない中で管理能力と人柄を問われる。外れたら肩たたきにあう	客商売は雑多な価値感に振り回される。管理者になるとどの業種も中年で同じ問題を抱える。	顧客ニーズと企業利益の葛藤が現場の新人を直撃する。孤立した若者の精神的支援と指導が重要になる。客に振り回されてきた管理者の中年期危機(仕事と家庭と健康の両立)のアイデンティティ再体制化と生活の指導が必要。
生活関連サービス					
教育 学習支援					

●営業はもともとストレスが高く、管理職になると新たな管理業務も覚えなければならず、ブレイング・マネージャーで疲弊するので、コーチングのようなSNSカウンセリングの活用が考えられる。

	新人の特徴	中堅の特徴	熟練者の特徴	全般の特徴	SNSカウンセリングをどう活かせるか
医療、福祉	専門教育を受け、使命感がある	医者がトップという動かしがたいヒエラルキーに悩む	技能や資格やキャリアの壁にぶつかる。体力の限界も感じる。管理に向かない人が明確化される	独立が難しい上に管理者までいける人は限られる。減点主義環境の中で業務が受動的になり保守的になる。	医療福祉の社会的意義と、ヒエラルキー内の組織と身の処しかたや、より高度な技術修得の助言指導を行う必要がある。
複合サービス	高い教育を受け理想が高い人と、安定志向の人人がいる	組織の壁にぶつかりながら組織人として固まる			見失いがちな仕事の社会的意義や、お役所というヒエラルキー内の組織と身の処しかたを助言指導する必要がある。
公務					
求職者	やりたいことが見つかっていない	壁にぶつかるたびに自分の仕事に対する疑問が生じる		適職が見つかった人との差が大きい	仕事の意義や適性指導などのきめ細かな助言指導、励ましと勇気づけが必要。

● 医療・福祉では早期離職問題に活用できるかもしれない。また、求職者には各種就労支援サービスにつなぐといった活用が考えられる。さらに、業種別ではないが、ニート・引きこもりのカウンセリングでも活用されると考えられる。

業種別でSNSのニーズを探ってみたが…

それぞれの業種が時代の構造改革と技術変革の影響を受け、新たな種類の違ったストレスに曝されている。こうやって眺めると業種に関わらずどの世界にも心理援助・指導を必要としている労働者はいる。

SNSを電話やメールの次に来る新たな伝達手段と考えるならば全ての業種にSNSを効果的に活用する工夫と働きかけを、SNSカウンセラーのほうからすべきだ。

業種別よりもむしろ、世代別、キャリアステージ別の方がわかりやすいのでは？

若者…社会人になるための多くの課題。仕事の価値意識がまだない。仕事に慣れるまでの重なるストレスとSNSとの親和性から一番重視すべき対象。

中堅…仕事には慣れつつあるが後輩を指導するまで習熟していない。顧客と上司と現場(若者)の葛藤で神経をすり減らす。リーダーシップを理解しないと部下も自分もつぶす。

熟練者と管理職…半生かけて修得した技術が古くなり親方としての立場が難しくなる。管理職の数は限られているので競争が激化する上に技術者が管理職に移るのは難しい。アイデンティティの再体制化。

キャリアステージ(世代別)で考えてみた

キャリアステージ エドガー・H・シャイン(Edgar H. Schein)

第1段階:
成長、空想と探索をする

第2段階:
教育と訓練を受ける

第3段階:
仕事生活に入る

第4段階:
基礎訓練を受け、組織になじむ
(社会化をくぐる)

第5段階:
一人前の成員として認め

第6段階:
終身雇用権(テニュア)を獲得し、
長く成員でいられるようになる

第7段階:
キャリアなかばの危機に自分を再評価する

第8段階:
勢いを維持する、回復する、あるいはピークを超える

第9段階:
仕事から引き始める

第10段階:
退職する

新人

中堅

ベテラン

シニア

共通の課題

子供から社会人への戸惑いと混乱

援助目標

励ましと癒しと社会人、職業人としての情報提供
仕事の本当の価値の再確認

共通の課題

後輩指導やリーダーシップの困難 上と下との板挟み経験

援助目標

励ましと癒しとリーダーシップを通じて管理技術の助言指導。コミュニケーションスキルの助言指導

共通の課題

キャリア危機 中年期危機(家庭人) 管理者への入口

援助目標

励ましと癒しと人生の壁に際して、広く大きく長い視点での心理援助と助言指導

共通の課題

様々な限界を感じつつも人生100年時代に向って仕事を続ける

援助目標

励ましと癒しと、よりよくキャリアをつなぐための助言指導

SNSはどの層に対してもきめ細かく個別的にスピーディに支援できる。SNSをサブ伝達システムではなくメインツールとするならば、ビジネスコーチング寄りのLINEバーションと考えてもいいのかもしれない。

まとめ：産業領域におけるSNS活用二つの方向性

「敷居が低い」というSNSの利点はあまりにも大きい。若年層の重要な伝達チャンネルになりつつあることから、我々はSNSを産業領域においても有効に使いこなしていく必要がある。方向性としては次の2つがあると考えられる。どちらもSNSは「敷居が低い→気軽に利用される→心理相談が企業社会に浸透する」という重要な役割を果すに違いない。

1. SNSを前面に押し出して新サービスブランド化する

SNSのメリットを全面に押し出して、新たな心理援助・心理教育・キャリア教育に使っていく。現在、行われているアセスメントを核とした、広くて深く連続した同時相互作用重視の心理援助ではなく、例えば離職防止といった目的を絞つての、コーチングのようなサービスになる。

2.これまで行われている心理援助 にSNSを目玉として組み込む

現在行われている企業内外の心理援助(例えばEAP)に
もっと気軽に心理相談を利用できるようにコミュニケーションツールの目玉としてSNSを組み込んで活性化する。多くの企業がEAPを導入した当初は、なかなか有効に活用されていないので、不満と不安を抱えている。

3 企業規模別では どのような活用があるか

厚生労働省の労働安全衛生調査等より、事業所規模等による特徴を分析、
SNSカウンセリングの活用について検討。

産業カウンセラー
キャリアコンサルタント

筒井 秀敏

産業カウンセラー
キャリアコンサルタント

野田 三貴子

産業カウンセラー

山田 裕之

メンタルヘルス取組に事業所規模での大きな差 (100人以上は100%、50人未満は60%以下)

メンタルヘルスに関する取り組みの実施率は100人以上の事業所は**100%**に近いが、**50人未満**の事業所では**50~60%**。

50人未満では産業医、衛生管理者の選任、衛生委員会の設置が義務付けられていない。換言すれば、メンタルヘルスの取り組みの**リソースが不足**。

→中小事業所さま向けにSNSを活用したメンタルヘルス支援ができるのでは？

区分	メンタルヘルス対策に取り組んでいる事業所計 1)
平成30年 (事業所規模)	[59.2] 100.0
1,000人以上	[99.7] 100.0
500 ~ 999人	[99.2] 100.0
300 ~ 499人	[99.6] 100.0
100 ~ 299人	[97.7] 100.0
50 ~ 99人	[86.0] 100.0
30 ~ 49人	[63.5] 100.0
10 ~ 29人	[51.6] 100.0
(再掲) 50人以上	[90.7] 100.0
平成29年	[58.4] 100.0

中小事業所ではメンタルヘルス相談体制 が未整備

- ・大規模事業所ほどメンタルヘルスの相談体制が整備されているが、事業所規模が小さくなるほど、その割合は減少、100人未満では半数以下である。

→中小事業所さま向けにSNSを活用した相談支援がご提案できるのではないか

区分	メンタルヘルス対策の取組内容（複数回答）								
	健康診断後の保健指導におけるメンタルヘルス対策の実施	労働者のストレスの状況などについて調査票を用いて調査（ストレスチェック）	職場復帰における支援（職場復帰支援プログラムの策定を含む）	メンタルヘルス対策に関する事業所内での相談体制の整備	地域産業保健センター（地域窓口）を活用したメンタルヘルス対策の実施	産業保健総合支援センターを活用したメンタルヘルス対策の実施	医療機関を活用したメンタルヘルス対策の実施	他の外部機関を活用したメンタルヘルス対策の実施（2）	その他
平成30年 (事業所規模)	36.3	62.9	22.5	42.5	5.1	4.4	16.6	15.4	3.4
1,000人以上	59.1	99.8	83.9	91.1	4.8	5.1	29.2	40.3	3.1
500～999人	54.5	98.5	67.4	79.2	6.4	6.1	30.4	33.6	2.5
300～499人	46.0	97.9	61.2	71.6	4.5	8.1	28.5	29.1	3.5
100～299人	43.0	95.8	30.6	52.6	3.6	3.5	23.8	21.8	1.7
50～99人	39.3	86.9	23.6	44.5	2.9	5.4	24.3	16.6	1.2
30～49人	35.7	55.2	25.4	45.0	6.7	4.8	16.0	14.3	3.0
10～29人	34.5	54.3	19.0	39.0	5.4	4.1	13.7	14.0	4.3
(再掲) 50人以上	41.5	90.9	29.7	50.1	3.3	4.9	24.6	19.8	1.5
平成29年	34.8	64.3	18.9	39.4	4.8	4.0	12.6	14.3	4.6

ストレスの相談先は上司・同僚か家族・友人がほとんど 事業所規模により専門家への相談割合が増加

- ストレスの相談ができる人がいるのは92%、実際に相談した人は84%
- 相談先は家族・友人が82%、上司・同僚が71%、カウンセラー等は1%
- 相談結果30%は解決、60%は解決しないが気分が楽に。10%は未解決or不明
→相談すれば90%は効果を感じている
- 事業所規模が大きくなると産業医、保健師看護師、カウンセラーの相談割合が増。
→中小事業所は産業医、保健師に相談できない。

企業規模に関わらず相談できない人向けにSNSは有効ではないか

厚労省調査 事業所規模	ストレスの相談 できる人がい る	実際に相談し た	(相談先) 上司 同僚	(相談先) 家族 友人	(相談先) 産業医	(相談先) 保健師 看護師	(相談先) カウンセラー等	(結果) 解消	(結果) 解消× 気分楽○	(結果) 解消× 気分樂× 不明
10-29人	89.5%	80.7%	70.3%	82.3%	0.9%	0.8%	0.6%	34.5%	55.8%	9.6%
30-49人	91.1%	84.5%	73.1%	82.5%	0.8%	2.9%	1.0%	30.5%	58.7%	10.8%
50-99人	93.2%	88.5%	71.7%	80.1%	2.5%	1.6%	0.5%	28.1%	62.8%	9.1%
100-299 人	93.8%	85.9%	70.9%	83.5%	3.7%	1.2%	1.3%	31.0%	61.1%	7.9%
300-499 人	92.5%	88.9%	67.6%	81.0%	4.3%	5.3%	0.8%	27.2%	66.0%	6.8%
500-999 人	89.9%	85.4%	74.6%	71.3%	6.6%	6.8%	1.6%	26.3%	55.7%	18.0%
1000人～	94.9%	80.4%	68.8%	83.4%	6.9%	8.3%	3.9%	31.8%	60.5%	7.7%
	91.8%	84.2%	71.0%	81.7%	2.7%	2.4%	1.1%	31.1%	59.4%	9.5%

新規就職者の3年目まで離職率は中小ほど深刻

(厚労省 新規学卒者の事業所規模別離職状況より)



企業規模100人未満では平均を上回っている。

→SNS世代の離職は中小ほど深刻、SNSで離職に歯止めの相談支援ができないか

学歴	3年目まで 離職率 【全体】	5人 未満	5～ 29人	30～ 99人	100～ 499人	500～ 999人	1000人 以上
大学	32.0%	57.7%	49.7%	39.3%	32.2%	29.6%	25.0%
短大等	42.0%	58.2%	49.1%	44.8%	39.9%	35.3%	33.6%
高校	39.2%	64.9%	55.4%	46.0%	37.6%	33.1%	26.0%
中学	62.4%	75.8%	76.0%	67.0%	67.8%	72.2%	21.3%

(参考H30雇用動向調査)

区分	離職率
一般労働者	11.3%
男	9.8%
女	14.2%
パート	23.6%
男	31.2%
女	20.9%
常用者	14.6%

50人以下の事業所ではメンタルヘルス体制が厳しい。特にSNS世代の離職率は高い。

SNSを活用した相談支援がメンタルヘルス対策の充実・離職防止につながるのではないか。