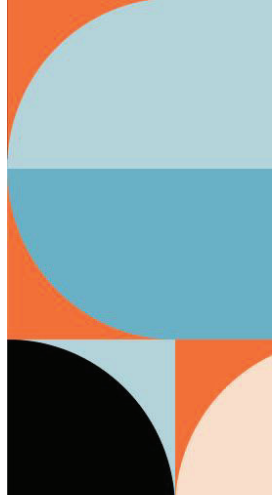


経済産業省 令和5年度  
「フェムテック等サポートサービス実証事業」  
最終報告資料・関連レポート

事務局 株式会社朝日広告社  
PMO担当 株式会社NTTデータ経営研究所



# 目次

|                         |      |
|-------------------------|------|
| <b>I. 最終報告資料</b>        | P 3  |
| 1. 実証事業の実施実績            | P 4  |
| 2. 採択事業者の最終報告会資料        | P 8  |
| 3. 共通指標集計・分析結果          | P409 |
| <b>II. 関連レポート</b>       | P444 |
| 0. はじめに                 | P445 |
| 1. 女性の健康及びフェムテック市巡る動向   | P447 |
| 2. 採択事業者のフェムテック『開発』好事例集 | P454 |
| 3. フェムテック『導入』企業の好事例集    | P462 |

# I . 最終報告資料

1. 実証事業の実施実績
2. 採択事業者の最終報告会資料
3. 共通指標集計・分析結果

# 1. 実証事業の実施実績

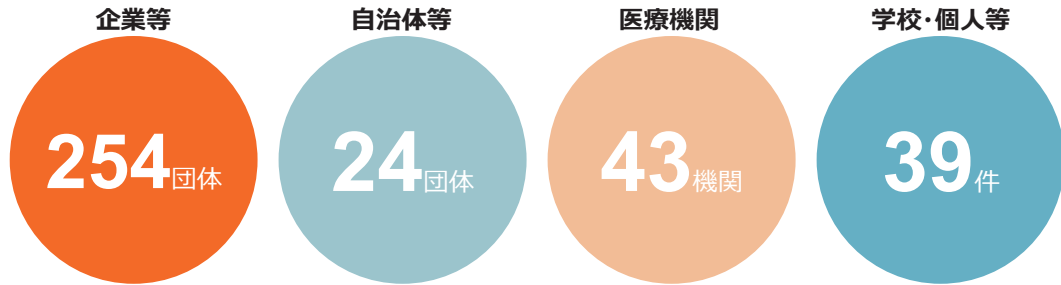
経済産業省 令和5年度フェムテック等サポートサービス実証事業費補助金  
令和5年度採択事業一覧

| #  | 代表団体名                     | 事業名   | 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 | 特定非営利活動法人FORECIA          | 婦人科系疾患の早期発見と不妊症予防を目指した職域健診実証事業  | ●      | ●     |      |     | ●     | ●        |     |
| 02 | 国立大学法人金沢大学                | 「思考するトイレ空間」としてのフェムテック情報ステーションの構築<br>—大学で働く教職員と社会人予備軍である学生に向けたヘルスリテラシー向上プログラムとフェムテック研究推進プロジェクト |        |       |      |     |       | ●        |     |
| 03 | 株式会社アイセック                 | 地域職域連携による就労妊婦及び夫へのオンライン両立支援事業   |        | ●     | ●    |     | ●     | ●        |     |
| 04 | 株式会社きゅあも                  | 夫婦・パートナー間の関係強化およびコミュニケーション/情緒的・物理的サポートスキルトレーニングサービス「べあも」を用いた、女性のウェルビーイング・パフォーマンス向上の実証事業       | ●      |       | ●    |     |       | ●        |     |
| 05 | 株式会社TENGAヘルスケア            | 簡便な骨盤底筋の筋力測定デバイスおよび支援アプリケーションによる、骨盤底筋トレーニングの継続率・体験向上に関する検証事業                                  |        |       | ●    | ●   | ●     |          |     |
| 06 | TOPPANエッジ株式会社             | ウェアラブルIoTデバイス&アプリと行動変容研修等の複合プログラムによる月経随伴症状に伴う労働損失の改善及び企業価値向上要素の可視化                            | ●      |       |      |     |       | ●        | ●   |
| 07 | 株式会社Period.               | 就業女性の月経に関する健康課題についての自己理解、管理者と従業員及び従業員同士の相互理解促進事業<br>～吸水ショーツをきっかけとした教育プログラムの開発～                | ●      |       |      |     |       | ●        |     |
| 08 | 株式会社Famileaf              | 妊婦向け体調管理・生活支援アプリケーションの利用による、妊婦・パートナーの健康意識の変化の検証   |        | ●     |      |     |       |          |     |
| 09 | 株式会社ポーラ                   | 顔分析技術による産後ケアアプリを用いた、育休復帰に向けた心身リカバリーの実証<br>※プレスリリース時点（2023年7月24日）から名称変更                        |        |       | ●    |     |       | ●        |     |
| 10 | 株式会社MamaWell              | パーソナル助産師によるデータに基づいた母子の健康伴走サポートサービス<br>—確かな信頼と安心を届け、母子のwell-beingを実現—                          |        | ●     | ●    |     |       | ●        |     |
| 11 | 株式会社nanoni                | フェムテックの活用による企業の人的資本経営に及ぼす影響の検証  | ●      | ●     | ●    | ●   | ●     | ●        | ●   |
| 12 | 株式会社YStory                | 更年期デジタルヘルスケアアプリ   |        |       |      | ●   |       |          |     |
| 13 | 国立大学法人政策研究大学院大学           | 女性・企業・社会にシナジー効果をもたらす、医師が開発した性差医療アプリ「WaiSE」を活用した、健康経営促進サービスの構築と実証                              | ●      |       |      | ●   | ●     | ●        | ●   |
| 14 | 豊田通商株式会社                  | 日本・ベトナムにおける「製造IoT」×「女性の健康管理」による生産性見える化で女性のパフォーマンス改善を実現  | ●      |       |      | ●   |       | ●        |     |
| 15 | 日本美容創生株式会社                | 更年期症状に悩める女性美容師のウェルビーイング実現および実証の波及効果による持続的なエコシステムの構築   |        |       |      | ●   |       | ●        |     |
| 16 | パラマウントベッド株式会社             | 働く更年期女性の不調改善と職場での男性のサポート体制構築事業  |        |       |      | ●   |       |          |     |
| 17 | Lasiina株式会社               | 働く女性の尿モレ（軽失禁）不安解消・ウェルビーイング向上を図るサービスの開発と実証   |        |       | ●    | ●   | ●     |          |     |
| 18 | 特定非営利活動法人<br>日本臨床研究支援ユニット | ウェアラブルデバイスを用いた自律神経機能から捉えたPMSの評価と自己認識と表情筋トレーニングによる症状緩和   | ●      |       |      |     |       | ●        |     |

# フェムテック等サポートサービス実証事業実績（令和3～5年度）

令和3年度に開始し、3年目となった実証事業では、累計で254件の企業等、24団体の自治体等、43機関の医療機関が関与し、フェムテック等サポートサービスの実証に取り組んだ。

## サービス開発～提供に関わった団体総数



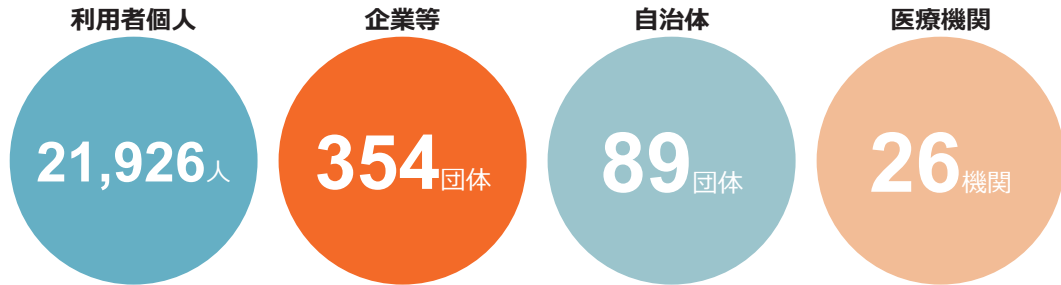
### 集計方針

- ・ 複数年度参加している団体・個人は重複して集計する。
- ・ NPO等団体は「企業等」の分類に含めて集計する。
- ・ 大学等機関は「学校・個人等」に含めて集計する。
- ・ 経産局等の国出先機関は「自治体等」に含めて集計する。
- ・ 「サービス開発～提供に関わった団体総数」には実証フィールドは含めず、「サービス利用者、導入団体数」のみに含めて集計する。

# フェムテック等サポートサービス実証事業実績（令和3～5年度）

今年度までの過去3年間の実証事業を通じ、フェムテック等サポートサービスは1,865人に利用された。企業、354団体、自治体89団体、医療機関26機関でも導入された。

## サービス利用者、導入団体数



### 集計方針（再掲）

- ・ 複数年度参加している団体・個人は重複して集計する。
- ・ NPO等団体は「企業等」の分類に含めて集計する。
- ・ 大学等機関は「学校・個人等」に含めて集計する。
- ・ 経産局等の国出先機関は「自治体等」に含めて集計する。
- ・ 「サービス開発～提供に関わった団体総数」には実証フィールドは含めず、「サービス利用者、導入団体数」のみに含めて集計する。

## 2. 採択事業者の最終報告会資料



最終報告

**特定非営利活動法人**

**FORECIA**



# 婦人科系疾患の早期発見と不妊症予防を 目指した職域健診実証事業

FORECIA  
NPO 法人フォレシア

最終報告会資料

2024年2月28日

企業の従業員に対し、生殖・不妊・月経に関連する**研修**と  
女性特有の健康に関するチェックを事業所健診で行える**機会**を創出。

妊娠・出産  
に関連する  
13項目

地域の医師に  
よる結果通知

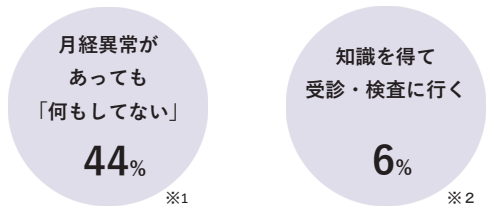
必要に応じて  
オンライン  
面談



プレコン健診<sup>®</sup>  
preconception care

働く女性は妊娠・出産に関する定期的な健康チェックを行う機会が少なく、

## 婦人科系疾患の早期発見につながりにくい



事業所健診時に定期的な健康チェックと  
地域の医師の助言が受けられる仕組みをつくる

1 疾患の早期発見

2 早期治療・予防

3 婦人科受診までの障壁を下げる

※1 出典：日本医療政策機構 「働く女性の健康増進調査2018」

※2 出典：NPO法人フォレシア 秋田県・愛媛県でのプレコン健診時の調査結果より

愛媛県を中心にモデル企業4社に対して実施。 ※1

01

生殖、不妊、月経などの健康に関する研修を提供



02

プレコン健診の説明会と健診の実施  
産婦人科医による結果通知やオンライン面談を実施

 プレコン健診<sup>®</sup> とは？  
preconception care

愛媛県（モデル企業）

事業所健診時

+

希望者に

上乗せ採血

検査項目

- ・貧血検査
- ・Fe・フェリチン
- ・葉酸
- ・ビタミンD
- ・亜鉛
- ・梅毒
- 等々（全13項目）

愛媛大学  
医学部付属病院



※1 研修を行った企業は、オンライン・オフライン共に行い、愛媛県、秋田県、東京都、岩手県などにある複数企業となります。

本事業とその先を見据えた取組み。

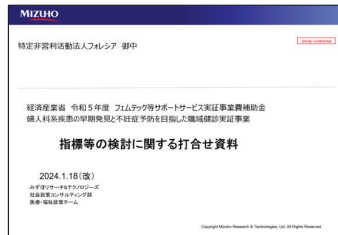
03

プレコン健診専用の  
受診システムを開発



04

PFS/SIB用の成果指標の作成



### コンソーシアム

- NPO法人フォレシア
- 愛媛県
- 秋田大学医学部附属病院
- 梅ヶ丘産婦人科
- (株)みずほ銀行

### 業務委託・外注

- vivola (株)
- みずほリサーチ&テクノロジーズ(株)
- 愛媛大学医学部附属病院
- 愛媛県総合保健協会

# 実施体制

コンソーシアム

業務委託・外注

## 愛媛県

実証フィールドの提供、  
実施企業選定

## みずほ銀行

PFS/SIB 事業へ向けた補助

## 梅ヶ丘産婦人科

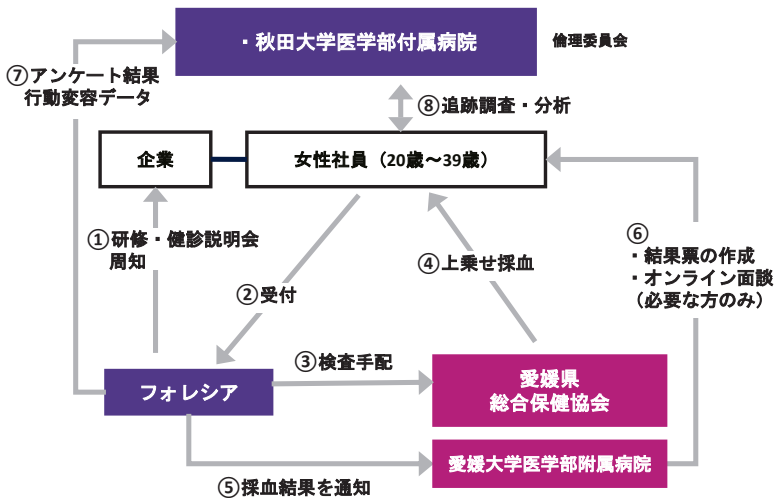
医学的助言・組成支援

## vivola(株)

受付・結果通知システムの  
開発

## みずほリサーチ& テクノジーズ(株)

成果測定補助、  
PFS/SIB用成果指標の作成

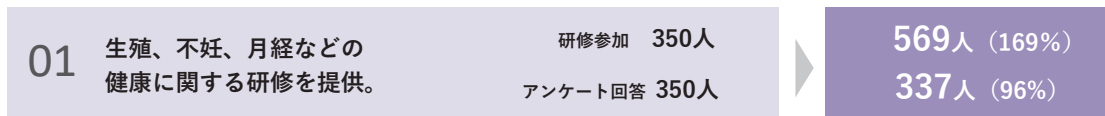




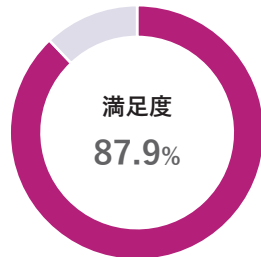
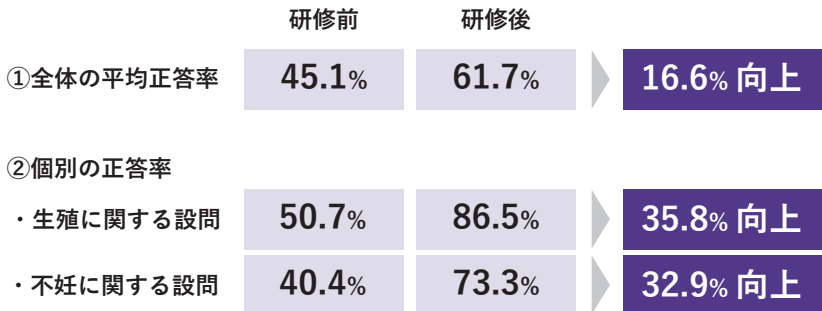
## 実施項目と達成率

|                                    | 目標                        | 達成率                       |
|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 01 生殖、不妊、月経などの健康に関する研修を提供。         | 研修参加 350人<br>アンケート回答 350人 | 569人 (169%)<br>337人 (96%) |
| 02 プレコン健診の説明会を実施。                  | 実施回数 1回                   | 1回 (100%)                 |
| 03 プレコン健診と産婦人科医による結果通知やオンライン面談を実施。 | 受診者数 50名                  | 59名 (118%)                |
| 04 プレコン健診専用の受診システムの開発              |                           | 完成                        |
| 05 PFS/SIB用の成果指標の作成                |                           | 完成                        |

## 実施項目ごとの成果



### 独自アンケート 研修前後のリテラシー向上度



## 実施項目ごとの成果

|                                    | 目標       | 達成率        |
|------------------------------------|----------|------------|
| 02 プレコン健診の説明会を実施。                  | 実施回数 1回  | 1回 (100%)  |
| 03 プレコン健診と産婦人科医による結果通知やオンライン面談を実施。 | 受診者数 50名 | 59名 (118%) |



## プレコン健診による成果

健診参加者数：59名

健診前アンケート回答者数：59名

健診後アンケート回答者数：39名

### アンケート結果

#### 【健診前】

- 今後の為に知っておきたいから参加・・・**86.4%** (51人)
- 健康診断の上乗せ採血のみで検査が受けられるから参加・・・**81.4%** (48人)
- 健康診断と一緒に検査が出来なければ検査はしなかった・・・**94.9%** (56人)

#### 【健診後】

- 周りの人に「プレ妊活健診」を紹介したいと思う・・・**82.1%** (32人)
- 今後、産婦人科を受診する・・・**20.5%** (8人)
- 今後、生活習慣を改善する・・・**64.1%** (25人)
- 妊娠、出産についての行動を早めたいと思った・・・**30.8%** (12人)

### 自由記述コメント 抜粋

- 通常健康診断の上乗せ採血のみで診断が受けられたのがよかった。
- まだ本格的に妊活を考えてない段階でも受けられ、考えるきっかけになった。
- 病気の疑いを知ることができ、早々に婦人科を受診したことで投薬のみの治療ですみました。
- 妊娠のリミットについて考えたりする貴重な機会をいただけてありがたかったです。
- 検査結果で改善した方が良い項目が分かったので、良い意味で不安感を持てた。まずは生活習慣を改善していこうと思います。
- 時間の都合や気持ちの面で病院はつい後回しにしがちですが、健康診断と同時に検査することができて大変助かりました。
- 妊活に向き合うよいきっかけになったと感じています。ありがとうございました。
- 普段健康診断でわかる手軽さで、妊活にとって大事な数値など、これまで知らなかったことが知れてとてもよかったです。
- 妊活でクリニックに通っているのですが、基本的な検査は自費で行っていましたが、今回のように出来ていない検査がたくさんあったので、大変参考になりました。

### 01

各自治体毎での医療機関や検査機関などによって、受診の内容や流れ、方法が異なることで、受診者への説明を分ける必要があると分かった。

秋田県、愛媛県と実施してきた中で、ノウハウが築盛されたので、自治体毎に異なった受診説明動画を作成し、取り入れることでクリア出来るようにした。

### 02

自治体での予算をメインに行うことは持続可能な取り組みを行う上でのハードルになりうる。

自治体だけではなく、企業の福利厚生予算を合わせた形での導入を進めている。

### 03

プレコン健診の説明会への参加は企業・職種によって参加出来ない方がいるので、説明と周知に工夫が必要

短編動画をいくつか作り、アーカイブを提供して、従業員に負担のないようにする必要がある

## 01 ソーシャルインパクトボンド (SIB)を活用した事業展開を構築中

婦人科系疾患の早期発見と不妊症予防は、重要な社会課題への取り組みです。ソーシャルインパクトボンドなどの官民連携金融手法を導入することで、社会・地域経済の損失、不妊症に関わる将来的な医療費の削減を、地域経済と共に推進していきたいと考えております。

この大きなプロジェクトと一緒に推進する自治体・医療機関・健診事業者・企業の皆さまのご参加を心からお待ちしております。

**自治体・医療機関・健診事業者・企業の皆さま、ぜひお声がけください。**

最終報告

**国立大学法人金沢大学**



# 「思考するトイレ空間」としての フェムテック情報ステーションの構築

大学で働く教職員と社会人予備軍である学生に向けた  
ヘルスリテラシー向上プログラムとフェムテック研究推進プロジェクト

## 「思考するトイレ空間」としてのフェムテック情報ステーションの構築

—大学で働く教職員と社会人予備軍である学生に向けた

ヘルスリテラシー向上プログラムとフェムテック研究推進プロジェクト



### 代表団体及び実証先：国立大学法人 金沢大学

#### 協力企業

- ・花王株式会社（雑談のチカラ）
- ・味の素株式会社（雑談のチカラ）
- ・Lupinus合同会社（雑談のチカラ）
- ・株式会社VACAN（トイレ内サイネージ設置運営）
- ・株式会社グロースベネフィット（ナプキン提供モニターの設置運営）
- ・日本カルミック株式会社（自動開閉式サニタリーボックスの利用提供）
- ・fermata株式会社（フェムテック展示会協力）

ほか、次年度にむけた意見交換など協力企業数21社

2024年2月8日時点

実施体制



## 「思考するトイレ空間」としてのフェムテック情報ステーションの構築

—大学で働く教職員と社会人予備軍である学生に向けた

ヘルスリテラシー向上プログラムとフェムテック研究推進プロジェクト



### 実施項目

1

#### トイレ内 フェムテック情報ステーション

デリケートで話題にしづらい女性特有の健康課題について、トイレから情報発信していくことで、悩みを共有し、課題解決に結びつけていく。フェムテック関連サービスや商品の提供も行い、リサーチの場にもしていく。

2

#### 企業と学生をつなぐ 「雑談のチカラ」

金沢大学の教職員・学生と地域・社会との共創の契機として、自由な語らい（雑談）の場を創出する全学的交流事業「雑談のチカラ」。フェムテックをテーマに「雑談」を展開し、個人のアイデア創出、ネットワーク構築につなげる。

3

#### 学生とつくる フェムテック動画配信

学生や教職員への情報提供を目的として、学生有志とフェムテックについて知る・学ぶ動画を制作し、トイレ内モニター等で配信し、男性を含めたより多くの人にフェムテックに関心を持ってもらうようにする。

4

#### フェムテック・ライブラリー

フェムテックに関心を持った人たちが、より深く学べる機会を得られるよう、フェムテック関連書籍の展示や、パネルで紹介していく。書籍は金沢大学の蔵書として、今後も研究に活用していく。



1

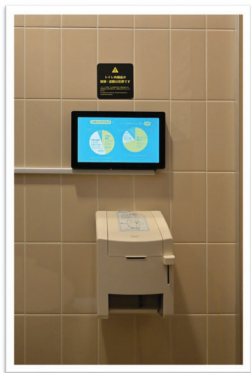
## トイレ内フェムテック情報ステーション「思考するトイレ」

7つのテーマ[不妊、月経、性感染症、更年期、包括的性教育、緊急避妊薬、AYA世代のがん]のインフォグラフィックを10のトイレ内に掲示。  
 ※男性トイレと女性トイレはテーマ共通



## トイレ内フェムテック情報ステーション「思考するトイレ」

トイレ内のサイネージにオリジナル動画を配信。



トイレ内サイネージ



ナプキン支給型 トイレ内サイネージ



## 企業と学生をつなぐ「雑談のチカラ」



2023年10月17日（火）

iU 学生起業家・京田祐里奈さんとのトーク・カフェ  
「フェムテックで起業する！」

ゲスト：京田祐里奈さん

（Lupinus合同会社代表・【iU】情報経営イノベーション専門職大学4年）

参加者：11名



2023年10月23日（月）

花王&味の素のフェムテックの取組

「なぜ、いま、フェムテック？～痩せたい ⇒ 健康で自分らしいわたしへ～」

ゲスト：花王株式会社（アジアフェムテックフェムケア・プロジェクトメンバー）

味の素株式会社他

参加者：20名



オープニング企画として、フェムテックアイテム展示会とミニライブラリーを実施。



2023年10月16日・17日  
フェムテックアイテム展示会



2023年10月16日・17日  
フェムテック・ミニライブラリー



## 学生とつくる フェムテック動画配信+α



教職員・学生・ゲストと協働し  
トイレ内のサイネージに配信する動画を製作。



「雑談のチカラ」のトークをきっかけに  
新規動画を製作。







## フェムテック・セミナー

子どもを預っていただけるので心配なく  
エクササイズ参加できました。

大変嬉しい企画をありがとうございます。  
自分のための時間をもてました。



子どもの預かりを目的に同時開催として、  
「子どもの運動あそび体験」を実施。

参加者：16名



普段体を動かす機会がないので良い機会を  
与えていただきました。

2023年12月10日（月）「体をととのえる！骨盤底筋エクササイズ」

参加者：10名



## 「思考するトイレ空間」としてのフェムテック情報ステーションの構築

—大学で働く教職員と社会人予備軍である学生に向けた

ヘルスリテラシー向上プログラムとフェムテック研究推進プロジェクト

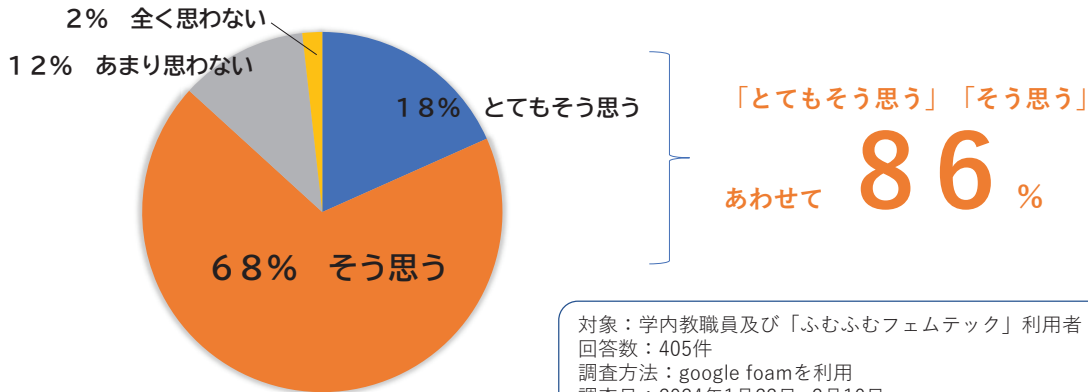


### 実施目標

- 1 ヘルスリテラシーの向上と仕事モチベーション増
- 2 男性も含めた全教職員・学生のフェムテック関心度増加
- 3 継続的なヘルス・リテラシー教育プログラムの創出
- 4 企業とのコラボレーション企画への展開
- 5 フェムテック研究プロジェクトのスタートアップ
- 6 金沢大学におけるダイバーシティ推進の取組についてメディア発信



Q. 「ふむふむフェムテック」を通して健康への理解が深まったか？



良かった意見（自由記述） 334件

思考するトイレを利用したことで、子宮頸がんについて健康意識を持つようになりました。数年ぶりに検診を受け、今後も2年おきに検診を受けようという意識を持つことができました。

生理のPMS。私が気にしていた症状をみんなが持っていることを知ることができた。

性感染症は、保健の授業で習ったけど、覚えていないことが多かったので、勉強になったし、もっと知識を深めたいと思った。

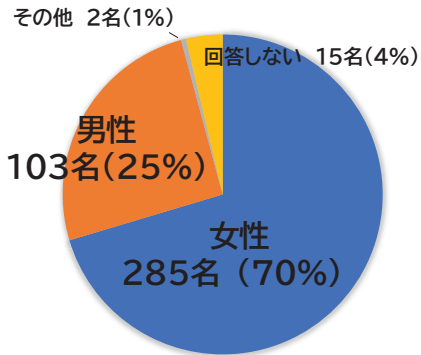


今回、この企画（とくにトイレ企画）によって、**男性の私でも、フェムテックに関する理解をすることができ、相互理解へ近づいた気がする。**この機会に少し調べてみたが、フェムテックの対義語としてメンテックも存在するようである。例えば不妊などは、女性の問題と思われてきたが、男性の問題の可能性もある。これは少しずつ浸透はしてきたが、一般的といえるかは難しい。このように健康上の課題を理解しようとする手助けとなった企画であったと思う。**パートナーや家族への理解を深めることに大いに役立つと感じた。**

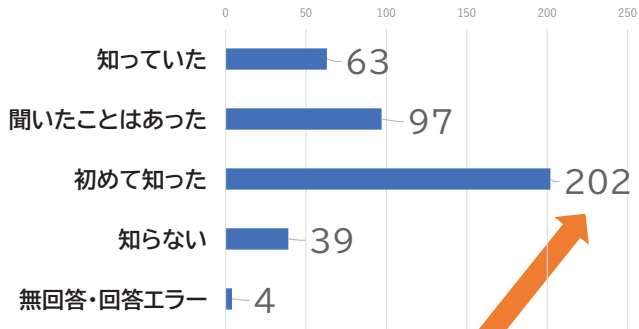
**性的な話題や知識は公に取り上げられることがなく隠されがちで、友人とそういった話をするのも恥ずかしいので、問題や悩み、疑問があっても個人の中に留まって共有されない点に不安を感じていました。**今回の取り組みではそういった話題を**公共の場といえるトイレ**で自然に見れるように取り上げて、**知識を共有してくれたので、安心感を感じましたし、とても有り難かったです。**

性別

男性103名がアンケートに回答



「フェムテック」という言葉を知っていたか。



このプロジェクトで、  
「フェムテック」を知った人が、全体の50%!

図書館や保健管理センターでのフェムテック関連書籍の公開

各部署への書籍貸し出し



## 項目ごとの 成果

### 4 企業とのコラボレーション企画への展開



新規動画へ展開!



Lupinus合同会社、花王株式会社・味の素株式会社とのトーク（雑談のチカラ）

## 次年度にむけて9社と意見交換を実施







学生主導プロジェクトの創設



スウェーデンのユースクリニック視察調査  
※学内研究紀要で報告予定

掲載メディア

【新聞】

- ・北國新聞（2023年10月17日）
- ・北陸中日新聞（2023年10月18日） →
- ・日本経済新聞（2023年12月30日）

【ウェブ】

- ・PR TIMES（2023年10月31日）
- ・FASHION BOX（2023年12月16日）
- ・MonoMax（2023年12月25日）



## 今後の 予定・期待

仕事のモチベーションに具体的に  
つなげていく。

次年度も継続予定。アンケート  
の意見を参考に内容を検討中。

協力企業と意見交換を進め、  
プロジェクト化していく予定。

若い世代のがんについての啓発がもっと多くなれば、検診を受ける機会も増えると思うので**学生と職員の健康状態の改善に大変役立つプロジェクトだ**と思った。

こういった女性の悩みや健康面での辛さを男性側も正しく理解するべきだと感じるので、**イベントや講演などの任意参加ではなく、一年次での必修科目に取り込むことができれば、大学全体での認識や待遇の変化につながる**と思う。

健康について行うなら、**症状や実態のほかにも症状を改善する方法(生理痛を和らげるためには~したらいい)など、大学生の生活に使える改善策も取り上げる**といいと思った。



最終報告

株式会社アイセック

経産省「令和5年度フェムテック等サポートサービス実証事業」

# ～地域職域連携による就労妊婦及び夫へのオンライン両立支援事業～ 成果報告書

■ ■ ■

株式会社アイセック

## 目次

- 01 - 会社概要
- 02 - 本実証事業の概要
- 03 - 中小企業における女性の活躍推進  
についての調査
- 04 - 従業員が感じる女性が働く上での  
課題等について<sup>2</sup>
- 05 - 実証の成果について
- 06 - 自治体との連携について
- 07 - 今後の予定・事業展開

## 会社概要

|      |  |
|------|--|
| 会社名  | 株式会社アイセック  |
| 代表   | 代表取締役 木村大地   |
| 事業内容 | 健康医療データ分析、健康経営支援、オンライン健康相談事業                       |
| 設立   | 2019年12月   |
| 所在地  | 新潟県新潟市中央区学校町通2番町5274-1<br>新潟大学ライフイノベーションハブ         |
| その他  | 新潟大学発ベンチャー企業第1号<br>経済産業省「行政と連携実績のあるスタートアップ100選」に認定 |

## 本実証事業の概要

...



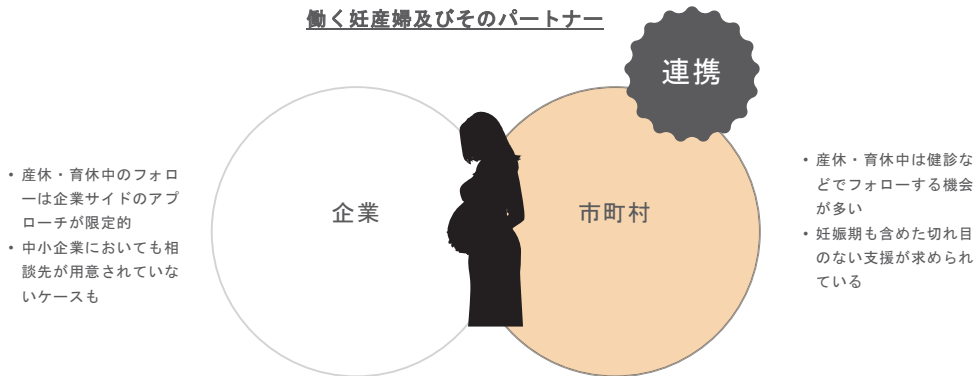
# 本実証事業のサービス内容

- 子どもの発達チェック、AIチャット相談、オンライン健康相談の3つの機能を実証事業にて展開した。
- 子供の発達チェック機能においては2週間に2回程度質問を配信。その中には仕事と家庭の両立に関する質問やメンタルチェックの質問が組み込まれており、定期的にスクリーニングができるようになっている。
- スクリーニング後のフォローとして、AIによる相談や助産師など専門家への相談フローも設けており、具体的なサポートに結び付くサービスを目指した。

| <h2>子どもの発達チェック</h2> <p>お子さんの成長記録</p> <p>毎日の成長記録を簡単に記録することで、お子さんの「できた」を記録し、成長を見守ります。</p>  <p>年齢に合わせた質問が2週間に1回配信され、回答いただくことで、お子さんの「できた!」を記録し、成長を見守ります。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• お子さんの発育等に関する質問</li><li>• 利用者自身のワークライフバランス&amp;メンタルチェック</li></ul> | <h2>AIチャット相談</h2> <p>AIチャット相談</p> <p>「これはどうしたらいいの?」などの子育ての相談や疑問から雑談まで、なんでもAI相談員に相談してください。会話形式でお答えします。</p>  <p>「これはどうしたらいいの?」などの子育ての相談や疑問から雑談まで、なんでもAI相談員に相談してください。会話形式でお答えします。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• AIによるQ&amp;A</li><li>• 相談内容に応じた個別フォロー</li></ul> | <h2>オンライン健康相談</h2>  <p>お子さんのこと、ご自身の健康のこと、家事や育児と仕事の両立のことなど、ちょっとしたアドバイスが欲しい方は、保健師さんや助産師さんとお話ができます。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 助産師等によるオンラインでの健康相談</li><li>• 子どもの発達チェックやAIチャット相談の内容を参考に</li></ul> |
|--|---|---|
|--|---|---|

# 働く妊産婦さんを対象に、市町村と連携するモデルを実証

## 働く妊産婦及びそのパートナー



「妊娠・出産」と「仕事」の両立に悩む妊婦と配偶者の相談窓口を行政として設けることで、妊婦と配偶者と会社の架け橋になり、妊娠・出産に伴う離職及び労働生産性低下の防止を目指す。

## 事業計画に基づき実行したこと

### 本実証事業では3つの計画 を実行しました

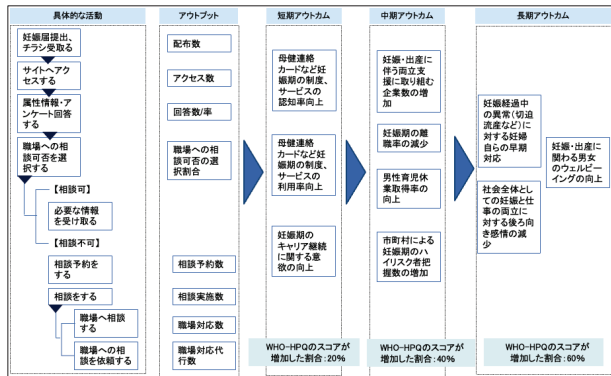
#### 具体的な活動内容

- 中小企業に対するアンケートの実施
- システムの開発
- 協力市町村へのヒアリング／提案／調整
- サービスの展開

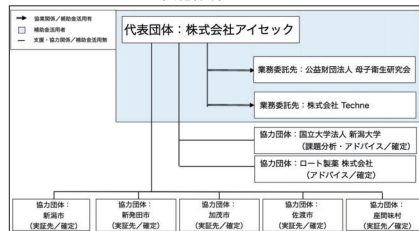


# 具体的な活動内容・目標・実施体制について

具体的な活動内容及び成果目標について



実施体制について



## 中小企業における女性の活躍推進についての調査

...

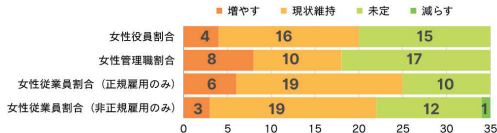
# 女性の健康課題に関する県内中小企業の動向についてのアンケート結果①

- 女性の健康課題への取り組み状況及び女性活躍推進に関する新潟県内企業の取り組み状況を把握するために、下記アンケートを実施した。
- 女性の活躍を推進していると回答した企業は70%を超えるが、その内の約65%が「課題がある」と回答している。
- 女性の活躍推進の課題については、「女性社員本人が現状以上の活躍を望まない」と回答した企業が20社で、約57%と最も多い。
- 女性役員、従業員等に関する今後の方針については、全体的に「現状維持」が最も多い。役職別では、「管理職」を増やすと回答した企業数が8と最も多い。

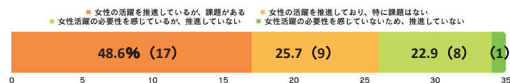
## 実施概要

- 目的：県内企業の仕事と妊娠・出産の両立支援制度・取組状況・課題等の把握
- 共同実施：新潟県福祉保健部 後援：新潟商工会議所
- 実施時期：2023年10月16日（月）～11月10日（金）
- 対象：新潟商工会議所会員企業（新潟市内の1,500社）
- 回答企業数：36社
- 回答率：2.4%

## 女性役員、従業員等に関する今後の方針は？



## 女性の活躍に係る取組や課題について、以下のうち、該当するものは？



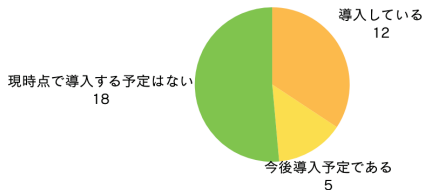
## 女性活躍の課題として、以下のうち、該当するものは？



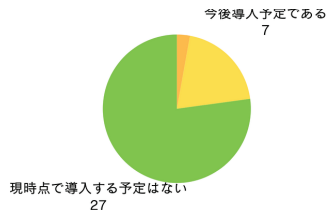
## 女性の健康課題に関する県内中小企業の動向についてのアンケート結果②

- 生理や更年期障害等、女性特有の体調不良時の休暇・休養の配慮に関する制度の導入状況については、17社、約48.6%が「既に制度として導入している」、もしくは「導入する予定である」と回答しているが、半数以上は「今後も導入する予定はない」と回答している。
- 不妊治療に関する休暇制度については、1社が導入済、7社が導入を検討しており、全体として8社、約22.9%が「既に制度として導入している」、もしくは「導入する予定である」と回答している。

女性特有の健康課題に対する制度について、  
現在の取り組み状況に該当するものは？



不妊治療休暇制度についてについて、  
現在の取り組み状況に該当するものは？



## 従業員が感じる女性が働く上での課題等について

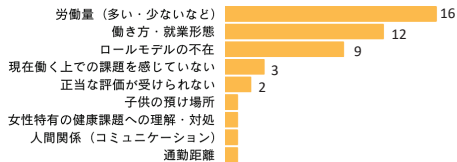
...



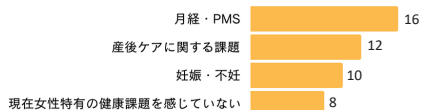
# 女性が働く上での課題及び健康課題についてのアンケート結果

- 利用者のアンケートより、女性が働く上で感じている課題や健康課題等についてまとめた。
- 働く上での課題については、16名が選択し「労働量（多い・少ない）」最も多い。次いで、「働き方・就業形態」「ロールモデルの不在」と続く。
- 女性特有の健康課題については、「月経・PMS」が16と最も多く、次いで「産後ケアに関する課題」、「妊娠・不妊」と続く。
- 感じている健康課題等に対する行動は、60%が行動を起こしていない。
- 具体的な行動については、「医療機関における各種検診・検査の実施」が8と最も多い。

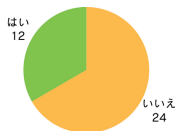
現在、働く上でどのような課題を感じていますか。



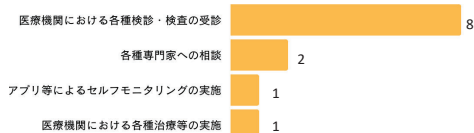
現在、どのような女性特有の健康課題を感じていますか。



感じている健康等の課題を解決するための行動をしていますか。



具体的にどのような行動をしていますか。

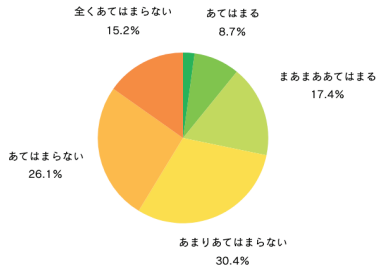


n=46(利用前アンケート回答の就労者)

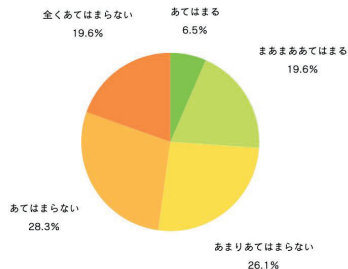
## 働きがいやキャリアイメージについて

- ・ 将来のキャリアについての質問については、「将来のキャリアで取り組んでみたいと思っていることや目標がある。」は、「あまりあてはまらない」が最も多く30.4%（回答数14）で、「あまりあてはまらない」「あてはまらない」「全くあてはまらない」で全体の71.7%（回答数33）をこえる。
- ・ 「自分のキャリアについて将来像がイメージできる。」についての質問は、「あてはまらない」が最も多く28.3%（回答数13）で、「あまりあてはまらない」「あてはまらない」「全くあてはまらない」で全体の73.9%（回答数34）にあたる。

私は、将来のキャリアで取り組んでみたいと思っていることや目標がある。



私は、自分のキャリアについて将来像がイメージできる。



# 本サービスを展開するにあたってのユーザーの課題・ニーズについて

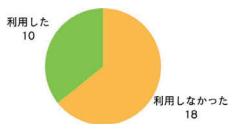
- 母健連絡カードの認知度は約50%。その60%は利用せず。理由としては「会社に迷惑がかかるから」「特に不調がなかった」などが多い。
- Whooleyの二質問から、オンライン健康相談の推奨者は29名（約50%）いずれの質問も「はい」と答えた人は15名で全体の約25%にあたる。
- ワークライフバランスに関する悩みや困りごとは、全体の63%が何かしら抱えているようだ。

## 会社への働きかけについて

「母性健康管理指導事項連絡カード」  
（母健連絡カード）を知っているか？



「母健連絡カード」知っている方、  
利用したか？



「母健連絡カード」を利用しなかった理由（抜粋）

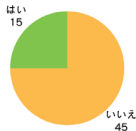
- 出すまでもないと思った。出されても上司も初めて見るものだと思うし、戸惑うと思う
- 迷惑になりそう
- 職場に迷惑をかける事が気になり退職してしまった
- 休むことで給与や産後の手当が減額になるのが嫌だった。妊娠公表前だったため、周りに秘密にしたかった。休みについて相談しにくい上司だった
- カードを使用するほどではないと思ったこと、休みがちなのでこれ以上迷惑をかけたくないと思った
- 特に不調がなかった

## 心の状態について

この1ヶ月間、気分が沈んだり、憂うつな気持ちになったりすることがよくありましたか。



この1ヶ月間、どうしても物事に対して  
興味がわかない、あるいは心から楽しめない感じがよくありましたか。



仕事と妊娠、育児のバランスなどワークライフバランスに関して、  
困っていることや悩んでいることはありますか？



n=60(利用前アンケート回答者)

## 実証の成果について

...

## アウトプットに関する実証結果

- ・ アウトプットについては、当初計画よりシステムリリースの遅延及び市町村との交渉期間の延長により、実証期間が約1ヶ月となった。
- ・ 1ヶ月の実証期間としての修正計画に対して、結果として参加者は105人（修正計画値67.7%）、問診アクセスに関しての利用割合は達成したものの、AIチャットボット及びオンライン健康相談の利用割合については未達となった。

| 項目           | 計画根拠                   | 修正計画 | 結果   |               |   |
|--------------|------------------------|------|------|---------------|---|
| 協力自治体数       | —                      | 5市町村 | 5市町村 |               | ✓ |
| 実証期間         | —                      | 1か月  | 1か月  |               | ✓ |
| 利用対象者        | 年間出生数合計6,115人÷12*1     | 500人 | —    |               |   |
| 利用登録者        | 500人×就業割合0.776×利用割合40% | 155人 | 105人 | 利用割合<br>21%   | ✗ |
| 問診アクセス数      | 利用割合<br>95%            | 147人 | 105人 | 利用割合<br>100%  | ✓ |
| AIチャットボット利用者 | 利用割合<br>85%            | 131人 | 16人  | 利用割合<br>15.2% | ✗ |
| オンライン健康相談利用者 | 利用割合<br>30%            | 46人  | 1人   | 利用割合<br>0.1%  | ✗ |

## 各市町村の利用対象者及びリクルート方法等

- 市町村ごとの利用対象者数及び本サービスの案内のタイミング等は下記の通りである。

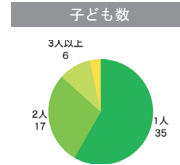
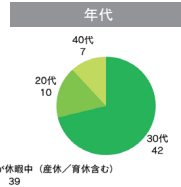
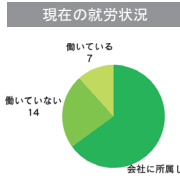
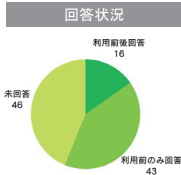
| 年    | 年間出生数 | 配布時の説明 | 窓口設置 | 妊娠届出 | 妊婦面談 | 安産教室 | プレマ<br>マプレ<br>パパ教室 | 出生届出時 | 新生児訪問 | 離乳食教室 | 乳幼児健診 | 股関節健診 | 両親学級 | 予防接種関連 | その他 |
|------|-------|--------|------|------|------|------|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|--------|-----|
| 加茂市  | 110   | ○      | —    | ○    | ○    | —    | ○                  | ○     | —     | ○     | ○     | —     | —    | ○      | ○   |
| 佐渡市  | 247   | ○      | —    | ○    | ○    | —    | ○                  | ○     | ○     | ○     | ○     | —     | ○    | —      | —   |
| 新発田市 | 578   | —      | ○    | ○    | —    | —    | —                  | —     | —     | —     | —     | —     | —    | —      | —   |
| 新潟市  | 5,173 | ○      | △    | ○    | ○    | △    | △                  | —     | —     | ○     | △     | ○     | —    | ○      | ○   |
| 座間味村 | 7     | ○      | —    | ○    | ○    | —    | —                  | ○     | ○     | —     | —     | —     | —    | ○      | —   |
| 計    | 6,115 | —      | —    | —    | —    | —    | —                  | —     | —     | —     | —     | —     | —    | —      | —   |

※出生数は令和2年出生数統計より

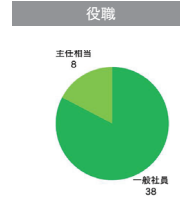
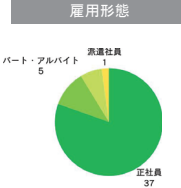
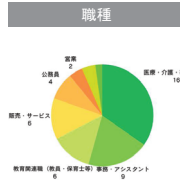
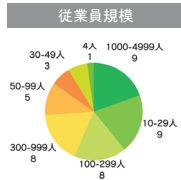
# 利用者の属性について

- 利用者の属性は以下の通り。

利用者全体



就労中の人



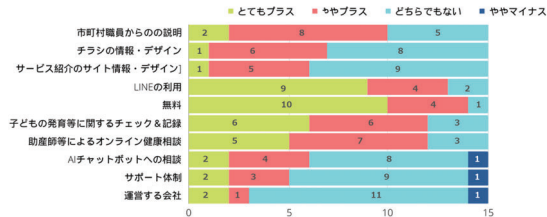
## 実証全体を通じた成果・アンケート結果（サービス満足度）

- ・利用者に対して、「出産や育児中の友人やご家族が身近にいた場合、このLINE相談サービスをどのくらいおすすめしたいですか？0~10点で点数を付けてください。」と質問したところ、9~10が1名、7~8が4名、1~5が10名で、NPSスコアは-59%となった。
- ・「費用が無料」と「LINEの利用」がNPSスコアをつけるにあたってプラスに働いている。
- ・サービス内容としては、「子供の発達チェック」に次いで、「オンライン健康相談」がプラスに働いているが、「AIチャットボット」については評価が分かれているようだ。

出産や育児中の友人やご家族が身近にいた場合、このLINE相談サービスをどのくらいおすすめしたいですか？0~10点で点数を付けてください。



おすすめ度をつけるにあたって、以下の項目がどの程度プラスもしくはマイナスに影響しましたか？



おすすめ度をつけた理由（肯定的な意見）

- ・オンラインかつ無料で相談できるから
- ・気軽に相談できるのは有難いと感じたから
- ・LINEで相談できるところが気軽に良い
- ・登録しているだけで安心できる

おすすめ度をつけた理由（否定的な意見）

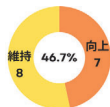
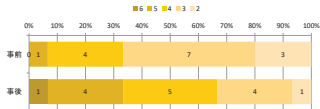
- ・まだ使用して時期があさいから
- ・まだまだ利用できていないから
- ・登録用のSMSが届かなくて登録出来なかった。企画や内容等は良いと思うので5にしました。



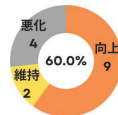
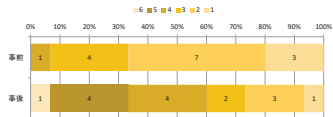
# 実証全体を通じた成果・アンケート結果（知識・意識の変化）

- ・ リテラシーに関しての実証前後の比較では、「女性の健康についてのたくさんの情報から、自分に合ったものを選ぶことができる。」は7名（46.7%）が、「自分の体のことについて、アドバイスや情報を参考にして実際に行動することができる。」は9名（60%）が向上した。
- ・ 「心配事があるときに、医療従事者に相談することができる」については、7名（46.7%）が向上した。
- ・ 一方で、「行動」に関連する設問において実証後にスコアが下がった人がおり、「行動」を起こすハードルの高さ等があるのかもしれない。

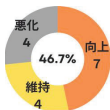
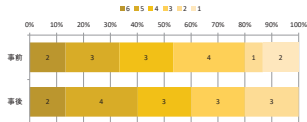
女性の健康についてのたくさんの情報から、自分に合ったものを選ぶことができる。



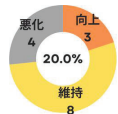
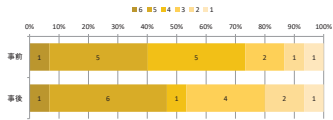
自分の体のことについて、アドバイスや情報を参考にして実際に行動することができる。



自分の体について、心配ごとがあるときは、医療従事者（医師・保健師・看護師・助産師等）に相談することができる。



職場の女性社員・同僚が、自分の体について心配ごとがあるように感じられるときは、医療従事者に相談を促すことができる。

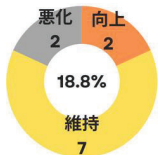
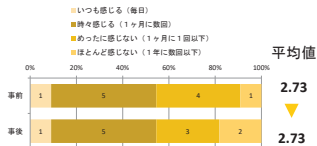


n=15(利用前・利用後アンケート回答者)  
 (1. 全くあてはまらない～6. とてもあてはまる)

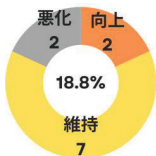
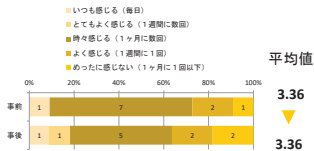
# 実証全体を通じた成果・アンケート結果（ワークエンゲイジメント）

- ワークエンゲイジメントのスコアの平均値に関しては、実証前後で「活力」と「熱意」は変化なし、「熱意」に関しては2.64→2.91へアップした。
- それぞれでみると、「活力」は実証後向上した人が2名、変化なしが7名、悪化した人が2名と向上した割合は18.8%であった。
- 「熱意」は実証後向上した人が2名、変化なしが7名、悪化した人が2名と向上した割合は18.8%であった。
- 「熱意」は実証後向上した人が3名、変化なしが7名、悪化した人が1名と向上した割合は27.2%であった。

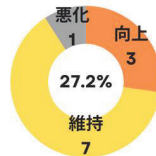
## 仕事をしていると、活力がみなぎるように感じる



## 仕事に熱心である



## 私は仕事にのめり込んでいる



n=11(利用前・利用後アンケート回答の就労者者)

# 実証全体を通じた成果・アンケート結果（ワーク・ライフ・バランス）

- ワーク・ライフ・バランスについて、日本語版ワーク・ライフ・バランス尺度（SWING-J）より設問を抜粋し、仕事⇄家庭のポジティブあるいはネガティブな影響について回答を得た。
- 回答者のほとんどは、実証期間中が産休・育休等の取得者のためあくまでも参考程度とし掲載する。
- 家庭から仕事へのネガティブな流出は「全くない」と回答した人が最も多く、それ以外（仕事から家庭へのネガティブな影響、仕事から家庭へのポジティブな影響、家庭から仕事へのポジティブな影響）は「時々ある」あるいは「よくある」との回答が多い。

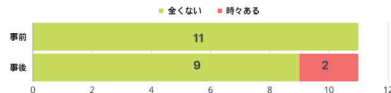
仕事が大変で、家庭でイライラしてしまう

【仕事→家庭ネガティブ流出】



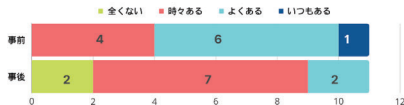
仕事が大変で、家庭でイライラしてしまう

【家庭→仕事ネガティブ流出】



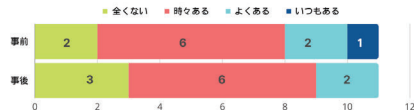
職場でよい1日/1週間を過ごした後は、より配偶者/家族/友人と関わりたい気分になる

【仕事→家庭ポジティブ流出】



仕事が大変で、家庭でイライラしてしまう

【家庭→仕事ポジティブ流出】



## 3つのサービスに関するユーザーの声

- 利用者の声をベースにアウトプットとして未達であった「AIチャット相談の利用率」及び「オンライン健康相談の利用率」について追加の質問をまとめた。
- オンラインでの健康相談については、「今すぐではないが、あらためて相談を希望したい」という人が全体の半数を占めており、「機会があれば」にとどまっている。
- AIチャット相談については、AIを使ったことがある人は利用したが、実際に使ってみたことがない人は、今回の実証事業においても利用につながらなかった。ただし、利用したことがない人でも「機会があれば利用したい」という回答者が多く、抵抗感があるわけではないようだ。

### 利用者コメントより

#### オンライン健康相談について



昼間断乳方法について、的確な解決策をもらえた

#### 子どもの発達チェックについて



「はい」「いいえ」で簡単に答えることができ、参考情報も得られるのが良いと思った

#### AIチャット相談について

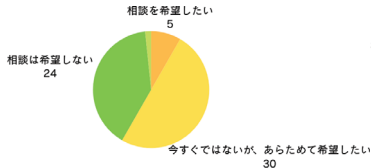


大したことがない症状かもしれないと思ったら具体的に相談しづらかった



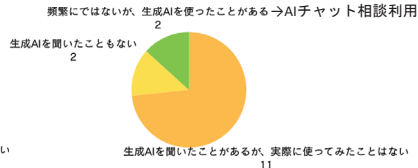
質問に対して的を得ない返答が多々あったから。

### オンライン健康相談を希望しますか？

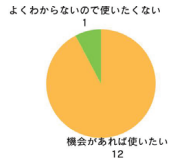


n=60(利用前アンケート回答者)

### 生成AIの利用状況等についてお聞かせください



### 今後、生成AIを使ってみてみたいと思いますか？



## 成果・アンケート結果からみれること（短期アウトカム）

### 【満足度】

- ・「出産や育児中の友人やご家族が身近にいた場合、このLINE相談サービスをどのくらいおすすめしたいですか？0~10点で点数を付けてください。」と質問したところ、9~10が1名、7~8が4名、1~5が10名で、NPSスコアは-59%となった。
- ・「費用が無料」と「LINEの利用」がNPSスコアをつけるにあたってプラスに働いている。

### 【知識・意識の変化】

- ・リテラシーに関しての実証前後の比較では、「女性の健康についてのたくさんの情報から、自分に合ったものを選ぶことができる。」は7名（46.7%）が、「自分の体のことについて、アドバイスや情報を参考にして実際に行動することができる。」は9名（60%）が向上した。
- ・「心配事があるときに、医療従事者に相談することができる」については、7名（46.7%）が向上した。
- ・一方で、一部の利用者が、「行動」に関連する設問において実証後にスコアが下がった人がおり、「行動」を起こす何らかの障害があると考えられる。

### 【ワークエンゲイジメント】

- ・ワークエンゲイジメントのスコアの平均値に関しては、実証前後で「活力」と「熱意」は変化なし、「熱意」に関しては2.64→2.91へアップした。

### 【ワークライフバランス】

- ・ワークライフバランスのスコアについては、大きな変化は得られなかった。家庭から仕事へのネガティブな流出は「全くない」と回答した人が最も多く、それ以外（仕事から家庭へのネガティブな影響、仕事から家庭へのポジティブな影響、家庭から仕事へのポジティブな影響）は「時々ある」あるいは「よくある」との回答が多い。

## 成果・アンケート結果からみれること（サービス・機能）

### 【AIチャット相談】

- ・ AIチャット相談については、業務や私生活の中でCharGPT等にふれた機会がある方はAIへ相談することが多く、リテラシーと利用に何らかの関係がありそう。一方で利用していない人の内、90%以上は「機会があれば使ってみよう」と回答しており、「そもそもAIって何が便利なのか？」といったガイダンスなどが必要ではないかと考える。

### 【子どもの発達チェック】

- ・ 子どもの発達チェックについては簡単にチェックできる一方で、登録時より以前の情報のチェック方法等機能面での要望の声をいただいた。

### 【オンライン健康相談】

- ・ オンライン健康相談については、50%が「今すぐではないが、いつか利用したい」と回答し、スクリーニング項目に該当した方においてもすぐに利用するというアクションにはつながらなかった。オンラインであったとしても相談というアクションを起こすにはハードルが高そうであり、スクリーニング後のアクションとしては、別の手段を講じる必要があるのではないかと考える。

### 【サービス全体】

- ・ 一部、登録をしたものの利用方法がわからなかったという声があった。利用するための導線の整理や登録後、利用を促すためのアクションを実施する必要がある。

### 【継続率・スクリーニング機能の検証】

子どもの発達チェックに組み込まれた利用者のワークライフバランスのチェックやメンタルヘルスのチェックは、定期的にプッシュ型で送り届けられ、チェックしようという意識を持たずとも取り組める点は特徴の一つである。今後、継続利用者を獲得することで、継続率やスクリーニングに関する検証を行っていきたい。

## 自治体との連携について

...

# 本実証事業に関する市町村へのインタビュー

- 本実証事業に関して参加した市町村の一部へヒアリングを行った。
- 市町村としてもLINEを利用することの効果や利用者の反応についての関心が高かった。
- 本サービスとしてはフォローが必要な方のスクリーニングとしては有効であると考える一方で、支援的手段には工夫が必要との見解をいただいた。

## Q. 本実証事業において期待していたこと、メリットと感じたこと

LINEの使用に対する感想や参加率などが知りたい  
どのような方に関心を持ってもらえるのか把握したかった

## Q. 本実証事業のサービスを市民の方に説明する際、特に強調した点

LINEの登録をまずすすめた  
全員ではないが、「面白いからやってみて」とすすめた

## Q. 運用面での課題や利用するにあたって改善してほしい点

登録は簡単だったが、事前のアンケートが長くて大変だった  
参加者の属性や利用状況について自治体側でも管理できるとよい

## Q. その他、サービス全体についてのご意見やご要望について

スクリーニングとしては有効だが、相談は自ら行わない印象を受けている。  
保健師や助産師等が定期的にアプローチすることが重要であるのではないかと  
子どもがいるとスマートフォンでのスクリーニングには回答できるかもしれないが、オンラインでの相談はハードルが高い。



# 市町村との連携に際しの課題・ハードル



担当課のみの判断ではなく、関連部署等の調整や会議での説明が必要であり開始期間が遅延した。自治体において事業は年度事業であるため、年度途中からの実証導入検討については、担当する課のみならず、周辺の部署との調整実施準備や説明等の準備時間を相当数念頭にいれ提案する必要がある。

翌年度事業向けに  
年内に提案



前例のない事業を行うに際しては特に慎重であるため、類似する事業との比較や整理を丁寧に行い、類似事業との単純な比較が難しいと感じる担当者が多かった。

ビジョン共感型のパートナー  
小さな成功の積み重ね



今回の実証事業に関しては、子育て関連の施策を担当する課がカウンターとなっていたが、日常的な業務や震災などの突発的な事態により、新規事業に取り組む時間的余裕が限られていた。

運用面のサポートや部内調整等  
担当者の負担軽減

## 今後の予定・事業展開

...

## 今後の予定・事業展開

- 中小企業においても女性の活躍推進に関する必要性を感じており、管理職比率なども高める意欲があるようだ。一方で、女性特有の健康課題等への取り組みについてはまだ積極的でないようである。
- 女性自身もキャリアビジョンを描けていなかったり、ワークライフバランスの両立に関しては満足度が低く、何等かの課題を抱えているようである。
- この意味でも、中小企業を中心とした女性活躍の推進と女性自身が抱える健康課題・ワークライフバランスの両立に関する“懸け橋”となるような役割は重要であり、ニーズとしてもありそう
- また、市町村を通じて連携することは産休・育休中の働く女性の支援の在り方としては有効である
- 一方で、複数の市町村と連携することの課題やハードルの高さも感じた
- 次のステップとしては、女性の健康課題に対する中小企業間との緩やかなつながりを地域内で形成し、企業側からダイレクトに提供できうる仕組みを模索したいと考える

最終報告

株式会社きゅあも

# 株式会社きゅあも

夫婦・パートナー間の関係強化およびコミュニケーション/  
情緒的・物理的サポートスキルトレーニングサービス「ぺあも」を用いた、  
女性のウェルビーイング・パフォーマンス向上の実証事業



# 事業の背景／目的

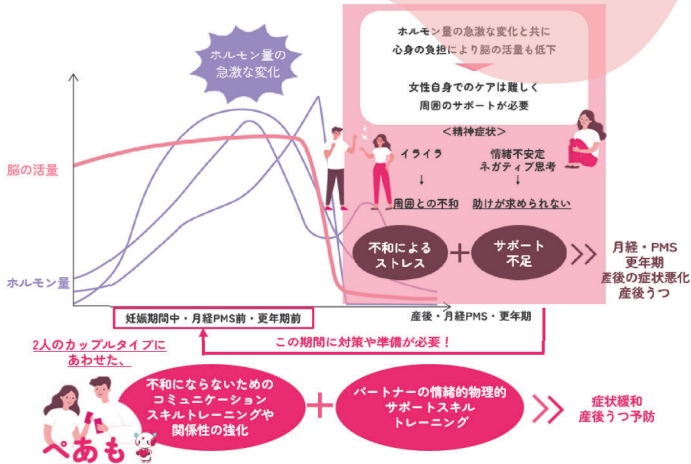
女性はホルモンバランスが大きく変化する、  
月経PMS、産後、更年期に身体的にも精神的にも  
大きな負担がかかり、サポートが必要な状態にも  
関わらず、精神症状によるイライラやネガティブ  
思考により不和によるストレスやサポート不足に  
なりやすく症状の悪化やメンタル不調になるリス  
クが高まります。

そうなる前に「ぺあも」を使用して、  
月経・PMS、産後、更年期に必要な

## コミュニケーションスキルや

パートナーの情緒的・物理的サポートスキルを

トレーニングし事前に準備や対策を行うことで、  
女性のウェルビーイング・パフォーマンス向上の  
効果があるか検証を行います。



# ぺあもサービス紹介



ぺあもは女性がパートナーと一緒に、ホルモンバランスが大きく変化する時期（生理前や生理中、産後、更年期）にむけた過ごし方や、マインドセット、サポート方法等、具体的な準備をサポートするサービスです。

LINE上でキャラクターと会話をしながら、自分たちの夫婦・カップルタイプや状況に合わせた、専門医の科学的根拠に基づいた関係強化及びコミュニケーションスキル／情緒的物理的サポートスキル／産後、月経・PMS、更年期のリテラシーをトレーニングし、具体的準備についての話し合いをサポートします。また、定期的に専門スタッフがLINE通話での面談を行い、スキル習得や継続を促進します。

キャラクターとゲームを  
しながらスキル習得



LINE通話による面談



性格分析や喧嘩分析の判定結果  
この結果に合わせて2人に合った  
プログラムが開始される



教材冊子。プログラムがすべて完了すると  
2人の取り扱い説明書が完成する



# 実施体制

サービスの開発や実証の実施は専門医や専門家の監修のもと行われました。  
またLGBTQ専門家の方にも監修いただきすべての方にご使用いただける設計となっています。

(株)きゅあも / (株)ジャパンイノベーション

Doctor / Expert



奥平忠寛

奥平産婦人科医院院長  
産婦人科医



伊藤英樹

伊藤クリニック院長  
精神科医



守澤匡平・美也子

臨床心理士  
公認心理士



河村哲

(株)きゅあも  
代表取締役社長



伊藤友紀菜

(株)ジャパンイノベーション  
開発責任者

専門スタッフ(面談を担当)



実証先

産婦人科  
クリニック5院

企業5社

その他  
個人の希望者等



mato

LGBTQ専門家  
fufu-hug(ふふはく)代表

株式会社きゅあも



# 実施項目（産婦人科／企業／個人へモニターを募集し実証を実施）

## 実施内容

ペあもサービス実施+事前事後アンケート回答

①LINEによる1回あたり10～30分のプログラム18回

※14回目以降の知識リテラシー獲得から産後、月経PMS、更年期でプログラムが異なります。

②LINEオンライン通話による30分の面談3回

③プログラム開始前のアンケート回答（約200問）、  
全てのプログラム終了後のアンケート回答（約200問）

→夫婦・カップルで週2～3回、2～3か月間で実施

## モニター

女性とそのパートナー78組

（そのうち妊婦とそのパートナー39組）

条件

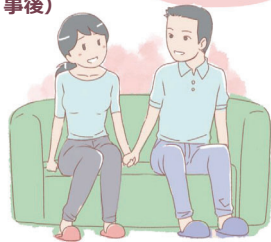
妊娠期間中にプログラムが終了する※妊婦の場合

プログラム中にパートナーと一緒に空間にいる

## 評価

アンケート（事前・事後）

インタビュー



## 分析

前後比較可能な女性とパートナー35組の統計解析と集計  
（※妊婦も含む）

前後比較可能な妊婦とパートナー14組の統計解析と集計  
インタビュー

# 事業目標

本実証では中期アウトカムに関連があると論文で示されている5つの項目の向上とそれらによる仕事のパフォーマンス向上を定性定量目標とします。

## 本実証事業目標

パートナーとの関係の改善及び強化

メンタル不調の寛解及び増悪の予防

パートナー情緒的サポート力の向上

パートナー物理的サポート力の向上

女性のコミュニケーションスキルの向上

## 中期アウトカム

- ・産後うつ予防
- ・パートナーの育児への積極的参加
- ・月経PMS、更年期の症状緩和
- ・月経PMS、更年期による支障の緩和
- ・月経やPMS、更年期時のパートナーからの情緒的物理的サポート力の向上

## 長期アウトカム

産後うつやメンタルヘルス不調予防、パートナーからの支援増加によるキャリアの継続やパフォーマンス向上

月経PMSによる休職退職の減少  
昇進辞退の減少

月経PMS時のパフォーマンス向上

働く女性の仕事のパフォーマンス向上

# 事業目標（定量内容）

| 定性                  | 定量  |
|---------------------|---|
| パートナーとの関係の改善及び強化    | サービス利用前後の<br>・ 利用者とパートナーの会話時間の増加<br>・ 利用者とパートナーの関係満足度の向上  |
| メンタル不調の寛解及び増悪の予防    | サービス利用前後の<br>・ 軽度うつ寛解率の増加<br>・ 軽度うつ増悪率の減少   |
| パートナーからの情緒的サポート力の向上 | サービス利用女性のパートナーの<br>・ 情緒的表現頻度の増加<br>・ 傾聴意識の向上率<br>・ 傾聴方法の理解率                                       |
| パートナー物理的サポート力の向上    | サービス利用女性のパートナーの<br>・ 産後、月経・PMS、更年期に対するリテラシーの向上率<br>・ サポート意識の向上率<br>・ サポート時間の増加<br>・ トラブル時の対応方法理解率 |
| コミュニケーションスキルの向上     | サービス利用女性本人の<br>・ アサーション意識の向上率<br>・ アサーション方法の理解率   |
| パフォーマンス向上           | サービス利用前後でのWHO-HPQ<br>共通指標スコアが上昇した女性の割合50%   |

# 本事業の成果 (女性とパートナー全体サマリー)

女性とパートナー  
全体

## パートナーとの関係の改善及び強化



- 夫婦関係満足度尺度有意に得点が増
  - 会話量/質が向上
- 量: **67.1%**
- 質: **68.6%**

## メンタル不調の寛解及び増悪の予防



- うつ病可能性評価尺度有意差なし
- 軽度うつ病判定者

**3/4人**寛解

## パートナー情緒的サポート力の向上



- 傾聴リテラシー有意に得点が増
  - 話の聴き方が変わる
- 85.7%**
- 愛情や気遣う表現が増加**74.3%**

## パートナー物理的サポート力の向上



- 産後、月経PMS、更年期リテラシーの正答率が有意に増
  - サポート意識やサポート方法が明確に
- 91.4%**

## 女性のコミュニケーションスキルの向上



- アサーションリテラシー有意に得点が増
- パートナーへ不満や要望が伝えやすくなった**80.0%**

## 働く女性の仕事のパフォーマンス向上



- 絶対的プレゼンティーズムが改善した女性の割合が**50.0%**

キャリアの継続/パフォーマンス向上/休職退職の減少/昇進辞退の減少

# 本事業の成果 (パートナーとの関係の改善及び強化)

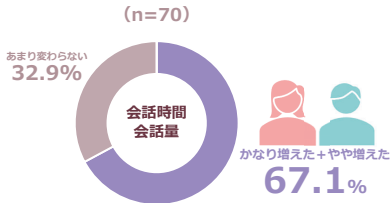
- ✓ 統計的に有意にパートナーとの関係満足度が向上
- ✓ コミュニケーションの量だけでなく、質が向上したユーザーが70%

## 関係性の向上

夫婦関係満足度尺度の得点をべあも使用前後で比較 (n=70)

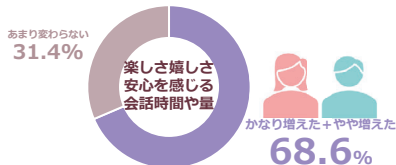


## コミュニケーション量や時間の向上

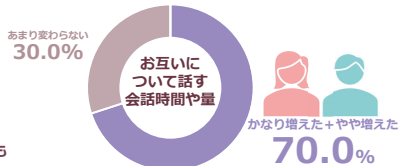


## コミュニケーションの質の向上

(n=70)



(n=70)



# 本事業の成果（メンタル不調の寛解及び増悪の予防）

- ✓ 増悪したユーザーはいなかった
- ✓ 使用前軽度うつ病判定だった女性4名のうち3名がうつ病の可能性なしへと寛解した

## | うつ病のリスク

うつ病スクリーニングテストの得点をペあも使用前後で比較（n=70）

➡ 統計的な有意差なし

## | メンタル不調の寛解及び増悪の予防

ペあも使用前軽度うつ病の女性4名中3名がペあも使用后うつ病の可能性なしへと寛解

また、1名が軽度うつ病から不変で増悪が予防された



ペあも使用前軽度うつ病の男性5名中3名がペあも使用后うつ病の可能性なしへと寛解

また、2名が軽度うつ病から不変で増悪が予防された



# 本事業の成果 (パートナーからの情緒的サポート力の向上)

- ✓ 統計的に有意にパートナーの情緒的サポートスキルが向上
- ✓ 話を聴く際の意識や聴き方が変わったパートナーが80%以上
- ✓ パートナーからの愛情表現や気遣う表現が増えた女性が70%以上

## パートナーの情緒的サポートスキル向上

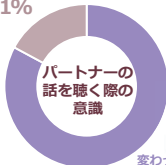
パートナーの傾聴リテラシーの得点をペアも使用前後で比較 (n=35)

➡ 統計的に有意に得点が上昇



## パートナーの話を聴く際の意識や聴き方が変わる

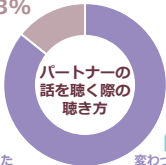
全く変わらない  
あまり変わらない  
17.1% (n=35)



変化した+少し変化した

82.9%

全く変わらない  
あまり変わらない  
14.3% (n=35)



変化した+少し変化した

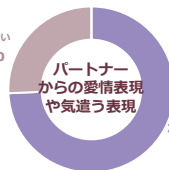
85.7%

株式会社きゅあも

## パートナーからの愛情表現や気遣う表現が増加

(n=35)

あまり変わらない  
25.7%



かなり増えた+やや増えた  
74.3%



# 本事業の成果 (パートナーの物理的サポート力の向上)

- ✓ 統計的に有意にパートナーの物理的サポートスキルが向上
- ✓ 物理的サポート意識が高まったパートナーが90%以上
- ✓ 物理的サポート方法が明確になったパートナーが90%以上

## パートナーの物理的サポートスキル向上

パートナーの産後ケア,月経PMS,更年期リテラシーの正答率を

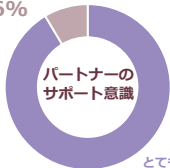
ペアも使用前後で比較 (n=35)

➡ 統計的に**有意**に得点が**上昇**



## サポート意識が高まる

全く変わらない (n=35)  
あまり変わらない  
8.6%



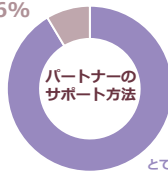
とても高まった+やや高まった

91.4%



## サポート方法が明確になる

全く変わらない (n=35)  
あまり変わらない  
8.6%



とても明確になった+やや明確になった

91.4%





# 本事業の成果 (女性のコミュニケーションスキルの向上)

- ✓ 統計的に有意に女性のコミュニケーションスキルが向上
- ✓ パートナーへ不満や要望を伝える際の意識や伝え方が変わった女性が80%以上
- ✓ パートナーへ不満や要望を伝えやすくなった女性が80%以上

## 女性のコミュニケーションスキルの向上

## パートナーへ不満や要望を伝えやすくなる

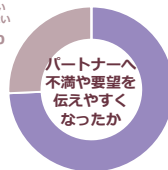
女性のアサーションリテラシーの得点をべあも使用前後で比較 (n=35)

➡ 統計的に有意に得点が上昇



全く変わらない  
あまり変わらない  
20.0%

(n=35)

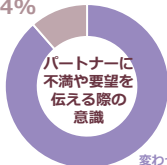


伝えやすくなった+少し伝えやすくなった

80.0%

## パートナーに不満や要望を伝える際の意識や伝え方が変わる

全く変わらない  
あまり変わらない  
11.4% (n=35)

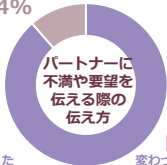


変わった+少し変わった

88.6%



全く変わらない  
あまり変わらない  
11.4% (n=35)



変わった+少し変わった

88.6%



# 本事業の成果（女性のパフォーマンス向上）

✓ 絶対的プレゼンティーズムが改善した女性の割合が50%

## 女性のプレゼンティーズムが改善



女性のWHO-HPQ共通指標のスコアをべあも使用前後で比較（n=20）

|              |             | 事前                 | 事後    |
|--------------|-------------|--------------------|-------|
| 絶対的プレゼンティーズム | 平均値         | 61.50              | 65.00 |
|              | 中央値         | 60.00              | 65.00 |
|              | 改善した人数とその割合 | <b>10人 (50.0%)</b> |       |
| 相対的プレゼンティーズム | 平均値         | 1.03               | 1.04  |
|              | 中央値         | 1.00               | 1.00  |
|              | 改善した人数とその割合 | 7人 (35.0%)         |       |

絶対的プレゼンティーズム…過去4週間の総合的なパフォーマンスを評価

相対的プレゼンティーズム…絶対的プレゼンティーズムを似た仕事の勤務者のパフォーマンスのスコアで割ったもの

健康リスクとの相関分析においては絶対的プレゼンティーズムを、損失コストを計算する場合には相対的プレゼンティーズムを使用するのが通例

# 本事業の成果 (妊婦とパートナー全体サマリー)

妊婦とパートナー

## パートナーとの関係の改善及び強化



- 夫婦関係満足度尺度  
有意に得点が上昇
- 会話量/質が向上  
量：71.4%  
質：75.0%

## メンタル不調の寛解及び増悪の予防



- うつ病可能性評価尺度  
有意に得点が減少
- 産後の不安が減少  
92.9%

## パートナー情緒的サポート力の向上



- 傾聴リテラシー  
有意に得点が上昇
- 話の聴き方が変わる  
92.9%
- 愛情や気遣う表現が  
78.6%増加

## パートナー物理的サポート力の向上



- サポート意識やサポート方法が明確になった  
92.9%
- 産後の準備が進んだ  
89.3%

## 女性のコミュニケーションスキルの向上



- アサーションリテラシー有意に得点が上昇
- パートナーへ不満や要望が伝えやすくなった  
85.7%

産後うつ予防やパートナーの育児への積極的参加

# 本事業の成果 (パートナーとの関係の改善及び強化)

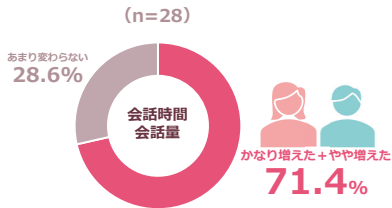
- ✓ 統計的に有意にパートナーとの関係満足度が向上
- ✓ コミュニケーションの量や時間が増加したユーザーが70%以上
- ✓ コミュニケーションの質が改善したユーザーが70%以上

## 関係性の向上

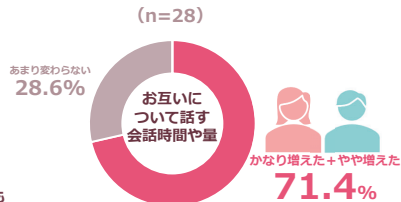
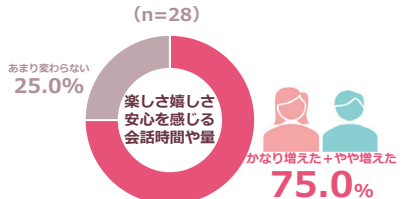
夫婦関係満足度尺度の得点をべあも使用前後で比較 (n=28)



## コミュニケーション量や時間の向上



## コミュニケーションの質の向上



# 本事業の成果（メンタル不調の寛解及び増悪の予防）

妊婦とパートナー

- ✓ 統計的に有意にうつ病の可能性のスコアが低下した
- ✓ 産後の不安が減った妊婦が90%以上

## | うつ病のリスクの低下

うつ病スクリーニングテストの得点をペアも使用前後で比較（n=13）

➡ 統計的に有意に得点が減少

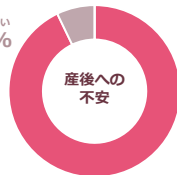
※産後に回答したユーザー1名の結果を削除



## | 産後の不安が減少

（n=14）

変わらない  
7.1%



とても減った+やや減った  
**92.9%**



# 本事業の成果 (パートナーからの情緒的サポート力の向上)

- ✓ 統計的に有意にパートナーの情緒的サポートスキルが向上
- ✓ 話を聴く際の聴き方が変わったパートナーが90%以上
- ✓ パートナーからの愛情表現や気遣う表現が増えた女性が80%近く

## パートナーの情緒的サポートスキル向上

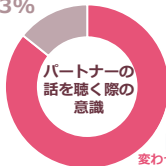
パートナーの傾聴リテラシーの得点をペアも使用前後で比較 (n=14)

➡ 統計的に**有意**に得点が**上昇**



## パートナーの話を聴く際の意識や聴き方が変わる

全く変わらない  
あまり変わらない  
14.3% (n=14)

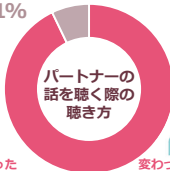


変わった+少し変わった

85.7%



全く変わらない  
あまり変わらない  
7.1% (n=14)



変わった+少し変わった

92.9%

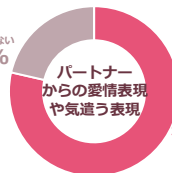


株式会社きゅあも

## パートナーからの愛情表現や気遣う表現が増加

(n=14)

あまり変わらない  
21.4%



かなり増えた+やや増えた  
78.6%

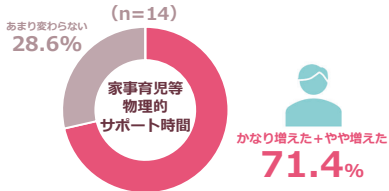


# 本事業の成果 (パートナーの物理的サポート力の向上)

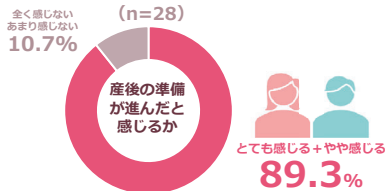
妊婦とパートナー

- ✓ パートナーからの家事育児等の物理的サポート時間が増えた妊婦が70%以上
- ✓ 産後の準備が進んだと感じた妊婦とパートナーが90%近く
- ✓ 産後の家事育児/ケア等物理的サポート意識が高まりサポート方法が明確になったパートナーが90%以上

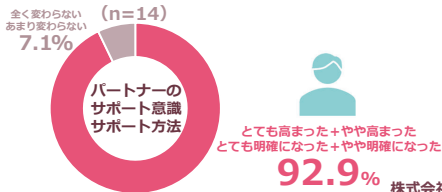
## 家事育児等の物理的サポート時間が増加



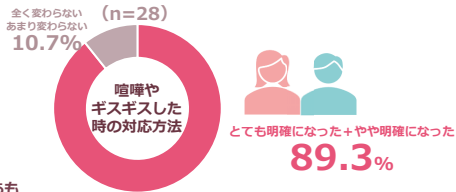
## 産後の準備が進む



## サポート意識が高まるサポート方法が明確になる



## 喧嘩やギスギスした時の対応方法が明確になる



# 本事業の成果（女性のコミュニケーションスキルの向上）

- ✓ 統計的に有意に女性のコミュニケーションスキルが向上
- ✓ パートナーへ不満や要望を伝える際の意識や伝え方が変わった女性が80%以上
- ✓ パートナーへ不満や要望を伝えやすくなった女性が80%以上

## 女性のコミュニケーションスキルの向上

女性のアサーションリテラシーの得点をべあも使用前後で比較（n=14）

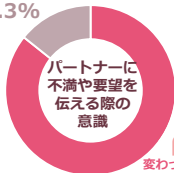
➡ 統計的に有意に得点が**上昇**



## パートナーへ不満や要望を伝えやすくなる

## パートナーに不満や要望を伝える際の意識や伝え方が変わる

全く変わらない  
あまり変わらない  
14.3% (n=14)

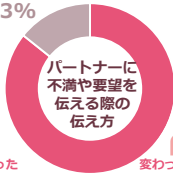


変わった+少し変わった

85.7%



全く変わらない  
あまり変わらない  
14.3% (n=14)

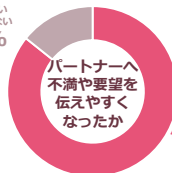


変わった+少し変わった

85.7%



全く変わらない  
あまり変わらない  
14.3% (n=14)



伝えやすくなった+少し伝えやすくなった

85.7%





# 本事業の成果（定性）

## Ⅰ ペあもを使用したカップルへのインタビュー①



いつもは気の強い妻が、産後にメンタルが不安定になって、夜中に「1人ではいられないから助けてほしい」って。ペあもでホルモンバランスのこと知らなかったらそのまま寝続けていたと思うし、知っていたからこそ心の準備ができていて、対応できた。



プログラムを通して、自分の意見ってもっと伝えても良いんだと思えたので、辛いって言えました。産後の不調も学んだ通りホルモンバランスのせいなんだ、自分のせいじゃないんだと思えて楽になった。



自分の言い方がきつかったり、それまで喧嘩が多かったんですけど、ペあもで伝え方や聴き方を学んで、いざ喧嘩しそうになったら「ペあもペあも！」って言うてお互いハッと思い出すみたいなの。魔法の言葉みたいになってます笑

# 本事業の成果（定性）

## Ⅰ ペあもを使用したカップルへのインタビュー②



ペあもをやってみて、夫婦間の雰囲気が柔らかくなったというか、旦那は言わなくても察してくれるようになったし、逆に私も相手の考えていることがとても分かるようになった。



もともとやってくれる方だったとは思うけど、ペあも以降配慮が増しているように感じる。旦那のおかげで出産前はのびのび過ごせて、産後は一緒に頑張ろうなって、すごく安心して迎えることができます。



ペあもがなかったら、旦那はここまで育児に積極的になれていなかったかもしれないって思う。今は赤ちゃんのことに気になるところがあると調べてくれたり、ちゃんとパパになろうとしてるんだなって思えて、本当に嬉しいです。

# 本事業の成果（定性）

## Ⅰ ペあもを使用したカップルへのインタビュー③



ペあものプログラムで義両親との関わり方を決めるプログラムがあったので、  
僕たちと両親のグループラインを作りました。そのすぐ後に陣痛がきて、、笑  
スムーズに連絡も取り合えたし、妻と妻の両親とのやりとりを僕も見れたのがよかったです。



プログラムで家事のレベルを下げてでも睡眠時間を確保しようって教えてもらったのは、  
すごく気が楽になりました。子供と自分たちの身体を優先にしていんだ、育児に慣れたら家のことは見直せばいいんだって、そういう心掛けでいようねって話し合えたのはとても楽です。

# 本事業の課題と対応策

## Ⅰ プログラムスキーム

### <課題>

オンライン心理療法プログラムの離脱率は50～75%といわれており、プログラム中に離脱したユーザーは約18%であったため、夫婦やカップル2人で週2～3回3か月間という、負荷が高いプログラム内容の割には離脱が少ない結果になったが、事前アンケート回答後、プログラムが始まる前の面談で離脱するユーザーが20%おり、プログラムの動機づけとなる面談がプログラム参加のハードルを上げてしまっていた。

### <対応策>

簡単なプログラムを実施してもらってから、初回の面談を行い動機づけを行ったほうが参加ハードルは下がる

## Ⅱ プログラム内容

### <課題>

サービスを受ける上でどういった負荷があったのかを聞くアンケートで、「内容の難しさ」が最も多く、インタビューにて詳細をユーザーに聞くと、内容というよりも、そもそも文字量が多く、仕事の後等疲れている時に中々頭に入りにくいという意見が多かった。

### <対応策>

プログラム中に図や動画を増やす

# 今後の展望

- ① 今回のサービス使用前後の比較をした実証にて産後うつ予防や産後のパートナーの育児への積極的参加へつながる可能性が示されたため、使用群未使用群との比較対照実験を行い規模を大きくして実証を行っていく予定です。
- ② また、産後うつや産後の症状緩和だけでなく、少子化対策としての効果検証を行い中長期的に「離婚率」や「1人目から2人目の出生率」等のデータを取得していく予定です。
- ③ 不妊治療プログラムを追加し、不妊治療をしている夫婦やカップルの良好なパートナーシップの構築をサポートします。

▼お問い合わせ先

ご興味のある、自治体様、産婦人科様、企業様いらっしゃいましたら、ぜひお声がけいただけましたら幸いです。



# 会社概要



## <設立>

2023年6月2日

## <本社所在地>

沖縄県島尻郡伊平屋村字我喜屋217-27  
伊平屋村産業連携拠点センター

## <代表者>

代表取締役 河村 哲

## <資本金/資本準備金合計>

1,000万円

## ▼ホームページ



## ▼お問い合わせ先



最終報告

株式会社TENGAヘルスケア

簡便な骨盤底筋の筋力測定デバイスおよび支援アプリケーションによる、  
骨盤底筋トレーニングの継続率・体験向上に関する検証事業

株式会社TENGAヘルスケア



1. 事業概要
2. 成果報告
3. 課題と対応策
4. 今後の予定

## <事業目的>

### ●長期的に目指す姿

本事業の実施により、女性が骨盤底筋周りの悩みを抱えずに自分のキャリアに全うできる社会の実現

### ●課題

骨盤底筋の衰えや損傷によって起こる尿失禁は女性が働く上での不安要素の一つとなります。尿失禁に対して骨盤底筋トレーニングが推奨されていますが、なかなかその成果は見えず継続が難しいという声があるのが現状です。

## <事業目的>

### ●実証の目的

今回の実証では下記2つを目的とし、弊社の商品やサービスが骨盤底筋トレーニング啓蒙の一助となれるかを検証します。

1. K-Gel CHECKER（骨盤底筋測定アイテム）は骨盤底筋トレーニングの継続に寄与するかどうかの検証
2. 本事業で開発するK-Gelサポートアプリ（仮称）によって骨盤底筋トレーニングの継続率は向上するかどうかの検証

## ●K-Gel CHECKERとは

骨盤の下部にあり尿道、膣、肛門を支え、排泄の制御や内臓を支える筋肉群である**骨盤底筋**の筋力と、骨盤底筋をしっかり動かしているかをチェックするアイテムです。目に見えない骨盤底筋を数値で可視化し、骨盤底筋トレーニングの継続をサポートするアイテムです。

### 商品画像



### 使用方法



## <実施項目①>

### ケーゲルチェッカーによる骨盤底筋トレーニング継続率の向上検証

| 実施項目                                  | 実施事項              | 計画   |
|---------------------------------------|-------------------|--|
| <p>ケーゲルチェッカーによる骨盤底筋トレーニング継続率の向上検証</p> | <p>モニターテストの実施</p> | <p>モニター対象：<br/>女性医療クリニックLUNAグループ様の失禁患者様</p> <p>介入期間：2～3か月間</p> <p>介入内容：<br/>下記3群に分けて骨盤底筋トレーニングの実施状況を把握</p> <p>①対照群（介入なし）<br/>②ケーゲルチェッカー使用群<br/>③ケーゲルチェッカーと骨盤底筋トレーニング支援アプリ併用群</p> |

## <実施項目②>

### ケーゲルサポートアプリによる骨盤底筋トレーニング継続率の向上検証

| 実施項目                             | 実施事項                    | 計画  |
|----------------------------------|-------------------------|---|
| ケーゲルサポートアプリによる骨盤底筋トレーニング継続率の向上検証 | アプリ開発                   | 初めはクローズ環境で開発<br><br>アプリコンテンツ例：<br>・トレーニングの実施記録<br>・情報提供（骨盤底周りのコラム）  |
|                                  | モニターテストの実施<br>※スライド4と同様 | モニター対象：<br>女性医療クリニックLUNAグループ様の失禁患者様<br><br>介入期間：2～3か月間<br><br>介入内容：<br>ケーゲルチェッカーと骨盤底筋トレーニング支援アプリを併用いただき、トレーニング状況を確認 |

## <実施項目③>

| 実施項目      | 実施事項   | 計画              |
|-----------|--------|-----------------|
| ヘルスケア啓蒙活動 | PRイベント | 啓蒙イベントを企画したが中止に |
|           | コラム執筆  | コラム・動画を制作中      |

## <実施目標>

### ●定性面

1. 骨盤底筋トレーニングを続けやすいものにする【長期目標】
2. 骨盤底筋トレーニングの継続や尿失禁改善がメンタルヘルスに良い作用があることを実証【中期目標】

### ●定量面

3. ケーゲルチェッカーまたはトレーニング支援アプリを使用したことによる骨盤底筋トレーニングの継続率の引き上げ【短期目標】

2023年度目標：3か月以上の継続率60%

2020年調査時：3か月以上の継続率44%\*

\* 2020年7月、20-60代女性300人にインターネットリサーチにて当社より聴取

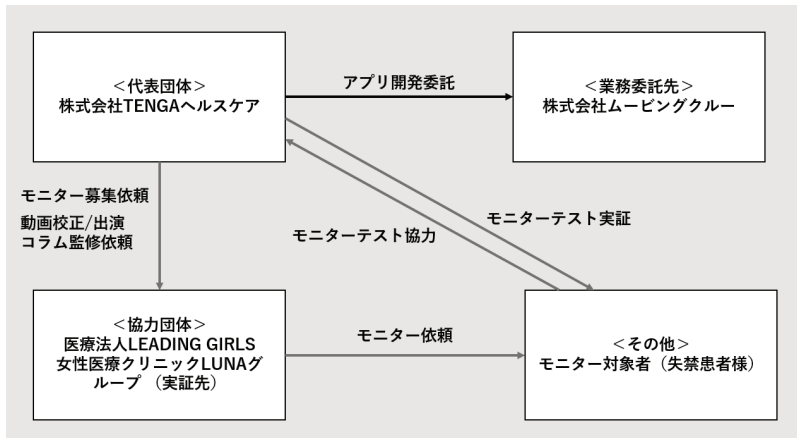
4. 骨盤底筋トレーニングの効果（尿失禁改善に効果があるのか、骨盤底筋数値向上）【短期目標】

・尿失禁改善率8割以上

・骨盤底筋の筋力及び可動性（ケーゲルチェッカーによって確認）



## <実施体制>



## ＜実施項目②＞アプリ開発

| トレーニング記録  | 測定記録  | サポート   | コラム (情報提供)  |
|---|---|--|---|
|  |  |  |  |
| <p>トレーニング状況を記録できる</p>   | <p>ケゲルチェッカーの測定値を記録し、一覧表示で確認できる</p>  | <p>ケゲルチェッカーの使い方やトレーニング方法を動画付きで説明</p>   | <p>骨盤底筋に関するコラムを閲覧できる</p>  |

## <実施項目①②>

### モニターテストの募集結果

- ・ 対照群：8名
  - ・ ケーゲルチェッカー使用群：17名（うち8名は自社EC顧客）
  - ・ ケーゲルチェッカー+アプリ併用群：15名（うち9名は自社EC顧客）
- 計40名

## <実施項目①>

### 対照群の骨盤底筋トレーニング継続率の向上検証

- ・ 対照群のモニターテスト開始1か月経過時点での骨盤底筋トレーニング継続状況は、3名が毎日、4名が2～3日に1回という結果となった。
- ・ 1名から「忘れてしまうため、スタンプの押せるスマホカレンダーでモチベーションを維持したい」という声があり、K-Gelサポートアプリの需要が伺えた
- ・ 2名からは「正しくできているか不安」という声があった

| (単位：人) | 毎日 | 2～3日に1回 | 1週間に1回程度 | 総計 |
|--------|----|---------|----------|----|
| 対象群    | 3  | 4       | -        | 7  |

## <実施項目①>

### ケーゲルチェッカーによる骨盤底筋トレーニング継続率の向上検証

- モニターテスト開始より1か月经過時点での骨盤底筋トレーニング継続状況は、ケーゲルチェッカー使用群6名のうち、2名が毎日、2名が2～3日に1回、2名が1週間に1回程度という結果となった。

| (単位：人)           | 毎日 | 2～3日に1回 | 1週間に1回程度 | 総計 |
|------------------|----|---------|----------|----|
| ケーゲルチェッカー<br>使用群 | 2  | 2       | 2        | 6  |

## <実施項目②>

### ケーゲルサポートアプリによる骨盤底筋トレーニング継続率の向上検証

- ・ モニターテスト開始より1か月経過時点での骨盤底筋トレーニング継続状況は、ケーゲルチェッカー+アプリ併用群6名のうち、3名が毎日、3名が2~3日に1回、という結果となった。

| (単位：人)               | 毎日 | 2~3日に1回 | 1週間に1回程度 | 総計 |
|----------------------|----|---------|----------|----|
| ケーゲルチェッカー<br>+アプリ併用群 | 3  | 3       | 0        | 6  |

## ＜骨盤底筋トレーニング継続状況の比較＞

・N数が少ないので参考程度にとどまるが、骨盤底筋トレーニングの継続状況をケーゲルチェッカー使用群とケーゲルチェッカー＋アプリ併用群で比較すると、ケーゲルチェッカー＋アプリ併用群の方が継続状況は良いことがわかった。一方で、対照群の継続率が一番良かった。

| 群        | 募集場所   | 平均年齢<br>(歳) | 毎日<br>(人) | 2～3日に1回<br>(人) | 1週間に1回程度<br>(人) | 合計<br>(人) |
|----------|--------|-------------|-----------|----------------|-----------------|-----------|
| ①対照群     | LUNA   | 52.8        | 3         | 4              | 0               | 7         |
|          | ①全体構成比 | -           | 42.9%     | 57.1%          | 0.0%            | 100.0%    |
| ②KC群     | EC     | 42.8        | 3         | 1              | 1               | 5         |
|          | LUNA   | 59.5        | 0         | 2              | 1               | 3         |
|          | ②全体構成比 | -           | 37.5%     | 37.5%          | 25.0%           | 100.0%    |
| ③KC+アプリ群 | EC     | 40.1        | 3         | 3              | 1               | 7         |
|          | LUNA   | 44.5        | 1         | 1              | 0               | 2         |
|          | その他    | -           | 0         | 1              | 0               | 1         |
|          | ③全体構成比 | -           | 40.0%     | 50.0%          | 10.0%           | 100.0%    |

## 〈実施項目③〉ヘルスケア啓蒙活動

- ・ コラム執筆進行中 ※医師監修記事も一部含む
- ・ 骨盤底周りの動画をLUNAクリニック理学療法士の笹岡先生と3本制作



### TENGAヘルスケア

@TENGA\_HEALTHCARE · チャンネル登録者数 24人 · 4本の動画  
性まつわる悩みや問題の解決を目指す会社「TENGAヘルスケア」の公式チャンネルで。 >

チャンネル登録

ホーム 動画 再生リスト 🔍

動画 ▶ すべて再生



【理学療法士に聞く】腰マッ  
サージのやり方  
38 回視聴 · 7日前



【理学療法士に聞く】骨盤底  
筋の力の入れ方  
45 回視聴 · 7日前



【理学療法士に聞く】骨盤底  
筋トレーニング（腰トレ）  
60 回視聴 · 7日前



骨盤底筋の筋力を測定してみ  
よう！  
2087 回視聴 · 3ヶ月前



## ＜実施目標＞

### ● 定性面

#### 1. 骨盤底筋トレーニングを続けやすいものにする【長期目標】

⇒ 今回のモニターテストの離脱状況や、3群別の骨盤底筋トレーニングの継続状況の比較から、目標には届いていないのが課題として残った。一方で、「アプリに記録ができることが楽しい」という声もいただいております、今後のインタビューやアンケートでユーザーから得られる声を大切に改善をしていく。

#### 2. 骨盤底筋トレーニングの継続や尿失禁改善がメンタルヘルスに良い作用があることを実証【中期目標】

⇒ 今回はまだモニターテスト中であるが、情報開発や医師への事実確認等によってエビデンスを得ることができた。

## ● 定量面

3. ケーゲルチェッカーまたはトレーニング支援アプリを使用したことによる骨盤底筋トレーニングの継続率の引き上げ【短期目標】

<実施項目①> ケーゲルチェッカーによる骨盤底筋トレーニング継続率の向上検証

<実施項目②> ケーゲルサポートアプリによる骨盤底筋トレーニング継続率の向上検証

| 課題   | 対応策  |
|--|--|
| モニター人数の確保<br>→特に、クリニックから弊社に紹介された参加者の離脱が目立った（約半数） | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 離脱を見越した目標人数の設定</li><li>・ クリニックでは簡単なアンケートのみにし、協力へのハードルを下げる</li><li>・ クリニックでの同意の際にメールアドレスを聴取する</li></ul> |
| リクルート時のPOPのわかりやすさ                                | クリニックと協力してわかりやすく作成（他の院内モニターのPOPの知見を借りる）  |

## <実施目標>

4. 骨盤底筋トレーニングの効果（尿失禁改善に効果があるのか、骨盤底筋数値向上）

【短期目標】

- ・尿失禁改善率8割以上
- ・骨盤底筋の筋力及び可動性（ケーゲルチェッカーによって確認）

⇒ 2~3カ月行っているモニターテストの結果を最終報告時に報告したい。

### ＜実施項目①＞ヘルスケア啓蒙活動

課題は特になし。

### <今後の成果の見通し・展望>

- ・ **トレーニング支援アプリの開発による失禁を持つ女性への情報提供**

専門家による骨盤底筋トレーニングやトレーニング方法の説明等を発信するとともに、骨盤底周りの情報開発を進め女性に正しい情報を届けられるよう発信していきます。

- ・ **骨盤底筋トレーニングの啓蒙**

骨盤底筋トレーニングは未だ知れ渡っていない一方で、女性にとっていい影響があり啓蒙する必要があるため、PRイベントやコラムを使って啓蒙していきます。



**C O N T A C T**

E-mail : [contact@tengahealthcare.co.jp](mailto:contact@tengahealthcare.co.jp)

最終報告

**TOPPANエッジ株式会社**

最終報告会

デバイス&アプリで月経随伴症状と上手く付き合う  
『女性活躍サポート複合プログラム』

2024年2月28日

TOPPANエッジ株式会社  
イノベーションセンター イノベーション推進部 健康ビジネスチーム 都成大輔



## ②本事業の目的

本実証を通し、企業における月経随伴症状  
に伴う労働損失への影響を可視化



- ・ヘルスケアIoTサービス「わたしの温度」で  
現状の自身の温度リズムを把握
- ・婦人科医師による「行動変容研修」や「オンライン医療  
相談サービス」の複合プログラムを受講

➡労働パフォーマンスの分析・効果測定



女性従業員の労働パフォーマンス改善  
「導入費用」 < 「労働損失削減効果額」  
となるエビデンス獲得

(参考) わたしの温度®とは~ブランドコンセプト~

# リズムと生きていく わたしの温度

人それぞれに「わたし」が存在し、誰もが自分らしさを探しています。

一人でも多くの女性に、自分にあった幸せをつかんでほしいから。

寝ている間に女性特有のリズムを自動計測する新習慣デバイス。

あなたの毎日に寄り添いながら、ココロとカラダのキレイを応援します。



(参考) わたしの温度®の使い方

## 「つけて寝るだけ」で、手間なく自分の温度リズムを把握できる

### 「わたしの温度」を使う場合



専用ナイトブラにデバイスを  
セットして入眠

・つけて



寝ている間に自動で計測

・寝るだけ



翌朝アプリで確認するだけ

・定時に起床する必要なし

つけて寝るだけで「わたしの温度」が  
自動で計測&記録してくれるから  
**手間なく、継続しやすい**

### 一般的な基礎体温計を使う場合



枕元に基礎体温計を  
準備して入眠



毎朝定時に起床後すぐに  
寝たまま体温計を口に入れ  
約5分計測



体温を確認



周期表に体温を記入する

毎日続けるのは、かなり面倒。  
基礎体温計での測定自体がストレス…

## 提供価値イメージ

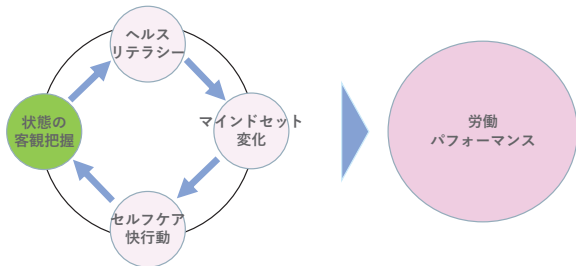


## 研修 + 医療相談のみ



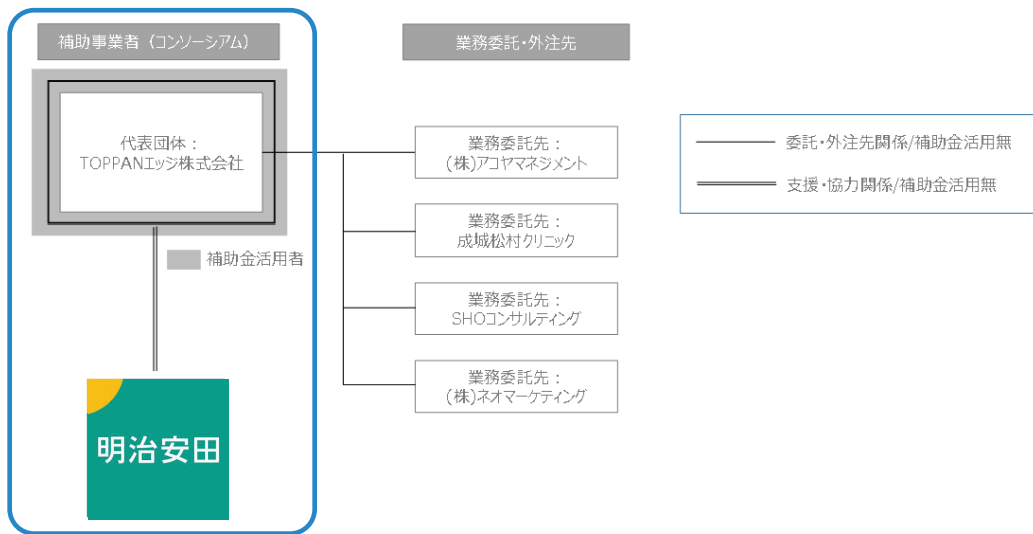
仮説：効果が一時的で継続性に課題

## わたしの温度 + 研修 + 医療相談



ヘルスリテラシーの向上やマインドセットの持続性を高め、効果を最大化に。  
→フェムテックの企業導入が進み、人的資本経営の実現に寄与

# 実施体制図 (補助事業者提案書より参照)



明治安田生命様のフィールドにて検証実施中

## ③実施項目および達成状況について

(経産省事務局定例フォーマット参照)

| 実施事項                | 7月  |       |       | 8月    |      |      | 9月    |       |      | 10月  |       |       | 11月  |     |      | 12月   |       |      | 1月   |       |       | 2月   |      |       | 3月    |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
|---------------------|-----|-------|-------|-------|------|------|-------|-------|------|------|-------|-------|------|-----|------|-------|-------|------|------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|-----|------|-------|-------|------|------|-------|-------|------|
|                     | 3-9 | 10-16 | 17-23 | 24-30 | 31-6 | 7-13 | 14-20 | 21-27 | 28-3 | 4-10 | 11-17 | 18-24 | 25-1 | 2-8 | 9-15 | 16-22 | 23-29 | 30-5 | 6-12 | 13-19 | 20-26 | 27-3 | 4-10 | 11-17 | 18-24 | 25-31 | 1-7 | 8-14 | 15-21 | 22-28 | 29-4 | 5-11 | 12-18 | 19-25 | 26-3 |
| <b>実施項目1 事前準備</b>   |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ①倫理審査               | →   |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ②モニター募集             |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ③モニター選定             |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ④測定器配布              |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| <b>実施項目2 行動変容研修</b> |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ①1回目セミナー構築          |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ②1回目セミナー実施          |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ③2回目セミナー構築          |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ④2回目セミナー実施          |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| <b>実施項目3 記録</b>     |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ①リズム把握              |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| <b>実施項目4 効果測定</b>   |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ①事前アンケート構築          |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ②事前アンケート実施          |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ③事後アンケート構築          |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ④事後アンケート実施          |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ⑤アンケート分析            |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| <b>実施項目5 事業成果発信</b> |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ①成果報告会              |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ②実証先への成果報告          |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ③企業への成果発信           |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |
| ④健保組合への成果発信         |     |       |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |      |     |      |       |       |      |      |       |       |      |      |       |       |       |     |      |       |       |      |      |       |       |      |

大筋進捗通り推移 (研修→記録→効果測定)

# 成果(1)・実施項目ごとの成果について(募集状況および行動変容研修)

## ■募集状況

定員(300名)に対し、約400名募集  
 →年齢層(20~40代)に分け、抽選実施

グループ分けして効果検証

Aグループ(わたしの温度を使用)  
 人数146名



専用ナイトブラ  
 セットして入眠

・つけて

寝ている間に自  
 ・寝るだけ

Bグループ(基礎体温計を使用)  
 人数146名



毎朝定時に起床後  
 寝たまま体温計を  
 約5分計測

体温を確認

周期表に体温を記

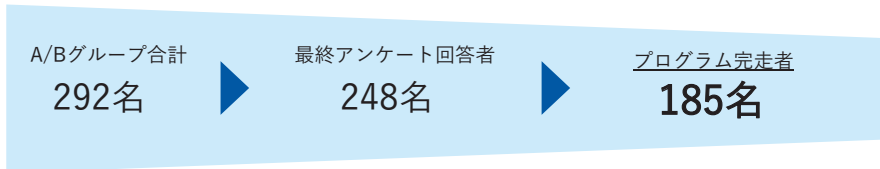
## ■行動変容研修 (2回実施)



- ・明治安田生命/人事部様にご挨拶頂き研修開催
- ・当日視聴できない人の為にアーカイブ配信実施

## 成果(2)・・・実証全体を通じたアンケート結果について

### ■前提条件・・・対象者について



### ■実証の成果

| 項目                          | 目標     | 結果     |
|-----------------------------|--------|--------|
| ①自身の状態を客観的に把握できたか           | 75%    | 84%    |
| ②マインドセットは変化したか/<br>目標設定できたか | 75%    | 85%    |
| ③ヘルスリテラシーは向上したか             | 75%    | 77%    |
| ④改善行動の質・量は向上したか             | 75%    | 86%    |
| ⑤WHO-HPQのB11における平均上昇率       | 1.50pt | 85%    |
|                             |        | 0.96pt |

大筋  
目標達成

実施者側および参加者側にとって社会実装の示唆に関するデータを獲得



# 効果試算

## ○1人当たりの損失削減効果

※分析方式：WHOの指標（HPQ）を使用して算出した本実証の相対的プレゼンティーズムの損失割合を元に、1年間の労働損失差額を算出。

（単位：万円/年・人）

| 区分           | グループ | 事前スコア | 事後スコア | 平均給与水準 | 損失額:事前 | 損失額:事後 | 損失差額 |
|--------------|------|-------|-------|--------|--------|--------|------|
| 相対的プレゼンティーズム | 185名 | 0.82  | 0.93  | 314    | 56     | 21     | 35   |

（女性の平均給与水準・国税庁「令和4年分民間給与実態統計調査」で試算）

今後、立上げ予定である「ソリューション導入費用（数万円想定/年・人）」より「労働損失削減効果額」の方が、“効果大”となる構造を可視化

## ④実証を通じた反省および推進策（社会実装を進めていくために・・・）

## 反省点

## 推進策

- 1) 参加時に目的意義がきちんと伝わる工夫が必要！

参加者側の要素

- ・意義・ビジョン（女性活躍に繋がる・労働損失低減に繋がる）を魅力的に伝達できる方法・訴求について、担当窓口の総務の方々と密に連携して進めていく。  
（今回の経験/実績を今後活かす）

- 2) 利用率低減への施策が必要

参加者側/実施者側の要素

- ・短期スパンでイベント開催など、飽きさせない方策の立案
- ・寄り添いながら、参加者の持続性を高める施策立案  
（ex. 伴走できるサービス拡充、等）

- 3) アプリ・デバイスの使い勝手の更なる進化

実施者側の要素

- ・UIの継続改善および情報発信における量/質の向上
- ・継続できる楽しさの訴求（ギミック・仕掛け、等）

## ⑤今後の事業計画について

<1st>

本実証を元にブラッシュアップ  
社会実装を行い、企業/自治体に積極推進  
(TOPPAN取引先2万社を足掛かりに事業創出)

<2nd>

データ活用サービスへの事業展開

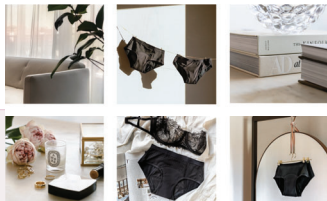
～女性活躍/人的資本経営/日本経済全体のパフォーマンス向上実現  
を目指す。ヘルスケアデータを利活用し社会全体のQOL向上へ～



**TOPPAN**

最終報告

株式会社Period.



## 就業女性の月経に関する健康課題についての自己理解 管理者と従業員及び従業員同士の相互理解促進事業

～吸水ショーツをきっかけとした教育プログラムの開発～

## 事業について

### ●目的

吸水ショーツをきっかけに、女性自身、管理者、従業員というそれぞれの立場から月経に関して理解することが女性活躍を推進し働きやすい職場づくりに繋がることを知ってもらう。

### ●目標

- ①女性自身が月経に関してこれまでとは異なるケア方法があることを知り、その効果を実感することで月経に対する負担感や考え方が変容し仕事のパフォーマンスを向上させる。
- ②吸水ショーツによる効果検証の結果を客観的に示すことで、男女問わず、月経に関する意識を向上させる。

### ●事業の背景

吸水ショーツが心身の変化をもたらすツールになりうる商品であることを顧客コミュニケーションから感じていた。また、月経の不調は女性の健康に関する知識を当事者と周囲の人々で等しく持つことが解決の糸口でもあると考えられるため、吸水ショーツを通じて女性が身体に関心を持つ機会を提案し、さらに女性だけでなく同僚や管理職の理解が得られるようなコミュニケーションと相互理解の鍵となるきっかけを探求する必要があり実証へ参加。

## 実施事業

### STEP1: 実証研究「就業女性の月経に関する課題と仕事のパフォーマンスに対する吸水ショーツの効果」

「吸水ショーツ」という日本ではまだ馴染の薄いフェムテック製品を用いた効果検証を行うことは、その存在自体を知ることに関わり、さらに吸水ショーツや月経ごとの調査に参加することで、自らの月経に関心を向ける機会になると想定。

吸水ショーツを日常に取り入れた組(介入群)と吸水ショーツを使用しない組(非介入群)に分けて仕事のパフォーマンスに変化が生じるかを調査。吸水ショーツがもたらす有効性についてを研究。

### STEP2: 企業向けのオンラインセミナー

効果検証の結果という客観的データを示すことで、男性にも女性にも月経に対する関心をより高め、個人情報に触れることなく、月経に関するリテラシーを高める契機となると想定。

吸水ショーツの研究データを元に月経のケアをすることで生じる社会的な影響を踏まえながらその必要性和自分の体を知ることの大切さを知ってもらう機会とする。



## 実施事業

### STEP1: 実証研究「就業女性の月経に関する課題と仕事のパフォーマンスに対する吸水ショーツの効果」

「吸水ショーツ」という日本ではまだ馴染の薄いフェムテック製品を用いた効果検証を行うことは、その存在自体を知ることに関わり、さらに吸水ショーツや月経ごとの調査に参加することで、自らの月経に関心を向ける機会になると想定。

吸水ショーツを日常に取り入れた組(介入群)と吸水ショーツを使用しない組(非介入群)に分けて仕事のパフォーマンスに変化が生じるかを調査。吸水ショーツがもたらす有効性についてを研究。

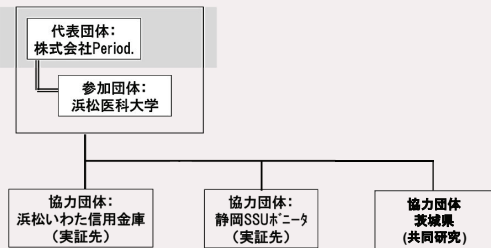
- ・月経に関する負担感、不快感、困り感は、介入群でほとんどの項目で低下し、生理用品の満足度(※)は上がった。
- ・統計学的に有意差のあった項目は、23項目中16項目であった。一方で対象群では変化はみられなかった。

### STEP2: 企業向けのオンラインセミナー

効果検証の結果という客観的データを示すことで、男性にも女性にも月経に対する関心をより高め、個人情報に触れることなく、月経に関するリテラシーを高める契機となると想定。

吸水ショーツの研究データを元に月経のケアをすることで生じる社会的な影響を踏まえながらその必要性和自分の体を知ることの大切さを知ってもらう機会とする。

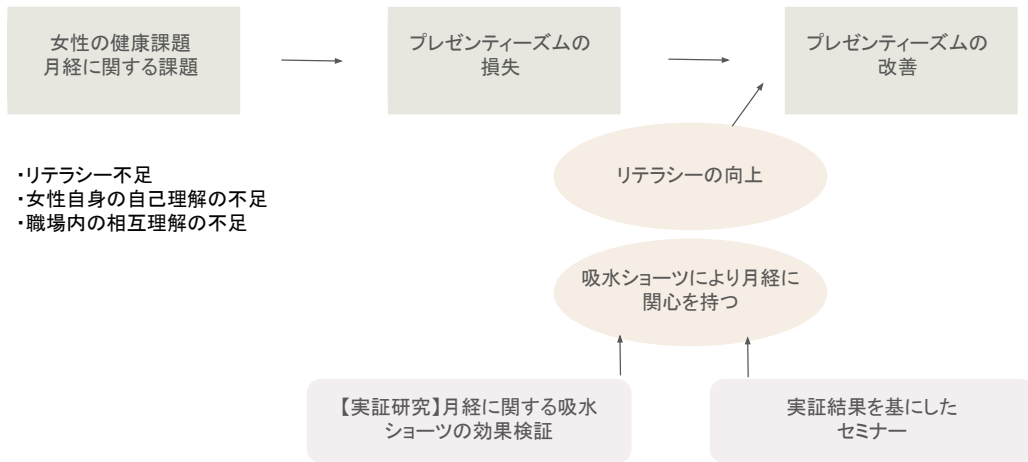
## 実施体制



Period. × 浜松医科大学との取り組み

- ・共同研究
- ・研究を基にしたセミナーの開発

## 事業の実施フロー



# 成果報告

## STEP1:実証研究

### 「就業女性の月経に関する課題と仕事のパフォーマンスに対する吸水ショーツの効果」

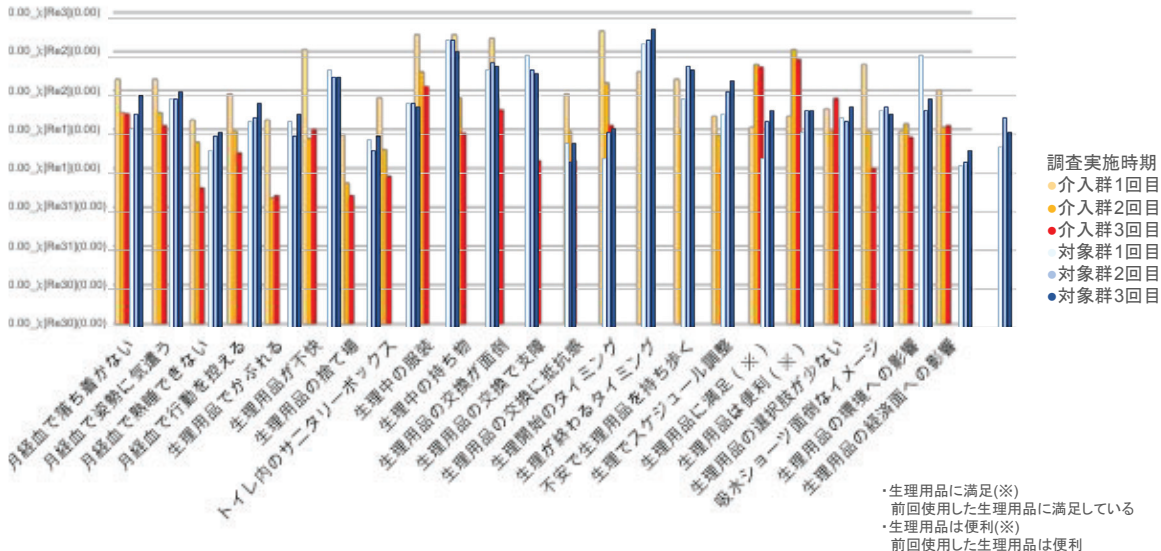
#### 調査方法

- ・2023年8～12月、就業女性を対象に吸水ショーツを着用する「介入群」と未着用の「対象群」で月経周期の黄体期に HPQ(プレゼンティズム)、睡眠効率および月経に関する負担感、不快感、困り感に変化があるかを調査した。
- ・両郡で介入前のプレゼンティズム数値が均等になるよう、振り分けは HPQ得点の高い順に振り分けた。

#### 調査結果

- ・月経に関する負担感、不快感、困り感は、介入群でほとんどの項目で低下し、生理用品の満足度(※)は上がった。
- ・統計学的に有意差のあった項目は、23項目中16項目であった。一方で対象群では変化はみられなかった。

# 月経の負担感・不快感・困り感の変化＜吸水ショーツ着用前と着用後の比較＞



# プレゼンティズムの変化

介入前から介入後②へのプレゼンティズムの変化

|         |      | 全体 N=41   | 介入群 n=20 | 対照群 n=21  |
|---------|------|-----------|----------|-----------|
|         |      | 介入前→介入②   | 介入前→介入②  | 介入前→介入②   |
| 相対的HPQ  | 下降   | 8( 19.5)  | 6( 30.0) | 2( 9.5)   |
|         | 変化なし | 12( 29.3) | 6( 30.0) | 6( 28.6)  |
|         | 上昇   | 21( 51.2) | 8( 40.0) | 13( 61.9) |
| 絶対的HPQ  | 下降   | 8( 19.5)  | 6( 30.0) | 2( 9.5)   |
|         | 変化なし | 16( 39.0) | 6( 30.0) | 10( 47.6) |
|         | 上昇   | 17( 41.5) | 8( 40.0) | 9( 42.9)  |
| SPQ(実数) | 下降   | 13( 31.7) | 7( 35.0) | 6( 28.6)  |
|         | 変化なし | 7( 17.1)  | 4( 20.0) | 3( 14.3)  |
|         | 上昇   | 21( 51.2) | 9( 45.0) | 12( 57.1) |

※上昇しているほど改善していることを示す

## 結論

- ・相対的HPQが改善した女性の割合は全体で 50%以上であった
- ・絶対的HPQが改善した女性の割合は全体で 40%以上であった
- ・SPQが改善した女性の割合は全体で 50%以上であった

吸水ショーツの着用有無による有意差はなかったが、効果指標であるプレゼンティズムの改善 50%以上は達成できたと判断でき、実証への参加のような意識づけはプレゼンティズムに有効であることが示唆された

# ワークエンゲイジメントの変化

| 介入前から介入後②へのワークエンゲイジメントの変化 |      |           |           |           |
|---------------------------|------|-----------|-----------|-----------|
|                           |      | 全体 N=41   | 介入群 n=20  | 対照群 n=21  |
|                           |      | 介入前→介入②   | 介入前→介入②   | 介入前→介入②   |
| UWES総合                    | 下降   | 24( 58.5) | 11( 55.0) | 13( 61.9) |
|                           | 変化なし | 3( 7.3)   | 1( 5.0)   | 2( 9.5)   |
|                           | 上昇   | 14( 34.1) | 8( 40.0)  | 6( 28.6)  |
| 活力                        | 下降   | 20( 48.8) | 8( 40.0)  | 12( 57.1) |
|                           | 変化なし | 8( 19.5)  | 5( 25.0)  | 3( 14.3)  |
|                           | 上昇   | 13( 31.7) | 7( 35.0)  | 6( 28.6)  |
| 熱意                        | 下降   | 20( 48.8) | 9( 45.0)  | 11( 52.4) |
|                           | 変化なし | 11( 26.8) | 5( 25.0)  | 6( 28.6)  |
|                           | 上昇   | 10( 24.4) | 6( 30.0)  | 4( 19.0)  |
| 没頭                        | 下降   | 18( 43.9) | 9( 45.0)  | 9( 42.9)  |
|                           | 変化なし | 9( 22.0)  | 3( 15.0)  | 6( 28.6)  |
|                           | 上昇   | 14( 34.1) | 8( 40.0)  | 6( 28.6)  |

## 結論

・ワークエンゲージメントのスコア (UWES)が上昇した女性の割合は70%に至らなかったが、介入群の方が上昇した割合が多かった

ワークエンゲージメントはさまざまな要因が関連するという先行研究もあり  
吸水ショーツ以外の要因の影響が大きかったと推測される

# 月経随伴症状負担感の変化

|               |      | 介入前から介入後②への月経随伴症状負担感の変化 |                   |            |
|---------------|------|-------------------------|-------------------|------------|
|               |      | 全体 N=41                 | 介入群 n=20          | 対照群 n=21   |
|               |      | 介入前→介入②                 | 介入前→介入②           | 介入前→介入②    |
| コントロール<br>不能感 | 下降   | 24 ( 58.5)              | <b>14 ( 70.0)</b> | 10 ( 47.6) |
|               | 変化なし | 3 ( 7.3)                | 1 ( 5.0)          | 2 ( 9.5)   |
|               | 上昇   | 14 ( 34.1)              | 5 ( 25.0)         | 9 ( 42.9)  |
| 不遇感           | 下降   | 21 ( 51.2)              | <b>11 ( 55.0)</b> | 10 ( 47.6) |
|               | 変化なし | 3 ( 7.3)                | 2 ( 10.0)         | 1 ( 4.8)   |
|               | 上昇   | 17 ( 41.5)              | 7 ( 35.0)         | 10 ( 47.6) |

## 結論

- ・コントロール不能感は、介入群で70%が減少、対照群は47.6%
- ・不遇感は、介入群で55.0%減少、対照群で47.6%減少
- ・月経の不快感・困り感23項目で介入前から介入後②に改善したのは、介入群において15項目が対照群より有意に改善

吸水ショーツの着用は、月経に関するコントロール不能感や不快感・困り感の改善に有効であることが示唆された



# 睡眠効率

介入前から介入後②への睡眠効率・総睡眠時間の変化

|       |      | 全体 N= 38 |      | 介入群 n= 17 |      | 対照群 n= 21 |      | CramerV |
|-------|------|----------|------|-----------|------|-----------|------|---------|
|       |      | n        | %    | n         | %    | n         | %    |         |
| 睡眠効率  | 減少   | 16       | 42.1 | 6         | 35.3 | 10        | 47.6 | 0.12 ns |
|       | 変化なし | 0        | 0.0  | 0         | 0.0  | 0         | 0.0  |         |
|       | 上昇   | 22       | 57.9 | 11        | 64.7 | 11        | 52.4 |         |
| 総睡眠時間 | 減少   | 22       | 57.9 | 7         | 41.2 | 15        | 71.4 | 0.31 ns |
|       | 変化なし | 0        | 0.0  | 0         | 0.0  | 0         | 0.0  |         |
|       | 上昇   | 16       | 42.1 | 10        | 58.8 | 6         | 28.6 |         |

## 結論

- ・睡眠効率は介入群も対照群も50%以上の人が上昇
- ・介入群はそれに加え総睡眠時間も50%以上上昇
- ・「月経血で熟睡できない」という困り感が50%以上減少

吸水ショーツの着用は睡眠にもよい影響をもたらすことが示唆された

# 成果報告

## STEP2:企業向けのオンラインセミナー

### 概要

オンラインセミナー実施団体: 浜松いわた信用金庫、静岡 SSUポニータ  
実施期間: 1/22(月)~2/9(金)  
実施要領: 庫内のイントラネットで周知、任意参加

### 参加者

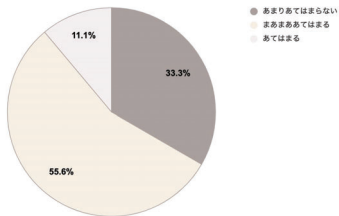
参加人数: 18名  
男女比: 女性66.7%、男性33.3%  
参加者の属性: 一般社員50%、課長相当27.8%、係長相当5.5%、その他16.7%

# セミナー実施による効果

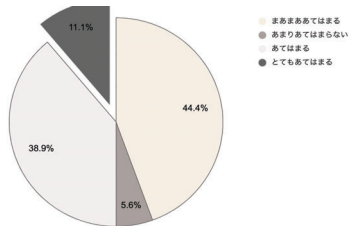
Q: 女性の健康についてのたくさんの情報から、自分に合ったものを選ぶことができる。

※男性の場合は、「女性の健康についてのたくさんの情報から、職場の女性社員へ必要な情報を提供することができる。」としてお答えください。

受講前調査



受講後調査



受講後に「とてもあてはまる」回答が出現  
「あまりあてはまらない」回答が減少

# セミナー実施による効果

## 受講後調査

Q:セミナー受講前と比べて、月経の意味についての理解はどう変わりましたか？

94.4% 理解が深まった

Q:セミナー受講前と比べて、月経について理解しようと思う気持ちはどう変わりましたか？

94.4% もっと理解する事が必要

Q:月経について知ることが、女性の活躍を推進し働きやすい職場づくりにつながると思いますか？

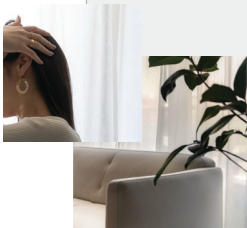
61.1% 思う、38.9% どちらかと言えば思う

月経について知るきっかけを創出することで自身の対処法をはじめ社会全体での取り組みが必要である課題だという気づきに繋がる

## 課題と対応策

①実証研究において、被験者数の確保

②セミナー実施企業の開拓



## 課題と対応策

### ①実証研究において、被験者数の確保

- ・吸水ショーツを取り扱うブランドとして吸水ショーツを使用したことがない人  
月経に興味がない属性をリクルーティングすることが困難だった
- ・正確なデータを回収するために Fitbitの着用や3ヶ月に及ぶ期間も参加の足踏みと  
なった

女性の健康課題に取り組みに興味を持つ企業とのリレーションシップの開拓と企業を超え地域や団体との協力によって、より有効なデータの回収を目指していきたい

## 課題と対応策

### ②セミナー実施企業の開拓

- ・女性の健康課題への関心が高まっている企業の数はまだあまり多くはない
- ・広い範囲で知ることの有効性を広報していく必要がある

toBの文脈だけではなく、toCとしての興味喚起を促していくことが必要  
自分ごととして捉えられるようなアプローチを日頃から実施していく  
必要性がある

## 今後の予定

- ・実証で制作したセミナー内容を基にした企業の管理職や従業員に向けたセミナーの開催
- ・toC向けセミナーの企画
- ・実証研究の継続



THANKYOU



“ The only thing holding you back is you.  
Change yourself to change the world.”

自分を制限する壁は自分の中にある  
当たり前を変えれば世界も変わる

最終報告

**株式会社Famileaf**



# Famileaf

妊婦向け体調管理・生活支援アプリケーションの  
利用による、妊婦・パートナーの健康意識の変化の検証  
最終報告資料

Feb. 2024

## 事業の目的

妊婦さんに関する以下の課題の解決を目指す。

- 妊婦が信頼できる情報に容易にアクセスできず不安をかかえていること
- サポートが必要な職場内の妊婦に適切な支援が提供しづらいこと

## 実施項目

### 妊婦・パートナー向け体調管理・生活支援アプリ「hug+u（はぐゆー）」の提供

#### 実施事項①

**対象** 実証先団体に在籍の妊婦とそのパートナー、パートナーが妊娠している社員とそのパートナー

**内容** 妊娠期の体調管理や自身のケア等に関する情報、および体調管理ツールを継続的に提供する。  
また、アプリの利用により、どの程度妊娠期のヘルスリテラシーが向上するか調査する。

**目標** 妊婦50名、パートナー30名の確保

はぐゆー  
hug+u



妊娠中に気になる体調項目を多くそろえており、  
症状の記録も可能です。

そのほか、週ごとの健康のアドバイスや、体調が  
悪い場合に病院へ連絡する目安も掲載しており、  
妊娠中の生活を広く支援します。

## 実施項目

### 実証先団体が提供している女性・妊婦向け支援サービスの妊婦に対する周知

#### 実施事項②

**対象** 実証先団体に在籍の妊婦

**内容** 妊婦（特に妊娠公表前の妊娠初期の妊婦）に対し、貴社の女性・妊婦向け支援内容をメールで直接にお知らせすることで、働きやすさの体感や貴社へのロイヤリティが向上するか調査する。

**目標** 妊婦30名の確保

今年度事業で、勤務先企業のサポート体制を妊婦に届けることが、働きやすさやロイヤリティに貢献することが分かれば、次年度以降でアプリ内で勤務先からのメッセージを受信できる機能の追加を検討します。

はぐゅー  
hug+u

# 実施体制

## 代表団体



## 実証先（協力団体）



株式会社ワコール様



SOMPOひまわり  
生命保険株式会社様



茨城県庁様

## 実施事項①の成果 妊婦・パートナー向け体調管理・生活支援アプリ「hug+u（はぐゆー）」の提供

### 実施した内容

コンテンツ追加やアプリの操作性・機能性改善のためのアプリ改修を実施した。

また、事業開始時に想定していた株式会社ワコール様に加え、茨城県庁様、SOMPOひまわり生命保険株式会社様にご協力いただき、お勤めの妊婦さん・パートナーさんにサービスをご利用いただきアンケートを実施した。

追加で10名（妊婦7名、パートナー3名）のお子さまをお持ちの方にインタビュー調査を行い、妊娠期に役に立ったサービスやあれば助かったサービスについて伺った。

### 参加した人数

妊婦 **22**名      パートナー **6**名

目標(50名)に対し44%      目標(30名)に対し20%

### 事後アンケートの回収数

妊婦 **15**名      パートナー **3**名

回収率 68%      回収率 50%



## 実施事項①の成果 妊婦・パートナー向け体調管理・生活支援アプリ「hug+u（はぐゆー）」の提供

### アンケート結果

共通事業評価指標3-1～3-3のすべてが実証事業前後で増加した参加者の割合  
 ※事前・事後アンケートの両方に回答した参加者のみから算出

6%  
 目標値 70%

過去1-2年の仕事ぶりに関する質問（3-2）と過去4週間の仕事ぶりに関する質問（3-3）では事前アンケートよりも事後アンケートで低スコアをつけた参加者が多かった。妊娠中の方を対象とした事業であり、業務量の削減をしたり産休に入る方が多いことが影響しているものと思われる。

一方で他社員と比較した自身の仕事ぶりに関する質問（3-1）では事後アンケートで上昇傾向が見られた。

共通事業評価指標3-1で実証事業前後で同値以上となった参加者の割合  
 ※事前・事後アンケートの両方に回答した参加者のみから算出

83%

## 実施事項①の成果 妊婦・パートナー向け体調管理・生活支援アプリ「hug+u（はぐゆー）」の提供

妊婦およびそのパートナーに対し、妊娠期の体調管理や自身のケア等に関する情報、および体調管理ツールを継続的に提供することで、妊娠期のヘルスリテラシーが向上したことを検証するため、以下の分析を行った。

女性の場合：女性の健康についてのたくさんの情報から、自分に合ったものを選ぶことができる。  
男性の場合：女性の健康についてのたくさんの情報から、職場の女性社員へ必要な情報を提供することができる。

共通事業評価指標2-3のスコアが実証事業前後でよりよく変化した参加者の割合

※事前・事後アンケートの両方に回答した参加者のみから算出

50%

変化がなかった参加者を含めると83%

女性の場合：自分の体のことについて、アドバイスや情報を参考にして実際に行動することができる。  
男性の場合：女性特有の健康課題について、アドバイスや情報を参考にし、理解している。

共通事業評価指標2-4のスコアが実証事業前後でよりよく変化した参加者の割合

※事前・事後アンケートの両方に回答した参加者のみから算出

33%

変化がなかった参加者を含めると78%

情報の取捨選択に関しては半数の参加者でスコアの改善が見られたが、行動変容レベルでは改善した割合は33%にとどまった。

## 実施事項①の成果 妊婦・パートナー向け体調管理・生活支援アプリ「hug+u（はぐゆー）」の提供

### インタビュー結果

インタビュー調査にご協力いただいた方から、以下のようなご回答を得られた。

Q. 妊娠中に役立ったサービスは何か？

A.

妊娠後期までは出産予定日までの日数や赤ちゃんの状態が確認できるアプリを、後期以降は不安を和らげるため、掲示板で先輩ママの声を調べるが多かった。

30代 女性

掲示板サイトの回答はさまざまにどの情報を参考にすればよいか難しい面があるが、ひとそれぞれの妊娠があると思えば安心につながった。

30代 女性

妊婦とパートナーでアカウント連携ができるアプリを使って、日頃の日記的なやりとりをしていた。今では思い出としてアプリを消さずに残している。

30代 男性

## 実施事項①の成果 妊婦・パートナー向け体調管理・生活支援アプリ「hug+u（はぐゆー）」の提供

### インタビュー結果

インタビュー調査にご協力いただいた方から、以下のようなご回答を得られた。

**Q.** 妊娠中にあればよかったサービスは何か？

**A.**

夫が慣れないながらも料理を作ってくれていたが、摂るべき・避けるべき食材や栄養素についての知識がない。文字だけでなく写真付きで妊婦向けレシピを紹介してほしい。

30代 女性

パートナーに妊娠の大変さを理解してほしい。任意だと協力してくれないので、パートナーも一定期間はおもりを必ず抱かないといけない法律にしては？

30代 女性

自治体の妊婦が集まる集会があったが、比較的若めで妊娠したため年齢層が合わず馴染めなかった。同年代の妊婦と交流できる仕組みがあればありがたいと思った。

20代 女性

## 実施事項②の成果 実証先団体が提供している女性・妊婦向け支援サービスの妊婦に対する周知

### 実施した内容

株式会社ワコール様から参加いただいている妊婦さんに対し、ワコール様にて実施されている女性・妊婦向けのサポートサービス等の情報を週次でメールにて直接配信した。

アンケート調査（実施事項①と共通）では、本事項が役立ったか、ほかにお勤め先と連携した機能としてどのようなものがあると役立つかを伺った。

### 参加した人数

妊婦 **9** 名

目標(30名)に対し30%

### 事後アンケートの回収数

(実施事項①と共通)

妊婦 **7** 名

回収率 78%

## 実施事項②の成果 実証先団体が提供している女性・妊婦向け支援サービスの妊婦に対する周知

### アンケート結果

Q. 2-11 あなたは下記について当てはまりますか。「私は、現在の会社に対し、愛着を持っている。」

|                      | 人数 | 割合  |
|----------------------|----|-----|
| 会社に対する愛着の度合いが上昇した    | 2名 | 29% |
| 会社に対する愛着の度合いが変化しなかった | 4名 | 57% |
| 会社に対する愛着の度合いが低下した    | 1名 | 14% |

Q. 2-14 利用・導入したフェムテック等サポートサービスについて、あなたの心身、キャリア、組織に及ぼした良い影響を具体的に教えてください。

|                     | 人数 | 割合  |
|---------------------|----|-----|
| 現在の勤務形態での勤務ができると思った | 1名 | 14% |
| あまり変わらなかった          | 6名 | 86% |

勤務先に対する愛着はわずかながら上昇傾向が見られたが、残念ながら具体的に認識できるレベルでの働きやすさの改善にはつながらなかった。

## 実施事項②の成果 実証先団体が提供している女性・妊婦向け支援サービスの妊婦に対する周知

### アンケート結果

Q. お勤め先の支援制度の紹介は役に立ちましたか？

メールでの配信は役に立った

2名

役に立ったが、メール以外の方法（アプリ通知等）で通知してほしい

2名

役に立たなかった・不要だ

3名

情報発信自体は半数以上の方に役立つものとして評価いただいたが、アンケート対象者以外へのインタビューでもLINEでメッセージが届く方が便利だという声も多いことから、実装する場合はアプリ通知およびLINEメッセージでの発信を行う。

## 課題と対応策①

### 課題

企業様にご協力いただくにあたり、どのようなメリットがあるのか明確に提示できておらず、スムーズな連携が難しいときがあった。



### 今後の対応策

ご協力いただくにあたり、事業の内容やモニターの募集要項等を作成してお渡ししていたが、協力によるメリットを明確に記載したページを設けていなかった。  
今後の同様の資料作成時は、協力によるメリットを記載したページを設け、面談時等において十分に告知を行うようにする。



## 課題と対応策②

### 課題

「妊娠中」という属性はかなり限定的であり、協力企業を経由して数多く募集することに困難があった。



### 今後の対応策

企業にご協力いただき妊婦を探すという流れではなく、大型の産科病院に通院・入院されている妊婦から働いている・直近まで働いていた方を探す方法を検討する。

(別事業として計画を進めている研究事業では、年間出生数の多い産科病院に研究フィールドとしてご協力いただく想定となっている。)

弊社の妊婦向けサービスに対する感想や、妊娠期にあるべきサービスについての調査を行う場合は、妊婦を対象を必ずしも限定する必要はないため、数年以内に出産された方を含めて募集する。

## 課題と対応策③

### 課題

アプリに搭載している機能の数が多すぎることを懸念していたが、実際のアンケートではさまざまな機能が1つのアプリで完結している方がありがたいとの声もあり、機能を集約する方針は問題なかった。

一方で、インタビューでも言及されることが多かった、特にニーズが高いと思われる掲示板機能や買い物リスト機能については各種機能として分かりやすい場所に配置されていない状況である。



### 今後の対応策

アンケート・インタビュー結果を踏まえて、アプリ内の機能配置の見直しを行う。

## 今後の予定と期待

### 事業① 妊婦・パートナー向け体調管理・生活支援アプリ「hug+u（はぐゆー）」の開発・運用

本実証事業期間の終了後も、App Store・Google Playにてアプリの配布を継続的に実施します。

関係者様にご利用いただく際はインタビュー等のフィードバックにもご協力いただいております。アプリコンテンツ・機能の改善に役立っています。

現在妊娠中の方、今後妊娠する可能性のある方でご協力いただける方がいらっしゃいましたら、お声掛けいただき、アプリ利用・インタビューへご協力いただけますと幸いです。

## 今後の予定と期待

### 事業② 妊婦の栄養状態をより適切に測定するための評価指標開発研究

現在、妊婦が妊娠後適切な栄養状態にあるかどうかの判定指標は体重のみとなっています。

しかし、体重が十分であっても実は栄養が足りていない方や、体重は増えにくいですが実は栄養は十分である方もいらっしゃるはずです。

このような課題を解決するためにより適切な栄養状態の評価指標を開発すべく、まずは生体電気インピーダンス法を利用して算出される「Phase Angle」が妊娠中の栄養指標として有用であるかを検証します。

この「Phase Angle」が妊娠中の栄養指標として使用できれば、より早期から、より正確な栄養評価と介入が可能になると考えられます。

## ご協力団体の募集

弊社事業にご協力いただける団体様がいらっしゃいましたら、  
お声掛けいただけますと幸いです。

事業①・②ともに、ご協力いただける企業様・病院様の支援が欠かせません。

特に事業②に関しては、妊婦の栄養状態改善に向けた大きなステップとなる可能性を秘めており、医療界にインパクトをもたらすものと信じております。

妊婦がより安心して出産できる社会の創造にご関心をお持ちの団体様がいらっしゃいましたら、協業の可能性をさまざまに検討させていただきたく、お声掛けいただけますと幸いです。

ご連絡先：[contact@fami-leaf.com](mailto:contact@fami-leaf.com)

# Thank you



Famileaf



ファミリーーフ

最終報告

株式会社ポーラ

アプリのダウンロード  
はこちら（完全無料）



※2023年11月22日時点  
iOSのみ対応

顔分析技術による  
産後ケアアプリを用いた、  
育休復帰に向けた  
心身リカバリーの実証

(株)ポーラ



m a m a n i e r e

by **POLA**



# 実証事業の概要

育休中の適切な産後ケア介入による、復職に向けた心身状態のリカバリーに向けたサポート事業  
(オンライン・オフライン双方の適切な介入による産後ケア支援の効果測定)

## 実施体制



## 女性、特に産後女性の心身の不調・復職に向けた社会課題の解決を目指すため

育休復帰を見据え過ごす大事な産後の時期に、産後女性の大多数が心身の不調を訴えているにもかかわらず、心身リカバリーのケアや、サポート体制は依然として十分ではありません。産後は自分に使える時間が激減するため、自分のケアがほとんどできず、復職時期に向けリカバリーをしなければというプレッシャーや心身の不安など大きな課題を抱えていることも明らかになっています。

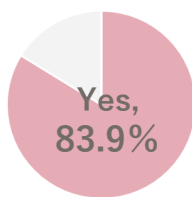
私達は復職予定にある育児休業中の勤労女性への心身にわたる効果的な支援方法構築をしていくことで、産後のQOL向上とともに、復職に向けたキャリア支援を行っていきます

5人のうち4人が育休中

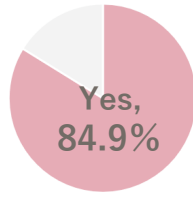


日本の産後女性は、育休中の方が85.1%

妊娠前に比べて、  
大多数が心身の不調を訴えている



体の状態が不調



心の状態が不調

産後の今のあなたにぴったりのケアや情報を、顔分析から提案！  
ママ1人1人「今のあなた」へ贈る、産後ケアアプリ

## mamaniere



mamaniere とは

顔写真と簡単な質問で  
産後ママの“今”の  
心とからだの状態を分析

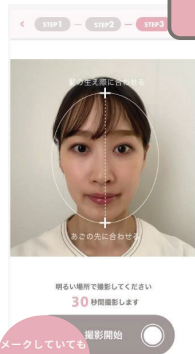
分析結果に基づいた  
最適な情報をご提案！

限定クーポンがもらえる！

**POLA**

**Point**  
独自の顔分析技術を活用し、  
産後の“今”の心とからだの状態を分析

数値化できるので  
シェア可能！  
→ヘルプも出しやすい！



メイクしていても  
すっぴんでも  
分析可能！

あなたのアクティブパワーは **70%**

心身は穏やかな状態で、余力はややありますが、  
不調の芽を見つけたら、ひとやすみ。



産後8カ月は赤ちゃんの成長も個体差があるなど、  
育児や自身のことなど悩みも増える時期です。

ご自身の状態を把握し、  
適切なケア方法を見つけましょう。

あなたのための  
マッチング結果を見る

SNSで結果をシェア



からだの状態

今、現時点のあなたの体はややくったりして  
いる様子がみられます。

ケア方法をチェック

自律神経バランス



自律神経バランスは交感神経・副交感神経が  
均衡な状態です。

ケア方法をチェック

心拍数

**93 BPM**

よりも心拍数が高いです

ケア方法をチェック

## 実施項目・目標

ポーラの独自技術である「顔分析技術」を搭載したアプリ、ママニエールを中核に置き、外部パートナーと共にトータル的な産後ケアの実証実験を実施。分析データを同志社女子大学 和泉准教授にサポートいただき、検証。

| 実施事項                                     | 対象ユーザー         | 実施項目   | 定量的指標(KPI)   |
|--|----------------|--|--|
| オンラインでの産後ケアの実施、効果測定<br>(ポーラ・cotree)      | ・産後女性<br>(育休中) | ・オンラインカウンセリング希望の育休中女性を100名リクルート<br>・ユーザーに対して、オンラインカウンセリングの実施(離脱者を加味し、N=50を目標)<br>・オンラインカウンセリングの前後でママニエールにて測定 | ・介入前後の比較でのストレス指標の軽減<br>・オンラインカウンセリングでの実施前後のメンタルヘルス状態の向上<br>・復職に向けた不安の改善                            |
| オフラインでの産後ケアの実施、効果測定<br>(ポーラ・一般社団法人クレイドル) | ・産後女性<br>(育休中) | ・産後ケア希望の育休中女性を25名リクルート<br>・ユーザーに対して、産後デイケアの実施(離脱者を加味し、N=20を目標)<br>・産後デイケア前後でママニエールにて測定                       | ・介入前後の比較でのストレス指標の軽減<br>・事前分析に基づく、デイケアプログラム実施において、実施前後のメンタルヘルス状態の向上、身体的不調の緩和<br>・復職に向けた、心身リカバリーへの改善 |
| 効果測定の包括的分析<br>(ポーラ、同志社女子大)               | ・産後女性<br>(育休中) | ・学会発表に向けた準備(倫理審査委員会へ計画書提出)<br>・効果測定の分析   | ・倫理審査委員会での審査通過<br>・効果測定の分析結果から、示唆を出す   |

想定以上の応募・反響があり、育休中の産後ケアが強く求められていることが明確に。  
また、ユーザーのポストから「産後ケアの実施期間」「産後ケアの地域差」の課題が浮き彫りに。

## ◆リクルート

産休中、かつ育休中でのというピンポイントな属性へのリクルート。また、産後という大変な時期での参加はハードルが高いと想定された

目標125名に対し、717名の応募！  
目標比530%



広告等を実施せず、46.1万view！

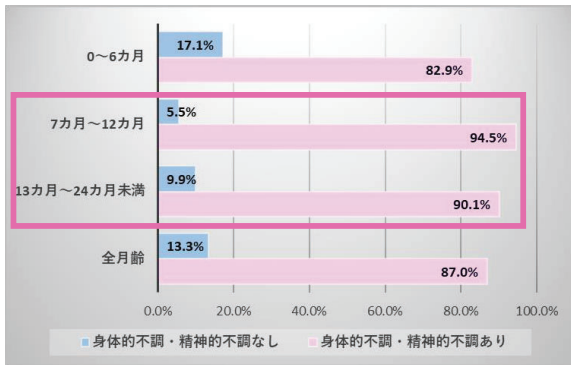
「自分が育休中だったら絶対応募していた」  
「産後へのサポートは通常産後4か月ぐらいまででばたっとなくなるので、24カ月まで対象なのが本当にありがたい」  
「自分が住んでいる自治体でもこのように手厚いサポートがあったらいいのに」



## 成果と分析結果【産後女性の心身状態】

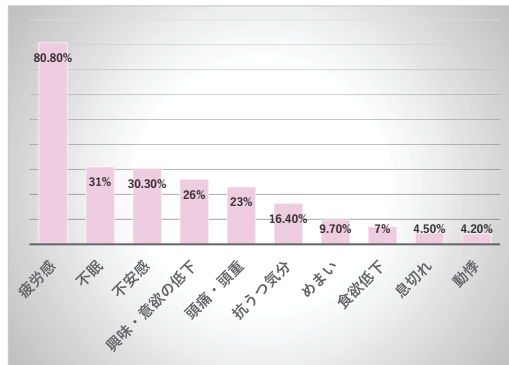
産後女性の87%が身体的不調・精神的な不調を抱えており、  
産後からの経過月で比較した際、産後直後よりも、産後から経過したタイミングの方が  
身体的不調・精神的な不調を抱える割合が増えた

〈産後女性の心身状態の産後経過月での比較〉



n = 717 (産後ケア実証参加希望者)

〈現在の自覚症状について当てはまるもの (全月齢)〉



n = 717 (産後ケア実証参加希望者)

育休中の女性の心身リカバリーに対して、  
リアルで実施する産後ケアは非常に有効であることが客観的な測定結果からも明らかになった

育休中の女性  
(N=23)

ママニエールで  
心身状態の分析  
+  
アンケート  
(鬱尺度・活動量を測る尺度)



実施前

武蔵小杉の産前産後ケア  
Vitalité House  
ヴィタリテハウス



産後デイケア施設

ママニエールで  
心身状態の分析  
+  
アンケート  
(鬱尺度・活動量を測る尺度)



実施後

- ・ 10時～16時の滞在
- ・ 完全個室での休養  
(ランチ時は、ダイニングで他の利用者と会食)
- ・ 希望に合わせたママのケア  
(身体的ケア、心理的ケア、授乳指導、育児相談、生活指導相談、休息)
- ・ 希望に合わせた乳児のケア、  
(発育・発達チェック、沐浴、託児など)

実施者の  
**9割以上が**  
心身状態スコアUP

実施後は  
**うつつが軽減し**  
**活動量が増加**

23名中21名が  
心身の総合評価スコアである  
アクティブパワーが上昇

1回目デイケア前：平均50 (最小30、最大70)  
1回目デイケア後：平均71 (最小30、最大80)

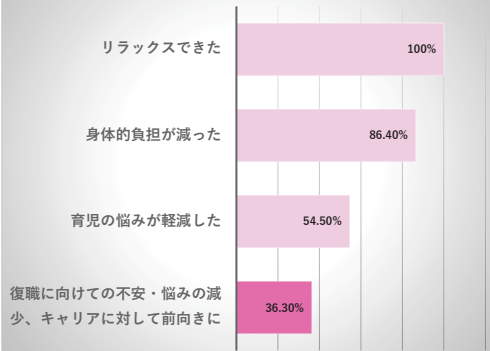
2回目デイケア前：平均51.3 (最小40、最大70)  
2回目デイケア後：平均71 (最小40、最大100)

※うつつ合計得点は実施前より実施後がより有意に減少した  
※NEAT合計得点は実施前より実施後がより有意に増加した

# 成果と分析結果【産後ダイケア】

産後ケア施設の利用は母体の心身リカバリーや育児への不安解消だけの効果だけでなく、職場復帰に向けたサポートに繋がることも明らかになった

〈産後ダイケアを通して、感じた変化〉



会社への愛着・将来のキャリアに関する質問に対して、産後ダイケア後は得点が有意に増加した

## 効果①母体のケア（心身ケア）

「産後初めてこんなにゆっくり過ごすことが出来た。」  
「肩こりや腰痛などの対処法を聞いてよかった」  
「親に見てもらったことはあったが助産師さんにみてもらえると安心して休むことが出来た」

## 効果②育児の不安解消

「普段二人っきりなので、他の子どもと接することが出来て良かった」  
「他の育児をしている人と話せて、情報共有出来て良かった」  
「同じ環境の母同志で悩みなど話せてうれしかった」

## 効果③職場復帰に向けたサポート

「ほかのママたちとも情報交換ができたり、保育士さんのアドバイスも受けれて、今後預けるのが安心になった」  
「復職や、保育園入園に向けて、やらないといけない事務業が集中して出来て良かった」  
「他の利用者の方と職場復帰などの不安について話すことが出来て良かった」



育休中の女性の心身リカバリーに対して、  
オンラインで実施するカウンセリングは有効であることが客観的な測定結果からも明らかになった

育休中の女性  
(N=75)

ママニエールで  
心身状態の分析  
+  
アンケート  
(鬱尺度・活動量を測る尺度)



実施前



オンライン  
カウンセリング

ママニエールで  
心身状態の分析  
+  
アンケート  
(鬱尺度・活動量を測る尺度)



実施後

- ・ユーザーが自分にマッチするカウンセラーを選び、1回45分のオンラインカウンセリングを受ける
- ・「子育て」や「家族」「仕事」での悩みなど、ユーザーが抱えている悩みを相談

実施者の  
**7割以上が**  
心身状態スコアUP

実施後は  
**うつつが軽減し**  
**活動量が増加**

**58名中42名が**  
LF/HF値が低下し、リラックス状態に。  
**58名中32名が**  
自律神経の活力 (CVRR値) がアップ。

※うつつ合計得点は実施前より実施後がより有意に減少した  
※NEAT合計得点は実施前より実施後がより有意に増加した

※オンライン実施では、分析実施漏れが発生したため  
(カウンセラーによるチェックがなかったため)  
参加人数と分析人数に差が発生

# 成果と分析結果【オンラインカウンセリング】

育休中女性のオンラインカウンセリングの利用は子育てへの不安解消の効果だけでなく、  
職場復帰に向けたサポートに繋がることも明らかになった

## 〈カウンセリングを通して、感じた変化〉

モヤモヤが晴れた

75%

育児の悩みが軽減した

44%

復職に向けての不安・悩みの減少、  
キャリアに対して前向きに

48%

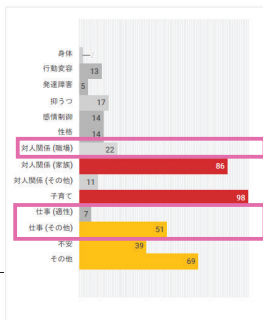
## 【カウンセリングの相談内容】

TOP1位：子育て（98件）

TOP2位：家族関係（85件）

TOP3位：仕事関係（80件）

## 〈相談内容〉



## 【カウンセリング後の変容】

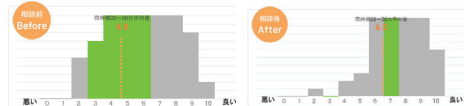
カウンセリングで肯定してもらえたことで、  
復帰準備に向けて前向きな姿勢になっている

復職に向けた悩みがスッキリし、復帰までの時間を積極的に捉えられるようになっている

仕事復帰への不安を持ちつつも、カウンセリングをすることによって解消できると感じられており、1つの支えになっている

## 【カウンセリング後の調子の変化】

相談前と相談後の変化が  
同時期の平均値に比べ、改善幅が大きい結果に



緑色：実証参加者のボリュームゾーン

会社への愛着・将来のキャリアに関しての質問に対して、  
カウンセリング後は得点が有意に増加した

n=75（オンラインカウンセリング実施&事後アンケート回答者）

# 成果と分析結果【mamaniereでの心身分析】

今の自分の状況を定期的を知ることは、  
産後女性の心身状況を健やかに保つ有効な手段であることが示唆された

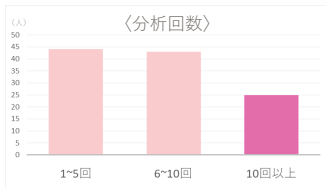
## 【分析実施回数】

今回の実証対象者で  
分析実施者

期間  
2023年9月20日～2024年1月10日

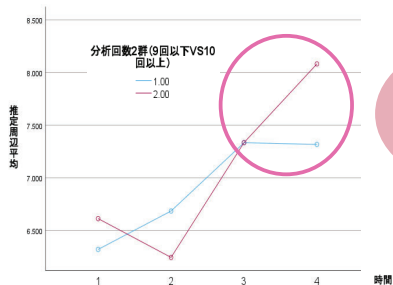
112名

879回  
分析



※10回以上分析しているユーザーが  
22%も。最多は28回実施。

## 【分析回数でのCVRR値の変化】



分析回数が多い方が  
自律神経の活力  
(CVRR値)の  
上昇幅が大きい

## 【mamaniereでの分析を通しての声】

「産後はつい頑張りすぎてしまうので、数値でアクティブパワーを見ることによって、休むことを意識できた。」

「私は産後や育児の辛さを自覚できず、効率的に休むことができない、人に助けを求めることができないもどかしさがありました。ママンイールではストレス度を数値化することで、自分の体調を把握することができ、自身の休むべきタイミングがわかる画期的な素晴らしいアプリであると思いました。」

「アクティブパワーのチェックをすることで、自分が疲れているか俯瞰的に見れて休むきっかけになりました。」

- ①育休中の女性の心身ケアに対して、リアルで実施する産後ケア、オンラインカウンセリングともに有効であり、また、両方とも復職に向けたサポートに繋がることが示唆された。
- ②リアルで実施される産後ケアに関しては、物理的な支援が実施できるため、産後の母体のケアに特に有効であり、オンラインカウンセリングに関しては、家にいながら、現在の悩みを解消できるメリットがあるため、ユーザーの置かれている環境や悩みにあわせて、適切な手段を選択し、自分に必要なケアを受けることが大切である。
- ③今の自分の心身状況を定期的に知ることは、産後女性の心身状況を健やかに保つ有効な手段である。



育休中の女性社員の心身ケア・職場復帰へのサポートに産後ケアは大きく寄与

育休中の女性社員の心身ケア・職場復帰へのサポートに産後ケアは大きく寄与

現在、産後女性の85%が育休中ということ踏まえると、  
産後ケアの位置づけを既存の「出産後の母子のケア」から、  
「出産後の母子のケア」 + 「母子生活から社会への復帰への架け橋」へとアップデートし、  
育休中社員のキャリア支援の1つとして捉えなおしていく必要がある

※現在の産後ケア  
=産後4か月までの支援が多い

出産

出産後の  
母子のケア

母子生活から社会への復帰への架け橋  
職場復帰へのサポート

育休復帰

まずは出産を経験した母体の心身の不調を整えることをベースに、  
復職に向けた物理的支援・精神的サポート（不安の除去）を実施していくことが必要

また産後の経過月や復職までの期間によっても、その時に必要なサポートは違うため、  
それぞれの状況（心身的健康状態含め）に合わせ、その方に合わせた産後ケアを提案していくことが必要

ママニールでは、産後の時期・復職時期・その時の心身状況の把握ができるため、  
育休期間の時期に、それぞれの状況に合わせた最適なケアを提案が可能  
→育休中社員への復職に向けたサポートとして活用いただけるのではないかと

## 今後の予定

### 提案

現在、産後ケアはニーズはあるものの、費用が高いものが多く、多くの育休中女性が使用への大きなハードルを感じているため、育休中の女性社員の心身ケア・職場復帰へのサポートとして、企業が産後ケアを導入する形が望ましいのでは？

### 現状

フェムテックを活用した女性従業員の活躍を支援する福利厚生は増えているが「月経・妊活・更年期」というシーンをサポートするサービスが多く、女性のキャリアが大きく変化する（離職の原因にもなる）産後に対してのサポートは不足している

### 今後の予定

ママニエールは、現在不足している産後のサポートを実施することで、産後のQOL向上とともに、復職に向けたキャリア支援・復帰へのサポートを担えるように福利厚生モデルとしてビジネスモデルを確立していきたい

+

分析データを活用した、より深い産後女性の心身状態の研究を実施し、ママニエールで取得できたデータを世の中に還元していきたい

## 〈補足〉 実証中のメディア露出に関して

ママニエールが取り組むテーマと、独自のテクノロジーでの課題解決の視点が多くのメディア、団体から興味関心を高くもってもらい、多くの露出につながった

BabyTech(R) Awards 2023  
「妊活と妊娠部門」大賞受賞  
(10/31)



<https://www.pola.co.jp/about/news/20231031-01/index.html>

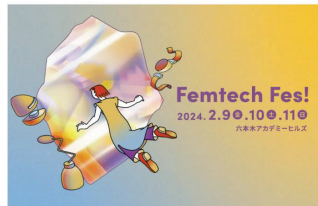
※優れた子育てIT商品、サービス、  
育児家電を表彰するコンテスト「BabyTech(R) Awards 2023」

日経ニュースプラス9の  
フェムテック特集にて、紹介  
(8/24)



[https://txbiz.tv-tokyo.co.jp/nkplus/feature/post\\_280725](https://txbiz.tv-tokyo.co.jp/nkplus/feature/post_280725)

世界最大級のフェムテックフェス  
「日本におけるフェムテック市場の今」  
にて登壇 (2/9)



14:30-16:00

勉強会「日本におけるフェムテック市場の今」

日本フェムテック市場の発展を支える主要団体であり、Femtech Fes!実行委員会の一員であるFemtech Community Japan(一財)団体のメンバーから「フェムテック・コンソーシアム」を、そして数多くの国内フェムテック企業と連携して行っている株式会社ハルビシ、日本におけるフェムテック市場の発展の2024年事業への取り組みの現状について紹介します。フェムテック分野にも関心する際の集まり場所の選定もついてご紹介予定です。市場動向の把握し、自らの最新なイノベーションを提案する機会として活用ください。



黒木 裕子  
一般財団法人Femtech Community Japan 代表理事



黒木 洋子  
一般財団法人Femtech Community Japan 代表理事



黒木 洋子  
一般財団法人Femtech Community Japan 代表理事



黒木 洋子  
一般財団法人Femtech Community Japan 代表理事

<https://hellofermata.com/pages/femtechfes2402-detail>

最終報告

株式会社MamaWell



令和5年度 フェムテック等サポートサービス実証事業

最終成果報告



パーソナル助産師によるデータに基づいた母子の  
健康伴走サポートサービス伴走型サービス

---

確かな信頼と安心を届け、  
母子のwell-beingを実現

令和6年2月28日

株式会社MamaWell



# アジェンダ

- 01 事業計画
- 02 事業計画に基づき実施したこと
- 03 事業の成果
- 04 今後の展開

01

# 事業計画



## パーソナル助産師による母子のサポート実証事業

### 事業背景

妊娠年齢の高齢化による、妊娠合併症リスクの増加



### 事業目的

パーソナル助産師によるデータに基づいた母子の健康伴走サポートで、  
**正常経過から逸脱する妊婦を減らす**

### プロジェクト目標

1. 妊娠合併症・妊娠中のマイナートラブルの発生率の低下
2. 妊娠に伴う離職率の低下・労働パフォーマンス維持
3. 妊娠期・産褥うつ発生率の低下





## 実施事項

### 事業の2つの柱

その1

妊娠中の適切な  
運動サポート



活動量モニタリングで  
適切な運動を促し...

- 妊婦の適切な運動・体重管理
- 妊娠中の体力向上

その2

妊娠・出産に  
関する相談



助産師による定期面談で...

- 妊娠に伴う身体の変化に対する知識の習得
- 就労の快適度の上昇・不安軽減
- 妊娠に関する不安軽減

### 成果目標

健康と仕事の両面をアンケート  
による定性・定量評価を行う

1. 妊娠・出産に関する知識の向上、  
就労中の不安の解消
2. 適切な妊娠中の活動量・体重増加量を維持できたかどうか
3. 妊娠による身体の不調が原因の  
離職防止効果
4. 不安感、体力向上、マイナートラブルの解消

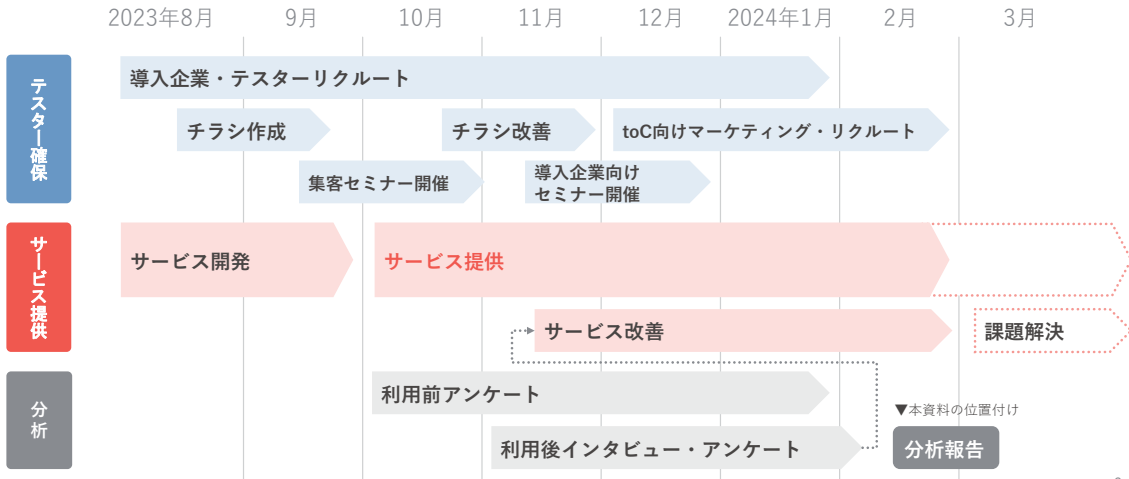
# 02

## 事業計画に基づき 実施したこと



## 施策スケジュール

①テスター確保 ②サービス提供 ③分析 の軸で施策を実施





## ① テスターの確保

ターゲット毎にアプローチを変えて、テスターのリクルートを実施した。

### 共通

- WEBサイト(LP)の新設
- チラシ作成
- プレスリリース対応
- メディアへの掲載・出演

### 大手企業の開拓

- セミナー企画・開催
- 人事担当者への課題ヒアリング・アンケート
- 企業内周知施策の企画

### 協力機関の連携

- 自治体での周知依頼・チラシ配布
- 医療機関での周知依頼・チラシ配布
- 新規協力機関の開拓

### 追加施策

#### toC への認知拡大

- ポスティング広告
- リスティング広告





# ① テスターの確保 -実施例（一部抜粋）-



## ☑️チラシ

利用者確保に向け、利用者の声の掲載や実証事業中は無料で利用可能な旨を強調

## WEBサイト(LP)▶️☑️

サービス内容を詳しく紹介するランディングページを新規開設

<https://personaliosanshi.mamawell.jp/>



## ▼プレスリリース



## ▼メディア露出



- <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000003.000116438.html>
- <https://eight-media.co.jp/the-leader/interview/mamawell/>



## ②サービス提供

下記サービス提供の過程で事業実証を行った。併せて運用体制基盤の構築も実施した。

### Solution 1



#### ウェアラブル端末で 健康モニタリング

- ウェアラブルデバイスの貸与・利用促進
- 自社アプリの開発・利用促進

### Solution 2



#### データに基づく 定期生活プランニング

- 妊婦一人一人に専属助産師つけ健康を伴走サポート
- 週に一度の個別面談

### Solution 3



#### 不安や悩みに寄り添う いつでも相談

- 専属助産師によるチャットでの相談受付



### ③分析

対話形式・アンケート形式・インタビュー形式で漏れなくユーザーの声を拾い、分析・改善を実施した。

#### 利用前

- 妊婦が所属する企業の人事担当者等へのヒアリング
- 妊婦本人へのアンケート

#### 利用中・利用後

- 妊婦が所属する企業の人事担当者等へのヒアリング
- 妊婦本人へのアンケート
- 妊婦本人へのユーザーインタビュー

定性・定量の両軸で分析を行い、サービス改善に繋げる

03

## 事業の成果



## 参加者・参加企業数

プログラムに参加している企業内の妊婦に加え、個人の妊婦へのアプローチを実施

成果

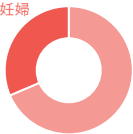
計**35名**の妊婦がプログラムへ参加

- 年齢 27歳～41歳
- 週数 13週～38週
- その他属性(下記グラフ参照)

経産婦  
16名



ハイリスク妊婦  
11名



正常  
24名

成果

**5団体(11社)**がプログラムへ参加



株式会社 富山環境整備



...他



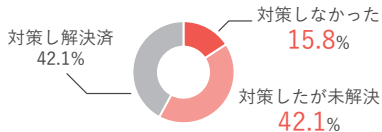
## 不安や困りごとの多くが未解決のまま

サービス利用前に行なった、顕在化していた困りごとについて調査

Q.妊娠中に働くことに不安や困りごとがある



Q.何か自分で対策を行ったか



結果

利用者の約**8割**が**困りごと**はあるが  
そのうちの約**6割**は**解決**に至っていない

フリー  
コメント

具体的な困りごと

- 知らず知らずのうちに無理してしまう
- 妊婦健診で有給を使わざるをえないこと
- 妊娠中の体調不良により職場とのやり取り、休み、時短を取るによりキャリアや評価への影響、マネージャーとしてちゃんと管理できていないことの心配
- 上司に妊娠や出産で苦労した経験がないと、伝わりづらい



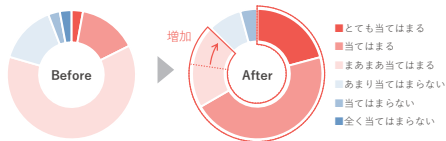
## 妊娠・出産に関するヘルスリテラシーの向上

サービス利用前後における、妊娠・出産に関する正しい知識へのアクセスに関する調査

Q. 女性の健康についてのたくさんの情報から、自分に合ったものを選ぶことができる

成果

知識面、行動面ともにリテラシーが**向上**

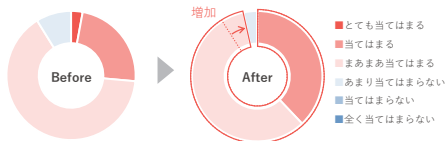


- 「とてもあてはまる」と答えた割合は15%から21%へ向上した。
- 行動に移すということについても当てはまるとしたグループは全体で89%から97%へ増加した。

Q. 自分の体のことについて、アドバイスや情報を参考にして実際に行動することができる

傾向

サービスを利用することで妊婦のヘルスリテラシーが向上した。特に、正しい情報へのアクセスに自信を持つ層が顕著に増えた結果となった。



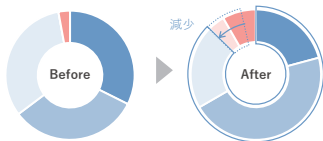
週1回の面談を通じて、利用者個人レベルで疑問⇔解消という学習サイクルが周ったことや適切な情報への案内などが要因と考えられる。



## 仕事への課題感の解消

健康課題が、働きやすさやキャリア形成への影響があると思うかについて意識調査

Q. 女性特有の健康課題を抱えることで、働きやすさやキャリア形成へのネガティブな影響があると思う



■ とても当てはまる ■ 全く当てはまらない  
■ 当てはまる ■ 当てはまらない  
■ まあまあ当てはまる ■ あまり当てはまらない

### 成果

### ネガティブ意見が少し減少

- サービス開始前後で「当てはまる」とネガティブに考えた人の割合が97%から87%へ減少した。
- サービス利用後にキャリアへの「影響がない」と感じた割合が利用前の3%から12%へ増加した。
- 「とてもあてはまる」と回答した割合は利用前の32%から21%へ減っており、障壁を強く感じる人が減った。

### 傾向

キャリア形成へのネガティブな影響があると感じる層が減った。  
要因としては、サービスを通して心身の健康状態が改善されたことで課題感を払拭できたことが考えられる。

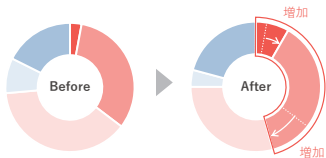




## キャリア形成へ意欲的な傾向へ変化

サービス利用前後におけるアウトカム変容の有無について調査

Q.私は、将来のキャリアで  
取り組んでみたいと思っていることや  
目標がある



■とても当てはまる ■全く当てはまらない  
■当てはまる ■当てはまらない  
■まあまあ当てはまる ■あまり当てはまらない

### 成果

- 「とてもあてはまる」と答えた割合が利用前の2%から利用後は8%へ増加した
- 「あてはまる」とした割合は32%から38%増加。
- 「あまりあてはまらない」と回答した割合は8%から4%へ減り、一方で「あてはまらない」と回答した割合は増加した。

### 傾向

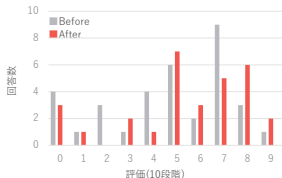
ポジティブとネガティブでの全体的な評価の割合は変わらないものの、介入により肯定的な影響を与えた結果、高い評価をする割合が増えた。



# プレゼンティーズムの改善・生産性が向上

サービス利用前後における、プレゼンティーズムの変化について調査

## 絶対的プレゼンティーズム

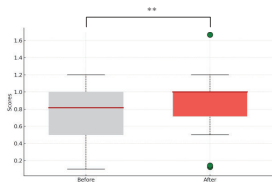


### 成果

サービスの利用により、絶対的プレゼンティーズムが**改善**

- 0点-3点の低評価の割合が26%から、サービス利用後には20%へ減少した。また0点の最低評価をした割合も2%減少し、全体として**低評価は減少**した。
- 7点の割合がサービスの利用前後で減少し、8点の評価が増え、**高評価帯へのシフト**が見られた。
- 6点の割合がサービス前後でわずかに増加し、加えて4点の評価が著明に減少し、**中間評価が微増**した。

## 相対的プレゼンティーズム



### 成果

サービスの利用により、相対的プレゼンティーズムが**改善**

- 自身の健康問題をサービスを通して効果的に管理できたことで、仕事のパフォーマンスが改善され、**プレゼンティーズムが改善**した。
- 身体的な健康問題の解消に加え、不安などの心理的なストレスも解消されたことが**生産性の向上**をもたらしたと思われる。

利用前後でのスコアに**有意差を認め**、サービスの利用がプレゼンティーズムの改善に寄与することが示された。

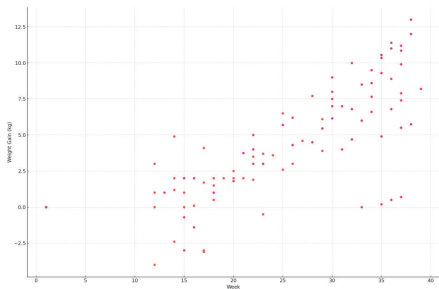
\*\* p < 0.05



## 離職・合併症の発症率

妊娠中の健康体重維持と、離職・妊娠合併症の発症率を調査

**成果1** 平均体重増加 506g/週をキープ



週数と体重増加の分布

**成果2**

全参加者35名中

離職者 **0名**

早期離脱も含む

出産6件中

早産・緊急帝王切開 **0名**

出産6件中2件はハイリスク妊娠

**傾向**

- 15週～17週にかけては体重減少が見られる妊婦が散見されるが、ほとんどの妊婦が適切な体重増加幅にのって過ごすことができた。
- サービス利用者全員が、**就労を継続**できている。
- ハイリスク妊婦も多い中で、適切な健康支援を提供できていることが、就労継続に繋がっている。
- 出産時における**トラブルの発生なし**。

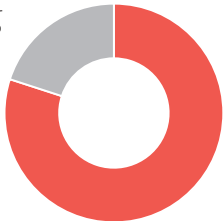


## サービス利用満足度

サービス利用後における、サービス全体の満足度について調査

Q.サービスを利用して良かったですか？

いいえ  
20.0%



はい  
80.0%

成果

利用者の**8割**が  
**サービスを利用して良かった**と回答

フリー  
コメント

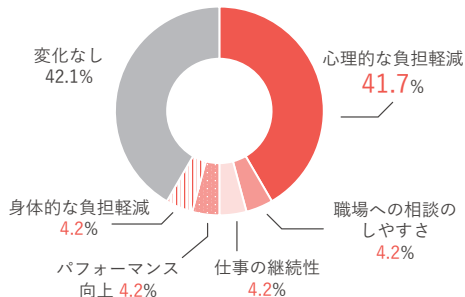
- 助産師さんと話をして相談できることで、不安や悩みが和らぎ**心理的にかなり安心**できる。活動量についても細かくアドバイスを受けることができるため、自信の**体調管理**がしやすくなった。
- すぐに**相談できる環境**があるということが、**精神的な安定**につながっていると思います。
- 助産師さんに実際の活動量を見てアドバイスを頂けるので**安心して**日々の生活を送れる。週数に応じたストレッチ動画も提案いただけるので、**日々ストレッチ**をするようになり、腰痛など身体の**不調の改善**にもつながったように思う。



## 心身・キャリアへのポジティブな効果

サービス利用前後における、心身・キャリアへの変化について調査

Q.サービスの利用により、勤務に対してどのような影響があったか



成果

利用者の約**6割**がサービスの利用により  
**変化を実感**と回答

傾向

変化を実感したと答えた人のうち、

- 7割は「勤務が精神的に楽になった」と回答
- 2割は就労継続や生産性の向上など、キャリアへの言及が見られた
- 職場内で相談がしやすくなったなどのコミュニケーション問題の解消を実感する人も見られた。



## 本事業における成果のまとめと課題

### 成果

- ハイリスク妊娠を含め、合併症や早産などの発生がなく、経過においても適切な体重増加を導いており、安心安全な妊娠生活へ寄与することができた。
- また、助産師との週1回の面談を通して、適切な情報への案内や疑問⇔解消の学習サイクルが周ったことで、利用者のヘルスリテラシーの向上が見られた。
- 加えて、肉体的な健康問題や精神的な不安が解消されることは、プレゼンティーズムを改善し、さらにはキャリアへの意欲的な姿勢を作ることにつながることを示唆された。

### 課題

- 実証期間が短く、サービス提供を行えた期間が4ヶ月であった。  
→妊娠期間の半分にも満たず、妊娠期間を通して検証ができるとより確からしいモデルになると思われた。
- プレゼンティーズムや生産性向上という点について、妊婦のみへのアプローチだけで終わってしまった。  
→企業側とも連携性を高めることでさらなる向上が見込めることがわかった。

04

## 今後の展開



## 地方自治体等と連携、利用者・認知度拡大を目指す

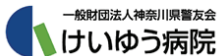
利用者増加に対応できる助産師ネットワークも並行して構築

### 地方自治体



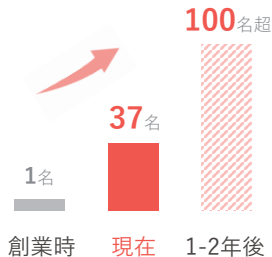
Smart City TQYAMA

### 医療機関



産院・レディースクリニック・  
不妊専門クリニック等

### 助産師ネットワーク





最終報告

**株式会社nanoni**



令和5年度

フェムテック等サポートサービス実証事業

# フェムテックの活用による 企業の人的資本経営に及ぼす影響の検証

# 実証事業の背景と目的

## 背景

企業が女性特有の健康課題に向き合う必要性が増している一方で、女性の健康課題への取り組みが経営・人事上の課題に上がっていない企業が過半数を超えている（63.4% ※）。  
企業における優先度を上げるには、女性活躍推進の具体的な施策として導入可能な道筋を示す必要がある

## 目的

人的資本経営に及ぼす影響を分析することで、企業によるフェムテック活用の促進を目指す

carefull



パナソニック（株）  
くらしアプライアンス社  
ビューティ・パーソナルケア事業部  
（略称 BCBD）

# 実施体制

サービス提供

株式会社nanoni **carefull**

実証先

パナソニック（株）  
くらしアプライアンス社  
ビューティ・パーソナル  
ケア事業部  
（略称 BCBD）

監修医師

産婦人科医 竹田将人

日本産科婦人科学会 産婦人科専門医。慶應大学医学部附属病院を経て、複数のクリニックで産婦人科医としてクリニック診療・当直業務を担当。国境なき医師団海外派遣スタッフ。nanoni創業メンバーとして、企業向けセミナーの講師や医療領域の事業開発を担当。慶應義塾大学医学部卒業。



医療監修

東京大学総合文化研究科  
博士課程 城口薫

イギリスのUniversity of Oxford, University of London SOASにて、女性の社会進出と卵子凍結保存についての研究後、Plug and Playシリコンバレー本社及び日本オフィスで勤務。スタートアップと大企業を繋ぐイノベーション支援をする中で、特に日本でのFemtechに関する抵抗感の強さを感じ、文化人類学と科学技術社会の視点から新しいテクノロジーや文化の受け入れについての研究をするために2021年より東京大学の博士課程在籍。まだ新しいFemtech分野が産業としてどのように発展し日本社会に受け入れられていくのかを研究中。



調査監修

# 実施内容と目標

フェムテック福利厚生プラットフォーム「ケアフル」を提供し、有用性を検証する

| 実施事項            |  | 目標                     |
|-----------------|--|------------------------|
| 1. 調査設計・実施      | <ol style="list-style-type: none"><li>1. 調査設計</li><li>2. 調査票の作成</li><li>3. 事前アンケートの実施</li></ol>        | 事前アンケート回答数<br>(n=50以上) |
| 2. ケアフルの提供      | <ol style="list-style-type: none"><li>1. 導入支援</li><li>2. ケアフルの提供</li><li>3. 事後アンケートの実施</li></ol>       | 事後アンケート回答数<br>(n=30以上) |
| 3. 人的資本経営への影響分析 | <ol style="list-style-type: none"><li>1. エンゲージメントサーベイ実施</li><li>2. 各種分析</li><li>3. レポート作成・発表</li></ol> | N/A                    |

# 事前アンケートの実施

調査項目 経済産業省指定項目+BCBD・nanoniオリジナル項目（50項目）

実施期間 9月1日～9月14日（2週間）

回答数 630名（男性394名 女性236名）

## ハイライト

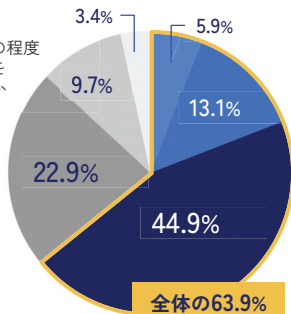
1. 63.9%の女性社員が健康面の課題を感じている
2. 仕事・キャリア形成に影響が出ていると感じている割合も78.7%※
3. 具体的な影響として「業務上、思うように能力発揮できないと感じる」が29.2%

※1~10段階の影響度で6以上の回答

1

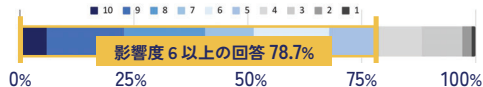
あなたは今の程度健康面の課題を感じていますか

- とても多い
- 多い
- まあまあ多い
- まあまあ少ない
- 少ない
- 特にない



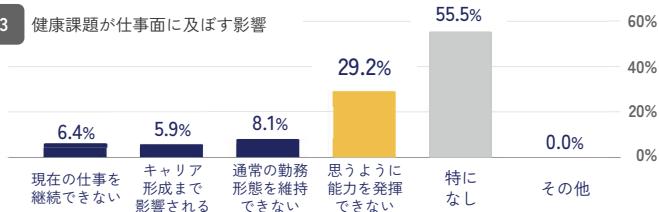
2

現在抱えている健康課題が仕事・キャリア形成に及ぼす影響度（10段階評価）



3

健康課題が仕事面に及ぼす影響



# ケアフルの提供内容

月経・妊活・更年期など女性特有の健康課題を包括的にカバーしたソリューションを5ヶ月間提供

|                  |  | 実施内容        |          |          |         |          |        |
|------------------|--|-------------|----------|----------|---------|----------|--------|
|                  |  | 9月          | 10月      | 11月      | 12月     | 1月       |        |
| <b>セミナー</b>      | 健康課題が主軸のオンラインセミナーを全6回開催                | ① 健康課題の基礎知識 | ② 更年期    | ③ 月経・PMS | ④ がんの知識 | ⑤ 睡眠     | ⑥ キャリア |
| <b>専門家相談室</b>    | 産婦人科医とのオンライン医療相談を実施                    |             | ① 更年期相談室 | ② 月経相談室  |         |          |        |
| <b>健康増進プログラム</b> | セルフチェックや食事療法、オンライン診療など包括的な健康増進プログラムを提供 |             |          |          |         | 更年期プログラム |        |
| <b>匿名コミュニティ</b>  | 社内外のユーザーや医師と匿名で相談できる場を提供               |             |          |          |         |          |        |
| <b>従業員特典</b>     | オンラインピル診療や漢方、AMH検査などの割引クーポンを配布         |             |          |          |         |          |        |



期間終了まで継続提供

# ケアフルの利用状況 ①

## ハイライト

- セミナーは累計 **1,114** 回視聴され、平均満足度は **93.1%** を達成
- アカウントの作成数は **224** 件

### 1 ケアフル利用者数

セミナー参加者  
累計 **1,114** 視聴



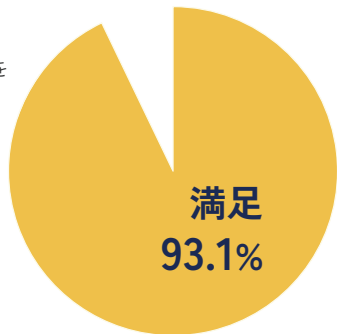
アカウント作成数 **224** 件

carefull

### 2 セミナー満足度

今回のイベントへの満足度を  
教えてください

全6回  
各セミナーの  
満足度平均



※n=642



## ケアフルの利用状況 ②

調査項目 経済産業省指定項目+BCBD・nanoniオリジナル項目（50項目）

実施期間 1月31日～2月7日（1週間）

回答数 569名（男性336名 女性233名）

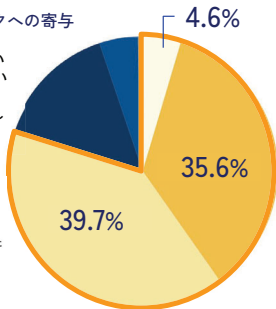
### ハイライト

- サービス利用者のうち79.9%が「役に立った」と回答
- ケアフルが心身、生活、対人関係に及ぼした良い影響のうち、24.1%が「自分のことを大切にできるようになった」、19.8%が「様々なことを前向きになった」と回答

### 1 ライフワークへの寄与

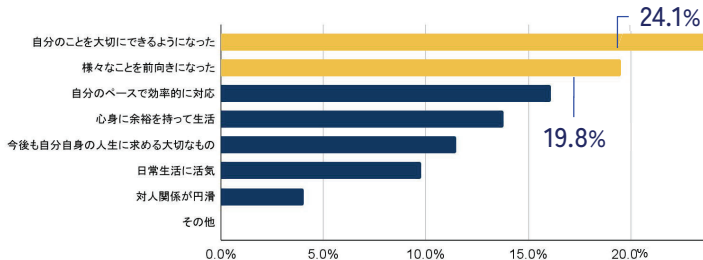
ケアフルが提供している支援サービスについて、あなたのライフワークの役に立ちましたか。

- 非常に役に立ちました
- 役に立ちました
- まあまあ役に立ちました
- あまり役に立ちませんでした
- 役に立ちませんでした
- 全く役に立ちませんでした



### 2 ケアフルによる良い影響

今回のケアフルサービスについてあなたの心身、生活、対人関係面に及ぼした良い影響を具体的に教えてください。



※サービス利用者n=174

## 人的資本経営への影響についての考察

# 当事者のヘルスリテラシー向上/意識変化（本事業独自調査項目）

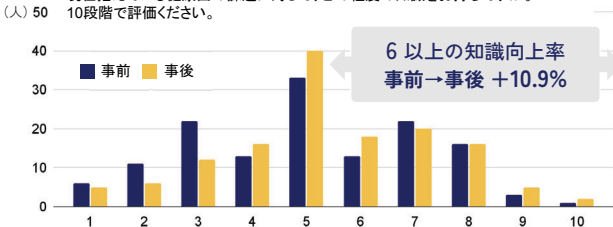
## ハイライト

※n=ケアフル1回以上利用者で事前事後どちらも回答した140名（男女）

- 健康課題を抱えている社員のヘルスリテラシーが10.9%向上
- 自身の健康課題に対する選択肢に自信が持てる人の割合も70.7%へ増加

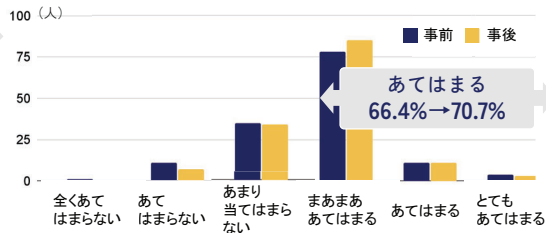
### 1 健康課題の知識

現在抱えている健康面の課題に対して、どの程度の知識をお持ちですか。  
10段階で評価ください。



### 2 健康課題に対する取捨選択

女性の健康についてのたくさんの情報から、自分に合ったものを選ぶことができる。



# 周囲のリテラシー向上/他者理解（本事業独自調査項目）

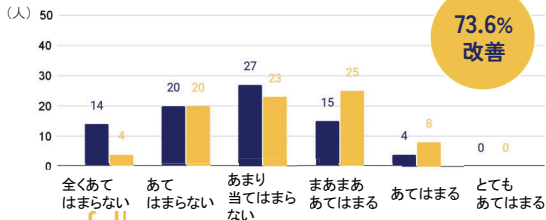
ハイライト

※n= ケアフル1回以上利用者で事前事後どちらも回答した80名（男）

- 男性社員対象の質問でもリテラシー向上が確認できた

## 1 女性の健康について情報提供

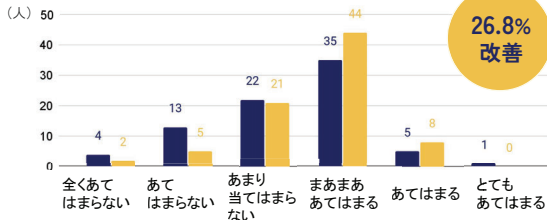
女性の健康についてのたくさんの情報から、職場の女性社員へ必要な情報を提供することができる。



carefull

## 2 女性の健康課題についての理解

女性特有の健康課題について、アドバイスや情報を参考にし、理解している。



# コミュニケーションの活性化（本事業独自調査項目）

## ハイライト

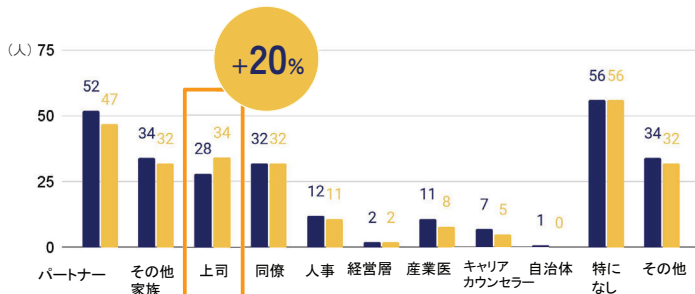
※n= セミナーイベント参加者86名男女（複数回答）

- **上司への相談者数が20%UP**

「もっと早く上司に相談すればよかった」「相談してよかった」などの声も

### 1 女性の健康課題を改善するために

女性特有の健康課題による、キャリアへ及ぼす影響を改善するために、誰かに相談したり、サポートをしてもらったりしましたか。



# 心理的安全性の向上/社内風土の改善（本事業独自調査項目）

## ハイライト

※1 n= ケアフル1回以上利用者で事後回答した174名（男女）複数回答

※2 n= ケアフル1回以上利用者で事前事後どちらも回答した140名（男女）

### 心理的安全性の向上

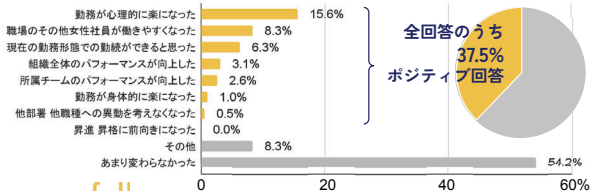
- 利用者のうち **37.5%**が心身やキャリアに及ぼした良い影響を実感 ※1
- 特に「勤務が心理的に楽になった」は**15.6%**

### 社内風土の改善

- 「健康的な生活の向上に対するサポートに満足している」 **6.9%**増加 ※2

## 1 利用者への影響

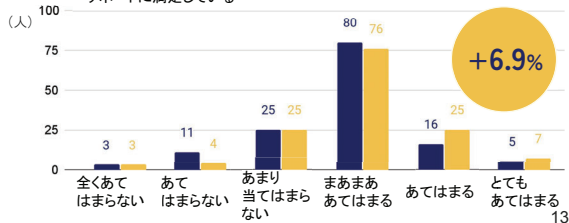
今回のケアフルのサービスについて、あなたの心身、キャリア、組織に及ぼした良い影響を具体的に教えてください。



carefull

## 2 会社の健康支援に対する満足度

所属組織(BCBD)の従業員への健康的な生活の向上に対するサポートに満足している



# 労働生産性の向上（本事業独自調査項目）

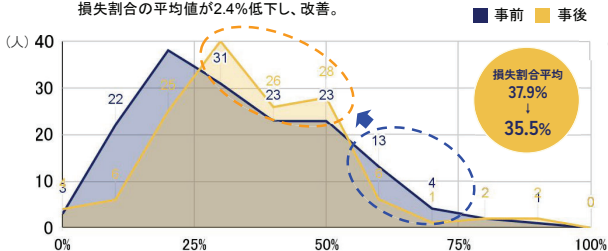
## ハイライト

※1 n= ケアフル1回以上利用者で事前事後どちらも回答した140名（男女）  
※2 n=42 一般的な広義の更年期世代35以上～55以下

- プレゼンティーズムの損失割合平均 **2.4%改善** ※HPQ法による算出 ※1
- 特に更年期世代女性の損失平均 **6%改善** ※HPQ法による算出 ※2

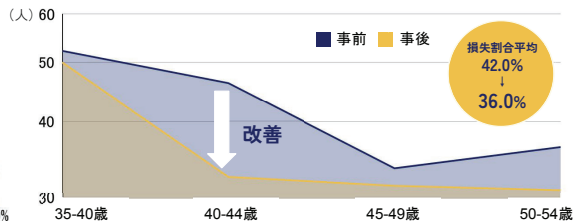
### 1 絶対的プレゼンティーズムの変化（全体）※1

損失割合の平均値が2.4%低下し、改善。



### 2 更年期世代女性のプレゼンティーズムの変化 ※2

更年期世代（35～55歳以下）損失割合の平均値が6.0%低下し、改善。



# 社内風土の改善/行動変容（エンゲージメントサーベイ）

## ハイライト

調査概要

毎年11月にパナソニックグループ全社で実施

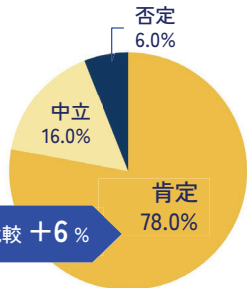
アンケート前までに提供したサービス

セミナー2回と専門家相談室1回

- 全88問中「教育・研修」・「健康に関する意識」及び「社員エンゲージメント」について有用性が見られたエンゲージメントサーベイの実施までに提供できた施策が限定的であるが、LAS社内での積極的な取り組みの後押しもあり各種アンケート含めた総合的な分析の結果、一定の良い効果は反映されたと考えられる

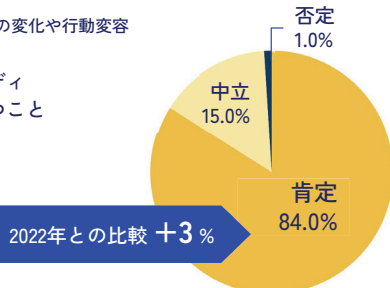
### 1 教育・研修の社内風土

私は、仕事に関連した研修を受けるために、業務を離れることができる



### 2 健康に関する意識の変化や行動変容

私は、心身のコンディションを良好に保つことを心掛けている





# 女性社員の採用への影響（エンゲージメントサーベイ）

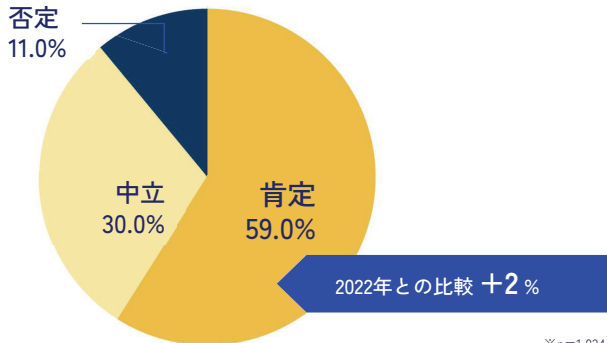
## ハイライト

調査概要：毎年11月にパナソニックグループ全社で実施  
アンケート前までに提供したサービス：セミナー2回と専門家相談室1回

- 「社員エンゲージメント」分野の中の「採用の強化」に繋がる質問項目についても前年度比 **2%UP**

### 1 職場への好感度

私は、当社を良い職場であると  
勧めることができる



# 女性社員の定着・離職防止への影響（エンゲージメントサーベイ）

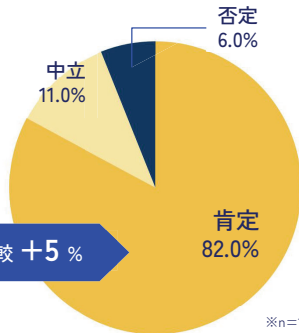
## ハイライト

調査概要：毎年11月にパナソニックグループ全社で実施  
アンケート前までに提供したサービス：セミナー2回と専門家相談室1回

- 「社員エンゲージメント」分野の中の、女性社員の定着および離職防止に繋がる項目でも全社と比べて+5%、部門別でみた場合でも唯一80%を超える好成績となった

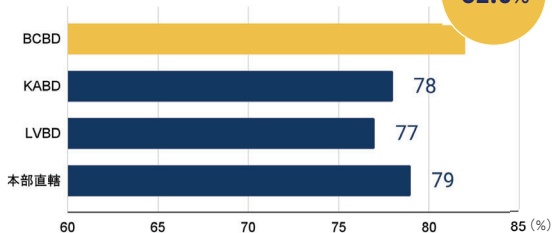
### 1 職場での継続的な就労意志

あなたが選べるとして、  
あとどれくらい当社で  
働きたいと思いますか？



2022年との比較 +5%

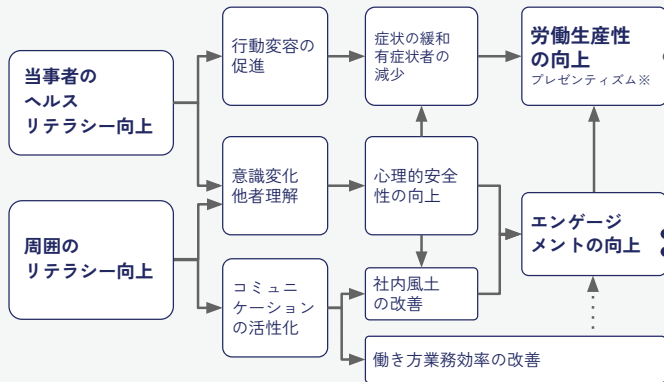
<参考：部門別>



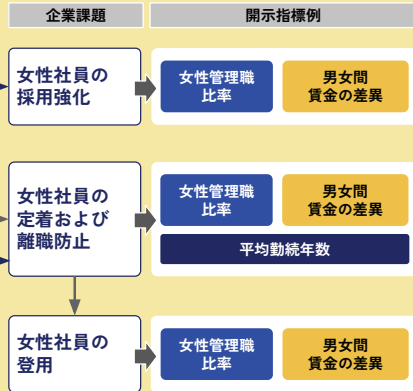
# 人的資本開示指標との関連性 戦略マップ

フェムテックの活用により期待ができる人的資本開示指標との関連性戦略マップを作成した

## フェムテック活用により期待できる効果



## 人的資本情報開示への影響



# 本調査のまとめ

## 事前調査のハイライト（再掲）

1. 63.9%の女性社員が健康面の課題を感じている
2. そのうち、仕事・キャリア形成への影響を感じる割合は78.7%
3. 具体的な影響として「業務上、思うように能力発揮できないと感じる」が29.2%



## 事後調査のハイライト

1. 健康課題を抱えている社員のヘルスリテラシーが4.3%向上
2. 15.6%が心理的に勤務が楽になった
3. プレゼンティーズムの損失割合が2.4%改善

## 女性の健康課題支援による人的資本経営への影響

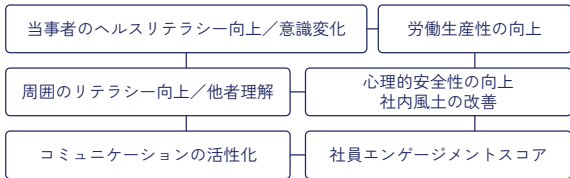
- 「自分の現状を知り自分で管理が出来る・解決出来そうだと思う」ことそのものもエンパワメントする力を持っている
- リテラシーの向上による自己理解・他者理解が進むことでコミュニケーションが活性化され、社内風土の改善に繋がる
- キャリアに対する影響として、心理的に勤務が楽になること、働きやすいと感じることでパフォーマンスが向上したり職場へのエンゲージメント指数にも反映される

## 伊藤レポートの考察

# 人材版伊藤レポート2.0からみる本取り組みの意義概要

人的資本経営を変革・実現させていくためにどう具体化し実践に移していくかの有用なポイントとして伊藤レポート2.0の中で提言された「3つの視点・5つの共通要素」の枠組みから見ても今回のケアフル導入結果は、特に下記2要素に繋がる好影響があると言える

## 今回の取り組みで改善した要素 (P9~17より)



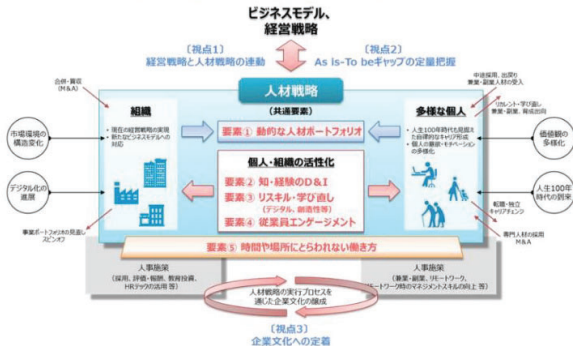
これらの要素が相関関係を持ちながら改善

個人・組織  
の活性化

- 要素② 「知・経験のD&I」
- 要素④ 「従業員エンゲージメント」

carefull

## 人材戦略に求められる3つの視点・5つの共通要素



# 人材版伊藤レポート2.0からみる本取り組みの具体的な作用

人材版伊藤レポート2.0における「社員エンゲージメントを高めるための取組」(P65)における  
(5) 健康経営への投資と Well-being の視点の取り込み、の分野においてケアフルの効果及び有用性が確認できた

## 健康経営への投資と Well-being の視点の取り込み (伊藤レポートP70)

Well-beingの視点も含め  
社員の健康状況を把握し  
継続的に改善する取組

具現化するためのプロセスとしてのケアフル活用

個人と組織の  
パフォーマンスの向上

人材戦略に求められる  
5つの共通要素

carefull  
導入

リテラシー  
向上など※

※詳細は戦略マップ参照

取組み自体の  
効果

行動変容・コミュニケーション  
活性など

社員の  
個人の尊重がされる安心感  
会社がD&I、働き方に取り組  
んでいるという信頼感

企業の  
多様な個人のニーズや  
状況を把握

労働生産性の向上

能力発揮の  
環境を提供

要素④  
従業員のエンゲージ  
メントの向上

要素②  
知・経験のD&I

リテラシー向上等の直接的な効果と改善だけでなく、会社が積極的に取り組んでいるということの認識も  
マネジメント層への信頼感や、多様性・個人が尊重される安心感などと繋がっており、エンゲージメント向上への相乗効果がある

carefull

※ただし、伊藤レポートにも記載の通り必要な取組みや効果の作用の仕方は企業によって違うため上記は今回のプロジェクトによるLAS社での結果であることは留意されたい

# 従業員のエンゲージメント向上に繋がる上層部への信頼感

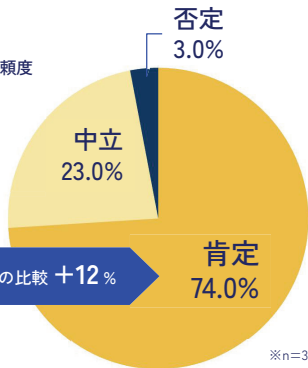
## ハイライト

調査概要：毎年11月にパナソニックグループ全社で実施  
アンケート前までに提供したサービス：セミナー2回と専門家相談室1回

- マネジメント層への信頼はパナソニック全社より大幅に高い
- 取り組みが身近で見たことにより信頼感や安心感がより高まっていると考えられる

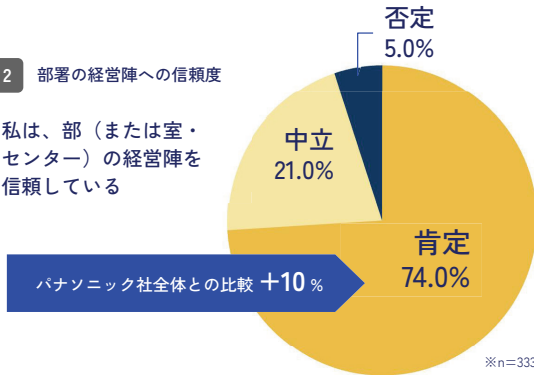
### 1 事業部の経営陣への信頼度

私は、事業部（または事業場）の経営陣を信頼している



### 2 部署の経営陣への信頼度

私は、部（または室・センター）の経営陣を信頼している





# 従業員のエンゲージメント向上へ繋がる心理的安全性

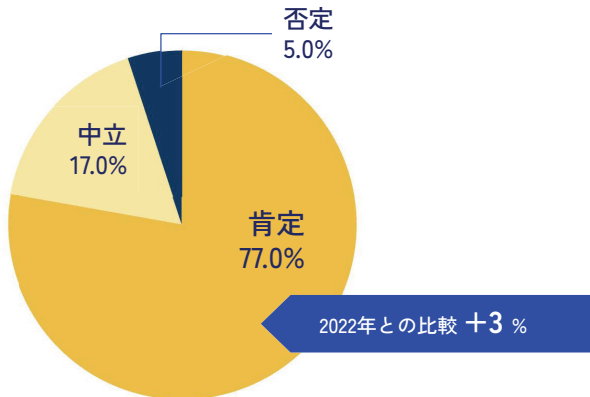
## ハイライト

調査概要：毎年11月にパナソニックグループ全社で実施  
アンケート前までに提供したサービス：セミナー2回と専門家相談室1回

- 何か健康課題があっても相談してみようと思える意識付けは、心理的安全性だけでなく、上司への相談を促し改善のきっかけになる

### 1 不調時の支援や配慮

当社は、心身の不調があるときに  
必要な支援や配慮を  
行ってくれる



# 知・経験のD&Iに向けた「能力発揮の環境」の基礎作り

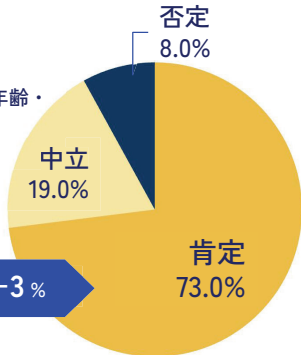
## ハイライト

調査概要：毎年11月にパナソニックグループ全社で実施  
アンケート前までに提供したサービス：セミナー2回と専門家相談室1回

- 職場での公平性は、男女全体で前年比 +3 %
- 上司の働き方や仕事の進め方は、他部署と比較して上司の取り組みを理解し肯定する割合が高い

### 1 職場での公平性

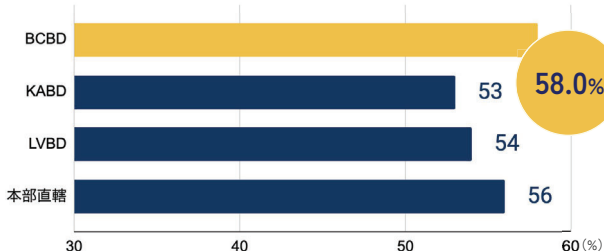
私の職場では、国籍・年齢・性別などに関わらず、全ての人が公平に扱われている



2022年との比較 +3 %

### 2 上司の働き方などの理解

事業部長（または、事業場長）は、自部門における働き方や仕事の進め方の改善に向けて積極的に判断・行動している



## 本事業を通じて見えた課題と対応策

### 本事業の 成果

約5ヶ月のサービス提供を通じて、Femtech活用による「労働生産性」や「エンゲージメント」、人的資本開示指標との関係性を一定示すことができた

### 課題

エンゲージメントサーベイの実施タイミングまでのサービス提供期間がわずか2ヶ月だったため、そこでの有用性を分析するには時期尚早であった



### 対応策

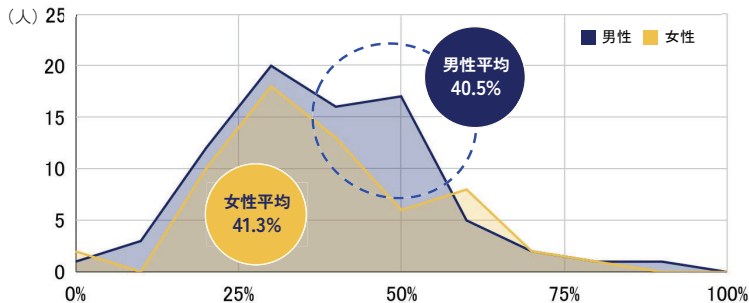
人気の高かったコンテンツの継続や本事業ではカバーしきれなかったニーズへの対応などを検討し、次年度の各種サーベイへの影響を継続して見ていく

# 今後の予定

## 課題

男性のプレゼンティーズム損失も  
40.5% 存在する (女性 41.3%)

プレゼンティーズム損失割合率 (男女別)



※n= ケアフル1回以上利用者で事前事後どちらも回答した140名 (男女)

現時点では女性の健康課題に主軸を置いているが  
今後、男性特有の健康課題についても包括的な改善アプローチが出来るよう検討する

お問い合わせ先  
hello@xxnanoni.com

最終報告

**株式会社YStory**



令和5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」  
最終報告  
実証事業名：更年期デジタルヘルスアプリ

2024/02/28  
株式会社YStory

最先端のAI Technology・Medical Scienceを活用して  
パーソナライズのヘルスケアを35+女性に提供



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



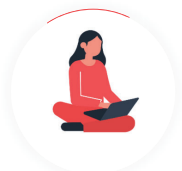
**事業概要・目的**

項目ごとの成果

課題と今後の展開



ヘルシーリテラシーの向上に向けて、最先端な技術やポジティブ・エイジングの解決策を提供。女性健康のプラットフォームを実現することで大人の女性も素晴らしい人生ストーリーができるように価値提供したい。



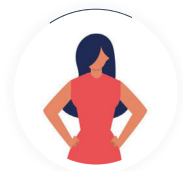
### Understanding & Self-caring

- 女性のヘルシーリテラシーを高め、自分の体を理解・管理することに価値提供したい
- 更年期の各症状を管理することを日常ルーティンに変えたい



### Science & Technology

- 最新のメディカルサイエンスを活かして、女性健康に価値提供したい
- 最先端のテクノロジー技術を活かして、女性健康に価値提供したい



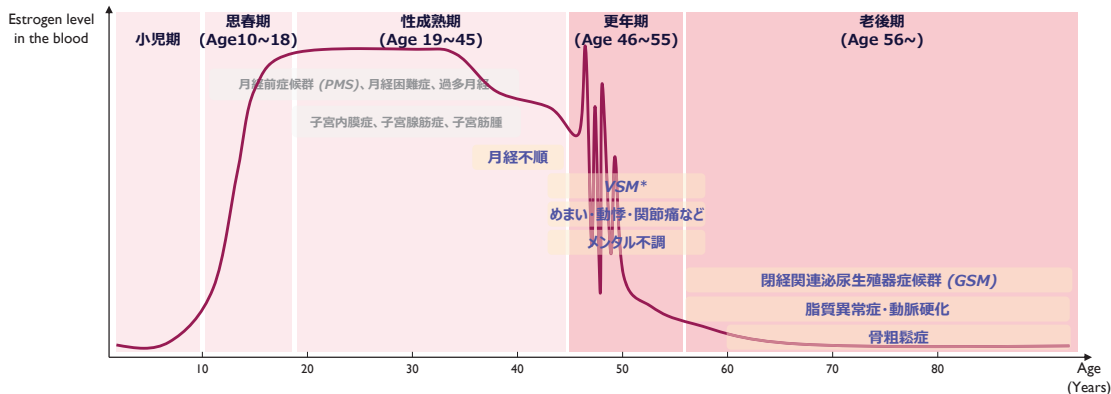
### Positive Aging

- ポジティブ・エイジングの実現に向けて、効果のある解決策を探索し、世の中に提供することを目指したい

## 女性健康における更年期の重要性について

40代より女性ホルモンであるエストロゲンが低下し始める。更年期では月経不順となり閉経を迎え、ホットフラッシュなどの更年期症状が出現。老年期の健康課題に対する予防の観点でも重要なライフステージとなる。

Hormone(Estrogen) changes with women life stage



本実証試験にて、AI・メディカルサイエンスを活かした更年期のセルフケアアプリを用いて、データ収集・効果検証を実施し、エビデンスのある更年期デジタルソリューションを開発・提供することを目指す。

### 事業概要・目的

#### 背景と概要

- **更年期ステージにある女性人口(35～65歳女性)は2400万人<sup>1</sup>**であり、そのうち、更年期に離職する女性は毎年46万人<sup>2</sup>にも及び、その**経済損失は年間4200億円<sup>2</sup>**にのぼります。
- 更年期症状に苦しむ女性は、その診断及び適切な治療法を見つけるためのプロセス、および継続した通院に大きな**時間的・心理的負担**を要しています。
- また、更年期の不定愁訴の症状は多岐にわたることから自身の症状管理や変化の把握、ならびに情報収集は容易なものではなく、35歳以上の女性の健康実現のための**サポートが全般的に不足している**のが現状です。

#### 実証試験 目的

- **AI・メディカルサイエンスを活かした更年期のデジタルヘルスケアアプリ『JoyHer』**(特許出願中、旧称HerLife)を通じて更年期症状がある方のヘルスケアに特化したサービスを提供します。
- 当アプリには症状の記録および、**個別化されたヘルスケアのアドバイスを受ける機能**が含まれております。またヘルスケアのアドバイスの詳細の例としては、**医学的エビデンスに基づく症状管理アドバイスやセルフケア提案、医師とのデータ共有を通じた効果的な診療支援等**がございます。
- 当サービスを通じ、我々はより多くの女性たちの身体的・心理的症状の改善と、一層ポジティブで健康的な生活の実現を目指しています。

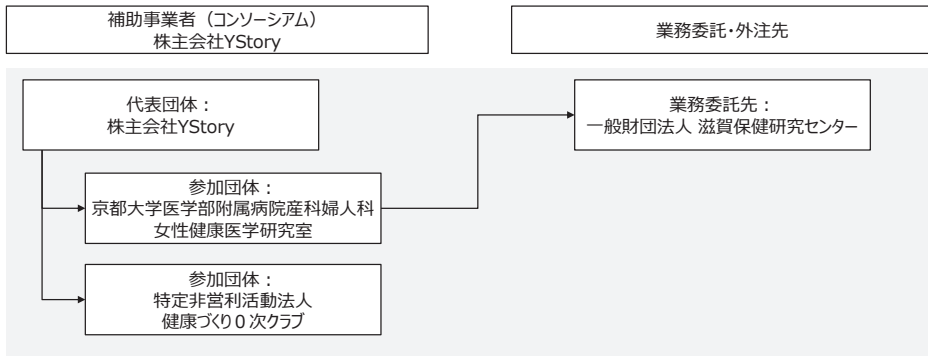
Source : YStoryより分析。

※1 : 国立社会保障・人口問題研究所日本の将来推計人口（全国）より弊社試算

※2 : NHK 「更年期離職」キャリア絶たれ... 莫大な経済損失も 国は調査へ」

YStoryを代表団体として本取り組みを進行しており、医学的知見の提供などは京都大学医学部附属病院 産科婦人科女性健康医学研究室において実施。以下のような参加団体を構成する。

### 参加団体概要



事業概要・目的

**項目ごとの成果**

課題と今後の展開

## 実施項目とスケジュール

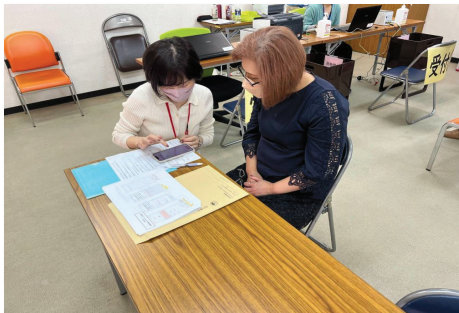
2023年7月から開発をはじめ、現時点ではすべての実施項目が予定通り完了した。

|                            | 7月  | 8月                      | 9月 | 10月  | 11月 | 12月 | 1月  | 2月 | 3月 |  |
|----------------------------|---|-------------------------|----|--|-----|-----|---|----|----|--|
| 実施項目1<br>ソリューション開発         | YStory &<br>京都大学医学部附属病院産科婦人科<br>女性健康医学研究室 |                         |    |  |     |     |   |    |    |  |
| 実施項目2<br>フィールド募集・<br>適格者選定 |   | 特定非営利活動法人<br>健康づくり0次クラブ |    |  |     |     |   |    |    |  |
| 実施項目3<br>ソリューション提供         |   |                         |    | YStory &<br>京都大学医学部附属病院産科婦人科女性健康医学研究室<br>(一般財団法人 滋賀保健研究センター(一部活動参加)) |     |     |   |    |    |  |
| 実施項目4<br>検証結果の分析           |   |                         |    |  |     |     | YStory<br>& 京都大学医学部<br>附属病院産科婦人科<br>女性健康医学研究室 |    |    |  |

## 実証試験開始日の様子

特定非営利活動法人健康づくり0次クラブのフィールドのうち、40~50代女性900+名に案内し、  
適格基準者92名に登録いただいた。

### 実証試験の説明会



参加者に対して試験内容を説明してアプリをダウンロード



参加団体の集合写真

## 実証試験の達成状況の報告(1/2)

7月から京都大学との共同研究より、試験用デジタルソリューションを開発完了。  
8月から試験募集の準備を開始し、9月～10月にて適格基準者を募集済、現在試験中となる。

### 実施項目 1 ソリューション開発



- ✓ 京都大学との共同研究で、**医師側ソリューション、ユーザー側ソリューション**のすべてを開発
- ✓ 試験開始後も、トラブルなく順調に使用されている

### 実施項目 2 フィールド募集・適格者選定



- ✓ 8月より試験参加者の募集を計画的に開始
- ✓ 9月～10月にて、特定非営利活動法人健康づくり0次クラブより**994名以上**の対象者に本ソリューションを案内し、**213名の試験参加者の登録**があり、**このうち92名の適格基準者**を選定した



## 実証試験の達成状況の報告(2/2)

10/15~1/15まで合計3か月にてアプリによる介入を実施した。92名参加者の継続率は94.6%。  
合計2.7万+トラックレコードのデータに基づき、詳細結果は今後国内外論文発表より一般公開。

### 実施項目3 ソリューション提供



- ✓ 医師は更年期の対策や健康指導をアプリ経由で行う。
- ✓ サーバーシステムにてアルゴリズム処理を行い、医師へリアルタイムで各種情報を提供。
- ✓ 試験参加者はアプリ経由でセルフケアを実施。

### 実施項目4 検証結果の分析

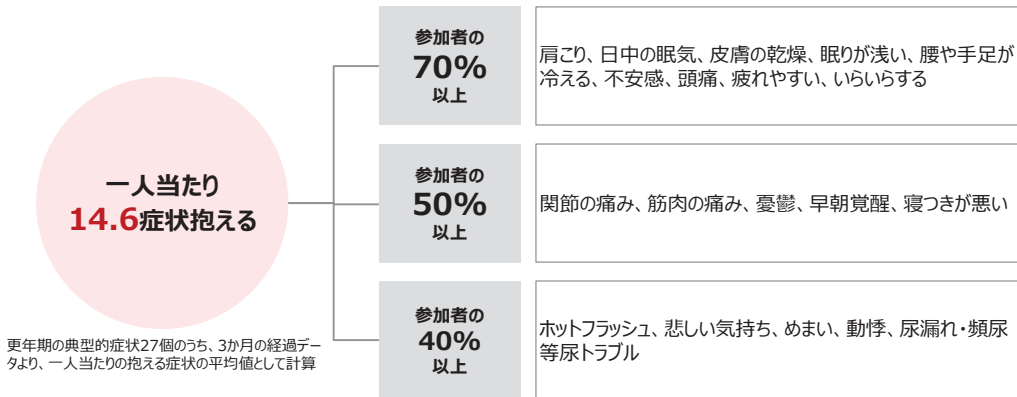


- ✓ 10/14~1/15までの3か月にて、92名参加者のうち1名が携帯設定より参加不可となった。また、5名脱落発生し、残り合計87名は継続利用。
- ✓ 合計2.7万+レコードのデータを取得でき、詳細分析を今後国内外の論文発表より一般公開。

## 女性更年期の症状傾向について

試験参加者のうちの多くは、多数症状が発生する傾向があり、一人当たり抱える症状個数が14.6となる。カラダ、ココロ、睡眠、皮膚問題、デリケートゾーンなど種類があり、個人差も存在。

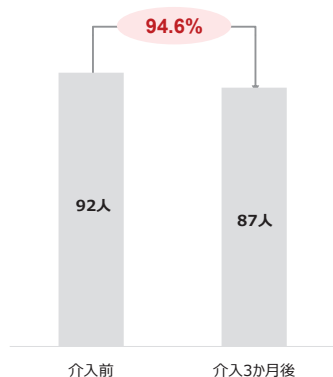
### 症状傾向について



## 実証試験の結果概要

試験参加者92のうち、3か月時点で87名が事後アンケートに回答し、継続率94.6%を維持。  
介入3か月後、72人が更年期症状の改善報告があり、26人は治療介入不要レベルへ改善。

### 3か月前後比較の介入結果



**72人(82.8%)**が症状改善へ\*1

*P value < 0.05\*1*

**26人(29.9%)**が治療介入不要レベル\*2へ改善

プレゼンティーズムが**6.8%**改善  
介入前62.5%→3か月後69.3%\*3

\*1: 介入3か月前後のSMIスコアより検定を実施した結果となる。

\*2: 介入3か月後のSMIスコア<25(上手に更年期を過ごしています。これまでの生活態度を続けていいでしょう。)の人数より集計。

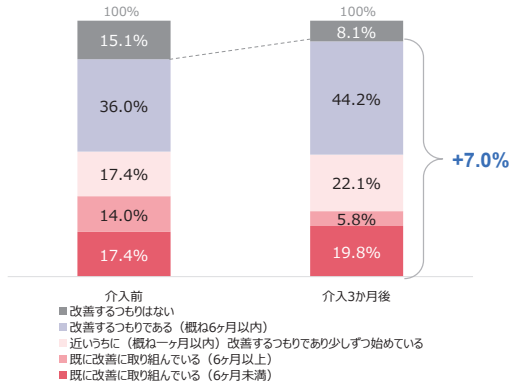
\*3: 試験参加者のうち、雇用形態が正社員と契約社員・嘱託社員のサンプルより絶対プレゼンティーズムをより計算。

## 行動変容ステージについて

アプリ内のヘルシーリテラシー向上のコンテンツを通じて、行動変容ステージは+7%向上できた。  
今後は、更年期に関する個々の悩みにパーソナライズされた価値提供を目指す。

### 行動変容ステージの3か月前後比較

Q：運動や食生活などの生活習慣等を改善してみようと思いませんか



- アプリのプログラム内では、ヘルシーリテラシー向上のために、京都大学産婦人科の専門家チームより作成したコンテンツを提供している。更年期に各症状の原因解説、セルフケア実践方法などを包括的に利用者へ提供し、利用者はマイペースで閲覧でき、日々のセルフケアの実施強化をサポートする。
- 3か月のアプリ介入の結果として、使用後と比較して全体的に7%の行動変容の向上効果が確認できた。特に、「改善するつもりである（概ね6か月以内）」の回答者は36.0%→44.2%、+8.1%増えた。
- 本プログラムの意義として、従来の全員共通で開催する更年期知識のセミナーやヘルシーリテラシー勉強会の代替手段として作成され、更年期に関するより個々の悩みに集中した、人の介入せずに広範囲に展開できるソリューションを目指す。

江川先生より「今後もひきつづき、更年期女性の自律的セルフケア能力を高めるデジタルソリューションの開発に取り組む」と評価し、今後の共同研究活動より更年期・女性健康の新しい診療体験を創出。

### 江川美保先生よりのコメント・評価



#### 江川美保 MD PhD

京都大学大学院医学研究科  
婦人科学産科学 助教

日本産科婦人科学会  
認定専門医・指導医

日本女性医学学会  
認定女性ヘルスケア専門医・指導医

1994年京都大学卒業  
2005年医学博士取得

- 2010年に京都大学病院産婦人科に「ヘルスケア外来」を開設、専門は月経前症候群(PMS)、更年期障害など
- ホルモン療法・漢方療法・栄養指導などを統合し、女性の心身両面にアプローチする診療を実現
- PMS（月経前症候群）のための症状記録アプリ開発の経験あり
- 日本女性医学学会の幹事として、更年期の社会啓発活動や学会ホームページ管理などを担当

- 多彩な更年期症状への適切な対処としては、本人の**更年期に関する正しい理解とセルフケア**が第一に重要となる。**適切な医療とのつながりをもつこと**もセルフケアの一環となる。
- 現状の忙しい診察現場では、具体的なセルフケア方法の指導は行き届きにくいし、**体系的な指導体制はほとんど存在しない**。困っている**未受診の方へのアプローチも必要である**。
- 漠然とした「更年期だから仕方ない」という諦めは残念すぎる。より心地よく過ごせる方法があることをひとりひとりに伝え、励ましたい。
- 今回の試験結果では、**薬物治療なしで多くの方の症状が改善したということ**はとても喜ばしいこと。
- 今後は**アプリによる介入が、どのような方・どのような症状により有効なのか、また薬物治療と組み合わせた介入効果などについて検討**したい。
- **健康の土台を整え医療を補完するデジタルソリューション**開発に挑戦する。

事業概要・目的

項目ごとの成果

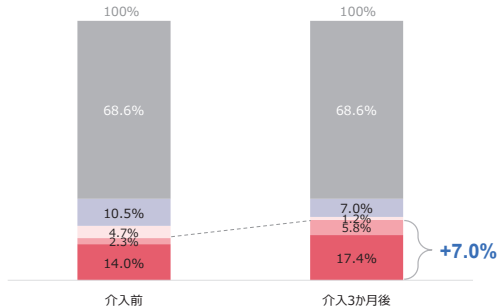
**課題と今後の展開**

## 女性の更年期健康ケアにおける課題と対応策

アプリによる3か月の介入効果として、セルフケアの実践と伴い、受診促進として7%の効果が見えた。依然として7割は「受診するつもりはない」、アプリによる重症化の予防対策は重要と考える。

### 現状の更年期健康ケアに関する課題と対応策

Q：更年期の心身の不調について医療機関を受診してみたいと思いますか？



- 受診するつもりはない
- 受診しようと思う (概ね1年以内)
- 受診しようと思う (概ね3~6ヶ月以内)
- 近いうち (概ね1ヶ月以内) に受診しようと思う
- すでに受診している

■ 医療機関への受診促進は7%増加

3か月のアプリ介入の結果として、参加者の17.4%は「すでに受診している」、5.8%は「近いうち (概ね1か月以内に受診しようと思う) 」となり、医療機関への受診促進は7%の向上効果が見えた。

■ 「受診するつもりはない」は依然として7割程度

今後の対応策として、セルフケアのデジタルソリューションより、  
①更年期や女性健康に関するヘルシーリテラシーを高めるプログラムを提供。  
②診断データなどを用いて、遠隔でもセルフケアを実践できるよう行動促進を強化、重症化の予防対策を提供。

■ セルフモニタリングは不可欠な要素として必要

今後はアプリによるホルモンバランスのダイナミックを捉えるソリューションの提供を継続検証。

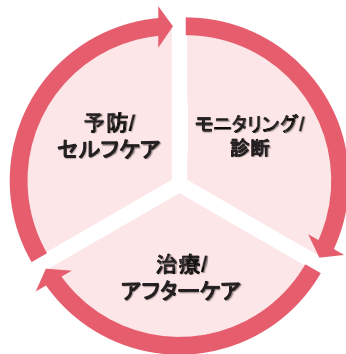
今回の実証結果・蓄積したデータを基に、女性更年期などのWomen Health Platformを開発し、更年期女性・医療現場側に有効性・利便性の高いデジタルソリューションの提供を目指す。

### 実証試験サマリ

更年期Digital Healthアプリの3か月の実証試験より、

- **継続使用**：継続率は3か月間にて**94.6%**となり、一定継続者が存在。
- **改善効果**：サービス開始3か月後、**72人改善あり** ( $p < 0.05$ )、**26人が治療介入不要レベルへ改善**。
- **プレゼンティーズム**：介入前62.5%→3か月後69.3%に上げて、**+6.8%改善**。

### 今後の事業展開





## お問い合わせ先

contact@ystoryfemtech.com

<https://www.ystoryfemtech.com>

<https://www.joyher.life>



JoyHer  
(旧称: HerLife)



最終報告

国立大学法人

政策研究大学院大学

令和  
5  
年

健康経営  
のために  
プロフェッショナルの力を



国立大学法人政策研究大学院大学

医師が開発した性差医療アプリWaiSEを活用した  
健康経営サービスの構築と実証



経済産業省  
Ministry of Economy, Trade and Industry

Copyright © フェムテック等サポートサービス実証事業

# 医師が開発した性差医療アプリ WaiSE を活用した 健康経営促進サービスの構築と実証

女性・企業・社会にシナジー効果をもたらす

経済産業省 令和5年度フェムテック等実証事業補助金  
「最終報告会」 2024年2月28日

【総括事業代表者】

国立大学法人  
政策研究大学院大学 保健管理センター 所長・教授  
日本性差医学・医療学会 理事長  
片井 みゆき

# 事業背景・1 本事業のコア技術 **WaiSE** (ワイズ) とは？

## 月経随伴症状(PMS)・更年期・不定愁訴等の原因を解析し、 女性特有の健康課題を解決する性差医療アプリ「**WaiSE**」

- 女性専門外来 **10年分の臨床データ**とエビデンスに基づき、女性に対する問診スキル、女性に特化した診断アルゴリズムを実装した、これまでにない画期的なジェンダード・イノベーション(フェムテック)。
- 日本医療研究開発機構(AMED) 女性の健康の包括的支援実用化研究事業に採択され、片井みゆき医師(日本性差医学・医療学会副理事長)を研究開発代表とし、女性内科・内分泌内科・産婦人科・心身医学の医師達、生物統計専門家、ICT専門家、看護師、非医療者女性らの**研究班が5年をかけて研究開発**。

更年期や月経の多彩な症状

更年期女性が適切な診断を受けるまでの重複検査

年間 **434** 億円

プレゼンティズムによる経済損失( NHK, 2022)

年間 **4,200** 億円

LINEアプリ **WaiSE**

WaiSE  
体の部位から探す

WaiSE  
症状・病歴・既往症などのまとめ

WaiSE  
可能性が考えられる病気

病気の発症率や症状は男女で異なり、治療法や薬の効果・副作用にも性差があります。  
性差医療アプリ **WaiSE**は、女性の各ライフステージに伴う健康課題を解決に導きます。

国立研究開発法人 日本医療研究開発機構 (AMED)

2019年度公募課題 研究期間：2019年4月～2022年3月

「女性の健康の包括的支援実用化研究事業-Wise」 2-1

公募課題名 女性の心身の状況を総合的に考慮した診療に資するツールの開発

研究開発課題名

女性診療を支援する

「AI診断支援ナビゲーションシステムWaiSE」の開発

研究開発代表者・分担者：

政策研究大学院大学 保健管理センター

片井 みゆき (代表者)

京都府立医科大学大学院 女性生涯医科学

北脇 城 榎村 史織

慶応義塾大学医学部 システム医学講座

洪 繁 洪 実

東京大学大学院情報学環・学際情報学府

大庭 幸治

大阪大学大学院医学系医療画像技術科学分野

西尾 禎治

跡見学園女子大学 心理学部臨床心理学科

鈴木 眞理

事務局：

政策研究大学院大学 片井研究室 木下 千栄子 加藤 透子



# 事業背景・2 健康経営のために、性差医療アプリWaiSEが必要な訳

社会的問題

## 働く女性の「プレゼンティズム」

～女性は月経や更年期の不調をかかえながらも、我慢して働き続けている～

「働く女性の約半数が、月経や更年期による症状が強い時は、仕事のパフォーマンスが普段の半分以下と自覚

団塊ジュニア世代女性が更年期に入り、心身不調に伴う社会全体の労働力低下が懸念されている

従来の診療では更年期等の症状と他の疾患の症状の見分けが困難、女性は男性と比べて正確な診断に至るのがより難しい

これらの問題解決には

- ✓ 女性の健康課題解決には、性差(男女差)を考慮したアプローチ「**性差医学・医療**」が必要
- ✓ 健康経営に性差医療アプリWaiSEを活用し、働く女性が日々の生活で使えるようカスタマイズ

- 性差医療アプリWaiSEに、日々の仕事のパフォーマンスと疾病予防に重要な食事、睡眠、運動の**セルフチェック**と**セルフケアを促す Recommend機能**を追加し、女性が健康に、各ライフステージを通して、いきいきと働くことを実現させる。
- 性差医療アプリWaiSEで、女性の多彩な症状を容易かつ的確に把握、**女性の健康管理とヘルスリテラシー向上**を実現すると共に、可能性のある病気、検査、受診科を示して**医療機関や健診への受診支援**を行う。

# 本事業の目的

今回、WaiSEの健康経営版として、食事アドバイスをはじめ、日常生活習慣に取り入れられるセルフケア（食生活、運動習慣等）をレコメンドする機能を追加し、新たにカスタマイズした[WaiSE健康経営版 WaiSEWork](#)を完成する。

これにより、働く女性のそれぞれの健康課題にきめ細やかに対応することで、ライフステージごとの健康課題（PMS、更年期症状・障害、生活習慣病等）を解決し、離職や休職を防ぎ、女性が生涯を通じてキャリア形成し生き生きと力を発揮し続けられる、多様な人材が活躍する社会を実現する。

また、本事業で企画する「性差医学にもとづく健康経営促進セミナー(仮称)」は、フェムテックユーザの女性本人のみならず、職場の上司や同僚、周囲の人々も対象に企画し、性差医療、男女のライフステージに沿った心身の状況や変化、対策や予防法を知ることで、互いの心身の健康への気づき、思いやり、行動変容など、企業経営や社会活動へのシナジー効果が期待できる。

WaiSEによる医学的なエビデンスに基づき、働く女性のヘルスリテラシーを向上させ、希望するライフプランの実現、女性のライフステージに沿ったウェルビーイングの実現に向け、女性の健康を支援する事業を展開する。

# 最終報告会 報告内容

## 1 : WaiSE健康経営トライアル版の作成

報告項目： 1)実施項目      2)実施内容      3)結果      4)KPI      5)詳細結果

## 2 : 開発したサービスの実証と検証

報告項目： 1)実施項目      2)実施内容      3)結果      4)KPI      5)詳細結果

## 3 : 性差医学・医療に基づくジェンダード・イノベーション(GI)の概念、実証内容をイベントで啓発・普及および市場調査

報告項目： 1)実施項目      2)実施内容      3)結果      4)KPI      5)詳細結果



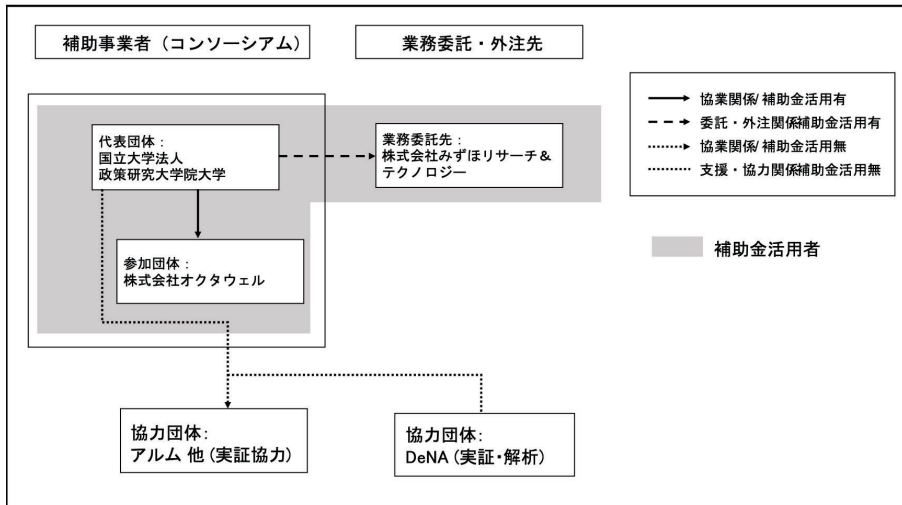
# 全体的なスケジュール

課題への対応策 –実証を通じて把握した課題–

▶ 計画通りに進捗できており、課題は特段なし。

| 実施項目  |                             |               | 2023年 |       |       |       |       |       | 2024年 |       |       |
|---|-----------------------------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|   |                             |               | 6月    | 7月    | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    |
| 1..Mainの健康経営<br>トライアル版の作成   | 1.1 リスク<br>チェックロジック<br>開発   | ヘルスケア版入力情報の検討 | ■■■■■ |       |       |       |       |       |       |       |       |
|   |                             | 診断結果の整合性検討    | ■■■■■ |       |       |       |       |       |       |       |       |
|   | 1.2 ケア情報<br>に関するコンテ<br>ンツ作成 | 栄養・食事メニューの開発  |       | ■■■■■ |       |       |       |       |       |       |       |
|   |                             | 運動メニューの開発     |       | ■■■■■ |       |       |       |       |       |       |       |
| 1.3 サービスとの<br>マッチング機<br>能開発                                       | ケアサービスメニューとのマッ<br>チングロジック開発 |               | ■■■■■ |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 1.4 画面開発  | 入力画面、結果画面の開発                |               |       | ■■■■■ | ■■■■■ |       |       |       |       |       |       |
| 2..開発したサービスの実証と<br>検証   | 2.1 評価指標<br>設計              | 評価指標の設定       |       | ■■■■■ |       |       |       |       |       |       |       |
|   |                             | 測定方法の設定       |       | ■■■■■ |       |       |       |       |       |       |       |
|   | 2.2 トライアル<br>利用             | モニター募集        |       |       | ■■■■■ | ■■■■■ |       |       |       |       |       |
|   |                             | 事前アンケート       |       |       |       |       | ■■■■■ |       |       |       |       |
|   |                             | トライアル利用       |       |       |       |       |       | ■■■■■ | ■■■■■ |       |       |
|   |                             | 事後アンケート       |       |       |       |       |       |       |       | ■■■■■ |       |
|   | 2.3 評価検証                    | 調査結果分析        |       |       |       |       |       |       |       | ■■■■■ |       |
|   | 2.4 改善ポイ<br>ントの抽出・改善        | 改善ポイントの抽出     |       |       |       |       |       |       |       |       | ■■■■■ |
| 改善方向性の検討  |                             |               |       |       |       |       |       |       |       | ■■■■■ |       |
| 3..性差医学・医療に基づく<br>ジェンダー・イノベーション<br>の概念・実証内容をイベン<br>トで啓発・普及および市場調査 | 3.1 広報ツ<br>ール作成・配布          | 版下作成・印刷       |       |       |       |       |       |       | ■■■■■ |       |       |
|   |                             | 配布            |       |       |       |       |       |       |       |       | ▲     |
|   | 3.2 セミナー講<br>演による普及啓<br>発   | セミナー講演        |       |       |       |       |       |       |       |       | ▲     |
|   | 3.3 プース来<br>訪者へのアン<br>ケート調査 | 調査設計          |       |       |       |       |       |       |       | ■■■■■ |       |
|   |                             | 実施・回収         |       |       |       |       |       |       |       |       | ▲     |
|   |                             | 分析            |       |       |       |       |       |       |       |       | ■■■■■ |

# 実施体制図



# 1 : WaiSE健康経営トライアル版の作成

| 1) 実施項目              | 2) 実施内容  | 3) 結果  | 4) KPI          |
|----------------------|--|--|-----------------|
| 1・ヘルス(リスク)チェックロジック開発 | <ul style="list-style-type: none"><li>健康経営版に無～軽症状な方でも日々の自身の体調を可視化できるコンテンツを開発した。</li><li>日々の体調に合わせたレコメンド作成には、WaiSEから症状や疾患を抽出したものを取り入れた。</li></ul> | 判定対象疾患数：目標 <b>50</b> 件以上<br>( <b>65</b> 件：レコメンド機能に反映した疾患)                            | <b>130%</b> 達成  |
| 2・ケア情報に関するコンテンツ作成    | <ul style="list-style-type: none"><li>利用する女性のライフステージに沿ったケア情報を、参加団体のオクタウエルと共に作成をした。</li></ul>   | 作成コンテンツ数：目標 <b>50</b> 件以上<br>( <b>67</b> 件：レコメンド65件、日々のヘルスチェックコンテンツ2件)               | <b>134%</b> 達成  |
| 3・サービスとのマッチング機能開発    | <ul style="list-style-type: none"><li>利用する女性のライフステージに日々のセルフチェックの結果をマッチングさせたレコメンドを提示する機能を開発した</li></ul>   | サービス件数：目標 <b>100</b> 件<br>(無限：ライフステージ6項目 x 日々のヘルスチェック5項目 x レコメンド65件 = <b>1950</b> 件) | <b>1950%</b> 達成 |
| 4・画面の開発 4・画面の開発      | <ul style="list-style-type: none"><li>利用する女性のライフステージに日々のセルフチェックの結果をマッチングさせたレコメンドを提示する機能を開発した</li></ul>   | 表示パターン数上記の任意の組み合わせ京( <b>10</b> の <b>16</b> 乗)レベル                                     | N/A             |

# WaiSE健康経営版(WaiSE Work)アプリの完成



**WaiSE(AMED研究開発・特許出願済)**

- ☑ 気になる症状があるときに
- ☑ 心身のトータルチェックに



**健康経営版「日々のヘルスチェック」(本事業で新規追加)**

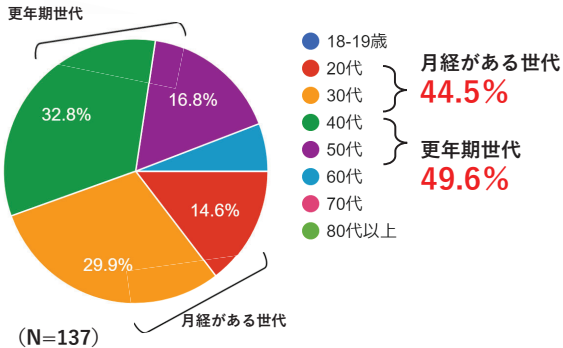
- ☑ 日々の心身のコンディションをチェック
- ☑ ライフステージに合わせたレコメンド、ヘルストピックの表示
- ☑ 働く女性ユーザーの行動変容を促す

## 2：開発したサービスの実証と検証

| 1) 実施項目     | 2) 実施内容  | 3) 結果  | 4) KPI  |
|-------------|--|--|---|
| 1・トライアル利用   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・実証参加者エントリー開始：<br/>2023/11/27～<br/>協力団体の株式会社アルム、DeNAを中心に<br/>実証参加者を募集を行った。</li> <li>・WaiSEのホームページにも募集チラシを掲<br/>載し募集を行った。<br/>実証期間：2023/12/27～2024/1/21</li> </ul> | <p>目標実証参加者<b>300</b>名</p> <p>Wise健康経営トライアル版<br/>登録者数<b>435</b>名</p>  | <p><b>125%</b>達成</p>  |
| 2・評価検証      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・WaiSE健康経営版使用の前後でアンケート<br/>を行い、回収した。</li> <li>※実証事業共通事業評価指標のアンケート集<br/>計し、提出した。</li> <li>・サービス提供によるリテラシーや行動の変容<br/>→詳細解析中。</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>・実証前後調査回答数<br/><b>100</b>件以上<br/>実証前後調査回答数<br/>前<b>137</b>件<br/>後<b>164</b>件</li> <li>※経産省アンケート(実証事<br/>業共通事業評価指標)前：408<br/>件 / 後:144件</li> </ul> | <p>実証前調査回答数<br/><b>137%</b>達成</p> <p>実証後調査回答数<br/><b>164%</b>達成</p> <p>詳細解析中。WaiSEWork<br/>アプリ試用で行動変容が認<br/>められた。</p> |
| 3・改善ポイントの抽出 | アンケートを回収し集計・分析を行った。  | 詳細に関して解析中  |   |

## 実証参加者の年齢

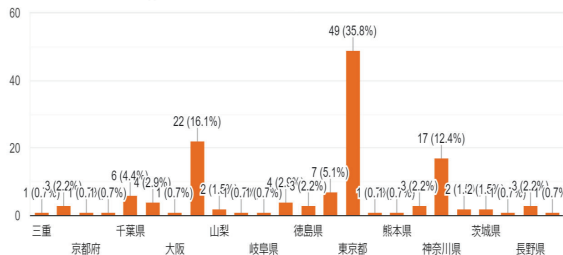
更年期世代の40-50代が半数以上を占めた。



## 実証参加者の居住地

東京都、大阪府、神奈川県の大都市に加え、長野県、群馬県、石川県など、幅広く全国各地の在住者にご参加頂き、地域バイアスの少ない実証が行えた。

あなたのお住いの都道府県を教えてください。



(N=137)

## ◆サービス提供によるリテラシー向上

WaiSEWorkの使用で、  
ヘルスリテラシーの向上が  
認められました。

### WaiSEによる リテラシー向上



- ・女性に特化した選択肢が具体的に提示されることで、**自覚症状に気づける 63.4%**
- ・症状の組み合わせから、**可能性のある病気を知る**ことができる **52.4%**
- ・自分の持つ**症状を的確に把握**することができる **47.6%**



(複数回答可) (N=164)

### 健康経営版

### 「日々のヘルスチェック」



- ・自分の**食事、睡眠、心身のバランス**が分かる **53%**
- ・自分のライフステージ、体格、持病などに**個別化したアドバイス**が分かる **44.5%**
- ・健康や**仕事のパフォーマンス向上**の為に、**食事や睡眠などの重要性**が分かる **37.2%**

(複数回答可) (N=164)

## ◆サービス提供による行動変容

WaiSE Work後、健康に対する  
行動変容が認められました。

- ・睡眠や食事などの日々のセルフケアを、よりしっかりしようと思った **63.4%**
  - ・健診を、よりしっかり受けようと思った **27.4%**
  - ・健診の結果を、よりしっかり確認しようと思った **27.4%**
- 54.8%**

WaiSEWork使用后、意識がかわりましたか？(複数回答可)

(N=164)

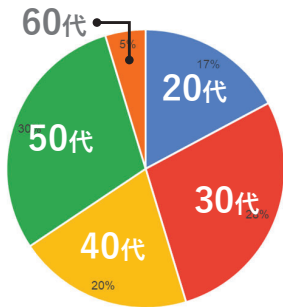




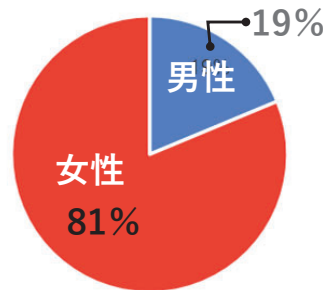
### 3：性差医学・医療に基づくジェンダード・イノベーション(GI)の概念、実証内容をイベントで啓発・普及および市場調査

| 1) 実施項目           | 2) 実施内容  | 3) 結果   | 4) KPI  |
|-------------------|--|---|---|
| 1・広報ツール作成・配布      | 広報用パンフレット、資料を作成をし、講演、健康博覧会時に配布をした。   | 目標配布数 <b>1000</b> 枚<br>講演・健康博覧会に配布<br>パンフレット及び資料<br><b>1000</b> 枚 | <b>100%</b> 達成  |
| 2・セミナー講演による普及啓発   | <ul style="list-style-type: none"> <li>本研究代表 片井みゆき が講師を務め、2023/9/13、10/26、11/18に講演を行い、講演後にアンケートを実施した。</li> <li>2/20～2/22に行われた健康博覧会で、来訪者へ性差医療に基づくGIについて説明を行った。</li> </ul> | 目標 <b>200</b> 名<br>講演参加者 <b>100</b> 名<br>+個別説明 <b>104</b> 名以上     | <b>102%</b> 以上達成  |
| 3・ブース来訪者へのアンケート調査 | <ul style="list-style-type: none"> <li>2/20～2/22に行われた健康博覧会に出展した。来訪者へアンケートの記入を依頼。</li> <li>アンケート記入時間の確保が難しい時はメモに、情報を記入し対応。</li> </ul>                                     | 目標回収数 <b>50</b> 件<br><b>104</b> 件以上                               | <b>208%</b> 以上達成  |
| 4・サービスの事業性        | 調査回答解析を行う  | ⇒詳細に関して解析中。   | ⇒詳細解析中<br>健康経営にWaiSE Workアプリの提供を希望、性差医療を健康経営に取り入れることが良いとの回答を多く得た。 |

### セミナー参加者：年齢 (N=64)



### セミナー参加者：性別 (N=64)



セミナーには、20代から60代の、男性19%を含む方々に参加頂いた

### 3：性差医学・医療に基づくジェンダード・イノベーション(GI)の概念、実証内容をイベントで啓発・普及および市場調査

国内最大級

女性特有/男性特有の健康課題を解決する

ジェンダード  
イノベーション EXPO

出展社募集中 2024年2月20・21・22日



東京都のアンケート調査では企業の3割が「何を  
してよいか分からない」と回答しており、企業が  
十分に対応できていない状況が浮かぶ。

#### 経産省が補助するフェムテックの事例

|                |                               |
|----------------|-------------------------------|
| パラマウント<br>トベッド | 睡眠データを活用した更年期女性のカウンセリング       |
| TOPPAN<br>エッジ  | アプリを通じて生理に悩む女性の心身状態を可視化       |
| アルプス<br>アルパイン  | アプリを活用して骨盤の筋肉量を可視化し、尿失禁を改善    |
| 金沢大学           | トイレの壁面モニターで女性の健康課題に関するデータを提供  |
| 政策研究<br>大学院大学  | 女性の体調把握や、可能性のある疾患を「見える化」するアプリ |

今回の試算は対策をとらないと影響が大きいと企業に認識してもらい、対応を促す狙いがある。

EXPO出展初日(2/20/2024)の日経新聞朝刊で

経産省が助成するフェムテック事例としてWaiSEが掲載されました。



## ◆サービスの事業性

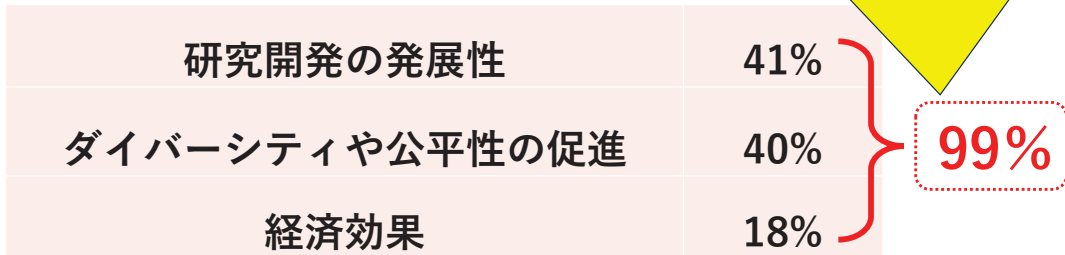
ほぼ全員が、健康経営や職場健診に性差医療の視点を入れることを、大変良い、良いと回答を得ました。



性差とライフステージを考慮した医療(性差医療)の視点を健康経営や職場健診に取り入れることについて、どう思いますか？(1つ選択)

## ◆サービスの事業性

ジェンダード・イノベーションを研究に取り入れるメリットは、  
経済効果をはじめ、研究開発の発展性、  
ダイバーシティや公平性の促進との回答から、  
サービス事業の促進が望まれます。



ジェンダード・イノベーション(GI)は、こうした性差の視点や交差因子を、研究や開発に取り入れるものです。GIを取り入れるメリットは何であると考えますか？ (N=64)  
(複数回答可能)

## ◆サービスの事業性



### WaiSEアプリのサービスの希望

(複数回答可) (N=164)

- ・健康経営として職場が契約し、従業員が自由に任意で利用 **64%**
- ・病院や診療所で備え付け **43.9%**
- ・個人で契約 **20.7%**

職場で契約を希望されている方が多数。

## まとめ

- 今回の実証を通し、①WaiSEアプリによって女性が漠然と感じていた自覚症状を的確に把握することができた、②自身の可能性のある病気を知ることができ、③健康意識(ヘルスリテラシー)の向上に繋がった事が示された。
- 健康経営版WaiSE Work に追加した「日々のヘルスチェック」機能に対して、①食事や睡眠、体調が健康や仕事のパフォーマンス向上のために重要である認識、②各自の年代、体格、持病など個別にカスタマイズされたアドバイスを受けられる点良かった、③日々のレーダーチャートにより自身の状況やバランスがよく分かったとの回答を多数得た。
- WaiSE Workの利用による行動変容として、2/3が睡眠や食事等のセルフケアに向けた意識改革、2/3が健診に関するポジティブな意識改革を促されたと回答した。
- 今後、WaiSE Workの提供先の希望としては「職場が健康経営として契約し従業員が利用(64%)」が最多で、「病院や診療所で備え付け(43.9%)」「個人で契約(20.7%)」を上回り、健康経営でWaiSE Work採用への期待が寄せられた。
- 今回の実証結果から、WaiSE Workアプリが女性の的確なコンディション把握と行動変容に繋がることが示され、健康経営でWaiSEアプリをはじめフムテック活用の益々の促進が望まれる。

# WaiSE Workアプリの効果

## ■ WaiSEアプリの効果

- ・ 症状の的確な把握
- ・ 自覚症状への気づき(選択肢提示により自覚症状に気づく)
- ・ 可能性のある病気への認知
- ・ 可能性のある病気の情報提供

## ■ WaiSEを使うシチュエーション

- ・ 気になる症状がある時に、受診前の症状整理、受診の優先順位を知る

## ■ 日々のヘルスチェックの有用性

- ・ ライフスタイルをはじめとする個別のアドバイス、自分にカスタマイズしたアドバイスを受けられる
- ・ 自分のコンディションバランスを認識。
- ・ 健康仕事のパフォーマンス向上に向けた食事、睡眠、体調の重要性への認知をもたらす。



# 今後の予定・期待

- WaiSE Workをに実用化する。
- 今回の実証結果を論文としてまとめる。
- 性差医学・医療に基づいたジェンダード・イノベーションの啓発・普及を継続して行う。
- 社会啓発の一環として引き続きメディア協力も行う：  
<https://www.waise-healthcare.com/> 参照

【WaiSEについて主な報道】 NHKスペシャル(2023/4/29) NHKあさイチ  
(2023/5/1) NHKきょうの健康(2024/5月予定)で放映. 日経新聞  
(2024/2/20), 毎日新聞(2023/10/17), 日経新聞・日経ヴェリタス  
(2023/10/1), プレジデント ウーマン(2023/12/21), ビヨンドヘルス  
(2022/10/21), 日経クロステック・日経デジタルヘルス…等々の 公共放  
送, 主要新聞, 雑誌, オンライン媒体など多数のメディアで特集や掲載

健康経営のため  
プロフェッショナル  
の力を



女性診療各科専門医・産業医・  
看護師・管理栄養士・医療ICT  
のプロフェッショナルチームが  
開発した健康経営版アプリ

“WaiSE Work”

*Coming soon !*

# WaiSE

性差医学に基づく

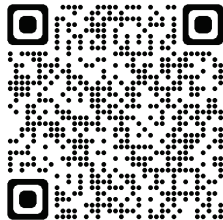
女性のための新しいヘルスケア

ジェンダード・イノベーション

女性も 男性も 誰もが  
一人ひとりに適した医療を  
受けられる世界へ

WaiSE  
ワイズ

WaiSEに関する新着情報は  
ホームページをご覧ください。



<https://www.waise-healthcare.com/>



「症状を 医師へ うまく伝えきれなかった」  
「自分の専門ではないと 医師に言われた」

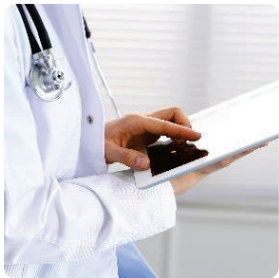
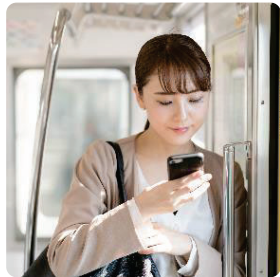
女性の多彩な症状に「**解決**」を

# WaiSE



健康経営・日々のヘルスケア・行動変容に  
健診・受診もナビゲート

## WaiSE Work ワイズワーク



最終報告

**豊田通商株式会社**









日本・ベトナム

「製造IoT」×「女性の健康管理」による生産性の見える化で  
女性のパフォーマンス改善を実現



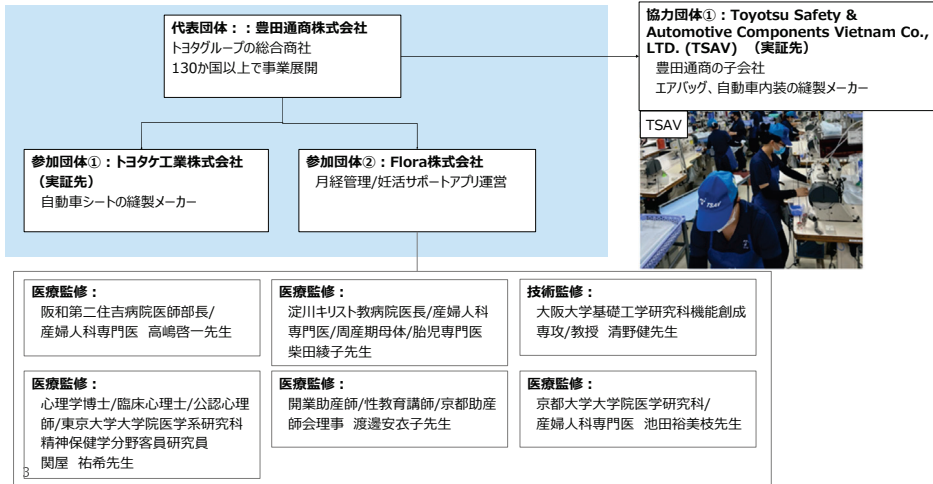
 豊田通商株式会社

# 1.事業概要（事業目的と背景）

|   |   |                                   |              |   |  |   |   |
|---|---|-----------------------------------|--------------|---|--|---|---|
| 事業<br>テーマ   | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 製造現場IoT×女性の健康管理で生産性見える化・女性のパフォーマンス改善</li><li>✓ 『女性が我慢しない・魅力的な環境整備』をすることで、<br/>生産性向上を図り、モノづくりの強化と持続的成長を果たす</li></ul>   |                                   |              |   |  |   |   |
| 事業<br>目的  | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 製造現場における『女性特有の健康課題による生産パフォーマンス』の見える化</li><li>✓ 製造現場で働く女性の働きやすさ・働き甲斐の改善（我慢しない・伝わる職場づくり）</li></ul>  |                                   |              |   |  |   |   |
| 事業<br>背景  | <table border="0"><tr><td data-bbox="502 394 760 446" style="text-align: center;"><b>女性従業員の課題</b><br/>(現場女性50人ヒアリング)</td><td data-bbox="1215 394 1335 420" style="text-align: center;"><b>企業の課題</b></td></tr><tr><td data-bbox="365 467 930 632" style="vertical-align: top;"><p>月経痛の日でも、毎日同じ作業をしないといけない<br/>ライン作業なので、突然休むと迷惑がかかる<br/>男性上司に、理由を話して休むのは気が引ける</p></td><td data-bbox="993 467 1570 632" style="vertical-align: top;"><p>特定の週に生産性が落ちている社員がいる気がする<br/>突然休まれるとシフトを組み替える工数が発生<br/>男性側から声をかけて良いのかよく分からない</p></td></tr><tr><td data-bbox="742 669 824 769" style="text-align: center;"></td><td data-bbox="1403 679 1521 762" style="text-align: center;"></td></tr></table> | <b>女性従業員の課題</b><br>(現場女性50人ヒアリング) | <b>企業の課題</b> | <p>月経痛の日でも、毎日同じ作業をしないといけない<br/>ライン作業なので、突然休むと迷惑がかかる<br/>男性上司に、理由を話して休むのは気が引ける</p> | <p>特定の週に生産性が落ちている社員がいる気がする<br/>突然休まれるとシフトを組み替える工数が発生<br/>男性側から声をかけて良いのかよく分からない</p> |  |  |
| <b>女性従業員の課題</b><br>(現場女性50人ヒアリング)   | <b>企業の課題</b>  |                                   |              |   |  |   |   |
| <p>月経痛の日でも、毎日同じ作業をしないといけない<br/>ライン作業なので、突然休むと迷惑がかかる<br/>男性上司に、理由を話して休むのは気が引ける</p> | <p>特定の週に生産性が落ちている社員がいる気がする<br/>突然休まれるとシフトを組み替える工数が発生<br/>男性側から声をかけて良いのかよく分からない</p>  |                                   |              |   |  |   |   |
|  |    |                                   |              |   |  |   |   |

**女性側も企業側も、女性特有の健康課題によって悩みを抱えている**  
→しかし、**客観的なデータとして見える化できていないので、**  
**明確な対策を打つことができません**（企業もPainの根っこを捉えられていない）

# 1.事業概要（実施体制）



## 1.事業概要（事業目標）



### <目標>

個人：自身の体と向き合い、**ケア**するきっかけに

企業：課題の見える化・**生産性の改善**を測る

健康課題を抱える女性を取り巻く**リテラシー向上**を目指す

| KPI  | 目標値                               |
|--|-----------------------------------|
| ①絶対的プレゼンティズム<br>(WHO Health and Work Performance QB9-11) | サービス利用前後で<br><b>20%</b> 以上改善すること  |
| ②ヘルスリテラシー  | サービスに触れた職員の<br><b>80%</b> 改善      |
| ③パフォーマンスレポート   | パフォーマンスレポート<br>（「生産性」x「体調スコア」）の提出 |
| ④労働生産性損失額  | 実証開始前後で<br>平均 <b>20%</b> 減額すること   |
| ⑤体調スコア   | 実証開始前後で<br>平均 <b>20%</b> 改善すること   |



# 1.事業概要（実施項目）

| 実施項目             | 頻度  | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 実施内容   |
|------------------|-----|-----|-----|-----|----|--|
| ① セミナー           | 2回  | -   | -   | ★   | -  | トヨタケ工業・TSAVでそれぞれ2回のセミナー実施<br>参加数：経営者向け 63名/女性向け 315名<br>9割以上が「効果を実感」 |
| ② コラム配信          | 週1回 | -   | -   | ★   | ★  | 2か月間、週一回、月経/更年期 各8テーマを配信<br>7割以上が閲覧                                  |
| ③ フェムケアグッズ       | 2回  | -   | -   | ★   | ★  | 17社よりケアグッズ協賛、利用率 約5割   |
| ④ 生産性 x 女性の体調スコア | 毎日  | ★   | ★   | ★   | ★  | ミシンにIoTを設置し、針数を生産性と捉え<br>1人当たりの生産性データを毎日取得<br>同時にアプリより体調スコア取得        |

## 「生産性」x「女性の体調スコア」

【特許出願】

| データの種類     | 頻度     | 項目    |     |    |       |
|------------|--------|-------|-----|----|-------|
| ➤ 生産性      | 毎日     | ミシン針数 |     |    |       |
| ➤ 女性の体調スコア | 朝晩2回/日 | PMS測定 | 月経痛 | 頭痛 | 更年期症状 |



2つのデータを相関・解析し  
女性の体調による **生産性変化**を分析

## 2.実施内容の成果 ①セミナー

| 対象者              | テーマ                   | 内容                                  |
|------------------|-----------------------|-------------------------------------|
| 女性従業員様向け         | ➢ 女性のカラダの基礎知識（月経・更年期） | 婦人科へ行こう！ 治療薬について                    |
|                  | ➢ セルフケア               | 朝食、睡眠、入浴、運動。職場での対策                  |
|                  | ➢ 職場内コミュニケーション        | 日頃から周囲とのコミュニケーションの重要性               |
| 経営者/<br>男性従業員様向け | ➢ 女性のカラダの基礎知識（月経・更年期） | 性格や能力とは関係なく女性ホルモンが影響している可能性         |
|                  | ➢ 職場内コミュニケーション        | 体調不良のサイン、職場内対策、職場内コミュニケーション（NGワード等） |
| 講師               | トヨタケ<br>助産師 渡邊安以子様    | Flora 大谷麻由子様                        |
|                  | TSAV<br>(通訳)          | GIANG HO THI HUONG                  |

| 開催場所        | 参加者数    |        |
|-------------|---------|--------|
|             | ①経営者/男性 | ②女性従業員 |
| トヨタケ工業(株)   | 17名     | 35名    |
| TSAV (ベトナム) | 46名     | 280名   |

### <主な目的>

- ・婦人科を身近なものに
- ・日頃から、上司との従業員間のコミュニケーションを大切に

## 2.実施内容の成果 ①セミナー風景

### 女性のためのセルフケアと 職場でのコミュニケーション

従業員様向け



Flora株式会社  
2023年11月27日

#### 職場でのコミュニケーション

今現在、十分なコミュニケーションを取れているでしょうか。

体調が良くない日が続くけれど、  
に迷惑もかけられないし・・・  
休みたいとは言えない。



最近仕事でミスが続くけれど、体調不良か  
もしくは何かあったのかな。  
どんな声かけをしたら良いんだろうか。



ベトナム



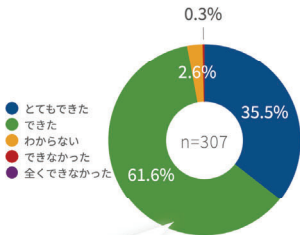
男性向けセミナー@トヨタ



## 2.実施内容の成果 ①セミナー -1

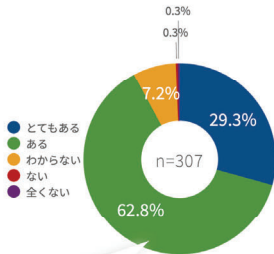
### アンケート結果

Q.このセミナーで新たな知識を得ることはできましたか？



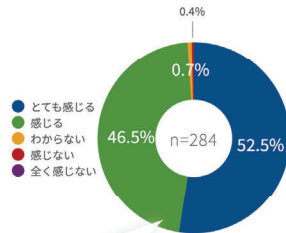
約97.1%が新たな知識を得ることが出来たと回答。

Q.このセミナーをきっかけに今後何か行動に移すつもりはありますか？



約92.1%がセミナーをきっかけに行動するつもりがあると回答。

Q.今回のセミナーを受けて、ヘルスリテラシーが向上したと感じますか？



約99%がセミナーをきっかけに行動するつもりがあると回答。

**セミナーの効果を9割以上の受講者が実感**

## 2.実施内容の成果 ①セミナー -2

### アンケート結果・自由記入

女性意見

男性意見

➢ 女性のカラダの基礎知識（月経・更年期） 婦人科へ行こう！ 治療薬について

婦人科の場所や市販薬等を、今後の参考として調べてみようと思いました



困ったら婦人科に行けばよいことがわかった

➢ 職場内コミュニケーション 日頃から周囲とのコミュニケーションの重要性

自分の身体をもっと大切にしようと思った



生理前など、イライラしているのは、自分だけではないことが分かりました。

・開催してくれた会社に「ありがとう」

## 体調が良いときは周囲のフォローを心がけよう

女性が多い製造業であり、通常でも変化点管理が大変なのに、さらなる隠れた変化点があることが勉強になった



女性の多い職場でもともと気を付けていたつもりでいたがまだまだ知識が足りていないことがわかった。日々のコミュニケーションを大切にしていきたい。

早期閉経を避ける方法はあるのか？

女性と一緒に仕事をする人、特に管理者には必須のセミナー

## 職場の環境改善には男性理解が重要である

## 2.実施内容の成果 ②コラム配信 -1

| テーマ | 月経                   | 更年期                    |
|-----|----------------------|------------------------|
| 1   | 生理前の異常な眠気はなぜ起こるの？    | 更年期の集中力低下を改善しよう！       |
| 2   | 便が緩くなる原因や対処法を解説！     | 更年期の症状、ホットフラッシュとの向き合い方 |
| 3   | 貧血について詳しく見てみよう！      | その症状更年期障害？更年期のカラダを知ろう！ |
| 4   | 生理前のむくみの原因とは？        | 更年期の受診について             |
| 5   | 生理の期間でわかる！あなたの生理は正常？ | 更年期にやる気が出ないのはなぜ？       |
| 6   | デリケートゾーンがかゆい時どうする？   | 冷や汗・ほてりは更年期かも？         |
| 7   | おりもの状態で今の健康状態がわかる！   | 動悸や息切れは更年期のサインかも       |
| 8   | だるい月経期を乗り切る方法とは？     | 更年期におすすめの運動とは？         |

生理前の異常な眠気はなぜ起こるの？

だるい月経期を乗り切る方法とは？

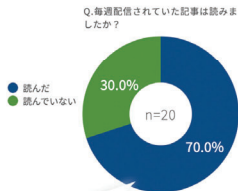
【記事配信用】更年期の受診について

監修：産婦人科医 柳田祥子先生



週一回 アプリを利用してコラム配信  
月経と更年期の対象者に分けて 8つのテーマ配信を実施

### アンケート結果



半分以上が記事を読んだと回答。

時々、記事を読んで毎日の生活に前向きになれる気がしました。

人に尋ねることに少し躊躇してしまうような内容が、記事として気軽に読めたので参考になりました。  
ネット上だと根拠のない情報が混ざることがあるので、配信される記事はありがたかったです。

この記事を読むと、自分の健康の限界がどのくらいなのか分かり、健康を改善する方法についてアドバイスが得られます。

**7割の方が記事を読覧 → 行動変容の促進へ**

## 2.実施内容の成果 ③フェムケアグッズ - 1



fukuske  
吸水サニタリーショーツ



履きはじめに  
ファッションも損傷せず清潔で着るサイクルです。

fukuske  
美温活  
腹巻インナー



(株)ファーベスト  
光電子®  
ボディウォーマー



(株)フローラプラス  
発酵マメ子



からだ想い  
基本のサプリ



Emer  
吸水ショーツ  
(ベトナム)



ランジェリーナ  
デリケートゾーン  
ランジェリー

lenajapon  
レナジャポン



だいじょうぶなもの  
ヴィーガンDHA+ボラーオイル  
サプリメント

レナジャポン  
「食べるビタミンD」  
SUN+d



## 2.実施内容の成果 ③フェムケアグッズ -2



NATURAMOON  
生理用ナプキン



サラサーティ  
Clean



Mellia  
I'm La Floria



フェムチャー  
バランスオイル



Pubicare organic  
左から) フェミニンシフォンソープ  
フェミニンマッサージミルク  
フェミニンメディバーム  
フェミニンコットンシート無香料



エストール  
デリケートウォッシュ



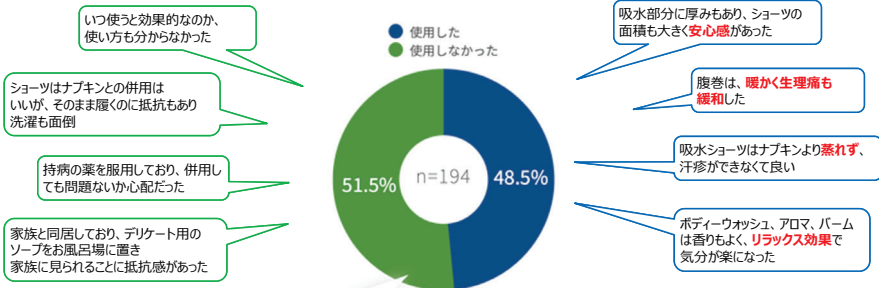
エストール  
インナージェル ラクトバ  
ルチス乳酸菌配合



hana to mi  
アロマティックオイル  
baika

### アンケート結果

Q.この1週間で配布されたフェムケア商品を使用しましたか？



**約5割**の商品を使用したと回答

使用に踏み切るまでハードルがあるという意見の一方で  
使用してみるとポジティブな声が多数

### 3.成果指標 (KPI) 結果

#### <目標>

個人：自身の体と向き合い、ケアするきっかけに

企業：課題の見える化・生産性の改善を測る

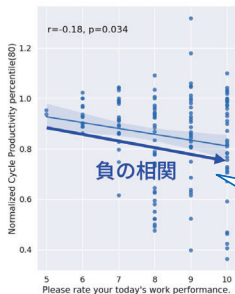
健康課題を抱える女性を取り巻きリテラシー向上を目指す

| KPI           | 目標値                               | 結果  |
|---------------|-----------------------------------|---|
| ①絶対的プレゼンティーズム | サービス利用前後で<br>20%以上改善すること          | 平均 約11% UP  |
| ②ヘルスリテラシー     | サービスに触れた職員の<br>80%改善              | 平均 約95.6% UP  |
| ③パフォーマンスレポート  | パフォーマンスレポート<br>（「生産性」×「体調スコア」）の提出 | -   |
| ④労働生産性損失額     | 実証開始前後で<br>平均20%減額すること            | 平均 約11% 減額  |
| ⑤体調スコア        | 実証開始前後で<br>平均20%改善すること            | 生理痛平均 約26.7% 改善<br>PMS平均 約17.2% 改善<br>頭痛平均 約66.9% 改善<br>三スコア平均 約36.93% 改善<br>(症状が中等度以上の被験者のスコア平均です) |

### 3.成果指標 (KPI) 結果

主観的プレゼンティーズム1と生産性

Presenteesim - Normalized Productivity relation



主観的プレゼンティーズムと生産性

主観的プレゼンティーズム  
には限界がある

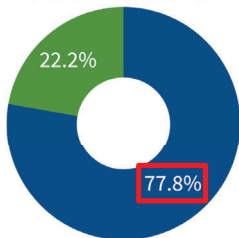
プレゼンティーズムと生産性(針数)が負の相関。  
従業員が自身の生産性を  
正當に評価することの再現性に疑義が生じた。

各工場向けのレポートでは、**客観的指標**に基づく  
**豊通&Flora独自の分析手法**を主に駆使。

**トヨタケ工業(日本) ※一部抜粋**

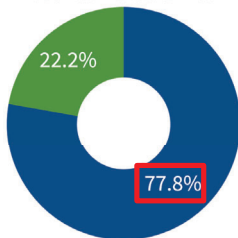
黄体期（生理前）と卵胞期比較 / 月経期（生理中）と卵胞期比較

黄体期と卵胞期比較



● 黄体期の方が低い  
● 黄体期の方が高い  
n=9

月経期と卵胞期比較



● 月経期の方が低い  
● 月経期の方が高い  
n=9

**7割以上が**  
生理前・生理中に  
生産性(針数)が低下する

**客観的指標**でも生産性への影響が**示唆**。

トヨタケ工業(日本) ※一部抜粋

黄体期（生理前）と卵胞期比較 / 月経期（生理中）と卵胞期比較

| 値(全体) | 黄体期の<br>変化率 | 月経期の<br>変化率 |
|-------|-------------|-------------|
| 平均値   | -4.6%       | -7.9%       |
| 中央値   | -4.6%       | -10.9%      |
| 最低値   | -35.3%      | -33.8%      |

平均で生産性(針数)が  
数%低下。製造現場の  
「数%」は大きい。

最も低下した人は生理前も  
生理中も**3割以上低下**。

**周期に伴う不調**は現場の生産量へ**大きなインパクトを与えている**と推測。

**トヨタケ工業(日本) ※一部抜粋**

モニター毎の周期と時間別の生産性スコア

モニター毎の周期と時間別の生産性スコア

| 時間      | 黄体期   | 卵胞期と比較 (%) | 月経期   | 卵胞期と比較 (%) |
|---------|-------|------------|-------|------------|
| 8時~9時   | 7.263 | -3.341     | 5.036 | -32.974    |
| 9時~10時  | 6.343 | -5.028     | 4.306 | -35.535    |
| 10時~11時 | 7.323 | -3.582     | 4.683 | -38.343    |
| 11時~12時 | 3.830 | -13.842    | 2.360 | -46.908    |
| 12時~13時 | 3.960 | -8.718     | 2.630 | -39.390    |
| 13時~14時 | 7.397 | -9.951     | 4.686 | -42.956    |
| 14時~15時 | 6.193 | -4.446     | 3.980 | -38.600    |
| 15時~16時 | 7.574 | -3.387     | 4.808 | -38.678    |
| 16時~17時 | 3.625 | 28.756     | 2.513 | -10.754    |

黄体期(%)

午後平均：2.743 ↓ DOWN

午前中平均：-6.448

月経期(%)

午後平均：-32.747 ↓ DOWN

午前中平均：-38.440

特に**午前中**に、周期ごとの生産性(針数)低下が**顕著**。

トヨタケ工業(日本) ※一部抜粋

## 更年期症状に伴う支障と生産性の相関

| 更年期症状<br>(SMI) | 係数<br>(症状の影響) | p値       |
|----------------|---------------|----------|
| 疲れやすい          | -0.1068       | 0.000021 |

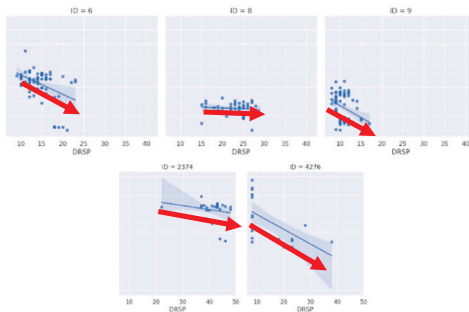
回帰分析では、  
症状を感じる日、  
生産性(針数)が  
**10.68%低下。**

月経と同じく**更年期に伴う支障も大きいインパクトを与えている**と可能性が高い。



上:トヨタケ工業(日本) 下:TSAV(ベトナム)※一部抜粋

PMSと生産性の相関

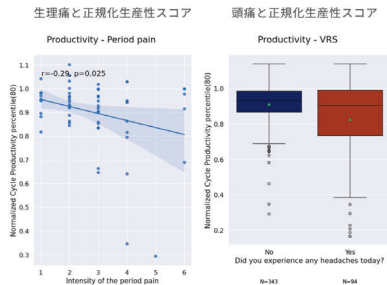
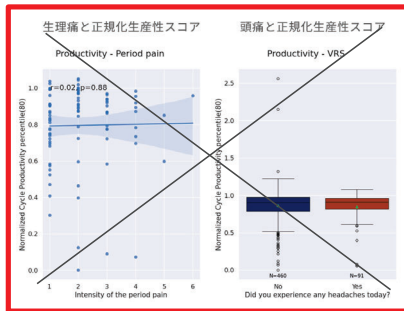


裏付けとして、DRSPスコア(PMS)と生産性(針数)が負の相関を示すモニターも。

## 2.実施内容の成果 ④スコア x IoT

左:トヨタ工業(日本) 右:TSAV(ベトナム)※一部抜粋

生理痛・頭痛と生産性の相関

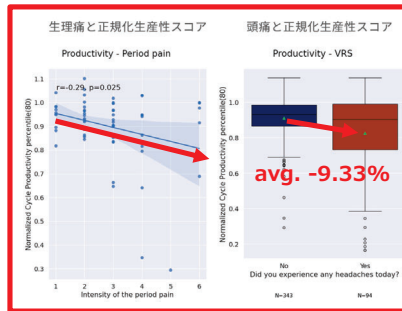
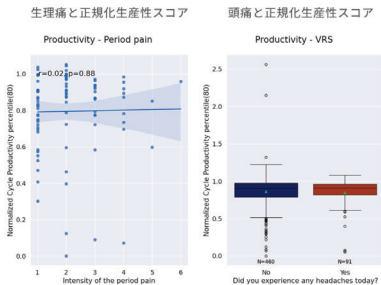


日本では**鎮痛剤が普及**していたため生理痛・頭痛の相関・差異は無し。

## 2.実施内容の成果 ④スコア x IoT

左:トヨタ工業(日本) 右:TSAV(ベトナム)※一部抜粋

生理痛・頭痛と生産性の相関

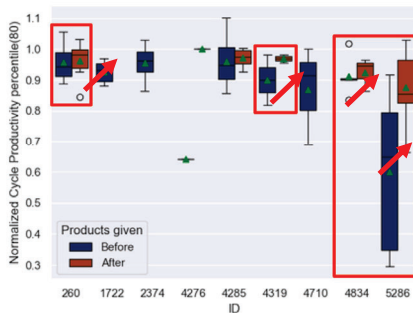


ベトナムは鎮痛剤に消極的。生理痛で負の相関、頭痛での差異が明白。

TSAV(ベトナム) ※一部抜粋

フェムケアと生産性の相関

商品使用モニターの正規化生産性スコア



ベトナムでは、**全員**使用前後で**生産性(針数)**が**上昇**。

TSAV(ベトナム) ※一部抜粋

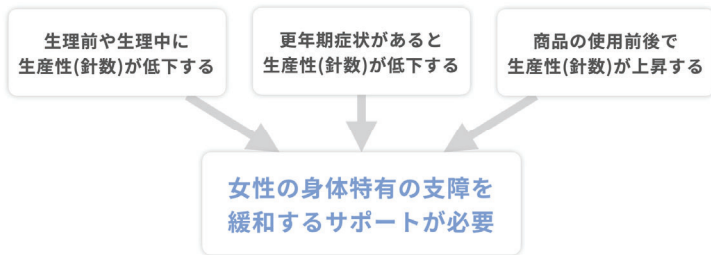
フェムケアと生産性の相関

| モニターID | 使用前      | 使用后      | 比率(%) |
|--------|----------|----------|-------|
| 260    | 0.957963 | 0.962073 | 0.42  |
| 4319   | 0.900174 | 0.969697 | 7.72  |
| 4834   | 0.912759 | 0.924675 | 1.3   |
| 5286   | 0.600679 | 0.875793 | 31.4  |

生産性(針数)上昇率の最大値は**31.4%**。

支障のある従業員をサポートすることで、  
製造現場の**大幅な生産性(針数)向上**が期待できる。

総論



客観的指標により、**定量的効果を特に重視される製造業へ、**  
**バイアスフリーなサポートの提案が可能に。**

製造業は他業界に比べ、従業員の生産性を可視化しやすいです。  
この特性を活かし、主観的なアンケートだけでなく、客観的な生産量に基づいて、  
女性の健康課題がどれほどインパクトを与えているのか、  
サポートすることでどれほど改善するのかをモニタリングしました。

客観的な生産量に基づくことで、よりインパクトや効果を、正確に可視化することがわかりました。  
製造業では、従業員様の生産量が数%変化するだけでも、会社全体に大きな影響を及ぼします。  
可視化しやすく、数%の変化を重視する製造業だからこそ、成果さえ示すことができれば、  
法人のフェムテックサービス導入をリードする業界となる可能性が考えられます。

中長期的に、ICTとの連携を行い、製造業の企業が導入・運用しやすく、結果にもコミットする  
データドリブンなフェムテックサービス開発を追求します。

### ベトナムの女性活躍・健康に関する取り組み



#### 女性の高い就業率

- ・就業率75%
  - ・管理職比率39%
- ※アジアトップ

#### オープンな風土

- ・仏教徒が8割でタブーが少ない
- ・高い生理休暇取得率

#### 女性検診の義務化

子宮頸がん検査が23年より  
法定検診に追加

⇒現場でのサービス実装のしやすさは日本よりも進んでいると感じる

### 今後、検討必要な事項

- 1 付加価値額が日本とベトナムで異なる  
→人件費等が日本と比較して安価なため、サービス設計を変える必要がある
- 2 D&Iは既に、文化として浸透しており、D&I推進の文脈でのサービス導入は難しい  
→**採用効果、人財定着の効果、生産性改善**等を定量的に示す必要あり

⇒今回の実証結果をもとに、ニーズ調査を行い、ベトナムローンチへのサービス設計を進めていく



## 5.協賛一覧



NaturaMoon



Flavor Life

estre



発酵マ×子

Juna

ご協力ありがとうございました。

最終報告

**日本美容創生株式会社**

# 更年期症状に悩める女性美容師のウェルビーイング実現および 実証の波及効果による持続的なエコシステムの構築

令和5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



- 2024年2月28日 -



日本美容創生株式会社  
Japan Beauty Industrial Revitalization Company

# 美容室はまちの保健室

美容室と婦人科を繋げる更年期エコシステム

美容室

婦人科

自治体



# 更年期を迎える女性の専用アプリ



## ビューティベニュー -Beauty Venue-

- ①更年期症状チェック
- ②症状データ分析
- ③地域の婦人科検索
- ④健康コラム

# 更年期データサイエンスを活用したプラットフォーム事業

①セルフチェック

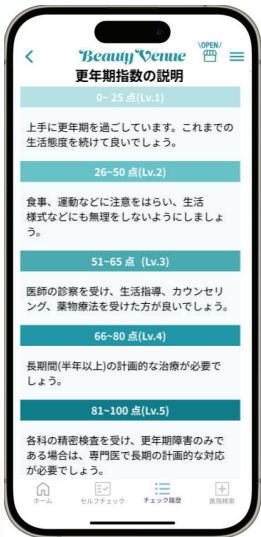
②データ化

③婦人科検索

軽

更年期症状

重



※小山嵩夫医師開発 簡略化更年期指数(SMI)を実装

## ①事業概要・目的

本事業では女性の美容師がプログラムに参加することにより、女性自身が更年期症状と向き合うと共に、適切な対処方法を理解し対応していくことによって、働く女性のウェルビーイング実現を目指します。本事業は女性にとってのサードプレイスである美容院を起点として美容師自身が女性顧客へ成功体験を伝えることでロールモデルとなり、更年期を迎える女性が一人で悩みを抱えずに安心して適切な対処法を知り、実践できるようにします。美容室と医療が女性を包括的にサポートする「更年期エコシステム」として機能し、働く女性の望むキャリアを歩む支援を行います。



# 実施項目・目標

本実証実験での目標

＜目指すべき姿＞

- 正しい知識を持ち、自身の症状を把握・理解することができる状態をつくる
- 症状にあわせた適切なケア方法を理解し、緩和に努めることができる
- 職場において、各々が抱える不調を改善するためのサポートができる環境をつくる

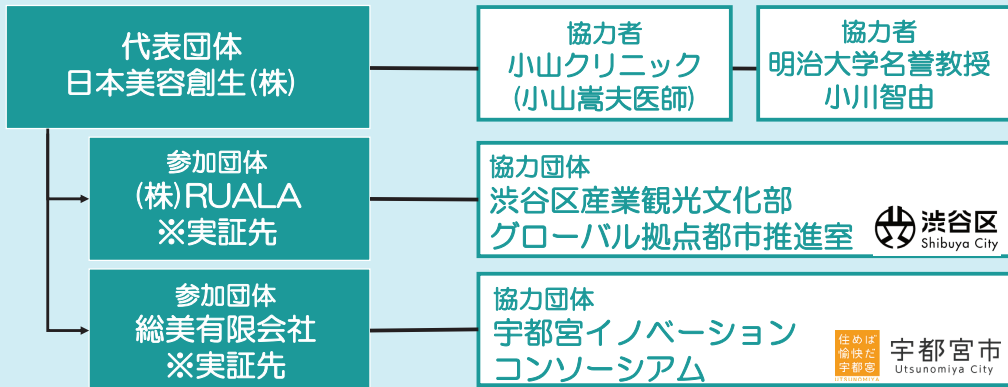
＜定量的指標＞

|          |                  |                    |                    |
|----------|------------------|--------------------|--------------------|
| 成果<br>指標 | セミナー<br>参加者数     | パーソナルケア<br>提供者数    | 症状改善者数             |
|          | 40名              | 40名                | 32名<br>※サービス提供者の8割 |
|          | 資格取得者数           | キャリア形成<br>マインド向上者数 | 共通指標①の<br>スコア増加数   |
|          | 22名<br>※症状改善者の7割 | 22名<br>※症状改善者の7割   | 32名<br>※サービス提供者の8割 |



## 補助事業者(コンソーシアム)

### 補助金活用者



# 美容師への更年期セラピストの資格認定

## 教則本

NPO法人更年期を加齢のヘルスケアが開発したメノポーズカウンセラーの教則本をベースに美容業界向けに再編集

ヘアケアマイスター  
ヘルスケアコース

メノポーズ  
(更年期)  
テキストブック

## 講習会

婦人科医師はじめ医療従事者またはメノポーズカウンセラーの講師陣による講習会



種部恭子医師  
産婦人科医／富山県議会議員

国の第4次・5次男女共同参画基本計画策定委員を務め、女性の健康および女性に対する暴力の根絶の分野を担当した。



望月善子医師  
獨協医科大学医学部特任教授

95年獨協医科大学医学部産婦人科入局、2011年同附属病院女性医師支援センター産婦人科教授。16年1月より現職。もちづき女性クリニック院長。



河村しおり  
日本臨床化粧療法士協会 代表理事  
/臨床化粧療法士®/メノポーズカウンセラー

2017年一般社団法人日本臨床化粧療法士協会を設立。台湾医療系国立大学非常勤講師や企業顧問、講演活動など行う。

## 試験制度

教則本にそって選択式の試験問題と合格者には婦人科医師の監修名が記載された認定書。

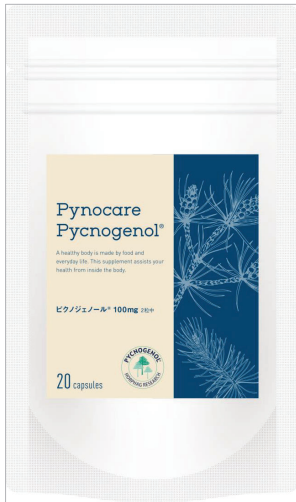
「経済産業省令和4年度フェムケア補助金実証実験」

令和5年度 ヘルスケア メノポーズ(更年期)編  
認定試験

### 試験問題

1. 試験時間 50分
2. 注意事項
  - (1) 試験問題は、原典の指示があるまで開かないでください。
  - (2) 試験問題は選択式問題となります。選択式問題を誤読せず複数の問題に解答した場合、当該問題は採点の対象としないものとさせていただきます。
  - (3) 試験問題の読み及び解答等は、次のとおりです。  
(3)問題 )合計 20問  
(合格基準) 7割以上の得点。
  - (4) 解答用紙には必ず●を記入。●を塗りつぶす。●を鉛筆、●をボールペンで記入してください。
  - (5) 解答には、HとFは必ず両方記入。シャープペンシルのいづれかを推奨してください。尚、HとFを両方記入しない場合は、解答が判定される場合がありますのでご注意ください。
  - (6) 試験問題の内部に関する質問には、一切お答えできません。
  - (7) 試験中にトイレへ行った場合は黙って手を挙げて係員の指示に従ってください。
  - (8) 試験終了の合図があったら速やかに筆記用具を置き、係員の指示に従ってください。
  - (9) 試験終了後、解答用紙を必ず提出してください。尚、解答用紙が提出されていない場合は失格となります。
  - (10) スマートフォンによる試験問題の転載、複製などを固く禁じます。

# 美容室への更年期サプリメントの卸売販売



## 商品名：ピノケア ピクノジェノール

ホーファーリサーチ社のピクノジェノールは、フランス南西部にあるランド・ド・ガスコーニュの森だけに生育する単一種の松の樹皮から採ったエキス。優れた抗酸化作用。

成分：ピクノジェノール /大豆イソフラボンアグリコン  
容量：20カプセル ※1カプセル ピクノジェノール 50mg

監修医師 小山嵩夫  
簡略化更年期(SMI)開発者  
NPO更年期と加齢のヘルスケア理事長 /日本サプリメント協会理事長

原料会社 ホーファーリサーチ社  
ピクノジェノール®を最初に開発、世界に独占的に供給。

製造会社 株式会社AFC-HDアムスライフサイエンス  
健康補助食品GMPの認定工場

# 実証実験の概要

## STEP ①

オリエンテーション  
婦人科医師の講習会

## STEP ②

教則本を使った講習会  
前編+後編

## STEP ③

認定試験の実施  
フォローアップ講習会

## STEP ④

美容室にくる顧客への  
効果検証

### フェーズⅠ

対象：30代～50代の女性美容師

### フェーズⅡ

対象：来店女性顧客

宇都宮市 10/15  
渋谷区 10/16



種部 恭子医師  
産婦人科医  
富山県議会議員



望月 善子医師  
獨協医科大学  
医学部特任教授

10/25、11/15  
10/31、11/14



河村 しおり  
日本臨床化粧品療法士  
協会 代表理事  
臨床化粧品療法士®  
メノポーズ  
カウンセラー

11/29  
11/21、12/4、12/7



種部 恭子医師  
産婦人科医  
富山県議会議員

2/1～2/29  
2/1～2/29



郡司 成江  
総美有限会社  
アトリエグループ  
代表取締役



角 薫  
株式会社ルアラ  
美容室RUALA  
共同経営者

# 更年期症状に悩める女性美容師のウェルビーイング実現 および実証の波及効果による持続的なエコシステムの構築



令和5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」

宇都宮市、渋谷区の女性美容師のみなさまの  
アンケート結果のご報告

# 実施項目・目標の結果

## 実施項目ごとの結果

- 参加者41名（渋谷区24名、宇都宮市17名）が全プログラム受講し、全員資格を取得
- 参加者のうちパーソナルケア提供を受けた17名が更年期症状の改善が確認できた
- 参加者の中に医師の診察が必要な更年期症状レベル3以上はなかった
- 16名の改善者の7割がキャリア形成マインド向上の確認ができた
- 共通指標①のスコア増加数は13名の結果

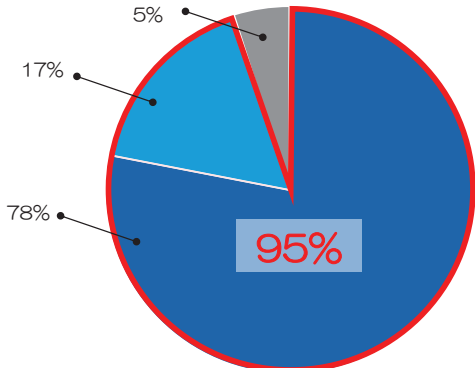
| 成果<br>指標 | セミナー<br>参加者数 |     | パーソナルケア<br>提供者数    |     | 症状改善者数           |     |     |
|----------|--------------|-----|--------------------|-----|------------------|-----|-----|
|          | 目標           | 実績  | 目標                 | 実績  | 目標               | 実績  |     |
|          |              | 40名 | 41名                | 40名 | 41名              | 32名 | 17名 |
|          | 資格取得者数       |     | キャリア形成<br>マインド向上者数 |     | 共通指標①の<br>スコア増加数 |     |     |
|          | 目標           | 実績  | 目標                 | 実績  | 目標               | 実績  |     |
|          |              | 22名 | 41名                | 22名 | 12名              | 32名 | 13名 |

※更年期症状レベル3～5は医師の診察が求められるレベル

## フェーズIの実施項目ごとの結果①

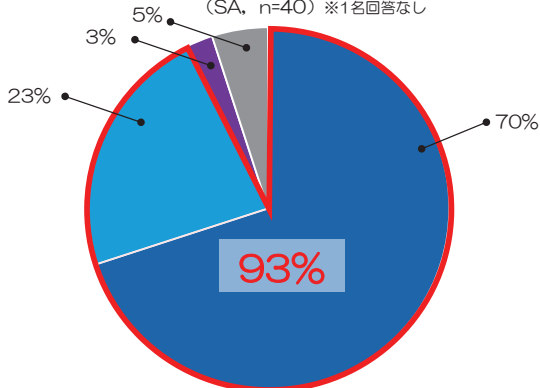
- 2時間の婦人科医師の講習会は参加者に満足いくヘルスケアの学びを提供できた。
- 4時間の教則本による講習会も参加者にヘルスケアの学びを届けることができた。

婦人科医師の講習内容についてお聞かせください  
(SA, n=41)



■ 大変勉強になった ■ 勉強になった ■ まだよく分からない ■ 難しかった

教則本による講習会についてお聞かせ下さい。  
(SA, n=40) ※1名回答なし



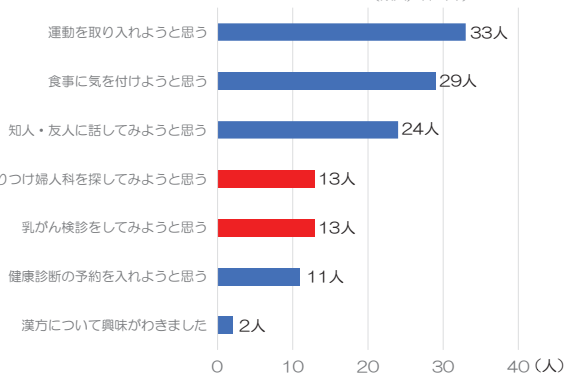
■ 大変勉強になった ■ 勉強になった ■ まだよく分からない ■ 難しかった

## フェーズⅠの実施項目ごとの結果②

- セミナー受講により、特に食事や運動への関心が高まった。
- 11人が『健康診断の予約を入れようと思う』13人が『乳がん検診を試みようと思う』に回答した。
- 24人が『知人・友人に話してみようと思う』と回答していた。
- ヘルスケアの知識を20人以上に伝えたいと考えているのは8人であった。

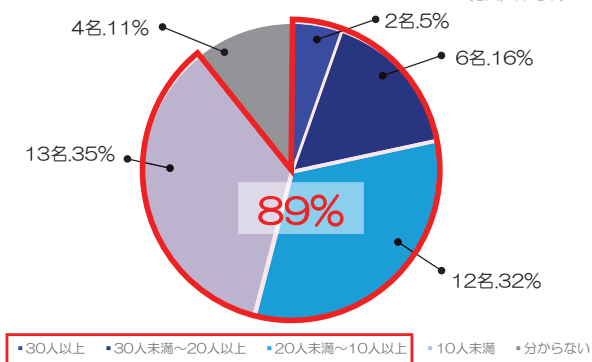
婦人科医師の講習を受講して今後取り入れてみたいことを教えてください。

(MA, n=41)



ヘルスケアの知識を伝えたいと思う顧客は何人ぐらいですか？

(SA, n=37)

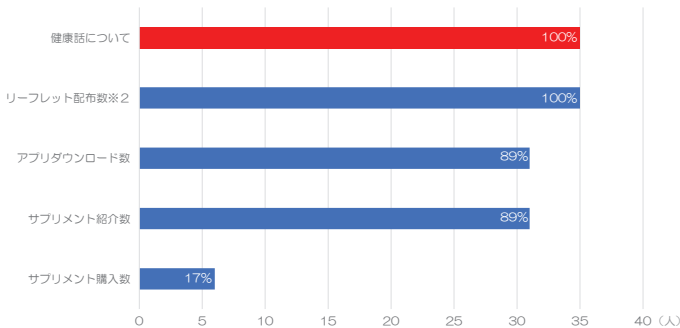




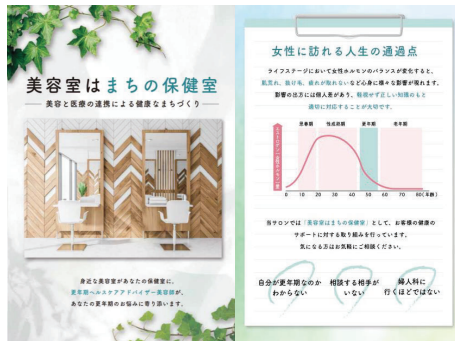
# フェーズⅡ 実施項目ごとの効果検証①

- ①美容室の女性顧客全員と健康について話題が出来た。
- ②アプリ Beauty Venueを31人（89%）にダウンロードしてもらえた。
- ③更年期サプリメントを31人（89%）に紹介でき6人（17%）に購入してもらえた。

効果検証（令和6年2月1日～2月19日）（SA、n=35※1）



※1 9日間の出勤日でアプローチした数

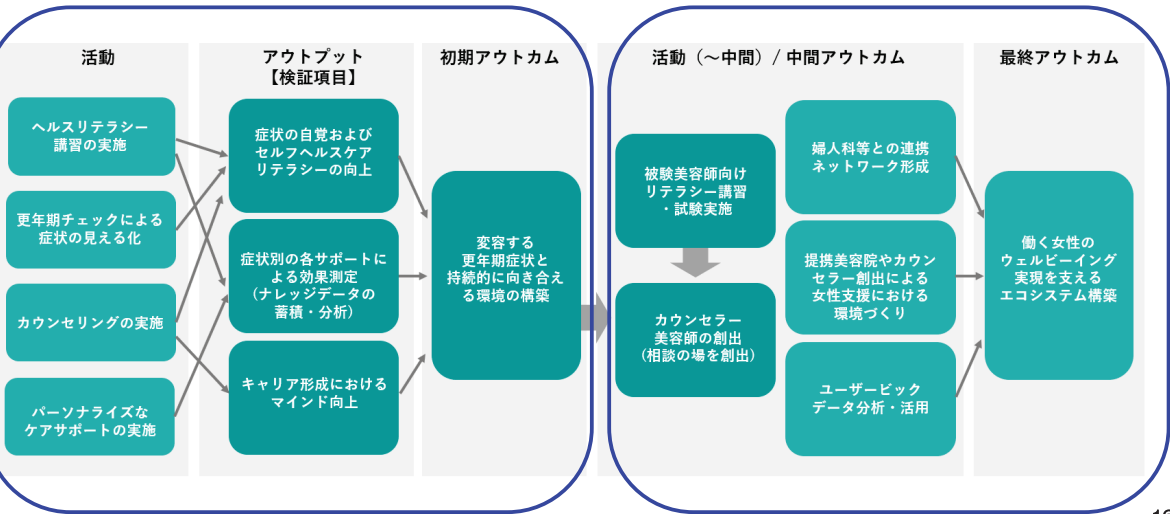



※2 美容室内のコミュニケーションツール

# 事業目標（中長期目標を含むロジックモデル）

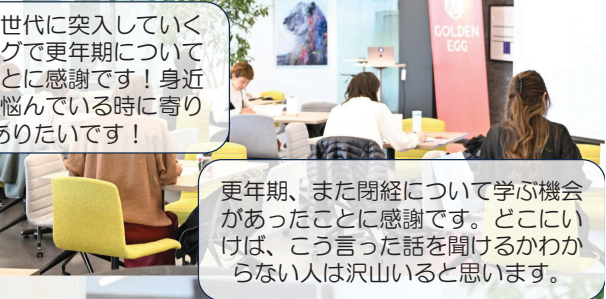
美容ディーラー、美容団体と協業体制を構築し全国の美容師向け認定制度を普及し業界全体のヘルスリテラシーの底上げを行う。

美容師を通じて美容室にくる女性顧客への普及活動とアプリに蓄積される更年期データの分析、また地域の婦人科と連携した女性支援サービスを提供。






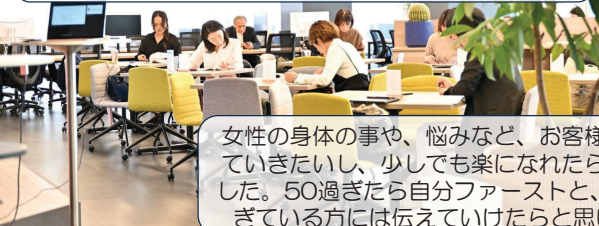
これから正に更年期世代に突入していくので、今のタイミングで更年期について知る機会を頂けたことに感謝です！身近な方が更年期症状で悩んでいる時に寄り添える存在でありたいです！



更年期、また閉経について学ぶ機会があったことに感謝です。どこに行けば、こういった話を聞けるかわからない人は沢山いると思います。



まずは知識が重要と思い、美容室は街の保健室という言葉がすごくしっくりきて、少しずつでもお客様にお話しさしたいと思います。



女性の身体の事や、悩みなど、お客様と共有していきたいし、少しでも楽になれたらと思います。50過ぎたら自分ファーストと、頑張り過ぎている方には伝えていけたらと思います。

更年期について知ることができてよかったです。私の母も、少し悩んでいるようなので、今回の講習を生かして少し話を聞いてあげたいと思いました。

自分自身もですが、今後周りの方の相談に乗ったりお話しができる内容で勉強になりました。

最初はどこか他人事でいましたが、講習を受けてこれから自分にも起こる事だと当事者意識が持ててもっと教則本を熟読し、お客様にも伝えていきたいと強く思いました。

今回得た知識によって、自分のこれらに対するの備えになったのとお客様や自分の周りの人は少しでもお話しして気持ちや身体的な辛さを緩和できる存在になればと思いました。

実証実験へご協力いただいた皆様に感謝いたします。

経済産業省「令和5年度フェムテック等サポートサービス実証事業」事務局

NTTデータ経営研究所  
山下優花さま

株式会社朝日広告社  
田苗隆司さま

渋谷区産業観光文化部  
グローバル拠点都市推進室  
瀬野小枝子さま

宇都宮イノベーションコンソーシアム  
福田宏明さま  
田仲林太郎さま

小山クリニック院長  
小山嵩夫さま

明治大学名誉教授  
小川智由さま

産婦人科医/富山県議会議員  
種部恭子さま

獨協医科大学医学部特任教授  
望月善子さま

日本臨床化粧品療法士協会 代表理事  
河村しおりさま

総美有限会社  
アトリエグループ代表取締役  
郡司成江さま

株式会社ルアラ  
美容室RUALA共同経営者  
角薫さま

最終報告

**パラマウントベッド株式会社**

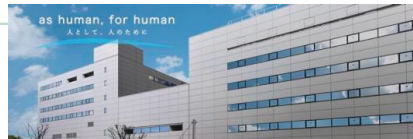
令和5年度 経済産業省

「フェムテック等サポートサービス実証事業」

# 働く更年期女性の不調改善と 職場での男性のサポート体制構築事業 最終報告

パラマウントベッド株式会社

# パラマウントベッド株式会社（代表団体）について



- ・ 創業 : 1947年
- ・ 本社 : 東京都江東区
- ・ 事業内容 : 医療・介護用ベッド等および什器備品の製造、販売  
医療福祉機器および家具等の製造、販売  
上記品目に関する輸出入、リース、レンタル、および保守・修理

## 1. 医療



## 2. 介護



## 3. 健康





## パラマウントベッド睡眠研究所について

眠りを科学的視点で裏付ける、  
パラマウントベッド睡眠研究所。

睡眠研究所

『パラマウントベッド睡眠研究所』は、  
パラマウントベッド株式会社・技術開発本部より  
独立し、睡眠研究の専門部門として設立。

- 睡眠に関する研究、および要素技術の開発
- 睡眠に関する製品の評価
- 睡眠に関する情報の収集、発信

# Active Sleepについて

- 入眠時や起床時に合わせて自動で動くベッド。
- マットレスや布団の下に敷くだけで、睡眠状況をモニタリングする睡眠計測センサー。
- 購入後に、好みに合わせて硬さを変更できるマットレス。



どう生きるかは、どう眠るかだ

# 株式会社陽と人（参加団体）について

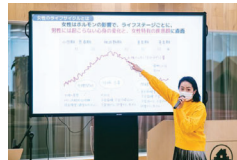
陽と人は、福島県で地域活性を推進する地域商社であり、2つの社会課題の解決を目指して事業を展開している。

1つ目は、福島県(特に国見町)の農業課題の解決。

2つ目は、女性が心と身体を壊さずに自分らしく働けるようにしたいという女性の健康課題の解決。



陽と人が解決を目指す課題



# 『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

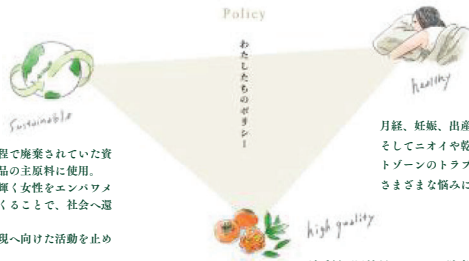
「明日 わたしは柿の木にのぼる」は、取れんや消臭作用など柿にまつわる古来の知恵に着目したデリケートゾーンケアブランドです。寝不足、不規則な食生活、疲労、免疫力の低下など、私たちの生活の乱れによって、デリケートゾーンの菌のバランスが崩れ、それがおりものの異常やかゆみなど、デリケートゾーンに症状としてあらわれます。

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、全ての女性をご自身をいたわるきっかけになりますように。



あんぽ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。



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素材にこだわり、国内工場で製造を行っています。

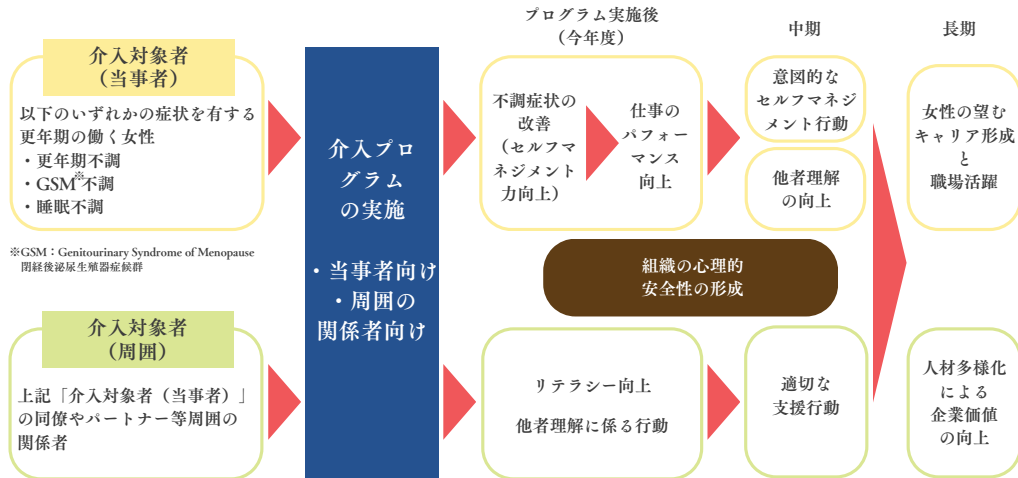


明日わたしは柿の木にのぼる



# 事業概要・概念枠組み

「更年期症状」や「GSMの症状」を抱える働く女性を対象に、具体的な症状や悩みを深掘りし、改善プログラムという形で介入を実施することで、当該症状の改善、当該症状によって影響を受ける睡眠の質の改善及び仕事のパフォーマンスの改善を当事者に対して実証するとともに、当該成果を踏まえて同僚等の周囲の関係者の意識・行動変容にいかにつながるかを実証する



# ロジックモデル

| アクティビティ             | 主なアウトプット  | 短期アウトカム①  | 短期アウトカム②   | 中期アウトカム  | 長期アウトカム   |
|---------------------|---|---|--|--|---|
| ①更年期の悩み・ニーズ整理       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ニーズ把握アンケート(200名回収)</li> <li>・お悩みの分析、体系化</li> </ul>  | <p>【当事者】更年期に関連する知識の向上</p> <p>【当事者】更年期の不調症状と仕事のパフォーマンスの関係性を認識</p> <p>【当事者】更年期に関連する自身の心身の状態を自己認知</p> <p>【当事者】更年期に関連する自身の心身の不調の主たる原因 (①身体の特徴、②気質・体質、③置かれた環境) に関する理解向上</p> <p>【当事者】自身にあった更年期の不調の改善行動</p> <p>【当事者】更年期の不調の改善行動の実施により不調症状が軽減</p> <p>【当事者】睡眠の質の改善</p> <p>【当事者】自身が健やかに働くための改善行動を行う上での自組織（職場）におけるボトルネックを明確化</p> <p>【当事者】自組織（職場）のボトルネックを改善するための行動を行う</p> | <p>【当事者】 主観的プレゼンティーズムの向上 (損失割合の減少)<br/>※共通指標</p> <p>【当事者】 キャリア形成へのプラスの影響<br/>・キャリアに及ぼす影響度の認知<br/>・解決策の認知<br/>・他者、組織への相談先の認知<br/>※その他、共通指標として指定された指標を盛り込む</p> | <p>【当事者】 意図的なセルフマネジメント行動を起こす</p> <p>【当事者】 自身の経験（自身の不調改善と他者からの理解の経験）から他者理解も深めることで他の健康課題や子育て、介護等それぞれの事情を踏まえた言動ができるようになる</p> <p>【当事者・周囲】 自己理解・他者理解による組織の心理的安全性の形成</p> | <p>女性の望むキャリア形成と職場活躍（キャリア自律）</p> <p>企業の人材多様化による企業価値の向上</p> |
| ②更年期の不調改善プログラム構築    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・プログラム構築専門家会議 5回</li> <li>・オリジナルプログラム 1種</li> </ul>  |   |  |  |   |
| ③更年期の不調改善プログラム実証    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・1か月間のプログラム実施（介入群15名、コントロール群15名）</li> <li>・成果測定アンケート（30名回収）</li> <li>・成果測定デプスインタビュー（介入群15名）</li> <li>・成果取りまとめ</li> </ul>   |   |  |  |   |
| ④更年期の基礎知識が身に付くツール制作 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・更年期ハンドブック5,000冊(実証のデータ、成果を盛り込んだもの)</li> </ul>   |   |  |  |   |
| ⑤成果の認知拡大・啓発         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・パートナーや職場の同僚向け成果共有会 1回（50名参加）</li> <li>・パートナーや職場の同僚の変化を測定するアンケート（50名回収）</li> <li>・社会への認知拡大イベント 1回（500名参加）</li> <li>・社会の認識変化等を測定するアンケート（300名回収）</li> <li>・成果プレスリリース</li> <li>・メディア掲載 5媒体</li> </ul> | <p>【周囲の関係者】更年期に関連する知識の向上</p> <p>【周囲の関係者】更年期特有の健康課題を抱える当事者の働きづらさに関する理解向上</p> <p>【周囲の関係者】更年期特有の健康課題を抱える当事者の働きづらさを改善するための行動を具体化</p> <p>【社会】更年期に関連する課題の認知向上</p> <p>【社会】更年期に関連する知識の向上</p> <p>【社会】更年期に関連する改善行動（当事者、家庭、職場等）をしようという意識の変化</p>  |  | <p>【周囲】適切な支援行動ができる</p> <p>【社会】経営課題として捉える企業の増加</p>  |   |

※本実証事業では「短期アウトカム」までを明らかにする

# 実施内容

STEP 1  
更年期の悩み・  
ニーズの整理

STEP 2  
プログラムの  
構築

STEP 3  
プログラムの  
実証

STEP 4  
ハンドブック  
制作

STEP 5  
成果の認知  
拡大・啓発

## 目的

### 当事者

- ・症状改善（セルフマネジメント力向上）
- ・仕事のパフォーマンス向上
- ・継続的な働きやすさ向上

### 同僚等の周囲

- ・更年期のリテラシー向上
- ・組織としての行動変容

STEP 1  
更年期の不調・悩みを顕在化するためのアンケートの設計・  
実施・体系化 アンケート回答数 200名

STEP 2  
「更年期の不調改善プログラム」の構築、成果測定のための  
アンケート/デプスインタビューの設計  
悩みに応じて活用するフェムテック等製品・サービスを選定

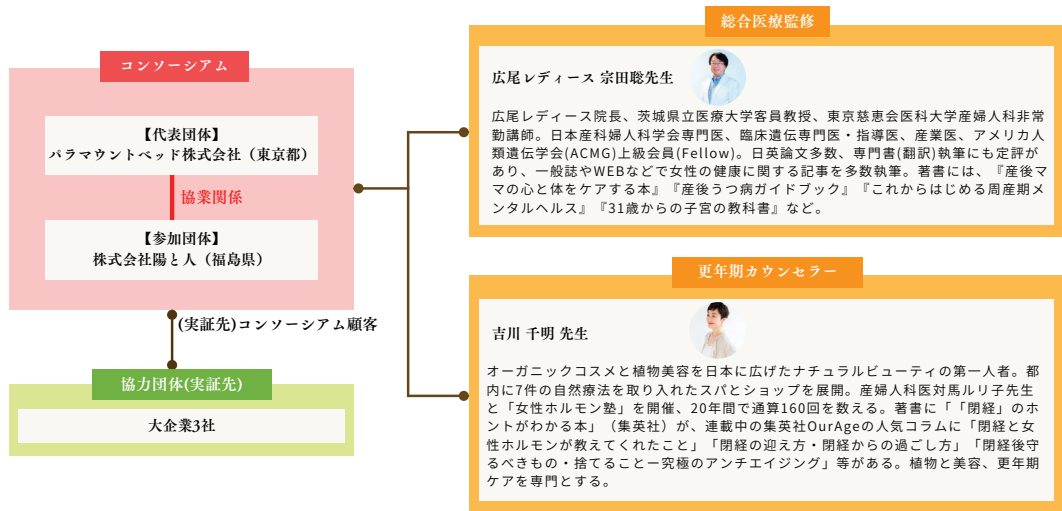
STEP 3  
「更年期の不調改善プログラム（1か月間）」の実施  
プログラム参加人数30名（介入群15名、コントロール群15名）  
▶中間・事後アンケート 各30名  
▶デプスインタビュー 15名（介入群）  
▶成果分析・取りまとめ

STEP 4  
「基礎知識が身に付く更年期ハンドブック」の制作

STEP 5  
成果の認知拡大・啓発イベントの開催 2回

- 1:対象者 パートナーや職場の同僚等周囲の関係者 50名
  - 2:対象者 全国の更年期に関連する悩みを抱える当事者、企業  
の人事担当者、経営者、メディア等 500名
- ▶それぞれ事前、事後アンケートを事前に設計・実施

# 実施体制



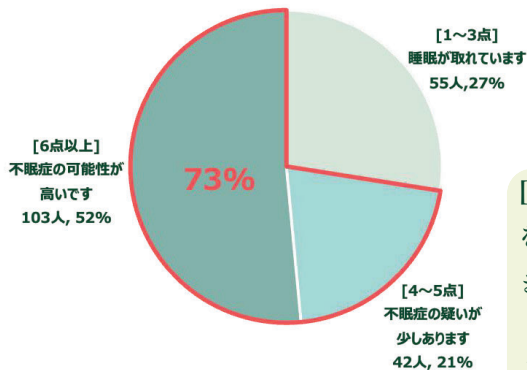


## 40歳～59歳女性200名へのアンケート調査結果①

### 働く更年期女性の約7割が不眠の症状を有する可能性

※8個の質問に対する回答を最大24点で数値化し、不眠度を測定

#### -アテネ不眠尺度※ 総合得点-

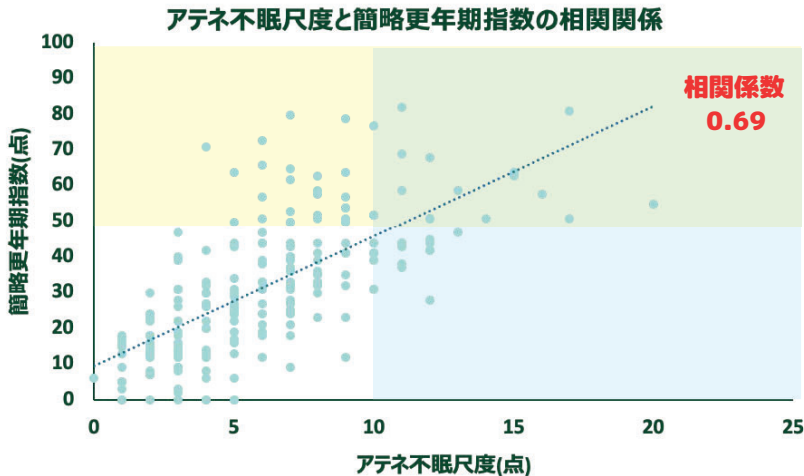


- ・寝床についてから実際に寝るまで、時間がかかりましたか
- ・夜間、睡眠の途中で目が覚めましたか
- ・希望する起床時間より早く目覚めて、それ以降、眠れないことはありましたか
- ・夜の眠りや昼寝も合わせて、睡眠時間は足りていましたか
- ・全体的な睡眠の質について、どう感じていますか
- ・日中の気分はいかがでしたか
- ・日中の身体的および精神的活動の状態は、いかがでしたか
- ・日中の眠気はありましたか

[4～5点],[6点以上]を合わせて、約7割が不眠の症状を有する可能性があるということがわかった。  
また、全体の約8割が「睡眠時間が足りていない」「睡眠の質に不満がある」「日中の眠気があった」と答えた。

## 40歳～59歳女性200名へのアンケート調査結果②

「アテネ不眠尺度」と「簡略更年期指数」に相関が見られた



更年期症状が  
重い人は  
不眠症状も  
重い



## 40歳～59歳女性200名へのアンケート調査結果③

### 「セルフケア」を取り入れている/いないでは「理解度」に差があった

「簡略更年期指数」、「ストレスの原因因子」については正規分布しているためt検定を実施。  
その他の項目については正規分布していないため、マンホイットニーのU検定を実施。  
( $p < 0.05$ で有意差あり)  $n=99$

|                | 取り入れている<br>(n=51) | 取り入っていない<br>(n=48) | p値      |
|----------------|-------------------|--------------------|---------|
| アテネ不眠尺度        | 7.0 ± 3.2         | 7.7 ± 4.5          | 0.74    |
| 簡略更年期指数        | 38.5 ± 17.9       | 42.8 ± 20.0        | 0.26    |
| GSM            | 3.2 ± 2.7         | 4.1 ± 4.3          | 0.55    |
| ストレスの原因因子      | 17.7 ± 6.1        | 18.6 ± 5.6         | 0.46    |
| ストレスによる心身反応    | 13.9 ± 7.7        | 14.2 ± 8.3         | 0.86    |
| 家事・育児・介護・家計の負担 | 3.8 ± 1.6         | 4.2 ± 1.5          | 0.25    |
| 理解度            | 5.6 ± 1.6         | 4.3 ± 1.4          | 0.00002 |

(平均値±標準偏差)

セルフケアを  
「取り入れている」人と  
「取り入っていない」人の  
違いは、

アテネ不眠尺度  
簡略更年期指数  
GSM  
ストレス  
家事の負担  
などでは見られず、  
「理解度」だけに  
有意差が見られた。

知識を身につけ（理解度向上）、自分の心身の状態を知り、適切なセルフケアに取り組む  
 「セルフマネジメント力」は、  
 睡眠と更年期の不調にどのような改善効果をもたらすのか。  
 約1ヶ月間の「更年期の不調改善プログラム」を実施。

参加者

更年期の不調がある  
働く女性



40～59歳 30名

注目ポイント

- 更年期の不調は改善する？
- セルフマネジメント力はつく？
- 自分の眠りって…？

基礎知識を身につける → 自分の今の状態を知る → 自分に合ったセルフケア

1 動画視聴



2 睡眠計測



3 カウンセリング



- ・更年期カウンセリング
- ・睡眠カウンセリング

4 カウンセラーと相談して  
自分に合った取り組みを実施



寝室の香り

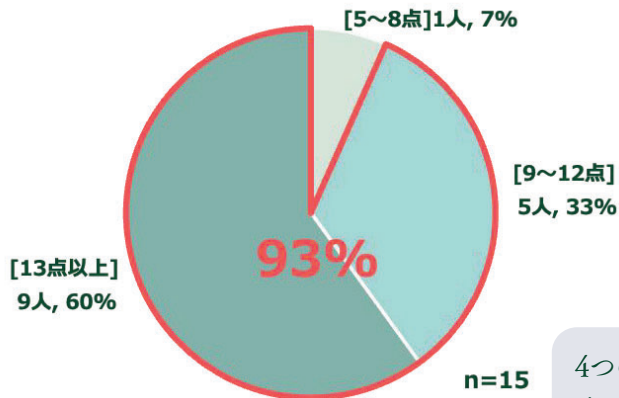


デリケート  
ゾーンケア



簡単な運動や  
ストレッチ

## プログラム参加者のうち約93%が「改善効果があった」と回答した



あてはまらない：1点  
 ややあてはまらない：2点  
 ややあてはまる：3点  
 あてはまる：4点

※以下、4個の質問に対する回答を最大16点で数値化  
 (回答対象者：介入群15名)

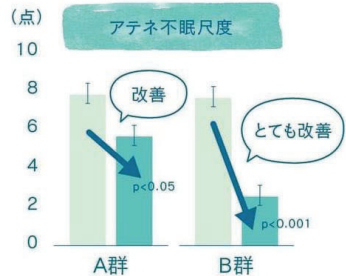
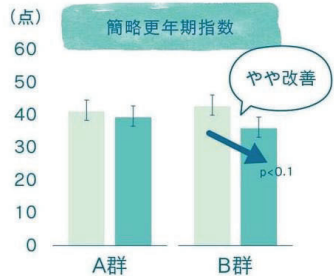
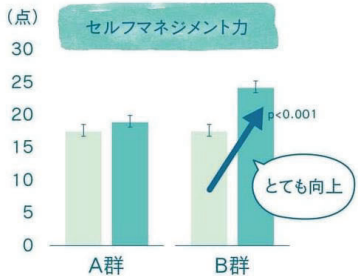
- ・使用された方はアロマは睡眠改善や更年期症状の改善に効果があったと感じましたか
- ・使用された方はウォッシュやオイルは睡眠改善や更年期症状の改善に効果があったと感じましたか
- ・更年期カウンセリングは睡眠改善や更年期症状の改善に効果があったと感じましたか
- ・睡眠改善カウンセリングは睡眠改善や更年期症状の改善に効果があったと感じましたか

4つの質問いずれかにおいて、ややあてはまる/あてはまるへの回答が1つ以上あった人を「改善効果があった」とした

事前  
終了後

A群: ① ~ ② 実施  
B群: ① ~ ④ 実施

A群、B群それぞれに睡眠と更年期の不調にどんな変化が現れたのか。プログラム実施前後にアンケート調査を行い、セルフマネジメント力が女性の心身にもたらす効果を測定した。



更年期を含む女性の心身にまつわる知識を身につけ、不調の原因を認知し、認知した原因に応じたセルフケアを日々の暮らしに取り入れるセルフマネジメント力の向上は、睡眠と更年期の不調の主観的な改善につながる可能性があることがわかった。

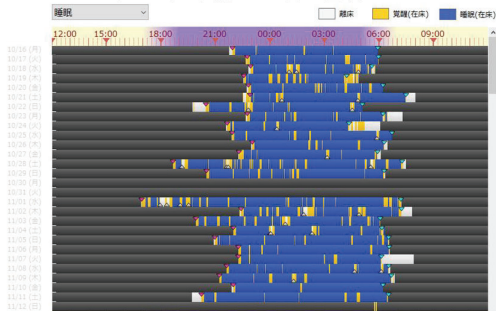
また、カウンセリングという他者が介在したパーソナルなサポートと具体的なセルフケアの提案がセルフマネジメント力の向上に高い効果がある可能性も示された。

# 参考

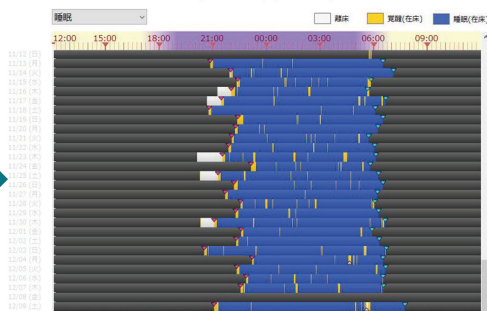
## 睡眠の改善がデータで見られた事例

カウンセリング実施後に中途覚醒や離床が減少し、睡眠効率が高くなった。

### カウンセリング前の4週間の睡眠



### カウンセリング後の4週間の睡眠



#### 睡眠指標

|      |        |      |       |
|------|--------|------|-------|
| 睡眠時間 | 7時間40分 | 中途覚醒 | 46.8分 |
| 就床時間 | 8時間39分 | 離床回数 | 1.1回  |
| 睡眠潜時 | 11分    | 睡眠効率 | 88%   |

#### 睡眠指標

|      |        |      |       |
|------|--------|------|-------|
| 睡眠時間 | 7時間59分 | 中途覚醒 | 13.0分 |
| 就床時間 | 8時間22分 | 離床回数 | 0.1回  |
| 睡眠潜時 | 10分    | 睡眠効率 | 94%   |

\* 睡眠効率：就床時間のうち実際に眠っている時間の割合

# ハンドブック制作・成果の認知拡大・啓発イベントの開催

## 更年期ハンドブックの制作



## メディア向け勉強会の開催



## d47 MUSEUM・Femtec Fesでのセミナーの開催





## -まとめ-

- ①. 働く更年期世代女性の約7割が不眠の症状を有する可能性 (アンケート調査結果)
- ②. 更年期症状が重い人は不眠症状も重い (アンケート調査結果)
- ③. セルフケアを取り入れている人と取り入れていない人では理解度のみに差があり、  
自覚症状による更年期症状や不眠症状の重さには差がなかった
- ④. 自身へのより深い認知と適切なセルフケアを促す本プログラムによる  
セルフマネジメント力の向上は、睡眠と更年期の不調の主観的な改善  
につながる可能性がある
- ⑤. 女性の更年期不調に対処するには、当事者のセルフケアだけでなく、企業や自治体、  
国による支援や発信など社会全体で「環境づくりに取り組む」ことが必要

## -今後の予定-

- ・プログラムの要素を細かく分解し、どの要素に一番効果があるのか検証、研究を行う
- ・プログラムを企業や自治体向けに実施

お気軽にお問い合わせください

パラマウントベッド株式会社  
pb-femtech-contact@paramount.co.jp

最終報告

**Lasiina株式会社**

令和5年度フェムテック等サポートサービス実証事業  
最終報告会資料

2024.02.26

働く女性の尿モレ（軽失禁）不安解消・  
ウェルビーイング向上を図るサービスの開発と実証

代表団体 Lasiina株式会社

## 働く女性の尿モレ（軽失禁）

## 不安解消・ウェルビーイング向上を図るサービスの開発と実証

代表団体  
Lasiina株式会社



代表取締役 野正竜太郎  
全体管理・センサーデバイス・システム開発

参加団体  
日本製紙クレシア株式会社

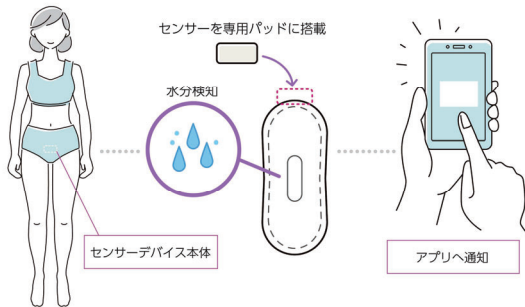


ヘルスケア研究所長代理 黒須一博  
軽失禁専用尿モレパッド開発、検証

# Agenda

1. 事業計画
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
5. 今後の事業展開

# 1. 事業計画



## 2. 事業計画に基づき実施したこと

協力団体（実証先）：富士通株式会社

2023.10.18 FUJITRA Café オンラインイベントを開催  
軽失禁の説明と、アンケート調査への協力を募った

### ①女性の尿モレに関する 実態調査

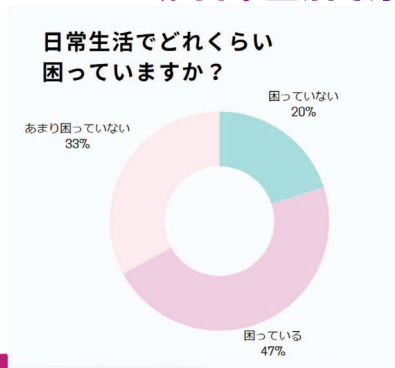
計画目標：30名  
実施結果：女性32名（達成率 106%）  
男性33名（※計画外）

### ②センサーデバイスによる モニターテスト

計画目標：10名  
実施結果：女性12名（達成率 120%）  
（※尿モレ症状のある女性）



### 3. 本事業の成果 ①女性の尿モレに関する実態調査 47%が日常生活で尿モレに困っている



- 忙しくてトイレに行けないときに、パッドをかなりぬらしてしまったことがあります。とても情けない気持ちになりました。
- ふとした瞬間に漏れた場合に、とても不快な気持ちになる。
- 外出先でトイレに間に合わず、床をペーパーでふき、下着をつけず生足で次のアポ先へ移動する、という泣き出したく、他の人に言えない辛さです。

40歳以上の女性の4割以上が尿モレを経験している※  
不安や不便を抱えながら、仕事や日常生活を送っている

### 3. 本事業の成果 ①女性の尿モレに関する実態調査 年のせいだから仕方がない



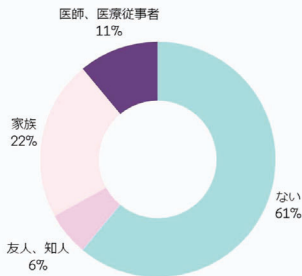
尿モレで病院にかかったことはありますか？



- 何科にかかったらいいのかわからない
- 恥ずかしい
- 病院にかかるまででもない
- 年のせいだからしかたない
- 病院にかかっても骨盤底筋トレーニングを勧められて終わりとあきらめているから

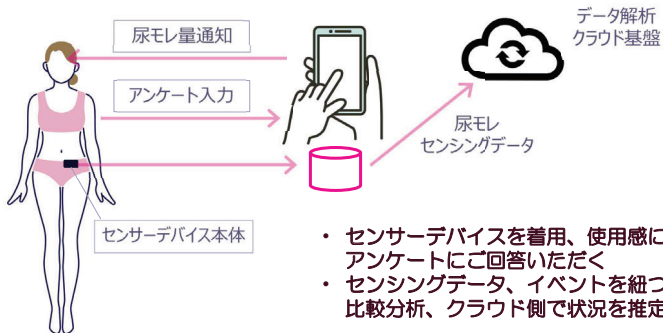
### 3. 本事業の成果 ①女性の尿モレに関する実態調査 61%は誰にも相談したことがない

誰かに相談したことは  
ありますか？



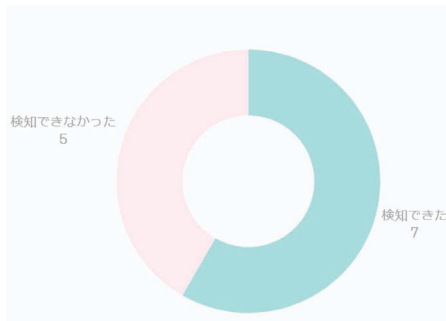
- 症状や対処法について理解できる同性のみの研修をしてほしい
- 匿名で相談して、共感し合ったり、対処のアイデアを共有できる場がほしい
- トイレ休憩などを配慮してほしい
- 職場の人に知られたくない  
自分一人の問題にしておきたい
- 特に支援は必要ない

### 3. 本事業の成果 ②デバイスによるモニターテスト



- ・ センサーデバイスを着用、使用感についてアンケートにご回答いただく
- ・ センシングデータ、イベントを紐つけて比較分析、クラウド側で状況を推定する

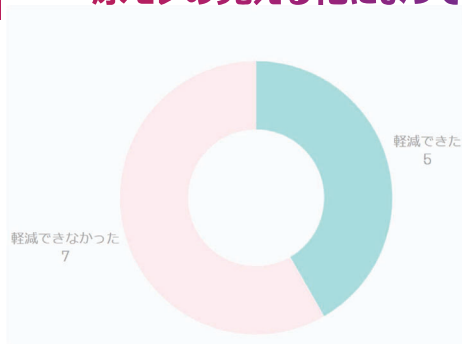
### 3. 本事業の成果 ②デバイスによるモニターテスト 58%が尿モレを見える化できた



#### 検知できなかった原因

- 尿モレの量が少なく検知できなかった  
(本人は尿モレがあったと申告：3名)
- 着用実験期間中、尿モレがなかったと想定されたため  
(本人は尿モレがなかったと申告：1名)
- 生理、不正出血のため実験中止 (1名)

### 3. 本事業の成果 ②デバイスによるモニターテスト 尿モレの見える化によって、41%が不安を軽減



軽減できた)

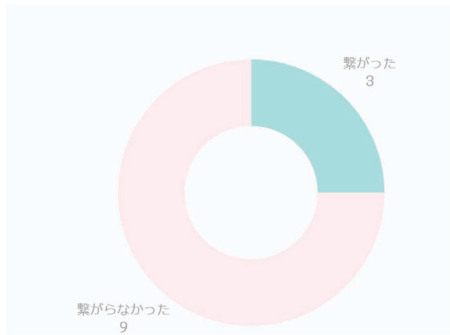
- センサーを付けたことによって、身体に意識が向き、尿モレに対してポジティブに対策できた
- 尿モレのことは後回しにしがちだったが、ケアを見直す良いきっかけになった

軽減できなかった)

- 週末在宅中でのみの装着だったので、効果が実感できなかった
- 尿が漏れたという感覚は自分でわかるので、尿モレの見える化に意味を見出せなかった

尿モレに対して前向きになれた、  
ケアを見直す良いきっかけになったというご意見を頂いた

### 3. 本事業の成果 ②デバイスによるモニターテスト 25%がアクティブに活動できるなど行動変容に繋がった



繋がった)

- センサーを付けていると安心感あり、久しぶりに外で運動を試してみようかなという気になった
- トイレのことを気にする頻度が少なくなった。

繋がらなかった)

- センサー本体の充電がすぐなくなるので、外出時に付けようという気にならなかった
- 見える化だけでは意味がなくて、尿モレ改善トレーニングの効果がわかるなどがあればよいと感じた。

さまざまなシーンの中で使ってもらうためには、充電の手間の軽減など、使い勝手の向上が課題であるとわかった

## 4. 本事業の課題

- 尿モレ検知精度の向上。センサーデバイス、尿モレパッドのセンシング構造、データ解析システムそれぞれの改善が必要である。
- 単なるセンサーの開発だけではなく、女性に寄り添ったモノづくり・サービス創出が必要であると、課題が明確になった。
- サービスをマーケットに投入した後も、尿モレに対して社会全体での理解を深め、よりオープンな議論と包括的な支援を行うための啓蒙活動を併せて推進する必要がある。



## 5. 今後の事業展開

- 小型化した販売用デバイスの設計、開発、製造、各種認証への対応を推進すること
- 尿モレセンサーサービスの販売体制の確立とマーケットへの販売
- 尿モレセンシングデータを起点としたサービスの開発  
オープンイノベーション、共同研究の推進  
(フレイル予防関連会社、尿モレ改善サービス提供会社、  
尿モレ疾患に関する製薬会社、外出促進に向けた旅行会社)



ありがとうございました

Lasiina株式会社

野正竜太郎 nomasa@lasiina.com

最終報告

**特定非営利活動法人**

**日本臨床研究支援ユニット**

# ウェアラブルデバイスを用いた自律神経機能から捉えた PMSの評価と症状緩和の試み

## 結果報告



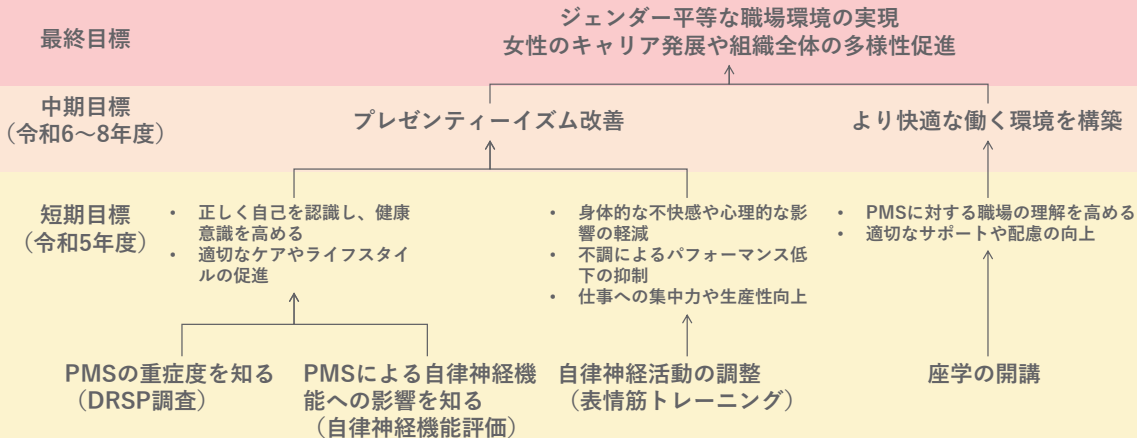
特定非営利活動法人 日本臨床研究支援ユニット

# 事業目的

自律神経機能の状態を正しく認識することはPMSの症状緩和に取り組むきっかけとなり、女性の健康と働きやすさを向上させプレゼンティーズム改善へとつながる。

1. 身体的な不快感や心理的な影響を軽減と、より快適な働く環境を構築する。精神的な痛みや不調によるパフォーマンスの低下を抑制し、仕事への集中力や生産性を高める。
2. 女性の健康意識を高め、自己を正しく認識するきっかけをつくり、適切なケアやライフスタイルの変更を促す。
3. PMSに対する社会的理解を深め、ジェンダー平等な職場環境づくりが期待できる。社会のニーズを理解し、適切なサポートや配慮を提供することで、女性のキャリア発展や組織全体の多様性が促進される。

# 実施項目・目標



# 実証概要

- 月経前症候群（PMS）は自律神経機能との関係が知られているが自覚症状がないこともある。
- 自律神経機能の状態を客観的に正しく認識することはPMSの症状緩和と健康意識向上が期待できる。



## PMSの状態を自覚 = 見える化

- ① 自律神経反射機能の評価：きりつ名人
- ② 超短時間心拍変動の解析：Apple Watch

## 自律神経活動の調節



口腔および口腔周囲の筋力アップ：クチトレ

# 実施体制

## 【代表団体】



J-CRSU

NPO法人  
日本臨床研究支援ユニット  
Non-Profit Organization Japan Clinical Research Support Unit

(事業全体の統括・事務局)

## 【協力団体】



株式会社クロスウェル  
**CROSSWELL**

(自律神経機能測定、心電図解析)



**FFC**  
FACE FIELD CENTER

(セミナー開催、指導、動画配信)

いのちをつなぐ

**SARAYA**

(参加者募集)





# 実施スケジュール

| 項目             | 内容                                    | 2023年 |     |     |     |     | 2024年 |     |     |     |     |     |
|----------------|---------------------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|-----|-----|
|                |                                       | 11月   |     | 12月 |     |     | 1月    |     |     |     |     |     |
|                |                                       | 第3週   | 第4週 | 第1週 | 第2週 | 第3週 | 第4週   | 第5週 | 第1週 | 第2週 | 第3週 | 第4週 |
| 倫理委員会          | 審査                                    | ○     |     |     |     |     |       |     |     |     |     |     |
| リクルート          | 参加者募集（任意）                             | ○     | ○   |     |     |     |       |     |     |     |     |     |
| 属性調査           | 年齢、月経周期等                              |       | ○   | ○   | ○   | ○   | ○     | ○   | ○   | ○   | ○   |     |
| アンケート          | 職業性ストレス簡易調査57項目/<br>DRSP/WHO-HPQ      |       | ○   |     |     |     |       |     |     |     |     | ○   |
| 座学             | 経済産業フェムテック事業アンケート                     |       | ○   |     |     |     |       |     |     |     |     | ○   |
|                | 自律神経機能とPMSの関係、クチトレ                    |       | ○   |     |     |     |       |     |     |     |     |     |
| きりつ名人          | 血圧・心拍変動測定および解析による<br>自律神経機能評価         |       | ○   |     |     |     |       |     |     |     |     | ○   |
| 超短時間<br>心拍変動解析 | Apple watchより取得したECG波形から<br>自律神経機能を評価 |       | ○   | ○   | ○   | ○   | ○     | ○   | ○   | ○   | ○   |     |
| クチトレ           | 口輪筋を中心としたトレーニング                       |       | ○   | ○   | ○   | ○   | ○     | ○   | ○   | ○   | ○   |     |

# ♡ 「クチトレ」 とは

口腔および口腔周囲の筋力アップトレーニング

- 口唇閉鎖力増強
- 舌の筋力増強
- 唾液量増加



「食べる」 「話す」 「呼吸」 「睡眠」  
「表情の豊かさ」 「免疫力の維持」



# 実証事業の内容

## 試験機器

- きりつ名人：座位、起立、立位、座位の心拍変動を解析し、自律神経反射機能を評価（図1）
- Apple watch：超短時間心拍変動を解析するためのECG波形を測定（図2）
- クチトレプラス：口腔および口腔周囲の筋力アップトレーニング（クチトレ）の補助具（図3）

## アンケート

- 職業性ストレス簡易調査57項目：ストレスの要因や度合の調査項目
- DRSP：月経前症候群の診断や重症度尺度
- WHO-HPQ：健康と労働パフォーマンスに関する質問項目

※ 心電図（心拍変動）分析は最大エントロピー法（MEM法）を使用して解析

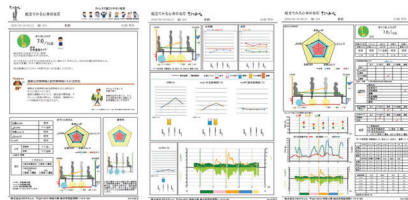


図1 きりつ名人出力結果【例】



図2 Apple Watch心拍変動解析



図3 クチトレプラス

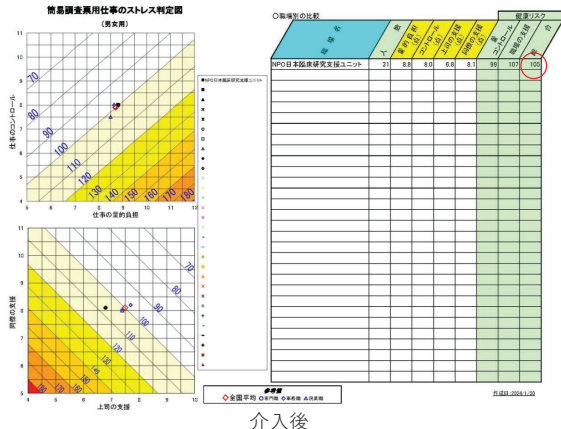
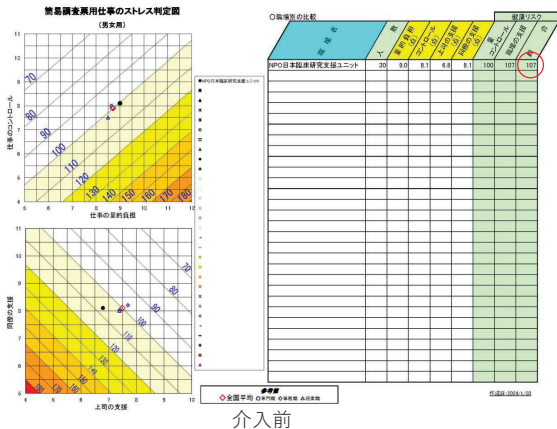
# 結果

## 参加者の概要

- 31名（平均42.4歳、27歳から54歳、中央値42歳）の職業を持つ女性参加者に文書による同意を得て参加いただいた。
- 8週間の調査期間中、1日4回、3分のクチトレの実施を依頼したが、実施率は6.4回/週（範囲0~28回、中央値4回）となった。1日1~4回を4週間毎日行えたコンプライアンスの良い6名について探索的に部分集団解析を行った。



# 結果(職業性ストレス簡易調査)



介入前後のストレス判定図を示す。介入前は107だった健康リスク（総合）が介入後に105になり、若干のストレスの軽減が見られた。



# 結果：クチトレ実施前後のプレゼンティーズムの変化

有効回答数： 30人

|              |             | Before    | After |
|--------------|-------------|-----------|-------|
| 絶対的プレゼンティーズム | 平均値         | 62.33     | 56.33 |
|              | 中央値         | 60.00     | 50.00 |
|              | 改善した人数とその割合 | 6人(20.0%) |       |

対応のあるt-検定：p=0.03

有効回答数： 29人

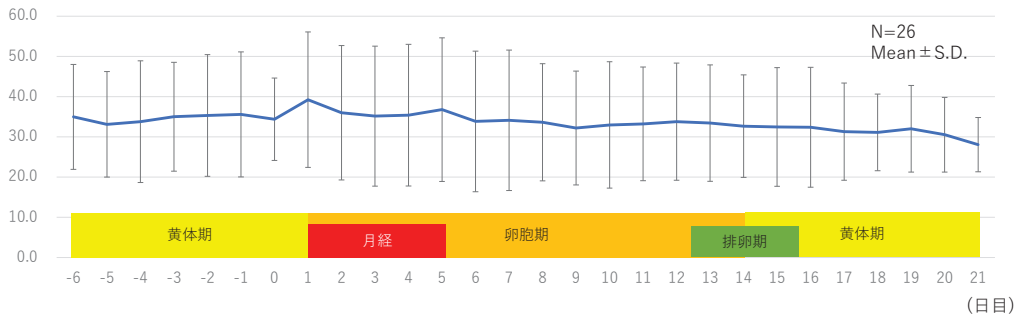
|              |             | Before      | After |
|--------------|-------------|-------------|-------|
| 相対的プレゼンティーズム | 平均値         | 1.01        | 0.97  |
|              | 中央値         | 1.00        | 1.00  |
|              | 改善した人数とその割合 | 11人 (37.9%) |       |

対応のあるt-検定：p=0.52

- 絶対的プレゼンティーズムは介入前後で平均62.33が56.33と有意に悪化した。その理由に絶対的プレゼンティーズムは「過去4週間（28日間）の間のあなたの勤務日におけるあなたの総合的なパフォーマンスをあなたはどのように評価しますか？」であり、介入後の評価時期が1月中旬から下旬のため、評価対象期間に年末年始の長期休暇が入ったことで、業務のパフォーマンスが低下した可能性が高い。



# 結果：月経前症候群の診断 (DRSP) 全体平均値の推移



PMS症状が発現する黄体期 (Cycle day -6からCycle day 0) と、その後の安定する卵胞期 (Cycle day 4からCycle day 10) の全体の平均値を比較したところ、統計学的に有意ではないが、予想通り黄体期34.6、卵胞期34.1と黄体期の平均値が卵胞期よりも高く、黄体期はPMS症状によりスコアが高い (ストレスが高い) ことが推定された。(性器出血発現日を生理周期のCycle day 1 とする)

# ウェアラブルデバイス (Apple Watch) による超短時間心電図解析 (自律神経)

2023年9月1日 (金)

## “ころ”のつばやき

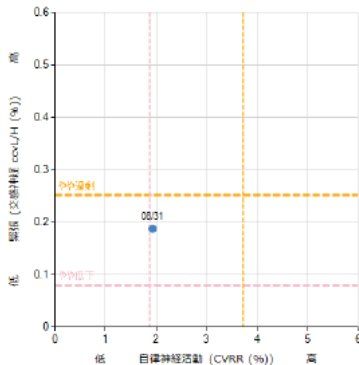
体を冷やさないために避けるとよいことは、水の飲みすぎ、朝シャワーや朝シャン、サウナや岩盤浴、冷飲食、体を冷やす食べ物だ。

## 今のあなたは



基礎活動OK&程よい緊張具合  
自律神経基礎活動も交感神経のバランスもよさそう。ただ心臓がちょっと過張りすぎかも。

## 自律神経活動 & 緊張度(交感神経)



## 心拍変動についてもっと知ろう

[私のヘルスケアme](#)

心拍自動解析システム © 株式会社クロスウェル  
イラスト © 2021 kanamiyu

## 心拍測定の詳細

測定日時 2023年08月31日 09:59

誕生日(年齢) 1963/02/14 (60)

有効データ長 28,978msec

有効データ数 36件

データ安定度 94.4%

## 心拍変動解析

MeanRR 748.88 SDNN 14.47

CVRR 1.93 CcVTP 0.97

HF 17.70 CcVHF 0.56

LF 34.87 CcVLF 0.79

L/H 1.97 CcV/LH 0.19

## 基準値評価 (参考)

HR Mid IHR Hi CVRR Mid L/H Mid CcV/LH Mid

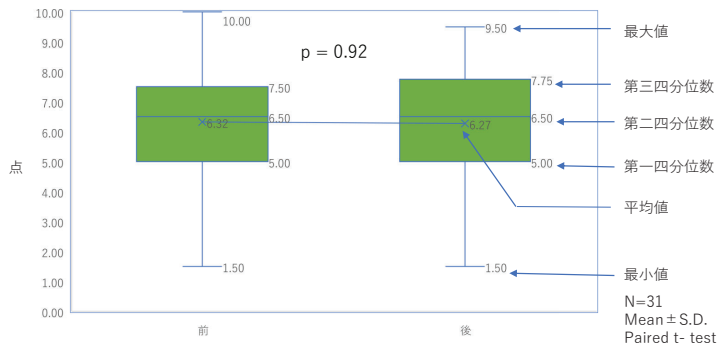
Apple Watchで心電図測定後にメール送信して約1分後に上記内容の解析結果 (サンプル) がメールで送られてくるので、現在の自分の自律神経の状態を把握することができる。





# 結果：クチトレ実施前後の自律神経（心電図測定）の変化

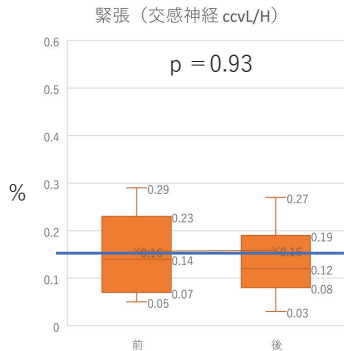
きりつ名人スコア（最低0点から最高10点、低い方がストレス高）



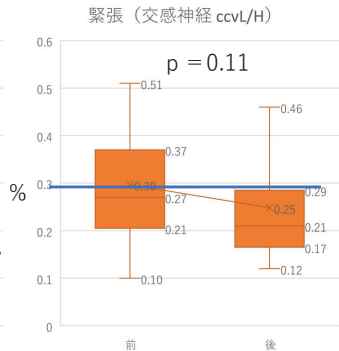
- クチトレ介入前後のきりつ名人スコア（安静座位と起立時の心拍数と心拍変動解析結果（CVRR・ccvL/H・CCVHF）を算出し、きりつ名人ソフトでの各項目の年齢標準値と比較し、安静時と起立時の反応からスコアを算出、低い方がストレス高い）の平均値を比較、介入前(6.32)に比較し介入後(6.27)とわずかに減少するものの有意差なし。



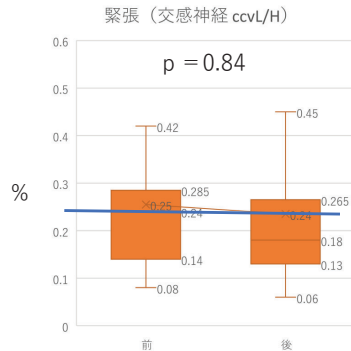
# 結果：クチトレ実施前後の交感神経の緊張度 (CCVL/H(%)) の変化



安静時



起立時

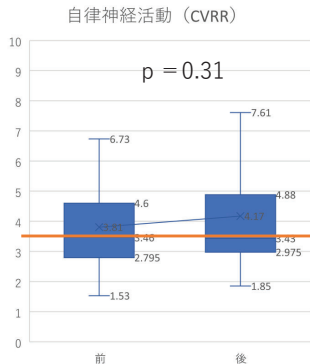


N=31 立位

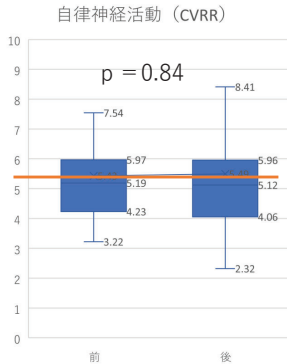
Mean ± S.D. 青線は40歳の平均値  
Paired t- test



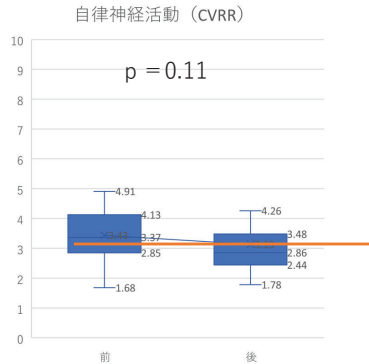
# 結果：クチトレ実施前後の自律神経活動 (CVRR(%)) の変化



安静時



起立時



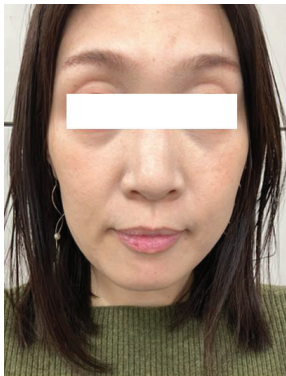
立位

N=31

Mean ± S.D. オレンジ線は40歳の平均値

Paired t- test

# 結果: クチトレ前後の表情



介入前



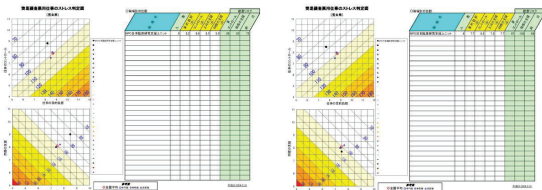
介入後

## クチトレの感想（抜粋）

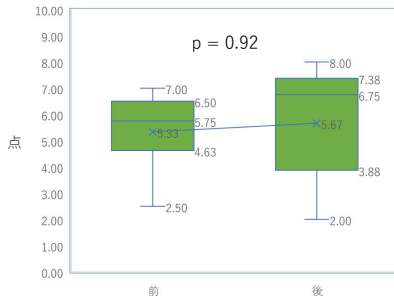
- 毎日、3分4回を実施するのは厳しかったです。クチトレをすることで口の動きが良くなり口角が上がってきたように思います。入浴時に実施していたので、5分2回くらいだと少し楽に実施できるかなと思いました。自分のペースになるかもしれませんが、今後もクチトレを続けていきたいと思います。
- 1日3～4回行う時間を確保するのは、正直難しかったです。3分の終わり間際になると口の周りの筋肉がプルプルしてくるのがわかりました。唾液が多くでるのでお風呂の中で行うとちょうどよかったです。
- 最初は痛く感じましたが、慣れてくると少し心地よさを覚え、苦ではなかったですが、失念してしまう日もあり、毎日継続すればもっと効果が実感できるのかなと思いました。
- 顔周り、口周りがすっきりする印象、疲れている時だとリフレッシュになる。
- 最初は不慣れではありましたが、回数を重ねると楽にできるようになった。しかし忘れることも多く、1日4回のクチトレが難しかった。
- 3分を1日1回であればどうにかやれる時間がとれるが、3回の実施は難しいと感じた。



# 結果：部分集団（クチトレを8週間、毎日1回から4回実施した6名）



きりつ名人スコア（最低0点から最高10点）



N=6  
Mean ± S.D.  
Paired t- test

- 職業性ストレス簡易調査 介入前73点 介入後89点でストレスは上昇した。
- クチトレ介入前後のきりつ名人スコア（低い方がストレス高い）の平均値を比較、介入前(5.33)に比較し介入後(5.67)とわずかに増加するものの有意差なし。
- 今回より長い12週間、1回3分を1日4回実施すると十分な効果が得られるとの報告もある。

# まとめ

- ・ **ウェアラブルデバイスを用いた自律神経に対するPMSの影響**

自律神経機能の状態を客観的に正しく認識すること (p.13) で、交感神経の緊張度 (CCVL/H(%)) が介入前後で下がっていることから、PMSの症状緩和と健康意識向上が期待できる可能性が示唆された (p.15)

- ・ **クチトレを用いてPMSの症状緩和とストレスの軽減が期待できる可能性**

ストレスを軽減する介入 (クチトレ) を8週間 (1回3分を1日4回) 毎日実施することで、PMSの症状緩和とストレスの軽減が期待できる可能性が示唆された (p.10,17,18,19)

# 反省点と今後の課題

## • 評価対象

月経前症候群の診断（DRSP）でPMSの程度がほとんどない～軽症な人が対象者に多く含まれ、効果が見えにくかった可能性がある。対象をPMSの症状が重い方を選択することで効果が見えてくることが考えられる。

## • 評価のタイミング・時期

事後評価の時期が年末年始の長期休暇直後であったことから、プレゼンテーションへの影響が上手く評価できなかつた可能性が高い。評価のタイミングへの留意が今後必要。

## • 介入内容の見直し

個別性の高い支援（パーソナルトレーニング、自律神経機能の解釈等）を組み込む等の介入内容の見直しを行うことが今後必要。



# 3. 共通指標集計結果

# I .ロジックの整理と分析の観点

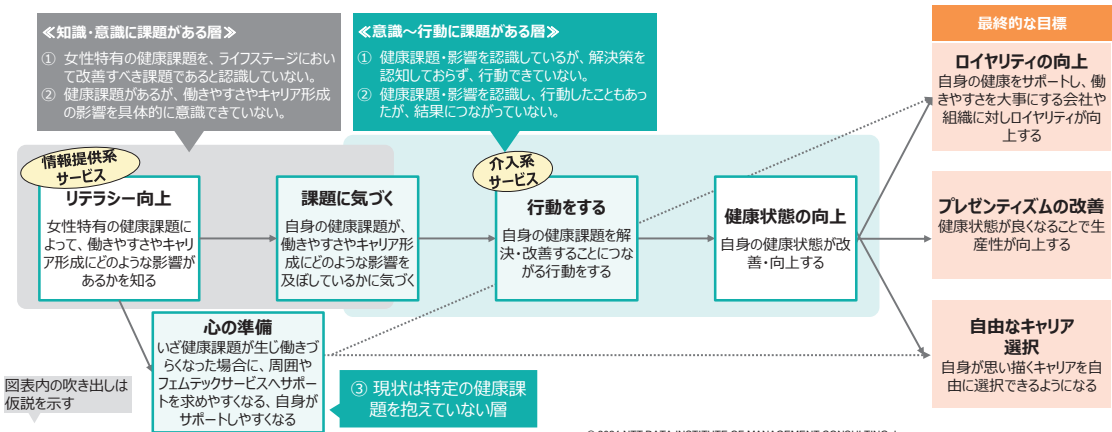
# I. フェムテック等サポートサービスの共通指標による評価

## 目的

- フェムテック等サポートサービスの利用による、プレゼンティーズムの変化、キャリアに関する考え方等の変化、意識・行動変容の効果測定を行うために、全ての実証事業で共通指標を用いた評価を行った。
- これにより、フェムテック等サポートサービスの効果を広く発信するとともに、サービスの信頼度の向上を図ることを目的とする。また、効果を示すことで企業や自治体でのフェムテック活用の動機付けにつなげていく。

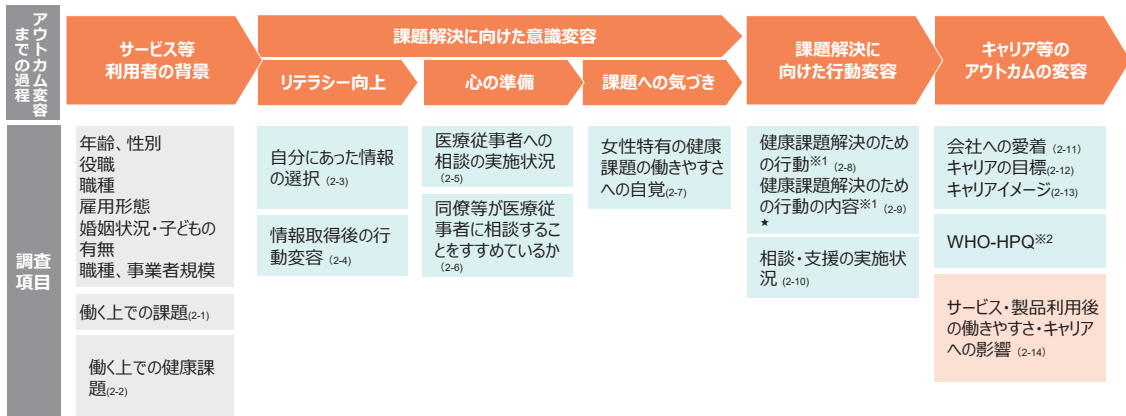
## ロジックモデルと仮説

- フェムテック等サポートサービスの利用により、女性が健康課題を自覚し適切な知識を習得することで、行動変容につながり、働きやすさやキャリアアップ等につながる。



# I.ロジックモデルと共通指標の整理

- アウトカム変容までの過程と共通指標の調査項目を下記に整理する。



事前評価のみの評価

事前・事後評価

事後評価のみの評価

※1 健康課題がある者のみへの質問項目

※2 WHO-HPQ (Health and Work Performance Questionnaire) 日本語版を使用

# I. 共通指標 (1/2)

- 共通指標は以下の項目から構成している。

| #   | 大カテゴリ            | 中カテゴリ | 調査項目 (2-3以降は質問文)   | 事前 | 事後 |
|-----|------------------|-------|--|----|----|
| 1-1 | 対象者属性            | 本人属性  | 年代、性別、役職、職種、雇用形態、婚姻状況、子どもの有無と数   | ●  |    |
| 1-2 |                  | 企業等属性 | 勤務先業種、勤務先の従業員規模  | ●  |    |
| 2-1 | 終業上の課題           |       | 現在、働く上でどのような課題を感じていますか。  | ●  |    |
| 2-2 | 健康課題             |       | 現在、どのような女性特有の健康課題を感じていますか。<br>注) 女性特有の健康課題とは、月経・PMS、妊娠・不妊、産後ケアに関する課題、更年期、婦人科疾患、ヘルスリテラシーに関する課題等としている。   | ●  |    |
| 2-3 | リテラシーの有無         |       | 「女性の健康についてのたくさんの情報から、自分に合ったものを選ぶことができる。」<br>注) 男性の場合は、「女性の健康についてのたくさんの情報から、職場の女性社員へ必要な情報を提供することができる。」としてお答えください。                                   | ●  | ●  |
| 2-4 |                  |       | 「自分の体のことについて、アドバイスや情報を参考にして実際に行動することができる。」<br>注) 男性の場合は、「女性特有の健康課題について、アドバイスや情報を参考にし、理解している。」としてお答えください。   | ●  | ●  |
| 2-5 | 心の準備             |       | 「自分の体について、心配ごとがあるときは、医療従事者（医師・保健師・看護師・助産師等）に相談することができる。」<br>注) 男性の場合は、「女性特有の健康課題を抱えている際には医療従事者（医師・保健師・看護師・助産師等）に相談することが必要となることを理解している。」としてお答えください。 | ●  | ●  |
| 2-6 |                  |       | 「職場の女性社員・同僚が、自分の体について心配ごとがあるように感じられるときは、医療従事者（医師・保健師・看護師・助産師等）に相談を促すことができる。」   | ●  | ●  |
| 2-7 | 意識の有無・課題への気づきの有無 |       | 「女性特有の健康課題を抱えることで、働きやすさやキャリア形成への影響があると思う。」<br>注) 働きやすさやキャリア形成への影響例、月経痛により仕事へ集中することができない<br>更年期症状のために昇進や管理職に就くことを諦める<br>不妊治療などのため正社員として働くことを諦める     | ●  | ●  |

## I. 共通指標 (2/2)

| #    | 大カテゴリ   | 中カテゴリ     | 調査項目 (2-3以降は質問文)  | 事前 | 事後 |
|------|---|-----------|---|----|----|
| 2-8  | 行動の有無・行動変容の有無   |           | 2-1もしくは2-2で感じている健康等の課題を解決するための行動をしていますか。<br>※【事後】「事前調査の際に回答いただいた、健康等の課題を解決するために、本実証、あるいは実証外においてフェムテック等サポートサービスを利用しましたか。」                | ●  | ●  |
| 2-9  |   |           | 具体的にどのような行動をしていますか。<br>※【事後】「健康等の課題を解決するために、本実証あるいは実証外において利用したフェムテック等サポートサービスの詳細をお答えください。」  | ●  | ●  |
| 2-10 | アウトカム<br>変容   | 援助希求      | 女性特有の健康課題による、あなたのキャリアへ及ぼす影響を改善するために、誰かに相談したり、サポートをしてもらったりしましたか。<br>注) 男性の場合は、ご自身のパートナーもしくは同じ職場の女性職員の健康課題やキャリアへ及ぼす影響を改善することを想定してお答えください。 | ●  | ●  |
| 2-11 |   | ロイヤリティ    | 私は、現在の会社に対し、愛着を持っている。   | ●  | ●  |
| 2-12 |   | キャリア      | 私は、将来のキャリアで取り組んでみたいと思っていることや目標がある。  | ●  | ●  |
| 2-13 |   |           | 私は、自分のキャリアについて将来像がイメージできる。  | ●  | ●  |
| 2-14 |   |           | 利用・導入したフェムテック等サポートサービスについて、あなたの心身、キャリア、組織に及ぼした良い影響を具体的に教えてください。   |    | ●  |
| 2-15 |   | プレゼンティーズム | 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。                                       | ●  | ●  |
|      |   |           | 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。  | ●  | ●  |
|      | 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。 |           | ●   | ●  |    |

# I. 共通指標：プレゼンティーズム

- プレゼンティーズムの定義と評価方法を以下に示す。

## プレゼンティーズムとは

- プレゼンティーズムとは、WHO（世界保健機関）によって提唱された健康問題に起因したパフォーマンスの損失を表す指標の一つであり、欠勤には至っておらず勤怠管理上は表に出てこないが、健康問題が理由で生産性が低下している状態を意味している。

## 評価方法

| 質問文 |   |
|-----|---|
| 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。         |
| 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。                 |
| 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。 |

| 区分               | 算出方法           | 数値の範囲                               |
|------------------|----------------|-------------------------------------|
| 絶対的<br>プレゼンティーズム | 3に10をかけて算出     | 0～100                               |
| 相対的<br>プレゼンティーズム | 3を1で割ることによって算出 | 0.25～2.00<br>0.25>は0.25、2.0<は2.0とする |

出典)

[https://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/healthcare/downloadfiles/kenkokeyeioffice\\_report.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/downloadfiles/kenkokeyeioffice_report.pdf)

<https://www.hcp.med.harvard.edu/hpq/ftpd/absenteeism%20presenteeism%20scoring%20050107.pdf>

## I. 共通指標分析の観点

- 分析の観点を下記に示す。フェムテック等サポートサービスの利用前後でのキャリア等アウトカムの変容、行動変容、意識変容の前後比較を行う。また、サブグループでのプレゼンティーズムの比較を行う。

### 全体での分析

|   | 分析の観点                         | 分析内容   |
|---|-------------------------------|--|
| 1 | キャリア等へのアウトカムの変容<br>(メインアウトカム) | フェムテック等サポートサービス利用前後での、会社への愛着、キャリアの目標、キャリアイメージの比較               |
|   |                               | フェムテック等サポートサービスの利用前後での、絶対的・相対的プレゼンティーズム (WHO-HPQ) のスコアの比較      |
| 2 | 課題解決に向けた行動変容                  | フェムテック等サポートサービスの利用前後での、情報取得後の行動、相談・支援（医療従事者含む）、健康課題解決のための行動の比較 |
| 3 | 課題解決に向けた意識変容                  | フェムテック等サポートサービスの利用前後での、自分の情報の選択、女性特有の健康課題・働きやすさへの自覚の比較         |

インパクト 大

インパクト 少

### サブグループでの分析

- 年代別、アプローチ方法別、サービス領域別における、フェムテック等サポートサービス利用前後での絶対的・相対的プレゼンティーズム (WHO-HPQ) のスコアの平均値の比較、スコアの改善者の割合



# Ⅱ . 結果サマリー

## Ⅱ. 共通指標の結果サマリー（1/2）

### サービス等提供前後での意識変容

**フェムテックサポートサービス等の利用により、意識変容（知識・心の準備・課題の気づき）への一定の効果が見られた。**

- ✓ リテラシー、行動変容等に向けた心の準備、意識・課題等の気づきの観点で、実証参加前に「全くあてはまらない」～「あまりあてはまらない」と回答した者の約50～70%において、実証後「とてもあてはまる」～「まあまああてはまる」に変化した。

### サービス等提供前後での行動変容

**行動変容の効果として、意識変容ほどの大きな効果は見られなかったものの、フェムテックサポートサービス等の実証を機会に行動変容につながっていた。**

- ✓ 実証前にサービス等を利用をしたことがなかった者のうちの38.5%が、事後評価において実証以外でフェムテックサポートサービス等を利用したと回答した。
- ✓ また、具体的な行動として実証前後で医療機関等の各種検診や治療等、医薬品の服用等の医療的対応（プロケア）が減少し、セルフモニタリング、知識の獲得、衣類などの使用によるセルフケアに関する対応が増加した。実証を通してセルフケア等に関する知識が増えたことで、医療機関等の受診によるプロケアに加えて、ケアの選択肢が増えたことがうかがえる。

**フェムテックサポートサービス等の利用前に相談者がいないとしていた者の約半数が、実証後に相談者を持っていた。**

- ✓ 実証前に相談者がいないと回答した者の45.8%が実証後に相談者がいると回答した。
- ✓ 具体的な相談相手・相談先は、パートナーや、家族・親族に加えて同僚等が実証後に微増した。フェムテックサポートサービス等の利用をきっかけにして、同僚等が相談者になりうると認識する者がわずかに増えた。フェムテックサポートサービス等の利用が、働きやすい職場環境の醸成の一助となりうる。

## Ⅱ. 共通指標の結果サマリー（2/2）

### キャリア等アウトカムへの効果

#### キャリア等アウトカムについては、意識変容や行動変容に比べて効果は低かった。

- ✓ 会社への愛着、キャリアへの目標、キャリアの将来イメージがあるかについて、実証前に「全くあてはまらない」～「あまりあてはまらない」と回答した者の約20～40%程度が、実証後「とてもあてはまる」～「まあまああてはまる」に変化した。

#### 利用したフェムテック等サポートサービスによるキャリア等への効果は40%程度であり、勤務が心理的に楽になる効果が最も高かった。

- ✓ フェムテック等サポートサービスによるキャリア等への効果が少なかった理由として、実証前の業務上の課題として挙げた項目は、女性特有の健康課題への理解・対処を挙げた者に比べ、労働量、働き方・就業形態、人間関係等が多かったことが背景にあると考えられる。就業上の課題解決のためには、フェムテック等サポートサービスに加えて、労働量、働き方等の職場環境等の改善等も併せて多面的に取り組む必要がある。

#### プレゼンティーズムについて全体では顕著な変化が見られなかったが、若い世代等、ヘルスリテラシーや月経・PMS、症状や状態等の可視化・把握のサービスにおいてプレゼンティーズムの上昇が他と比べて大きかった。

- ✓ 年代別では、60歳代を除くと、若い年代ほどサービス等提供前のプレゼンティーズムのスコアが低く、事後評価との平均値の差も大きかった。
- ✓ ヘルスリテラシー・月経・PMSやにおいて、サービス等提供前後でのプレゼンティーズムの平均値の差が大きかった。
- ✓ 症状等の把握・可視化のサービス等においてサービス提供前後のスコアの平均値の差が大きかった。

# Ⅲ. 基礎集計

### Ⅲ. 基礎集計：事業者別の状況

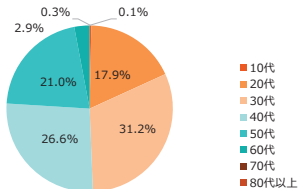
- フェムテック等事業者18社から、事前評価1,865件、事後評価1,303件を回収した。以降に集計・分析の結果を示す。

|    | 事業者名（※採択事業者番号順） | 評価指標の回答状況    |              |          |          |          | サービスカテゴリ ※重複あり |          |           |          |
|----|-----------------|--------------|--------------|----------|----------|----------|----------------|----------|-----------|----------|
|    |                 | 事前評価         | 事後評価         | 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      |
| 1  | フォレシア           | 56           | 39           | ●        | ●        |          |                | ●        | ●         |          |
| 2  | 金沢大学            | 27           | 27           |          |          |          |                |          | ●         |          |
| 3  | アイセック           | 60           | 16           |          | ●        | ●        |                | ●        | ●         |          |
| 4  | きゅあも            | 157          | 70           | ●        |          | ●        |                |          | ●         |          |
| 5  | TENGAヘルスケア      | 43           | 13           |          |          | ●        | ●              | ●        |           |          |
| 6  | TOPPANエッジ       | 292          | 248          | ●        |          |          |                |          | ●         | ●        |
| 7  | Period.         | 59           | 59           | ●        |          |          |                |          | ●         |          |
| 8  | Famileaf        | 28           | 18           |          | ●        |          |                |          |           |          |
| 9  | ポーラ             | 126          | 97           |          |          | ●        |                |          | ●         |          |
| 10 | MamaWell        | 34           | 33           |          | ●        | ●        |                |          | ●         |          |
| 11 | nanoni          | 615          | 347          | ●        | ●        | ●        | ●              | ●        | ●         | ●        |
| 12 | YStory          | 92           | 86           |          |          |          | ●              |          |           |          |
| 13 | 政策研究大学院大学       | 118          | 118          | ●        |          |          | ●              | ●        | ●         | ●        |
| 14 | 豊田通商            | 26           | 21           | ●        |          |          | ●              |          | ●         |          |
| 15 | 日本美容創生          | 38           | 38           |          |          |          | ●              |          | ●         |          |
| 16 | バラマウントベッド       | 31           | 31           |          |          |          | ●              |          |           |          |
| 17 | Lasiina         | 32           | 12           |          |          | ●        | ●              | ●        |           |          |
| 18 | 日本臨床研究支援ユニット    | 31           | 30           | ●        |          |          |                |          | ●         |          |
|    | <b>合計</b>       | <b>1,865</b> | <b>1,303</b> | <b>8</b> | <b>5</b> | <b>7</b> | <b>8</b>       | <b>6</b> | <b>13</b> | <b>3</b> |

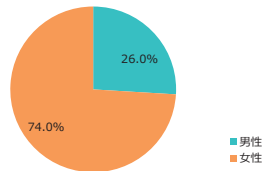
### Ⅲ. 基礎集計：対象者属性

- 回答者の年代は30歳代が31.2%で最も多く、次いで、40歳代、50歳代が多かった。また、性別は、女性が74.0%が多かった。
- 婚姻状況は、約70%の者が既婚であった。また、こどもの数は「0人(いない)」が、36.5%で最も多かった。次に多いのは、2人であった。

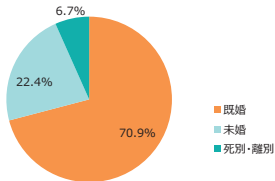
年代 (SA, n=1,853)



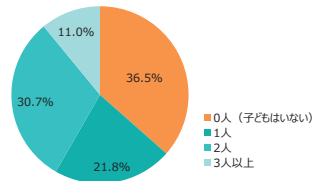
性別 (SA, n=1,834)



婚姻状況 (SA, n=1,784)



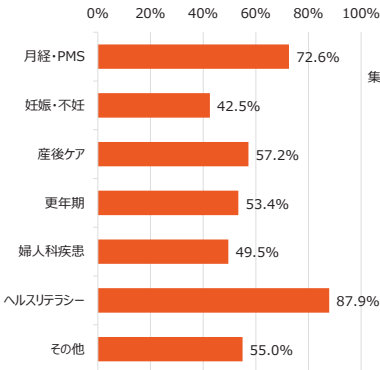
こどもの数 (SA, n=1,799)



### Ⅲ. 基礎集計：実証で利用したフェムテック等サポートサービス

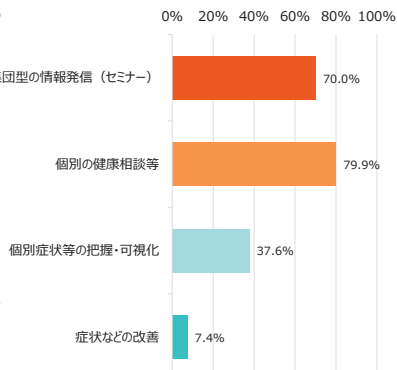
- 回答者が利用したフェムテック等サポートサービスは、「ヘルスリテラシー」が87.9%と最も高く、次いで「月経・PMS」が72.6%であった。
- 回答者に提供されたサービスで最も多かったのは、「個別の健康相談等」が最も多く79.9%であった。このうち、主要なサービスは、「集団型の情報発信」の割合が48.0%と最も多かった。

サービスカテゴリ (MA, n=1,865)



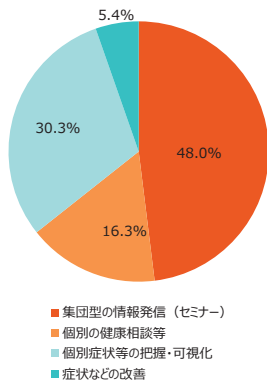
※ 複数の領域にわたってサービス等を提供している事業者があり重複した集計結果である

提供されたサービス (MA, n=1,865)



※ 複数のサービス等を提供している事業者があり重複した集計結果である

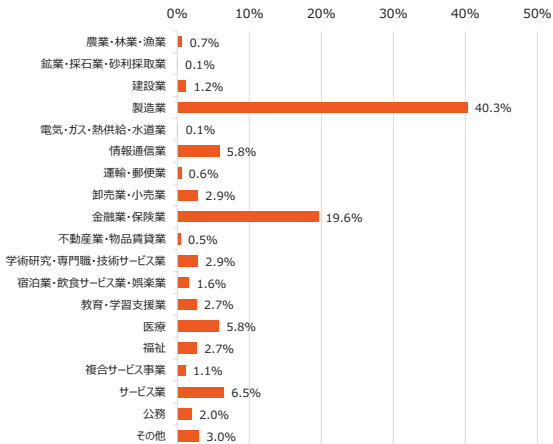
主要なサービス (SA, n=1,865)



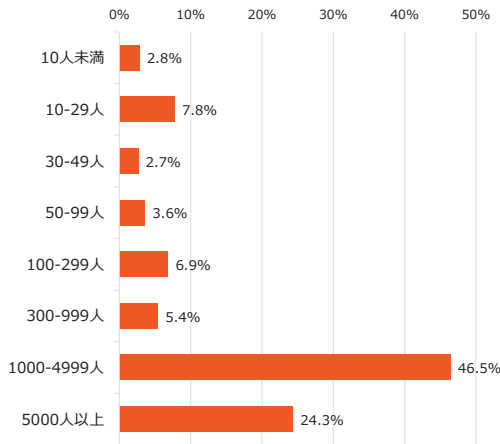
### Ⅲ. 基礎集計：就業に関する状況①

- ・ 回答者の業種は「製造業」が40.3%で最も多く、次いで「金融業・保険業」が19.6%と多かった。
- ・ 勤務先の従業員規模は、「1,000人～4,999人」が最も多く、次いで「5,000人以上」が多く、大規模な企業の参加者が多かった。

勤務先の業種 (SA, n=1,767)



従業員規模 (SA, n=1,766)

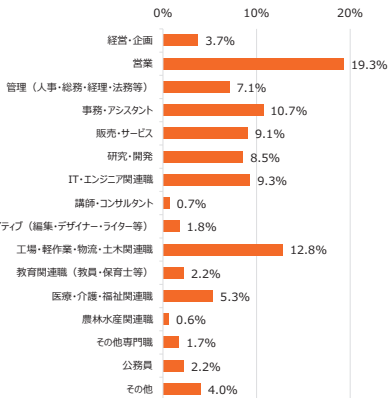




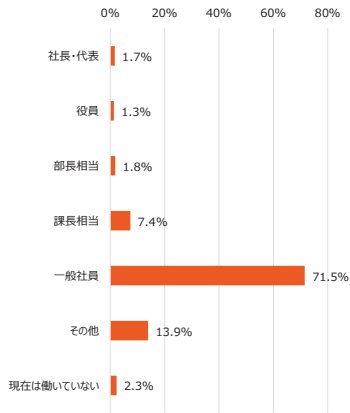
### Ⅲ. 基礎集計：就業に関する状況②

- 回答者の職種は「営業」が最も多く19.3%であった。役職は「一般社員」が71.5%と最も多く、雇用形態は83.6%が「正社員」であった。

職種 (SA, n=1,749)

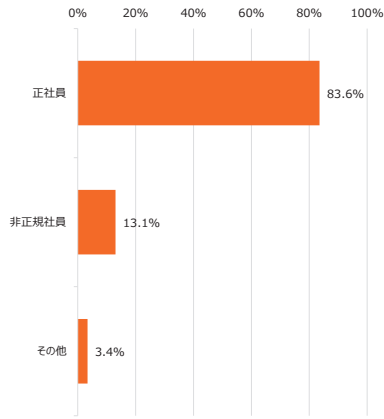


役職 (SA, n=1,810)



※一般社員には係長、主任相当を含んでいる

雇用形態 (SA, n=1,806)

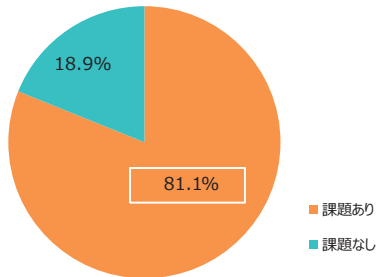


# IV. 単純集計

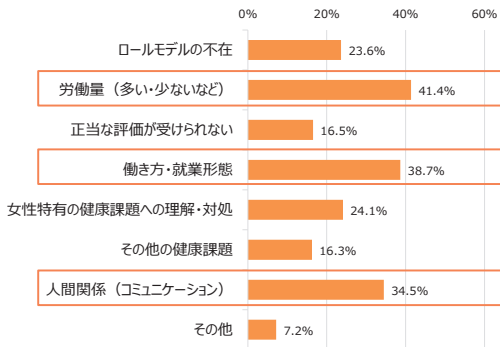
## IV.単純集計：勤務する上での課題

- 勤務する上での課題ありと回答した人は81.1%であった。
- 課題の具体的な内容としては、「労働量（多い・少ないなど）」、「働き方・就業形態」、「人間関係（コミュニケーション）」の順に多かった。

勤務する上での課題（SA, n=1,805）



課題の具体的な内容（MA, n=1,464）

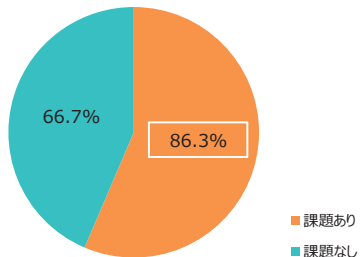


## IV.単純集計：女性特有の健康課題

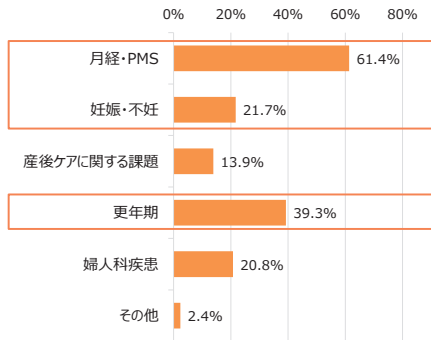
- 女性特有の健康課題の有無について「課題あり」と回答した人は86.3%であった。
- 課題の具体的な内容としては、「月経・PMS」、「更年期」、「妊娠・不妊」の順に多かった。

女性特有の健康に関する課題の有無 (SA, n=1,127)

※ 女性のみでの回答結果



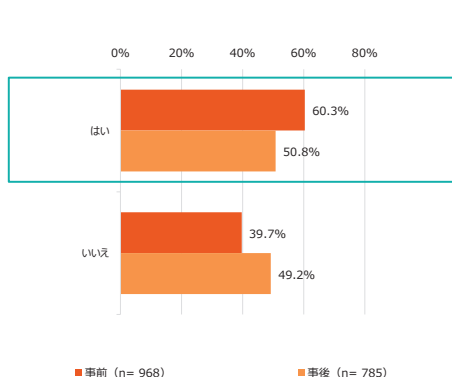
課題の具体的な内容 (MA, n=973)



## IV. 単純集計：実証前後での課題解決のための行動①

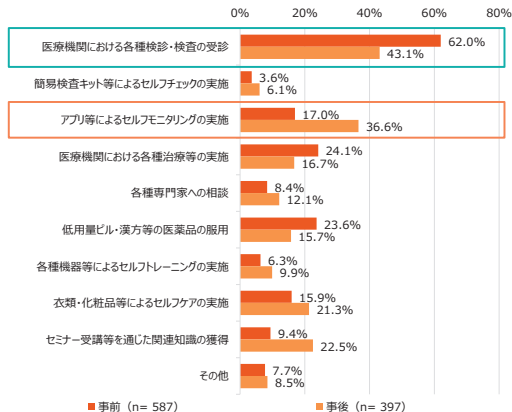
- 実証以外のフェムテックサポートサービス等の利用は、はいと回答した人が9.5ポイント減少した。
- 具体的にとった行動では、医療機関における各種検診・検査の受診が約20ポイント減少し、アプリ等によるセルフモニタリングの実施が20ポイント増加した。全般的な傾向として、実証前後で医療機関等の各種検診や治療等の実施、医薬品の服用等の医療的な対応が減少し、セルフモニタリングや知識の獲得、衣類・化粧品等によるセルフケアに関する対応が増加した。実証を通してセルフケア等に関する知識が増えたことで、医療機関等の受診によるプロケアに加えて、ケアの選択肢が増えたことがうかがえる。

実証以外のフェムテックサポートサービス等の利用 (SA)



※男性へは職場の女性社員への情報提供等に関して回答を得た

具体的に利用したフェムテック等サポートサービス (MA)

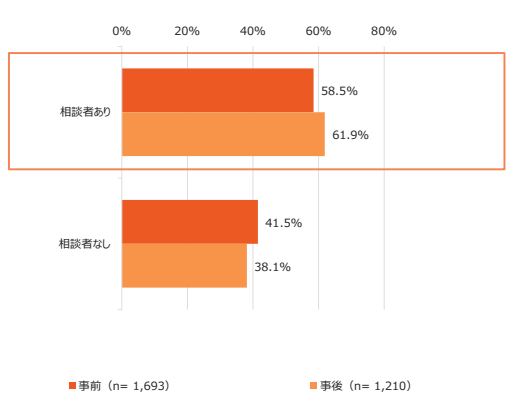


※男性へは、職場の女性特有の健康課題について、情報等を参考にし、理解しているかどうか回答を得た

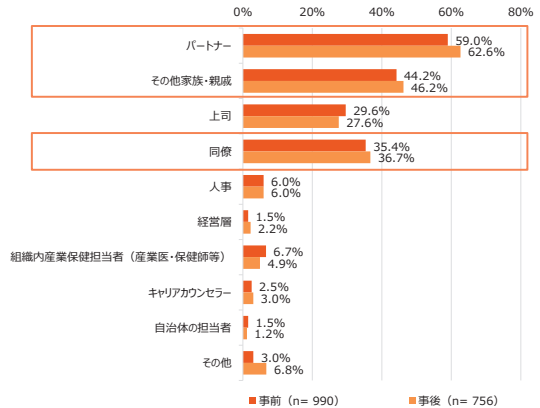
## IV.単純集計：実証前後での課題解決のための行動②

- 相談者の有無は、「あり」と回答した人が3.4ポイント増加した。
- 相談相手は「パートナー」、「その他親戚家族」、「同僚」を相談相手として選択する人がそれぞれ3.6ポイント、2ポイント、1.3ポイント増加した。

女性特有の健康課題のキャリア等への影響を改善するための相談者 (SA)



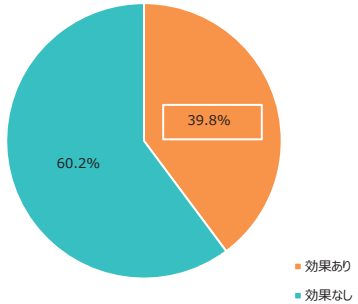
具体的な相談相手・相談先 (MA)



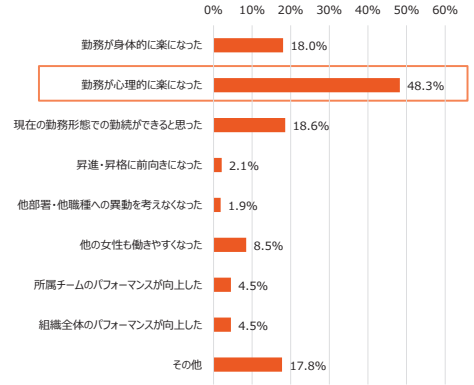
# IV.単純集計：実証後のキャリア等への影響

- フェムテック等サポートサービスのキャリア等への「効果あり」と回答した人は39.8%あった。
- 具体的なキャリア等への効果としては、「勤務が心理的に楽になった」が最も多かった。

フェムテック等サポートサービスのキャリア等への効果 (SA, n=947)



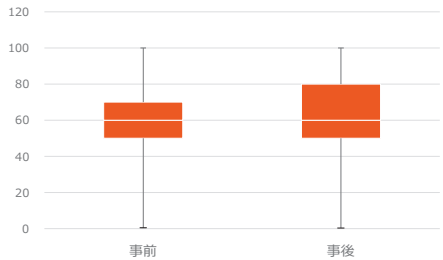
具体的なキャリア等への効果 (SA, n=377)



## IV. 単純集計：実証前後でのプレゼンティズム

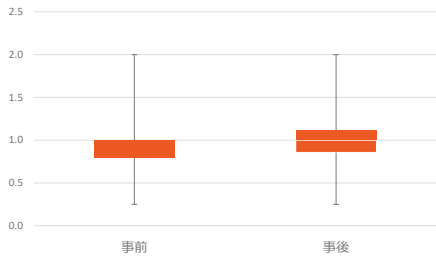
- サービス等提供前で、絶対的プレゼンティズムのスコアの平均値は57.5から、61.2へ増加した。また、相対的プレゼンティズムの平均値は0.96から0.99に増加した。

絶対的プレゼンティズム



|             | 事前    | 事後    |
|-------------|-------|-------|
| 平均          | 57.5  | 61.2  |
| 標準偏差        | 21.5  | 20.8  |
| 中央値 (第二四分位) | 60.0  | 60.0  |
| 最小値         | 0.0   | 0.0   |
| 第一四分位       | 50.0  | 50.0  |
| 第三四分位       | 70.0  | 80.0  |
| 最大値         | 100.0 | 100.0 |

相対的プレゼンティズム



|             | 事前   | 事後   |
|-------------|------|------|
| 平均          | 0.96 | 0.99 |
| 標準偏差        | 0.34 | 0.33 |
| 中央値 (第二四分位) | 1.00 | 1.00 |
| 最小値         | 0.25 | 0.25 |
| 第一四分位       | 0.80 | 0.86 |
| 第三四分位       | 1.00 | 1.11 |
| 最大値         | 2.00 | 2.00 |



# V . サービス等提供前後での分析 全体

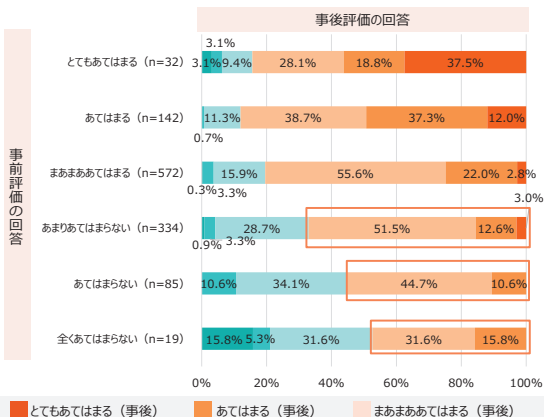
## V. サービス等提供前後での分析：リテラシーの状況

- サービス等提供前に「自分に合った情報の選択ができる」や、「アドバイス等を参考に行動に移せるか」との設問に、「あまりあてはまらない」～「全くあてはまらない」と回答していた者の約50%～70%が、サービス等提供後に「まあまああてはまる」～「とてもあてはまる」に変化した。

※グラフの縦軸は事前評価の回答を示し、グラフ中の割合は事後評価における回答割合を示す

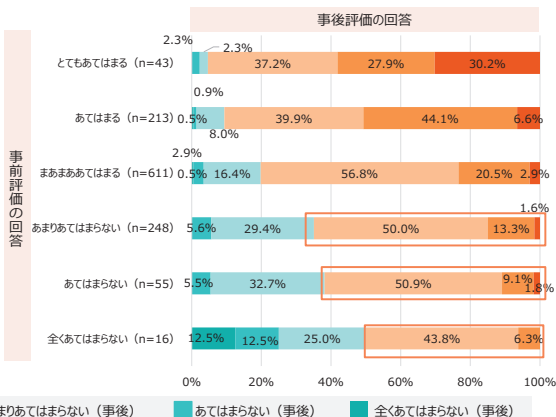
### 自分に合った情報の選択ができる (SA, n=1,184)

※男性へは、職場の女性社員に情報提供等ができるかについて回答を得た



### アドバイス等を参考に行動に移せる (SA, n=1,186)

※男性へは、職場の女性特有の健康課題について、情報等を参考にして理解を深めたか回答を得た

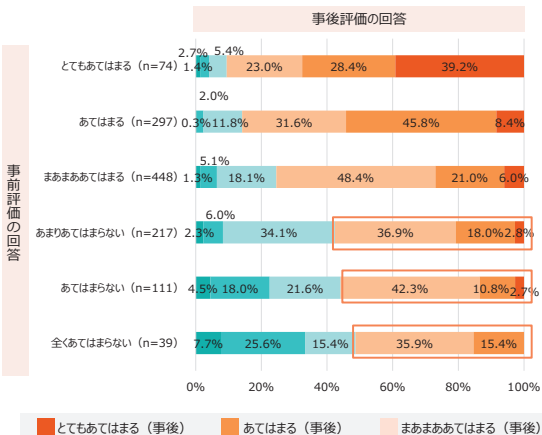


## V. サービス等提供前後での分析：行動変容等に向けた心の準備

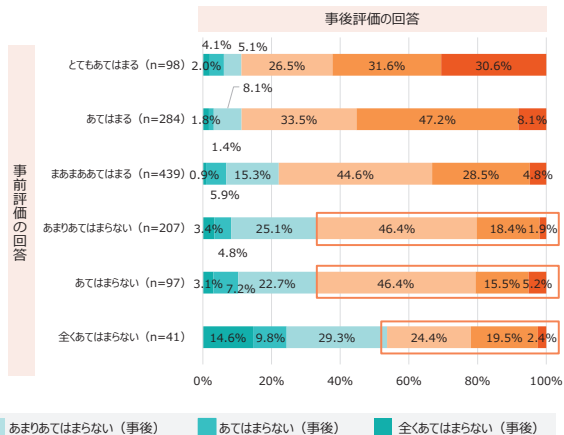
- サービス等提供前に「心配がある時の医療従事者への相談ができる」や、「心配事がある同僚に対して医療従事者等への相談を促せるか」との設問に、「あまりあてはまらない」～「全くあてはまらない」と回答していた者のうちの約50～70%が、サービス等提供後に「まあまああてはまる」～「とてもあてはまる」に変化した。

※グラフの縦軸は事前評価の回答を示し、グラフ中の割合は事後評価における回答割合を示す

### 心配がある時の医療従事者への相談 (SA, n=1,186)



### 心配事がある同僚に対する医療従事者等の相談の促し (SA, n=1,166)

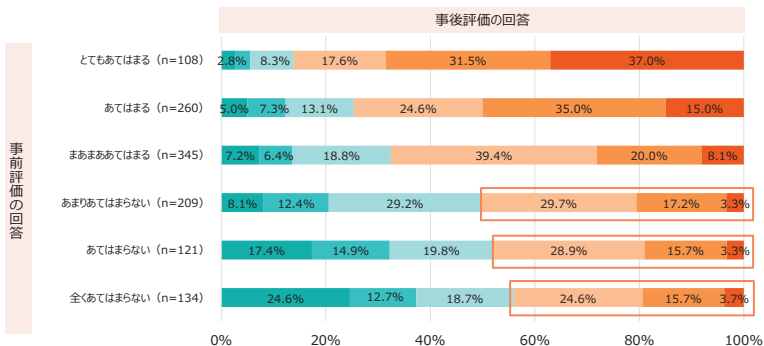


## V. サービス等提供前後での分析：意識・課題への気づき

- サービス等提供前に「心配がある時の医療従事者への相談ができる」や、「心配事がある同僚に対して医療従事者等への相談を促せるか」かとの設問に、「あまりあてはまらない」～「全くあてはまらない」と回答していた者のうちの約50～70%が、サービス等提供後に「まあまああてはまる」～「とてもあてはまる」に変化した。

※グラフの縦軸は事前評価の回答を示し、グラフ中の割合は事後評価における回答割合を示す

### 女性特有の健康課題が働きやすさやキャリアに影響すると思うか (SA, n=1,146)



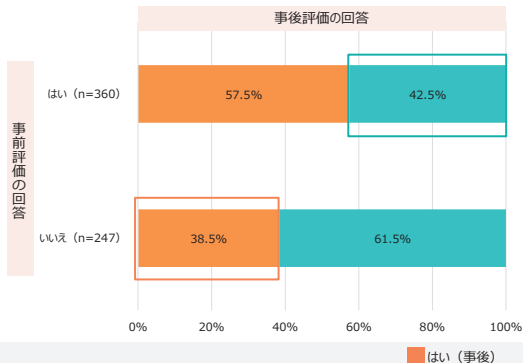
## V. サービス等提供前後での分析：課題解決のための行動

- 実証前にフェムテックのサポートサービス等の利用をしていなかった者のうちの38.5%が、実証後に実証以外でフェムテックサポートサービス等を利用していた。また、実証前に相談者なしと回答していた者の46.2%が、実証後に相談者ありと回答していた。
- 実証前にフェムテックサポートサービス等の利用をしていた者のうちの45.8%が、実証後に実証以外でのフェムテックサポートサービス等の利用をしていないと回答した。評価期間が短かったことで、利用機会が限られていたこと等が結果に影響していると考えられる。

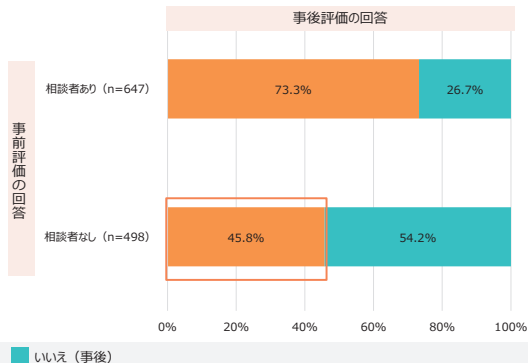
※グラフの縦軸は事前評価の回答を示し、グラフ中の割合は事後評価における回答割合を示す

### 実証以外でのフェムテックサポートサービス等の利用 (SA, n=607)

※ 事前評価にて女性特有の健康課題を感じている女性および、業務上で女性特有の健康課題への理解・対処を課題と感じている男性の中での分析



### 女性特有の健康課題のキャリア等への影響を改善するための相談者 (SA, n=1,145)



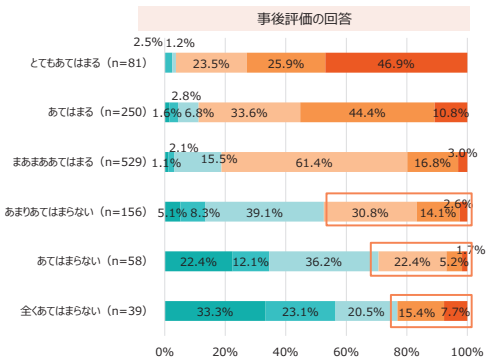
# V. サービス等提供前後での分析：キャリア等のアウトカム変容

- サービス等提供前に「会社への愛着を持っている」や、「将来のキャリアに取り組んでみたいと思っていることや目標がある」の回答に、「あてはまらない」～「全くあてはまらない」と回答した者の約20～40%が、サービス等提供後に「まあまああてはまる」～「とてもあてはまる」に変化した。

※グラフの縦軸は事前評価の回答を示し、グラフ中の割合は事後評価における回答割合を示す

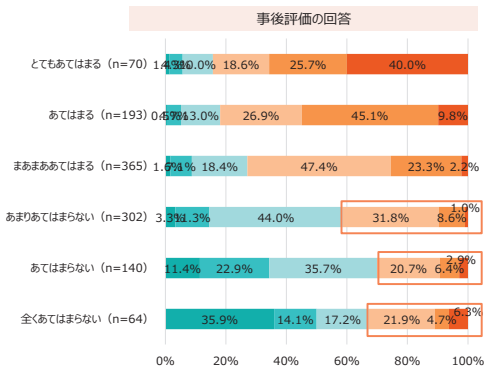
### 会社への愛着・ロイヤリティ (SA, n=1,113)

事前評価の回答



### 将来のキャリアに対する目標 (SA, n=1,134)

事前評価の回答



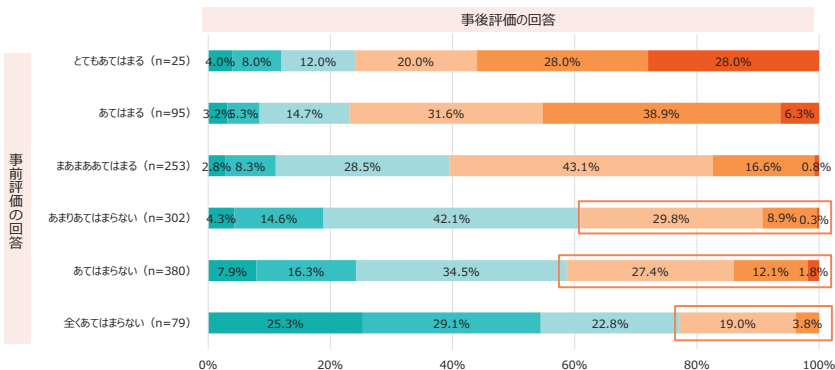
とてもあてはまる (事後)   あてはまる (事後)   まあまああてはまる (事後)   あまりあてはまらない (事後)   あてはまらない (事後)   全くあてはまらない (事後)

## V. サービス等提供前後での分析：キャリア等のアウトカム変容

- サービス等提供前に「キャリアについて将来がイメージできる」との設問に、「あてはまらない」～「全くあてはまらない」と回答した者の約20～30%が、サービス等提供後に「まあまああてはまる」～「とてもあてはまる」に変化した。

※グラフの縦軸は事前評価の回答を示し、グラフ中の割合は事後評価における回答割合を示す

キャリアに対する将来像へのイメージ (SA, n=1,134)



とてもあてはまる (事後)   あてはまる (事後)   まあまああてはまる (事後)   あまりあてはまらない (事後)   あてはまらない (事後)   全くあてはまらない (事後)

## V. サービス等提供前後での分析：年代別でのプレゼンティーズムの変化

- 年代別のプレゼンティーズムは、60歳代を除くと、若い年代ほどサービス等提供前のプレゼンティーズムのスコアが低く、事後評価との平均値の差も大きかった。60歳代では、サービス等提供前後の絶対的プレゼンティーズムの平均値の差が4.6と、20歳代に次いで高かった。
- 若い世代でのプレゼンティーズムのスコアの前後差が大きかった理由として、サービス等提供前のスコアが低く、サービス等の利用による改善効果が出やすかったことが考えられる。

|   | A：絶対的 プレゼンティーズム    |          | B：相対的 プレゼンティーズム    |          |
|---|--------------------|----------|--------------------|----------|
|   | 平均値※2              | 前後の平均値の差 | 平均値※2              | 前後の平均値の差 |
| 20歳代 (A : n=292, 193)※1<br>(B : n=287, 190)※1 | 53.3 → <b>60.4</b> | 7.2      | 0.90 → <b>0.98</b> | 0.08     |
| 30歳代 (A : n=449, 306)※1<br>(B : n=440, 299)※1 | 53.8 → <b>56.9</b> | 3.1      | 0.92 → <b>0.95</b> | 0.02     |
| 40歳代 (A : n=480, 366)※1<br>(B : n=476, 364)※1 | 59.0 → <b>61.8</b> | 2.8      | 0.98 → <b>1.01</b> | 0.03     |
| 50歳代 (A : n=383, 263)※1<br>(B : n=383, 263)※1 | 63.8 → <b>65.5</b> | 1.7      | 1.02 → <b>1.01</b> | -0.01    |
| 60歳代 (A : n=52, 30)※1<br>(B : n=52, 29)※1     | 58.1 → <b>62.7</b> | 4.6      | 0.97 → <b>1.00</b> | 0.03     |

※1 正規分布であることを確認し平均値を示した

※2 カッコ内のn数は絶対的・相対的プレゼンティーズムそれぞれの事前、事後評価の集計人数を示す

・ 尚、10歳代はn=5と少なかったため集計から除外した



## V. サービス等提供前後での分析：領域でのプレゼンティーズムの変化

- サービス領域別でのプレゼンティーズムは、月経・PMSやヘルスリテラシーにおいて、サービス等提供前後でのプレゼンティーズムの平均値の差が大きかった。
- 月経・PMSでのプレゼンティーズムのスコアの前後差が大きかった理由の一つとして、女性特有の健康課題に月経・PMSを挙げた者の割合が多く、課題に応じたサービス提供がされたことがプレゼンティーズムの改善に影響したと考えられる。

|          |  | A：絶対的 プレゼンティーズム    |          | B：相対的 プレゼンティーズム    |          |
|----------|--|--------------------|----------|--------------------|----------|
|          |  | 平均値※2              | 前後の平均値の差 | 平均値※2              | 前後の平均値の差 |
| 月経・PMS   | (A : n=1,308, 895) <sup>※1</sup><br>(B : n=1,291, 887) <sup>※1</sup>   | 57.1 → <b>61.2</b> | 4.1      | 0.96 → <b>1.00</b> | 0.04     |
| 妊娠・不妊    | (A : n=779, 453) <sup>※1</sup><br>(B : n=777, 448) <sup>※1</sup>       | 57.8 → <b>58.7</b> | 0.9      | 0.97 → <b>0.98</b> | 0.01     |
| 産後ケア     | (A : n=900, 472) <sup>※1</sup><br>(B : n=897, 468) <sup>※1</sup>       | 59.3 → <b>60.3</b> | 1.0      | 0.98 → <b>1.00</b> | 0.02     |
| 更年期      | (A : n=991, 665) <sup>※1</sup><br>(B : n=986, 663) <sup>※1</sup>       | 61.1 → <b>63.8</b> | 2.7      | 0.99 → <b>1.01</b> | 0.02     |
| 婦人科疾患    | (A : n=910, 544) <sup>※1</sup><br>(B : n=904, 537) <sup>※1</sup>       | 58.8 → <b>60.7</b> | 1.9      | 0.99 → <b>1.00</b> | 0.01     |
| ヘルスリテラシー | (A : n=1,449, 1,009) <sup>※1</sup><br>(B : n=1,431, 996) <sup>※1</sup> | 56.6 → <b>60.2</b> | 3.6      | 0.95 → <b>0.98</b> | 0.03     |

※1 正規分布であることを確認し平均値を示した

※2 カッコ内のn数は絶対的・相対的プレゼンティーズムそれぞれの事前、事後評価の集計人数を示す

## V. サービス等提供前後での分析：サービス内容別でのプレゼンティーズムの変化

- サービス内容別では、症状等の把握・可視化のサービス等においてサービス提供前後のスコアの平均値の差が大きかった。
- 症状等の客観的な可視化や把握を支援することで、その情報をもとに対処が行われプレゼンティーズムの改善につながった可能性がある。

|   | 絶対的 プレゼンティーズム      |          | 相対的 プレゼンティーズム      |          |
|---|--------------------|----------|--------------------|----------|
|   | 平均値※2              | 前後の平均値の差 | 平均値※2              | 前後の平均値の差 |
| 集団型の情報発信, (A : n=1,256, 816)※1<br>セミナーなど (B : n=1,242, 810)※1 | 57.5 → <b>61.3</b> | 3.8      | 0.96 → <b>1.00</b> | 0.04     |
| 個別の健康・キャリア相談 (A : n=1,347, 974)※1<br>(B : n=1,331, 962)※1     | 56.2 → <b>60.5</b> | 4.3      | 0.94 → <b>0.97</b> | 0.03     |
| 個別症状等の把握・可視化 (A : n=688, 554)※1<br>(B : n=672, 543)※1         | 53.5 → <b>60.1</b> | 6.6      | 0.91 → <b>0.96</b> | 0.05     |
| 症状等の改善サポート (A : n=134, 102)※1<br>(B : n=132, 102)※1           | 65.4 → <b>66.5</b> | 1.0      | 1.01 → <b>1.00</b> | -0.01    |

※1 正規分布であることを確認し平均値を示した

※2 カッコ内のn数は絶対的・相対的プレゼンティーズムそれぞれの事前、事後評価の集計人数を示す

・ 複数の領域にわたってサービス等を提供している事業者があり重複した集計結果である

## Ⅱ．関連レポート

### 0. はじめに

1. 女性の健康及びフェムテック市場を巡る動向

2. 採択事業者のフェムテック『開発』好事例集

3. フェムテック『導入』企業の好事例集

## Ⅱ．関連レポート目次

- 0. はじめに ..... P445
- 1. 女性の健康及びフェムテック市場を巡る動向 ..... P447
  - ①はたらく女性の健康における政府の取り組み
  - ②日本・米国のフェムテックに関する市場の動き
  - ③日本における資金調達の事例
- 2. 採択事業者のフェムテック『開発』好事例集 ..... P454
  - 掲載企業一覧
  - ①豊田通商株式会社
  - ②Lasiina株式会社
  - ③株式会社YStory
- 3. フェムテック『導入』企業の好事例集 ..... P462
  - 掲載企業一覧
  - ①株式会社ディー・エヌ・エー
  - ②明治安田生命保険相互会社
  - ③パナソニック株式会社くらしアプライアンス社

# 0. はじめに

# 0. はじめに

フェムテック市場の成長に向けて、投資拡大や、質の高いフェムテック事業数の増加、フェムテック製品・サービス等の職域に導入拡大など、**需給双方が活性化することが重要**である。

本事業では、市場に係る関係者の取組促進に向け、フェムテック事業への投資を検討する投資家等向けの市場情報や、フェムテック事業開発に関心のある起業家等向けに開発プロセスのモデル事例、製品・サービス導入を検討する企業や自治体等職域向けに導入事例の3つの項目について取りまとめている。

| 項目   | ① 女性の健康及びフェムテック市場を巡る動向   | ② 採択事業者のフェムテック『開発』好事例集   | ③ フェムテック製品・サービス『導入』企業の好事例集   |
|------|--|--|--|
| 目的   | <ul style="list-style-type: none"><li>フェムテック関連製品・サービスの充実、質の向上に向け、本領域への市場活性化に資する情報を取りまとめ、提供する</li></ul>               | <ul style="list-style-type: none"><li>フェムテック関連事業を成功させるためのベストプラクティスやチャレンジを取りまとめ、新たな創出の足掛かりを提供する</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>フェムテック等サポートサービスについて福利厚生等として、職域導入を検討する企業等に対し、参考となる事例を提供する</li></ul> |
| 想定読者 | <ul style="list-style-type: none"><li>投資家<br/>特に、現時点では本領域への投資は実施していない段階</li><li>フェムテック市場や女性の健康について関心のある方全般</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>フェムテック事業の立ち上げを検討する企業の開発担当者</li><li>フェムテック事業に関心のある起業家等</li></ul>    | <ul style="list-style-type: none"><li>フェムテック等サポートサービスの導入を検討する企業、自治体等</li></ul>                           |

# 1. 女性の健康及び フェムテック市場を巡る動向

# 1. 女性の健康及びフェムテック市場を巡る動向

## ① はたらく女性の健康における政府の取組

政府が毎年6月に決定している女性の活躍を促進するための方針である「女性版骨太の方針」の2022年度、23年度版にフェムテックの利活用について記載がされた。政府方針に基づき、フェムテックを用いた女性の健康支援が今後も拡大することが期待される。

## 女性版骨太の方針2023 概要

### 女性版骨太の方針2023（女性活躍・男女共同参画の重点方針2023）（原簿）

#### I 女性活躍と経済成長の好循環の実現に向けた取組の推進（※詳細はP2を参照）

社会全体で女性活躍の種道を醸成し、多様性を確保していくことは、男女ともに自らの個性と能力を最大限に発揮できる社会の実現のために不可欠であるとともに、イノベーションの創出しと事業実力の充実を通じて企業の特長的な成長、ひいては日本経済の発展に貢献することを期す。女性の活躍をけん引するため、下記のような施策を講じる。

##### ① フライム市場上場企業を対象とした女性役員比率に係る数値目標の設定等

- ・ 令和5年中に、取引所の規則に以下の方針の趣意を盛り込むための趣意を提出する。
  - ①2025年を目途に、女性役員を1名以上選任するよう努める。
  - ②2030年までに、女性役員比率を30%以上とすることを目指す
  - ③左記の目標を達成するための行動計画の策定を推奨する。
- ・ あわせて、企業経営を担う女性リーダー研修の更なる充実、リスケリングによる能力向上支援、好事例の模範例など、女性の育成・登用を促進し、管理職、更には役員へという女性登用のパイプラインの構築に向けた取組の支援を行う。

##### ② 女性起業家の育成・支援

- ・ ロールモデルとなる女性起業家の顕出・育成支援のため、政府機関と民間が協同して行うプログラム（I-Startup）において、女性起業家の割合を20%とすることを旨とする。
- ・ あわせて、女性起業家のためのネットワークの充実、女性起業家による資金調達の支援等を行う。

#### II 女性の所得向上・経済的自立に向けた取組の強化（※詳細はP3を参照）

男女が家事・育児等を分担して、ともにライフイベントとキャリア形成を両立できる環境づくりに向け、また、女性に多い非正規雇用労働者や経済的に厳しいひとり親世帯の現状等を踏まえ、女性の所得向上・経済的自立に向けた取組をあらゆる観点から進めるとし、下記のような施策を講じる。また、仕事と健康の両立による女性の就業継続を支援する。

##### ① 平時や育児期を通じた多様な柔軟働き方の推進

- ・ 長時間労働慣行の是正、投資家の評価を利用した実質的な取組の加速、多様な正社員制度の普及促進等に取り組む。
- ・ 「男性育休は当たり前」になる社会の実現に向け、制度面と給付面から両方からの対応を抜本的に強化する。

##### ② 女性デジタル人材の育成などリスケリングの推進

- ・ デジタルスキル研修やITスキル検定の活用促進、女性デジタルスキルアッププランの実行等に取り組むなど、リスケリングのための環境を整備する。

##### ③ 地域のニーズに応じた取組の推進

- ・ 地域のニーズに応じた女性活躍を支える各地の男女共同参画センターの機能強化を図るとともに、独立行政法人国立女性職業会館（NWFC）によるセンターへのバックアップの強化を図るとともに、同法人の主要な関係機関への移管や、関係人及び各地のセンターの機能強化を図るための所要の提案について、令和6年通常総会への提出を目指す。

※これらの取組により、いわゆる「L字カーブ」（右図参照）が生じないよう、就業環境にある構造的な課題（※）の解消を目指す。

（※）長時間労働を中心とした長時間労働、女性の家事・育児等の無償労働負担の増大、固定費の無償労働負担の増大等

#### III 女性が尊厳と誇りを持って生きられる社会の実現（※詳細はP4を参照）

女性が尊厳と誇りを持って生きられる社会を実現するため、下記のような施策を講じる。また、ハラスメント対策や、政策決定過程のあらゆる段階における女性の参画を確保し、ジェンダーの視点を反映するための取組を推進する。

##### ① 配偶者からの暴力への対策の強化

- ・ 配偶者暴力防止法改正法の円滑な施行（令和6年4月）に向けた準備を進め、関係機関との連携を強化する。

##### ② 犯罪性・性暴力対策の強化

- ・ 被害者支援化、深刻化しやすいことをはじめ、多様な被害者が増えつつあることと対応できるような相談先等の増加を促進する。
- ・ 「犯罪性・性暴力対策の更なる強化の方針」や「被害者支援に向けた政策パッケージ」に基づく施策を確実に実行する。

##### ③ 困難を抱える女性への支援

- ・ 困難を抱える女性への支援に関する法律の内閣府令施行（令和6年4月）に向けた支援体制の整備等を図る。

##### ④ 生涯にわたる健康への支援

- ・ 事業主健診の充実、フェムテックの利活用、生理休暇制度の普及促進、女性アスリートが抱える健康課題等に取り組む。

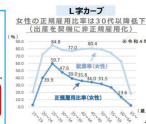
##### ⑤ 地域のニーズに応じた取組の推進（再掲）

## ④ 生涯にわたる健康への支援

事業主健診の充実、フェムテックの利活用、生理休暇制度の普及促進、女性アスリートが抱える健康課題等に取り組む。

実現のために（記載内容より一部抜粋）

- ・ 事業主健診に係る問診に月経困難症、更年期症状等の女性の健康に関連する項目を追加、産業保健体制の充実。
- ・ 生理の貧困への対応として、地域女性活躍推進交付金により生理用品を提供した事例や各地方公共団体による独自の取組の調査・公表。
- ・ フェムテックを利活用し、企業、医療機関、自治体等が連携して行う実証事業への支援、全事業の効果測定を実施。
- ・ 女性の健康に関するナショナルセンターとして国立成育医療研究センターに研究の司令塔機能をもたせ、最新のエビデンスの収集・情報提供。



出典：内閣府「女性版骨太の方針2023（女性活躍・男女共同参画の重点方針2023）（原簿）概要」より



# 1.女性の健康及びフェムテック市場を巡る動向

## ①はたらく女性の健康における政府の取組

厚生労働省では働く女性がいきいきと活躍できる環境づくりを目指し様々な支援等を実施している。特設サイトでの女性向けに情報発信や、企業が労働者の仕事と育児の両立支援をする際、必要な雇用環境の整備を行うための助成金提供や認定も行っている。

### 女性向けの情報発信

#### ■働く女性の心とからだの応援サイト



- 女性を雇用する企業にも役立つ情報を掲載
- 女性特有の健康課題について、**法律や行政が提供する制度や、社員へのリテラシー向上に資する研修用の資料・動画**を紹介
- 症状等に応じて、行政が提供する情報が検索可能

#### ■女性の健康推進室 ヘルスケアラボ



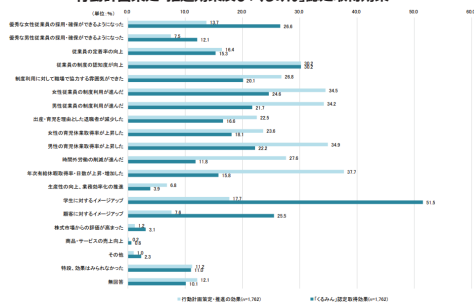
- 健康課題をライフステージ別に示しており、**各健康課題に対するセルフチェック**で参考に活用できる
- 疾患等に応じて、適した**医療機関を検索可能**
- 症状等に対し、具体的に**取り組むべき事項が掲載**
- 各掲載内容は専門医が監修**しているため、信頼性が高い

出典：「働く女性の心とからだの応援サイト」ホームページ <https://www.bosei-navi.mhlw.go.jp/>  
「女性の健康推進室 ヘルスケアラボ」ホームページ <https://w-health.jp/>

### 子育てサポート企業の認定・助成制度

- 労働者の仕事と育児両立に向けた計画策定・達成企業が厚生労働大臣から「子育てサポート企業」として「くるみん認定」を受けることができる。
- 認定企業は労働者の子育て支援環境整備等に活用できる助成金申請が可能。

行動計画策定・推進効果及び「くるみん」認定取得効果



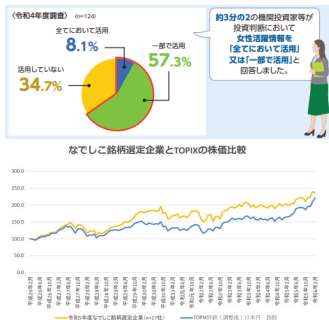
出典：労働政策研究・研修機構「次世代育成支援対策推進法の施行状況に関する調査」(2021年)より

# 1.女性の健康及びフェムテック市場を巡る動向

## ①はたらく女性の健康における政府の取組

経済産業省では、女性活躍推進に向け、ダイバーシティ経営に必要とされる取組や開示状況を評価し、優れた上場企業を「なでしこ銘柄」として選定。選定により市場評価や採用効果につながっており、企業の女性活躍支援の活発化を後押ししている。

### 市場からの評価向上の可能性がある

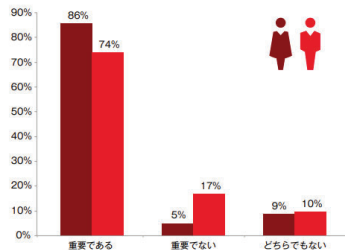


➤ 半数以上の機関投資家が投資判断において女性活躍情報を活用しているとの回答であった。

出典：（上段）内閣府「ジェンダー投資に関する調査研究（令和4年度）報告書概要版」より  
（下段）経済産業省 令和5年度「なでしこ銘柄」レポートより

### 採用効果が高まる可能性もある

多様性、平等性、多様な人材に対する受容性に関する方針は、就職先を決める上でどの程度重要ですか？



➤ ミレニアル世代は、就職先を選定する際に、企業の「多様性や受容性の方針」を重要視している。特に女性はこの傾向が顕著である。

出典：PwC「ミレニアル世代の女性：新たな時代の人材」（2015年）より

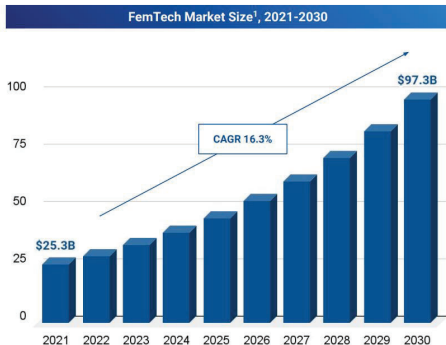
# 1.女性の健康及びフェムテック市場を巡る動向

## ② 日本・米国のフェムテックに関する市場の動向

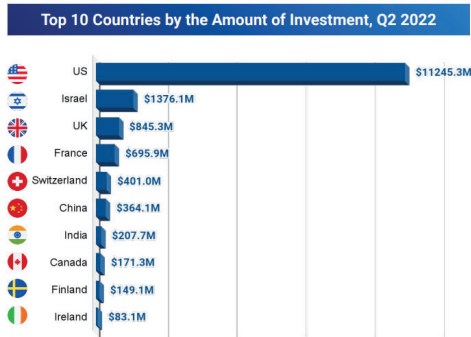
世界のフェムテック市場規模は2021年には253億ドルに達し、**2030年には973億ドルに拡大**すると予測されている。2022～2030年の年平均成長率は**16%を超える**と予測されている。

フェムテック業界への投資も増えており、世界全体の投資額の63%近くを占める米国は、フェムテックに特化した企業へのフェムテック投資家の数も最も多く、**110億ドル以上が投資**されている。

### 世界の市場規模の推移



### 世界の投資額の上位10カ国



出典：FemTech Industry Landscape Q2 2022 より

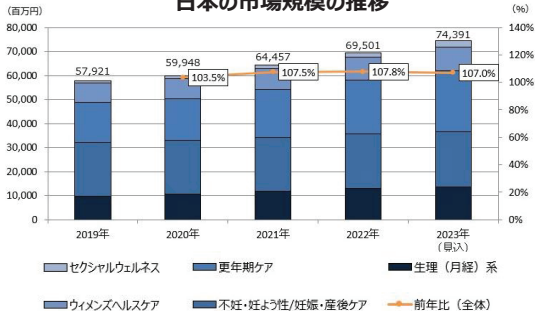
# 1.女性の健康及びフェムテック市場を巡る動向

## ② 日本・米国のフェムテックに関する市場の動向

日本における市場規模も、2022年には**695億100万円**であり、**前年比107.8%**と増加傾向であり、2023年も伸びの勢いは続くと見込まれている。

健康経営を推進する企業は、「**女性特有の健康問題対策**」に対する関心が**56%**と高く、企業からのフェムテックに対するニーズが増す可能性があると考えられる。

フェムケア&フェムテック（消費財・サービス）  
日本の市場規模の推移



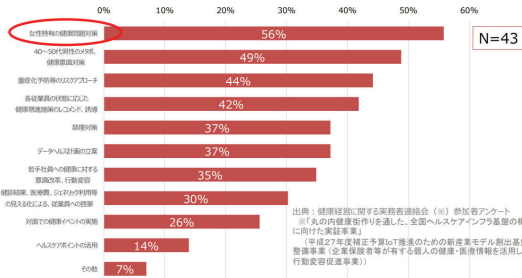
注1.各アイテムは小売金額ベースで、各アプリおよびサービスはユーザー消費金額ベースで算出された。アプリおよびサービスの市場規模は、広告収入を含まない。

注2.2023年は見込値

矢野経済研究所調べ

## 健康経営を推進する企業の関心

「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)



出典：（左）株式会社矢野経済研究所プレスリリース「フェムケア&フェムテック（消費財・サービス）市場に関する調査を実施（2023年）」より  
（右）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年）より

# 1.女性の健康及びフェムテック市場を巡る動向

## ③ 日本における資金調達事例

日本においてもフェムテック企業に対して継続的に出資事例が出ており、フェムテック市場への期待が高まっている。

### フェムテック企業 国内の資金調達（一例）

|   | 企業名         | 資金調達額        | 第三者割当増資 引受額   |
|---|-------------|--------------|---|
| 1 | 株式会社ファミワン   | 累計調達額3.1億円   | <ul style="list-style-type: none"><li>• SUMISEI INNOVATION FUND</li><li>• キャナルベンチャーズ株式会社</li></ul>  |
| 2 | fermata株式会社 | 総額2.1億円      | <ul style="list-style-type: none"><li>• 株式会社東京大学エッジキャピタルパートナーズ</li><li>• 株式会社ディーブコア</li><li>• iSGSインベストメントワークス</li><li>• 伊藤忠商事株式会社</li></ul>                      |
| 3 | vivola株式会社  | 約1.2億円       | <ul style="list-style-type: none"><li>• KDDI Open Innovation Fund 3号</li><li>• 株式会社みらい創造機構</li><li>• GxPartners</li><li>• ANRI株式会社</li><li>• 株式会社ディーブコア</li></ul> |
| 4 | Flora株式会社   | 累計調達額7,500万円 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 株式会社Akatsuki Ventures</li><li>• 株式会社グロービス</li><li>• 株式会社フェニクシー</li><li>• PE&amp;HR株式会社</li><li>• エンジェル投資家</li></ul>       |
| 5 | 株式会社陽と人     | 1,000万円      | <ul style="list-style-type: none"><li>• 株式会社Zebras &amp; Company</li></ul>  |

## 2. 採択事業者の フェムテック『開発』好事例集

## 2.採択事業者のフェムテック『開発』好事例集 掲載企業一覧

フェムテック開発企業の参考となるように、異なる企業規模と事業分野から3事業者を抽出し事業開発経過と工夫を取りまとめた。本頁では実証概要を示し、次ページ以降各社の事例を紹介する。

| 代表団体        | 豊田通商株式会社  | Lasiina株式会社   | 株式会社YStory  |
|-------------|---|---|---|
| 事業名         | 日本・ベトナムにおける「製造IoT」×「女性の健康管理」による生産性の見える化で女性のパフォーマンス改善を実現   | 働く女性の尿モレ（軽失禁）不安解消・ウェルビーイング向上を図るサービスの開発と実証   | 更年期デジタルヘルスケアアプリ   |
| 事業概要        | <ul style="list-style-type: none"> <li>製造現場で働く女性従業員の健康課題や雇用主側が抱える生産性向上や労働環境改善に向けた課題の解決を目指す</li> <li>従業員向けに、セルフケアや職場でのコミュニケーションに関するセミナー開催、フェムケア製品の配布等を実施。また独自の生産性と女性の体調スコア分析により、女性の体調による生産性変化を可視化</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>軽失禁の不安解消・QOL向上を目的に、尿モレ検知デバイスと連動したセンサー搭載吸水ケア専用用品を用いたモニターテストを実施。尿モレを検知するとスマホ経由でパッドの交換のタイミングを利用者に通知する</li> <li>参加者から得られたデータとアンケート結果を分析し、女性のキャリアに与えた影響や他の要因との関連性を検証</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルヘルスケアアプリ活用し、更年期症状がある方を対象に、利用者ごとに個別化したヘルスケアアドバイスの提供などのサポートサービスを提供</li> <li>アプリ内で症状の記録や医学的エビデンスに基づく症状管理アドバイスやセルフケア提案、医師とのデータ共有を通じた効果的な診療支援を行う</li> </ul> |
| 活用した製品・サービス | <ul style="list-style-type: none"> <li>プラットフォームアプリ</li> <li>月経/更年期のスコア化システム×製造IoTのシステム連携によるパフォーマンスレポート</li> </ul>   | センサー搭載の吸収パッド  | ヘルスケアアプリ  |
| 主な対象        | 製造現場で働く女性   | 軽失禁に悩む働く女性  | 35歳以上の働く女性  |
| 展望          | <ul style="list-style-type: none"> <li>女性の健康データ×ものづくりデータでビックデータ基盤を構築</li> <li>製造業の企業・女性従業員に対してAIによるパーソナライズした施策を提供し、女性が我慢をする必要がない環境整備に貢献</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>尿モレの問題を社会に広く啓発</li> <li>幅広い年代の女性が抱える軽失禁の悩みに応え、生活の質・QOLの向上に貢献</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>効果的なセルフケアにより、医療機関の医療負担の軽減や、女性従業員の健康促進を通じた労働生産性の向上に貢献</li> </ul>  |

|       |  |  |
|-------|--|--|
| 創業    | 1948年7月  |  |
| 事業紹介  | <ul style="list-style-type: none"> <li>化学品・エレクトロニクス、機械・エネルギー・プラントプロジェクト、自動車事業などを展開するトヨタグループの総合商社</li> <li>テクノロジーを通じて女性のパフォーマンス向上や自発的な社会進出等を目指す株式会社Flora（以下、Flora）に出資して事業展開</li> <li>製造現場に寄り添った女性パフォーマンスの改善のため、日本・ベトナムの製造現場における女性特有の健康課題による生産パフォーマンスの見える化と、製造現場で働く女性の働きやすさ・働き甲斐の改善を目指す</li> </ul> |  |
| 企業サイト | 豊田通商株式会社（以下、豊田通商）<br>株式会社Flora（以下、Flora）   | <a href="https://www.toyota-tsusho.com/">https://www.toyota-tsusho.com/</a><br><a href="https://www.flora-tech.jp/">https://www.flora-tech.jp/</a> ※参加団体 |

## 立ち上げ：経済的メリットを打ち出すことで周囲の理解を得て事業推進

豊田通商社内で、2050年に向けた新規ビジネスが検討された。インキュベーショングループリーダーの佐藤氏と豊田通商のグループ会社であるToyotsu Safety & Automotive Components Vietnam Co., LTD.（以下、TSAV）に出向していた安達氏はフェムテック市場の拡大に着目した。世界の労働人口の約8割である約27億人は製造業で働いており製造現場に寄り添った女性パフォーマンスの改善を喫緊の課題として捉えたこと、安達氏が縫製業に関わっていたことから、縫製業における女性のパフォーマンスを改善するためのフェムテックサービスに立ち上げに取り組むこととした。

全くの新規事業のため、立ち上げ当初は社内の意思決定層から理解が得づかった。しかし「フェムテックは女性目線で女性のためのも」という捉え方ではなく、業界課題に着目して事業の意義を再設定したことで理解を得られるようになった。具体的には、**女性の働く環境整備による経済損失の減少や生産性向上といった経済的メリットを強く押し出すことで各ステークホルダーにあった意義付けを行った**という。



トヨタケ工業での  
現場打ち合わせの様子

## スタートアップ企業との連携：相手の立場に立って二人三脚で進める

同社は本事業で、製造現場で働く女性の健康課題の改善に資するフェムテック等製品の提供を検討する中で、女性の健康と働きやすさを推進するサービス開発・展開を目指していたFloraとのコネクションを得た。関わり合いを通じ、自社とは異なるノウハウやリソースを持っていることを確認し、資本業務提携に至った。現在は事業の成長を目指しFloraと二人三脚で事業を展開している。フェムテックサービスのプロバイダーではない豊田通商が、フェムテックサービスを提供するスタートアップ企業であるFloraとパートナーシップを結び事業を推進するにあたり、**KPIを決めてPDCAを回すスタイルではなく、アジャイルに事業を推進するFloraのスタイルを尊重して、密にすり合わせながら進めている。**



fukuske  
吸水サニタリーショーツ



fukuske  
美漏法  
腹巻インナー



胸ファースト  
光電子の  
ボディウォーマー

フェムケアグッズの一例



## 海外実証：ベトナム工場で展開する工夫と課題

本実証は、TSAVのベトナム工場で行われた。ベトナム工場は**従業員の7割以上が女性**であり、宗教的タブーもないため、月経や性についてもフランクに話ができる環境という導入に向けた利点があったという。

しかし、フェムテックアプリの導入は初めてで、従業員は誰も月経カップや吸水ショーツの存在を知らない状況からのスタートとなった。そこで、**フェムテックとは何かを伝えることから始め、吸水ショーツ等の実物を見せて説明をした**。また、女性のカラダの基礎知識（月経・更年期）やセルフケア、職場内コミュニケーションに関するセミナーを開催し、ヘルスリテラシーを高められるよう構成を工夫した。

健康データというセンシティブな情報を取得するため、データを日本に持ち込んで解析等を行っても問題ないかを、ベトナムの顧問弁護士に確認しながら、丁寧に対応を進めた。現地の個人情報保護法改正状況を踏まえ、個人情報のデータの取り扱いに留意しながら、今後もベトナムで事業を推進する予定だ。



TSAVベトナム工場での商品説明会の様子

## 実証事業と今後：成果を可視化し、法人導入やグローバル展開を目指す

今回の実証では、「製造現場で取得されるデータ」と「独自の自動ツールを用いて取得される女性従業員の健康や生活習慣に係るデータ」を統合し、女性特有の健康課題による業務への支障を客観視できるようデータ化した。分析の結果、KPIとしていた各項目では、**サービス利用前後の絶対的プレゼンティズムは平均約18%改善、サービスを使用した職員のヘルスリテラシーは平均約96%改善、実証開始前後で労働生産性損失額は約11%減額したことが確認された**。製造業は従業員の生産量が数%変化するだけでも会社全体に大きな影響を及ぼすため、成果を可視化することで法人へのフェムテックサービス導入に繋がる可能性が示唆された。

今後は、ICTとの連携を行い、製造業の企業が導入・運用しやすく結果にもコミットするデータドリブンなフェムテックサービス開発を追求していく。さらに、日本だけでなく**ベトナムやインドなどアジア進出を目指し、ビジネスを広げる方針だ**。



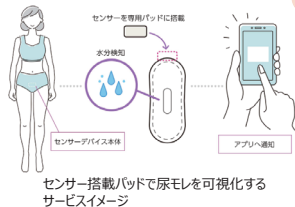
TSAVベトナム工場でのセミナーの様子

|       |   |
|-------|---|
| 創業    | 2022年12月  |
| 事業紹介  | <ul style="list-style-type: none"> <li>日本製紙クレシア株式会社（以下、クレシア）と共にAI・IoT技術を活用した軽失禁向けサービスを提供</li> <li>センサー搭載パッドに検知デバイスを装着し、尿モレ量と時間を自動記録してアプリへ通知</li> <li>世界中の女性を軽失禁の煩わしさから解放し、「私らしい」生活を送る社会の実現を目指す</li> </ul> |
| 企業サイト | Lasiina株式会社 <a href="https://lasiina.com/">https://lasiina.com/</a><br>日本製紙クレシア株式会社 <a href="https://www.crecia.co.jp/">https://www.crecia.co.jp/</a> ※参加団体   |

## 立ち上げ：多くの女性に行動変容を起こすため、日用品にイノベーションを

Lasiina株式会社（以下、Lasiina）は代表取締役の野正氏が富士通株式会社に在籍しながら、出向起業という形態で立ち上げたスタートアップである。尿モレパッドを製造する日本製紙クレシア株式会社に対して、ヘルスケア分野でDX協業提案を行ったことが起業のきっかけとなったという。尿モレパッドや生理用品などの日用製品において、製品そのものの性能向上や、肌触りの良さやマーケティングにおける工夫といった改善は、業界では既に十二分に試行錯誤を重ねられている。そこで、日用品とIoT・AIを融合させて、多くの女性の行動変容につながるような革新的な製品の開発を目指すアプローチを選んだ。具体的な事業内容としては、調査を通じて大きなニーズが見込まれる「女性向け軽失禁」の領域にフォーカスを当てることとした。

## ニーズの特定：軽失禁に焦点を当て、未知の市場を切り開く



ターゲットを検討する際は、大人用おむつ・尿モレケア専用品等の中で、失禁レベルや年齢、性別等で検討軸を設定した。女性向け製品の販売ボリュームが大きいこと、40歳以上の女性の4割以上が軽失禁を経験していることから、女性の軽失禁に焦点を絞って開発することとした。先行特許の調査結果から、おむつセンサー（おむつの中に敷設して被介護者の排せつを検知するタイプのセンサー）は500件以上出願されており、既に多くのベンダーが参画していることが分かった。「女性向けの軽失禁」の領域については、女性のライフスタイルやニーズにフォーカスした、サービス開発とマーケティングを行えば、収益をもたらす新たなビジネスモデルを確立できるのではないかと考え、取り組むことにしたという。

## 事業展開：女性が多いフェムテック事業で、男性起業家として活躍

フェムテック事業は女性経営者が自身の困りごとを起点としてサービスを立ち上げるケースが多い中、Lasiinaは男性である野正氏が代表取締役を務める。女性を代表に据えることも一時期検討したが、**男性である自分が女性の健康課題に挑戦することこそが、ジェンダーギャップ解消に必要だと考えるようになり、現在も代表取締役として事業を推進している。**

野正氏は、今後、フェムテックの取り組みを社会で広げるためには、男性もビジネスとして参画してゆく必要があると話す。男性が女性の困りごとに関心を持ち、理解をすすめることや、どうしたら不安や負担を軽減できるのか、共に考え、行動することが重要という。また、男性がフェムテック事業を円滑に進める工夫として、「生理」「尿モレ」といった女性特有の健康課題について、自身は判らないということを前提に、女性との丁寧なコミュニケーションを心掛けることがポイントの一つと振り返る

## 軽失禁を抱える女性の悩み...

いつもトイレが気になる、  
トイレに自由にいけない  
状況が不安

「すぐにトイレに行けない職場環境だから、  
精神的脅迫もあるかも」

においやシミが気になり、  
コミュニケーションに影響  
が出てしまう

「仕事中に濡らして早退した。  
みんなにバレてたかも。情けない」



自己評価の低下  
老け込んだ気分  
情けない気持ちになる

## 実証事業と今後：センシング精度向上と販売体制の確立を目指す

今回の実証では、検知デバイスと連動したセンサー搭載吸水ケア専用用品を用い、スマホ経由でパッドの交換のタイミングを利用者にお知らせする「軽失禁向けフェムテックサービス」のモニターテストを、働く女性に対して実施した。モニターテストの結果、**58%の尿モレを可視化できた**。尿モレを検知できなかった原因としては尿モレの少なさが一因に考えられるが、わずかな量でも検知する必要があるのかについては今後の検討課題である。また、41%が尿モレの可視化により不安が軽減し、25%がアクティブに活動できるなどの行動変容に繋がったことが確認された。

今後は、尿モレセンシング検知精度を向上させ、小型化した販売用デバイスの設計・開発・製造・各種認証への対応や、尿モレセンサーサービスの販売体制の確立、**尿モレセンシングデータを起点としたオープンイノベーションビジネスの推進を目指す。**



試作機の検知デバイスを展示している様子

|       |   |
|-------|---|
| 創業    | 2023年1月   |
| 事業紹介  | <ul style="list-style-type: none"><li>AI・メディカルサイエンスを活用した35歳以上の女性へのパーソナライズヘルスケアを提供</li><li>更年期症状がある方向けのデジタルヘルスケアアプリ『JoyHer (旧HerLife)』では、症状の記録および、医学的エビデンスに基づく症状管理アドバイスやセルフケア提案、医師とのデータ共有を通じた効果的な診療支援等を提供</li><li>より多くの女性たちの身体的・心理的・症状の改善と、一層ポジティブで健康的な生活の実現を目指す</li></ul> |
| 企業サイト | <a href="https://www.YStoryfemtech.com/">https://www.YStoryfemtech.com/</a>   |

### 立ち上げ：原体験から市場に不足する更年期支援の必要性を実感

株式会社YStory（以下、YStory）は共同創業者のSherry氏が更年期の症状に直面した際、更年期は女性が誰でも経験するプロセスであるにも関わらず、医薬品を含めて、市場に適切な解決策がないことを実感したことが立ち上げのきっかけとなった。**更年期の治療法を模索する中で、デジタルヘルスの可能性に着目**。共同創業者のJanet氏と共に、コンサルティングやマーケティングの専門知識と経験を活かし、更年期に関するサービスが不足している現状に対する解決策としてYStoryを立ち上げた。

YStoryのサービス構築では、AI解析を駆使して**更年期に関する国際学会のデータを解析し、更年期の動向や効果的な介入を理解**することから始まった。現在ではデータに基づくAI技術を活用し、ユーザーに最適なプログラムを提供する事業をスタートさせている。



共同創業者のSherry Shi氏（左）とJanet Yu氏（右）

### 専門機関との連携：質を担保したサービス開発に向け専門家と関係構築

フェムテック事業では、エビデンスに基づくサービス開発に向けた専門家との連携が重要となる。YStoryは、医療の専門家との連携策を模索する中で、専門知識と豊富な臨床経験のある京都大学助教の江川美保氏の研究活動に注目。更年期のホルモン低下だけではなく、包括的なヘルスケアを作りたいという想いや、効果的な介入方法のエビデンス構築をすべく、臨床研究やビッグデータ解析を行うといった多様なアプローチについて熱心に伝え、賛同が得られたという。

連携により、YStoryは**更年期に関するエビデンスに基づいた更年期特化プログラムを開発**することができた。また江川氏自身も同社との連携は、**研究成果を実用的な形で活かす機会となり、双方への好循環を実現し、更年期に関する研究とケアに新たな展開をもたらした**という。



京都大学の江川氏と連携して実施した更年期支援に向けた実証の様子

## 資金調達：科学的根拠に基づく説明で投資家の理解獲得

YStoryはシードラウンドで2社から資金を調達するなど、資金調達面でもフェムテック業界で注目を集めている。調達に向け同社では、フェムテックやヘルスケアなど関連分野の投資ポートフォリオを既に持っているかどうかといった情報を踏まえ、候補となる投資家をリスト化し、各投資家への個別メールの送信など徹底的なアプローチを行った。関心を得た投資家との面談を重ね、出資条件や支援内容について具体的に交渉を進めたという。

投資家への説明では、更年期の知識と理解が不足から「体の問題ではなくメンタルに不調がある状態」という誤った認識をされることも多かったという。しかし更年期のメカニズムや顧客インタビューによる更年期世代のペインポイントや更年期医療の問題点を説明をすると男性の投資家から理解が得られるようになった。

同社は単なる資金提供だけでなく、投資家との継続的な関係構築にも力を入れている。投資家から提供されるリソースやサポートを最大限に活用し、事業の成長につなげた。資金調達を得たANRI株式会社からはオフィスの提供や弁護士、弁理士の紹介といった支援も得ている。株式会社DeepCoreからはハイスpek人材紹介などの支援も得ている。



同社が提供する更年期アプリ「JoyHer」のサービスイメージ

## 実証事業と今後：技術を生かして、グローバル展開も視野にいたした挑戦を

今回の実証では、更年期症状に悩む就労世代の女性に向け、最大6か月の実証試験プログラムを提供し、アプリを通じた個別のケアにより、健康と生活の質を向上させられるか、検証を行った。実証では、72名（92名中）に更年期症状の改善がみられ、26名が治療介入不要レベルまでの改善が確認された。また、プレゼンティーズムの向上（介入前後で+6.8%改善）という成果が得られた。今回の実証結果・蓄積したデータを基に、①一貫したプラットフォームを活用して、セルフモニタリングより症状の早期発見し、重症化前に医療機関へつなぐ、②治療中の患者に対して、医療現場に負担を軽減できるようなデジタルソリューションソリューションを提供し、医療現場の診療効率を高めることの2点を目指す。また、中長期的にはアジアを皮切りに、世界市場に出てグローバル市場も視野にしている。更年期症状には人種間で違いが認められることを踏まえ、まずはアジアの女性に寄り添ったソリューションの開発を目指す。

今後は京都大学との臨床研究で得られた成果を活かして、治療・診断の革新的なソリューションの開発に意欲を見せる。テックカンパニーとして、AIやデータサイエンスを活かした研究をさらに加速させる方針。



# 3 .フェムテック『導入』企業の好事例集

### 3.フェムテック『導入』企業の好事例集 掲載企業一覧

フェムテック等サポートサービスの導入を検討する企業向けに、本事業において実証先として参加した3企業について、導入のポイントや導入によって得られた反響等を取りまとめた。本頁では実証概要を示し、次ページ以降各社の事例を紹介する。

| 導入企業                | 株式会社ディー・エヌ・エー   | 明治安田生命保険相互会社  | パナソニック株式会社<br>くらしアプライアンス社   |
|---------------------|---|---|---|
| 実証<br>代表団体          | 政策研究大学院大学   | TOPPANIエッジ株式会社  | 株式会社nanoni  |
| 参加した<br>実証事業<br>概要  | <ul style="list-style-type: none"> <li>女性のコンディションが見える化、ヘルスリテラシーを向上する性差医療アプリ「WaiSE」を進化させた「WaiSE Work」を開発</li> <li>更年期や月経随伴等の症状と他の疾患の症状の見分けが困難という課題を踏まえ、健康経営、セルフケア等に活用できWaiSE Workサービスを実証</li> <li>アプリではさらに、可能性がある病気等を示し、医療機関や健診の受診を支援</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>企業における月経随伴症状に伴う労働損失への影響を可視化を目指し、ヘルスケアIoTサービス「わたしの温度」を用いた実証や、各種セミナー等の複合プログラムを実施</li> <li>労働パフォーマンスの分析・効果測定と女性従業員の労働パフォーマンス改善により、「導入費用」&lt;「労働損失削減効果額」となるエビデンス獲得に向け実証</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>企業が女性特有の健康課題に取り組みやすくするため、人的資本経営に及ぼす影響を分析することで、企業によるフェムテック活用の促進を目指す実証を実施</li> <li>具体的にはフェムテック福利厚生プラットフォーム「carefull」を提供し、有用性を検証</li> </ul> |
| 活用した<br>製品・<br>サービス | <ul style="list-style-type: none"> <li>女性のライフステージに応じた様々な心身の症状を把握し、必要に応じた受診やセルフケアをお勧めする性差医療アプリWaiSE</li> <li>WaiSE Workでは、疾患予防の食事アドバイス提示等の機能を追加</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>「わたしの温度」つけて寝るだけで誰でも、手軽に、簡単に高温期と低温期といった女性特有の温度リズムを自動計測できるヘルスケアデバイス&amp;アプリ</li> <li>「行動変容研修」</li> <li>「オンライン医療相談サービス」(任意)</li> </ul>  | フェムテック福利厚生プラットフォーム「carefull」で以下の機能・サービスを提供 <ul style="list-style-type: none"> <li>セミナー</li> <li>匿名コミュニティ</li> <li>従業員特典</li> <li>コンサルティングミーティング</li> </ul>                      |

|       |   |
|-------|---|
| 従業員規模 | 1,326人（うち女性従業員比率25.5%）  |
| 創業    | 1999年   |
| 事業紹介  | ヘルスケア・メディカル分野の事業の他、ゲーム、ライブストリーミング、スポーツ・まちづくり、オートモーティブ、Eコマース等の事業を展開している。 |
| 企業サイト | <a href="https://dena.com/jp/">https://dena.com/jp/</a>                 |

### きっかけ：社内アンケートで女性の健康課題を把握

社員の健康支援施策に精力的に取り組んできた株式会社ディー・エヌ・エー（以下、ディー・エヌ・エー）では、2017年より社員の健康やライフスタイルに関する課題等を把握するためのアンケート調査を実施している。アンケートの結果から、**女性社員には月経や更年期の悩み、男性社員には女性特有の健康課題を持つパートナーや女性の部下へのサポート方法がわからないといった悩みがあることが明らかになっており、解決に向けた施策の検討が進められていた。**

そこで、以前から協業関係にあった政策研究大学院大学より、性差医療アプリ「WaiSE」を用いて女性のセルフチェックやセルフケアを促したり、可能性のある病気等を示し受診支援を行うという本実証への参加打診を受けた際、意思決定層も含め快諾したという。

実証参加への呼びかけは、女性社員だけでなく、アンケートを通じて把握した男性社員の悩みを踏まえ、社員の家族の18歳以上の女性も含めることとした。女性の健康課題解決に取り組む福利厚生等の社内施策は、「一部の社員しか享受できない」といった懸念の声が生じることもあるが、実証設計として男性の家族も対象に含めるといった工夫に加え、ディー・エヌ・エーでは以前より頭痛や肩こりといったパフォーマンスに影響のある健康課題への支援に取り組んでいた。それぞれが抱える健康課題を楽しく解決して、いきいきと働ける環境をつくらうという社内風土により、女性の健康課題への対応を始めることについて、社内からも前向きな受け止めがあり、実証の協力に至った。



政策研究大学院大学の实証担当者による  
ディー・エヌ・エーでの利用案内の様子



## 導入時のポイント：情報提供範囲を明確化し、心理的安全性を担保

健康情報というセンシティブなデータを取り扱うことを踏まえ、参加は任意で、会社はサービスを紹介するだけであり、ディー・エヌ・エー側に個人情報が一切伝わらない設計となっていることを利用者に申込時に説明。利用者の心理的安全性を担保することを重視したという。

利用の呼びかけは、社内メールの他、社内のラウンジにチラシを置いたり、インフルエンザ予防接種会場に、政策研究大学院大学の担当者がブースを設置し、直接案内することでサービスへの理解増進につながり、50名程度の利用につなげることができた。

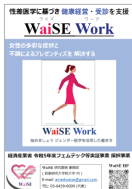


ディー・エヌ・エー社内での実証参加案内

## 実証参加による反響：アプリ利用者のヘルスリテラシーが向上

実証参加を呼び掛けたインフルエンザ予防接種会場では、女性社員から「自分が更年期ではないかと感じていたものの、どの科に受診すればよいのかわからなかったので、まさに求めていた施策・サービスだ」といった反響があった。また男性社員からも、更年期の悩みを抱える妻に勧めたいといった声もあったという。

本実証ではディー・エヌ・エー以外に所属する働く女性も含め、計435名がアプリに登録し、実証に参加した。実証の結果、ヘルスリテラシーの向上効果が認められた他、「睡眠や食事などの日々のセルフケアを、よりしっかりしようと思った」という回答が63.4%、「健診をよりしっかり受けようと思った、健診の結果をよりしっかり確認しようと思った」という回答が計54.8%となった。



性差医療アプリ「WaiSE」の案内

## 今後への期待：QOL向上に向け今後も様々な施策を推進

ディー・エヌ・エーでは従業員の健康サポートを行う専門部署CHO（Chief Health Officer）室を設置し、社員が楽しみながら健康になっていくよう取り組んでおり、本実証以外にも社員の健康課題解決を通じたQOLの向上に取り組む様々な施策を実施してきた。同社で実証の担当をしたCHO室の畑氏は「今回のWaiSEの利活用により、女性社員や男性社員の家族へのQOL向上につながるきっかけとなった」と手ごたえを感じており、次年度以降の活用についても検討を進めている。

|       |   |
|-------|---|
| 従業員規模 | 47,216人（うち女性従業員比率約9割）   |
| 創業    | 1881年（前身会社である明治生命保険）  |
| 事業紹介  | 国内大手の生命保険企業であり、従業員向けの健康づくりをサポートを推進。特に、生活習慣病、メンタルヘルスに加え、女性の健康についても注力して取り組んでいる。 |
| 企業サイト | <a href="https://www.meijiyasuda.co.jp/">https://www.meijiyasuda.co.jp/</a>   |

## きっかけ：女性社員割合が高く、健康課題解決に積極的な風土

明治安田生命保険相互会社（以下、明治安田生命）は、生命保険企業として、女性の営業担当者を多く雇用していることから、**社員の約9割が女性**という特徴を持つ。社員アンケートを通じて、中年・シニア層の約半数が更年期障害に課題を感じており、その約7割が業務に支障があることや、若年層の約6割が月経関連（PMS等）に課題を感じており、その9割が業務に支障がある状況が明らかとなっている。そのため、女性の健康への対応推進を重視しており、女性がんの検診費用補助や社内のクリニックに婦人科を新設する等、様々な施策を実施している。本実証で用いたTOPPANエッジ株式会社（以下、TOPPANエッジ）のヘルスケアIoTサービス「わたしの温度」は、以前より顧客向けに生命保険のオプションサービスとして提供しており、**社員も「わたしの温度」に理解を深めつつ、社員の健康支援につなげる**目的で、実証に参加することとなった。



実証に使用した「わたしの温度」

## 導入時のポイント：参加者の勤務形態に応じて参加しやすいセミナー開催形式に

実証参加者枠は300名限定で、社内向けサイトに情報を掲載したところ予想を上回る反響があり抽選での参加となった。実証では妊活や更年期といった、社員が企業側に知られることに抵抗がある内容に触れるため、応募意向や参加者情報は匿名で取り扱うよう工夫している。

実証に加え、ヘルスリテラシーの向上や健康増進に向け行動変容を促すためのセミナーをオンラインで開催。保険営業で外回りが多い女性社員向けに、**アーカイブ配信を提供し、参加率を高めた。**



セミナー開催の様子

## 実証参加による反響：体調の客観的な把握により、働き方にも好影響



明治安田生命の人事部担当者

実証を通じて参加者からは様々な好意的反響が寄せられている。また実施結果の分析からも好影響があったことが推察される。

実証参加者からは生活面の行動変化や気持ちの変化に加え、仕事面での変化についても良い効果があったと反響が寄せられている。自分の身体と向き合うきっかけとなったといった声のほかにも、これまで基礎体温を測る習慣がなかったという実証参加者からは、「**体温変化から月経周期を正確に予測できるようになり、事前にテレワーク予定日の調整がしやすくなった**」といった具体的な働き方の変化の報告もあったという。

TOPPANエッジの実証全体の成果としても、「自分自身の状態を客観的に把握できたか」という問いに対し、84%が達成した。ほかにもヘルスリテラシーの向上や改善行動の質・量の向上についても85～86%が達成しており、これまでのアンケートでは様々な健康の悩みを抱えていた明治安田生命の女性社員が、実証を通じてさらにいきいきと仕事や私生活に取り組めるようになったことがうかがわれた。

## 今後への期待：実証という形態で導入ハードルが低下

明治安田生命では以前より女性社員の健康を支える取組を導入してきたが、こうした施策は全体予算との兼ね合いで、健康改善効果が高いと判断できたものを提供している。今回は**実証事業という形式で社員向けに試験的に導入することができたことから、今後の導入に向けても検討しやすい情報を得られた**という。

同社で実証を対応した人事担当の古瀬氏は「**女性の健康を支援する取組の結果、生産性向上といった効果は後からついてくるものであり、まずは『この会社で働いて良かった』と思ってもらえるようにすることが大切**」と話す。今後も女性が安心して、会社に愛着をもって働けるような環境づくりに向けて、フェムテック製品・サービスの活用も含め検討を進めている。

|       |   |
|-------|---|
| 従業員規模 | 5,100名（うち、実証事業を実施したビューティ・パーソナルケア事業部：1,100名）   |
| 創業    | 2022年（パナソニック株式会社の事業会社として発足）   |
| 事業紹介  | 生活家電・デバイス製品の開発・製造、食サービス、賃貸住宅業者向けサービス、家電リサイクル  |
| 企業サイト | <a href="https://www.panasonic.com/jp/about/corporate-profile/organization/las.html">https://www.panasonic.com/jp/about/corporate-profile/organization/las.html</a> |

## きっかけ：組織の多様性を推進する中で、実証を通じた働く女性の支援を決定

パナソニック株式会社の中で、日々の生活に密接に関わる家電を手がけるくらしアプライアンス社は、顧客の多様な生活スタイルを支援するため、ダイバーシティとインクルージョンを組織文化に根付かせる取り組みを積極的に推進することが必要と感じていた。この文脈で、フェムテックに重点を置きつつも多様な人材が活躍できる社内環境づくりを支援する株式会社nanoniのダイバーシティ推進サービス「carefull」に注目。両社の目指す価値観が一致し、nanoniからの実証実験参加依頼を受け、社員の健康意識とエンゲージメントの向上を目的にプロジェクトを開始した。

## 導入のポイント：男性社員も関心を持ちやすい切り口で参加を促進

「carefull」はフェムテックを中心とした福利厚生プログラムの提供だけに留まらず、企業の具体的な課題に合わせたコンサルティングがサービスに含まれていたことがポイントになった。くらしアプライアンス社では、従業員一人ひとりの健康と福利厚生のニーズを正確に把握することが必要であり、それに応じたプログラムの導入を実現することができた。

具体的には、健康課題の基礎知識や更年期、月経・PMSなどをテーマとしたオンラインセミナーから実施。当初は男性社員の参加をあまり得られていなかったため、課題に合わせ提供内容を検討。**女性特有の健康課題について理解を深めることはマネジメントの観点でも重要であることを周知し、上司・部下間のコミュニケーションのコツ等を盛り込んだセミナーを実施していくことで、男女双方の参加増加につなげられた**という。

また、セミナーに業務時間中に参加することが難しいと考える社員も参加しやすくなるよう、案内はメールだけでなくスケジュールシステムを通じて案内したり、トップコミットメントにより重要性を伝えるといった工夫をし、効果的な導入に結び付けることができた。



セミナー開催の様子

## 実証参加による反響：社員の円滑なコミュニケーションが推進

実証を経て、男女双方の社員から好意的な反響が寄せられている。男性社員からは「月経やPMSがとても大変なことだとは知らなかった」といった意見が、女性社員からは「今まで言うことができなかったが、男性の上司に生理でしんどいと伝えられた」という報告もあったという。

セミナーは回を重ねるごとに興味も高まり、最後の配信イベントは半数の社員がリアルタイムで参加した。男女の社員やcarefullを先行導入した他社の社員が、女性の健康課題についてざっくばらんに話し合うセミナーや、ぐらしアプライアンス社の事業部長が自ら登壇し、経営視点でのトークセッションを行うセミナーなどを通じて、具体的なコミュニケーションの手法や、**会社としての女性の健康課題への取組方針について理解を深めるきっかけを提供**。社員にとっては帰属意識やロイヤリティ向上といった効果も期待される。

実際にnanoniの実証事業の成果としても、絶対的プレゼンティズムが改善した従業員が全体の37.7%にのぼった。また、エンゲージメントサーベイ項目「あなたが選べるとして、あとどのくらい当社で働きたいと思いますか？」という設問について、パナソニック全体と比べサービスを導入したぐらしアプライアンス社の女性社員では9ポイント高かったという結果も得られている。



セミナーの一部として開催したトークセッションの様子

## 今後への期待：規模・範囲を拡大した支援策実施を検討

実証事業期間中という時限的な導入であったが、担当の東野氏は「男女の社員、経営層等会社全体だけでなく、組織のコミュニケーション活性化や働き方改革等風土づくりにも良い効果があった」と実感を持つ。今後も範囲や規模を拡大しながら、同様の事業連携を検討している。福利厚生の新規導入は通常慎重かつ長期にわたる検討が必要となるものの、本事業では実証参加というかわり方ができたため、職場コミュニケーション活性化など風土改革や社員満足度・エンゲージメントでの効果を実証し、ぐらし事業の更なる価値創出にもつながることを期待したいと振り返る。



パナソニックぐらしアプライアンス社の担当者

## 本事業に関するお問合せ

令和5年度フェムテック等サポートサービス実証事業事務局  
株式会社朝日広告社（PMO担当 株式会社NTTデータ経営研究所）  
meti\_femtech@m.asakonet.co.jp



最終報告会の様子は二次元コードまたは下記リンクよりご覧いただけます。

[https://zoom.us/rec/share/15oL8hWlba75xhooQSbMhIZhyjiflyStzHud5OMtXOhmGucK7OgvdUlbcX164h98.\\_iFOHL2ttw-zqjF4](https://zoom.us/rec/share/15oL8hWlba75xhooQSbMhIZhyjiflyStzHud5OMtXOhmGucK7OgvdUlbcX164h98._iFOHL2ttw-zqjF4)