

経済産業省 令和4年度 「フェムテック等サポートサービス実証事業」 成果報告資料



Presentation by PwC
2023/03/31

目次

1. 実証事業の実施実績	・・・ P3
2. 実証事業の成果報告資料	・・・ P8
3. 実証事業結果を踏まえた考察と今後の展望	・・・ P488
Appendix	
・成果報告会資料 ～パネルディスカッション 『企業や自治体でのさらなるフェムテックサービスの活用に向けて』	・・・ P507
・共通指標集計結果	・・・ P535
・フェムテック等サポートサービスユーザーインタビュー	・・・ P571

1

実証事業の実施実績

令和3・4年度フェムテック等サポートサービス実証事業実績

- 令和3・4年度で計39の実証事業者を採択し、実証事業を行った。

令和3年度実証事業一覧

#	事業名	代表団体名	事業テーマ						
			月経・PMS	妊娠・不妊	産後ケア	更年期	婦人科疾患	ヘルスリテラシー	その他
01	働く女性が乳がんを経験しても変わらず働くことのできる場所の提供・雇用と、価格・着け心地共にストレスフリーな国産パッド開発	アポワールインターナショナル株式会社					●		
02	大企業および中小企業の従業員を対象としたライフステージを支える企業内助産師の有用性検証事業	株式会社With Midwife	●	●	●	●	●	●	
03	潜在助産師を活用した、地方における育児期の女性の職場復帰を支援するオンライン相談事業:「The CARE for Community」実証実験	株式会社With Midwife		●	●				
04	女性の意思決定支援サービスの構築およびライフデザインにまつわる社会環境整備に向けた実証事業	一般財団法人ウェルネスサポートLab	●	●	●	●	●	●	
05	不妊治療患者を対象にした遠隔医療スキームの確立、および、不妊治療啓発の動画コンテンツ作成	vivola株式会社		●					
06	働く女性の健康に対するオンライン支援プログラムの効果検証	株式会社Kids Public	●	●	●	●	●		
07	産婦人科による働く女性の健康やライフイベントに伴う悩みや不安に関するオンライン相談事業	医療法人葵鐘会	●	●	●	●	●	●	●
08	法人向けオンライン女性健康相談サービス「フェムラインかごしま」実証事業	社会医療法人博愛会 相良病院	●			●	●		●
09	生理用品の計量管理による生理周期の把握とデータを活用した健康課題の解決	シャープ株式会社	●					●	
10	働く更年期女性がキャリアをあきらめないためのヘルスリテラシー向上・相談窓口事業	株式会社ジョコネ。				●		●	
11	生命をつなぐ 世代をつなぐ 医療をつなぐ診療支援システム開発	株式会社シンフォニア		●					
12	妊活・不妊治療と仕事の両立を支援する妊活サポート事業	株式会社ステルラ		●					
13	更年期ケアの重要性を可視化し、社会へ啓蒙@渋谷区@神戸市 自治体連携	株式会社TRULY				●		●	
14	女性のライフプランとキャリアの両立支援事業	株式会社ninpath		●					
15	個人・企業のヘルスリテラシー向上と日本の8割の雇用を支えるローカル経済圏でのフェムテック普及展開の仕組みの構築に向けた実証事業	株式会社陽と人	●	●	●	●	●	●	
16	自治体と連携した 1. 妊活・不妊治療の当事者向けサポート 2. 妊活・不妊治療を支える周囲のサポート啓蒙	株式会社ファミワン	●	●		●	●	●	
17	日常生活の中で簡便に自身の疲労度・ストレスレベルを可視化し、リアルタイムで感覚刺激を通じた解決を行うアプリ「me-fullness」による、働く女性の疲労・ストレス緩和ソリューションの実証事業	株式会社ポーラ・オルビスホールディングス							●
18	女性社員が入社からリタイアまでいきいきと働ける環境を実現する健康課題改善プラットフォーム事業	丸紅株式会社	●	●		●		●	
19	周産期遠隔医療プラットフォームを活用した仕事と安全な妊娠・出産の両立にかかる実証事業	メロディ・インターナショナル株式会社		●				●	
20	女性従業員と企業へのワンストップソリューション伴走支援による女性の健康課題解決と就業継続促進に向けた健康相談並びにセミナー事業	株式会社SUSTAINABLEME	●	●	●	●	●	●	●

令和3・4年度フェムテック等サポートサービス実証事業実績

■令和4年度実証事業一覧

#	事業名	代表団体名	事業テーマ							
			月経・PMS	妊娠・不妊	産後ケア	更年期	婦人科疾患	ヘルスリテラシー	その他	
01	最短期間で最大の効果を上げる不妊治療プロトコルを提案するAI(人工知能)サービス	株式会社iCaret		●					●	
02	セルフトレーニングをサポートする「ペリノス™」とトレーナー指導の組み合わせによる骨盤底筋トレーニング	アルプスアルパイン株式会社			●	●	●	●		
03	妊活・不妊治療におけるパートナーシップ構築を目的としたコミュニケーション促進ソリューションの効果検証	vivola株式会社		●						
04	ヘルスリテラシー向上(知識の獲得から行動改善まで)を通じた働く女性と組織の活性化をサポートする『トータルウェルネスプログラム』	株式会社SRACreative	●			●	●	●	●	●
05	働く更年期女性の睡眠を可視化したリトリートプログラム実証事業	沖縄セルラー電話株式会社				●				
06	あらゆるトイレの個室にて生理用品を取得可能にするなど「生理ライフ」を快適にし、生理になる人のモビリティを向上	オモテテ株式会社	●	●				●	●	●
07	新入社員向け「女性特有の健康課題に関するeラーニングプログラム」の開発と検証	株式会社Kids Public	●	●				●	●	
08	オンラインコミュニティを使った「女性特有の健康課題や働き方について語り合う」プラットフォームの構築・運用と情報発信事業	株式会社産業経済新聞社	●	●	●	●	●	●		
09	就労妊婦等メンタルヘルス向上と離職防止のための、専門家「助産師」とAI(声解析)による継続的なサポート実証事業	株式会社じよさんし GLOBAL Inc.		●	●					
10	助産師・保育士が24時間体制で産後の親子をサポートする産後ケアリポート「HOTEL CAFUNE」及び継続的なサポートのニーズ検証と産後ケアの社会認知度向上の実証実験	株式会社水星		●	●					
11	女性特有の出産育児のライフイベントや健康課題を乗り越え能力を最大限発揮できる新しい時代を実現する『TOTONOERU@ (トノエル)』を活用したレジリエントな企業基盤構築支援事業 Ver.1』	株式会社天煌堂	●		●					●
12	未病状態のからだケア 素材～製品・サービス異業種連携でのワークショップを通じた行動変容プログラムの提供	東レ株式会社	●						●	
13	データ収集プラットフォームを通じた企業のフェムテック導入促進事業	株式会社nanoni	●	●	●	●	●	●		
14	不妊治療当事者のウェルビーイング向上のための心理ケア事業	株式会社ninpath		●						
15	フェムテックを活用した企業・自治体の行動変容を促す「伴走型アクティブラーニング・プログラム」実証事業 ～gender learning innovation～	株式会社陽と人	●	●		●		●	●	●
16	アバターを活用した専門家による働く女性のウェルビーイング向上のためのサポート実証事業	株式会社BRING	●	●	●	●		●		
17	身体症状と音声の分析を用いたヘルスケアとキャリア支援を繋ぐ仕組みづくり	一般社団法人ヘルス サポーターズイノベーション	●	●	●	●	●	●	●	●
18	運動後の爽快感が味わえる「次世代EMS」を活用した、働く女性のメンタルヘルス・パフォーマンス向上事業	株式会社ポーラ・オルビス ホールディングス	●			●				●
19	女性活躍を推進するための生理用品設備設置とコミュニケーションをデザインする教育事業	わたしの暮らし研究所 株式会社	●					●		●

令和3・4年度フェムテック等サポートサービス実証事業実績

- 令和3・4年度で計39の実証事業を実施。153の企業、10の自治体、32の医療機関が関与し、さまざまなフェムテック等サポートサービスを提供した。

サービス提供者数※

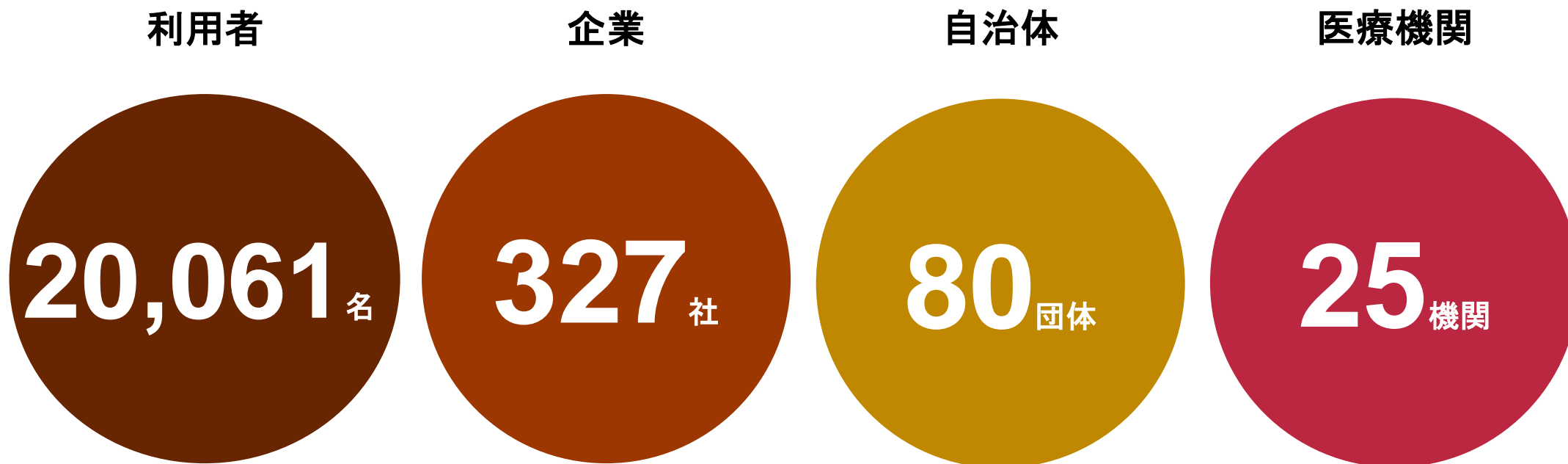


※39の実証のサービス開発～提供に関わった団体の総数。数値は2023年3月10日時点のもの。このほか、学校法人や個人等25者も関与。

令和3・4年度フェムテック等サポートサービス実証事業実績

- 令和3・4年度のフェムテック等サポートサービスの利用者(個人)は20,061、企業は327、自治体は80、医療機関は25にのぼった。

サービス利用者、導入団体数※



※数値は2023年3月10日時点のもの。いずれも延べ数。このほか、労働組合等4者も導入。

2

実証事業の成果報告資料

01.

最短期間で最大の効果を上げる不妊治療プロトコルを提案するA I（人工知能）
サービス

（代表団体：株式会社iCaret）



経産省 令和4年度
「フェムテック等サポートサービス実証事業費補助金」

成果報告会

2023年2月17日

株式会社 iCaret



Artificial Intelligence
×
Reproductive Medicine

最短期間で最大の効果を上げる不妊治療プロトコルを提案する
AI(人工知能)サービスの開発



川原 泰
(産婦人科医師 研究者)

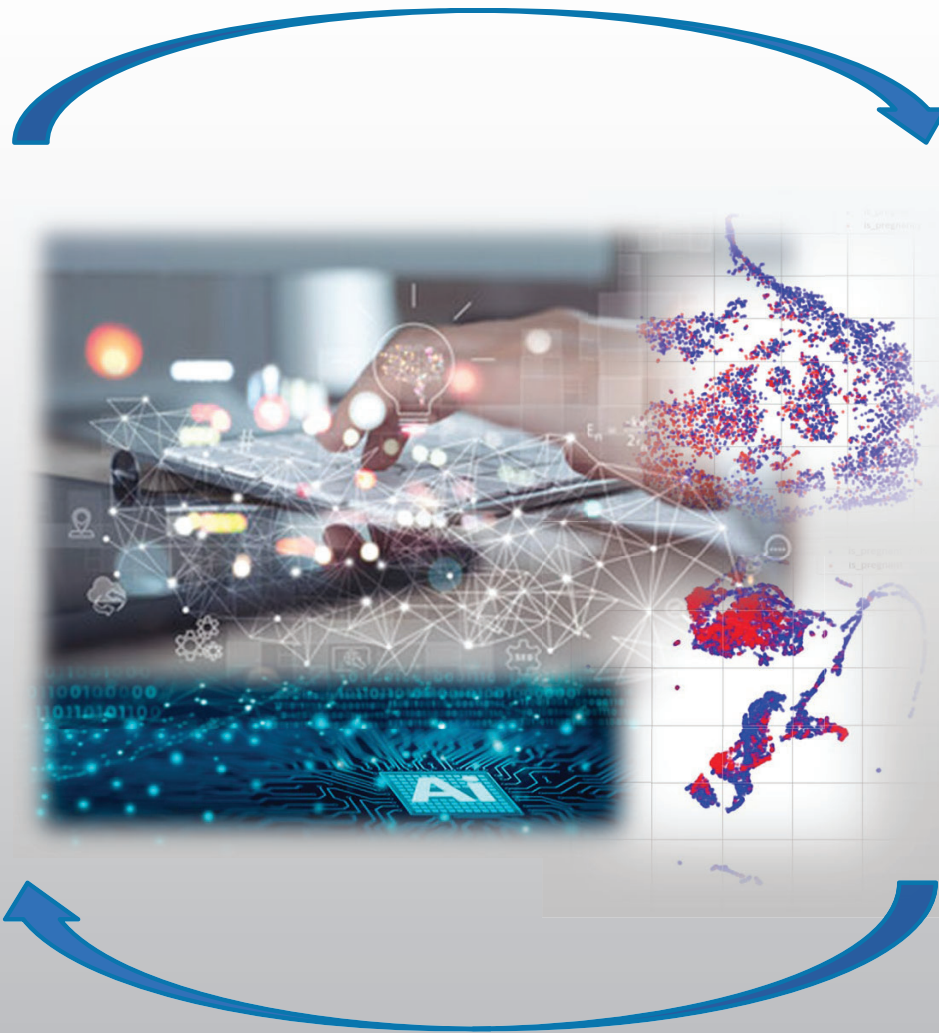


鈴木 豊太郎
(コンピューターサイエンティスト)

事業概要

生殖医療を行っている医療機関および電子カルテ事業者のご協力のもと、過去の膨大な治療データを匿名化・暗号化した後に各種機械学習手法を適用し、個別化・最適化された治療プロトコルを提案するAIの開発と実証を行っています

不妊治療クリニック



事業目標

人工知能(AI)により最適な治療法を割り出す

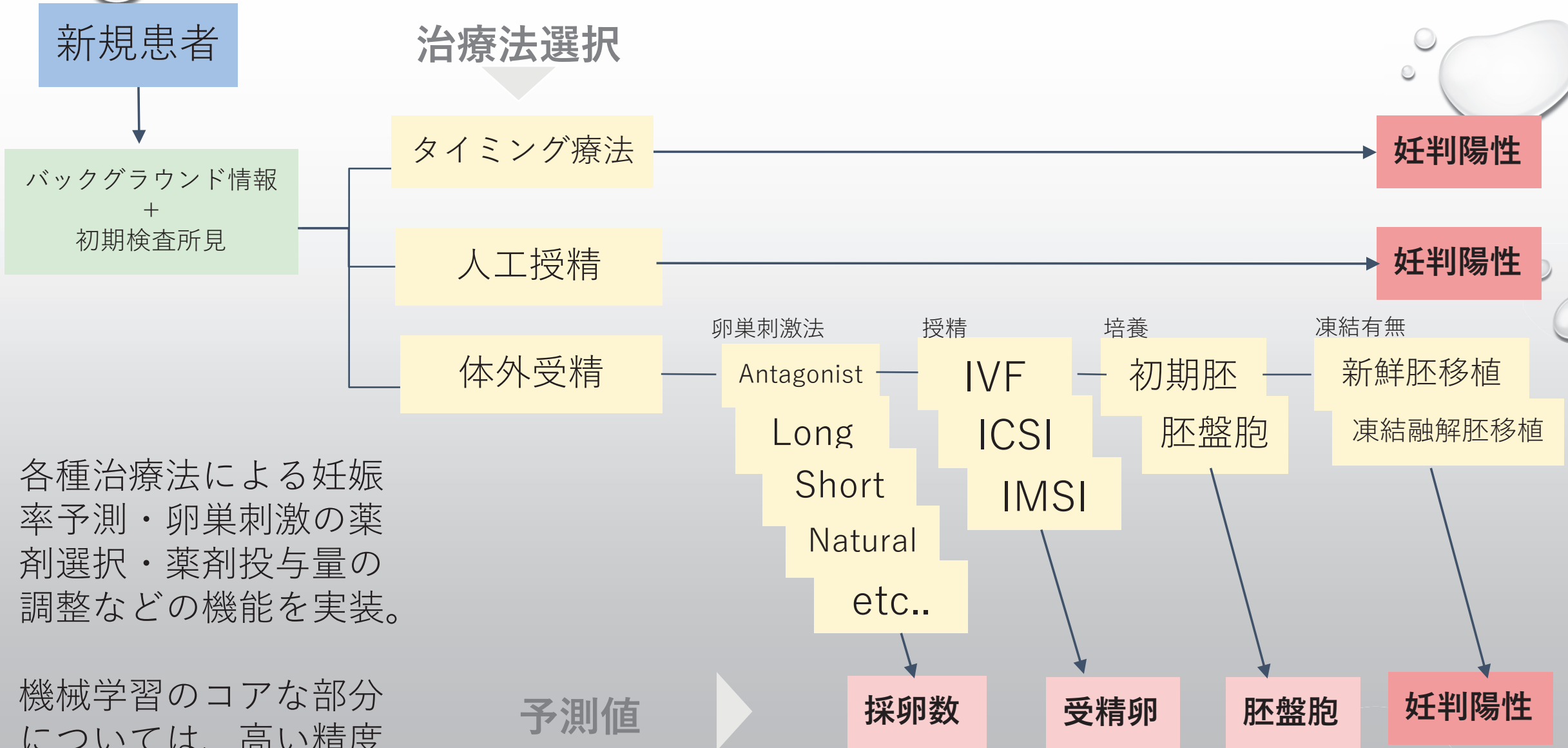


不妊治療の全体像を見えるようにすることで患者カップルのストレスを低減し仕事との両立をサポートする

iCaret社の目指すもの

- ① 不妊治療の**効果**を予測できるようにしたい
- ② 不妊治療にかかる**費用**を明確にしたい
- ③ 不妊治療の**スケジュール**を見通せるようにしたい
- ④ 医師向けには**具体的な治療法**の詳細を提示したい

不妊治療全体の概要図



各種治療法による妊娠率予測・卵巣刺激の薬剤選択・薬剤投与量の調整などの機能を実装。

機械学習のコアな部分については、高い精度を確認できた。

予測値

採卵数

受精卵

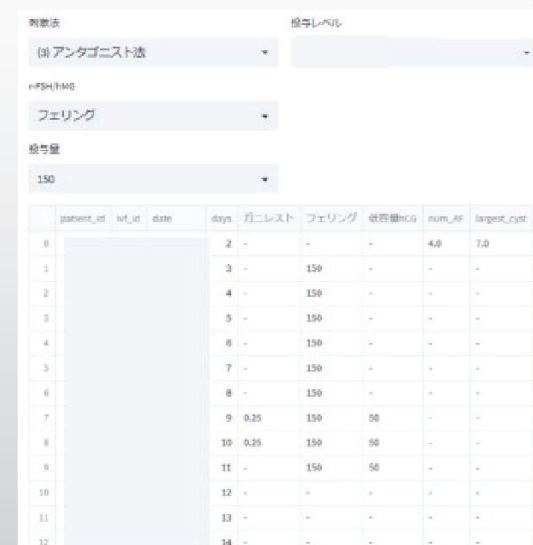
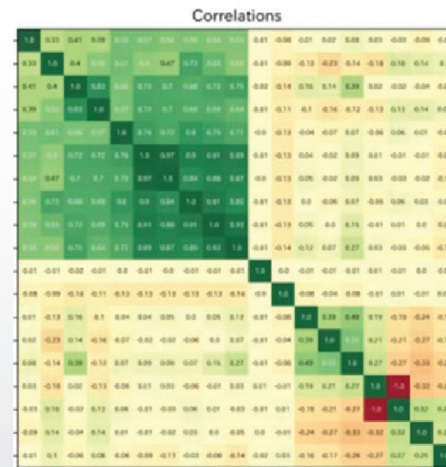
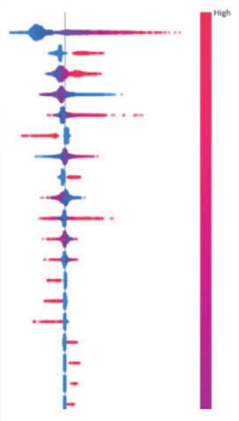
胚盤胞

妊判陽性

現在までの活動と成果

匿名化・暗号化後
にデータを出力

治療の流れを
整理し必要な
項目を選択



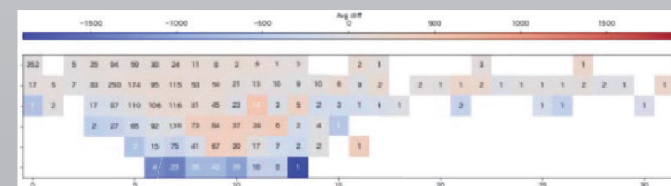
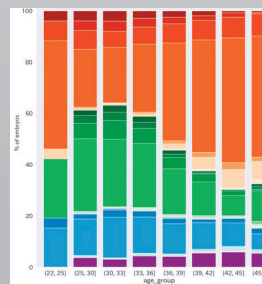
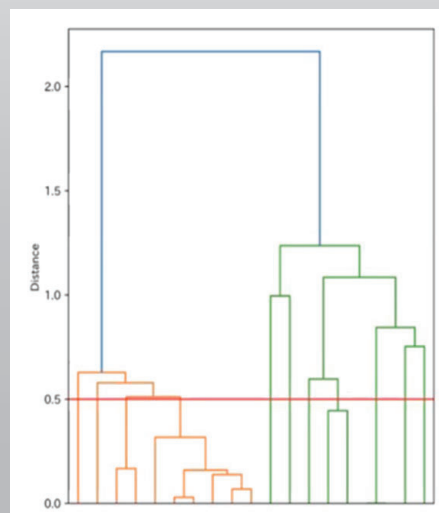
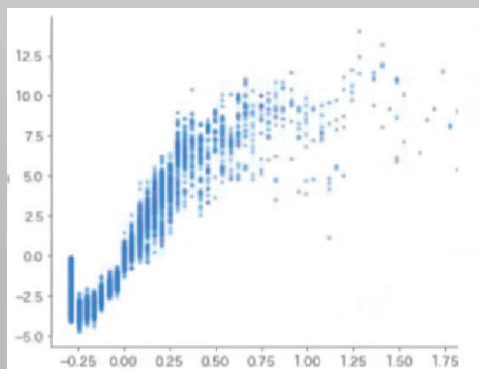
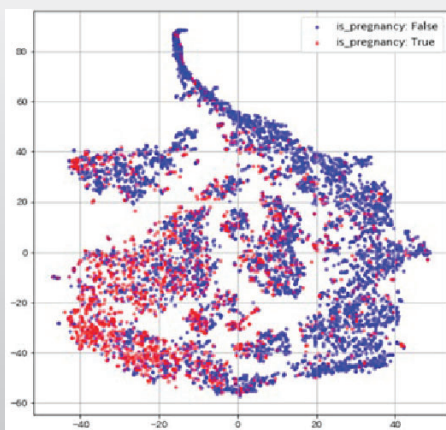
どの項目が治
療結果に寄与
したかを分析

選択した項目
を用いて各種
の予想を実施

予想に基づき治
療法ごとの推奨
度を判断

エコー所見等か
ら個別化された
治療法を提示

治療結果の評価
と各種分析



iCaret社のAIを用いた治療法説明の流れ

妊活について知りたいけど何から初めて良いか分からない



お二人のご年齢や治療歴などを教えて下さい



患者さんの年齢・治療歴・基礎疾患の有無などを総合して当社AIが各治療法の治療効果を予測

治療効果や治療期間についてもちょっと不安

タイミング療法

人工授精

体外受精

新鮮胚移植
凍結融解胚移植

	例1	例2
タイミング療法	10%	3%
人工授精	15%	7%
体外受精 (新鮮胚移植)	35%	25%
体外受精 (凍結融解胚移植)	40%	



まずはタイミング療法から試してみようかしら
うん、そうだね

体外受精も考えた方が
良いかも知れないけど
仕事も忙しいし、

iCaret社のAIを用いた治療法説明の流れ

体外受精は治療法が複雑で、必要な時間やコストも良く分からない、

あなたのバックグラウンドから考えた場合の、適切な卵巣刺激法と、その効果予測を見ましょう



患者さんのホルモン値や検査所見などを総合して当社AIが体外受精における各卵巣刺激プロトコルおよび胚移植法ごとの治療効果を予測

採卵数予測 妊娠率予測 コスト予測

① アンタゴニスト法

5-10

30%

30-50万

② クロミッド法

1-3

20%

20-30万

③ 黄体補充法

3-5

25%

30-40万

治療効果や全体のコストの見通しがはっきりして安心した。
治療を始めるなら、仕事の調整をしなくっちゃ



iCaret社のAIを用いた治療法説明の流れ

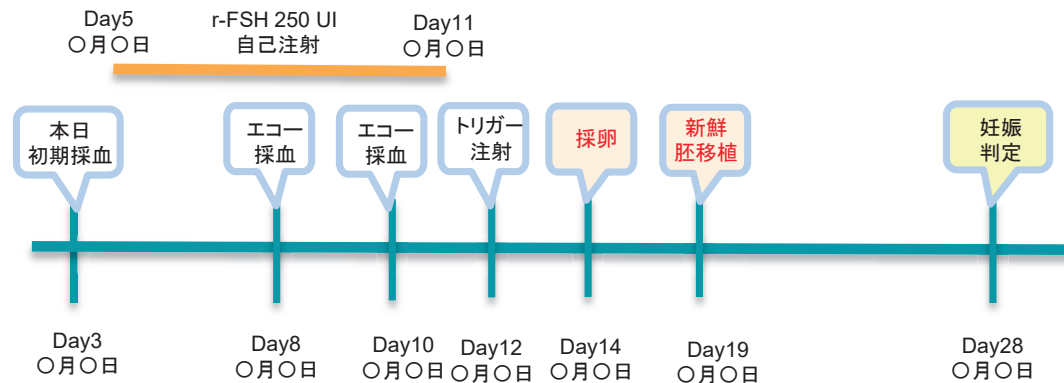
来月は大事な出張もあるし、治療のスケジュールがどうなるか先生に聞いてみよう



〇〇さんの場合、治療スケジュールはこのようなりそうです。



AIが個別化された治療スケジュールを表示



治療計画が分かって仕事のスケジュールも調整出来たからこれで大丈夫

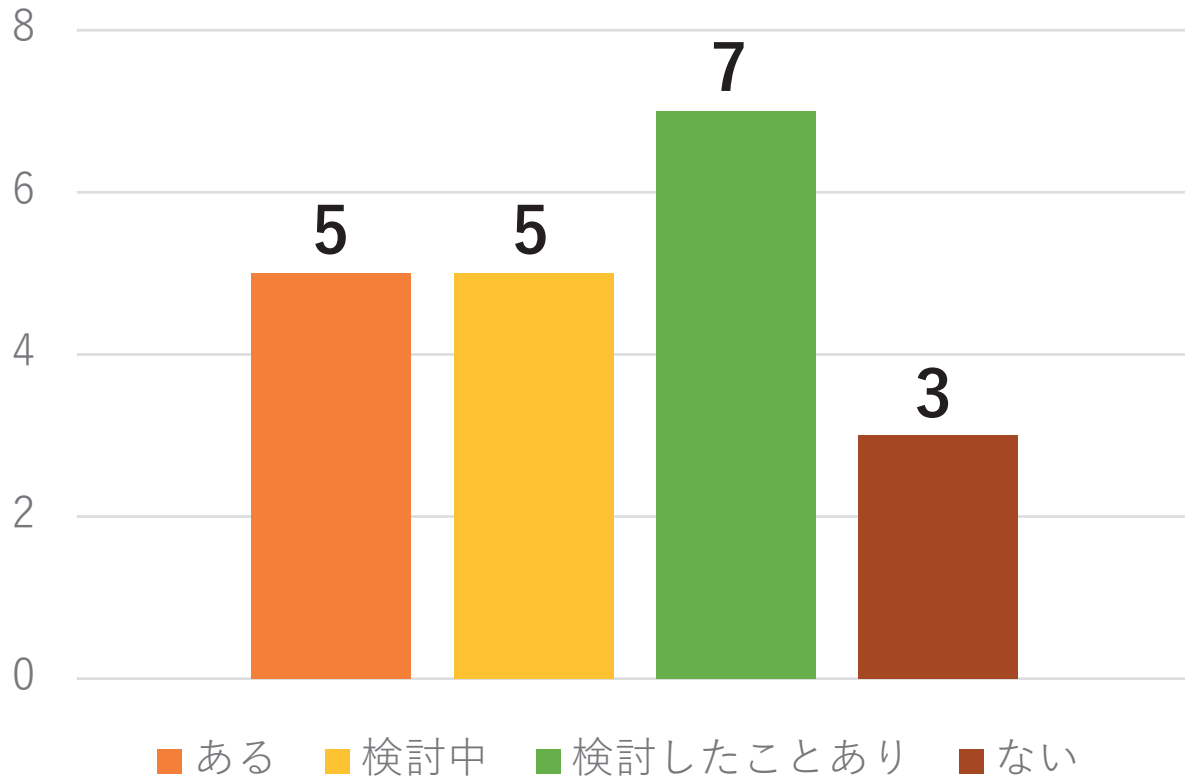


治療は辛いときもあるだろうけど頑張っていこう！

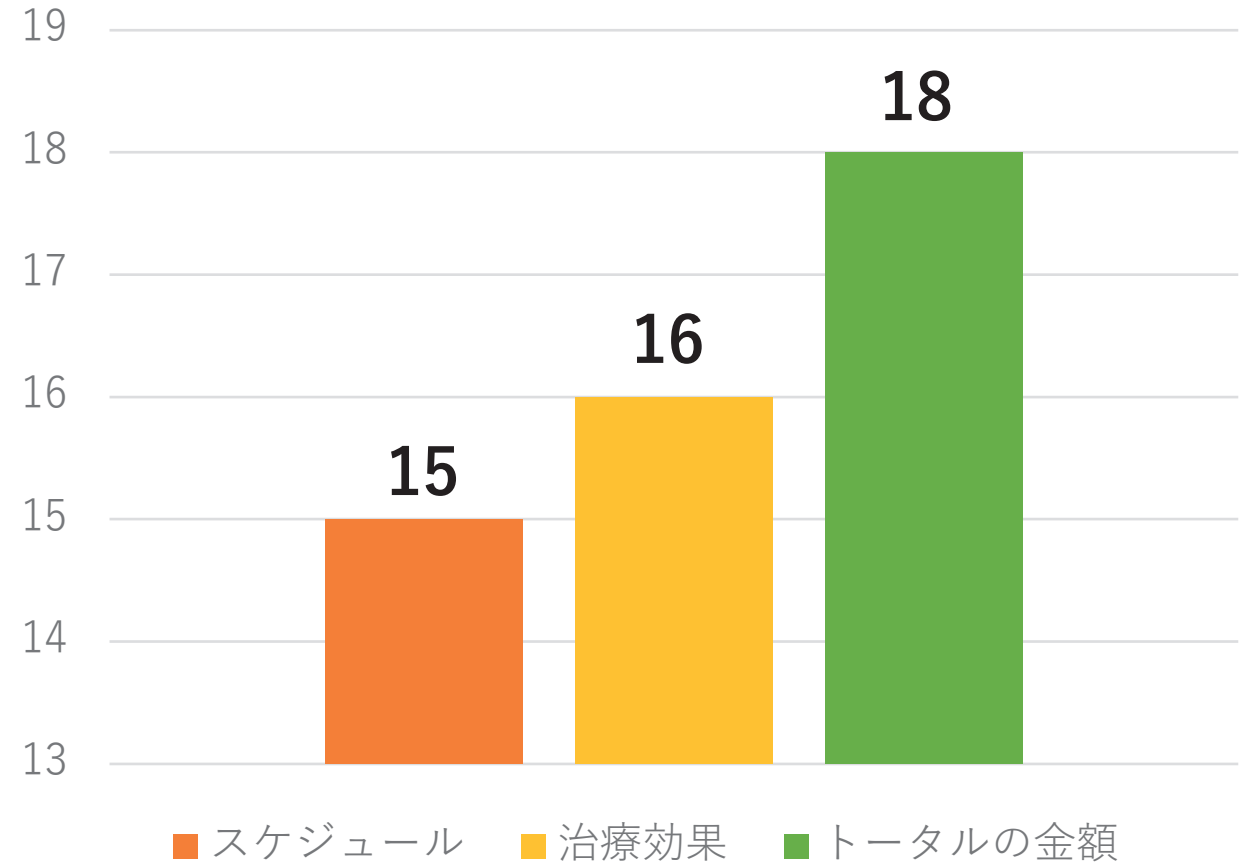


成果指標独自アンケート 1.2

不妊治療を受けたことがありますか？



不妊治療を進めるに当たってのハードルは？



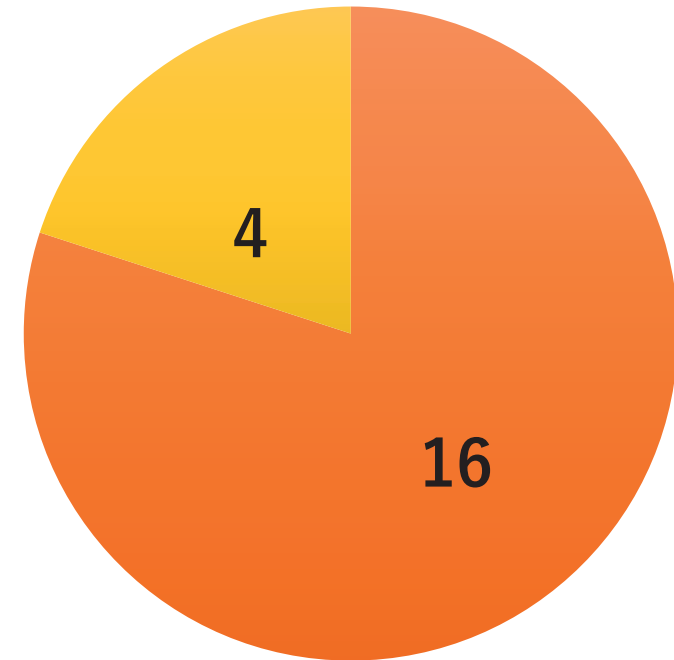
成果指標独自アンケート 3.4

当社のAIサービスで不妊治療の
全体的なスケジュールに関する
理解は深まりましたか？



- とてもそう思う
- まあそう思う
- どちらとも言えない
- そう思わない

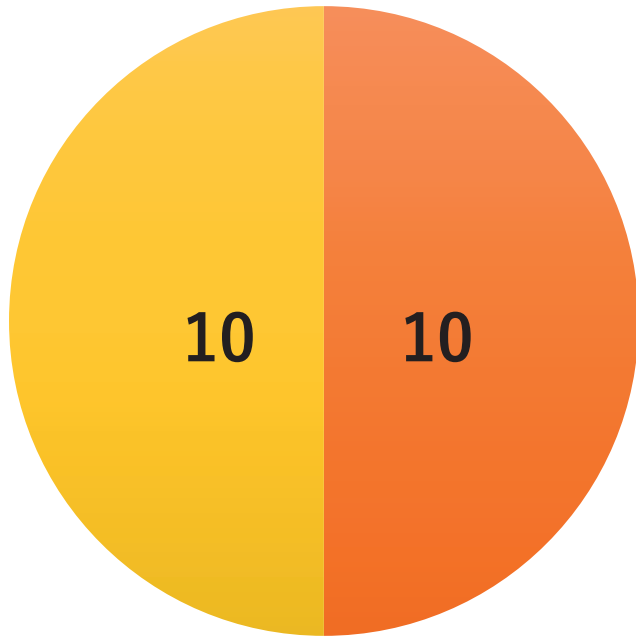
仕事との両立を考える上で
当社のAIは有用と思いますか？



- とてもそう思う
- まあそう思う
- どちらとも言えない
- そう思わない

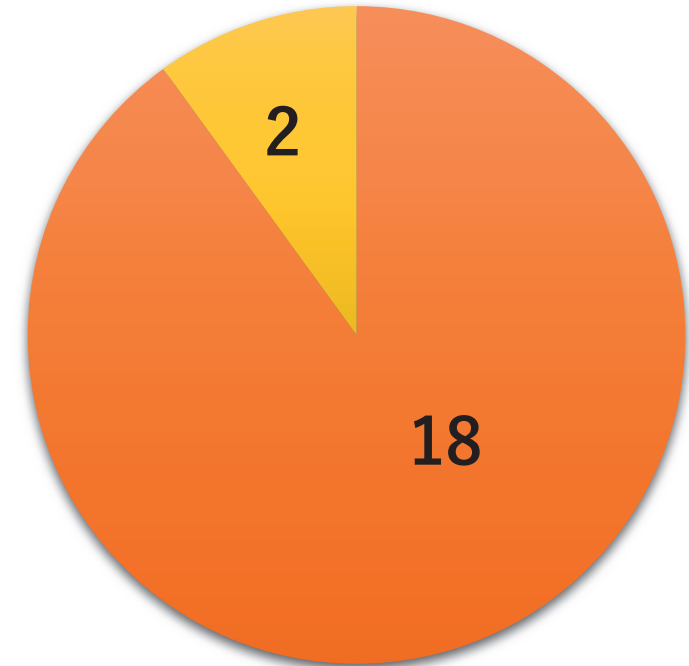
成果指標独自アンケート 5.6

当社のAIで治療コストについての
イメージは持てましたか？



■ とてもそう思う ■ まあそう思う
■ どちらとも言えない ■ そう思わない

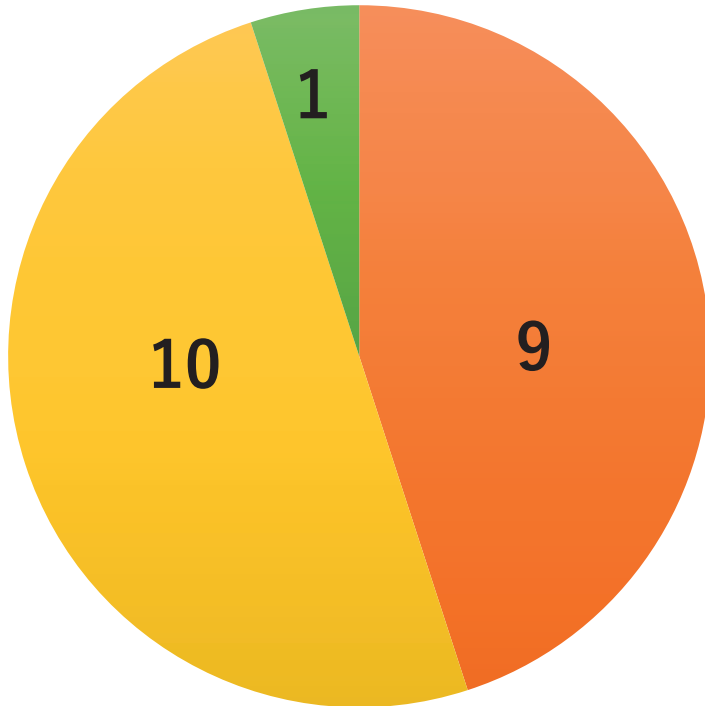
パートナーと相談する上で治療
コストの情報は有用ですか？



■ とてもそう思う ■ まあそう思う
■ どちらとも言えない ■ そう思わない

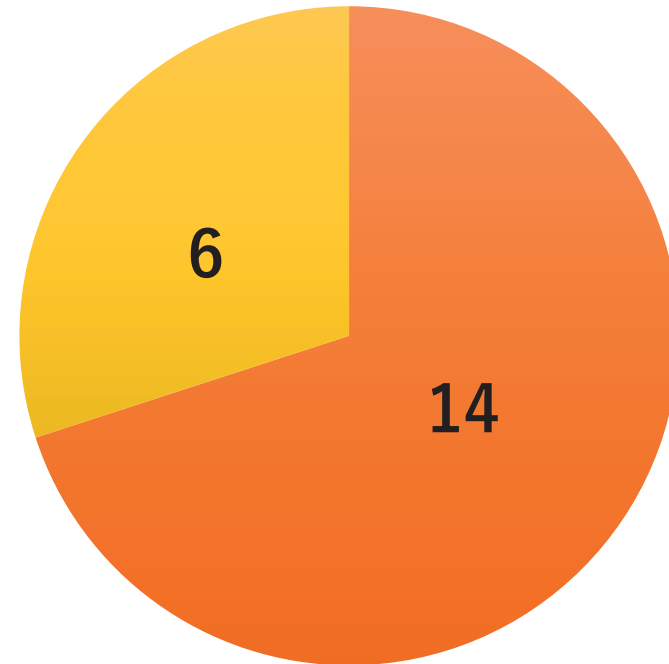
成果指標独自アンケート 7.8

当社のAIで治療法ごとの妊娠率のイメージを持つことが出来ましたか？



■ とてもそう思う ■ まあそう思う
■ どちらとも言えない ■ そう思わない

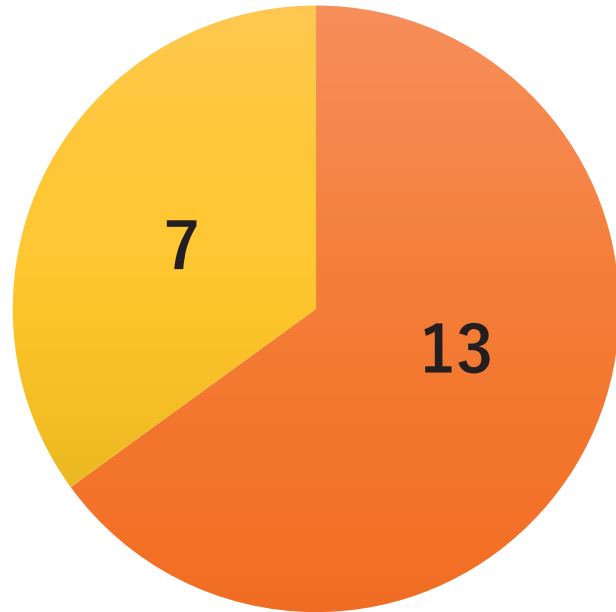
治療法選択の上でタイミング療法・人工授精・体外受精それぞれの妊娠率予測は有用と思いますか？



■ とてもそう思う ■ まあそう思う
■ どちらとも言えない ■ そう思わない

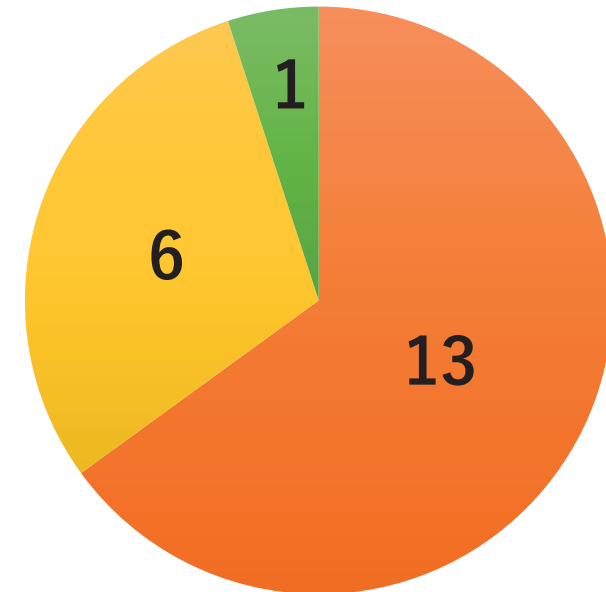
成果指標独自アンケート 9.10

今後機会があればAIサービス
を利用したいと思いませんか？



■ とてもそう思う ■ まあそう思う
■ どちらとも言えない ■ そう思わない

不妊治療AIサービスを導入している
クリニックがあったら行きたい
と思いませんか？



■ とてもそう思う ■ まあそう思う
■ どちらとも言えない ■ そう思わない

成果指標独自アンケート 自由記載

- 一般的な内容ではなく、個人に合わせた内容が知れるのが良いと思いました！
- 不安とかいっぱいあると思うので目安とか分かれると安心だと思います
- 不妊治療についてはコストも期間も分からないことが多く、このAIを使用することでそれらを知ることが出来たり、自分の健康状態も知ることが出来るのでとても良いと思った。
- 詳しく知りたい、予定に合わせてながら成功率を参考に自身で治療を選択したい自立性のある患者さんにはとても参考になると感じました。
- 病院だけでなく、個人でもさわりだけでも使えるようになると良いと思います。
- 治療効果の確率などが出来るのは大変興味深い。費用と効果や治療期間などが分かるのは良いと思う。
- 不妊治療は高額というイメージがあり、実際に受診することはハードルが高い。だが、AIで簡易的に見通しを立てられれば、具体的なイメージをもって受診するかどうかを検討出来るのではないかと思います。

今後の目標

1. 電子カルテ事業者との連携を深め、本事業で開発したAIをより使いやすいシステムに整えて行く。
2. 生殖医療の高度な経験を持つ医師に、AIモデルの評価とさらなる要望を伺い、システムの精度を高め、機能の拡充を図っていく。
3. 個人向けや、toBtoE向けの商品としてご提供していく可能性についても検討を進めて行く。



02.

セルフトレーニングをサポートする「ペリノス™」とトレーナー指導の組み合わせによる骨盤底筋トレーニング

(代表団体：アルプスアルパイン株式会社)

セルフトレーニングをサポートする
「ペリノス™」とトレーナー指導の組み合わせによる骨盤底筋トレーニング

23/2/17 最終報告会

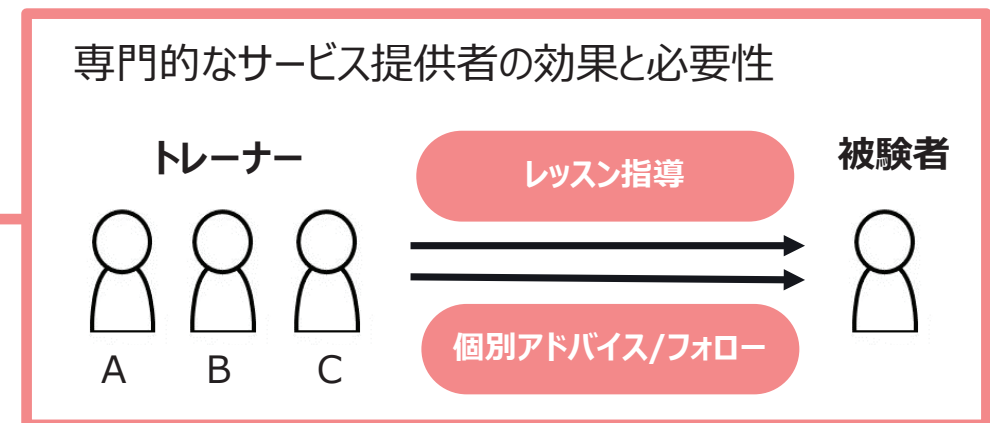
アルプスアルパイン（株）
営業企画室
玉澤、松野

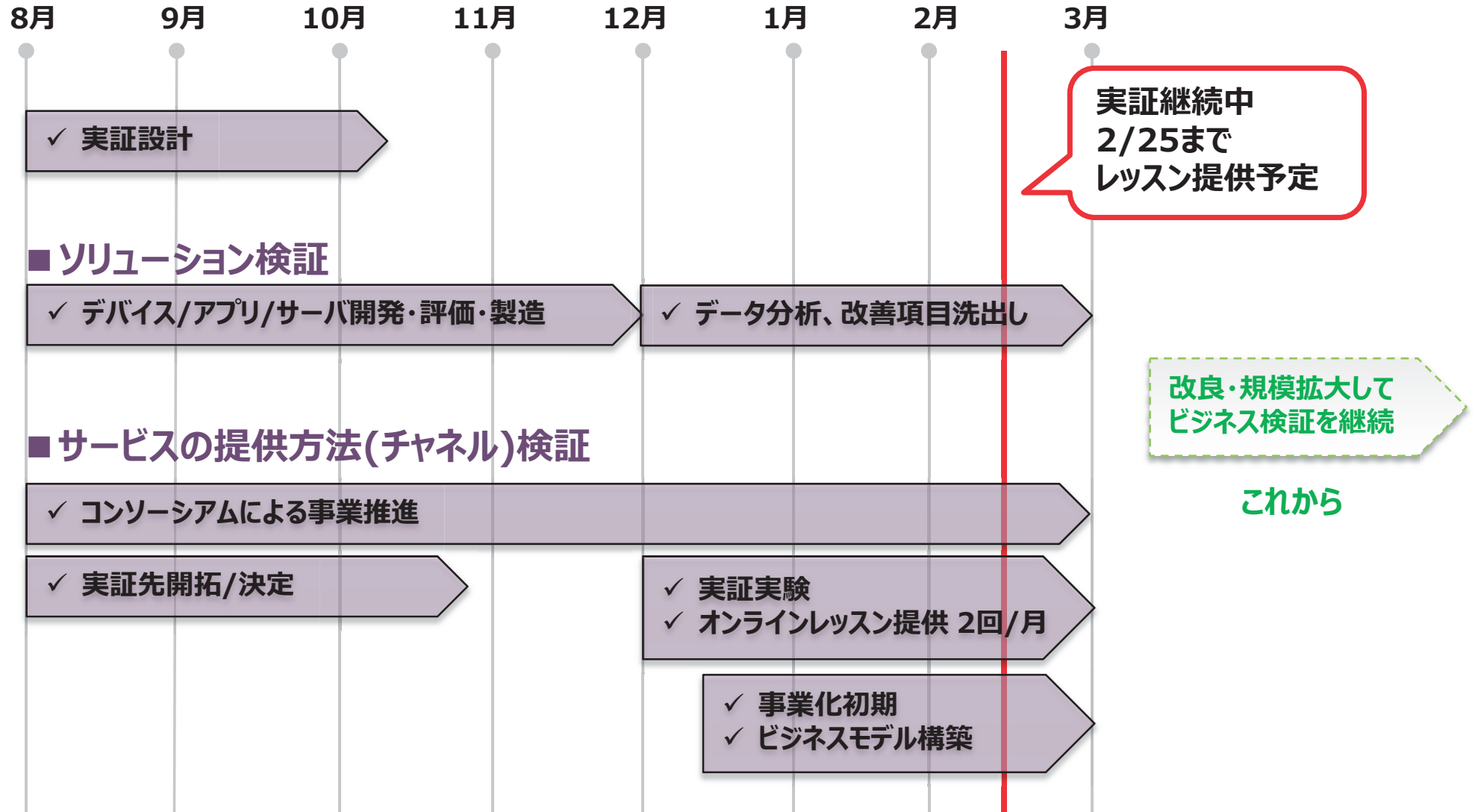
サービス事業の成立性の検証

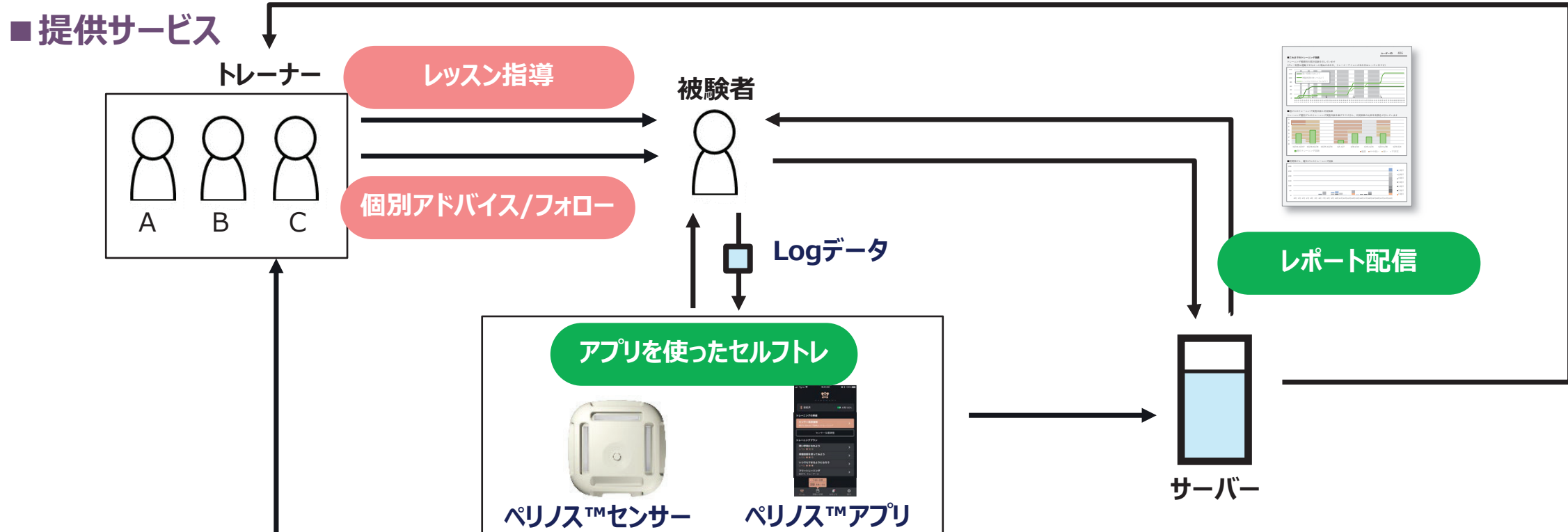
■ 事業検証に必要な項目

顧客セグメント設定	✓
課題設定	✓
価値の独自性	✓
ソリューションの有用性	本実証事業で検証
チャネル/販路	本実証事業で検証
収益の流れ	並行して検証
主要指標の設定	並行して検証
コスト構造	並行して検証
圧倒的な優位性	FY23

■ 本実証での検証内容







■ 被験者 被験者数：62名、所属団体：21社

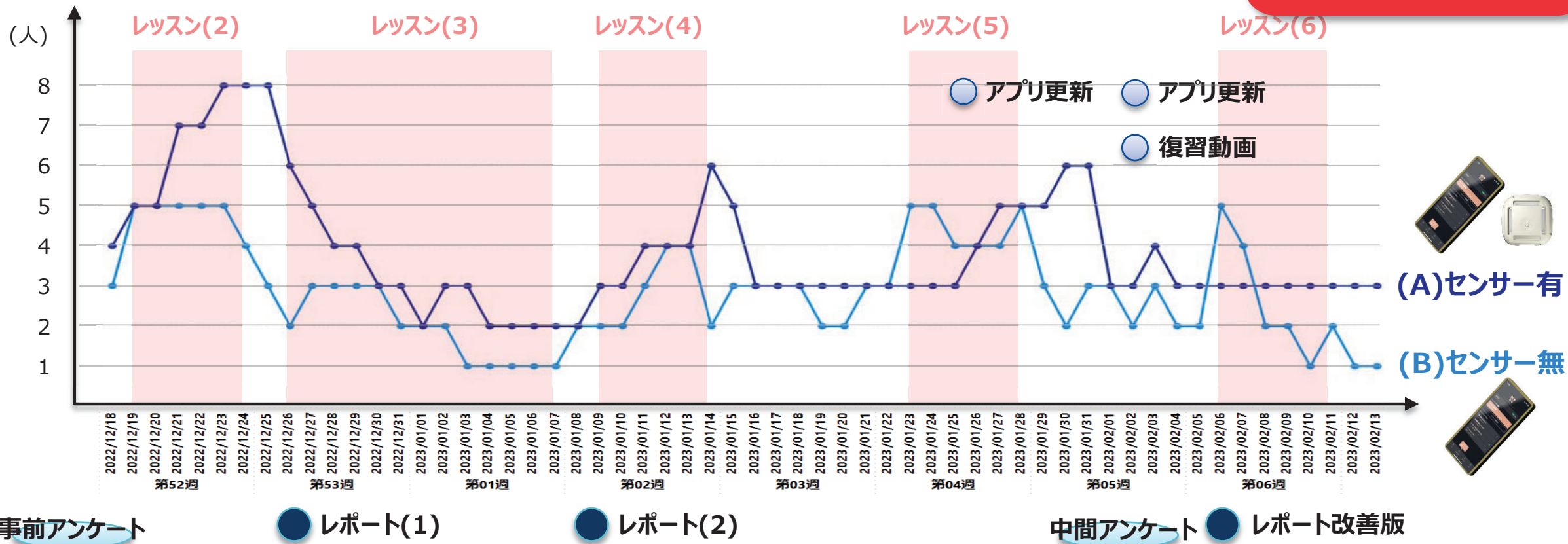
被験者のグループ分け：

	A	B
レッスン指導(2回/月)	○	○
ペリノス™センサー	○	×
ペリノス™アプリ	○	○
個別アドバイス・フォロー	○	×

ソリューションの有用性検証①(被験者)：トレーニング継続傾向からの考察

＜トレーニングを高頻度(3日以上/週)で実施している被験者の傾向＞

データ数：9500件以上



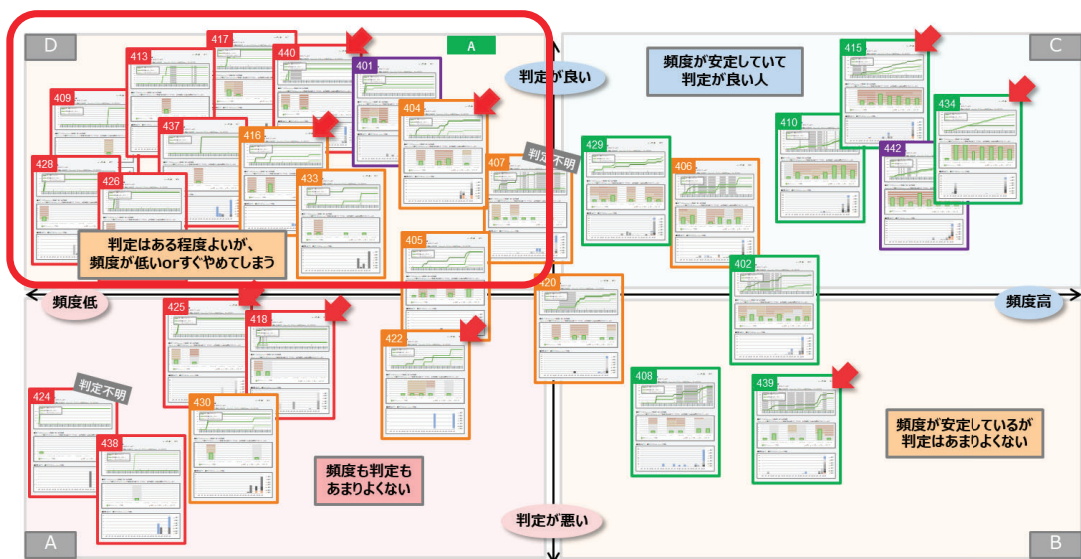
- ・一定期間経過後は**多少センサー有が優位であるが、差はそれほど大きくない**
- ・初期の動機付けに**センサーは有効である可能性**
- ・**アプリ更新後に変化**があったことから、**単純な想起で利用を促せる可能性**

ソリューションの有用性検証②(被験者) : 継続離脱ポイントの気づき

データ分析

・初期の継続率が高く、かつ良い判定結果が出ているものの、**停滞/離脱しやすい**被験者が多い。

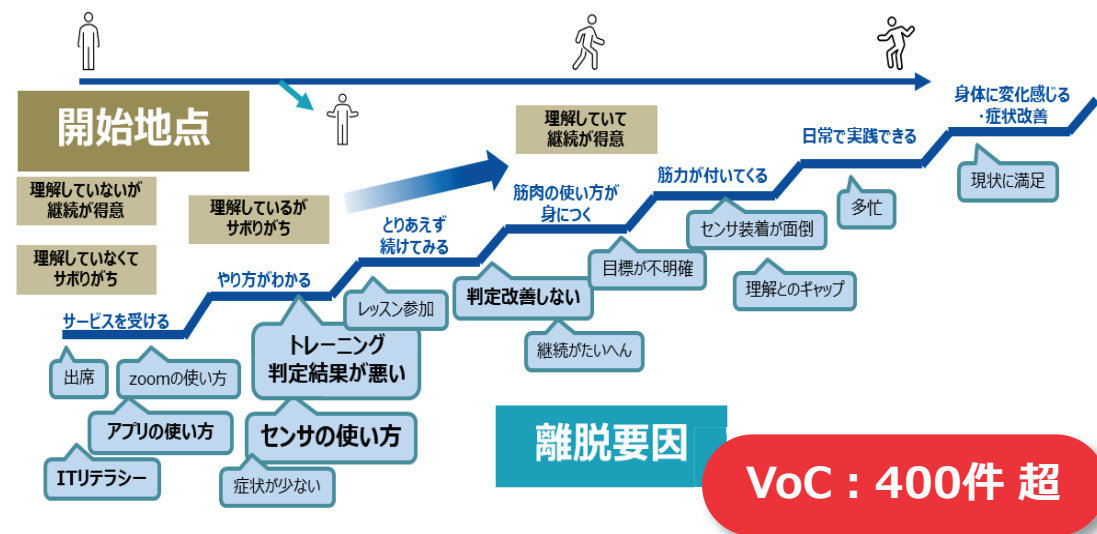
→長期の利用継続を促す仕掛けを検討し**UI改善**や**コミュニケーション**への反映を行っている



ユーザーとのコミュニケーション

・実際の被験者が持つ悩み、運動習慣、リテラシーなどにより**成長の開始点**、**離脱原因**は多様である

→頻度やセンサー判定だけでなく、個々の状況を把握し、**サービス提供内容をセミカスタマイズ**していく必要がある



➤ 引き続き、詳細な属性による違いを分析し、事業設計に活用

ソリューションの有用性検証③ (トレーナー) : レッスン提供者からの声

■ 価値

トレーナー-A



既存サービスのお客様にも使用した結果、**触診以外の方法として使用できることが確認できた**

トレーナー-B



ペリノス™により**上達度が可視化**されることにより、**指導の理解度が把握できた**

トレーナー-C



グループレッスンで行き届かない個別指導が、データ結果活用することでフォローできる

ジム経営者



トレーナーとユーザーのマッチングにつながる

■ 改善・要望

アプリの中で完結できるコミュニケーション機能があると良い

オンライングループレッスンに適さないケース

- ・カメラオフでレッスンに参加する
- ・子供の世話がありトレーニングに集中できない

チャンネルの検証：専門的なサービス提供者の必要性

気づき：

- センサ・アプリのみでセルフトレーニングを行うより、定期的なトレーナー指導の組み合わせにより、どこに効果が出ているのか気づくことができ継続のサイクルが回り出した
- ペリノス™から得られるデータはレッスン時の指導の振り返りに使え、被験者に応じレッスンの質を向上させることができた

結果：

- コンソーシアムメンバーである、In MuSE.合同会社様と戦略的パートナー
- 同社が運営する「女性とこどもの保健室」にて、利用者へ提供し、長期的な事業計画検証を実施合意



実証結果、事業化に向けて見えてきた課題

✓ 開発

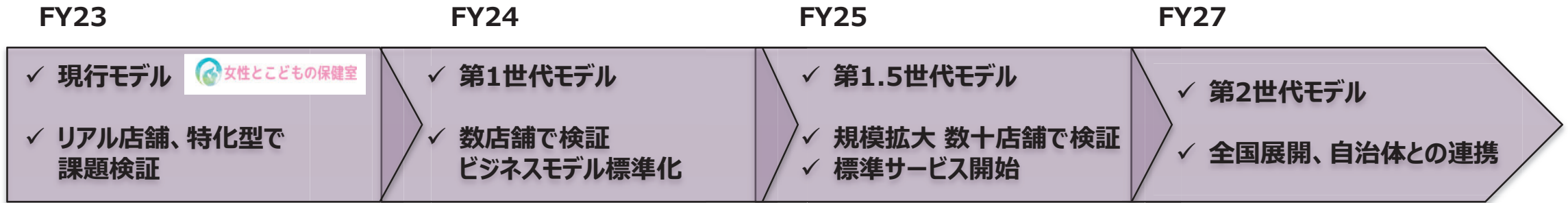
- **アプリ、センサー、サービスのデザイン性**の総合的な底上げ
- コミュニケーションの活性化等を含めより**高い継続性を促す、使い勝手のよいアプリ**
- ユーザー環境で安定動作し**ユーザーフレンドリーなセンサーデバイス**
- 高い**セキュリティー性を備えリアルタイムな分析/可視化を実現できるサーバー**

✓ 医療機器化の必要性の検討

- **民間で使えるようにするための信頼性・法的の裏付けの担保**
- サービスの効果・効能を、一般消費者に分かりやすく伝えたい

✓ サービス体制の強化

- **中長期の事業設計をするため、リアルなサービス提供者のパートナー化**
- サービス提供に欠かせない**理学療法士のネットワーク構築**
- **ユーザーとのコミュニケーションを円滑に行うためのカスタマーサポート**



✓ 開発

- ・長期間利用者の継続性変化検証
- ・スマホアプリ機能拡充

・センサーのデザイン改善

✓ 医療機器化の必要性の検討

・Bizロードマップ検討

・必要な裏付けエビデンスの整理/準備

✓ サービス体制の強化

- ・中長期事業設計
- ・Bizモデルブラッシュアップ

・理学療法士ネットワーク構築

・カスタマーサポート体制構築

03.

妊活・不妊治療におけるパートナーシップ構築を目的としたコミュニケーション
促進ソリューションの効果検証
(代表団体：vivola株式会社)

令和4年度 経済産業省
「フェムテック等サポートサービス実証事業補助金」

妊活・不妊治療におけるパートナーシップ構築を目的とした コミュニケーション促進ソリューションの効果検証



vivola **TEIJIN**

最終報告会資料

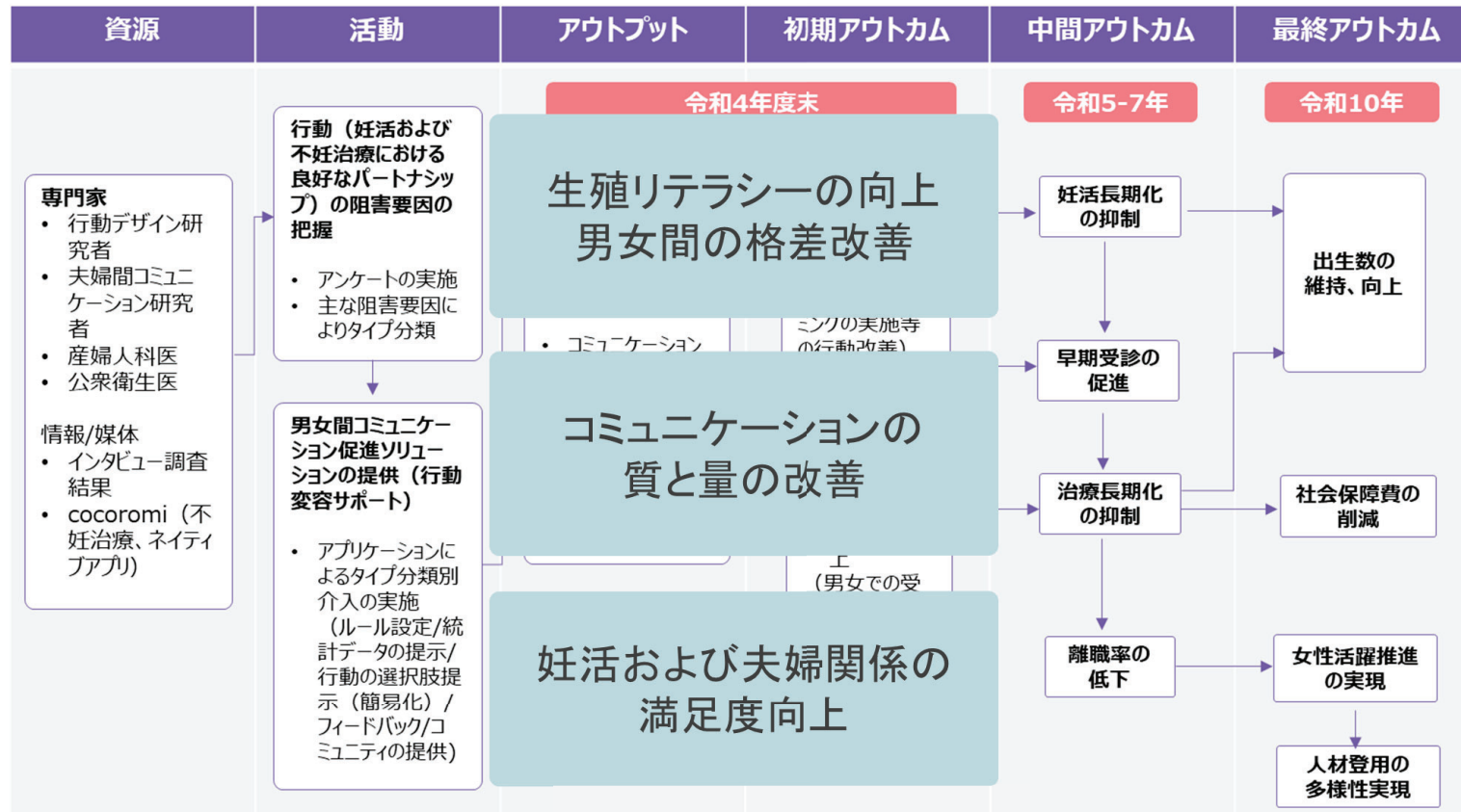
2023年2月17日

Agenda

- | 事業計画（目的と実施事項）
- | 事業計画に基づき実施したこと
- | 本事業の成果と課題
- | 今後の事業展開

事業の目的/目標

妊活・不妊治療における男女間の知識差や価値観のズレ、コミュニケーション不足により発生するストレスをパートナーシップ構築をサポートすることで低減させ、中長期的には妊活・治療の長期化を抑制し、離職率低下へ寄与することを目的とする



実施事項

妊活・不妊治療中の男女におけるパートナーシップ構築の促進ソリューションを開発し、各30組以上のカップルへ3か月間PoCを実施

TEIJIN

妊活ビギナーの
夫婦・カップル



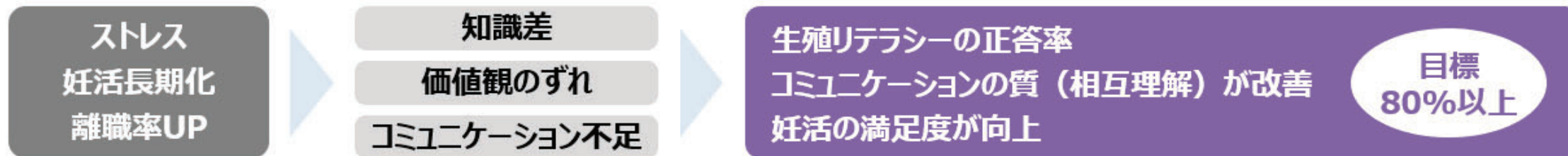
vivola

不妊治療中の
夫婦・カップル

vivola **TEIJIN**

事業計画に基づいて実施したこと

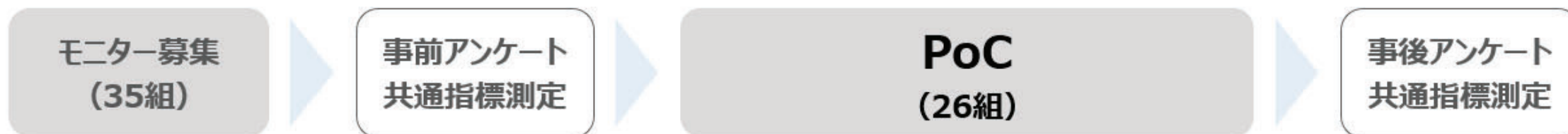
本実証実験の目標アウトプット



妊活におけるパートナーシップ支援WEBアプリの開発



WEBアプリを使用した実証実験（3カ月間）



本事業の成果

1. 生殖リテラシーの正答率が男女ともに80%以上

- ✓ 男女ともに生殖リテラシー水準は高い
- ✓ 男女ともに正答率が低い設問には共通性がある

テスト概要

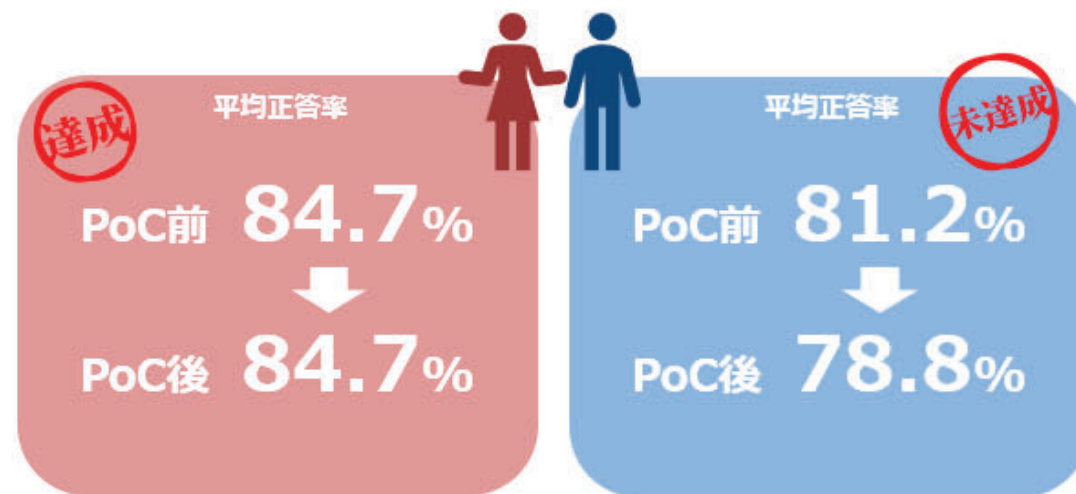


対象：モニター応募カップル34組（68名）

方法：WEBテスト（択一式）

測定：事前アンケート内で設問（10問）に回答
事後アンケート内で設問（10問）に回答

生殖リテラシーテスト結果



※設問は事前・事後で一部入れ替えて測定
※設問は産婦人科医監修のもと独自に作成
※テスト設問の選定については産婦人科医の推奨を参考

本事業の成果

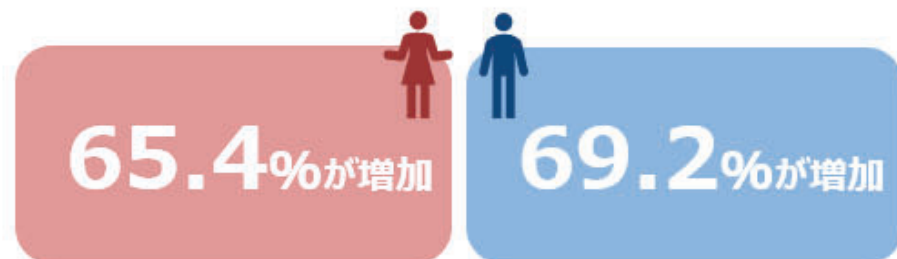
妊活領域

2.コミュニケーションの質（相互理解）が改善したカップルが80%以上

✓ 自己とパートナーの価値観の理解 + カップルのコミュニケーション活性化が相互理解の評価につながった

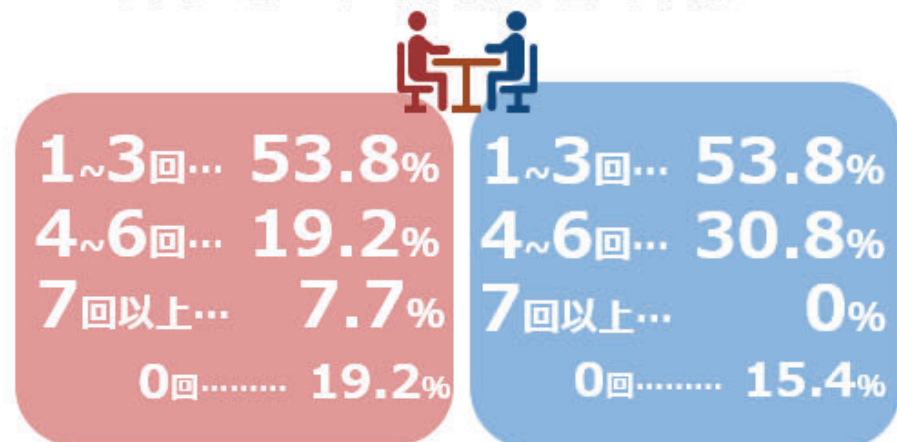
コミュニケーション量への影響

パートナーと話し合う頻度（アプリ使用前と比較）



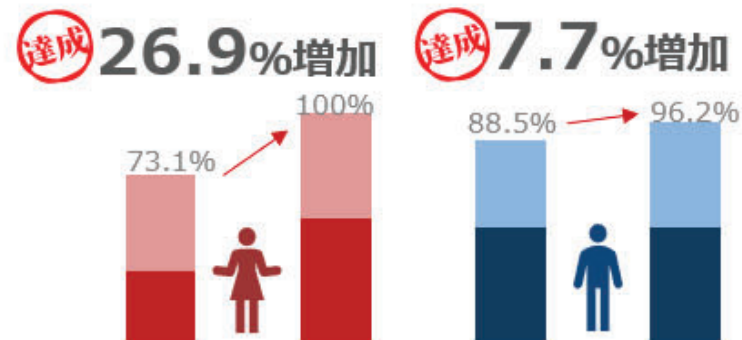
「とても増えた」「やや増えた」と回答

アプリがきっかけで話し合いに至った回数



コミュニケーションの質への影響

パートナーと妊活についてお互い理解している



自分の価値観を把握している

+15.4%

+19.2%

パートナーの価値観を理解している

+19.2%

+11.5%

相手があなたの価値観を理解している

+15.4%

+7.7%

「そう思う」「ややそう思う」と回答

本事業の成果

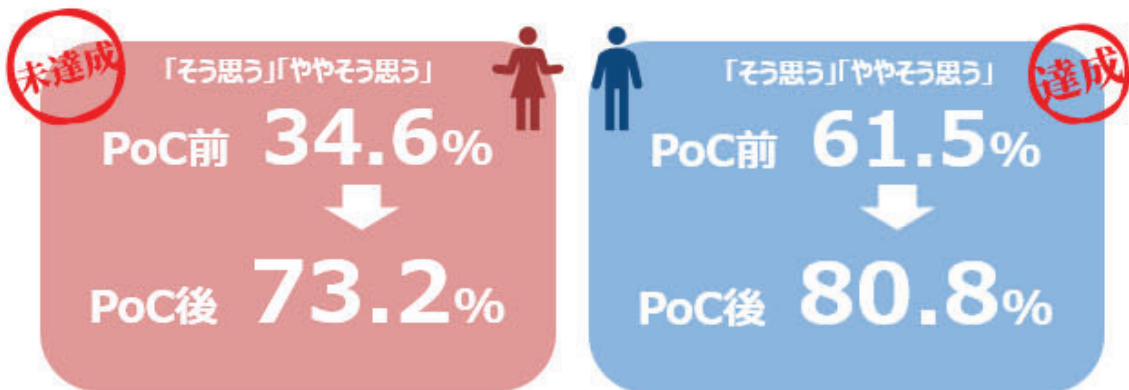
妊活領域

3. 妊活の満足度が向上したカップルが80%以上

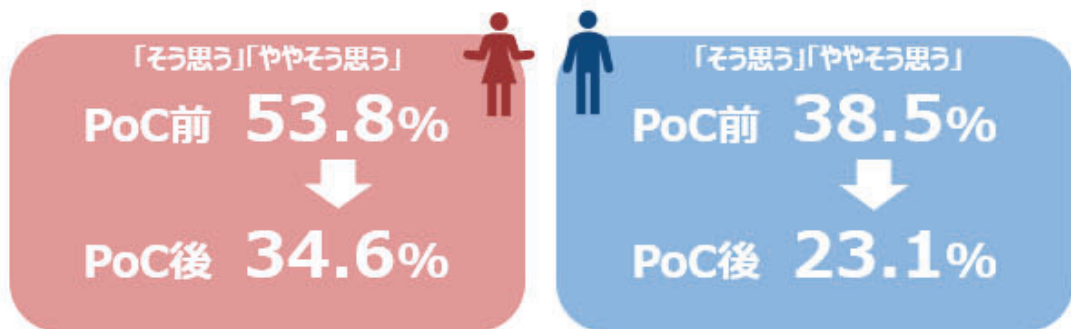
- ✓ 実証実験を通して妊活に不満を感じている割合も男女ともに減少
- ✓ コミュニケーションが活性化したことで男性の不満が顕在化した可能性あり

満足度への影響

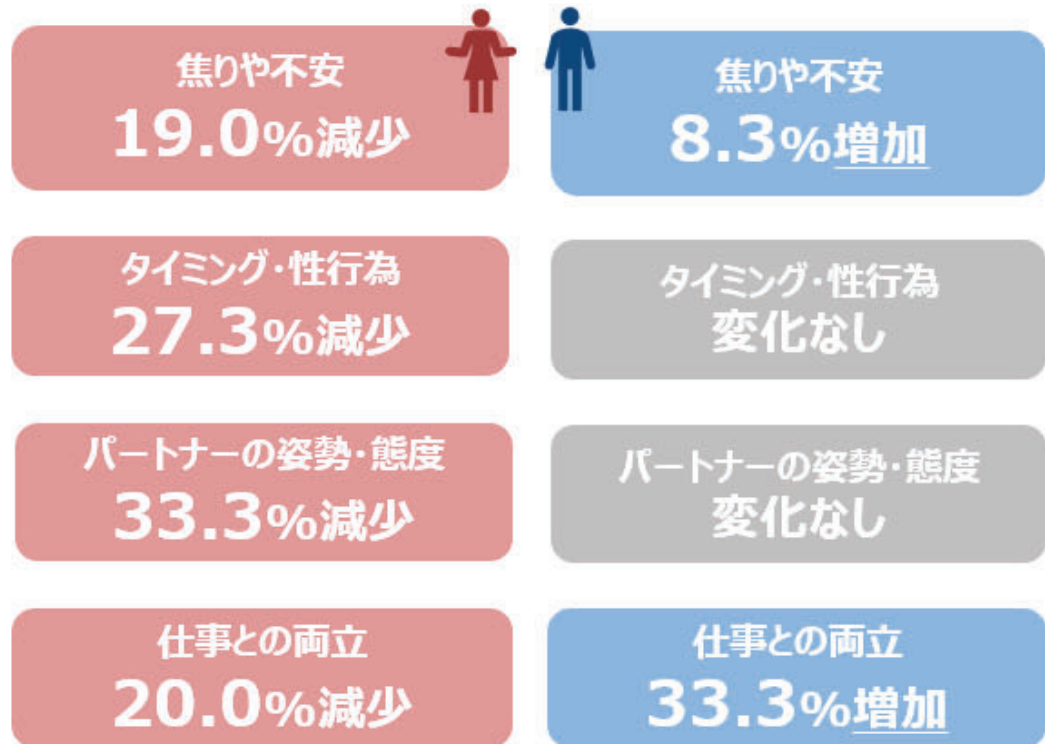
現在の妊活に満足しているか



現在の妊活に不満である



妊活における不満要因の変化 (PoC前後比較)



本事業の課題

本事業のPoCから見えてきた課題

| アプリ・コンテンツ

- **アクセス数が想定より低かった**
 - 意図や使い方を理解してもらえるようUIや回遊性の設計の改善
- **効果的な離脱対策ができなかった**
 - アプリ以外のサービスも絡めたコンテキスト形成と継続的なリテンションの工夫
- **機能的な制約によりコミュニケーション促進のアイデアを実現できなかった**
 - アクセシビリティ向上にむけてネイティブアプリ化の検討
- **仮説やサービス設計が詰め切れていなかった**
 - 女性視点、男性視点、カップル視点でみたカスタマージャーニーの整理

| パートナーシップ

- **女性と男性の妊活に対する「温度差」解消の難しさ**
 - 男性側の強力な引き込み、「自分ごと化」の仕組みが必要

今後の事業展開

妊活領域

| オープントライアル

アプリのブラッシュアップ
コンテンツとUI/UX改良



ネイティブアプリ化
通知・連携機能の強化



| 妊活サービスの拡充

リアルサービス
モノ活用



連携体制構築
パートナーシップ課題に取り組む



事業計画に基づき実施したこと

不妊領域

不妊治療パートナーシップ支援アプリの機能開発およびPoC

コンテンツ

- パートナーとのコミュニケーション診断（夫婦関係満足度尺度）/アドバイス
- 治療状況に合わせた男女それぞれに週1メッセージ配信/アクション把握

PoC

- 対象：不妊治療（体外受精）中のカップル **39組78人**参加（途中3組が辞退）
※8割:cocoromiアプリユーザー、2割:新規ユーザー
- 期間：2022年11月-2023年1月の**3か月**間実施



コミュニケーション診断



診断結果共有



週次配信



コラム紹介



翌週アクション把握

不妊治療パートナーシップ支援アプリの開発

アクション状況

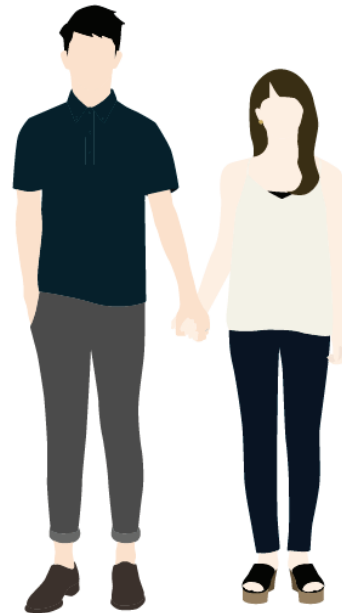
- 週次のアクションは女性は約4割、男性は約3割、減少率は男性が高い
- 週1配信以外に、人気のコラム記事などのメッセージを送り、アクション率は5-15%上昇
- 3か月間のアクションは女性9割、男性8割程度

週次アクション
週ごとの平均

29%

3か月アクション
PoC期間中での実施率

78%



40%

週次アクション
週ごとの平均

90%

3か月アクション
PoC期間中での実施率

不妊治療パートナーシップ支援アプリの開発

パートナーシップ機能についてのご意見

- 総合的に使ってみてみたいと感じたカップルは60%
- すでにリテラシーが高い、パートナーが協力的でなかったカップルからは低い評価をいただいた
- 思っていること、感じていることを文字で伝える機能も欲しいなど、具体的な改善案もいただいた

<その他アンケート回答>

メッセージ/コラムの
不妊治療の知識アップ **66%**

相手が生活の中で実践
してくれていると感じた **54%**

アプリでこの機能を使っ
てみたいと感じるか **58%**

【ポジティブな意見】

パートナーから思いやりの言葉が増えて、
参加して良かったです。

【ポジティブな意見】

不妊治療は努力しても報われないが、せめて
パートナーに理解してもらえるツールは良いと思う。

【改善を希望する意見】

第三者だけでなく、自分の気持ちを文字で共有でき
る機能があると嬉しい。

【ネガティブな意見】

コラムなどは自分の知識以上のものはなかったし、わ
ざわざアプリで共有するほどの情報でないと感じた



本事業で定めた4つの成果指標について

成果指標ご報告

- 生殖リテラシーは目標をすでにPoC前に達成、不妊治療患者のリテラシーは一般より大幅に高い
- コミュニケーションの質と量に関しては目標未達、約半数の方が改善と回答した
- 不妊治療満足度については、治療で成果が出なければ結局上がらないとの回答が多く、約31%と目標未達



生殖リテラシー
(CFKS-J)

PoC前 PoC後

91.4% → 93.8%

目標:
男女ともに正答率80%以上



コミュニケーション
の質と量

質 会話時間

55.0% 46.5%

目標:
改善したカップル80%以上



不妊治療
満足度

31.0%

目標:
改善したカップル80%以上



WHO-HPQ
共通指標

65.2%

目標:
スコアの上昇した女性
ユーザーの割合5%以上

本事業のPoCから見えてきた課題

| スキーム

- 行動変容が起こらないユーザーに対して、**個別に迅速に対応するスキーム**がない
- 第三者介入だけでない、**当事者の思いを共有できる仕掛け**が必要
- 既存アプリに追加することで、使い勝手を煩雑に感じるユーザーが多かった

| メッセージ/コラムの内容

- 不妊治療患者は、リテラシーに差がありスコープの定め方が難しい
- 座談会やインタビュー記事も掲載したが、制作コストが高い

情報共有の習慣化が課題のカップルには良いソリューションだが、
興味関心や実行面が不足するパートナーがいるカップルは解決に導けなかった

今後の事業展開

正式リリース前にやること

| 定量アンケート/座談会の実施

- 女性側の意見が集まりやすいが男性側からも意見を収集
- アンケートだけでなく、インタビューや座談会を繰り返し生の声を拾い続ける

| 事業者間の情報共有/動画制作

- パートナーシップに取り組む事業者、影響力のあるYoutuberと動画コンテンツを制作中
- 事業者の枠を越えて、カップルへ問題提起をすると共に、各事業者のサービスの選択肢を伝える
- 3/8 国際女性デーから1週間、1日1本配信予定



今後も、パートナーシップに取り組む事業者、サポートしたい自治体とご協力をしていきたいと考えています。
ご関心のある事業者様、自治体様、ぜひお声がけください！

04.

ヘルスリテラシー向上(知識の獲得から行動改善まで)を通じた働く女性と組織の
活性化をサポートする『トータルウェルネスプログラム』
(代表団体：株式会社SRACreative)

ヘルスリテラシー向上(知識の獲得から行動改善まで)を通じた 働く女性と組織の活性化をサポートする『トータルウェルネスプログラム』

最終報告

SEVENRICH GROUP
株式会社 SRACreative



無断複製・転載禁止

有償、無償を問わず他人への譲渡、複製の作成を禁じます。
本資料に掲載されている情報、データなどの著作権は当社に帰属します。
無断転載はお断りいたします。

女性社員だけでなく、男性社員・管理職のヘルスリテラシーが高い状態。そして、組織内で不調を抱える社員の改善をサポートする持続的な仕組みや、効果検証を通じた「成果の見える化」が出来ている状態

ヘルスリテラシー

① 正しい知識を持つ



② 改善に向けた行動をする



女性社員

- ・ **リテラシーテストや研修**など、**全社施策**として全員が参加し、**自分の症状を客観的に知る機会**を持つ（自身の現状を把握）。
- ・ 自身の症状に対して**適切なセルフケアの知識**を持ち、**具体的な行動の実践**が出来ている
- ・ リテラシーが高い社員が増え、「**仕事のパフォーマンスを上げる**」ための**自律的な意識、スタンス**が定着し始めている



男性社員／管理職

- ・ **生理/PMS（月経前症候群） / 更年期障害**などの症状に対する**正しい知識**を持ち、自身の物差しで判断せず「**一人ひとり症状が異なるもの**」と理解する
- ・ そして、**社員一人ひとりとの対話**を通じて、本人の望む形での「**仕事との向き合い方、働き方**」を**サポート**出来ている

（例：全員が「生理休暇」が欲しいわけではなく「通院のための一時的な離席」や「リモートワーク」などが理想の人もいる）



企業(人事)

- ・ 一人ひとりの知識の獲得、改善に向けた行動の実施、改善効果の検証ができるよう、施策を全体設計、運用できている。「**女性社員の不調を改善し、自分らしく働くことのサポート**」を通じて、**働き方の多様性、リテンション、チームワークの強化、生産性の向上、企業ブランドケアアップ**など、**会社の「成果」**に繋がっているのを実感している

弊社が提供するトータルサポートの全体像

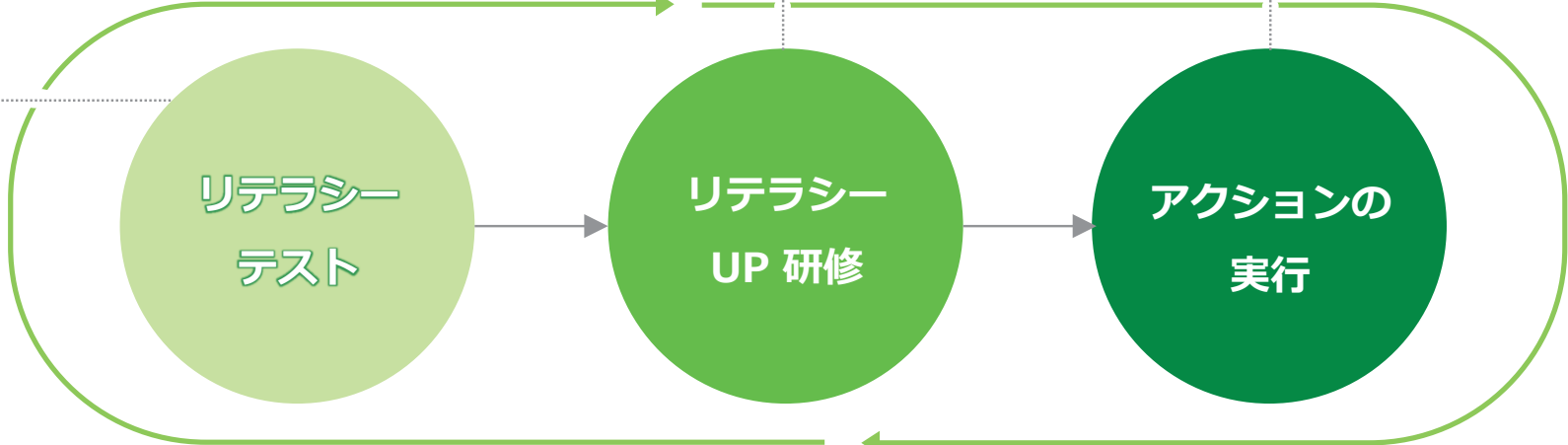
人事のパートナーとして、社員全員のリテラシーUPのためのトータルソリューションを提供。
女性の不調をきっかけに、多様な健康課題を持つ社員の理解、協力し合う職場へ

女性の心と身体の健康

女性社員、男性社員、管理職別に
リテラシーテストを実施。
他社スコアと比較して自社の
立ち位置を確認

テストの結果を踏まえ、対象者別
(女性社員/ 男性社員/ 管理職)に
理解を深める研修を設計、実施

例えば、女性社員向けに心/食事/運動/
睡眠サポートや検診受診やピル処方な
どのソリューションを提供



社員のパフォーマンスやエンゲージメント UP

STEP1 リテラシーテスト

女性社員向けと男性社員および管理職向けの二種類のテストを実施し、プログラム導入前時点のリテラシーを把握

対象

目的

- 女性社員
- 男性社員 / 管理職

不調に対する正しい知識を持つ

改善に向けた行動をする

内容（女性社員向けの場合）

※男性社員 & 管理職向けは一部内容を変えて実施

- 自身の症状チェック
(PMS/PMDD¹⁾、生理トラブル、更年期障害)
- 症状を放置することのリスク
- 各症状における正しいセルフケア
- 不調がもたらす労働損失、仕事への影響
- 自身のセルフメディケーション・ケア実施度
 - 上記の各症状に対する正しいセルフケアのうち、自身がどの程度出来ているかを確認
 - 例えば、適切な運動、バランスの取れた食事、十分な睡眠、ストレスの発散など
- 周囲に求めるコミュニケーション

1) 月経前不快気分障害

STEP2 リテラシーUP研修

リテラシーテストの結果を踏まえ、医学的に正しい知識や実際の女性社員の回答を学べる
リテラシーUP研修を実施

女性社員

- **リテラシーUP研修**
 - ※リテラシーテストの詳細解説
 - 不調が起こる原因・メカニズム
(PMS/PMDD、生理トラブル、更年期障害)
 - PMS/PMDD、生理トラブル、更年期障害の対処法
 - 病院との正しい関わり方
(かかりつけ医を持つなど) など

管理職・男性社員

- **リテラシーUP研修**
 - ※リテラシーテストの詳細解説
 - **コミュニケーション/メンタリング研修**
(女性社員の回答結果を踏まえて)



STEP3 ソリューション提案（女性向け）

さらに詳しいセルフケアの実施状況確認の上、各領域の専門家が個人の課題改善に寄り添い、「知識の提供」だけにとどまらず「実行・改善」までを一気通貫でサポート



コーチング/ ワークショップ

- コミュニケーション/内省の機会の提供 1on1コーチング

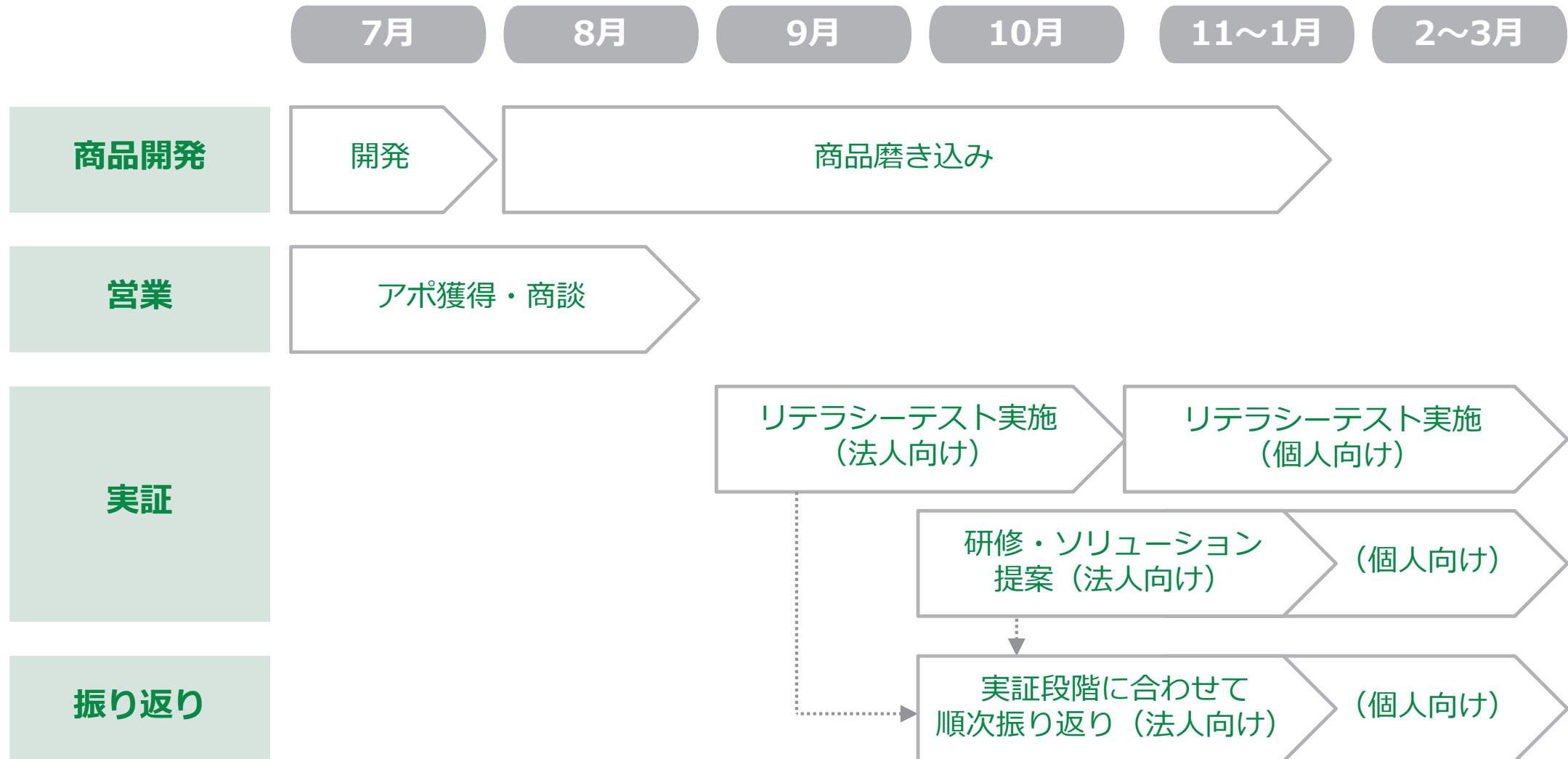


運動/食事/睡眠/検診・ピル処方

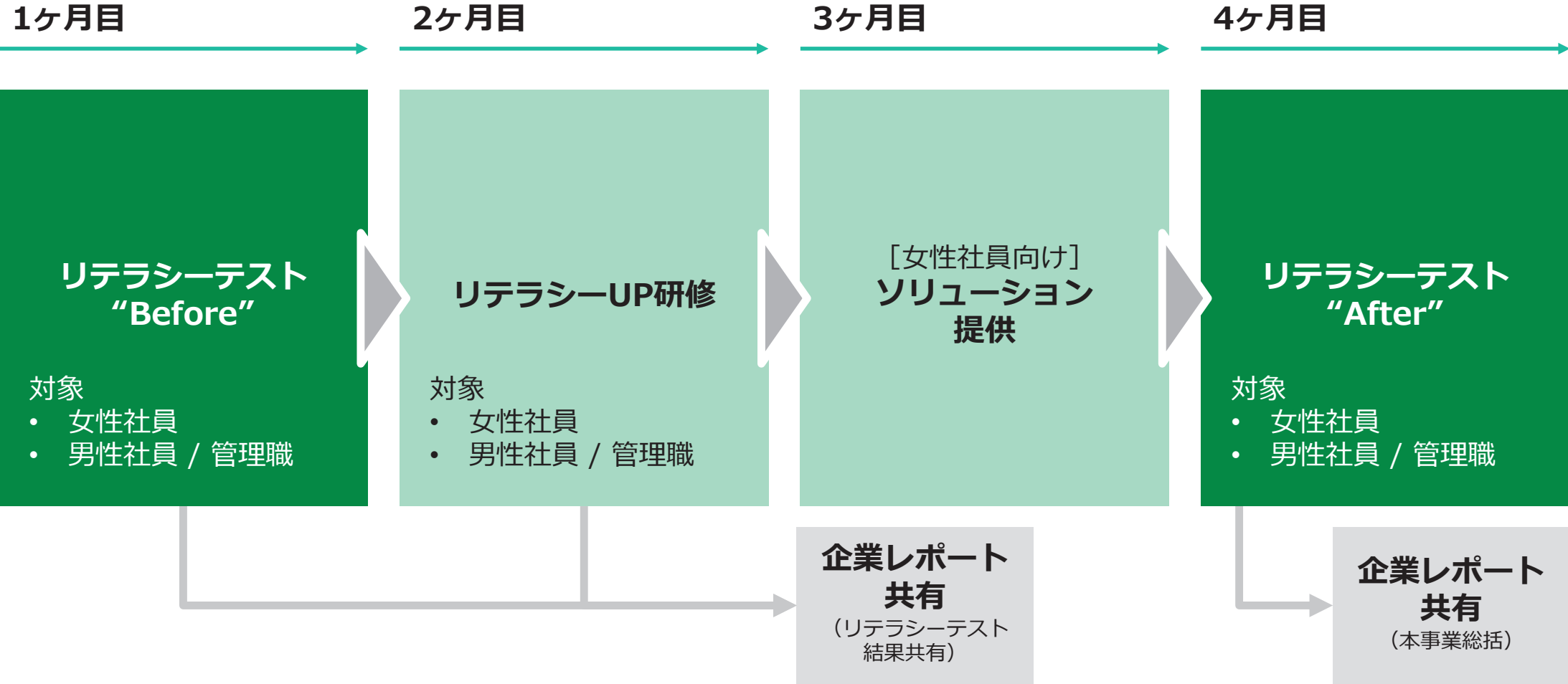
- **運動/トリートメント**
 オンライントレーニング・オフィスへの出張鍼
- **食事**
 女性に必要な栄養素を詰め込んだ「宅食サービス」
 ※社食としても提供可
 食事指導・栄養セミナー
- **睡眠**
 睡眠分析～製品提案～伴走支援のトータルサポート
- **診断/処方**
 検診、オンライン診断+ ピル処方
- **フェムケア/セルフケア**
 病院に行かず自分で出来るQOL向上のためのセルフケア製品の提案・提供



実証事業は以下のスケジュールにて実施



1社あたり約4か月かけてサービス実施



結果：【女性社員】意識・行動の変化

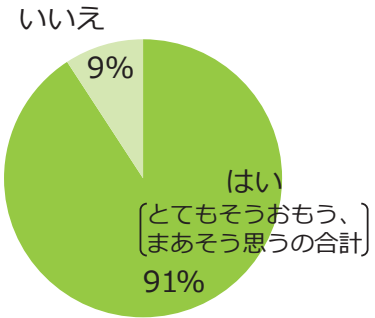
取組みを通じて正しい知識を身に着けることで、女性社員がより自分自身と向き合い、適切な改善に向けた行動を後押しすることができた

① 知識の獲得

[パフォーマンス分析（詳細）※女性社員のみ]

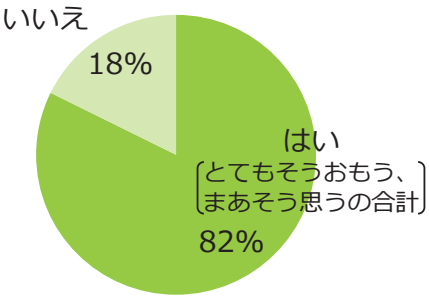
Q: 今回のリテラシーアップのテスト/研修/サービスのレコメンドを通じて、パフォーマンス向上に向けた不調改善を意識するきっかけになりましたか

n=141



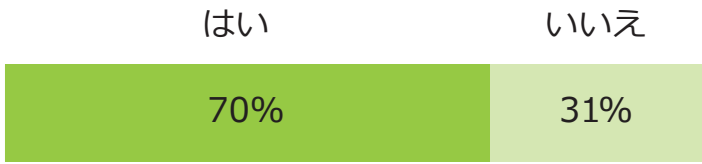
Q: ご自身の意識や行動に少しでも変化を感じられましたか?

n=141

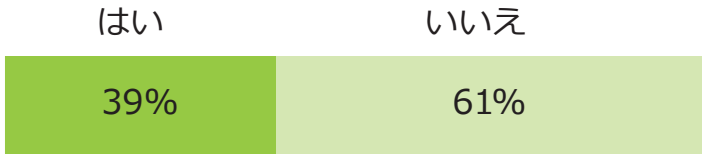


② 改善に向けた行動

Q:セルフケア含む行動を何かしらした n=141

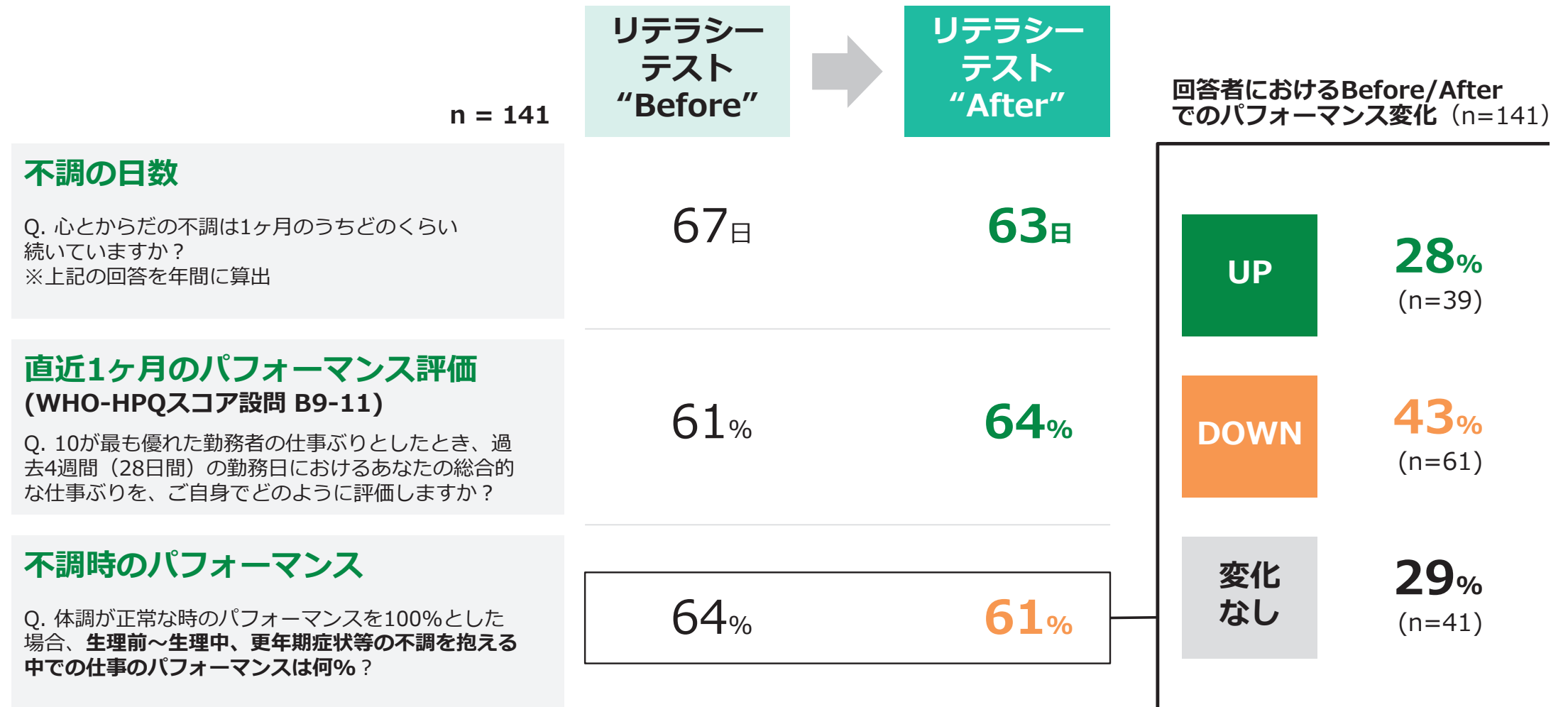


Q:実際に何かしらのサービス利用を通じて行動を行った (上記質問で“はい”と答えた方のみ)



結果：【女性社員】パフォーマンスの変化①

リテラシー研修を受ける前後で個人のパフォーマンスに対する認識に変化が発生。
全体的に個人のパフォーマンスは向上する一方、多くの社員において不調時のパフォーマンス評価が低下



結果：【女性社員】パフォーマンスの変化②

パフォーマンスDOWN層はBeforeのパフォーマンスが高く、以前回答した自身の症状に「書き足す」ように自覚症状を変化させる方が多く存在 ⇒ より自身の症状に対して自覚的に

	不調時のパフォーマンス		女性特有の不調に対する自覚症状の変化
	Before	After	
全体	53%	72%	あり：28% なし（維持）：72%
パフォーマンスUP層			
低スコア層	38%	62%	あり：21% なし（維持）：58%
高スコア	68%	81%	あり：8% なし（維持）：89%
パフォーマンスDOWN層	69%	50%	あり：37% なし（維持）：63%



研修参加者の声（抜粋）

- 年齢的に仕方がない、我慢すればよいと思っていたことと向き合わなければ、仕事のパフォーマンスが下がると認識できた。
- 女性の体調管理も業務の一環として認識できました。
- 周りの女性の皆さんがどんなことで困っているのか、自分と似たような症状で悩んでいるのかを知ることができて心強かったです。最近急に生理前のイライラがひどく、なっていて自分的にすごく悩んでいたもので、自分だけじゃないんだなってことと、気になることがあれば通院すればいいんだなってことが分かったので心が軽くなりました！
- 説明が大変わかりやすかったです。普段女性特有の不調に悩んでいても、何か改善するためにあまり行動できてなかったもので、改めて考える機会となり、有意義な時間となりました。
- PMSは何となく理解しているつもりでしたが、対処方法など理解が浅かった部分もあり、とても勉強になりました。
- 普段なんとなくはわかっているつもりでも実際に調べたりする機会がなかったので、お話しが聞いて良かったです。

結果：【女性社員】パフォーマンスの変化③

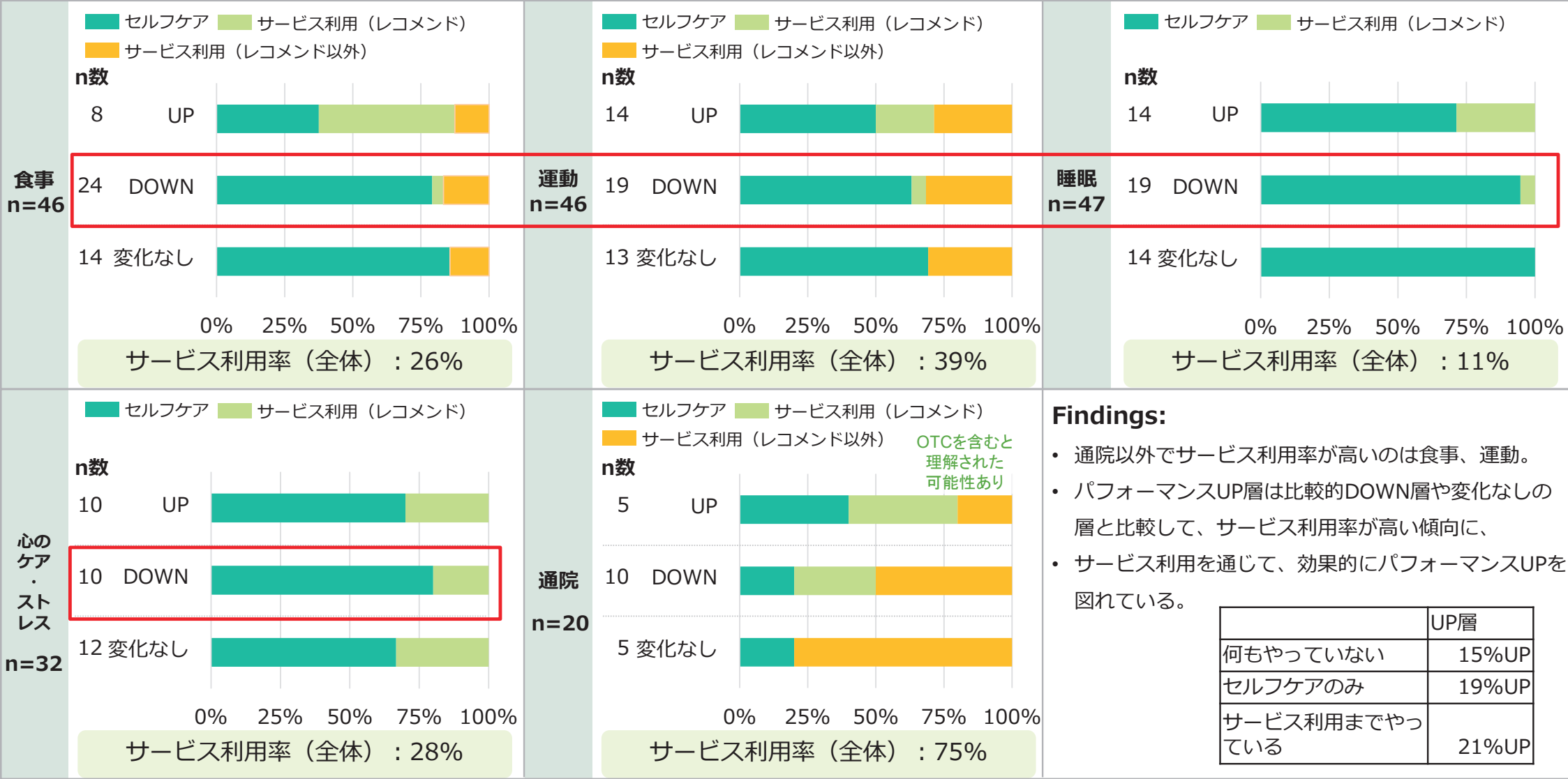
当該DOWN層を“自己発見層”と定義。知識獲得を通じて、以前よりももっと自分のパフォーマンスは良くなるんだ！ということに気づき、相対的にパフォーマンススコアを低く付ける傾向に

	元々の特徴	今回を通じての変化
<p>我慢卒業層 UP層 Beforeのスコア低</p>	<p>UP層の特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 不調時にパフォーマンスが低いと認知しているけど、具体的な原因やケアの知識がない ・ 行動：無し（我慢）→具合が悪いが知識がなく、放置が多い（ヘルスリテラシー低い） <p>「今まで健康に関して意識はしていなかったけど、何となく不調あるなと思っていたが、忙しさもあり特に自分の身体をケアすることまでは至ってなかった」</p>	<p>変化意識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 不調のメカニズムや不調を放置していることのリスク、自身の身体に必要なケアなどの重要性知った。 <p>変行動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 具体的に必要な行動を理解し、行動出来た。4割が期間中に病院へ受診したと回答。
<p>行動開始層 UP層 Beforeのスコア高</p>	<p>UP層の特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自分の症状への認知：あるが我慢できる範囲。ケアに対して興味がないわけではないが、自分からは情報を取りにいかない ・ 行動：無し（我慢）（ヘルスリテラシー低） <p>「別に私困っていることないと思っていたけど、セミナーを聞いたら実は私ここに該当しているということに気づいた。当たり前になりすぎて意識していなかったけど、ケアすべきものだったと気付けた」</p>	<p>変化意識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 受動的なスタンスだったが会社の機会知識を得る機会を獲得することが出来た。 <p>変行動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 我慢することのリスクを理解したため、具体的に必要な行動を素直に理解し、行動出来た。
<p>自己発見層 DOWN層</p>	<p>リテラシーも一定あるし、行動もきちんとされている</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自分の症状への認知：あり、ケアに対して興味があるので、自分から情報を取りにしている ・ 行動：あり（ヘルスリテラシー高） <p>「以前更年期障害の症状で悩んでいたもので、病院に行き、ホルモン療法などを受けた日頃から食事や運動は気を付けていた。でも、リテラシーテストや研修を通じて具体的に必要な行動を理解し、更に行動出来た（食事運動通院など）」</p>	<p>変化意識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自分なりに自分の出来るケアをしてきたが、更にできることがあると自覚。→相対的にスコアダウン <p>変行動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 具体的に必要な行動を理解し、更に行動出来た。（食事運動通院など）



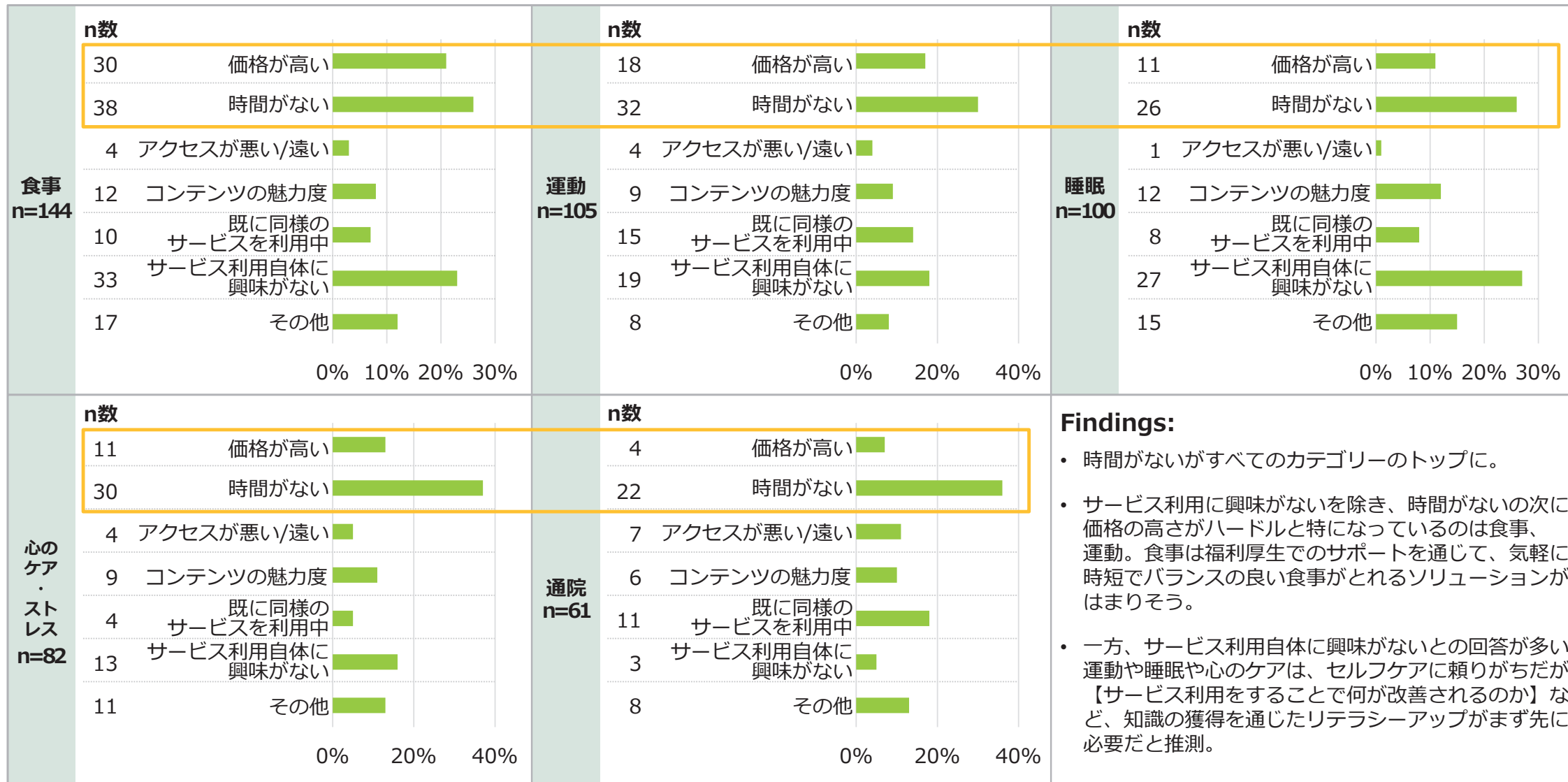
結果：【女性社員】 具体的な行動内容

自己発見層（DOWN層）はセルフケアが中心。こうした頑張り続ける自己発見層へは、より効果的なパフォーマンス向上に向けて、積極的なサービス利用を推奨



結果：【女性社員】 サービス利用に向けた課題

多くの女性社員において、サービス利用に向けたハードルは“時間”と“費用”。
通院のための部分休導入等、サービス利用促進に向けた福利厚生への導入を検討頂きたい

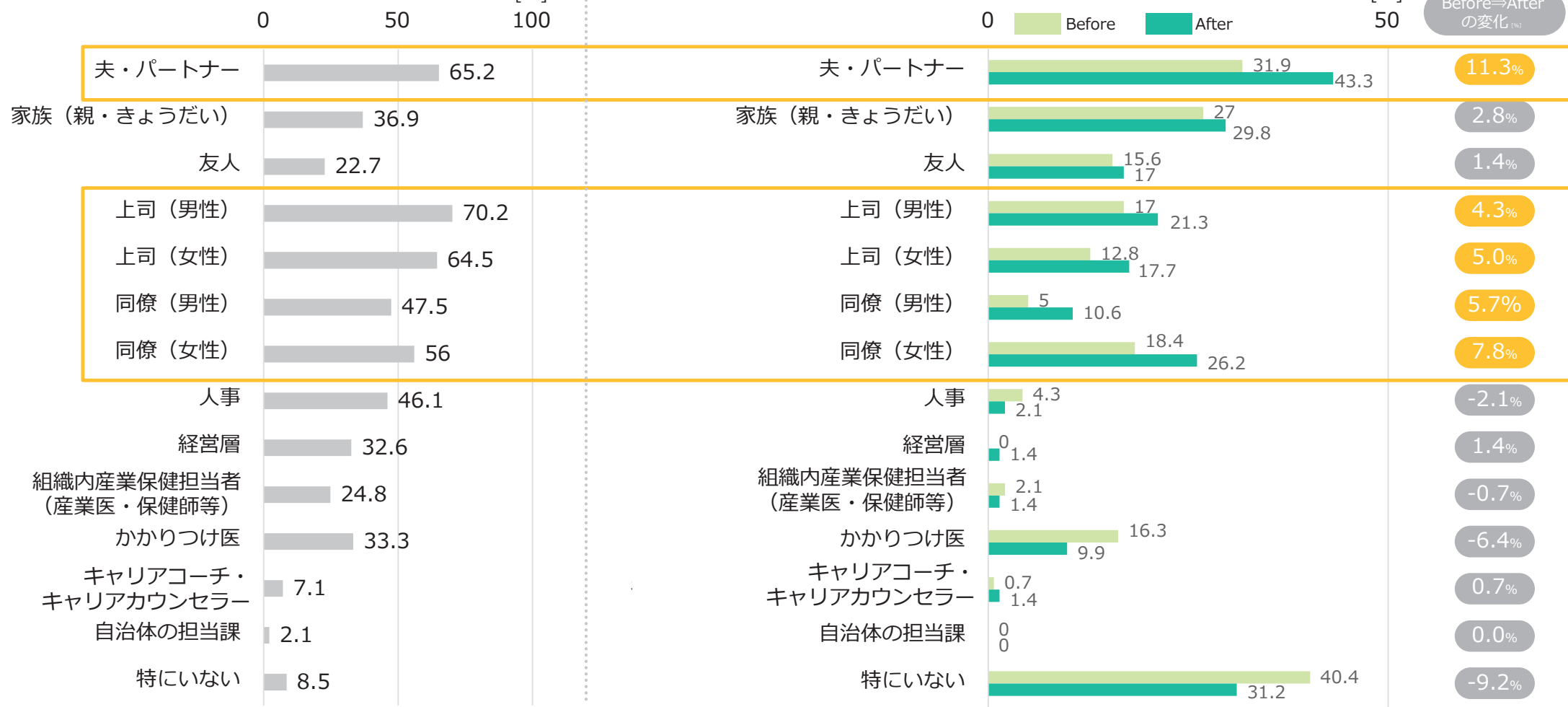


結果：【女性社員】 家族や職場における相談状況の変化

本取組みを通じて、女性社員が“協力が必要”と感じている相手に対して、積極的に自身の健康課題についての相談が行えるように ⇒ 職場環境の改善に向けて非常にポジティブな結果が見られた

Q. 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、**どのような人からの協力が必要だと思いますか。** n=141人

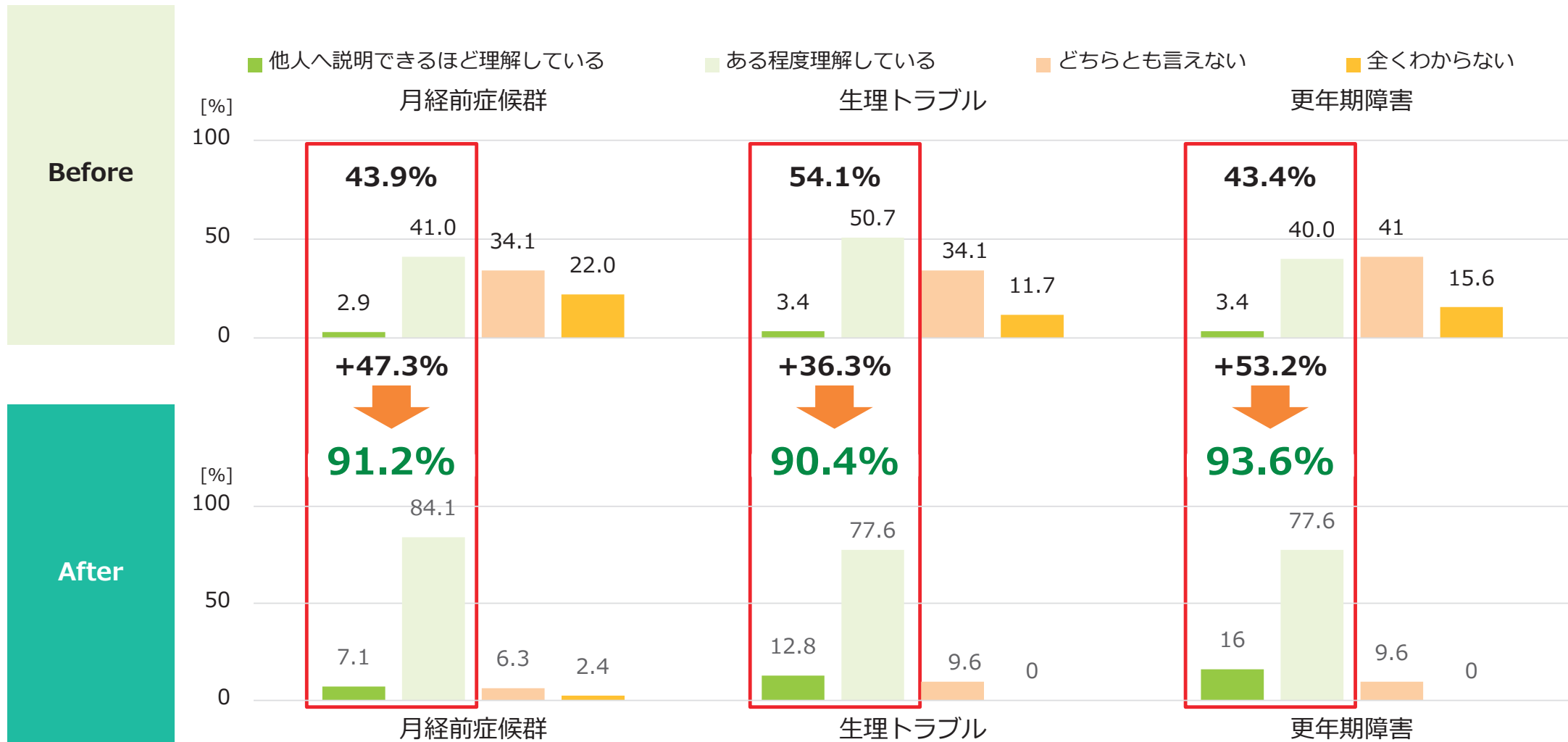
Q. 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、**すでに協力を得たことがある人がいれば教えてください。** あてはまるものをすべてお選びください。 n=141人



結果：【男性社員】女性の不調に対する理解度の変化

本取組みを通じて、女性が抱える心身の不調に対する男性社員の理解度が大幅に向上。
 9割以上の男性社員がある程度の理解を持つように

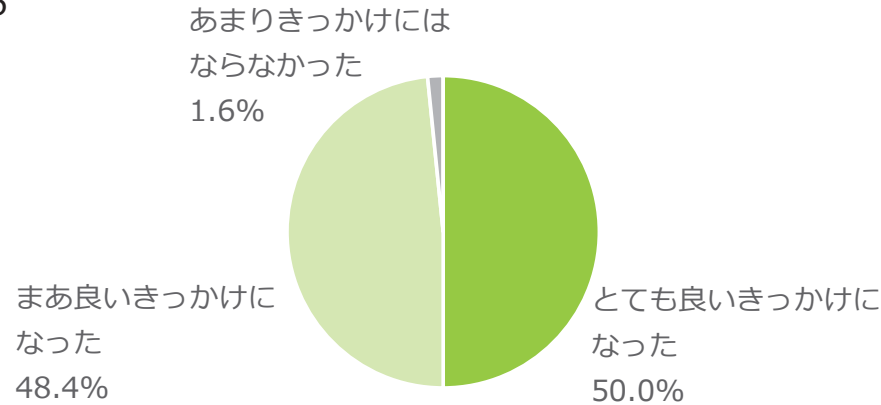
Q.女性の不調、それぞれに対しての理解度を教えてください n=126人（男性回答）



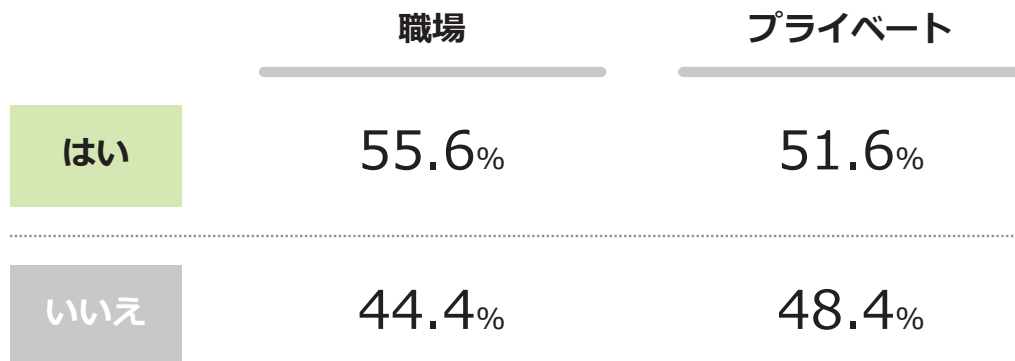
結果：【男性社員】本取組みに対する意義

女性に対する気遣いから、実践に向けてはまだ難しさは感じているものの、参加したほぼ全ての男性社員が、本事業が働きやすい組織・環境づくりを意識するためのきっかけとなったと回答

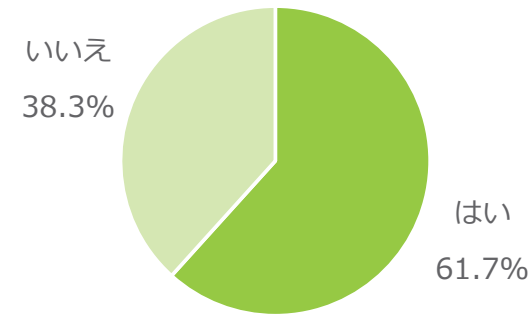
Q: 今回の女性の不調に関するリテラシーアップのテスト/研修は、働きやすい組織・環境づくりに関して意識するきっかけになりましたか
n=126



Q: 実際に意識・行動する場面はありましたか？
n=124



Q: 実際の場面で意識・行動する上で難しさはあった？
n=81



Q: どんな？ FAから抜粋

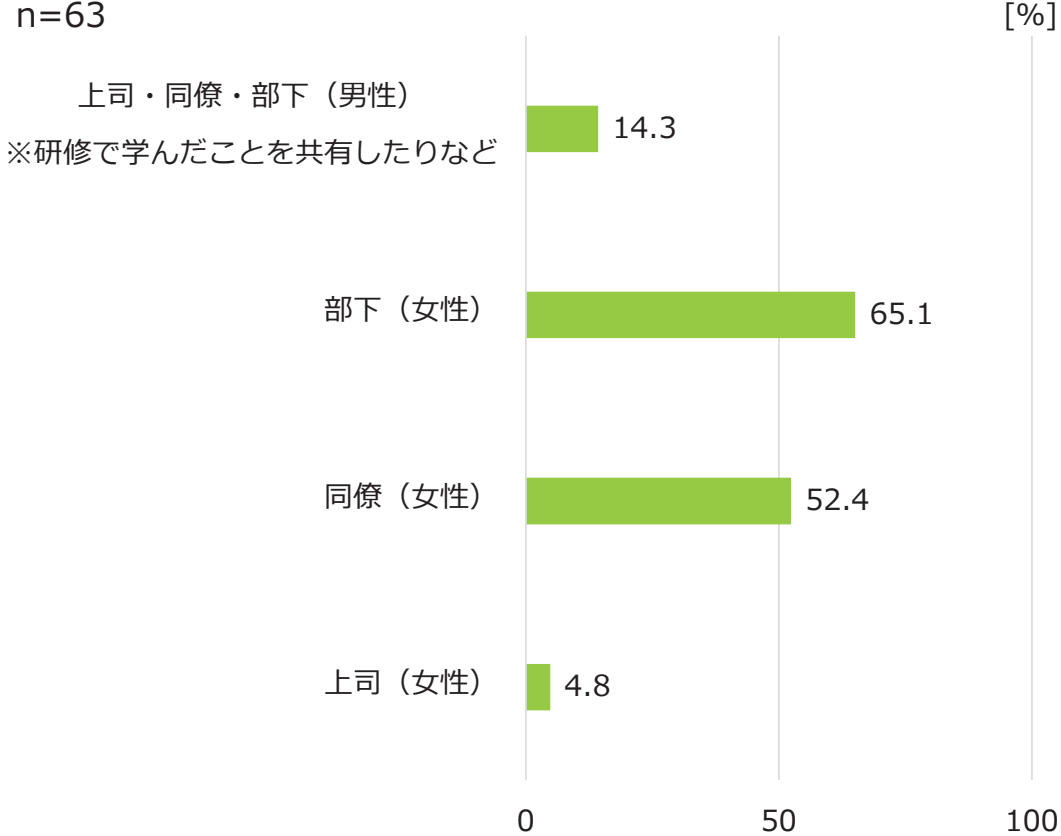
- まだ男性社員が女性の不調に関する言及をしにくいところがあり、それとなく話さなければいけないのが難しかった。
- 人によって受け取り方が大きく変わる繊細な内容なので、相談するにも相手を選ぶ必要があるのが難しいと感じた。
- 直接抱えている原因を聞き出せないむずかしさ。
- 相手がそれを求めているかわからない（余計なお世話と思われるのでは）。
- 言葉での確認が難しく、過度に気を使い過ぎてしまう。
- 最終的には管理職や会社が積極的に取り組もうとしないと推進は難しい。

結果：【男性社員】本取組みを受けての具体的な行動・実践内容

具体的に何らかのアクションを起こした男性社員は、接し方の変化や、積極的な研修への参加推奨等、より女性社員に対しての配慮ある行動を実践。ほぼ全員が今後も意識・行動を継続すると回答

Q: (職場で意識・行動したと回答した方) 実際に意識・行動した方は、誰に対して意識・行動しましたか？

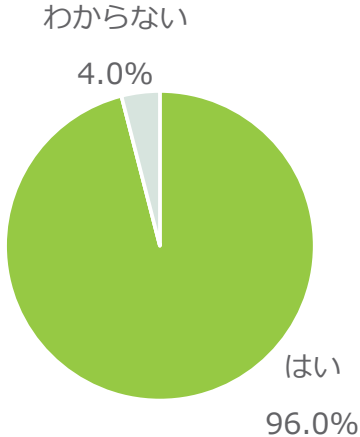
n=63



Q: 具体的にどんな意識・行動をした？

- 研修で学んだことを意識して接するようになった。
- 体調が悪そうなことや、機嫌がそこまでよくないと感じることがあるが、致し方ないことなど理解し、接し方をいつもより明るめにしたりした。
- 体調の変化を気にするようになった。
- 衛生委員会で女性の健康に関するテーマを取り上げて皆で認識を深めた。
- 今回の研修を受講したことを共有し、内容を紹介した。また、次回同様の研修があれば参加することを推奨した。
- 男性社員と性差別にならない前提で配慮することの難しさを共有

Q: 今後も継続して意識や行動を心がけたいと思う？ n=126

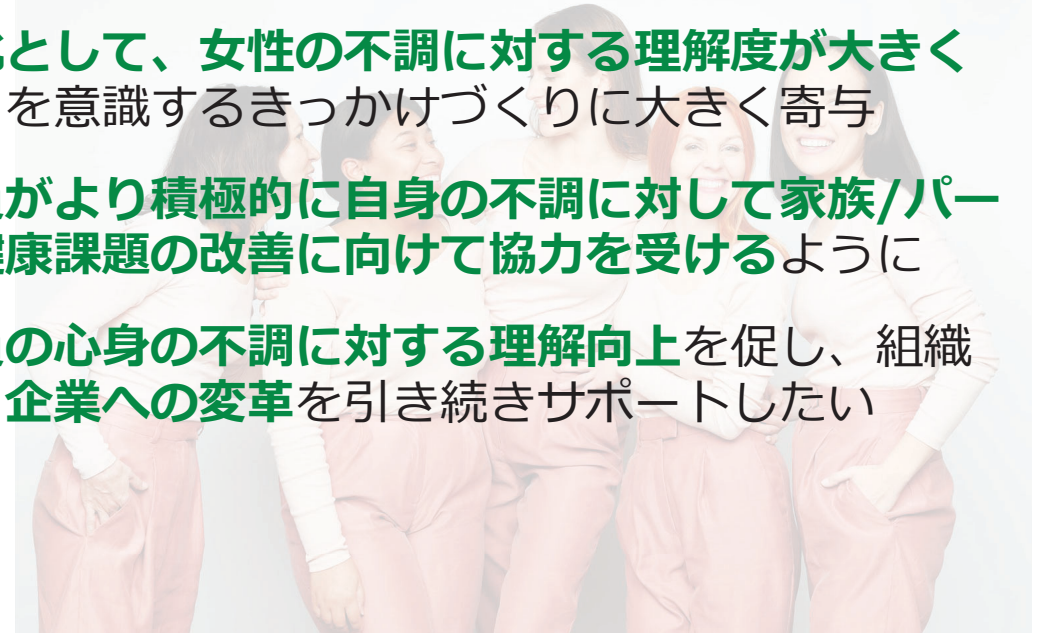


Q: 「わからない」の場合、具体的な理由は？

- 実店舗に女性はいない為。
- 意識することは大事だとは思いますが、行動することで余計な軋轢を生むこともありそうなので。

本事業のサマリー

- 本プログラムでは多くの女性社員に対して、**自身の体調不良に関する正しい知識の獲得及び、改善に向けた何らかの行動を後押し**することができた
- また、自身の体調を正しく理解することで、**仕事に対するパフォーマンスの向上等の変化**が見られた一方で、**自身の体調不良についても改めて自己発見する層**が多く存在。結果、体調不調時のパフォーマンスをより低く評価するように
- 女性社員の**多くはセルフケアに留まっており、より効果的な改善に向けてはサービス利用の検討を推奨**したい。そのためには、**“時間”及び“費用”の捻出がハードル**となっており、これらの制約を抑えるためにも、企業様には**後押しする福利厚生**の導入を検討頂きたい
- また、今回の取組を通じて**男性社員に見られた変化として、女性の不調に対する理解度が大きく向上**。本プログラムが働きやすい組織・環境づくりを意識するきっかけづくりに大きく寄与
- 女性・男性社員双方の理解が進むことで、**女性社員がより積極的に自身の不調に対して家族/パートナーや職場の上司・同僚に対して相談を行い、健康課題の改善に向けて協力を受ける**ように
- 本プログラムの継続により、企業における**女性社員の心身の不調に対する理解向上**を促し、組織風土・働き方の改革へと繋げ、**真のダイバーシティ企業への変革**を引き続きサポートしたい

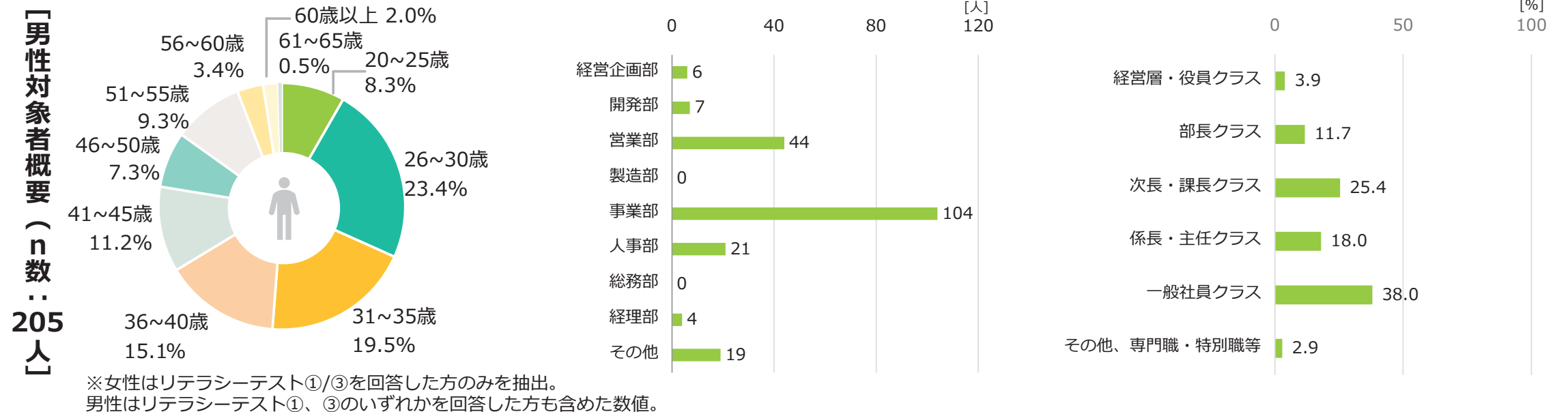
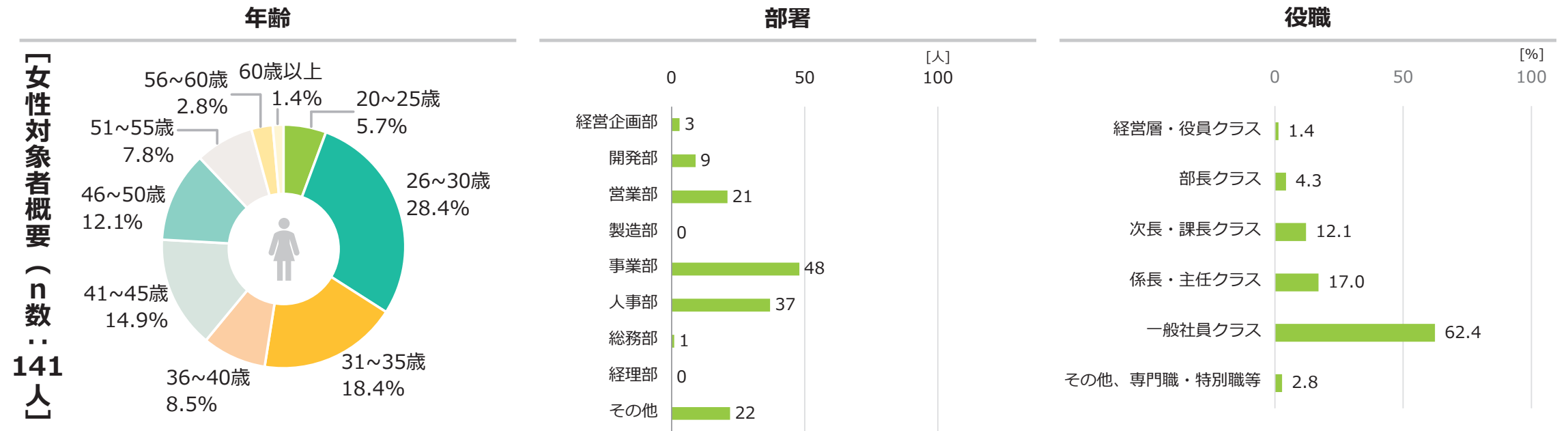


事業目標 / KPIについて

今回の短期目標はおおむね達成

	短期（1年後）	結果 緑：達成	中期（2年後）
女性社員 1. 研修参加率/リテラシーテスト参加率 2. 不調に対するセルフケア 理解度 3. セルフケア実施率※1) 4. 婦人科受診勧奨の社員比率 5. パフォーマンススコア※2) (WHO-HPQのスコア設問B9-11)	60% または + 5%※4) 40% または +10% 40-50% または +10% 30-40% または ▲10% + 2pt	66%※5) 98%※6) 70% 月経前症候群：変化なし 生理トラブル：▲2~11% 更年期：▲1% +0.3pt	70% または + 10% 60% または +20% 60-70% または +10% 20-30% または ▲10% + 10pt
男性社員 / 管理職 1. 男性社員 / 管理職の「女性の不調に対する理解度」スコア	30% または + 5%	月経前症候群：+47.3% 生理トラブル：+36.3% 更年期：+53.2%	40% または + 10%
組織 1. 女性社員が感じる「職場の女性特有の不調に対する理解度※3)」 2. 女性社員のエンゲージメントスコア 3. 女性社員の心身不調を理由とした休職者数・日数 4. 女性管理職比率	60% -（短期的には影響なし） -（短期的には影響なし） -（短期的には影響なし）	77%⇒81% (+4%)	70% + 5% ▲5% -（中期的には影響なし）

※1) 食事改善・運動・睡眠サポート/検診/ピル処方等の対応状況
 ※2) 短期目標参考：丸紅 成果報告書【月経PG】オンラインピル外来実証調査 結果③プレゼンティーイズムp19
 ※3) 現状約50%：日経BP総合研究所メディカル・ヘルスラボ生理快適プロジェクト調査
 ※4) +/-▲xx%は、対現状比
 ※5) リテラシーテスト①（Before）と参加者のうちリテラシーテスト③（After）両方実施頂いた人数：Before213名、After141名
 ※6) Q:不調時の対処法や、病院との正しい関わり方は理解できましたか？に対して「はい」と回答した人数



会社紹介：株式会社SRACreative

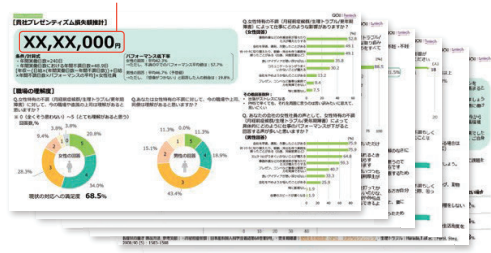
COMPASSIONATE LEADERSHIP

従業員・経営者それぞれが、自分や他者への理解を深め、思いやりをもって寄り添う企業風土を実現する経営

風土改革などの人事施策の検討材料に

リテラシーテストを元に企業様ごとにレポートを作成

企業様ごとに損失額推計をお出しします



企業ブランディングへの活用として

社内・外への発信で企業ブランディングの向上サポート



こやま ゆきこ
小山 侑子

「自走する」組織デザイン
株式会社 LYL 代表 /
SEVENRICH GROUP
QOLI 事業責任者※



都内某企業様
従業員数：約300名
(30代/女性)

代表メッセージ

「社員の心と身体の健康は持続的な企業成長においてとても大事」
企業の経営者や人事担当者の皆さんからよく伺います。

一方で健康支援施策は単発で終わってしまっていることが多いのが現状です。そうした課題を解決すべく、社員の皆さんの心と身体の健康に向けた意識～行動変容をトータルでサポートするサービスを開発しました。

社員一人ひとりの健康を支援し、経営者や人事の皆さんの活気のある組織づくりのパートナーを目指します。 ※株式会社 SRACreative 所属

人事担当者様の声

導入の決め手は女性社員だけでなく、男性社員に対するリテラシーアップへの施策がしっかりあること。

また、女性特有の不調について学ぶことをきっかけに、男性の更年期障害や不妊などの他の健康課題を知るきっかけになれば嬉しいです。

目指すのは女性社員だけでなく、男性社員・管理職のヘルスリテラシーが高い状態。
企業の継続的な女性活躍の風土づくりを支援し、企業のコンパッション経営・ブランド力の向上に貢献します

株式会社 SRACreative

所在地：〒150-0031 東京都渋谷区桜丘町9-8
KN渋谷3ビル 2F (SEVENRICH GROUP内)

TEL：03-6455-0697

お問い合わせ：

qoli.info@lyl-coaching.com

公式サイトのCONTACTからも
お問い合わせ可能です。



<https://qoli.jp/>



✉ 人事担当者様へ

女性の不調に関する対策を検討している
企業様はお気軽にご相談ください！



05.

働く更年期女性の睡眠を可視化したリトリートプログラム実証事業
(代表団体：沖縄セルラー電話株式会社)

【成果報告】 働く女性の睡眠改善プログラム 実証事業

沖縄セルラー電話株式会社
営業本部
ビジネス開発部

- ① **事業計画**
- ② **実施計画に基づき実施したこと**
- ③ **本事業の成果と課題**
- ④ **今後の事業展開**

事業計画

働く女性の睡眠改善プログラム実証事業

【事業設計の背景】

世界的に様々な論文等では女性の多く（40歳～59歳）が不眠になると言われている。また不眠は働く女性にとって生産性を低下させる要因となっており、QOLの低下に繋がっている。
不眠の原因は様々であるが、「睡眠」を可視化することで、適切な対処をすることができる。

【事業目的】

働く女性の「睡眠」の可視化およびフェムテック企業監修のリトリートプログラムの実施により「不眠症」の原因の特定と改善を図り、働く女性が職場で最大限能力を発揮できる環境構築を目指す。

リトリートとは・・・ 忙しい毎日を忘れて心と体を休めリフレッシュすること

専用のウェアラブルデバイスにて計測した睡眠データを基に
リトリートプログラムを実施し不眠症状の改善を図る。
参加者のうち80%以上の睡眠の改善を目指す。

ウェアラブルデバイスで睡眠データを計測
不眠症状を検知



検知したデータを基にプログラムを実施
不眠症状の改善を図る

心と身体の再構築をめざすリトリートプログラム



人生100年時代を
生きる健康と免疫



健康長寿、美しく輝くための
女性の統合医療



睡眠を助けるツボ、
お灸、セルフケアのコツ



自分でも楽に続けられる
ヨガと運動



交感神経を緩める
アロマ・マッサージ



不安を低減させる
マインドフルネス



より良い睡眠習慣を
作るためのアドバイス



身体の変化と向き合い
輝きながら働くコツ



自分に気づきコーピング
(ストレス対処)に
役立つ色彩療法

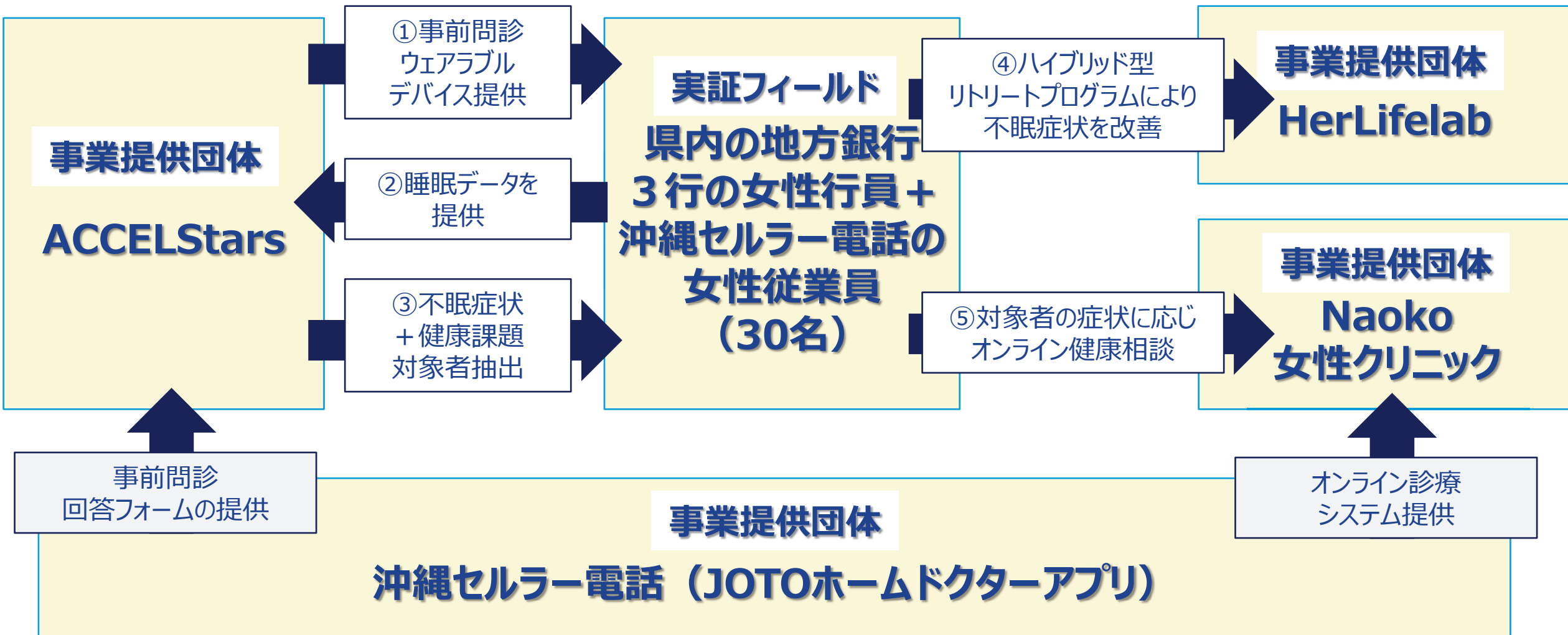














専門家に気軽に相談でき、
悩みを共有できる仲間と
過ごす素敵な時間と空間



対象：事前問診/アンケートの結果を基に選定された30名

事業の全体イメージ



		2022年						2023年		
実施事項		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1. 参加者募集	1.1 エントリーの募集									
	1.2 事前問診／アンケートの実施									
2. 対象者抽出	2.1 ウェアラブル端末の着用による睡眠データの抽出									
	2.2 不眠症の対象者抽出									
3. サービスの提供	3.1 オンラインセミナーの実施									
	3.2 リトリートプログラムの実施									
	3.3 オンライン相談の実施									
4. 効果検証(睡眠データの抽出／終了時アンケート)	4.1 睡眠データの計測									
	4.2 アンケート実施									
	4.3 睡眠データ分析									
5. 成果報告纏め										
6. 報告										

事業計画に基づき実施したこと

①事業の告知

<期間>
8月1日(月)～8月12日(金)



協力企業の人事部を通じ
対象となる女性社員へ告知

②事業へエントリー

<期間>
8月1日(月)～8月12日(金)



JOTOホームドクターアプリにて
健康課題の把握のための
事前問診/アンケートに回答頂き
事業へエントリー

③ウェアラブルデバイス着用

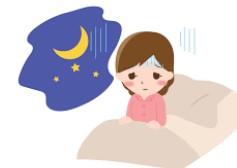
<期間>
8月26日(金)～9月2日(金)



選定された対象者に
ウォッチ型のウェアラブルデバイスを
睡眠時8日間着用いただきます。
※着用期間中、睡眠に関する
問診を毎日回答いただきます。

④睡眠データの抽出・分析

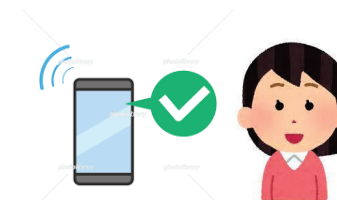
<期間>
9月5日(月)～9月30日(金)



着用いただいたデバイスを回収し
計測した睡眠データを
事業事務局にて分析します

⑤対象者に通知

<期間>
9月5日(月)～9月30日(金)



対象者に通知し
リトリートプログラムの
参加日程を連絡します

⑥オンラインセミナー

開催日程：9月中を予定
※別途ご案内します



専門家の先生による
「女性の健康に関するセミナー」に
オンラインで受講いただきます
※エントリー頂いた方全員が受講対象
セミナー動画はアーカイブにて
後日視聴することもできます。

⑦リトリートプログラム

<期間>
10月1日(土)～11月30日(木)

⑤にて対象となった
30名の方限定



専門家による
リトリートプログラムに参加

⑧オンライン相談

症状に応じて実施



症状に応じNaoko女性クリニック
高宮城先生とのオンライン相談を受診

⑨ウェアラブルデバイス着用

<期間>
11月1日(火)～11月30日(水)



リトリートプログラム/オンライン相談
終了後、睡眠の改善効果の計測のため
ウェアラブルデバイスを再度
睡眠時8日間着用いただきます
※着用期間中、睡眠に関する
問診を毎日回答いただきます。

⑩実施後アンケート回答

<期間>
2月～



リトリートプログラム実施後
プログラムによる睡眠の改善
および本事業全体を通しての所感について
アンケートにて回答いただきます

⑪実証結果のご報告

<期間>
2月～3月中



実証事務局にて最終結果を取りまとめ
レポートにてご報告します

対象者向けにHerLifeLabによる オンラインセミナーを実施

日程：2022年9月25日（日）
※YouTubeにてアーカイブ視聴も可能

<内容>

女性の眠りの特徴や健康課題の説明や
それらを改善する為のセルフケアについて指導



2022.09月25日（日）
10:00~11:30

働く女性の眠りと健康

ZOOMにて オンライン セミナー
セミナー動画は後日アーカイブ視聴できます

参加方法：QRコードスキャン又はリンクをクリックしてください。



<https://tinyurl.com/2p97pphy>

お気に入りの飲み物を片手にお気軽に耳だけ、声だけでもご参加ください！

内容



エリセーバオリガ
（えりせーばおりが）
医学博士
免疫学者
女性の健康総合アドバイザー

~女性ホルモンと一生~

~女性眠りの特徴と課題~
最新科学情報



高宮城直子
（たかみやま なおこ）
Hako女性クリニック院長、
産婦人科専門医
女性ヘルスケア専門医
メノポーズカウンセラー

~心と身体に効く色彩療法~
色で自分に気づいてみませんか？



坂名城 初美
（はなしろ はつみ）
産科カウンセラー
キャリアコンサルタント
色彩セラピスト

~身体の声が教えてくれること~
ツボを使ったセルフケア
始めてみませんか



大城 千夏
（おかしろ ちか）
鍼灸師
ヨガインストラクター
催眠マスター

女性は、いつもホルモンの絶え間ない変化の波乗りをしています。多くを要求される職場環境では、女性が効率的であるために心理面と身体面で適応することが求められます。一方、社会ではその努力が見過ごされたり、過小評価される傾向があります。

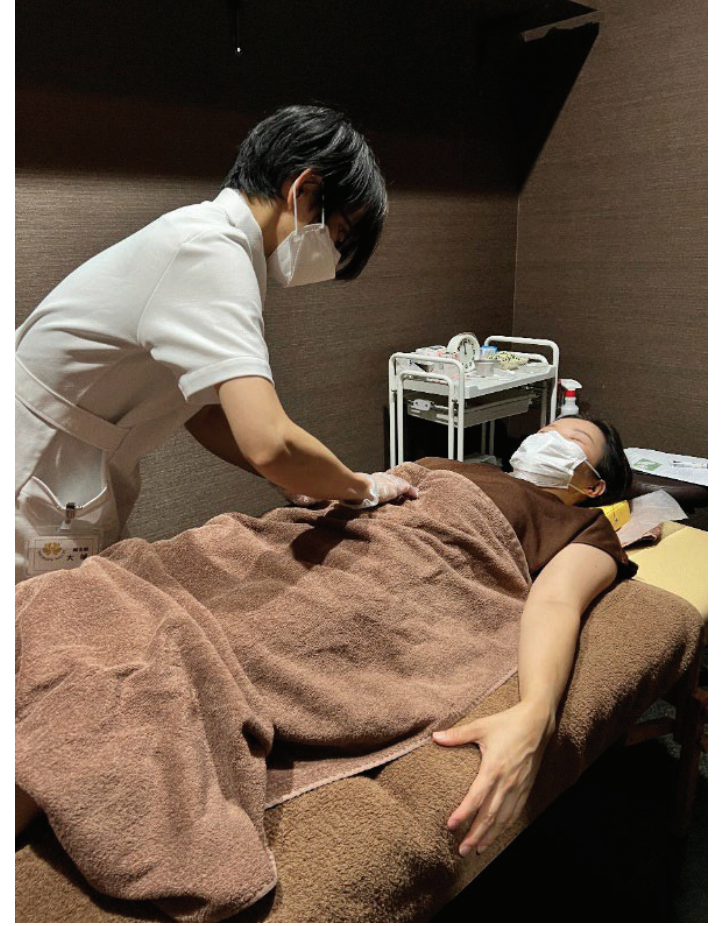
働く女性のねむりの課題とWell-being への影響 についてお話しします、どうぞお気軽にご参加いただき、これからの生活にお役立てください。

お聞き合わせ先：080-3784-9063 <https://www.herlifelab.com>

住所：904-0495 沖縄県国頭郡恩納村谷茶1919-1 OIST イノベーションスクエア・インキュベータ

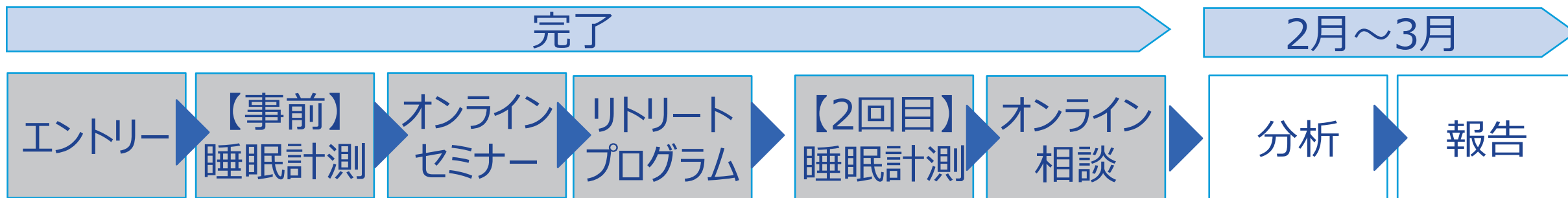
リトリートプログラムの実施

同様の悩みを持たれている対象者同士でのディスカッション
ヨガやマッサージのセルフケア指導、リラクゼーションなどを体験いただきました



本事業の成果と課題

対象者向けプログラムが終了し効果検証中



参加者数のサマリ

項目	目標	結果
エントリー	100名	45名
オンラインセミナー	100名	30名
リトリートプログラム	30名	26名

65.4%の対象者の睡眠時間が維持改善

睡眠時間の改善				
	中央値	平均値	最大値	最小値
1回目	6:10:45	6:11:59	7:52:00	3:00:30
2回目	6:18:45	6:14:25	8:03:30	4:22:00

結果サマリ		
	該当数	構成比
改善	10	38.4%
維持	7	26.9%
悪化	9	34.6%

77.6%の対象者の睡眠効率が維持改善

睡眠効率（睡眠の質）の改善 ※就寝中の中途覚醒				
	中央値	平均値	最大値	最小値
1回目	90%	87%	98%	64%
2回目	89%	87%	95%	66%

結果サマリ		
	該当数	構成比
改善	2	0.7%
維持	20	76.9%
悪化	4	15.3%

睡眠時間または効率のいずれかで 改善効果が見られたのは26名中9名であった

改善結果の傾向	
睡眠時間、睡眠効率ともに改善した	1
いずれかが改善、いずれかは維持	8
いずれも維持	7
いずれかが改善、いずれかは悪化	3
いずれかが維持、いずれかは悪化	5
どちらも悪化	2

課題点や良かった点（アンケート結果含む）

課題点

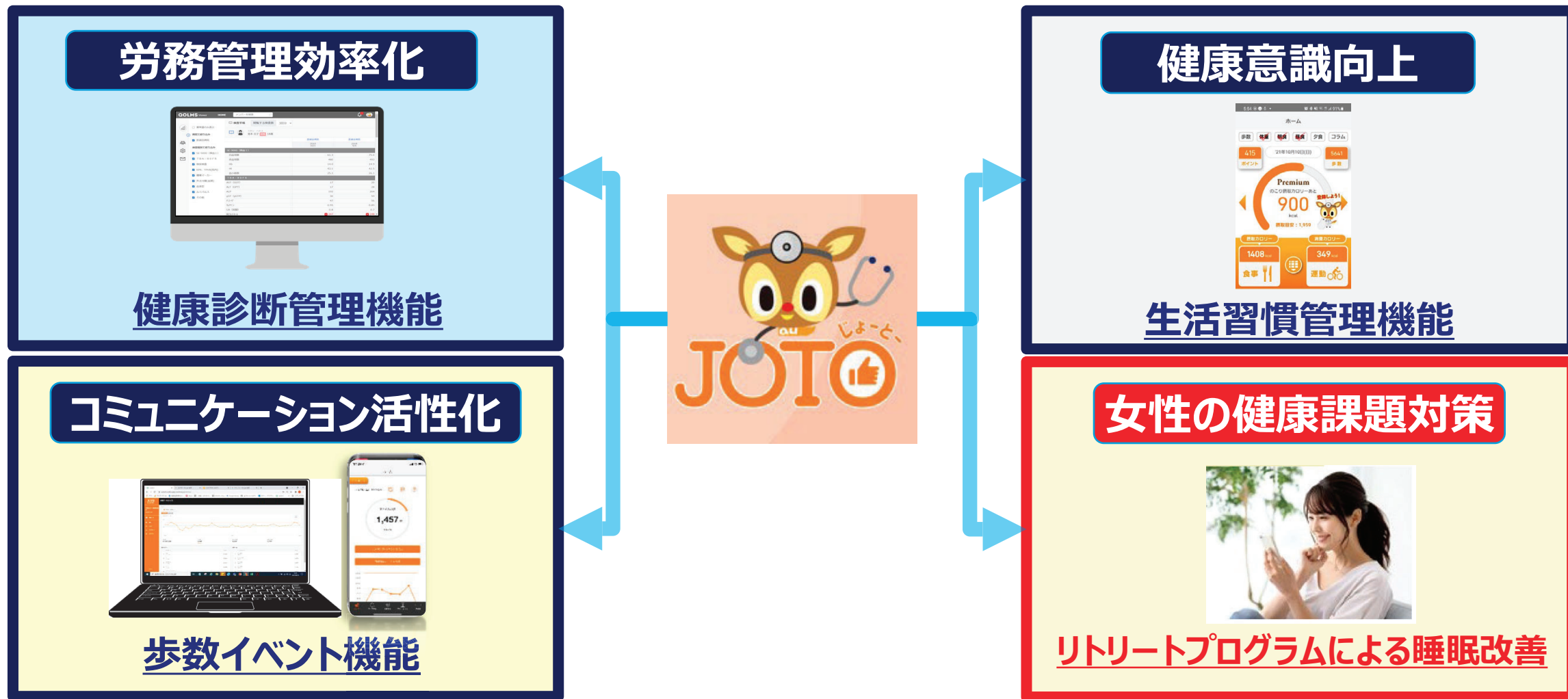
- ①事業の応募数が想定よりも少なかった
- ②ウェアラブルデバイスの発送や回収の手間がかかった
- ③リトリートプログラムの日程調整が難航した
- ④80%の睡眠改善の目標を大きく下回った
- ⑤デバイスの付け忘れがあった
- ⑥セルフケアに関するモチベーション維持が課題

良かった点

- ①本プログラムに参加し自身の睡眠や生活習慣について変化を加えたと答えた方が75%、またその継続率に関しても83%であった
- ②そもそも本事業に自ら参加を申し出たこと自体が、自身にとって良い影響があったと参加者からの感想を頂けた。
- ③セルフケアを続けることで夜起きる回数が減り、疲れが残りにくくなったとのお声があった。
- ④プログラムに参加する事で自身の睡眠課題に気づけたと答えた方が75%であった。

今後の事業展開

弊社提供の健康経営サポートサービス JOTOホームドクターfor Businessのサービスとして展開を検討



企業向けの福利厚生サービスとして 沖縄県内の働く女性の活躍推進を目指す



Our Mind, Timeless

Our Challenge, Timeless

沖繩セルラー

06.

あらゆるトイレの個室にて生理用品を取得可能にするなど「生理ライフ」を快適にし、
生理になる人のモビリティを向上
(代表団体：オモテテ株式会社)

成果報告会資料

あらゆるトイレの個室にて
生理用品を取得可能にするなど
「生理ライフ」を快適にし、
生理になる人のモビリティを向上

オモテテ株式会社

2023.02





事業計画

事業目的と実施事項

事業目的

トイレの個室にて生理用品を提供する弊社サービス「unfre.」の実証実験の実施を通じて、「unfre.」がどのように職場での安心感やパフォーマンス等の向上に貢献するかを検証すると共に、オフィスで働く生理になる方を対象にアンケートやインタビューを実施し、ニーズ検証及び生理・生理用品に関する調査をいたします。

実施事項

実証実験期間	2022年11月～2022年12月
実証実験場所	オフィスビルやコワーキングスペース
対象者	オフィスで働く女性など生理になる方
内容	<ul style="list-style-type: none">• unfre. BOX (仮称) 試作機を用いた生理用品の提供 (サービス体験) オフィスビルやコワーキングスペースの個室トイレに試作機を設置して、生理用品を取得してもらう体験をして頂きます。• 事前アンケート及び事後アンケートの実施 事前アンケートでは、職場環境調査及び共通指標についての調査を行います。 事後アンケートでは、サービス体験及び共通指標についての調査を行います。• インタビューの実施 サービス体験を頂いた方を対象にインタビューを実施し、アンケートでは抽出できないユーザーの声を深く詳細に抽出していきます。



実施事項および成果

下記項目で目標値を超える成果

サービス体験

目標達成率：**122%**

JR東日本グループ、三菱地所株式会社、scheme verge株式会社にご協力頂き、オフィスビル及びコワーキングスペースの合計3施設において実証実験を実施し、取得回数において目標を上回りました。

事前アンケート及び事後アンケート

目標達成率：**135%**

3施設において働いている女性など生理になる方を対象に、事前アンケート及び事後アンケートを実施しました。

インタビュー

目標達成率：**125%**

事前アンケート及びサービス体験をして頂いた方を対象に、インタビューを実施しました。



実施事項および成果

JR東日本グループや三菱地所施設での実証実験を実施しプレスリリースをローンチ

本事業についてプレスリリースを公開（公開日：2022/12/28）

協力企業先



ひろぎんHD

fabbit



三菱地所



ECOZZERIA

scheme verge

the next generation urban developer without land acquisition

※実証実験実施順

記事はこちら

QR :



※ 左のQRコードを
読み取ると記事に
遷移します。

URL :

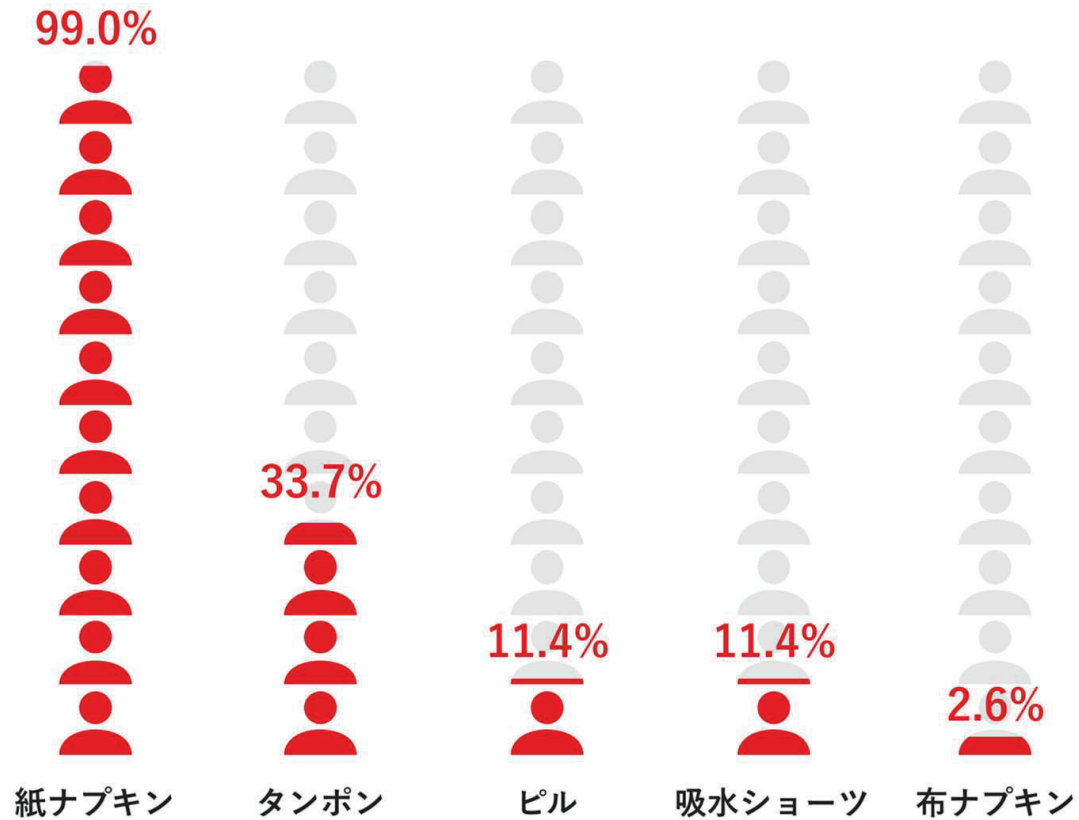
<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000011.000093013.html>



本事業の成果と課題

使用している生理用品に関する調査

Q 普段どのような生理用品を使用していますか。使用しているものを以下からすべて選択してください(複数選択可)



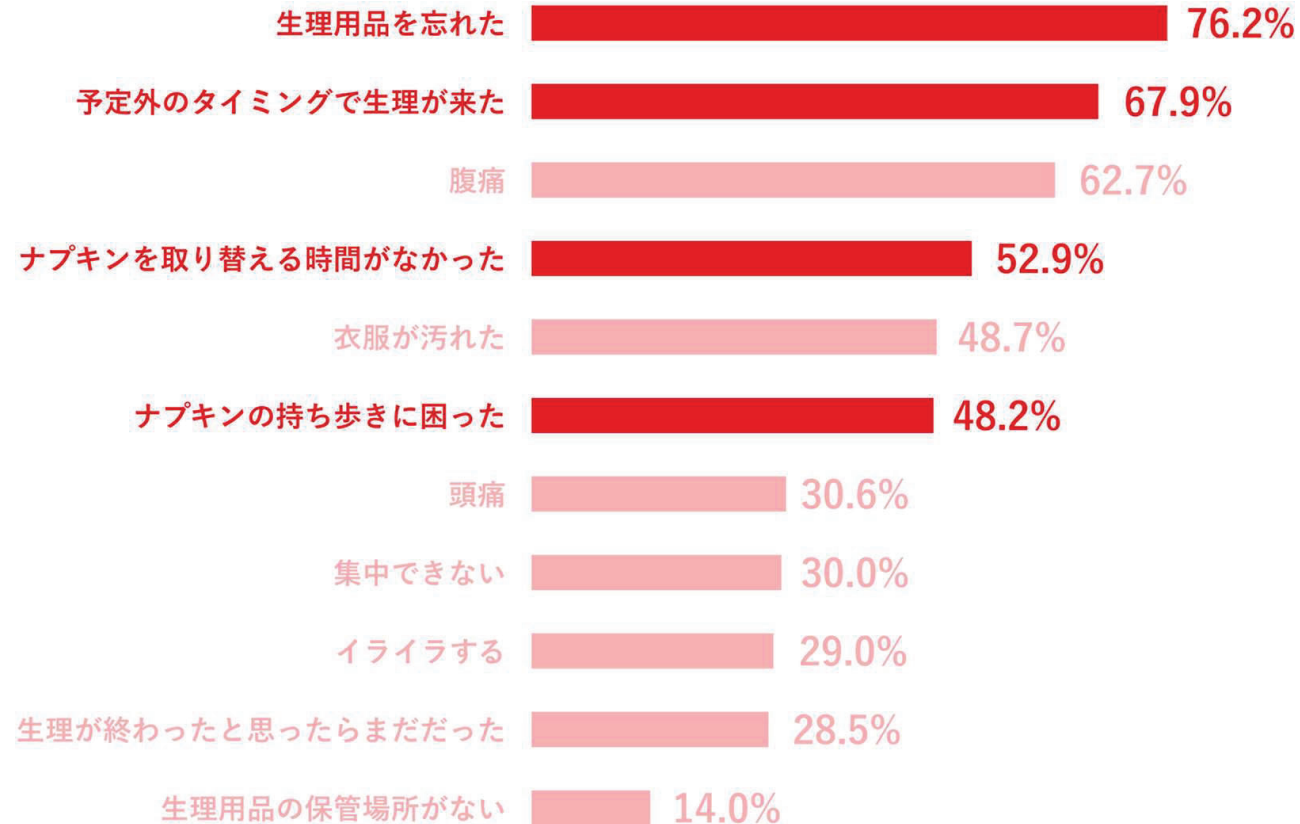
全体の回答者のうち、**普段使用する生理用品として最も多かったのは「紙ナプキン(約99%)」**、次いで「タンポン(約33.7%)」でした。「紙ナプキン」以外を選択された方でも「紙ナプキン」を併用していることが伺えます。



本事業の成果と課題

オフィス勤務中における生理関連の困りごとに関する調査

Q オフィス出勤時に生理関連で困った経験はありますか。(複数回答可)



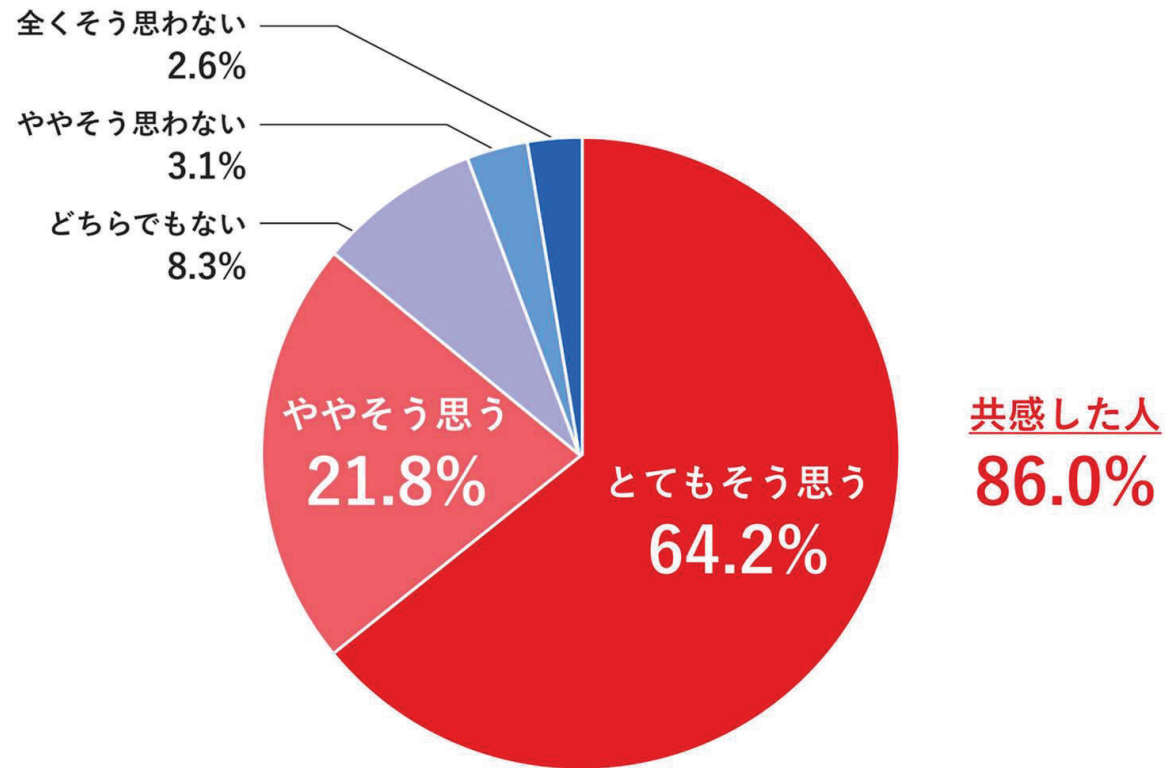
全体の回答者のうち、**オフィス出勤時に困った経験として最も多かったのは「生理用品を忘れた(約76.2%)」**、次いで「**予定外のタイミングで生理が来た(約67.9%)**」でした。緊急時など必要なタイミングで生理に対応できない現状が伺えると共に、**約半数の方が生理用ナプキンに関する悩み(取り替える時間がないことや持ち歩きに困ること等)も選択する結果**となりました。



本事業の成果と課題

職場での生理用品の提供に対するニーズ調査

Q 職場でナプキンなど生理用品が提供されると嬉しいと思いますか。



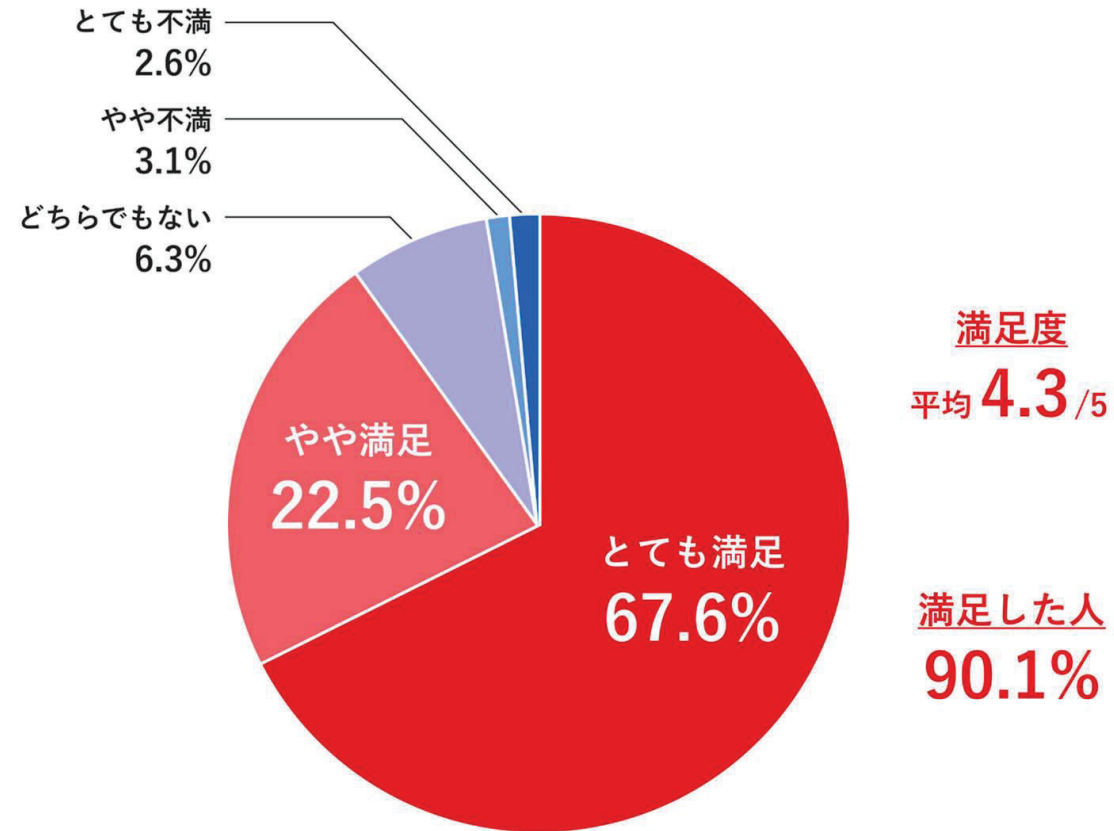
全体の回答者のうち、**約86%の方が、職場での生理用品の提供を望んでいる**ことが伺えました。



本事業の成果と課題

サービス体験の満足度調査

Q 生理用品をトイレの個室で取得できるサービス体験の満足度について教えてください。



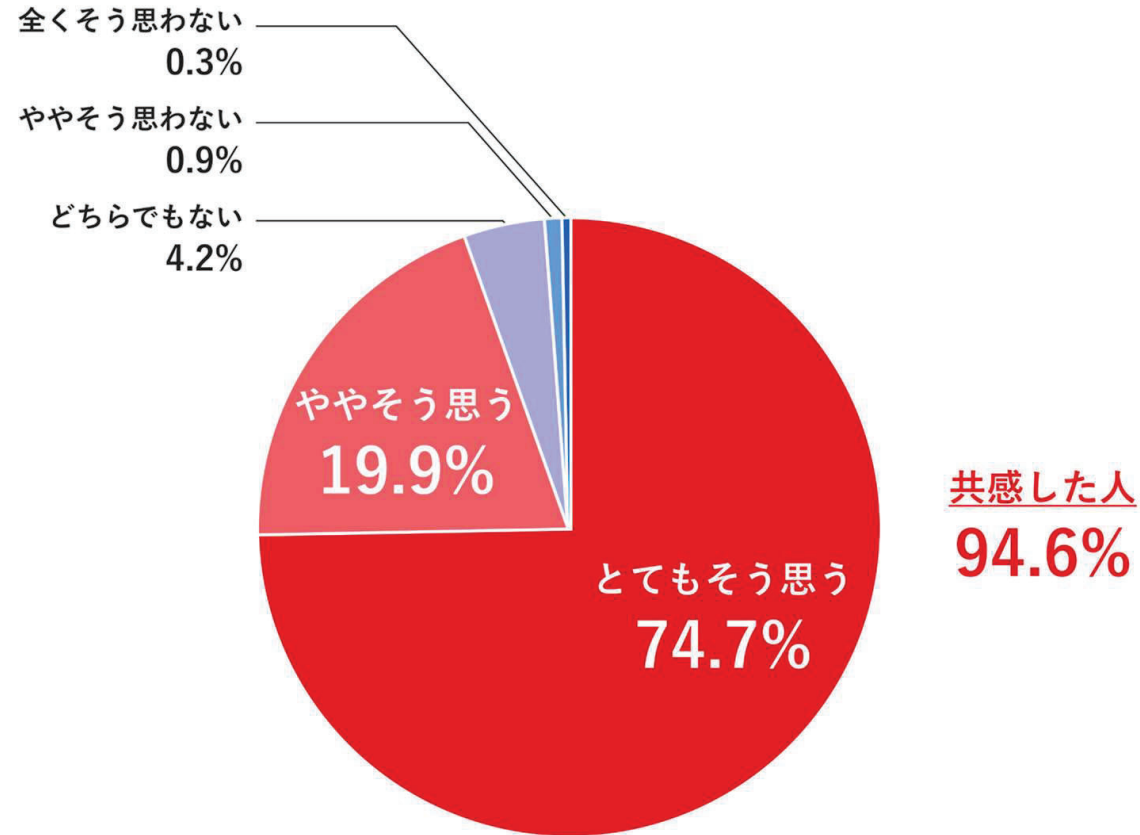
全体の回答者のうち、**約90%の方が、生理用品をトイレ個室で取得できるサービス体験に関して満足をした結果**となり、トイレ個室で生理用品を取得できる需要が高いことが伺えます。(平均値：約4.3)



本事業の成果と課題

生理期間中の職場において、弊社サービスがもたらす心理的貢献に関する調査

Q 職場にて「トイレの個室で生理用ナプキンが取得できるサービス」が設置された場合、生理期間中の不安や居心地の悪さが軽減し、安心感が増すと感じますか。



全体の回答者のうち、約95%の方が、「トイレの個室で生理用ナプキンが取得できるサービスが設置されると、生理期間中の不安や居心地の悪さが軽減し、安心感が増す」と回答しました。



本事業の成果と課題

サービス体験に関する声 (アンケート及びインタビュー)

ポジティブな意見

- 簡単にスムーズに取得できる点。
- 急な生理時でも安心できる点。
- 欲しい時に手に入り、その場で対応できる点。
- 設置場所が個室にある点。
- 操作音が静かである点。
- 誰かに見られる恥ずかしさがなくなる点。
- 生理用品を用意する手間がなくなる点。

ネガティブな意見

- 座ってから必要になることが多いので座ったまま操作できる位置にあった方がよい点。
(本実証実験では個室トイレの後ろに設置している箇所もあった)
- トイレに携帯を忘れていくこともあるのでその場合は使えない点。
- ナプキンサイズや種類を選べるとなお良い点。

具体的なユーザーの意見

- **トイレに行きたい！**と思い急いでトイレに行き、**ナプキンを忘れたことに個室に入って気が付き、用を足すか引き返すか迷っていたらオモテテがいて嬉しかった。**個室で受け取れるというのは、本当に必要な時に必要な1個を手に入れることができるため（ほとんどがごわごわした羽根なしナプキンが2個ディスペンサーから出てくるため）、**便利なサービスだと思った。**
(注釈)「ごわごわした羽根なしナプキンが2個ディスペンサーから出てくる」とは、駅等に設置されている生理用品自動販売機を指していると想定される。
- **実際サービス体験期間中に生理になってしまい、個室にナプキンを持ち込んでいなかったためとても焦ったが、このサービスによるナプキン取得ができたため非常に助かった。**普段はトイレットペーパーを重ねた状態で一旦個室から出て取りに行っていたが、量が多いとその短時間でも貫通することがあるため個室にあるのは大変有難い。



本事業の成果と課題

共通指標①,② (本事業前と後の変化)

回答者自身の過去4週間の仕事ぶり (絶対的プレゼンティズム ※1) の平均値が上昇する結果となり、本事業を通じて**回答者が自身の仕事ぶりを前向きに評価している**ことがわかりました。

項目	詳細	Before	After
絶対的プレゼンティズム	平均値 ※2	56.69	→ 62.27
	改善したその割合 ※3	45%	

※1 絶対的プレゼンティズムとは、事前及び事後アンケートにて「自身の過去4週間の仕事ぶり」について10段階評価をして頂き、それに10を掛けて算出しております。

※2 平均値とは、各回答者の値 (0~100) の平均値を算出しております。

※3 改善した人数の割合とは、絶対的プレゼンティズムの値 (0~100) が上昇した人数の割合を示しております。

また共通指標②の中では下記項目の平均値が一番大きく上昇する結果となり、本事業を通じて**回答者が、健康課題がキャリアに及ぼす影響範囲をより広く認知したこと**が伺えます。

項目	詳細	Before	After
健康課題がキャリアに及ぼす 影響度の認知 ※3	平均値 ※4	2.85	→ 3.37
	改善したその割合 ※5	25.2%	

※3 健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知とは、事前及び事後アンケートにて「具体的なキャリアへの影響」における項目選択数 (全部で9項目ありますが、「特になし」を除く) をカウントし、算出しております。

※4 平均値とは、各回答者の値 (0~9) の平均値を算出しております。

※5 改善した人数の割合とは、項目選択数が減少した人数の割合を示しております。



本事業の成果と課題

共通指標② (本事業前と後の変化)

下記表から本事業を通じて、他者・組織への相談先の「認知」「実施」「アウトカム」の平均値が上がっており、**回答者がより多くの相談先を求めるだけでなく、実際に相談をした数も増加**しました。

その結果、特に下記のような側面でキャリアや職場に良い影響があったという回答者が増えました。

- **勤務が心理的に楽になった**
- **勤務が身体的に楽になった**
- **勤続ができると思った**

項目	詳細	Before	After
他者・組織への相談先の認知 ※1	平均値	3.69	→ 4.23
	改善したその割合	49.6%	
他者・組織への相談の実施 ※2	平均値	1.21	→ 1.30
	改善した割合	36.6%	
他者・組織への相談のアウトカム ※3	平均値	0.83	→ 0.96
	改善した割合	33.6%	

※1 他者・組織への相談先の認知とは、事前及び事後アンケートにおいて「協力が必要と考える人」における項目選択数（全部で12項目ありますが「特になし」を除く）をカウントし算出しております。改善したその割合とは、項目選択数が増加した人数の割合を示しております。

※2 他者・組織への相談の実施とは、事前及び事後アンケートにおいて「協力を得たことがある人」における項目選択数（全部で12項目ありますが「特になし」を除く）をカウントし算出しております。改善したその割合とは、項目選択数が増加した人数の割合を示しております。

※3 他者・組織への相談のアウトカムとは、事前及び事後アンケートにおいて「協力を得た結果」における項目選択数（全部で11項目ありますが「あまり変わらなかった」を除く）をカウントし算出しております。改善したその割合とは、項目選択数が増加した人数の割合を示しております。



今後の事業展開

中長期的な展望

サービス展開

実証実験を通じてサービス導入予定先企業との関係性を深める事が出来ただけでなく、プレスリリースを通じてサービス導入を希望する企業からの依頼も増え、企業や商業施設等に設置し「面」でのエリア展開を目指します。

unfre.を通じた更なる事業展開

unfre.を通じてトイレをユーザーとのタッチポイント化とし、その接点を活かしたアプリ内外のサービス連携及び拡張をすることで、更なるサービス向上(外出先や職場での生理用品の取得の快適化等)を目指します。

企業向けの福利厚生としての展開

今後企業で働く女性など生理になる方を対象にunfre.を展開するだけでなく、企業が福利厚生として生理ライフを支援できるよう、調査や啓蒙活動及びヘルスケア関連のサポートを目指します。

07.

新入社員向け「女性特有の健康課題に関するeラーニングプログラム」の開発と検証
(代表団体：株式会社Kids Public)



令和4年度 フェムテック等サポートサービス実証事業 成果報告資料

株式会社Kids Public

アジェンダ

- 1.事業計画（事業目的と実施事項）
- 2.事業計画に基づき実施したこと
- 3.本事業の成果と課題
- 4.今後の事業展開

事業計画（事業目的と実施事項）

小児科オンライン

産婦人科オンライン

新入社員向け

「女性特有の健康課題に関する eラーニングプログラム」の開発と検証

健康的に働いていく上で、知っておくべき健康情報を
スマホから気軽にどこでも学べるように

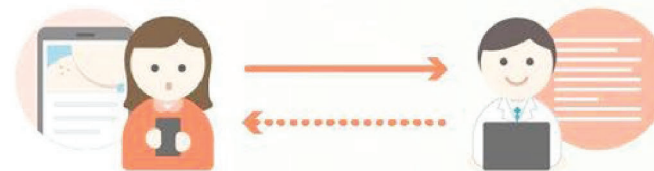


eラーニングツールの開発・提供

- 月経随伴症状、不妊治療、女性特有のがんなど幅広くカバー
- 個別の回答結果に応じて自分に必要な医療・健康情報を取得
- 複数回実施することで知識の定着と行動変容の期待を
- 男性も学ぶことで職場における相互理解の促進に

オンライン相談の自由利用

- 疑問が湧いたら、オンラインで気軽に産婦人科医へ相談可能
- 直接会話できる予約形式 & 24時間送れるメッセージ形式



事業計画に基づき実施したこと

【eラーニングツールの開発】

- エボラニ株式会社へ開発を委託
- 女性社員用/男性社員用、LINE版/ブラウザ版を用意
- eラーニングツール1回目と2回目の設問・解答内容を一部改変

実施事項			2022年						2023年			
			6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1. 女性の健康課題に関するeラーニングツールの開発・施行	1.1 本ツールの作成	本ツールの開発		■				■				
		コンテンツ作成	■						■	■		
	1.2 本ツールの実施	参加団体調整・確定	■			■						
		1回目				■		■				
		2回目									■	
	1.3 効果測定	事前アンケート			■	■						
		事後アンケート								■	■	
		データ分析								■	■	3/10
		報告書作成・提出										■
	2. 産婦人科オンライン・小児科オンラインを利用した遠隔医療相談					■						■

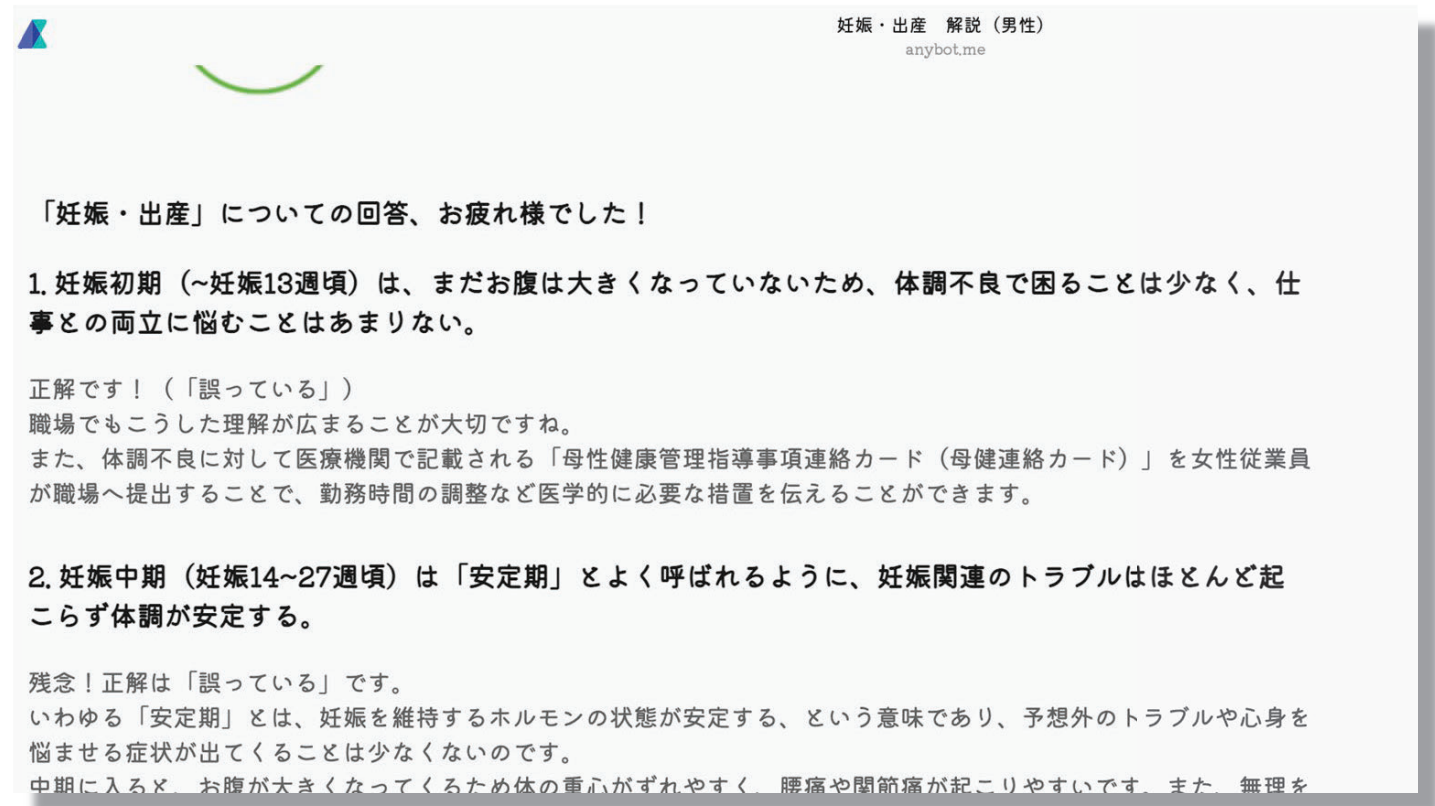
事業計画に基づき実施したこと

【eラーニングツールの開発】



女性社員用（月経関連）
LINE版の設問画面（デモ）

男性社員用（妊娠・出産） ブラウザ版の回答画面（デモ）



事業計画に基づき実施したこと

【参加企業の募集とeラーニングツールの実施】

- 合計24社へ提案→参加決定は4社
- 参加人数：47名（男性16名、女性31名）
- eラーニング1回目(~1月末)、eラーニング2回目(2月1日~2月15日)

実施事項			2022年						2023年			
			6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1. 女性の健康課題に関するeラーニングツールの開発・施行	1.1 本ツールの作成	本ツールの開発		→				→				
		コンテンツ作成		→					→			
	1.2 本ツールの実施	参加団体調整・確定	→			→						
		1回目				→		→				
		2回目								→		
	1.3 効果測定	事前アンケート			→		→					
		事後アンケート							→	→		
		データ分析								→	→	3/10
		報告書作成・提出									→	→
	2. 産婦人科オンライン・小児科オンラインを利用した遠隔医療相談					→						→

事業計画に基づき実施したこと

【事前・事後アンケートの作成・実施】

- 基本属性、共通項目に加えて独自項目15～18問
- 女性社員用/男性社員用をそれぞれ用意
- 事後アンケート回収→合計25名（回収率53.2%）

実施事項			2022年						2023年			
			6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1. 女性の健康課題に関するeラーニングツールの開発・施行	1.1 本ツールの作成	本ツールの開発		▶				▶				
		コンテンツ作成	▶						▶			
	1.2 本ツールの実施	参加団体調整・確定	▶			▶						
		1回目				▶		▶				
		2回目									▶	
	1.3 効果測定	事前アンケート			▶		▶					
		事後アンケート							▶	▶		
		データ分析								▶		3/10
		報告書作成・提出									▶	
	2. 産婦人科オンライン・小児科オンラインを利用した遠隔医療相談						▶					

本事業の成果

【参加者】

- ・ 主に、企業に勤める社会人歴5年目までの男女社員を募集
(←計画当初の「社会人歴3年目まで」から引き上げ)
- ・ 計画値：参加者数40名 (←計画当初の300名から引き下げ)
- ・ オンライン相談の利用者：25名のうち2名 (いずれも女性)

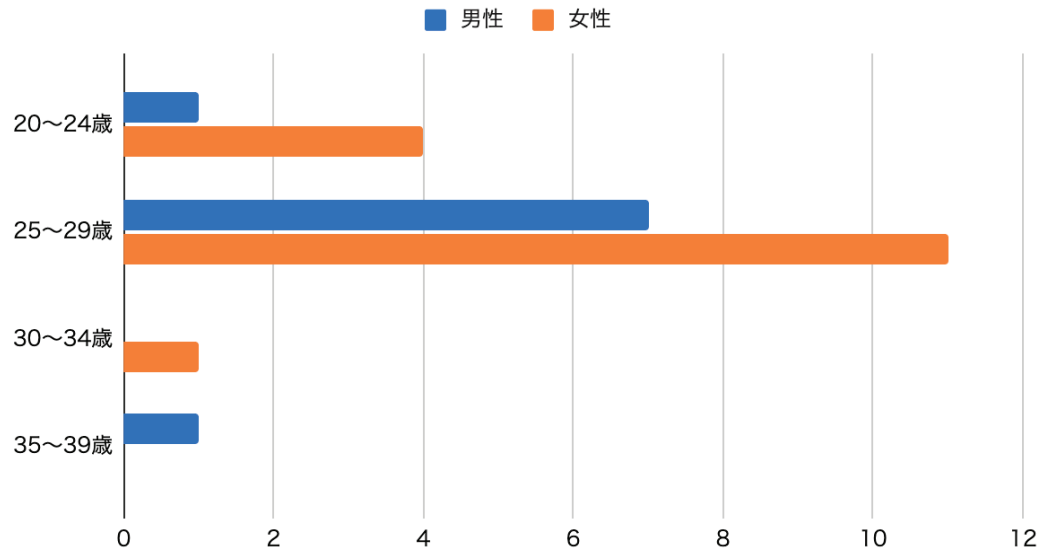
	男性	女性	合計
事前アンケート回答者	16名	31名	47名
うち、eラーニングプログラム希望者	15名	30名	45名
eラーニング計1回施行者	4名	6名	10名
eラーニング計2回施行者	9名	14名	23名
事後アンケート回答者	9名	16名	25名

最終的な
分析対象者

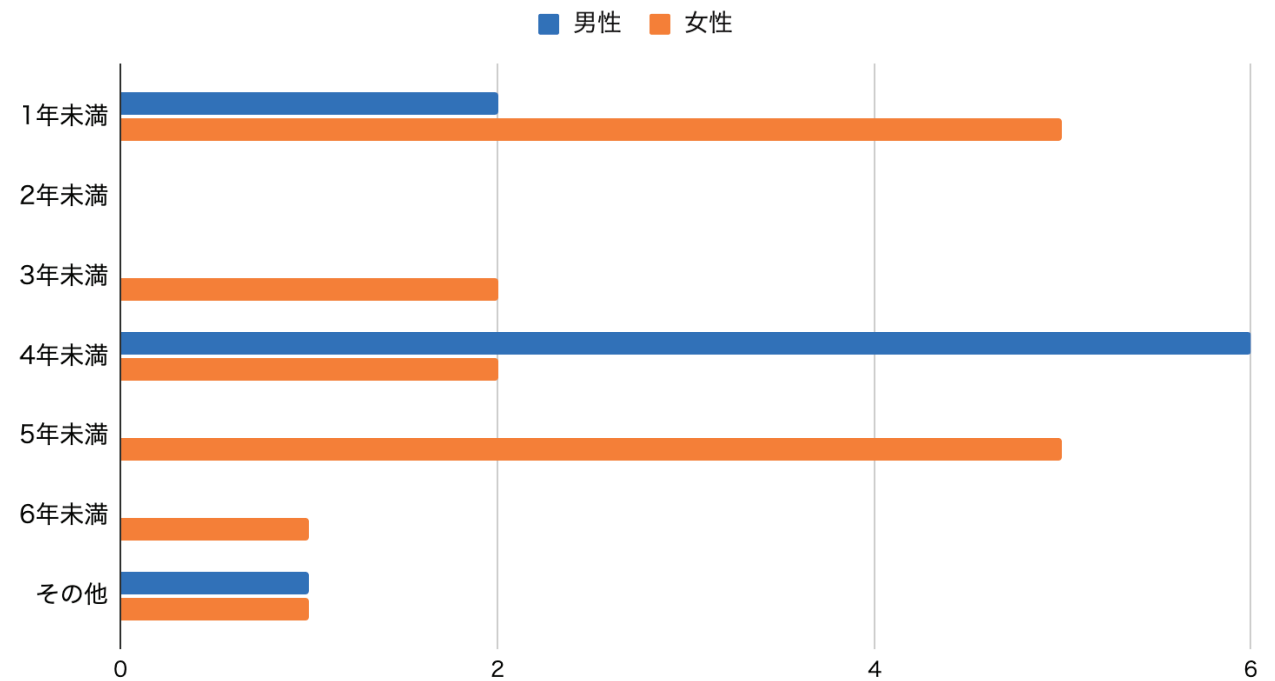
本事業の成果 事前アンケートより

【参加者背景】

年齢



卒業後からの勤続年数

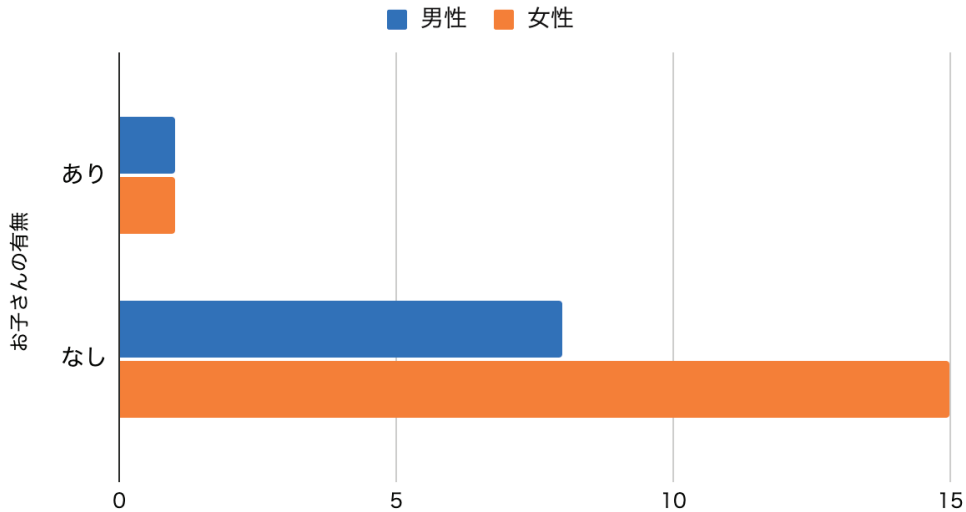


参加者のほとんどが20代、勤続年数5年未満

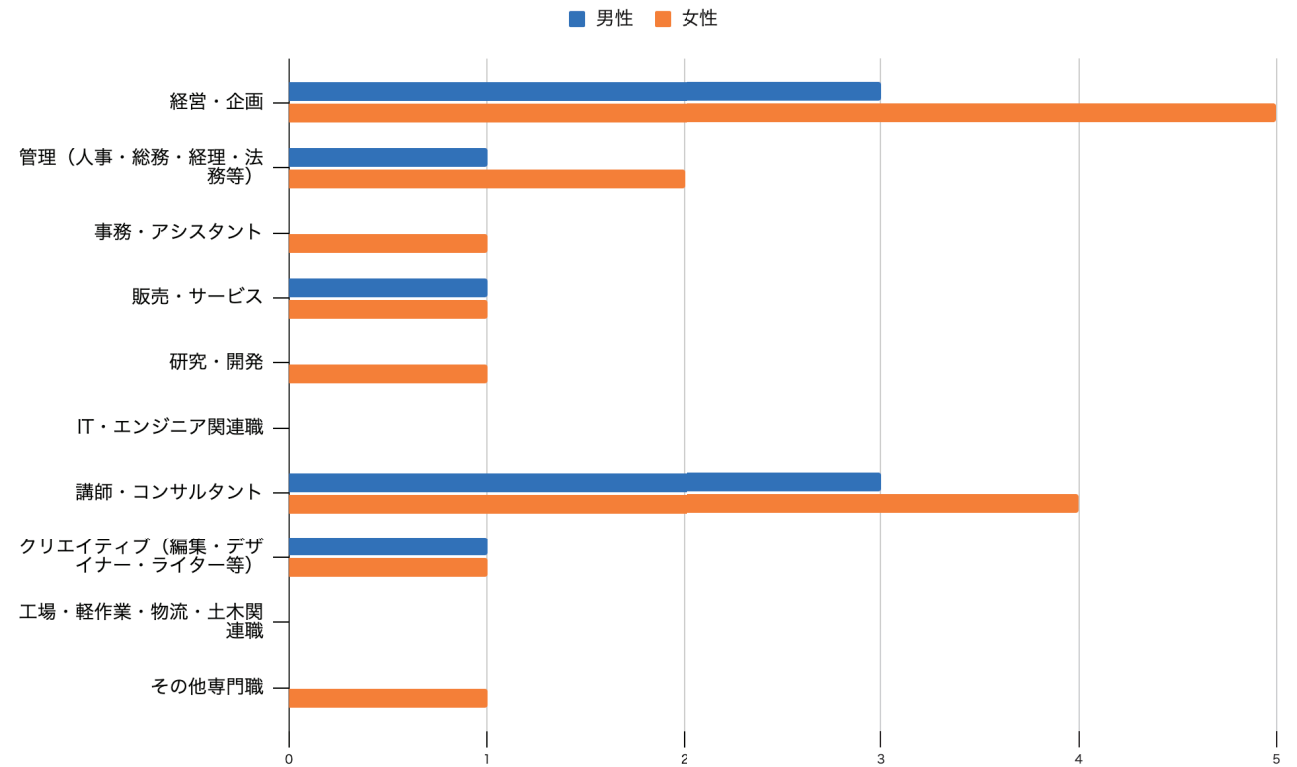
本事業の成果 事前アンケートより

【参加者背景】

子どもの有無



現在の職種



- ・ 子どもがいない参加者がほとんど
- ・ 様々な職種

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【共通指標（女性参加者のみ）】

共通指標①	有効回答数:		16人
		Before	After
絶対的プレゼンティズム	平均値	43.13	53.13
	中央値	45.00	55.00
	改善した人数とその割合	8人（50%）	
相対的プレゼンティズム	平均値	0.68	0.80
	中央値	0.66	0.80
	改善した人数とその割合	9人（56.3%）	

- ・ 絶対的プレゼンティズムが50%で改善（全体の平均値・中央値も）
- ・ 相対的プレゼンティズムが56%で改善（全体の平均値・中央値も）

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【共通指標（女性参加者のみ）】

共通指標②		有効回答数: 16人	
		Before	After
健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知	平均値	3.75	4.06
	中央値	4.00	4.00
	改善した人数とその割合	6人 (37.5%)	
解決策/緩和策の認知	平均値	3.94	3.75
	中央値	4.00	4.00
	改善した人数とその割合	5人 (31.3%)	
解決策/緩和策の実施	平均値	1.63	1.63
	中央値	1.00	2.00
	改善した人数とその割合	5人 (31.3%)	
解決策/緩和策のアウトカム	平均値	0.38	0.56
	中央値	0.00	0.50
	改善した人数とその割合	5人 (31.3%)	
他者・組織への相談先の認知	平均値	4.88	4.63
	中央値	5.00	5.00
	改善した人数とその割合	4人 (25%)	
他者・組織への相談の実施	平均値	0.50	0.69
	中央値	0.00	0.00
	改善した人数とその割合	4人 (25%)	
他者・組織への相談のアウトカム	平均値	0.25	0.38
	中央値	0.00	0.00
	改善した人数とその割合	3人 (18.8%)	

- ・ 7つ全ての指標で改善した参加者が一定割合存在した
- ・ 特に「健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知」の改善が相対的に大きかった

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【共通指標（女性参加者のみ）】

共通指標①

有効回答数: 4人 有効回答数: 12人

		1回実施(4名)		2回実施(12名)	
		Before	After	Before	After
絶対的プレゼンティズム	平均値	27.50	37.50	48.33	58.33
	中央値	20.00	40.00	50.00	60.00
	改善した人数とその割合	2人(50%)		6人(50%)	
相対的プレゼンティズム	平均値	0.42	0.66	0.76	0.85
	中央値	0.37	0.61	0.85	0.87
	改善した人数とその割合	2人(50%)		7人(58.3%)	

* eラーニング実施回数で比較（1回のみ実施[4名] vs 2回とも実施[12名]）

- ・ 両群ともにプレゼンティズムの改善が認められた（平均値）
- ・ 改善した人の割合は2回実施者の方が高かった

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【共通指標（女性参加者のみ）】

共通指標②		有効回答数: 4人		有効回答数: 12人	
		1回実施 (4名)		2回実施 (12名)	
		Before	After	Before	After
健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知	平均値	4.50	5.50	3.50	3.58
	中央値	4.50	5.50	4.00	3.50
	改善した人数とその割合	1人 (25%)		5人 (41.7%)	
解決策/緩和策の認知	平均値	4.50	3.75	3.75	3.75
	中央値	4.00	3.00	4.00	4.00
	改善した人数とその割合	2人 (50%)		3人 (25%)	
解決策/緩和策の実施	平均値	2.50	1.25	1.33	1.75
	中央値	2.50	1.00	1.00	2.00
	改善した人数とその割合	0人 (0%)		5人 (41.7%)	
解決策/緩和策のアウトカム	平均値	0.75	0.75	0.25	0.50
	中央値	1.00	1.00	0.00	0.00
	改善した人数とその割合	0人 (0%)		5人 (41.7%)	
他者・組織への相談先の認知	平均値	4.50	4.75	5.00	4.58
	中央値	4.50	5.00	5.00	5.00
	改善した人数とその割合	2人 (50%)		2人 (16.7%)	
他者・組織への相談の実施	平均値	0.25	0.25	0.58	0.83
	中央値	0.00	0.00	0.00	0.50
	改善した人数とその割合	0人 (0%)		4人 (33.3%)	
他者・組織への相談のアウトカム	平均値	0.50	0.25	0.17	0.42
	中央値	0.00	0.00	0.00	0.00
	改善した人数とその割合	0人 (0%)		3人 (25%)	

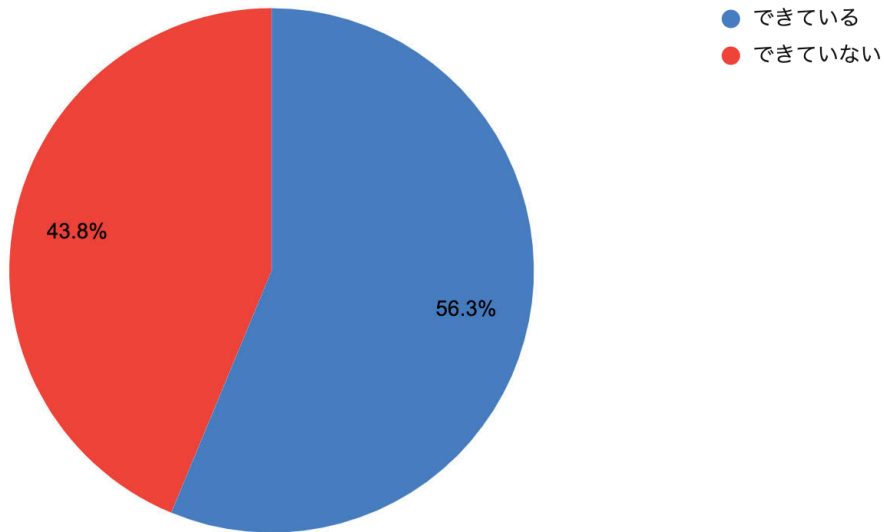
* eラーニング実施回数で比較 (1回のみ実施[4名] vs 2回とも実施[12名])

- ・ 各群で、改善が比較的大きい項目が異なっていた
- ・ 2回実施者では「改善した人の割合」が0%の項目がなかった

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

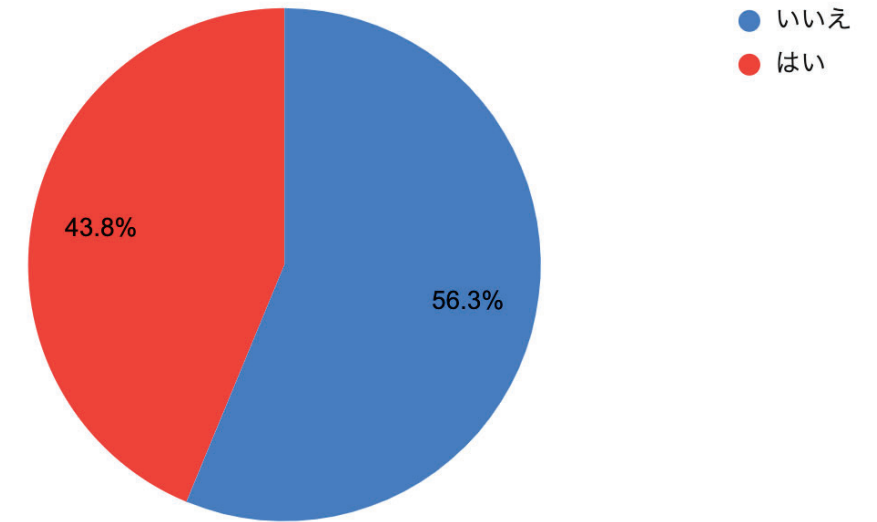
【その他の成果指標（女性：16名） 受診行動の変化】

月経不順や不正出血など婦人科系の症状や、尿漏れや膀胱炎など泌尿器系の症状を感じた時は、適切に産婦人科を受診できていると思いますか？



事前調査時に比べて「できている」が大幅に増加
(18.8%→56.3%)

月経前や月経中の症状に関して、医療機関を受診したことはありますか

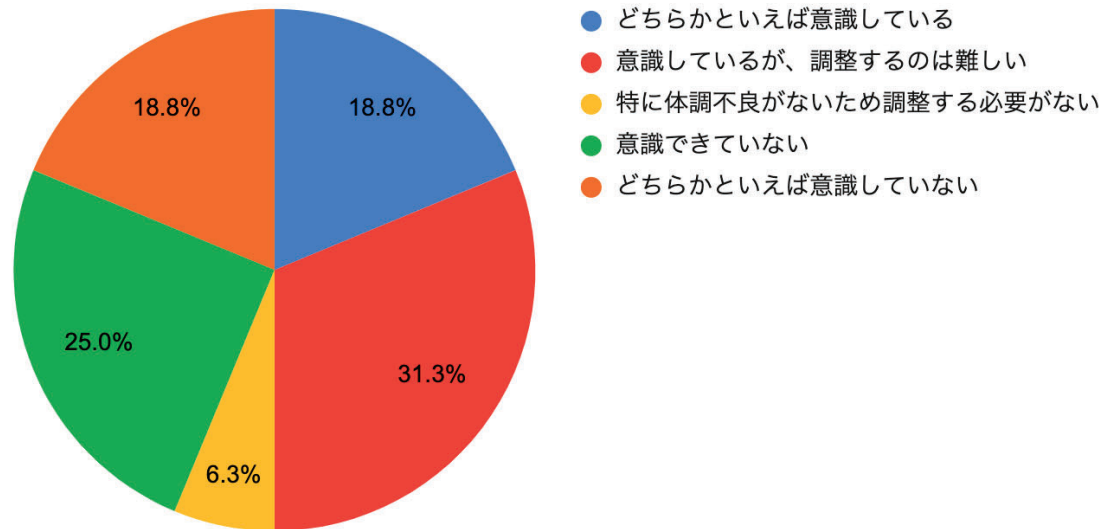


事前調査時に比べて「はい」が増加
(37.5%→43.8%)

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

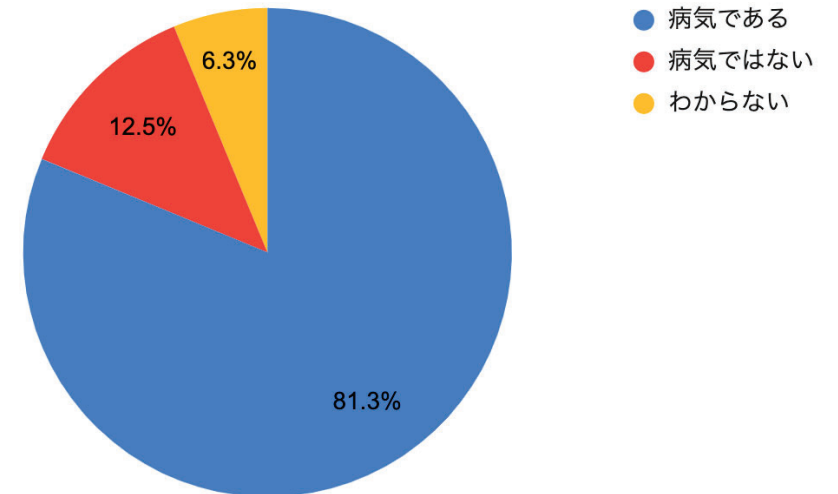
【その他の成果指標（女性：16名） 意識や知識の変化】

月経周期に合わせて仕事の調整を意識していますか



事前調査時に比べて
「どちらかといえば意識している」
が大幅に増加（6.3%→18.8%）

月経痛で生活や仕事に支障がある場合、これは病気だと思いますか。病気ではないと思いますか。

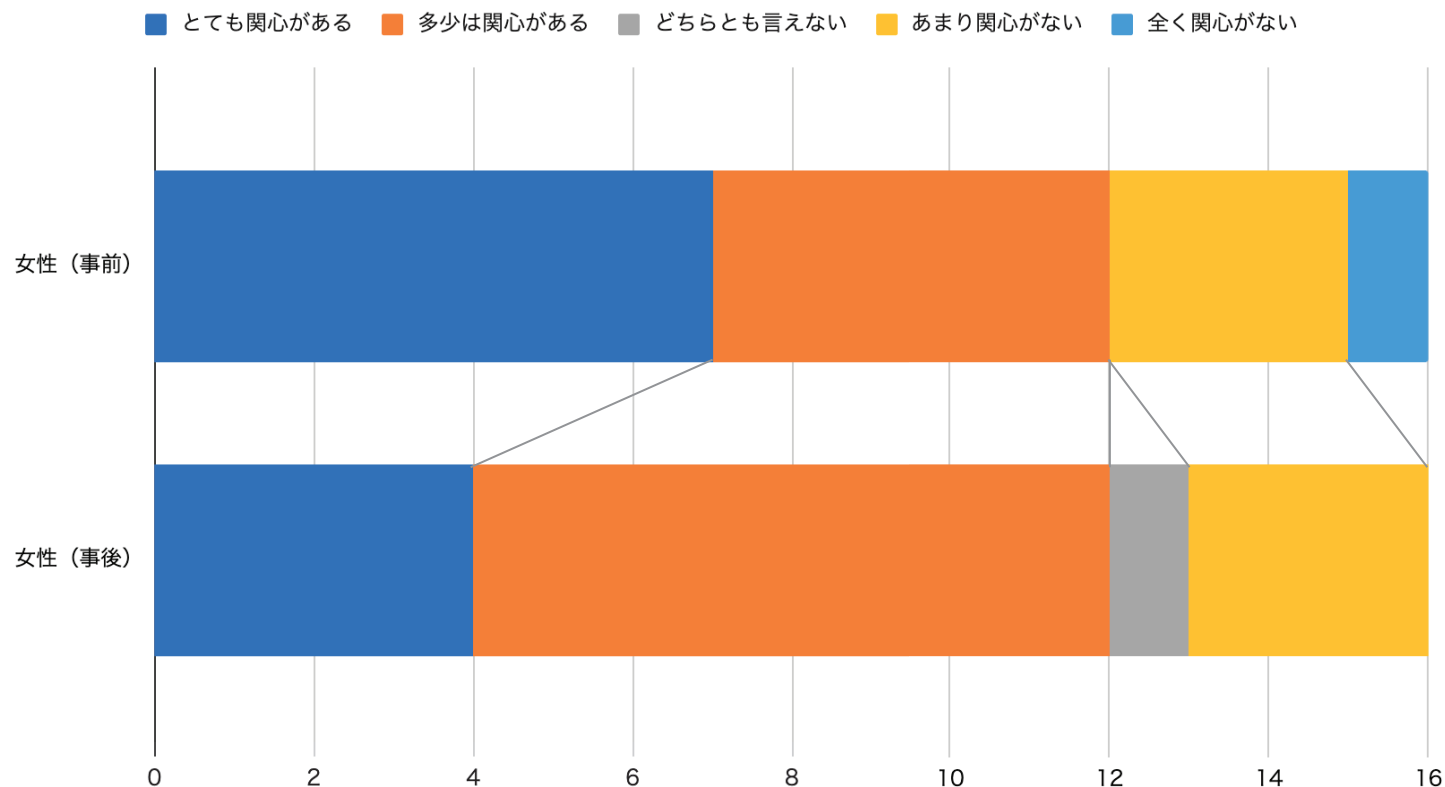


事前調査時に比べて「病気である」（正解）
が大幅に増加（25.0%→81.3%）

本事業の成果 事後アンケートでは

【その他の成果指標（女性：16名） 関心の変化】

妊活や不妊に関して、今のあなたの中でどのくらい関心がありますか

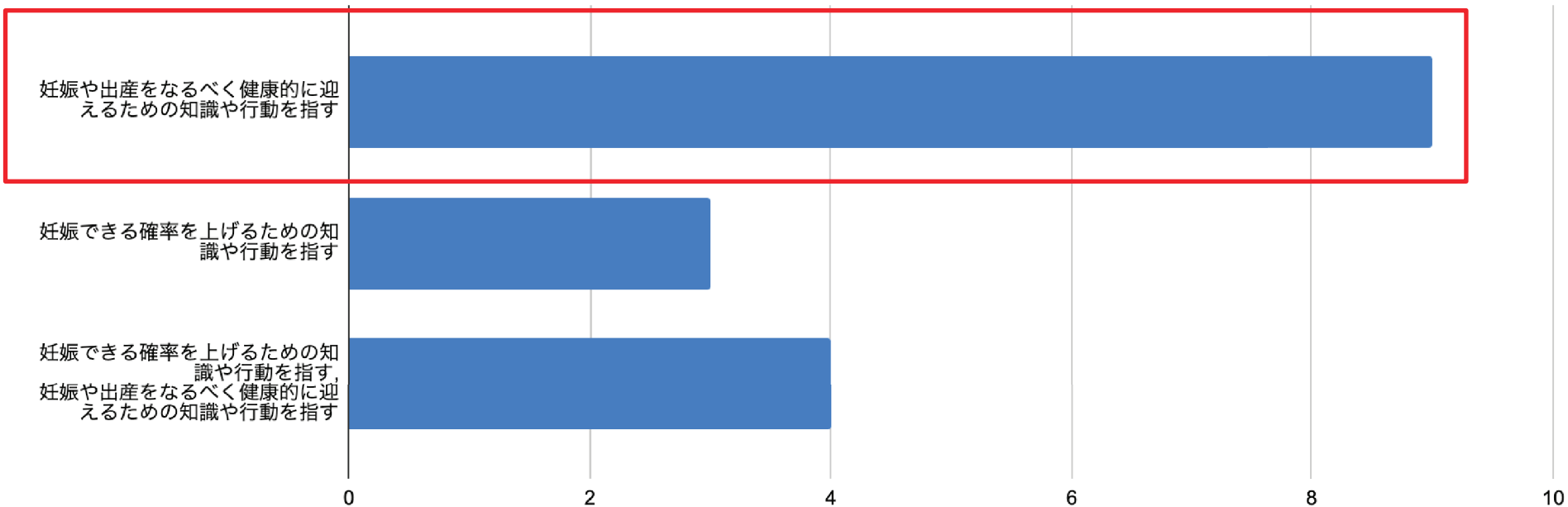


事前調査時に比べて「とても関心がある」の回答者が減り、「多少は関心がある」の回答者が増えた

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【その他の成果指標（女性：16名） 意識や知識の変化】

プレコンセプションケアについて、正しいと思う選択肢を全て選んでください

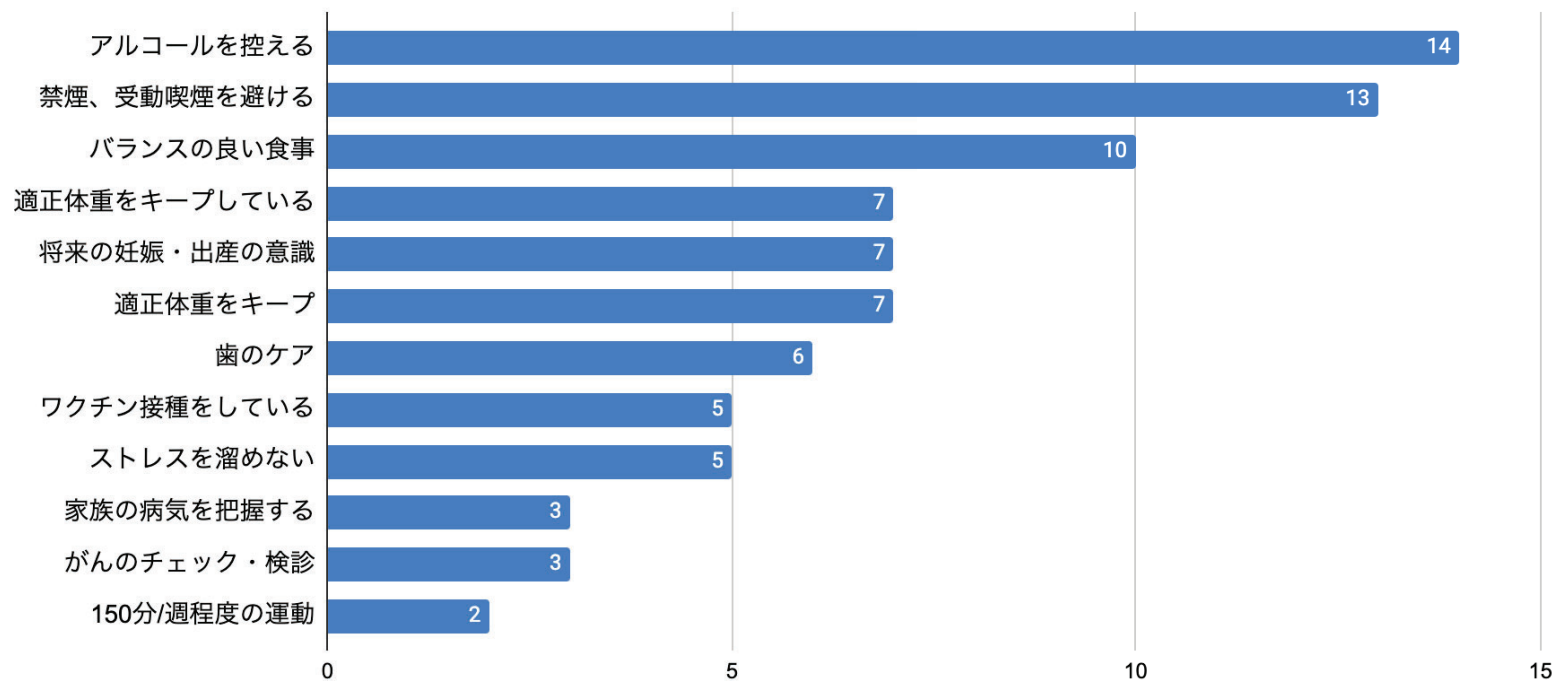


事前調査時に比べて正しい選択肢（赤枠）を選んだ参加者が増加（37.5%→56.3%）

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【その他の成果指標（女性：16名） 行動の変化】

いま日頃から意識していることを全て選んでください

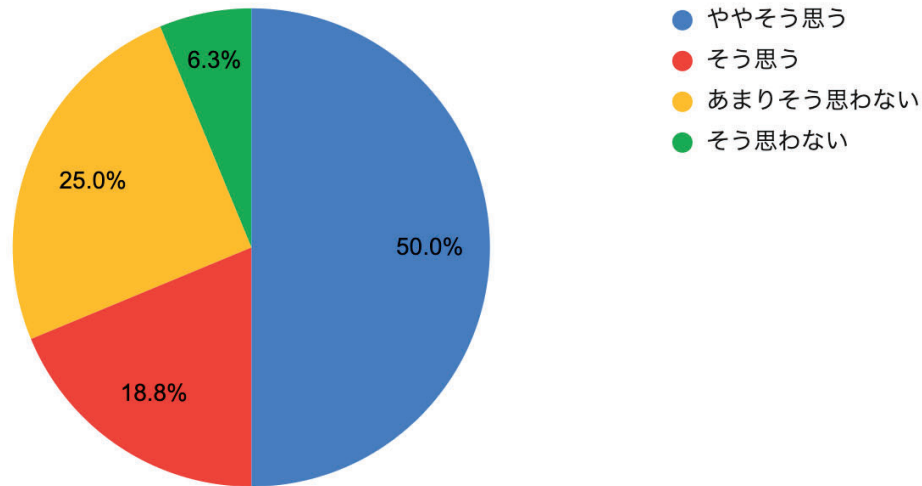


事前調査時に比べて選択された項目の
合計数が増加（73→82個）

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

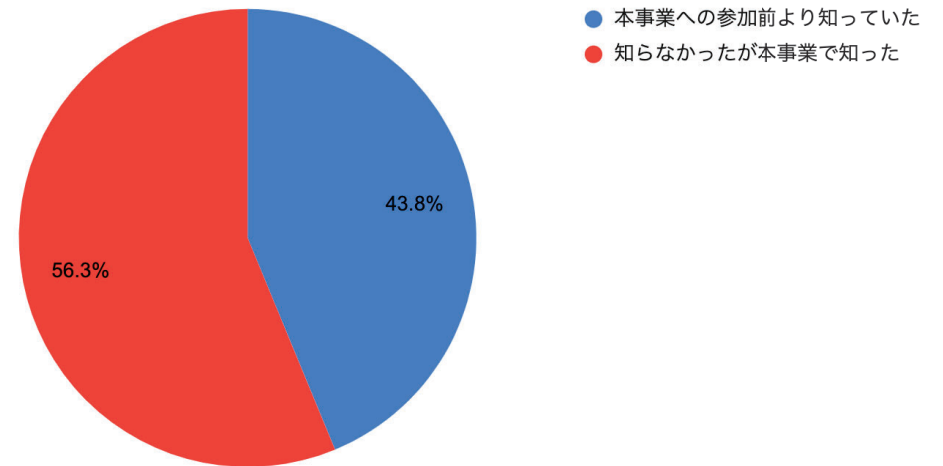
【その他の成果指標（女性：16名） 意識や知識の変化】

事業開始時点と比べ、HPVワクチン（子宮頸がん予防のワクチン）についての知識が深まったと思いますか？



参加者の68.8%が事前調査時に比べて「知識が深まった」と回答

1997年4月2日～2006年4月1日生まれの女性にはHPVワクチンのキャッチアップ接種という機会が設けられました。対象年齢の間に接種を逃した方も無料で接種が受けられます。このことを知っていましたか？

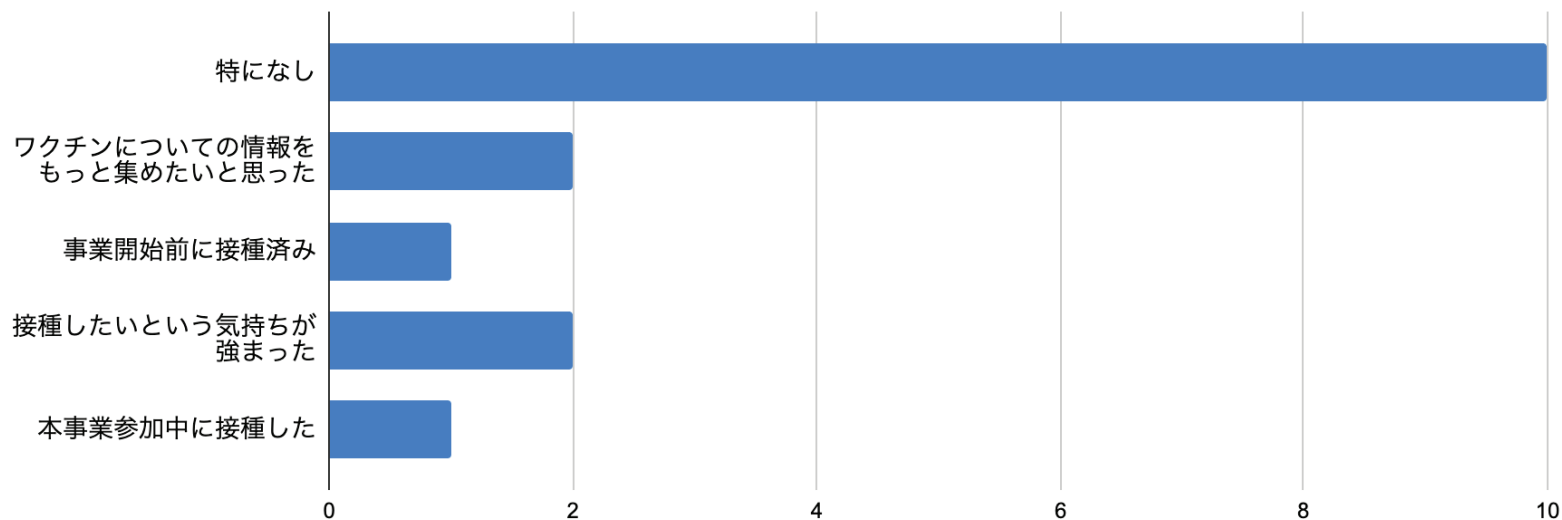


参加者のうち56.3%がワクチンに関する最近の動向についての知識を得られた

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【その他の成果指標（女性：16名） 意識や行動の変化】

事業開始時点と比べ、HPVワクチンの接種について意識や行動が変わりましたか？（複数選択可）

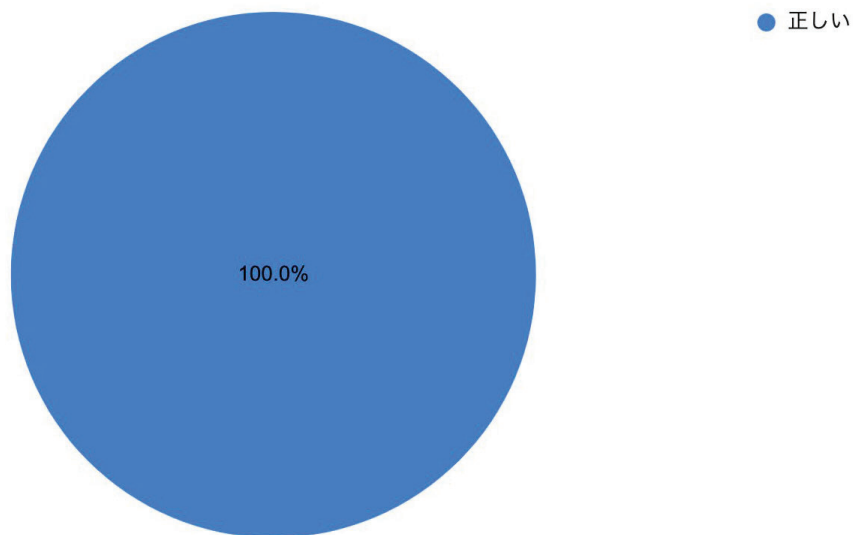


参加者のうち31.3%に意識が行動の変化が生じた
（事業期間中にワクチンを接種した参加者もいた）

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

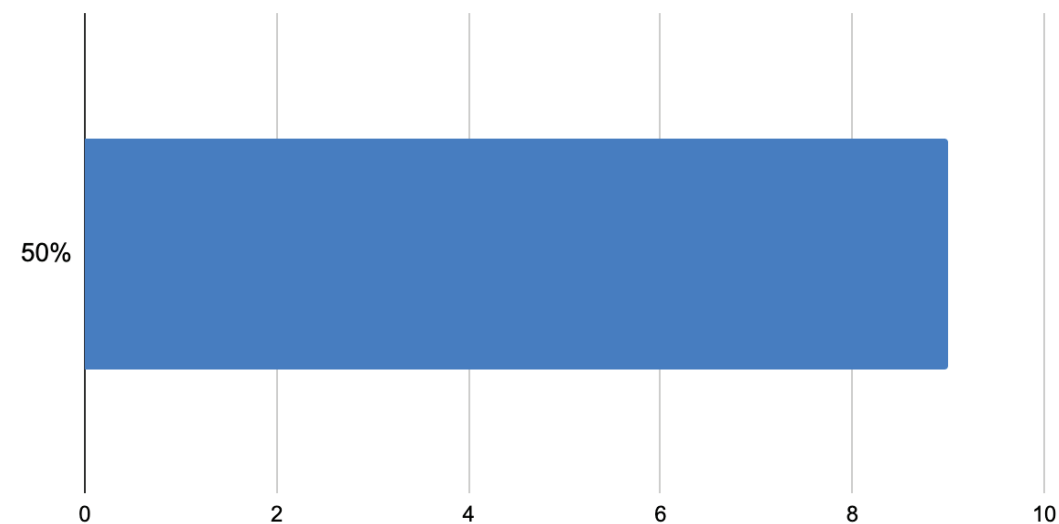
【その他の成果指標（男性：9名） 知識の変化】

女性の7-8割が月経痛を抱えています。生活や仕事に支障が出るような月経痛は「月経困難症」という疾患である。これは正しいと思いますか？



事前調査時に比べて「正しい」（正解）と回答した参加者が100%に（77.8%→100%）

不妊の検査を行ったカップルのうち、男性側の不妊の原因が見つかる頻度はどのくらいだと思いますか？

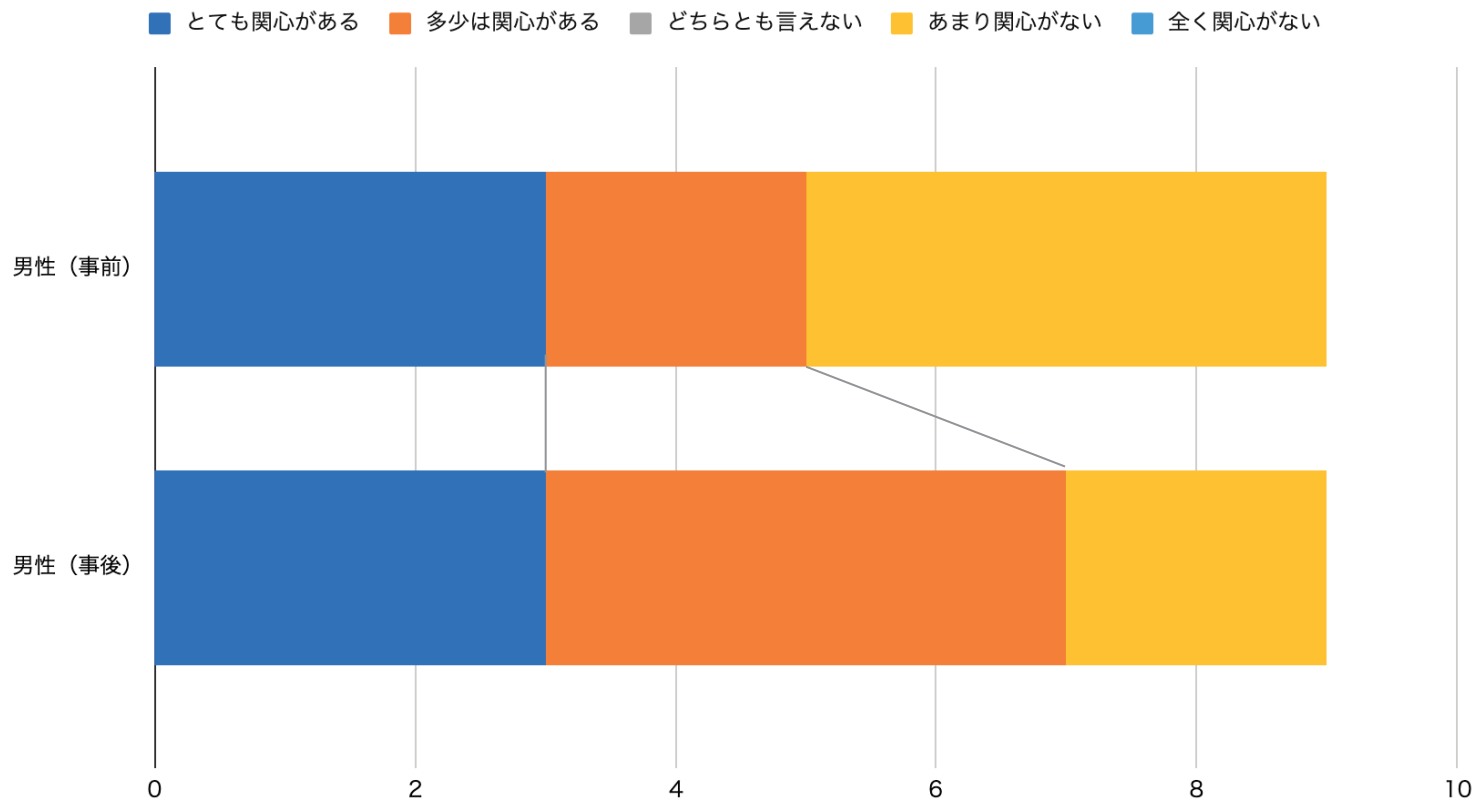


事前調査時に比べて「50%」（正解）と回答した参加者が100%に（77.8%→100%）

本事業の成果 事後アンケートでは

【その他の成果指標（男性：9名） 関心の変化】

妊活や不妊に関して、今のあなたの中でどのくらい関心がありますか

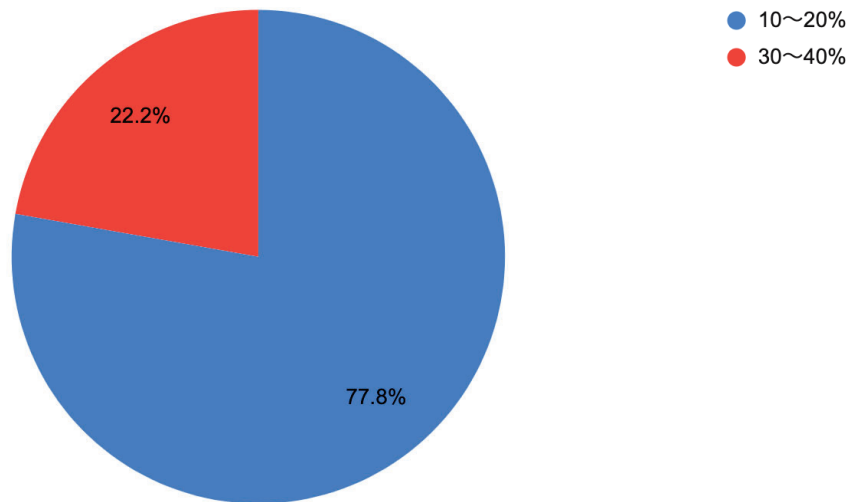


事前調査時に比べて「とても関心がある」「多少は関心がある」と回答した参加者が増加した（55.6%→77.8%）

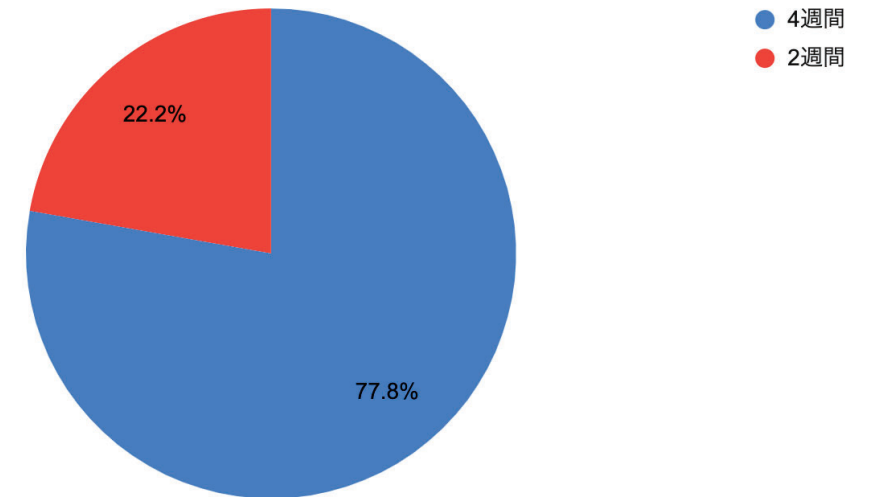
本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【その他の成果指標（男性：9名） 知識の変化】

産後しばらくは、からだの負担に加えて睡眠不足等の影響が重なりやすい時期です。出産後に「産後うつ病」となってしまう女性の割合はどのくらいだと思いますか？



「出生時育児休業（産後パパ育休）」は、男性社員に子どもが生まれた場合に休業することが可能な制度ですが、最大で何週間休業できると思いますか？



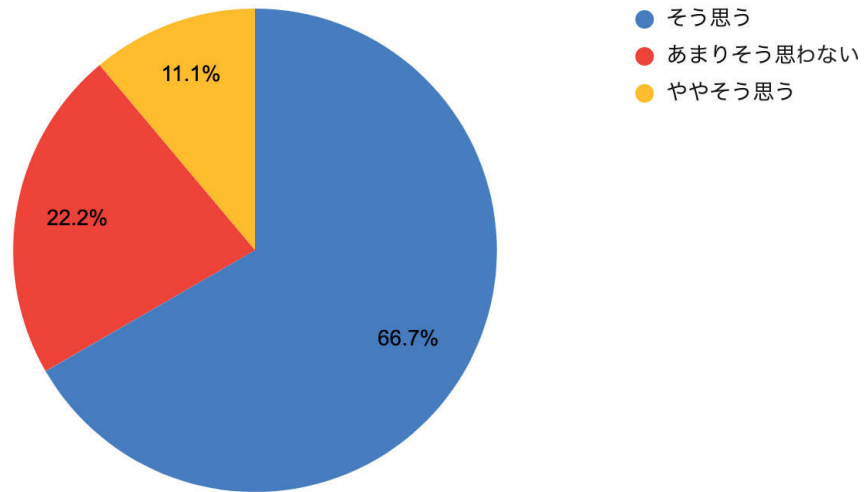
事前調査時に比べて「10~20%」（正解）と回答した参加者が大幅に増加（33.3%→77.8%）

事前調査時に比べて「4週間」（正解）と回答した参加者が大幅に増加（44.4%→77.8%）

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

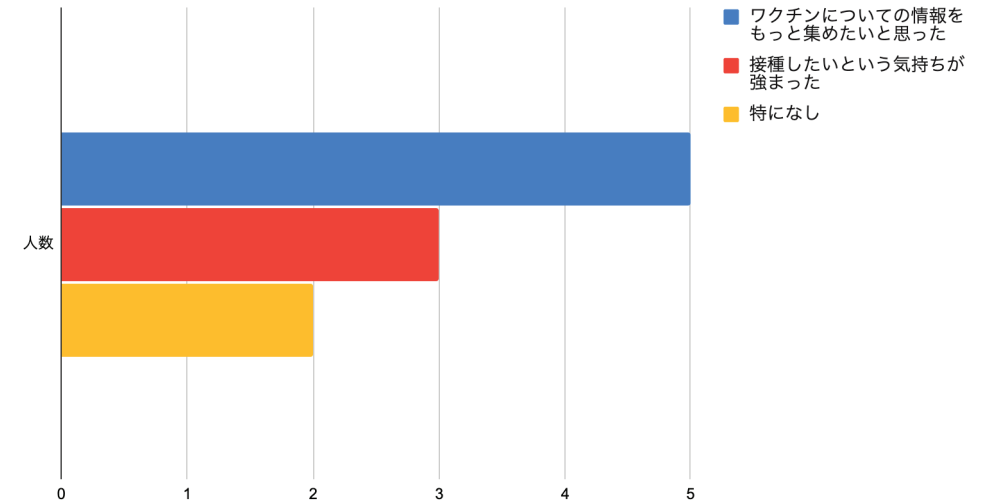
【その他の成果指標（男性：9名） 意識や知識の変化】

事業開始時点と比べ、HPVワクチン（子宮頸がん予防のワクチン）についての知識が深まったと思いますか？



参加者の77.8%が事前調査時に比べて「知識が深まった」と回答

事業開始時点と比べ、HPVワクチンの接種について意識や行動が変わりましたか？（複数選択可）

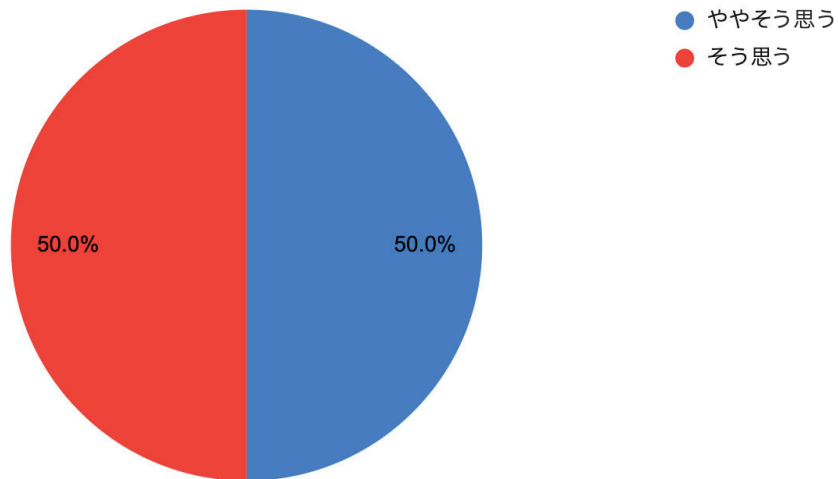


参加者のうち55.6%がさらなる情報収集に、33.3%が接種意向について前向きに回答した。

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

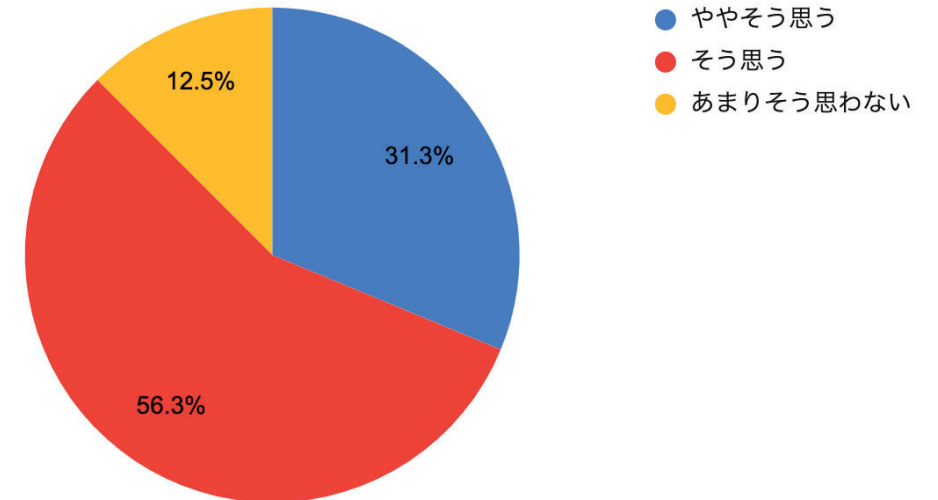
【本プログラムについて（女性：16名）】

今回のeラーニングプログラム（eラーニング+オンライン相談窓口の自由利用）を、社会人になって比較的早い時期に受けることはご自身にとって役立つと思いますか？



参加者全員が「社会人になって早期に本プログラムを受けることは役立つと思う」と回答した

eラーニングツールで新たな知識や発見を得ることができたと思いますか？

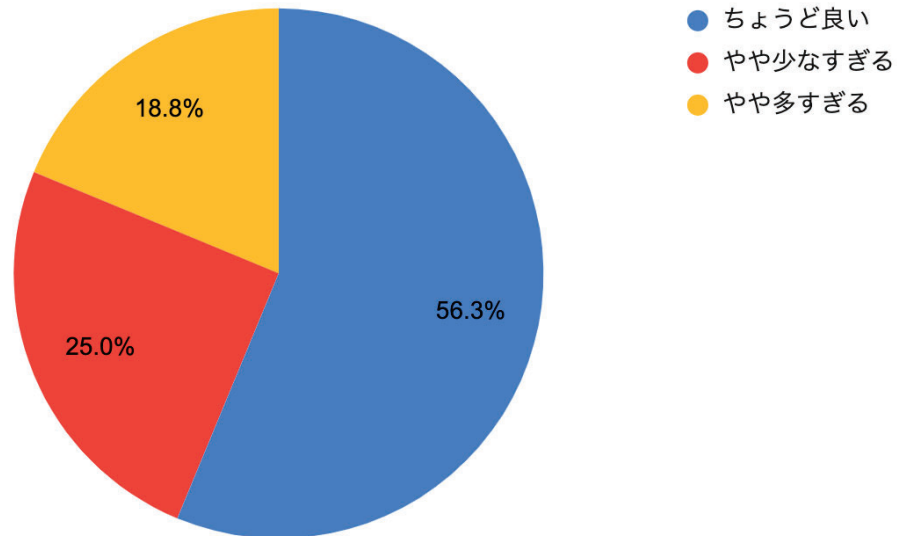


参加者の87.5%が「eラーニングで新たな知識や発見を得られた」と回答した

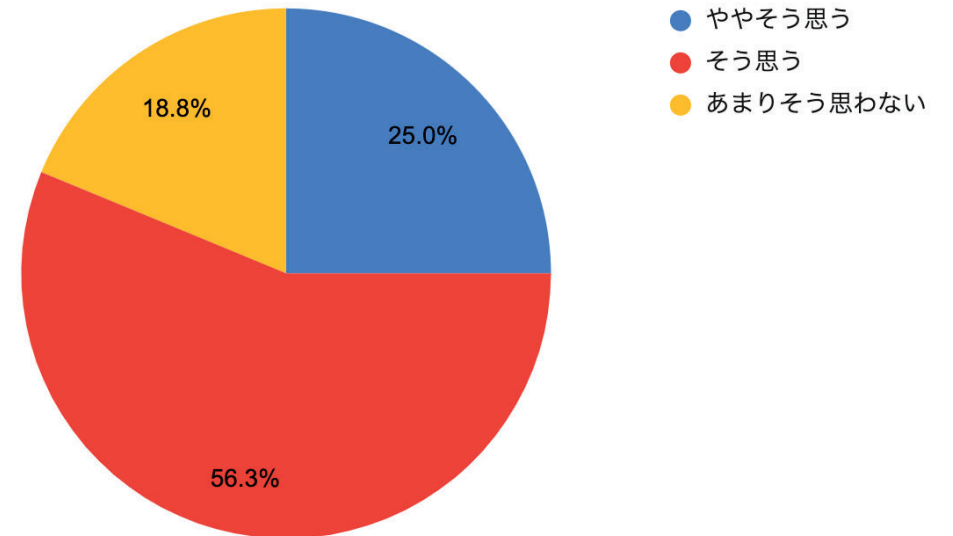
本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【本プログラムについて（女性：16名）】

eラーニングツールの設問数や回答文の量は適切でしたか？



eラーニングツールは使いやすかったですか？



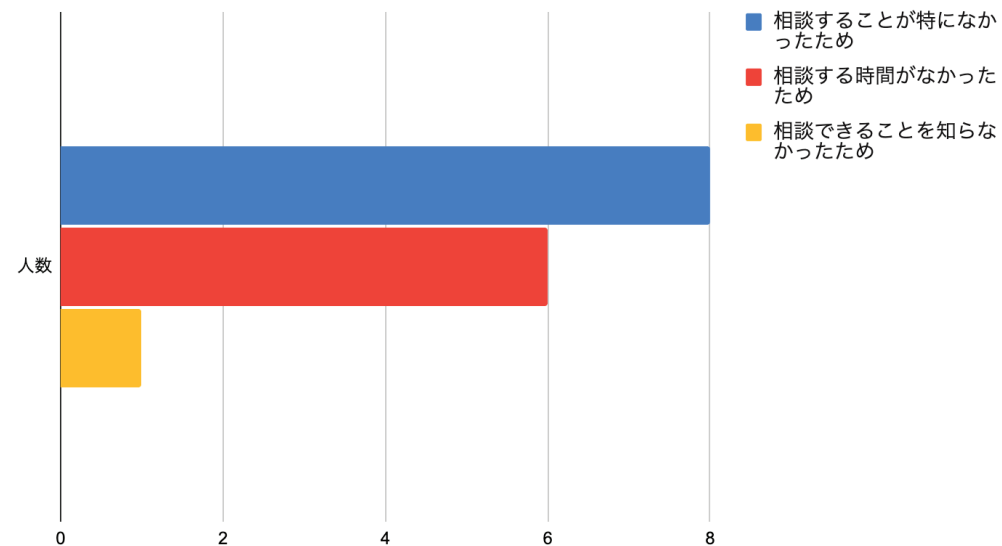
参加者のうち56.3%は「eラーニングの設問数や回答文の量はちょうど良い」と回答したが、感想には個人差が認められた

参加者の81.2%が「eラーニングツールは使いやすかった」と回答した

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【本プログラムについて（女性：16名）】

オンライン相談を利用しなかった理由を教えてください。（複数選択可）



* オンライン相談を利用しなかった15名が回答

オンライン相談を利用しなかった最多の理由は「相談することが特になかった」だったが、「相談できることを知らなかった」という参加者も1名いた

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【本プログラムについて よかった点（自由記載）（女性）】

- クイズ形式は気軽に答えられて便利だった。
- スマホから手軽に参加でき、スマホでもわかりやすい画面構成だった。
- eラーニングが改めて自分自身のこと、今後について考えるきっかけとなった。
- 必ずしも定期的な検査が必要ではない病気があることを知れたことは、婦人科疾患に関して必要以上に神経質にならなくてもよいと思えたので少し気持ちが楽になりました。

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

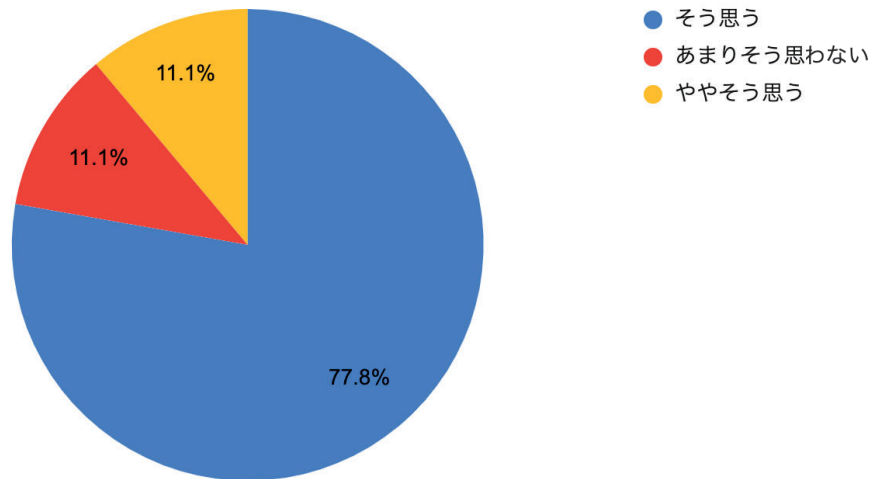
【本プログラムについて 改善してほしい点（自由記載）（女性）】

- eラーニングと聞くと動画を見るのかと勘違いしていた。
- もう少し様々なことを学びたかった。
- 「ラーニング」と呼べるほどの量ではなかったと思うので、より詳しい内容を学べるような問題や量にしてほしい。
- 2回目に、前回の自分の回答との比較ができないのが残念。マイページみたいなものが欲しい。
- 回答が読みづらいように感じました。既に知っている情報も多かったように感じています。

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

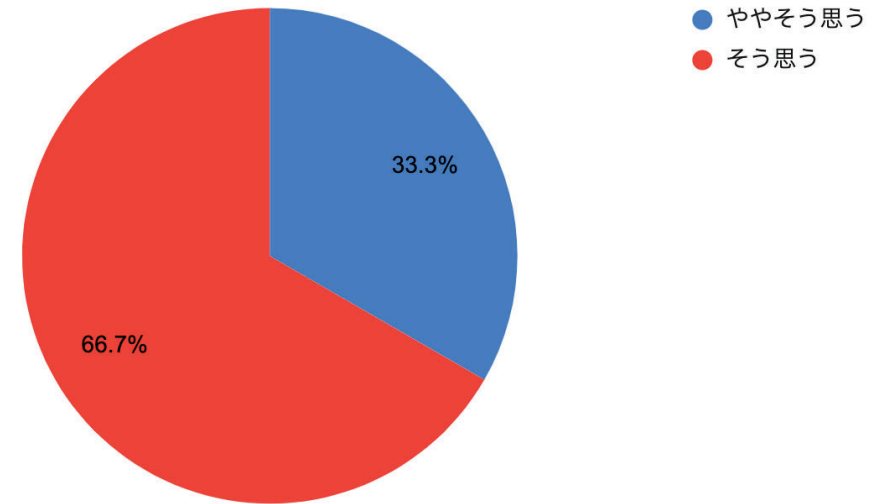
【本プログラムについて（男性：9名）】

今回のeラーニングプログラム（eラーニング+オンライン相談窓口の自由利用）を、社会人になって比較的早い時期に受けることはご自身にとって役立つと思いますか？



参加者の88.9%が「社会人になって早期に本プログラムを受取ることは役立つと思う」と回答した

eラーニングツールで新たな知識や発見を得ることができましたか？

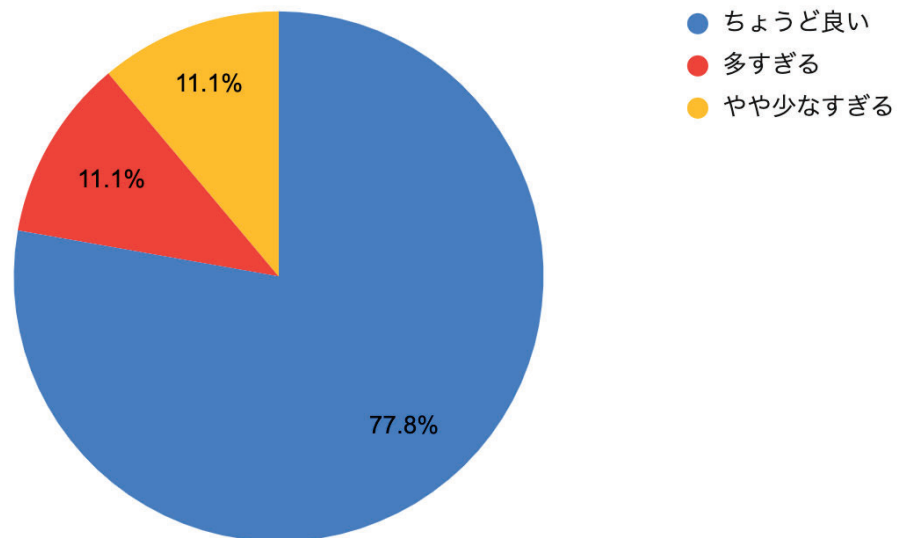


参加者全員が「eラーニングで新たな知識や発見を得られた」と回答した

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

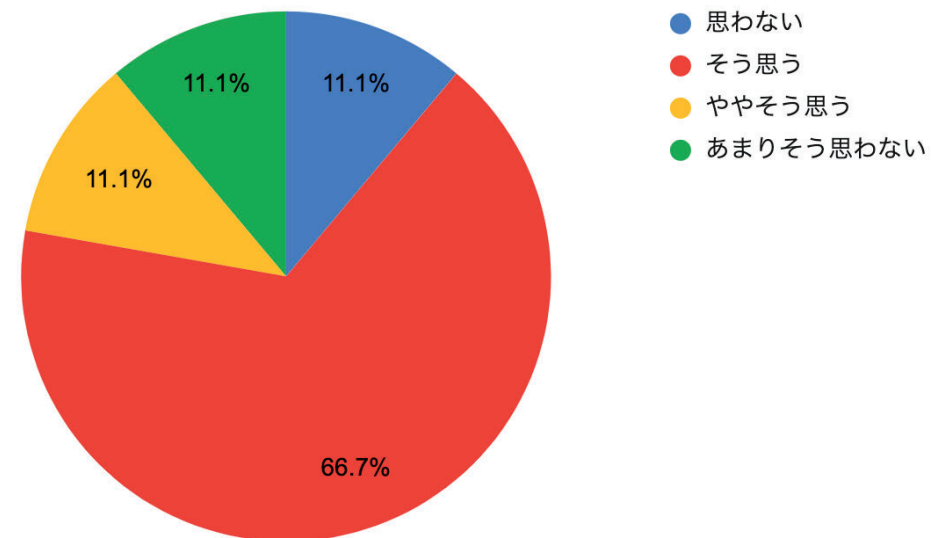
【本プログラムについて（男性：9名）】

eラーニングツールの設問数や回答文の量は適切でしたか？



参加者のうち77.8%が「eラーニングの設問数や回答文の量はちょうど良い」と回答した

eラーニングツールは使いやすかったですか？

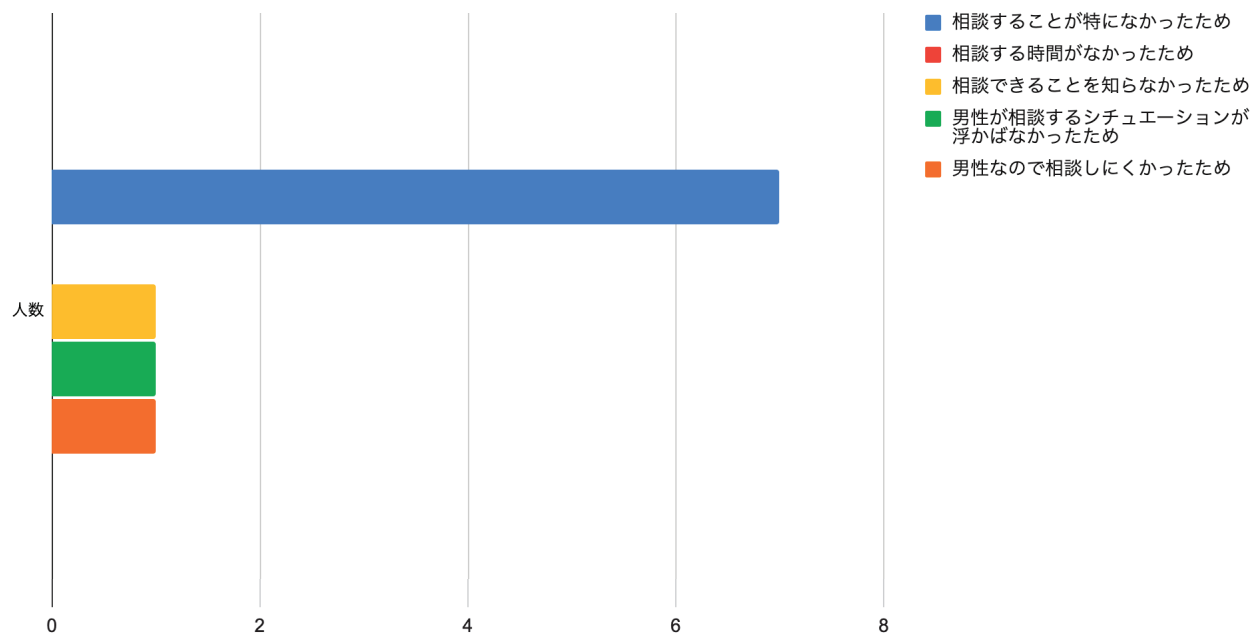


参加者の77.8%が「eラーニングツールは使いやすかった」と回答した

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【本プログラムについて（男性：9名）】

オンライン相談を利用しなかった理由を教えてください。（複数選択可）



* オンライン相談を利用しなかった9名が回答

オンライン相談を利用しなかった最多の理由は「相談することが特になかった」だったが、「男性なので相談しにくかった」という参加者もいた

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【本プログラムについて よかった点（自由記載）（男性）】

- クイズ形式で進められたため、情報のインプットとしては最適な形式であったと考える
- 最初に問題があり、回答を読み返すタイプは頭に入ってきやすかった。分からないところが明確になった。
- 自分の理解度はどの程度なのか知ることができた。
- 質問を通して、自分がどのくらい知識が欠けているかというのが明確になりました。会社の人との間で話題にするのは難しいものの、プライベートで身近な相手であれば会話のきっかけにすることが出来ると思います。
- eラーニングを受講することで、男性かつこの年の自分は普段考えないテーマに関する知識に触れることができた。
- 新しい知識をインプットできとても参考になった。普段生活する中では知りえない知識だと感じた。

本事業の成果 事前・事後アンケートの分析結果

【本プログラムについて 改善してほしい点（自由記載）（男性）】

- 動画にして欲しい。
- 正解を探すものと、「説明できる/できない」のような所感を伝えるものが混ざっていたのがわかりにくかった。また、正解かどうかは別の色にするなどして、何を回答ページで理解すれば良いのかがもう少し鮮明にわかるようになって欲しかった。
- あと何問か分かれば、やってる間も安心して取り組めると思いました。
- 女性の健康課題について、大きなトレンドのみしか学習できなかったように感じる。実際に女性が経験する健康課題についてのエピソードや、もっとリアルな声を知ることができれば、女性に対する知識的・感情的な部分で理解できたと考える。
- 今回の結果について、自分の成績が分かるといいと感じた。他の人よりも成績が劣っているならば、課題感に感じると思う。

本事業の成果 デプスインタビューでのコメント

調査目的：eラーニングプログラムの内容や実装に関する課題や改善点を明らかにする

調査課題：アンケートフォームでは取得できない定性的な声を把握する

実施時期：2月14日～2月20日

実施人数：計9人（女性5名、男性4名。事後アンケート回答者から募集した。）

【本事業に参加しようと思った理由】

- ・社内で周知があったので協力した
- ・担当者に声をかけられ、やらない理由も特になかったから
- ・自分の知識確認&向上をしたかったから
- ・自分には知識が足りないと思っていたため、良い機会だと思ったから

【社内での周知方法について】

- ・全体へのメールののちに、**新入社員向け研修時にリマインドがあった**ため思い出すことができた
- ・社内メールや掲示板では様々な情報が飛び交っているので、自由参加のものは目に留まりづらい
- ・**4月の若手研修**等に組み込まれば、参加率も上がるのでは

本事業の成果 デプスインタビューでのコメント

【eラーニングについて】

<アクセス方法について（WEB版とLINE版の2種類を用意）>

- ・社内メールで周知されたため、**個人LINEは使いづらくWEB版を利用した**
- ・**LINEからアクセスする研修は他にないので目新しく、特に抵抗なく使えた**

<表示方法について>

- ・**テキストベース**であることで、**自分のペースで進められる**から良かった
- ・社内で行う他のeラーニングは動画のものが多く、テキストより**動画の方が定着しやすい**と思った

<設問について>

- ・セクションごとに分かれているので、**飽きずに進めることができた**
- ・**ライトな参加者**に対しては、今回のような**クイズ形式が合っている**と感じた

<回答について>

- ・適度な解説量、簡潔な解説で良かった
- ・**全体の参加者の正答率との比較、セクション毎の自分の弱点**などが視覚的に分かると面白かった
- ・マイページなどから、1回目のeラーニング結果など**過去の履歴**が見れると自分でも把握しやすい
- ・受講者のレイヤーによって求める要素は違って来るだろうなと思った（疾患等の知識、該当者・部下に対しての対応、社内の制度設計など）

本事業の成果 デプスインタビューでのコメント

【オンライン相談について】

①利用した方

<利用した理由>

- ・ **通院中の症状や状況**について、**他の医師からのコメント**を聞きたかったため

<相談を使ってみて思ったこと>

- ・ もともと医師は冷たい印象もあったが、**返信の文章から優しさが伝わって良かった**
- ・ 会社の健康診断だと婦人科がオプションで有料だったりするので、こうしたオンライン相談を**気軽に使える**ようになってほしい

②利用しなかった方

<利用しなかった理由>

- ・ **特に聞きたいことがなかった**から
- ・ eラーニング終了直後の相談への誘導はあったが、いったんページを閉じたあとの相談利用はハードルが高く感じたから
- ・ 自分が男性であることで、産婦人科医への相談はハードルが高く感じたから

<改善点や期待したいこと>

- ・ ビデオ会議ツールではなく**LINEやメッセージで気軽にできる**ことがより伝わると良かった
- ・ 年齢が上がった時には色々質問したいことも出てくるのかなと思った。**福利厚生**で使いたい。

本事業の成果 デプスインタビューでのコメント

【本事業で得られたこと】

- ・ 社内に女性社員が多く、産休中や時短勤務の女性もいるので、**周りがどのようなことで困っているのかなどを知る良い機会**となった。（男性）
- ・ もともと女性の健康課題に関しては知識がある方だと思っていたが、eラーニングでは知らない情報も適度に含まれており、**新しい学び**があって良かった。（女性）
- ・ 同じような内容を、**今後入社する後輩にも学んでほしい**と思った。（男性）
- ・ 若手社員だけが今回のような知識を得ても、上司や会社全体の理解が深まらないと働きやすさには繋がらないと思う。**上の世代にも同様に知ってもらう機会が必要**だと思った。（女性）
- ・ eラーニングは、オンライン相談を使ってみるきっかけになると思う。（男性）

本事業の成果 得られた結果への考察

【共通指標について】

- 共通指標①について、絶対的・相対的プレゼンティズムが参加者のうち50～56.3%で改善が認められた。また、共通指標②について、7つ全ての指標が参加者のうち18.8～37.5%で改善し、特に「健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知」の改善が相対的に大きかった。
- まず、参加者全体で広く改善傾向にあったこと、そして全員がeラーニングを実施したことから、共通指標において得られた改善・向上に本プログラムが一定の寄与を果たしたものと考えられる。加えて、「健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知」の改善が相対的に大きかったことから、主体的に学ぶ形式で専門性の高い情報を取得できるコンテンツにより「単なる疾患等への知識を持つだけでなく今後のキャリアと併せて起こりうる課題を考える」ことを促せたものと推察した。
- また、eラーニング実施回数（1回vs2回）による比較分析では、「相対的プレゼンティズムの改善が認められた参加者の割合は2回実施者の方が高かった」、「2回実施者では共通指標②で改善した人の割合が0%の項目がなかった」ことから、eラーニングを1回だけではなく、2回反復して実施することによって学習効果をより高められる可能性が示唆された。

本事業の成果 得られた結果への考察

【その他の成果指標について（女性参加者）】

- 意識・知識・関心の変化について、幅広い改善・向上が認められた。オンライン相談の利用はなかったものの、男性に向けて意識・知識・関心に重点を置いたeラーニングを主体的に実施することで、入社歴の浅い男性社員が女性の健康課題や、男性がすべきこと・できることなどを学習できたものと考えられた。
- また、一部の行動変容についても改善が認められた。自ら主体的に、困った症状等があった際に医療機関を受診する、疾病予防のためワクチン接種をする、などは若いうちからの健康作りに直結するものである。完全にオンラインで、かつ動画視聴とは異なり非常に短時間で完結できるeラーニングプログラムによって、こうした行動変容を促すことが期待できるということは、本事業における有益な知見だと言えるだろう。

本事業の成果 得られた結果への考察

【その他の成果指標について（男性参加者）】

- 意識・知識・関心の変化について、幅広い改善・向上が認められた。共通指標と同様に、主体的に学ぶ形式で専門性の高い情報を取得できるコンテンツによって、入社歴の浅い女性社員が吸収できるトピックが多くあったものと考えられた。
- また、一部の行動変容についても改善が認められた。自ら主体的に、困った症状等があった際に医療機関を受診する、疾病予防のためワクチン接種をする、などは若いうちからの健康作りに直結するものである。完全にオンラインで、かつ動画視聴とは異なり非常に短時間で完結できるeラーニングプログラムによって、こうした行動変容を促すことが期待できるということは、本事業における有益な知見だと言えるだろう。
- デプスインタビューでは「社内に女性社員がどのようなことで困っているのかなどを知る良い機会となった」「同じような内容を今後入社する後輩にも学んでほしいと思った」という声もあり、若いうちにこうした内容を学ぶ機会が得られることにポジティブな感想を持っている参加者が多く、男女ともに学ぶことの意義を再確認できた。

本事業の成果 得られた結果への考察

【本プログラムについて】

- 参加者のうち96% (24/25名)が「社会人になって早期に本プログラムを受けることは役立つと思う」と回答し、92% (23/25名)が「eラーニングで新たな知識や発見を得られた」と回答した。本プログラムの主な目的である「社会人になって早期に女性の健康課題について学ぶ機会を得ること」「女性の健康課題について新たな知識や発見を得ること」を達成できたと考えられ、本プログラムの有用性を確認できた。
- ただし、eラーニングツールの「設問数や回答文の量」や「使いやすさ」にはまだ改善の余地が大きいと感じた。また、自身の結果を振り返ったり他の実施者との比較ができたりするような機能がほしい、という声が複数名の参加者から寄せられた。こうしたeラーニングの機能面は、今回得られた知見を活かしてより良いものに改善していきたい。
- 今回、オンライン相談の利用者は女性2名 (8%)のみだった。利用しなかった理由の多くは「相談することが特になかった」だったが、「相談できることを知らなかった」「男性なので相談しにくかった」という声もあり、周知方法やユーザーインターフェイスに改善の余地があると考えられた。ただ、「eラーニングはオンライン相談を使ってみるきっかけになると思う」という声もあり、eラーニングと組み合わせることの有用性には期待が持てる結果となった。

本事業の課題① 参加団体募集の壁

- 対象参加者が若手社員限定であること
 - 高い介入効果を期待して5年目社員までに限定した
 - しかし事業参加可否にとって最大のハードルとなった
(一部のみを導入しにくい、他多数の研修を導入しており予定が組み込めない)
- 実施期間
 - 夏に参加団体募集、秋～冬で実施
 - 入社員の研修時期である春に実施したいという声も多かった
- Eラーニングツール開発と参加企業募集の同時進行
 - 実証事業開始とともにツール開発を併行
 - ツール作成期間の参加団体との打ち合わせでは完成形が見せられず

本事業の課題② 参加団体決定からの壁

- 参加団体に属する5年目までの対象者総数は約250名 → 最終参加者は47名のみ
 - 参加団体の担当部署経由での任意募集となったため、参加者募集に強く介入しにくかった
 - 若年層は、健康面において比較的困りごとがまだ少ない→興味を持ってもらえない
- 最終参加者47名 → 事後アンケート回答者は25名のみ
 - 事前アンケート、eラーニング（1or2回）、事後アンケートと、比較的短期間でやらなければならないステップが多かった
 - メールしか連絡手段がなく、案内やリマインドが迷惑メール等に振り分けられてしまった場合にはそれ以上の介入ができなかった

本事業の課題 より良い知見取得のために工夫したこと

- ✓ 参加団体募集を8月→12月まで延長し、より多くの企業に声をかけた
 - ・途中から開発中のeラーニングツール（デモ版）を供覧し、関心を持ってもらえるように
 - ・結果的に4企業の参加をいただけたが、スケジュールがかなりタイトになってしまった
- ✓ 対象者を社会人歴3年目→5年目に拡大した
 - ・参加者のバリエーションが生まれたが、結果的に分析への支障はなかった
- ✓ デプスインタビューへの協力者を募り、9名からヒアリングを実施した
 - ・アンケートフォームでは得られない定性的な声を多く取得できた
- ✓ 共通指標を「eラーニング実施回数」でグループ分けして比較分析した
 - ・本来は「eラーニング未実施者」との比較を予定していたが結果的に0人だった
 - ・最終的に4名と12名の比較となり、限定的な分析となった

今後の事業展開

【プログラム内容の拡充】

- Eラーニングツールの充実化（設問・回答のブラッシュアップ）
- Eラーニングツール結果参照画面の実装（反復した自己評価を可能に）
- オンライン相談へスムーズに繋がられるユーザーインターフェイスの実装

【対象範囲の拡大】

- 新入社員以外の層にも最適化した形でのプログラムを開発
→様々な年代で個別化した学びを得られる研修プログラムに

【正式なサービス化へ向けて】

- 2023年4月より本eラーニングプログラムを提供できる法人が決定済み
- 産婦人科・小児科オンラインを導入済み法人への試験的提供を検討していく

08.

オンラインコミュニティを使った「女性特有の健康課題や働き方について語り合う」
プラットフォームの構築・運用と情報発信事業
(代表団体：株式会社産業経済新聞社)

令和4年フェムテック等サポートサービス実証事業

metropolitana
tokyo



2023年3月

産経新聞社



はたらく、の今と未来をみる。
さんぎょうい株式会社

【テーマ】

女性特有の健康課題や働き方について語り合う
オンラインコミュニティ運用と
メディアによる情報発信

【事業目的】

オンラインコミュニティの投稿における課題を軸に有益な情報をマスメディアで発信することで、女性特有の健康課題の解決のための個人のヘルスリテラシーの向上と社会課題として認識される気運の醸成への貢献を目指す。

～計画に基づき実施した事項～



女性特有の健康課題や働き方について語り合う**オンラインコミュニティ**
「フェムトークコミュニティ」の運用。

コミュニティのトークテーマに寄せられた投稿をもとに、専門家の監修によるヘルスリテラシー向上のための情報や女性の働き方に関するアドバイスを **産経新聞** および **メトロポリターナ** で発信。

コミュニティの投稿をもとに専門家による**オンラインセミナー**の実施。

～ What's フェムトークコミュニティ? ～



サークルメンバー
8,138人

49トピック
3,540コメント

2023.03.8現在

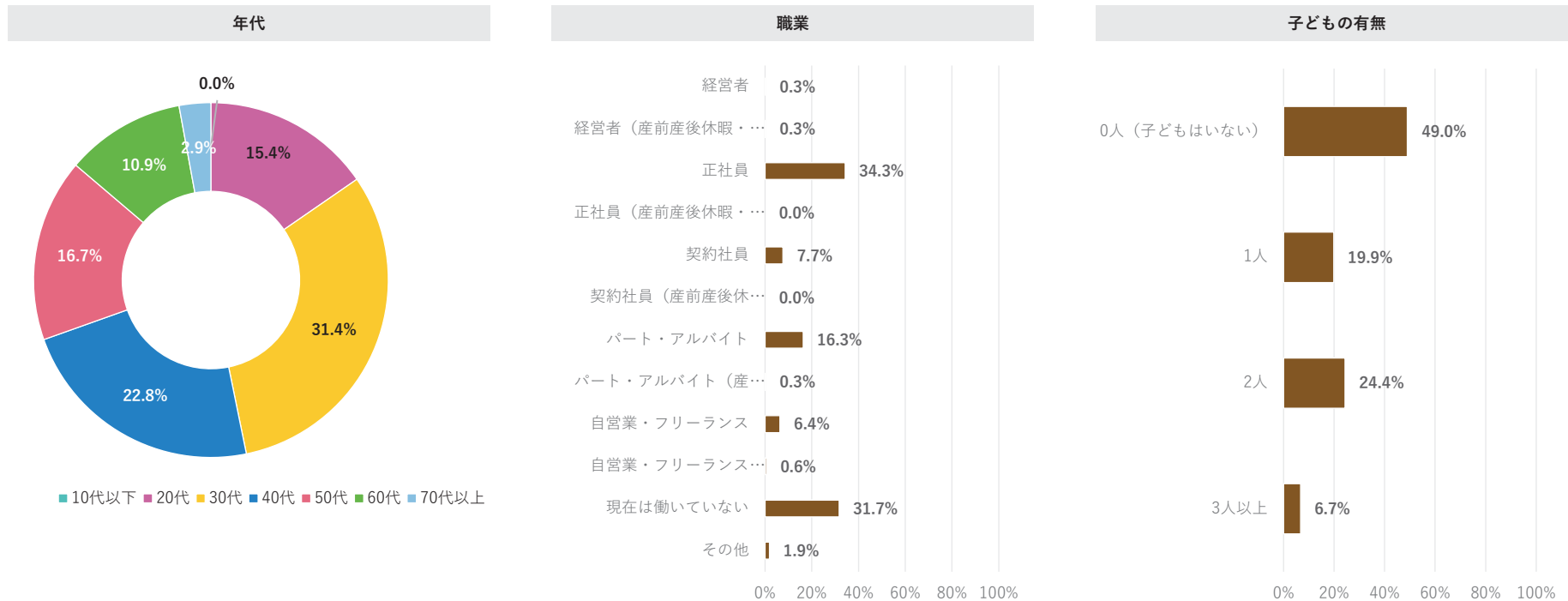
【3つのトピックを投稿】

- ① 月経のお悩みやトラブル、我慢している？対処している？
- ② これってもしかして更年期？気になっていることや備えていることは？
- ③ 妊娠に向けて大変だったことは？

～ ～ What's フェムトークコミュニティ? 参加者の属性 ～



集計対象は、2022年11月時点でコミュニティに参加していた312名



30代～50代で8割超。職業は「正社員」が3割超、「現在は働いていない」が続く。子どもの有無は「子どもはいない」が約5割となり、「2人」が2割超と続いた。

～ What's フェムトークコミュニティ? 投稿1本目と分析 ～



2022.8.4 トークテーマ①「月経」

月経のお悩みやトラブル、我慢している？対処している？

集計期間

2022/9/22～2022/10/6

本企画の狙い

■月経症状や対処の実態を話していただき、他の人の悩みから共感や情報交換を促す。我慢なくてよいこと、月経トラブルへの適切な対処を知るきっかけを作る。

トピック内での質問

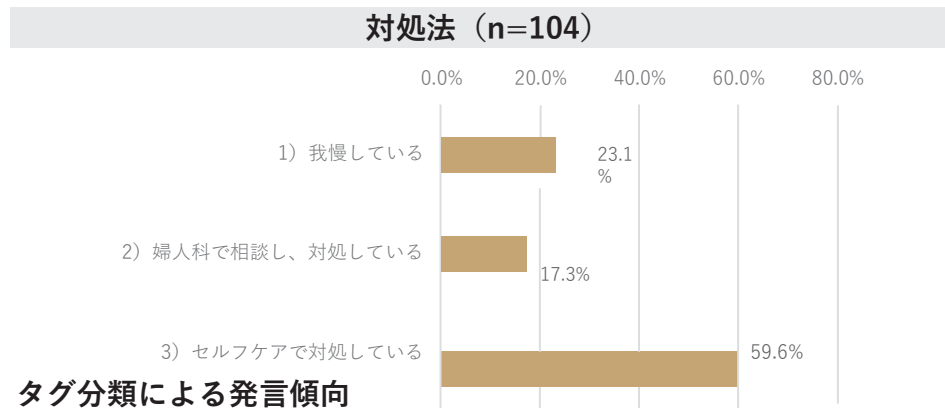
- 我慢している人は我慢している理由、対処している人は対処法（婦人科への相談・セルフケアなど）を教えてね。
- お仕事に影響が出ている方は、会社・家族などまわりに相談している？どのように対応している？
- 月経トラブルのために離職を考えたことは？または、離職・転職経験はある？

施策反応状況

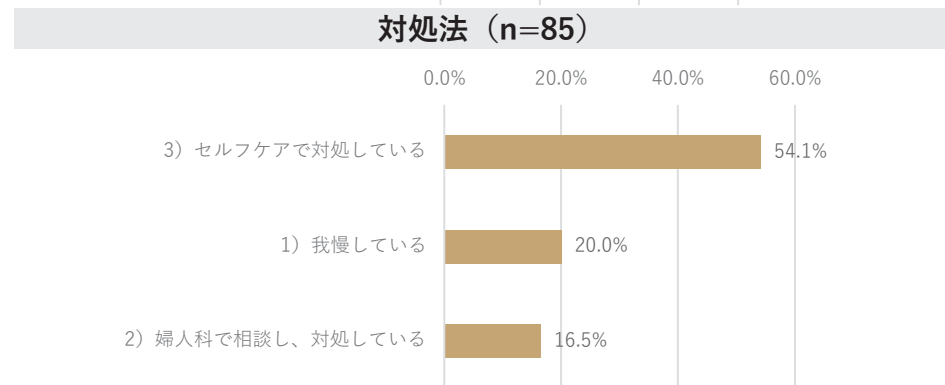
 投稿数 85件	 投稿人数 77名	 投票人数 104名
---	--	---

投稿数：本企画実施期間中の発言数
投稿人数：本企画実施期間中の発言人数（UU）
投票人数：本企画実施期間中の投票人数（UU）

ワンクリックアンケート集計



タグ分類による発言傾向



～ What's フェムトークコミュニティ? 投稿1本目と分析 ～



発言ピックアップ：対処法

月経のお悩みやトラブル、我慢している？対処している？

セルフケアで対処している

54.1%

市販の**痛み止め**を服用しています。なかなか大きなトラブルがないと、**生理痛だけでは婦人科へ行かない**です。

アイス太郎さん（40代女性）

市販の**鎮痛剤**を飲んで我慢しています。**婦人科へは行きずらい**為

akiakiakimiさん（40代女性）

年々辛くなっている月経痛…今のところはセルフケアしています(^^)温めると楽になるので、**寒い季節はホッカイロが大活躍**☆

みかさん（30代女性）

ほとんど**我慢してしまいがち**ですが、どうしても痛いときや生理がひどいとあらかじめ分かっている日は**市販薬に頼っています**。

えりさん（30代女性）

我慢している

20.0%

薬を飲んで我慢する。行きつけの婦人科がないし、地元の婦人科はいつも妊婦や不妊治療の人で満員、**病気の確信がないので行きにくい**。

しずくさん（40代女性）

気分の落ち込みやイライラであらかじめ生理中は**そういうものだなあとあきらめて仕方ない**としてます。**ばななさん（40代女性）**

初日と2日目**が痛い**の分かってるので**温めたりしてなるべく我慢**して、痛い波が去るのを待つ。薬が効かなくなるのでは？といまだに思っていて、**我慢できないくらい酷いときだけ薬を飲んで**います。**はるりさん（30代女性）**

出産して生理が重くなった・・・前までそんなにしんどくなかったから、まだこのしんどさの**対処方法は手探り中**

mamiviolaさん（20代女性）

婦人科で相談し、対処している

16.5%

婦人科で受診しています。**ピルでずいぶん楽**になりました。

みっちゃんさん（40代女性）

婦人科で受診し、**ホルモン補充療法でかなり楽になりました**。併せて身体を冷やさないように心がけているのも良いのかもしれない。

みっちゃんさん（40代女性）

ちょっとおかしいと思うと**暫く様子を見て婦人科を受診**するようにしています。大体なんともないですが**年齢を重ねてきて不安も多いですから自分の身体を大切にしたい**と思います★

おゆきさん（40代女性）

10代の時はなかなか勇気が出なくて病院に行くのを躊躇っていましたが、**20代になってから婦人科を受診**するようになりました。薬を出してもらえたりして**安心できる**ようになりました。

なっちゃんさん（30代女性）

～ What's フェムトークコミュニティ? 投稿2本目と分析～



2022.10.11 トークテーマ「更年期」

これってもしかして更年期?気になっていることや備えていることは?

集計期間

2022/10/11～2022/10/25

本企画の狙い

■更年期の症状や対処について具体的に考えていただき、他の人の悩みから共感や情報交換を促す。我慢しなくてよいこと、月経トラブルへの適切な対処を知るきっかけを作る。

トピック内での質問

- もしかしたら更年期かも?」と感じている症状、気になる身体や心の変化はありますか?
- 仕事に影響が出てしまうほどの症状のとき、どのように対応していますか?

施策反応状況

 投稿数 77件	 投稿人数 67名
---	--

投稿数 : 本企画実施期間中の発言数

投稿人数 : 本企画実施期間中の発言人数 (UU)

コメント: 全99件

from: りこびんさん 2023年01月22日 14時59分54秒

■もしかして更年期かも?とと思っている症状や、対処していることがあれば教えてね。

布団に入ると、足先が暑くて眠れません。
これって、更年期の症状のほてりでしょうか。
真冬なのに、布団を蹴飛ばして窓際にベッドがあるので、窓ガラスに足の裏をべったりくっつけて冷やしています。

コメントする 拍手する 0

from: ゆずさん 2023年01月18日 23時47分07秒

■もしかして更年期かも?とと思っている症状や、対処していることがあれば教えてね。

11月を最後にツキイチのものがこない(>_<)

■更年期障害によりお仕事に影響が出ている場合、まわり(会社や家族など)に相談できている?また、どのように対応している?

精神的に辛くなり、一番話せる人には相談していました。

■更年期障害により離職を考えたことはある?既に離職・転職の経験はある場合も教えてね。

更年期障害で…は微妙な時期ですが仕事はストレスが大分かかっているのでもいつも辞めたいって思います。コロナの方がどんどん増えて行って大変な感じです(>_<)

～ What's フェムトークコミュニティ? 投稿2本目と分析 ～



発言ピックアップ：症状

これってもしかして更年期？気になっていることや備えていることは？

イライラ

23.4%

以前は聞き流せていたようなことに**イライラしやすくなってきました**。今のところは「大人げないぞ」と我慢できていますが、もしかしてこれも更年期のせいなのかなあ？

tanyaさん (60代女性)

いつもイライラしてしまうこと。

ばななさん (40代女性)

すぐいらいらしてしまいます

よまたげさん (40代女性)

イライラしたり、手足は冷えるのに顔だけほてることがあります。

よこーたさん (30代女性)

発汗

16.9%

この夏、**カーッと体が熱くなって火照る感じ**のことがありました。(中略)更年期についての記事を読んで、あまり婦人系にみえない疲れやすさ、肩こり・頭痛やもの忘れなども症状としてあることを知り、当てはまる気がするので恐々としています。このところ続いているので、どこに行くか悩んだら婦人科でもいいのかな…

もとみさん (30代女性)

スーパーで足が冷え何かたちくらみみたいになった。**湿気の多い日に上半身額に汗、でも足は冷える**。不安症になりお出かけが億劫になった。

ゆっちいさん (40代女性)

たぶん更年期真っ只中です🌀急に**カーッと暑くなって汗をかいたり、急に寒くなったり🌀めまいがしたり**です(ノ口)…

マイロさん (50代女性)

生理周期/期間/状態の変化

15.6%

生理は不順になりました。だらだらとなかなか終わらなかったり、終わったと思ったら1週間後にまた始まったり…。一応婦人科に行って、保険適用の範囲内で超音波検査だけしてもらいました。(中略)これからほかの症状が出てくるのも心配なので、備えとして**エクオール検査くらいはしておこうかなあ**と考えています。

gemyさん (40代女性)

生理周期がおかしいです。期間が短くなったり長くなったり・・・自然に任せるしかないのか？

ふくタローさん (40代女性)

今月は**ダラダラと二週間程生理なのか？不正出血なのか？判断つかない感じが続きました**🏥病院にいかうかとも思いましたが、特に痛みがあるわけでもないし…子どもを預けてまではなあ🌀という感じで対処できませんでした。

みかさん (30代女性)

【※タグ分類について】

集計期間内の投稿のうち、文字数の多いもの上位100件を対象に文脈を目視で確認し、タグ付けを行っております。文字数降順上位100件の傾向は、全件目視で分類した結果とほぼ変わらないことをこれまでの結果から確認しており、傾向比較のために集計期間(常設テーマについては1ヶ月・その他は2週間)と対象件数を揃えております。

2022.11.14 トークテーマ「妊活」

妊娠に向けて意識したこと、大変だったことは？

集計期間

2022/11/14～2022/11/28

本企画の狙い

妊活（不妊治療）についての体験談を語っていただく。他の人の悩みから共感や情報交換を促す。

トピック内での質問

「子どもがほしい！」と思ったとき、何か意識して行ったことや苦労したことってありますか？

「こんなことを意識して行った」「こういう面で苦労した」など、具体的なエピソードをぜひ聞かせてくださいね♪

施策反応状況

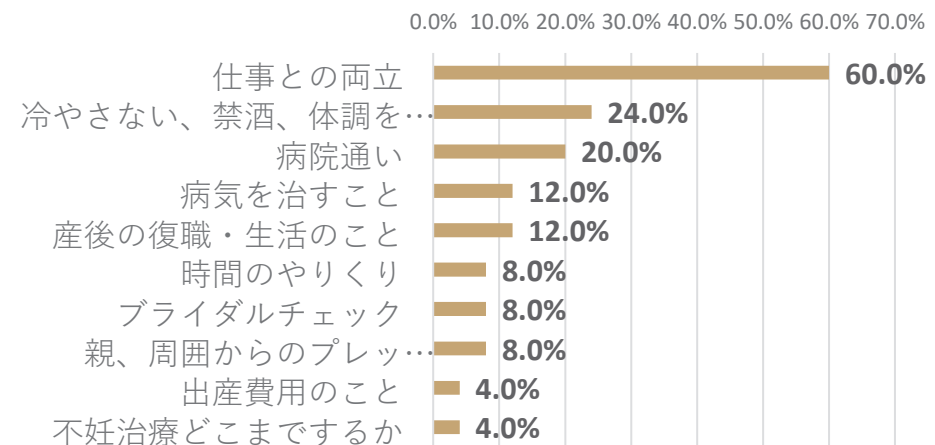
 投稿数 25件	 投稿人数 23名
--	---

投稿数：本企画実施期間中の発言数

投稿人数：本企画実施期間中の発言人数（UU）

タグ分類による発言傾向

大変だったこと、実行したこと（n=25）



【※タグ分類について】

集計期間内の投稿のうち、文字数の多いもの上位100件を対象に文脈を目視で確認し、タグ付けを行っております。文字数降順上位100件の傾向は、全件目視で分類した結果とほぼ変わらないことをこれまでの結果から確認しており、傾向比較のために集計期間（常設テーマについては1ヶ月・その他は2週間）と対象件数を揃えております。

妊娠に向けて意識したこと、大変だったことは？

仕事との両立

60.0%

仕事との両立 仕事は、期間限定パートでしたが、**つわりで具合悪い状態が続いて、続けられなくなり、早めに契約期間を切り上げさせてもらいました。**
瀬崎びろさん (50代女性)

本当は2歳差で産みたかったのですが、**育休明けから1年でまた育休をいただくと職場に迷惑がかかるので約5歳差になりました。** (以下略)
まるぼーろさん (40代女性)

育休取ると迷惑かかりそうな小規模の会社だったので、**転職して派遣に業務形態変えました。** 現在派遣の育休明けが過酷で(保育園入れられない、復帰する職場がない)後悔しています🌀
ayuさん (30代女性)

冷やさない、禁酒、体調を整える

24.0%

身体を温める様にしました。意識して冷たいものを食べないなど。あと、妊娠してからは男性とは考え方価値観など距離があると思いました。
おゆきさん (40代女性)

多嚢胞性卵巣症候群だとわかったので、**食生活や運動、ストレスになる事のないよう色々見直した。**
RYOSHIさん (30代女性)

妊娠しやすい身体づくりを意識しました
はるちゃん。さん (30代女性)

お酒が好きだったので控えめにしました。
腹巻して温活にも励みました。
みっちゃんさん (40代女性)

病院通い

20.0%

婦人科に通ってタイミングを見てもらっていたので、**通院と仕事の調整(急に半休を取ったりしなくちゃいけなかった)がちょっと大変でした。**ただ、今よりは担当する業務が少なかったので、比較的調整はしやすかったです。
ナヘコさん (40代女性)

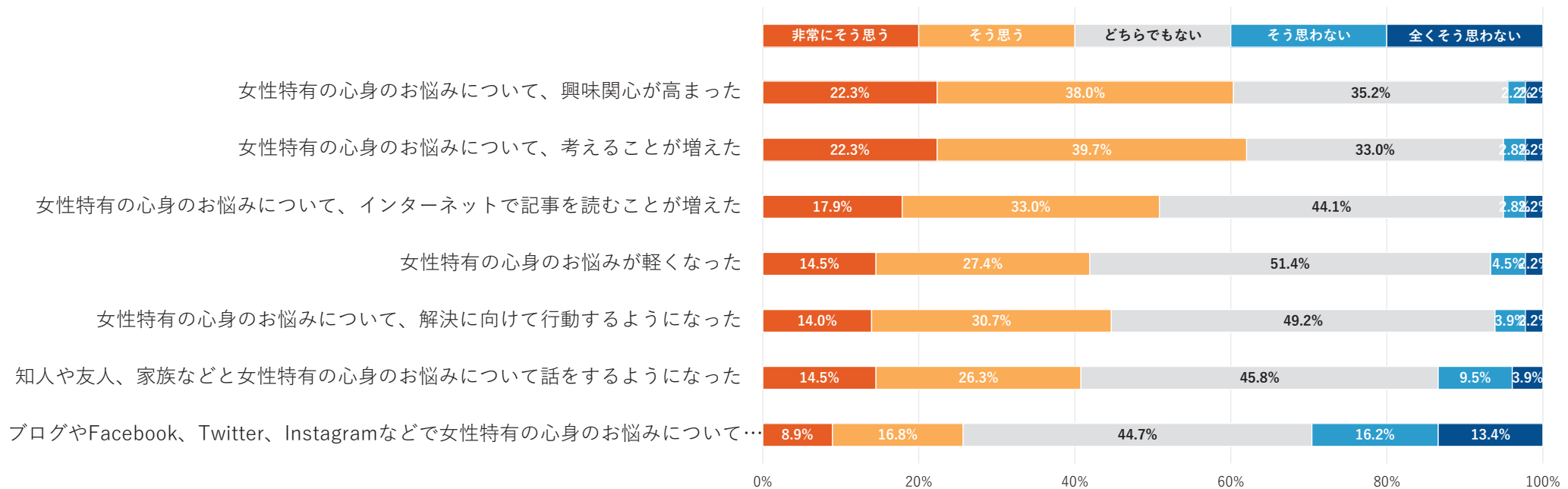
片道2時間半程度の通院・入院となり仕事の休みを調整してもらう時はかなり心理的に負担でした。直接の上司は優しく対応してくれましたが、それ以外の女性社員の反応は冷ややかでした。
もとみさん (30代女性)

産婦人科に行くことが苦痛。
ばななさん (40代女性)

【※タグ分類について】

集計期間内の投稿のうち、文字数の多いもの上位100件を対象に文脈を目視で確認し、タグ付けを行っております。文字数降順上位100件の傾向は、全件目視で分類した結果とほぼ変わらないことをこれまでの結果から確認しており、傾向比較のために集計期間(常設テーマについては1ヶ月・その他は2週間)と対象件数を揃えております。

～ コミュニティ参加による態度変化



リレーションシップ行動と周辺行動・意識に変化が起きたユーザー(T2B:「非常にそう思う」「そう思う」と回答したユーザー)の割合をみると、コミュニティ参加後に、「女性特有の心身のお悩みについて、考えることが増えた」割合が6割超と、最も高かった。

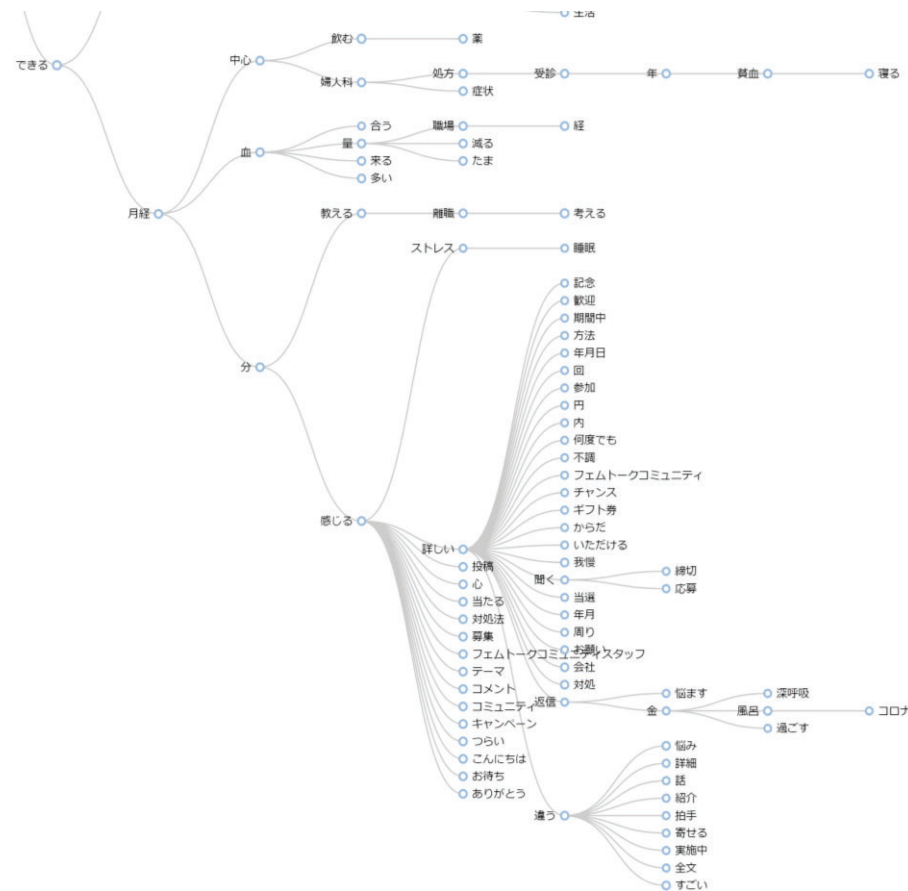
また、「女性特有の心身のお悩みについて、興味関心が高まった」割合も6割超と続いた。

～ 影響を与えたVoice of Influence ～

■ 共起ツリー(2/2)

■ 施策別Vol数

タイトル	VOI数
これってもしかして更年期？気になっていることや備えていることは？	27
【いつでも投稿大歓迎！】からだや心がちょっとつらい…そんなとき、どうしている？	13
月経のお悩みやトラブル、我慢している？対処している？	3
【合計100名様にAmazonギフト券500円分が当たる！】コミュニティ オープン記念キャンペーン	2
妊娠に向けて意識したこと、大変だったことは？	1
働く女性のココロとカラダのお悩み、みんなで話して考えよう	0





「月経痛で婦人科」2割未満



日本では諸外国に比べ、学校教育で女性特有の健康課題について教わる機会が少ない。順天堂大学国際看護学部では今年、男女が一緒に西岡教授の講演を聴いた。

働く女性がオンライン上で心や体の悩みを語り合える「フェムトークコミュニティ」が、ユーザーに「月経のお悩みをトラブル、我慢している対処法について」と聞いたアンケート（9月25日～10月6日実施、104人回答）によると、月経痛で婦人科を受診する人は2割未満で、多くの女性はセルフケアで対処したり我慢し続けていることが分かった。専門家によると「婦人科疾患が隠れている」ともあって、自己判断せず「受診を」と呼びかけている。

最も多かったのは、市販薬などで59・6％。続いて「我慢して」が23・1％、「婦人科で相談し、対処している」が17・3％だった。

順天堂大学の西岡英子教授（母性看護学）は「例えば「年々痛みが増している」といった回答がみられるが、月経困難症や子宮内膜症などが潜んでいる可能性もあるので、早めに受診したほうがよい」とアドバイス。婦人科といえば、妊娠時に「産婦人科は、思春期から老年期まで、生涯にわたる女性の健康支援を行っている。気軽に相談することが大切」と話している。

▲11月25日付 ▼1月20日付

「妊活」仕事との両立 困難浮き彫り

「「妊活」が仕事と両立するのは、想像以上に難しいと感じる。仕事と両立しながら、妊活を進めたいという女性が増えている。仕事と両立しながら、妊活を進めたいという女性が増えている。仕事と両立しながら、妊活を進めたいという女性が増えている。



「「妊活」が仕事と両立するのは、想像以上に難しいと感じる。仕事と両立しながら、妊活を進めたいという女性が増えている。仕事と両立しながら、妊活を進めたいという女性が増えている。



受診が頻回「職場に迷惑」退職も



女性の健康課題への配慮が職場で求められている（写真と本文は関係ありません）

「別の女性は産休中にもかかわらず、頻回受診を繰り返している。職場に迷惑をかけるのではないか」と、周囲から指摘されたという。産休中にもかかわらず、頻回受診を繰り返している。職場に迷惑をかけるのではないか」と、周囲から指摘されたという。

フェムトークコミュニティ「更年期」匿名で話せる安心感



フェムトークコミュニティで「更年期」をテーマに投稿を募集。集まったコメントから、出現頻度の多い言葉を並び、文字の大きさを表現した。

産経新聞社が運営するオンラインコミュニティ「きょかけ」内にオープンした、働く女性が心や体の悩みを語り合える「フェムトークコミュニティ」。このほど「更年期」をテーマに投稿を呼びかけたところ、症状や対処法について多くの体験談が寄せられた。女性の健康課題に詳しい順天堂大学の西岡英子教授（母性看護学）にコミュニティが果たす役割について話を聞いた。

▲12月16日付 ▼8月5日付



産経DXセンター/経理業務のデジタル化を専門家が解説
赤羽みちえさんの介護漫画「のんびりいこうよ」/ゆづりゆLife

「更年期」匿名で話せる安心感 フェムトークコミュニティに多くの体験談

2022/12/16 11:55

産経新聞社がクオンと共同で運営するオンラインコミュニティ「きょかけ」内にオープンした。働く女性が心や体の悩みを語り合える「フェムトークコミュニティ」。このほど「更年期」をテーマに投稿を呼びかけたところ、症状や対処法について多くの体験談が寄せられた。女性の健康課題に詳しい順天堂大学の西岡英子教授（母性看護学）にコミュニティが果たす役割について話を聞いた。



フェムトークコミュニティで「更年期」をテーマに投稿を募集。集まったコメントから、出現頻度の多い言葉を並び、文字の大きさを表現した。

「更年期だから」と放置しないで

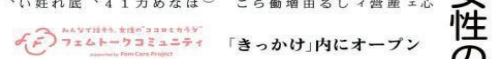
「月経も更年期症状も個人差が大きく、身近な友人にも話さずに一人で抱え込む女性は少なくない。公共の場で気軽に話さないと感じる方も多い話題でもあり、匿名で参加できるオンラインコミュニティだからこそ、打ち明けられるのではないかと、西岡教授はフェムトークコミュニティの活用をこう呼びかける。

10月に更年期症状で悩んでいることを尋ねると、77件のコメントが寄せられ、「イライラ」（約23％）▽発汗（約17％）▽生理期間の変化（約16％）に関する発言が相次いだ。

西岡教授は「いずれも典型的な更年期症状といえる。こうした体験談はこれから更年期を迎える世代にとっては心構えにつながる情報でもある」と評価する一方、「不正出血や発汗など、更年期症状とされるものの中には、子宮体がんや甲状腺疾患など、別の病気が隠れている可能性もある」と指摘。「単に『更年期だから』と放置せず日常生活に支障

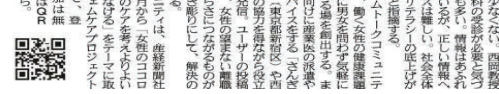
働く女性の悩みを気軽に

「きょかけ」内にオープン



産経新聞社が運営するオンラインコミュニティ「きょかけ」内にオープンした。働く女性が心や体の悩みを語り合える「フェムトークコミュニティ」。このほど「更年期」をテーマに投稿を呼びかけたところ、症状や対処法について多くの体験談が寄せられた。女性の健康課題に詳しい順天堂大学の西岡英子教授（母性看護学）にコミュニティが果たす役割について話を聞いた。

フェムトークコミュニティ 検索



vol.236 Oct. 2022

12 | metropolis

13 | metropolis

14 | metropolis

15 | metropolis

16 | metropolis

17 | metropolis

18 | metropolis

19 | metropolis

20 | metropolis

21 | metropolis

22 | metropolis

23 | metropolis

24 | metropolis

25 | metropolis

26 | metropolis

27 | metropolis

28 | metropolis

29 | metropolis

30 | metropolis

31 | metropolis

32 | metropolis

(special event)

フェムケアプロジェクト オンラインイベント開催

10月18日は「世界メモリースデー」。

フェムケアプロジェクト1周年!

(femcare project)

フェムケアプロジェクト 1周年スペシャル対談!

エンパワーメントの現在地と未来

池上清子 × 日下紗代子

10月11日は、「国際ガールズデー」。

2012年に産経新聞によって開始され、今年では10周年を迎えるこの国際デーは、どのようなことをも果たしているのか？
産経団体である公益財団法人フアンテンケンケンナショナル・ジョナル・ジャパンの
日本理事長・池上清子とともに、本誌編集長・日下が話を聞いた。

プロフィール

池上清子

フアンテンケンケンナショナル・ジョナル・ジャパン 日本理事長

日下紗代子

産経新聞 編集長

「フェムトークコミュニティ」
参加者募集!

産経新聞「フェムトークコミュニティ」は、産経新聞「フェムケアプロジェクト」の取り組みを支援し、女性の健康や社会課題について話し合う場を提供する。参加費は無料です。

参加方法

1. 産経新聞「フェムケアプロジェクト」のウェブサイトから申し込みフォームを提出する。

2. 申し込み後、事務局から参加の可否についてご連絡いたします。

3. 参加決定後、開催場所や日時についてご連絡いたします。

4. 当日は、産経新聞「フェムケアプロジェクト」のスタッフが会場をサポートいたします。

お問い合わせ

産経新聞「フェムケアプロジェクト」事務局
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1 産経新聞ビル5階
TEL: 03-3233-1111 (受付時間: 平日 10:00～18:00)

お問い合わせ先: femtalk@sankei.com

03 | metropolis

vol.239 Jun. 2023

産経新聞「フェムケアプロジェクト」は、女性の健康や社会課題について話し合う場を提供する。参加費は無料です。

参加方法

1. 産経新聞「フェムケアプロジェクト」のウェブサイトから申し込みフォームを提出する。

2. 申し込み後、事務局から参加の可否についてご連絡いたします。

3. 参加決定後、開催場所や日時についてご連絡いたします。

4. 当日は、産経新聞「フェムケアプロジェクト」のスタッフが会場をサポートいたします。

お問い合わせ

産経新聞「フェムケアプロジェクト」事務局
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1 産経新聞ビル5階
TEL: 03-3233-1111 (受付時間: 平日 10:00～18:00)

お問い合わせ先: femtalk@sankei.com

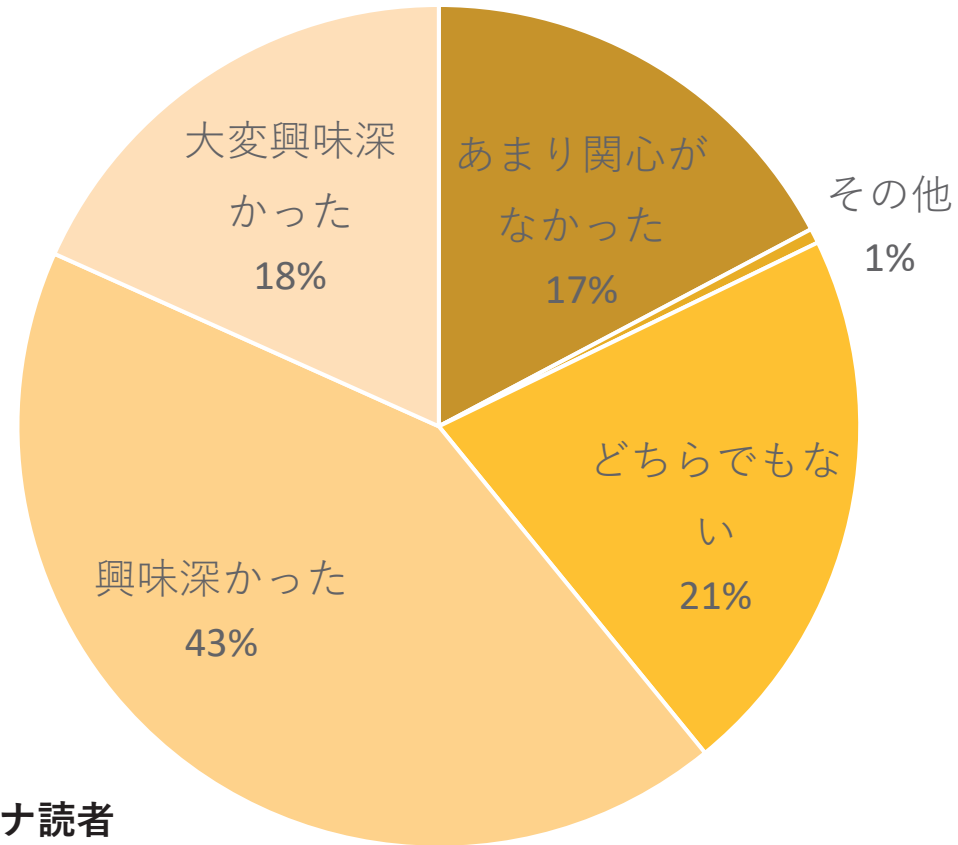
悩みを気軽に話せるコミュニティ

産経新聞社のコミュニティ「きっかけ」内にある、働く女性が抱えるココロとカラダの悩みをオンライン上で共有できる「フェムトークコミュニティ」。ここで更年期をテーマに投稿を呼びかけたところ、ユーザーから症状や対処法について多くの体験談が寄せられた。

更年期症状で悩んでいることを尋ねたところ、77件の回答が、主「更年期(約23%)」「発汗(約17%)」「生理前の変化(約16%)」に関する発言があった。このコミュニティの監修を務める順天堂大学の西岡実子教授(母性看護学)は、次のように指摘、「いずれも更年期症状といえるが、なかには子宮がんや甲状腺疾患などの別の病気が隠れている可能性がある」。そして、「更年期だからと放置せず、日常生活に支障をきたしていると感じたら、婦人科を受診することも大切」と注意を促した。

「フェムトークコミュニティ」は、経済産業省による令和4年度フェムテック等サートサービスマネジメントの1つと、2月には、「女性が働き続けること」をテーマにオンラインセミナーを開催予定。コミュニティで、気軽に会話を楽しんでもらう。

Q5. メトロポリターナ2月号P22-23のレポートを
お読みになった感想を教えてください。

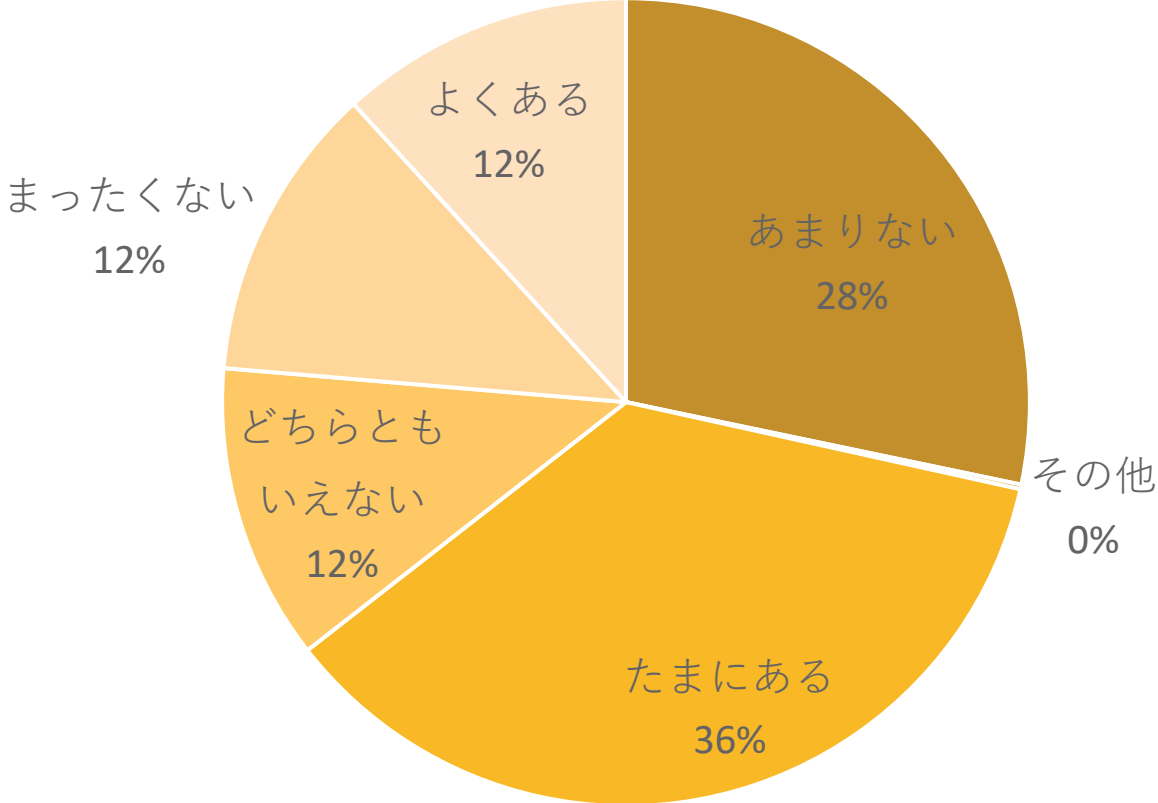


アンケート期間：
2月10日～2月20日

アンケート対象：メトロポリターナ読者

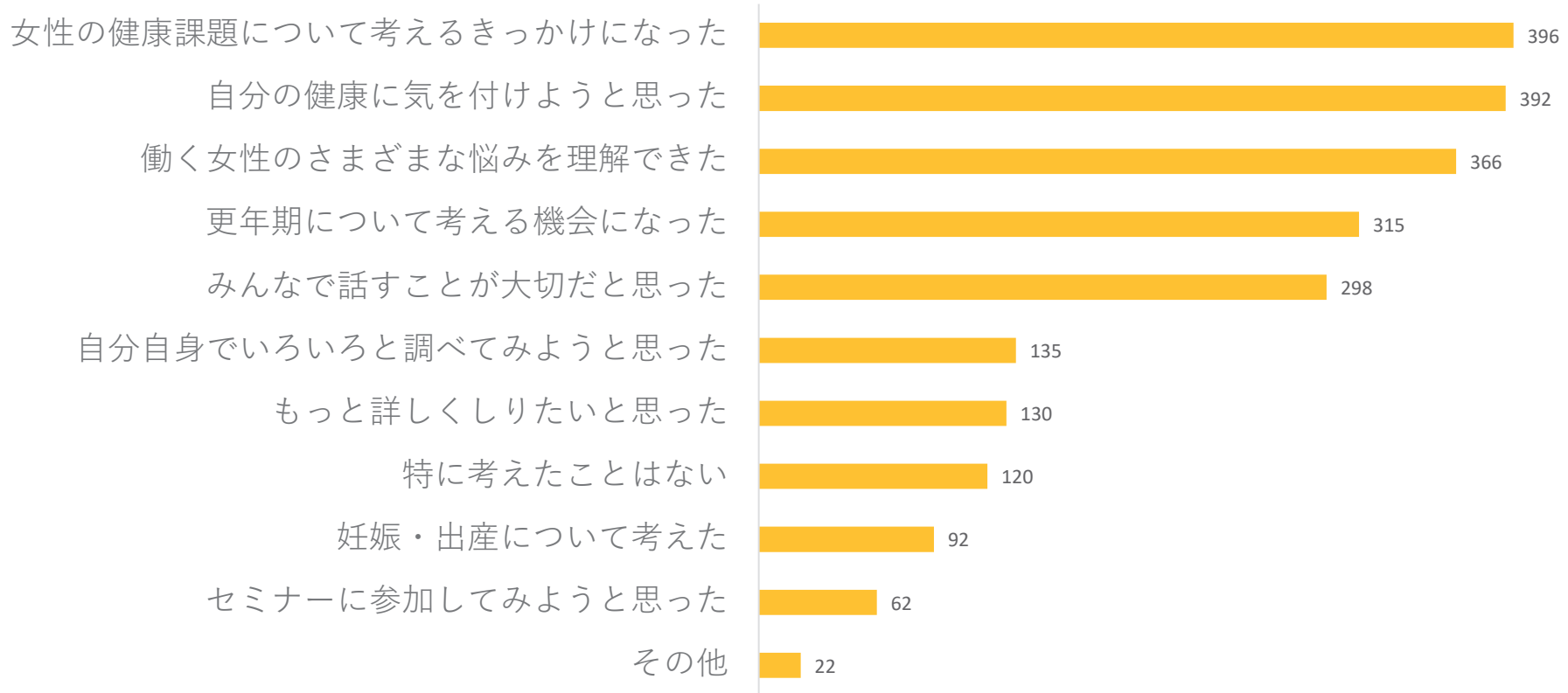
回答数：1061件
男女比：男性32%
女性68%

Q6. あなたは周りの人と、女性の健康課題について話す機会がありますか。



Q7 「フェムトークコミュニティ」のトピックを元に発信された上記の記事やメトロポリターナの特集を読んでいかがでしたか。（複数回答可）

- ① 「更年期」匿名で語れる安心感 フェムトークコミュニティに多くの体験談
<https://www.sankei.com/article/20221216-I76TIJJGGZNLFEVA2QKSTJQUPA/>
- ② 「職場に迷惑」離職の悩みも 妊活と仕事の両立、困難浮き彫りに
<https://www.sankei.com/article/20230120-05I3M7SUOFJXZCDM5INI43H7WU/>



Q8 働き続けたいと望む女性が働き続けられるために大切なことは、どんなことだと思いますか。

働く女性に対するの偏見を少なくすること。

自分だけの気持ちじゃなんともならないのが社会で、女性だからという固定概念が日本には根強くあると思います。社会は何百年と経っているのに世の中は微々たるものしか変わりません。女性が軸の会社を設立するなり、国がというより個々で考えてひとつになるようにコミュニティを作っていけたらいいのではないかと思います。

国からのサポート

男女問わず、社会全体が女性の身体の変化やライフサイクルについて、まず深く知る必要があると思う。

社会全体に寛容の意識を醸成する

性別年齢問わず情報共有をすること、フレキシブルに寄り添えるサポート体制を考えること

会社、上司の理解と配慮

職場や家庭における理解と環境整備。

体調や状況に応じた休職制度の充実

気合い。男性の協力。仕事を楽しむ気持ち。

産休・育休時の周りのサポート。在宅でも仕事が回るシステム環境。

周りの理解 身近な支援

周囲のサポート、理解

今の時代、女性だけでなく男性も病気や介護・育児などで仕事だけをバリバリ頑張ればいだけでは人生はやっていけない。誰かが何かしら妊娠したり、病気をしたりしてからでは対応が遅くなる、災害の対して備えるような感覚で、経営陣や総務はある程度考えられるフローを考えておいてほしい。そして、それにこだわりすぎず、その人なりの働き方ができるように、対応してほしい。人材不足の時代に経験もあり意欲のある人材は働く時間が短くなろうと大切にすべきだと思う。

働く環境、特に男性からのサポートが大切だと思います。言い出したくても言い出せない、そんな状況が現代社会において多いので。

その人自身が求められる人材であることが大前提。体調の変化や妊娠出産で休む人のカバーをする側としては、負担を負う人がいることを忘れずにいてほしいと思います。

制度・保証の充実

男性の育休取得です。子育てを女性がするものだという認識があることで、女性を雇うことにリスクがあると認識されてしまっています。男女の差別なく働き続けるためには、男女の差別なく育休を取得することが必要と考えます。

自分を大切にする。

本人の交渉術と仕事ができる高い能力、あとは周囲の理解に尽きる。周囲の理解が得られなければ最終的に仕事をするのが本人を苦しめることになるから。

周り(会社内外の)サポート

環境整備と、健康課題について社会がもっと知ることが大切であると考えます。



2月21日（火）
19：00～20：30
配信方法：zoom
〈事前登録制〉



さんぎょうい株式会社
代表取締役社長
芥川奈津子氏



順天堂大学
保健看護学部
西岡笑子教授

オンラインコミュニティ『フェムトーク』主催セミナー
快適に働き続けるためのセルフマネージメント
～フェムトークコミュニティのトピックスから～

快適に働き続けるためのセルフマネジメント ～フェムトークコミュニティのトピックスから～

日時：2月21日（火）19時00分～20時30分
〈アーカイブ期間2月26日（日）23:59まで〉

第一部：基調講演

タイトル：女性のライフステージと健康～快適に働き続けるための基礎知識～
講師：西岡笑子教授（順天堂大学 保健看護学部）

第二部：パネルディスカッション

タイトル：女性のキャリアと健康を考える～セルフマネジメントのススメ～
パネリスト：西岡笑子教授（順天堂大学 保健看護学部）
芥川奈津子氏（さんぎょうい株式会社 代表取締役社長）
石井ユミ（産経新聞社 メトロポリターナプロジェクト エグゼクティブ プロデューサー）

配信方法 zoon（事前申し込み制）

主催：産経新聞社 メトロポリターナ「フェムトークコミュニティ」

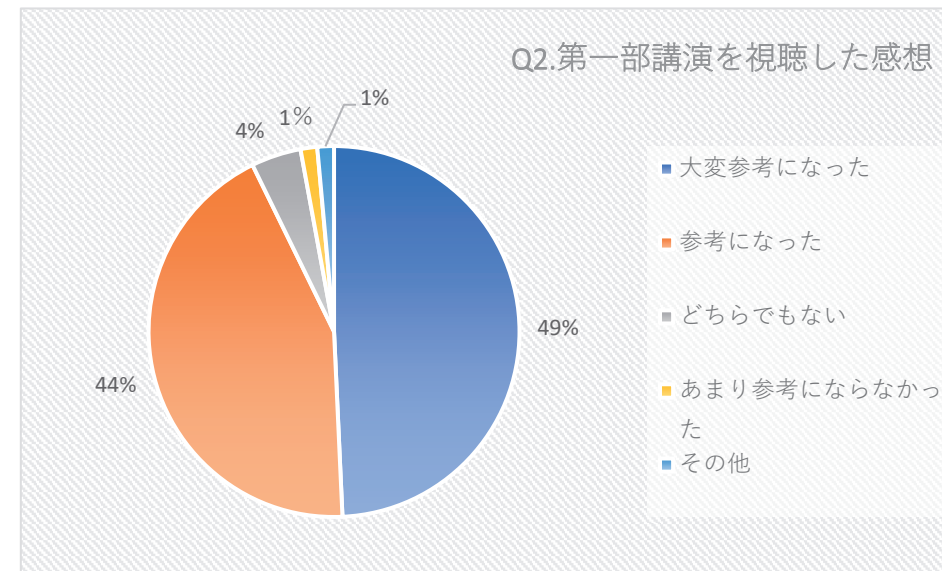
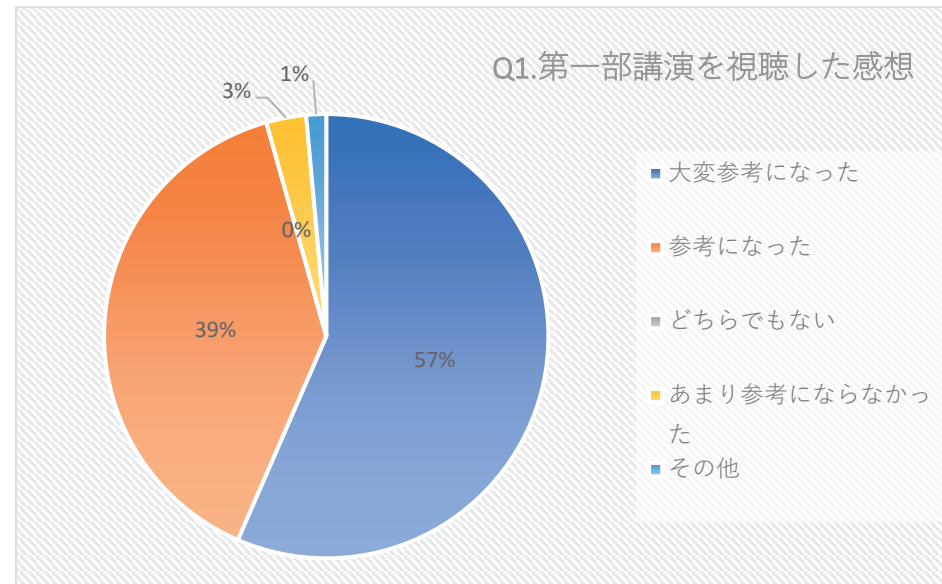
申込み受付期間：2月3日（金）13:00～19日（日）23:59

<https://id.sankei.jp/e/9771>

～オンラインセミナー アンケート結果～

申込数：147件
当日視聴数：92件
アンケート回答数：69件
アンケート対象：申込者にメール配信

視聴者のうちフェムトーク
コミュニティ参加者40.5%



Fun Care Project
International Women's Day
フェムケアプロジェクト



「話し、学び、成長」
「心も体も元気で
フェムケア」
「健やか、
自分らしく」

女性の健康課題を話し合う。何から始めたらいいのかわからない、悩んでいる人々の「話し合い」が、本誌で実現しよう。フェムケアプロジェクトでは、誰もが気軽に利用できるコミュニティの創出に注力。国際女性デーを契機としたオンラインイベントも実施します。ぜひ、参加ください。

7000人以上参加「フェムトークコミュニティ」
リアルな声から課題見える

「フェムトーク」は、産経新聞の読者向けに、オンライン上で実施された。参加者は、産経新聞の読者やフェムケアプロジェクトのメンバー、関係者など。約7000人が参加し、リアルな声から課題が見える。参加者の声から、女性の健康課題を話し合う。何から始めたらいいのかわからない、悩んでいる人々の「話し合い」が、本誌で実現しよう。フェムケアプロジェクトでは、誰もが気軽に利用できるコミュニティの創出に注力。国際女性デーを契機としたオンラインイベントも実施します。ぜひ、参加ください。

健やかに 自分らしく



女性のライフステージと健康

女性ホルモンの分泌量

小児期 思春期 性成熟期 更年期 老年期

健康課題

「話し合い」が、本誌で実現しよう。フェムケアプロジェクトでは、誰もが気軽に利用できるコミュニティの創出に注力。国際女性デーを契機としたオンラインイベントも実施します。ぜひ、参加ください。

3月8日
国際女性デー

「ジェンダー平等」考える日に

2023年のテーマは「デジタル」

国際女性デーとは、1975年に国連が採択した「世界女性条約」に基づき、毎年3月8日に開催される。2023年のテーマは「デジタル」。




見どころ満載の9セッション



「フェムトーク」は、産経新聞の読者向けに、オンライン上で実施された。参加者は、産経新聞の読者やフェムケアプロジェクトのメンバー、関係者など。約7000人が参加し、リアルな声から課題が見える。参加者の声から、女性の健康課題を話し合う。何から始めたらいいのかわからない、悩んでいる人々の「話し合い」が、本誌で実現しよう。フェムケアプロジェクトでは、誰もが気軽に利用できるコミュニティの創出に注力。国際女性デーを契機としたオンラインイベントも実施します。ぜひ、参加ください。

健やかに 自分らしく



女性のライフステージと健康

女性ホルモンの分泌量

小児期 思春期 性成熟期 更年期 老年期

健康課題

「話し合い」が、本誌で実現しよう。フェムケアプロジェクトでは、誰もが気軽に利用できるコミュニティの創出に注力。国際女性デーを契機としたオンラインイベントも実施します。ぜひ、参加ください。

3月8日
国際女性デー

「ジェンダー平等」考える日に

2023年のテーマは「デジタル」

国際女性デーとは、1975年に国連が採択した「世界女性条約」に基づき、毎年3月8日に開催される。2023年のテーマは「デジタル」。




2023年3月8日 産経新聞全国版で国際女性デーに合わせ2頁特集

●本事業を実施して見えてきた課題

- ・交流の場としての機能だけでなく、女性特有の健康課題の解決に役立つ情報発信の場としての機能が必要
 - ↳関連情報が掲載されているサイトのURLを載せたものの遷移率は低い。
コミュニティ内で完結する建付けが必要
- ・アクセス数に比べて投稿数が少ない。投稿の活性が図れる仕組みづくりが必要
- ・コミュニティの構築と運営は外部委託しているため、継続のための資金調達が必要

●本事業の今後の展望

- ・ヘルスリテラシー向上のためのプラットフォームとしての機能の充実と活用。
 - ↳特にマーケティング活用と相性が良いため、ビジネス展開の可能性。

09.

就労妊婦等メンタルヘルス向上と離職防止のための、専門家「助産師」とAI(声解析)による継続的なサポート実証事業
(代表団体：株式会社じょさんしGLOBAL Inc.)

就労妊婦等メンタルヘルス向上と離職防止のための、
専門家「助産師」とAI（声解析）による継続的なサポート実証事業



じょさんしONLINE

成果報告資料 2023.2.17

Agenda

1. 事業計画（事業目的と実施事項）
2. 事業計画に基づき実施したこと
3. 本事業の成果
4. 本事業の課題
4. 今後の事業展開

事業計画

専門家「助産師」

AI（声解析）



じょどんしONLINE

世界6か国13人の助産師



Motivel

声でモチベーションを可視化する
Webアプリケーション



【分析】

- ・リスク計測テクノロジーズ株式会社 岡崎貫治氏
- ・メンタルヘルスサポート研究所 倉成央 臨床心理士

豊島株式会社 オーエスジー株式会社 株式会社名古屋銀行 豊橋市
神戸商工会議所 神奈川県 小田原市 刈谷市 他、公募

就労妊産婦等のメンタルヘルスに対し、専門家「助産師」とAIが
リスクの早期発見とうつへの予防効果を発揮



就労妊婦等のwell-being維持・向上へ（自殺/虐待を防止）

検証事業の4つの柱

就労しながら妊娠・出産・育児する**女性**への **オンライン個人相談**



- 1回30分 × 月に1回程度
- 継続的に専属助産師と

助産師による継続的な関わりで安心を

パートナー向け**セミナー**



- 1回90分
- 参加型のオリジナルセミナー

パートナーの当事者意識の向上を

上司への**1on1ヒアリング**



- 1回30分程度

上司目線から職場環境の実態を明らかに

企業向け

フィードバックセミナー



- 検証事業内容から得られたことをフィードバック

リアルな声を社内の経営層や人事部に

成果 指標

実証事業前後でのアンケートと個別相談毎にAI声解析Motivel数値の検証

- ・ 不安が軽減した参加女性の割合
- ・ 声アプリMotiveLでの感情指数等が維持もしくはプラスに変化した参加者の割合 等

事業計画に基づき実施したこと



オンライン個人相談

参加目標数：15名 実施計画数：90回

- 21名の女性に延べ115回実施 頻度は女性の状態に応じて1～4週間
- 20名の女性が2回以上の継続利用 継続率95% 平均5.5回（2～11回）



パートナー向けセミナー

実施計画数：1回

- 妊婦向けセミナー2回・産後向け座談会2回を開催（本事業オリジナル内容）
- 14組26名（12名のパートナー）が参加



上司1on1

実施目標数：15名

- 37名の上司に1on1ヒアリングを実施（希望者は45名）
- 183名の上司からアンケートを回収



フィードバックセミナー

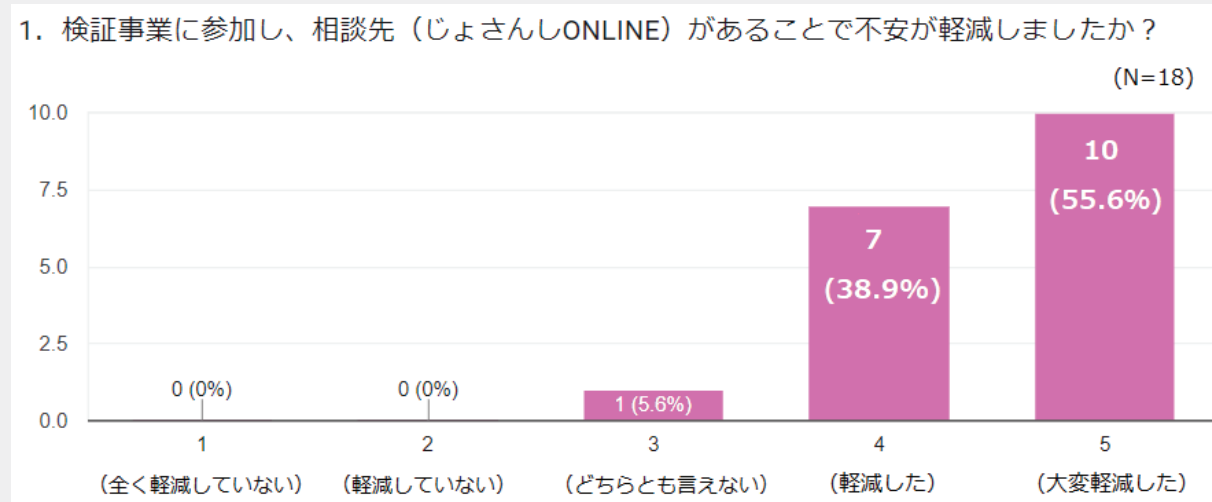
実施計画数：1回

- 1回（60分）開催 + 2週間のアーカイブ視聴
- 35名がリアルタイム参加 + 27名がアーカイブ視聴
- 26名からアンケートを回収

事業の成果：オンライン個人相談

アンケート・Motivel 両方の結果から、**参加女性の不安が軽減**していた。

- **94.5%の女性が「不安が軽減した」とアンケートで回答。**



- 継続利用によって、Motivelの**fearful**(心配・不安の指標)の**平均値が低下**。

各個人の平均値

初回時よりも**2回目以降に全員が低下**

初回：38.1～62.2 → 2回目以降：31.4～53.6

(最小差：2.1 最大差：19.0)

全体の平均値

初回時よりも**2回目以降に低下**

初回：48.7 → 2回目以降：41.8

事業の成果：オンライン個人相談

Motivel の結果から、継続的な利用によって、**参加女性のメンタルヘルス向上に繋がる可能性が示された。**

- 助産師と話をすることで妊婦の**精神的な安定度が増す**可能性が示された。
- 助産師を信頼し、**感情・本音を表出できた**可能性が示された。



本音を表出することはストレス低減に効果的であり、感情・本音を表出することは、身体的・精神的な健康において重要。

参加女性の声



「ちょっとしたことでもオンラインで気軽に相談が可能のため、心の安定面と情報の得やすさが確保され、仕事との両立が容易になると感じました。」



「医学知識を持った、専門の方にお話を聞いて頂けることは、とてもストレス軽減に役立ちます。」



「妊娠出産育児は初めてのことばかりなのに正解がなく不安になることが多いが、相談する相手がいるということでその不安が取り除け、余裕が生まれると思います。」



「精神的な心の支えになりました。自分の会社の状況しか知らないと盲目的になり無理をしそうですが、他社の現状も踏まえて助産師さんからアドバイスを貰うことが出来ると思うと心強いです。」

本事業の共通指標について

共通指標 ①

- 絶対的プレゼンティズムが改善した人：47.4%
- 相対的プレゼンティズムが改善した人：36.8%
- ➡ 対象者の特性（妊娠中・産休中・育休中の女性）であることが大きく影響

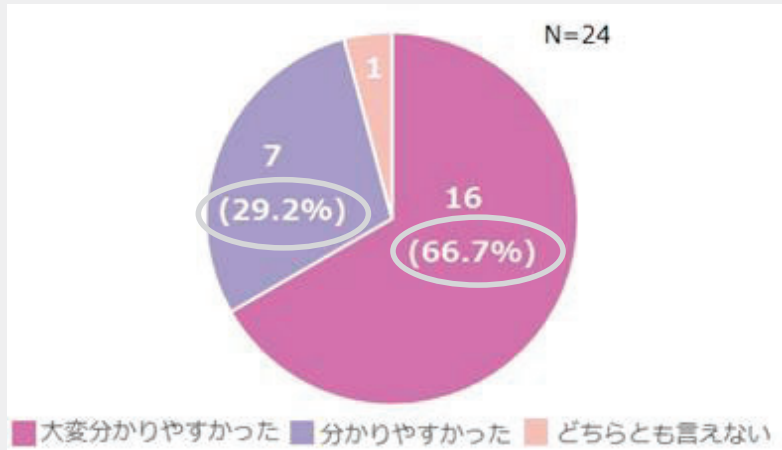
共通指標 ②

- 「解決策/緩和策の認知」が改善した人：52.6%
- 「他者・組織への相談先の認知」が改善した人：57.9%
- ➡ 今回の事業を通じて、助産師が解決策/緩和策の1つと認知されたと考える

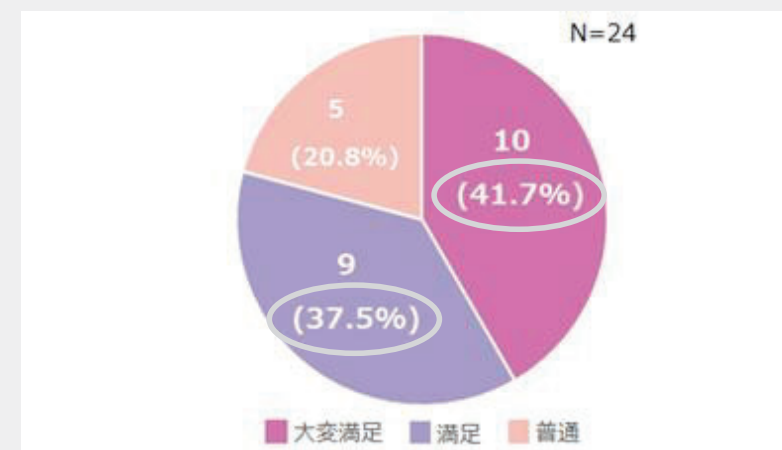
- 「健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知」が改善した人：26.3%
- ➡ 検証事業が短期であったこと、対象者が事業開始時もしくは終了時に産休・育休中であるため、仕事やそれに関連して具体的に本事業のキャリアへの影響を実感しづらかった可能性

事業の成果：パートナー向けセミナー

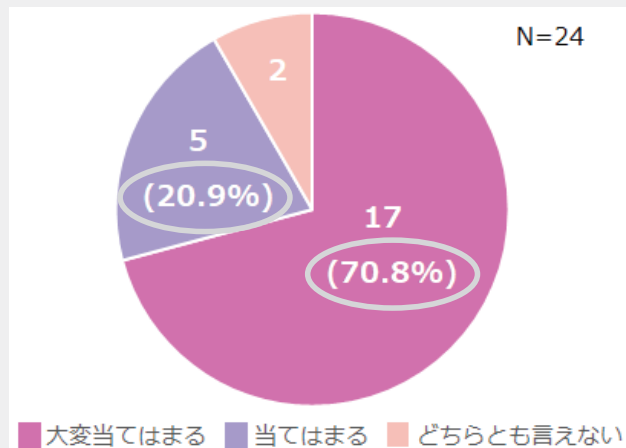
- **理解度** (分かりやすかった) は、**95.9%**



- **満足度**は、**79.2%**



- **パートナーシップ**について考える
きっかけになった人は、**91.7%**



参加者の声



「何となく理解しているつもりでも、価値観の違いがあることに気づけた。」



「色々な資料や方法などの例があり、妊娠期、産後にかけて活用できる内容が知れたのが良かったです。」



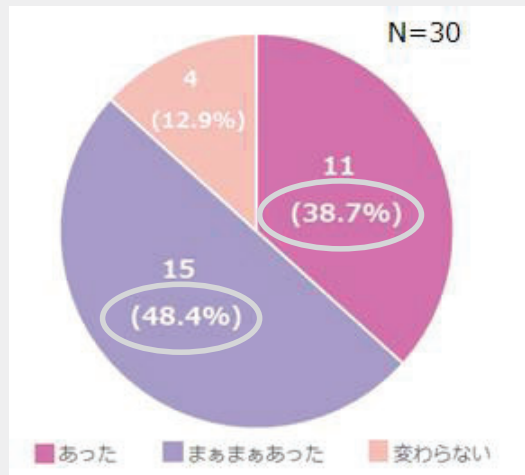
「男性も産後の問題を抱える可能性があるということを知ることがとても良かったです。自分のことも考えてもらえるからこそ、相手のことも理解しようと思えることができました。」



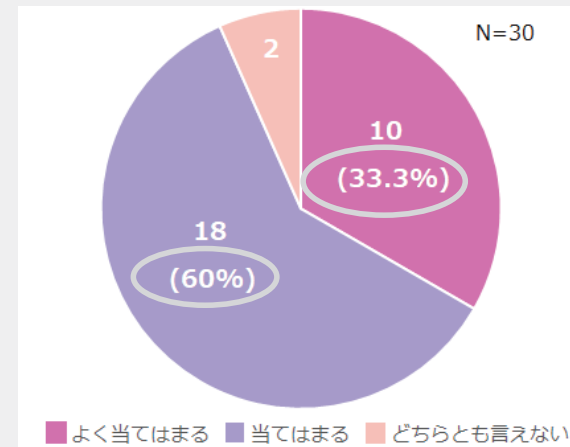
「パートナーの認識確認や先のことを対話する機会になったことが良かったです。」

事業の成果：1on1ヒアリング

- ポジティブな気持ちの変化があった人は、**87.1%**



- チームを見つめ直すきっかけになった人は、**90.4%**



Motivel の結果から、本音を表出することで
カタルシス効果が得られた可能性が示された。

- 本音（自己開示） = 抑うつ症状や身体症状が軽減・自己価値を高める可能性が示された。
- カタルシス効果と他者からのフィードバックを獲得 = ストレス低減

1on1ヒアリングを受けた管理職の方の声



自分の立場では、育児中の方と一緒に仕事をする中でしんどいこともある、と思う事自体が許されないような感覚がありました。でも、評価なく話を聞いてまっすぐ受け止めてもらえる場があったことで、心が軽くなりました。



今回は自分の育児と仕事の両立の話になってしまいましたが、普段話すことがなく、聞いてもらえただけでもスッキリしました。



セミナーだけではなく、1on1ヒアリングをしたことによって、様々な角度から自分を見つめなおす良いきっかけになりました。



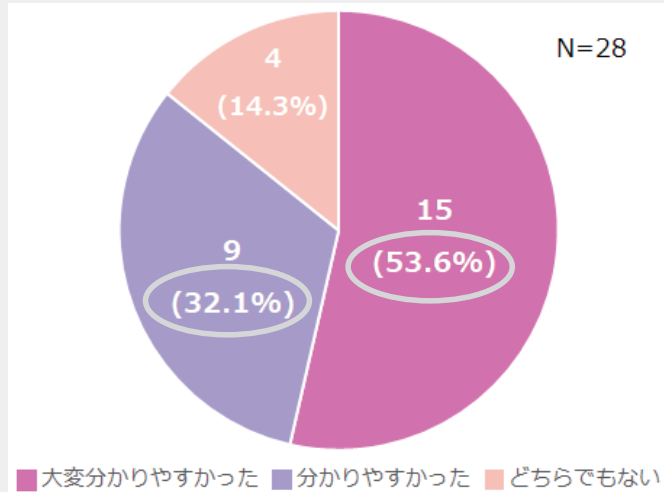
自分が日頃気にかけていた事や行動は間違っていないのだと自信が持てました。



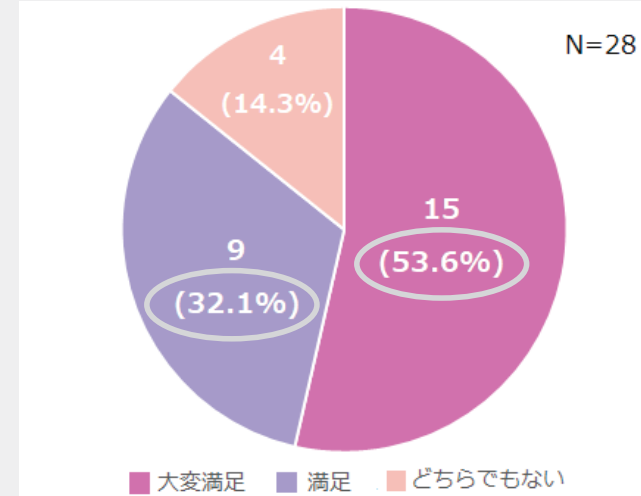
部下を応援したい気持ちはあるが、プレイングマネージャーとして大変です。正直人員も足りませんし、自分たちで何とかしないとイケないのでしんどいです。

事業の成果：フィードバックセミナー

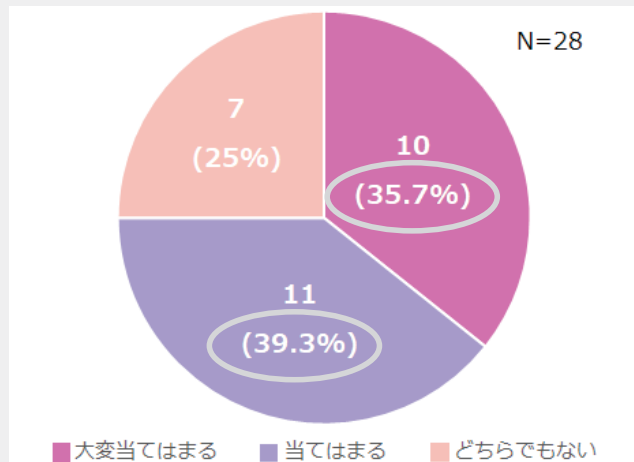
- **理解度** (分かりやすかった) は、**85.7%**



- **満足度**は、**85.7%**



- **職場づくり**について改めて考えるきっかけになった人は、**75.0%**



参加者の声

- 「アンケートでの主観的な結果に加え、AIを使い、客観データでの検証の部分が興味深かったです。」
- 「当事者のみならず上司も悩みを抱えているため、両方へのアプローチは大切であると感じました。」
- 「誰かかわいそうな人のためにやっつけているということではなく、長い目で見れば自身も「制約がある状態」になるかもしれないという視点に変えることや、想像力を高めることが大事だと思います。また、組織全体で様々な制約を取り除く努力をすることがチーム全体のパフォーマンスにつながることを理解することが大事だと思います。」
- 「よりよい妊娠・出産・育児ができる環境を整えていくには、当人（父親・母親）の問題だけではなく本当に様々な課題が絡み合っているなど改めて感じました。」

本事業の成果

オンライン個人相談



就労妊婦や育児中の女性を**助産師が継続支援**することは、**女性のwell-beingの維持・向上に効果的**であることが示唆された。

パートナー向けセミナー



必要な知識を得られるだけでなく、妊娠期～育児期において**重要なパートナーシップの構築や改善にも効果的**である。

上司1on1



職場で抱えている葛藤や本音を、職場とは全く関係のない、且つ受容的傾聴的な態度の第3者に話すことは、**部下をケアする上司の心身の健康状態に影響する**可能性が示唆された。上司の心身のケアも大切。

フィードバックセミナー



ダイバーシティの観点での職場づくりについて考えたり、取り組みに繋がるきっかけになった可能性がある。

本事業の課題と今後の展開

本事業の課題

- 妊娠中または産後1年以内の方を対象としたため、企業内でも対象となる母数自体が少ない
- 産前産後で心身の状態や環境の変化があまりにも大きく、単純に利用前後だけで評価することは難しい
- 出産直後や産後の育児に忙しい中でも気軽に予約できるシステム
- パートナーの事業への参加や育児参画が参加女性の意思に委ねられている
- 1on1ヒアリングの時間設定（1回30分）や頻度（1回）によっては、より深い内容や本音のヒアリングが可能だったのではないか

今後の展開

- より効果的なMotivelの活用方法の模索（より予防な視点での活用と助産師教育及びサービスの質向上）
- 自分の困りごとや選択肢に気付くことができるよう、妊娠前から情報にアクセスできる環境づくり及び、職場内で多様な人材の背景にある事を知る機会作り
- 産前産後の当事者への支援だけでなく、その方々をサポートしている同僚・上司の支援も行い、社内全体で互いの状況・考えに歩み寄れる職場づくりの支援
- 妊娠・出産に関連した様々な経験（不妊治療や流産、死産など周囲には話しにくい個人的な内容）を抱えている女性へのサポートと周囲理解の促進
- 女性の心身の健康をサポートできる包括的な仕組みを、企業だけでなく、自治体や病院などと共に構築する

世界のどこにいても
誰もが自分の心と身体を 大切にできる社会の実現を



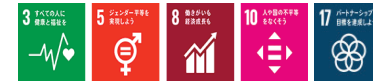
お問い合わせ



じょさんしONLINE

いろんな出産。さよなら不安。

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS



弊社の取組にご関心のある
自治体様、企業様のご連絡お待ちしております。

info@josanshi-cafe.com

050-3580-3834

10.

助産師・保育士が24 時間体制で産後の親子をサポートする産後ケアリゾート
「HOTEL CAFUNE」及び継続的なサポートのニーズ検証と産後ケアの
社会認知度向上の実証実験
(代表団体：株式会社水星)

0310, 2023

経済産業省フェムテック等サポートサービス実証事業費補助金成果報告会

実証事業の成果報告

No. 10 産後ケアリゾート「HOTEL CAFUNE」及び継続的なサポートの
ニーズ検証及び産後ケアの社会認知度向上の実証実験

株式会社水星

テーマ

産後ケアリゾート「HOTEL CAFUNE」及び継続的なサポートの ニーズ検証及び産後ケアの社会認知度向上の実証実験

背景

【需要】

時代の変化

- 産～育児において“**他者の支援を頼れない**”女性が増加
- 女性の出産による**キャリアの停止は依然多数**
- パートナーとの知識量や温度感のギャップから**パートナーとの関係性の悪化へと繋がりやすい**

【供給へのアクセス】

供給の不足

- 産後ケア事業が努力義務化されたが、**導入自治体は未だ少数**
- さらに、家族の支援が得られない、経済的援助を必要とする住民の入所を優先するなど対象が絞られ**宿泊型産後ケア施設の利用率はわずか0.88%**

【供給の内容】

必要な支援・ 安全の両立不足

- **行政事業委託型**は、対象が限定的かつ産婦のメンタルケアなど**ソフト面の支援が弱い**
- **民間型**は、高額な費用に加え、民間資格取得者中心の運営など**安全面の課題が存在**

目的

“**専門的知識に基づいた宿泊型産後ケアサービス**”及びその後の**継続的なサポート**の提供が、働く女性の健康課題を解決し、ウェルビーイングの向上、キャリアとライフイベントの両立の実現に有効であることを検証

1. 女性のQOL向上における宿泊型産後ケアサービスおよび継続的なサポートの有用性検証

- 継続的なサポートの実施
 - LINE@を通じて、宿泊型産後ケアサービスの利用者に対し、退所後に**オンライン相談サービス**を提供。

2. 業界トップランナーとしての産後ケアの社会認知度向上

- 市場ニーズ調査
 - 20～60代の女性にアンケートを行い、**産後ケアサービス及び産後ケア施設について認知度や利用意向**について調査を実施。
- 検索キーワードモニタリング
 - Twitterにおける**産後ケア関連のキーワードのトレンド**を調査。
- SNS発信による認知拡大
 - 産後ケアサービス・施設の利用・関心層にフォロワーを有するインフルエンサーを招待、実際に滞在した感想をSNSでシェアいただき、**産後ケアの魅力の認知拡大**を実施。

実施内容の概要

- 宿泊型産後ケアサービスを利用者を対象に、滞在終了後にLINE@を通じたオンライン相談及び面談による継続的なサポートを提供。
- 相談・面談には助産師が産後に関する専門的な知見で対応。必要に応じ、産後ケアサービスの現場とも連携できる体制を整備。



成果と課題

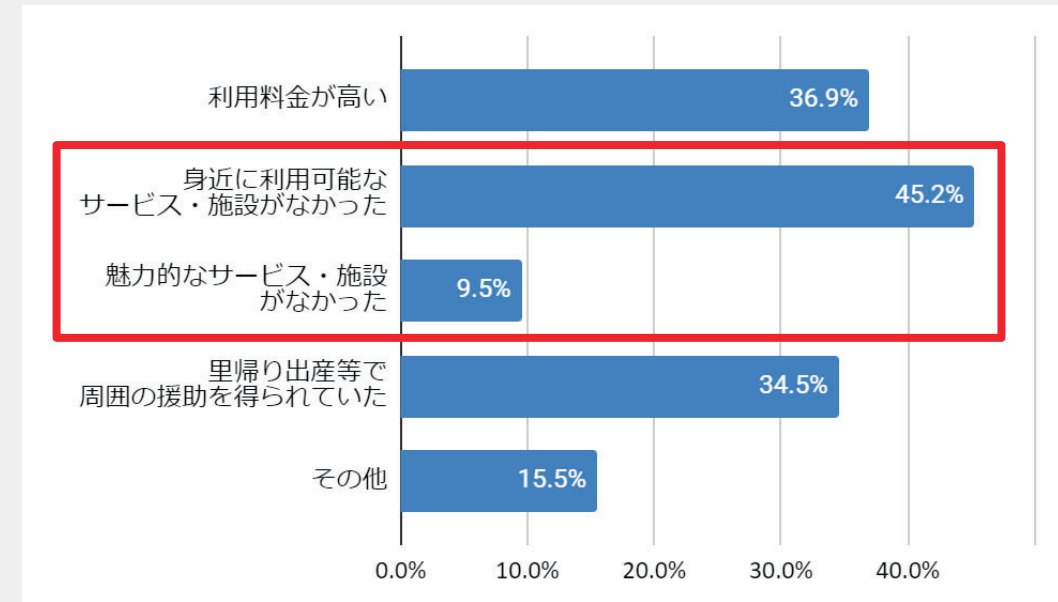
- モニター利用者の半数以上が「キャリアにいい影響がある・あった」と回答した。
- モニター利用者からは、「専門職の方からの返事で心理的に安心できた」など、なれない育児の中、助産師というプロのサポートを受けられて心強く思ったとの意見をもらっている。
- モニター利用希望者は多くいた（60名程度）ものの、モニター利用者数が思うように伸びなかった（LINE@登録者は3月10日現在で19名）。
 - 退所と同時に継続的なサポートを提供し、シームレスに利用できるようにすることで利用率が向上する可能性がある。
 - 相談を待つだけでなく、LINE@での情報提供を行いプッシュで関わることで、利用率及びサービスへの満足度が向上する可能性がある。

実施内容の概要

- 産後の悩み（仕事、育児等）、産後ケアサービス・施設の認知度や利用意向について調査。
 - 調査対象：お子さんのいる働く女性
 - N=221（20～40代：各55、50・60代：各28）

成果と課題

- 産後困難に感じたこととして、24.9%が「仕事の復帰」と回答。キャリアへの影響は出産にあたって女性が直面する主要な悩みとなっている。
- 産後ケアサービス・施設を知っている方は全体の45.2%。さらに利用したことがある方は全体の5.4%。
- 産後ケアサービス・施設を利用したことがない方（N=201）のうち51.2%、40代以下（N=165）では58.1%と過半数が「利用してみたい」と回答。
- 産後ケアサービス・施設を知っているが利用しなかった方（N=84）の理由で、「身近になかった」が最も多く、「魅力がなかった」が最も低かった。
 - 産後ケアサービス・施設の提供内容は関心が持たれかつ評価されているにも関わらず、サービスへのアクセス（物理的距離、情報不足等）が利用に至るまでの最大の障壁。



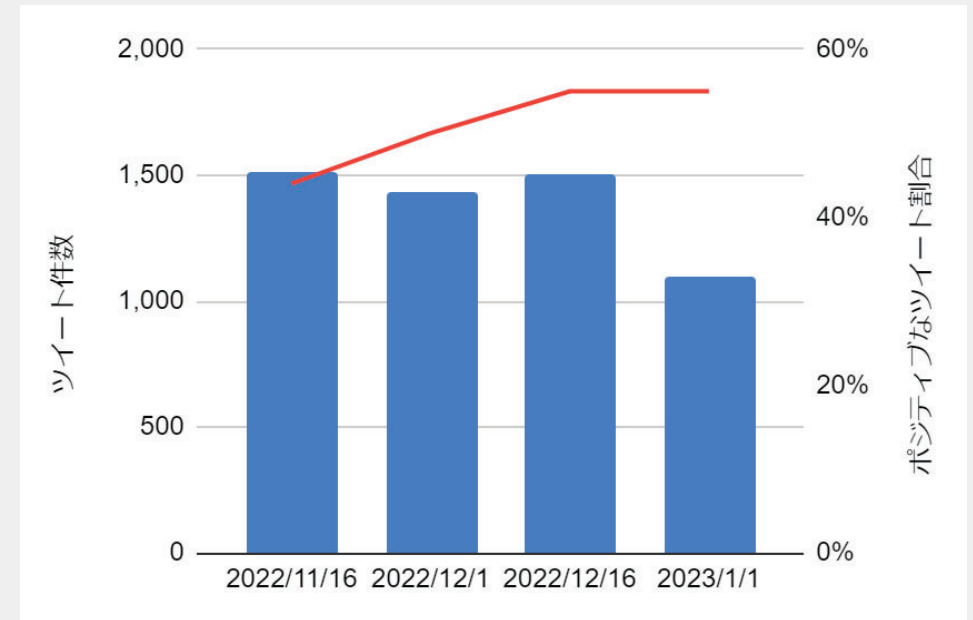
産後ケアサービス、産後ケア施設を利用しなかった理由(N=84、MA)

実施内容の概要

- Yahoo!トレンドを用いて、「産後ケア」に関するツイート数と傾向（ポジティブ、ネガティブ）を半月毎に調査。また、ツイート数のピークがある日については産後ケアに関わるニュースや情報が出ていたかもあわせて調査。
 - 調査対象キーワード
 - ：産後ケア、産後ケア施設、産後ケアホテル、産後ケアセンター、産後ケア事業、産後ケアリゾート

成果と課題

- 基本的にポジティブとネガティブは拮抗。
- 最近、国の政策の中で**産後ケア事業の補助制度の所得制限の撤廃発表**（12/21）や岸田首相が発表した**「異次元の少子化対策」**にも**産後ケアの文言**が含まれる（1/4）など、産後ケア関連の明るい話題が多く、**ポジティブの割合が増加傾向**。
- 産後ケアへのポジティブな認識は広まっているが、産後ケアの普及を支持する情報に起因しており、産後ケアそのものの魅力が要因ではない。
 - 産後ケアの、**女性のキャリアを含む社会にもたらす好影響**について認知を広める必要がある。



産後ケアに関するツイート件数とポジティブなツイート割合
(各開始日から15日間のデータ)

実施内容の概要

- 産後ケアサービスに関心のあると見込まれる層に支持されているインフルエンサーを宿泊型産後ケアサービスに招待。
- 実際に滞在した感想ありのままをSNSで発信いただき、産後ケアサービスの存在及び魅力の認知の拡大を志向。

成果と課題

- インフルエンサーに**実際に当事者として泊まった感想を投稿**いただくことで、PRでありつつ**高い説得性で、インフルエンサーの既存のフォロワーに対する認知拡大**に成功。
- 産後ケアへの社会的な理解を得るためにも、まずは利用可能性のある方への認知拡大と共に**社会に知ってもらうための取組**も必要になるものと見込まれる。

- 既に開始している宿泊型産後ケアサービスは、今後サービスの拡大（提供場所等）を引き続き検討を行う。
- 今回実証した継続的なサポートの有用性は、実証を通じて確認できた。
- 市場調査で見えてきた産後ケアへの期待や障壁、キャリア復帰等の具体的な悩みにより寄り添えるサービスを検討していきたい。
- 産後ケアの利用を通じて社会で活躍できる女性を増やすためにも、産後ケアの社会的認知及びポジティブな認識醸成にも引き続き取り組みたい。

ぜひ本サービスにご関心のある方があればご意見交換等いただきたく、
どうぞ引き続きよろしくお願いいたします。

11.

女性特有の出産育児のライフイベントや健康課題を乗り越え能力を最大限発揮できる新しい時代を実現する「『TOTONOERU®(トトノエル)』を活用したレジリエントな企業基盤構築支援事業 Ver.1」
(代表団体：株式会社天煌堂)

人とチームと企業を 前向きにととのえる

TOTONOERU



TOTONOeru

事業計画（事業目的と実施事項）

女性にとって居づらい環境

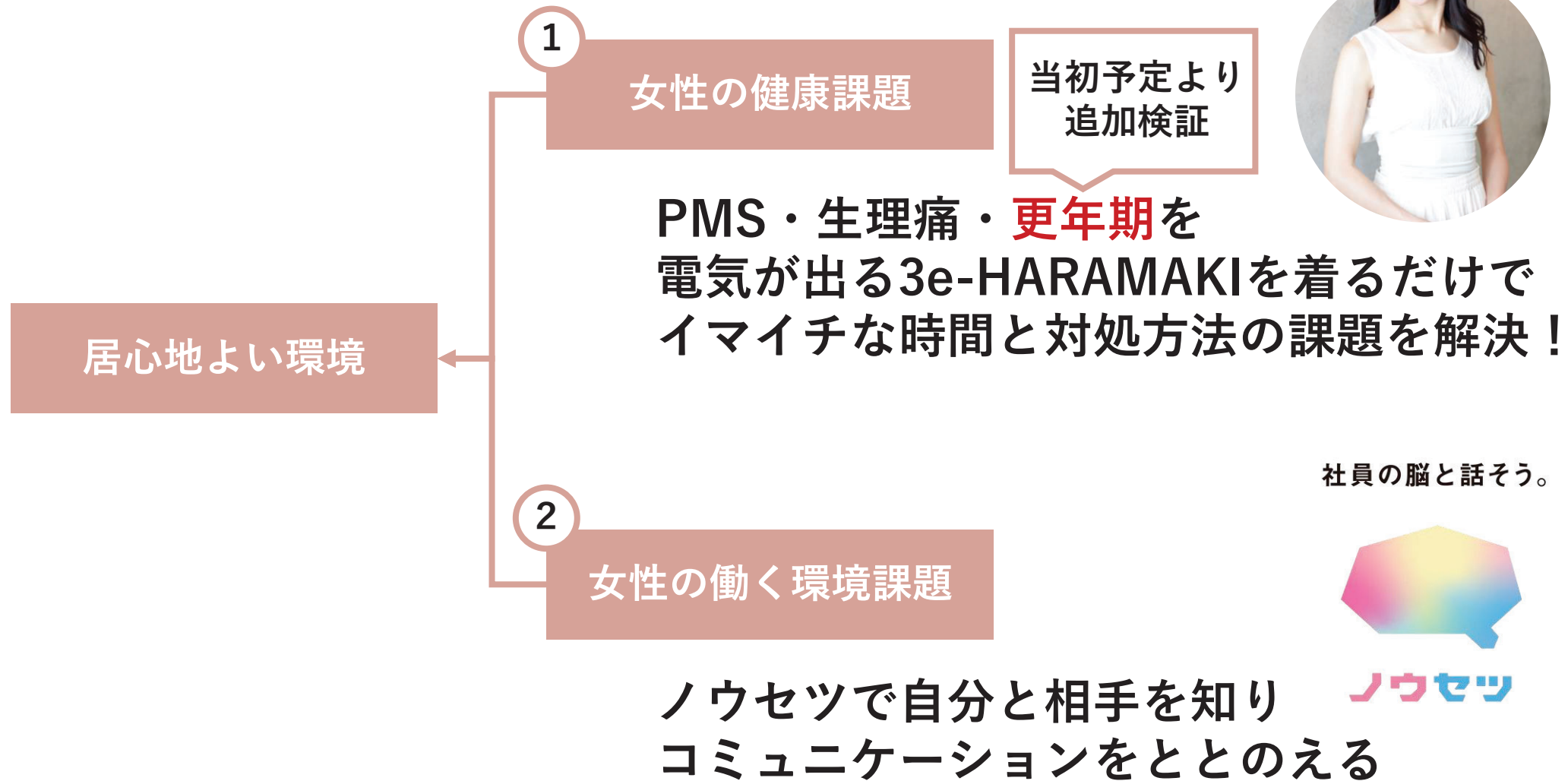
3e-HARAMAKIの概要

充電不要の圧力や振動、温度変化のエネルギーを負電位に変換する腹巻き



約-200Vの電位を確認

我々が解決してこうします



我々が解決して最終ゴールは

女性にとって
心地よい環境



自分も周りも
前向きになる

TOTONoeru

体調の向きを
整える



思考の向きを
整える

 天煌堂

前向きな時間にととのえる
株式会社天煌堂



社員の脳と話そう
株式会社actor

TOTONOERU

事業計画に基づき実施したこと

協力いただいた企業及び団体

多種多様な業種業態11団体122サンプル（PMS・生理痛108/更年期14）にて実施



日本生命



世界の幸せをカタチにする。
Creating Peace & Happiness for the World



BOKKSU
SNACK BOX



協力企業にて実施頂いた内容

1企業あたり3ヶ月間と設定。Before/Afterをアンケートやノウセツにて測定。
 ※更年期症状の検証は1ヶ月間。

事前調整

- ・企業担当者への趣旨説明
- ・窓口担当者の設定
- ・協力者の調整
- ・STEP0の日程調整

STEP0

- ・協力者向け趣旨説明
 - ・連絡用公式LINE登録
- (オンラインでの説明)

STEP1までに
ノウセツ登録

STEP1 (開始)

- ・ノウセツセッション
- ・PMS・生理痛アンケート
- ・3e-HARAMAKI配布

(リアルでの集合研修)

STEP2 (3ヶ月後)

- ・ノウセツ登録
- ・PMS・生理痛アンケート
- ・データ集計



協力者募集ポスター

経済産業省
フェムテック
サポートサービス
TOTONOeru
実証事業モニター募集！



■実証事業モニター募集概要
PMS・生理痛によるイマイちな時間を「着るだけ」で前向きな時間に変換する「3e-HARAMAKI」、コミュニケーションを思考のクセを理解することで整える「ノウセツ」この2つで人とチームと企業をととのえることを実証するモニター協力となります。

■モニター実施内容
期間：3ヶ月間（11月末～2月末） 対象：18歳～45歳女性
実施内容：3e-HARAMAKIの着用、ノウセツの実施、各種アンケート

モニター特典（モニター後そのままプレゼント）

<p>01 身につけている間にととのえる「3e-HARAMAKI」</p>  <p>身につけている間にととのえる 3e-HARAMAKI (オールシーズン用) ロングタイプ 2枚 15,800円相当分</p>	<p>02 思考の癖とメンタル状況を数値化し自分と相手を理解する「ノウセツ」 社員の顔と話そう。</p>  <p>思考のクセを理解する 「ノウセツ」 2回分 10,000円分</p>
---	--

リアルでのノウセツセッション・3e-HARAMAKIお渡し



TOTONOeru

本事業の成果と課題

実証事業の成果

1

TOTONoERUの開発

3e-HARAMAKI、ノウセツの活用
方法のブラッシュアップ

2

協力企業の開拓と実証

11社の多種多様な企業・団体にて
122サンプルの導入効果を確認

3

今後の展開

論文化や研修サービスとの連携な
ど広げていくことができる

②協力企業との実証

開拓時に良かったこと

- ✓ 天煌堂とactorの人的ネットワークにより順調に開拓
- ✓ TOTONOERUサービスが企業にとって手間がかからないこと
- ✓ その日に体験できるくらい導入しやすいソリューションであったこと

難しかったこと

- ✓ 実証実験開始にあたり、男性がフロント対応となると進捗が遅い、もしくは忘れられることがあった。
- ✓ 男性からの実証実験参加の声掛けは少し抵抗がある感じがした。

取組みの認知拡大について

男性が主体的に動きフェムテックを推進していくことについて認知活動を実施



女性からは応援される

- ✓ やることに意義がある
- ✓ やってくれとありがたい
- ✓ 男性にも知ってもらえる

男性からは・・・

- ✓ なんでやってるの
- ✓ ペインわからないんじゃないの
- ✓ 男性がやるのおかしい

“一人では行けないところまで行くには
自分だけでなく周囲のコンディションも整えて
同じ方向に思考が向けば早く行けますよね。”

実証実験参加者の状況

高い参加率で実施中

	参加者数	事前		事後	
		アンケート	ノウセツ	アンケート	ノウセツ
PMS・生理痛	119	108	114	85	86
回収率		(91%)	(96%)	(78%)	(75%)
更年期	15	14	-	13	-

利用前後の症状の変化を計測。全体的に改善傾向の数値を確認。

症状別の変化 (n=75)



■症状改善効果トップ5

1. 腹痛
2. お腹の張り・痛み
3. 集中力がない
4. だるい、全身の倦怠感
5. 自分に嫌気がさす

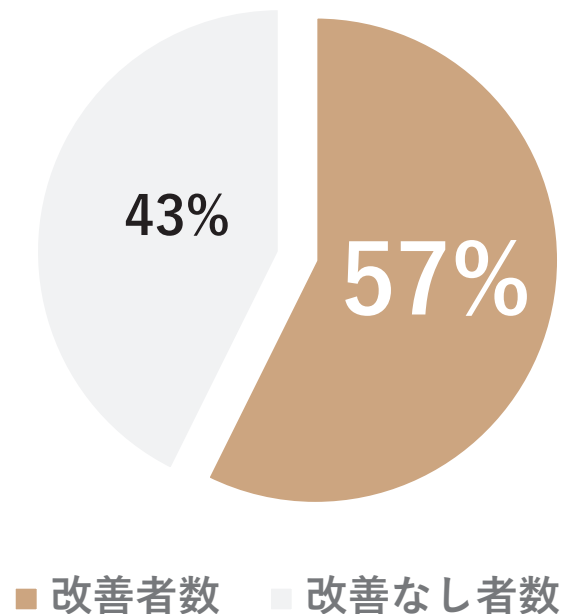
■症状変化が変わらないトップ5

1. 食欲がなくなる
2. 感情が溢れそうになる、涙もろくなる
3. むくみ
4. 夜も眠れない
5. 肌トラブル

PMS・生理痛症状について②

**PMS・生理痛の症状が生活に支障を来す時間の変化は57%が減り
平均で月に79.3時間減少しています**

対象N数	改善者数	改善なし者数	改善割合	改善者内		
				改善平均時間	改善中央値	最大減少値
75	43	32	57.3%	-79.3	-48	-312



共通指標① プレゼンティズム

WHO-HPQにて測定

絶対的プレゼンティズム、相対的プレゼンティズムにおいて改善

共通指標①

有効回答数: 82人

		Before	After
絶対的プレゼンティズム	平均値	51.71	51.71
	中央値	50.00	50.00
	改善した人数とその割合	32人 (39%)	
相対的プレゼンティズム	平均値	0.86	0.95
	中央値	0.88	1.00
	改善した人数とその割合	44人 (53.7%)	

プレゼンティズム損失コスト（金額）を算出

相対的プレゼンティズム Before 86% After 95%

※相対的プレゼンティズムが1の時を100%とした場合の割合

■Before

$$(100\% - 86\%) \times \text{総報酬年額 (平均年収461万円に設定)} = \mathbf{64.5\text{万円/年/人}} \cdots \textcircled{1}$$

■After

$$(100\% - 95\%) \times \text{総報酬年額 (平均年収461万円に設定)} = \mathbf{23.0\text{万円/年/人}} \cdots \textcircled{2}$$

① - ②にて41.5万円/年/人の損失コスト削減

プレゼンティズムと健康関連指標の関係式

$$(100\% - \text{WHO-HPQ相対的プレゼンティズム} \times 100) \times \text{総報酬年額}$$

1組織の結果レポートサンプル

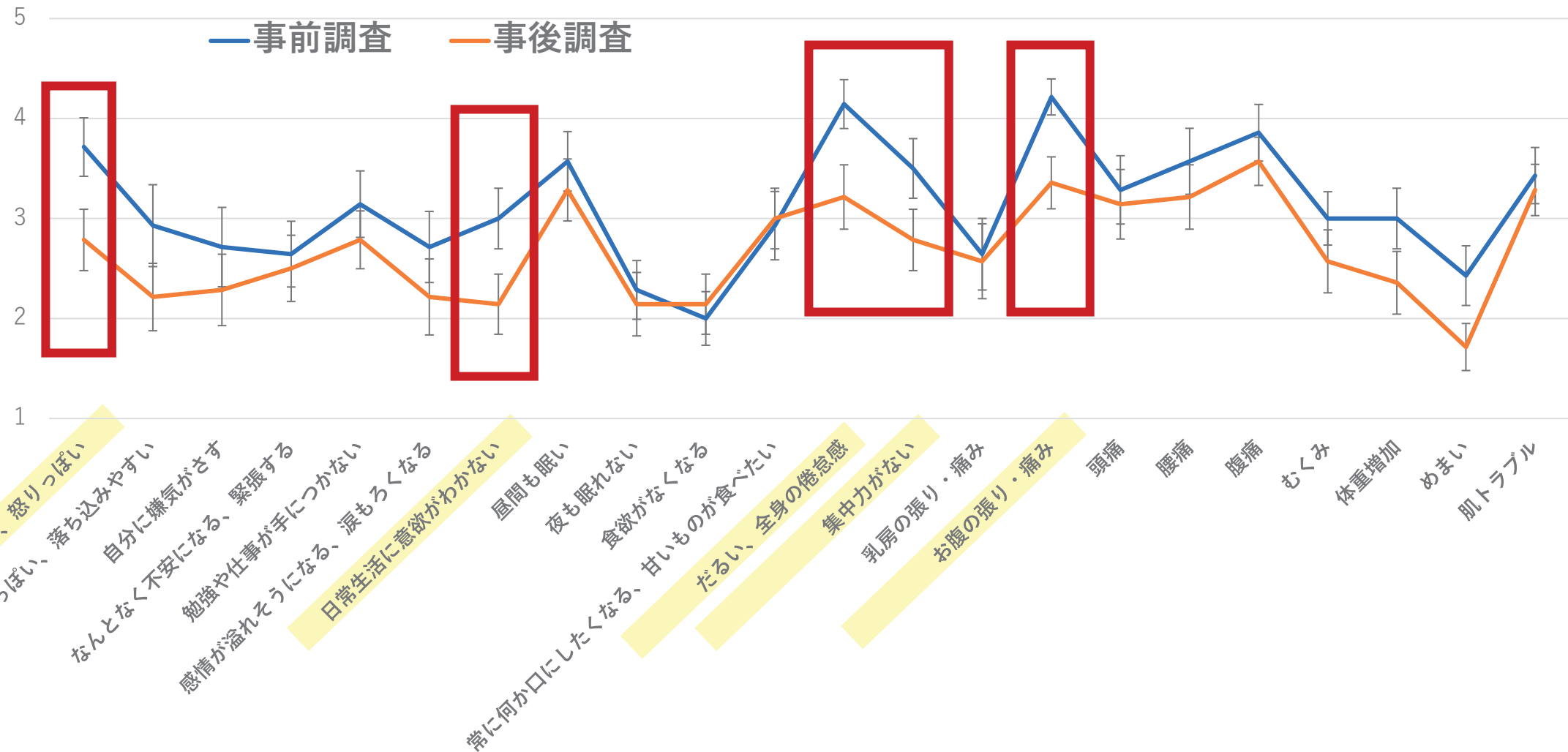
福岡県飯塚市役所のデータ

福岡県飯塚市役所での実証実験データ

	参加者数	事前		事後	
		アンケート	ノウセツ	アンケート	ノウセツ
PMS・生理痛	19	18 (95%)	19 (100%)	13 ※2/15時点 (72%)	19 (100%)
管理職			4		

PMS・生理痛症状について①

利用前後の症状の変化を計測。全体的に改善傾向の数値を確認。



■症状改善効果トップ5

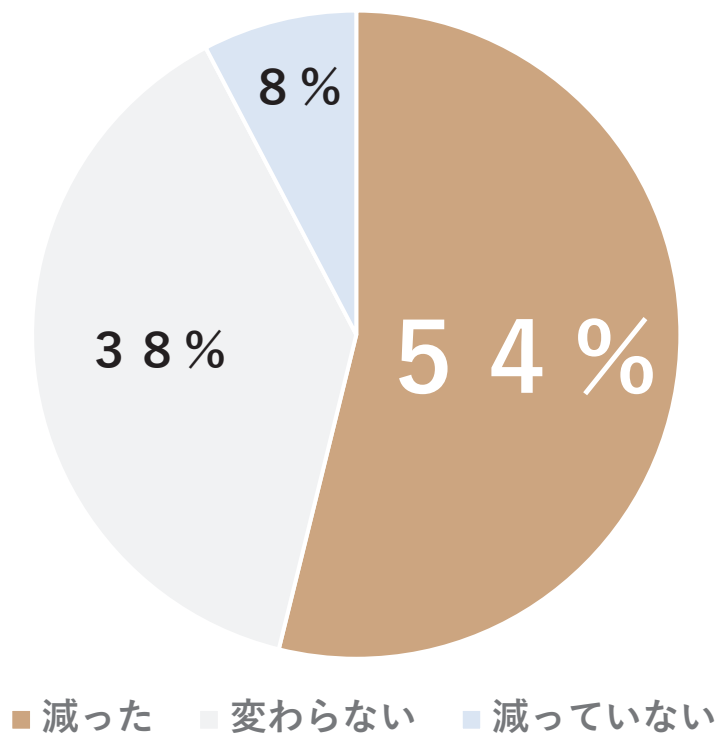
1. イライラする、怒りっぽい
2. だるい、全身の倦怠感
3. 日常生活に意欲がわかない
4. お腹の張り・痛み
5. 集中力がない

■症状変化が変わらないトップ5

1. 食欲がなくなる
2. 常に何か口にしたいくなる、甘いものが食べたい
3. 乳房の張り・痛み
4. 肌トラブル
5. 夜も眠れない

PMS・生理痛の症状が生活に支障を来す時間の変化は54%が減った

1ヶ月のうち、PMS・生理痛の症状が生活に支障を来す時間は減りましたか？



「減った」方の中で

240時間→60時間
最大180時間 / 月が減少

共通指標① プレゼンティズム

絶対的プレゼンティズム、相対的プレゼンティズムにおいて改善

共通指標①

有効回答数: 13人

		Before	After
絶対的プレゼンティズム	平均値	46.92	48.46
	中央値	50.00	50.00
	改善した人数とその割合	4人 (30.8%)	
相対的プレゼンティズム	平均値	0.75	0.86
	中央値	0.78	1.00
	改善した人数とその割合	7人 (53.8%)	

定性フィードバック（例）

該当者へインタビューし、ライフスタイルや症状の改善や機能性の状況を確認

【利用前】

■年代・生活リズム

起床時間 7:00 就寝時間 1:00~2:00

勤務時間 8:30~23:00

■生理痛症状

貧血からくる頭痛

整理期間中はじんわりずっと痛い

■PMS症状

イライラする

直前はとても怒りっぽい

些細な事で怒る

眠い

■対処方法

ロキソニンとかバファリン

■仕事への影響

フルタイムで仕事してるので同じコンディションで仕事で

きたら

1日目・2日目は必ずパフォーマンス低下

半日ぐらいは何も出来てないな

重い仕事は入れないようにしてきた

【利用後】

■3e-HARAMAKIの利用方法

お風呂以外は巻いていた、暑い時期でも不快なく毎日利用

■解決された悩み・感想

- ・体調もメンタルも上向き

- ・生理期間中は体調良かった

- ・安心感があり症状が悪化しない

- ・暑い日も寒い日もずっと付けてたい

- ・すごく気に入っていた

- ・頭痛もそこまで酷くならず、起きない日もあった

- ・2日目が酷かったあってもちょこっと、気配もなく

- ・PMSも安心感に包まれていた 気分も落ち込まない

■商品の良さ

- ・丈が胸元までであるのが最高

- ・ロングで上までであると安心感が凄い

- ・薄くても機能が果たせる製品が良い

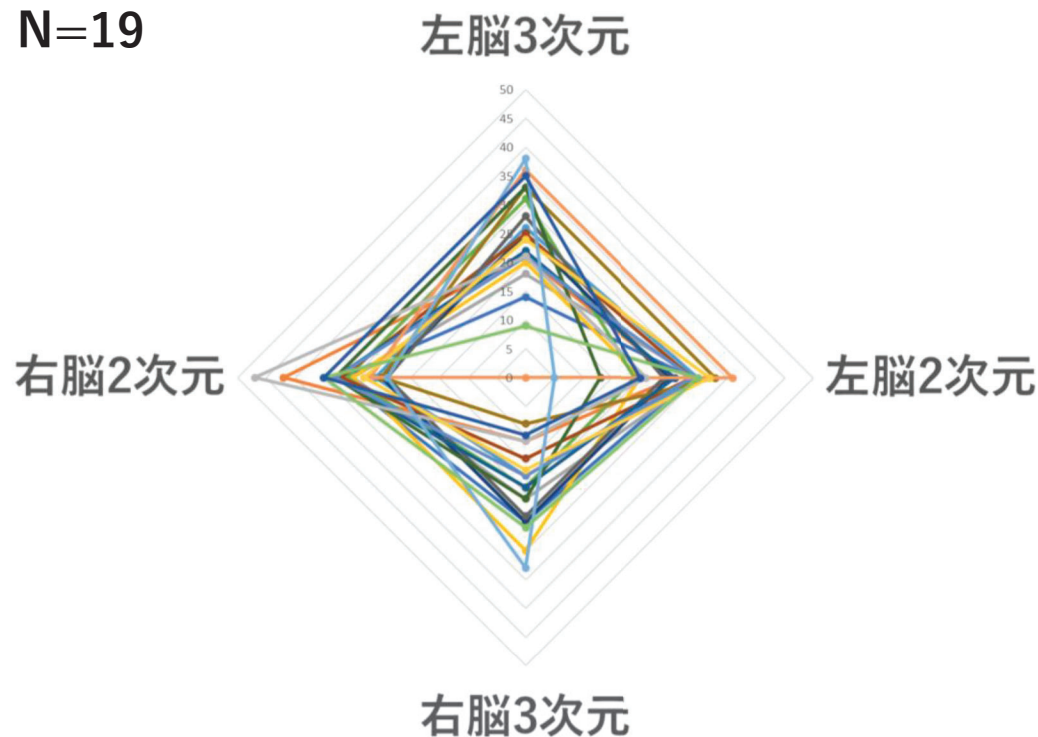
- ・洋服に響かない

- ・洗濯してもへたらない

ノウセツ 思考のクセ（1組織サンプル）

相手を中心に捉え、詳しい情報処理を行う2次元バランスであり
左脳全体&右脳2次元の優位タイプが多い傾向。
3ヶ月間では左脳3次元から左脳2次元に変化。

N=19



【組織の思考のクセ詳細】

感情をベースに過去の出来事を記憶するタイプです。物事の判断において、なぜやるのか、具体的に何をするのか、どうしたら結果に結びつくのか等合理的思考であり、プロセスと結果を両方重視する傾向があります。

大きな環境の変化は望まずリスクヘッジを考慮する上で行動していくので、リスクの大きいチャレンジはせず、どちらかといえば現状維持や現実的にイメージしやすい方法を選択する傾向があります。

また常に結果を求めて行動する中でも周囲の人がどんな反応をするのかどんな気持ちになるのか等、相手の立場に立った判断も考慮します。

目標設定においては、1つ設定し達成までを逆算した考え方で設定すると効果的です。複数目標を掲げると全てが中途半端になってしまう可能性が高いです。

ノウセツ メンタル面の変化

3ヶ月間でのメンタル数値の改善について4つの項目で計測。
適正値もしくは数値の改善が以下の割合で確認することができました。

N=19

適正値及び改善人数適正値及び改善人数

人間脳

志の強さ、社会に役立つ生き方、感謝、
ポジティブ思考

14 / 19

動物脳+

モチベーション、やる気、依存

11 / 19

ストレス耐性

克服力、忍耐力、樂觀性、決断力

7 / 19

動物脳-

不安、怒り、恐怖、感情のブレ

10 / 19

更年期症状についての検証

絶対的プレゼンティズムの伸びが大きいことが特徴的だと思われます。
社長自らのトップダウンでの指示により腹巻をちゃんと着用してくれた多く、それに伴い体調自体が改善したと考えられる。ノウセツを追加すればPMS・生理痛のようにほかの数値も改善の可能性が考えられる。

共通指標①

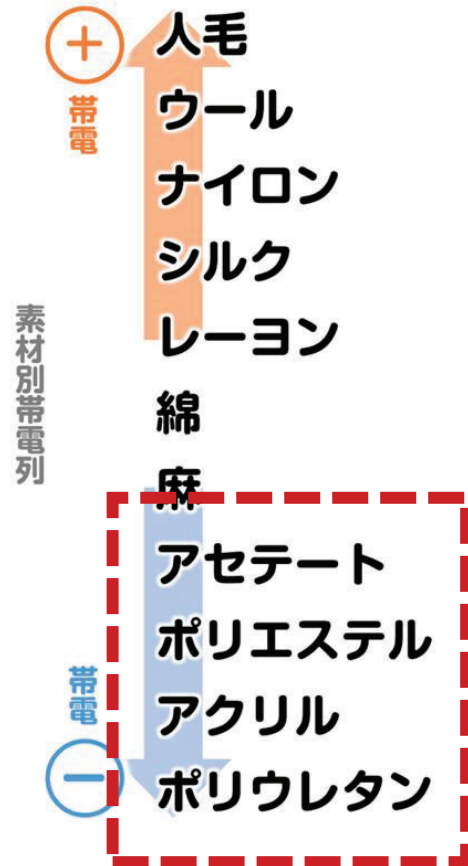
有効回答数 13人

		Before	After
絶対的プレゼンティズム	平均値	54.62	63.85
	中央値	50.00	70.00
	改善した人数とその割合	7人 (53.8%)	
相対的プレゼンティズム	平均値	1.00	0.90
	中央値	1.00	1.00
	改善した人数とその割合	3人 (23.1%)	

ソリューションの課題

課題 (3e-HARAMAKI)

利用方法によって効果を低減させてしまうため、直接肌に触れるとより良い



■化学繊維の帯電性の特性

化学繊維で作られたインナーウェアの上から
3e-HARAMAKIを利用している場合

創出した自由電子を奪われてしまい電気が減ってしまう

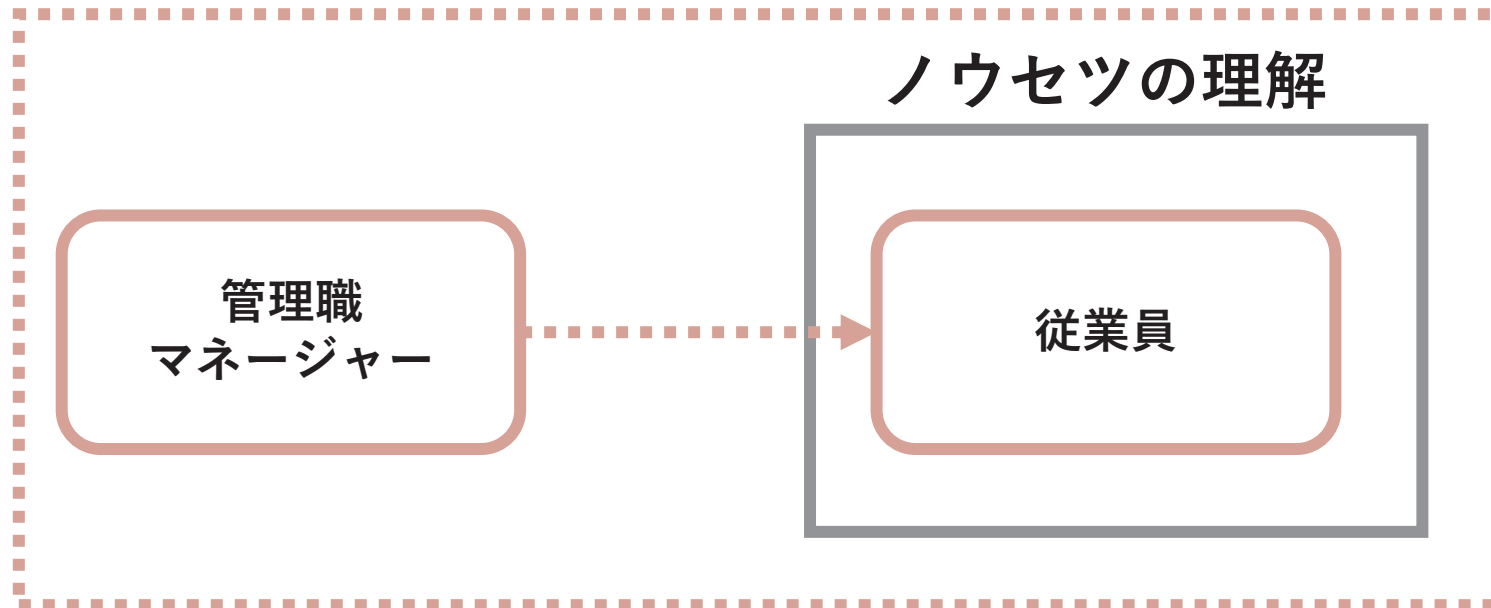
■化学繊維の導電性の特性

天然繊維の場合、体の水分を保水しますが、化学繊維の場合保水しません。水分が導電の一つの要素のため電気を通しにくいものになってしまい効果が落ちてしまう

課題（ノウセツ）

ノウセツによる思考のクセやメンタル状況の理解が従業員個人に留まり効果が限定
コミュニケーションを整えていくには管理職マネージャが理解しコミュニケーション
に使えるまで落とし込む必要がある

ノウセツの理解をここまで広げる



TOTONOERU

今後の事業展開

新手法の公開に向けて

海外展開を見据え、学会発表、2023年内に英文での論文化を目指します

2023年3月4日

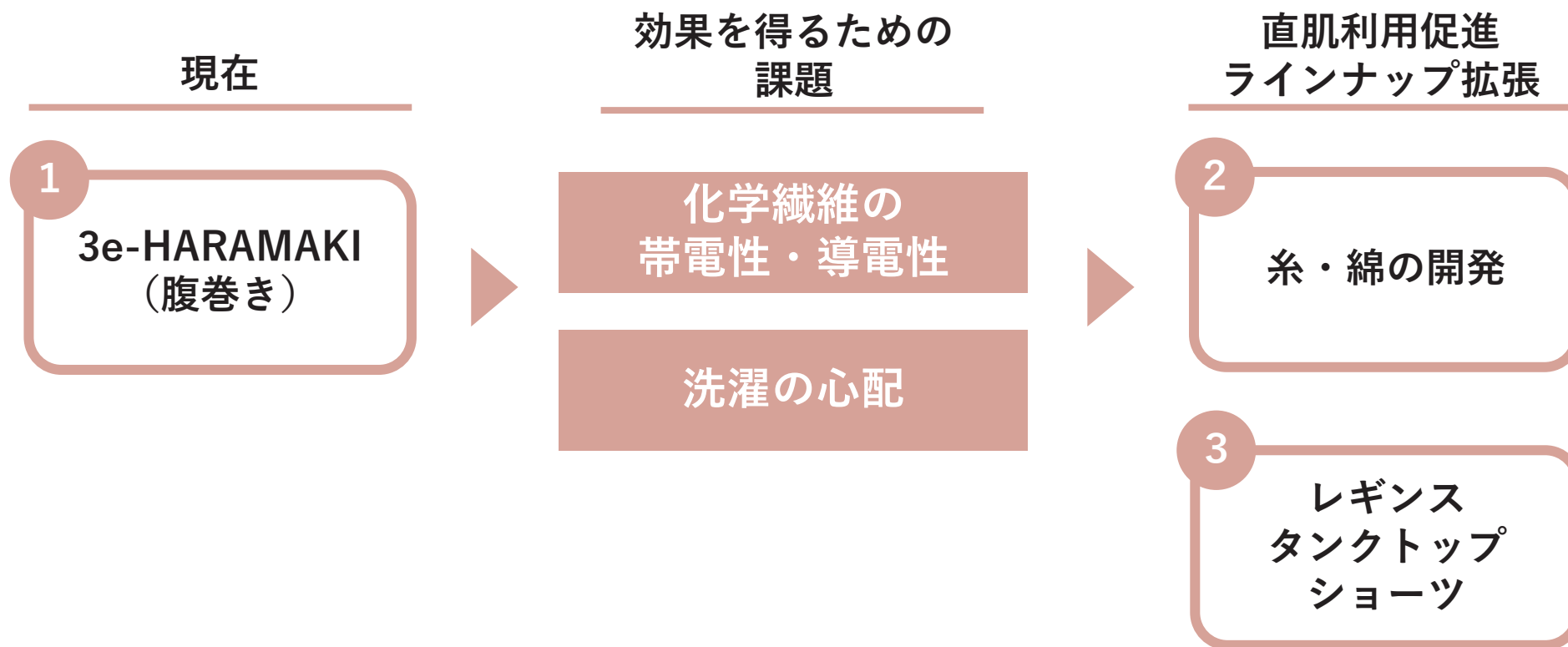
日本睡眠環境学会にて発表

2023年6月～12月

英語論文提出～査読～掲載

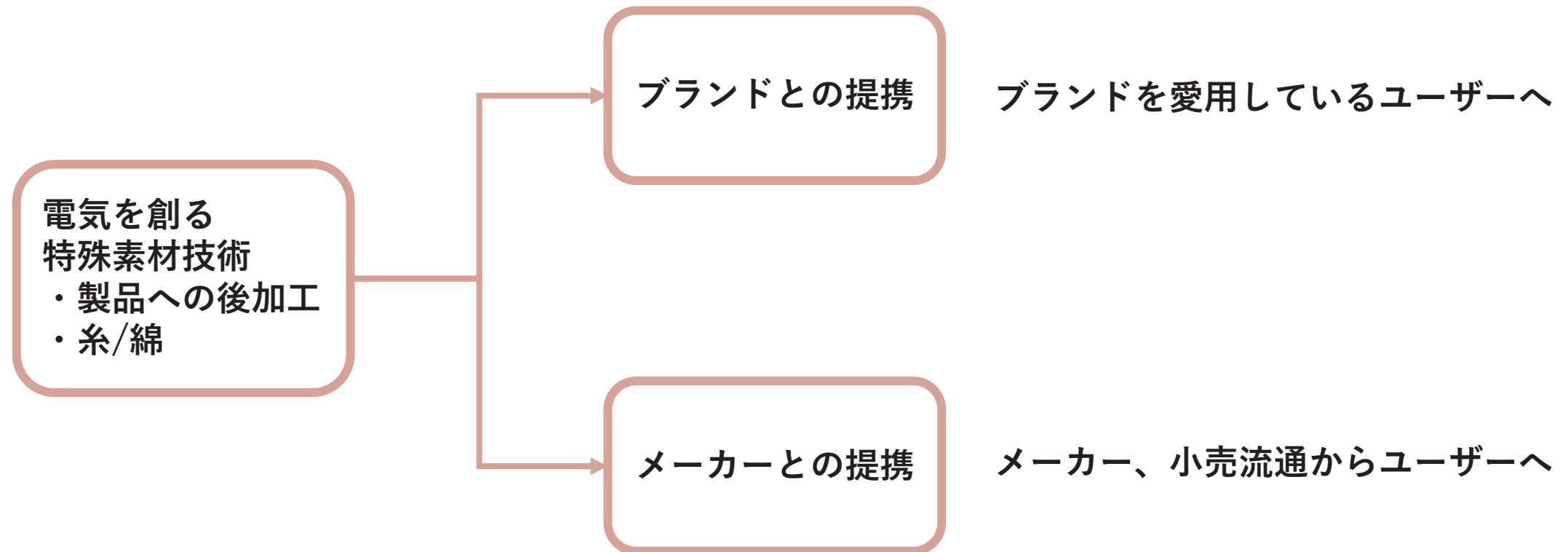
3e-の機能をより効果的に

腹巻きタイプだけではなく、直肌利用に向けてレギンスやタンクトップ
洗濯耐性を付けるため機能劣化しない糸の開発を進める



より広げていくために

アパレルブランドやメーカーとの電気を創る特殊素材コラボの準備を進めます





履いている間になんとか不調をととのえる

ニオイも電気で分解、気になる汚れも電気で分解

あっというまにきれいに

気にならない、気にしないをつくる

楽にずっと着てられる レギンス

ノウセツをよりチーム活性化に

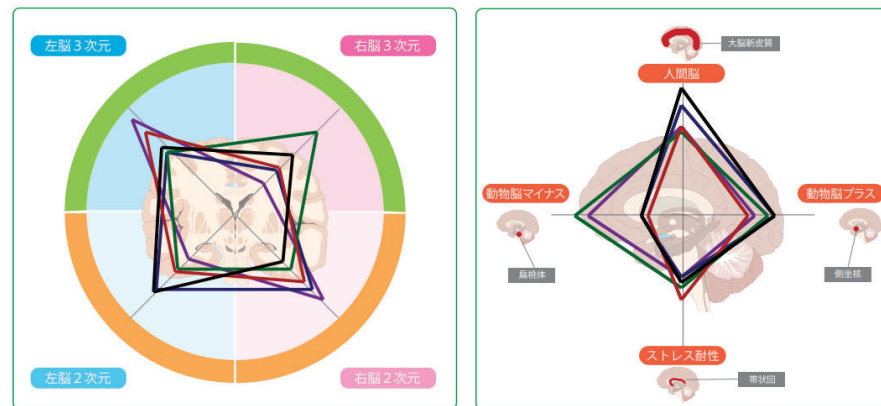
情報へのアプローチがしやすいダッシュボード環境と研修サービスを準備

Webダッシュボード

ノウセツ比較表

脳タイプ

脳活用度



アカウントID	氏名	左脳3次元	右脳3次元	左脳2次元	右脳2次元	人間脳	動物脳マイナス	動物脳プラス	ストレス耐性
USR50856	ベリテ 太郎	38	13	17	33	67	70	55	46
USR50858	Suzuki Junichi	25	18	29	29	83	30	70	46
USR50861	Nishi Hirokazu	25	33	21	21	63	80	65	54
USR50865	Zhu Yunna	33	19	22	26	67	25	50	63
USR50862	Maharjan Sumar27	24	30	18	96	30	70	50	

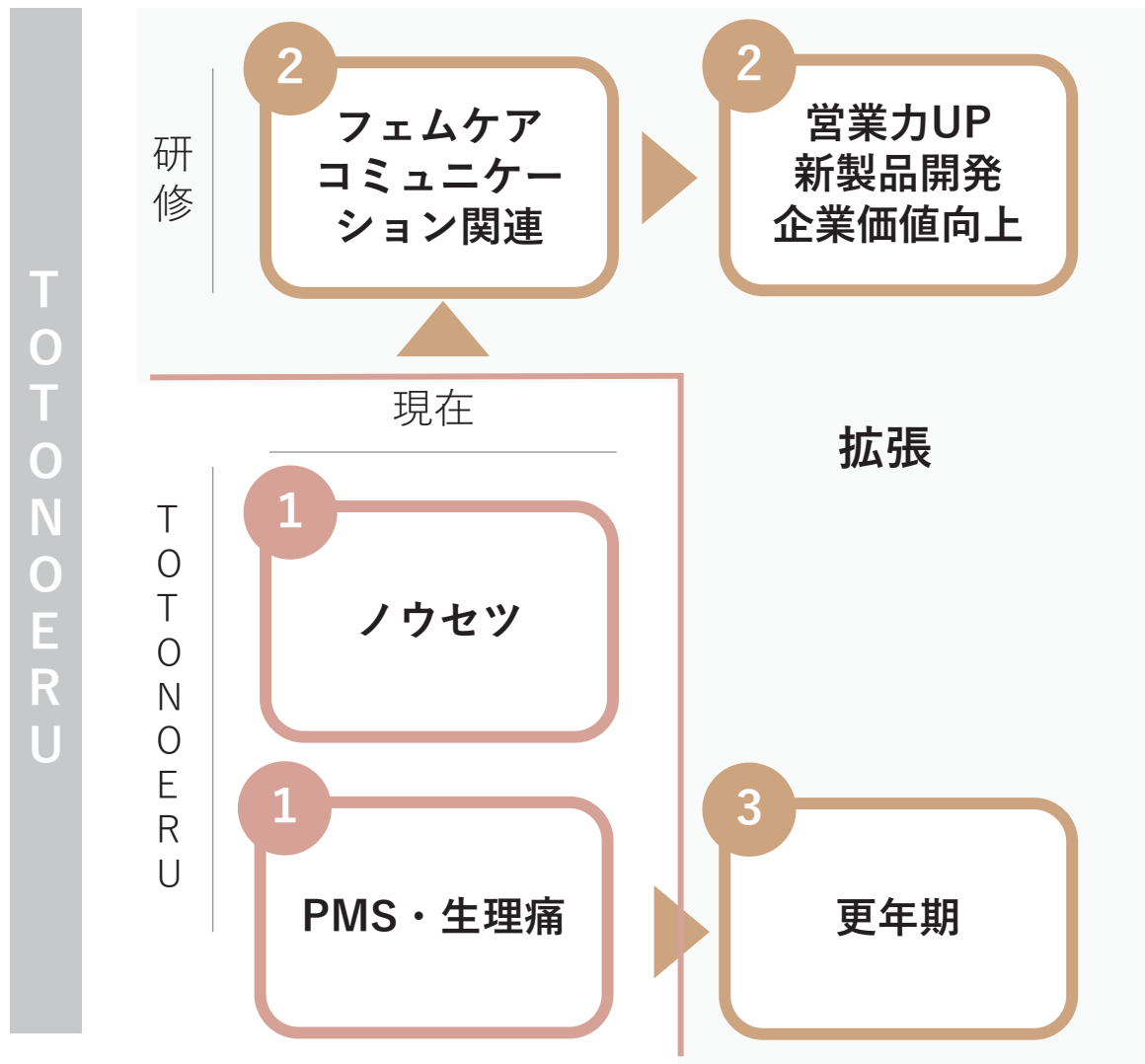
研修メニュー

社員の脳と話そう。



- ・マネジメント研修
- ・チームビルディング研修
- ・営業力UP研修

女性の働く環境をととのえる対象を拡張し、企業価値向上の支援を進めていく



2 企業価値向上に向けて

- ✓ ノウセツを活用した適正マネジメント
- ✓ 営業力UPの研修により売上UP
- ✓ 新規事業開発によりモチベーションUP

3 健康課題解決範囲を広げる

- ✓ 更年期症状へも対応
- ✓ 管理職女性の活躍を促進

秋田県庁におけるヘルスケアビジネス創出の取組みにて秋田県内研修企業と企画。
2023年5月から秋田県内企業にて実証実験を実施予定。（2023年4月頃確定予定）

向かう方向
を伝える



体調と思考の
向きを整える

B E  W I T H

人を育てる研修専門会社
株式会社ビー・ウィズ

(秋田県内企業)

TOTONoeru

前向きな時間にととのえる

株式会社天煌堂
株式会社actor

秋田県庁

人とチームと企業を 前向きにととのえていきます

天煌堂

AGTR



12.

未病状態のからだケア 素材～製品・サービス異業種連携でのワークショップを通じた行動変容プログラムの提供
(代表団体：東レ株式会社)

令和4年度フェムテック等サポートサービス実証事業
成果報告資料（2/17）

未病状態のからだケア

素材～製品・サービス異業種連携での
ワークショップを通じた行動変容プログラムの提供

事業設計の背景・事業目的

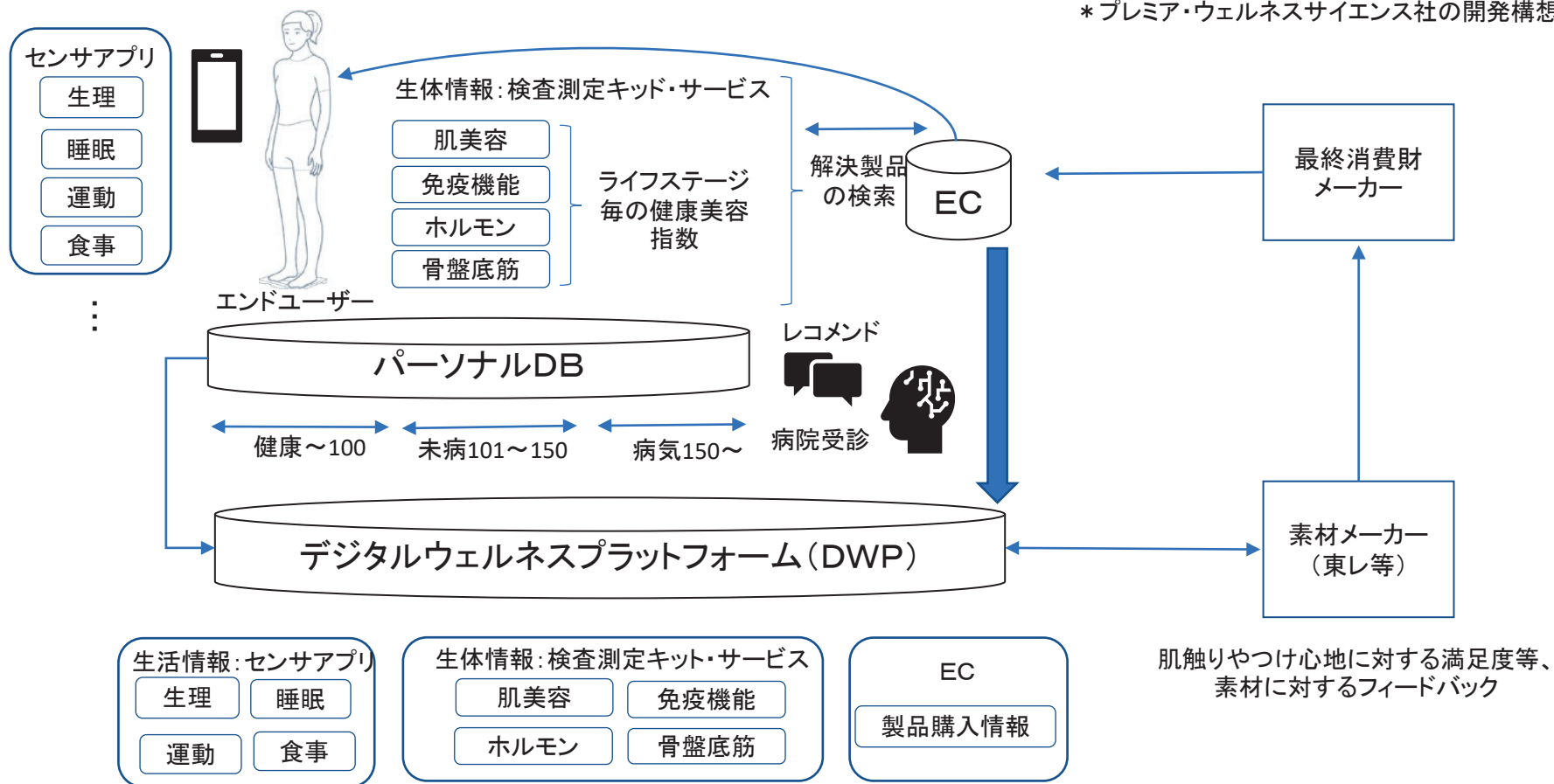
- 対象：月経随伴症状などのためにプレゼンティズムが低下した状態にある（60%以下）20~30代の協業各社女性社員 15名
- ケアの必要性を知る機会増加⇒人生設計を立てやすくなり、企業全体での労働生産性の向上にも寄与
- デジタル基盤（デジタル・ウェルネスプラットフォーム：DWP と略）の要件定義を並行して実施

【提供したフェムテック等サポートサービス】

提供元	製品・サービス名	段階
ネクイノ	スマルナ for biz オンラインピル処方サービス	社会実装・普及
PWS	CBDサプリ・化粧品	発売初期
あすか製薬 メディカル	自宅でできるホルモンチェックサービス ・唾液E2/P、毛髪コルチゾール	開発中
東レ	痛みのコミュニケーション	コンセプト検証

めざす姿 未病状態のからだケア～デジタル・ウェルネスプラットフォーム*～

* プレミア・ウェルネスサイエンス社の開発構想



- ユーザーに寄り添い、未病状態に気づかせ、からだを良い方向へ導く仕組み
- 他ユーザーの生活情報・生体情報、EC購入情報含め蓄積
- その人にあった解決策をレコメンド。素材メーカーも初期から参画、素材設計からプロダクトに返していくループを作る

事業計画

実施事項			2022						2023		
項目	目的	内容	7	8	9	10	11	12	1	2	3
準備	適切な被験者の抽出	アンケート実施	■								
	生活情報記録開始	キックオフの実施	■								
ワークショップ ①	セミナー実施	S R H Rとフェムテック		■							
	座談会実施	医療DX		■							
		痛みのコミュニケーション			■						
	各社リソース提供 正しい製品知識の習得	機能性化粧品			■						
		女性ホルモンと健康			■						
ワークショップ ②	課題の抽出・体験シェア	アンケート実施				■					
	製品・サービス体験	希望者に実施				■					
	顧客生涯価値の評価	アンケート実施				■					
	全体寄り添う環境づくり	各企業へのフィードバック							■		
システム	DWPの要件定義	記録項目の設定		■							
		課題抽出、価値評価						■			

事業計画と追加実施事項

実施事項			2022						2023		
項目	目的	内容	7	8	9	10	11	12	1	2	3
準備	適切な被験者の抽出	アンケート実施	▶								
	生活情報記録開始	キックオフの実施	▶								
ワークショップ ①	セミナー実施	S R H Rとフェムテック		▶							
	座談会実施	医療DX		▶							
		痛みのコミュニケーション		▶							
	各社リソース提供 正しい製品知識の習得	機能性化粧品		▶							
		女性ホルモンと健康 セルフケア行動プラン		▶							
ワークショップ ②	課題の抽出・体験シェア	アンケート実施				▶					
	製品・サービス体験	希望者に実施				▶					
	顧客生涯価値の評価	アンケート実施				▶					
	全体寄り添う環境づくり	各企業へのフィードバック				▶					
	オンサイトイベント	医療監修者との交流				▶					
システム	DWPの要件定義	記録項目の設定		▶							
		課題抽出、価値評価		▶							

シミックソリューションズ(株)
/ (株)ヘルスケアシステムズ
自己採取検査キットご紹介
「エクオール検査」
「HPVウイルス」



妊活と仕事の両立について

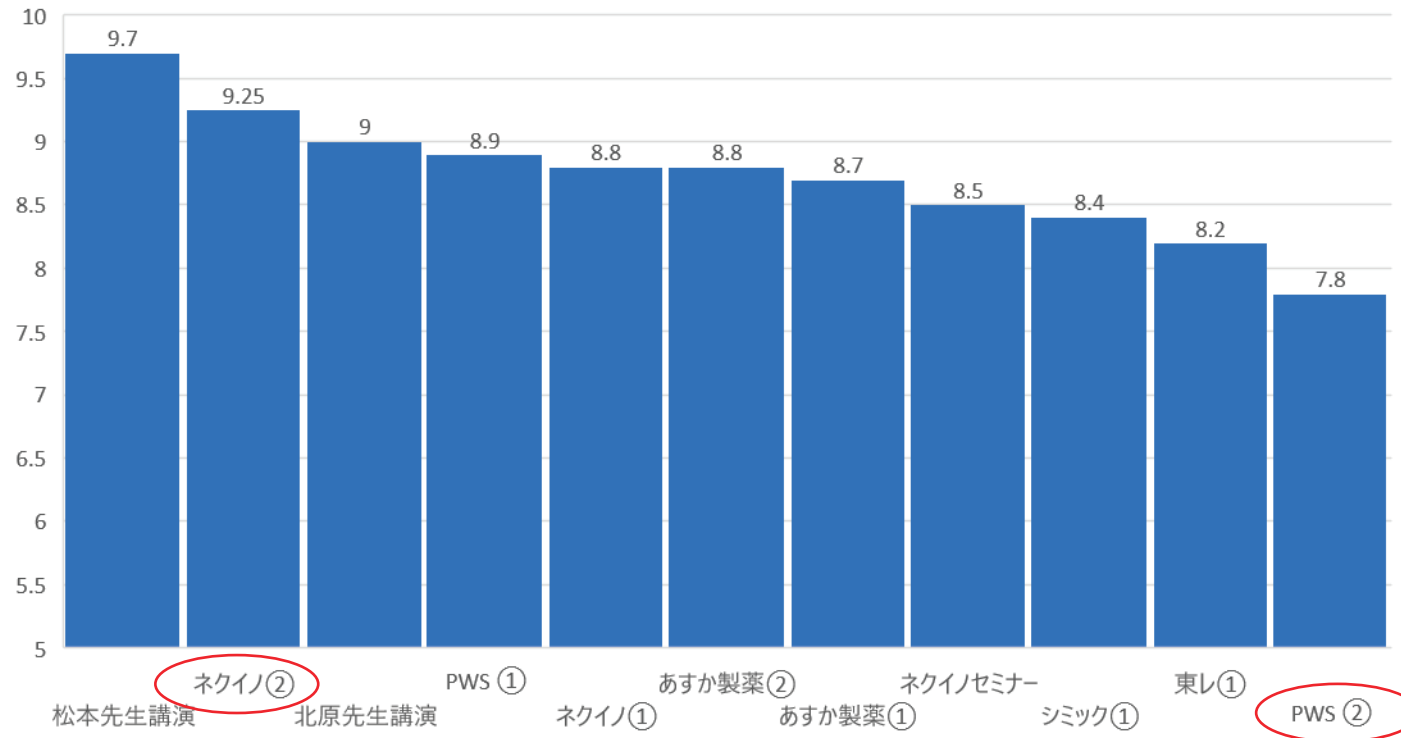
MFC 松本理事長



滋賀医大北原先生
月経随伴症状と仕事との関係

本事業の成果 満足度

注 ①：ワークショップ① ②：ワークショップ②



ネクイノ② スマルナ for biz

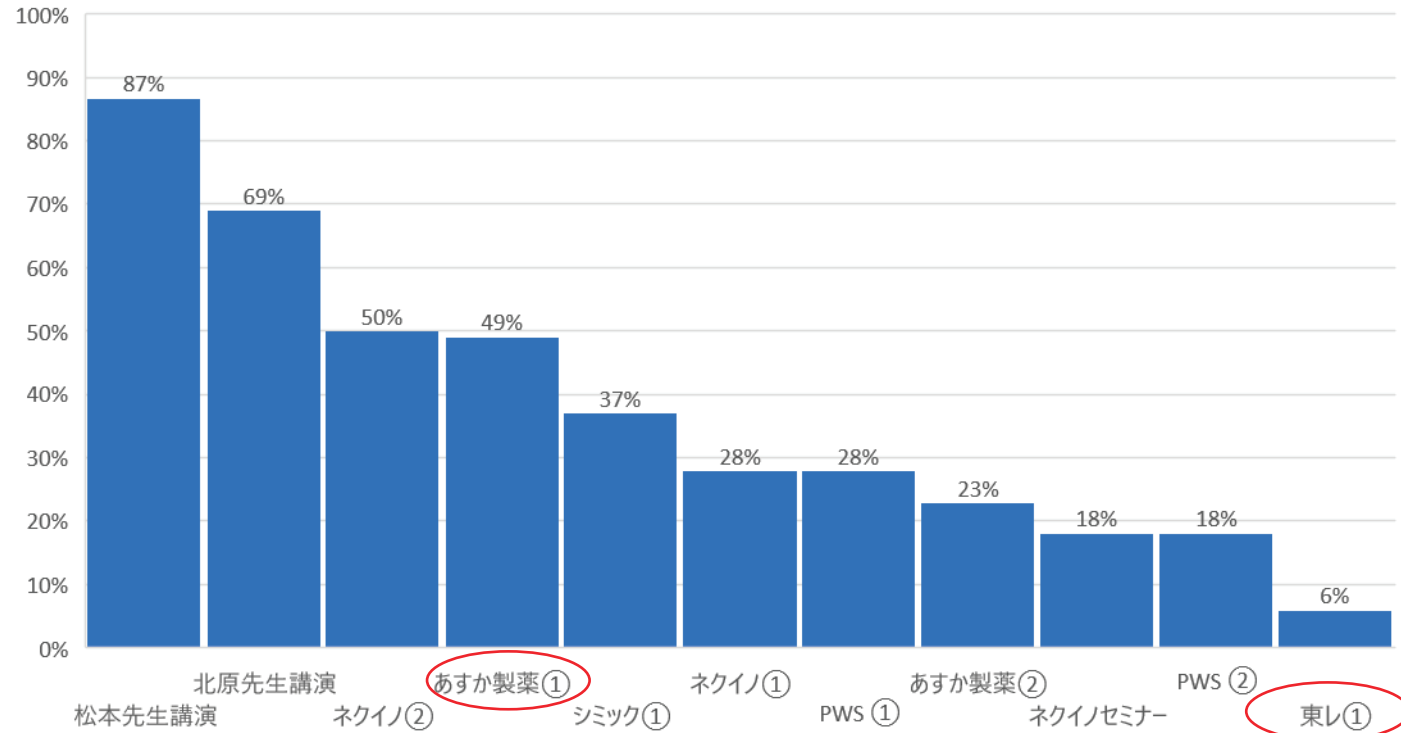
- 子育て世代の方など、時間を取るのが難しい方にぜひおすすめしたい。
- 自分が実際に使用してすごくいいと思いました。

PWS② CBDサプリ・化粧品

- 期間中には、体感できるような変化は感じられなかった。
- 使用した時の方がストレスが緩和された気がする。睡眠の質や皮膚の炎症も抑えられている気がした。

本事業の成果 NPS (他者へのおすすめ度：推奨者%－批判者%)

注 ①：ワークショップ① ②：ワークショップ②



あすか製薬① ホルモンと女性の健康

- ・ イライラしていると自分が嫌になることが多いけど、ホルモンのせいだと考えて自分に優しくなれそうです。

東レ① 痛みのアプリPOC

- ・ 痛みのコミュニケーションの発想はとても好きで内容は納得できました。痛みを感じる時にアプリを開くという動機付けの部分がよりスムーズになればいいなと思います。

本事業の成果 プレゼンティズム

共通指標①	有効回答数:		15人
		Before	After
絶対的プレゼンティズム	平均値	42.67	54.00
	中央値	50.00	60.00
	改善した人数とその割合	8人 (53.3%)	
相対的プレゼンティズム	平均値	0.77	0.79
	中央値	0.71	0.75
	改善した人数とその割合	7人 (46.7%)	

対象 絶対的プレゼンティズムスコア 60%以下の参加者15名のアンケート集計を元に算出

本事業の課題

提供元	製品・サービス名	段階	課題
ネクイノ	スマルナ for biz オンライン処方サービス	社会実装・普及	企業の福利厚生パッケージ（例：WELBOX）への接続など採用しやすい環境づくり
PWS	CBDサプリ・化粧品	発売初期	認知度向上 効能などの科学的研究蓄積 VOC収集
あすか製薬 メディカル	自宅でできるホルモン チェックサービス ・唾液E2/P ・毛髪コルチゾール	開発中	女性の月経周期における再現性 やN数を増やして信頼性を高める など実用化に向けた検討 販路等の開拓
東レ	痛みのコミュニケーション	コンセプト検証	社内フィードバックループを回しβ版 完成。社内公開・解像度向上 製造業×フェムテックへの寄与

本事業の課題：DWP

- 初期領域に「フェムテック：PMS月経諸症状の改善」を仮案として設定。今回の実証事業の参加者においては、月経管理はスマホ使用が進んでいるが、PMSや痛みなどの諸症状の可視化や他者との共有に課題があり、ここがペインポイント。
- ウェルネスECと連携するパーソナルウェルネスDBは、健康維持、予防の視点から生活者が、身体機能に何らかの障害をきたしている状態に至るまでの遷移データと、健康改善や健康維持を目的としたサービス・製品を利用する前後のデータ（効果測定）が重要。
- こうしたデータを取得・連携・統合させて社会や国民に対して価値提供をしていく企業は、近年急増しているが、共通課題としてデータ蓄積だけにとどまっている傾向がみられる。
- データ蓄積以降の“活用”において、実際のユーザーが実感できる価値に結びつける難易度が高く、IoTハードウェアやデジタル関連の技術的課題を乗り越えるよりも、ユーザー獲得・価値実感・普及における社会実装が最大の課題



生体の分子識別機能を有するIoTバイオセンサー研究開発
現在：プレミア・ウェルネスサイエンス社と東京大学生産技術研究所との間で共同研究中
経皮マイクロニードルを用いて細胞間質液中に含まれるバイオマーカを測定・画像解析・デジタル化転送技術を行う

今後に向けて：タフネスからイキイキへ！

現況の課題	こうなしてほしい／提案
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 今回受講したワークショップ（医学的なホルモン、不妊治療、SRHRなど）で得た情報は、普段の会社生活では得られにくい。 ✓ 情報・知識を持っている人が少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> • 社員向けの外部研修を導入する。 • 入社（若手）／管理職昇格のタイミングで研修受講を必須とするなど
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日々の会社生活を快適に過ごすために、ハード面でまだまだ改善できることがある。 	<ul style="list-style-type: none"> • 横になって休める休憩室、トイレ、等 • （特に製造業である東レでは）仕事の内容や、作業環境の、意見を拾って改善につなげたい
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 人生に色々な選択肢が増えている（結婚しない、子供を作らない、不妊治療）。働き方も多様化している（時短、在宅、パパ育休など）。 ✓ 上司や先輩にロールモデルはいないが後輩が入ってきた。自分が第一号になる不安と使命感・・・ 	<ul style="list-style-type: none"> • 色々な人がいる、ということを知って、お互いが理解し合える風土づくりが必要 • 個人の働き方や健康課題について（パパ育休、不妊治療との両立、職場紹介など）事例紹介するのはどうか （こんな風に頑張ってる人もいるんだ・・・！一人じゃない）
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 会社のフォロー体制。 ✓ 情報がオープンになっているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> • 企業として情報の開示 • 会社の制度や仕組みを明らかにして、PR

今後の事業展開

		フェーズ1 ミニマルな実証を通じニーズ把握		フェーズ2 バリエーション拡大とシステム構築		フェーズ3 社会実装	
対象	課題	2022年度	2023年度	2024年度	2025~2027年度	2028~2030年度	
ユーザー	働く女性(20~30代) (生理・月経)	7月 ▼ ワークショップ① ▼ 報告会					
	働く女性 (妊娠・出産、更年期)		7月 ▼ ワークショップ② ▼ 報告会				
	ユーザー数拡大 (①+②)			7月 ▼ 拡大ワークショップ ▼	▼ 事業性判断	参加企業数拡大	
提供製品・サービス	信頼性・安全性確保した上での幅・深さ	化粧品・ホルモンチェック オンライン健康相談	+ 衣料	+ 食品・サプリ等		幅と深さの拡大	
システム	基盤構築	要件定義	プロトタイプ開発	運用テスト	企業の福利厚生向け提供開始	一般ユーザーへ拡大	
地域	情報格差の是正	4以上/47都道府県中	8以上	12以上		30以上	
PJ管理	スキーム・役割分担の定期的な見直し	振り返り・課題設定	振り返り・課題設定	振り返り・課題設定	総括		

13.

データ収集プラットフォームを通じた企業のフェムテック導入促進事業
(代表団体：株式会社nanoni)



令和4年度
フェムテック等サポートサービス実証事業

データ収集プラットフォームを通じた 企業のフェムテック導入促進事業

carefull事業概要

carefullのご紹介

企業の女性活躍推進を3つのアプローチで支援



セミナー

管理職向けや男性・女性当事者向けなど
多種多様なトピックを用意



匿名コミュニティ

プライバシーを守りながら、
当事者同士が繋がれる仕組みを提供



福利厚生

働く上で必要なヘルスケア
サービスの割引特典・費用補助

本実証事業の概要

実証事業の背景

企業の悩み



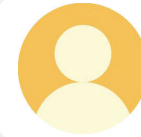
女性活躍推進について、何から手をつけたらいいか分からない



女性の健康課題支援の管轄が、D&Iなのか健康経営なのか社内整理が必要

女性活躍推進の全体像が整理できていないので施策化に至らない

フェムテック事業者の悩み



どんな企業にアプローチしたらいいか分からない



どんな導入メリットを訴求したらいいか分からない

経営課題のどこに紐づくかが曖昧な状態で営業活動を行うので、導入検討の優先度を上げることができない

このギャップを埋めるのが本事業

実証事業のゴール

現状

- 企業側の女性活躍推進の全体像整理ができていないのでフェムテック活用に至らない
- フェムテック事業者が営業をしても、導入検討の優先度を上げることができない

企業のフェムテック導入が進まない

実証事業

事業後

- どのような事業フェーズ（ビジネス規模、組織風土、予算）になればフェムテックの導入を現実的に検討できるのか可視化
- フェムテック導入を検討する企業にとっての参考情報の提供

他社の状況を踏まえて検討可能に

あらゆる企業が適切なタイミングにフェムテックを導入できるようにすることで、
フェムテック市場全体の拡大に寄与する

実証事業の実施内容と効果検証

1 企業1,000社へのヒアリング実施

- フェムテック関連サービスの導入率
- 企業属性：業界、従業員規模
- 導入理由：採用、健康経営の加点、コーポレートガバナンスコードへの対応 など

2 carefullを通じた プレゼンティーズムの改善

carefullの導入前と導入後に、共通指標のアンケートを実施

共通指標①：仕事ぶりについて

共通指標②：健康課題とキャリアについて

10月以降の追加活動の概要

1 企業1,000社へのヒアリング実施

- 中間報告時点で、「直接の依頼」と「電話アプローチ」を通じた企業1,000社以上へのヒアリング依頼は完了
- 10月以降は、フェムテック企業が一般的に取りうるセールス活動の次の選択肢として、「展示会参加」「DM送付」という二点を追加した。チャンネル数を増やすことで、市場データの網羅性を高めると共に、フェムテック各企業が取りうるマーケティング・営業ツールの効率性をデータで比較した

2 carefullを通じたプレゼンティーズムの改善

最終的に合計13社のcarefull導入企業に対して、共通指標でアンケートを実施。

共通指標①：仕事ぶりについて

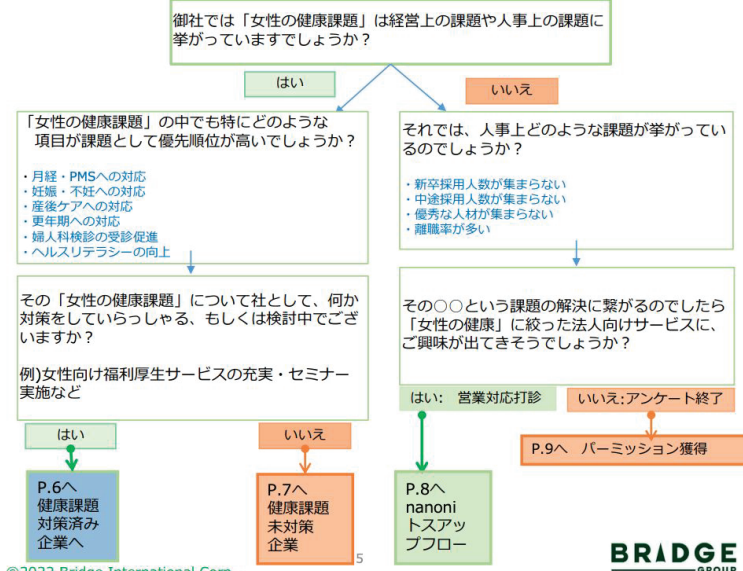
共通指標②：健康課題とキャリアについて

電話ヒアリングトークスクリプト（一部抜粋）

メイントーク **プロフィール・アンケート** 趣旨説明

現状確認 ありがとうございます。
では、アンケートに入る前に何点か基本情報をお伺いさせていただきます。
担当者は人事部でのご担当領域はどちらになりますでしょうか。

項目	ヒアリング内容
業務範囲	人事部でのご担当領域はどちらになりますでしょうか
体制	ご担当者様の他に「健康経営担当」、「女性活躍」、「D&I担当」は別々にいらっしゃいますでしょうか？
女性社員比率	御社の女性社員比率は何割くらいでしょうか？
アンケート開始	ありがとうございます。 それではアンケートに入らせて頂きます。

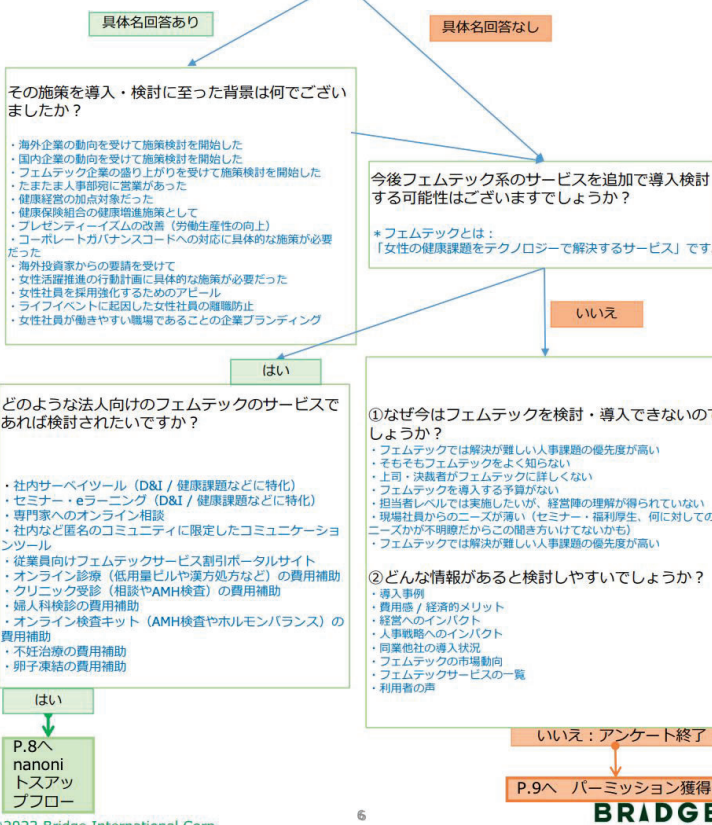


©2022 Bridge International Corp.



メイントーク **アンケート：健康課題対策済企業** プロフィール

どのような施策を実施検討していらっしゃいますでしょうか。
*サービス名をお伺いする



©2022 Bridge International Corp.



Point

企業様の返答内容を想定し、11ページほどのトークスクリプトを作成し、実際の架電担当者に共有。

架電担当者には事前に説明会も実施し、業界への理解度も高めた状態で架電をしていただくことで、ヒアリング率の向上を図った。

※ブリッジインターナショナル様提案資料から抜粋

展示会ヒアリング実施方法

Change the future with Femtech

女性のライフステージに合わせた「健康」と「活躍」を支援する企業が一堂に

初開催 第1回 Femtech Tokyo

フェムテック トーキョー

2022年10月20日(木)～22日(土) 東京ビッグサイト

【ビジネスデー】10月20日～22日 【一般デー】10月22日 10:00～17:00

「第一回 Femtech Tokyo」に出展。

約200社のフェムテック・フェムケア製品提供企業に混ざり、carefullのサービスに興味を持ってブースに立ち寄ってくれた展示会来訪者に対して、経済産業省のフェムテック実証事業である旨を説明した上でQRコード経由でヒアリングサイトへと誘導（右下写真）。



DMヒアリング実施方法

表

DM送付宛先記載

はじめまして、
株式会社nanoni と申します。

国内初のフェムテック福利厚生プラットフォーム『carefull』を運営する私たちは、経済産業省に採択された実証事業者としてフェムテック利用動向調査を行っております。



回答時間
3分

アンケートご協力の企業様へ、今回の経済産業省調査データ結果のより詳細を差し上げております。

詳しくは裏面をご覧ください

送信元：株式会社nanoni 〒107-0062 東京都港区南青山3-15-9 MINOWA表参道3階 xxnanoni.com

裏



企業の健康経営や女性活躍推進
フェムテックの導入状況に関する
アンケートにご協力お願いします。

回答時間
3分

調査概要

目的

企業がフェムテック関連サービスを導入する理由を可視化していきます
フェムテック導入を検討する企業にとって参考となる情報を提供します。また、フェムテック企業の営業活動の質向上に貢献することにもつながります。

実施内容

企業1,000社対象にヒアリングを依頼。
アンケート結果はデータ化
「女性の健康課題への対応が経営上の課題に上がっているか」「何か対策・検討中の施策はあるか」など回答時間3分程度のアンケートです。2022年11月現在、既に400社以上に回答を頂いております。

回答フォーム
はこちら



URL: <https://bit.ly/3yc2v4t>

回答期限2022年12月20日まで

ご回答いただいた内容は、成果報告レポートへの掲載や経済産業省HPでの発表を承諾（企業名非公開）いただきます。ぜひご協力をお願いいたします。



掲載イメージ

協力企業様のみ提供する詳細レポートです。
女性活躍推進の業界動向把握にぜひお役立てください。

「なのに」な領域を「当たり前」に

わたしたち株式会社nanoniは、テクノロジーの力で企業や個人のエンパワーメントを支援するスタートアップです。社名の由来はネガティブに捉えられがちな「〇〇なのに」という領域をポジティブに変革したいという想いから。

「古い業界なのに、先進的な取り組みをしている」「タブーとされる話題なのに、勝手にシェアしたくなる」

そんな企業や個人の変化を後押しするのが私達のミッションです。「●●なのに...」と思われている領域をもっとワクワクとそして「当たり前」になるようお手伝いしています。

お問い合わせはこちらのメールアドレスにご連絡ください。▶ hello@xxnanoni.com

まだヒアリングが完了しておらず、かつフェムテックの導入可能性がありそうな条件の企業、6,076社に対してDMを送付。

大判はがきA4サイズの両面仕立てのデザインで、両面で経済産業省フェムテック実証事業であることを説明の上、QRコード経由でヒアリングサイトへと誘導。

本事業の成果と課題
~企業1,000社へのヒアリング実施~

ヒアリング結果概要：接触社数



- 2023年1月時点で、合計10,000社以上の企業へのヒアリングを試み、今後継続的な情報交換を希望する企業と450社以上接触することに成功した。インサイドセールスに加え展示会も潜在顧客層を確保する手段としては有用であることが判明した。
- 最終的な提案率は、紹介経由以上にインサイドセールスや展示会が高かった。しかしそれでもリストの母数に対しての転換率は低いと言わざるを得ず、市場全体で「導入機運」を高めていく必要はありそうだ。

フェムテックサービスのBtoBセールス活動への示唆

1

知名度の低いベンチャー企業であっても、やり方次第では数百社のヒアリングは可能

今回、nanoniという知名度の低い企業であっても、「経済産業省の実証事業ヒアリング」という目的であれば、466社からの詳細なニーズヒアリングに成功した。他の企業が必ずしも同じ手法は取れないと思うが、人脈経由の直営業に終止しがちな営業活動を、有償の営業手法も駆使することで、大幅に市場ニーズの把握や、提案の機会を作るきっかけになりえることが判明した。

2

電話営業と展示会は、費用はかかるがその分、リターンは大きい

アウトバウンドコールの委託も展示会の出展も（規模感によるが）100万円以上の費用がかかるために、なかなか新興企業では手を出しづらいと思うが、人脈経由の直営業以上の提案到達率を誇っている。ターゲット層を明確に選定できれば、その層に直接アプローチのできる両手法は、事業のスピード感を早める上で、非常に効果的な手法になるのではないかな。

3

インバウンドでの問い合わせを増やすための官民のマーケティング / PR施策の重要性

今回、合計で10,000社以上の企業に事実上アプローチを行っているが、実際にヒアリング後、carefullの提案まで進めている企業は2023年1月時点で46社しかいなかった。すなわち実際にフェムテック企業が営業アプローチリストを一から作成しても、実際に提案まで進むのは1%前後しかいない計算となり、ビジネス目線では1社あたりの受注金額を上げない限り、ビジネス上立ち行かない状況である。これは「情報収集はしているだけ」「予算がない」など、「情報感度はあるが実際に行動には移せていない」というレベルの企業が多数いることが要因である。そのため中長期的には、フェムテック導入企業への補助金などの政府のサポートのみならず、各企業の導入したいという機運を高めるための、官民一丸となったマーケティング施策により世論形成が進み、進んで各企業がインバウンドの問い合わせをフェムテック企業に送るような状況を作ることが、フェムテック各企業がビジネス活動を維持していくために重要である。

本データに対するフェムテック事業者の満足度について

満足度調査概要

中間発表で作成した調査レポートを、carefullの連携事業者に対して共有し、レポートの満足度についてヒアリングを行った。

その結果、8社から回答をもらった。

満足度調査結果

フェムテック市場を理解するのに役に立ったか？（10点満点）

平均 **8.1点**

自社の商品戦略の設計に役立ったか？（10点満点）

平均 **7.9点**

本レポートで特に役に立った部分を教えてください。（自由回答）

- フェムテック関連事業は導入企業がまだ課題意識を持っていないので難しいと感じた。
- フェムテックの導入の可能性
- 各企業の女性の健康に対する温度感を知れたことがよかったです。
- ヒアリング結果詳細⑨「女性の健康課題」以外の人事課題
- 「女性活躍推進・離職率・ダイバーシティ」問題は「女性の健康課題」と別に捉えているという大きな課題として明らかになっている点

ヒアリング内容のサマリ

1

60%以上の企業が「女性の健康課題」に対して課題意識をしていない。

ランダムイズに選定した企業から「健康経営銘柄」「なでしこ銘柄」といった国から認定を受けた企業までも、「女性の健康課題」に対しては60%以上の企業が課題認識をしていない。すなわちいかに健康に配慮する宣言をしていても会社として現場レベルまで対策や課題意識が浸透している企業は、まだ多くはない事がわかる。

2

「フェムテック」を検討できている企業はごくわずかであり、トップダウンのPRが急務

現場まで課題意識が浸透している企業は、既に60%以上の企業が何らかの対策を取り始めており、女性の健康課題全般に対しての有効策を検討しているが、「フェムテック」を検討できている企業はその約半分ほどにすぎない。すなわち国から認定されている企業ですら、その10%ほどしか検討には至っておらず、そもそもフェムテックという概念すら知らない企業がほとんどの状態である。ほとんどがスタートアップで占められる市場において一企業のPR活動には限界があるからこそ国が率先してフェムテックの価値を世間にPRしたり新しいフェムテック関連の法制度設計を行うことで、フェムテックという概念が一般化した世の中を作り出すことが、市場変革のために重要だと考えられる。

3

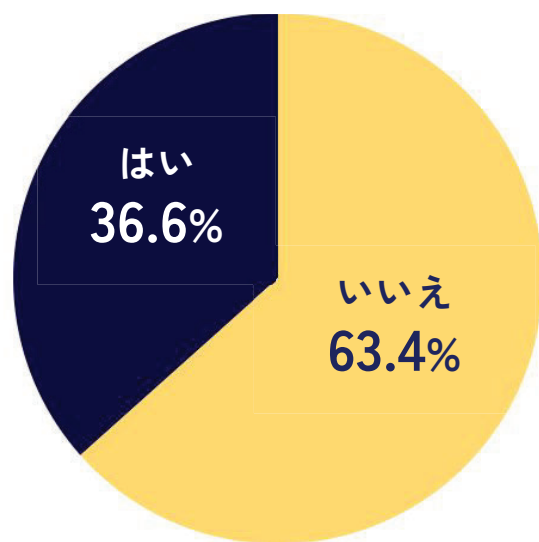
「女性活躍推進・離職率・女性社員比率」問題は「女性の健康課題」と別認識。

ヒアリングできた企業の大半は「女性の健康課題」以外の優先課題を抱えていると回答しているが、内容を聞く限り「女性活躍推進」「女性の離職率・職場復帰」「女性社員比率」といった課題が並んでおり、女性の健康課題とこれらの課題を別々に捉えてしまっていることこそが、そもそも大きな課題といえる。「女性の〇〇」といった事象を一つ一つ潰していくのではなく、そもそも根幹となる課題の特定と、その課題を解決できる人事戦略のグランドデザインを立てるのに苦労している企業が多く、ここを解決できるフェムテックサービス（というよりHRサービス）が最もニーズが高そうである。個別課題の解決のためのフェムテックサービスのニーズが高まるのは、その次のフェイズではないか。

ヒアリング結果詳細：女性の健康に関する課題意識

問1：貴社では月経や妊活、更年期などライフイベントに起因した女性の健康課題は経営・人事上の課題に挙がっていますでしょうか？

回答全体 (n=440)



チャンネル別分析

	DM	Femtech Tokyo	nanoni 直連絡	電話ヒアリング
いいえ	22	39	35	183
はい	17	28	55	61

- 全体で見ると6割以上の企業は、「女性の健康課題」は、企業の経営課題に挙がっていない状況にある。
- 営業チャンネル別に見ると、「電話ヒアリング」経由で「いいえ」と答えている割合が極端に高い。これは現状、展示会に足を運ぶ、フェムテック事業者に問い合わせるなどアクティブに情報収集しているのが、課題と認識している企業であるために生まれている差分と考えられる。

ヒアリング内容のサマリ

1

60%以上の企業が「女性の健康課題」に対して課題意識をしていない。

ランダムイズに選定した企業から「健康経営銘柄」「なでしこ銘柄」といった国から認定を受けた企業までも、「女性の健康課題」に対しては60%以上の企業が課題意識をしていない。すなわちいかに健康に配慮する宣言をしても会社として現場レベルまで対策や課題意識が浸透している企業は、まだ多くはない事がわかる。

2

「フェムテック」を検討できている企業はごくわずかであり、業界のPRが急務

現場まで課題意識が浸透している企業は、既に60%以上の企業が何らかの対策を取り始めており、女性の健康課題全般に対しての有効策を検討しているが、「フェムテック」を検討できている企業はその約半分ほどにすぎない。すなわち国から認定されている企業ですら、その10%ほどしか検討には至っておらず、そもそもフェムテックという概念すら知らない企業がほとんどの状態である。ほとんどがスタートアップで占められる市場において一企業のPR活動には限界があるからこそ国が率先してフェムテックの価値を世間にPRしたり新しいフェムテック関連の法制度設計を行うことで、フェムテックという概念が一般化した世の中を作り出すことが、市場変革のために重要だと考えられる。

3

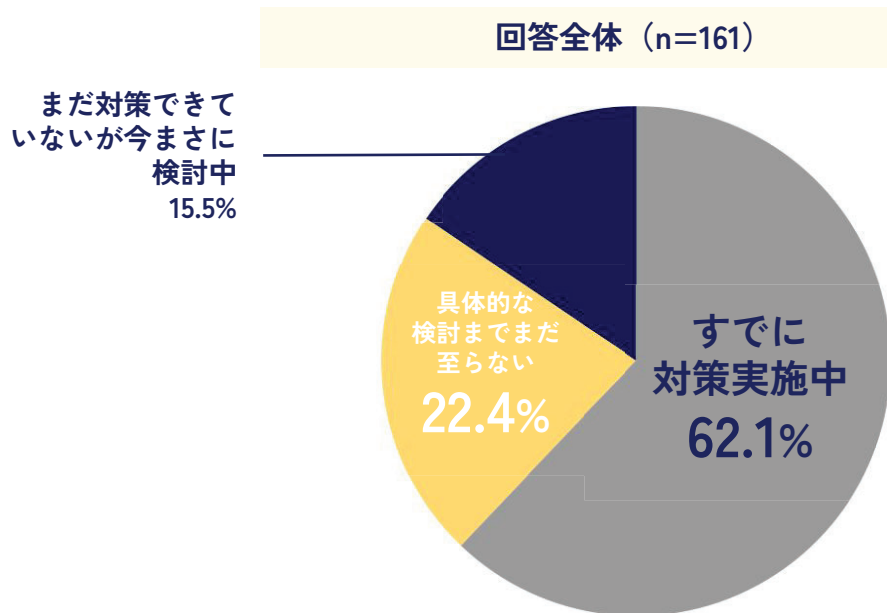
「女性活躍推進・離職率・女性社員比率」問題は「女性の健康課題」と別認識。

ヒアリングできた企業の大半は「女性の健康課題」以外の優先課題を抱えていると回答しているが、内容を聞く限り「女性活躍推進」「女性の離職率・職場復帰」「女性社員比率」といった課題が並んでおり、女性の健康課題とこれらの課題を別々に捉えてしまっていることこそが、そもそも大きな課題といえる。「女性の〇〇」といった事象を一つ一つ潰していくのではなく、そもそも根幹となる課題の特定と、その課題を解決できる人事戦略のグランドデザインを立てるのに苦労している企業が多く、ここを解決できるフェムテックサービス（というよりHRサービス）が最もニーズが高そうである。個別課題の解決のためのフェムテックサービスのニーズが高まるのは、その次のフェイズではないか。

ヒアリング結果詳細：「女性の健康課題」への対策

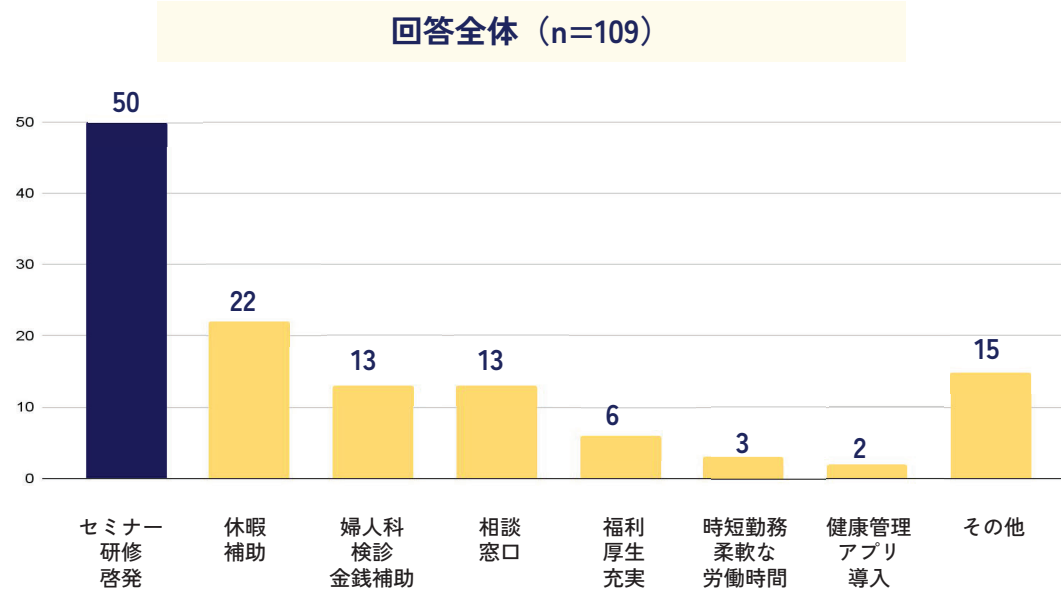
問1に「はい」と答えた企業のみを追加質問

問3：上記で回答いただいた「女性の健康課題」について、貴社では既に対策中でしょうか？例)福利厚生サービスの充実・セミナー実施など



問3に「対策実施中」もしくは「検討中」と回答した企業のみを追加質問

問4：どのような施策を既にもしくは検討していますでしょうか？



- 中間レポートから少し割合は減ったが、引き続き課題感を抱えている企業では6割以上という高い割合が既に対策を実施済み。
- 対策としては半分近くの企業がセミナーや社内研修などの啓発活動を行っており、休暇や金銭的な補助、相談窓口の設置は前回よりも若干割合が増えた。ただ低用量ピルなどのサービス導入を含めた福利厚生強化まで踏み込んでいる企業は、全体の数%という状況は中間レポート時と変わらなかった。
- その他には「社内報実施」が多く、「女性の採用を増やす」など健康課題の手前の施策を回答している企業も少なくなかった。

ヒアリング結果詳細：フェムテックの導入可能性

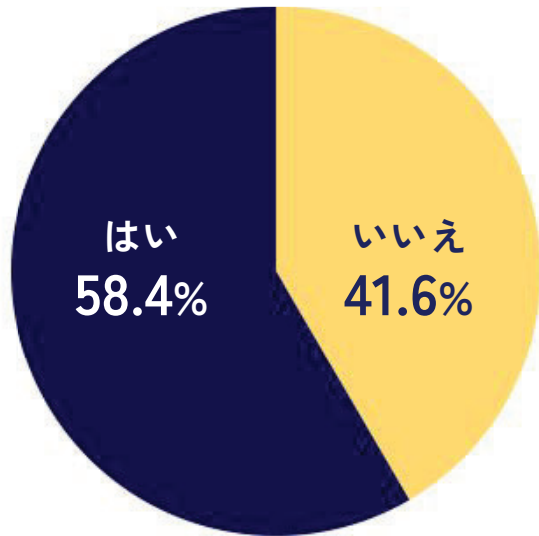
問3に「対策実施中」もしくは「検討中」と回答した企業のみ追加質問

問7：今後フェムテック系のサービスを追加で導入検討する可能性はございますでしょうか？

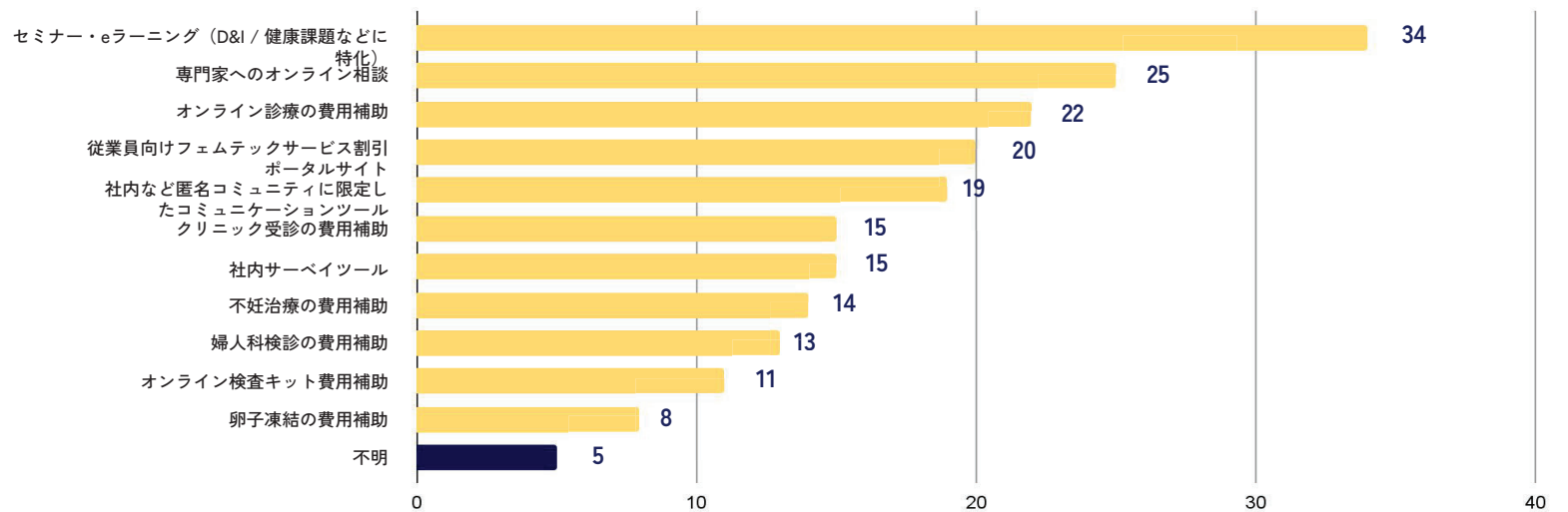
問7に「はい」と回答いただいた企業のみ追加質問

問8：どのような法人向けのフェムテックのサービスであれば検討されたいですか？（複数回答可）

回答全体 (n=84)



回答全体 (n=201)



- 前回レポート時よりも若干「はい」の割合が増えた。既に対策済みの企業であってもフェムテックに対する関心は半分ほどしか無く、業界そのものに対する認知、理解や関心がまだまだ低い状況は見て取れる。
- 前回調査から上位陣にあまり変動はなく、特定の領域に絞るよりも幅広くカジュアルに導入・相談ができるセミナーや窓口の需要が高い。
- 費用補助についても、少し幅広く導入できる「オンライン診療」の需要があり、特定サービスだけを導入するのは少しハードルが高く、複数の費用補助やサービスをパッケージ化していくサービスの需要が高まっていそう。

ヒアリング内容のサマリ

1

60%以上の企業が「女性の健康課題」に対して課題意識をしていない。

ランダムイズに選定した企業から「健康経営銘柄」「なでしこ銘柄」といった国から認定を受けた企業までも、「女性の健康課題」に対しては60%以上の企業が課題意識をしていない。すなわちいかに健康に配慮する宣言をしても会社として現場レベルまで対策や課題意識が浸透している企業は、まだ多くはない事がわかる。

2

「フェムテック」を検討できている企業はごくわずかであり、トップダウンのPRが急務

現場まで課題意識が浸透している企業は、既に60%以上の企業が何らかの対策を取り始めており、女性の健康課題全般に対しての有効策を検討しているが、「フェムテック」を検討できている企業はその約半分ほどにすぎない。すなわち国から認定されている企業ですら、その10%ほどしか検討には至っておらず、そもそもフェムテックという概念すら知らない企業がほとんどの状態である。ほとんどがスタートアップで占められる市場において一企業のPR活動には限界があるからこそ国が率先してフェムテックの価値を世間にPRしたり新しいフェムテック関連の法制度設計を行うことで、フェムテックという概念が一般化した世の中を作り出すことが、市場変革のために重要だと考えられる。

3

「女性活躍推進・離職率・女性社員比率」問題は「女性の健康課題」と別認識。

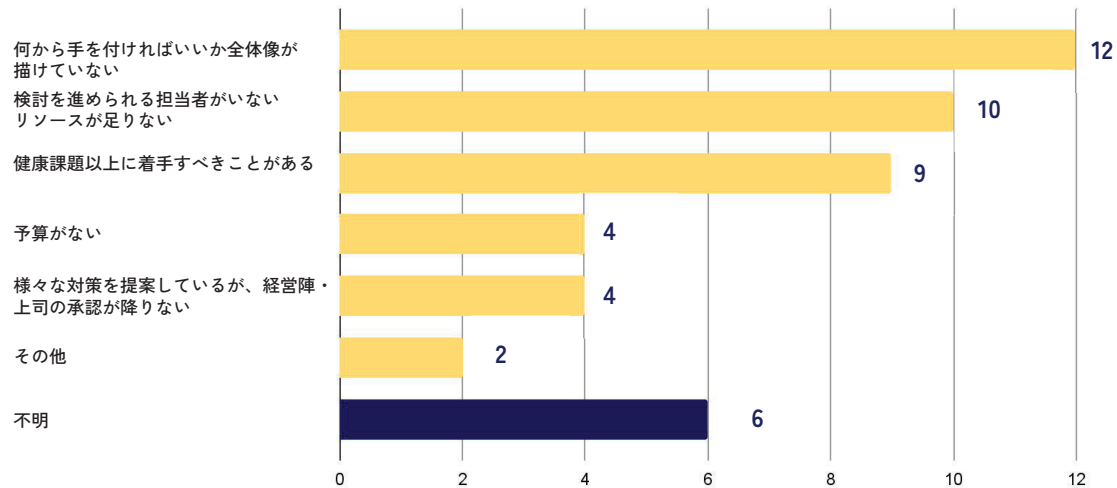
ヒアリングできた企業の大半は「女性の健康課題」以外の優先課題を抱えていると回答しているが、内容を聞く限り「女性活躍推進」「女性の離職率・職場復帰」「女性社員比率」といった課題が並んでおり、女性の健康課題とこれらの課題を別々に捉えてしまっていることこそが、そもそも大きな課題といえる。「女性の〇〇」といった事象を一つ一つ潰していくのではなく、そもそも根幹となる課題の特定と、その課題を解決できる人事戦略のグランドデザインを立てるのに苦労している企業が多く、ここを解決できるフェムテックサービス（というよりHRサービス）が最もニーズが高そうである。個別課題の解決のためのフェムテックサービスのニーズが高まるのは、その次のフェイズではないか。

ヒアリング結果詳細：女性の健康課題に対策ができない理由

問3で「具体的な検討まで至らない」と回答した企業のみ追加質問

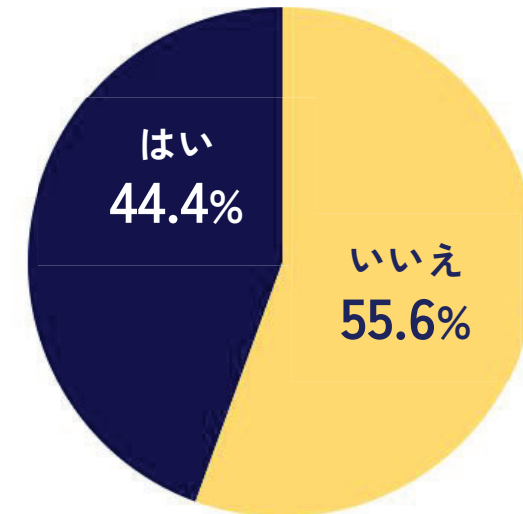
問9：女性の健康課題が経営・人事課題に挙がっているが、対策を講じることができていないのはどのような理由からでしょうか？（複数回答可）

回答全体 (n=47)



問10：もし左の課題が解決した際に、フェムテック関連サービスを新規に導入検討する可能性がありますでしょうか？

回答全体 (n=36)



- 能動的に情報収集しているサンプル（展示会 / DM）が増えたことで、「何からやればいいのかわからない」という課題感が大きく増えたものの、企業一般で捉えた時に、「女性の健康課題」に対して企業としての優先度が低い（結果、予算も人的リソースも割かれていない）ケースが大半であることは引き続き変わらない。
- 「女性の健康課題」が後回しにされている企業では、3社に2社が、仮にこれらの課題が解決した後でもフェムテックが検討できないと回答しており、フェムテックに対する認知や期待値の低さが見て取れる。

ヒアリング結果詳細 「女性の健康課題」 以外の人事課題

問1で「いいえ」と回答した企業のみ追加質問

問13：「女性の健康課題の解決」以外に、人事上どのようなご課題の優先度が高いのでしょうか？（自由記述）

回答全体 (n=62) ※キーワードをグルーピング

読み取れる課題点①

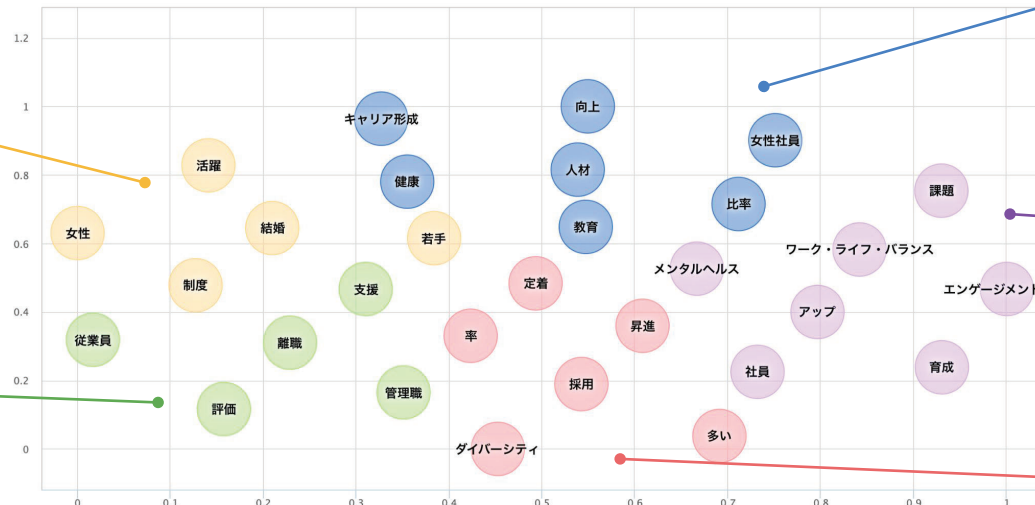
ワード：結婚・若手・活躍

ライフステージに応じた若手のキャリア支援制度

読み取れる課題点②

ワード：評価・従業員・離職・管理職

従業員評価制度の公平性
管理職が起因となる離職率の増加



読み取れる課題点③

ワード：女性社員・比率・キャリア制度

女性社員比率の向上
男女問わないキャリア形成・人材教育

読み取れる課題点④

ワード：ワークライフバランス・エンゲージメント・メンタルヘルス

組織へのBelonging
ワークライフバランスのケア

読み取れる課題点⑤

ワード：ダイバーシティ・採用・昇進

女性の管理職比率・昇進
組織のダイバーシティ推進

- 引き続き「女性の健康課題解決」以外とした上で、それでも人事上で挙げられる課題は「女性の〇〇」に関することが多い。すなわち「女性の健康課題」を「女性活躍推進」の課題に結びつけることができず、人事上の課題を精査できないまま、ロードマップを描かず、些末なその場しのぎの施策を繰り返すだけになっていることが予想される。
- 今回の回答、300社以上は空欄で提出。まだまだ人事課題を具現化できない傾向がある。
- Belonging、ダイバーシティといった、D&I関連のキーワードについてはフェムテック以外で解決すべき課題だと考えられる。

本事業の成果と課題
~carefullを通じたプレゼンテーションの改善~

調査概要

調査目的

本アンケート調査は、フェムテック等サポートサービス実証事業費補助金事務局が作成した採択事業共通の調査項目に基づき、「carefull」導入前後の活用成果等を整理するために実施した。

実施企業

13 社

調査概要

「carefull」導入前と後で1回ずつ同じ内容のアンケートを送付。施策前後の影響を見ていく。



アンケート調査設問内容

以下のアンケートを「carefull」サービス利用前後に実施いたします。

1：属性（事前）

- 1.1. 年齢
- 1.2. 性別
- 1.3. 現在の雇用形態と勤務状況について教えてください
- 1.4. 現在の職種について教えてください
- 1.5. 現在の役職について教えてください
- 1.6. 子の有無について教えてください
- 1.7. あなたが抱えている健康課題の領域について、あてはまるものがあれば教えてください

1：属性（事後）

- 1.1. 性別
- 1.2. 今回のプロジェクトで株式会社nanoni提供のどのサービスを利用しましたか

2：仕事の評価

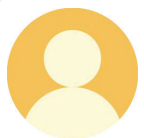
- 1.1. あなたの仕事において、0が誰でも達成できるような仕事ぶり、10が最も優れた勤務者の仕事ぶりとしたとき、同僚等、あなたと似た仕事に携わる他の社員の普段の仕事ぶりを、あなたはどのように評価しますか
- 1.2. あなたの仕事において、0が誰でも達成できるような仕事ぶり、10が最も優れた勤務者の仕事ぶりとしたとき、過去1-2年のあなたの普段の仕事ぶりを、あなたはどのように評価しますか
- 1.3. あなたの仕事において、0が誰でも達成できるような仕事ぶり、10が最も優れた勤務者の仕事ぶりとしたとき、過去4週間（28日間）の間の勤務日におけるあなたの総合的な仕事ぶりを、あなたはどのように評価しますか

3：プレゼンティーズムについて

- 1.1. 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響について、これまで意識したことはありましたか
- 1.2. 女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください
- 1.3. 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、イメージできるものを教えてください
- 1.4. 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、すでに行動に移したことがあるものを教えてください
 - 1.4.1. （3.4で「特になし」以外を選択した方に伺います）行動した結果、あなた自身のキャリアにどのような良い影響がありましたか
- 1.5. 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、どのような人からの協力が必要だと思いますか
- 1.6. 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、すでに協力を得たことがある人がいれば教えてください
 - 1.6.1. （3.6で「特になし」以外を選択した方に伺います）協力を得た結果、あなたのキャリアや組織に良い影響があったものを教えてください

セミナー参加者の声 (事後アンケート 49件)

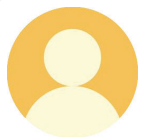
自分自身が学ぶことへのニーズ



月経時の諸症状が色々あるのを今まで知らず、「下腹部痛」「眠気」くらいだと思っていた。

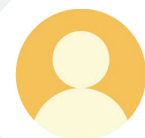


ダイバーシティの面でも、自分や家族の健康サポートの面でも学ぶ事が多くあった。

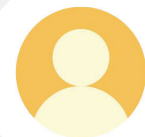


娘の子宮頸がんワクチン接種の案内が届いたところだったので、大変ためになった。

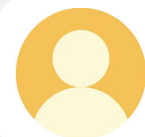
男性マネジメントへ理解を求めるニーズ



男性マネジメントのリテラシー向上が組織内コミュニケーション活性化の為に大切な要素だと思う。



このようなセミナーに男性の方もこぞって参加してもらえると、もっと理解が進み、話しやすい環境整備に繋がるのではないかな。



マネジメント層には必須のセミナーとしても良いと感じた。

匿名掲示板 参加者の声

(デプスインタビュー 2人)

女性特有の悩みを相談したいニーズ



健康管理室はあるが、女性特有の健康課題に関する専門性がないので、中途半端な感じでこれまで相談しづらかった。

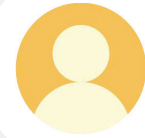


匿名で投稿できるので、デリケートな悩みも聞けた。

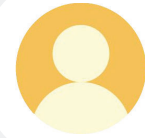


些細なことも聞きやすかった。

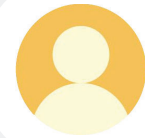
同じ悩みで繋がりたいニーズ



職場に女性が少ないので、悩みがあってもこれまで同僚に聞きづらかった。



正しい知識を得たいのもあるが、同じ状況の人がいると知ることで安心できる側面も強かった。



小さなことでも自分の体験を共有することで、誰かの役に立てると嬉しい。

京都女子大学 講義参加者の声

(感想レポート 261人)

学ぶ機会へのニーズ



今回の授業で、自分が一番知りたかった分野の情報が知れたと感じた。

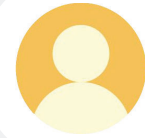


数年後社会人となったとき、男女関わらず社会全体がフェムテックの知識を持ち得てほしい。

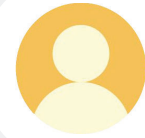


今回のお話は義務教育として学ぶべきだと感じた。女性・男性特有の症状をお互いに理解し合い、歩み寄ることが「男女平等」への第一歩だと思う。

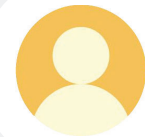
企業の福利厚生を求めるニーズ



ただやりがいを求めるのではなく、女性への福利厚生が充実していることも重視しながら就職活動をしようと思う。



企業選びの際、働く女性の健康を支援する制度があるか、女性ならではの悩みを気軽に話せる環境があるかも視野に入れたと思った。



私自身月経の際の症状が重く、仕事になったら困ってしまうだろうと考えていた。フェムテックの取り組みが増えたら助かる。

今後の事業展開

1

企業のフェムテック活用の優先度を上げる活動

今回のヒアリング調査から、まだ多くの企業では「女性特有の健康課題」を経営上の課題として捉えていないことが分かった。フェムテックの活用を企業にとっての経営アジェンダに入れていくためには、「女性の健康課題解決」を単発の福利厚生的な企画として捉えるのではなく、経営課題の解決策の一つとして認知してもらうことが必要である。その1つの可能性として、今回、大学生への講義を通じて、新卒採用市場においてフェムテック導入が有利に働く可能性が見えた。このように nanoniとして引き続き、「経営課題の解決策としてのフェムテック」を追求し、市場形成に寄与するための施策を検討・実施していく。

2

提供サービスの改善

セミナーや匿名掲示板の参加者からの声を受けて「①男性マネジメント層への学びの機会提供」「②悩みに直面する当事者がサポートし合える環境づくり」という課題が見えた。サービスの満足度を向上させていくために、セミナーでは男性も参加したくなるような学びの機会の醸成やコンテンツの強化、相談窓口では同じ状況の方々が繋がれる機会・仕組みの開発を目指す。

協力企業（一部抜粋）

ご協力いただき、ありがとうございました。

積水化学工業株式会社
TBCグループ株式会社
川崎重工業株式会社
株式会社新日本科学
ミネベアミツミ株式会社
ピジョン株式会社
三井住友海上火災保険株式会社
株式会社アイスタイル
ヤフー株式会社
株式会社サンシャインシティ
株式会社ジinz
株式会社三越伊勢丹ホールディングス
オルビス株式会社
三井不動産株式会社
全日本空輸株式会社
あすか製薬ホールディングス株式会社
パーソルキャリア株式会社
京セラ株式会社
あいおいニッセイ同和損害保険株式会社
株式会社LIFULL
株式会社デジタルホールディングス

花王株式会社
KDDI株式会社
丸紅株式会社
帝人株式会社
アクサ生命保険株式会社
イオン株式会社
楽天グループ株式会社
東京海上日動あんしん生命保険株式会社
株式会社島精機製作所
ブックオフグループホールディングス株式会社
カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社
凸版印刷株式会社
株式会社大林組
P&Gイノベーション合同会社
アクセンチュア
株式会社NTTデータ
株式会社セリオ
三井化学株式会社
シチズン時計株式会社
株式会社ニチイホールディングス
株式会社建デポ

他、合計466社

**女性の健康課題が認知され、
ケアできる世の中にしていくために。**

**まずは、何かを「やってみた」という取り組み
実績を増やすことが大事だと考えています。
ぜひ、一緒に「企業」×「フェムテック」領域の
先駆者となって盛り上げていきましょう！**

14.

不妊治療当事者のウェルビーイング向上のための心理ケア事業
(代表団体：株式会社ninpath)

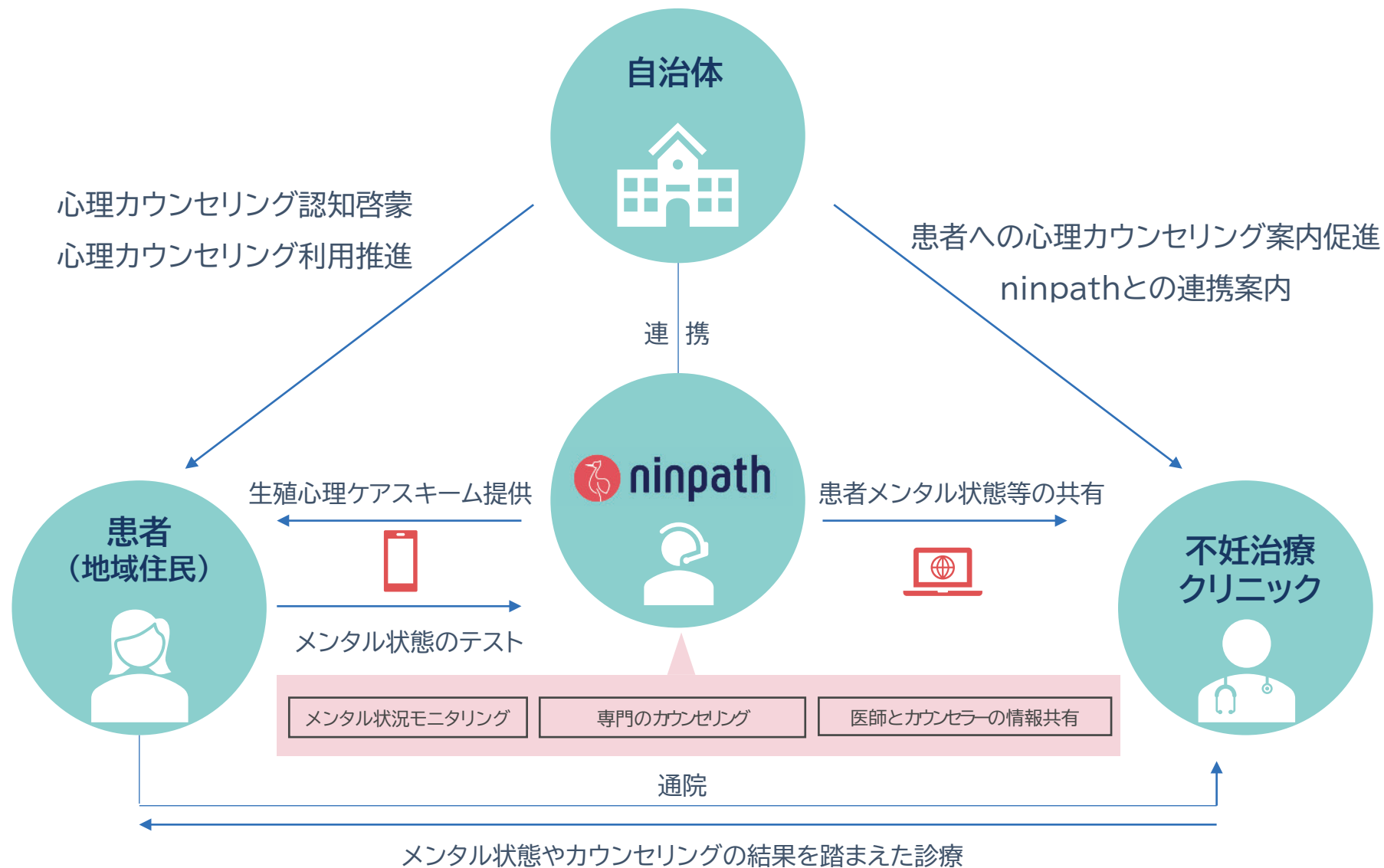


採択事業名

株式会社ninpath

不妊治療当事者のウェルビーイング向上のための
心理ケア事業

1. 事業計画(事業目的と実施事項)



2. 事業計画に基づき実施したこと

利用者の獲得

- 協力自治体の開拓(目標の3自治体からの協力を実現)

宮城県仙台市
人口108万人

富山県
人口104万人

神奈川県藤沢市
人口42万人



12月より

全国の一般利用者
に対象を拡大

医療機関連携

- 連携医療機関の開拓
- 説明会の実施
- 患者情報連携のサイト構築

等

住民向け心理ケア
サービス提供

- カウンセリング予約サイト構築
- SNSを用いた告知/啓発施策の実施
- オンラインカウンセリングの実施
- 成果測定の実施

等

3.本事業の成果と課題

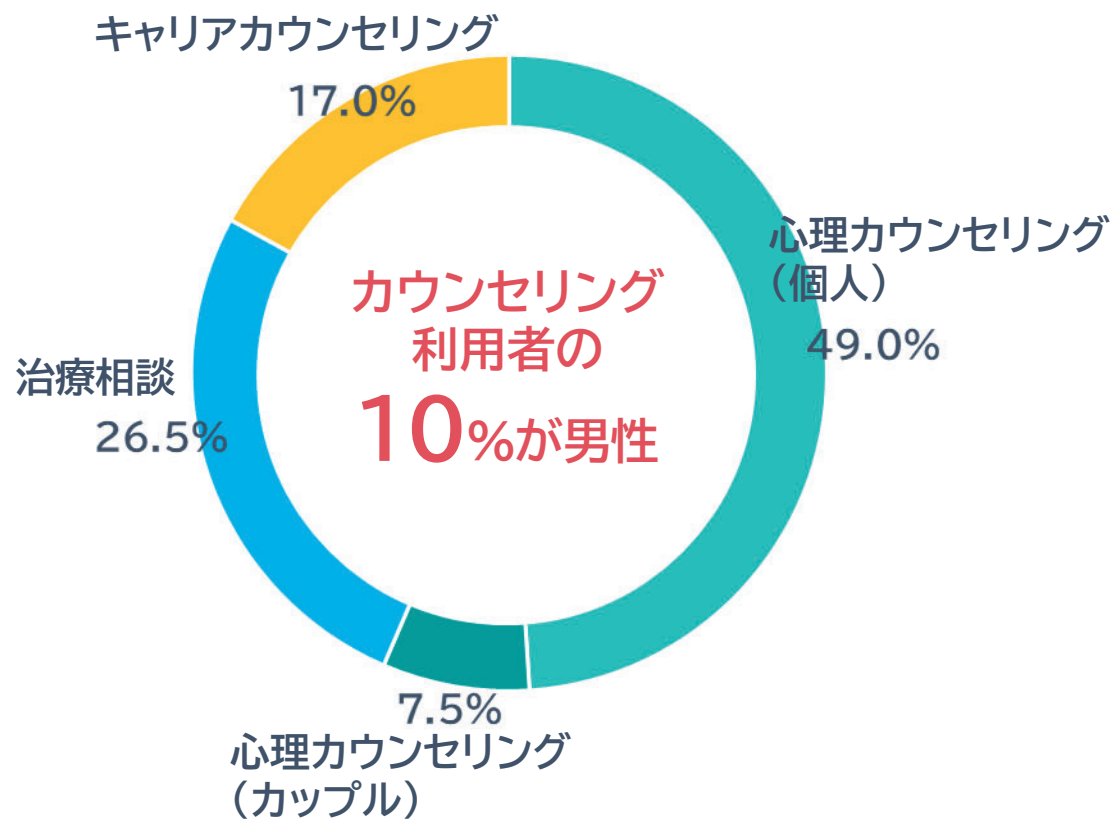
カウンセリングの実施内容と利用者属性

成果

課題

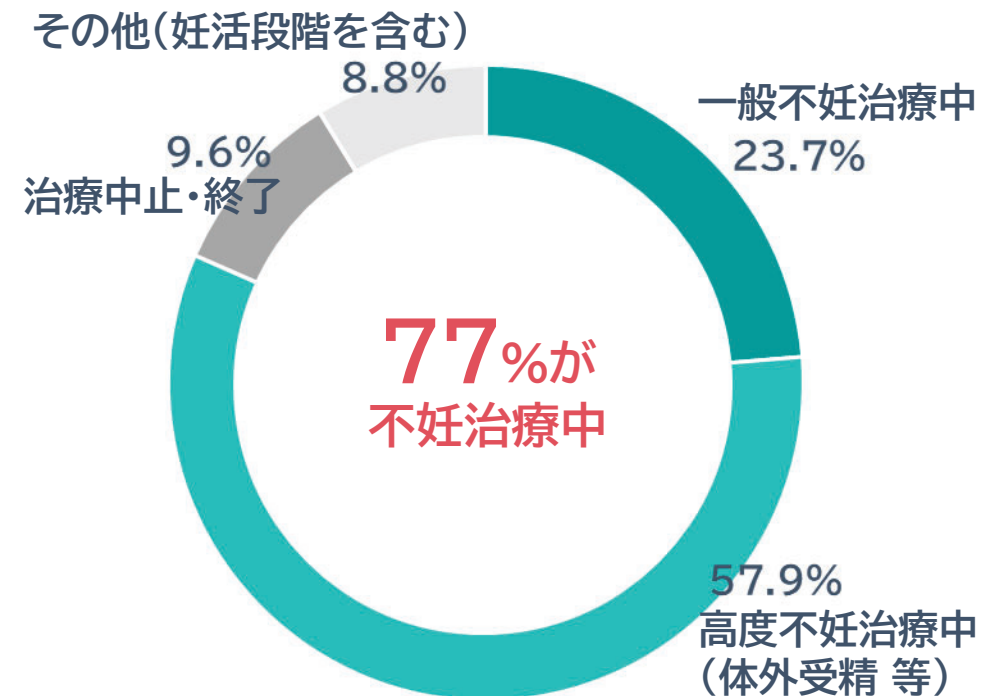
想定より男性の参加が多かった

n=147



狙い通り不妊治療中の方に利用いただけた

事前アンケート、n=126



3.本事業の成果と課題

利用満足度と事後アンケートから見える成果

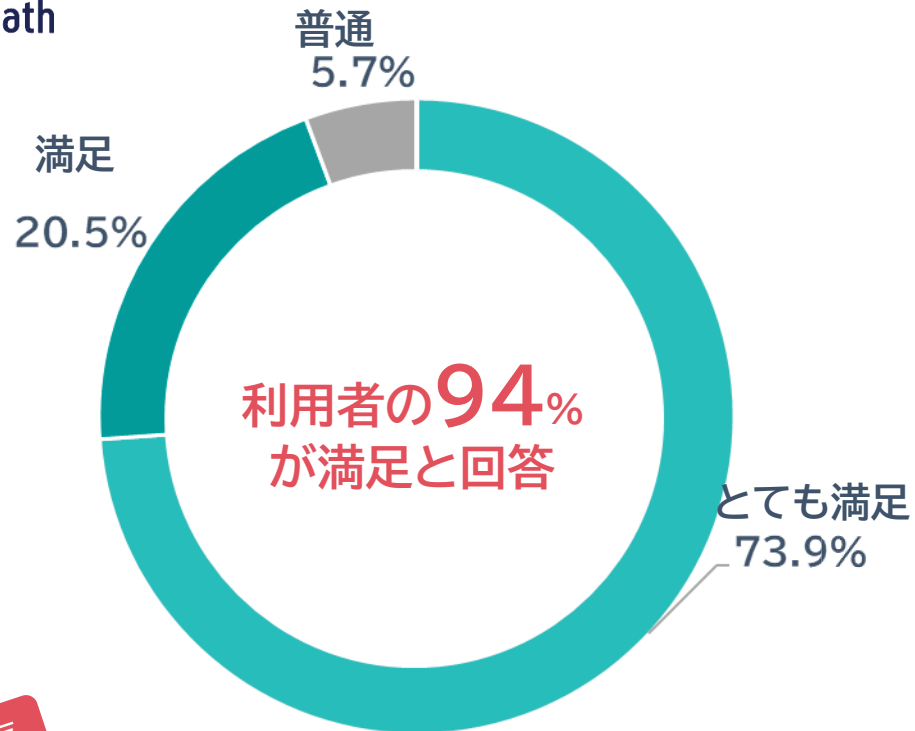
成果

課題

カウンセリングについては高い満足度が得られた

ninpath

任意回答の利用後調査、n=88

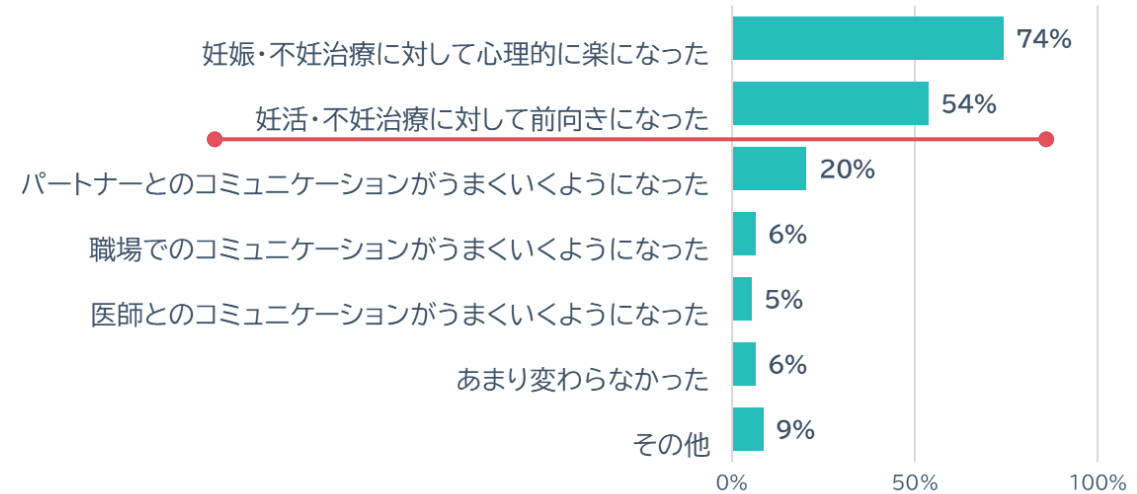


利用者の声

- 少ない事前情報から多くを汲み取ってもらえた
- 話すことで自分の思考が整理された

妊活等に対して前向きになった方が半数以上

事後アンケート、n=106



利用者の声

- 全面的に味方になり話を聞いてくれて励みになった
- 気持ちがスッキリし、期待以上に前向きになれた

3.本事業の成果と課題

利用後のフィードバックコメント

生殖心理カウンセリング

成果

課題

正しい言葉ほど弱ってしまう今の私に、**全面的に味方でいてくださり、道標を提案してくださって、まいていた心がすごく楽になりました。**(30代女性)

夫との治療に対する気持ちのすれ違いを感じてストレスだったが、目から鱗な視点でのアドバイスで**ポジティブに取り組めるようになった。**(30代女性)

まとまりのない話も丁寧に聞いてもらい、誰にも話した事がない内容をお話する事で、**自分自身の気持ちを改めて知る事ができて、とても良い時間になりました。**(30代女性)

どうせ決めるのは自分自身だから、カウンセリングを受けても何も変わらないだろうと思っていましたが、**実際相談してみたら次の一歩がすぐに決まった。**心にすーっと風が吹いていったかのような爽やかな気持ちです。(30代女性)

不妊治療の末に妊娠するも、流産してしまい、本当に辛い気持ちでしたが、短い時間で私の性格を理解してくださって、自分の気持ちを整理でき、楽になりました。**立ち直るきっかけを与えていただいて感謝している。**(30代女性)

引き出す質問をしてくださり、気づいたら自分の気持ちが話せているような感じで、**終わってみたらポジティブな気持ちが溢れていて自分でもびっくりしました。**これからまた**前向きに治療を進められそうです。**(30代女性)

思考のクセやごちゃっとした課題を丁寧に紐解いて、整理してもらい、**とてもスッキリ!**心理カウンセリングのイメージがいい意味で覆り、自分の**メンテナンスとして定期的に受けられたら最高だ**と思った。(30代女性)

生殖心理カウンセラーでないと難しい**センシティブな内容の話ができて、本当に満足です、継続利用したいです。**(40代女性)

初めてとは思えないくらいスムーズな会話で、**少しの事前情報で多くを汲み取ってくれた、**信頼して話せた。(30代女性)

過去1番のどん底&情緒不安定で**精神的に限界で、自分で消化できる状態ではなかったところを、丁寧に整理いただいて、落ち着くことができました。**やっぱりプロは違うなと思いました。SNSで見かけてすぐ翌日の夜にカウンセリングが受けられてラッキーでした。おかげさまで**前を向けそうです。**(40代女性)

カップルカウンセリング

夫である**自分の気持ちをすばらしく言語化**していただき、妻とのわだかまりも取れました。不妊治療への向き合い方としてこれまでの自分の行動を振り返り、今後どんな点を意識して取り組めばよいのか具体的に見え、非常に良い時間でした。(30代男性)

夫婦だけで話すと堂々巡りになるような話も、夫婦**2人の気持ちに寄り添って聞いてもらえ、前に進めるよう**になります。(30代女性)

不妊治療の場合、女性と男性が治療に取り組む意識や方針の違いから、夫婦間に衝突が起こりがちだが、生殖専門のカウンセラーさんと、夫婦間の温度差をうまくすり合わせてもらえる。**非常にありがたい存在であり、カウンセリングは不妊治療にとって必ず必要なプロセスだと実感**した。(50代男性)

夫婦の**妥協点をうまく導いて**くれて、良好な関係で治療に向き合えている。(30代男性)

キャリアカウンセリング

ぼやっとした不安にも、意図を汲んでくださり的確なアドバイスで、**実際の職場での相談の仕方などすぐに実践**できました。不確定要素が多く、誰にも相談出来なかったのが、今後のキャリアのヒントも得られ、カウンセリングを受けてよかった。(30代女性)

新しく仕事を始めても不妊治療と両立することが出来るのか、**悩んでいましたが、働くことに少し自信が持てました**。このようなカウンセリングがもっと広まって、不妊治療に悩む多くの方々の支えになるといいと思いました。(30代女性)

上司に不妊治療についてどう伝えたら良いか整理でき、**実際上司ともスムーズに会話ができて、通院しやすいようにサポート体制を整える**と言ってもらえました。通院のストレスで精神的にだいが落ち込んでいたのですが、また前向きに頑張ろうと思えました。(30代女性)

漠然としたキャリアの悩みについて、お話を聞いていただく中で整理されたように思います。また、育児・不妊治療と両立する観点でのキャリアの**情報収集の仕方を具体的に教えていただきとても参考**になりました。(40代女性)

3.本事業の成果と課題

利用後のフィードバックコメント

不妊カウンセリング(治療相談)

成果

課題

多角的な視点で情報を整理してくださったので、本当に参考になり、治療に対する気持ちも安定した。治療仲間と話をするのはまた違って、**治療の相談をするならやはりプロが良いことを実感**した。(30代女性)

豊富な知識で、クリニックでは時間が気になってしっかり質問できなかったことも丁寧に教えていただきました。ネットにはいろんな情報が出ているので逆に迷ってしまうこともあるが、今の治療はとても妥当で、自分に**必要な検査や治療ができていて、納得できて、焦る気持ちも落ち着いた**。また相談したい。(30代女性)

正しい情報収集が困難な不妊治療ですが、客観的な説明で冷静になれた。保険内診療は諦めていたが、考え直すきっかけに。男性の精索静脈瘤の可能性などを知ることができ、これをきっかけに**夫としっかり話し合える機会をもてた**。(30代女性)

不妊治療に関する基本的な事項から丁寧に教えていただけて、**前向きに治療に望めそう**です。夫婦での話し合いについてもアドバイスいただいて有意義でした。(30代男性)

クリニックの資料だけでは体外受精の治療について把握するのは難しかったが、メリット/デメリット含め正しい情報をわかりやすく示してもらえ、**今後のステップを考える材料が増えてとても良かった**。(30代女性)

とても親身になって話していただき、各種治療法についての説明もわかりやすく、**夫婦ともに治療に対する不安や迷いを除くことができました**。(30代男性)

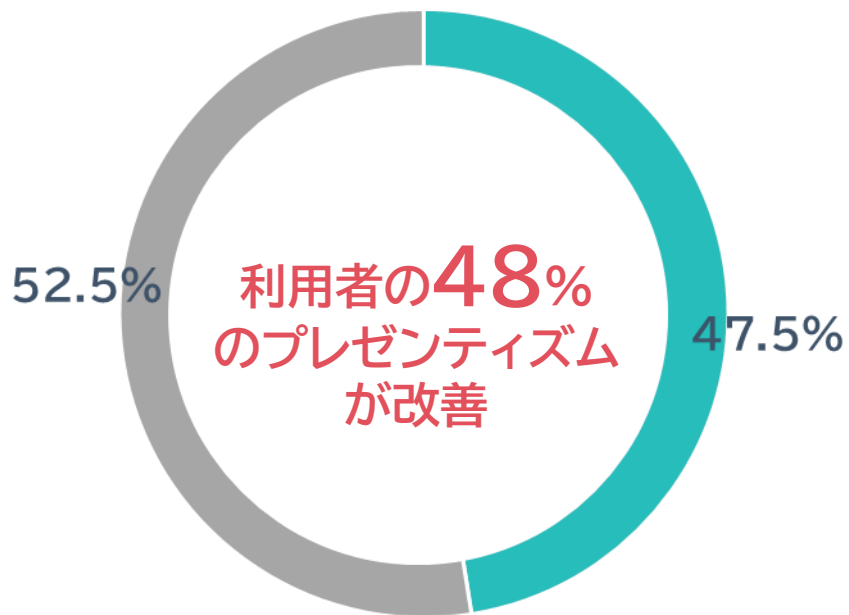
地方在住で体外受精についてなかなか深く話ができる方とは出会えません。知り合いにも上手く相談出来ませんので、このカウンセリングの時間は大変貴重でした。**教えて頂いたことや励ましの言葉などのアドバイスは、今後の妊活の支えになります**。(40代女性)

今後の方向性など、**今まで答えが出ず一人でモヤモヤしていたことが、明確化しスッキリ**することができました！ただ話を聞いてもらうだけでなく、**統計的なお話やアドバイスも頂けたことは想像以上に良かった**です。改めてこのような機会があることは大切だと思いました。(40代女性)

保険制度のこと、PGT-Aのこと、病院のことなど多岐に渡ってお詳しく、新しい情報をお持ちだったので、とても参考になりました。論文などの情報も含めて**エビデンスに基づく信頼できるお話**でした。病院では相談できないこと、相談しにくいことをじっくり聞ける機会は貴重で、今後も無料で受けられたらうれしいです。(30代女性)

約半数の利用者のプレゼンティズムが改善

事前事後アンケート n=80
(共通指標の有効回答のみ)



相対的プレゼンティズム
(平均値)

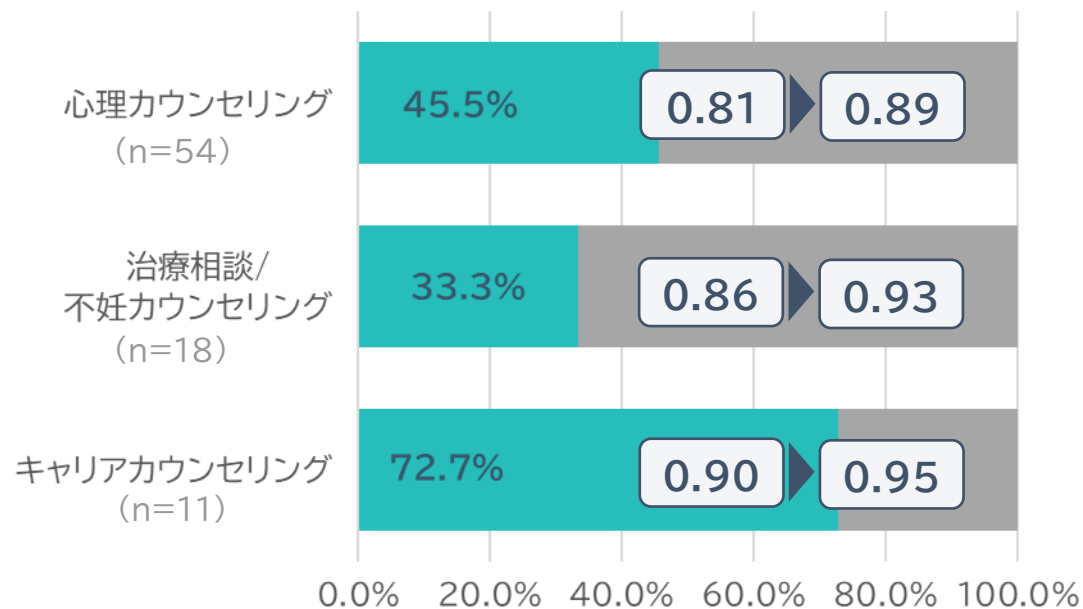
Before
0.82

After
0.91

カウンセリング種類による傾向が顕著

事前事後アンケート n=83(男性を含む)

■改善した人 ■その他



※右の数字は相対的プレゼンティズム(平均値)の前後比較

3.本事業の成果と課題

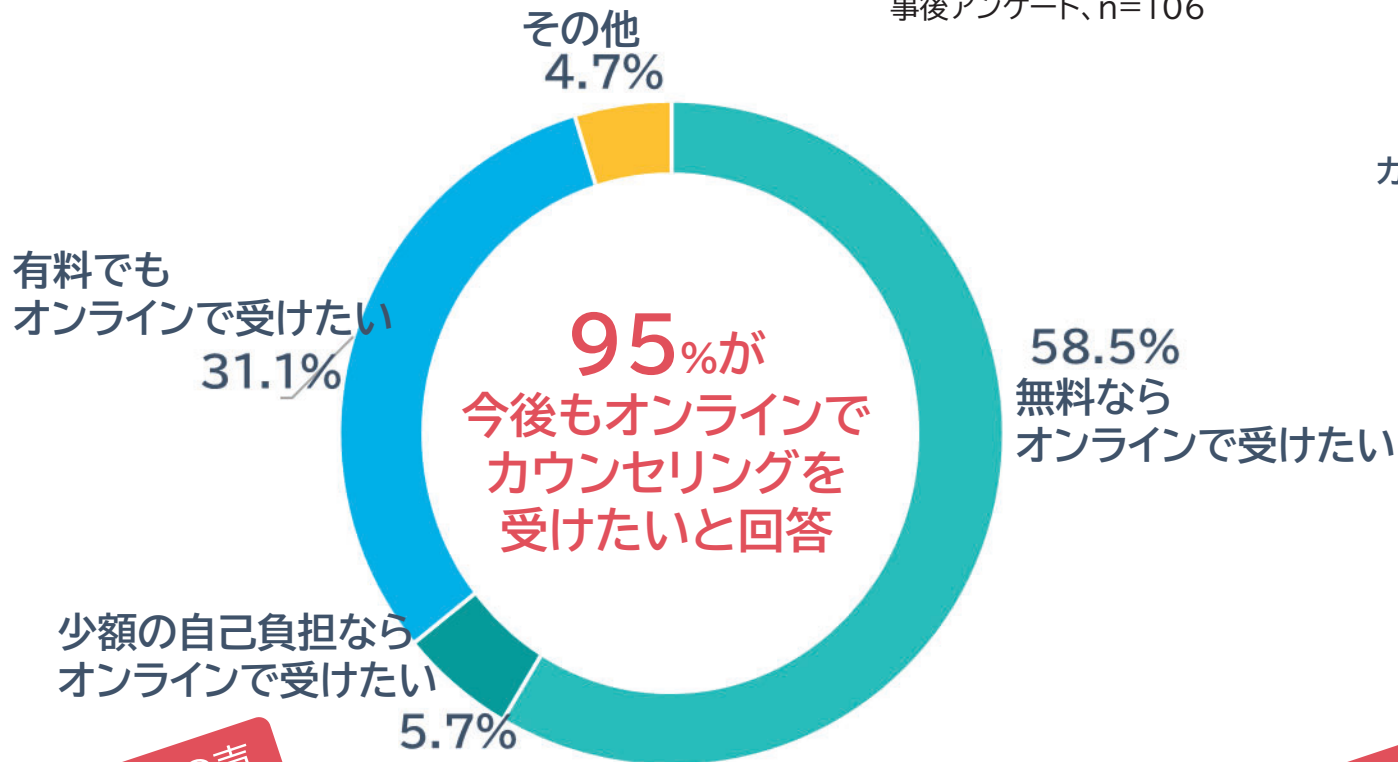
継続的なサポート体制をどう作っていくか

成果

課題

事業として費用負担の軽減を希望する声が大多数

事後アンケート、n=106

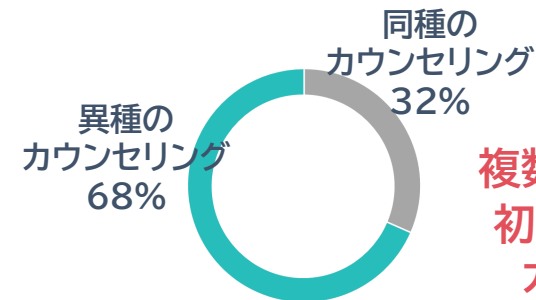


利用者の声

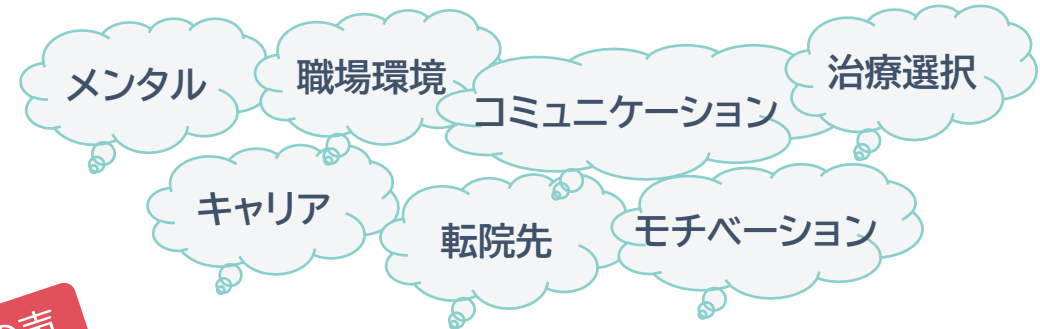
- 継続的に利用したいが、1回1000円程度なら嬉しい
- 自治体や国での費用補助を継続してほしい

チームとしてのサポート体制の必要性

複数回利用者 n=19名



複数回利用した方の**70%**が
初回と2回目は異なる種類の
カウンセリングを利用した



利用者の声

- 悩みや相談したいことが多く、どのカウンセリングを受ければよいか選ぶのが難しかった

今後の事業展開

自治体様・企業様での本事業導入の推進

本事業でわかったこと

- 内容についての満足度は高いことが確認された
- 一方で、特に費用負担が利用者にとってのネックとなる可能性が高い

今後の取り組み

- 効果測定の結果をふまえての、自治体様、企業様への導入ご提案

カウンセリングを利用しやすい仕組みづくり

本事業でわかったこと

- 認知拡大とともに、最初の利用ハードルを下げるための取り組みが必要
- 単発のカウンセリング提供にとどまらない枠組みの重要性

今後の取り組み

- 初回無料でのカウンセリング提供スキームの構築（対応済み）
- カウンセラー間での情報共有など、多様な困りごと、悩みへの対応の仕組みの検討
- アプリでの継続的なメンタルチェック→カウンセリングを実現するUIの改善



子どもを望む、ひとりひとりの道しるべ

- 会社名 株式会社 ninpath
- 代表者 代表取締役 神田 大輔
- 住所 東京都港区新橋 1-12-9 7F
- 設立 2020年3月
- 沿革 2019 年より ninpath を開発
2020 年 3 月 株式会社 ninpath 創業、Web アプリ版を提供開始
2020 年 12 月 Android 版、iOS 版を提供開始
- サービス 『不妊治療可視化アプリ』- 不妊治療の治療記録・管理・比較
『キャリア両立支援』 - 不妊治療と両立を支援するHRサービス

【お問い合わせ窓口】 ninpath運営事務局 info@ninpath.co.jp

15.

フェムテックを活用した企業・自治体の行動変容を促す「伴走型アクティブラーニング・プログラム」実証事業 ～gender learning innovation～
(代表団体：株式会社陽と人)

フェムテックを活用した企業・自治体の行動変容を促す 「伴走型アクティブラーニング・プログラム」実証事業

【プログラム詳細サイト】<https://mieru-diversity.studio.site/>

株式会社陽と人（ひとびと）【福島県国見町】
（デリケートゾーンケアブランド『明日 わたしは柿の木にのぼる』）

株式会社ライフサカス【群馬県前橋市】
（フェムケアメディア『UMU（ウム）』）

1 事業テーマ・背景・目的について

- 女性の健康課題に問題意識が薄い場合、無理にセミナー等で啓発しても具体的な能力向上や行動変容には繋がらないことが多い。女性の健康課題に問題意識が薄いことについては、時代背景や社会背景が異なる世代・地域で認識にギャップが生じるのは当然であろう。
- このような中、社会を分断せず、対立構造を生み出さない形で「問題を自ら発見し」、「問題を個人ではなく組織・社会の問題として昇華させ」、「みんなで解決する問題として行動する」というサイクルをつくっていきたいと考えている。
- そのためには、単にセミナーにとどまらないアクティブラーニングの手法を導入した「新しい学び方」を取り入れ、個社・地域の課題や状況に対応する形で改善を行なっていく伴走型のプログラム開発が必要である。これにより、能力向上や行動変容につながる成果を適切に把握し、当該成果を広く社会へ発表していくことが必要だと考えている。

以上より、本事業では、最新のアクティブラーニングの手法を取り入れ、フェムテックを活用して、企業・自治体の行動変容を促す「伴走型アクティブラーニング・プログラム」を複数パターン開発・実証する。

本事業では、女性の健康課題について「個人の能力向上」と「組織の行動変容」そして「社会の変化の兆し」へ繋げることを目的とする。

2 プログラムの3つのポイント

1 組織で誰も 取り残さない

施策効果の高い4属性に向けた、
3つのオリジナルプログラム。
「面」で実証、
包括的に成果測定。

2 楽しく体験、 相互理解

「どうせわかりあえない」を
越えて行くために。
「体感型」重視の設計でみんなの
自分ごと、共通課題へ。

3 「守り」だけで なく「攻め」も

組織のインナー施策に止まらず、
女性の健康を事業開発に接続、
「イノベーション人材」創出の
取り組みも。

① 組織（支援者）の 「行動変容」

経営・管理職 編

□女性の健康課題を
自分ごと化し、ボ
ードメンバーのダ
イバーシティ確保、
企業経営視点で女
性活躍を捉え直す

人事・福利厚生 編

□女性の健康課題の
実態把握、重要性
再確認。
より効果的な複利
厚生の検討、ルー
ルメイキング機会に

※当事者外（男性等）従業員はここに参加を想定

② 個人（当事者）の 「能力向上」

女性従業員 編

□従業員が自らの健康
課題を捉え直し、
医療アクセスやセル
フケアを個人にあっ
た形で改善する

③ 事業の 「アイデア発見」

イノベーション 編

□女性の健康やフェム
テックを自社・地域
資源と掛け合わせた
事業創出について、
越境学習で考える

3 実施体制と実証先について（実施してきたこと）

支援者編

男性役職者含む支援者

当事者編

女性社員

イノベーション編

動画視聴の前に「事前アンケート」の実施

【0】「はたらく女性の心と身体」基礎講座【動画】

【1】視点&事例提供レクチャー
自組織と女性の健康・フェムテック
なぜ今女性の健康支援なのか？

【2】イメージーションワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした映像を使用したワーク

【3】ディスカッション&
アクションプラン策定
組織の現状と障壁、支援推進の取り組みと、制度施策の改良などをテーマに話し合い

【1】視点&事例提供レクチャー
「わたし」とフェムテック・セルフケア

【2】イメージーションワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした映像を使用したワーク

【3】わたしのトリセツワーク&
アクションプラン策定
自身の心身の不安やそれに伴う働きづらさの言語化、今後取り組みたいケア等について話し合い

【1】視点&事例提供レクチャー
「自組織や地域」とジェンダーイノベーション

【2】商品開発ワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした映像を使用したワーク

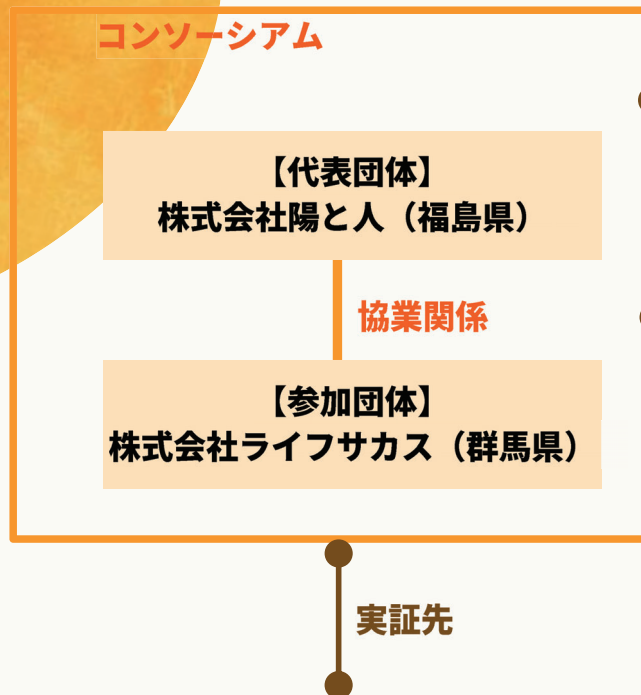
【3】ディスカッション&
アクションプラン策定
現状リソース洗い出し、実現計画テーマに話し合い

フェムテックアイテムの展示

プログラム実施後アンケート（全プログラム共通）

デプスインタビュー

3 実施体制と実証先について（実施してきたこと）



- ・ 富山県
- ・ 浜松いわた信用金庫
- ・ カゴメ株式会社
- ・ 群馬県安中市（2プログラム）
- ・ 福島県鮫川村
- ・ 長野県佐久市
- ・ zホールディングス株式会社
- ・ ライオン株式会社

（12～2月に実証プログラムを実施）

協力

アンコンシャスバイアスに気づくための映像制作

朴基浩（ぱく・きほ）さん

映画監督

2020年に『LOOKING FOR THATーアレを探してー』（※）を制作。

（※）発達障害の女性、セックスワーカー、PMSに悩む女性とそのパートナー、病気で子宮を摘出した女性、閉経した女性……15人の生理にまつわる証言をとらえた約60分のドキュメンタリー。



協力

Zホールディングス株式会社（LODGE）

映像撮影協力

Zホールディングス株式会社のLODGEにてアンコンシャスバイアスに気づくための映像を撮影



協力

群馬大学大学院保健学研究科 恩幣宏美准教授

実証の効果測定に研究として介入
（実証の第三者評価を実施）



協力

fermata株式会社

多様なフェムテック製品の展示用貸し出し協力



2022年11月2日 東京大学生産技術研究所主催フォーラムへ参加

「もしかする価値観」との出会い STEAMとD&I から広がる地平線
～STEAM 教育活動およびD&I活動を行うに当って、組織が異なる価値観に触れ続けることの重要性を社会発信することを目的としたもの～



4 本事業の成果と課題

【全編共通】

* アンケートで上位2つを選んだ人の割合を記載

- ヘルスリテラシーが向上した参加者の割合 **91.7%**
- 職場に一定数、女性特有の不調で悩んでいる人や、働きながら通院している人が存在することをより深く理解した参加者の割合 **93.9%**
- 女性特有の不調で悩んでいる人や、働きながら通院している人の当事者が、日常的に抱える「働きづらさ」をより具体的に理解した参加者の割合 **93.9%**

4 本事業の成果と課題

【支援者編】 * アンケートで上位2つを選んだ人の割合を記載

- 女性特有の健康課題について、マネジメントする上で最低限必要となる基礎情報を理解した参加者の割合 **89.0%**
- 貴社/貴団体で女性の健康支援を進める上での障壁、ボトルネックを具体的に特定できた参加者の割合 **90.1%**
- 女性特有の健康支援について個人としてできる一歩(行動)を明確化でき参加者の割合 **100%**
- 女性特有の健康支援について個人としてできる一歩(行動)を研修後1か月以内に実際に行動できた参加者の割合 **94.7%**(* 実施状況で「全く実施できていない」以外を選んだ人の割合)

4 本事業の成果と課題

【当事者編】 * アンケートで上位2つを選んだ人の割合を記載

- 女性特有の健康課題について、自身のセルフケア・健康管理をする上で最低限必要となる基礎情報を理解した参加者の割合 **100%**
- 働きながら自身のセルフケア・健康管理を進め、また不調時には組織に適切な支援を求めていく上で、それらを阻んだり、進めにくくする上での障壁、ボトルネックを具体的に特定できた参加者の割合 **58.3%**
- 自身が健やかに働くためのセルフマネジメント(セルフケア、行動習慣)としてできる一歩(行動)を明確化できた参加者の割合 **100%**
- 自身が健やかに働くためのセルフマネジメント(セルフケア、行動習慣)としてできる一歩(行動)を研修後1か月以内に実際に行動できた参加者の割合 **95.2%**(* 実施状況で「全く実施できていない」以外を選んだ人の割合)

4 本事業の成果と課題

【イノベーション編】 * アンケートで上位2つを選んだ人の割合を記載

- 女性の身体の仕組み(女性の身体のライフサイクル全般、月経、更年期など)について理解できた参加者の割合 **94.1%**
- 「地域資源のことを知る」という商品開発の考え方を今後実践的に取り入れられそうな参加者の割合 **82.4%**
- 「お客様のことを知る」という商品開発の考え方を今後実践的に取り入れられそうな参加者の割合 **82.3%**

3 実施体制と実証先について（実施してきたこと）

支援者編

男性役職者含む支援者

当事者編

女性社員

イノベーション編

動画視聴の前に「事前アンケート」の実施

【0】「はたらく女性の心と身体」基礎講座【動画】

【1】視点&事例提供レクチャー
自組織と女性の健康・フェムテック
なぜ今女性の健康支援なのか？

【2】イマジネーションワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした映像を使用したワーク

【3】ディスカッション&
アクションプラン策定
組織の現状と障壁、支援推進の取り組みと、制度施策の改良などをテーマに話し合い

【1】視点&事例提供レクチャー
「わたし」とフェムテック・セルフケア

【2】イマジネーションワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした映像を使用したワーク

【3】わたしのトリセツワーク&
アクションプラン策定
自身の心身の不安やそれに伴う働きづらさの言語化、今後取り組みたいケア等について話し合い

【1】視点&事例提供レクチャー
「自組織や地域」とジェンダーイノベーション

【2】商品開発ワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした映像を使用したワーク

【3】ディスカッション&
アクションプラン策定
現状リソース洗い出し、実現計画テーマに話し合い

フェムテックアイテムの展示

プログラム実施後アンケート（全プログラム共通）

デプスインタビュー

4 本事業の成果と課題

【概要】

群馬大学大学院保健学研究科 恩幣宏美准教授にご協力いただき、効果分析を実施。

- ・定量分析・・・アンケート結果の解析(回答率99%)
- ・定性分析・・・デプスインタビューの解析(対象人数29名)

4 本事業の成果と課題

【定量分析】 回答者の属性 n=91

		n	%
年齢	20歳代	4	4.4
	30歳代	17	18.7
	40歳代	25	27.5
	50歳代	42	46.2
	60歳代	3	3.3
性別	男性	55	60.4
	女性	36	39.6
子どもの有無	0人	22	24.2
	1人	11	12.1
	2人	44	48.4
	3人	13	14.3
	回答しない	1	1.1
女性職員・社員の人数	0人	6	6.6
	1～5人	49	53.8
	6～10人	19	20.9
	10人以上	17	18.7

職種	クリエイティブ	1	1.1
	その他	1	1.1
	営業	13	14.3
	管理 (人事・総務・経理・法務等)	27	29.7
	経営・企画	1	1.1
	研究・開発	10	11.0
	公務員	37	40.7
役職	事務・アシスタント	1	1.1
	その他	3	3.3
	一般社員	19	20.9
	課長相当	32	35.2
	係長相当	28	30.8
	主任相当	2	2.2
	部長相当	6	6.6
役員	1	1.1	
		平均値	SD
社会人の経験年数(n=38)		24.0	9.9
管理職の経験年数(n=24)		6.2	5.8

4 本事業の成果と課題

【結果概要】

母集団が正規分布していなかったため、ノンパラメトリック検定（Man-WhitneyのU検定）で解析を行なった。そのため、中央値で評価することとする。
n=91

	介入直前				介入終了後				有意確率p (両側)
	mean	SD	中央値	四分位 範囲	mean	SD	中央値	四分位 範囲	
Q1:女性特有の健康課題（※）について、マネジメントする上で最低限必要となる基礎情報の理解	2.7	1.0	3.0	1.0	4.3	0.7	4.0	1.0	.000
Q2:自組織にも女性特有の健康課題を有する当事者が存在することを認識及び理解（自分ごと化）	3.1	1.1	3.0	2.0	4.5	0.6	5.0	1.0	.000
Q3:女性特有の健康課題を有する当事者が日常的に抱える「働きづらさ」を支援者の立場としてより具体的に理解	2.7	1.1	3.0	2.0	4.5	0.7	5.0	1.0	.000
Q4:女性特有の健康課題に係る「本音」についてマネジメント層と当事者との間で認識の差があることの理解	3.2	1.2	3.0	2.0	4.6	0.6	5.0	1.0	<.001
Q5:自組織において「女性活躍」推進に伴い、女性特有の健康課題を緩和するための支援を実施する意義の明確化	3.4	1.0	3.0	1.0	4.6	0.6	5.0	1.0	<.001
Q6:女性特有の健康課題を緩和するための支援を実施することにより、自社の生産性及び企業価値の向上等の経営面にもプラスの影響を与え得るとの認識	3.4	1.1	3.0	1.0	4.5	0.7	5.0	1.0	<.001

（※）生物学的女性特有の年代・ライフサイクル（ライフステージ）に応じて生じうる、心身の不調および疾病の総称

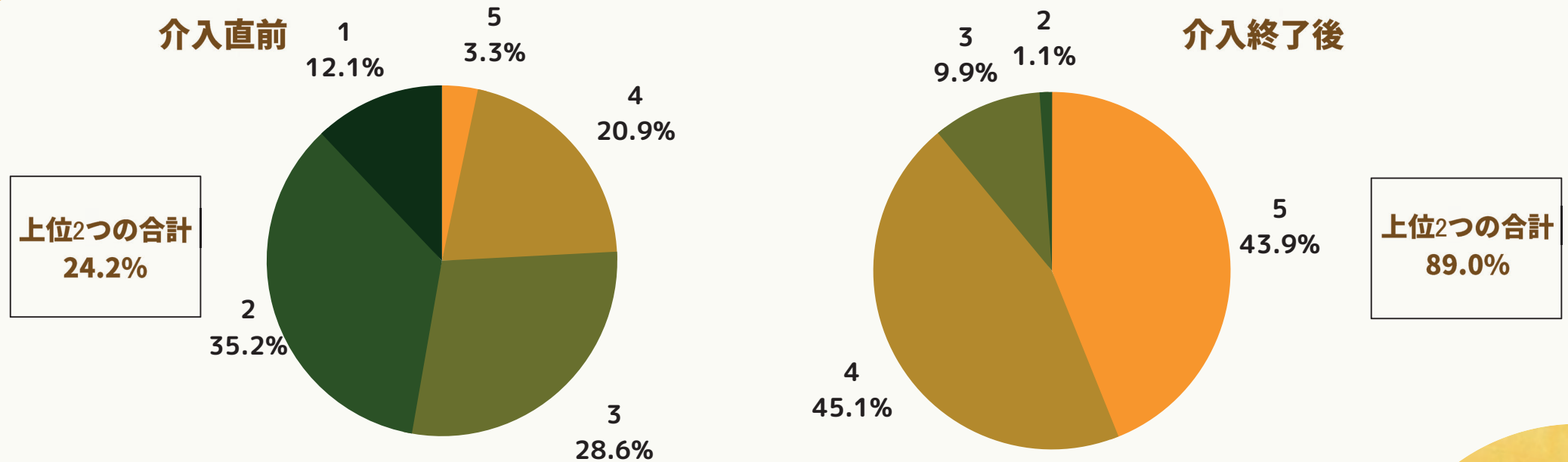
4 本事業の成果と課題

【結果概要】

- 前ページの解析結果のとおり、いずれの項目においてもプログラムによる介入効果が極めて高く、Q1をのぞいて2点(満点)上昇した。
- Q1についても上昇しているが、他の項目よりも上昇が低かった要因として、本プログラムは女性特有の健康課題に係る基礎知識をインプットするものではなく、ワークショップ形式でディスカッションをするものであるためであると考えている。そのため、さらに効果を出すためには、女性特有の健康課題に係る基礎知識をインプットするセミナーを事前に別途設けること等が有用と考えている。
- Q2～Q6については、介入後に大きく結果が向上しており、このようにアクティブラーニング型のプログラムで自分ごと化できたり、意義を落とし込むことができる「プロセス」を経ることにより、個人及び自組織の具体的な行動変容につながっていくことが実証された。

4 本事業の成果と課題

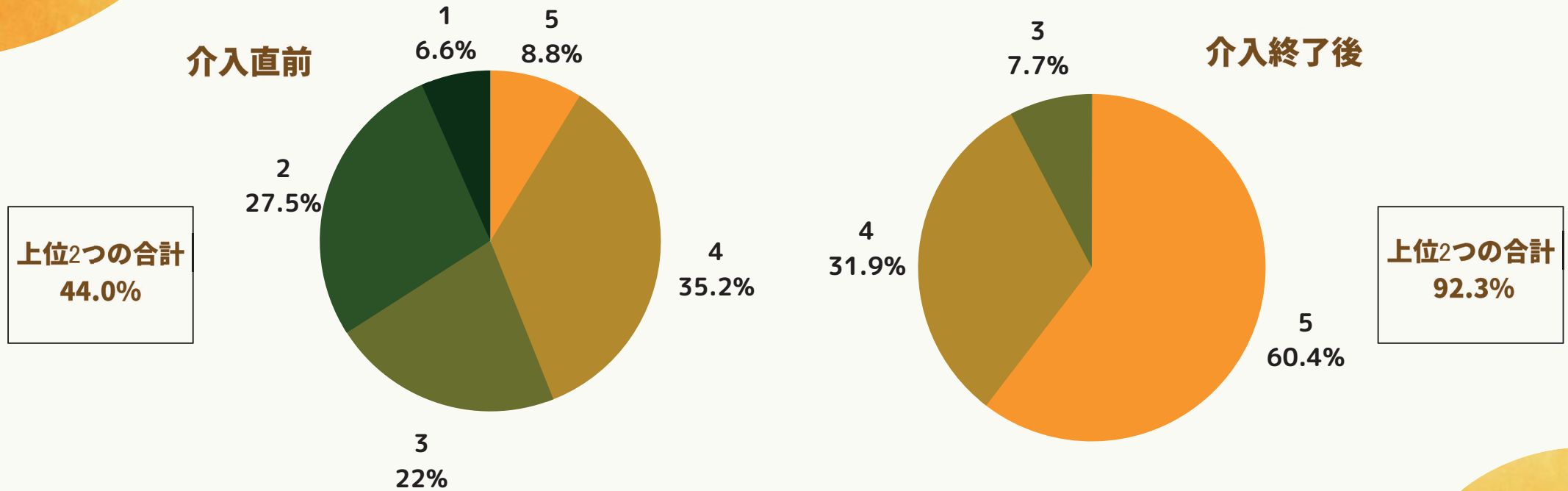
「女性特有の健康課題について、マネジメントする上で最低限必要となる基礎情報を理解していますか？」
 (全く理解していない 1 ~ 5 十分に理解している)



プログラム前後で「女性特有の健康課題」に関する理解度が
有意に上昇*した

4 本事業の成果と課題

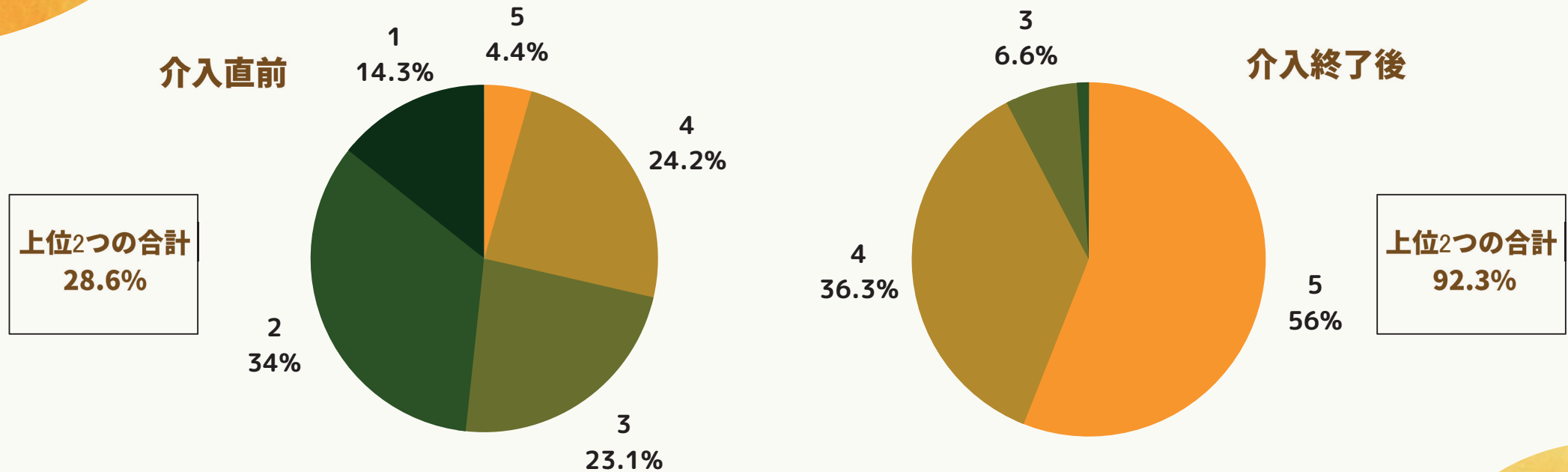
「職場に一定数、女性特有の不調で悩んでいる人、働きながら通院している人等が存在することを理解していますか？」
 (全く理解していない 1 ~ 5 十分に理解している)



プログラム前後で「女性特有の不調で悩んでいる人、働きながら通院している人等が存在すること」に関する理解度が
有意に上昇*した

4 本事業の成果と課題

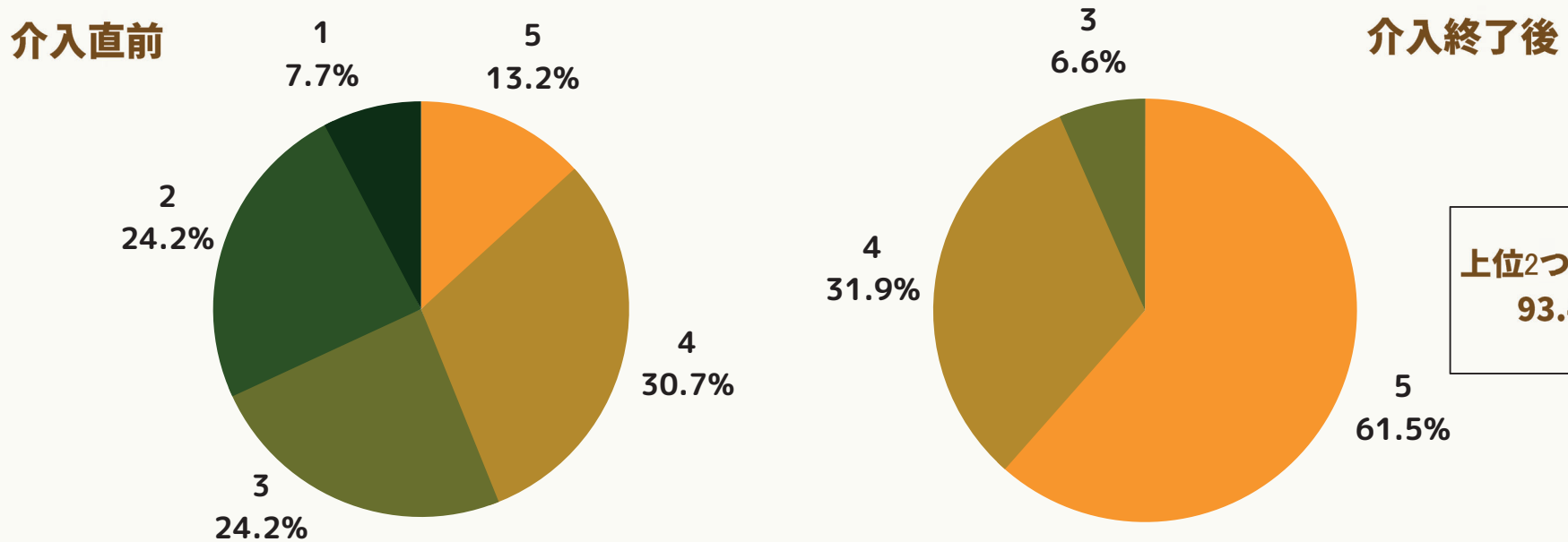
「女性特有の不調で悩んでいる人、働きながら通院している人等の当事者が、日常的に抱える「働きづらさ」を具体的に理解していますか？」
 (全く理解していない 1 ~ 5 十分に理解している)



プログラム前後で「女性特有の不調で悩んでいる人、働きながら通院している人等の当事者が、日常的に抱える「働きづらさ」」に関する理解度が
有意に上昇*した

4 本事業の成果と課題

「このテーマは見えにくくブラックボックス化しやすい課題であり、
本音が語られないまま退職されてしまうなど、
マネジメント層と現場の認識ギャップが存在することを理解していますか？」
(全く理解していない 1 ~ 5 十分に理解している)



上位2つの合計
43.9%

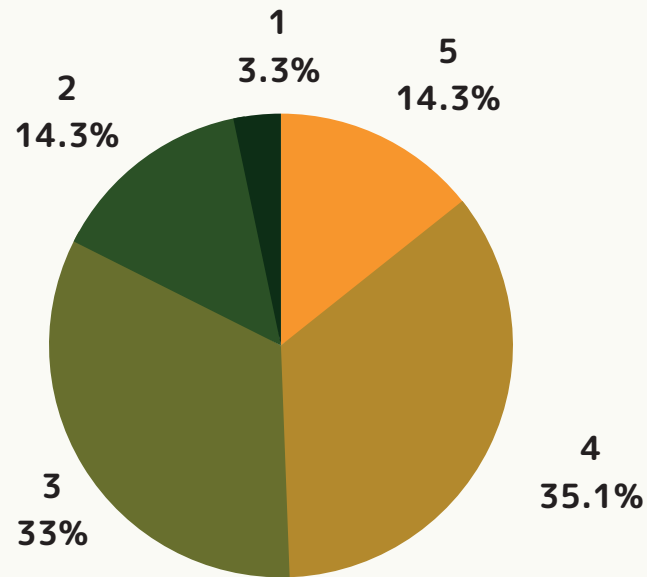
上位2つの合計
93.4%

プログラム前後で「このテーマはマネジメント層と現場の認識ギャップが存在すること」に関する理解度が
有意に上昇*した

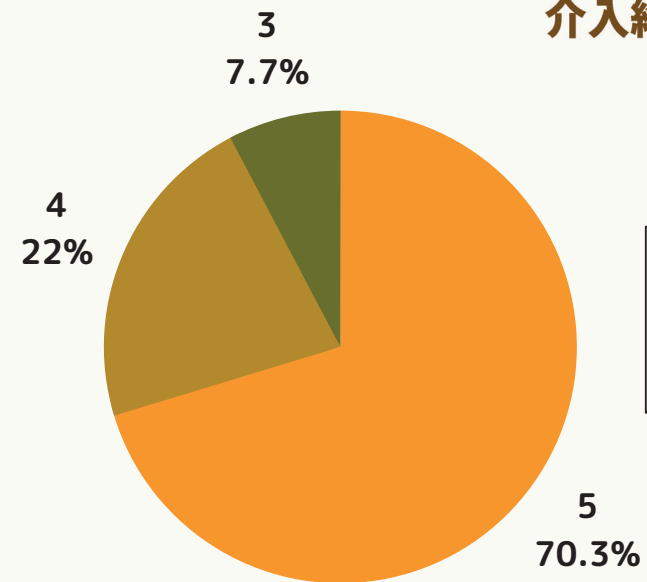
4 本事業の成果と課題

「貴社/貴団体において「女性活躍」にともなう
「女性の健康」支援を行うことの意義を理解していますか？」
(全く理解していない 1 ~ 5 十分に理解している)

介入直前



介入終了後

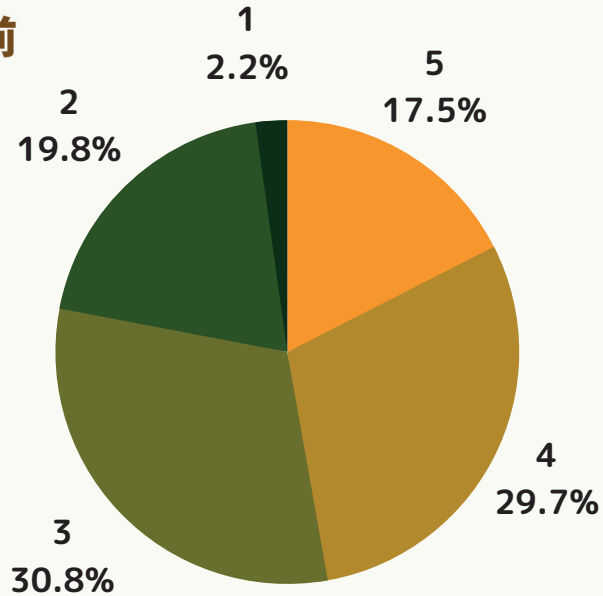


プログラム前後で「「女性活躍」にともなう「女性の健康」支援を行うことの意義」に関する理解度が
有意に上昇*した

4 本事業の成果と課題

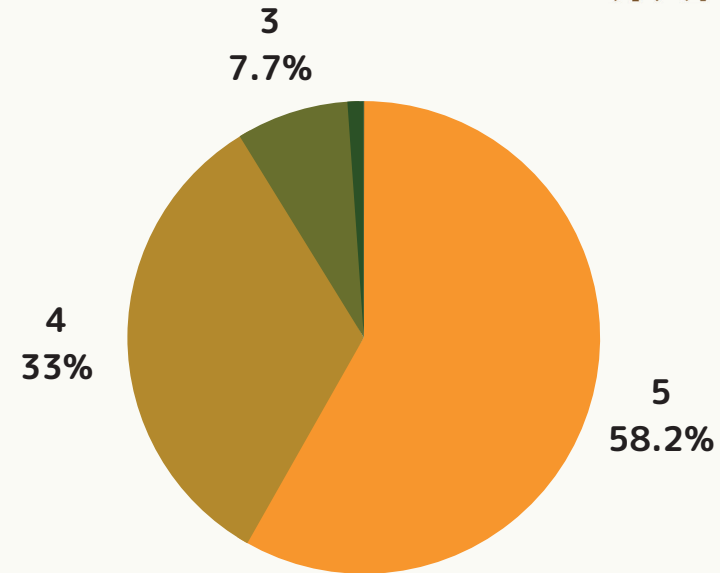
「『女性の健康』支援を行うことが、生産性や利益、企業価値向上など経営面にもどう影響を与えるかを理解していますか？」
(全く理解していない 1 ~ 5 十分に理解している)

介入直前



上位2つの合計
47.2%

介入終了後

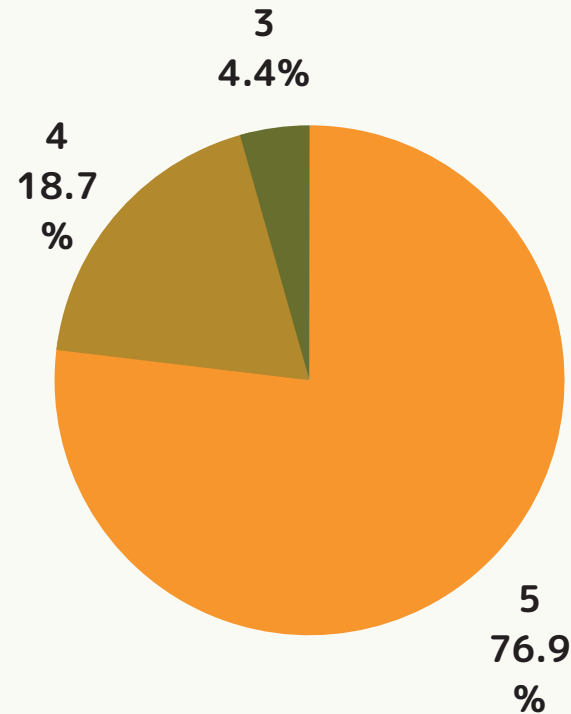


上位2つの合計
91.2%

プログラム前後で「女性の健康」支援を行うことが、生産性や利益、企業価値向上など経営面にもどう影響を与えるか」に関する理解度が
有意に上昇*した

4 本事業の成果と課題

「本研修プログラム全体はいかがでしたか。」
(全く有意義ではなかった 1 ~ 5 とても有意義だった)

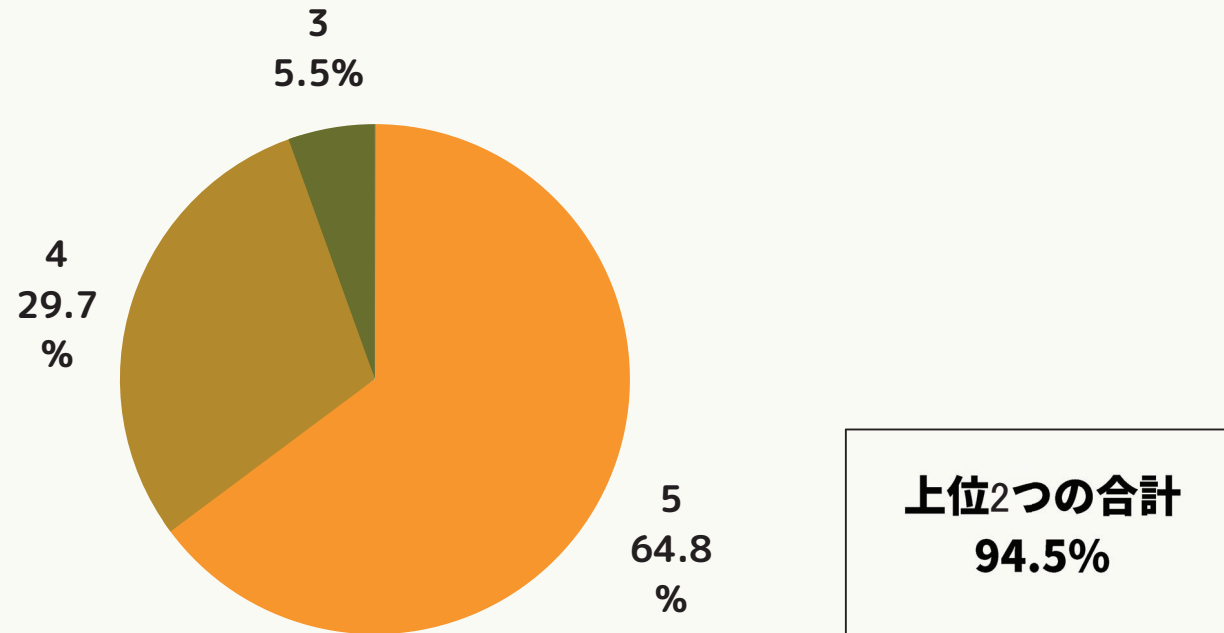


上位2つの合計
95.6%

本研修プログラム全体が有意義だったと答えた人は
全体の95.6%だった

4 本事業の成果と課題

「本研修を今日の受講者以外の人におすすめしたいですか。」
(全くしたくない 1 ~ 5 とてもおすすめしたい)



本研修を今日の受講者以外の人におすすめしたいと答えた人は
全体の94.5%だった

4 本事業の成果と課題

【インタビュー実施概要】

回答人数

29名 ＊ 「支援者編」参加者のうち各回4-5名

質問項目

- ・ 研修の感想、他者に受講を勧めたいか、印象に残ったこと、改善点
- ・ 組織として女性の健康支援を進める上での障壁、ボトルネック（進めにくい要因）があるとすればそれは何か？
- ・ 課題や障壁を解消していくファーストステップとして、御社には何が必要か？何をすべきと考えるか？
- ・ この研修参加後に、部署・チームにどのような変化が起きて欲しいか。それに向けてあなた個人としてできることはどんなことがあるか？

	内訳	n
年代	20代	1
	30代	7
	40代	8
	50代	13
	60代	0
性別	男性	15
	女性	14
役職	一般社員	6
	課長相当	2
	係長相当	9
	主任相当	10
	部長相当	1
	その他	1

4 本事業の成果と課題

【ボトルネックの解析】

女性特有の健康課題を緩和するための支援を自組織で実施するにあたってどのようなボトルネックがあるか、デプスインタビューを通じて定性の解析を行い整理したところ、次ページのとおり、「女性の健康課題特有のボトルネック」と「組織文化・体制としてのそもそものボトルネック」の両方が混在していることがわかった。

※次ページの図は、ダニエル・キム氏（米国マサチューセッツ工科大学元教授）により提唱された「成功の循環モデル」の考え方も踏まえ、デプスインタビューの結果を体系化

認知・理解

知らない
(問題とさえ捉えられない)

知っても「理解」
していない(知識がない)

女性の健康課題
(問題)の認知の
必要性

女性の健康課題
の理解の必要性

- 地域や業種の特徴等もあり、そもそも女性の健康課題を問題として認知していない
- 多様性に対する知識を組織としてもっていない
- 多様性のある人々には個別対応が必要だという認識が弱い
- 女性の健康課題が組織内のリスクとして隠れているという認識がない
- 仕事だけに集中して事情を考慮していない
- 上司が部下の些細な変化に気づけない

- 男女ともに基礎知識が不足している
- 女性は特に個人差が大きいテーマのため、理解にギャップがある
- 本人の意識が重要だと考えている
- 上司が部下を理解しようとしていない
- 女性特有の健康課題は病気ではなく、甘えという雰囲気がある
- 女性の健康課題は、男性にとって仕事の処理と同様（健康管理も仕事のうちという認識）

関係性の質

知識を理解しても触れにくい
テーマだと感じるため、
他者理解が進まない

女性の健康課題の
視点をリフレーム
する必要性

- テーマへの拒否反応
- 組織のリスクとしての認識がない
- 問題意識を持っている方が逆にマイノリティー
- ハラスメントとの線引きがわからない

心理的安全性が
担保されるチームを
組成する必要性

- 他者理解、他者受容がそもそも乏しい
- 日常のコミュニケーションがそもそも取れない
- 上司は弱みを見せられないと思っている

思考の質

女性にとっては個人差が大きく、
男性にとっては当事者性が乏しく、
何をしたいかわからない
うちに課題を検討することを
後回しにしてしまう

日常業務の中で
「小さな一歩」を
起こす必要性

- 具体的に何からどう行動して良いかわからない
- 女性の健康課題は年配の男性では変えられないと思っている

女性の健康課題の
検討を担う心理的
安全性が担保された
PTの必要性

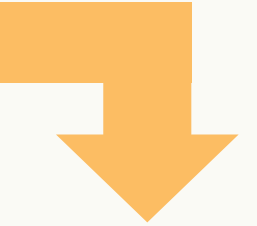
- 問題を理解していない上司がいるとアクションを潰されてしまう
- 職場に女性が少ない場合体調が悪い時に言い出せない

組織行動の質

個人として行動改善ができてても
組織としての対応が困難
(トップダウン、体制、職種など)

組織体制を踏まえた
個別具体の改善策を
検討する必要性

- 直接、意思決定者が左のプロセスをたどればいいが、現場からのボトムアップの場合、意思決定者が変えようとしないと変わらない
- 職種により働き方改善や不妊治療支援等が業務上困難な場合がある
- 人員不足や業務量過多の場合がそもそもある
- 組織が長期的なゴールを見据えず、短期的な評価を行っている
- 対策に向けた予算取りの優先順位が低く、改善につながらない



結果の質の
向上まで多
くの企業で
はたどり着
いていない

4 本事業の成果と課題

【ボトルネックの解析】

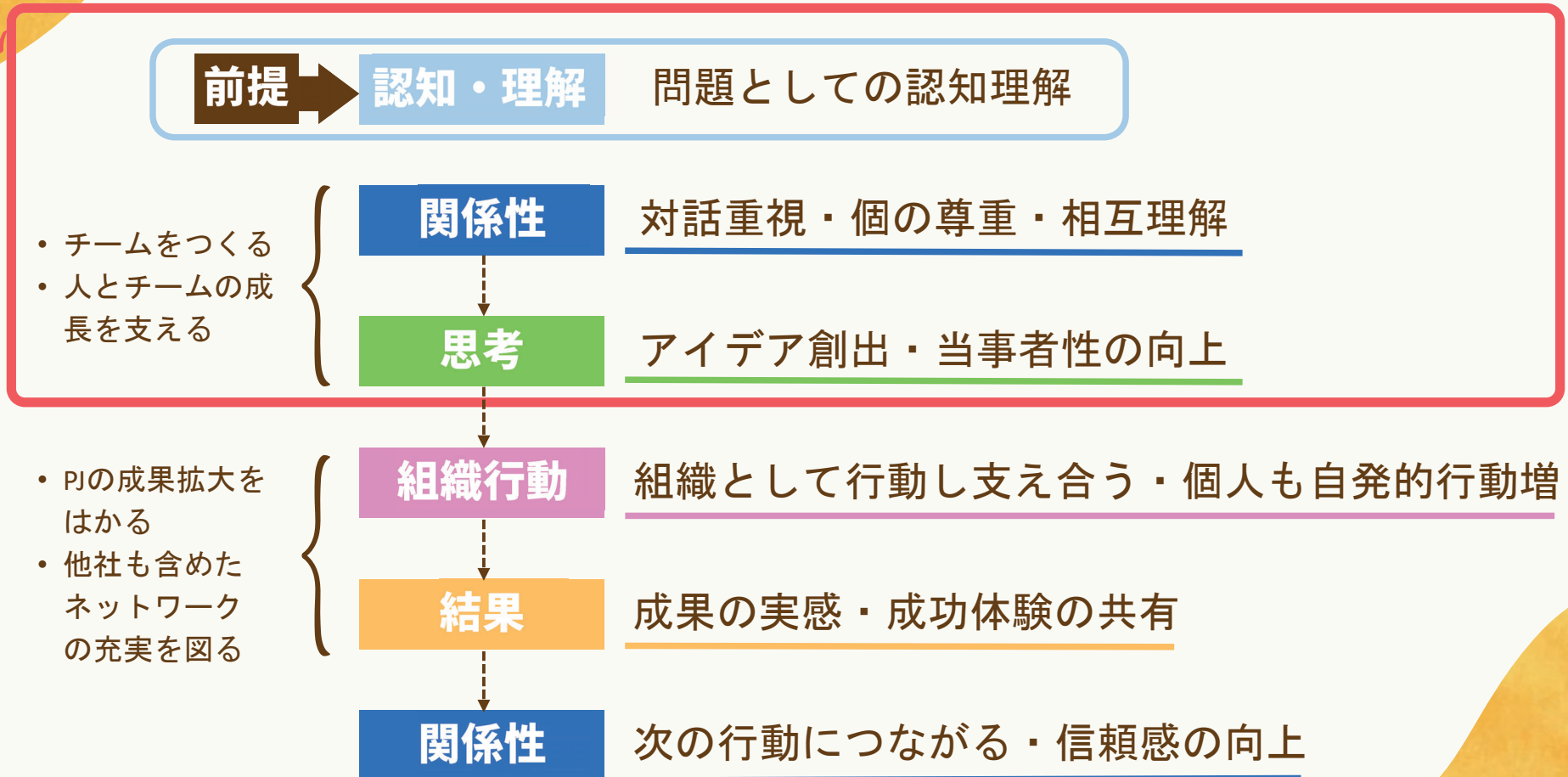
- **長期の時間軸で「結果の質」が不確かなまま施策を進めることへの構造的難しさ**
…大企業は株主からの評価(経営として短期的成果を求められること)や自治体は単年度主義がある
- **前提となる女性の健康課題の認知・理解や関係性の質そして思考の質が本テーマにおいて深まっていないこと**
→そのため、大企業で在宅勤務など働き改革自体が進んでいて柔軟な働き方ができる組織においても、女性の健康課題支援に関する「結果の質」につなげていない
- **女性の健康支援の取り組みは、女性にとっても個人差も大きく、男性にとっては「経験できないからわからない」という当事者性の乏しさがあること**
- **日本特有の文化として「我慢するもの」「恥ずかしいこと」という風潮があること**
→そのため、健康課題を有する各人の背景を知ることのハードルも高い

4 本事業の成果と課題

【本プログラムでの改善範囲】

定量分析結果も踏まえ、本プログラムでは下図の範囲でアウトカムの改善が見られた。

本プログラムで改善が見られた組織のボトルネックの範囲



4 本事業の成果と課題

本研修受講者の感想 〈支援者編実施後のインタビュー・アンケートから抜粋〉

同じ女性の中でも、症状の重さはそれぞれ。
女性同士でも情報共有が必要だと感じた。こ
ういうテーマの会話を気軽にできるような雰
囲気づくりが必要だと思っている

生理以外の女性の健康課題について理解を
深められたこと、また社内の人間同士で普
段は離さないようなテーマに関して深い議
論ができたことが良い機会だった

映像を活用した内容で、知識というよりも、
生身の人を想像することができ、
分かりやすかった

女性特有の課題というと、生理くらいしか
認識していなかったが、不妊治療や流産、
更年期症状などさまざまな問題があること
に気づけたことが一番印象的だった

ただ「こういうことがあるよね」で終わら
せずリアルを認識するための工夫が様々あ
り、グッと自分ごとにして、本当に隣にあ
ることだと思えた

4 本事業の成果と課題

研修プログラム参加後に感じた、新たな課題や障壁を解消していくファーストステップとして、貴社/貴団体には何が必要か？何をすべきと考えるか？
＜支援者編実施後のアンケートから抜粋＞

全体での理解度（男女ともに）上げて、
女性の抱える問題を普通に話せる
雰囲気づくりが必要

不公平感をお互いなくすこと

「仲が良いし、コミュニケーションの問題はない」というところで留まるのではなく、上司・部下、男性・女性などの属性に拠らず誰の中にもアンコンシャスバイアスや想像力に欠ける面があることを理解したうえで、相互理解の促進に臨むこと

まずは、経営層含めたマネージャー層の
理解と知識の習得

意識の刷新（特に高年齢層から受け継がれている現場風土は若い衆にも引き継がれているので、若い人もまた変わる必要が生まれる）

4 本事業の成果と課題

この研修参加後に、部署・チームにどのような変化が起きて欲しいか。
それに向けてあなた個人としてできることはどんなことがあるか？

＜支援者編実施後のアンケートから抜粋＞

コミュニケーションの取りやすい職場にするため、係員の小さな変化を見逃さずに、積極的に声がけを行う

研修資料を回覧し、一人ひとりに声掛けしてみる

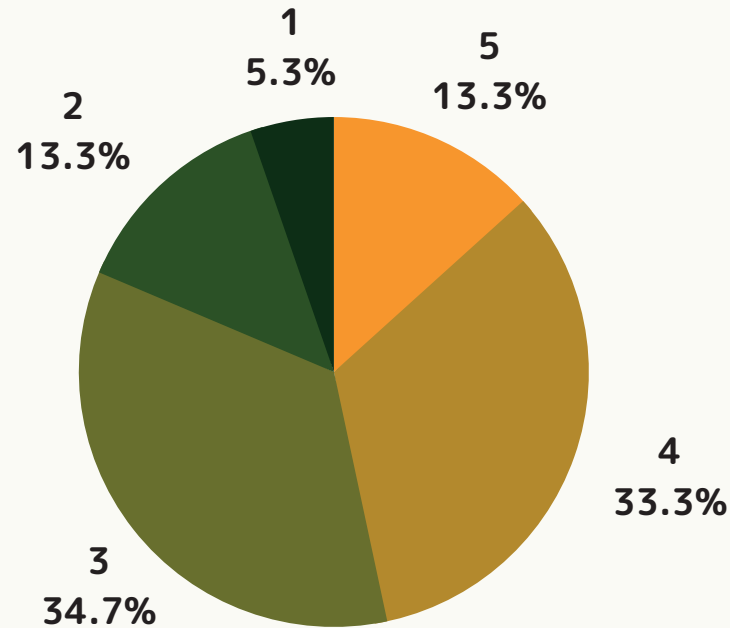
女性の健康課題をはじめ、誰にもそれぞれ課題があり、それを認識し、うまくつきあい、できるだけ解決や緩和をして日々働いていることを職場の“あたりまえ”にするため、日々の自分のプチ課題をカジュアル&ポジティブに話題にし続ける

後ろめたく感じる人がなくなるために、ファクトデータでの理解浸透と自身の弱みの開示をしていく

まずは上司側が積極的に自分の弱みを開示することで、お互いが支援し合いやすい雰囲気づくりをする

4 本事業の成果と課題

アクションの実施状況を、5段階の自己評価でお聞かせください。
(全く実施できていない 1～ 5 非常に実施できている)
＜支援者編実施1か月後のアンケートから抜粋＞



1 (全く実施できていない)
以外を選択した人の合計
94.7%

女性特有の健康支援について個人としてできる一歩（行動）を
研修後1か月以内に実際に行動できた参加者の割合は
全体の94.7%だった

4 本事業の成果と課題

研修プログラム参加後に「実際にやってみたアクション・取り組み」 ＜支援者編実施1か月後のアンケートから抜粋＞

これまで触れられなかった内容の
情報提供を全職員向けに行った

本研修の内容をチームにフィードバックし、
女性の健康支援と現状としてのプライベート
への踏み込みにくさについて議論した

年1回の健康意識調査に今回初めて女性の健康課題に関する設問
を入れました。今までは一般的な「課題」をもとに取り組みを
実施してきましたが、より社員の実情にあわせた取り組みを実
施しようと考えている

社内報に、生理でも休める特別休暇につ
いての記事を掲載した

社外のセミナーを視聴したりその内容を
記録して周囲の人にシェアした

4 本事業の成果と課題

本研修受講後から現在までで、ご自身の中で感じられている変化 ＜支援者編実施1か月後のアンケートから抜粋＞

課内職員・チームメンバーとの
会話が増えた
(＊同様の意見が多数あり)

女性特有の健康問題について、隠すのでなくオープンにすることが、本当の意味で働きやすい会社となるんだという価値観の変化が起こった

もっと男性にも知ってもらっていいんだ、世の中的にそういう流れなんだ、というのが実感でき、自分の中で隠さなきゃいけない、というような心理が減ったように思う。参加していた男性は本当に理解あるなと思い、何かあったら相談させてもらえる候補として安心感につながった

セミナーで得られた知識をもとに開発品のアイデアを提案する幅が増えた

男性社員へ女性の健康を語ることに躊躇いがなくなった

色々な「事情があるのかも」と他人の行動に対し、不満を感じる前に背景等を考えるようになった

3 実施体制と実証先について（実施してきたこと）

支援者編

男性役職者含む支援者

当事者編

女性社員

イノベーション編

動画視聴の前に「事前アンケート」の実施

【0】「はたらく女性の心と身体」基礎講座【動画】

【1】視点&事例提供レクチャー
自組織と女性の健康・フェムテック
なぜ今女性の健康支援なのか？

【2】イメージーションワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした映像
を使用したワーク

【3】ディスカッション&
アクションプラン策定
組織の現状と障壁、支援推進の取り
組みと、制度施策の改良などをテー
マに話し合い

【1】視点&事例提供レクチャー
「わたし」とフェムテック・セル
フケア

【2】イメージーションワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした
映像を使用したワーク

【3】わたしのトリセツワーク&
アクションプラン策定
自身の心身の不安やそれに伴う働
きづらさの言語化、今後取り組み
たいケア等について話し合い

【1】視点&事例提供レクチャー
「自組織や地域」とジェンダード
イノベーション

【2】商品開発ワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした
映像を使用したワーク

【3】ディスカッション&
アクションプラン策定
現状リソース洗い出し、実現計画
テーマに話し合い

フェムテックアイテムの展示

プログラム実施後アンケート（全プログラム共通）

デプスインタビュー

4 本事業の成果と課題

【参加者】

- ・市役所女性職員、一般企業女性従業員 計25名

【実施内容】

- ・定量分析・・・アンケート（回答率96%）

4 本事業の成果と課題

【参加者の属性】

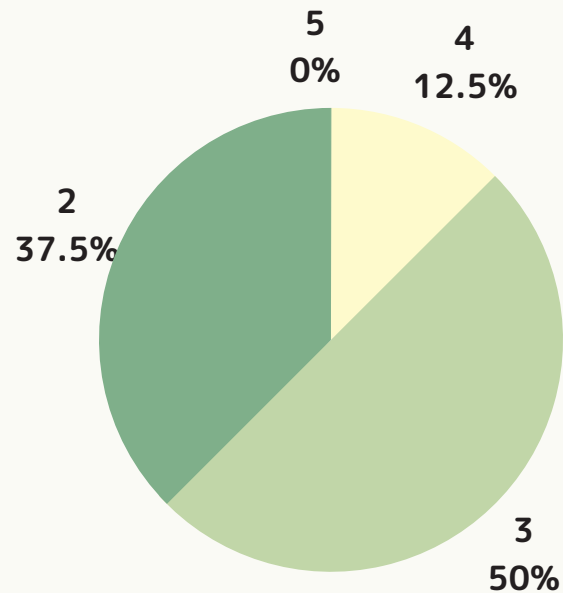
	内訳	n	%
年齢	20代	2	8.3
	30代	9	37.5
	40代	10	41.7
	50代	3	12.5
職種	公務員	13	54.2
	経営・企画	6	25.0
	研究・開発	2	8.3
	クリエイティブ (編集・デザイナー・ライター等)	2	8.3
	事務・アシスタント	1	4.2

	内訳	n	%
性別	男性	0	0
	女性	24	100
役職	一般社員	6	25.0
	課長相当	6	25.0
	係長相当	1	4.2
	主任相当	11	45.8

4 本事業の成果と課題

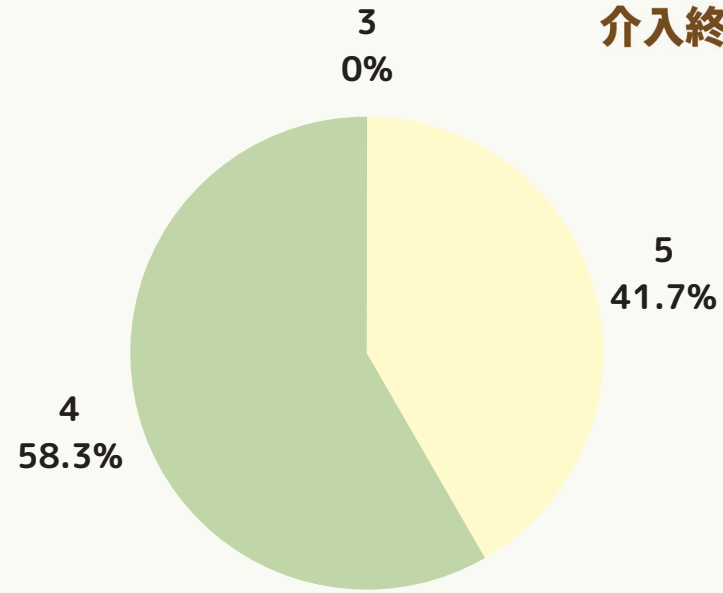
「女性特有の健康課題（生物学的な女性特有の年代・ライフサイクル（ライフステージ）に応じて生じる、心身の不調および疾病の総称）について、ご自身のセルフケア、健康管理をする上で最低限必要となる基礎情報を理解していますか？」
 （全く理解していない 1 ～ 5 十分に理解している）

介入直前



上位2つの合計
12.5%

介入終了後



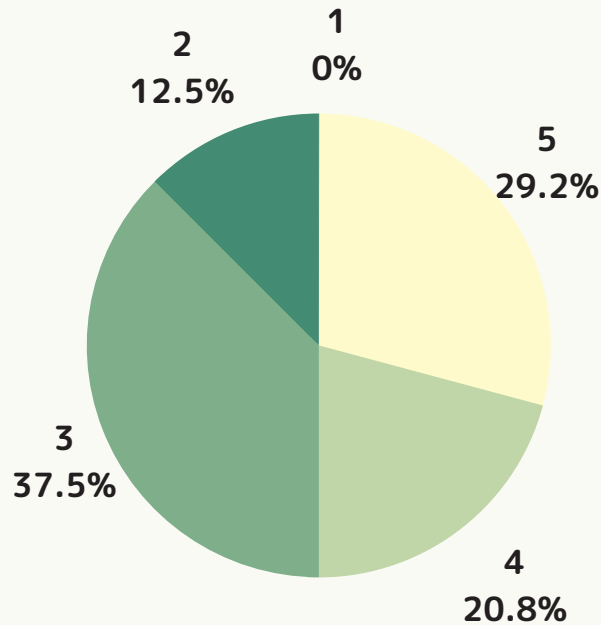
上位2つの合計
100%

プログラム前後で「女性特有の健康課題に応じて生じる、心身の不調および疾病の総称）について、自身のセルフケア、健康管理をする上で最低限必要となる基礎情報」に関する理解度が深まった

4 本事業の成果と課題

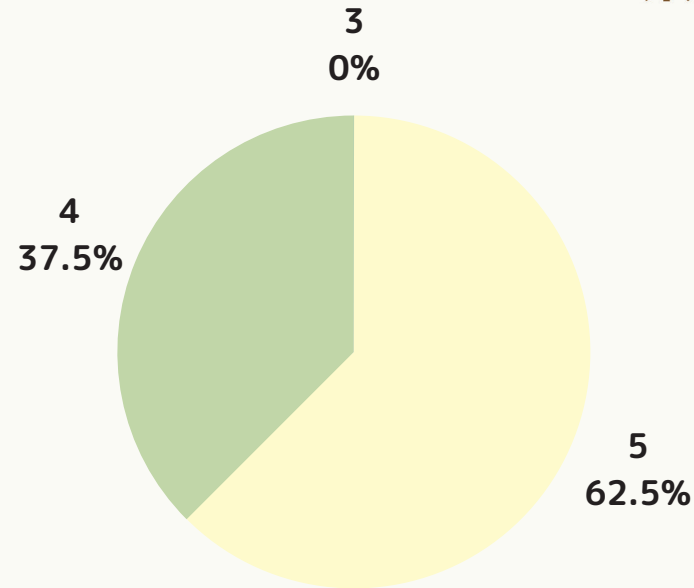
「自身のことに限らず、職場に一定数、女性特有の不調で悩んでいる人、働きながら通院している人等が存在することを理解していますか？」
(全く理解していない 1 ~ 5 十分に理解している)

介入直前



上位2つの合計
50%

介入終了後



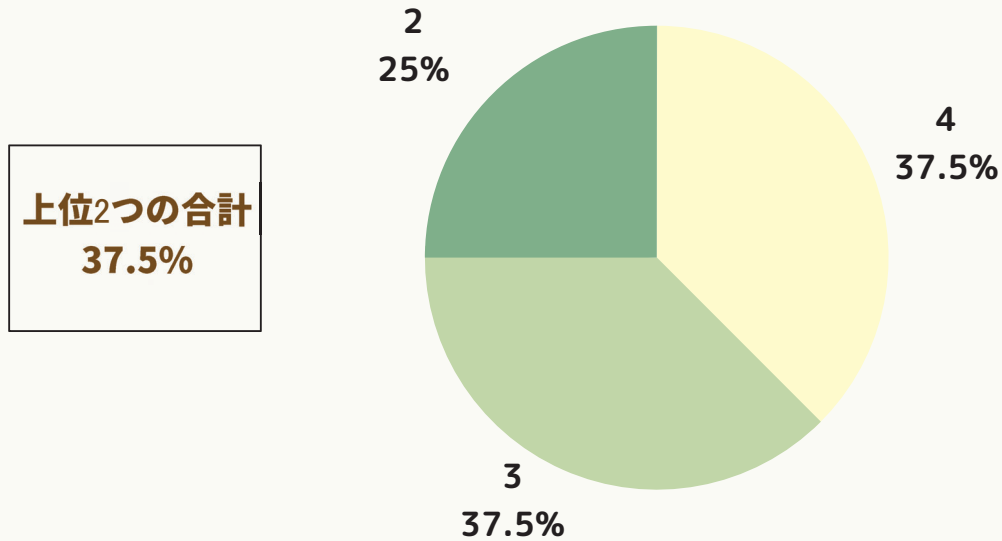
上位2つの合計
100%

プログラム前後で「自身のことに限らず、職場に一定数、女性特有の不調で悩んでいる人、働きながら通院している人等が存在すること」に対する理解度が深まった

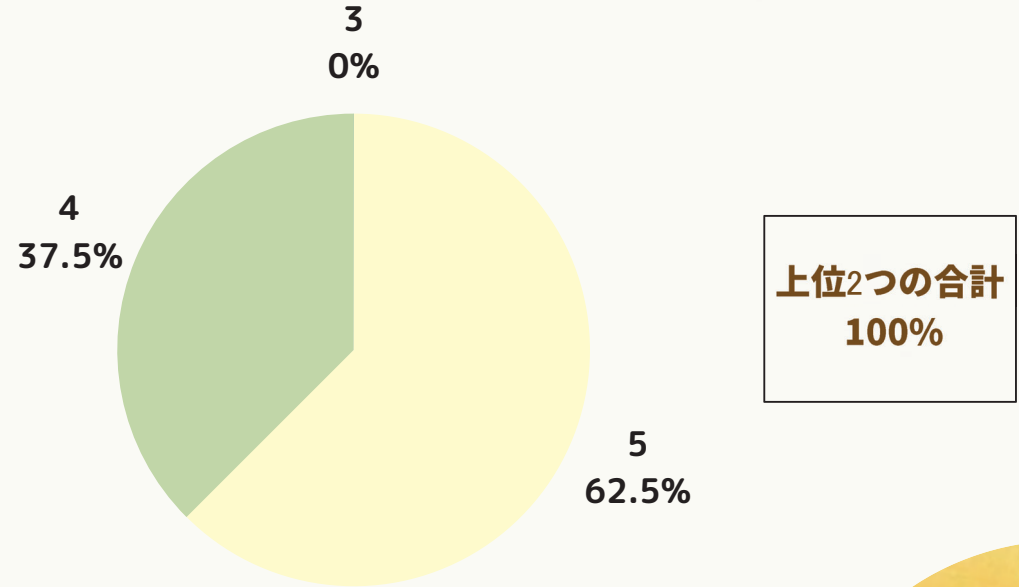
4 本事業の成果と課題

「自身のことに限らず、職場に一定数、女性特有の不調で悩んでいる人、働きながら通院している人等が存在することを理解していますか？」
 (全く理解していない 1 ~ 5 十分に理解している)

介入直前



介入終了後

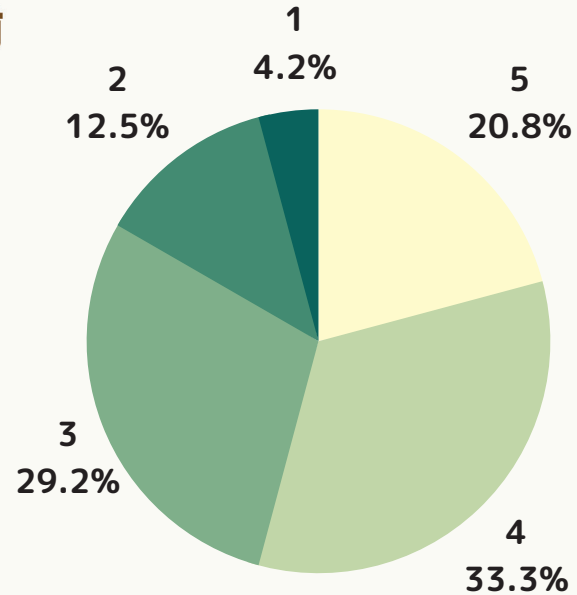


プログラム前後で「自身のことに限らず、女性特有の不調で悩んでいる人、働きながら通院している人等の当事者が、日常的に抱える具体的な『働きづらさ』」に対する理解度が深まった

4 本事業の成果と課題

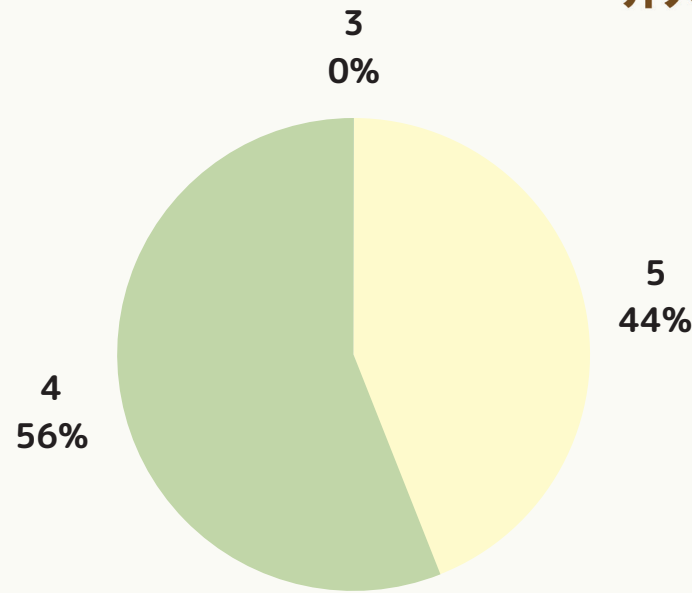
「働く上でのご自身にとってのセルフケア、
健康管理の重要性を認識していますか？」
(全く理解していない 1 ~ 5 十分に理解している)

介入直前



上位2つの合計
54.1%

介入終了後

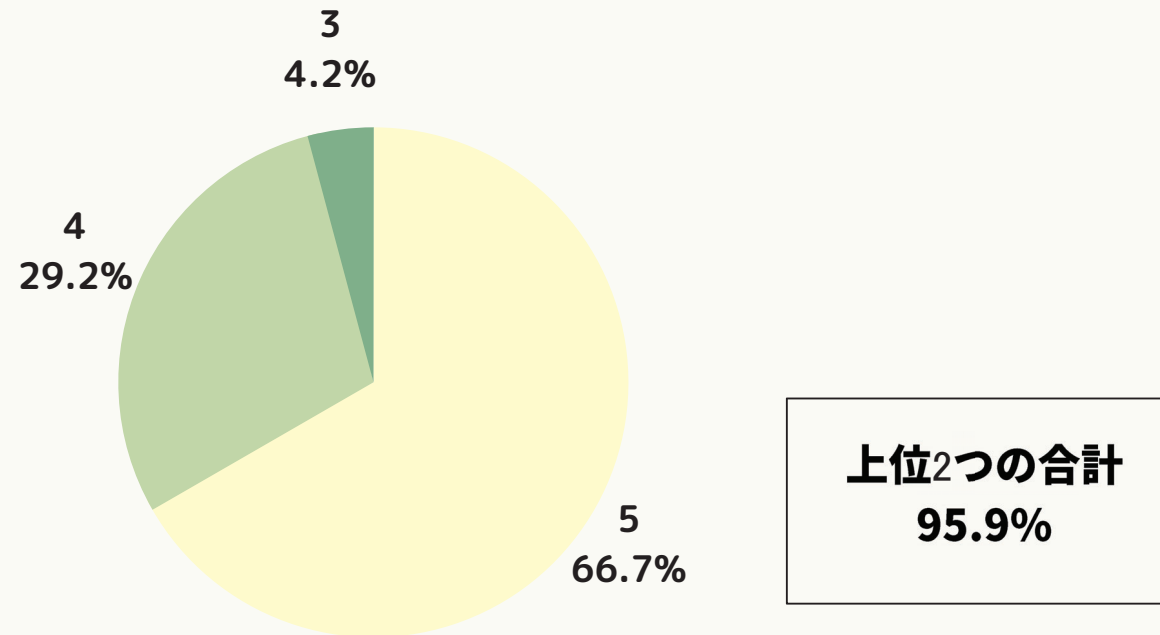


上位2つの合計
100%

プログラム前後で「働く上での自身にとってのセルフケア、
健康管理の重要性」に対する理解度が深まった

4 本事業の成果と課題

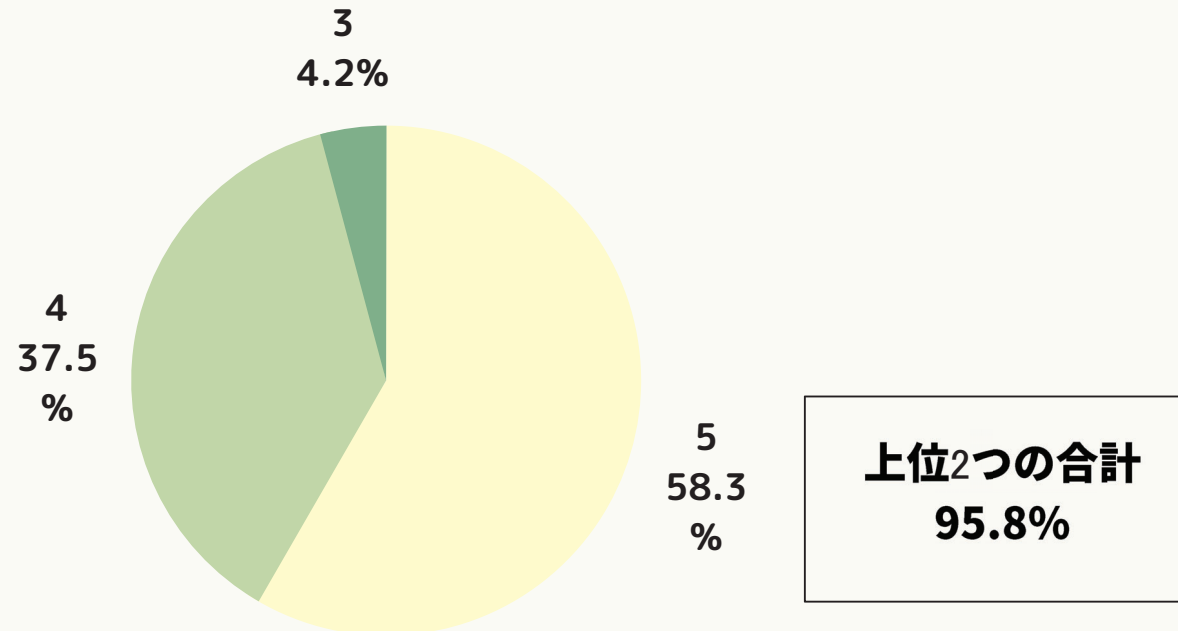
「本研修プログラム全体はいかがでしたか。」
 (全く有意義ではなかった 1 ~ 5 とても有意義だった)



本研修プログラム全体が有意義だったと答えた人は
全体の95.9%だった

4 本事業の成果と課題

「本研修を今日の受講者以外の人におすすめしたいですか。」
 (全くしたくない 1 ~ 5 とてもおすすめしたい)



本研修を今日の受講者以外の人におすすめしたいと答えた人は
全体の95.8%だった

4 本事業の成果と課題

本研修受講者の感想

<当事者編 研修後アンケートより抜粋>

今まではなんとか我慢して乗り越えなきゃいけないと思っていたけど、もっとみんなに知ってもらって、話し合っているんだなと感じた

目に見えないが人それぞれ多かれ少なかれ悩みがあると感じた。周囲の人に言いやすくする工夫をする等組織としての理解や配慮が必要だと感じた

出産する回数が減った現代の女性が生涯経験する月経の回数のあまりの多さに衝撃を受けた。少しでも過ごしやすいように、自分の身体についてもっと知りたい

自分も含めて、色々な事情を抱えている人が多いのに、それに気づいていないことも多くあることに気付かされた

人の体調は目に見えない。口に出すことや口に出せる環境の構築は大切。ただ、口に出せるかはそれぞれなので、知識を持っていることはチームワークを作る上で大切

4 本事業の成果と課題

この研修参加後に、あなた自身にどのような変化が起きて欲しいか、それに向けてまず明日型の一歩として取り組みたいことは？

＜当事者編・実施後アンケートから抜粋＞

PMSが少しでも改善できることを目指して
なるべく寝る時間を早める

小さく体調が良くなる変化が起きていること
を目指し、「寝る前ストレッチ」をする

同僚の体調変化に敏感になり
声を気になったらかけてみる

自分の不安と向き合うために、知識を得る
行動を起こします

いままでなんとなく情報収集していたこと
を、大切さを認識しながら収集することで
、自分にも人にも役立つ知識にしたい

4 本事業の成果と課題

「働きながら自身のセルフケア・健康管理を進め、また不調時には組織に適切な支援を求めていく上で、それらを阻んだり、進めにくくする障壁、ボトルネックは何か？」

＜当事者編・研修実施後アンケートより抜粋＞

【1】我慢をしてしまうこと

- ・ 努力できる範囲内では無理してしまう
- ・ 仕事をこなすために体調不良でも我慢して仕事してしまう
- ・ 不調時も耐えて頑張ろうとしてしまう
- ・ つらさの基準がわからないため我慢してしまう可能性がある

【2】自分の優先順位を下げてしまうこと

- ・ 仕事と子育ての忙しさでセルフケアに当てられる時間がほぼない

【3】相談しづらい、話題にしづらいこと

- ・ 仕事のスケジュール上休めないときがある。上司に言いづらい
- ・ まわりは元気でタフな男性ばかりなので言いづらい
- ・ 男性上司の無理解
- ・ 不調でも言いにくさがある

【4】自分の仕事を代わりにできる人員がない

- ・ 職場に迷惑をかけてしまうのではないかという気持ちがある

4 本事業の成果と課題

「課題や障壁を解消していくファーストステップとして、
あなた自身は何ができそうか？ また、貴社/貴団体に求めたいことはあるか？」
〈当事者編・研修実施後アンケートより抜粋〉

【自身のできること】

- 無理はしない
- 何か一つでも一日5分からでもできることをする
- 定期的に生活習慣を見直す仕組みや場を持つ
- 周囲への気遣い
- 仕事のオンオフをつける
- 気づいたらことから、ケアないしは発言の機会を作る
- 自分がまず、言いやすい環境を作る。そして、リテラシーを高める

【組織に求めること】

- 休みを取りたいときに、男性上司に直接報告しなくてもいい仕組み
- 男性管理職向け支援プログラムを受けて欲しい

4 本事業の成果と課題

この研修参加後に、あなた自身にどのような変化が起きて欲しいか、それに向けてまず明日型の一步として取り組みたいことは？

＜当事者編・実施後アンケートから抜粋＞

PMSが少しでも改善できることを目指して
なるべく寝る時間を早める

小さく体調が良くなる変化が起きていること
を目指し、「寝る前ストレッチ」をする

同僚の体調変化に敏感になり
声を気になったらかけてみる

自分の不安と向き合うために、知識を得る
行動を起こします

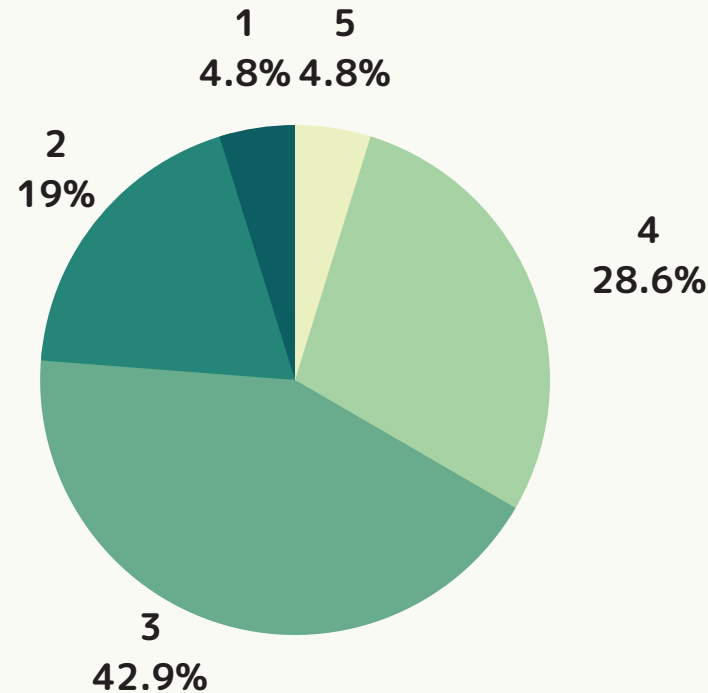
いままでなんとなく情報収集していたこと
を、大切さを認識しながら収集することで
、自分にも人にも役立つ知識にしたい

4 本事業の成果と課題

アクションの実施状況を、5段階の自己評価でお聞かせください。

(全く実施できていない 1 ~ 5 非常に実施できている)

<当事者編・実施1か月後アンケート>



**1(全くできていない)以外
を選んだ人の合計
95.2%**

自身が健やかに働くためのセルフマネジメント（セルフケア、行動習慣）として
できる一歩（行動）を研修後1か月以内に実際に行動できた参加者の割合は
全体の95.2%だった

4 本事業の成果と課題

研修プログラム参加後に「実際にやってみたアクション・取り組み」 ＜当事者編・1か月後のアンケートから抜粋＞

会話の中で、相手の気持ちや体調に
気持ちを巡らせること

女性の視点と意識せず、
みんな違うことを前提に理解に努める

フェムテックアイテムをインターネットや
SNSで調べた

自分の身体と向き合い、いろいろや少し攻
撃的な気持ちになったときに、アレ、これ
ってPMS? など考えるようになった

4 本事業の成果と課題

本研修受講後から現在までで、ご自身の中で感じられている変化 ＜支援者編実施1か月後のアンケートから抜粋＞

自身の体調不良時に女性特有の病気等が関係していないか疑うようになった

自身の健康状態を記録して、どのようなサイクルがあるのか確認

今までは話しにくかった女性特有の内容も話す機会が増えた。話題にしてもいいと思えるようになった

職場で個人的なこと（加齢による変化など）も話してみるようになった。女性だからではなく私らしく仕事を続け、それが後輩の参考になればいいと考えられるようになった

体調が悪くて仕事があまりはかどらなくても、以前より自分を責めなくなった

自分の感情（イライラ、嬉しい等）を意識するようになった

3 実施体制と実証先について（実施してきたこと）

支援者編

男性役職者含む支援者

当事者編

女性社員

イノベーション編

動画視聴の前に「事前アンケート」の実施

【0】「はたらく女性の心と身体」基礎講座【動画】

【1】視点&事例提供レクチャー
自組織と女性の健康・フェムテック
なぜ今女性の健康支援なのか？

【2】イメージーションワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした映像を使用したワーク

【3】ディスカッション&
アクションプラン策定
組織の現状と障壁、支援推進の取り組みと、制度施策の改良などをテーマに話し合い

【1】視点&事例提供レクチャー
「わたし」とフェムテック・セルフケア

【2】イメージーションワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした映像を使用したワーク

【3】わたしのトリセツワーク&
アクションプラン策定
自身の心身の不安やそれに伴う働きづらさの言語化、今後取り組みたいケア等について話し合い

【1】視点&事例提供レクチャー
「自組織や地域」とジェンダーイノベーション

【2】商品開発ワーク
生理・妊娠・更年期等題材にした映像を使用したワーク

【3】ディスカッション&
アクションプラン策定
現状リソース洗い出し、実現計画テーマに話し合い

フェムテックアイテムの展示

プログラム実施後アンケート（全プログラム共通）

デプスインタビュー

4 本事業の成果と課題

【参加者】

- ・ 鮫川村役場の職員、村民の方合わせて17名（男性8名、女性9名）

【実施内容】

- ・ 定量分析・・・アンケート（回答率100%）

4 本事業の成果と課題

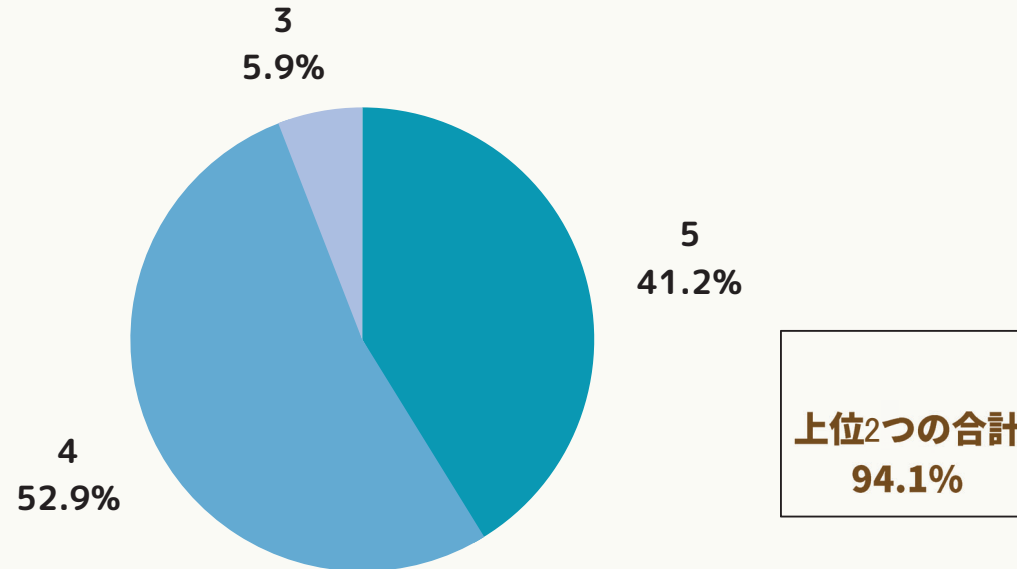
【参加者の属性】

	内訳	n	%
年齢	20代	6	35.3
	30代	3	17.6
	40代	4	23.5
	50代	3	17.6
	60代	1	5.9
職種	公務員	13	76.5
	教育関連職（教員・保育士等）	2	11.8
	販売・サービス	1	5.9
	その他専門職	1	5.9

	内訳	n	%
性別	男性	8	47.1
	女性	9	52.9
役職	役員	1	5.9
	部長担当	0	0.0
	課長担当	2	11.8
	係長担当	4	23.5
	主任担当	1	5.9
	一般社員	7	41.2
	その他	2	11.8

4 本事業の成果と課題

「<受講前と比べ>女性の身体の仕組み(女性の身体のライフサイクル全般、月経、更年期など)について理解できましたか？」
(全く理解していない 1 ~ 5 十分に理解した)

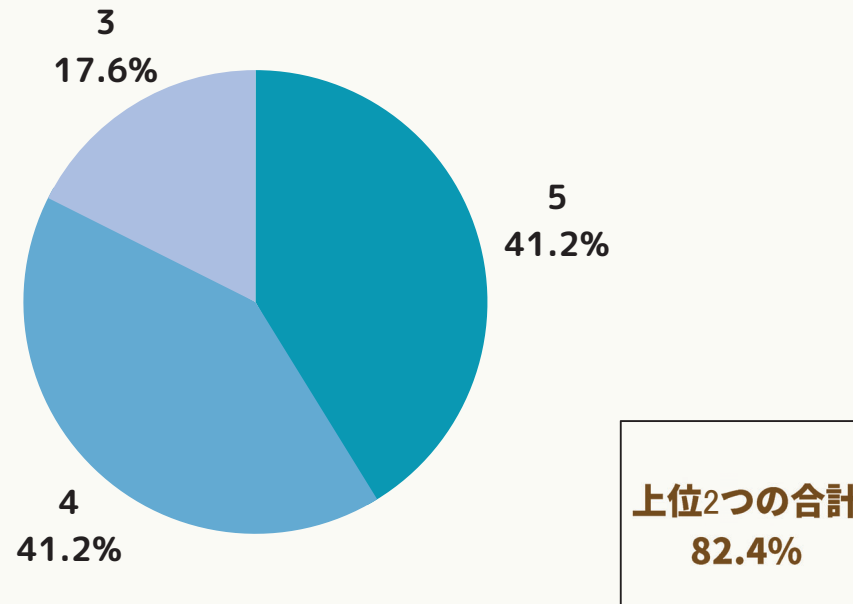


参加者の**94.1%**が、プログラムによって
「女性の身体の仕組み」を理解したと回答

4 本事業の成果と課題

「「地域資源のことを知る」という商品開発の考え方を今後実践的に取り入れられそうですか？」

(全く取り入れられない 1 ~ 5 とても取り入れられそう)



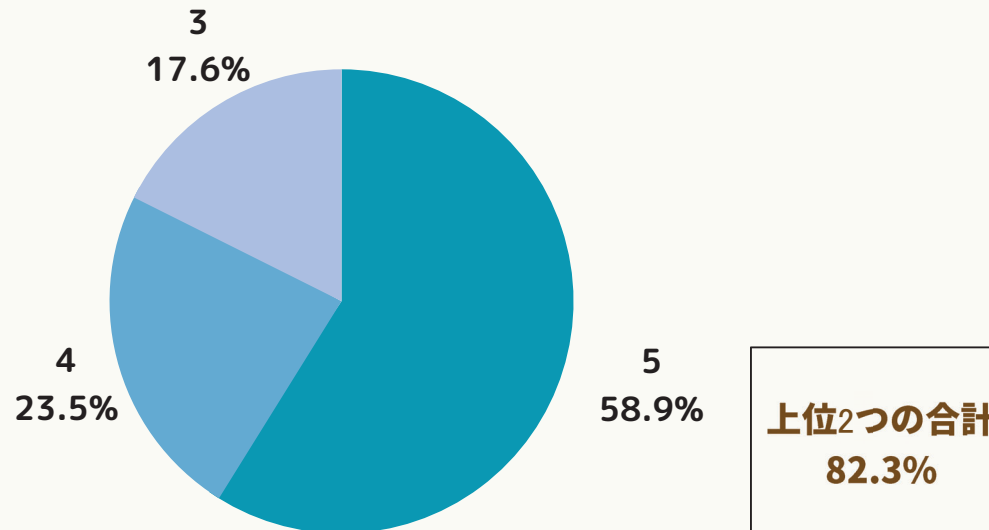
参加者の**82.4%**が、「地域資源のことを知る」という商品開発の考え方を今後実践的に取り入れられそうであると回答

4 本事業の成果と課題

「「お客様のことを知る」という商品開発の考え方を今後実践的に取り入れられそうですか？」

(全く取り入れられない 1 ~ 5 とても取り入れられそう)

介入直前



参加者の**82.3%**が、「お客様のことを知る」という商品開発の考え方を今後実践的に取り入れられそうであると回答

4 本事業の成果と課題

「研修全体を通して、特に印象に残った内容や参考になったことを教えてください。」

- 女性が社会で働く大変さ（2名）
- 女性特有の身体的な症状や悩みについて男性が知るべきだし、寄り添うことはできると思った（2名）
- 女性自身も月経等について詳しく知る機会がなかったので勉強になった
- 買ってくださる方の身になって考えることの大切さ（7名）
- 地域の資源をどう貢献できるか
- 「常識を疑う」こと（2名）
- 短時間で出した商品開発のアイデアが素晴らしかった（2名）
- 動画が衝撃的だった

4 本事業の成果と課題

「これまで様々なお取り組みを鮫川村でされてきた中で、実際に商品開発を行うにあたっての壁や課題に感じていることがあれば教えてください。」

- ・ マーケティング
- ・ 予算
- ・ アイデアが出ない
- ・ 商品力（継続的に買いたいものが少ない）
- ・ 行動力
- ・ 開発を行う部署、人

5 メディア掲載実績

- 2023年1月19日 Biz Zine 「陽と人、フェムテックの切り口から企業・自治体のD&I促進やイノベーション創出を支援する実証事業を開始」
- 2023年1月23日 NHK 「女性が働きやすい組織づくりへ企業の管理職など対象に研修会」
- 2023年1月24日 富山新聞 「職場での女性の健康課題に理解 富山で研修」
北陸中日新聞 「誰もが働きやすい職場環境づくりへ」
北日本新聞 「働く女性の健康課題をテーマにした研修が23日、県民会館であり～」
- 2023年2月3日 東白日報 「職員研修を一般公開 鮫川村で2日間 元経産省職員ら講師に」
- 2023年2月6日 まめ新聞 「村づくり研修 地域の可能性学ぶ 4氏公演 村職員や村民が聴講」
- 2023年3月6日 上毛新聞 「安中市の男性管理職 女性の健康課題 体感研究で理解」

6 今後の事業展開

【展望】

今後は本プログラムをより広く提供していくとともに、「深さ」も改善していきたい。

具体的には、中長期の意識・行動変容につなげていくために継続的な伴走支援、当事者や支援者との1on1またはグループメンタリング等のメニューを検討する。

また、定量・定性ともに介入により意識・行動の変化につなげることができることが実証できたため、本実証データを元に引き続き全国に普及展開できるよう尽力していく。

【今後の検討課題】

- 中長期目標の達成のため、オンラインで実施する場合にも効果が保たれるプログラムの開発及び実証
- 「支援者編」と「当事者編」を両方行う「面」的アプローチの強化による組織の変容が早まるかの検証
- 中長期的に本プログラムでの介入及び継続的な伴走支援により、いかに個人及び組織の変容につながり、さらに女性のキャリア自律や企業の生産性向上に寄与するか、その効果をトラッキングしていき、大学の研究としての介入(第三者評価)により、「精緻な研究」文脈に落とし込んで社会へ成果を発表していく。
- 業種、エリア、男女比、経験年数、役職、企業規模等の相違を研究データとして明らかにし、導入先に最善かつ効果的なそれぞれの特性を踏まえた「オリジナル」プログラムの実施

【参考】 株式会社陽と人（代表団体）について

株式会社
陽と人が
目指す社会
しあわせ・笑顔・
豊かさの循環

眠ったままの
地域資源を見つけ、
価値あるものへ。
地域と都市で、
しあわせが循環する
社会をつくります。



【参考】

『明日 わたしは柿の木にのぼる』について

柿にまつわる古来の知恵に着目した、デリケートゾーンのケアブランド



心も、カラダも、生き方も、これまで多んできた道のりが、今のわたしを構成している。わたしが選んだものすべてが、未来のわたしをつくらせていく。人生は選択が続いていくけれど、いつも「正解」なんてだてさせるわけがない。失敗だって、愛嬌。

寝不足、不規則な食生活、疲労、免疫力の低下など、私たちの生活の乱れによって、デリケートゾーンの菌のバランスが崩れ、それがおりものの異常やかゆみなど、デリケートゾーンに症状としてあらわれます。そのため、**デリケートゾーンは「自分の心とカラダを知るバロメーター」**になります。

1日10秒でもデリケートゾーンケアを通して、全ての女性のご自身をいたわるきっかけになりますように。

心も、カラダも、生き方も、これまで多んできた道のりが、今のわたしを構成している。わたしが選んだものすべてが、未来のわたしをつくらせていく。人生は選択が続いていくけれど、いつも「正解」なんてだてさせるわけがない。失敗だって、愛嬌。

どんな時も、わたしらしく。わたしはわたしを、愛しつづけていたい。自然体でいられれば、毎日を笑顔で過ごせるから。

前を向いて、空を見上げて、木にのぼる自由が、わたしにはある。

「明日 わたしは柿の木にのぼる」は、柿にまつわる古来の知恵に着目したデリケートゾーンケアブランドです。**福島県国見町のおんぼ柿製造工程で廃棄されていた柿の皮から抽出した成分を活用することで、地域の持続的な発展も目指しています。**

寝不足、不規則な食生活、疲労、免疫力の低下など、私たちの生活の乱れによって、デリケートゾーンの菌のバランスが崩れ、それがおりものの異常やかゆみなど、デリケートゾーンに症状としてあらわれます。そのため、**デリケートゾーンは「自分の心とカラダを知るバロメーター」**になります。

1日10秒でもデリケートゾーンケアを通して、全ての女性のご自身をいたわるきっかけになりますように。



Policy

わたしたちのポリシー

Sustainable

あんぼ柿の生産過程で廃棄されていた資源（柿の皮）を製品の主原料に使用。そして生き生きと輝く女性をエンパワメントする製品をつくることで、社会へ還元します。循環する社会の実現へ向けた活動を止めません。

healthy

月経、妊娠、出産、更年期、閉経。そしてニオイや乾燥といったデリケートゾーンのトラブルなど、女性特有のさまざまな悩みに寄り添います。

high quality

石油系界面活性剤をはじめ、防腐剤や鉱物油も無添加。厳選した植物由来成分を用いたシンプルな処方にごこだわり、国内工場での製造を行っています。

【参考】 昨年度の実証事業について（一部抜粋）

【はたらく女性の心と身体FACT BOOK】

主な目次

- ・常にゆらぐ、女性のライフサイクル
 - ・生理と排卵のしくみって？
 - ・生理の負担を軽減するためにできること
 - ・生理前にイライラ。PMSかも？
- COLUMN：「未病」にアプローチする、漢方って？
- ・生理がつらい！ 月経困難症とは？
 - ・男女ともに他人事じゃない。不妊症って？
 - ・仕事との両立が困難な不妊治療
 - ・心身が変化する妊娠中の過ごし方
- COLUMN：妊娠中はがんばらなくていい。
- ・珍しくはない、流産・死産のはなし
 - ・どうなっているの？日本の出産
 - ・出産による会陰の傷を予防するために
- COLUMN：「オキシトシンで産む」とは？
- ・予備軍も多い。産後うつとは？
 - ・尿漏れが気になる……
 - ・予防はできる！子宮頸がんのこと
 - ・身近な病気、女性特有のがんを知る
 - ・誰にでもやってくる、更年期とは？
 - ・なかなか人に話せない、デリケートゾーンのこと



【企業・自治体での研修・講演】

講座対象者	講座内容（例）
役員向け講座 ※役員はほぼ男性だが従業員は女性が多いため、福利厚生充実や企業価値向上、イノベーションの創出のために講座を実施	はたらく女性の心と身体FACTを知って企業のあり方を考える 女性活躍とイノベーション・企業経営上の必要性を説明した上で、女性特有の健康課題がなぜそこに絡むのかを理解するための講座
女性従業員向け講座 ※美容系の女性従業員が多い会社であり、女性特有の健康課題を踏まえたライフキャリアの支援が会社として求められるために講座を実施	働く女性のこころとからだ講座～女性が自身の身体への向きを知って、ライフキャリアを選択できるようになる～ 女性特有の健康課題を深く知り、セルフケアやフェムテックの活用などでより快適なライフキャリアを送ることができるようになるための講座（女性の健康課題とセルフケアに特化）
顧客向け講座 ※女性の顧客が多いため、集客の一環として女性特有の健康課題に関する講座を開催	生理から更年期まで。はたらく女性の身体のこと 女性のライフサイクルや代表的な健康課題についての基本と「明日わたしは柿の木にのぼる」を使ったセルフケアについて理解する講座
地域住民や地元企業向けの女性活躍講座	女性活躍推進 ～自分らしく働くために～ 住民や地元企業が本当の女性活躍を考えるきっかけにするための講座



【参考】 株式会社ライフサカス（参加団体）について



ライフサカスは

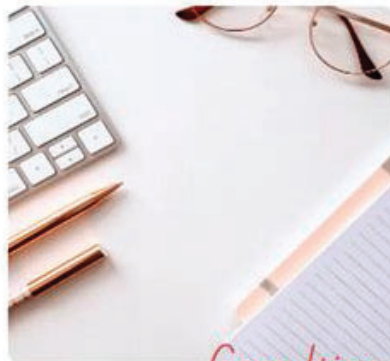
「働く人のライフステージと健康」を支える会社です。

当社は、「働く人がライフステージで抱える生きづらさ」に向き合い、「みんながヘルスケアの正しい知識を持てる環境づくり」を進めることで、社会全体のウェルビーイング向上に資する事業を展開しています。以下3つの領域で、全国各地の企業・行政・学校などに伴走し、ご一緒に活動しています。



Lecture

研修・講演事業



Consulting

コンサルティング・
アドバイザー事業



Media

Webメディア・オンライン
コミュニティ事業

- 【関連実績】 ●令和3年度・群馬県男女共同参画センター主催「エンパワメント・ユースカレッジ」にて、アクティブラーニング・プログラムの開発、ファシリテーション
- 令和1年度～現在 (独) 中小企業基盤整備機構にて、ヘルスケア人材育成プログラムの開発と伴走支援
 - 平成31年度 デジタルビジネスイノベーションセンター「働く女性の健康問題PJ」にアドバイザー伴走支援
 - 中小機構・中小企業アドバイザー、NPO女性医療ネットワーク理事、群馬県行財政改革・評価推進委員 など



お気軽にお問い合わせください

株式会社陽と人
info@hito-bito.jp



16.

アバターを活用した専門家による働く女性のウェルビーイング向上のための
サポート実証事業
(代表団体：株式会社BRING)

アバターを活用した専門家による
働く女性のウェルビーイング向上のための
サポート実証事業





株式会社BRING

東京都中央区銀座5丁目12番5号 白鶴ビルディング2F

1975年3月3日設立

アイデア×テクノロジーの力で、世の中に好循環を生み出す循環テクノロジーカンパニー

- ・小売店・量販店の店頭における課題発見から企画・運用までのトータルサポート
- ・販売促進のためのプロモーション企画、SNSマーケティング
- ・業界不問のDX化推進サポート
- ・遠隔接客システム「バタラクsignage」提供
- ・アバターコミュニケーションサービス「バタラクcloud」提供



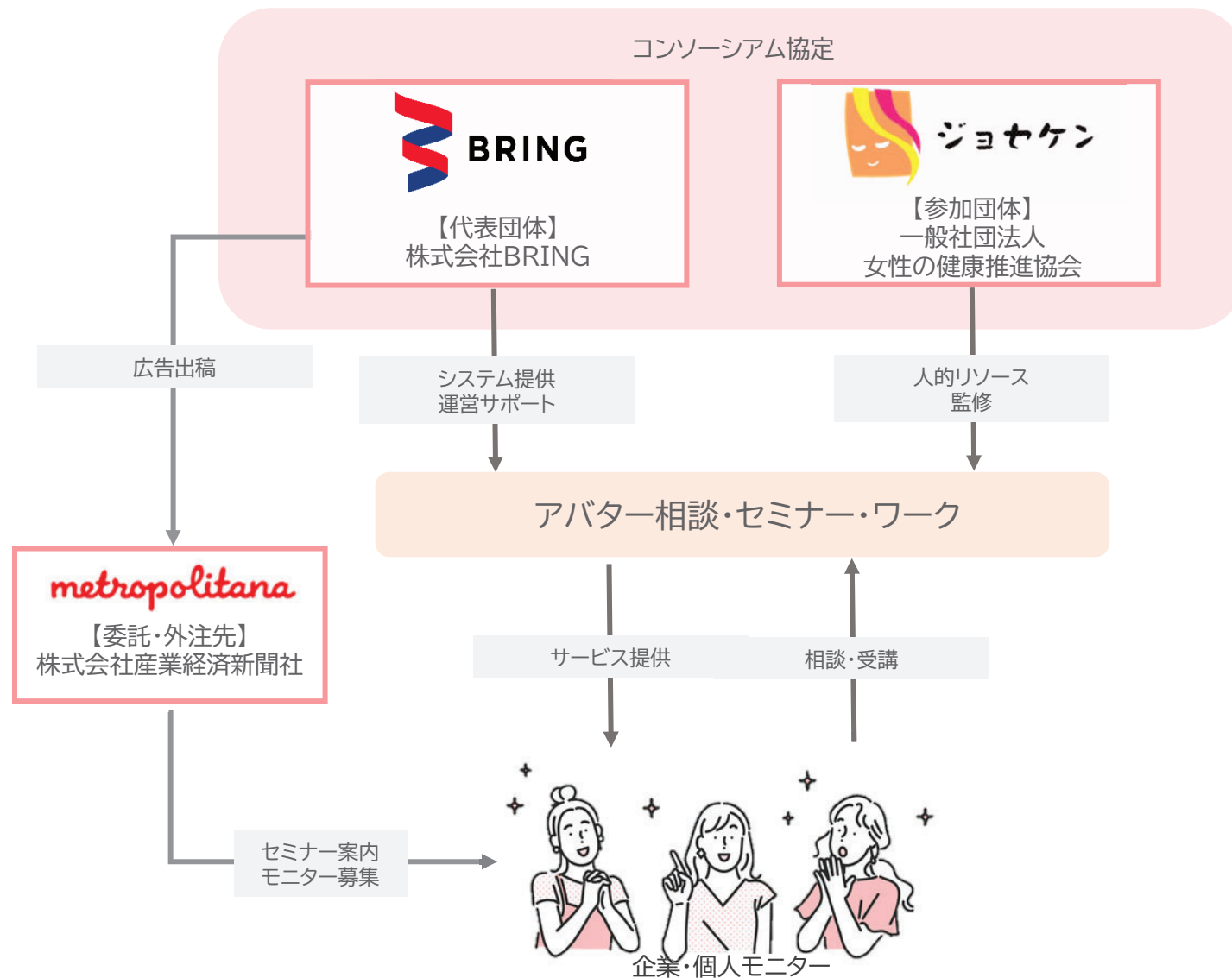
一般社団法人女性の健康推進協会

東京都中央区日本橋小網町18-16#705

2020年12月15日設立

一般社団法人女性の健康推進協会(ジョセケン)は助産師による女性の健康増進を目的とし設立しました。

- ・ジョセケン ウーマンウエルネス プログラム(JWWP)の提供
- ・女性の健康経営や健康分野における助産師によるアセスメント及びコンサルティング
- ・助産師、看護師等による相談業務、アドバイザー、講師コーディネーター等
- ・助産師を主体としたコミュニティ運営
- ・女性の健康分野における助産師による市場調査及びその分析、研究、開発



事業計画

事業テーマ

“アバター”というテクノロジーを活用し、
働く女性が助産師に
“フラット”に相談ができる環境を提供する



アバターで気軽に相談！



flat.は助産師による女性のためのサービスです。

女性特有の健康課題にはさまざまなものがあり
そしてそれはライフステージに応じて変化していきます。

頑張る皆さんが、より健康で楽しい毎日を送れるよう
助産師が味方となり、サポートしていきます。

● セミナー・アーカイブ

知る

YouTubeやzoomなどで匿名参加可能な形式でセミナーを開催。
助産師がアバターの姿で登壇し、
普段聞きづらい悩みや質問などをコメントできるような
オンラインイベントを主に開催。

● 助産師へのアバターカウンセリング

向き合う

アバターの姿で素顔を見せずに、気軽に、助産師に相談ができます。
オンラインで直接悩みを相談することで
より深いパーソナルなアドバイスが可能となります。

● 助産師監修の個人向け改善ワーク

整える

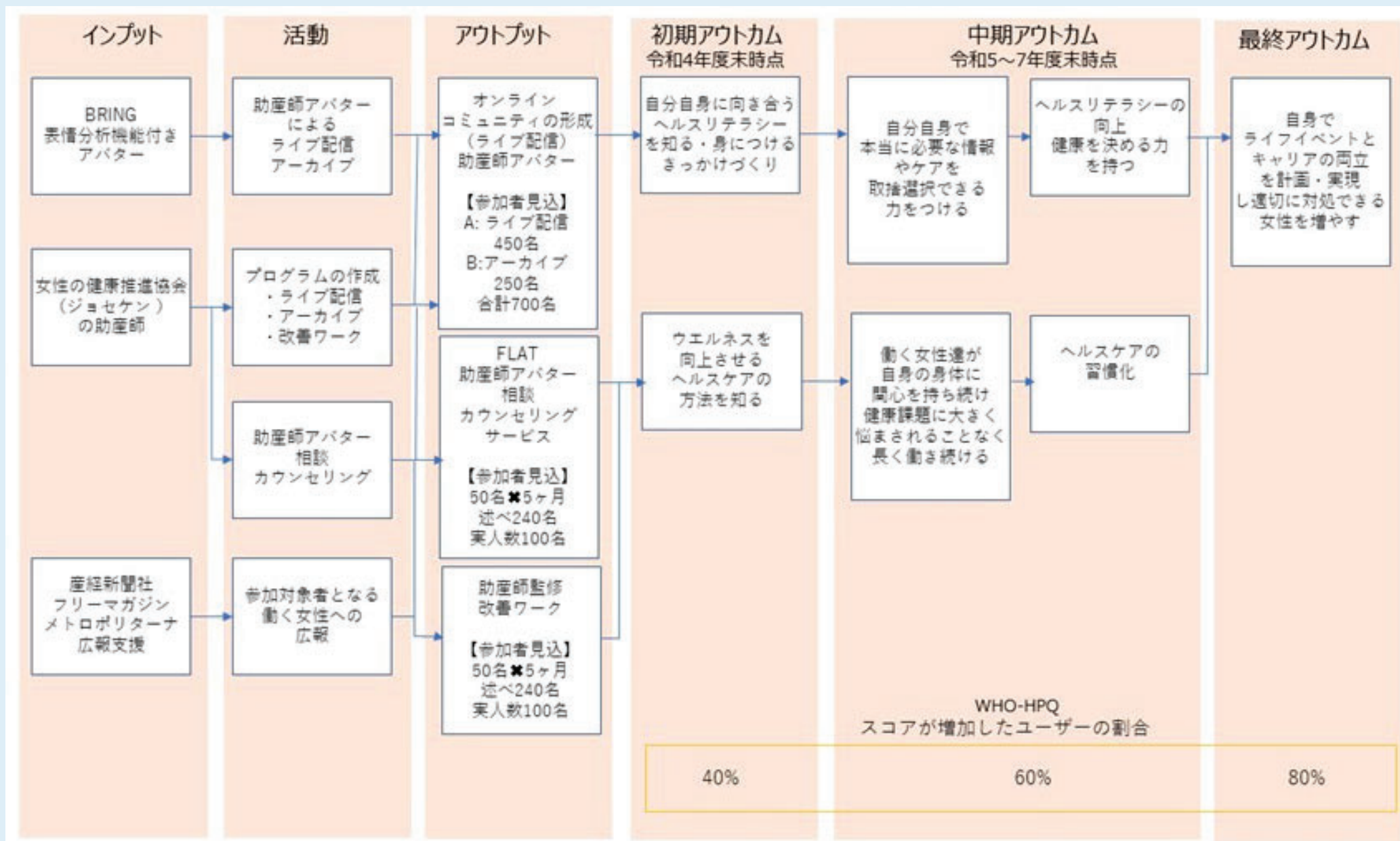
オンライン相談で受けた相談内容、症状を元に
その人の悩みの改善に役立つワークの動画コンテンツをお送りします。
手軽にできる体操やストレッチ、マッサージなどを中心とし、
習慣化のお手伝いをいたします。

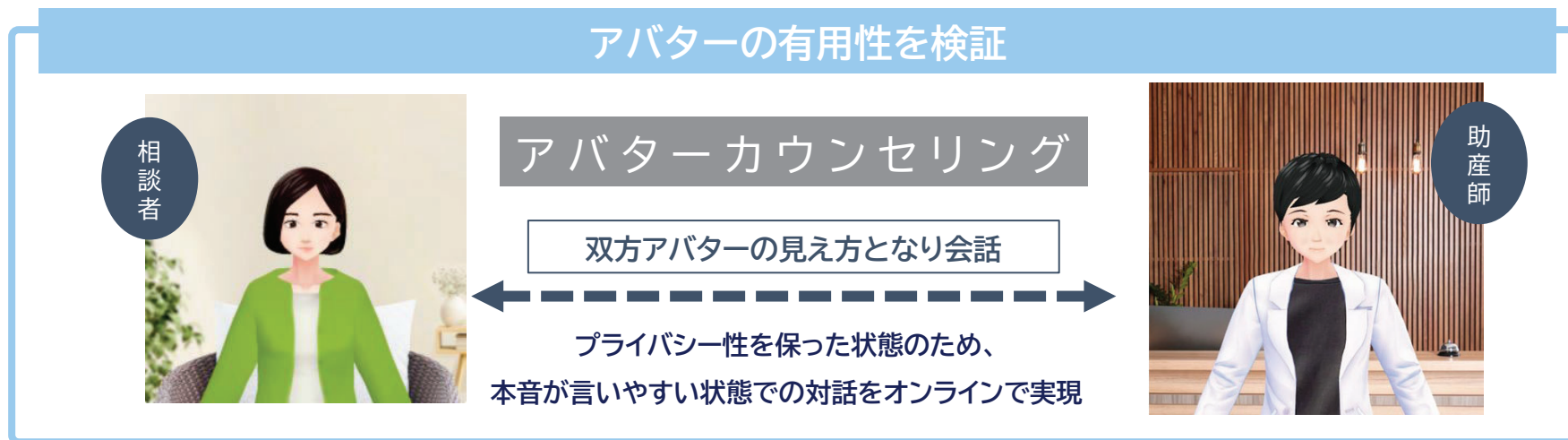
★習慣化や健康意識の向上・・・ウェルビーイング

実証参加者募集

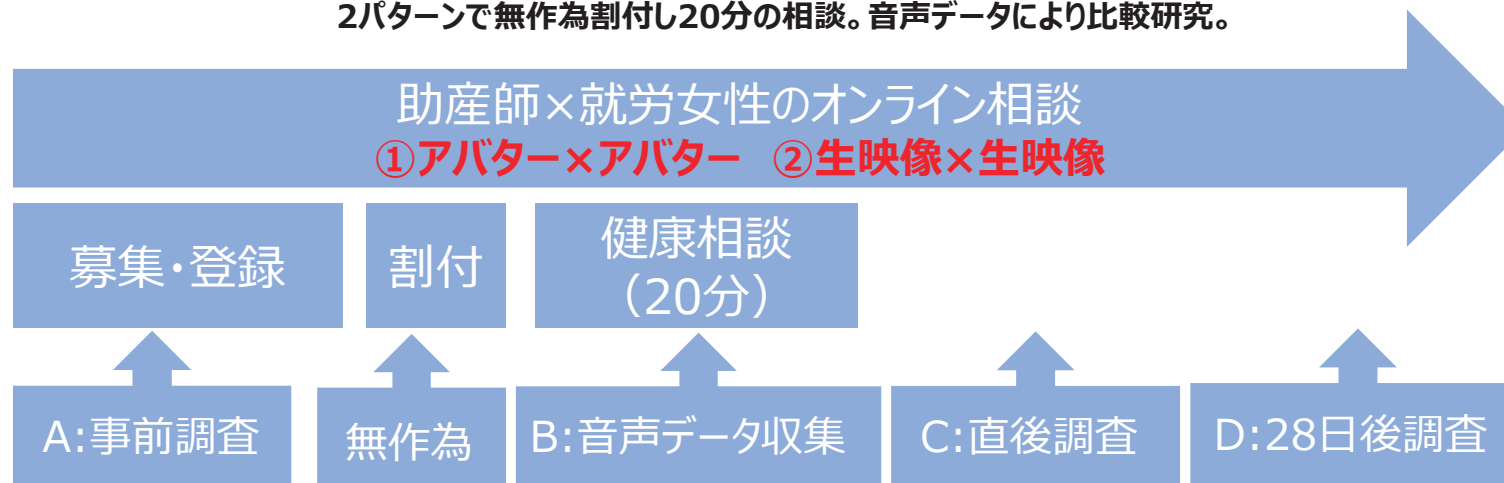
実証

事業目標





助産師×就労女性を ①アバター×アバター ②生映像×生映像
2パターンで無作為割付し20分の相談。音声データにより比較研究。



実施事項		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
告知・集客	メロポリターナ等 記事掲載			コラム	コラム					
オンラインセミナー	ライブ大規模配信 (100名規模)			9月		11月				
	ライブ配信 (50名規模)		月1回*2回		月2回*3回					
	アーカイブ							分析 報告書 作成		
アバターカウンセリング										
改善ワーク										

計画に基づく実施事項

実証参加者募集

◎事業参加者を募るための企業へのアプローチ・働く女性を対象とするメディア中心の広報活動

営業活動

広報

9社に対しアプローチ

トライアル：1社 従業員組合の発信。
企業としてのセミナー受講・従業員のモニター参加協力

営業協力：2社 その企業が持つクライアントに対する
積極的な営業・サービス案内へのご協力

社内告知：5社 担当者個人のつながりや部署内のメンバーへの
事業参加についての案内協力

●8/10号メトロポリターナ：
metro-P セミナー告知



●9/19・11/2・12/2
メトロポリターナWEBコラム



●10/4 産経新聞・THE SANKEI NEWS



●メトロポリターナ メールマガジン



◎オンライン相談へのアクセス実現増加を図った30分程度のライトなセミナー・アーカイブ配信

ライブ配信(ランチタイムに観れるミニセミナー)

09.21.WED 12:10 START!

86回 視聴

10.13.THU 12:10 START!

46回 視聴

11.22.Tue 12:10 START

14回 視聴

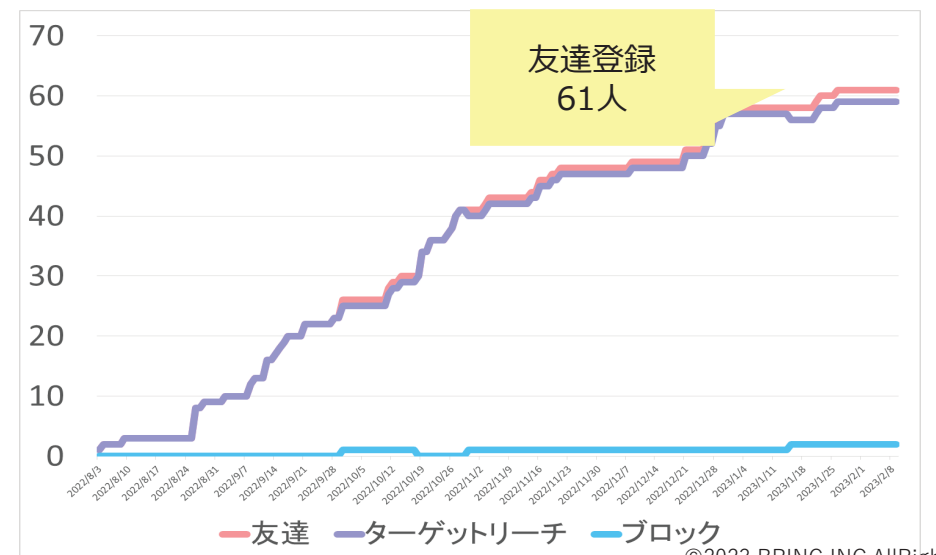
12.06.Tue 12:10 START

10回 視聴

LINEによるアーカイブ配信



ミニセミナーは、アーカイブとして活用。
オンライン相談へのきっかけとなるように
LINEからいつでも手軽にアクセスができるよう設計。



◎オンライン相談へのアクセス実現増加を図った視聴者参加型のオンラインセミナー

ライブ配信（大型セミナー）

- 8/26 働く女性が知っておきたい“ころとからだのこと”
一般・個人向けに開催

30名
参加

- 10/19 働く女性が知っておきたい“ころとからだのこと”
健康経営研究会との共同開催

50名
参加

- 11/30 働く女性が知っておきたい“ころとからだのこと”
従業員組合の組合員向け開催

65名
参加

【講師のアバター登壇】

参加意欲の向上・アバターとのコミュニケーションのイメージを持ってもらうことを狙いとし、講師である助産師が親しみやすさのあるアバターで登壇。

【インタラクティブ性】

セミナー途中で投票機能を活用したクイズの実施やリアクションボタンの設置などオンラインだが、視聴者を置いてきぼりにさせないような工夫を行った。



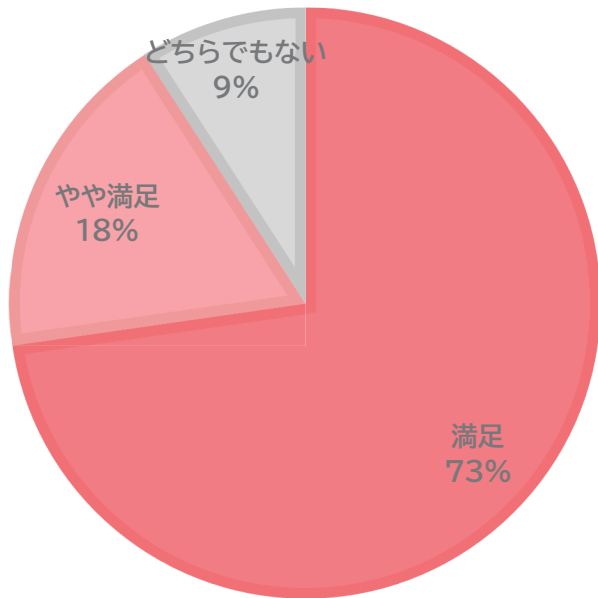
Q1. 女性の一生で分泌される女性ホルモンの量はどれくらい？

- ① ティースプーン1杯分
- ② ペットボトル1本 (500ml) 分
- ③ バケツ1杯分

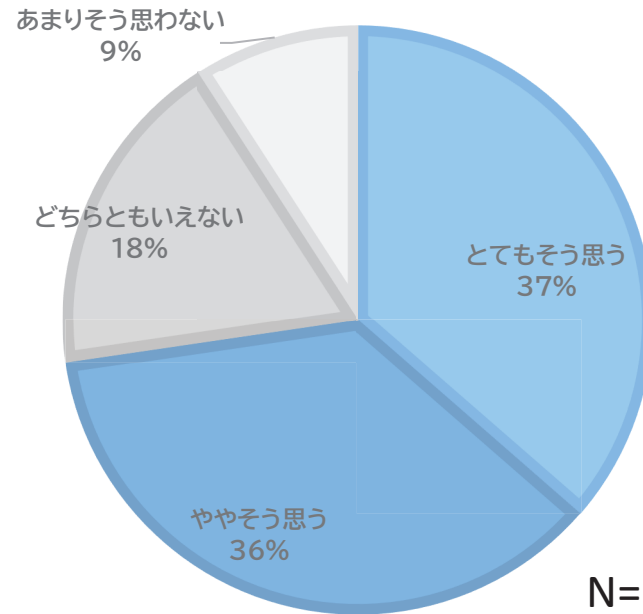
8/26開催 一般・個人向けセミナー

実際に健康課題を抱えている方と、将来や周囲のために知識をつけておきたいという方の両方が参加された。
働く女性のライフステージにおける健康課題と対処について、“健康課題がある人もない人も一緒に考える”というコンセプトで実施。

「助産師Vtuberによるセミナー」で、
どの程度ご満足いただけましたでしょうか？



アバターによる相談についてお伺いします。
自身の姿を見せず相談ができるため、心理的
ハードルが軽減できると思いますか？



N=11

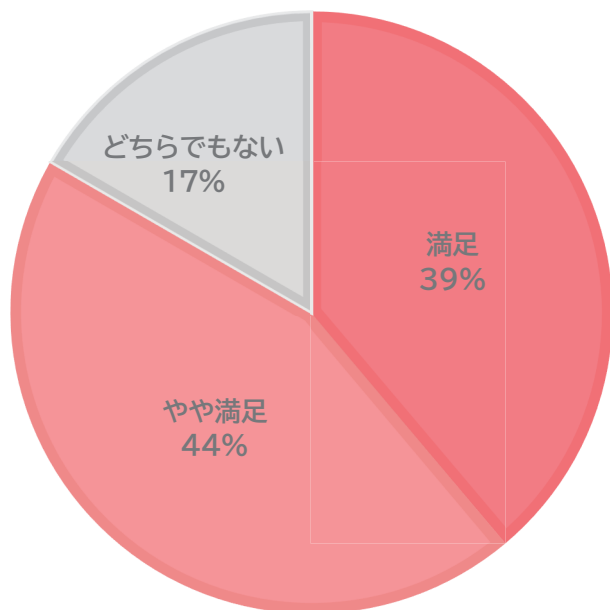
アンケートコメント

- ✓ 終始明るい雰囲気です助産師さんの存在を身近に感じました。
- ✓ アバター講師ははじめてだったが、
自分がアバターになって相談するイメージがつかしました。
- ✓ 想像以上に聞きやすかった。
アバターでかしまらずに話が聞けた。
- ✓ 専門家の話を直接聞く機会があまりないので
良い機会であるのと、親しみやすかった
- ✓ 相談のハードルが下がった気がします。

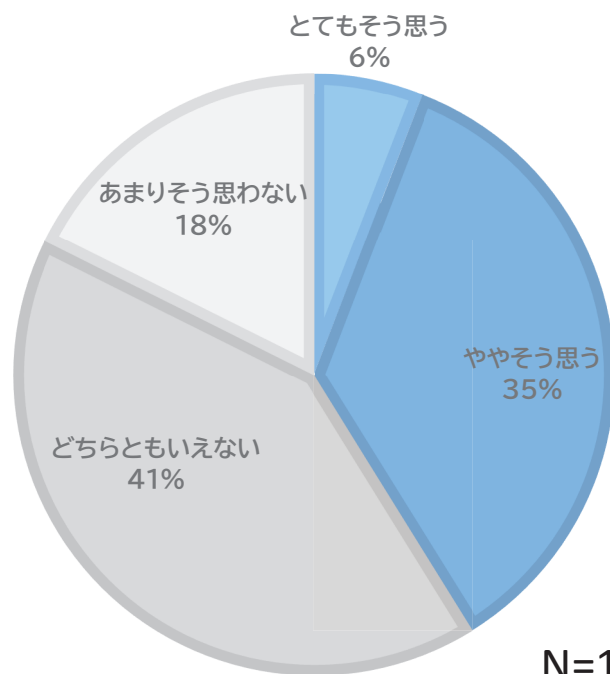
10/19開催 健康経営担当・管理職・人事向けセミナー

健康経営を支援している企業担当者、人事・総務、管理職の方が中心の参加となったため女性に起こりうる健康課題とその対処法と共に、それらをサポートする企業としての取り組み方や、互いに理解し合える職場環境のポイントについてを中心に取り上げた。

「助産師Vtuberによるセミナー」で、どの程度ご満足いただけましたでしょうか？



アバターによる相談についてお伺いします。自身の姿を見せず相談ができるため、心理的ハードルが軽減できると思いますか？



N=19

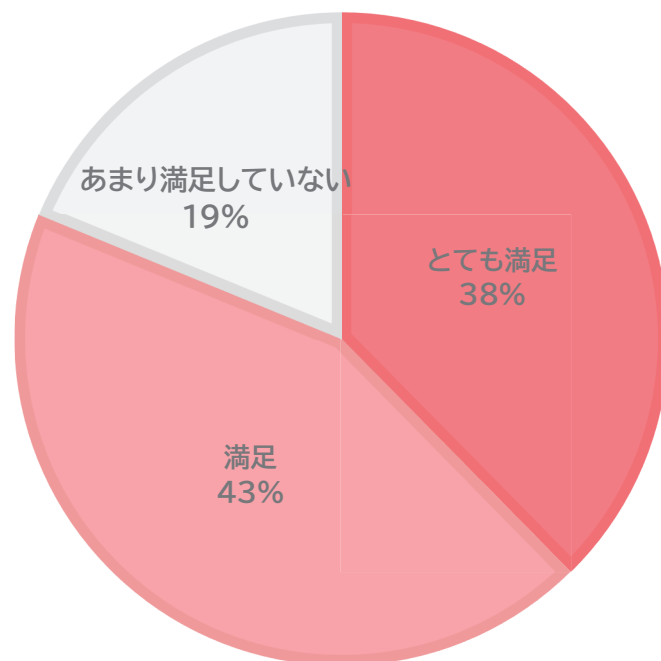
アンケートコメント

- ✓ 対話で進むので、おしゃべりしている雰囲気を楽しめました。
- ✓ クイズなど交えることで**集中力を保ったまま参加**できた。
- ✓ Vtuberの動画自体初めて視聴したが、**話が聞きやすく勉強**になった。
- ✓ 働き盛りの若い女性向けなのかと思いましたが「人生100年時代、更年期のあとの人生も長い」と言われハッとしました。

11/30 従業員組合員向けセミナー

従業員組合を通した組合員向けのセミナーとなった。
本事業の本筋である「アバターの特性」や「個別相談をすることのメリット」・助産師が過去に受けた相談例なども発信し、
実証参加への関心度が上がるように工夫→本事業におけるBtoBtoCモデルのテスト実施へと進めた。

本セミナーはどの程度満足でしたか？
(従業員組合作成アンケートより)



アンケートコメント

- ✓ 気軽に問合せしにくい話題の為、今後も定期的に開催 頂けると嬉しいです。
- ✓ 先入観が入らないので、純粋に**専門家からのお話を聞ける良さ**がありました。
- ✓ クイズ等適度に参加できる要素があり、**テンポも良く60分があっという間だった。**

計画に基づく実施事項

アバターの有用性の実証

オンライン相談予約・実施件数

【当初の計画】

1月中旬までを予約期間とし、

実施件数 : 100件 (アバター50・リアル50)



【結果】

・実施件数 : 102件 (アバター52・リアル50)

・予約件数 : 113件(キャンセル率:9.73%)

※予約期間を1月末まで延長

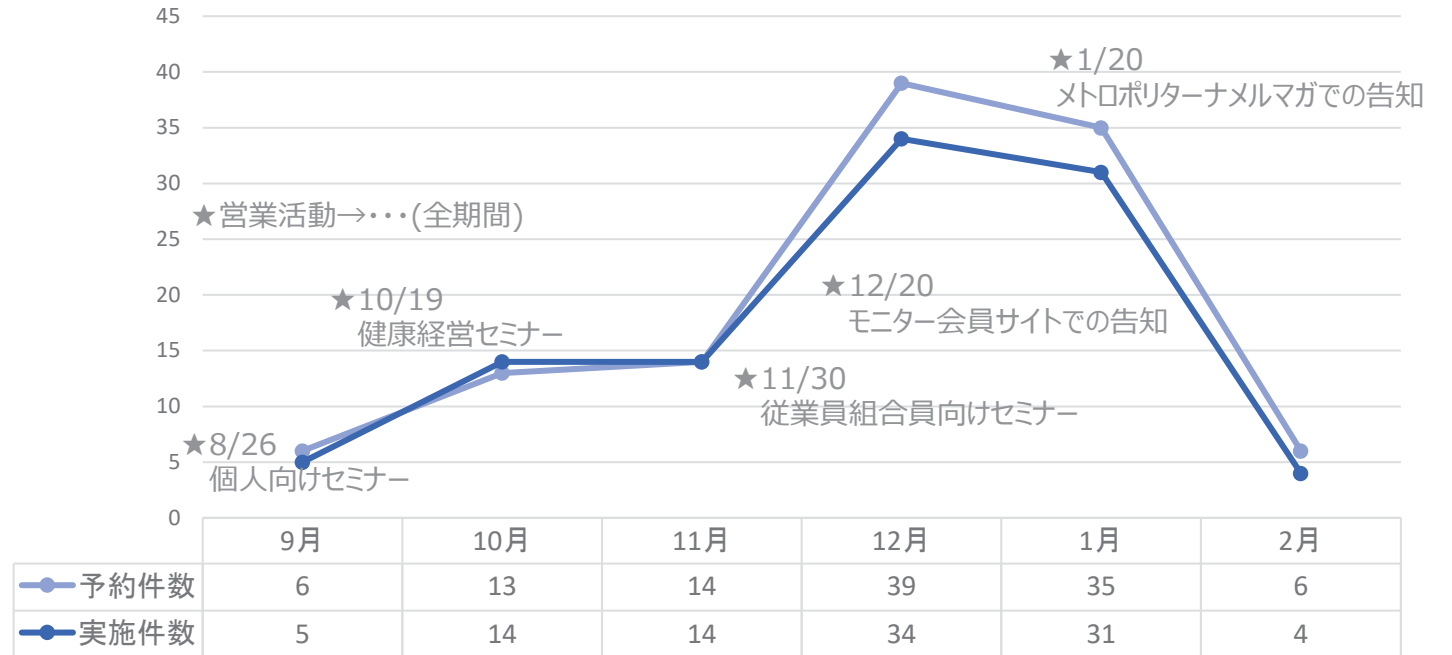
アンケート回答数

・事前アンケート : 回答97件 (回収率95%)

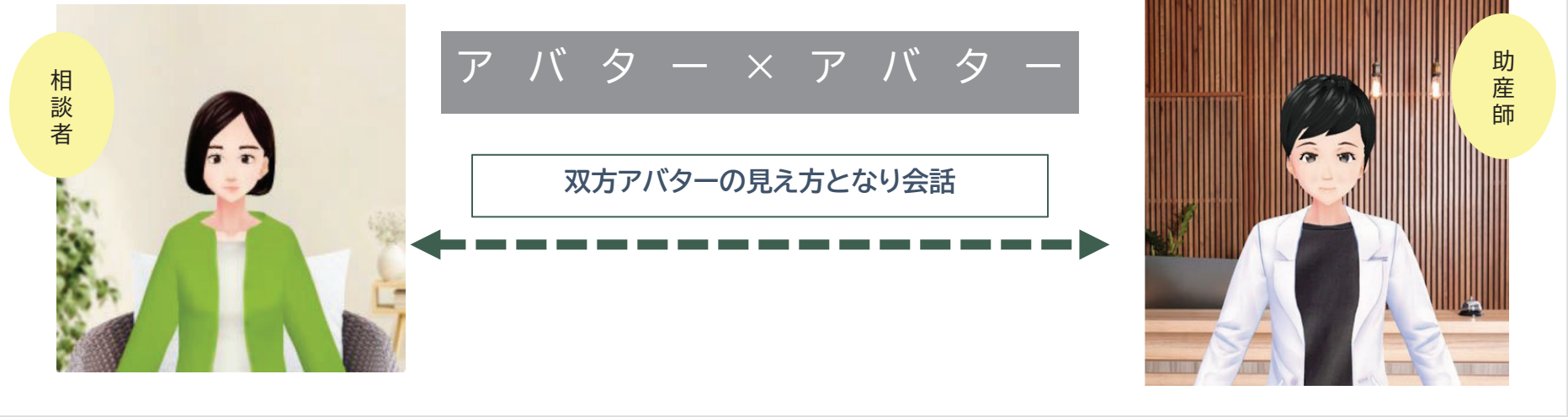
・相談直後アンケート : 回答90件 (回収率88%)

・28日後アンケート : 回答82件(回収率86%)

予約・実施件数の推移



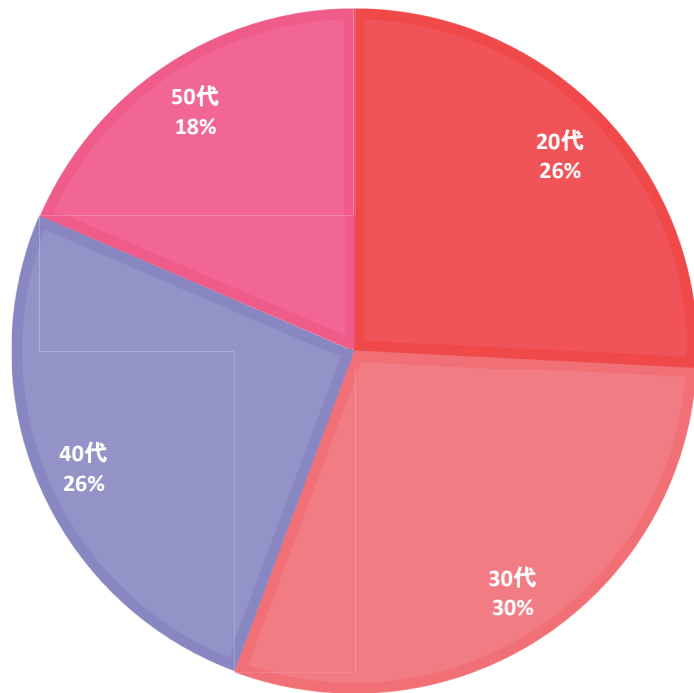
52名が
アバター×アバターで
カウンセリングを実施



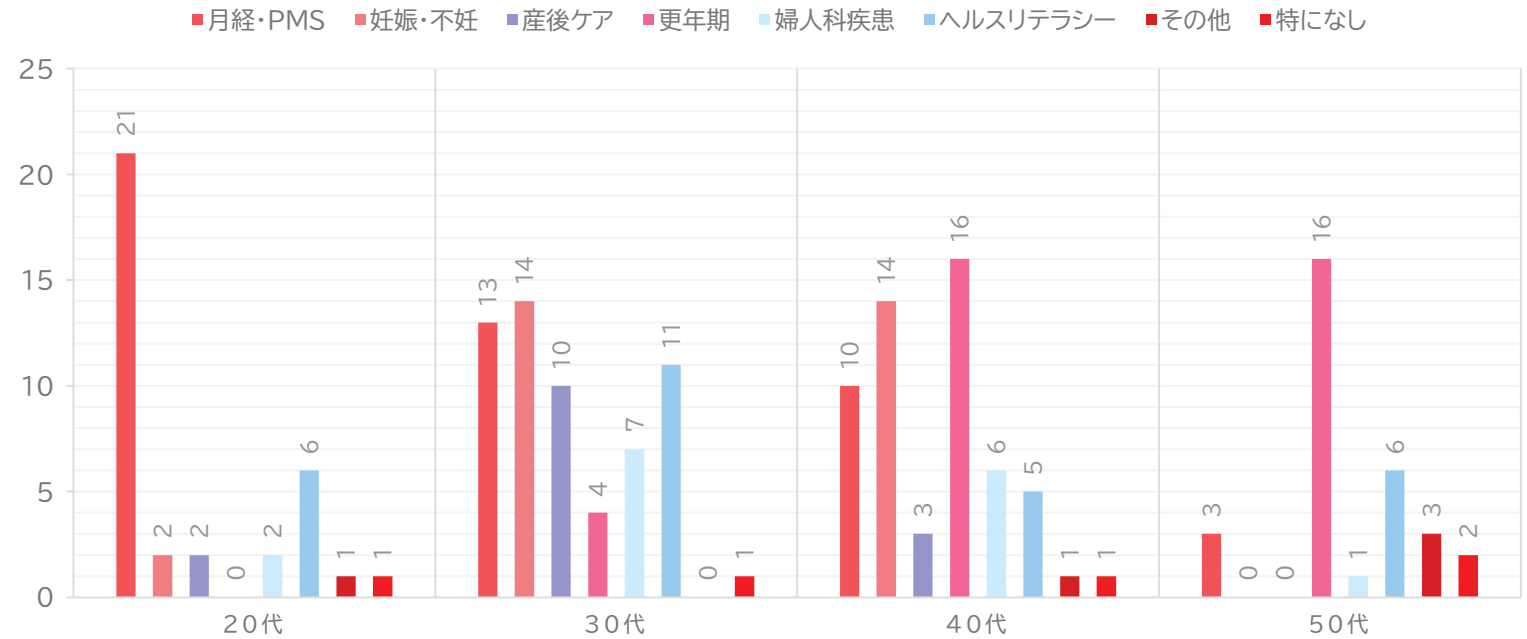
50名が
リアル×リアルで
カウンセリングを実施



<年代>



<健康課題>

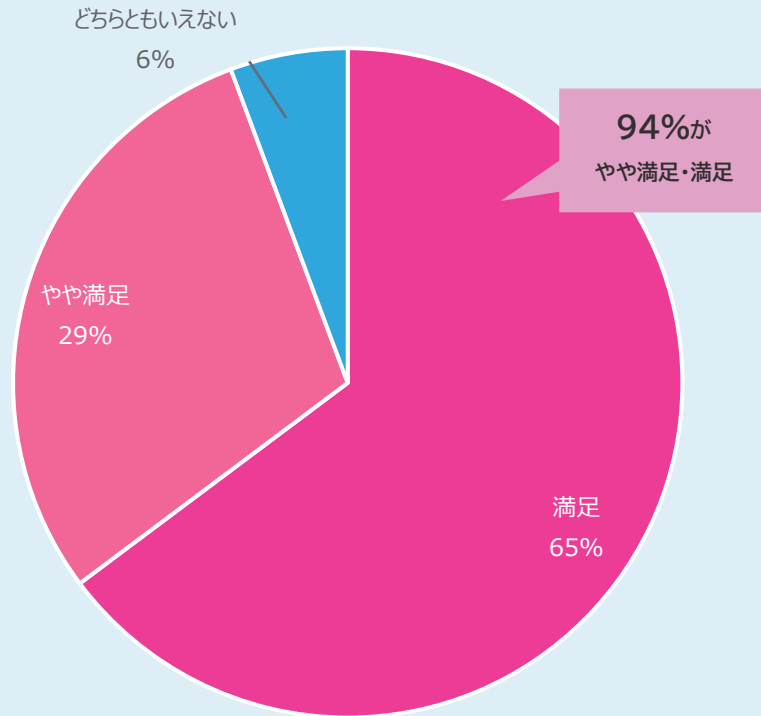


(N=97)

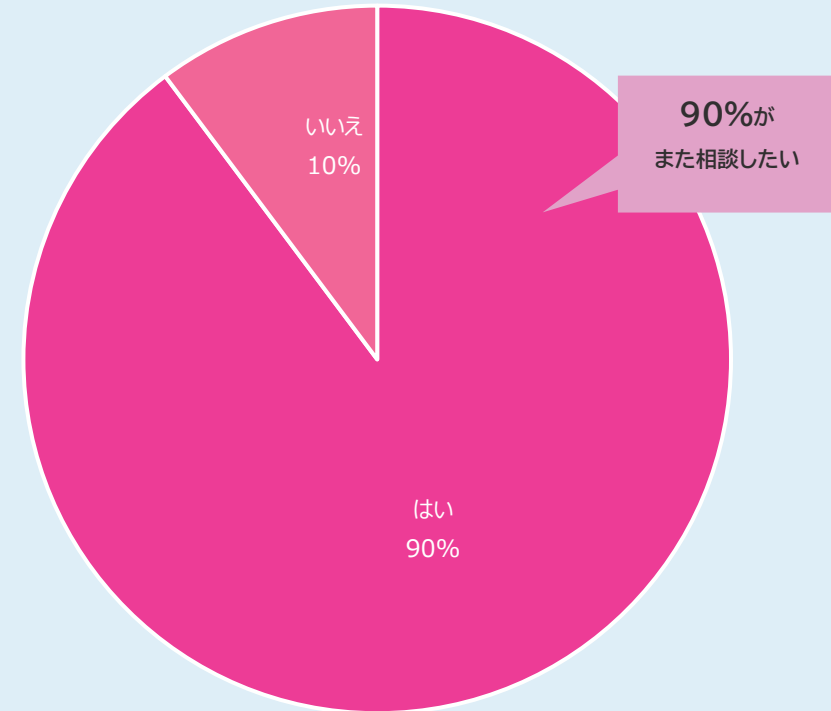
事業成果

満足度・リピートを求める割合はいずれも高い結果に

相談の満足度はどの程度でしたか？



また相談したいと思いますか？



◎事業参加者さまからの声

✓ **気楽**になりました。

✓ 初対面の人と顔を合わせるのが苦手な人や、**外出したくない人はリモートで気軽に相談できる事**はとても良いと思いました。

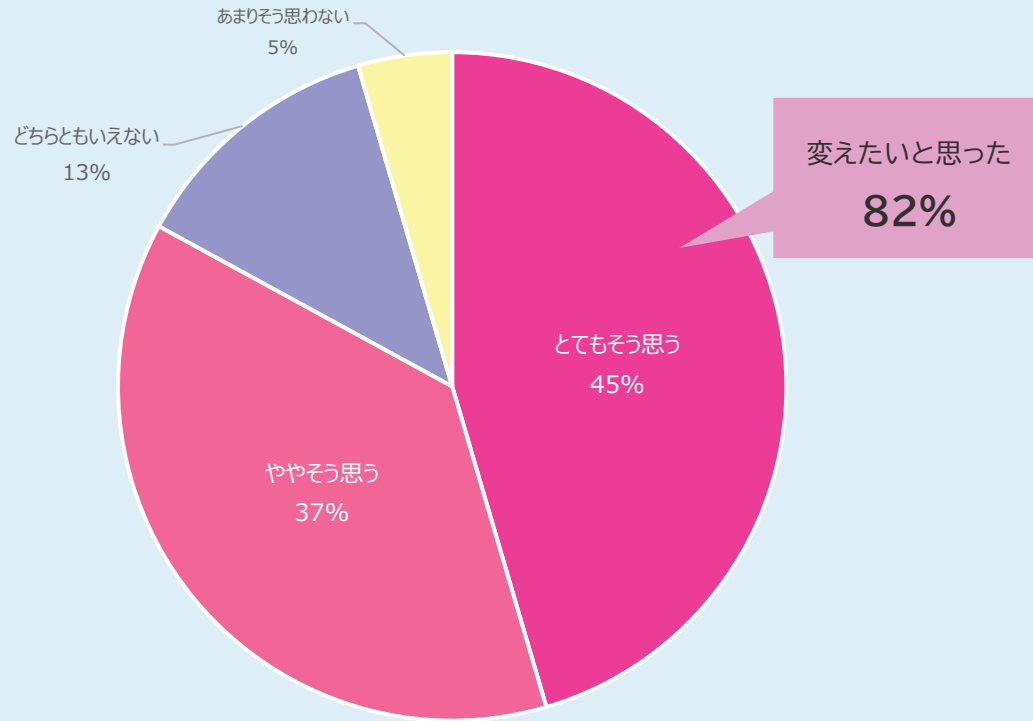
✓ 特別重い症状や病気の疑いがあるわけではなかったのですが、**相談するほどのことはないな**と思っていたのが正直なところでしたが、**カウンセラーさん側から色々聞いていただく中で、自分ではあまり意識していなかったことが体調に影響していたり、少し見直すだけで、生理の悩みが改善される可能性があることもわかって、ためになりました。**

✓ **話しやすい雰囲気**だったので、どんどん聞いてみたいことが出てきて、定期的に相談したいと思いました。

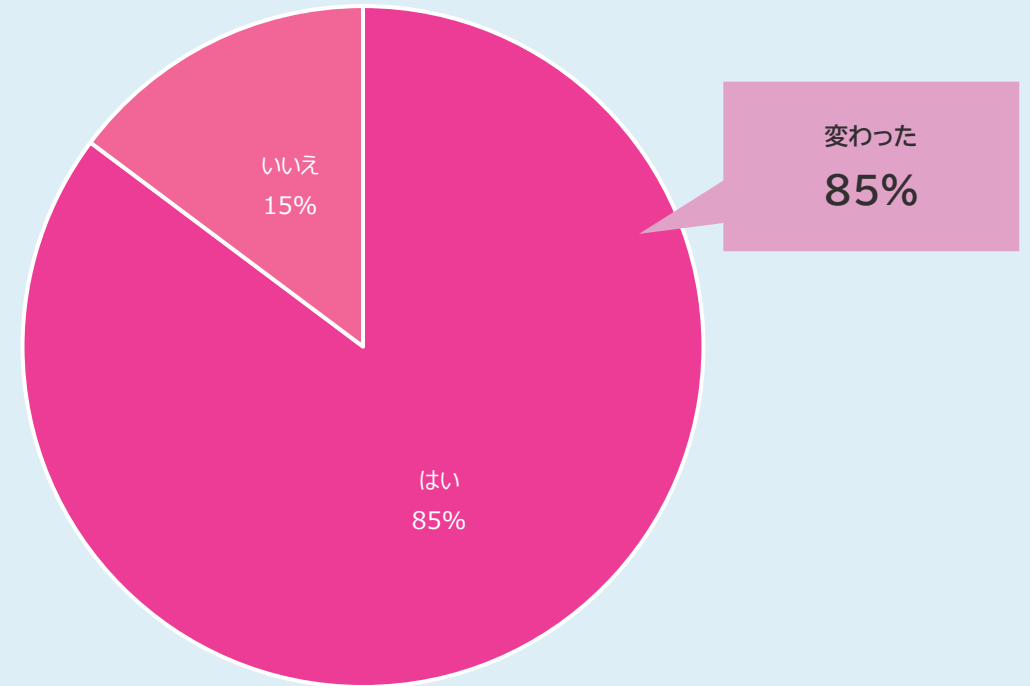
✓ 話を聞いてくれたこと、そして、**受け止めてくれた時点で少しホッとしました。病院に行くほどでもないし、さらに婦人科に行くのはちょっと躊躇してしまうところがあったので、少しの不調であれば、オンラインで相談できるのはとてもありがたい**と思いました。

オンライン相談によって意識に変化があった人が多数

相談によって意識や生活で変えたいと思ったことはありましたか？



相談によって意識が変わりましたか



◎意識・生活の変容があった点

【考え方や心構え】

- ✓もっと自分を受け入れる
- ✓ポジティブで気軽な気持ちになれた。
- ✓今からおびえててもなってみないとわからないものなのだなと、楽観的になりました。

【運動や生活改善】

- ✓運動や食事など、本やテレビではなく、自分と1on1で言ってくれたからこそ、自分ごととして取り組みたいと思った
- ✓冷えを改善しなきゃなと真剣に考えることができた。
- ✓白い砂糖を減らすこと、ゆっくり湯船に浸かるという、自分の状況に合わせたアドバイスについて実践したいと思った

【医療機関への受診・検査】

- ✓病院での検査
- ✓婦人科を受診することに、躊躇していましたが、ホルモン療法などを、知ることができて、よかった。

サービス利用前後で、ヘルスリテラシーのスコアが増加した割合が77%に

・女性のヘルスリテラシーTOTAL

	before	after
平均値	63.61	67.94
中央値	62.50	68.50
改善した人数とその割合	61人 (77%)	

- ※第一因子: 健康情報の入手や選択・専門家への相談・実際の行動から構成
- ※第二因子: 月経周期の把握、月経の予測、月経時の不快への対処の項目で構成
- ※第三因子: 月経・不妊・婦人科疾患・避妊など知識から構成
- ※第四因子: 避妊や性感染症予防をパートナーと話し合う項目から構成

・第一因子【女性の健康情報の選択と実践】

	before	after
平均値	27.04	28.89
中央値	27.00	29.50
改善した人数とその割合	48人 (61%)	

・第二因子【月経ヘルスケア】

	before	after
平均値	14.99	16.28
中央値	16.00	17.00
改善した人数とその割合	44人 (56%)	

・第三因子【女性の身体に関する知識】

	before	after
平均値	15.46	16.23
中央値	15.00	16.00
改善した人数とその割合	44人 (56%)	

・第四因子【パートナーとの性相談】

	before	after
平均値	6.26	6.44
中央値	7.00	7.00
改善した人数とその割合	28人 (35%)	

N=79(有効回答数)

●助産師によるオンライン相談カウンセリング <共通指標>

サービス利用前後で、絶対的プレゼンティズムの改善が約50%

共通指標①	有効回答数: 79人		
	Before	After	
絶対的プレゼンティズム	平均値	56.33	65.19
	中央値	60.00	70.00
	改善した人数とその割合	42人 (53.2%)	
相対的プレゼンティズム	平均値	1.01	0.97
	中央値	1.00	1.00
	改善した人数とその割合	29人 (36.7%)	



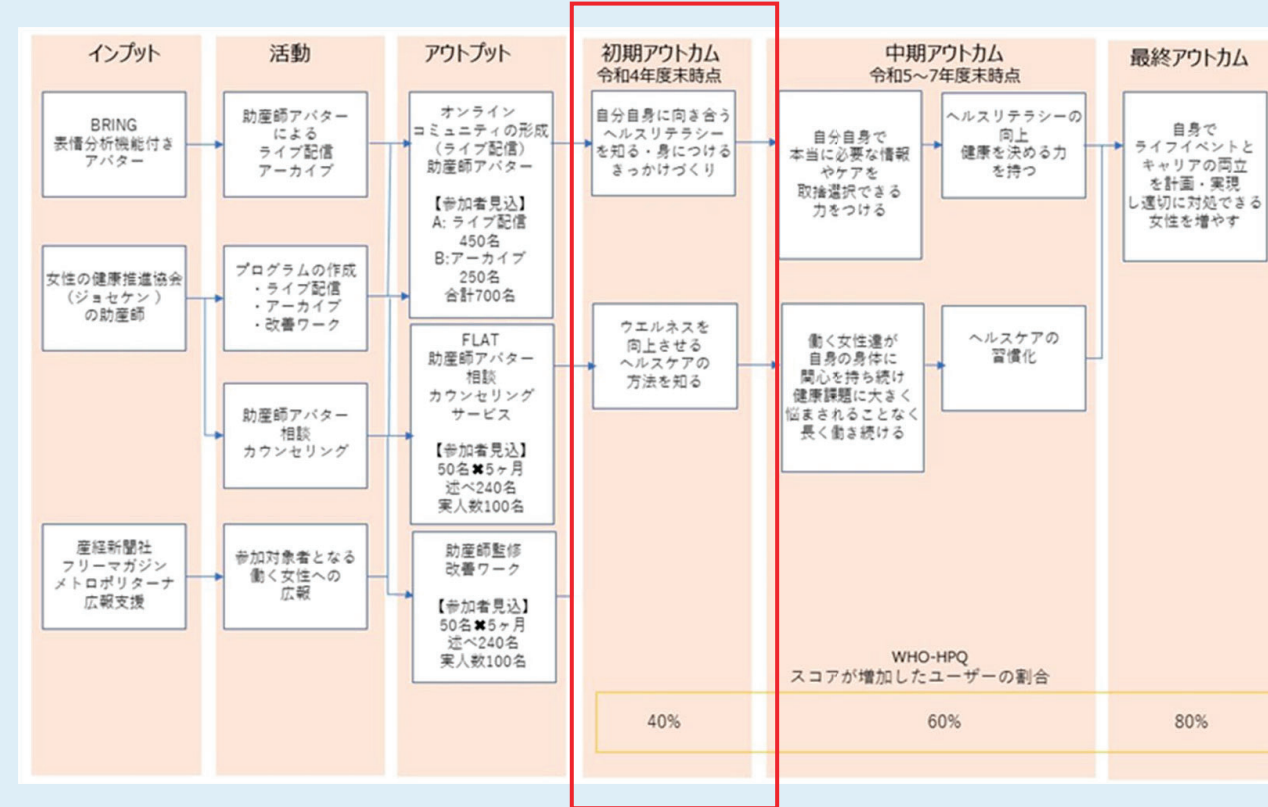
初期アウトカム目標
改善した割合を40%としていたが53.2%で達成

共通指標②	有効回答数: 79人		
	Before	After	
健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知	平均値	2.44	2.96
	中央値	2.00	3.00
	改善した人数とその割合	21人 (26.6%)	
解決策/緩和策の認知	平均値	3.30	4.19
	中央値	3.00	4.00
	改善した人数とその割合	38人 (48.1%)	
解決策/緩和策の実施	平均値	1.67	2.13
	中央値	1.00	1.00
	改善した人数とその割合	37人 (46.8%)	
解決策/緩和策のアウトカム	平均値	0.57	0.78
	中央値	0.00	0.00
	改善した人数とその割合	25人 (31.6%)	
他者・組織への相談先の認知	平均値	3.51	4.20
	中央値	3.00	4.00
	改善した人数とその割合	36人 (45.6%)	
他者・組織への相談の実施	平均値	1.28	1.56
	中央値	1.00	1.00
	改善した人数とその割合	27人 (34.2%)	
他者・組織への相談のアウトカム	平均値	0.84	1.06
	中央値	1.00	1.00
	改善した人数とその割合	22人 (27.8%)	

●助産師による相談カウンセリング<成果>

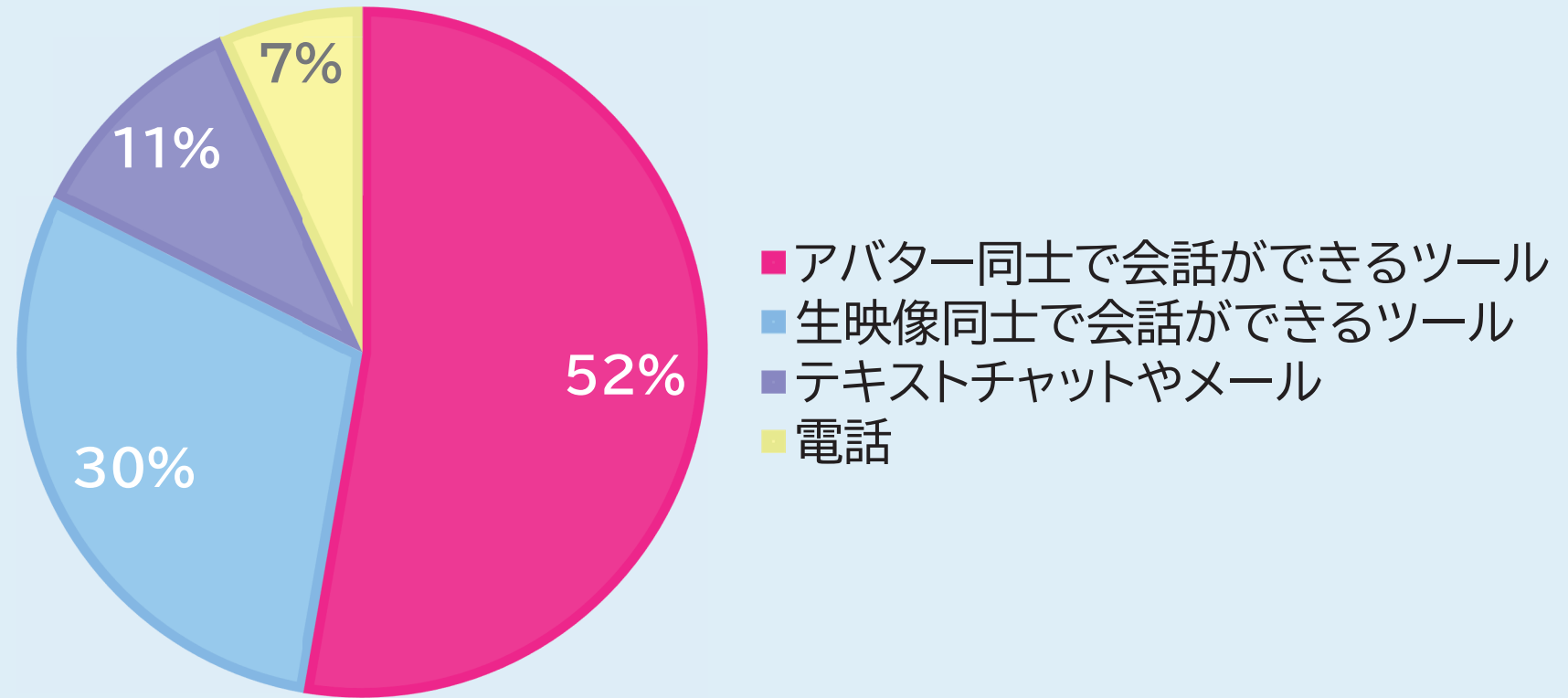
<成果>

- 意識や生活の変容があった割合が高い(85%)
- ヘルスリテラシーが向上した割合が高い(77%)
- 絶対的プレゼンティズム: 平均値と中央値が上昇・改善の割合が半数以上
- 「解決策の認知」: 平均値・中央値が増加
- 「他社・組織への相談先の認知」: 平均値・中央値が増加



助産師による相談カウンセリングは、1対1という環境で、
具体的で質の高いアドバイスをもらえることから
意識や行動の変容には有効的で、リテラシー向上にも貢献する

オンライン相談を受けた方の約50%が、次回以降アバターカウンセリングを希望



●アバターの有用性<アバター介入群・非介入群の理由の整理>

アバター介入群の中で、次回もアバター相談を希望された方の理由

アバターを体験した上で メリットを実感した

- ・顔を窺わなくていいのが思ったより楽だった。電話よりは集中できる
- ・アバターのほうが、赤裸々に自分のことや悩みを相談できると感じたから。
- ・生映像は緊張するがアバターなら表情だけわかるので相談しやすかった
- ・今回アバターでしたが違和感なく出来ました。
生映像よりも言いたいことが言えるような気もしました。
- ・チャットよりもノンバーバルなコミュニケーションができると感じたため
- ・今回、アバターだったので、婦人科というちょっと話しづらい内容で、かつ、初対面の先生ともそこまで緊張せずに話せたこと。
- ・今回アバター同士で相談してみて緊張せずに話げできたから。
- ・人の温度感を感じながらも、匿名性も担保されるように感じて。

素顔が見えないことによる
話しやすさ・相談のしやすさ・
コミュニケーションへの
集中のしやすさ

体験有無に関わらず アバターのメリットを 感じている

- ・育児中のため、メイクの時間が省けるのはありがたい。
- ・育児や仕事でまとまった時間を取ることが難しいため
- ・気楽だから
- ・すっぴんでも相談できるから。
- ・人の顔があると悩みが言えないから

見た目を整える必要のない
手軽さ

●アバターの有用性<アバター介入群・非介入群の理由の整理>

アバター非介入群(生映像でのカウンセリングを実施した群)の中で、次回、アバター相談を希望された方の理由

生映像を体験した上で
アバターのメリットを実感
(生映像のデメリットを感じた層)

- ・スマホに自分の顔が映るように持つのが面倒で長い時間相談しづらいと感じた。
顔色も造詣も悪い自分の顔を眺めながら相談したくないから。”
- ・生映像で相談しましたが、人見知りなのでリアクションやコメントのときに緊張した。アバターの方が初めから気が楽で良い”
- ・携帯を固定できず腕が疲れた。写りを気にしながらの相談だと集中できなかった。
- ・顔出しだと少し言いづらい内容もあったため。

見えることによる
落ち着かなさ

体験の有無にかかわらず
アバターのメリットを
感じている

- ・顔が映らないのでリラックスして会話できる為
- ・顔が見えると、相手の状況で話す内容やアドバイスにフィルターが掛かってしまうので。
- ・身支度や部屋の背景などが気になるのでアバターだと楽そうだなと思った。
- ・本音が話せそう
- ・どんな状態でもお話しすることができるため。
- ・こちらの環境を整えずに気軽に相談ができるため

見えないことによる
手軽さ・気軽さ

◎生映像での相談が良い理由(事業参加者コメント)

- ✓なんとなく**相手がいる安心感**がある。
- ✓アバターは安心感がある反面、
相手の表情はもちろんこちらの意志が伝わってるのかが不安になり、**必要以上相槌や声のトーンが気になってしまう**ので。
- ✓**身振り手振り**がアバターだと見えなかったため
- ✓アバターが個人的に好きでなく、**気持ち悪く感じる**為。

相手の存在や
様子を感じたい

◎テキストチャットやメールでの相談が良い理由(事業参加者コメント)

- ✓一番**気軽な**ため
- ✓育児や仕事で**まとまった時間**を取ることが難しいため

自分のタイミングで
コミュニケーションができる
手軽さ

◎電話での相談が良い理由(事業参加者コメント)

- ✓**楽**
- ✓電話以外は**つながるつながらない**など、うまくいくか**心配な点**があるので。

誰もが使えるシンプルさ

●アバターの有用性<総括>

<成果>

オンライン相談カウンセリングへの参加者で次回もアバターを希望する割合が約52%となった。

<アバターの有用性>

- ・相手からの余計な印象をカットしてくれるためコミュニケーションに集中できる
- ・見た目を整える必要が無い手軽さ
- ・チャットや電話よりも感じられる温度感



◎心理的障壁を下げ相談のアクセスにも繋がりがやすい。

相談手法に、アバターという選択肢を増やすことで、相談に抵抗がある層を取りこぼさないことが可能となる。
(Zoom等のオンラインツールの浸透から、生映像やチャット・電話のニーズは無くならないと考える)

◎コミュニケーションに集中できることから、情報の密度も上がり、
質の高いカウンセリングにも貢献すると考えられる。

今後について

● 今後の展望

◎実践・継続に対するサポート

→オンライン相談カウンセリングによって、ヘルスリテラシーや意識に変化があった層が
いかに自立・自律していけるかが中期～最終アウトカムとなるため、助産師のアドバイスの実践、モチベーションの維持・ヘルスケア習慣化ができるようなサポートをより手厚くしていく。

◎オンライン相談における相談手法のパターン

→相手の顔は見たい、もっと手軽なチャットなどのツールを求めるニーズもあるため、
それらに対応できるように幅を持たせる

◎アバターカウンセリングの市場拡大

→「アバター」という相談手法があることをフェムテックに限らず様々な業界に周知させていことで
より相談へのアクセスを増やしていく。



BRINGはアイデアをテクノロジーで具現化し、
世の中の巡りを次々と良くする、循環テクノロジー集団です



株式会社BRING
循環テクノロジー開発本部
坂 美咲 / SAKA MISAKI

Mail) vataraku@bring-corp.jp

Tel) 03-6260-6916

17.

身体症状と音声の分析を用いたヘルスケアとキャリア支援を繋ぐ仕組みづくり
(代表団体：一般社団法人ヘルスサポーターズイノベーション)



一般社団法人
ヘルスサポーターズイノベーション

身体症状と音声の分析を用いた ヘルスケアとキャリア支援を繋ぐ仕組みづくり

経済産業省 令和4年度
フェムテック等サポートサービス実証事業
実績報告



CHILWEL

いつでも専門家に聞ける安心を

目指したものの

働く人々のWELL-BEINGの実現



多職種連携による ライフとキャリアの両立支援

健康・子育て 分野の専門家

助産師
保育士
管理栄養士
理学療法士
公認心理師 等
(30人以上)

キャリア支援 の専門家

キャリアコンサルタント
社会保険労務士
中小企業診断士
(10人以上)



実施体制

代表団体
一般社団法人
ヘルスサポーターズイノベーション



業務委託

佐賀大学医学部
(母性看護学・助産学領域)

西九州大学
(理学療法学専攻)

株式会社ANDCO

CHILWEL改修業務

リスク計測テクノロ
ジーズ株式会社

音声計測システムMotivel
連携機能の開発

ファザーリング
ジャパン九州

男性視点からのアドバイス

協力団体・個人

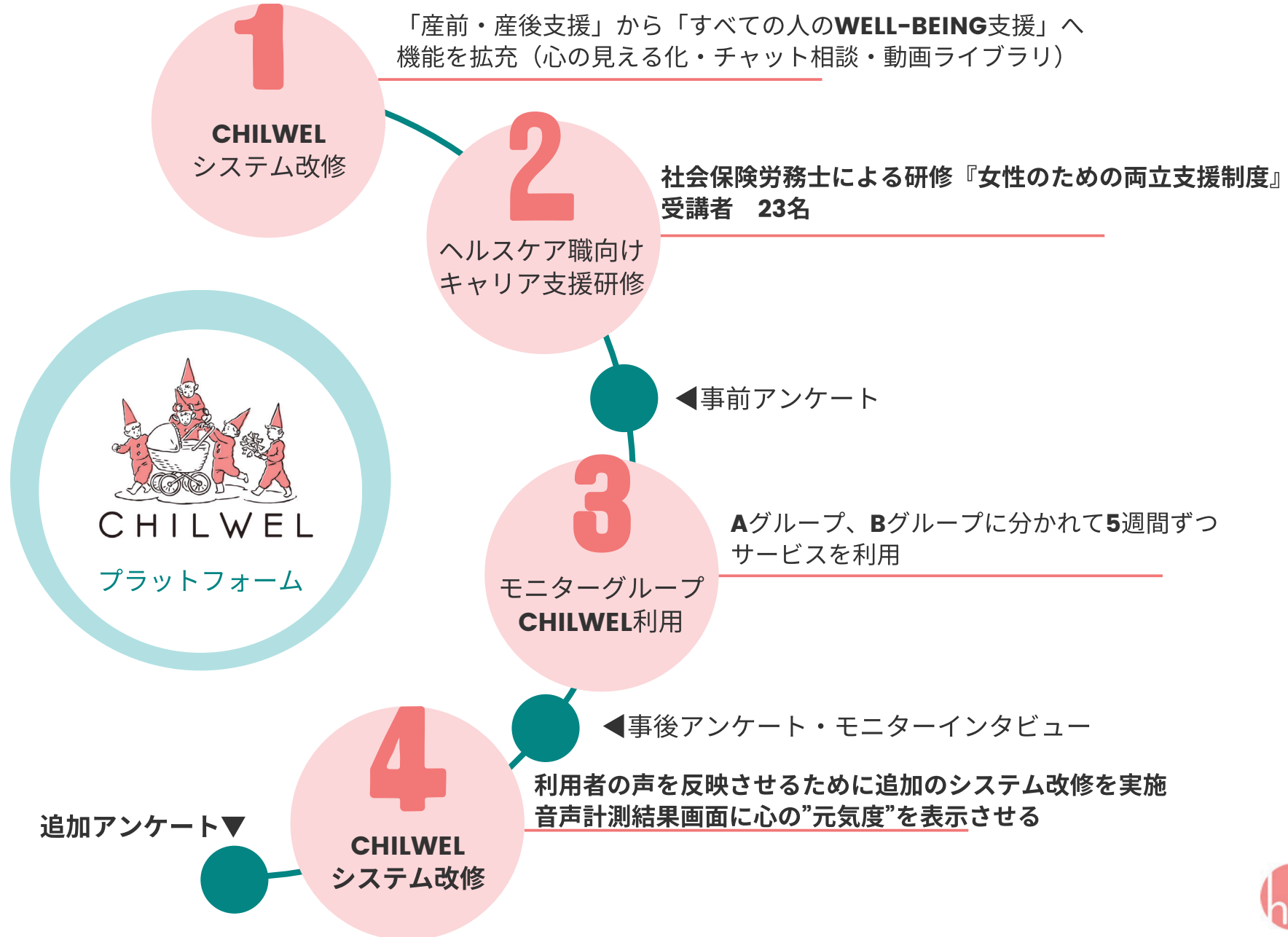
日本生命
佐賀支社

明治安田生命
佐賀支社

佐賀市役所

一般公募
モニター

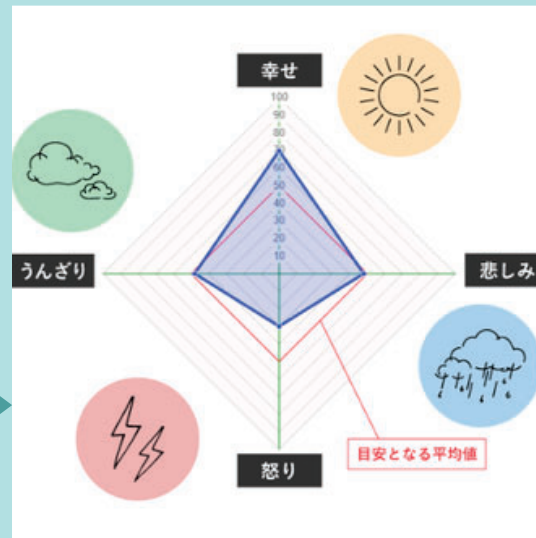
実施したこと



1 プラットフォームCHILWEL システム改修

メニュー一覧

1	気付く	5秒でこころチャート その日の心の状態が見える化
2	ライフステージごとに 必要な知識を得る	オンラインサロン【ランチタイム配信】 昼休みに気軽に耳だけ視聴
3		動画ライブラリ 人気サロン・動画を紹介
4		お役立ち情報 専門家コラム
5	セルフケア	オンラインサロン 双方向の参加型
6	専門家と1on1	気軽に専門家チャット チャットボタンから24時間受付
7		じっくりオンライン(zoom)相談 そのもやもや、そのままお話しください



2 ヘルスケア職向け キャリア支援研修

2022年8月20日開催

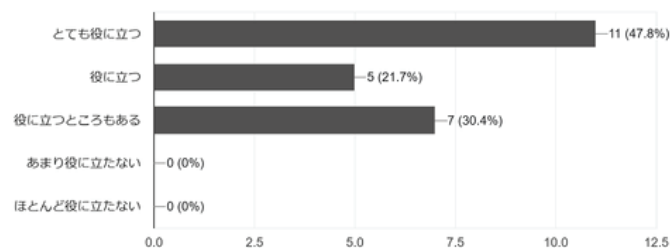
女性のための健康とキャリアの両立支援制度

講師:社会保険労務士 倉富玲子氏

受講者数：ヘルスケアの専門家（助産師、理学療法、管理栄養士等） **23名**

リアルタイム受講 **52.2%**、アーカイブ**47.8%**

講演の内容はあなたの女性の健康支援に役立ちそうですか？



役に立つと回答

100%

父親の育児参加を促すことが家族みんなの健康問題に直結する。今日の話は健康相談の際のより良いアドバイスにつながると感じた。

産前産後に利用できる経済支援や休暇制度について詳しく知ることが出来た。

少子化や労働人口の問題などを統計的に学べたことで視野が広がった。

3 モニターグループ CHILWEL利用

■参加状況（分析可能な対象者）

区分	団体名	申し込み	アンケート1回目 (基礎情報)	介入前後 アンケート回答者	アンケート 3回全回答者	音声分析可能+前 後アンケート回答	音声計測実施
A グループ	日本生命	100	73	27	13	22	34
	一般公募						
B グループ	明治安田生命	141	98	28	26	20	44
	佐賀市役所						
	一般公募						
合計	—	241	171	55	39	42	78

サービス利用状況

区分	モニター期間	オンラインサロン 開催回数 (参加者数)	動画視聴 回数	オンライン 相談 利用回数	チャット 相談 利用回数
A グループ	10/3-11/6 (5週間)	21回 (68名)	194回	10回	8回
B グループ	11/14-12/18 (5週間)	34回 (133名)	209回	1回	2回

※サロン参加者数、動画視聴回数には非モニターも含まれる

ランチャタイムに配信したオンラインサロンの一例



分析手法・モニター事業参加者の特徴

1回目アンケート（**ABグループ**合わせた全体**N=171** 平均年齢 **43.8**）（回答率**71%**）の結果からの考察

ヘルスリテラシーの中央値**38点**（**80点**満点中）

（先行研究と比較すると低い：**20~30歳**の平均、中央値は**52~53**（**84点**満点中））



この働く女性グループのヘルスリテラシーは低いと言える



アンケート回答率、サービス利用率が低い一因としてヘルスリテラシーの低さも関係しているのでは
（自ら行動し、健康に関するサービスを利用するまで意識が高くない）

AとBのグループ
のクロスオ
ーバー比較は
実施しない

理由

- ・ **AとB**の背景が異なる（平均年齢、子の数、同居率等）
- ・ **3回**のアンケート回答+**CHILWEL**利用の全てを満たす人が少ない
- ・ モニター期間中に提供したサービスの内容が異なる

Aグループのみ
を詳しく分析
する

理由

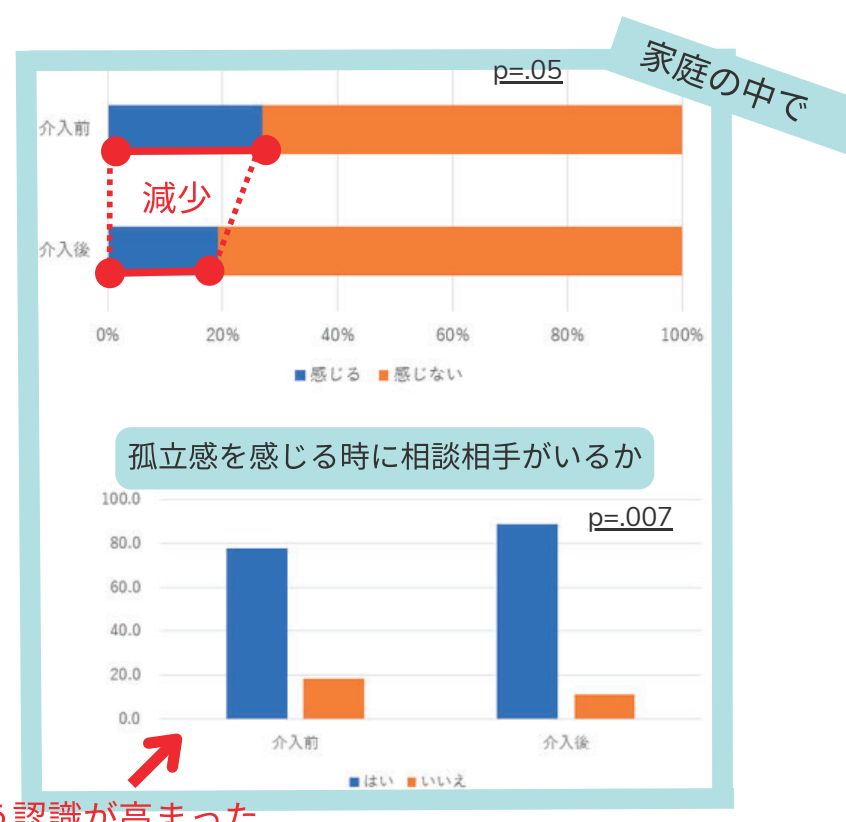
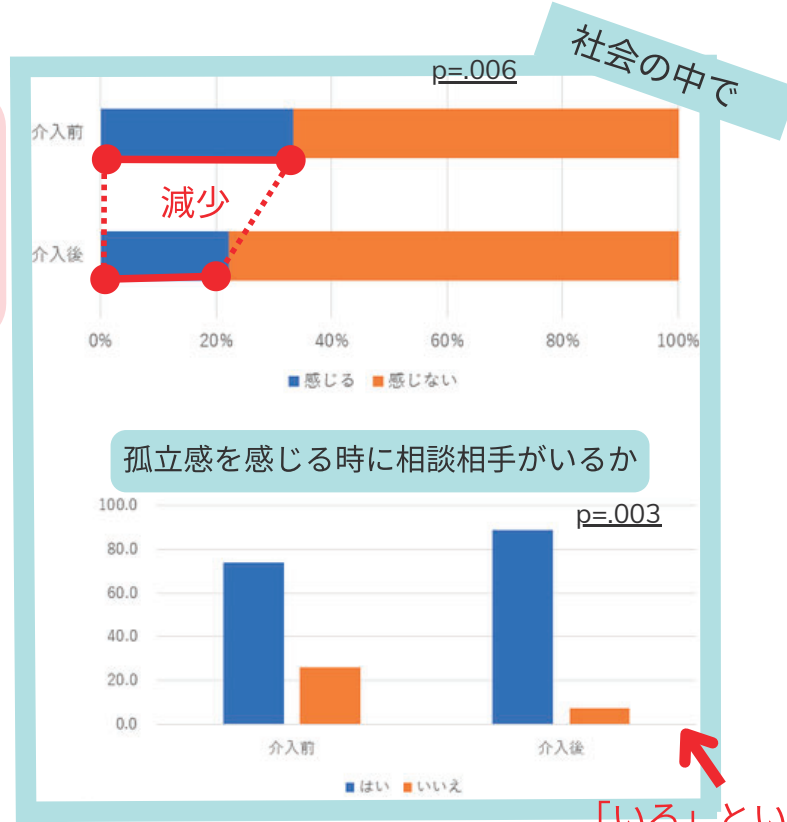
- ・ **Bグループ**より年齢層が若く
サービスを利用した人が多い

171名の年齢層別に見たヘルスリテラシー点数

年齢	人数	中央値	平均値
20代	18	40.5	41.7
30代	42	41	41.1
40代	55	43	41.2
50代	43	32	33.4
60代	13	30	29.0

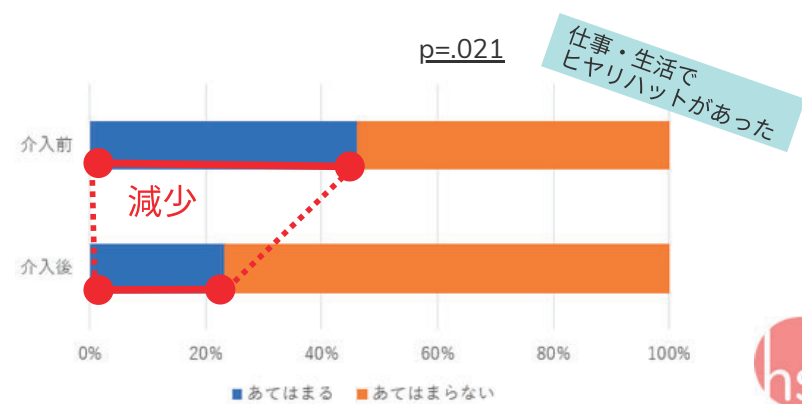
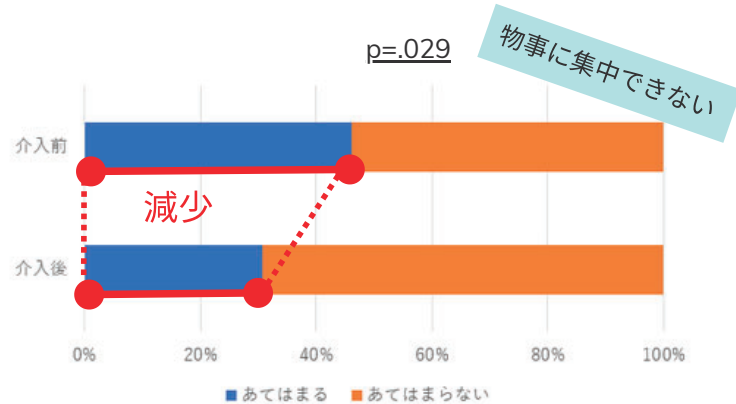
Aグループ データ ① (n=27)

孤立感



「いる」という認識が高まった

心理状態

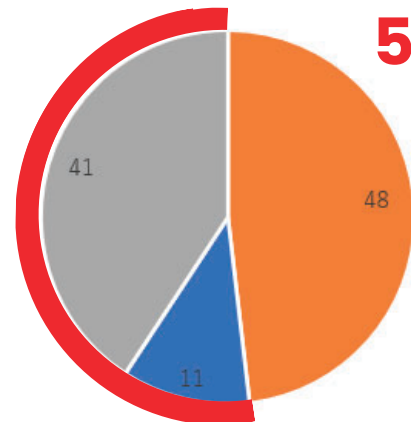


Aグループ データ ② (n=27)

音声計測が利用の後押しになるか

		Aグループ (n=27)
利用状況	飽きずに利用できた	5
	途中で飽きたが継続して利用できた	8
	途中で飽きたので利用を中止した	9
	利用していない	3
音声システムとCHILWELについて 利用の後押し	強く思う	3
	少し思う	11
	あまり思わない	13
	全く思わない	0

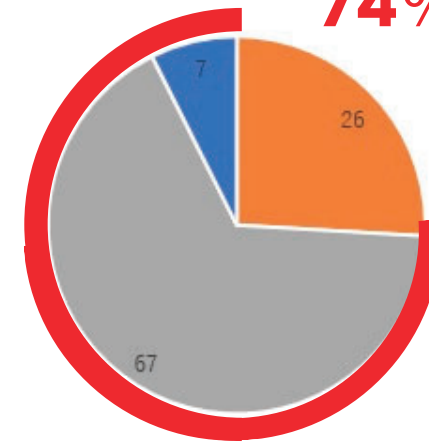
強く思う・少し思う
52%



■ あまり思わない ■ 少し思う ■ 強く思う

CHILWELの利用を継続したいか

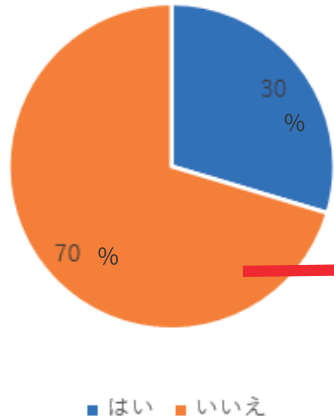
強く思う・少し思う
74%



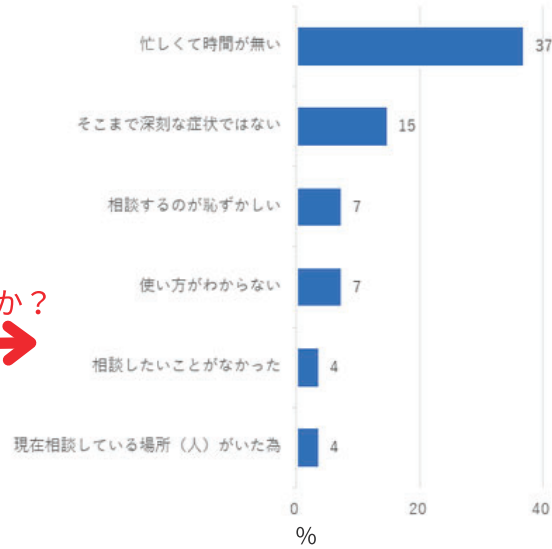
■ あまり思わない ■ 少し思う ■ 強く思う

Aグループ データ ③ (n=27)

専門家にチャットで相談するサービスを利用したか



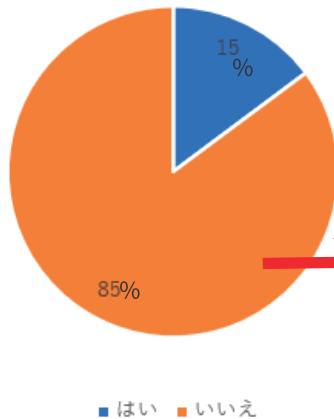
なぜ
利用しなかったのか？



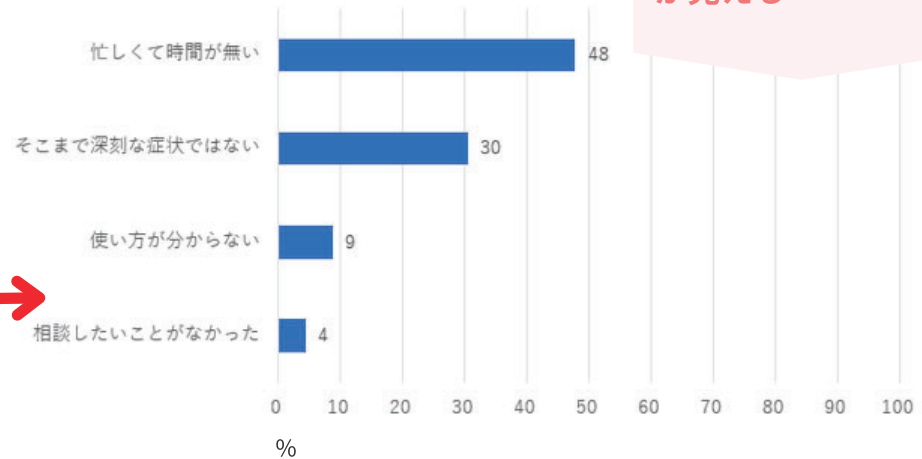
症状が深刻になる前の
早期対応が必要であるが、
現実には...

ITリテラシーや、
恥ずかしさなど適切な
サービスの利用には
様々な壁があることが
見える

専門家にオンラインで
相談するサービスを利用したか

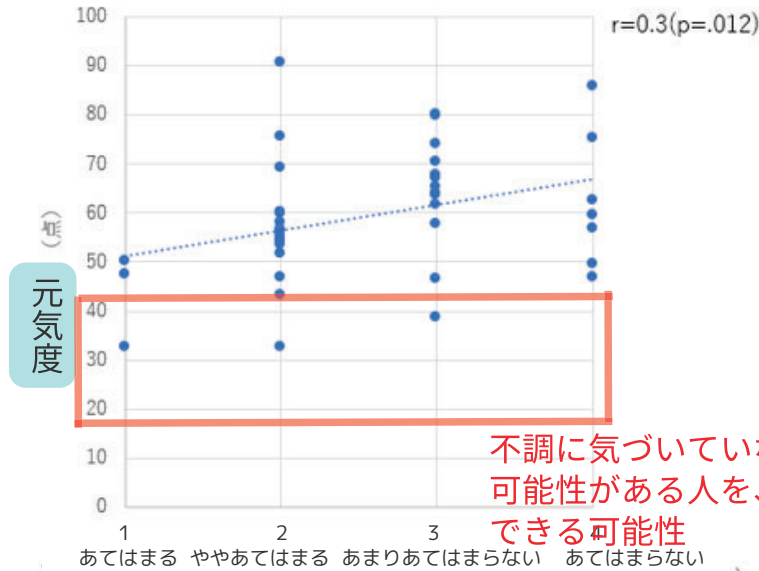


なぜ
利用しなかったのか？



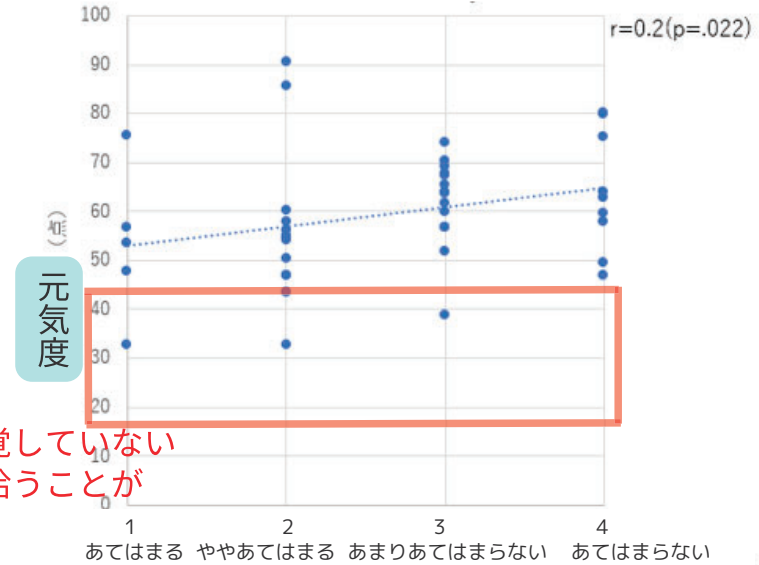
A・Bグループ統一

音声データと事前アンケートから見える メンタル（元気度）と身体不調・疲労状況との関係



不調に気づいていない、自覚していない
可能性がある人を、音声で拾うことが
できる可能性

体の調子が悪い



へとへとだ

弱い正の相関



体の調子が悪いと
感じている人は
元気度が低い

弱い正の相関



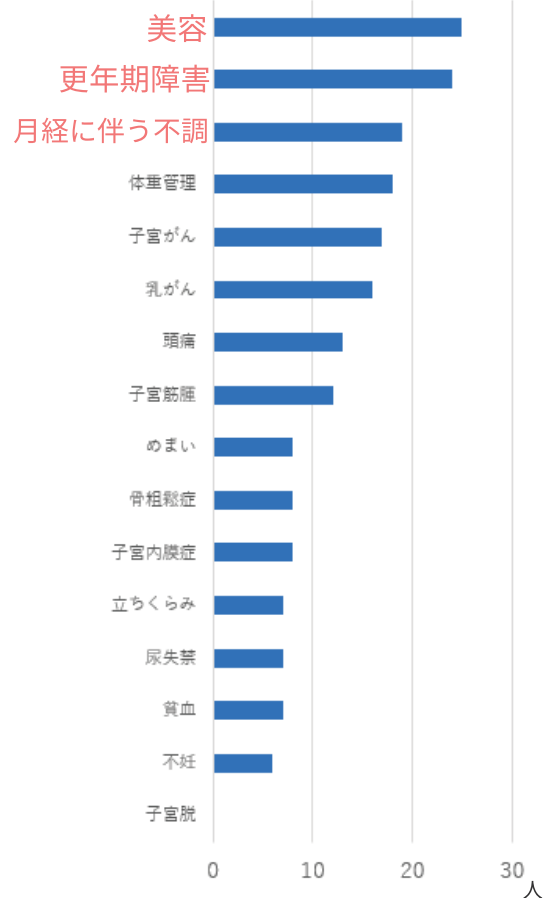
へとへとだと
感じている人は
元気度が低い

その他の項目については 相関なし

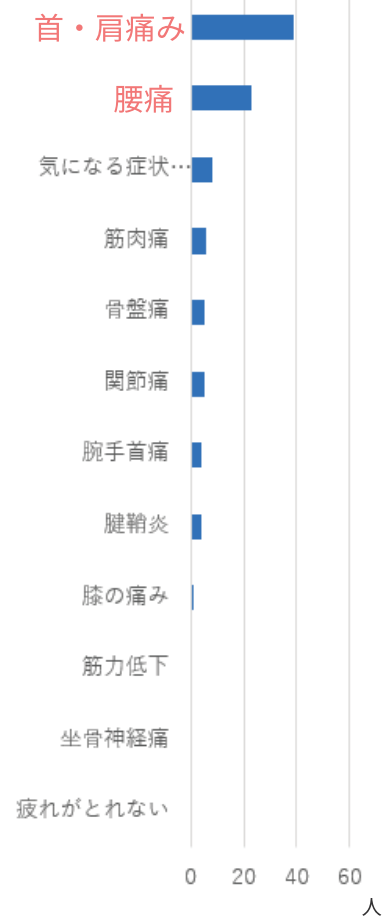
関心があるテーマ（モニター開始前時点）

A・Bグループ統一（n=55）

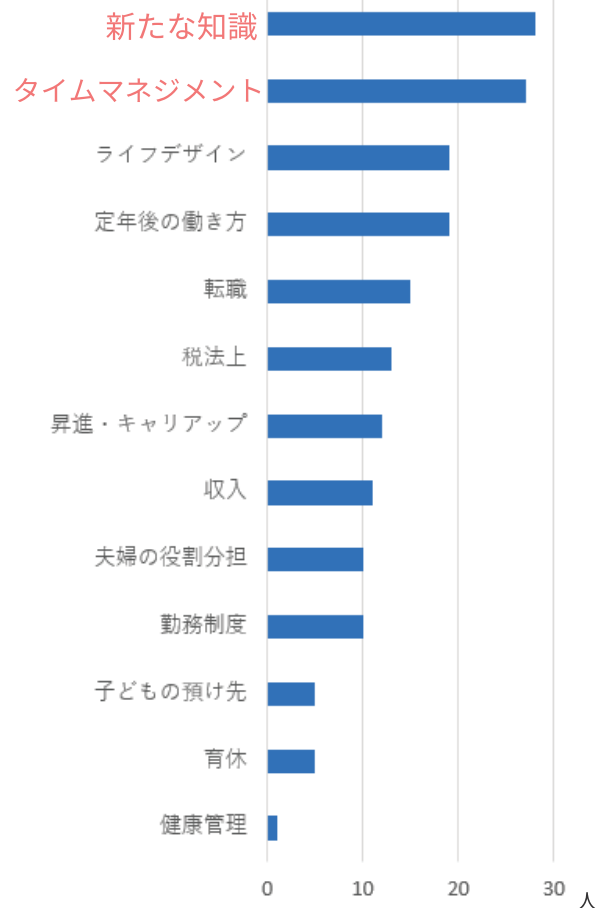
女性の健康



身体の痛み



仕事



モニターインタビュー

実施方法

アンケートを補う目的で3名のモニターにオンラインまたは対面で実施。利用した感想や改善した方がいいと感じた点、今後期待するオンラインサービスなどについて聞いた。



1

CHILWELについて

- チャット相談のユーザー導線はもっと工夫が必要。とても丁寧な回答が返ってきて驚いた。
- サロン、アーカイブ、チャット相談等の各メニューをつなげた活用イメージをもっと伝えてほしい。サロンの講師にチャットで相談できるなどが分かりにくかった。
- 健康チェックの結果にもとづくオススメサービスの提案などをしてもらいたい。
- ころころチャートの結果に変化が感じられず、途中で飽きた。職場ではやりづらい。

2

期待するオンラインサービス

- なかなかテレビを観る時間がないので、テレビのような分かりやすい形で旬の健康情報が得られると嬉しい
- 男性の更年期は家族からは伝えにくく、本人も気づきにくいので積極的に発信してほしい。

男性グループからのアドバイス

reason1

当事者（働く女性）だけでなく、男性を含む周囲（管理職・同僚）の意識や知識も高めたい

reason2

男性の育休取得や育児と仕事の両立をサポートすることが、女性の健康支援と仕事との両立支援につながる

九州を拠点に『笑っている父親』を増やす活動に取り組むファザーリングジャパン九州にモニター利用と意見収集を依頼

意見（一部）

- ベテランの専門家が多く登録されて信頼できそうなサイトの印象。一方で、誰に何を提供しているのかわかりづらい。サイト **TOP** のデザインも素敵だが、少しふわっとしていて男性に響くかどうか。「〇〇のための〇〇プラットフォーム」みたいに定義はどうか。
- 「お役立ち情報」「動画ライブラリ」の違いが分かりにくい
- 「仕組みは面白いが、いつやってもあまり分析が変わらない。結果にストレスの項目があれば、男性には響きそう。
- 人に相談するという行為が苦手な方が多い。もう少し、相談内容の項目を具体的に表示するなどの工夫が必要だと感じた。専門分野でのカテゴリだけでなく、「ただ話を聞く」「母乳について」「復職について」など具体的に。また、パパを狙うのであれば、妻の体調に関してやサポート方法、男性育休相談なども良いかも。
- 個人利用の料金（¥1,320/月）は相談を利用しない人には少し高い印象。

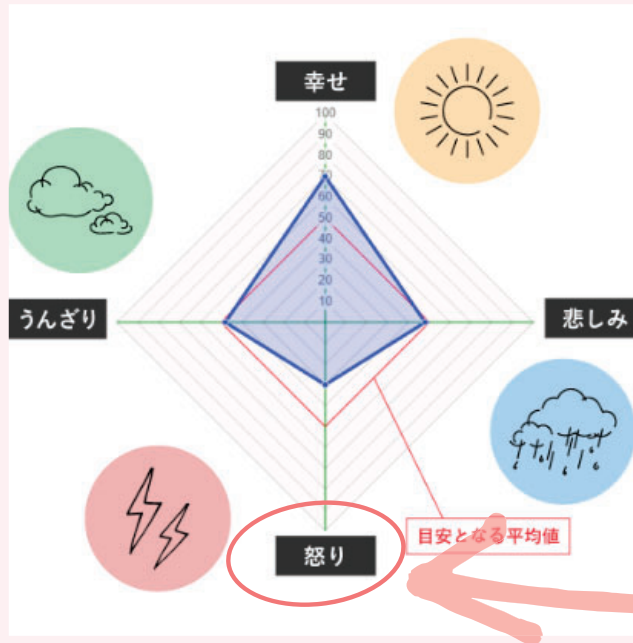
4 CHILWEL システム追加改修

アンケート等で寄せられた意見を反映させるため、声で心を見える化する”ころろチャート”の追加改修を行う。改修後は再度モニターに利用してもらいアンケートを実施予定。

音声計測は、本人も周囲も気がつきにくくメンタル不調を早期に見つける大切なメニューであり、使いやすさや結果の分かりやすさは今後も工夫を重ねていく予定。

初期改修

「幸せ」「うんざり」「怒り」「悲しみ」
をチャートで表示

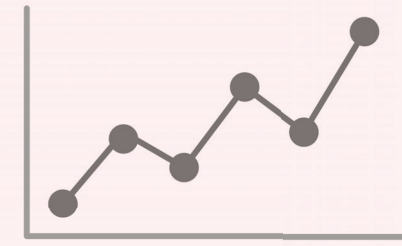


追加改修

心の「元気度」を一番上に表示。1つの指標で日々の変化を知ることができる。



↑
その時の結果は
数値でチェック



↑
日々の変化は
グラフでチェック

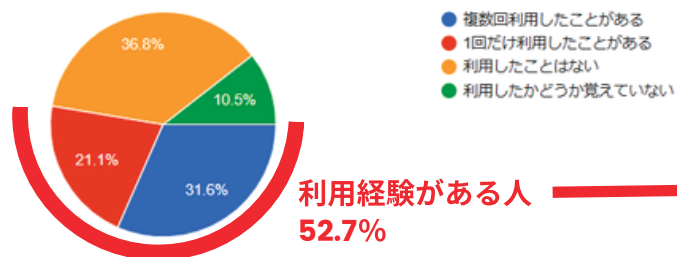
「怒り」の数値が高い時は、ストレスも高い状態であることをより強調する

追加改修後アンケート

モニターとして**CHILWEL**に登録しているユーザーに対しアンケートを実施した。

回答者：19名

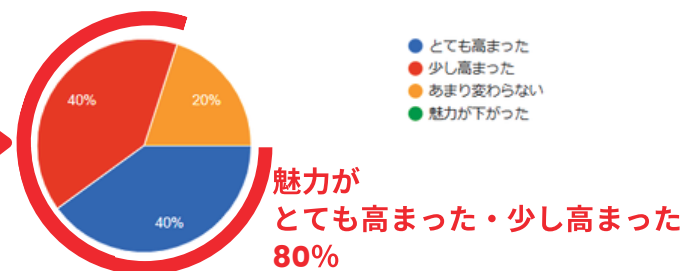
リニューアル前の【5秒でこころチャート】を利用したことはありましたか？



リニューアル前の【5秒でこころチャート】を利用したことがある方にお尋ねします。

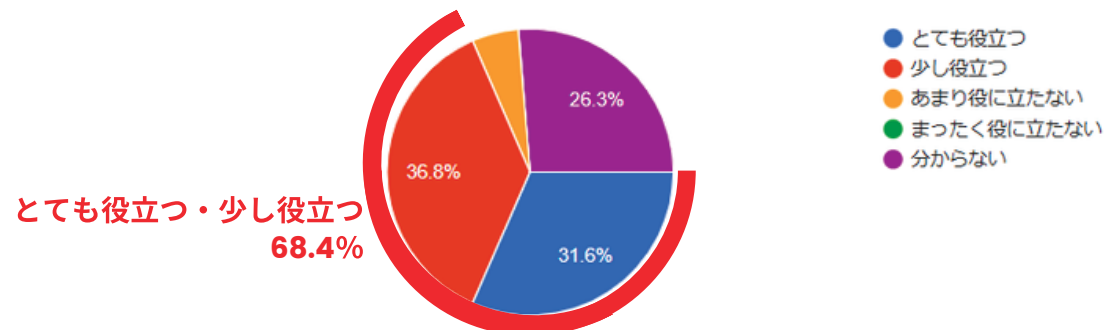
新たに【元気度】をチェックできるようになりました。以前と比べて「サービスの魅力」をどう感じますか？

10件の回答



リニューアルした【5秒でこころチャート】についてお答えください。

このサービスは、あなたの暮らしに役立つと感じますか？



サービス提供の課題

分かりやすい
ユーザー導線

CHILWELならではの
強みをみかく

- その人が今必要としている情報をピンポイントで届けることができる仕組み
- 身体の症状と心の症状をつなげる仕組み
(アンケート実施⇒サービス提示 等)
- 立ち位置を定め、取り組みを明確化する
”ヘルス”と”ライフデザイン”の**リテラシーの底上げ**
→仕事のパフォーマンスもUP

今後の事業展開

企業・自治体
医療機関への
アプローチ

プラットフォーム
の転用

- ❑ 本事業で収集したデータや利用者の声を活用し、サービス導入のための企業等への積極的なアプローチを行う
- ❑ 本事業で開発したプラットフォーム、そして健康とキャリアの多職種専門家チームを、異なるテーマや対象のためのプラットフォームへと転用することで、開発費を押さえて新サービスをスピーディに展開できる

お問い合わせ先



一般社団法人
ヘルスサポーターズイノベーション

Mail contact@healthsupporters-i.com

Tel 0952-60-2152 (寺野)



CHILWEL

いつでも専門家に聞ける安心を

18.

運動後の爽快感が味わえる「次世代EMS」を活用した、働く女性のメンタルヘルス・パフォーマンス向上事業

(代表団体：株式会社ポーラ・オルビスホールディングス)

令和4年度「フェムテック等サポートサービス実証事業費補助金」

2023/2/17 成果報告会

株式会社ポーラ・オルビスホールディングス



運動後の爽快感が味わえる
「次世代EMS」を活用した、働く女性の
メンタルヘルス・パフォーマンス向上事業

C

mirC frC

発見の先にこそ、ワクワクする謎がある。

POLA ORBIS GROUP

- **プロジェクト概要**
- **実施事項**
- **課題**
- **今後の展望**

※現在、特許出願準備中のため、大変恐れ入りますが、結果の開示は控えさせていただきます。
特許出願後は開示可能ですので、もしご興味ある方はお声がけorご連絡いただけると幸いです。

「働く女性のメンタルヘルス」は危機的状況

精神疾患の増加

2002年～2017年で約1.6倍
(厚生労働省による調査)

PMSや更年期障害

女性特有のメンタル不調

コロナウイルスの影響

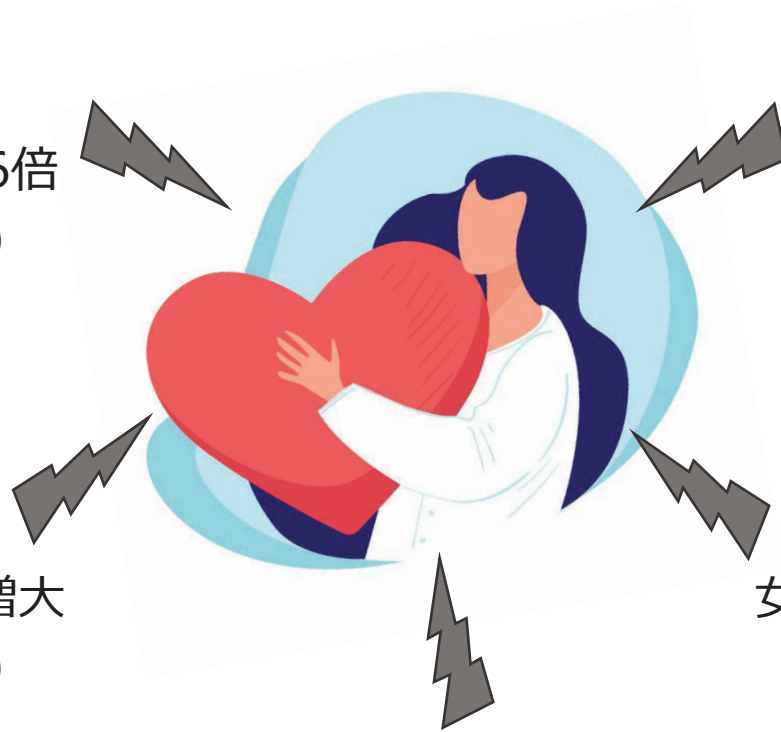
自粛生活で不安やストレス増大
(厚生労働省による調査)

女性の不安・うつ特性

女性の患者数は男性の約2倍

女性活躍推進に伴う負荷増

仕事の負荷や責任の増大
家事・育児・仕事のマルチタスク化





**PMS、更年期障害、ストレス、不安障害、うつ症状など
幅広いメンタルヘルス課題 に 高い改善効果**



脳作用物質の生成

脳のメンタルを司る部位に
作用する生体因子生成



ポジティブ記憶の上書き

脳血流の増加による
神経回路の新生



体から脳への

負のフィードバック遮断

筋肉の緊張緩和による体から
脳への負のフィードバック遮断

働き世代の女性が最も運動できていない



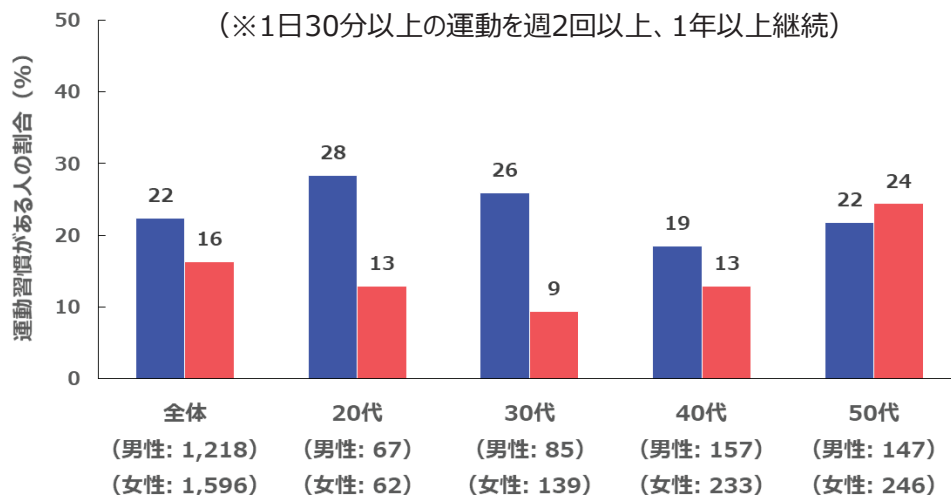
忙しく時間がない
嫌い/めんどくさい

運動



働き世代の運動習慣※

(※1日30分以上の運動を週2回以上、1年以上継続)

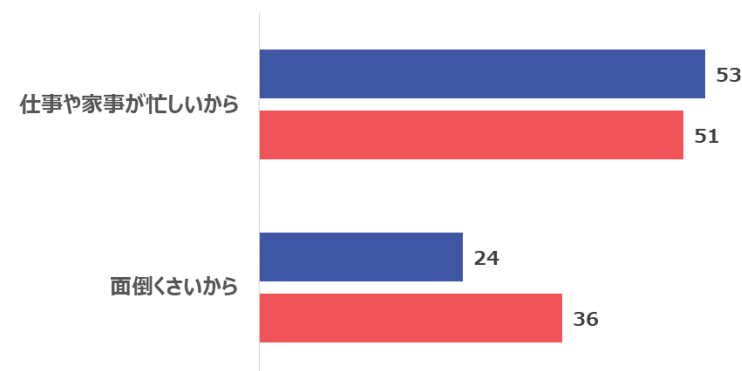


厚生労働省「令和元年 国民健康・栄養調査結果」より作成

働き世代の運動阻害要因TOP2

運動の阻害要因に対する回答者の割合 (%)

■ 男性 (20~50代: 計5,598名) ■ 女性 (20~50代: 計5,468名)



スポーツ庁「令和2年度 スポーツの実施状況等に関する世論調査」より作成

忙しく時間のない働く女性 でも

気軽に、効果的に、継続的に

運動のメンタルヘルス改善効果 が得られ

well-being を高めるソリューションの提供

「次世代EMS」

独自波形 × 低刺激電極

自宅 で、たった 15分

電気刺激特有の 不快な痛みもなく

まるで 運動した後のような感覚

が味わえる次世代のEMS



株式会社おせっかい倶楽部 代表取締役
京都大学名誉教授 森谷敏夫
Ph.D., FACSM, FISEK

コンソーシアム

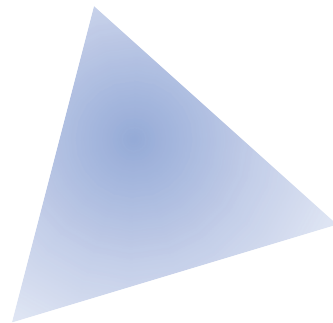


POLA ORBIS
HOLDINGS

- 全体統括・運営
- 臨床試験

おせっかい倶楽部[®]
人生100年時代の健康資産づくり

- 次世代EMS技術提供



POLA R&M
POLA CHEMICAL INDUSTRIES, INC.

- 臨床試験
- 測定機器提供

江川美保 産婦人科医師
(京都大学医学部 婦人科学産科学教室 女性健康医学研究室)

- 女性医療観点のアドバイザー

**上馬整形外科
クリニック**

- 医療サポート

働く女性のパフォーマンス/well-being



- プロジェクト概要
- **実施事項**
- 課題
- 今後の展望

働く女性 に対する「次世代EMS」の

(1) 科学的効果検証 及び (2) 受容性検証



臨床試験



デプスインタビュー

長期介入試験

(ランダム化比較試験)

<評価項目>

PMS、更年期、ストレス関連のメンタル症状
及びパフォーマンス・well-being指標

+

単回介入試験

(クロスオーバー比較試験)

<評価項目>

脳波計測・主観評価による各種感情
(爽快感、ストレス、集中、覚醒など)

計画通り2つの臨床試験を実施・完了

実施事項		2022年						2023年		
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1. 長期介入試験	1.1 試験の詳細な実施内容の策定	→								
	1.2 試験計画書の作成		→							
	1.3 倫理委員会の開催・承認取得			→						
	1.4 被験者募集・スクリーニング				→					
	1.5 介入前測定・評価					→				
	1.6 長期介入試験実施					→				
	1.7 介入後測定・評価							→		
	1.8 データ解析							→		
2. デプスインタビュー	2.1 インタビュー実施							→		
	2.2 インタビュー結果まとめ・考察							→		
3. 単回介入試験	3.1 試験計画書の作成						→			
	3.2 倫理委員会の開催・承認取得							→		
	3.3 単回介入試験実施							→		
	3.4 データ解析								→	

済

計59名の働く女性を対象に、長期介入試験スタート (10/22～)

PMS試験

20-44歳, 働く女性
募集・スクリーニング

DRSP短縮版
13点以上

29名

ランダム2群化

対照群 14名

介入群 15名

介入前検査・調査

8週間の介入

介入後検査・調査

更年期試験

45-55歳, 働く女性
募集・スクリーニング

SMI
26点以上

30名

ランダム2群化

対照群 15名

介入群 15名

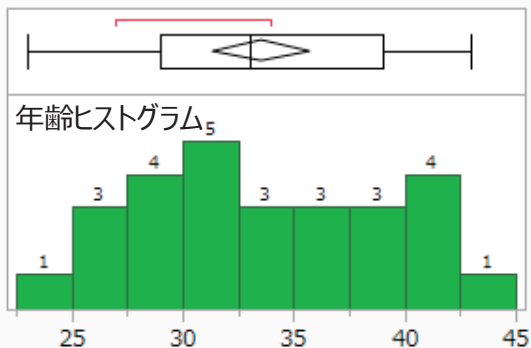
介入前検査・調査

8週間の介入

介入後検査・調査

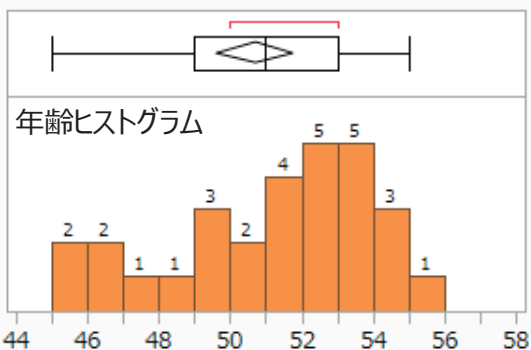
ランダム分類された対照群と介入群で属性の偏りはなかった

PMS試験



	対照群 (n=14)	介入群 (n=15)	p-value
年齢	34.8	33.1	0.49
DRSP短縮版スコア	26.1	25.6	0.96
BMI	21.4	20.9	0.27
結婚有 (無)	7 (7)	7 (8)	0.86
出産有 (無)	4 (10)	3 (12)	0.59
正社員数 (率)	11 (79%)	11 (73%)	0.74
契約社員数 (率)	0 (0%)	2 (13%)	0.16
自営業数 (率)	1 (7%)	1 (7%)	0.96
パート数 (率)	2 (14%)	1 (7%)	0.50

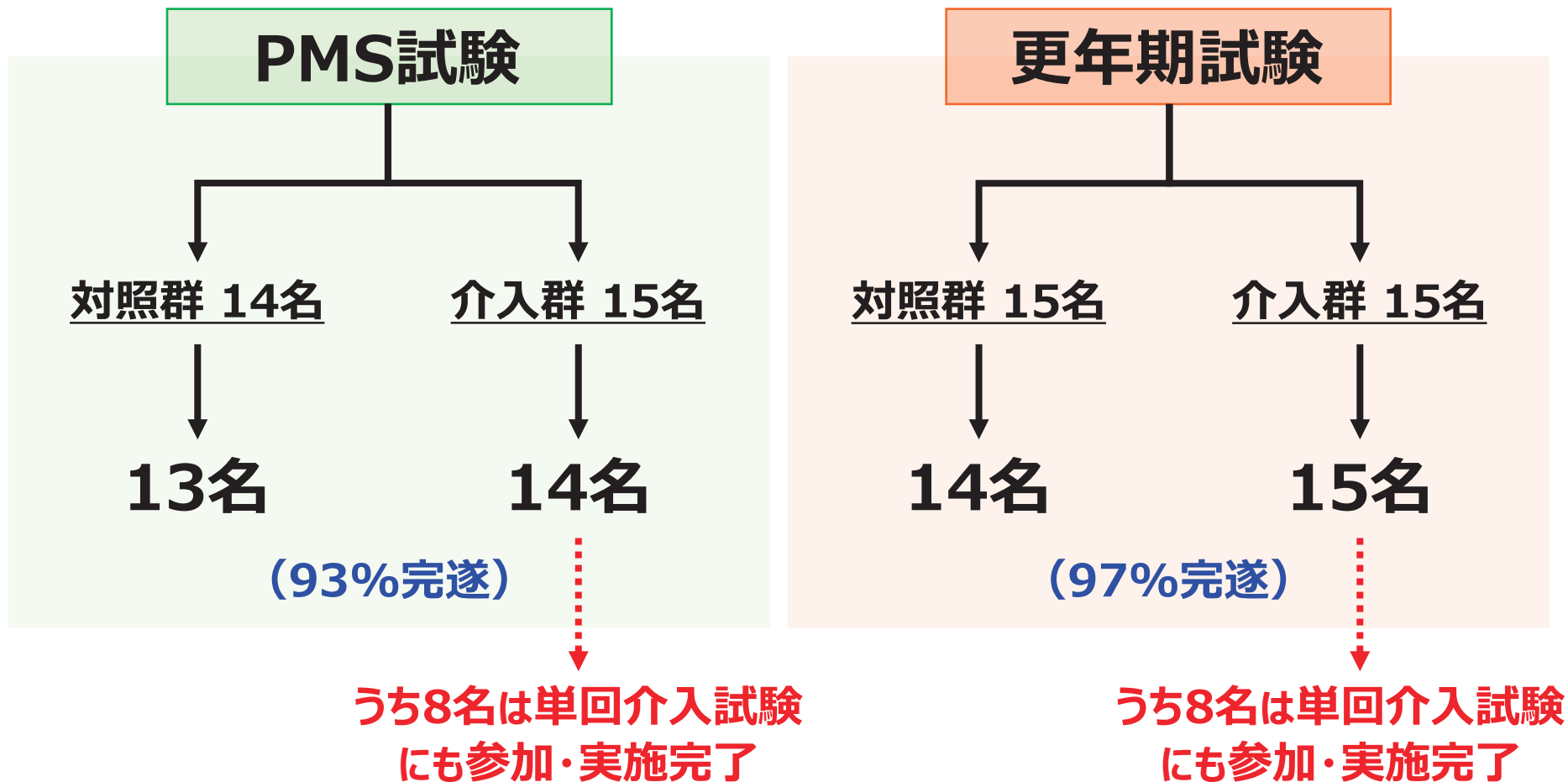
更年期試験



	対照群 (n=15)	介入群 (n=15)	p-value
年齢	50.8	50.8	1.00
SMIスコア	42.9	45.7	0.67
BMI	22.8	21.8	0.31
結婚有 (無)	8 (7)	11 (4)	0.26
出産有 (無)	7 (8)	8 (7)	0.72
正社員数 (率)	7 (47%)	6 (40%)	0.71
契約社員数 (率)	2 (13%)	6 (40%)	0.10
自営業数 (率)	0 (0%)	0 (0%)	-
パート数 (率)	6 (40%)	3 (20%)	0.23

計59名中56名（95%）が試験を完遂

※3名の脱落理由は介入後検査日（12月中旬）の発熱・体調不良



◆ 長期介入試験

⇒ 計59名中56名(95%)が完遂
概ね解析完了

◆ デプスインタビュー

⇒ 計29名中26名(90%)に実施・完了
概ねまとめ完了

◆ 単回介入試験

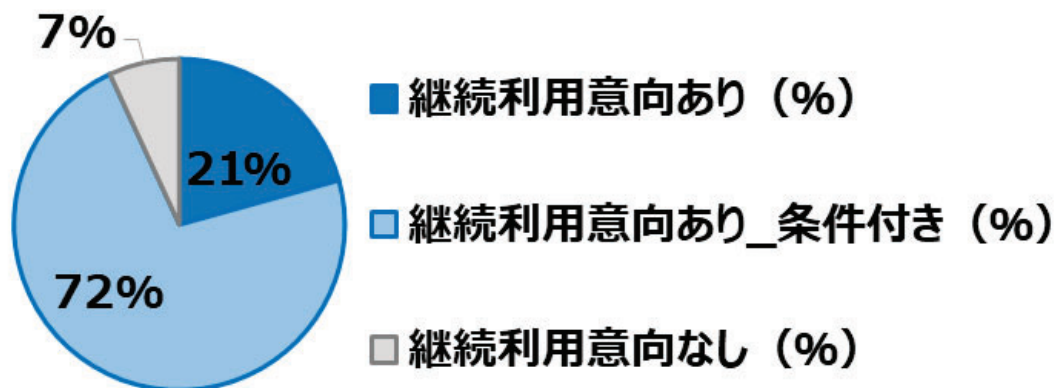
⇒ 16名で実施・完了
データ解析実施中

※現在、特許出願準備中のため、大変恐れ入りますが、結果の開示は控えさせていただきます。
特許出願後は開示可能ですので、もしご興味ある方はお声がけorご連絡いただけますと幸いです。

- プロジェクト概要
- 実施事項
- **課題**
- 今後の展望

継続利用意向は**93%**と高かったものの、
うち**77%**が「**改修が必要**」と回答

継続利用意向率 (%)



要改修項目

- 本体機器の充電式化
- 電極バンドのサイズ可変化
- 電極バンド装着の簡便化
- 効果の可視化・開示など

- プロジェクト概要
- 実施事項
- 課題
- **今後の展望**

- プロトタイプ機器のアップデート
(要改修項目の改修・開発)
- ターゲット・コンセプトの具体化
(産後/育児ママ向けなど)
- 事業展開/チャネル戦略の策定
- (成果の特許出願・論文化)



2024年事業開始予定

お問い合わせはこちら →



ありがとうございました。
ご興味ある人もない人も大歓迎です♪

C

mirC ? frC !

発見の先にこそ、ワクワクする謎がある。

POLA ORBIS GROUP

19.

女性活躍を推進するための生理用品設備設置とコミュニケーションをデザインする
教育事業

(代表団体：わたしの暮らし研究所株式会社)

女性活躍を推進するための生理用品設備設置と コミュニケーションをデザインする教育事業

2023. 2. 17



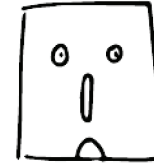
LAQDA
PROJECT

Powered by わたしの暮らし研究所株式会社

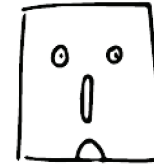
〒104-0061 東京都中央区銀座 1-22-11 銀座大竹レジデンス 2F

2F Ginza Otake Residence, 1-22-11 Ginza, Chuo-ku, Tokyo 104-0061

実施事項一覧：

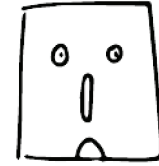


実施事項	サービス 購入者	ユーザ	実績
1. ヘルスリテラシーを上げ、当事者と同僚、管理職のコミュニケーションを活性化させる女性活躍推進セミナー	企業	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員（男女問わず） ・管理職 ・生理用品設備設置導入者 	<ul style="list-style-type: none"> ・参加者数：446名 ・回答者数：201名
2. 生理用品をはじめとするトイレの必要物品導入の設備設置コンサルティング・調査・分析サービス	企業	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員（男女問わず） ・管理職 ・生理用品設備設置導入者 	<ul style="list-style-type: none"> ・参加者数：約3000名（男女合計） ・回答者数：613名（一次回答数）
3. 生理用品導入企業コミュニティ運営	企業	企業内生理用品設置担当者（人事・総務および有志）	<p>29社 約60名</p> <p>10月、11月、12月、1月、2月イベント実施。</p> <p>3月に北大COI&NEXT、慶応義塾大学COI-NEXTとシンポジウム実施。</p>
4. 青少年教育で活用できる教育ツール作成	教育機関	<ul style="list-style-type: none"> ・小学生 ・中学生 ・高校生 ・大学生 	<ul style="list-style-type: none"> ・北大COI&NEXTチームと、「言いづらい」について向き合う絵本を制作。 ・躯体を提供し、青少年教育現場で展開



「言いづらい」個人の悩みを 社会みんなで考える

課題

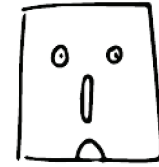


働く中で、**身体についての「言いづらい」**ことを

- ・ 話す必要がある状況でも**コミュニケーションできない**
- ・ 男女間/男性間/女性間でも、**口火を切れない**
- ・ 上司/部下/同僚の間でも、**話せない**



課題



働く中で、**身体についての「言いづらい」**ことを

- ・ 話す必要がある状況でも**コミュニケーションできない**
- ・ 男女間/男性間/女性間でも、**口火を切れない**
- ・ 上司/部下/同僚の間でも、**話せない**

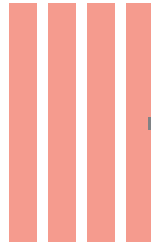


ステップの第一歩は、「きっかけ」づくり

「きっかけ」づくりは「両輪」で



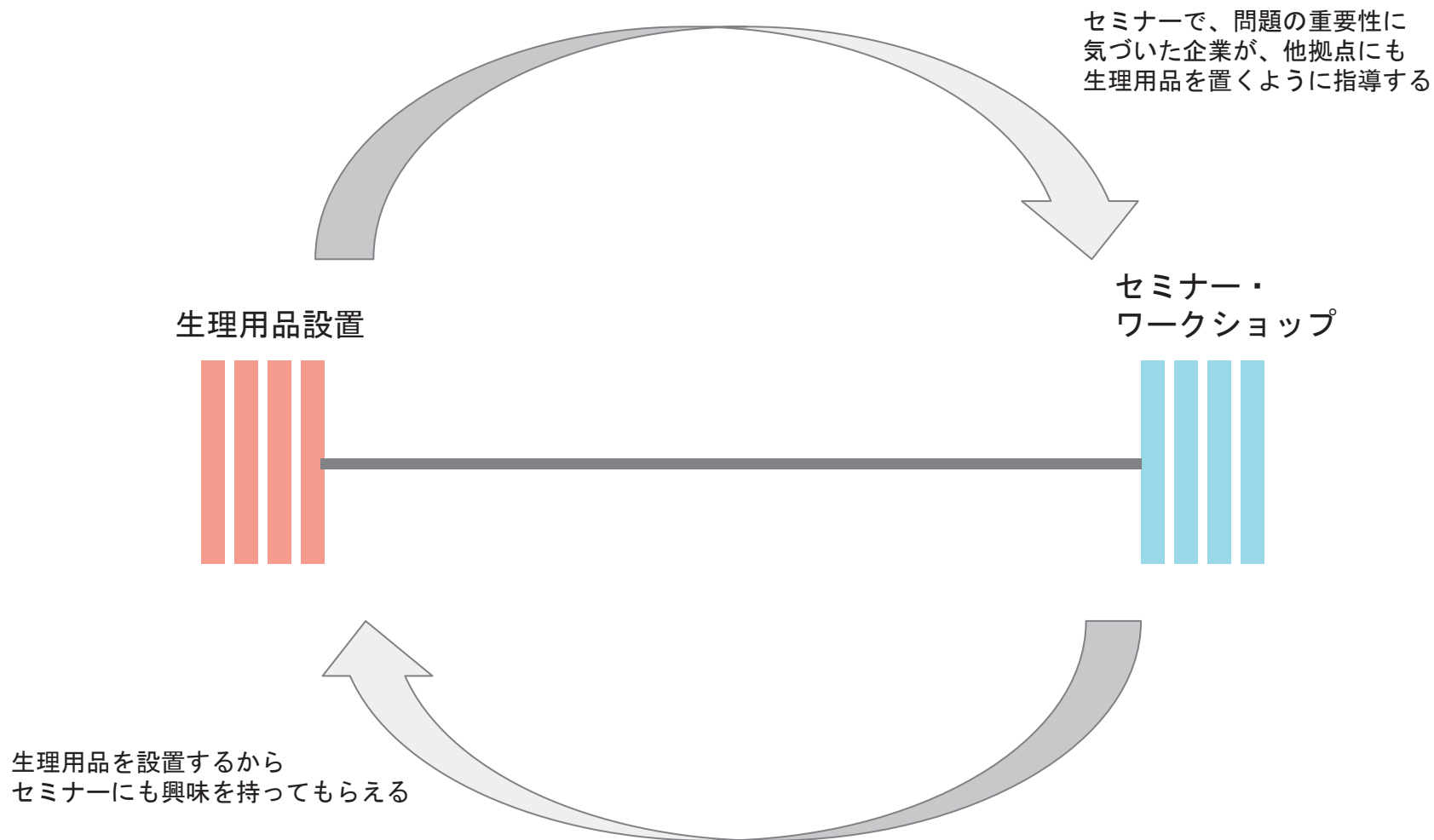
生理用品設置



セミナー・
ワークショップ



「きっかけ」づくりは「両輪」で



生理用品設置

- 男女トイレに設置。
- 基本的に個室外。
(トイレによっては個室)
- **ビルNG**のために
執務室に置く企業も。



(写真上) 東急本社

(写真中) GENDAグループ

(写真下) プラザクリエイト

社内セミナー実施

▼プラザクリエイト

オンライン開催

▼東急（東京建物さまゲスト）

オンライン開催

▼GENDAグループ

ハイブリッド開催

▼小林製薬グループ

オンライン開催

▼東急 x 東京建物 x 三井不動産

オンライン開催

▼エムスタイルジャパン

オンライン開催

★セミナー成功の秘訣★

- ・ 企業文化に合わせる。
- ・ 企業担当者は、理解の「ハブ」。
- ・ 社内の人に出演してもらう。
- ・ 役職/性別に関係なく参加！



コミュニケーションも「両輪」で



生理のある人



生理のない人



生理のある人

サポートされる側の心持ちが、**頼っていい!**と変わる

生理の問題は自力で解決すべきだと思っていたのでとても心強く感じました

思ったより、男性も女性のことを理解しようとしてくれていることがうれしかったです

男女ともに、きっかけさえあれば、どんどん考え方や社会が変わっていくのだと感じました。何でも気付いて行動することが大切ですね！新しい気付きをありがとうございます



生理のない人

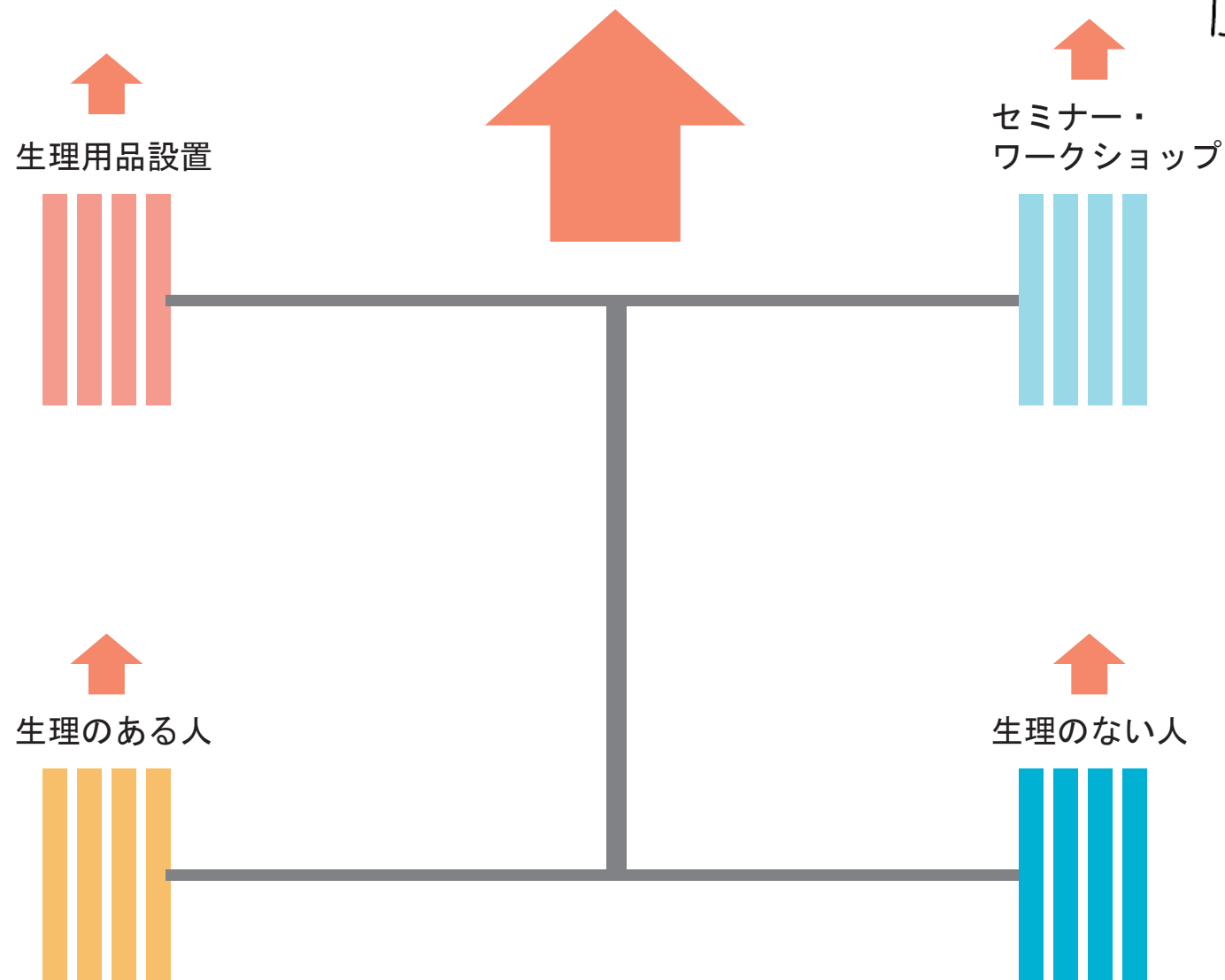
サポートする側の心持ちが、**もっとサポートしたい**と変わる

知る必要のないことだと考えていましたが、同僚の大変な時に十分なサポートができるように、より知識を得るべきと感じました

生理について男女どちらも考えることで環境が変わっていくことが新しい発見でした

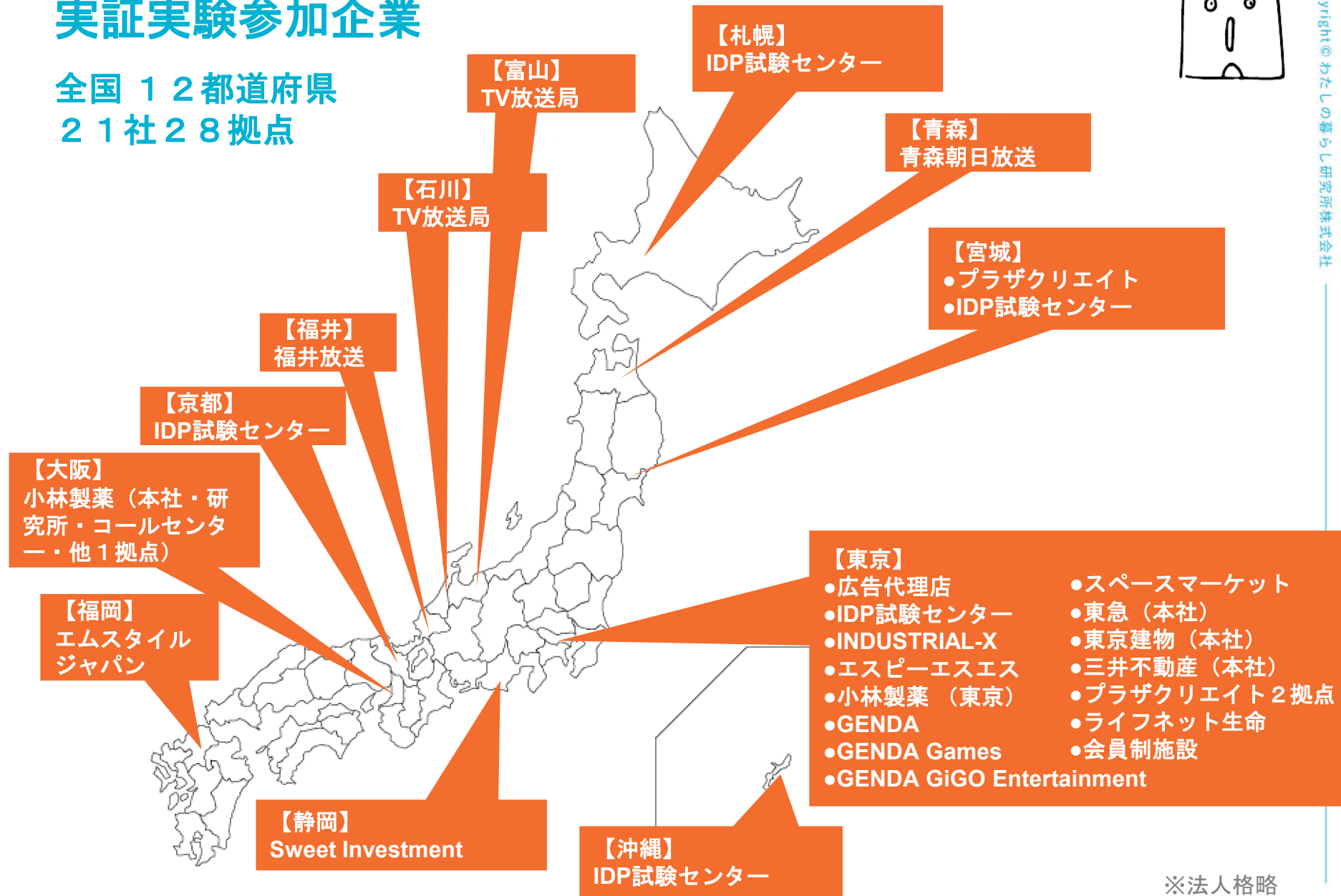
男性でも生理に理解を示そうとしている人もいるなかで、それでもやっぱりコミュニケーションが難しいこと。何でも気兼ねなく、思っていることを伝えあうことのできる環境になるといいな、と思いました

四輪が揃ってこそ、前に進む



実証実験参加企業

全国 12都道府県
21社28拠点



※法人格略



メディア掲載

▼日刊ゲンダイ週末特別版（紙面）：

- ・ 2023年 2月 6日週末特別版
「日本の女子トイレにはなぜ生理用品が置いていない？不便解消へ立ち上がった営業ウーマン」
- ・ 2023年 2月13日週末特別版
「職場のトイレに生理用品を置くだけで社員のヤル気は変わりますよ」

▼日刊ゲンダイDIGITAL：

- ・ 2023年 2月12日 コレ、私が考えました
「日本の女子トイレにはなぜ生理用品が置いていない？不便解消へ立ち上がった営業ウーマン」

関連プレスリリース

▼AMBL株式会社：

有志の女性社員が参加するfemtech部の発案で会社の女性トイレに誰でも無料で使える生理用品を設置

▼株式会社プラザクリエイト：

「プラザクリエイト、経済産業省の補助事業である
「生理用品設置をきっかけにしたコミュニケーションデザイン事業」における実証実験へ参加



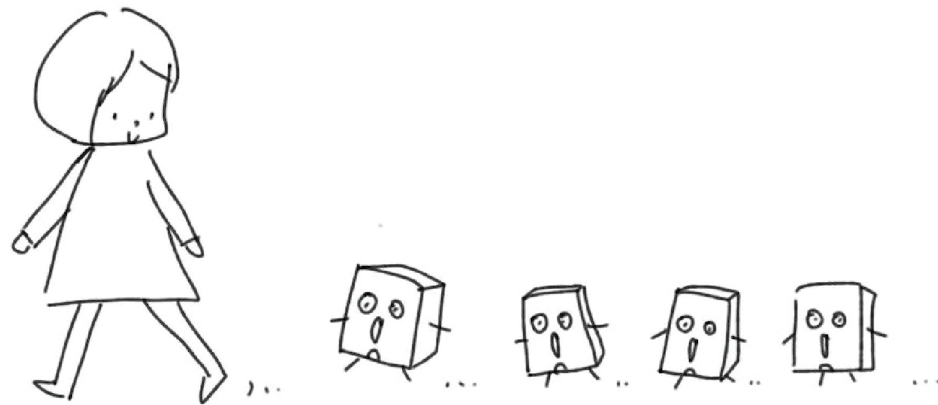
青少年教育

▼生理について話す「きっかけ」ツール制作

「こころとカラダのライフデザイン共創拠点」の北大プロジェクトチームと連携し、中学生くらいからを対象にした**絵本を制作**。対話を主軸に、お互いの身体のことをどうケアしていくかということに主眼が置かれており、**生理や身体のことを学校内や家庭内で話をする「きっかけ」**になることを目指している。

▼躯体の提供

道内の施設や学校教育の現場に塩ビケース「せりぽん」を提供するほか、生徒とともに理想の躯体を考えるワークショップを実施。





今後について

▼共催シンポジウム

実証実験企業と体験の振り返り会を実施。

日程：3月8日（木）

場所：日比谷BASE Q

主催：わたしの暮らし研究所

後援： JST COI-NEXT「こころとカラダのライフデザイン共創拠点」（代表機関：北海道大学）
JST COI-NEXT「デジタル駆動超資源循環参加型社会共創拠点」（代表機関：慶應義塾大学）

▼事例記事の公開

生理用品設置を行っている企業の**意思決定やスキームについて記事化し公開**。

▼「生理用品設置の提言書」作成

今回取得したデータを元に、生理がある方が社会生活をする上で必要な生理用品を設置設備を整える社会になるよう**提言書を作成**。同時に、各企業で誰に確認をしたらよいかなど、設置のフローをまとめたガイドブックも制作。

▼セミナー・ケースをより多くの場所で展開

セミナーで啓発活動を行う他、安価に生理用品がある生活を試せるツールとしてケースを提供。今後、担当者から問い合わせを受け、一緒に考えていくスキームを確立し、**地方自治体やより多くの企業を仲間として巻き込んでいく**。

「言いづらいこと」個人の悩みを社会みんなで考えましょう！
ご静聴ありがとうございました。



わたしの暮らし研究所

info@wk-k.com

3

実証事業結果を踏まえた考察
と今後の展望

令和4年度フェムテック等サポートサービス実証事業方針

- 令和4年度は、令和3年度の実績を踏まえ、取組をさらに「広げる」、「深める」形で、活動を加速させてきた。

令和4年度事業の実施方針

① 広げる

- ✓ 事業のバリエーション拡充を目指し、提案内容の「独自性」「新規性」を重視

不妊治療領域におけるAI開発や更年期領域におけるデバイス開発等、独自性・新規性のある19の事業を推進

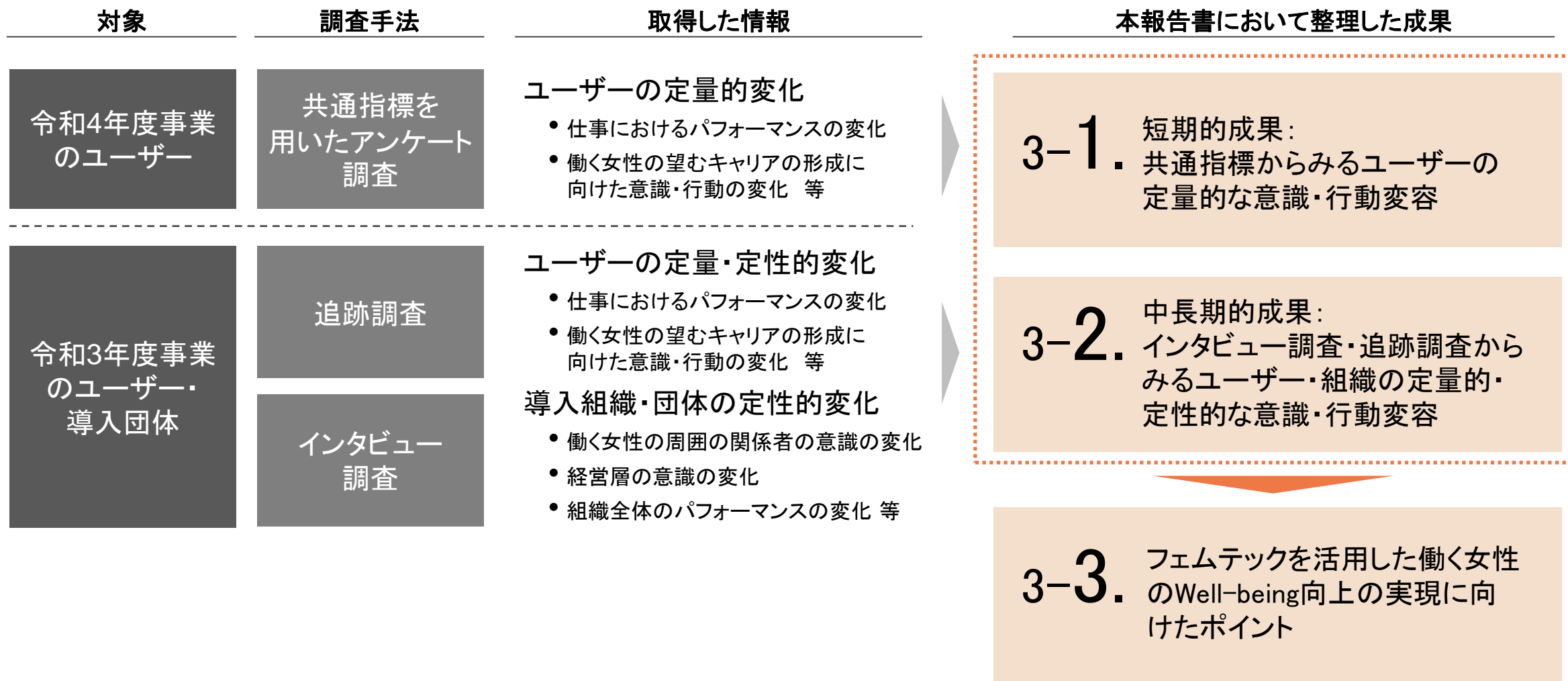
② 深める

- ✓ より中長期の事業成果を測定するため、令和3年度実証事業への参加者への追跡調査を実施
- ✓ 「フェムテック等サポートサービスの活用により、働く女性のWell-beingを高める」という事業目的の達成状況を横串しで測るため、本年度より新たに全事業共通の成果指標を設置

共通指標や追跡調査を用いた成果分析を通じて、より定量的/中長期的な実証成果を把握

令和4年度事業成果の整理の全体像

- 「深める」の観点で、令和4年度は以下「短期的成果」および「中長期的成果」の取得～分析を試み、フェムテックを活用した働く女性のWell-being向上の実現に向けたポイントをとりとまとめた。



3-1

短期的成果：
共通指標からみるユーザーの
定量的な意識・行動変容

共通指標の構成の全体像

- 19事業全体で得られた共通指標データの分析は、フェムテック等サポートサービス利用前後のアンケート回答データを、以下の9つの測定項目それぞれに対して、単純集計、クロス集計およびヒストグラムを用いる形式で実施した。
- 本項では、共通指標を用い確認できた結果に絞って記述を進める。各事業の成果については、第2章に記載の19事業独自の成果指標より得られた結果についても合わせてみていただくことで、より理解を深めていただくことができると考える。

	目的	用いる指標	分類	測定項目	仮説	用いる分析軸
共通指標① 主観的プレゼンティーズム	利用者の主観的Well-beingの変化を確認する	WHO Health and Work Performance Questionnaire※の設問B9-11	主観的プレゼンティーズムの変容	絶対的プレゼンティーズム 相対的プレゼンティーズム	フェムテック等サポートサービスの活用前後で、絶対的プレゼンティーズム、相対的プレゼンティーズムの値が上昇し、損失割合が減少する。	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">回答者属性</div> <ul style="list-style-type: none"> 年齢 健康課題テーマ 職種 役職 子の有無 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;">事業特性</div> <ul style="list-style-type: none"> 展開スキーム 健康課題テーマ サービスカテゴリ 介入目的
共通指標② キャリア形成	利用者の自身のキャリア形成に係る意識・行動の変化を確認する	本事業の独自指標	意識変容	健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知	フェムテック等サポートサービスの活用前後で、従来健康課題を意識している層(意識層)は選択個数が減り、健康課題がキャリアに及ぼす影響が緩和された状態となる。従来健康課題を意識していなかった層(無意識層)は選択個数が増え、より多くの影響を認知している状態となる。	
				解決策/緩和策の認知 他者・組織への相談先の認知	フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、より多くの解決策/緩和策、相談先を認知している状態となる。	
			行動変容	解決策/緩和策の実施 他者・組織への相談の実施	フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、より多くの解決策/緩和策について行動を起こしている、もしくはより多様な相手に相談を実施している状態となる。	
				アウトカムの変容	解決策/緩和策実施のアウトカム 他者・組織に向けた相談実施のアウトカム	

共通指標①の設問項目と活用した指標

- 共通指標①・②の設問項目と選択肢および活用した指標との対応関係は、以下のとおり。

■設問項目

#	質問事項	選択肢
1	あなたの仕事において、0が誰でも達成できるような仕事ぶり、10が最も優れた勤務者の仕事ぶりとしたとき、同僚等、あなたと似た仕事に携わる他の社員の普段の仕事ぶりを、あなたはどのように評価しますか。	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10
2	あなたの仕事において、0が誰でも達成できるような仕事ぶり、10が最も優れた勤務者の仕事ぶりとしたとき、過去 1-2 年のあなたの普段の仕事ぶりを、あなたはどのように評価しますか。	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10
3	あなたの仕事において、0が誰でも達成できるような仕事ぶり、10が最も優れた勤務者の仕事ぶりとしたとき、過去 4 週間(28 日間)の間の勤務日におけるあなたの総合的な仕事ぶりを、あなたはどのように評価しますか。	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10

■活用した指標

区分	算出方法	解釈
絶対的プレゼンティズム	上記2に10を掛けて算出	絶対的プレゼンティズムの値が上昇した場合、絶対的プレゼンティズムの損失割合が減少したといえる。
相対的プレゼンティズム	3を、1で割ることによって算出(ただし、その値は0.25以上2.00以下とする)	相対的プレゼンティズムの値が上昇した場合、相対的プレゼンティズムの損失割合が減少したといえる。

(出所)HPQ scoring documents : https://www.hcp.med.harvard.edu/hpq/ftpdire/hpq_scoring_doc.pdf

(出所)世界保健機関 健康と労働パフォーマンスに関する質問紙(短縮版)日本語版
riomh.umin.jp/lib/WHO-HPQ(Japanese).pdf

共通指標②の設問項目と活用した指標

■設問項目

#	質問事項	選択肢
0	女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響について、これまで意識したことはありましたか。	はい/いいえ
1	女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください(複数回答可)。	退職/転職/休職/昇進・昇格の辞退/短日勤務・時短勤務への移行/他部署・他職種への異動/その他/特になし
2	女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、具体的にイメージできるものを教えてください(複数選択可)。	医療機関における各種検診・検査の受診/簡易検査キット等によるセルフチェックの実施/アプリ等によるセルフモニタリングの実施/医療機関における各種治療等の実施/各種専門家への相談/低用量ピル・漢方等の医薬品の服用/各種機器等によるセルフトレーニングの実施/衣類・化粧品等によるセルフケアの実施/セミナー受講等を通じた関連知識の獲得/その他/特になし
3	女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、すでに行動に移したことがあるものを教えてください(複数選択可)。	
4	(3で「特になし」以外を回答した場合)行動した結果、あなた自身のキャリアにどのような良い影響がありましたか。	勤務が身体的に楽になった/勤務が心理的に楽になった/現在の勤務形態での勤続ができると思った/昇進・昇格に前向きになった/他部署・他職種への異動を考えなくなった/その他/あまり変わらなかった
5	女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、どのような人からの協力が必要だと思いますか(複数選択可)。	パートナー/その他家族/上司/同僚/人事/経営層/組織内産業保健担当者(産業医・保健師等)/キャリアコーチ・キャリアカウンセラー/自治体の担当課/その他/特になし
6	女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、すでに協力を得たことがある人がいれば教えてください(複数選択可)。	
7	(6で「特になし」以外を回答した場合)協力を得た結果、あなたのキャリアに及ぼす影響や組織に良い影響があったものを教えてください。	勤務が身体的に楽になった/勤務が心理的に楽になった/現在の勤務形態での勤続ができると思った/昇進・昇格に前向きになった/他部署・他職種への異動を考えなくなった/他の女性も働きやすくなった/所属チームのパフォーマンスが向上した/組織全体のパフォーマンスが向上した/その他/あまり変わらなかった

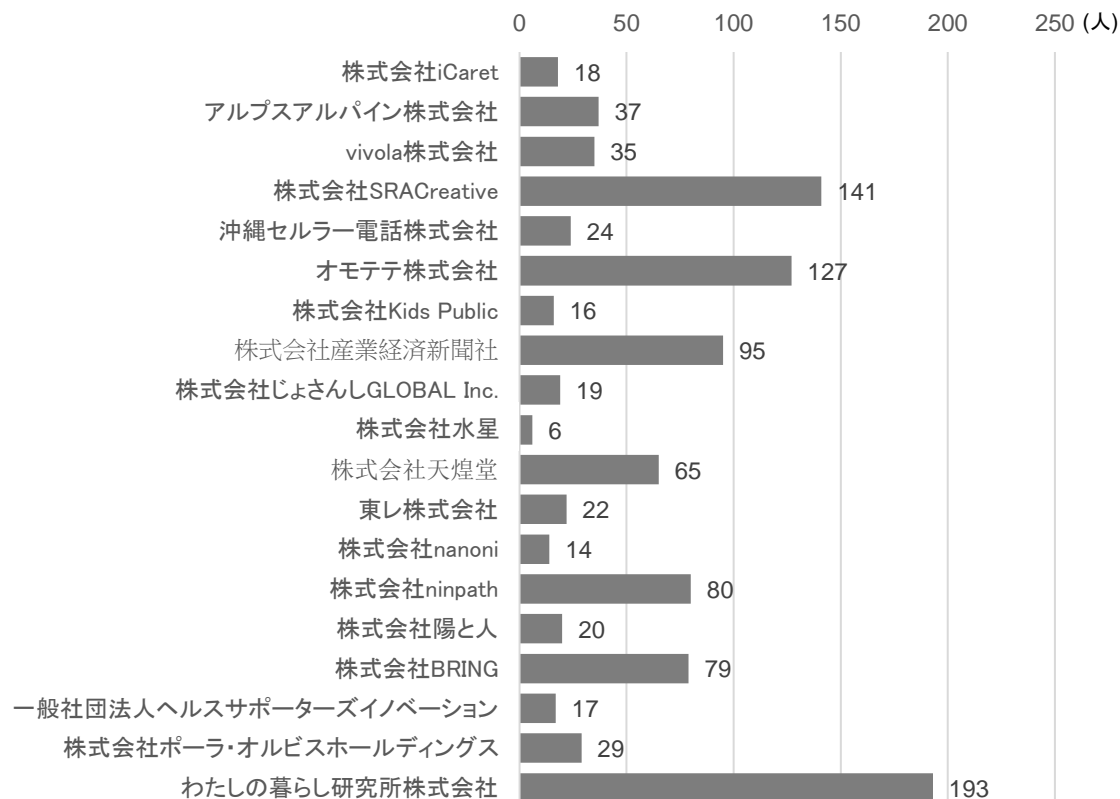
■活用した指標

区分	算出方法と解釈
健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知	<ul style="list-style-type: none"> 0で「はい」を選択した意識層、0で「いいえ」を選択した無意識層それぞれの、1で選択した項目の数および項目の変化を確認。 選択した項目の数が減少している場合、健康課題の影響が緩和されたといえる。また、選択した項目の数が増加した場合は多くの影響を認知したといえる。
解決策/緩和策の認知	<ul style="list-style-type: none"> 2~4それぞれについて、選択した項目の数および項目の変化を測定 選択した項目の数が増加した場合、より多くの解決策/緩和策が認知され、行動に移され、多くのアウトカムを得たといえる。
解決策/緩和策の実施	
解決策/緩和策実施のアウトカム	
他者・組織への相談先の認知	<ul style="list-style-type: none"> 5~7それぞれについて、選択した項目の数および項目の変化を測定。 選択した項目の数が増加した場合、より多くの相談先が認知され、相談が実行に移され、多くのアウトカムを得たといえる。
他者・組織への相談の実施	
他者・組織に向けた相談実施のアウトカム	

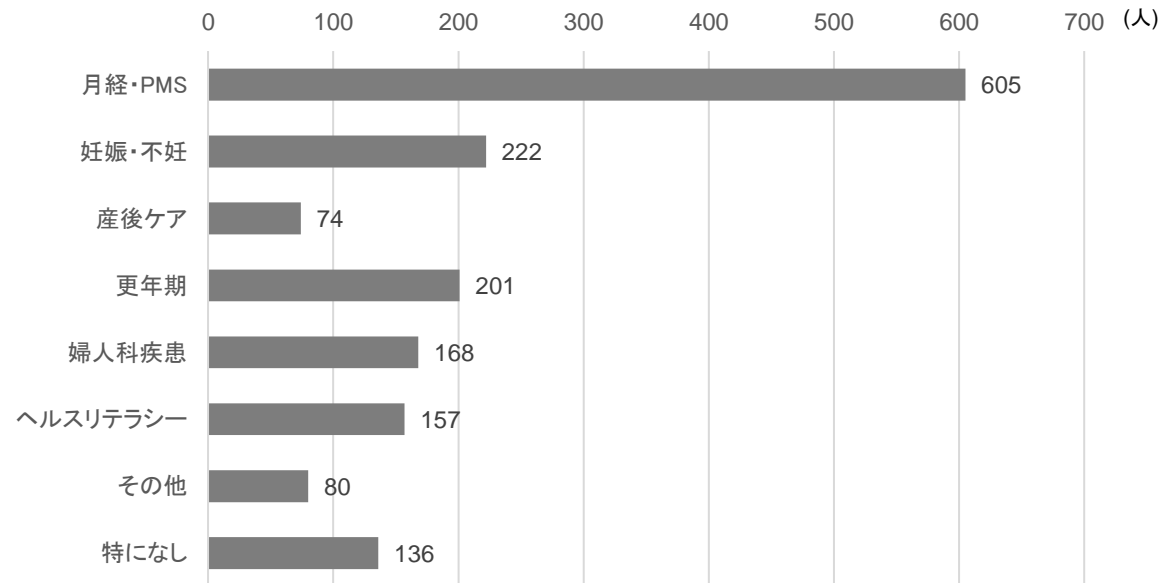
回答者デモグラフィック

- 有効回答数は、19事業合計で1,037であった。事業別の有効回答数は以下のとおり。
- 回答者の抱える健康課題の領域は、月経・PMSが605人と最も多く、妊娠・不妊や更年期がそれに続いた。
- そのほか、回答者や回答者の参加した事業の特性に係る属性情報の詳細は、「Appendix2 共通指標集計結果」を参照されたい。

事業別有効回答人数(N=1,037)※以下、事業の代表団体名を記載

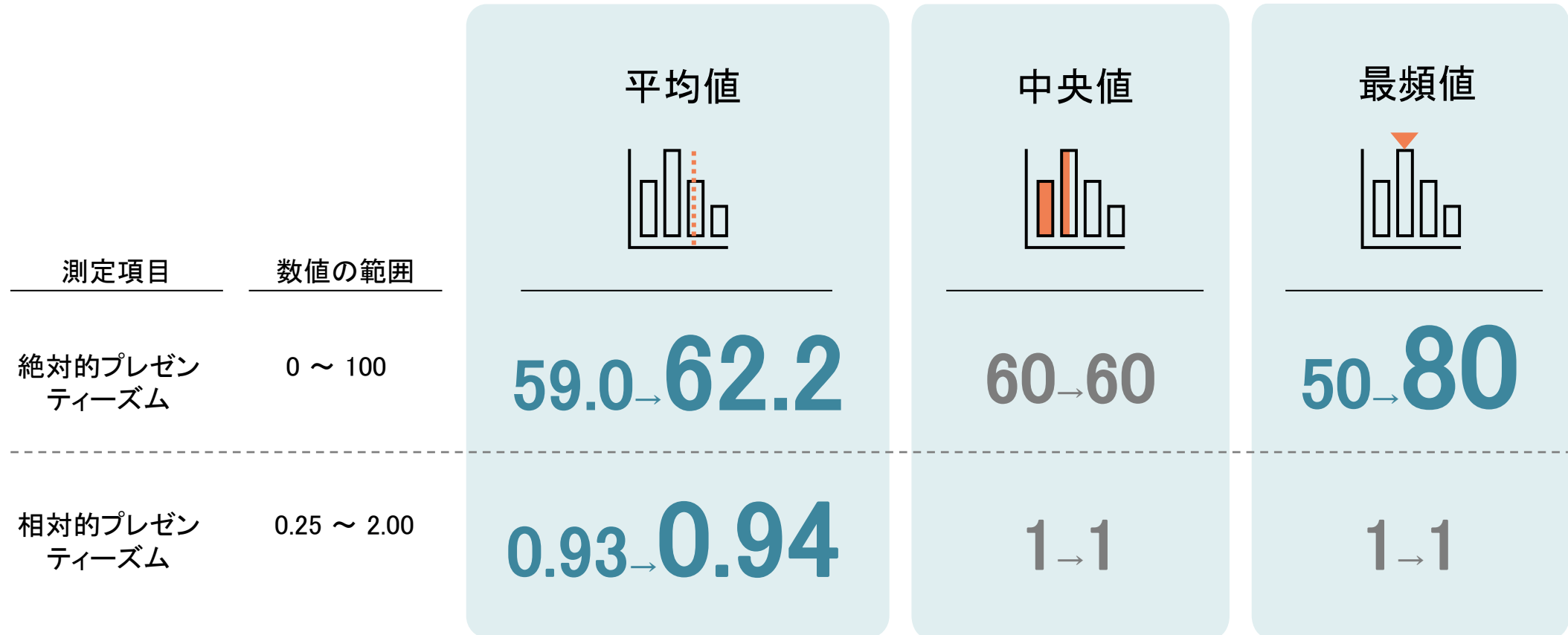


あなたが抱えている健康課題の領域について、あてはまるものがあれば教えてください。(複数回答、N=1,643)



共通指標①の集計結果（主観的プレゼンティーズム）

- 19事業全体でみたとき、共通指標①については、絶対的プレゼンティーズム、相対的プレゼンティーズムとも平均値が上昇し、損失割合が減少。



青字：前述の仮説と同様の結果が出たもの

共通指標②の集計結果(本事業独自指標)

- 19事業全体でみたとき、共通指標②においても、以下7つの測定項目それぞれの選択回数※1の平均値が上昇。

測定項目	選択回数の範囲	平均値	中央値	最頻値	
1 女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください	従来健康課題を意識している層(意識層)	0 ~ 7	2.84→3.00	2→2	3→3
	従来健康課題を意識しなかった層(無意識層)	0 ~ 7	1.38→1.79	1→1	0→0
2 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、具体的にイメージできるものを教えてください	0 ~ 10	3.20→3.20※2	3→3	3→3	
3 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、すでに行動に移したことがあるものを教えてください	0 ~ 10	1.64→1.74	1→1	1→1	
4 (「特になし」以外を回答した場合) 行動した結果、あなた自身のキャリアにどのような良い影響がありましたか	0 ~ 6	0.69→0.74	0→0	0→0	
5 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、どのような人からの協力が必要だと思いますか	0 ~ 10	3.85→4.06	4→4	4→4	
6 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、すでに協力を得たことがある人がいれば教えてください	0 ~ 10	1.41→1.48	1→1	0→0	
7 (「特になし」以外を回答した場合) 協力を得た結果、あなたのキャリアに及ぼす影響や組織に良い影響があったものを教えてください	0 ~ 9	0.96→0.98	1→1	0→1	

※1：測定項目1~7それぞれについて、回答者が選択した項目の数を測定。

※2：小数点以下3桁でみると、3.197→3.203と上昇している。

オレンジ字：前述の仮説と同様の結果が出たもの

健康課題テーマ別のクロス集計結果

- 回答者の抱える健康課題について、「妊娠・不妊」と回答した人については、共通指標①：絶対的プレゼンティーズムの改善傾向および共通指標②の7：他者・組織に向けた相談実施のアウトカムの改善傾向を確認。「産後ケア」および「ヘルスリテラシー」と回答した人については、共通指標①：絶対的プレゼンティーズムの改善傾向および共通指標②の1：健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知の緩和傾向を確認。

回答者の健康課題	測定項目	値および 選択個数の範囲	平均値	中央値	最頻値
妊娠・不妊	共通指標① 絶対的プレゼンティーズム	0 ~ 100	54.64→60.05	60→60	50→70
	共通指標② 7 協力を得た結果、あなたのキャリアに及ぼす影響や組織に良い影響があったものを教えてください	-9 ~ 9 ※1	全体0.29 : 0.53 ※2	全体0 : 1 ※2	全体0 : 1 ※2
産後ケア	共通指標① 絶対的プレゼンティーズム	0 ~ 100	56.08→58.24	60→60	50→60
	共通指標② 1 女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください	0 ~ 7	3.23→2.95 ※3	3→3	3→2
ヘルスリテラシー	共通指標① 絶対的プレゼンティーズム	0 ~ 100	58.47→63.89	60→70	50,60→70,80
	共通指標② 1 女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください	0 ~ 7	2.97→2.87 ※3	3→3	2→3

※1：「事後アンケートの回答個数－事前アンケート回答個数」の値の範囲。

※2：「事後アンケートの回答個数－事前アンケート回答個数」について、全体の傾向と比較した値。値の大きい方が改善があったものとして解釈。

※3：選択個数が減少した場合にはキャリアへの影響の緩和があったものと解釈。

青字/オレンジ字：前述の仮説と同様の結果が出たもの

共通指標の分析結果

- 各仮説に対し、共通指標の分析から得られた結果は以下の通りであり、フェムテック等サポートサービスの活用が、働く女性のWell-beingの向上や、キャリア形成に良い影響を与えている可能性があることが示唆された。
- 本調査は、時系列的要因や回答者の回答時のコンディション等、外的要因についてコントロールされているものではなく、因果関係の証明は困難である(あくまで傾向について論じる必要がある)点や、19事業の回答者人数のばらつきがある影響を排除しきれていない点について、留意が必要。

	測定項目	仮説	結果
共通指標① 主観的プレゼンティーズム	絶対的プレゼンティーズム	フェムテック等サポートサービスの活用前後で、絶対的プレゼンティーズム、相対的プレゼンティーズムの値が上昇し、損失割合が減少する。	フェムテック等サポートサービスの活用前後で、絶対的プレゼンティーズム、相対的プレゼンティーズムとも平均値が上昇し、損失割合が減少した。
	相対的プレゼンティーズム		
共通指標② キャリア形成	健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知	フェムテック等サポートサービスの活用前後で、従来健康課題を意識している層(意識層)は選択個数が減り、健康課題がキャリアに及ぼす影響が緩和された状態となる。従来健康課題を意識していなかった層(無意識層)は選択個数が増え、より多くの影響を認知している状態となる。	フェムテック等サポートサービスの活用前後で、意識層は選択個数の平均値が上昇し、より多くの影響を認知している状態となった。無意識層も選択個数が増え、より多くの影響を認知している状態となった。
	解決策/緩和策の認知	フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、より多くの解決策/緩和策、相談先を認知している状態となる。	フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数の平均値が上昇し、より多くの解決策/緩和策、相談先を認知している状態となった。
	他者・組織への相談先の認知		
	解決策/緩和策の実施	フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、より多くの解決策/緩和策について行動を起こしている、もしくはより多様な相手に相談を実施している状態となる。	フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数の平均値が上昇し、より多くの解決策/緩和策について行動を起こしている、もしくはより多様な相手に相談を実施している状態となった。
	他者・組織への相談の実施		
	解決策/緩和策実施のアウトカム	フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、行動に移した解決策/緩和策や相談の実施から、より多くのアウトカムを得ている状態となる。	フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数の平均値が上昇し、行動に移した解決策/緩和策や相談の実施から、より多くのアウトカムを得られている状態となった。
他者・組織に向けた相談実施のアウトカム			

3-2

中長期的成果：
インタビュー調査・
追跡調査からみる
ユーザー・組織の定量的・
定性的な意識・行動変容

インタビュー調査および追跡調査の対象事業

- 本事業の中長期的成果を確認するため、以下の令和3年度事業に対して、当事務局による昨年度のサービス利用者/導入団体に対するインタビュー調査および各事業者による昨年度サービス利用者に向けた追跡調査を行った。

■調査対象となった令和3年度実証事業一覧

調査種別	実証事業		事業テーマ							調査対象
	事業名	代表団体名	月経・PMS	妊娠・不妊	産後ケア	更年期	婦人科疾患	ヘルスリテラシー	その他	調査対象
インタビュー調査	女性の意思決定支援サービスの構築およびライフデザインにまつわる社会環境整備に向けた実証事業	一般財団法人ウェルネスサポートLab	●	●	●	●	●	●		サービス利用者
	自治体と連携した 1. 妊活・不妊治療の当事者向けサポート 2. 妊活・不妊治療を支える周囲のサポート啓蒙	株式会社ファミワン	●	●		●	●	●		青森県東北町の導入担当者
	女性社員が入社からリタイアまでいきいきと働ける環境を実現する健康課題改善プラットフォーム事業	丸紅株式会社	●	●		●		●		コニカミノルタ健康保険組合（以下、コニカミノルタ健保） 日本航空株式会社（以下、JAL）のサービス利用者/導入担当者
追跡調査	不妊治療患者を対象にした遠隔医療スキームの確立、および、不妊治療啓発の動画コンテンツ作成	vivola株式会社		●						サービス利用者
	働く女性の健康に対するオンライン支援プログラムの効果検証	株式会社Kids Public	●	●	●	●	●			サービス利用者
	女性のライフプランとキャリアの両立支援事業	株式会社ninpath		●						サービス利用者
	個人・企業のヘルスリテラシー向上と日本の8割の雇用を支えるローカル経済圏でのフェムテック普及展開の仕組みの構築に向けた実証事業	株式会社陽と人	●	●	●	●	●	●		サービス利用者
	日常生活の中で簡単に自身の疲労度・ストレスレベルを可視化し、リアルタイムで感覚刺激を通じた解決を行うアプリ「me-fullness」による、働く女性の疲労・ストレス緩和ソリューションの実証事業	株式会社ポーラ・オルビスホールディングス							●	サービス利用者

調査結果のサマリ(インタビュー調査)

- インタビュー調査の結果、中長期的な成果として、サービス利用者の意識の変容、行動変容に加え、男性社員等、周囲の関係者の意識の変容も見られた。アウトカムとしても心理的安全性や労働生産性、女性の健康課題による不調が影響を与える日数等について、定性的・定量的な改善が見られた。

		サービス利用者	導入団体
参加後の変容	参加動機	<ul style="list-style-type: none"> 個人として使い始めたが、自社のメンバーにも必要な支援なのではと気づき、のちに社としてもサービスを導入した。(ウェルサポ) 様々な課題を抱えていたところ、このサービスが女性特有の健康課題だけでなく日常生活の様々なテーマで相談が可能と聞いたため参加した。(ウェルサポ) 病院探しに苦勞し、コロナ禍で不要不急の通院も避けたいと考えていたため、オンラインで話を聞ける本事業に参加した。(JAL) 	<ul style="list-style-type: none"> 女性が働きやすくなることは、組織としての生産性向上や、男女問わず、職場全体の働きやすさ向上につながると認識しており、多様な社員がいる中で、それぞれに対して個々にフィットした手当てを行っていくことが、組織全体としてWell-beingを高める秘訣だと考えているため導入した。(JAL) 一番の動機は、「個人の痛みや辛さを軽減させたい」という想い。仕事にとっても重要な女性の健康課題のケアについて、支援を用意している会社の方が女性従業員のエンゲージメントが高まると考えている。(コニカミノルタ健保) 従来より女性への妊娠から出産までの支援を実施しているが、妊娠前や出産後の方にも支援を行うべきではという課題感を持っていた。町議会にて不妊治療支援について話題となったことも、導入の後押しとなった。(東北町)
	意識の変化	<ul style="list-style-type: none"> 自身に疲労が溜まっていることに気づき強い自分であることをやめ、楽な気持ちでいることを受け入れられるようになった。(ウェルサポ) 部下の体調やモチベーションのフォローに気が回るようになった。周囲の人々の体調変化に対する許容度が高まった。(JAL) 	<ul style="list-style-type: none"> 男性社員からも「自身も正しい知識を持つことが大事だと分かった」との声が上がるなど、女性特有の健康課題をタブー視しない意識が少しずつ生まれている。(JAL) 「更なる風土醸成の必要性やコミュニケーションの取り方などを学ぶことができ、非常に勉強になった」との声があった。(コニカミノルタ健保) 庁内において、職員の女性の健康課題に関するリテラシーが徐々に高まってきていると感じる。(東北町)
	行動の変化	<ul style="list-style-type: none"> 受診行動につながった。(ウェルサポ、コニカミノルタ健保) 自身の弱い部分も、周りに共有できるようになった。(ウェルサポ) 腰痛の話をするように更年期の話ができるようになった。健康の話題を中心に職場のコミュニケーションが活性化した(JAL) 	—
	アウトカム	<ul style="list-style-type: none"> 自分の体調について気軽に話せるようになったことで、職場での心理的安全性が高くなった。また、「体調が悪い時は医師に相談できるから大丈夫」と思え、健康に対する不安などの心理的なトラブルで自分の労働生産性が下がることもなくなった。(JAL) 	<ul style="list-style-type: none"> 月経プログラム参加者の「月経による不調が1か月のうちに影響を与える日数」に関して、サービス実施前は3.5日以上あったものが実施後には1日以下になった。(JAL) 女性従業員の「業務パフォーマンス」と「月経・更年期による不調が影響を与える日数/月」の数値に明らかな改善が見られた。(コニカミノルタ健保)
今後への期待	<ul style="list-style-type: none"> 今後男性社員に対する支援も拡充されれば、女性社員もサービスをより利用しやすくなっていくと思う。(JAL) 若いメンバーが自身の身体に目を向けるきっかけになるプログラムを準備することも必要だと考える。(コニカミノルタ健保) 	<ul style="list-style-type: none"> 社員が自身の健康課題についてより相談しやすい環境ができることを期待している。男性更年期に対する支援を求める声も挙がっており、その支援も検討したい。(JAL) 子供の健康に関する医師等による相談窓口や男性の育児支援サービス等が加わると、より個々に沿った支援が充実すると考えている。(コニカミノルタ健保) 地方によっては産婦人科医が少なく、女性が産婦人科のかかりつけ医を持つことが難しい。フェムテックサービスが一次相談先として普及し、正しい受診勧奨につながることを期待。(東北町) 	

調査結果のサマリ(追跡調査)

- 追跡調査のうち、特にサービス利用者の意識・行動の変化等が確認できた3事業の結果は以下の通り。
- 追跡調査の結果、中長期的な成果として、フェムテック等サポートサービスの利用をきっかけに、それぞれのサービス利用者の健康やキャリアとの両立に関する意識、行動の継続的な変容が見られた。

	Kids Public	陽と人	ninpath
意識の変化	<ul style="list-style-type: none"> • 有症状時の医療機関の受診やセルフケアについて意識・継続している介入群参加者は4割。 • 介入群では正しい知識を有する割合が高い水準で維持されていた。 	<ul style="list-style-type: none"> • 「FACT BOOK※を読んでから働く会社が男性が働くための会社になっているのでは、という疑問がでてきた。視野が広がった」というコメントがあった。 	<ul style="list-style-type: none"> • 特に20代の若年層については、「今後のライフイベントやライフプランについてしっかり考えるようになった。」 「自身の身の回りの友人・知人・同僚など、様々なライフイベントの課題に直面しているかもしれないという意識をしている。」という回答が多かった。
行動の変化	<ul style="list-style-type: none"> • 介入群は、普段の運動・睡眠・生活習慣が「整えられている」と回答した割合が、対象群と比較して高い水準に保たれていた。特に、運動習慣については事業終了時よりも割合が増加していた。 	<ul style="list-style-type: none"> • 「職場でもFACT BOOK※を持ち歩くようになった。年代的に子育ての話が増え、身体のことを話したい人もいるということがわかった。「ここにこう書いてあるよ」と職場で見せて会話の種にしている」というコメントがあった。 	<ul style="list-style-type: none"> • ライフプランの検討～治療実施まで、何らかの行動変容があった割合が86%にのぼった。 • 21%の方が治療に関する具体的な行動を行っており、セミナーやAMH検査の実施が行動の後押しとなったと考えられる。
今後に向けて	<ul style="list-style-type: none"> • 部分的にはあるが、「ヘルスリテラシー」や「受診行動」、「生活習慣」、「生産性」に継続した良い影響が認められた。事業終了後も長期的にポジティブな影響を残していることがわかった。 • 参加者の70%が同様のオンライン支援プログラムをまた受けてみたいと回答し、継続した事業提供のニーズを把握できた。 	<ul style="list-style-type: none"> • 仕事よりも身近な「家庭」での一歩に貢献 男性の読者が多く、男性たちの変容をヒアリングしたところ、この冊子があることで、仕事よりもより身近な「家庭」での家事・育児・妻への接し方・家族内での対話に行動変容が生まれていた。 • 男性の価値観・行動変容に繋がる 働く女性が読む冊子として女性目線で制作したが、男性からの賞賛の声が非常に大きかった。今後男性にとって読みやすいか、また、女性にとっても読みやすいかを検証し、改善していきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> • セミナー実施から1年、また一部の企業では両立支援制度の導入から1年経過したことで、仕事との両立について、「両立できると思う」と回答した割合が2倍以上に増えていた。セミナーによる理解度の浸透と、両立支援制度の構築による影響が高いと推察される。

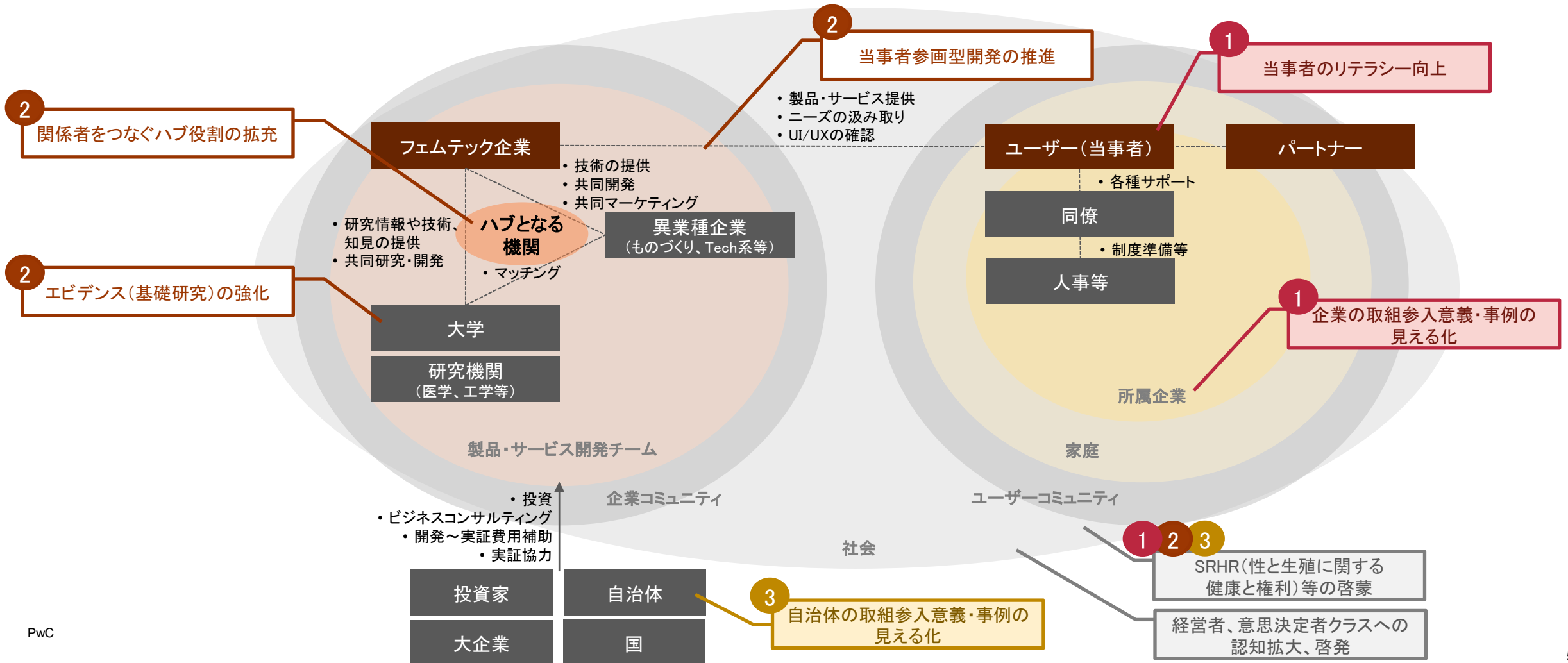
※『はたらく女性の心と身体FACTBOOK～未来のわたしに、今のわたしができること～』:
同社が令和3年度事業において作成した、働く年代の女性の心と身体のしくみについてまとめたハンドブック。

3-3

フェムテックを活用した
働く女性のWell-being向上
の実現に向けたポイント

働く女性のWell-being向上の実現に向けて(全体像)

- 働く女性のWell-being向上を目的としたフェムテックの職域等でのさらなる活用に向けて、①ユーザの活用の促進、②よりよい製品・サービスの開発、③投資の活性化、の主に3つの観点から、それぞれの立場で活動を進めているところ。本補助事業では、中でも特に①および③に力を入れ取り組んできた。



働く女性のWell-being向上の実現に向けて(3つのポイント)

- 本補助事業でのさらなる推進が期待される前頁①および③の事項については、この2年間の活動実績を踏まえると、以下の3点が実現の鍵になると考えられる。これらは互いに連関するものであり、一体的に取組を進めていくことが肝要である。

3つのポイント

実証事業者の声

ユーザーの裾野拡大と「面」的なアプローチの強化



- 働く女性本人が、自身のウェルネスの状態により自覚的になり、女性特有の健康課題に係る知識や対処方法を知るための取組を引き続き精力的に進めることが必要である。ただし、フェムテックユーザーの裾野をさらに拡げていくには、無自覚層や無行動層等、従前のアプローチでは刺さらぬ層に対する、各志向等を見極めた訴求の工夫が求められる。
- 同時に、働く女性をとりまく同僚や上司等のステークホルダーに対しても働きかけ、「面」でのアプローチを進めていくことが、職域全体の変容の鍵である。

導入組織担当者のモチベーションは高いが、ユーザー数が思ったように伸びない。

特に予防分野においては、個人向けに周知してもユーザーを得ることが難しい。

「支援者も当事者も両方へのアプローチを同時に進める必要性を感じた」と、「面」でのアプローチを行う必要性を訴える声が多く、面でのアプローチを実施することにより組織内での変化が早くなる可能性が高まるのでは、との示唆が得られた。

「なぜ企業/自治体が女性の健康課題解決に取り組むのか」のさらなる言語化と発信



- 企業であれば経営戦略や人材戦略、自治体であれば総合計画の全体デザインの中で、当該領域はどのように位置づけるかを明確にすることが、活動推進のポイントとなる。
- 女性特有の健康課題への対処をきっかけに、男性を含むあらゆる人材の健康増進やDE&I推進、従業員の生産性や幸福度の向上等、多様なアウトカムを期待できるのがこの取組の魅力のひとつである。「フェム」テックという語感を超えて、これが単なる女性だけのための取組ではないことについて、事例等を用い企業や自治体へ周知を進めていきたい。

女性だけを対象にしたものであることが、導入ハードルとなった。

多くの企業では「女性特有の健康課題」を経営上の課題として捉えておらず、それ以上に優先度の高い課題として「女性活躍推進」にまつわる他の課題を挙げることが多い。「女性の健康」や「女性の離職」、「女性の子育て」等の課題を、「女性活躍」という上段のテーマに紐付けて、まずは全体像を描くことが必要。

フェムテック等サポートサービスの活用成果の見える化のさらなる推進



- ユーザーのプレゼンティーズムの改善度合やキャリア形成意識・行動の変容度合等、フェムテック活用の成果のデータをより中長期で蓄積していくことが、サービスの信頼度の向上や活用の動機づけに欠かせない。さらに、ユーザーのみならず、パートナーや同僚、上司等周囲のステークホルダーへの波及効果も見える化できると、より説得力が高まっていくと考えられる。
- ユーザー/企業/自治体等にとっての「Well-being」とは何か、フェムテック活用を通じて実現したい絵姿とはどのようなものか、本事業を通じて対話を深め、定量・定性両面でのデータ収集を継続していきたい。

導入企業から「本事業を実施いただいたことで、利用者本人の労働生産性やエンゲージメントに良い影響が生まれていることをデータ上も確認できていることはもちろんのこと、周囲の社員も含めた社全体のエンゲージメント向上にも繋がっていることが分かった」との声が上がっている。

Appendix 1

成果報告会資料

～パネルディスカッション

『企業や自治体でのさらなるフェムテックサービスの
活用に向けて』

※本資料は2023年2月17日(金)に実施した経済産業省令和4年度フェムテック等サポートサービス実証事業成果報告会のパネルディスカッション資料を一部まとめたものである。

パネルディスカッション

～企業や自治体でのさらなるフェムテックサービスの活用に向けて～

<パネリスト>

コニカミノルタ健康保険組合 常務理事 鈴田朗氏
事務長 淵上武彦氏

豊島株式会社 人事部 浅井 久美子 氏

富山県 知事政策局 働き方改革・女性活躍推進室 女性活躍推進課 主任 中村 香菜恵 氏

<モデレータ>

PwCコンサルティング合同会社 公共事業部 シニアマネージャー 林 真依

01.

コニカミノルタ健康保険組合

常務理事 鈴木朗氏、事務長 淵上武彦氏

発表資料



コニカミノルタにおける フェムテックの取り組み



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS



Giving Shape to Ideas

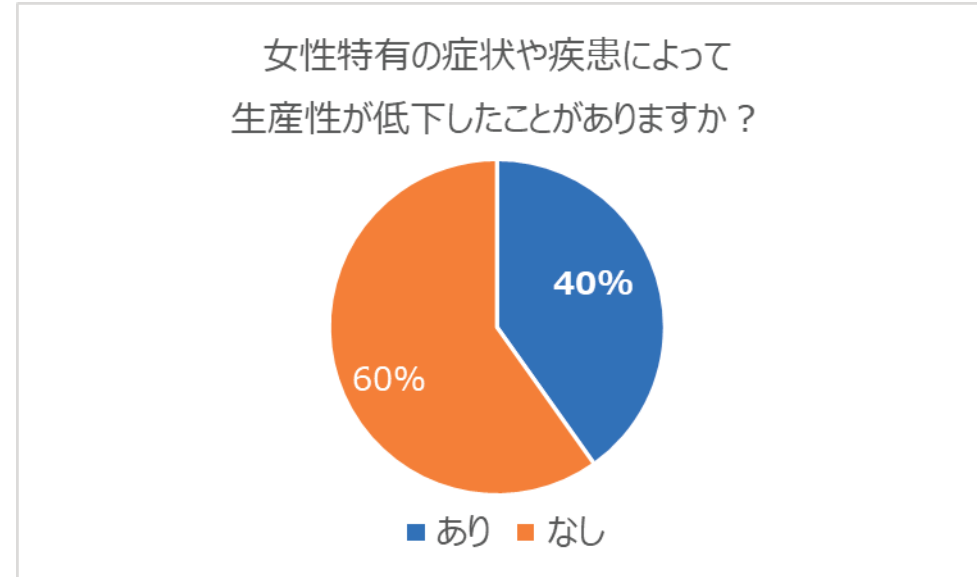
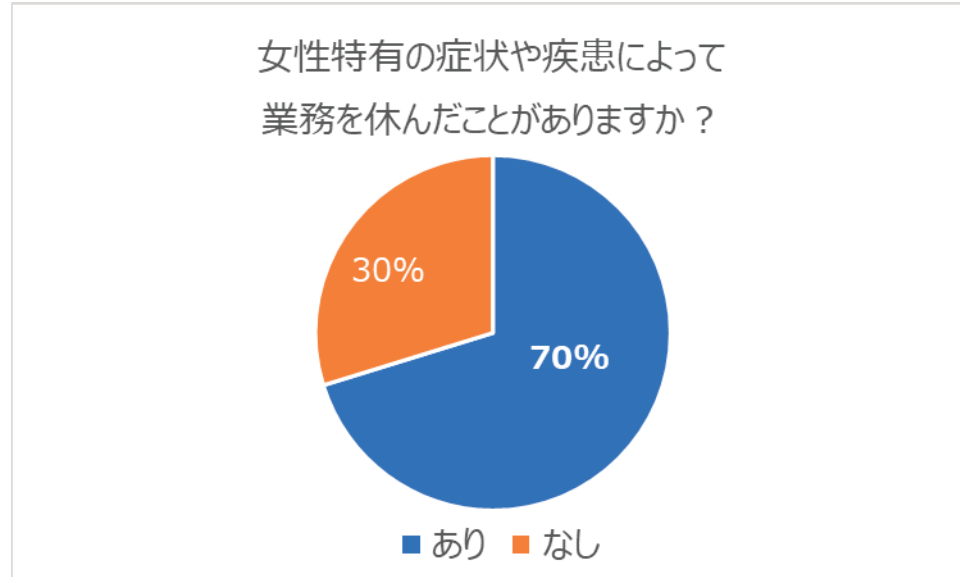
2023年2月17日
コニカミノルタ健康保険組合

グローバルでの戦いに打ち勝ち、サステナブルな成長を実現



女性特有の症状や疾患による業務への影響

※定期健康診断（問診）結果より



女性従業員は、ライフステージごとに女性特有の健康問題に直面し、**パフォーマンスの低下やキャリア形成を阻害する要因**となっている。

女性活躍推進を進める上で、この状況を会社全体の課題として捉え、**女性社員の心身の健康確保と働きやすい職場環境の整備に資する効果的なプログラム**を探索していたところ、丸紅様からフェムテックサービスのご提案をいただく。

1. 女性のカラダ知識セミナーの開催

「正しい知識を学ぶ」ため、国内グループ会社の全従業員（一部家族も含む）を対象に、専門家による「女性のカラダ知識セミナー」をオンラインで開催。

【月経セミナー】

女性のライフスタイルの変化やカラダの仕組み、月経随伴症状などについて、**東京大学医学部付属病院の甲賀かをり先生**にご講演いただく。

【更年期セミナー】

更年期に伴う心身の不調などに関する基礎知識について**イーク表参道副院長の高尾美穂先生**にご講演いただく。

※動画視聴を含めて、延べ700人超が参加

⇒参加者のうち男性が約40%を占め、職場における理解が深まる契機ともなっている。

2. フェムテックプログラムの展開

「女性のカラダ知識セミナー」参加者の中から人数限定で募集を行い、2種類のプログラムを展開。トライアル（スモールスタート）での実施のため、両プログラムとも**費用は全額健保負担**としている。

【月経プログラム】

- ・**オンライン診療および低用量ピルの服薬支援**
- ・2022年3月22日から5ヵ月間（延長中）

【更年期プログラム】

- ・**オンライン診療および漢方薬等の服薬支援**
- ・2022年4月1日から5ヵ月間（延長中）



1. 男性従業員の变化

1) 意識の変化

事前セミナーに参加した男性従業員から、「**専門家のレクチャーを通じて女性の健康課題をより具体的に認識することができ、更なる風土醸成の必要性やコミュニケーションの取り方など、非常に勉強になった**」との声が届いている。

2) 行動の変化

現時点で具体的な行動の変化までは確認できていないが、このような取り組みを継続して行くことで、近い将来、意識の変化だけでなく、行動変容に至ることを目指していく。

2. 個人の困り事の解消、生産性の改善

1) サマリー

①施策導入前後での女性従業員の「**業務パフォーマンスの変化**」を見ると、**月経PGで23.5%、更年期PGで6.2%改善。**

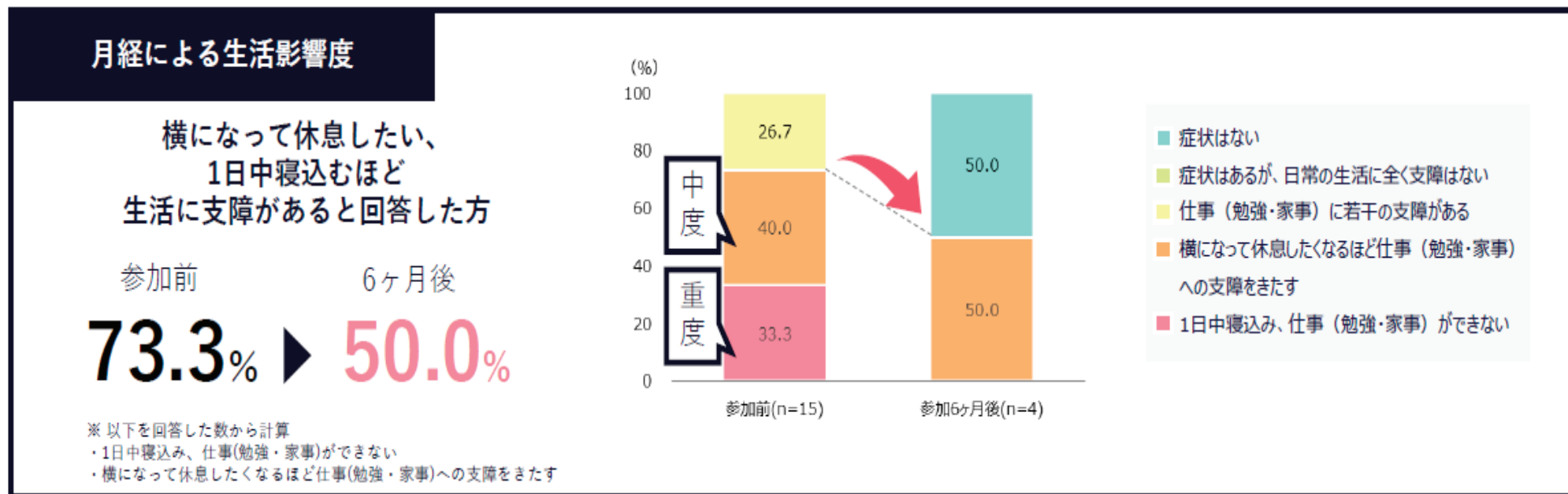
②月経・更年期による不調が「**1か月のうちに影響を与える日数の変化**」では、**月経PGで2.1日、更年期PGで3.6日改善。**

◆PG利用者における中・重度の有症状者（※）比率の減少 **（月経PG：73.3%→50.0%、更年期PG：33.3%→5.9%）** に繋がっており、これらの検証データから、**仕事における生産性に良い影響が出ていると推測される。**

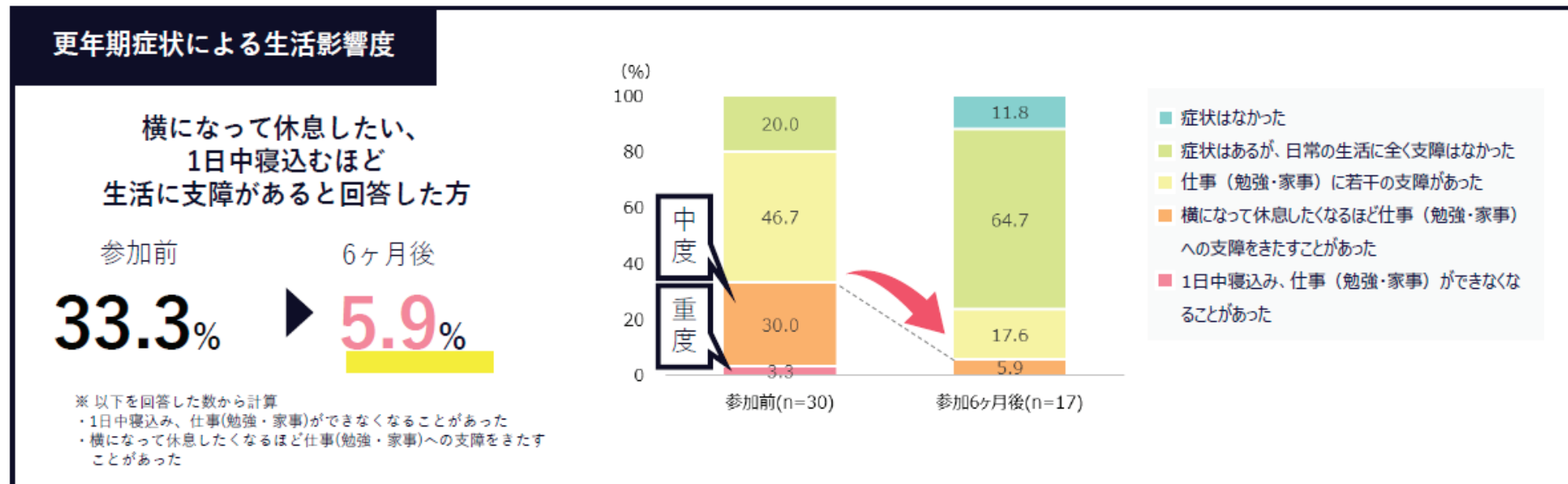
（※）中・重度とは、横になって休息したい、1日中寝込む程仕事に支障がある程度の症状。

◆PG利用者からも、「**月経に悩むことがほとんどなくなり、仕事に支障が出なくなった**」、「**自分の体調を定期的に考える良い機会になった**」との声が届いている。

2) 参考データ【生産性の変化：月経PG】



3) 参考データ【生産性の変化：更年期PG】



1. 今後の取組の方向性

トライアル導入の目的より、継続導入を前提として検討していく予定だが、正式には両プログラム終了後に適正な効果検証を行った上で、費用対効果および費用負担割合などを検証しながら判断していく。

2. 本サービス含む今後あったらよいと思うサービス・製品

- 1) 産婦人科/小児科オンライン（無料）相談窓口など
- 2) 男性の育児支援サービス



KONICA MINOLTA

02.

豊島株式会社

人事部 浅井 久美子 氏

発表資料

豊島株式会社について

創業 : 1841年 (天保12年)

従業員数 : 579名 (男 323名、女 256名)

【業種】

- ・ 専門商社 (ライフスタイル全般)

【事業内容】

- ・ 各種繊維品 (綿花・羊毛等の素材から、原糸、テキスタイル、製品まで) の卸売、輸出入及び三国間貿易

【事業所】

国内 : 4ヶ所 (名古屋本社・東京本社・一宮本店・浜松支店)

海外 : 15カ所

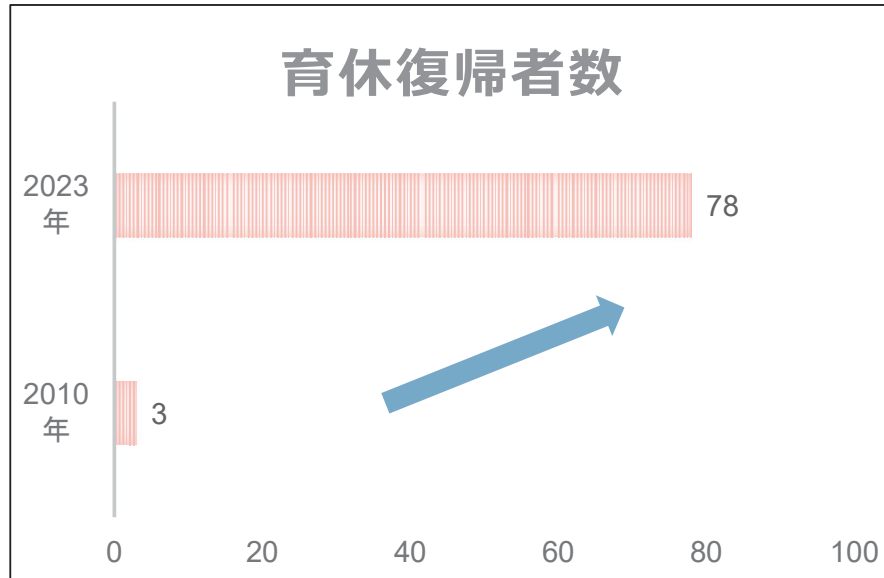
ロサンゼルス、ニューヨーク、サンパウロ、ミラノ、ジャカルタ、ホーチミン、ダッカ、上海、香港、北京、青島など

導入の経緯

社員のWell-being充実に向けて、職場環境を
より良くしていきたいという思いから導入に至りました！

背景

- ①女性従業員が全社の約45%（平均年齢が女性32歳）
- ②育休から復帰する社員が大幅に増加
- ③男性育休の法制化



* 2023年時点での復帰予定者含む

女性活躍を促進するためにも
会社の課題を見つけ、
社員の不安を解決していく必要がある！
その為には何が必要なんだろう？



弊社人事部

一緒に考えていきましょう!!



じよどんしONLINE
いそがしな仕事、さがるまで。

社員とのオンライン個人相談

100%の社員が「不安が軽減した」とアンケートで回答。
継続的なサポートによって、妊娠・出産・育児中にも安心して自身の仕事を継続できる支援になると思う方も**100%**

主な相談内容

- ◎男性 育児について
(ミルクの飲ませ方・睡眠環境や寝かしつけの方法・抱っこの仕方など)
- ◎女性 育児について
(授乳の方法・離乳食・睡眠環境や寝かしつけの方法など)
- ◎パートナーについて (家事分担・配偶者との関わり方など)
- ◎本人について (復職についての不安・キャリアとの両立・身体の痛みについてなど)

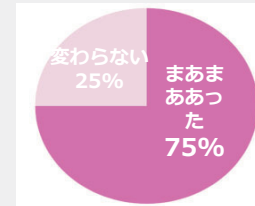
Q：じょさんしONLINEを利用しての社員からの意見

- ・初めての育児で正解が分からず不安が多かったので、気軽に家で専門的なアドバイスをもらえて心強かった。
- ・同じ方に定期的に相談できたので、毎回自分の状況を説明する手間が省けて話がスムーズだった。
- ・他社の現状も踏まえて助産師さんからアドバイスをもらえたので、客観的に考えることができた。

上司との1on1ヒアリング

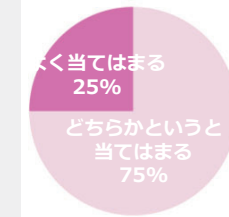
ポジティブな気持ちの変化が

あった人は、**75%**



部署のことを見つめ直すきっかけに

なった人は、**100%**



今後期待すること

- ◎ 導入から約半年が経過し、想定よりはるかに多くの従業員の相談の声と反応があったため、身近に・気軽に専門家に相談できることの重要性を感じた。今後、社内において、より浸透を深めたい。
- ◎ オンライン相談で個人に目を向けるだけでなく、上司ヒアリングや、その環境を取り巻く周りの従業員にも目を向け、会社全体で取り組んでいきたい。

03.

富山県

知事政策局 働き方改革・女性活躍推進室 女性活躍推進課 主任 中村 香菜恵 氏
発表資料

企業や自治体でのさらなる フェムテックサービスの活用に向けて

なぜ、企業の女性活躍を進めるのか？

性別に関わらず、一人ひとりが社会においても家庭においても
自分らしく生き、充実・活躍することができ、
ウェルビーイングを実感できること、

そして**それが企業の成長につながることを目指す**ため。

2023年2月17日

富山県知事政策局

働き方改革・女性活躍推進室



中小企業等において女性が活躍しやすい職場づくりを
後押しするとともに、「選ばれる企業」としてのブランド力
向上と優秀な人材確保を支援します。

富山県女性活躍推進戦略（R4.3月策定）

<課題>

<対応策>

企業

- ✓ 長時間労働を前提とした働き方
- ✓ 男女の役割を固定化した役割分担
- ✓ 女性が活躍できる分野や職場の不足

企業内の意識改革

- 働き方改革による環境整備
- 企業内の女性活躍への理解促進
- 女性の活躍分野の拡大

家庭

- ✓ 女性に偏る家庭負担
- ✓ 家事・育児への過剰な義務感

男性の家庭進出

- 男性の育休取得促進
- 男性の家庭進出を応援
- 家事の省力化

女性

- ✓ 企業と女性との意識ギャップ
- ✓ **ライフステージに応じた女性の健康課題**

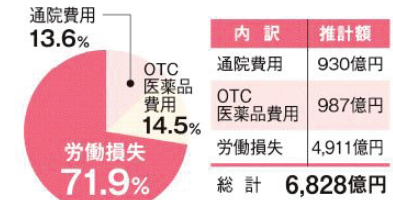
女性の意識・健康課題対応

- リーダーに対する固定観念払拭
- 女性の段階的なキャリア育成
- **女性の健康課題への理解促進**

データでみるフェムテック (femtech)

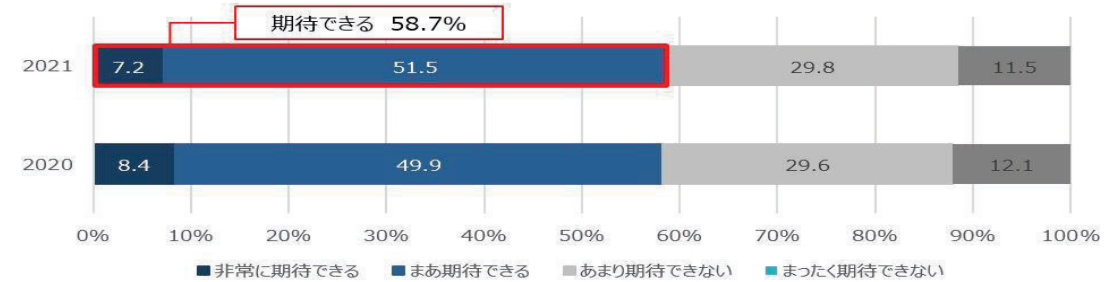
(1)経済産業省「健康経営における女性の健康の取り組みについて(2019)」によると、女性特有の月経随伴症状などによる**労働損失は4,911億円。**

■ 月経随伴症状による1年間の社会経済的負担



(2)SOMPOひまわり生命「日本のFemtech (フェムテック) 市場の可能性に関する調査 (2021)」によると、

日本におけるフェムテック (femtech) の**認知率は、1.9%**であるが、一方、スマホを活用した健康管理や、妊娠予測など「女性の体・健康の悩み」を助けるフェムテックの取組みについての**期待は58.7%**と高い。



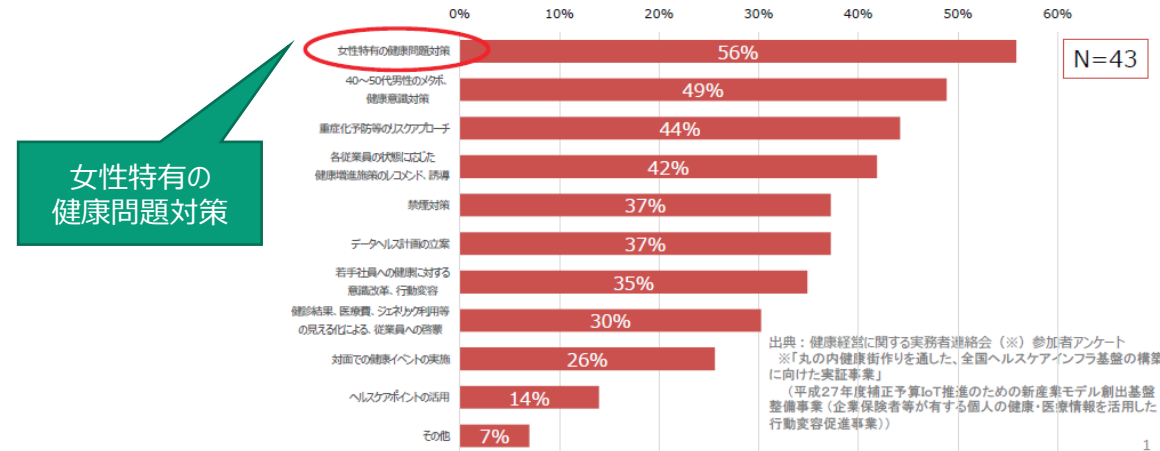
(3)同じく、上記調査によると、女性の悩み「月経・生理、妊娠・出産」で**困った経験がある方は、42.5%**だった。さらに、上記調査によると、女性特有の**健康課題が解決された場合**の仕事のパフォーマンスは**平均で41.3%上がる**と回答した。

健康経営を推進する企業の今後の関心：女性の健康

- 健康経営を積極的に推進する企業においては、特に女性特有の健康問題対策に高い関心が寄せられている。
- 女性の社会進出等の観点から、女性特有の健康課題に対する取組を健康経営銘柄や健康経営優良法人の基準等において明確化し、優良な取組事例を発信していく。

(4)経済産業省「健康経営における女性の健康の取り組みについて(2019)」によると、健康経営を推進する企業の今後の関心については、**特に女性特有の健康問題対策に高い関心が寄せられている。**

「健康経営」の取り組みで関心が高いものをお聞かせください。(複数選択可)



女性特有の健康問題対策

<狙い>

・企業のトップや人事担当者におけるリテラシー不足の解消

- ☞ (現状) 企業として女性の健康を直視していくことで、女性社員自身が健康課題に対する対処方法を知り、男性社員や管理職も女性社員への接し方を知る、良い循環が生まれるが、企業のトップや人事担当者にそうしたメリットについての認識がなく、モチベーションもない

パネルディスカッション

フェムテックを活用した女性活躍推進について

今年度、フェムテック等の実証費用をサポートする事業が開始、個人のウエルビーイングと企業の人材多様性を高め、企業価値の向上を目指します。

ファシリテーター



経済産業省 経済産業政策局
経済社会政策室
春口 浩子

フェムテック商品 / サービスの研究開発をしている企業の皆さま



大塚製薬株式会社
ニュートラシューティカルズ
事業部 女性の健康推進
プロジェクトリーダー
西山 和枝



トップバン・フォームズ
株式会社
研究開発本部 中央研究所
次世代商品開発部 部長
名和 成明



丸紅株式会社 経営企画部
国内事業推進課
フェムテック
プロジェクトリーダー
野村 優美



富山県副知事
横田 美香

富山県の現状は…女性の就業率は全国3位。一方、管理職の割合は全国41位

富山県では企業・女性自身・家庭内での取り組みを後押しすべく、女性活躍推進施策を展開しています。フェムテックは、女性活躍を後押しする新たなツールです。今後、導入に関心のある県内企業とフェムテック事業者との橋渡しなども行いたいと考えています。(富山県副知事 横田美香)

フェムテック

Femtech

Female + Technology

(女性) (技術)

女性特有の悩みを解決する
先進的な技術を用いた
製品・サービスのこと

<狙い>

・製品・サービスの安全性や導入費用についての情報不足

☞ (現状) フェムテック製品・サービスには様々なものがあり、新しいものも次々と生まれているが、それらの安全性について、企業側では、無関心もあって情報収集が追いつかない。また、仮に導入に踏み切るにしても、コストパフォーマンスについて確信を持ってない。

開催結果概要

もっと話そう!

Helloフェムテック 座談会

フェムテック【Female (女性)+Technology (技術)】とは、女性特有の悩みを解決する先進的な技術を用いた製品・サービスのことで、富山県では、女性のウェルビーイング実現を目指し、県内在住の女性50名にご協力いただき、フェムテック製品・サービスのモデリング利用を実施。製品・サービスの利用実感や女性の健康課題について意見交換を行いました。



モデリング 対象 県内在住の女性 (18歳以上) 50名
事業内容 期間 令和3年12月1日～令和4年2月28日

カラダの温度・リズム把握アプリ 「わたしの温度[®]」

トッパン・フォームズ株式会社



参加者の声

- 生理前のイライラや食欲増進の時期が可視化され、メンタルコントロールできるようになった。
- 毎朝、口で基礎体温を測るのが面倒。本製品は寝ている間に自動測定してくれるので楽だった。
- 子育てが忙しく、出産後の身体の変化に向き合う時間がなかったが、本製品を通して知ることができた。

改善してほしい点

- ・専用ナイトブラの手間、性能、デザイン性の向上
- ・バッテリー切れの早さ

大豆を乳酸菌で発酵させた エクオール含有食品「エクエル」

大塚製薬株式会社



参加者の声

- 肩こりや気分的な落ち込みが改善。関節のギスギス感には効果がなかった。
- 更年期なので不調も仕方ないと思っていたが、サプリメントで改善されるのであれば継続したいと思った。
- 体内でどのくらいのエクオールが作れているかを測定する「ソイチェック」ができ、自分の身体と向き合えた。

改善してほしい点

- ・粒の大きさ、飲みやすさ
- ・価格が高く、手が届きにくい
- ・近所のドラッグストアで購入できるか

更年期の女性に寄り添う オンライン相談サービス

株式会社 TRULY



参加者の声

- 更年期に入るにあたり脱毛をしておいた方が良いとの記事を見て、アンダーヘアの脱毛について質問。迅速かつ詳細な回答でありがたかった。
- 女性が働き続けるうえで、いかに心身の健康が重要かを再認識できた。顔が見えないからこそその相談のしやすさがあった。
- 返答が早い。色々あるネット情報に悩んでいたが、医師に回答してもらいスッキリした。

<狙い>

・女性社員を大切にしている企業風土の醸成

☞（現状）そもそも、女性社員を大切に、女性社員が働きやすい環境を整えていこうとする企業風土が根付いていない企業が少なからず存在する。

女性活躍「ファーストペンギン企業」
パイロット事業費補助金のご案内

富山県内企業の女性活躍に向けた先駆的・意欲的な
挑戦を応援します！

対象者：県内に事業所を有する企業、団体等

対象事業：女性活躍や働き方改革の推進につながる先駆的・意欲的な事業

補助額：対象経費の1/2(上限25万円)

例1

女性従業員を対象とする管理職体験制度やメンター制度を導入

女性従業員が管理職の仕事を一時的に疑似体験する機会を持つ制度や、役職者等がメンターとなり女性従業員を継続的にアドバイスする制度を導入

スケジュール例	7月	管理職体験制度やメンター制度について社内検討
	8月	外部講師による制度講習
	9月～1月	管理職体験制度やメンター制度の実施
	2月	アンケート実施
経費例	外部講師謝金、社内報作成費等	



例2

女性を中心とする社内プロジェクトの実施

新商品開発、ブランディング、女性活躍など特定のテーマのもと、女性を中心とする社内横断的なチームによりプロジェクトを推進

スケジュール例	7月	社内プロジェクト内容の検討
	8月	社内プロジェクトの立上げ
	9月～1月	新商品開発、ブランディング等、企画の進行
	2月	アンケート実施
経費例	ブランディング人材の人件費、社内報作成費等	



例3

フェムテック製品・サービスを福利厚生として活用

月経、妊娠・不妊、産後ケア、更年期、婦人科系疾患など女性特有の健康課題をテクノロジーで解決に導く製品やサービスを導入
(例：簡易検査キット、月経管理アプリ、相談サポートなど)

スケジュール例	7月	フェムテックセミナーの開催
	9月～1月	従業員のフェムテック製品の利用
	2月	アンケート実施
経費例	セミナー開催費、フェムテック製品の購入費、社内報作成費等	



<狙い>

・成長産業として期待されるフェムテックの分野における県内企業の参入

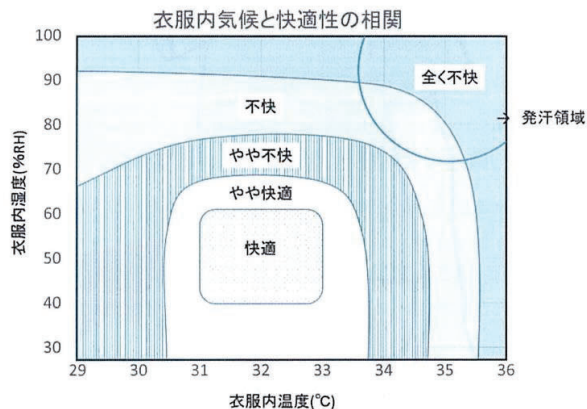
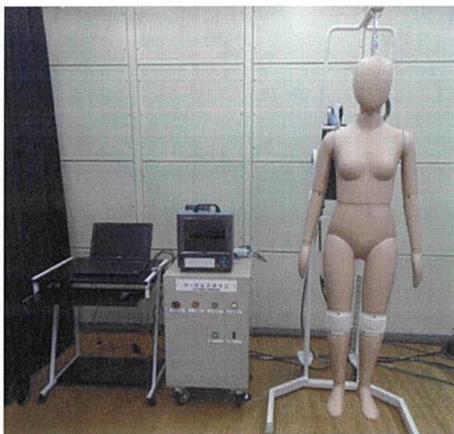
☞ (現状) 製品開発等を支援する取組みがないため、新たなイノベーションが起きる会社が少ない。

ヘルスケア製品開発特別枠

毎年トレンドに沿って設定した製品テーマに関する研究開発を委託対象とします。
 (製品テーマ)
 フェムテック関連製品

提案名称： 女性の更年期症状改善機能を有し、かつデザイン性の高い衣類の開発

I A A Z A Jホールディングス株式会社 (砺波市)



フェムテックセミナーのご案内

開催日

令和4年9月29日 (木) 14:00~16:30 (受付 13:30~)

14:10~15:00 講演

「フェムテック市場の動向と新規参入のポイント(今後の商機はどこにある?)」

ウーマンズ

代表取締役 阿部 エリナ 氏



【概要】女性の健康問題をテクノロジーの力で解決することを意味する「フェムテック」が大ムーブメントとなり、当市場への新規参入事業者が急増する中、新たに見えてきた課題や最新の業界動向とは？参入を検討中の企業、すでに参入済みの企業が把握しておきたい「フェムテック市場」における成長戦略のコツや、顕在化してきた課題に対する対策案、商機についてお伝えします。

フェムテックでD&I体感型研修

月経・PMS・更年期などの「女性の健康課題」をテーマに、組織や個人の中にあるアンコンシャスバイアスに気づき、企業内でのD&I促進へつなげることを目的とした企業研修

＜日時＞ 令和5年1月23日（月）14:00～17:00

＜場所＞ 富山県民会館612号室

＜対象＞ 富山県内の企業や組織で支援者（経営・管理職、人事担当者等）として女性の健康をサポートする立場の方

01 講義

「自組織とフェムテック・ジェンダーイノベーションズ」の相関を学び、女性の健康支援の有効性を再認識します。



講師・ファシリテーター

株式会社 ライフサカス
代表 西部沙緒里



株式会社 陽と人
代表 小林味愛

02 グループワーク

とあるオフィスを舞台にした映像を視聴し、登場人物の背景や状況を想像、気づき・違和感を共有するワークをおこないます。

03 ディスカッション

「もし私が〇〇な社員だったら…」という仮定のもと、参加者がそれぞれの立場に立ち、自組織の現状・障壁を捉え直し、今後あるべき施策を考えます。

オンラインカウンセリング事業

妊活・不妊治療等に関するオンラインでカウンセリングを実施

＜日時＞ 令和4年10月24日 ～ 令和5年1月31日

＜場所＞ オンライン

＜内容＞ 妊活や不妊に関するオンラインカウンセリング相談

2023年1月までの期間限定

経済産業省 令和4年度
フェムテック等サポートサービス実証事業



“富山県民”の方対象

妊活 不妊治療 産むこと

のお悩みについて

オンラインカウンセリングを
無料で受けてみませんか？



不妊治療や産むことについて、こんなお悩みを抱えていませんか？

生殖心理カウンセリング

- ・治療がうまくいかず、もやもやしている
- ・友人や親戚の妊娠をつらく感じてしまう
- ・治療の結果が不安で眠れない
- ・流産/死産の経験に対して気持ちの整理が難しい
- ・パートナーと意思疎通や話し合いができない

妊活・不妊カウンセリング

- ・自分に合った妊活・不妊治療の進め方を知りたい
- ・クリニック選びに悩んでいる
- ・クリニックでなかなか質問できない疑問を聞いてみたい
- ・体外受精のステップアップや転院について相談したい
- ・今後の治療の進め方に悩んでいる

無配慮ではなく、環境を変えることへの努力を！

無配慮



平等



公正



環境を変える



Appendix 2

共通指標集計結果

共通指標の構成の全体像(再掲)

- 19事業全体で得られた共通指標データの分析は、フェムテック等サポートサービス利用前後のアンケート回答データを、以下の9つの測定項目それぞれに対して、単純集計、クロス集計およびヒストグラムを用いる形式で実施した。
- 本項では、共通指標を用い確認できた結果に絞って記述を進める。各事業の成果については、第2章に記載の19事業独自の成果指標より得られた結果についても合わせてみていただくことで、より理解を深めていただくことができると考える。

	目的	用いる指標	分類	測定項目	仮説	用いる分析軸
共通指標① 主観的プレゼンティーズム	利用者の主観的Well-beingの変化を確認する	WHO Health and Work Performance Questionnaire※の設問B9-11	主観的プレゼンティーズムの変容	絶対的プレゼンティーズム 相対的プレゼンティーズム	フェムテック等サポートサービスの活用前後で、絶対的プレゼンティーズム、相対的プレゼンティーズムの値が上昇し、損失割合が減少する。	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>回答者属性</p> <ul style="list-style-type: none"> 年齢 健康課題テーマ 職種 役職 子の有無 <p>事業特性</p> <ul style="list-style-type: none"> 展開スキーム 健康課題テーマ サービスカテゴリ 介入目的 </div>
共通指標② キャリア形成	利用者の自身のキャリア形成に係る意識・行動の変化を確認する	本事業の独自指標	意識変容	健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知	フェムテック等サポートサービスの活用前後で、従来健康課題を意識している層(意識層)は選択個数が減り、健康課題がキャリアに及ぼす影響が緩和された状態となる。従来健康課題を意識していなかった層(無意識層)は選択個数が増え、より多くの影響を認知している状態となる。	
				解決策/緩和策の認知 他者・組織への相談先の認知	フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、より多くの解決策/緩和策、相談先を認知している状態となる。	
			行動変容	解決策/緩和策の実施 他者・組織への相談の実施	フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、より多くの解決策/緩和策について行動を起こしている、もしくはより多様な相手に相談を実施している状態となる。	
				アウトカムの変容	解決策/緩和策実施のアウトカム 他者・組織に向けた相談実施のアウトカム	

共通指標①の設問項目と活用した指標(再掲)

- 共通指標①・②の設問項目と選択肢および活用した指標との対応関係は、以下のとおり。

■設問項目

#	質問事項	選択肢
1	あなたの仕事において、0が誰でも達成できるような仕事ぶり、10が最も優れた勤務者の仕事ぶりとしたとき、同僚等、あなたと似た仕事に携わる他の社員の普段の仕事ぶりを、あなたはどのように評価しますか。	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10
2	あなたの仕事において、0が誰でも達成できるような仕事ぶり、10が最も優れた勤務者の仕事ぶりとしたとき、過去 1-2 年のあなたの普段の仕事ぶりを、あなたはどのように評価しますか。	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10
3	あなたの仕事において、0が誰でも達成できるような仕事ぶり、10が最も優れた勤務者の仕事ぶりとしたとき、過去 4 週間(28 日間)の間の勤務日におけるあなたの総合的な仕事ぶりを、あなたはどのように評価しますか。	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10

■活用した指標

区分	算出方法	解釈
絶対的プレゼンティズム	上記2に10を掛けて算出	絶対的プレゼンティズムの値が上昇した場合、絶対的プレゼンティズムの損失割合が減少したといえる。
相対的プレゼンティズム	3を、1で割ることによって算出(ただし、その値は0.25以上2.00以下とする)	相対的プレゼンティズムの値が上昇した場合、相対的プレゼンティズムの損失割合が減少したといえる。

(出所)HPQ scoring documents : https://www.hcp.med.harvard.edu/hpq/ftpd/ftpdir/hpq_scoring_doc.pdf

(出所)世界保健機関 健康と労働パフォーマンスに関する質問紙(短縮版)日本語版
riomh.umin.jp/lib/WHO-HPQ(Japanese).pdf

共通指標②の設問項目と活用した指標(再掲)

■設問項目

#	質問事項	選択肢
0	女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響について、これまで意識したことはありましたか。	はい/いいえ
1	女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください(複数回答可)。	退職/転職/休職/昇進・昇格の辞退/短日勤務・時短勤務への移行/他部署・他職種への異動/その他/特になし
2	女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、具体的にイメージできるものを教えてください(複数選択可)。	医療機関における各種検診・検査の受診/簡易検査キット等によるセルフチェックの実施/アプリ等によるセルフモニタリングの実施/医療機関における各種治療等の実施/各種専門家への相談/低用量ピル・漢方等の医薬品の服用/各種機器等によるセルフトレーニングの実施/衣類・化粧品等によるセルフケアの実施/セミナー受講等を通じた関連知識の獲得/その他/特になし
3	女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、すでに行動に移したことがあるものを教えてください(複数選択可)。	
4	(3で「特になし」以外を回答した場合)行動した結果、あなた自身のキャリアにどのような良い影響がありましたか。	勤務が身体的に楽になった/勤務が心理的に楽になった/現在の勤務形態での勤続ができると思った/昇進・昇格に前向きになった/他部署・他職種への異動を考えなくなった/その他/あまり変わらなかった
5	女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、どのような人からの協力が必要だと思いますか(複数選択可)。	パートナー/その他家族/上司/同僚/人事/経営層/組織内産業保健担当者(産業医・保健師等)/キャリアコーチ・キャリアカウンセラー/自治体の担当課/その他/特になし
6	女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、すでに協力を得たことがある人がいれば教えてください(複数選択可)。	
7	(6で「特になし」以外を回答した場合)協力を得た結果、あなたのキャリアに及ぼす影響や組織に良い影響があったものを教えてください。	勤務が身体的に楽になった/勤務が心理的に楽になった/現在の勤務形態での勤続ができると思った/昇進・昇格に前向きになった/他部署・他職種への異動を考えなくなった/他の女性も働きやすくなった/所属チームのパフォーマンスが向上した/組織全体のパフォーマンスが向上した/その他/あまり変わらなかった

■活用した指標

区分	算出方法と解釈
健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知	<ul style="list-style-type: none"> 0で「はい」を選択した意識層、0で「いいえ」を選択した無意識層それぞれの、1で選択した項目の数および項目の変化を確認。 選択した項目の数が減少している場合、健康課題の影響が緩和されたといい得る。また、選択した項目の数が増加した場合は多くの影響を認知したといい得る。
解決策/緩和策の認知	<ul style="list-style-type: none"> 2~4それぞれについて、選択した項目の数および項目の変化を測定 選択した項目の数が増加した場合、より多くの解決策/緩和策が認知され、行動に移され、多くのアウトカムを得たといい得る。
解決策/緩和策の実施	
解決策/緩和策実施のアウトカム	
他者・組織への相談先の認知	<ul style="list-style-type: none"> 5~7それぞれについて、選択した項目の数および項目の変化を測定。 選択した項目の数が増加した場合、より多くの相談先が認知され、相談が実行に移され、多くのアウトカムを得たといい得る。
他者・組織への相談の実施	
他者・組織に向けた相談実施のアウトカム	

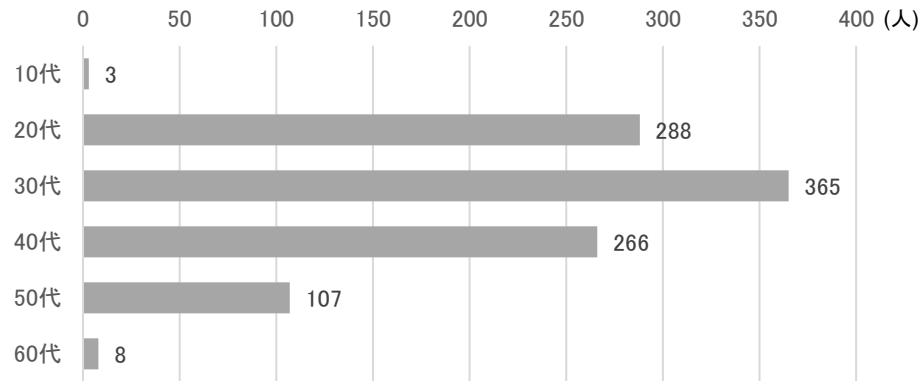
A-2-1

基礎集計

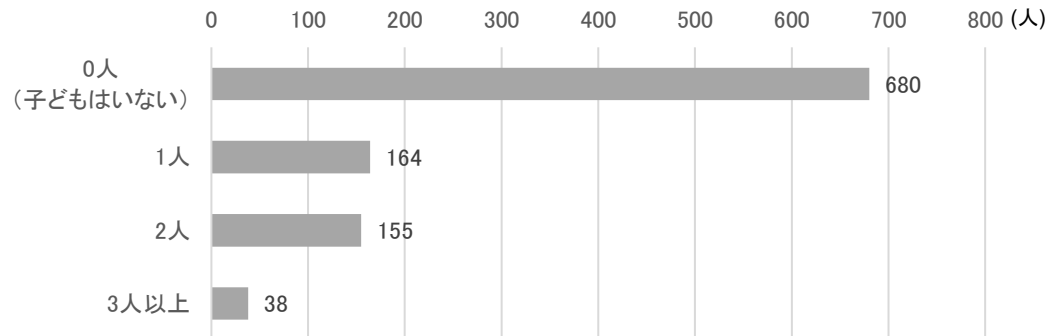
基礎集計(回答者属性)

- 回答者は20代から40代が中心であり、子供を持たない回答者が2/3を占めた。また、回答者が抱える健康課題の領域は月経・PMSが最も多く、次いで妊娠・不妊、更年期、であった。

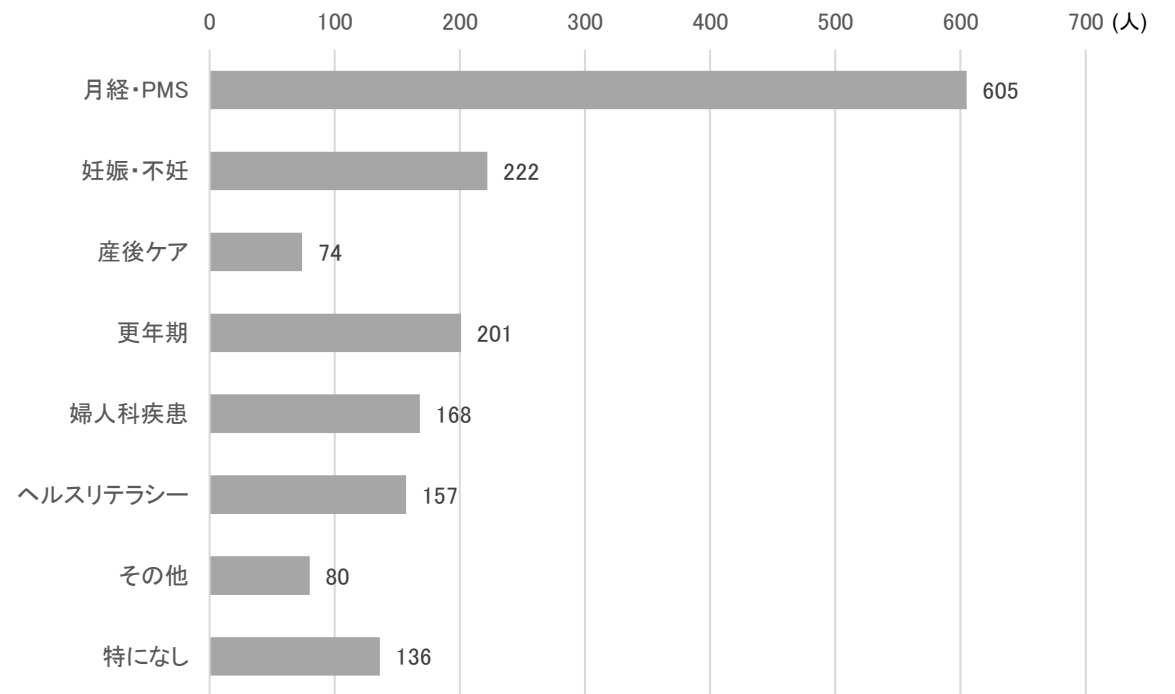
年齢(単一回答、N=1,037)



子の有無(単一回答、N=1,037)



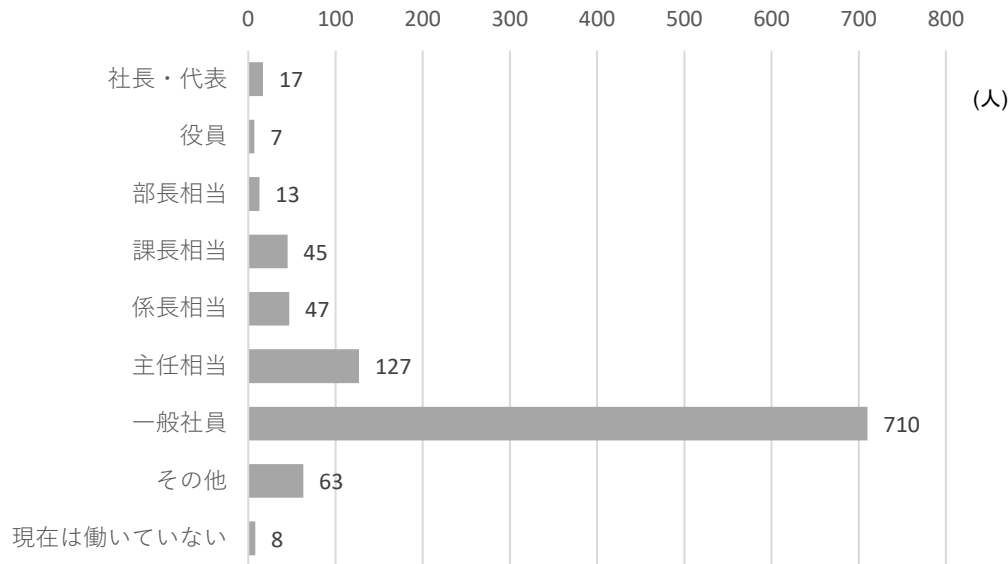
あなたが抱えている健康課題の領域について、あてはまるものがあれば教えてください。(複数回答、N=1,643)



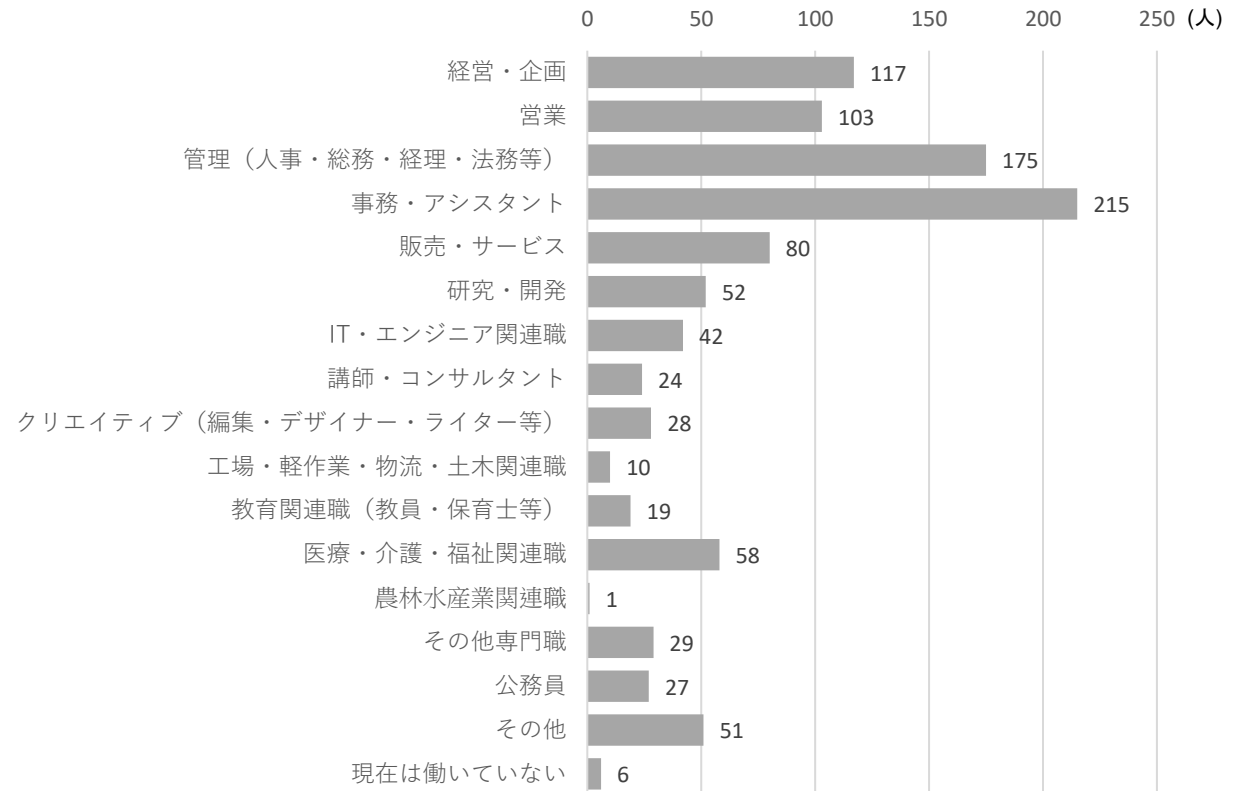
基礎集計(回答者属性)

- 役職別にみると、一般社員の回答者が最も多かった。
- 職種別にみると、事務・アシスタント職の回答者が最も多く、次いで管理(人事・総務・経理・法務等)職、経営・企画職、であった。

役職別回答人数(単一回答、N=1,037)



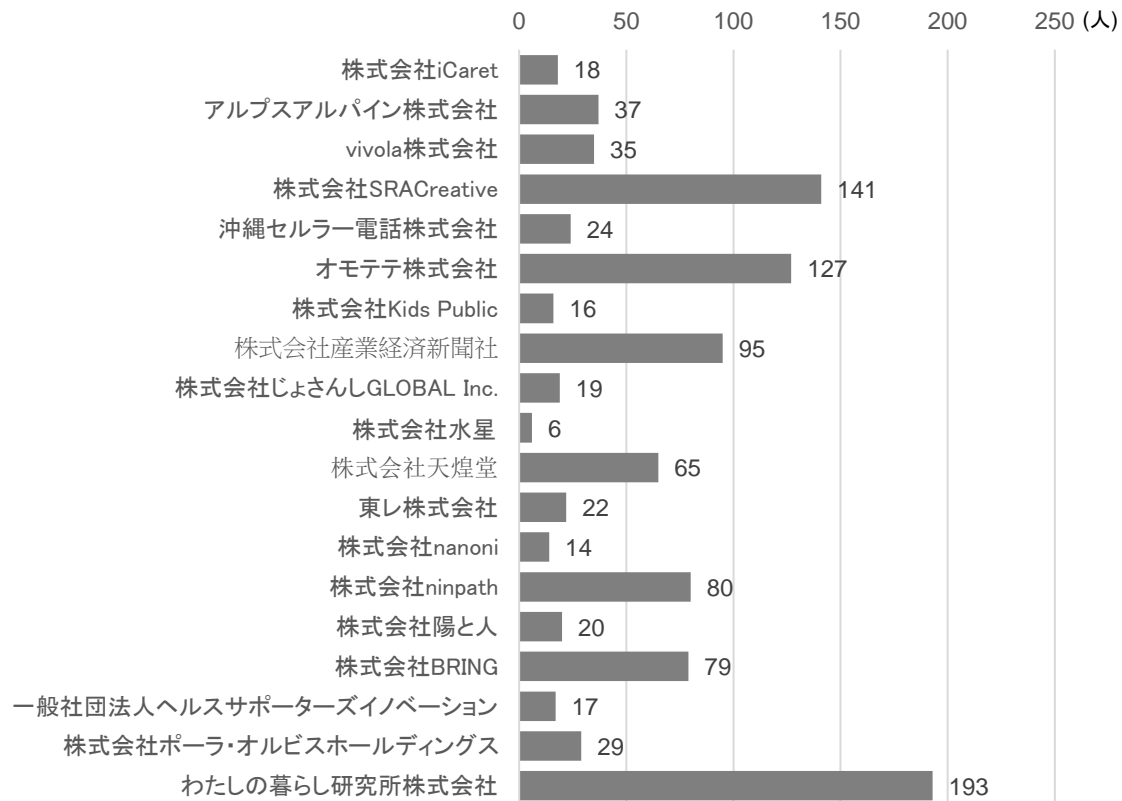
職種別回答人数(単一回答、N=1,037)



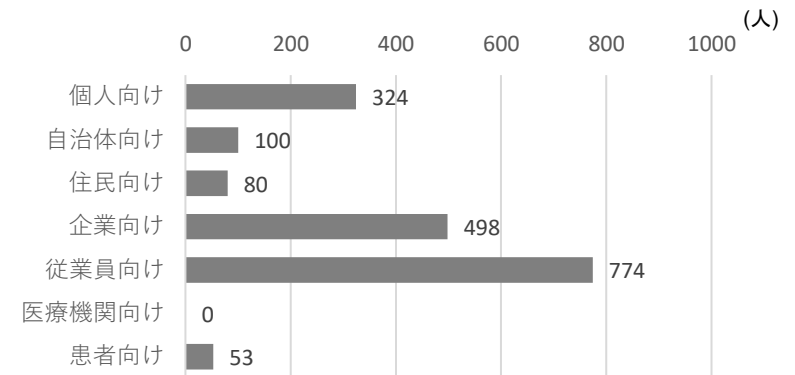
基礎集計(事業特性)

- 展開スキーム別にみると、従業員向け、企業向け、個人向けの順に回答数が多かった。
- 健康課題テーマ別にみると、月経・PMSに係る事業の回答数が最も多く、次いでヘルスリテラシー、妊娠・不妊、であった。

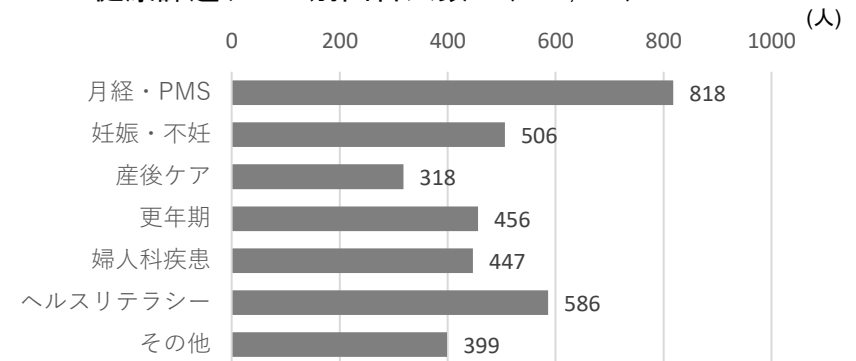
事業別有効回答人数※¹(N=1,037)



展開スキーム別回答人数※²(N=1,829)



健康課題テーマ別回答人数※²(N=3,530)



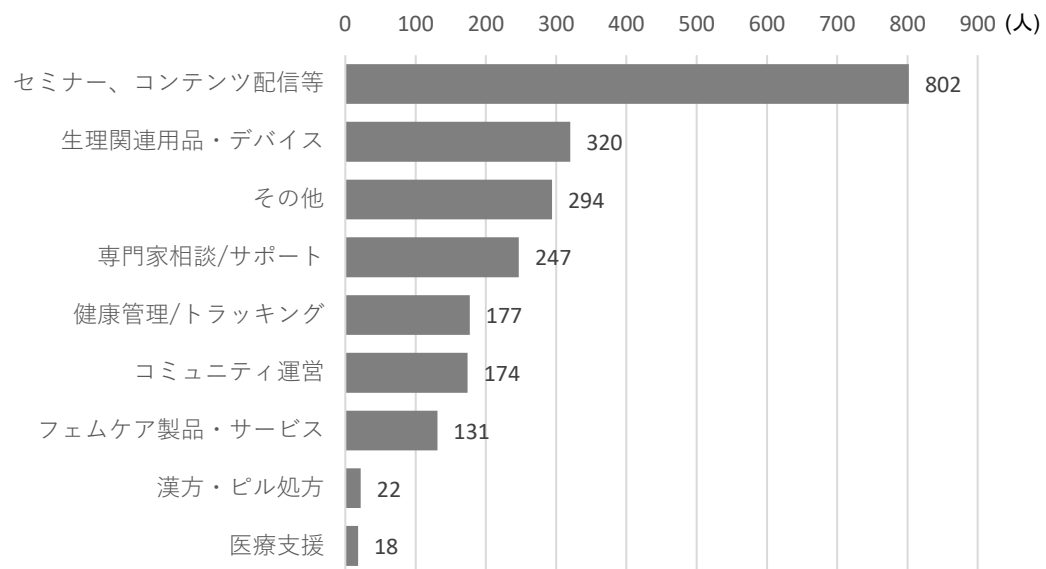
※¹: 前段の各社成果報告に掲載されている実施事項の中から、本共通指標の取得対象として適切な取組を各社選定し、当該取組の対象者に向けてアンケートを実施したものである。各社それぞれがすべての取り組みにおいて共通指標を取得したものではないことに留意。

※²: 事業ごとに該当するカテゴリを事務局にて分類の上集計。1事業が複数のカテゴリに分類されている点に留意。

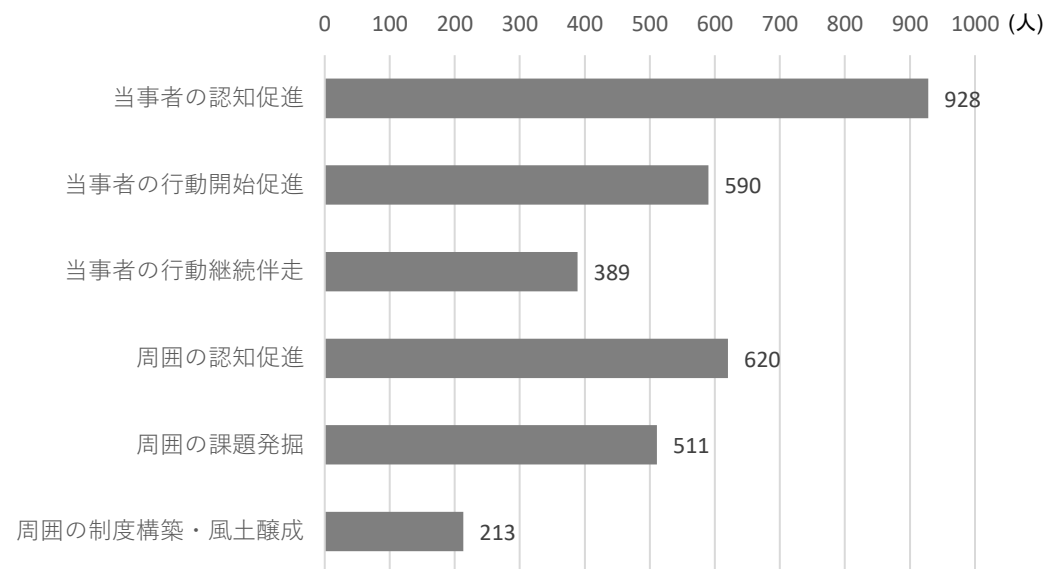
基礎集計(事業特性)

- サービスカテゴリ別にみると、セミナー、コンテンツ配信等の事業の回答数が最も多かった。
- 介入目的別にみると、当事者の認知促進に係るものの回答数が最も多く、次いで周囲の認知促進、当事者の行動開始促進、であった。

サービスカテゴリ別回答人数※(N=2,185)



介入目的別回答人数※(N=3,251)



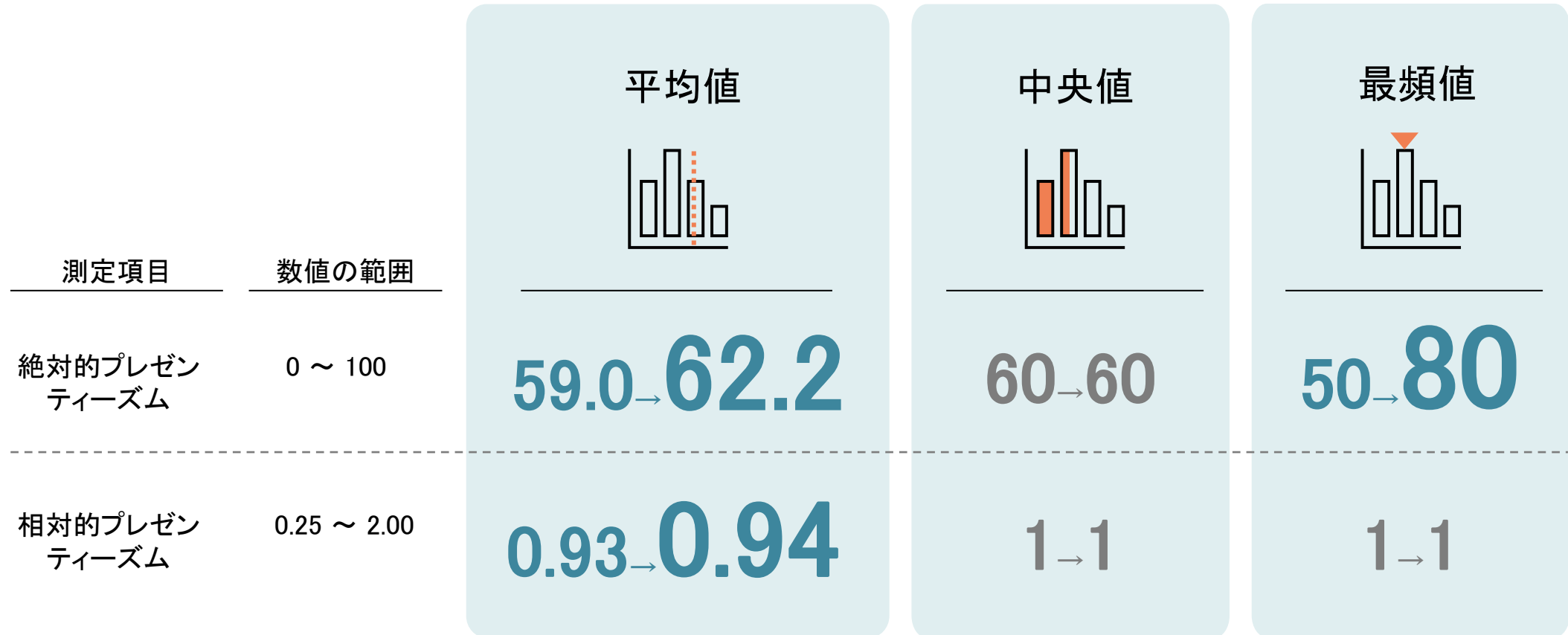
※事業ごとに該当するカテゴリを事務局にて分類の上集計。1事業が複数のカテゴリに分類されている点に留意。

A-2-2

共通指標①
単純集計

共通指標①の集計結果（主観的プレゼンティーズム）（再掲）

- 19事業全体でみたとき、共通指標①については、絶対的プレゼンティーズム、相対的プレゼンティーズムとも平均値が上昇し、損失割合が減少。

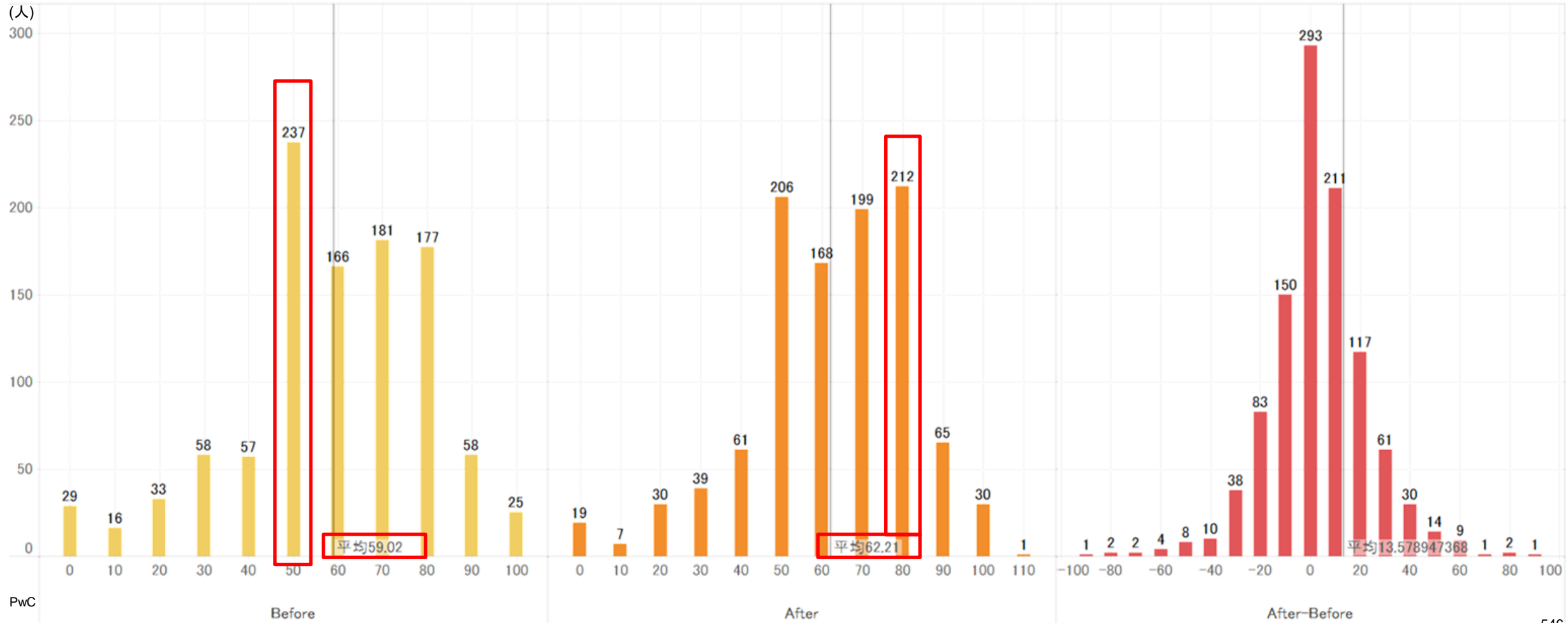


青字：前述の仮説と同様の結果が出たもの

単純集計(絶対的プレゼンティーズム)

- 絶対的プレゼンティーズムについては、BeforeからAfterで平均値が59.0から62.2に上昇し、かつ最頻度(モード)が50から80に移動しており、仮説「フェムテック等サポートサービスの活用前後で、絶対的プレゼンティーズムの値が上昇し、損失割合が減少する。」と同様の結果が得られた。

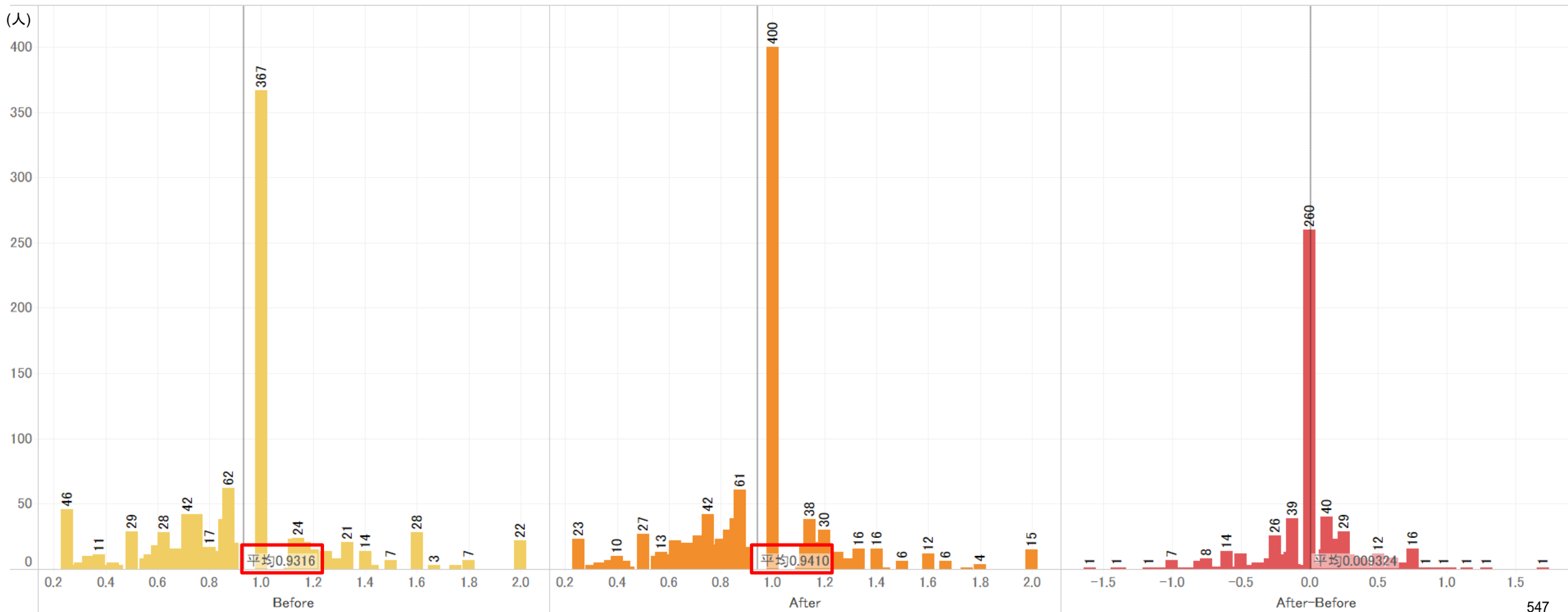
絶対的プレゼンティーズム(N=1,037)



単純集計(相対的プレゼンティーズム)

- 相対的プレゼンティーズムについては、BeforeからAfterで平均値が0.93から0.94に上昇しており、仮説フェムテック等サポートサービスの活用前後で、相対的プレゼンティーズムの値が上昇し、損失割合が減少する。」と同様の結果が得られた。

相対的プレゼンティーズム(N=1,037)



A-2-3

共通指標②
単純集計

共通指標②の集計結果(本事業独自指標)(再掲)

- 19事業全体でみたとき、共通指標②においても、以下7つの測定項目それぞれの選択回数※1の平均値が上昇。

測定項目	選択回数の範囲	平均値	中央値	最頻値	
1 女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください	従来健康課題を意識している層(意識層)	0 ~ 7	2.84→3.00	2→2	3→3
	従来健康課題を意識しなかった層(無意識層)	0 ~ 7	1.38→1.79	1→1	0→0
2 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、具体的にイメージできるものを教えてください	0 ~ 10	3.20→3.20※2	3→3	3→3	
3 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、すでに行動に移したことがあるものを教えてください	0 ~ 10	1.64→1.74	1→1	1→1	
4 (「特になし」以外を回答した場合) 行動した結果、あなた自身のキャリアにどのような良い影響がありましたか	0 ~ 6	0.69→0.74	0→0	0→0	
5 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、どのような人からの協力が必要だと思いますか	0 ~ 10	3.85→4.06	4→4	4→4	
6 女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、すでに協力を得たことがある人がいれば教えてください	0 ~ 10	1.41→1.48	1→1	0→0	
7 (「特になし」以外を回答した場合) 協力を得た結果、あなたのキャリアに及ぼす影響や組織に良い影響があったものを教えてください	0 ~ 9	0.96→0.98	1→1	0→1	

※1：測定項目1~7それぞれについて、回答者が選択した項目の数を測定。

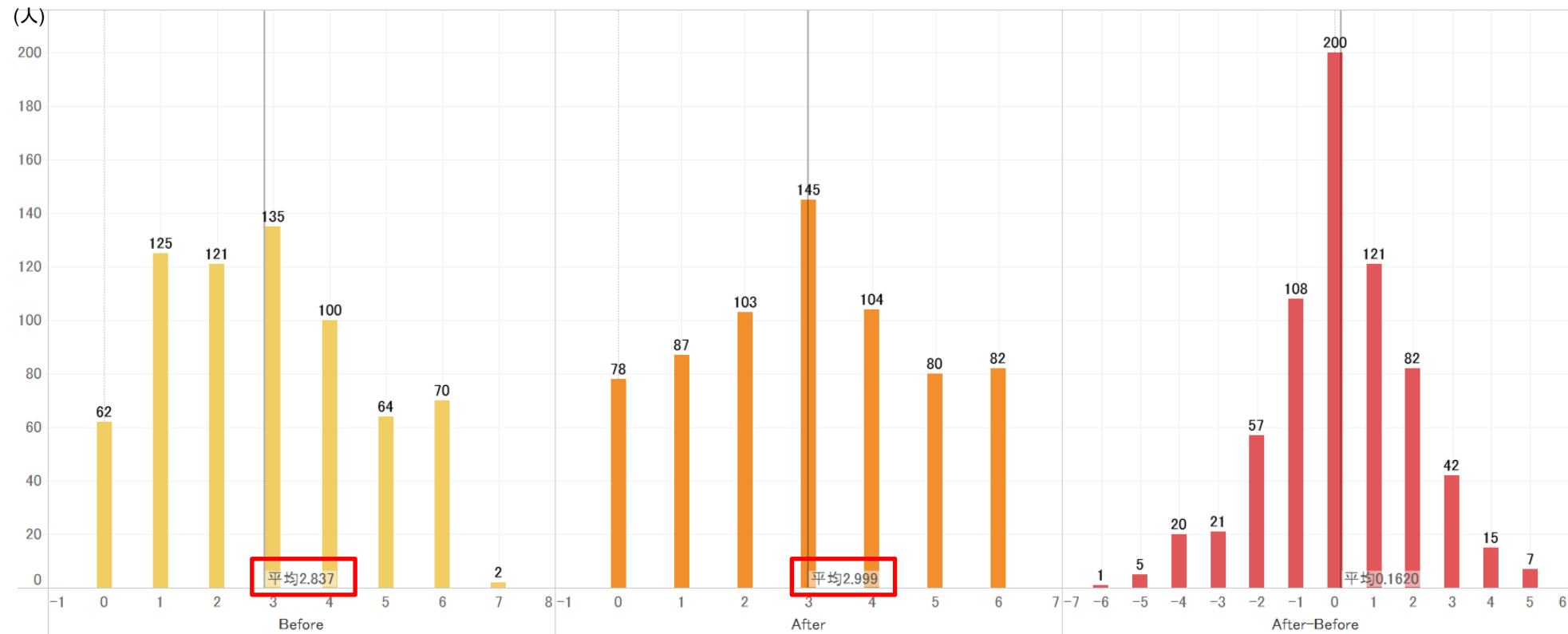
※2：小数点以下3桁でみると、3.197→3.203と上昇している。

オレンジ字：前述の仮説と同様の結果が出たもの

ヒストグラム（健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知）

- 健康課題の認知について、「0_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響について、これまで意識したことはありましたか。」に「はい」と答えた従来健康課題を意識している層（意識層）は、「フェムテック等サポートサービスの活用前後で、選択個数が減り、健康課題がキャリアに及ぼす影響が緩和された状態となる」という仮説を設定していたが、実際には選択個数の平均値が2.84から3.00に上昇し、より多くの影響を認知している状態となった。

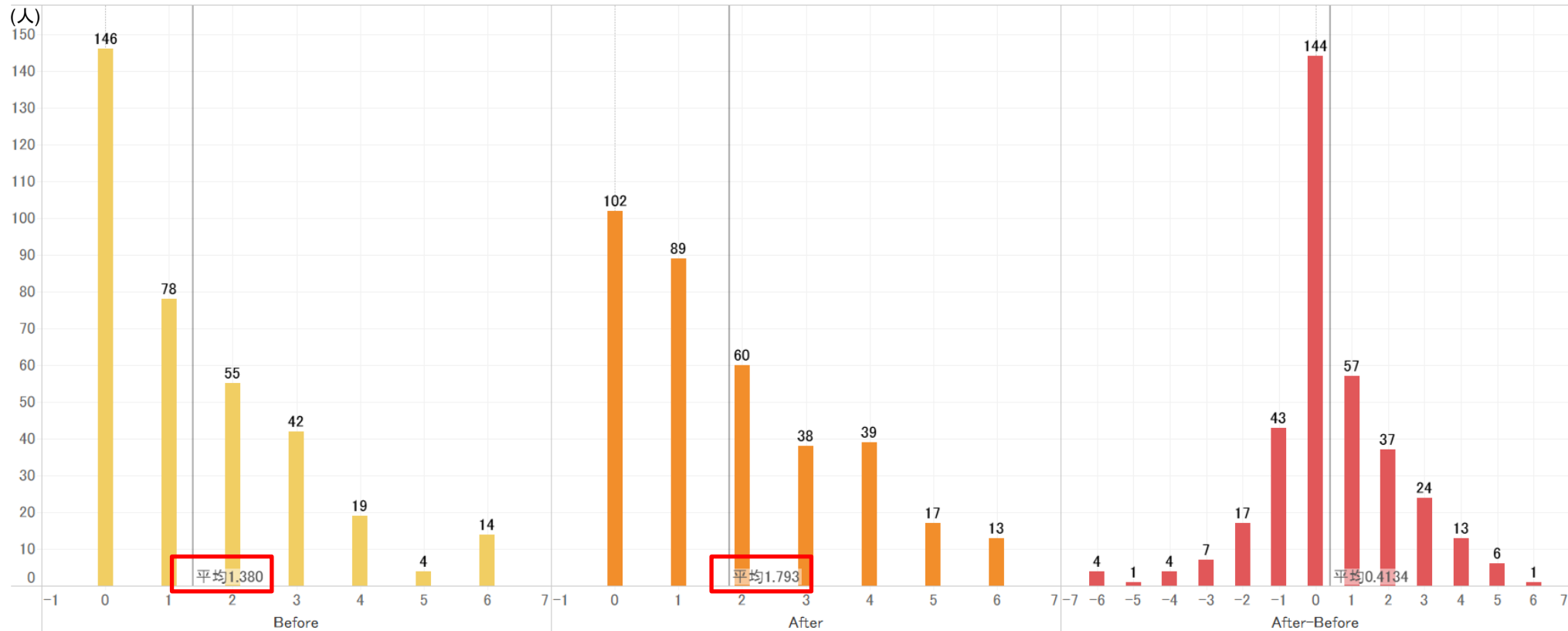
「0_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響について、これまで意識したことはありましたか。」に「はい」と答えた回答者についての「1_女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください。」に対する選択個数のヒストグラム(N=679)



ヒストグラム（健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知）

- 健康課題の認知について、「0_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響について、これまで意識したことはありましたか。」に「いいえ」と答えた従来健康課題を意識していなかった層（無意識層）についてみたとき、平均値が1.38から1.79に上昇しており、仮説「従来健康課題を意識していなかった層（無意識層）は選択個数が増え、より多くの影響を認知している状態となる。」と同様の結果が得られた。

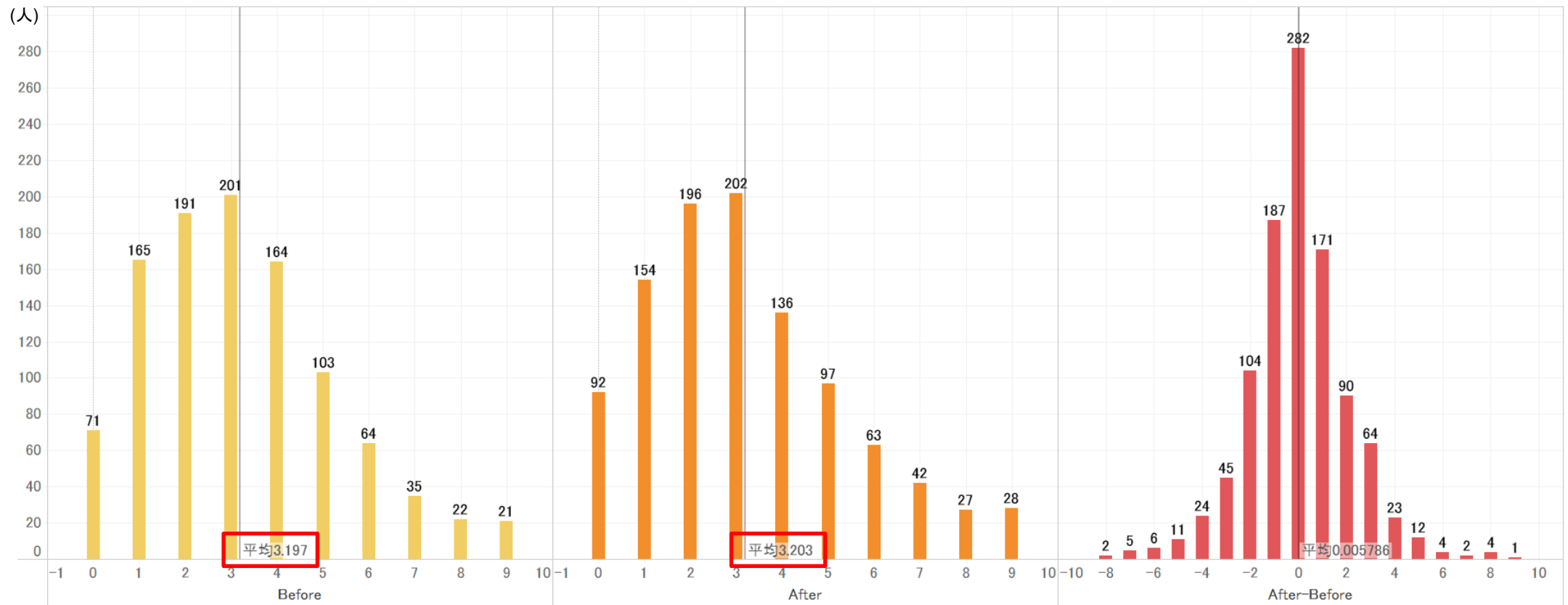
「0_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響について、これまで意識したことはありましたか。」に「いいえ」と答えた回答者についての「1_女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください。」に対する選択個数のヒストグラム（N=358）



ヒストグラム（解決策/緩和策の認知）

- 解決策の認知については、BeforeからAfterで平均値が3.197から3.203に上昇し、仮説「フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、より多くの解決策/緩和策を認知している状態となる。」と同様の結果が得られた。

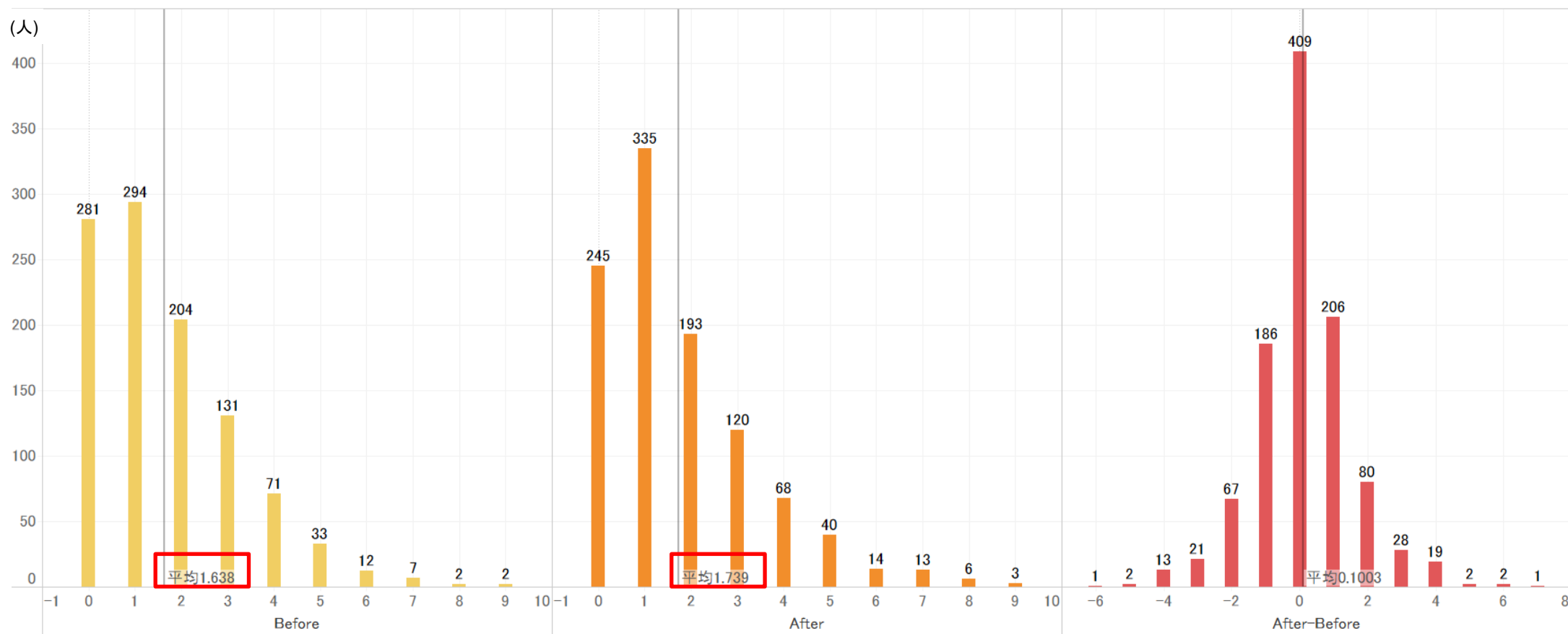
「2_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、具体的にイメージできるものを教えてください。」に対する選択個数のヒストグラム(N=1,037)



ヒストグラム（解決策/緩和策の実施）

- 解決策の実施についても、BeforeからAfterで平均値が1.64から1.74に上昇し、仮説「フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、より多くの解決策/緩和策について行動を起こしている状態となる。」と同様の結果が得られた。

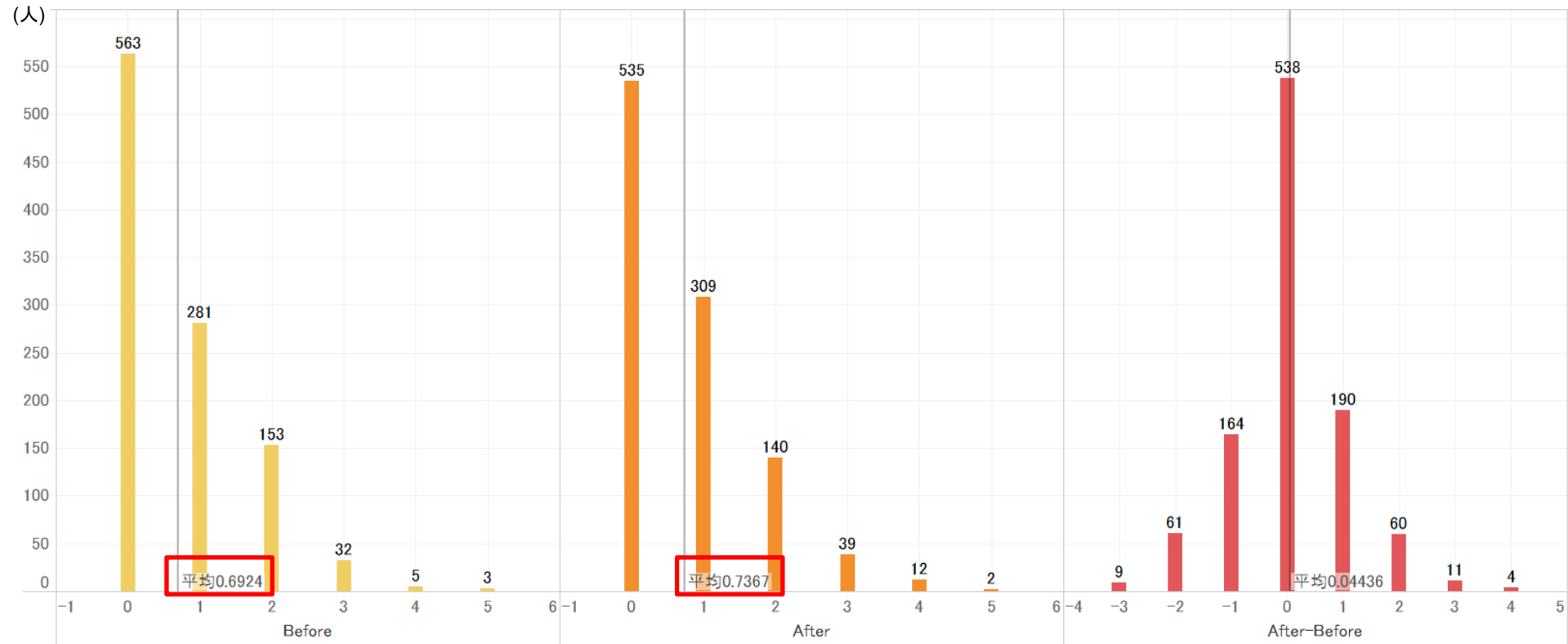
「3_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、すでに行動に移したことがあるものを教えてください。」に対する選択個数のヒストグラム (N=1,037)



ヒストグラム（解決策/緩和策のアウトカム）

- 解決策/緩和策のアウトカムについても、BeforeからAfterで平均値が0.69から0.74に上昇し、仮説「フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、行動に移した解決策/緩和策からより多くのアウトカムを得ている状態となる。」と同様の結果が得られた。

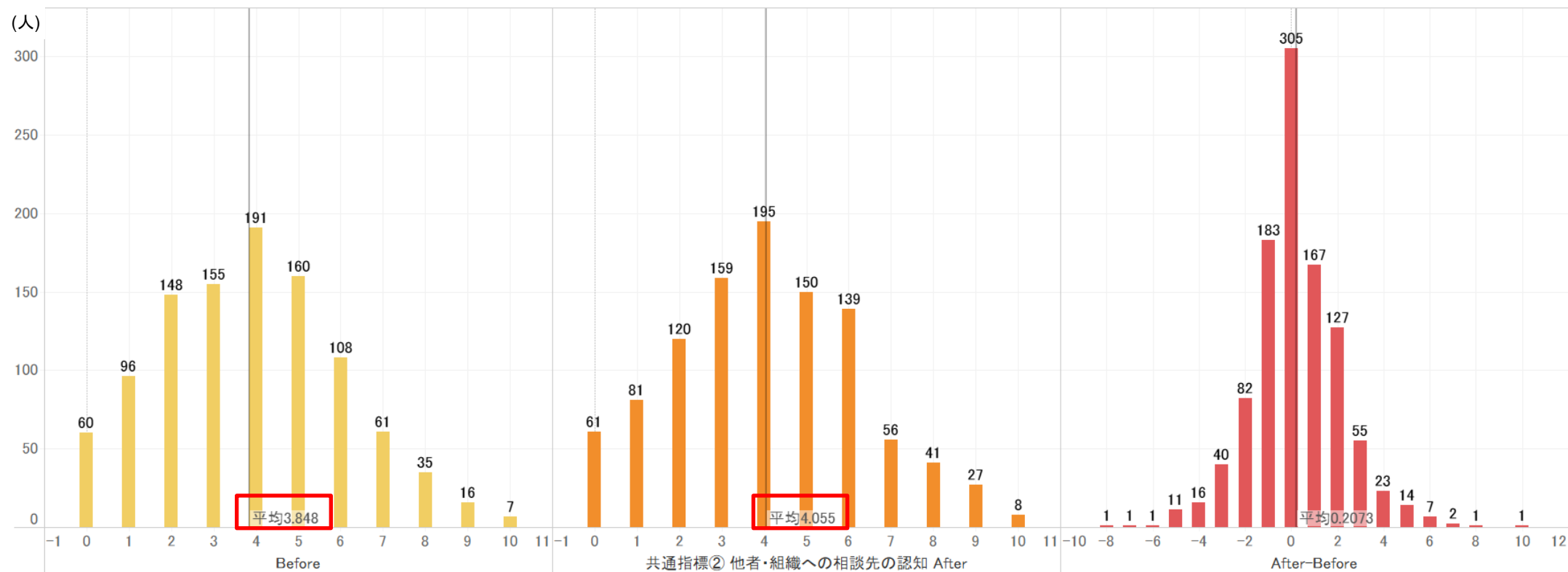
「4_行動した結果、あなた自身のキャリアにどのような良い影響がありましたか。」に対する選択個数のヒストグラム (N=1,037)



ヒストグラム(他者・組織への相談先の認知)

- 相談先の認知についても、BeforeからAfterで平均値が3.85から4.06に上昇し、仮説「フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、より多くの相談先を認知している状態となる。」と同様の結果が得られた。

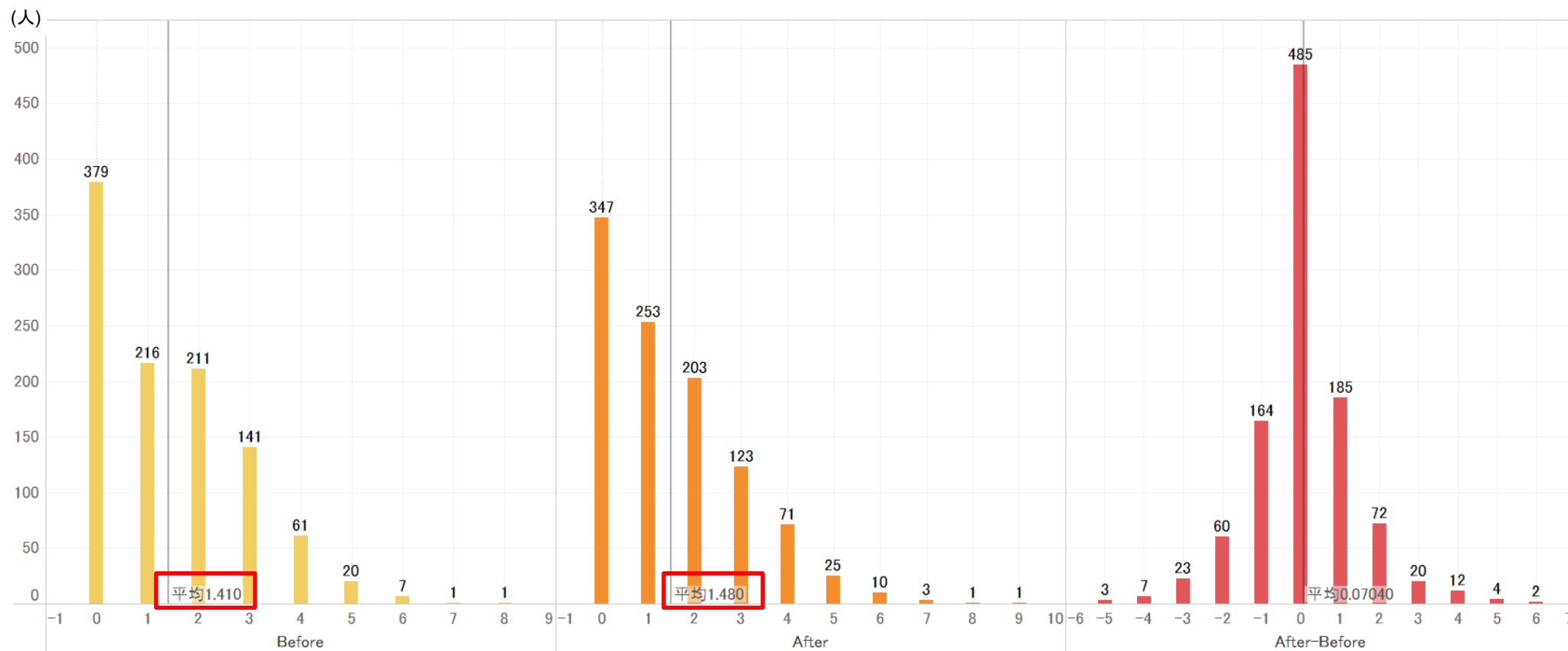
「5.女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、どのような人からの協力が必要だと思いますか。」に対する選択個数のヒストグラム(N=1,037)



ヒストグラム（他者・組織への相談の実施）

- 他者・組織に向けた相談の実施 についても、BeforeからAfterで平均値が1.41から1.48に上昇し、仮説「フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、より多様な相手に相談を実施している状態となる。」と同様の結果が得られた。

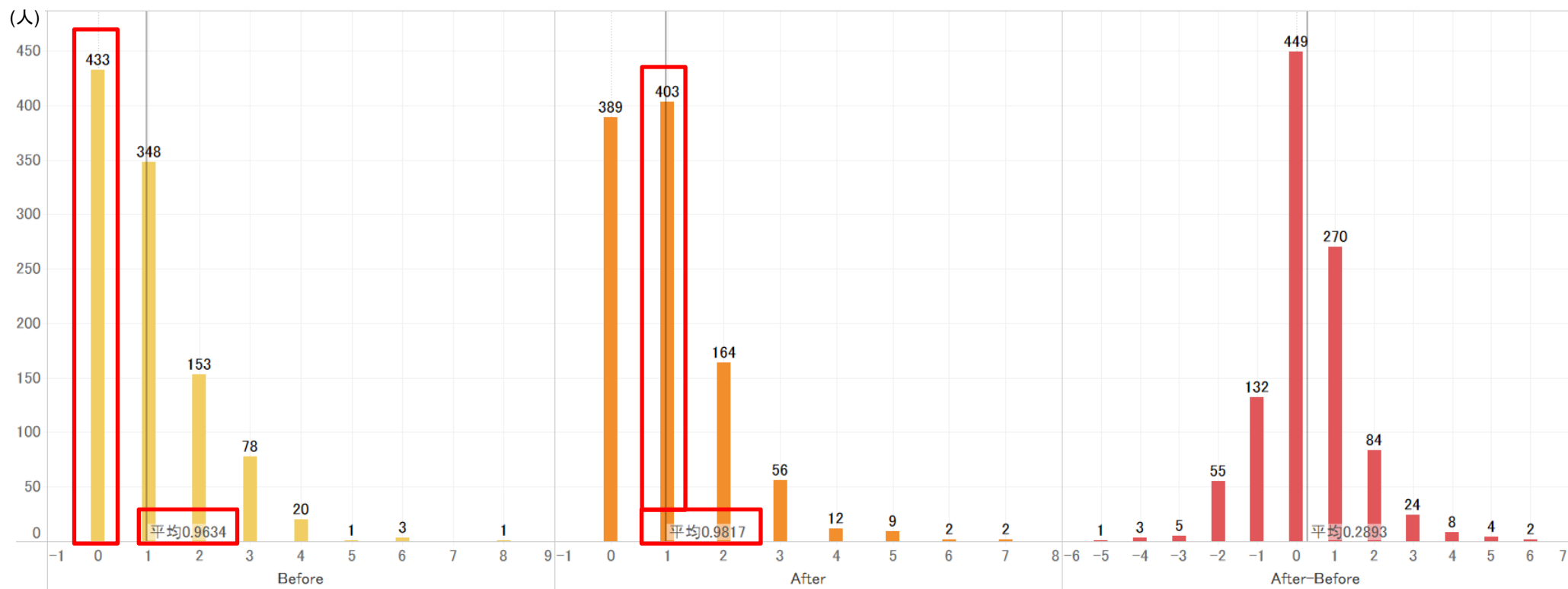
「6_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、すでに協力を得たことがある人がいれば教えてください。」に対する選択個数のヒストグラム (N=1,037)



ヒストグラム(他者・組織への相談のアウトカム)

- 他者・組織に向けた相談のアウトカムについても、BeforeからAfterで平均値が0.96から0.98に上昇し、かつ最頻度(モード)が0から1に移動しており、仮説「フェムテック等サポートサービスの活用前後で選択個数が増え、相談の実施からより多くのアウトカムを得ている状態となる。」と同様の結果が得られた。

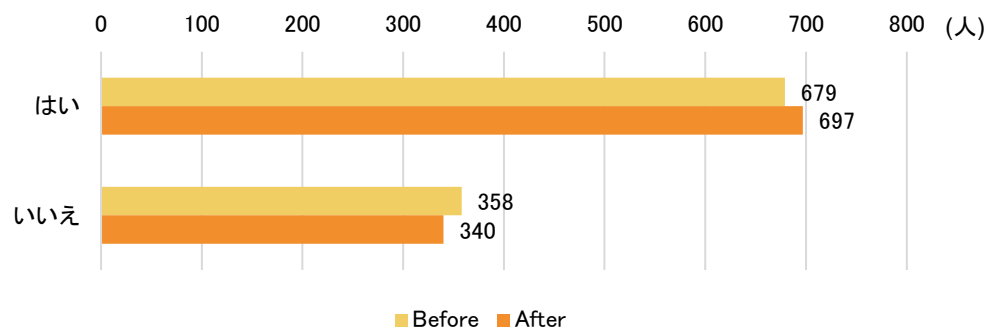
「7_協力を得た結果、あなたのキャリアに及ぼす影響や組織に良い影響があったものを教えてください。」に対する選択個数のヒストグラム(N=1,037)



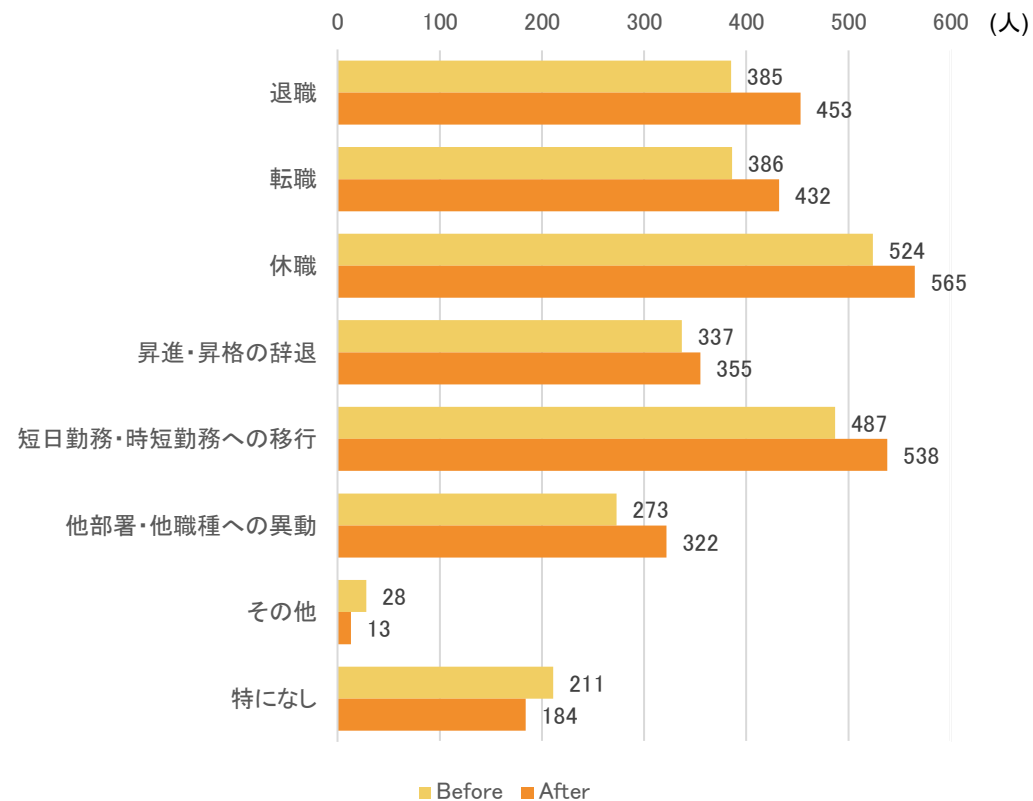
単純集計(健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知)

- フェムテックの活用を通じて、女性特有の健康課題が自身のキャリアに及ぼす影響についての意識が高まった。

0_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響について、これまで意識したことはありましたか。
(単一回答、N=1,037)



1_女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください。
(複数回答、Before: N=2,631 / After: N=2,862)



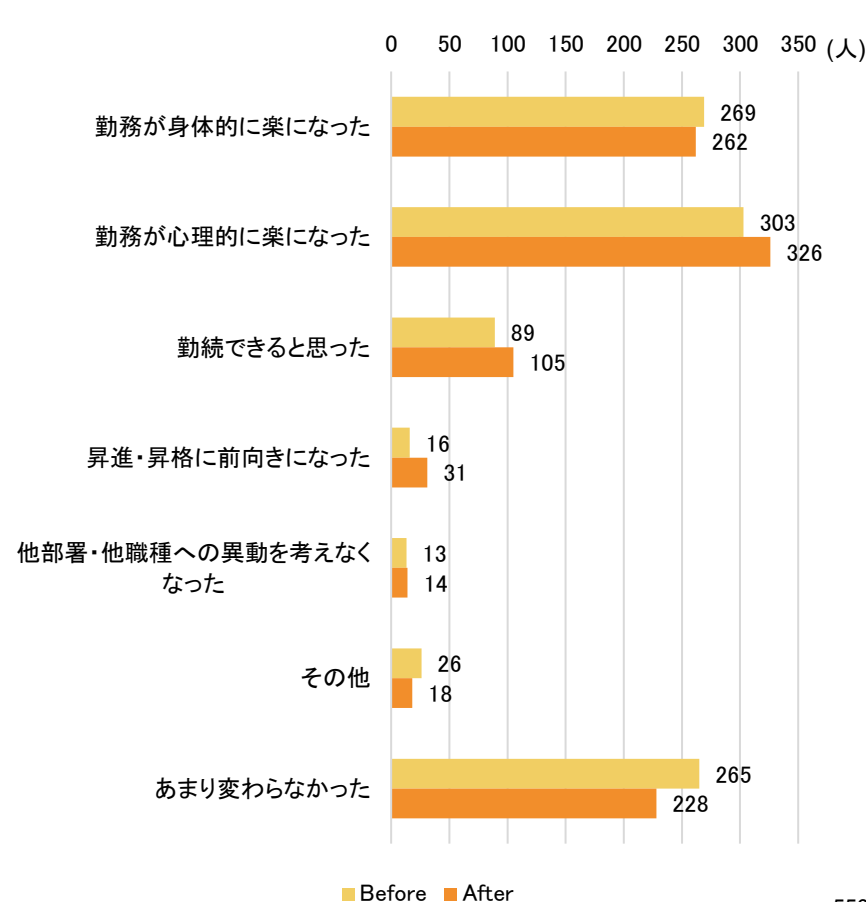
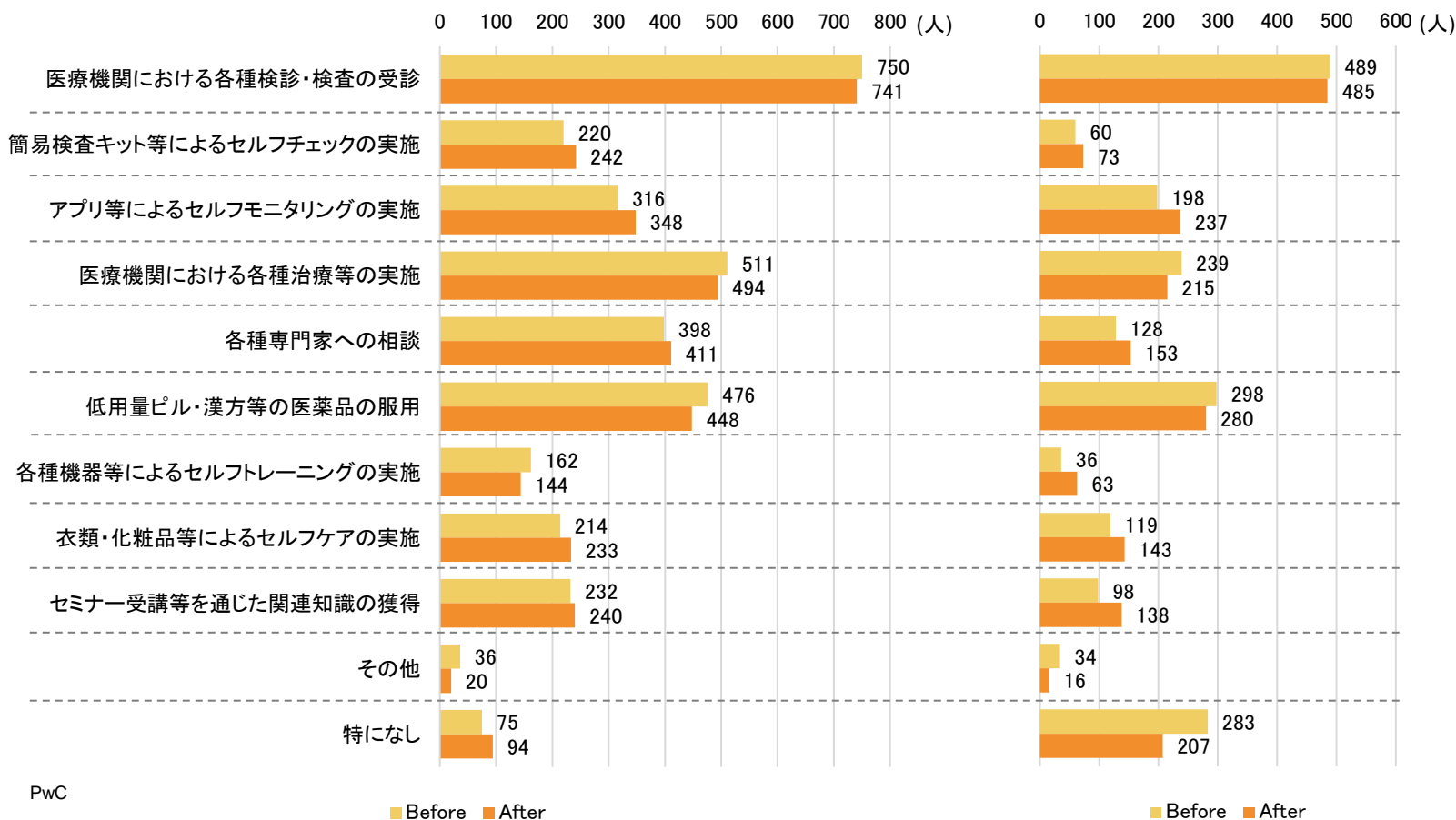
単純集計(解決策/緩和策の認知～アウトカム)

- フェムテックの活用を通じて、医療機関における検診・治療やピル・漢方等の服用に係る回答は減少し、セルフモニタリングやセミナー受講等その他の回答は増加した傾向であった。また、行動の結果、勤務が心理的に楽になった等の回答が増加した。

2_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、イメージできるものを教えてください。(複数回答、Before: N=3,390/After: N=3,415)

3_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を自身で解決/軽減するための方法の中で、すでに行動に移したことがあるものを教えてください。(複数回答、Before: N=1,982/After: N=2,010)

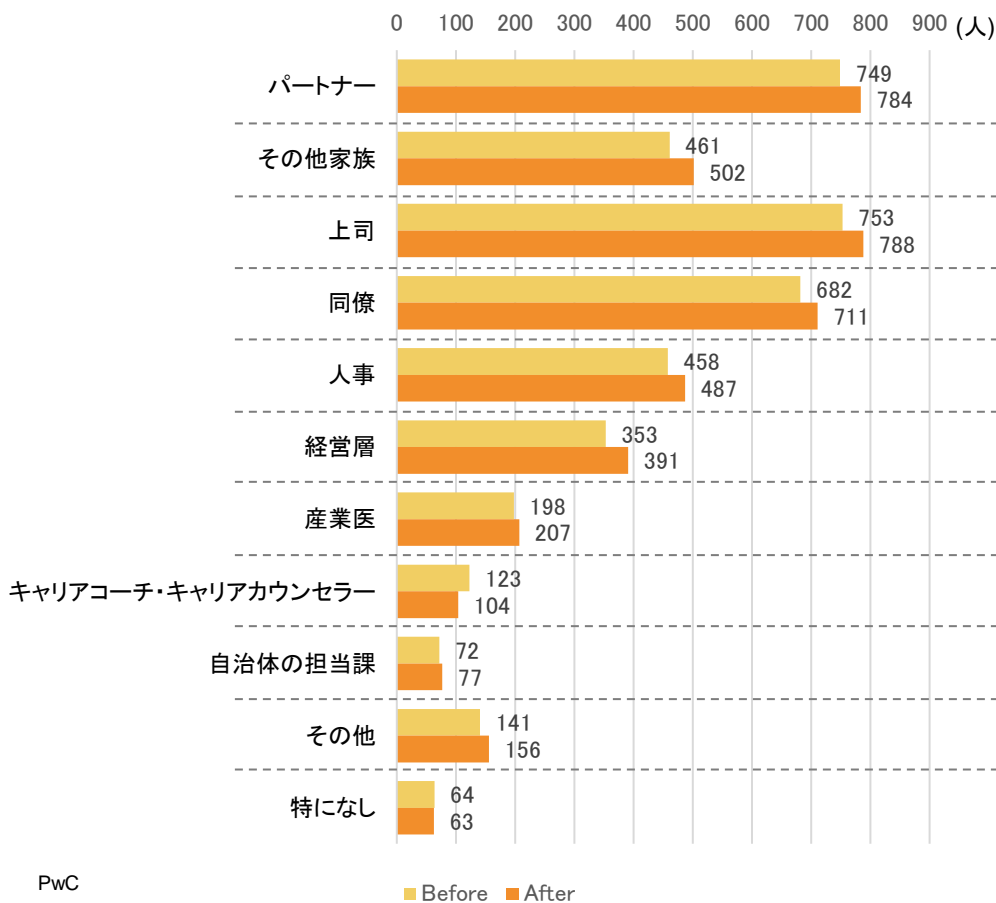
4_(3で「特になし」以外を選択した方向け)行動した結果、あなた自身のキャリアにどのような良い影響がありましたか。(複数回答、Before: N= 981/After: N=984)



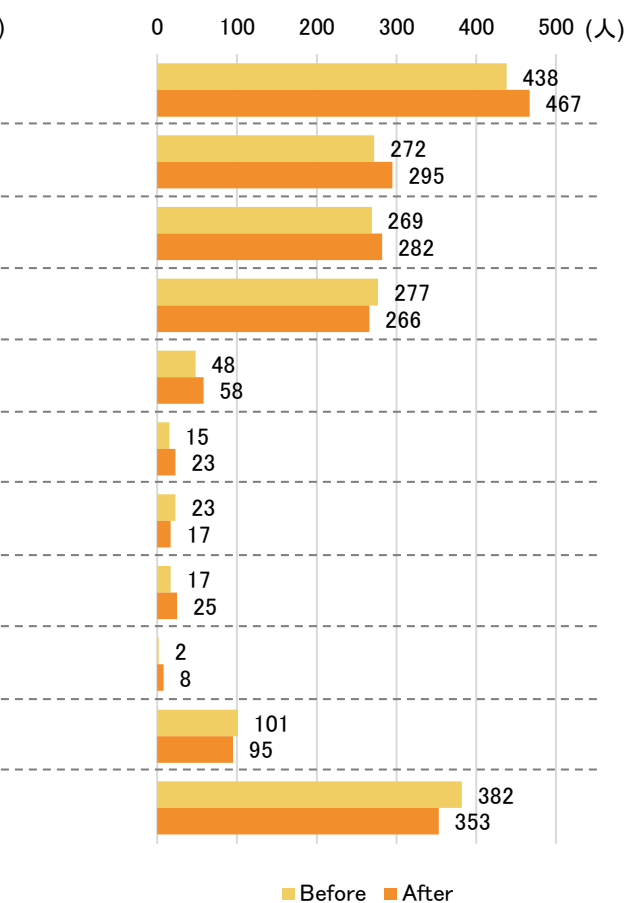
単純集計(他者・組織への相談先の認知～アウトカム)

- フェムテックの活用を通じて、周囲への相談に係る意識や行動が全体的に高まった。また、実際に協力を得た結果、勤務が心理的に楽になった、昇進・昇格に前向きになった等の回答が増加した。

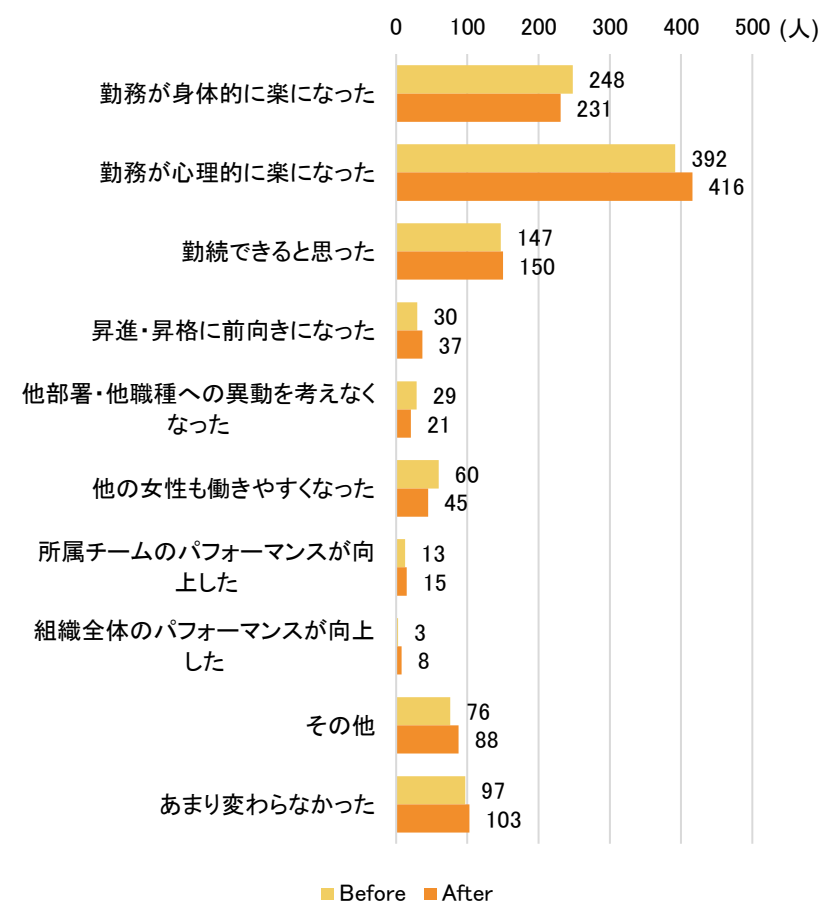
5_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、どのような人からの協力が必要だと思いますか。
(複数回答、Before: N=4,054/After: N=4,270)



6_女性特有の健康課題があなたのキャリアに及ぼす影響を解決/軽減するために、すでに協力を得たことがある人がいれば教えてください。
(複数回答、Before: N=1,844/After: N=1,889)



7_(6で「特になし」以外を選択した方向け) 協力を得た結果、あなたのキャリアや組織に良い影響があったものを教えてください。
(複数回答、Before: N=1,095/After: N=1,114)



A-2-4

クロス集計

健康課題テーマ別のクロス集計結果(再掲)

- 回答者の抱える健康課題について、「妊娠・不妊」と回答した人については、共通指標①：絶対的プレゼンティーズムの改善傾向および共通指標②の7：他者・組織に向けた相談実施のアウトカムの改善傾向を確認。「産後ケア」および「ヘルスリテラシー」と回答した人については、共通指標①：絶対的プレゼンティーズムの改善傾向および共通指標②の1：健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知の緩和傾向を確認。

回答者の健康課題	測定項目	値および 選択個数の範囲	平均値	中央値	最頻値
妊娠・不妊	共通指標① 絶対的プレゼンティーズム	0 ~ 100	54.64→60.05	60→60	50→70
	共通指標② 7 協力を得た結果、あなたのキャリアに及ぼす影響や組織に良い影響があったものを教えてください	-9 ~ 9 ※1	全体0.29 : 0.53 ※2	全体0 : 1 ※2	全体0 : 1 ※2
産後ケア	共通指標① 絶対的プレゼンティーズム	0 ~ 100	56.08→58.24	60→60	50→60
	共通指標② 1 女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください	0 ~ 7	3.23→2.95 ※3	3→3	3→2
ヘルスリテラシー	共通指標① 絶対的プレゼンティーズム	0 ~ 100	58.47→63.89	60→70	50,60→70,80
	共通指標② 1 女性特有の健康課題があなたの今後のキャリアに与える影響を教えてください	0 ~ 7	2.97→2.87 ※3	3→3	2→3

※1：「事後アンケートの回答個数-事前アンケート回答個数」の値の範囲。

※2：「事後アンケートの回答個数-事前アンケート回答個数」について、全体の傾向と比較した値。値の大きい方が改善があったものとして解釈。

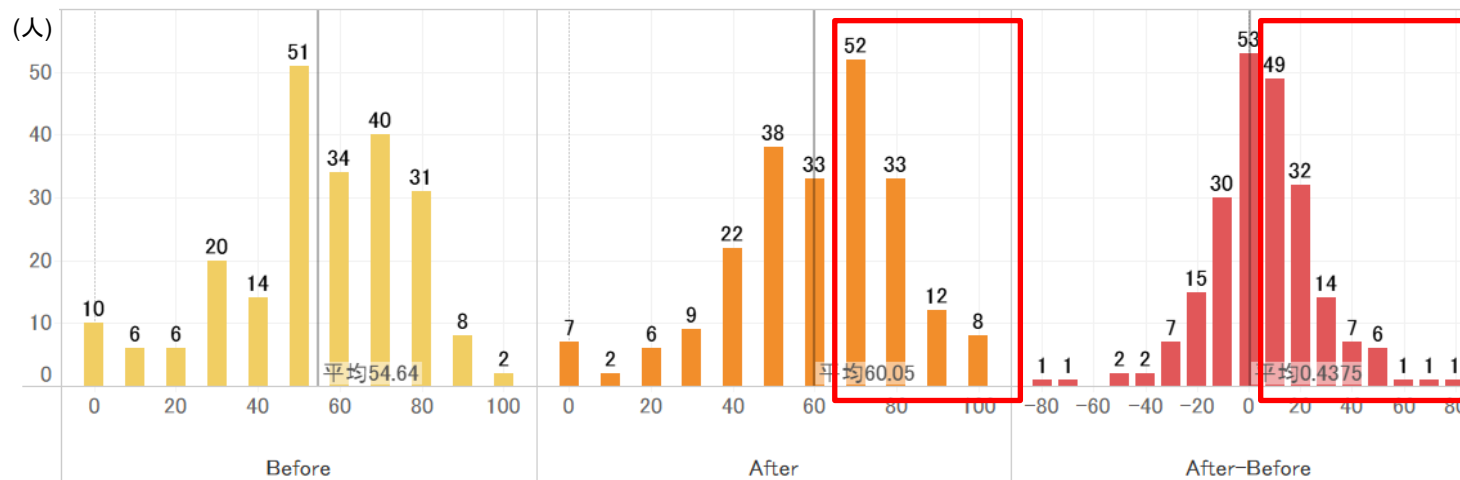
※3：選択個数が減少した場合にはキャリアへの影響の緩和があったものと解釈。

青字/オレンジ字：前述の仮説と同様の結果が出たもの

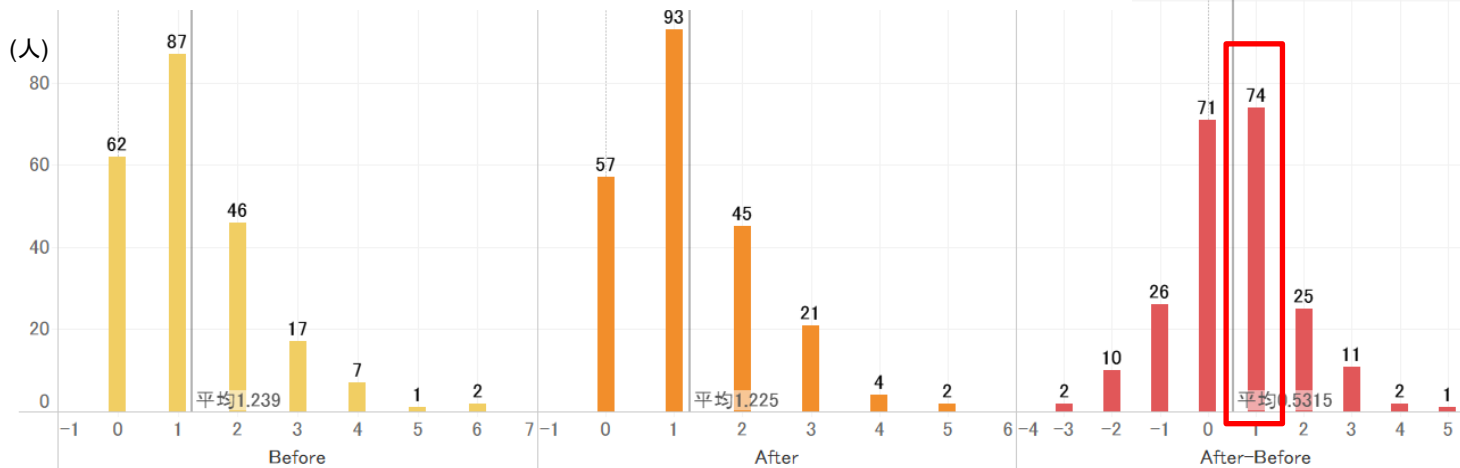
クロス集計(健康課題×共通指標①・②)

- 回答者属性軸における健康課題テーマについてクロス集計を行ったところ、妊娠・不妊においては、絶対的プレゼンティーズムの改善層(After-Beforeが正)の山が全体集計のものより大きい。また、他者・組織に向けた相談実施のアウトカムについて、After-Beforeの最頻度(モード)が1(全体では0)となっており、全体と比べ他者・組織に向けた相談実施のアウトカムの改善傾向を確認。

妊娠・不妊×絶対的プレゼンティーズム(N=222)



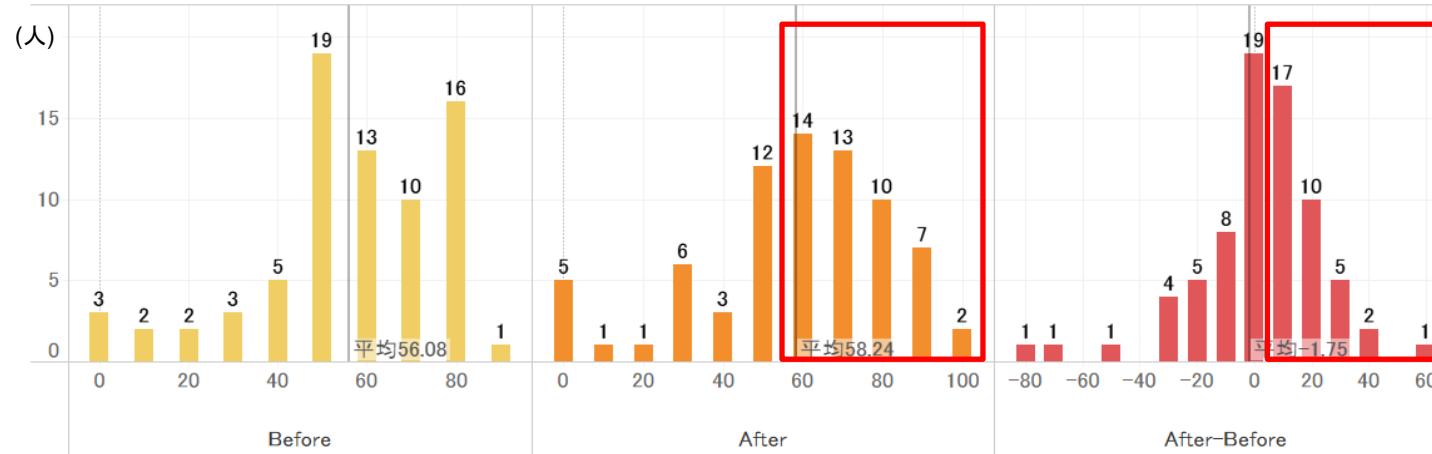
妊娠・不妊×他者・組織に向けた相談実施のアウトカム(N=222)



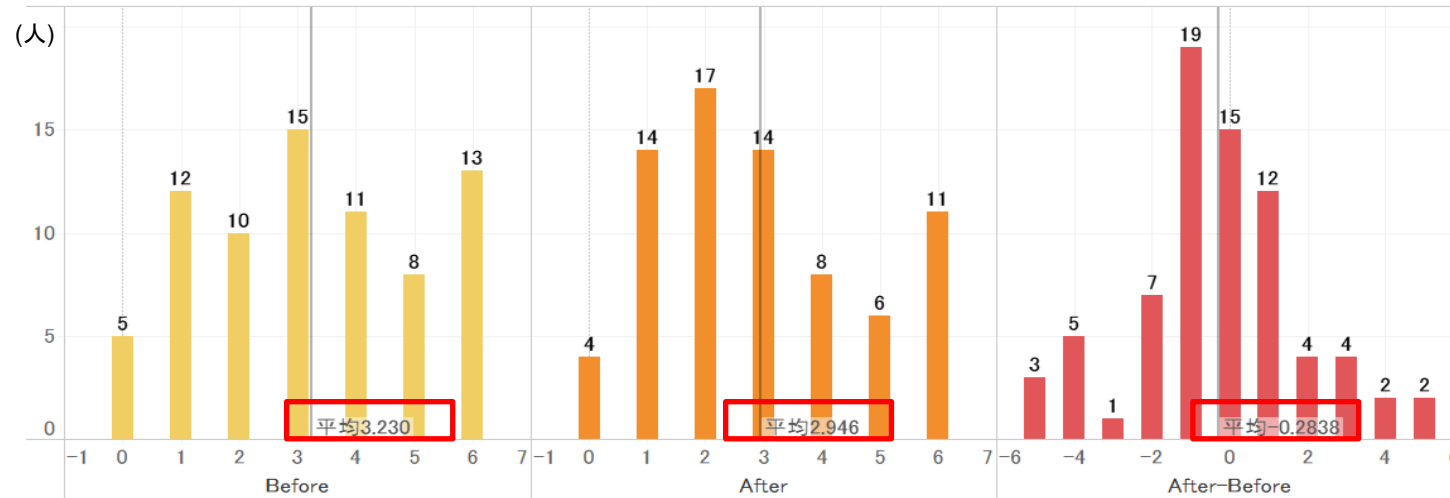
クロス集計(健康課題×共通指標①・②)

- 回答者属性軸における健康課題テーマについてクロス集計を行ったところ、産後ケアにおいては、絶対的プレゼンティーズムの改善層(After-Beforeが正)の山が全体集計のものより大きい。また、健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知については、平均値が3.23から2.95に低下し(全体では上昇)、健康課題がキャリアに及ぼす影響度の緩和傾向も見られた。

産後ケア×絶対的プレゼンティーズム(N=74)



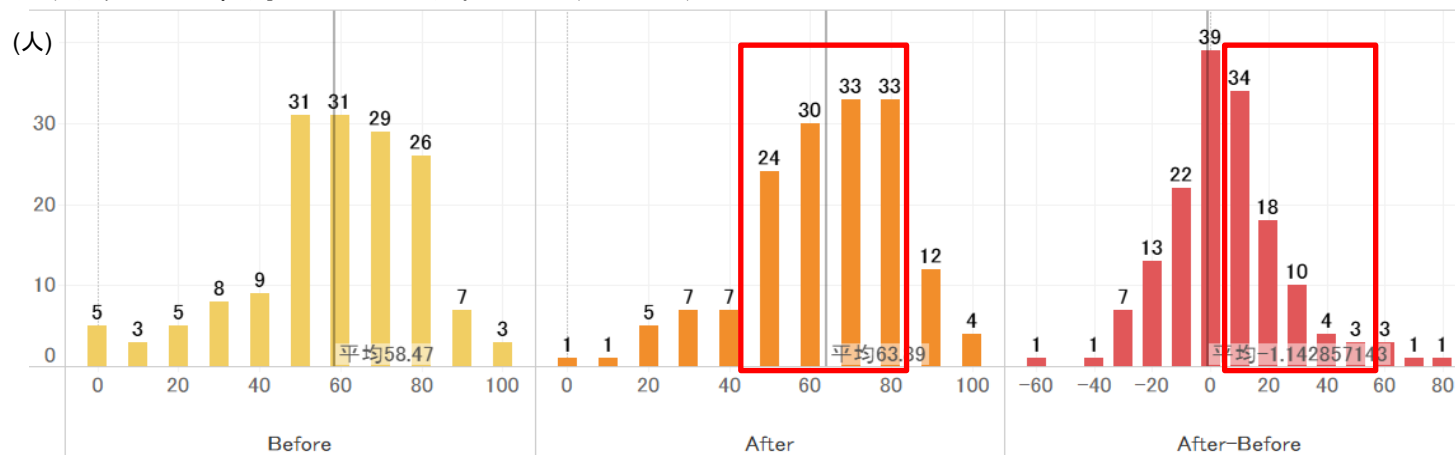
産後ケア×健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知(N=74)



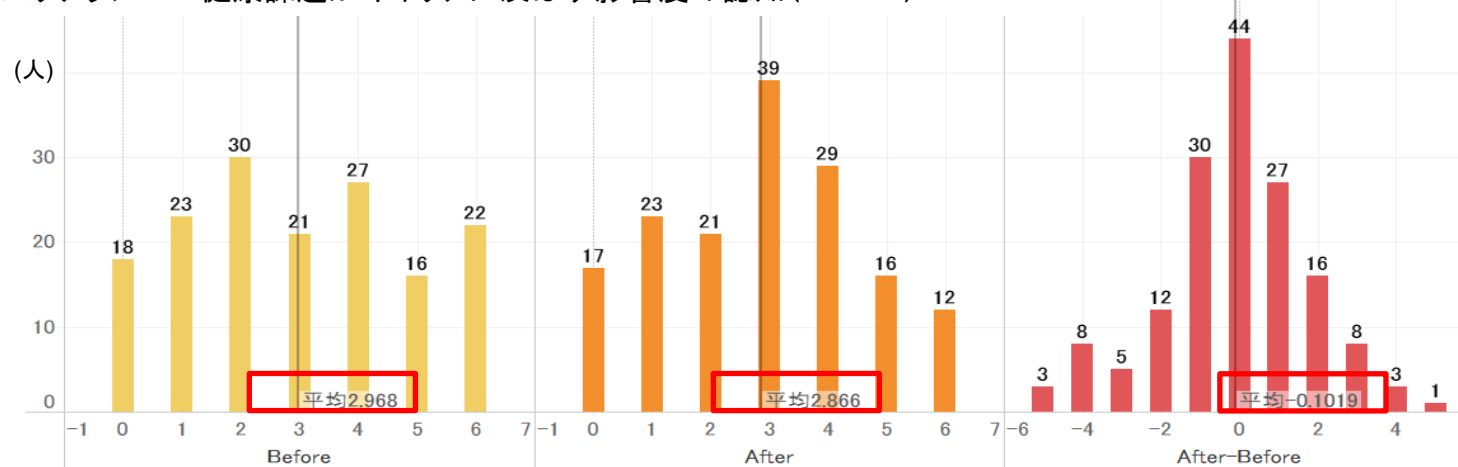
クロス集計(健康課題×共通指標①・②)

- 回答者属性軸における健康課題テーマについてクロス集計を行ったところ、ヘルスリテラシーにおいても、絶対的プレゼンティーズムの改善層(After-Beforeが正)の山が全体集計のものより大きい。また、健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知については、平均値が2.97から2.87に低下し(全体では上昇)、健康課題がキャリアに及ぼす影響度の緩和傾向も見られた。

ヘルスリテラシー×絶対的プレゼンティーズム(N=157)



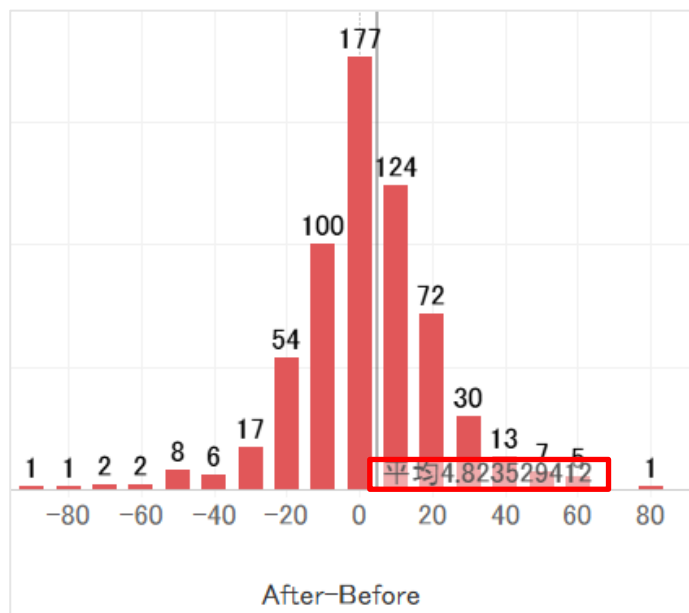
ヘルスリテラシー×健康課題がキャリアに及ぼす影響度の認知(N=157)



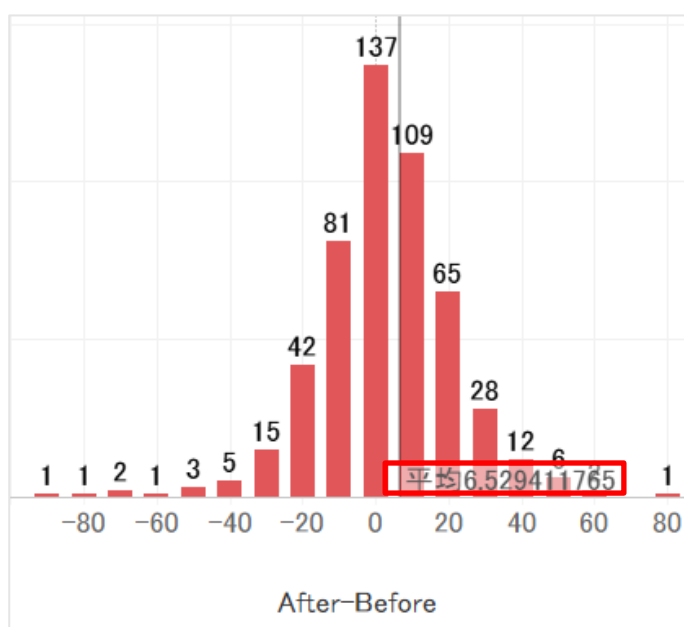
クロス集計(介入目的×共通指標①)

- 事業特性軸における介入目的についてクロス集計を行ったところ、周囲の認知促進/課題発掘については、制度構築・風土醸成と比較して、絶対的プレゼンティーズムの平均の上昇等は見えなかった。これらの施策について働く女性本人に変化を及ぼすためには時間がかかるものとみられる。短期間での変容を測定するためには、直接周囲の人に聞く指標が必要である可能性がある。

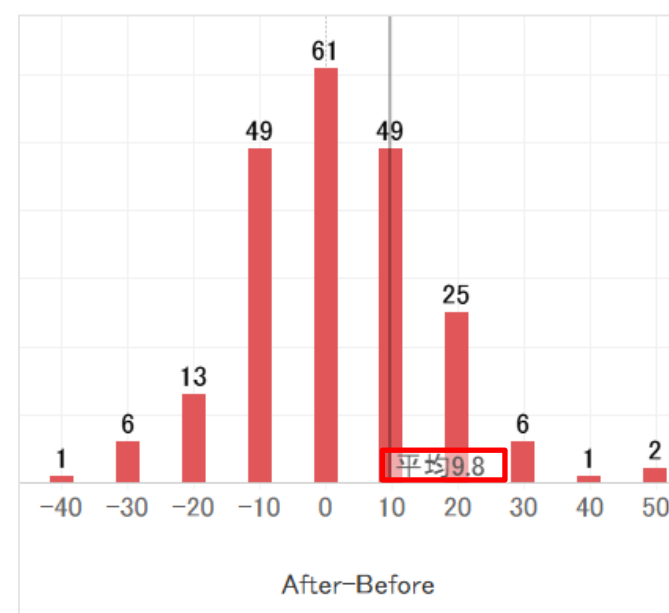
周囲の認知促進×絶対的プレゼンティーズム
(N=620)



周囲の課題発掘×絶対的プレゼンティーズム
(N=511)



制度構築・風土醸成×絶対的プレゼンティーズム
(N=213)



クロス集計(健康課題×共通指標②)

- 回答者の抱える健康課題と、実証前後の「解決策/緩和策実施のアウトカム」をクロス集計した結果、顕著に回答割合の変動のある項目は少なかったが、「妊娠・不妊」に課題感を持つ回答者は、行動の結果「勤務が心理的に楽になった」の回答割合が上昇した。

健康課題×解決策/緩和策実施のアウトカム(Before)

	勤務が身体的に楽になった	勤務が心理的に楽になった	勤続できると思った	昇進・昇格に前向きになった	他部署・他職種への異動を考えなくなった	その他	あまり変わらなかった	総計※
月経・PMS	30.48%	34.19%	8.23%	1.45%	1.45%	1.61%	22.58%	100.00%
妊娠・不妊	20.50%	25.94%	10.46%	1.26%	1.67%	3.77%	36.40%	100.00%
産後ケア	24.69%	35.80%	8.64%	2.47%	1.23%	6.17%	20.99%	100.00%
更年期	24.40%	30.14%	10.05%	1.91%	1.44%	1.91%	30.14%	100.00%
婦人科疾患	28.49%	31.72%	11.83%	1.61%	2.15%	2.15%	22.04%	100.00%
ヘルスリテラシー	29.65%	31.40%	11.63%	2.91%	1.16%	3.49%	19.77%	100.00%
その他	25.61%	26.83%	9.76%	2.44%	3.66%	8.54%	23.17%	100.00%
特になし	28.40%	27.16%	6.17%	3.70%	1.23%	1.23%	32.10%	100.00%
総計	27.37%	31.32%	9.52%	1.86%	1.62%	2.75%	25.57%	100.00%

健康課題×解決策/緩和策実施のアウトカム(After)

	勤務が身体的に楽になった	勤務が心理的に楽になった	勤続できると思った	昇進・昇格に前向きになった	他部署・他職種への異動を考えなくなった	その他	あまり変わらなかった	総計※
月経・PMS	28.57%	34.79%	9.75%	2.35%	1.51%	1.34%	21.68%	100.00%
妊娠・不妊	18.67%	32.78%	15.35%	3.32%	0.83%	2.49%	26.56%	100.00%
産後ケア	28.74%	34.48%	14.94%	3.45%	1.15%	2.30%	14.94%	100.00%
更年期	25.24%	30.00%	14.76%	4.76%	1.90%	1.43%	21.90%	100.00%
ヘルスリテラシー	27.55%	33.67%	12.76%	5.10%	2.55%	2.04%	16.33%	100.00%
婦人科疾患	28.90%	30.64%	14.45%	2.31%	1.16%	1.73%	20.81%	100.00%
その他	31.25%	32.29%	12.50%	3.13%	3.13%	4.17%	13.54%	100.00%
特になし	24.74%	34.02%	10.31%	2.06%	1.03%	2.06%	25.77%	100.00%
総計	26.61%	33.16%	12.45%	3.19%	1.59%	1.89%	21.12%	100.00%

PwC ※母数が各回答ごと、BeforeとAfterごとに異なる点に留意

クロス集計（健康課題 × 共通指標②）

- 回答者の抱える健康課題と、実証前後の「他者・組織に向けた相談実施のアウトカム」をクロス集計した結果、顕著に回答割合の変動のある項目は少なかったが、「妊娠・不妊」に課題感を持つ回答者は、協力を得た結果「勤務が身体的に楽になった」の回答割合上昇した。また、「更年期」に課題感を持つ回答者は、「あまり変わらなかった」の回答割合が低下し、より前向きな項目の回答割合が上昇した。

健康課題 × 他者・組織に向けた相談実施のアウトカム (Before)

	勤務が身体的に楽になった	勤務が心理的に楽になった	勤務できると思った	昇進・昇格に前向きになった	他部署・他職種への異動を考えなくなった	他の女性も働きやすくなった	所属チームのパフォーマンスが向上した	組織全体のパフォーマンスが向上した	その他	あまり変わらなかった	総計※
月経・PMS	22.39%	37.76%	12.39%	2.39%	1.94%	6.42%	1.19%	0.30%	7.16%	8.06%	100.00%
妊娠・不妊	20.40%	35.45%	19.40%	3.34%	4.01%	3.34%	1.34%	0.00%	4.35%	8.36%	100.00%
産後ケア	22.43%	39.25%	12.15%	5.61%	2.80%	2.80%	0.00%	0.93%	9.35%	4.67%	100.00%
更年期	25.79%	36.65%	10.86%	3.17%	1.36%	3.62%	2.26%	0.00%	4.98%	11.31%	100.00%
ヘルスリテラシー	22.28%	39.67%	12.50%	5.98%	3.26%	5.98%	1.63%	0.00%	4.35%	4.35%	100.00%
婦人科疾患	24.00%	39.50%	18.00%	1.50%	1.50%	3.50%	0.50%	0.00%	6.00%	5.50%	100.00%
その他	19.75%	28.40%	14.81%	1.23%	1.23%	3.70%	2.47%	0.00%	14.81%	13.58%	100.00%
特になし	25.88%	27.06%	11.76%	5.88%	5.88%	2.35%	1.18%	1.18%	9.41%	9.41%	100.00%
総計	22.69%	36.82%	14.02%	3.19%	2.49%	4.71%	1.30%	0.22%	6.61%	7.96%	100.00%

健康課題 × 他者・組織に向けた相談実施のアウトカム (After)

	勤務が身体的に楽になった	勤務が心理的に楽になった	勤務できると思った	昇進・昇格に前向きになった	他部署・他職種への異動を考えなくなった	他の女性も働きやすくなった	所属チームのパフォーマンスが向上した	組織全体のパフォーマンスが向上した	その他	あまり変わらなかった	総計※
月経・PMS	20.15%	38.68%	12.94%	3.38%	2.06%	3.68%	1.62%	1.03%	7.94%	8.53%	100.00%
妊娠・不妊	19.53%	39.73%	18.52%	4.71%	1.68%	2.36%	0.67%	0.00%	2.69%	10.10%	100.00%
産後ケア	22.61%	36.52%	15.65%	6.09%	2.61%	3.48%	3.48%	0.87%	2.61%	6.09%	100.00%
更年期	19.41%	36.71%	13.92%	4.22%	2.95%	4.22%	1.69%	0.00%	7.59%	9.28%	100.00%
ヘルスリテラシー	16.84%	37.24%	15.82%	4.59%	3.06%	3.57%	2.04%	1.02%	7.14%	8.67%	100.00%
婦人科疾患	22.68%	37.63%	15.46%	2.58%	2.58%	3.09%	1.55%	1.03%	5.67%	7.73%	100.00%
その他	21.35%	30.34%	16.85%	1.12%	0.00%	3.37%	2.25%	1.12%	13.48%	10.11%	100.00%
特になし	27.55%	33.67%	8.16%	6.12%	2.04%	3.06%	0.00%	0.00%	11.22%	8.16%	100.00%
総計	20.46%	37.57%	14.59%	3.93%	2.20%	3.41%	1.57%	0.68%	6.87%	8.71%	100.00%

PwC

※母数が各回答ごと、BeforeとAfterごとに異なる点に留意

クロス集計(共通指標②)×共通指標②)

- 自身の行った行動※による結果を実証前後で比較すると、ほぼすべての項目で「あまり変わらなかった」の回答割合の低下が見られ、その他の前向きな項目の回答割合が上昇している。

解決策/緩和策の実施(Before) × 解決策/緩和策実施のアウトカム(Before)

	勤務が身体的に 楽になった	勤務が心理的に 楽になった	勤続できると思った	昇進・昇格に 前向きになった	他部署・他職種への 異動を考えなくなった	その他	あまり変わらなかった	総計※
医療機関における各種検診・検査の受診	28.23%	31.55%	10.25%	1.89%	1.42%	1.74%	24.92%	100.00%
簡易検査キット等によるセルフチェックの実施	27.27%	35.06%	9.09%	3.90%	1.30%	3.90%	19.48%	100.00%
アプリ等によるセルフモニタリングの実施	25.38%	36.74%	10.98%	1.52%	1.89%	1.89%	21.59%	100.00%
医療機関における各種治療等の実施	29.82%	27.78%	13.74%	2.92%	2.34%	2.63%	20.76%	100.00%
各種専門家への相談	26.26%	32.40%	13.41%	3.91%	1.12%	3.91%	18.99%	100.00%
低用量ピル・漢方等の医薬品の服用	36.80%	34.14%	8.72%	2.18%	1.69%	2.18%	14.29%	100.00%
各種機器等によるセルフトレーニングの実施	34.78%	30.43%	15.22%	2.17%	0.00%	2.17%	15.22%	100.00%
衣類・化粧品等によるセルフケアの実施	28.39%	37.42%	9.03%	2.58%	1.29%	0.00%	21.29%	100.00%
セミナー受講等を通じた関連知識の獲得	26.43%	32.86%	15.00%	2.14%	3.57%	3.57%	16.43%	100.00%
その他	35.29%	19.61%	15.69%	1.96%	1.96%	11.76%	13.73%	100.00%
特になし	11.36%	25.00%	11.36%	2.27%	4.55%	13.64%	31.82%	100.00%
総計	29.34%	32.28%	11.22%	2.35%	1.79%	2.64%	20.38%	100.00%

解決策/緩和策の実施(After) × 解決策/緩和策実施のアウトカム(After)

	勤務が身体的に 楽になった	勤務が心理的に 楽になった	勤続できると思った	昇進・昇格に 前向きになった	他部署・他職種への 異動を考えなくなった	その他	あまり変わらなかった	総計※
医療機関における各種検診・検査の受診	27.30%	32.83%	12.56%	2.85%	1.68%	1.17%	21.61%	100.00%
簡易検査キット等によるセルフチェックの実施	27.27%	37.37%	11.11%	3.03%	1.01%	2.02%	18.18%	100.00%
アプリ等によるセルフモニタリングの実施	23.59%	37.21%	12.96%	3.32%	1.99%	1.66%	19.27%	100.00%
医療機関における各種治療等の実施	29.58%	30.63%	14.44%	3.52%	2.46%	2.11%	17.25%	100.00%
各種専門家への相談	25.45%	34.82%	15.18%	6.25%	2.23%	1.79%	14.29%	100.00%
低用量ピル・漢方等の医薬品の服用	36.78%	33.79%	10.90%	1.91%	2.18%	1.63%	12.81%	100.00%
各種機器等によるセルフトレーニングの実施	30.69%	27.72%	14.85%	8.91%	3.96%	0.00%	13.86%	100.00%
衣類・化粧品等によるセルフケアの実施	30.94%	33.15%	11.05%	4.42%	2.76%	1.10%	16.57%	100.00%
セミナー受講等を通じた関連知識の獲得	24.73%	36.02%	15.59%	4.84%	1.61%	2.69%	14.52%	100.00%
その他	37.04%	29.63%	18.52%	7.41%	0.00%	3.70%	3.70%	100.00%
特になし	6.45%	3.23%	6.45%	3.23%	0.00%	9.68%	70.97%	100.00%
総計	28.44%	33.28%	12.97%	3.75%	2.04%	1.71%	17.81%	100.00%

※母数が各回答ごと、BeforeとAfterごとに異なる点に留意

クロス集計（共通指標② × 共通指標②）

- 協力を得たことがある人※による協力の結果を実証前後で比較すると、全体として「勤務が心理的に楽になった」の回答割合が上昇しており、特に「自治体の担当課」に協力得たと答えた人が「勤務が心理的に楽になった」と答えた割合が大きく上昇した。

協力を得たことがある人 (Before) × 他者・組織に向けた相談実施のアウトカム (Before)

	勤務が身体的に楽になった	勤務が心理的に楽になった	勤続できると思った	昇進・昇格に前向きになった	他部署・他職種への異動を考えなくなった	他の女性も働きやすくなった	所属チームのパフォーマンスが向上した	組織全体のパフォーマンスが向上した	その他	あまり変わらなかった	総計※
パートナー	22.99%	39.20%	15.43%	3.40%	2.78%	3.86%	1.08%	0.15%	3.09%	8.02%	100.00%
その他家族	26.35%	39.76%	15.53%	3.29%	2.35%	3.06%	1.41%	0.24%	2.12%	5.88%	100.00%
上司	25.10%	34.94%	17.95%	3.28%	3.67%	8.49%	1.54%	0.39%	2.32%	2.32%	100.00%
同僚	24.52%	36.40%	14.94%	3.45%	3.83%	9.58%	1.34%	0.38%	2.30%	3.26%	100.00%
人事	25.25%	30.30%	17.17%	7.07%	3.03%	7.07%	2.02%	0.00%	3.03%	5.05%	100.00%
経営層	25.00%	27.50%	20.00%	5.00%	7.50%	7.50%	5.00%	2.50%	0.00%	0.00%	100.00%
産業医	24.39%	39.02%	17.07%	2.44%	2.44%	2.44%	4.88%	2.44%	0.00%	4.88%	100.00%
キャリアコーチ/カウンセラー	16.67%	36.67%	30.00%	6.67%	0.00%	3.33%	0.00%	0.00%	6.67%	0.00%	100.00%
自治体の担当課	28.57%	28.57%	14.29%	14.29%	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
その他	29.17%	32.64%	9.72%	2.78%	2.78%	3.47%	2.78%	0.00%	8.33%	8.33%	100.00%
特になし	3.66%	4.88%	0.00%	0.00%	0.00%	2.44%	0.00%	1.22%	57.32%	30.49%	100.00%
総計	24.10%	35.80%	15.38%	3.44%	3.09%	5.91%	1.49%	0.35%	4.58%	5.87%	100.00%

協力を得たことがある人 (After) × 他者・組織に向けた相談実施のアウトカム (After)

	勤務が身体的に楽になった	勤務が心理的に楽になった	勤続できると思った	昇進・昇格に前向きになった	他部署・他職種への異動を考えなくなった	他の女性も働きやすくなった	所属チームのパフォーマンスが向上した	組織全体のパフォーマンスが向上した	その他	あまり変わらなかった	総計※
パートナー	21.80%	41.91%	15.33%	3.23%	2.11%	3.23%	0.98%	0.28%	3.38%	7.74%	100.00%
その他家族	23.19%	38.29%	15.10%	3.50%	2.19%	4.38%	1.75%	0.88%	4.60%	6.13%	100.00%
上司	25.15%	37.72%	15.77%	3.99%	2.40%	6.39%	1.60%	0.60%	2.79%	3.59%	100.00%
同僚	22.62%	38.58%	17.07%	3.55%	2.88%	5.76%	2.22%	1.11%	2.44%	3.77%	100.00%
人事	23.58%	33.02%	19.81%	5.66%	1.89%	6.60%	2.83%	1.89%	0.94%	3.77%	100.00%
経営層	21.95%	36.59%	19.51%	4.88%	2.44%	9.76%	0.00%	0.00%	0.00%	4.88%	100.00%
産業医	16.22%	35.14%	10.81%	10.81%	2.70%	16.22%	2.70%	0.00%	2.70%	2.70%	100.00%
キャリアコーチ/カウンセラー	11.76%	44.12%	20.59%	5.88%	2.94%	0.00%	0.00%	0.00%	2.94%	11.76%	100.00%
自治体の担当課	20.00%	53.33%	6.67%	0.00%	0.00%	6.67%	0.00%	0.00%	6.67%	6.67%	100.00%
その他	25.00%	40.00%	5.71%	5.00%	2.14%	5.71%	3.57%	0.00%	10.71%	2.14%	100.00%
特になし	9.18%	6.12%	2.04%	0.00%	0.00%	4.08%	2.04%	2.04%	46.94%	27.55%	100.00%
総計	22.39%	37.98%	14.86%	3.71%	2.24%	5.06%	1.70%	0.69%	5.21%	6.18%	100.00%

※母数が各回答ごと、BeforeとAfterごとに異なる点に留意

Appendix 3

フェムテック等サポートサービス
ユーザーインタビュー

03 | 令和3年度事業の利用者の声

#個人向け

#オンライン相談

#健康課題全般

利用者インタビュー①

個人向けにオンライン健康相談サービスを実施した一般財団法人ウェルネスサポートLab(以下、ウェルサポ)の実証に参加された3名の方にお話を伺いました。

※以下、インタビューを実施した令和4年12月時点の情報です。

CASE
01

ウェルサポ実証参加者

脇田 麻衣さん
山下 美紗さん
又木 明子さん

一般財団法人ウェルネスサポートLab

女性の意思決定支援サービスの構築およびライフデザインにまつわる社会環境整備に向けた実証事業



ウェルサポでは、フレンドナースチャットサポート(LINEでの看護師等によるオンライン相談)による女性の意思決定支援を通じて女性を取り巻く健康課題を抽出し、課題解決のための社会的要件を整理しました。また、産官学連携の検討委員会を開催し、働く女性の抱えるニーズや課題を特定し、それらをもとに啓蒙・啓発事業を実施しました。

サービスを利用したきっかけは何ですか？

山下さん:知人からの紹介がきっかけでフレンドナースチャットサポートの利用を始めました。更年期に伴う症状をどのように迎え入れるか悩んでおり、個人として使い始めたのですが、これは自社のメンバーにも必要な支援なのではと気づき、のちに社としてもサービスを導入しました。

脇田さん:私も知人からの紹介がきっかけです。20代後半からPMSが重く、また親の介護等生活上でも様々な課題を抱えていたところ、このサービスが女性特有の健康課題だけでなく日常生活の様々なテーマで相談が可能なものであると知り、自身にぴったりだと感じました。

又木さん:更年期症状の一環なのか、気持ちが落ち込みやすくなった時期があり、その際ウェルサポの代表の笠さんからこのサービスを紹介いただいたことがきっかけです。LINEで簡単に相談できるということもあって、躊躇なく利用を開始できました。



左から脇田さん、又木さん

03 | 令和3年度事業の利用者の声

利用者インタビュー①

サービスはどのように活用しましたか？

山下さん:体調が優れなかった際、そもそもその症状で通院した方がよいのかや何科に行くのがよいのかがわからず、フレンドナースに相談したところ、受診勧奨のうえ症状に即した近所の医療機関を複数紹介いただき、大変助かりました。フレンドナースからの返信はいつも自然でかしくまった雰囲気はなく、雑談も含め楽しくやりとりできています。

脇田さん:私も同様に、体調不良時に通院要否等の相談に乗ってもらいました。また、健康診断の検査結果の読み方がわからず、フレンドナースと一緒に見ていただいたことがありました。結果、腎臓の追加検査の提案を受け、受診行動につながりました。

又木さん:自身の心のことや家族のことなど、周囲には話しづらい悩み事についても相談に乗ってもらっています。利用した際には、気持ちに寄り添った返信をいただき、気持ちが非常に楽になります。小さなことでも、相談ごとがある度に利用しています。

参加後、自身に起きた変化があれば教えてください。

山下さん:チャット相談を重ねていくうちに、自身に疲労が溜まっていることに気づきました。私には頑張りすぎてしまう傾向があったのですが、このサービスを利用し始めてからは強い自分であることをやめ、楽な気持ちであることを受け入れられるようになりました。最近では、職場の皆さんに、いつも楽しそうだね！と言われるようになり、自然体で働くことができるようになっていきます。仕事で関わる同僚にも、きっとよい影響が波及しているのではないかと思います。これは、自分にとって大きな変化ですね。

脇田さん:自身の弱い部分も、周りに共有できるようになりました。以前は体調が悪くても、会社ではそれを隠すように振る舞っていました。最近では家族にも健康に関する話をするようになり、フレンドナースにいただいた情報を踏まえ、家族間で病院等の情報共有をするようにもなりました。

又木さん:私は、家庭の中では、常に自分が強く元気だと思われていたい人です。家族に何かを心配されてもつい大丈夫と返していますが、フレンドナースからストレスを溜めているねと声をかけてもらい、弱い自分を認めてもらえる場所ができたと思いました。もう一つの居場所ができたことは、貴重です。

また、振り返ってみると、子どもが小さい頃は子どもの体調が揺らぐたびに、治るまで不安でした。あの時にもしこのサービスがあれば、病院に連れていくべきかなど、きっと気軽に相談ができたのだらうと思います。

03 | 令和3年度事業の利用者の声

利用者インタビュー①

お勤めの会社でもサービスを導入されたとのこと。導入のきっかけとその後の社内の変化を教えてください。

山下さん:フレンドナースチャットサポートの活用を通じて、自社がより働きやすい職場に進化していくことを期待し、導入を決意しました。多くの職場においてまだそうだと思うのですが、月経・PMSや更年期などの女性特有の体調不良については、なかなか同僚には伝えにくいものですよね。自身の体調を正直に会社に相談することで評価や配置などに響いてしまうのではないかと不安に思う方もいるでしょう。そのような職場でのコミュニケーションや自身の体調などについて看護師等の専門性を踏まえたアドバイスを授けてくれるフレンドナースに相談することは、自社の女性社員にとっても、どのようにふるまうのがよいかの判断の助けになるのではないかと考えました。

サービスについては実際に社員からも好評で、フレンドナースとのチャットを楽しんでいる様子も見受けられます。サービスの導入継続を切望する声も聞こえてきているところです。

今後は、利用者の事例の共有等を通じて、より多くの社員が気軽にサービスを活用することができるようフォローしていくとともに、日常的に自身の健康に意識を向け労わり合うことのできる職場環境づくりを推し進めていきたいと思っております。



山下さん

ウェルサポ代表 笠さんから、最後に一言



ウェルサポは、当時利用者であったホスピタリティ精神旺盛な90代のご婦人が「健やかな未来を次世代に」という想いから、2020年1月に設立され、当初より健やかな地域社会の実現に向けて「かかりつけナース制度」の普及と共に活動を進めてきました。

多くの皆さんにかかりつけナースのいる心地よい暮らしを体験していただくことで、健康的に持続的に自分らしく働ける社会づくりを目指しています。

ウェルサポ理事 菊池さんから、最後に一言



「祖母らしい最期」を目の当たりにし、ナースの道を志しました。福岡赤十字病院17年在籍中に様々な科で様々な経験をさせてもらう中で、患者さんの健やかさはそのご家族の健やかさに繋がっていることを実感しています。

フレンド(かかりつけ)ナースとなって早三年が経ちますが、利用者の皆さんとの会話を通して、健康的な暮らしをサポートできていることに喜びを感じる毎日です。

03 | 令和3年度事業の利用者の声

#個人向け

#オンライン相談

#妊活・不妊

利用者インタビュー②

自治体を通して、住民向けに妊活・不妊治療の当事者向けサポート等を実施した株式会社ファミワン(以下、ファミワン)のサービスを導入された、青森県東北町 保健衛生課の大久保さんにお話を伺いました。

※以下、インタビューを実施した令和4年12月時点の情報です。

CASE
02

ファミワンサービス利用自治体

青森県東北町
保健衛生課

大久保 恵子さん(保健師)



青森県東北町 保健衛生課

青森県上北郡の中央部にある人口1万7000人程の自治体。保健衛生課は妊娠・出産・子育て期の支援・また成人の各種健康診査事業等、町の健康づくり全般を主管している。インタビューにご協力いただいた大久保さんは保健師として主に母子保健事業を担当。

株式会社ファミワン

「自治体と連携した 1. 妊活・不妊治療の当事者向けサポート 2. 妊活・不妊治療を支える周囲のサポート啓蒙」事業

LINE を使った妊活・不妊治療のサポートサービスを、妊活をしている方・不妊治療を受ける方・これから妊活をしようと考えている方などへの提供するとともに、自治体や企業との連携をより強化して、社会を変えるアクションを推進。



導入したきっかけ・目的は何ですか？

私は、NPO法人女性医療ネットワーク主催の「女性の健康づくり学校」の講座を1年間受講し、「女性の健康を後押しすることは経済活動の活性化につながる」ということを学び、深く興味を持っていました。そんな中、ファミワンが令和3年度に実施した女性活躍セミナーの案内を受けたことがきっかけで、ファミワンが行っているサービスを知ることができました。

東北町では従来より、妊娠から出産、子育てにおいては手厚く様々な支援を行って来ました。「切れ目のない支援」がひとつのテーマになっていますが、そう考えたときに、妊娠前の方にも何かできることはないかという課題感を持っていました。この課題解決のために、同社のサービスがぴったりではないかと考え、令和4年度に向けた予算要求を行いました。ちょうど町議会でも不妊治療について質問が出されたことがあり、そのこともサービス導入の後押しとなりました。令和4年度はふるさと再生基金を活用し事業を運営しています。

03 | 令和3年度事業の利用者の声

利用者インタビュー②

取組の内容やその中で苦労した点を教えてください。

令和4年度からサービス提供を開始しています。サービスの運用自体はファミワンに担っていただき、私たちは、ファミワンの担当の方と相談しながら、町民の皆さまに広くこのサービスを知ってもらい、利用につなげていただくための広報を実施しています。2人目不妊に悩む方にアプローチするため保育園にチラシを置き、お申込みにつながったケースがあります。また、若年層にも月経や妊活のことを知ってもらうため、若年層向けのチラシを作成し、成人式で配ることを予定しています。

苦労したというよりも、予算要求の際に「保健師が相談を受ければ良いのではないか」という指摘がありました。その際は「利用者にとって、不妊治療というデリケートな内容を対面で相談することはハードルが高い。LINEで気軽に専門家に相談できるという点で、本サービスを導入することはメリットが大きい」と説明し、理解を得ました。

町民や庁内からの反響はありましたか？

まだ利用者は少ないものの、町民の皆さまからは、よい反応をいただいています。現在、利用者を東北町在住の方に限っていますが、今後は東北町で働いている方(東北町の小中学校の先生等)にも対象を広げ、さらに多くの方にサービスを使っていただける形にしたいと考えています。

課内においては、この取組をきっかけに、職員の女性の健康課題に関するリテラシーが徐々に高まってきていると感じます。保健師の間でも、女性特有の健康課題解決に資するフェムテックについての学び合いを進め、よりよい住民サービスを提供できるよう切磋琢磨していきます。

今後への期待があれば教えてください。

地方によっては産婦人科医が少ないもしくは近くに存在しないこともあり、女性が生涯にわたる健康の相談先として産婦人科のかかりつけ医を持つことが難しい状況です。同サービスが一次相談先として普及し、正しい受診勧奨につながることを期待します。また、女性を応援するこれらの取組が、ひいては東北町全体のさらなるまちづくりにつながっていくことを期待しています。

大久保さんから、最後に一言

からだのことについては、専門家に相談することで、より適切な情報が取得でき、今後の見通しを立てることもつながります。妊活について、ちょっと相談してみたいな、不安だなと思った時は、ファミワンの「妊活・不妊治療専門家による妊活LINEサポート」を利用してみてはいかがでしょうか。より安心し、見通しをもって過ごせるようになると思います。

ファミワン代表 石川さんから、最後に一言



東北町のみなさま向けにサポートを提供できていることをとても嬉しく思っています。都道府県や中核都市だけでなく、人口数万人の市町村でも、妊活や不妊治療に関する支援を必要としている人はたくさんいます。声を上げにくく、表面化していないだけで、悩んでいる人は多いのです。今回の経産省の補助事業のおかげで縁が繋がり、フェムテックの活用を広げることができ、感謝しています。

03 | 令和3年度事業の利用者の声

#従業員向け

#オンライン診療

#月経・PMS

#更年期

導入担当者・利用者インタビュー③

従業員向けに専門医によるセミナーやオンライン診療サービスを実施した株式会社LIFEM(令和3年度事業における代表団体は丸紅株式会社。以下、LIFEM)のサービスを導入されたコニカミノルタの方々にお話を伺いました。

※以下、インタビューを実施した令和5年1月時点の情報です。

CASE
03

LIFEMサービス導入担当者

コニカミノルタ健康保険組合

常務理事 鈴木 朗 さん

事務長 淵上 武彦 さん



コニカミノルタ株式会社

コニカミノルタは「新しい価値の創造」という経営理念の下、画像処理を中核とする独自のイメージング技術を活用して、社会やお客様のニーズを先取りして提案できる「課題提起型デジタルカンパニー」を目指しています。

また、「誰もが生きがいをもって暮らせる社会の実現に貢献することが、企業の持続的成長を可能にする」との考えの下、環境保全や従業員の健康増進にも力を入れています。

丸紅株式会社(現 株式会社LIFEM)

「女性社員が入社からリタイアまでいきいきと働ける環境を実現する健康課題改善プラットフォーム事業」

丸紅・エムティーアイ・カラダメディカは、幅広い年齢層をカバーする女性の健康課題改善サービスを福利厚生メニューとして、①専門医師による月経・妊娠・更年期に関するセミナー、②仕事の合間時間や自宅等から受けられる医師によるオンライン診療・相談サービス、③低用量ピルや漢方の服薬指導・処方を実施。また専門家監修の効果測定手法を用いて、導入効果を可視化し検証を実施。

導入したきっかけ・目的は何ですか？

女性活躍推進に関しては、これまでも女性従業員向け研修や男性の育休取得推奨など、間接的な支援施策は数多く実施してきました。一方、社員一人一人の悩みに応じた直接的な支援は提供できていなかったため、効果的なプログラムを模索していたところ、LIFEM社より本プログラムの提案を受けたことが、サービス導入のきっかけです。

本サービス導入の主な目的は、女性社員の健康課題を組織・会社の課題として捉え、心身の健康確保と働きやすい職場環境の整備を実施することです。健康というと男女等しく大事な要素ですが、特に出産や月経、更年期等の女性特有の健康課題は、より仕事のパフォーマンスやキャリアに影響しやすいと思っています。このように、仕事にとっても重要な女性の健康課題のケアについて、全て自己責任とする会社と、支援を用意している会社を比較すると、後者の方が女性従業員のエンゲージメントが高まると考えています。

03 | 令和3年度事業の利用者の声

導入担当者・利用者インタビュー③

取組の内容や苦勞した点があれば教えてください。

まず初めに、医師による女性の健康に係る基礎知識に関するオンラインセミナーを開催しました。男性従業員にもセミナーへの参加を促すことで職場における理解が深まる契機となることを期待し、男女双方に告知を実施したところ、動画視聴を含め延べ700名超のセミナー参加者のうち、約40%が男性従業員でした。その後、当該セミナーに参加した女性の中から、月経プログラム※1と更年期プログラム※2への参加者を募りました。

導入時に苦勞したことは、申込人数予測と予算確保です。希望する全ての従業員に対しプログラムの提供をしたい思いはあったのですが、具体的なニーズが読めず、実施規模の見立てと基本予算枠の確保に苦勞しました。令和4年度は、コロナ禍による開催イベント減少やオンライン化もありある程度の予算が確保できたのですが、次年度以降の予算枠の算定が継続課題となっています。

社内からの反響はありましたか？

※1,ピル利用に関するオンライン診療サービス ※2,更年期症状に関するオンライン診療サービス

セミナーに参加した男性従業員からは、「女性の健康課題をより具体的に認識することができ、更なる風土醸成の必要性やコミュニケーションの取り方などを学ぶことができて、非常に勉強になった」との声が届いています。この時点で本セミナーを展開できたことは、近い将来、意識の変化のみならず、確実に行動変容にまでつながる大きな転機になると確信しています。

また、月経プログラムと更年期プログラム導入後には、女性従業員の「業務パフォーマンス」と「月経・更年期による不調が影響を与える日数/月」の数値に明らかな改善が見られました。プログラム利用者における中・重度の有症状者※3比率の大幅な減少も見られ、検証データからも業務の生産性に良い影響が出ていると推測しており、実際に、「月経関連の症状に悩むことがほとんどなくなり、仕事に支障が出ることがなくなった」などの声が届いています。※3,中・重度とは、横になって休息したい、1日中寝込む程仕事に支障がある程度の症状をさす。

今後への期待があれば教えてください。

自身や子供の健康に関する医師等による相談窓口や男性の育児支援サービス等が加わると、より個々に沿った支援が充実すると考えます。環境整備を進め、女性が活躍できるステージをさらに広げていくことができればと思います。

鈴木さん
淵上さん
から最後
にひと言

本サービスを導入した一番の動機は、「個人の痛みや辛さを軽減させたい」という想いでしたので、女性従業員の症状の緩和が確認できたことは何より喜ばしい結果でした。プレゼンティーズムの改善にも効果があるという確信も持てましたので、今後の効果検証が楽しみです。

また、なぜ女性特有の健康支援を企業として実施するのかという問いに関しては、「あるべき姿に戻しているだけ」という感覚です。女性も男性も同じ人間ですし、困っている人がいれば手を差し伸べたい、男性特有の課題があれば今後その支援もしていけばよい、と考えています。みんなが幸せに過ごせる環境を作るためにも、引き続き取組を進めていきたいと思っています。

03 | 令和3年度事業の利用者の声

導入担当者・利用者インタビュー③

LIFEMサービス利用者

コニカミノルタ株式会社

女性従業員 Aさん

(更年期プログラム参加者)

利用したきっかけ・目的は何ですか？

社内メールで案内を受けたことがきっかけで、更年期プログラムに参加しました。以前より月経不順があり、これまでも産婦人科での検診を定期的に受けてきたり、関連する情報を取得したりといったことは行ってきました。更年期に関しては、実は申込時点では自覚できる症状はなかったのですが、母の更年期症状が深刻だったので自分にもそうなる可能性があるのではと不安だったこと、今後の勉強にもなると思い、参加することを決めました。

参加後、ご自身に起きた変化があれば教えてください。

身体には実際さまざまな変化がありました。おなかの張りや月経周期の乱れの症状があり、オンライン診療のサービスを利用して医師に相談をしたのですが、そこで漢方の服用の仕方を変えるなどのアドバイスをいただき試してみたところ、症状が改善したこともありました。

オンライン診療は手軽ですし、医師から自分の症状に即してどのような検査や治療があるのかを具体的に教えてもらえるため、実際に受診する決断にも繋がりました。漢方の服用等、自分では知りえなかった治療法を知り、実際に利用することに繋がったのもよかったです。

今後への期待があれば教えてください。

まずは「知る」ために、たとえば若いメンバーが自身の身体に目を向けるきっかけになるプログラムを準備することも必要だと感じています。また、女性特有の健康課題の解決に資する漢方、サプリメント等の費用や、健康診断における主要検査以外の、例えば更年期に関する検査に係る費用の補助等があると、より解決行動に入っていやすくなるのではないかと思います。

Aさんから、最後に一言

若い人ほど自分の身体について興味がないと感じているかもしれませんね。研究職を有するわが社ではたとえば大学院卒など女性の入職年齢が高まるケースも増えていますが、キャリア形成のプランと妊娠・出産～子育てのタイミング、自身の年齢や身体の状態との関係について、正しい知識をもって考えていくことはとても大切であり、若いうちだからこそ、ぜひそこに意識を向けてほしいと願います。

LIFEM担当者 石井さんから、最後に一言



Femtechを活用する企業がまだ少ない時期より先駆けてご一緒にお取り組みを開始し、パフォーマンス向上や理解促進の効果を感じて頂ける結果となり、大変嬉しく思います。コニカミノルタ様のように、エクイティの観点で、働く女性の健康課題を働く職場の課題として捉える企業が1社でも増えると良いなと思います。

03 | 令和3年度事業の利用者の声

#従業員向け

#オンライン診療

#健康課題全般

導入担当者・利用者インタビュー④

従業員向けに専門医によるセミナーやオンライン診療サービスを実施した株式会社LIFEMのサービスを導入された日本航空株式会社の方々にお話を伺いました。

※以下、インタビューを実施した令和5年1月時点の情報です。

CASE
04

LIFEMサービス導入担当者

日本航空株式会社

人財本部 人財戦略部

D&I推進グループ

アシスタントマネジャー

島 大貴 さん



日本航空株式会社

1951年に日本で戦後初の民間航空会社として創業。近年は、ESG戦略を軸に、「安全・安心な社会」と「サステナブルな未来」を創ることを目標に掲げ、航空事業だけでなく、人流・商流・物流を創出する地域事業や次世代モビリティ、マイレージ事業にも注力。それら事業を支える最重要基盤として、人材育成やDEIの推進にさまざまな観点から取り組んでいる。

導入したきっかけ・目的は何ですか？

JALでは、お客さまに最高のサービスを提供するためには社員やその家族の心身の健康が不可欠だと考えており、「JAL Wellness2025」という健康に関する中期計画を作り、取り組んでいます。今回、その重点項目のひとつである「女性の健康課題」の解決に取り組むこととし、LIFEM社のサービスを実証導入しました。

当社には早朝深夜を含むシフト勤務の職場もあり、時間制約の都合で婦人科への通院のハードルが高いという声もあったことが、オンライン診療を扱っているLIFEM社のサービスを選ぶ理由ともなりました。

導入前に行った社内アンケートでは、月経や更年期など、女性特有の症状により普段通りのパフォーマンスが発揮できないと感じている社員が約半数もいることが明らかになりました。一人一人が自分の健康に向き合うきっかけを作ること、こういった社員の悔しさを解消し、女性が自分らしく働ける環境を作りたい—これがプログラム導入の直接的な目的ではありますが、女性が働きやすくなることは、組織としての生産性向上や、職場全体の働きやすさ向上につながりますので、実はこの取り組みは、男女問わずすべての社員が長く生き生きと働き続ける環境を作るものだと考えています。

03 | 令和3年度事業の利用者の声

導入担当者・利用者インタビュー④

取組の内容や苦労した点があれば教えてください。

初めに、女性社員の体調が各人の業務に及ぼす影響や、男性社員の女性特有の健康課題に対する認識について実態調査を行いました。その後、当該テーマへの意識醸成をねらったセミナーを3回実施しました。これには約300名が参加し、そのうち、約2-3割が男性社員でした。オンライン診療プログラムについては、今回は特に女性社員の多い部署から参加者を募り、半年間で約120名が参加しました。

導入時に苦労した点は、いわゆる「病気」の予防や治療ではない側面から健康支援を行う意義の説明です。「社員が支援や理解を求めにくい分野の健康課題を解決することで、社員自身が望むパフォーマンスを発揮できるようになる」という考えを軸に、必要性について丁寧に説明しました。また、社員のプライバシーに係る懸念を和らげるために、取組を進める事務局の担当者は必要最低限の人数とし、サービスを利用している社員を特定できないようケアしました。加えて、例えば低用量ピルに対する不安などを持つ社員も見受けられたため、正しい理解促進のためLIFEM社のサービス内容を漫画で解説した案内をイントラネットに掲載するなど、不安の軽減に努めました。

社内外からの反響や参加者の変容はありましたか？

想像以上の結果が出ました。LIFEM社が計測した社員の生産性に係る指標では、例えば、月経プログラム参加者の「月経による不調が1か月のうちに影響を与える日数」に関して、サービス実施前は3.5日以上あったものが実施後には1日以下になりました。

また、各プログラム参加者への事後アンケート結果も高評価でした。男性社員からも「自身も正しい知識を持つことが大事だと分かった」との声が上がるなど、女性特有の健康課題をタブー視しない意識が少しずつ生まれてきていますし、女性社員からはサービスの継続を求める声が上がっています。複数のプログラムがあり、参加者が自分の健康課題に合うものを選べたことが高い満足度の一因かもしれません。

外部からの反響もあり、メディアからも複数取材を受けています。他企業からも、話を聞かせてほしいという相談が多く来ています。

今後への期待があれば教えてください。

今後は本サービスに関わる医師が社員にとってのかかりつけ医のような関係になり、社員が自身の健康課題についてより相談しやすい環境ができることを期待しています。また、昨今男性更年期に対する支援を求める声も上がっており、その支援も検討したいと思います。

島さんから
最後に
一言

このプログラムがきっかけで、利用者本人の労働生産性やエンゲージメントにより影響が生まれているのはもちろんのこと、周囲の社員も含めた社全体のエンゲージメント向上にも繋がっています。

多様な社員がいる中で、それぞれに対して個々にフィットした手当てを行っていくことが、組織全体としてWell-beingを高める秘訣だと考えます。このようなプログラムは、社員が不安なく働き続けられる環境の整備に大きく貢献しますし、定量・定性両面から様々なリターンがある非常に有益なものであると感じています。

03 | 令和3年度事業の利用者の声

導入担当者・利用者インタビュー④

LIFEMサービス利用者

株式会社JALセールス

女性管理職 Aさん

(更年期プログラム参加者)

利用したきっかけ・目的は何ですか？

更年期障害と思われる症状が改善せず困っていた際に、会社の案内でLIFEM社のサービスを知ったのがきっかけで、更年期プログラム※1に参加しました。

プログラムに参加する半年ほど前から体調の優れない日がありましたが、職場ではなかなか気軽に相談できず、病院探しも難航し、「単なる体調不良だから」と我慢できてしまっていたこともあり、受診を後回しにしていました。そんな時、私が一番悩んだ病院探しから実際の受診までをサポートしてもらえこのプログラムを知り、体調を整える良い機会だと思い、参加を決めました。

※1,更年期症状に関するオンライン診療サービス

参加後、ご自身に起きた変化があれば教えてください。

心身共に良い変化があったと思います。肩こりや頭痛などの体調不良が改善されましたし、何より「体調が悪い時は医師に相談できるから大丈夫」と思え、健康に対する不安などの心理的なトラブルで自分の労働生産性が下がることもなくなりました。また、医師とのやりとりで健康に係る意識が醸成されたことで、以前より管理職として部下の体調やモチベーションのフォローに気が回るようになりました。

また、職場の男性社員の変化もありました。私が他のプログラム参加者と病院や処方された薬の話をするのを見た男性社員が、体に関する話に加わるようになり、まるで腰痛の話をするように更年期の話ができるようになりました。健康の話題を中心に職場のコミュニケーションが活性化し、自分の体調について気軽に話せるようになったことで、職場での心理的安全性が高くなったように感じます。

今後への期待があれば教えてください。

更年期に係る症状はこの先も付き合っていかなければならないものなので、自身の体調を意識しながら、隙間時間に気軽に使えるオンライン診療を受け続けることで、元気な状態を維持していきたいです。また、更年期障害は男性にも起きうるものだと理解しています。今後男性社員に対する支援も拡充されれば、女性社員もよりサービスを利用しやすくなっていくのではないかと思います。

Aさんから
最後に
一言

今回のように社員個々の症状に即した支援は初めてでした。会社が社員の健康面まで本気で考えているということを感じ、私自身も組織から期待されていることに応えたいと、より思うようになりました。

本プログラムの導入は、「会社が本気で社員一人一人を大切にしている」というメッセージになると思います。

03 | 令和3年度事業の利用者の声

導入担当者・利用者インタビュー④

LIFEMサービス利用者

日本航空株式会社

女性一般職社員 Bさん

(月経プログラム参加者)

利用したきっかけ・目的は何ですか？

社内の周知文書で存在を知り、関心を持ちました。

低用量ピルの服用で体調の良くなった家族がおり、私もそれに関して医師に話を聞いてみたいと思っていました。ただ、病院探しに苦勞し、コロナ禍で不要不急の通院も避けたかったため、オンラインで気軽に話を聞けるのであればと、月経プログラム※2に参加しました。

※2,ピル利用に関するオンライン診療サービス

参加後、ご自身に起きた変化があれば教えてください。

日頃生活する中で健康に関する情報が目に付くようになり、以前より自身の体調を意識するようになりました。また、本プログラムを通じて、たとえば更年期障害など自身がまだ経験したことのない健康課題を知る良い機会にもなり、家族や同僚など周囲の人々の体調変化に対する私自身の許容度が高まったように感じています。

月経～更年期のプログラムが用意されたことで、会社が若年層から中年層までの長期にわたって社員の健康を考えていることがわかり、今後も自身の健康を大切にしながら働き続けることができそうだと安心できました。

今後への期待があれば教えてください。

私は今回の診察では低用量ピルの服用は不要との診断を受けましたが、たとえばよりエストロゲン量の少ない超低用量ピルの提供が導入されれば、さらにプログラムを利用できる女性も増えるのではないかと思います。今回このプログラムに参加したことで、医師の雰囲気などもわかりオンライン診療を利用する心理的ハードルが下がりました。今後も機会があればぜひ利用してみたいです。

Bさんから、最後に一言

今回のサービスでは、全社員共通ではない、個人でその度合いに差がある健康という課題の解決に社として取り組んだことで、会社が私を「大勢いる社員の一部」ではなく、「一個人」として見てくれているんだと感じました。

お客さまや社会の皆さまに伝わる企業イメージは、社員との接点から生まれる部分が大いだと思いますので、そういった観点でも社員一人一人が生き生きと働けることはとても大切だと思います。

LIFEM担当者 池田さんから、最後に一言



JAL様のように、早い段階から女性活躍の取り組みに力を入れている企業様と一緒することで、我々のサービスの意義を再確認するとともに、サービス内容のブラッシュアップにも繋がりました。より多くの企業様の一助となれるよう、今後もJAL様と共に多くの情報発信を行えればと思います。

本事業に関して、お問い合わせ等ございましたら、下記までご連絡ください。

<お問い合わせ先>

PwCコンサルティング合同会社 公共事業部

「フェムテック等サポートサービス実証事業」事務局

・ jp_cons_femtech@pwc.com

(受付時間 9 : 1 5 ~ 1 7 : 1 5 / 月 ~ 金 (祝日除く))

▼経済産業省HP



▼本事業のHP



成果報告会の記録動画は
こちらからご視聴いただけます。

こちらからアクセス下さい。



https://youtu.be/BoHg_knRMds

© 2023 PwC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network member firms and/or their specified subsidiaries in Japan, and may sometimes refer to the PwC network. Each of such firms and subsidiaries is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.