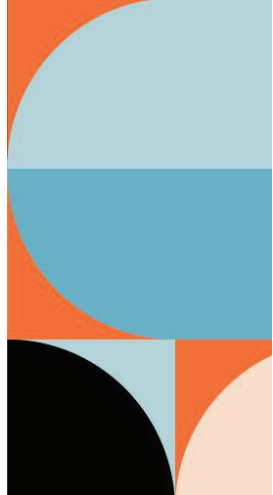


経済産業省 令和6年度 「フェムテック等サポートサービス実証事業」 中間報告資料

事務局 朝日広告社
PMO担当 NTTデータ経営研究所



伊藤忠商事株式会社

中間報告資料

フェムテックデバイス「kegg」の普及がもたらす妊活支援の新時代：
意識変容と医療介入の早期化を目指して



ひとりの商人、無数の使命

2024年11月

伊藤忠商事株式会社

第8カンパニー

事業名

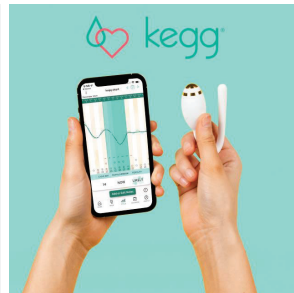
フェムテックデバイス「kegg」の普及がもたらす妊活支援の新時代：
意識変容と医療介入の早期化を目指して

代表団体名

伊藤忠商事株式会社

活用するフェムテック製品・サービス

- ・ 製品：フェムテックデバイス「kegg」
- ・ 概要：1日2分で「おりもの」の状態を計測し、生体インピーダンス法と呼ばれる方法によって、頸管粘液の電解質をモニタリングし、妊活のタイミングをサポートするデバイス。
- ・ 製造会社：Lady Technologies, Inc.（米国）
- ・ 販売開始：2020年（累計販売台数：20,000台+）
- ・ 許認可：Class 1 FDA 510k exempt（米国）/製造販売業許可取得済み・内蔵機能検査用器具（家庭用頸管粘液測定器）届出済み（日本）
- ・ 補足情報：2021年にfermataが東大研究チームと共同で臨床研究を実施済み。



目的

keggの普及により個人が自身の身体の周期を正確に把握することが可能となる。結果として妊活の負担軽減、キャリアへの影響の減少、また不妊治療による労働損失の削減等にも寄与する可能性がある。keggのニーズおよび普及を加速させるための有効な手段を実証的に検証することを目的とする。

方法

keggをモニターに配布し、3グループにランダムに振り分け、ベースライン、中間、エンドラインにおいて各種項目についてアンケート・インタビュー調査を行う。また、グループ別に与える情報の深さや情報提供者を変えることで、効果検証指標に差異が生じるか比較する。

実証内容

【内容】

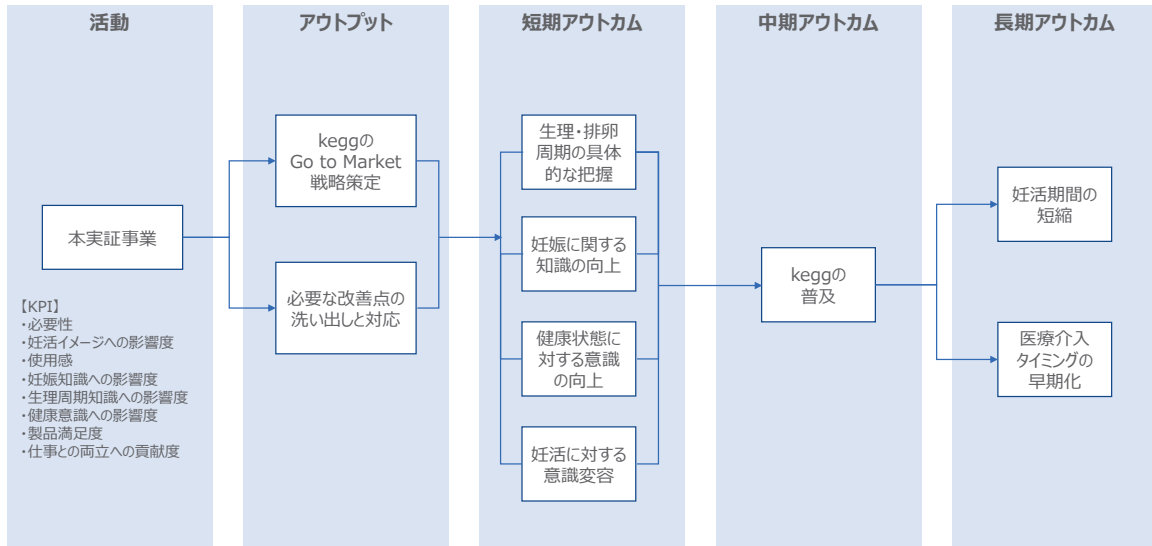
伊藤忠商事で勤務する女性従業員および従業員の配偶者を対象として、対象者30~40名を3グループに分類し、差分項目次第で効果検証指標に違いが生じるか検証する。

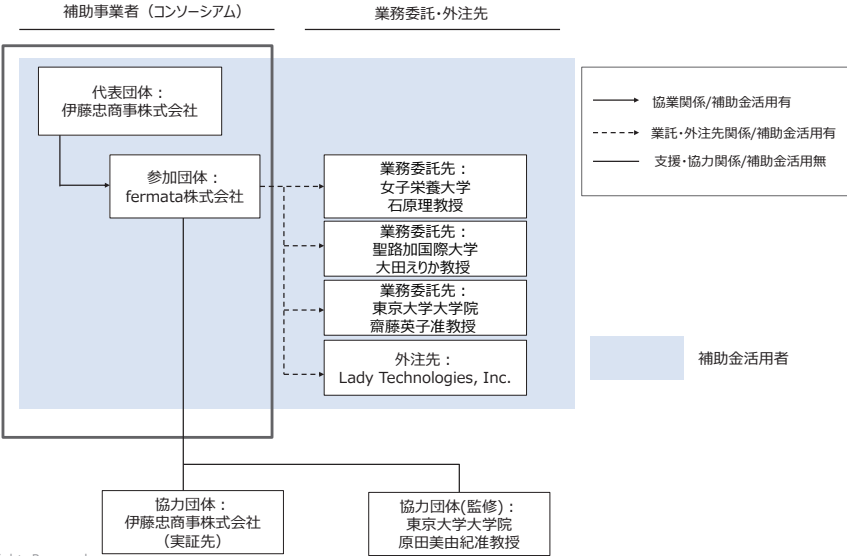
- A) 渡す際の事前説明及び質疑応答の機会無し。情報レベルは薬機法に定められた内容に限定。
- B) 医師からの事前説明及び質疑応答の機会有り。情報レベルは医師法に定められた内容に限定。
- C) 医師以外の者から事前説明及び質疑応答の機会有り。情報レベルは薬機法に定められた内容に限定。

【効果検証指標】

受容度、機器の使いやすさ、利用者の知識と行動変容、健康アウトカム、費用対効果、満足度

目標：ロジックモデル





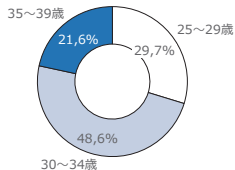
- モニター応募人数は予想を上回る48名を達成。最終的には41名が説明会まで参加し、35名がデバイスのトライアルに参加。
- アンケートや説明会、倫理審査等の諸手続き含めスケジュール通りに進行。

実施項目			2024年				2025年			
			7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
1	事前準備	倫理審査			完了					
		取説翻訳			完了					
		技適特例制度申請			完了					
		モニター募集			完了					
		モニター選定/分類			完了					
		説明会			完了					
		測定器配賦			完了					
2	記録	デバイストライアル								
3	効果測定	事前アンケート構築		完了						
		事前アンケート実施			完了					
		中間アンケート構築		完了						
		中間アンケート実施								
		事後アンケート構築		完了						
		事後アンケート実施								
		アンケート分析								
		インタビュー内容構築		完了						
		インタビュー実施								
		インタビュー分析								
4	回収	デバイス回収								
5	報告	成果報告会資料作成								
		成果報告会								
		最終報告会資料作成								

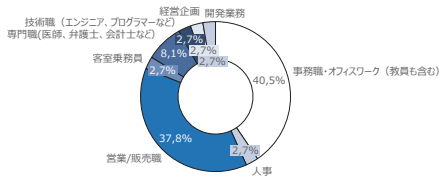
初期アンケート結果

年齢は30代が多く、かかりつけ医がない人が半数以上、妊活時の使用意向は初期的には高いと判明。

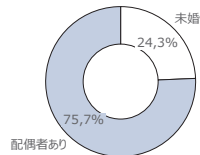
年齢



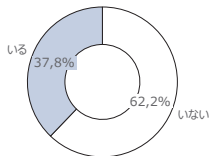
職種



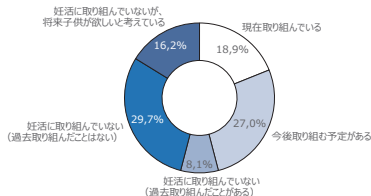
配偶者有無種



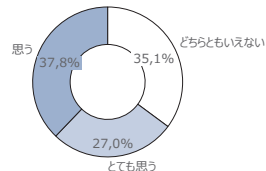
かかりつけ婦人科の有無



妊活取組状況



妊活時のkeggの使用意向



中間・事後アンケートの取得とインタビューを通じてより深いインサイトを取得し、働く女性のウェルビーイングにどのような影響がもたらされるか評価・分析を進めていく。

実施項目			2024年				2025年				
			7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1	事前準備	倫理審査			完了						
		取説翻訳			完了						
		技適特例制度申請			完了						
		モニター募集			完了						
		モニター選定/分類			完了						
		説明会			完了						
2	記録	測定器配賦			完了						
		デバイストライアル									
3	効果測定	事前アンケート構築		完了							
		事前アンケート実施			完了						
		中間アンケート構築		完了							
		中間アンケート実施									
		事後アンケート構築		完了							
		事後アンケート実施									
		アンケート分析									
		インタビュー内容構築		完了							
		インタビュー実施									
		インタビュー分析									
4	回収	デバイス回収									
5	報告	成果報告会資料作成									
		成果報告会									
		最終報告会資料作成									

大阪ヒートクール株式会社

想い合うVR

Perionoid

教育機関および自治体に対する
生理痛VR体験デバイスを用いた研修事業の
効果検証

大阪ヒートクール株式会社

事業概要・目的

女性の健康課題への理解を深め、相互理解による働きやすい環境を推進する。

課題認識

生理痛は、多くの女性が経験する一方で、その苦痛が個人間で共有・理解されることが少ない課題がある

技術・アプローチ

疑似的に生理痛を体験する技術“ピリオノイド”を用いて、女性の労働環境改善に寄与する研修を提供する



研修実施

1

セミナー



生理痛含め女性の健康基礎知識、生理中の困りごとの紹介

2

生理痛体験



ピリオノイドを用いた生理痛疑似体験

3

ディスカッション



痛みについてのディスカッションを通して、働きやすい職場環境を考える

目標・効果

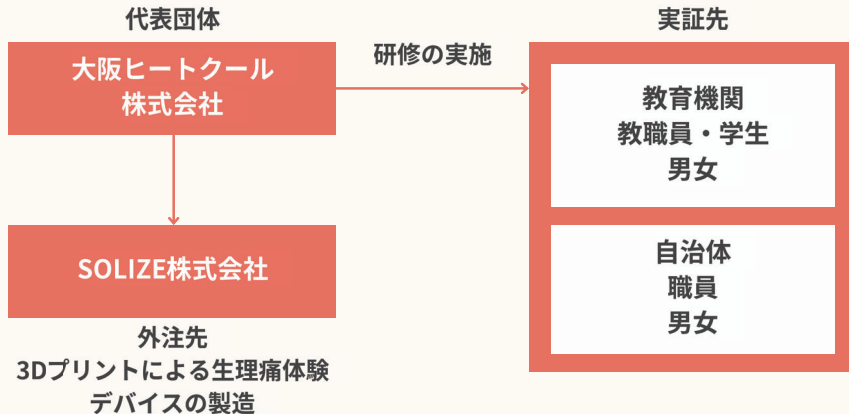
研修効果

生理痛への理解や共感を通して働きやすい環境を一人一人が考えていく機会創出

事業持続効果

機関の予算確保や実施許諾の課題に対し、研修の価値を伝えるための事例創出

実施体制



達成状況・成果

月	実施実績	実施予定	考察
9月	1件 教育機関 82名		体験中の対話が相互理解促進に寄与しているように感じた
10月	1件 教育機関 46名		企業研修と異なり、ディスカッション形式に慣れていない可能性があることを発見
11月	1件 教育機関 42名 1件 教育機関 54名	1件 自治体 30名	来年度予算策定のための問い合わせが増えている状況
12月		2件 教育機関 40名・30名	
1月		1件 自治体 30名	

研修課題・仮説

実証先確保が困難

- ・ 研修予算確保のタイミングが合わない
 - 来年度予算を秋/冬に策定する傾向
 - 教育機関は生徒/学生に対する予算枠のみ持たれている機関が多い
- ・ 女性活躍推進の必要性に対する理解が浅い

ディスカッションが進まない

- ・ 企業研修とは異なり、自身の痛みを伝え合うような文化が整っていない
- ・ 普段からディスカッションする機会が少ないため、考えを表現することが難しい

対応策

- ・ 現時点から来年度の実施に向けて提案をする
- ・ 補正予算等により実施可能で、かつ企画を強く希望されている機関中心に実証ご協力をいただき事例を集める
- ・ 女性活躍支援の必要性を伝える
- ・ 実施実績をご紹介します、上申を協力する

- ・ 参加者を集めていただく企画段階から、弊社が伝えたい「痛みへの共有・個人差があることの理解」を伝えていただくようすり合わせる
- ・ 対話の例や考えるポイントを事前に紹介
- ・ 体験中の対話を促す

今後の予定

11月

12月

1月

教育機関での実施



自治体での実施



成果確認



本補助事業を次のステップに
つなげる活動



参加機関募集

教育機関、自治体（ともに教職員向け）からのご連絡をお待ちしております。
お問い合わせ先： <https://sites.google.com/view/ohc-period/home>

株式会社JMDC

サービス導入の
問い合わせはこちらから



健診データ等を活用した 症状ケアアドバイスによる 月経随伴症状サポート事業

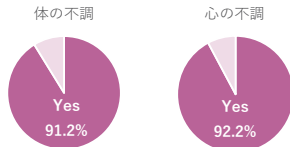
株式会社 JMDC



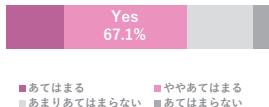
本事業の目的

解決すべき課題	20-40代の女性のうち、約9割の方が生理前～生理中に心身の不調を抱えている。 - 月経・PMSによる心身の不調は、症状やその多寡を可視化しにくい、自身の症状が認知できていないこと、認知できていないために適切な改善行動に繋がっていないことが課題である。
解決方法	- 月経・PMS症状の<u>セルフケアアプリ (yulalance)</u> および <u>オンラインカウンセリング (cotree)</u> を活用する。 - yulalanceの利用により、客観的なデータから自身の症状の種類やその多寡、症状に合った対処方法を理解し、cotreeで心のケアを中心としたカウンセリングを受けることで、利用者の不調にハード・ソフト両面から介入。これにより働く女性のプレゼンティーズム・QOL改善をサポートする。(詳細は次ページ以降)

生理前～生理中に体や心の不調を感じているか※1



自身の症状の程度が客観的にわからない※2



月経・PMSの症状に対処することの重要性※3



※1 株式会社JMDC「女性の健康課題に関するアンケート調査」2023年9月 (N=10,169名); ※2 株式会社ツムラ「生理・PMSの本音と理解度調査」2022年3月3日

※3 産婦人科診療ガイドライン 婦人科外来編2020、「第37回日本女性医学学会学術集会」講演資料

本事業の概要

健診データ等を活用した症状ケアアドバイス&カウンセリングによる、月経・PMS症状の改善サポート事業
(ICT×人的介入によるプレゼンティーズム・QOL改善状況の効果測定)

自身の症状の認知

- ・ 健診値や症状タイプチェック (全20種類)による分析・1to1のセルフケアアドバイス
- ・ 毎月、生理開始時&終了時の簡単な振り返りチェックにより症状の多寡をスコア化

私は空腹時血糖が低めで、生理前はイライラしやすいみたい



yulalance

今月はいつもより生理中の不調が強かったみたい

解像度高く認知を促すことで行動に繋げる

(現状) 6割以上※の方が我慢しており、何も対処していない

改善行動

① セルフケアの実践

- ・ yulalanceで配信された、生活習慣(食事・睡眠・運動)改善を中心としたセルフケアの促進



② 外部サービスの利用

- ・ 女性特有の心の不調をサポートする、オンラインカウンセリング



- ・ 婦人科受診(オンライン診療・処方など)

- ・ ユーザーの体質・症状に合った市販薬・サプリメント等の利用促進

今後検討

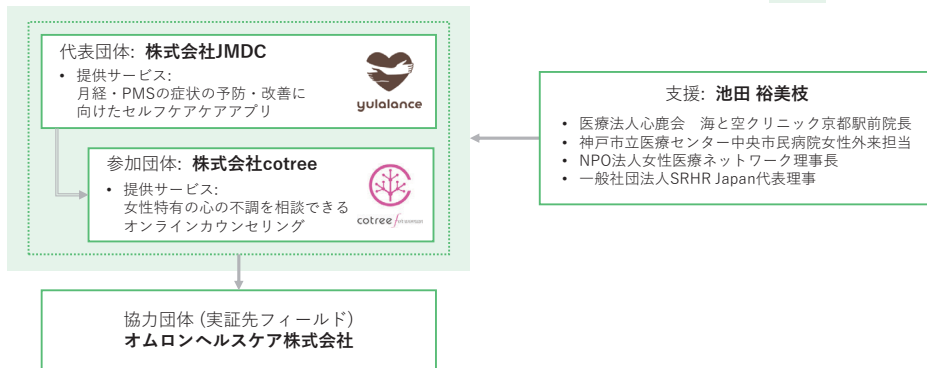
※ 日本医療政策機構「働く女性の健康増進調査 2018」

本事業の実施体制

以下コンソーシアム体制で、オムロンヘルスケア株式会社のフィールドにて検証実施中

 : 補助事業者 (コンソーシアム)

 : 補助金活用者



サービス概要①：月経・PMSセルフケアサービス「yulalance」

JMDCが保有する健診データ等を活用し、月経・PMS症状を抱える女性が、自身の症状やその多寡を客観的なデータにより認知し、自身に合った改善行動をすることに繋げるPHRサービス。

① 自身の症状を「知る」



② セルフケアを「実践する」



JMDCが集積した
医療ビッグデータを活用

③ 毎月の症状を「振り返る」



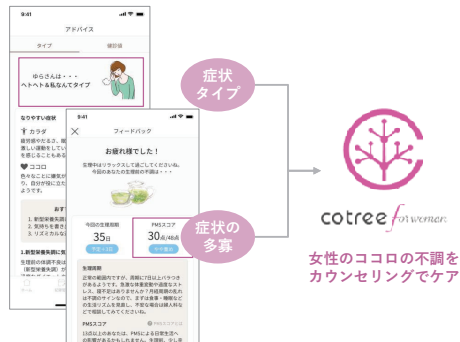
適切な対処や産婦人科
受診を促す仕組み

サービス概要②：「yulalance」×カウンセリングサービス「cotree for woman」

セルフケアだけでなく、月経・PMS・更年期の不調に詳しいカウンセラーに、女性特有のお悩みを相談することで、症状の認知～ケアまで一気通貫でサポート。



yulalanceの活用により、自身の症状の傾向を認知

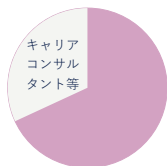


ココロの不調についてはケアまで一気通貫でサポート

サービス概要③：カウンセリングサービス「cotree for woman」

法人導入企業数累計150社、利用者数累計45万人、満足度約93%と、高いサポート実績のある「cotree」のカウンセリングからさらに条件を絞り、**女性が安心して相談できるカウンセラーのみでセッションを実施。**

Point 01



臨床心理士
公認心理師
70%

信頼性の高い臨床心理士・公認心理師
資格、仕事・キャリア相談が
可能な資格保持者が多く
幅広い相談をお受けできます。

Point 02

女性のお悩みに関して
実務経験3年以上
セッション実績100件以上
カウンセラーのみ登録

採用率約10%以下の厳選な審査を
通過した専門家が登録しています。

Point 03

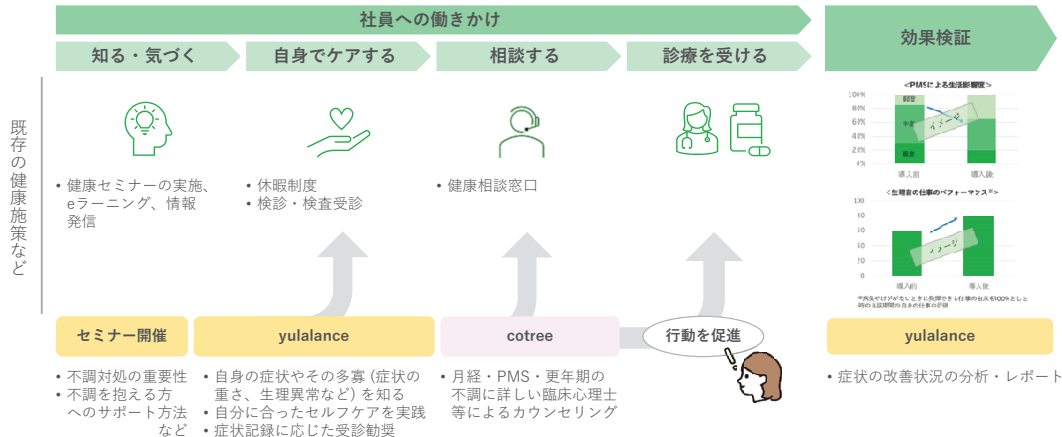
**企業経験等専門知と
経験を持つ
女性カウンセラー**



一定以上の企業勤務経験など
厳しい基準を満たしたカウンセラー
のみがセッションを実施します。

本サービスの特徴：症状改善に向けた行動変容を促進

本サービスでは、自分自身の症状の認知（知る・気づく）やセルフケアを促す
それにより、**セルフケア・相談・受診などの行動変容に繋がります**



実施項目・目標

以下3つの実施項目について各KPI達成に向けて、実証フィールド先の団体とともに実証実験を実施

実施事項	対象ユーザー	実施項目	KPI
1. セミナーの開催 セミナーテーマ： 男女それぞれの健康課題を踏まえた、働きやすい職場づくり	全社員 (男女問わず)	- 男女それぞれが経験するホルモン変動とそれを踏まえたコミュニケーションのあり方に関するセミナーを実施 - セミナー後に本実証の参加者を募集	男女の健康課題およびメンタルヘルスに関するヘルスリテラシーが向上した参加者の割合
2. yulalance×cotreeのサービス利用、効果検証	女性社員、男性社員のご家族（働く女性）	- ユーザーに対して、月経・PMSの症状ケアアドバイス (yulalance) を実施 - ユーザーに対して、オンラインカウンセリング (cotree) を実施 - 利用前後での変化をアプリデータ & アンケートにて測定	- 自身の症状に対する理解度の向上 - 月経・PMS症状の改善状況 - 病院受診を含む行動変容に繋がっているか - 働きやすい環境づくりに繋がっているか（働く女性が共創意識を持てているか）
3. 効果検証結果の分析		効果測定の分析	効果測定の分析結果から、示唆を出す

達成状況：セミナー開催結果①

10/10に本事業の実証フィールドの社員向けに、男女のホルモン変化に関するリテラシー向上に向けたセミナーを実施（オンライン+オンデマンド配信（12月末まで配信））

セミナー開催概要



- ◆開催日：2024.10/10
- ◆開催方法：オンライン & オンデマンド配信
- ◆講師：遠山千尋
(臨床心理士／公認心理師カウンセラー)

セミナー内容

1. 男女が経験するホルモン変化とそれによる健康課題



Point

女性だけでなく男性特有のホルモン変化（更年期）の特徴も説明することで、相互理解を深める

2. 健康課題への対処方法



Point

セルフケア、職場でのコミュニケーションの重要性

3. 明日から職場で実践できるコミュニケーション方法

「私は、あなたの状態を気にかけています（心配しています）。調子はどうですか？どこまでなら、どうやら、できそうですか？」

「私一人で見ているのは大変なので、あなたの力を生かして一緒にやっていきたいです！どうでしょうか？」

「私は最近背骨が痛くて、何かおすめのリラックス法はあるかな？」

「私は、今日は体調が優れません。午前中は〇〇までできるのですが、午後は休養をいただけるのが助かります。いかがでしょうか？」

「ありがとうございます！私は他部署と連携したり調整していくことが得意なので、笑顔で気軽にやれることをやってみますね！」

「私も最近寝つきが悪くて困っていて、季節の変わり目はしんどいですよね。」

Point

男女それぞれの健康課題や特徴を踏まえた、コミュニケーション方法を紹介し、明日から職場で実践していただく

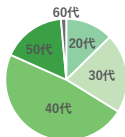
(具体例を挙げて説明)

達成状況：セミナー開催結果②

オンデマンド配信は現在配信中であるものの、多くの社員に視聴いただき、アンケート結果からも男女双方の健康課題の理解につながり、職場でのコミュニケーションを中心とした行動変容にも繋がっている状況

セミナー参加者

<年代割合>



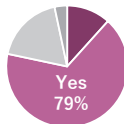
<役職割合>



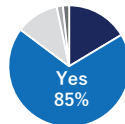
配信後1ヶ月経過時点で、約140名に視聴いただいている状況

セミナー後アンケート結果（速報値）

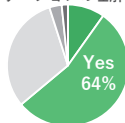
Q. 女性の健康課題への理解が深まったか



Q. 男性の健康課題への理解が深まったか



Q. 双方の健康課題を踏まえたコミュニケーションの理解が深まったか



Q. 明日から実践してみようと思う内容がありましたか（自由回答）

- ・体調の問題にかかわらずお互いを思いやる想像力を働かせる。
- ・メッセージの意識。主語に「私は」を極力使用
- ・他人への思いやりをさらに深めコミュニケーションしていきたい
- ・自分の状況を主体的に発信できたかと思いましたが、気づきに応じていなかったですが、気づいて→対応する自分にする。セルフケア・セルフモニタリングを主体的にとりくむ。
- ・「休む時は休む、やるときはやる！共に助け合うことが重要。（共同の意識）」が1番心に響きました。

男女それぞれの健康課題について、本人だけでなく双方の理解促進に繋がった
学んで終わりではなく、コミュニケーションや行動を変えるきっかけにも繋がった

達成状況：サービス利用者募集状況

セミナー参加者の満足度は高かった一方、実証事業参加者は目標に対し現時点で半数程度（44名）の状況であるため、参加者数拡大に向けてサービスの魅力や意義を発信予定。

現状
(11/8時点)

- ・ 実証事業参加登録者・・・44名

課題

- ・ 「そこまで症状がひどくないから大丈夫」「他社サービスで生理日管理は実施している」等の理由から、参加するかどうか迷っている方も一定数いる状況
- ・ 女性社員だけでなく、男性社員の配偶者の利用ニーズもある

対応策

- ・ 症状の多寡に関わらず、自身のなりやすい症状や傾向、体質を把握することの重要性や他社サービスとの違いを**サービス動画等の配信を通じて訴求予定**
- ・ 実証フィールド団体の女性社員全体が200名程度である中で、100名という目標が高かったこともあるため、**対象者を男性社員のご家族（働く女性）まで拡大して募集予定**

以下を踏まえた案内を、11月に再度実施

- ・ 対象者を拡大
- ・ 症状の多寡に関わらず、自身の傾向や体質把握等のセルフケアに活用可能なことをPR



今後のスケジュール

実施事項		8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1. 実施方法すり合わせ・セキュリティチェックなど			★社内アナウンス						
2. 「女性の健康課題/メンタルヘルス」セミナーの開催	セミナーの実施(全員参加可能)			10/10オンライン開催 (12月未までオンデマンド配信)					
	参加者の募集(セミナー内&メール連絡等)								
	参加前アンケートの実施								
3. yulalance × cotree実証期間	サービス利用					★cotree利用開始 ★yulalance利用開始			
	中間アンケートの実施								
	参加後アンケートの実施								
4. 効果検証(レポート作成等)									

NEXT

- 利用者の不調に、ハード(アプリ)・ソフト(カウンセリング)両面から介入
- 利用前後での症状やプレゼンティーイズム等の改善状況を効果検証



JMDC



株式会社ジェイコム九州

あたらしいを、あたりまえに

J:COM

女性の健康ケアをあたりまえに

女性の健康プラットフォーム



Care Of Things, Things Of Normal

株式会社ジェイコム九州

目的

本事業では、社員が女性特有の健康課題に関するリテラシーを高め、

- ＊働く女性がこころとからだの健康を維持

- ＊能力を発揮できる環境整備

- ＊女性の昇進希望率・管理職登用率を増加

することにより、労働損失・経済損失の抑制につなげることを目的としている。

事業概要

セミナーとプラットフォーム「COTTON」を提供し、
社員の女性特有の健康課題に関するリテラシーを向上する。

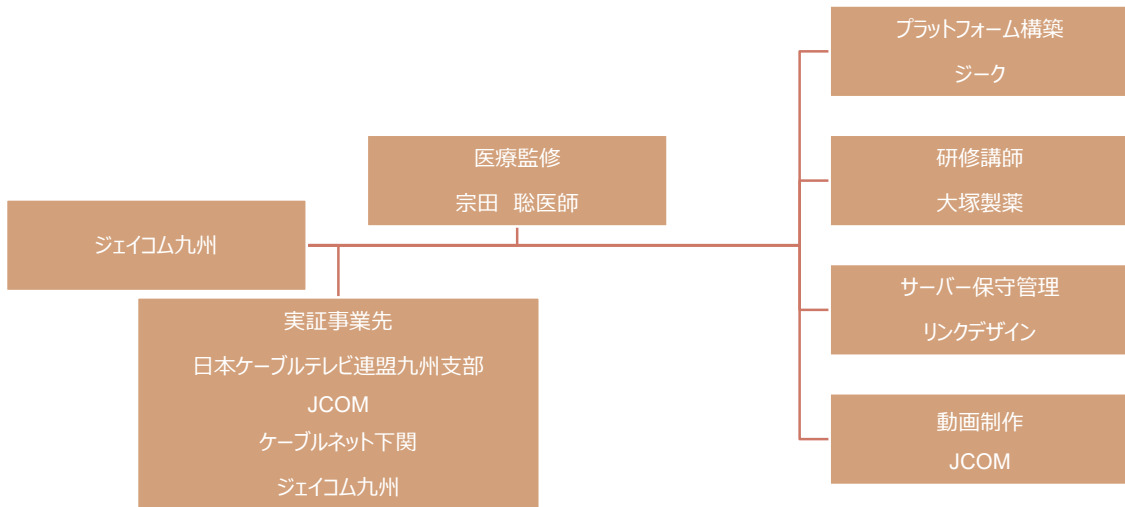
【実施内容】

- ①管理職向けセミナーの開催
- ②プラットフォーム「COTTON」の提供(研修動画・オンライン診療)

【目標】

女性特有の健康課題に関するリテラシーを高めることで

- ・職場において相談できる環境である、との回答を37.1%→60%に向上
- ・女性特有の健康課題による不調での婦人科受診率を31%→60%に向上



プラットフォーム利用推進・協力・後援：(一社)日本ケーブルテレビ連盟・日本ケーブルテレビ連盟九州支部・JCOM(株)

事前アンケート概要

回答者数

488名(男性:339名、女性145名)

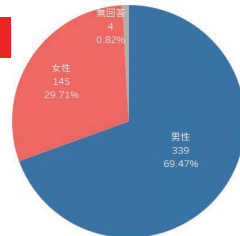
対象者

ジェイコム九州、JCOM、
ケーブルネット下関 所属従業員

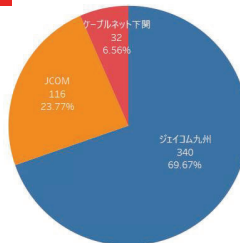
アンケート実施期間

2024/9/6～2024/9/16

性別



所属



事前アンケート結果全体示唆まとめ

事前アンケート結果から読み取れる示唆としては以下の通り。

- ✓ 女性特有の健康課題を気にかけている人は約80%程度だが、すでに取り組んでいる人は約40%程度。
- ✓ 適切なケアを行えている人は女性全体の約55%。具体的な行動内容は「医療機関における各種検診・検査の受診」が約35%。
- ✓ 「職場は自身の健康や体調について相談できる環境」には、女性の30%超が「あてはまらない」と答えた。
- ✓ 「職場での健康や体調へ配慮するための環境を改善するために必要なもの」については「職場全体の雰囲気醸成」が最も多く選択されていたが、女性のみ絞ると「社外で相談できる場の充実」がリフトした。

管理職向けセミナー実施状況

管理職向けセミナーの開催

<1回目>

日時 9月30日(月)13:00～14:30 開催

参加者 91名

ジェイコム九州・JCOM・ケーブルネット下関の管理職・役員

プログラム

①「働く女性のヘルスケアとどう向き合うのか？」

講師 広尾レディース 院長 宗田 聡 氏

②フェムテック製品の紹介

③面談サポートシート説明

管理職向けセミナー実施状況－参加者の声

参加者数

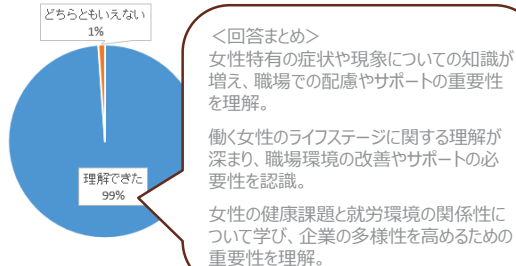
91名(男性:81名、女性10名)

対象者

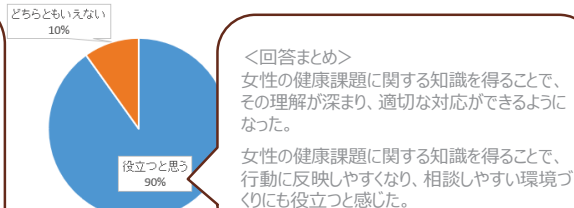
ジェイコム九州、JCOM、
ケーブルネット下関 所属従業員

セミナー受講者のアンケート結果

セミナーの内容は理解できましたか？



セミナーの内容は、女性の部下や
家族・パートナーへの対応に役立ちますか？



管理職向けセミナー今後の予定

日本ケーブルテレビ連盟九州支部加盟企業向け

<2回目>

日時 11月19日(火)15:00~16:30

<3回目>

日時 11月22日(金)10:00~11:30

「もっと知ろう！女性の健康～ヘルスリテラシーを高めるために～」

講師 大塚製薬株式会社 ニュートラシューティカルズ事業部
福岡支店 女性の健康推進担当 課長(九州エリア リーダー)
佐藤 靖浩 氏

プラットフォームの構築

2024年11月15日（金）公開

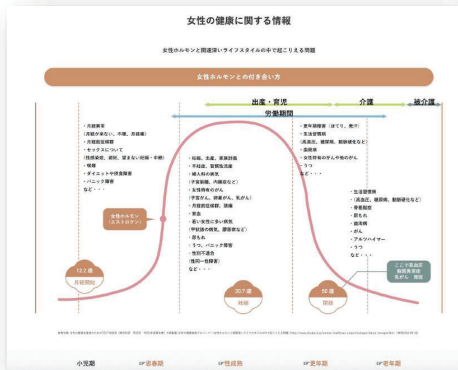
利用方法：アクセス制限なく、誰でも利用可能（無料）

女性社員だけでなく、経営者・管理職、男性社員にも
活用いただくことを想定。



プラットフォームの構築一掲載内容①

女性の健康課題に関する情報



女性ホルモンとの付き合い方

女性ホルモンとの付き合い方

現代は「人生100年時代」といわれますが、女性が長い人生を健康やかに楽しむには、

女性ホルモンについて正しく知ることが大切です。

そこで女性ホルモンの働きや変動、関連する病気や不調への 対処法についてご紹介いたします。



思春期症状



年代

8歳～18歳ごろまでの時期

生活面の注意

体・心が大きく変わる時期。スタイルを気にして過度なダイエットをすると、生理が止まってしまうことも。しっかり眠り、栄養を取り、規則正しい生活を心がけることが重要です。生理は安定するまでに個人差があり、最初のうちは少し不安定でも心配しなくて大丈夫です。

プラットフォームの構築一掲載内容②

女性の健康を学ぶ動画掲載



大塚製薬（株）様ご協力による
女性の健康に関する動画のリンク掲載



当社制作番組収録済み

- ・プレコンセプションケアとは？
- ・不妊治療と妊娠・産後の健康問題
- ・女性の更年期

11月18日以降、順次掲載予定

プラットフォームの構築一掲載内容③

婦人科・産婦人科受診の推進

婦人科・産婦人科へのトビラ

このページでは、定期健診や婦人科受診についてご案内しています。

婦人科の受診に抵抗がある方も多いかもしれませんが、月経の痛みや、不調を緩和できる薬の服用の相談、

子宮や卵巣の病気の早期発見のためにも、気になる症状がある場合には、

早めに婦人科・産婦人科を受診しましょう。

オンライン診療は、ご自宅からインターネットを通じて、スマホやテレビで診療を

受けることができるサービスです。

通院のハードルが高い方は、まずはオンライン診療で相談してみませんか。

各リンクから詳細をご確認ください。

J:COM オンライン診療

予約接種

産婦人科

定期検診



スケジュール

実施項目			2024年						2025年		
大項目	小項目	実証先	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
女性の健康セミナー	対面セミナー設計	ジェイコム九州・JCOM・ケーブルネット下関									
	対面セミナー実施										
	対面セミナー効果検証・改良										
	補助動画視聴										
	動画視聴効果検証・改良										
	対面セミナー実施	日本ケーブルテレビ連盟九州支部									
	対面セミナー効果検証										
	補助動画視聴										
	動画視聴効果検証・改良										
プラットフォーム	設計										
	作成										
	検証・公開										

あたらしいを、あたりまえに

J:COM



株式会社ジヨコネ。

非関心層のヘルスリテラシー向上を目指す、 職場への月経用ナプキンの無償提供装置設置を 活用した女性のヘルスリテラシーの向上施策の 実証

代表団体：株式会社ジョコネ



事業概要・目的

・事業目的

本事業では、近年広がりが進む月経用ナプキンの無償配布を健康教育の機会ととらえ、非関心層にあわせた月経・更年期に関する情報を届け、彼女たちの月経と更年期への意識を変えることを目的とする。

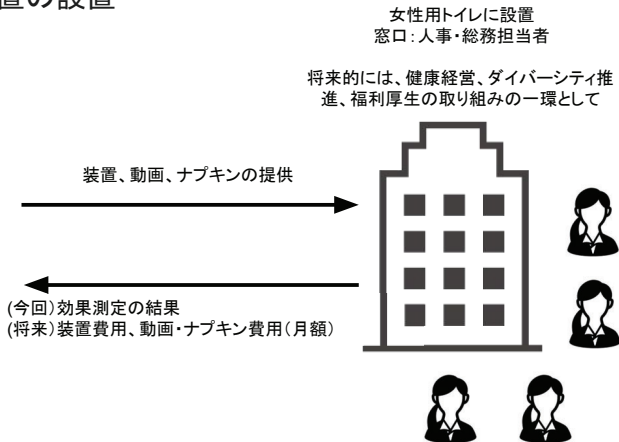
その結果、非関心層が月経に対して適切な態度がとれ、女性が健康課題を持ちながら仕事と両立していけるイメージができ、職場の経済損失の圧縮、そして女性のパフォーマンス、ウェルビーイング向上の実現に貢献する。

事業概要・目的

・実施項目は以下2つ

実施項目1 ナプキン配布装置の設置

実施項目2 効果検証



事業概要・目的

・短期目標

WHO-HPQ含むいずれの指標でも前後比較において利用者の半分以上で改善が見られ、本事業の効果が検証できていることを本実証事業終了時の目標とする。

本事業に賛同する3社以上（実施事業所の女性従業員の数30名以上）において、2か月以上の設置による実証ができ、利用状況（人数・割合、枚数、頻度）、事業前後での月経による仕事のパフォーマンスへの影響、それによる職場の経済損失の推計、女性のヘルスリテラシーとウェルビーイングの前後変化を評価する。

事業概要・目的

・中期目標

本事業で検証できた効果をもとに、他企業での導入が進むこと。

健康経営や女性活躍の施策として取り入れられ、3年間で100社への導入を目指す。

これにより職場での女性のヘルスリテラシーのボトムアップが図られ、女性がパフォーマンス高く、自身のウェルビーイング高く働き続けられるようになる。

さらに、提供内容の充実化も検討。

視聴状況や取得状況にあわせて提供する動画を変更したり、月経用ナプキン取得の際に使うスマートホンのカメラで年代や健康状態を推察して動画の提供内容が提供されることにより、よりカスタマイズされた情報が届けられ、利用2カ月時点での前後比較では、改善度が実証事業の際より大きくなることが期待でき、WHO-HPQ含む指標では利用者の80%での改善を目指す。

事業概要・目的

・最終目標

ナプキン取得の際に必要な情報が届けられ、日本全国の女性のヘルスリテラシーの向上も目指す。

今回の実証事業では、企業内での健康教育をモデルに提案をしているが、女性のヘルスリテラシー向上が必要な場所は他にもある。そのため、それぞれの場所に合わせた内容でさらに展開していく。例えば、性教育や女性活躍の内容を取り入れて学校や自治体に提案をし、日本全国のどこでも女性が必要な時に月経用ナプキンが入手できる、つまり社会のインフラとしていくことを将来的に目指す。

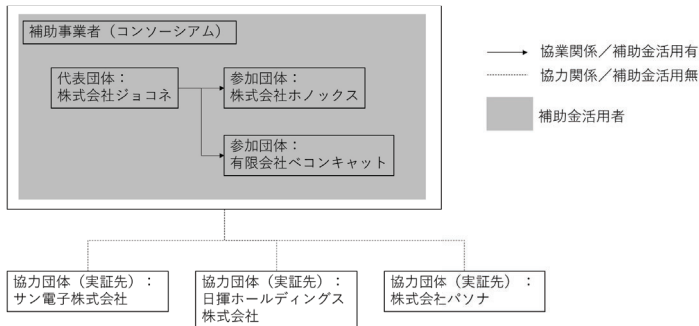
事業概要・目的

・実施体制

実施場所: 3社で各社10台程度を設置

社内セミナーで実施の周知ののち、女性従業員用トイレに月経用ナプキン無償配布装置を設置する。

装置設置前後にアンケートを行い、前後比較で効果を検証する



装置概要



女性用トイレに左の月経用ナプキン無償配布装置の設置をする。本装置の利用手順は以下の通り

- 個人の識別番号を入力し、ナプキン取得用のコードをとって入力する
- 女性の健康に関する短い動画を視聴する
- ナプキンを受け取り、使用する

*同じ識別番号で連続して取得ができないようになっている

装置概要

現在市場にあるモデルでは会社への導入が難しいことが以下のとおりあるため、その課題を乗り越える配布装置を設計した。

課題1: 電源が準備できない

→消費電力を小さくし、乾電池で駆動するようにした。

課題2: 広告の表示が社内としてNG

→広告ではなく、健康情報を届けるようにした。

課題3: 導入コストが高い

→右写真のとおりシンプルな構造とし、できるだけコストをさげるようにした。



実施項目ごとの達成状況と成果

実施項目1 ナプキン配布装置の設置

<設置日程決定(予定)>

- ・12/9 株式会社パソナグループ
- ・12/10 日揮ホールディングス株式会社
- ・12/16 サン電子株式会社

<装置準備>

- ・提供台数確定 全部で17台(予備含む)、製造を開始

<動画コンテンツ>

- ・全10本 完成

実施項目ごとの達成状況と成果

実施項目2 効果検証

社内
セミナーで周知

社内セミナーで実施周知

・株式会社パソナグループ:実施済み、他2社:説明動画を案内

実施前
アンケート調査

装置設置前にアンケートを実施

トイレに
装置設置12~2
月

女性従業員用トイレに月経用ナプキン無償配布装置を設置

・設置予定3社の日程が決定

実施後
アンケート調査

装置設置後にもアンケートを実施し、前後比較で効果を検証
する 検証2か月後に予定

実施項目ごとの達成状況と成果

今後の成果の見通し・展望

実証先の各社内でのアナウンスに目途がつき、実施に向けて装置・動画コンテンツ・アンケートなどの作成も開始。

現在、2024年12月開始を予定している。

課題①

- ・現段階での課題

2024年12月開始の予定で進めているが、設置タイミングが12月の前半となり多少変動の可能性があり。

- ・対応策

設置終了のタイミングを2025年2月前半とすることで2か月間確保を予定している。

課題②

- ・現段階での課題

実証先によって、装置における個人の識別方法（QRコードの読み込み、社員証をかざす等）が異なる点

- ・対応策

スマートホンに任意の数字（社員番号など）を入力してコードを取得する形に変更

今後の予定

- | | |
|----------|-----------------------|
| ～11月 | 装置準備、動画の作成を完了させる |
| 12月頭 | 各所に装置を設置し、実施前アンケートの依頼 |
| 設置から2か月間 | 設置期間中のサポート実施(故障等への対応) |
| 1月中旬～ | 事後アンケートの準備 |
| 2月頭 | 設置終了 |
| 2月中 | アンケート解析、レポート作成 |

株式会社SympaFit

A pregnant woman is shown from the side, wearing a beige, textured knit sweater. She is gently holding her pregnant belly with both hands. The background is a soft, out-of-focus light color.

グルコースデータ解析に基づいた
女性ホルモン変動予測アプリによる
働く女性の妊活サポート事業

中間報告資料

(株)SympaFit

事業目的

- 働く女性が仕事と妊活を無理なく両立できる環境の構築を目指す
⇒妊活における最適なタイミングの特定精度の向上に関するアプリ開発

女性にとって妊活前～出産後までの現状

生理・PMS予測

180万人

中等症以上のPMS

20-40%

の女性が
治療が必要

妊活中
排卵日予測

230万人

の妊活女性数／年

1/6人

の女性が不妊

妊娠中
血糖コントロール

90万人

の妊娠女性／年

1/8人

の女性が
妊娠糖尿病に

妊活～産後まで
メンタル、
血糖トータルケア

3年

妊活～産後まで平均期間

1.5年

平均
妊活期間

※1 日経BP 総合研究所／クロス・マーケティング「女性の健康に関するアンケート調査2021年」

※2 日本医療政策機構「働く女性の健康増進調査2018」

※3 Arch Womens Ment Health; 9(4): 209-212, 2006

※4 Gynecol Endocrinol; 29(1): 67-73, 2013

製品イメージ：排卵日予測アプリ SympaFit for Mom

血糖値アプリで排卵予測から、妊娠中の体調管理、産後のメンタルケアまで一括サポート

SympaFit for Mom

妊娠、出産を
トータルサポート

妊婦さん必用アプリ
産後のメンタルケアもサポート



今すぐ利用する

PRICE
料金プラン



月額利用料 15,000円

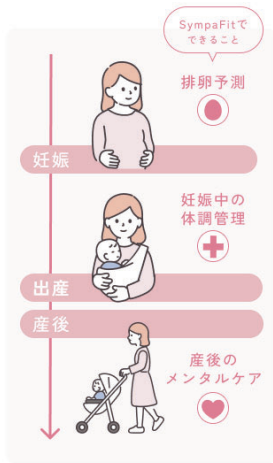
※ 専門家からのアドバイス（オプション）
※ 初産さん専用（初産10日間）※ 産後10日間から利用可

今すぐ利用する

SympaFitは
こんな方におすすめ！

- ✓ 妊娠を希望している
- ✓ 生理周期が不安定
- ✓ 産婦人科に通院する時間がない
- ✓ 妊娠中の心身の健康状態を管理したい
- ✓ 産後のメンタルケアが心配

SympaFitで
グルコース値を自動で計測、
あなたの妊娠から出産までの
「こころとからだ」の状態を
可視化、アドバイス！

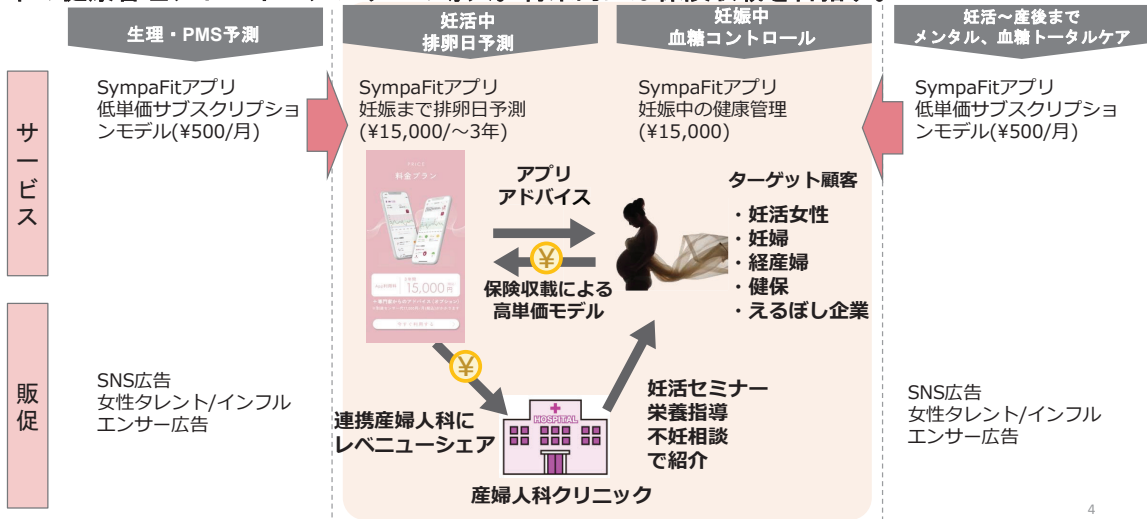


今までの 排卵予測	SympaFitの 排卵予測
排卵日は36時間以内にしか分からないことが多い	→ 排卵日を最大5日前にお知らせするので計画が立てやすい
体調やストレスの影響を受けるので予測が外れることがある	→ 体調やストレスも加味して排卵日を予測可能
単回データを元に計測の代謝物や身体情報を元にした測定	→ 24時間連続測定による高精度な生体情報複合解析モデル

妊活を効率的に
進めることができます！

ビジネスモデル

生理・PMS予測および産後のメンタルケアによる低価格サブスクモデルから、妊活・妊娠中の健康管理アドバイスアプリへの導入。将来的には保険収載を目指す。

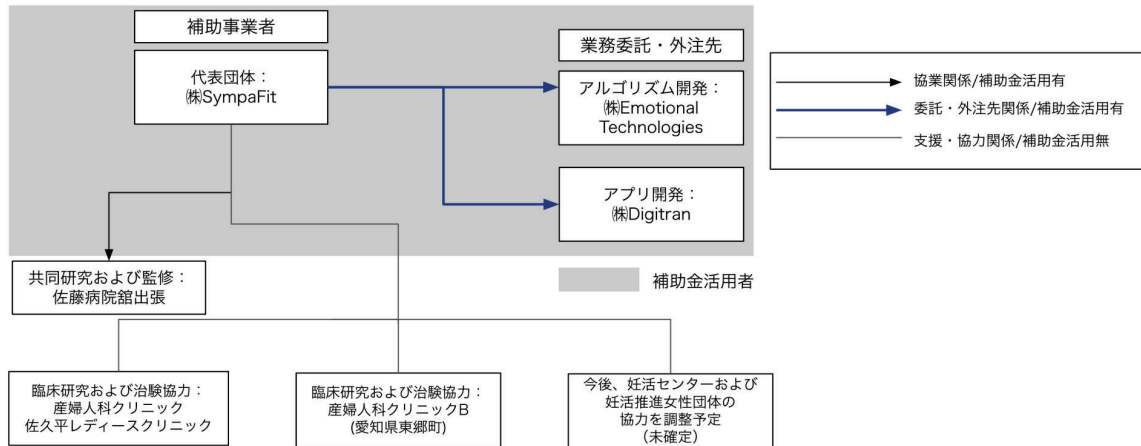


実施項目・目標・スケジュール

排卵予測プログラムの構築を目指し、臨床研究とアプリ開発を進める。
同時に、妊活～産後まで食事・メンタルの重要性について血糖値管理の観点から啓蒙活動を行う。

大項目	小項目	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2025 年1月	2月	3月 (3/5)
1.SympaFitの排卵予測プログラムによる妊娠率の向上	1. 1 サービス導入と教育									
	1. 2 SympaFitを活用した妊活の実施									
	1. 3 データ分析とフィードバック									
	1. 4 ユーザーサポートと改善									
2. SympaFitによる妊娠中や産後のメンタルサポートおよび食事サポート	2. 1 メンタルヘルスサポートプログラムSympaFitによる妊活のサポートの提供									
	2. 2 栄養管理プログラムの実施									
	2. 3 成果の評価とフィードバック									
3. 企業向け妊活セミナーの開催	3. 1 セミナーの設計									
	3. 2 セミナーの実施									
	3. 3 成果測定									

産婦人科クリニック、自治体、アプリ開発と、マーケティングへとつながる協業体制を組む

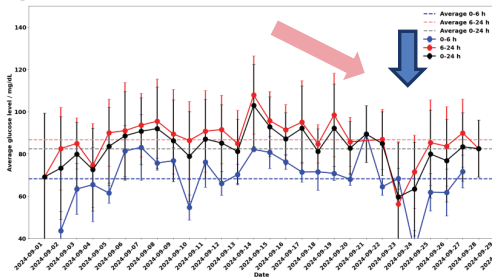


現状の達成状況と成果①：臨床研究データの収集

排卵検査薬とグルコースデータの相関データの取得しており、アルゴリズム構築に向けて仮説検証を進めている。

臨床研究協力者：27名
アンケート回答者：27名
臨床研究データ：32例

①20～40代女性の経時グルコースモニタリングと排卵日の相関関係



連携産婦人科クリニックとの臨床研究データ蓄積

↓
仮説に沿った研究データの観察

↓
排卵予測プログラムの構築に着手



排卵前後での血糖値変動が変化する
(Lin et al. npj Digital Medicine 2023)

現状の達成状況と成果②：妊娠中や産後の食事&メンタルサポート

レディースクリニックの栄養士、佐藤病院との連携を基にセミナーの開催を予定している



ARTカフェでのセミナー
(1月開催予定)

妊活に大切な身体づくりについての勉強会

ARTカフェ

1/18 (土) 14:00~

※お茶と軽食は別料金です
※会場は予約制です
※お申し込みは必ずお電話ください

【セミナー①】
「今の私は何が必要？妊娠しやすい体をつくる食事法を見つけよう」
フィーカレディースクリニック 睡眠健康指導士/管理栄養士 篠原 絵里佳先生

【セミナー②】
「血糖コントロールが生理～妊娠～産後の健康に与える影響」
株式会社SympaFit代表取締役/
順天堂大学革新医療技術開発研究センター特任准教授 加治佐 平先生
【チェアヨガ体験】
「医師が教えるヨガで自分の心と体をケアする習慣を」
医師・YOGA講師 熊倉 みなみ先生

【セミナー③】
「ARTと睡眠の研究結果から学ぶ！良い眠りで妊娠に向けた心と体をつくろう」
フィーカレディースクリニック 睡眠健康指導士/管理栄養士 篠原 絵里佳先生

体組成計測定・骨密度・糖化度測定も無料で測定できます
ご自身の数値を知って妊活に向けた
身体づくりに取り組んでいきましょう
※お申し込みは必ずお電話ください
※ご夫婦での参加も可ですが個別での予約となります
※アンケートがありますのでメール設定をお願いします
※参加は無料ですが完全予約となります(定員20名)
※定員オーバーの場合は抽選とさせていただきます

現状の達成状況と成果③：企業向け妊活セミナー

- ・ 白寿生科学研究所での妊活セミナーの開催
- ・ 東郷町主催 パパママ教室での妊活セミナーの開催



白寿生科学研究所での妊活セミナーの開催
(1月開催予定)

東郷町
Togo Town
人とまちみんな元気の 環境都市

メニュー

・ パパママ教室

令和2年5月から令和3年3月までのパパママ教室について掲載しています。

5月の開催は、新型コロナウイルス感染症の発生状況により中止になります。(7月以降の開催については決定次第お知らせいたします。) [新型コロナウイルス関連ページ](#)をご覧ください。

動画配信

YouTubeにてパパママ教室の内容の配信を始めました。おなかの中の赤ちゃんの成長、妊娠生活で気をつけること（生活、食事、運動）など随時追加していきます。ぜひご覧ください。

・ 第一回「おなかの中の赤ちゃんはどれくらい？」
[\(外部サイトへリンク\)](#)

東郷町パパママ教室でのセミナー開催
(12月、1月開催予定)

現段階での課題 / 課題への対応策

【課題】

- ①臨床研究データの収集：初期データから、生活習慣の違い、薬の服用によってデータが大きく異なる。
- ②妊娠中や産後の食事&メンタルサポートおよび③企業向け妊活セミナー：事業進捗対応の都合上、セミナーの実施が当初予定よりも遅延している。特に、どの企業、自治体においても、稟議上の都合で年末～来年始にかけての開催の予定

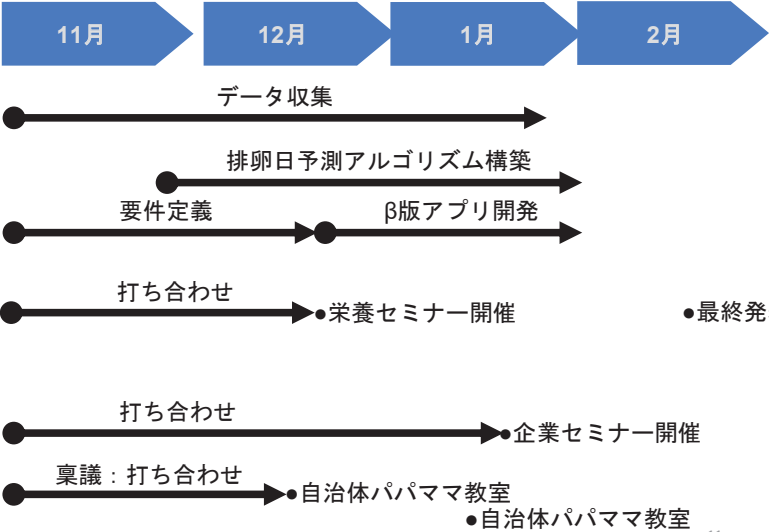
【対応策】

- ①データの蓄積に伴い、統計処理プログラムを追加、修正する。また、解析モデルを生活習慣に合わせる、または薬の服用によって分類分けするモデルに改良する必要がある。
- ②産婦人科クリニックでの栄養セミナー開催に共同開催することで目処がたった。
- ③自治体では、開催回数を複数回に増やしていく。

今後の予定

申請書の予定に概ね沿っており、1～3の各項目について計画どおり進めていく

大項目
1.SympaFitの排卵予測プログラムによる妊娠率の向上
2. SympaFitによる妊娠中や産後のメンタルサポートおよび食事サポート
3. 企業向け妊活セミナーの開催



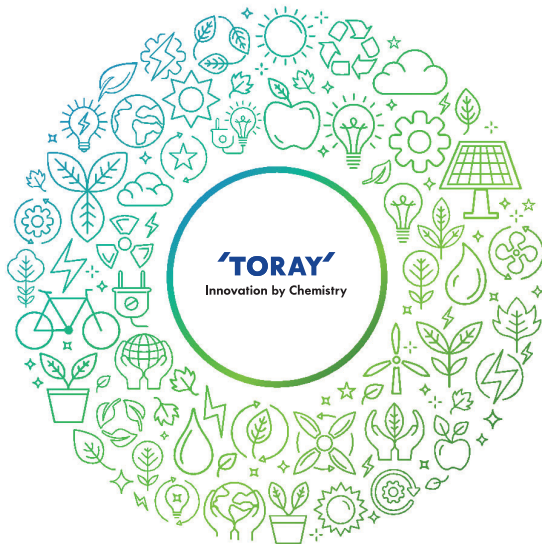
東レ株式会社

痛みの可視化・共感形成を促すWEB サービスとウェアラブル緩和デバイス開発

令和6年度フェムテック等サポートサービス実証事業中間報告

2024/11/20

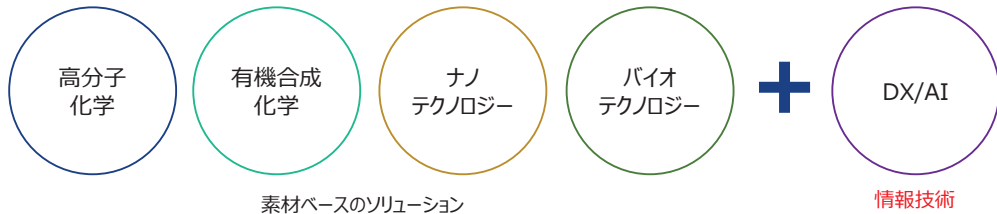
東レ株式会社



素材・テクノロジーの力で女性の全生涯を輝かせる

人口の高齢化、晩婚化、デジタル中心のライフスタイルへ社会が進んでも、依然として、月経、閉経、不妊、うつ病などの痛みや障害は、多くの女性にとって“一人で我慢すべきもの”

素材ベースのソリューションに、情報技術を融合させ、からだと心の課題へ科学的にアプローチ
我慢の裏に隠された、痛みや悩みを、表現し共有できる寛容な社会・会社を目指します



\$80
billion

「痛み」がもたらす労働損失

NIH: National Institute of Health (2004)

\$52
billion

鎮痛剤市場

The International Market Analysis
Research and Consulting Group (2022)

\$5
billion

デジタルセラピー市場 CAGR 31% (2023-2030)

GLOBAL DIGITAL THERAPEUTICS MARKET
2023-2030 DataM Intelligence.



「痛み」の可視化、他者との共有と緩和というアンメッドニーズ⇒巨大な潜在市場

目的：多様な痛みや悩みを可視化し他者とシェアできる300万人の情報・モノ・お金が行き交う“痛み経済圏”の創出を目的とする。

スモールスタートとして今回、働く女性の心身状態をWEBサービスで改善する。共感・癒しあうだけでなく、解決策となる新規ウェアラブル緩和デバイスを試作する。

方法：首肩腰の痛みと精神的ストレスを軸に、普段言えない悩みをWEBサービスで匿名投稿してもらう。対象地域を巨大消費地・中国に広げ、日本と市場性・共通性を比較検証し国際化を加速する。

痛みの可視化/緩和デバイスは、肌に優しい生体情報電極hitoe®でインナーと一体化したウェアラブルデバイスを試作し、素材価値を評価する。

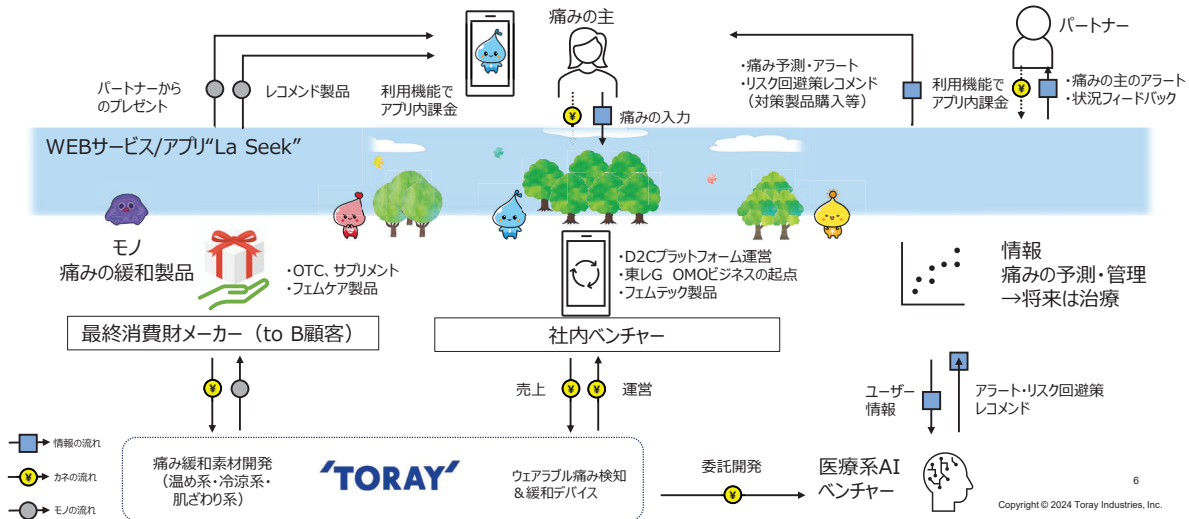
実証内容：実証参加者は日本・中国の働く女性と同僚男性含む100名を対象とし、「痛み悩みのシェアコンテスト」やトレファム®農業体験など一連のプログラムで多様な痛みを出してもらい、周りが気づき理解することで、心身状態が改善するか検証を行う。

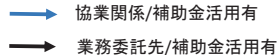
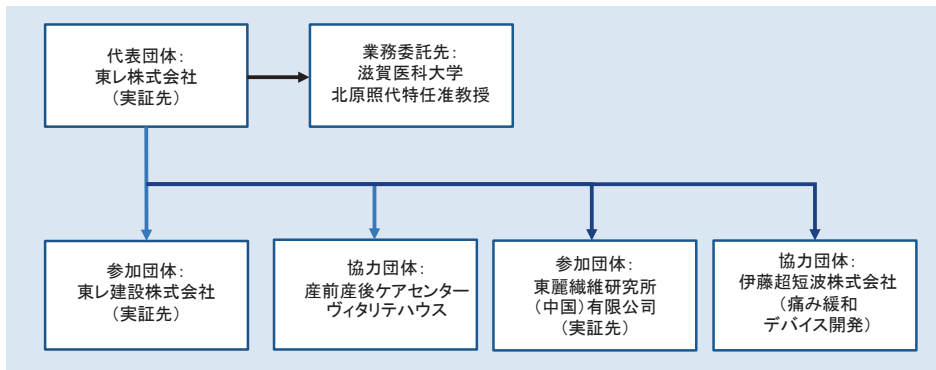
心拍揺らぎによる精神的ストレス指標の改善が40%以上、からだやこころの痛みに関するリテラシー向上が30%以上、デバイス試作品満足度が1.0ポイント以上増加という仮説を実証する。

実施事項			2024						2025		
大項目	小項目		7	8	9	10	11	12	1	2	3
情報提供	セミナー	日本・中国			●				●		
	記事配信	日本・中国									
	イベント準備	日本									
	イベント実施	日本				●			●		
体験提供	hitoe	日本			●		●		●		
	トレファーム	日本			●		●		●		
	ケアアイテム 筋骨格系	日本・中国			●		●		●		
	ケアアイテム 尿失禁系	日本・中国				●		●			
コミュニティ提供	痛みの表出	日本・中国									
	痛みの森マップ	日本・中国									
	シェアコンテスト準備	日本・中国									
	シェアコンテスト実施	日本・中国									
緩和デバイス開発	開発体制構築	日本									
	試作	日本									
	着用評価	日本									
成果測定	Before	日本・中国		●							
	中間フォロー	日本・中国					●				
	After	日本・中国								●	

事業目標 “痛み経済圏”創出

- 痛みのコミュニケーションサイト“La Seek”：痛みを持つ女性とそのパートナーからなる300万人の情報・モノ・お金が行き交うコミュニティ。自身の痛みや悩みにあった緩和製品の購入・プレゼントや、日常で着るだけで痛みを緩和できる未来を実現する





達成状況と成果/課題と対応策

実施事項			達成状況(%)	課題と対応策	トピックス
大項目	小項目				
情報提供	セミナー	日本・中国	100%	日・中間コミュニケーション ⇒翻訳ソフト活用・対面で交流	①
	記事配信	日本・中国	・セミナー実施 10/16 ・記事配信開始 10/25～		
	イベント準備	日本	100%	コスギアイハグの雨天時対応 ⇒晴天プランA/雨天対応B策定	②
	イベント実施	日本	Women'sマルシェ 11/10実施		
体験提供	hitoe	日本	20%	hitoe活用の遅延 ⇒緩和デバイス開発と合わせ推進	
	トレファーム	日本	・hitoe手配のみ実施。		
	ケアアイテム 筋骨格系	日本・中国	50% ・日中17名に実施済み	サイズアップ後、再実施11/11～	
	ケアアイテム 尿失禁系	日本・中国	30% ・プロトサンプル作成 11/1展示	試作とモニター試験実施	
コミュニティ提供	痛みの表出	日本・中国	50% ・La Seek サイトリニューアル開始	デザインよく短期間での中国語サイト構築したい、昨年、後回しにした「痛み」⇒「ソリューション」ができていない⇒D社に業務委託しSPOの知識を補って頂きつつ再構築中	③
	痛みの森マップ	日本・中国			
	シェアコンテスト準備	日本・中国			
	シェアコンテスト実施	日本・中国			
緩和デバイス開発	開発体制構築	日本	50% ・物理療法のパイオニア/伊藤超短波さまと協業可能性検討	・電極として必要とされる安定性・安全性⇒アドバイザー契約の下、定期M実施	
	試作	日本			
	着用評価	日本			
成果測定	Before	日本・中国	100% (IC取得約100名取得)	・結果の解釈	④
	中間フォロー	日本・中国			
	After	日本・中国			

- (1) 日時：10月16日（木）17：00～18：30 オンライン・Teams併用
- (2) 場所：東レ東京本社 25A会議室
- (3) ご登壇者 濱脇文子先生
大阪大学大学院医学系研究科招聘准教授。産前産後ケアセンター「ヴィタリテハウス」の施設長
タイトル：生きているだけで大丈夫！～笑いと涙の産前産後ケア奮闘記～
概要：女性の力強さとお産の重要性が強調され、ソーシャルキャピタルの概念が紹介。
痛みは個人の経験であり、心理的・社会的要因に影響されることが説明され、痛みを共有することの難しさが語られた。女性が直面する様々な痛みや悔しさを大切に、想像力を持って生きることが奨励。
- (4) タイムスケジュール
17：00～18：00 第1部（自己紹介）・第2部（本編）
18：00～18：30 質疑応答
- (5) 結果
 - ・日本・中国ともにとても高い満足度、NPSであった。
 - ・同時翻訳機能はTFRCの満足度はさほど高くない（3.7）が内容の満足度、NPSは日本に比べて高いことから、濱脇先生が伝えたことは、伝わったと推測される。
- (6) 今後に向けて
 - ・改善点としては、内容の点で、中国の国情における女性の状況を分析し、説明することがより良くなることを願っていますという意見、翻訳の点で、翻訳された字幕テキストはあまりまとまりがなく、理解するのが難しく、単語は少し小さいですという意見があった。
 - ・2025年3月まで計画されているTFRCとの実証事業のなかで、働く女性を取り巻く状況の相互理解をサポートする社内ITシステムの利活用や真のニーズに沿う素材メーカーとしてソリューションを議論していきたい。

No.	内容	総合	日本	TFRC（中国）
1	第1部・2部の満足度	4.6（5点中）	4.5	4.7
2	質疑応答の満足度	4.5	4.3	4.6
3	おすすめ度 NPS	30%	24%	37%
4	翻訳字幕対応の満足度	4.0	4.1	3.7
	母数	79人	29名	50名

主催：東レ株式会社 サステナブル技術推進室
協力：東京勤務課・大阪勤務課
労働組合東京支部・大阪支部

生きているだけで大丈夫！

～笑いと涙の産前産後ケア奮闘記～

**男性の参加大歓迎！全員へ
元気と前向きな気持ちをお届けします！**

令和6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」事業

【日時】 10月16日(水) 17:00～18:30

東レ側の所属者の参加（遠隔）時間は労働時間に含まれませんので、ご留意願います。

【会場】 東レ株式会社 本社 25階A会議室 + Teams配信

【対象】 昔、赤ちゃんだった方全員と、命の尊さを再認識したい方、中年期からだと心の痛みに関心がある方、将来、出産を考えている女性、そのパートナーやご家族

【申込】 Formsリンクよりお申込みください

※切：10月11日（金）

<https://forms.office.com/r/20vEkiezPJ>



【内容】

濱脇文子さんは、助産師としての豊富な経験をもとに、命の尊さと生
まれてきたことの素晴らしさを語ります。出産の奇跡を通じて、命の力
と価値を感じることができると強調します。また、中年期における体と
心の痛みについても触れ、痛みは体からのサインであり、無視せずに
向き合うことの重要性を説きます。笑いと涙を交えた講演は、聴講者
に元気と前向きな気持ちを与え、日々の生活において自分自身を大
切にすることの重要性に気付かせてくれるでしょう。



産前産後ケアセンター「ヴィタリテハウス」施設長
大阪大学大学院医学系研究科招聘准教授
濱脇 文子 さん

経済産業省 令和6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」における補助事業費として東レが採択された、「痛みを可視化・共感形成を促すWEBサービスとウェアラブル端末及びAI開発」の実証事業の一環として東レ建設と東証経研研究所（中国）と共同で実施します。

- (1) 日時：11月10日（日）12：00～16：00
- (2) 場所：神奈川県川崎市 コスギアイハグ
- (3) 概要：11月10日、コスギアイハグで「Women's マルシェ」を開催。女性の美と健康をテーマにした多彩な展示やイベントが盛りだくさん！最新のライフスタイルウェアや吸水ショーツ、スキンケア製品の展示、さらには脚の疲れやお悩みやつらい身体のコリに関する解決製品の販売や体験コーナーも充実しました。フェムテックに関するトークセッションや楽しいあしゆび体操のじゃんけん大会も実施。
東レ株式会社、株式会社I-ne、ビップ株式会社のブース来場者にはビップエレキバン他、試供品などプレゼントを配布。
- (4) トークセッション登壇者：
かわさき包括的セクシュアリティ教育ネットワーク 土井希実 様
ビップ(株) マーケティング本部 第二ブランド担当ブランドマネージャー 杉本 和久 様
(株)I-ne ennthy ブランドマネージャー 水田 暉人 様
東麗繊維研究所 商品企画・開発部部长 倪 庆美 様 / 司会進行 東レ(株) 笠坊美紀
- (5) 結果
 - ・地域団体や各社の考え方を知り、「忙しい女性」に対して何ができるか、一体となって考える時間となった。
 - ・中国TFRCから東レフェムテック研究員を招聘、女性の健康にかかわる協業各社や地域のキーパーソンとの交流でき、かけがえのない経験となった。
 - ・曇天もあり客足は少なかった。コスギアイハグで2回目の女性イベント開催だが、3月比半分以下の集客。
 - ・忙しく働く女性へ直接アプローチする時間帯や場所として、ウィークデーかつオフィス周辺がより適している。
 - ・武蔵小杉は小さな子供がいるファミリー層中心で、子ども向けコンテンツでないと集客難しいといえる。
- (6) 今後に向けて
 - ・ウィークデー開催オフィス向けイベントとのコラボ検討（「三井のオフィス」WELLNESS WEEK in 日本橋）
 - ・これまでになかった悩みとして、40代の「多忙」が目立った。LaSeekでは、忙しさへのソリューションを追加する。

No.	内容	参加人数	概要
1	トークセッション	50	女性の健康に対する多様化考えの共有
2	あしゆび体操	15	親子連れをターゲット・参加しやすい
3	足の健康ポスター/足裏スタンプ	50	親子で楽しむイベント、足裏の可視化
4	痛み悩みを伝えてみよう！	31	取り組みへのポジティブなコメント獲得
	素材展示	31	吸水ショーツへの高い関心

Women's Marche
～自分らしさを楽しむ秋のマルシェ～
2024年11月10日(日) 12:00～16:00
コスギアイハグ (アイハグパーク)

東レ株式会社

- なかなか言えない痛みや悩みを伝えよう！
- ライフスタイルウェア・素材展示
- 足の健康セルフチェック

足形スタンプ体験あり（先着順）
QRコードからアンケートに答えて頂いた方にプレゼントがあります（数に限りがあります）

株式会社I-ne

- 肌のうるおう仕組みとバリア機能
- 本当に自分にあったものと出会える？
- 新スキンケアブランドFennthy

インスタ登録でプレゼント
※トークセッション終了後14:15頃より先着150名様限定

ビップ株式会社

- 脚のお悩みに着圧レグウェア、スリムウォークの販売と試着体験
- 冷え知らず着圧ソックス
- 着圧リフレキンス
- 美脚メイクソックス
- つらい身体のコリにビップエレキバンや足裏バンドの販売

SLIM WALK
ブース来場者にはプレゼントがあります（数に限りがあります）

13:15～14:05 トークセッション
フェムテックで解決！美と健康のお悩み

- 性の課題とフェムテック
- 女性特有の痛みや悩みとテクノロジー

14:45～15:15 あしゆび体操
たのしく 足から健康に

足の指を使ったじゃんけん大会を開催します
奮ってご参加ください！
じゃんけん勝者に健康グッズプレゼント

同時開催イベント

- ・川崎市市政100周年記念イベント **ARおかしな街** のチェックポイントの1つです
- ・川崎市緑化フェアイベントとして、トレファムでは収穫体験と緑道植栽体験を開催します
- ・漢方茶の試飲や軽食コーナー、地域団体のコーナーなども設けますので是非ご来場ください

天候状況により中止となるイベントがあります
詳細は前日11/9（土）正午に公式SNS等で発信します

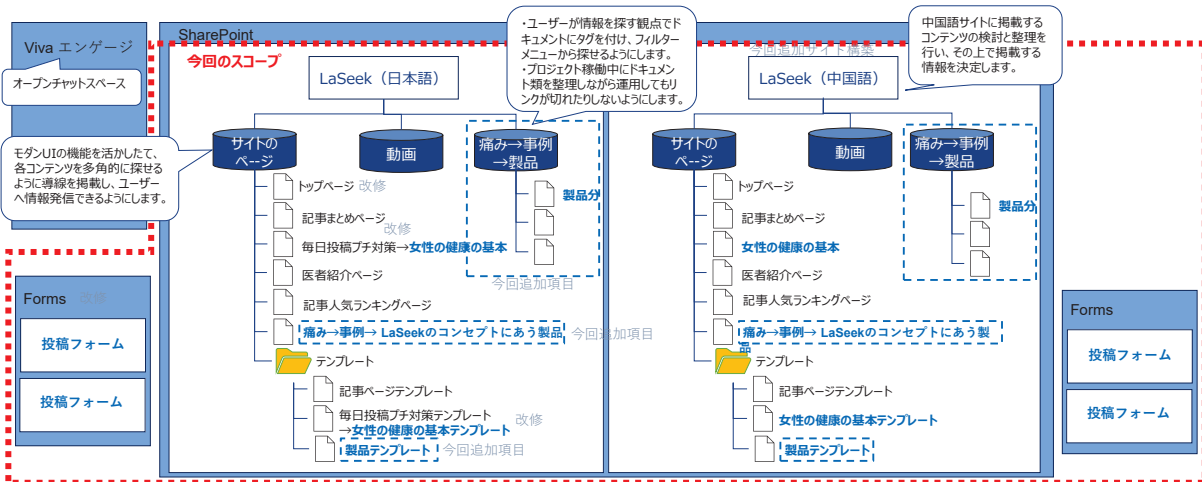
所在地 神奈川県川崎市中原区小杉町3丁目24-10
東急東横線・首尾線「武蔵小杉」駅 徒歩7分
JR南武線「武蔵小杉」駅 徒歩7分
JR横浜線・湘南新宿ライン「武蔵小杉」駅 徒歩10分

TORAY
Innovation by Chemistry

QRコード
HP Instagram

KOSUGI IHUG (コスギアイハグ)

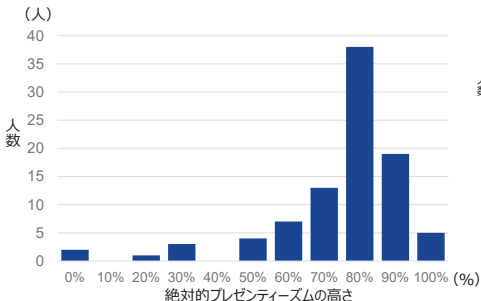
トピックス③ La Seekサイトリニューアル開始



La Seekの日本語サイトと中国とサイトを行き来でき、横展開できる構成とする

- セミナーによる情報提供やケアアイテム体験等の前に、被験者93名の絶対的プレゼンティズム*を測った。
- 国籍別の平均値は、中国人の方が日本人よりも11ポイント高かった。性別の平均値は、男性が女性より10ポイント高かった。

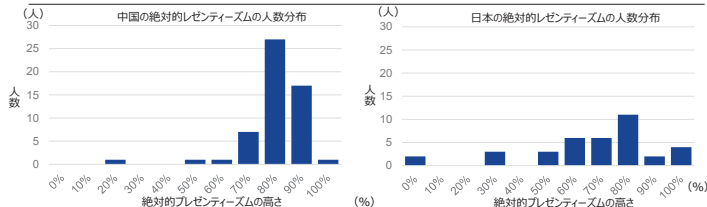
絶対的プレゼンティズムの人数分布



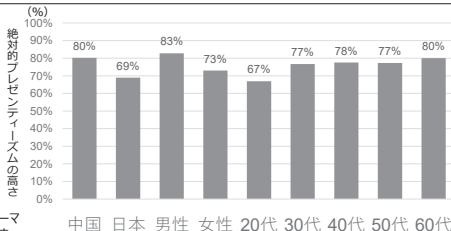
被験者の構成

所属	対象人数
東レ (日本)	27人
東レ建設 (日本)	10人
東麗繊維研究所(中国)	55人
合計	93人

絶対的プレゼンティズムの人数分布 (国籍別)



絶対的プレゼンティズムの平均値 (国籍別/性別/年代別)

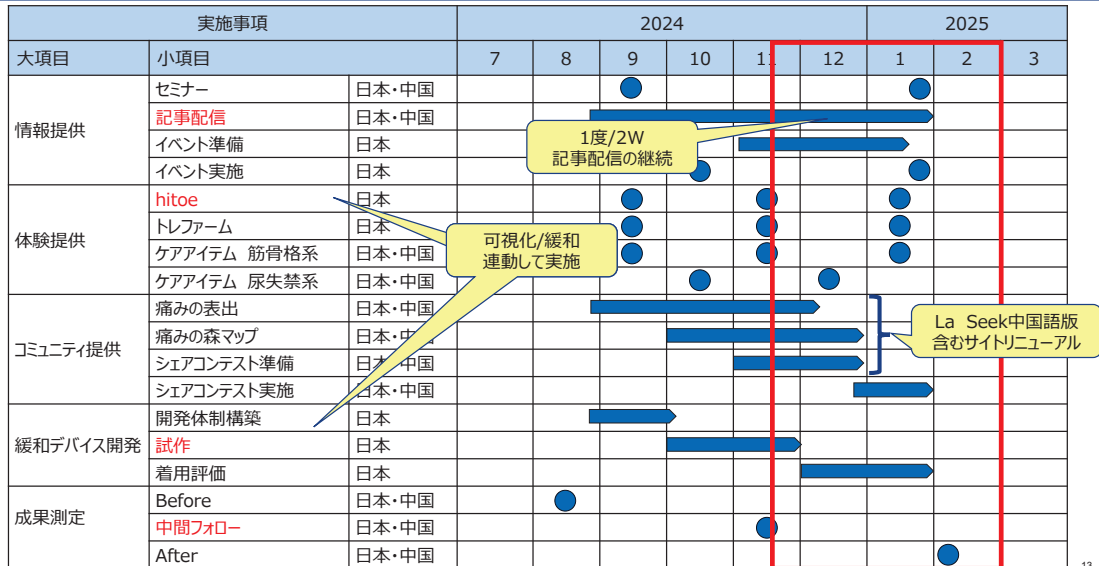


平均が高い傾向

中国 > 日本
男性 > 女性
年齢高い ≥ 低い

* 絶対的プレゼンティズムとは、出勤しているにもかかわらず心身の健康上の問題が作用してパフォーマンスが上がらない状態を指し、生産性を表すスコアです。得点が低いほど生産性が低いことを示します。

今後の予定



肩こりや腰痛のあるオフィスワーカー（最大10名、男性含む）を対象に、肌に優しい生体情報電極hitoe®BK電極でインナーと一体化したウェアラブルデバイスを試作し、痛みの可視化/緩和デバイスでの素材価値を評価する



痛みの可視化

・hitoeベルトタイプを使用

1 時間以内での安全で軽い運動前後で次の項目を比較



痛みの緩和

・腰背部電極配置のレギンス/肩甲骨電極配置のブラ試作

東レ(株)ヒト試料等対象倫理審査で安全性と倫理性を審議
(上記承認前提で)短時間（～10分以内）かつ微弱な電気刺激前後で次の項目を比較

- ✓ 5段階評価の痛みスケールの記録・改善
- ✓ 心拍ゆらぎによる精神的ストレス評価指標（L/T）の記録・改善

- ✓ 従来のゲル電極とhitoe®BK電極で比較
- ✓ 5段階評価の平均満足度の記録・改善

フェーズ1
ミニマルな実証を通じニーズ把握

フェーズ2
バリエーション拡大とシステム構築

フェーズ3
社会実装

対象	課題	2022年度	2023年度	2024年度	2025～2027年度	2028～2030年度
ユーザー	働く女性(20～30代) (生理・月経)	7月 ▼ ワークショップ① ▼ 報告会				
	働く女性 (更年期)		8月 ▼ ワークショップ② ▼ 報告会			
	ユーザー数拡大 (①+②)			8月 ▼ 拡大ワークショップ ▼	▼ 事業性判断	参加企業数拡大
提供製品・サービス	信頼性・安全性確保した上での幅・深さ	化粧品・ホルモンチェック オンライン健康相談	+ 衣料、計測サービス 動画コンテンツ	+ 食品・サプリ等		幅と深さの拡大
システム	基盤構築	要件定義	プロトタイプ開発	東レG内運用テスト	一般向け公開	収益化
地域	情報格差の是正	4以上/47都道府県中	国内8以上	国内12以上 海外1以上		30以上
PJ管理	スキーム・役割分担の定期的な見直し	振り返り・課題設定	振り返り・課題設定	振り返り・課題設定	総括	

PGV株式会社



PGV

Perpetual Gratitude & Voyage

令和6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」中間報告

睡眠時体温管理による睡眠課題の改善効果と
それに伴う更年期症状およびプレゼンティーズムの改善効果に関する研究

2024-11



大学発スタートアップで、最先端の技術を用いた脳波計・解析AIを開発



ファウンダー
大阪大学 産業科学研究所
関谷 毅 栄誉教授

超薄・柔軟な有機エレクトロ
ニクス技術が専門

コア技術

パッチ式脳波計

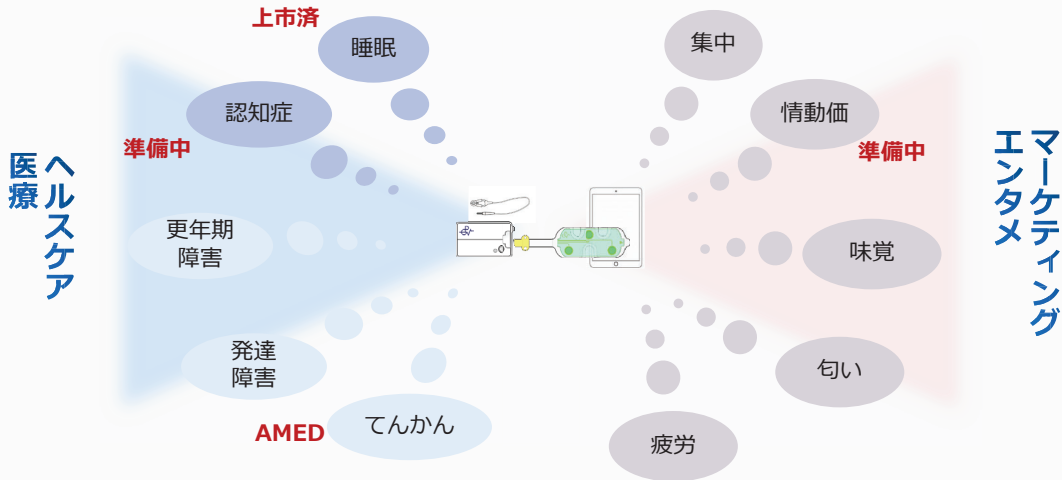


医療機器認証 (Class II)

自動AI解析プラットフォーム構築

NEDO, SBIR (内閣府)、Go-Tech(中小企業庁)、AMEDなど多くの国の技術・スタートアップ支援の仕組みから評価をいただきながら事業を展開

医療・ヘルスケアを軸にした様々なアプリケーション



新たな記述で開発されたどこでも利用できる脳波計。
本取組みでは本デバイスを用い、睡眠計測を実施

高精度

42gと小型軽量

ワイヤレス



医療機器認証 (Class II)
(304AFBZX00012000、2022年1月)



従来型の脳波計と異なって医療機関だけではなく、
自宅や訪問医療や公共施設など
どこでも利用することが可能なメディカルIoTデバイス

不眠をはじめとした更年期症状は本人・企業の課題だが対策できていない



更年期症状の可能性※1

49.3%



更年期症状における睡眠の悩み※2

71%



更年期症状による経済損失※3

1.9兆円

しかし、
企業は更年期症状に関する
対策を実施できていない

出所: 1: 厚生労働省、「更年期症状・障害に関する意識調査基本集計結果」.2022年7月
2: Femall Founders Fund, "Suffering in Silence: The Biases and Data Gaps of Menopause". 2020-10-26
3: 経済産業省、「女性特有の健康課題による経済損失の試算と健康経営の必要性について」.2024年2月

更年期症状に伴う睡眠課題と体温に関する研究の知見を紹介予定

 ScienceDirect

Sleep Medicine
Volume 81, May 2021, Pages 109–115

Original Article

Effects of manipulating body temperature on sleep in postmenopausal women

Kathryn J. Reid^a, Kurt Krieger^b, Daniela Grimaldi^b, James Shorrock^a, Hrayr Attarian^a, Ronell Malkani^a, Matteo Mason^a, Phyllis C. Zee^a

[Show more](#)

[Shore](#) [Cite](#)

<https://doi.org/10.1016/j.sleep.2021.01.064>

[Get rights and content](#)

Highlights

- Sleep disturbance is common in post-menopausal women, and enhancing SWS/SWA may be particularly important in this group.
- Manipulation of body temperature using a variety of techniques has been used previously to alter sleep.
- Sleep on a high heat capacity mattress reduced core body temperature and heart rate and increased SWS compared to control.
- This method represents a potential tool for the manipulation of body temperature to alter sleep.

Sleep, 1762-4971/\$01
© 1994 American Sleep Disorders Association and Sleep Research Society

The Thermoregulatory Effects of Menopausal Hot Flashes on Sleep

Suzanne Woodward and Robert R. Freedman
Wayne State University School of Medicine, Detroit, Michigan, U.S.A.

Summary: Menopausal hot flashes are thought to be a disorder of thermoregulation initiated centrally within the medial preoptic area of the hypothalamus. These heat-loss mechanisms appear to be activated in the presence of normal core body temperature. Previous studies have demonstrated that thermal stimuli have the potential to alter sleep stages. We performed 24-hour ambulatory recordings of hot flashes and all-night sleep parameters on 12 postmenopausal women with hot flashes and seven postmenopausal women without flashes to determine whether the presence of hot flashes prior to sleep or during sleep itself would result in alterations in sleep patterns. The results show that hot flashes are associated with increased Stage 4 sleep and a shortened first rapid eye movement period. Hot flashes occurring in the 2 hours prior to sleep onset were positively correlated with the amount of slow-wave sleep. The central thermoregulatory mechanisms underlying hot flashes may affect hypogamic pathways inducing sleep and heat loss in the absence of a thermal load. **Key Words:** Menopausal hot flashes—slow-wave sleep—thermoregulation.

The most common symptom of the climacteric is the hot flash, consisting of peripheral vasodilatation, sweating, tachycardia and sensations of internal heat (1–3). These heat-loss mechanisms appear to be activated despite apparently normal core body temperatures (4). Body heat is lost rapidly both during and following the hot flash and the subsequent shivering that frequently occurs following a flash raises the core temperature back toward normal within 30 minutes (1,4).

Although hot flashes are associated with the reduced estrogen production and elevated gonadotropin levels precipitating menopause, their etiology is not well understood (5). Removal of ovarian regulatory feedback at menopause does not adequately explain elevations in luteinizing hormone (LH) and follicle-stimulating hormone (FSH) during menopause because elevations in these gonadotropins are often found in the presence of levels of estrogens sufficient to suppress their release (6). The onset of menopausal hot flashes has been shown to be associated with the pulsatile release of LH (7,8). However, hot flashes have been reported to occur following hypophysectomy, suggesting that the triggering factor is not LH per se (9). Therefore, a level of control

higher than the pituitary was thought to be responsible and a role was suggested for hypothalamic luteinizing hormone releasing hormone (LHRH) secretion in menopausal hot flashes. LHRH neurosecretory cell bodies have a close anatomical relationship to hypothalamic thermoregulatory centers and electrophysiological studies have shown that LHRH can alter the firing rate of neurons in the medial preoptic region (1,10). A high concentration of estrogens and progesterone receptors are present in this area, suggesting that the sensitivity of these neurons may be modulated by the level of circulating estrogens (10,11). However, patients with isolated gonadotropin deficiency, with low levels of LHRH, LH and FSH experience hot flashes following estrogen withdrawal. In contrast, patients with hypothalamic amenorrhea did not have hot flashes despite markedly low estrogen levels (12). These findings suggest that altered afferent input to LHRH neurons rather than LHRH secretion is responsible for the initiation of hot flashes and norepinephrine might be a likely candidate for this mechanism.

The medial preoptic area is innervated by ascending noradrenergic neurons, and increased norepinephrine turnover in the hypothalamus is believed responsible for both LHRH release and the thermoregulatory changes comprising menopausal hot flashes (13,14). Peripheral circulating levels of plasma catecholamines do not change before or during hot flashes, but alter-

Accepted for publication May 1994.
Address correspondence and reprint requests to Suzanne Woodward, Ph.D., Department of Psychiatry, C. S. Mott Center, 275 E. Hancock, Detroit, MI 48201, U.S.A.

自宅でできる更年期症状に伴う不眠の改善方法を提案

取り組むべき課題

現状では**多くの企業が更年期症状に対する具体的な対策を十分に講じておらず、対応が遅れているのが実態**。本プロジェクトは、**更年期症状の中でも特に多くの女性が悩む寝つきの悪さや中途早期覚醒などの睡眠課題に焦点**を当て、科学的なアプローチをもとに、企業と従業員双方にとっての解決策を提案

実証事業の内容

豊橋市内の「とよはし健康宣言事業所」に勤務する女性を実証参加者としてリクルートし、専門家によるセミナーを通じて更年期症状と睡眠に関する基礎知識を習得。あわせて、PGVが開発した自宅で利用できるパッチ式脳波計を用いた睡眠計測や、同様に自宅で利用できるデバイスで体温管理しながら、睡眠の改善に向けた行動を実施。そして、参加者の睡眠状態、体温の変化、就業意欲、そして更年期症状の指標を評価。これにより、対象年代の女性が抱える睡眠課題やその改善が働き方に及ぼす効果を検証し、**自宅で利用できるデバイスを用いた、企業や自治体でも導入可能なモデルケースを作成**

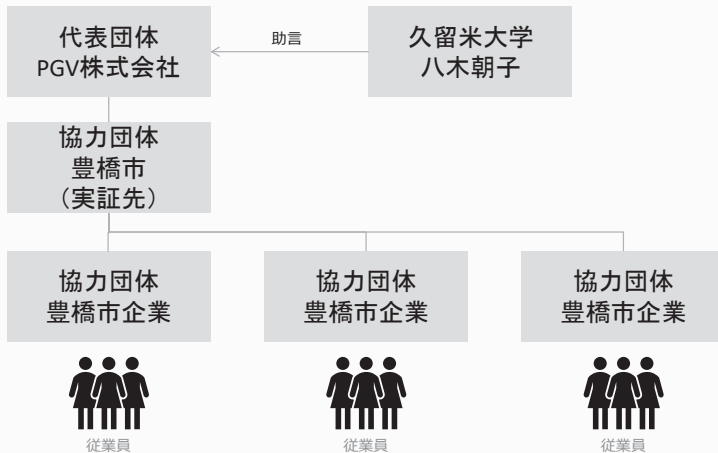
この事業で 貢献できること

参加者が自らの健康課題を認識し適切な改善行動を取ることを支援するだけでなく、企業における更年期症状への対策の必要性を明らかにすることにも目指しています。具体的には、**女性従業員が抱える課題を解消することでウェルビーイングが向上し、就業意欲の改善や生産性の向上、さらには職場全体の離職率の低下が期待**

豊橋市勤務の女性を対象に、睡眠・セミナー・体温計測による改善を企図



PGV、八木朝子先生（久留米大学）、豊橋市にて実施



※豊橋市企業は複数予定

当初予定通り進行中

実施項目			2024年						2025年		
大項目	小項目	note	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1. 倫理委員会											
2. リクルーティング	2.1リクルーティング	豊橋市にて実施									
3. 説明会・事前測定	3.1アンケート@説明会	専門家									
	3.2介入前の睡眠計測	アンケート									
4. セミナー等	4.1 セミナー	脳波計で計測									
	4.2体温計測	わたしの温度									
	4.3改善行動の実施	アドバイスを踏まえ実施									
5. 事後測定	5.1介入後の睡眠計測	脳波計で計測									
	5.2アンケート成果測定	アンケート									
6. 評価	統計解析等	統計解析等									

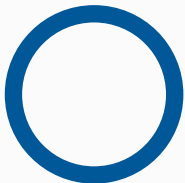
倫理委員会の
開催と承認

11/27@豊橋

12/2@オンライン（録画あり）

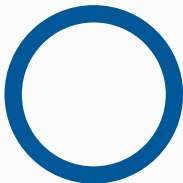
第三者委員等による倫理審査を通し、スケジュール通り進行中

倫理委員会



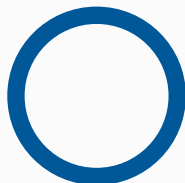
研究計画作成の上、第三者委員等による倫理委員会を開催し、10月25日付で承認

リクルーティング



豊橋市との緊密な連携を進め、企業（とよはし健康宣言事業所）および参加者向けチラシ等を作成の上で、募集に着手。一定の目処

計測等準備



計測デバイス発注や、利用マニュアルを準備

豊橋市とも協力しながら企業・参加者に関心を持ってもらえるようチラシを準備



参加費
無料

不眠に悩まれる 女性向けの イベントのお知らせ

睡眠は、個人のウェルビーイングや企業の生産性に大きな影響を与えることから、近年注目を集めています。この度、45歳から65歳の働く女性を対象に、睡眠の改善に役立ついくつかの取り組みを実施することになりました。本取組みは、経済産業省の令和6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」と豊橋市の協力を得て、PGV株式会社が研究・実証実験として実施します。

POINT1/
オンラインセミナー

久留米大学准教授八木根子先生が、睡眠とその改善方法についてみなさまにレクチャーします



久留米大学准教授
日本睡眠検査学会
理事長
日本睡眠学会理事

POINT2/
睡眠計測@ご自宅

42gのコンパクトで高性能なパッチ式脳波計で睡眠を計測。期間終了後には睡眠状態の分析するレポートをお渡しします



POINT3/
体温管理@ご自宅

睡眠の改善には体温管理が必要です。TOPPANエッジの「わたしの温度」は、専用デバイスとスマートフォンで体温をリアルタイムに計測します。また、このアプリでは専門家へのオンライン相談が可能です（無料）

「わたしの温度」
アプリ

実施期間

11/27(水) ~ 1/10(金)

11月27日(水)と12月2日(月)のイベントへの参加が
原則必須（詳細は要覧）

対象 下記1・2に該当する従業員を募っていただき、企業単位での応募をお願い致します。
①とよはし健康産業事業所に勤める45歳以上65歳未満の女性で、不眠に悩まれている方
②実施期間中、イベント・アンケート・睡眠計測・体温管理等の全てにご協力頂ける方

定員 25名（参加者多数の場合、抽選等を実施させていただきますので予めご了承ください）

申込先URL 企業単位での申込みとさせていただきます。
<https://forms.gle/DsxabcK2JrwrKWVP6>（右QR参照）

問い合わせ先 豊橋市保健所 健康増進課 健康なまづくりグループ
☎0532-39-9116

PGV株式会社
〒441-8539 愛知県豊橋市中野町中屋1000
本番 - 11月17日




実施内容 ■11月27日(水) 10:00~17:30
◎豊橋市保健所・保健センター（〒441-8539 愛知県豊橋市中野町中屋1000）
アンケートと脳波計等のデバイスに関する説明会を実施します。上記時間中、企業ごとに参加者を連れ添ってご参加ください。上記時間中であればいつでも可能です。所要時間は60~90分を予定しております。

■11月27日(水) ~ 11月29日(金) @ご自宅
PGVの脳波計を装着し、睡眠の計測を3日間連続で実施ください。

■12月2日(月) 15:00 ~ 16:30@オンライン (ZOOM)
久留米大学八木根子先生による睡眠に関するオンラインセミナーを実施します。

■12月2日(月) ~ 1月10日(金) @ご自宅
TOPPANエッジの「わたしの温度」を装着し、1.5ヶ月に渡り体温管理を実施していただきます。また、セミナーで紹介された改善行動や、「わたしの温度」のオンライン専門家相談機能を実施、睡眠改善に取り組みてください。

■1月8日(水) ~ 1月10日(金) @ご自宅
再度睡眠の計測を3日間連続で実施ください。またアンケートへの回答をお願いします。

■日報調査中
毎日改めて、みなさまの睡眠状態に関するレポートをお返しします。
※本実証実験のご参加者には上記の全てへの参加・ご協力をお願いいたします。

P6Vの脳波計等について

42gのコンパクト・ワイヤレスのパッチ式脳波計です。高精度で医療機器の認証を取得しています。スマートフォンと組み合わせることで、かんたんに操作することが可能です。

この脳波計で取得した脳波をAIで解析し、睡眠レポートを作成します。



「わたしの温度」について

専用タブレットで体温計測デバイスを装着。就寝中の体温が自動で計測され、スマートフォンのアプリに表示されます。

アプリでは、記録された体温のグラフだけでなく、アドバイス・専門家コラム・オンライン相談などの機能があります



本実証実験について 経済産業省の令和6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」を受け、実施する事業です。詳細はQRをご覧ください。





関係者と密に連携し課題を把握。適宜以下のような対策を実施している

- 課題: 参加者確保の難しさ
 - まだ必ずしも更年期症状に対する企業の課題意識が十分でないことや、情報の取り扱いが難しいセンシティブなテーマであるため
- 対応策:
 - 豊橋市と連携し、健康支援事業所として登録している事業所への声がけを実施
 - また、わかりやすいチラシなどを活用しながら取り組み意義などを理解いただき進める
- 課題: 参加者に負担のないオペレーションの実施
 - マニュアル類の新規作成に加え、11/27には対面での説明会を実施。自宅でのデバイス操作がスムーズに進むようレクチャー

11/27に説明会、12/2にセミナー（オンライン・録画あり）を予定

実施項目			2024年						2025年		
大項目	小項目	note	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1. 倫理委員会											
2. リクルーティング	2.1リクルーティング	豊橋市にて実施									
3. 説明会・事前測定	3.1アンケート@説明会	専門家									
	3.2介入前の睡眠計測	アンケート									
4. セミナー等	4.1 セミナー	脳波計で計測									
	4.2体温計測	わたしの温度									
	4.3改善行動の実施	アドバイスを踏まえ実施									
5. 事後測定	5.1介入後の睡眠計測	脳波計で計測									
	5.2アンケート成果測定	アンケート									
6. 評価	統計解析等	統計解析等									

倫理委員会の
開催と承認

11/27@豊橋

12/2@オンライン（録画あり）

広島テレビ放送株式会社



広テレ!

令和6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

WeSUP.

ウィサポ

女性アスリートのヘルスコントロールとウェルビーイングを
実現するための検証プログラム

広島テレビ放送株式会社



広島テレビが取材した女性アスリートのリアルな声です

お腹が痛くなったり、腰が張ったり、
調子良くなってきても走れなくなったり、結構きつい。

結婚・出産＝引退のイメージ

海外では低用量ピルなどを服用して月経をコントロールしたり、
出産後に復帰する選手も多く、ウェルビーイング向上を目指す取り組みも
進んでいますが、日本は支援が遅れています



女性アスリートの健康課題は切実です



例えば…

- 月経と試合が重なり、いいパフォーマンスが発揮できない
- 激しいトレーニングや体重制限で無月経、月経不順になるリスク
(骨粗しょう症、不妊につながる恐れも)
- 選手、コーチ、保護者も教育を受ける機会がほとんどない

女性たちがキャリアとライフプランのどちらも諦めなくて済むよう
速やかな支援体制の構築が必要です

事業目的

そこで、私たち広島の産学医(We)が連携して女性アスリートを支援(Support)し、
その効果を検証する**ウィサポ**を始めました

WeSUP.
ウィサポ

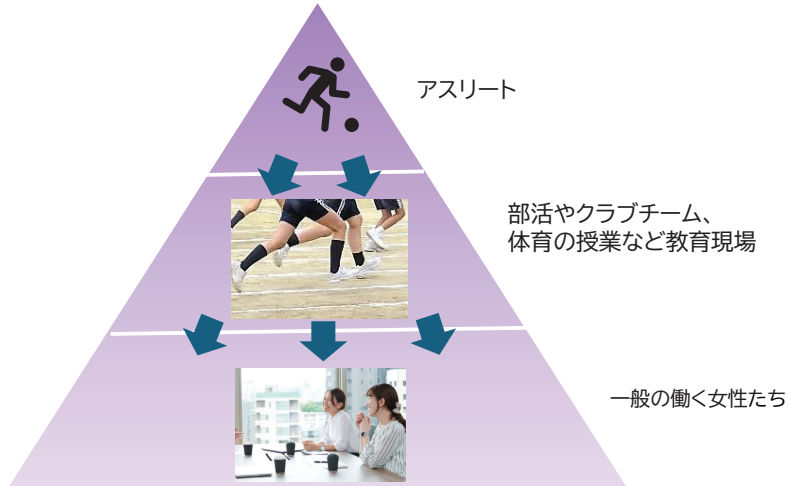


長期目標

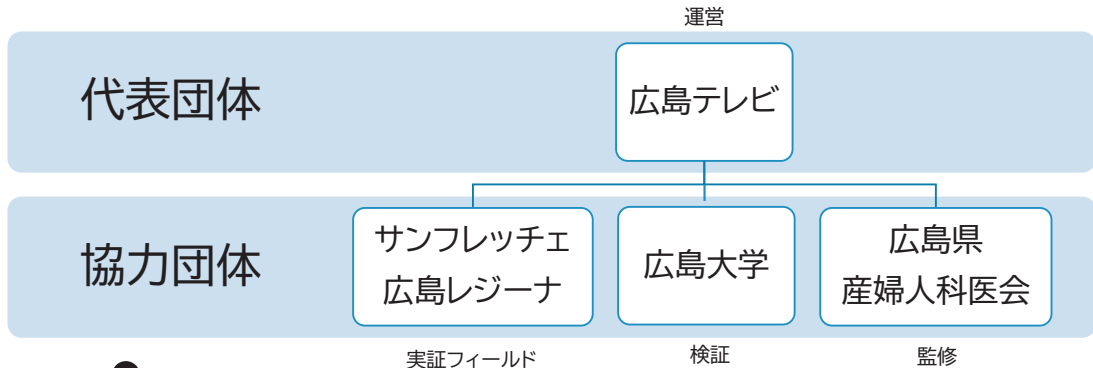
スポーツを愛する女性たちが**適切な教育**と**サポート**を受けることで
選手として、女性として、ウェルビーイングを追求できる社会を目指します

事業目的

効果が認められれば、アスリートをはじめ、教育現場や一般の方々にも広げ、
女性たちの健康とウェルビーイングに貢献したいと考えています



実施体制



実施項目

女性特有の健康課題において、適切な教育と支援が
女性アスリートにどのような影響を与えるかを検証します

約5
カ月に
わたり
介入
↓↓↓

1



教育

ヘルスリテラシー向上のためのアスリートに特化した講習会

2



支援

- ・医師の監修
- ・競技の特性に合ったフェムテック商品の提供/試用



3



検証

月経周辺期症状の重症度、QOL、パフォーマンスの変化

1



教育

ヘルスリテラシー向上のためのアスリートに特化した講習会

工夫点

- ・女性特有の健康課題に関する講習を受けたことのない選手が多かったため、女性ホルモンが体に及ぼす影響など、基礎をしっかりとおさえた
- ・意識や行動変容に繋げるために、オリンピック選手など日本や世界のトップアスリートの現状や月経対策などを具体的に示し「なぜ今、こうした教育を受けることが大事なのか」、知ってもらうことを最優先させた
- ・事前調査・問診票の結果から関心の高かった低用量ピルや、月経痛を抑えるための薬の服用タイミングについて詳しく説明するなど、選手やチームのニーズに応える内容を盛り込んだ

課題と対策

- ・選手が受け身にならず、自分事にしていくためにグループワークも取り入れるなど講習の仕方にもバリエーションが必要。また、チーム内でこうした会話が気兼ねなくできるよう、雰囲気作りも大事

2



支援

- ・医師の監修
- ・競技の特性に合ったフェムテック商品の提供/試用

工夫点

- ・フェムテック商品の選定にあたっては、チームにヒアリングをし、選手らの困りごとに応えられるものにした
- ・また、検証が終わった後にも店頭やインターネットで手に入れやすいものにした
- ・ただ商品を提供するのではなく、どうしてこの商品を提供するのか。使用の目的や使用方法、注意点、どこで購入できるかなどを、医師の監修の元にまとめた説明書を添付した

課題と対策

- ・月経カップなど、体内に入れる商品に関しては不安の声があがり、詳しい使用方法など問い合わせが入った。講習の中で講師(医師)に触れていただいたが、生産者に直接説明いただく機会などあればなおいいと感じた

3



検証

月経周辺期症状の重症度、QOL、パフォーマンスの変化

工夫点

- ・選手らの負担を軽減するために、スマホで回答する方法も検討したが同じ症状に関して月経前、月経中、月経後と、それぞれ回答が必要であったため、自らの回答を振り返りやすくするために紙ベースで実施した

課題と対策

- ・質問数が多いため、選手らの負担を軽減するために回答用紙の大きさや表記について検討が必要
- ・しかしながら、今後2回の調査があるが、途中で表記を変更すると、回答結果に影響を及ぼす可能性があることから、今回の検証については初回の書式で通すことにした。今後は、初回から見やすさ、回答しやすさを意識して作成する必要がある

実施目標

女子サッカークラブ「サンフレッチェ広島レジーナ」に所属する選手のうち



内容	目標数値
月経周辺期症状の重症度	30%が改善
QOL	10%が向上
パフォーマンス	10%が向上

- ✓ 月経周期によるパフォーマンスの変化の有無、内容を意識する
- ✓ 不安や不調を隠さず、周囲に相談できるようになる
- ✓ 自分やチームメイトの体への理解が深まる
- ✓ セルフケアに慣れて自分に合った商品やサービスを選択できるようになる

達成状況と成果

1



教育

済

第一回ヘルスリテラシー講習会

第二回ヘルスリテラシー講習会

第一回 ヘルスリテラシー講習会

開催日：2024年10月22日(火)

参加者：サンフレッチェ広島レジーナ 選手23名

※欠席者は後日記録動画を視聴

講師：能瀬さやか（産婦人科医）ハイパフォーマンススポーツセンター

国立スポーツ科学センター スポーツ医学研究部門 婦人科

テーマ：「ホルモンが女性に及ぼす影響(月経を含む)」

「アスリートのパフォーマンスに月経が及ぼす影響」



講習会後の選手らの行動に変化も

- * 月経やPMSについて自らインターネットで調べる
- * 選手同士で情報を共有



※本講習会は「夢や生き方の多様性にあふれ、一人ひとりが輝く社会の実現・発展に貢献する」ことを目指す、WEリーグの理念推進日「**WE ACTION DAY**」にも指定されました。

達成状況と成果

2



支援

実施中

医療監修

実施中

フェムテック商品の提供・試用

*医療監修

問診票で選手全員の健康状態を確認・個別相談

*フェムテック商品の提供・試用

運動量が多い、汗を大量にかく、ユニホームの色が白のため経血のもれが気になる、遠征のための移動が多いなど、

サッカー選手の特性に合わせた商品を6種類提供 [経血を通さない機能性インナー・月経カップ・デリケートゾーン用ソープ(膣ガンジダ症対策)など]

*狙い

✓ 自分自身の状態を知る

✓ パフォーマンスを下支えするライフスタイル、心身の状態を「セルフケア」で改善する方法を身に付ける

3



検証

済

事前調査

中間調査

事後調査

【月経周辺期症状の重症度・事前調査】
・個人差が大きく、ほとんど症状を感じていない選手がいる一方、痛みなど症状を強く感じている選手も

・全体的に、月経中にむくみを強く感じている選手が多い



調査の都度、選手にフィードバック

*検証

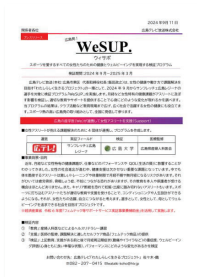
・選手の月経周辺期症状の重症度、QOL、パフォーマンスに関するデータを収集

・介入前と後でどのような変化がみられるのか検証

成果

放送を通してアスリートを含め、女性が抱える健康課題や、それを知ることの大切さを広く発信しました。

また、プレスリリースがきっかけで地元経済誌や県外メディアにも取り上げられました。



日にち	メディア	内容
9月11日	広島テレビからプレスリリース	WeSUP. 取り組み紹介
10月1日	広島経済レポート 第2996号 (※株式会社経済レポート発刊の経済紙)	WeSUP. 取り組み紹介
10月22日	広島テレビ タ方ワイド番組「テレビ派」 ※地上波、WEB配信	 NNN広テレビニュース 女性アスリートの課題解決へ 健康課題の講習会
10月29日	広島テレビ タ方ワイド番組「テレビ派」 ※地上波、WEB配信(YAHOO! ニュースなどでも掲載)	 NNN広テレビニュース 「女性アスリートの健康 月経が パフォーマンスに与える影響と 正しい知識の重要性」
11月1日	企業と広告 11月号 (※広告情報誌)	WeSUP. 取り組み紹介
11月15日	テレビ愛知 「FOOT HOPEs〜わたしたちが創る未来〜」 ※TVerで配信中	 TVer 「FOOT HOPEs」 サイト
11月〇日	WEリーグ 公式HP	 WEリーグ WE ACTION DAY サイト



今後の予定

2024年

2025年

9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
	調査#1		調査#2		調査#3	検証
	医師の監修					
	講習会		講習会			
	フェムテック・フェムケア商品の試用(セルフケア)					

2025年3月以降～

レジーナに関する長期目標

- ・定期的に教育を継続
- ・ビルなどで月経コントロールをするなど
コンディショニングの仕方に変化
- ・出産など人生設計が立てられるようになる
- ・若い世代の健康課題に関する教育にも
関与できるようになる

他のスポーツチームへの介入

- ・同プログラムをブラッシュアップし、
他のスポーツチームに広げる
- ・クラブ活動など一般向けのプログラムも
開発、普及させる

- ✓ 2回目の講習会及び2次、3次調査はサンフレッチェ広島レジーナと日程調整中
シーズン中のため、試合状況やコンディションを見て判断

読んでいただき、ありがとうございました

女性の「わたしらしく生きる」を応援！

女性活躍推進という言葉が独り歩きしています。
実際には、家事・育児の負担、
生理や更年期のつらさなど
がまんやあきらめが多いのが現実。

そういう社会を少しずつ変えていきたい。
より「わたしらしく」、より豊かに生きるために。

多様性を大切に、様々な選択肢がある未来へ。
まずは自分のまわりから、一緒に変えていきませんか？

わたしらしく生きる *Live true to yourself.* プロジェクト

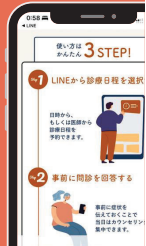


WEBサイト

広テレ!

株式会社My Fit

医師と医療従事者のコラボによる
持続可能な更年期オンライン
診療事業の効果検証



事業背景 -更年期とは-

・一般的に、閉経前後5年間・合わせて10年間の期間を更年期と呼ぶ。40歳を過ぎた頃から、男女問わずエストロゲンの分泌は不安定になる。特に女性の場合、エストロゲンは多くなったり少なくなったりと揺らぎながら減少する。この“揺らぎ”によって、ほてりやのぼせ、発汗、不眠など身体的・精神的不調が現れるが、この更年期に起こる不調こそが更年期障害と呼ばれる。

・40代女性の3人に1人、50代女性の2人に1人が更年期障害の可能性※1があり更年期症状に起因する経済損失は年間1.9兆円※2に至る。

更年期症状が起きる原理

年齢によるエストロゲン分泌量の変化と補充されるエストロゲンのイメージ

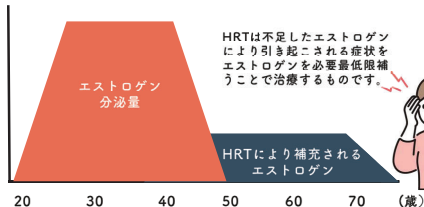
主な症状

女性ホルモンの分泌が急激に減少しホルモンバランスが乱れることで起きる主な更年期症状を以下に記載

更年期障害の可能性※1

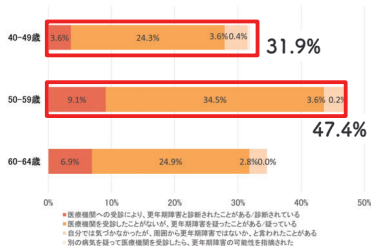
40-50代の女性の内3-5割程度更年期障害の可能性がある

エストロゲン分泌量



約100種類以上の症状がある

記憶力の低下	頭痛	うつ状態
発汗	肩こり	のぼせ、火照り
冷え	頻尿	イライラ
抜け毛	不眠	倦怠感
動悸	めまい	口の渇き



※1 厚生労働省（2022）「更年期症状・障害に関する意識調査」

※2 経済産業省（2024）「女性特有の健康課題による経済損失の試算と健康経営の必要性について」

調査内では「その他」「考えたこと/疑ったことはない」の選択肢もあるが今回は上記選択肢のみを抜粋した

事業背景 -更年期治療に関する概況-

- ・診療報酬の低さや、お産・婦人科がんを優先的に対応しないといけない背景からも更年期障害を熟知している医師は少ない。
- ・更年期医学会は国際的な標準治療である、減少した女性ホルモンを補充するホルモン補充療法(HRT)を推奨している。

数少ない産婦人科クリニック

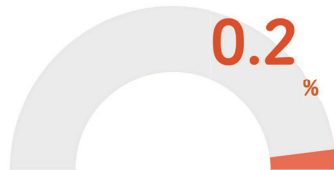
産婦人科を標榜する診療所は
全国に2,826施設しかない※1



更年期を熟知した医師は少ない

女性ヘルスケア専門医は約1,300名

更年期障害に深い知見がある
医師は医師全体の



※1 厚生労働省「令和2（2020）年医療施設（静態・動態）調査（確定数）・病院報告の概況

事業目的

更年期症状に悩む女性に、適切な更年期治療を届けることで、健康を諦める人を減らす。

MYLILY
マイリリー

更年期障害特化のオンライン診療事業

- 01 スマホ一つで更年期障害を熟知した産婦人科医師による手厚い診察
- 02 HRTから漢方まで幅広い医薬品から処方
- 03 診療前後の継続的な症状データ取得により個別ケアを推進



実施項目とKPI

実施項目

- ・ MYLILYの診療・処方薬の服用・24時間の個別ケアサービスを2ヶ月間利用
- ・ MYLILY利用前後のアンケート回答

【実施方法】

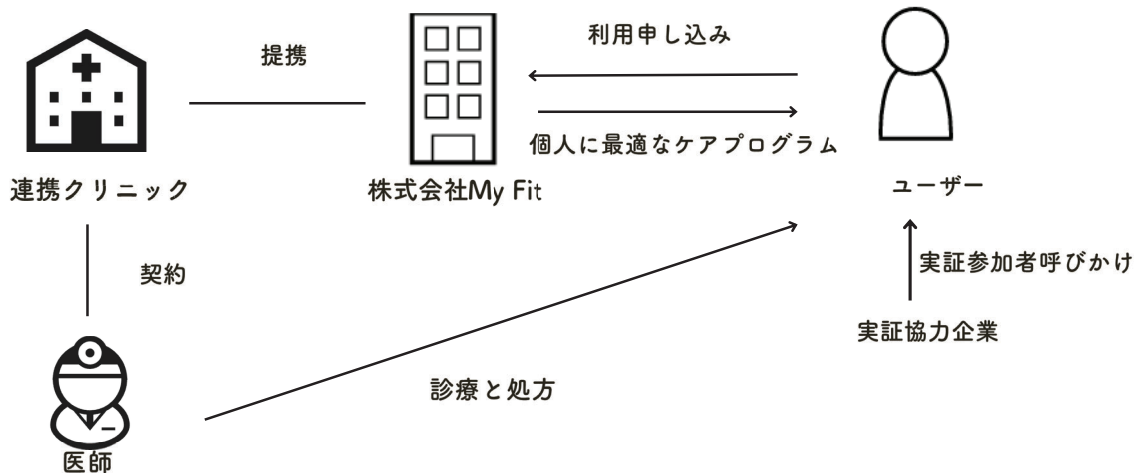
企業を通じて実証の案内。
対象者は更年期症状を抱える女性社員

参加企業：
伊藤忠商事株式会社、オムロン株式会社、
株式会社バリュークリエイト、
株式会社丸井グループ、日本生命保険相互会社

KPI

- ・ 利用ユーザー230件
- ・ 「あなた自身についてうかがいます。過去4週間(28日間)の勤務日における総合的なパフォーマンスを、あなた自身はどのように評価しますか？0から10までの尺度から選んでください。」の診療前後の改善※80%の方が1ヶ月で改善することを目指す
- ・ MYLILY症状記録アプリでの症状変化の推移、80%が改善する
- ・ NPS 4.5(5点満点)

実施体制



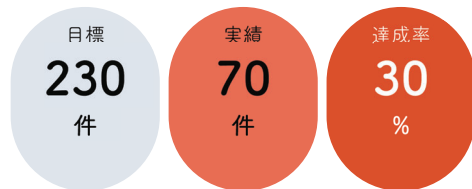
達成状況

実証事業登録数



現在、株式会社丸井グループ・伊藤忠商事株式会社・オムロン株式会社のみで上記の実績を達成。
今後、オムロン株式会社での呼びかけを強め、株式会社バリュークリエイトと日本生命保険相互会社での呼びかけを始める。

MYLILY利用者数



現在、MYLILYのオンライン診療まで実施済みが48件。
開始時期が10月半ばと遅れたため達成率に遅れが出ている状況である。

今後の見通しと展望

01

サービス利用までの促進

実証事業に申し込んでからMYLILYの利用開始するまでの期間が空いてしまっている



アンケート申し込みの後、動線がしっかりと引けていない可能性あり



アンケートの結果画面に診療予約ページへの遷移ができるようURLを追加。こちらからも催促する

02

利用申込者の拡張

最低目標の70件は到達しているものの100件超えはまだできていない



11月末まで実証に参加できる更年期女性への声かけを続ける

03

利用者の属性の偏り

実証参加者だと無料ということもあり、症状が曖昧な患者が多い。更年期症状なのか加齢による不調なのか、見極めが困難なため漢方が処方されがち



通常のサービス利用しているユーザーと実証参加者のユーザーの質が異なることが判明



通常のMYLILYのユーザーとの比較を出すことも本実証の効果測定としては重要なキーになると考える

01

参加企業の獲得

更年期障害のケアのニーズの緊急度や重要度が高くない現状を痛感しており、参加企業が思うように増えていない。

“女性の更年期ケア”だけでは、企業にとって対象ユーザーが限定的であり導入ハードルもあると考える。

02

利用者の獲得

利用者を可能な限り増やしたいが、2ヶ月の参加期間と医薬品を処方されたい更年期症状を持つ40-50代の働く女性というところでTAMが小さく募集が難航している。

課題への対応策

	課題	施策
1	参加企業の獲得	・企業の費用負担が生じないようにして、リファラルもしくはイベントを通じたコネクションづくりを元に参加企業を集める
2	利用者の獲得	・既存の実証先に参加者を増やしてもらうよう再度依頼する。 ・企業からの流入だけでなく、リファラルやSNSを通じて働く女性にダイレクトにアプローチをして参加者を集める

今後のスケジュール

2024年

2025年

11月

参加者募集

12月

利用後アンケート
回収開始

1月

結果の整理と
クロージング

2月

最終報告会に
向けて整理

3月

報告書提出

今後、オムロン株式会社での
呼びかけを強め、株式会社パ
リュークリエイトと日本生命
保険相互会社での呼びかけを
始める

サービス引き続き利用しても
らうと共に、2ヶ月間のサー
ビス利用後アンケートの回収
を開始。未利用者の催促

利用前後のアンケートの統合
と、最終アンケートの回答の
促進

最終報告会に向けての資料整
理や確定検査に向けて調整
NPSや事後アンケートの結果
を踏まえて分析

実証後も機能追加などを継続
的に行う

マインドウェル株式会社

カップルセラピーを活用した
一般不妊治療段階における男女への
オンライン支援事業

マインドウェル株式会社

不妊治療における心理的負荷は男性よりも 女性の方が有意に高いとされる

「他の人の妊娠が喜べないと感じましたか」という質問に
少しだけ・ときどき・たいてい・いつもと回答した人の割合

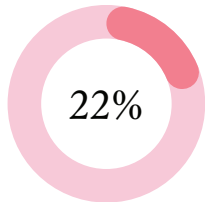


「パートナーへの怒りを感じることもある」という質問に
少しだけ・ときどき・たいてい・いつもと回答した人の割合

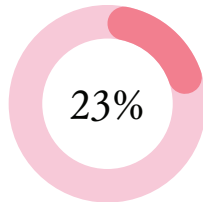


しかしながら、多くの不妊治療中の女性が
不妊に関わる諸問題を男性と共有せず
抱え込む傾向があると推察される

身体的負担について
夫婦間で話し合いをしている



精神的負担について
夫婦間で話し合いをしている



目的 1

不妊治療に取り組むことによって発生しうる心理的負荷に対し、
カップルがともに悩み、協力する体制を早期から整える

目的 2

不妊治療早期に当事者らに対するカップルセラピーを導入すること
の有用性を実証

Q カップルセラピーとは

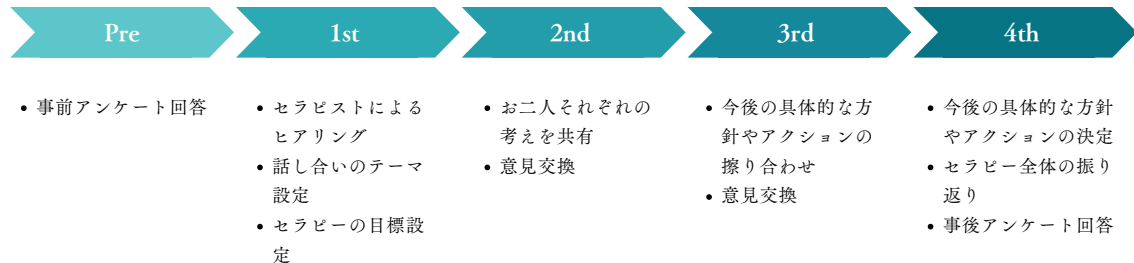
カップルや夫婦が二人で一緒に受けるカウンセリングです。二人だけでは克服が難しいコミュニケーションやセックスのことについて、セラピストの介入を用いた解決を目指します。「カップルカウンセリング」やかつては「夫婦カウンセリング」の名称でも知られており、欧米では広く受け入れられています。



Q なぜカップルセラピーなのか

不妊治療においては、その悩みを女性だけ・男性だけが個別に抱えるのではなく、困難を二人のものとして共有し、一緒に解決していくことが必要です。カップルセラピーでは「誰かの問題」を「二人の課題」と捉えるところから始めます。そのためには、カップルが揃って課題を直視し、第三者と解決を模索する建設的な場が必要となります。

一般不妊治療期または検討段階における当事者へ
心理士によるカップルセラピー（オンライン×45分間）を
1週間に1度のペースで提供



- 01 一般不妊治療を受ける、もしくは検討している男女を対象に
無償カップルセラピーの希望者を募集
- 02 希望者にカップルセラピーを提供し、その前後に心理尺度調査
を実施
- 03 調査結果をもとに個人の態度変容と仕事へのパフォーマンス
との関係性に関するセミナーを企業の従業員向けに実施

不妊治療段階におけるカップル間のコミュニケーションへの 早期介入とその成果を測定

- ✓ 働きながら一般不妊治療をしている、または検討している男女への
無償カップルセラピーの実施（30組以上）
- ✓ カップルセラピー体験者のアンケート結果の回収と分析を行い、
以下の肯定的な心理的变化が見られた方の割合6割を達成
 - 夫婦関係満足度尺度における、各項目の点数増加
 - 援助要請スタイル尺度における、回避型因子の点数減少
 - Communication Patterns Questionnaire (CPQ) における、相互回避的因子の点数減少
 - 主観的幸福度尺度における、カップル双方の点数増加

代表団体：カップルセラピーの提供・調査及びセミナー実施

マインドウェル株式会社

協力団体：実証フィールド（セラピー体験者及びセミナー参加者）の提供

アンファー株式会社

京都府亀岡市

グレイス杉山クリニック SHIBUYA

金子漢方薬局

Lumirous Sdn. Bhd.

WWJ株式会社

株式会社Hajimari

株式会社ゼネラルリンク

01 一般不妊治療を受ける、もしくは検討している男女を対象に無償 カップルセラピーの希望者を募集

18/30 (60%達成)



オフィス・コワーキング
スペースへの
パンフレット設置



婦人科医師からの紹介



SNSでのDM送付



企業内コミュニケーション
ツールでの告知



医師とコラボしたライ
ブ配信・ウェビナーの
実施



「妊活 相談」等の
KWでの検索広告出稿

- 02 希望者にカップルセラピーを提供し、その前後に心理尺度調査を実施

3/30（10%達成）

カップルセラピーの体験中が過半の段階

- 03 調査結果をもとに個人の態度変容と仕事へのパフォーマンスとの関係性に関するセミナーを企業の従業員向けに実施

2025年1月以降実施

01 カップルセラピーは12月中に募集数の実施を完了予定

11月下旬までの募集とし、4回のセラピーの完了までに1ヶ月程度かかる想定

02 企業向けセミナーの実施に向けた準備

年明けに企業向けセミナーを実施するための準備として、12月中に調査結果のまとめを行う

カップルセラピー体験者の確保

- 問題が顕在化していない段階でのセラピーの利用
- カップルが2名揃っての参加

の2点がハードルとなり、体験者の確保進捗が想定よりも鈍化した。



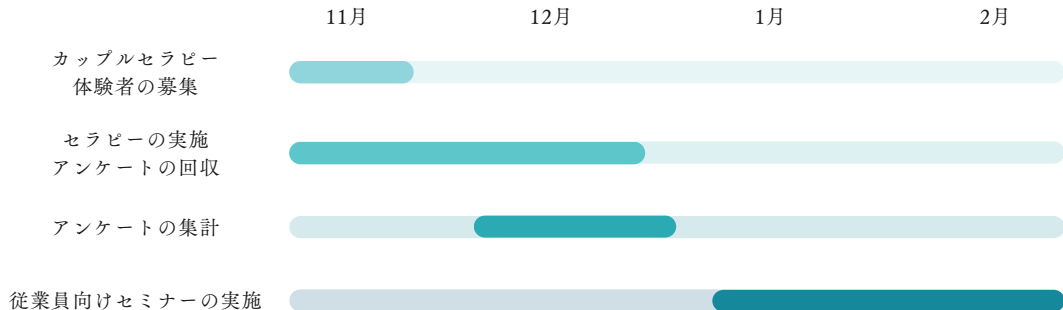
途中から募集方法の拡大や、既存の確保先からの流入を強化したところ、効果が高かったのは以下の施策。

- SNSのDM
- 医療機関からの紹介
- LINE公式アカウントでの質疑応答

セグメンティングのしやすさとボリューム

早期タッチポイントと医師の信頼性

応募前にパートナーの誘い方の相談等に乗る



「カップルセラピーを体験したい個人の方」「従業員向けセミナーに興味のある企業のご担当者」
ぜひご連絡いただけますと幸いです。（お問い合わせ先：info@mindwell.co.jp）

メディカル・データ・ビジョン株式会社

実証事業名

「慢性痛と体調不良を可視化するアプリ」と、オンライン・マインドフルネスを組み合わせた場合における、慢性痛および体調不良の緩和効果ならびに女性のプレゼンティーズムの改善効果の検証事業

代表団体名

メディカル・データ・ビジョン株式会社



痛み可視化アプリ

PMS(月経前症候群)の悩みを一緒に乗り越える

痛みをスコア化

測定

このアプリでは、利用者が申告する痛みと体内の自律神経反応の変化を測定します。そこから総合的な『痛みスコア』を表示し、自身の痛みの状態を確認します。

監修



Jun Sato 医師
佐藤 純

中部大学大学院 教授・愛知医科大学 客員教授
30数年にわたり、気象と痛み、自律神経との関係を、動物実験や臨床実験で本格的に研究。天気と体調の関係についてメカニズム研究をしている世界でも唯一無二のドクター。

講師



Kiyoko Inoue
井上 清子 講師

MBCT(マインドフルネス認知療法)講師
大学で心理学を学び、卒業後マインドフルネス、ヨガ、瞑り等、心身の健康に関するスタジオを開設、主宰し、10数年にわたり指導をしている。



アプリでシェア

共有

LINEで痛みスコアを共有。同僚やパートナーなどまわりに痛みを伝え、理解を深めます。



大丈夫ですか?無理せず、ゆっくり休んでください。

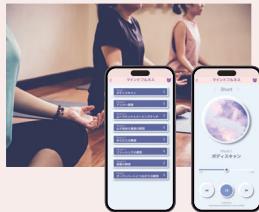


大丈夫?子どもは僕が保育園に迎えに行くよ。何か食べられそうなものあるかな? 帰ってつくろよ。

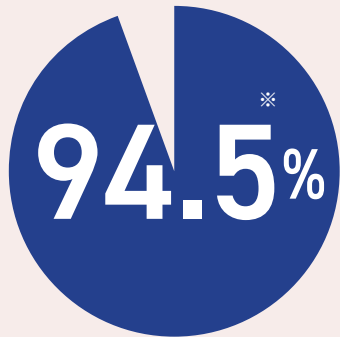
アプリでセルフケア

負担ケア

PMSの症状に対する認知変容を目的とした音声コンテンツをご用意。またご利用者には経験豊富なインストラクターがオンラインで丁寧にレクチャーします。



女性がPMS(月経前症候群)の 症状を感じたことがある



さらに
月経周辺期

90%の女性が
労働生産性の低下

30%は
労働生産性が
半分以下

※株式会社エムティーアイ PMS(月経前症候群)に関する意識調査ほか

25歳から39歳の女性の就業率

25歳から39歳の
女性の就業率は8割を超え、
共働き世帯も
約7割を占めています。





働く女性たちが場所や時間を選ばず
アプリ上で、PMS女性向けに特別に
開発した音声コンテンツを使ってマ
インドフルネスを実践することで、
疼痛と自律神経系の変調に伴う体調
不良を緩和し、もって職場で自己の
労働パフォーマンスを最大限発揮す
ることのできる社会の実現



令和6年度

① ランダム化比較試験



①実験デザイン ②被験者に対する事前説明 ③効果検証

令和7年度

② イベントへの出展

①開催スケジュールの確認 ②出展先の選定 ③獲得目標の設定 ④ふりかえり

③ 100人以上の働く女性にアプリを体験してもらうこと

①コンテンツ検討 ②講師選定 ③コンテンツ作成 ④開催

令和8年度

④ 累計で500人以上の働く女性にアプリを体験してもらうこと

①提案先企業の選定 ②提案活動

研究課題名

月経前症候群（PMS）に対するアプリを用いたマインドフルネスの有効性に関するオープンラベルランダム化並行群間比較試験

方法

20代、30代、40代の就業中のPMSを抱える女性（合計36名）を、無作為にマインドフルネス実施群18名と無実施群18名の2つに分け、3か月の研究期間の中間時点および終了後において、マインドフルネス実施群と無実施群との間で、疼痛発生回数や疼痛スコアならびにPMSの重症度・プレゼンティーズムの程度・精神的健康度の各スコアに有意差が生じるかどうかを確認する。

研究組織

愛知医科大学

研究代表者：疼痛医学講座 教授 牛田享宏

研究分担者：疼痛医学講座 研究員 櫻井博紀

研究分担者：愛知医科大学 客員教授 佐藤純（パスカル・ユニバース株式会社）

共同研究機関：パスカル・ユニバース株式会社 代表取締役 佐藤純

(n=36)

月経前症候群(PMS)の被験者

- ①20歳から49歳
- ②週20時間以上働く
- ③正常な月経周期
- ④月経前の時期に「短縮版DRSP」*の合計点が一定程度以上
- ⑤研究期間中の避妊に同意できる
- ⑥マインドフルネス未経験者

*PMDDやPMSの症状を評価するための自己記録ツールで、月経前の症状の重さや頻度を日々記録することで、治療方針の決定や症状の経過観察に役立てられています。

ランダム化 非盲検化

被験者を無作為に分けた上で、どのグループに属するかを被験者および研究者に隠さずに実験を行う手法

(n=18)

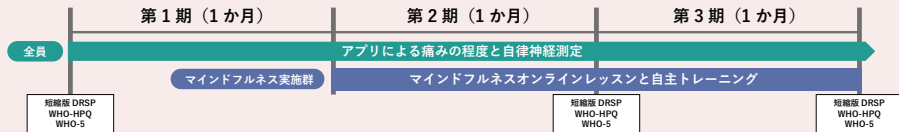
マインドフルネス実施群

- 無痛時に自律神経測定(3回/日)
- 疼痛時および体調不良時に自律神経測定
- マインドフルネスオンラインレッスン(6回/1.5月)
- アプリで自主トレ(2回/日)

(n=18)

無実施群

- 無痛時に自律神経測定(3回/日)
- 疼痛時および体調不良時に自律神経測定



「短縮版DRSP」=日本語版「Daily Records of Severity of Problems」,PMS症状による生活支障のスクリーニングに利用可能な8項目のPMS評価尺度。

「WHO-HPQ」=日本語版「WHO 健康と労働パフォーマンスに関する質問紙」短縮版。数値化の難しいプレゼンティーズムを定量的に測定できる、WHO(世界保健機関)による公表指標。

「WHO-5」=日本語版「精神的健康状態表」,WHOが精神的健康の測定指標として推奨する質問票。

PMSに悩む 女性のための マインドフルネス



International Mindfulness Center JAPAN

プログラム名 ▶ PMSに悩む女性のためのマインドフルネス

開発者

International Mindfulness Center JAPAN

宮本賢也氏 井上清子氏

回数

▶ 全6回

時間

▶ 1回あたり約70分

内容
(予定)

▶ 第1週目 苦痛の正体

第2週目 思考の中から今に戻ってくる

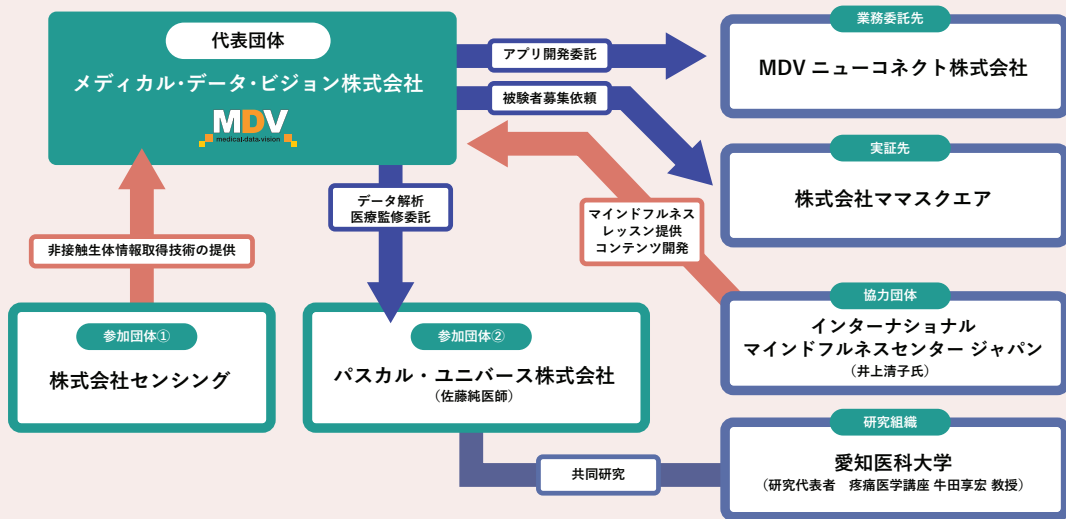
第3週目 今の状態を認識して、やさしさと共にある

第4週目 サポートになる心のモードを育てる

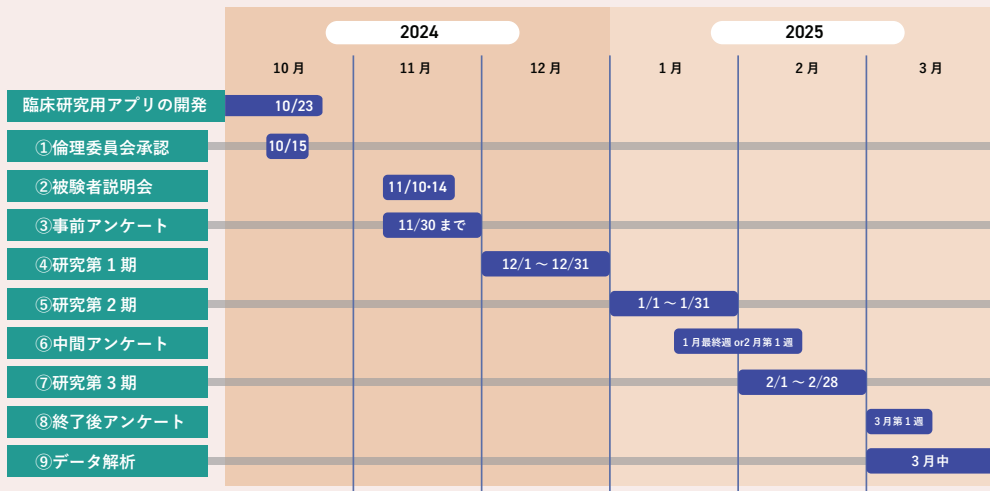
第5週目 視野を広げ、つながる

第6週目 振り返り、これからの生活を見つめ直す

実施体制



各マイルストーンの達成状況および今後の予定



臨床研究においては、最終的に、第2期終了時、第3期終了時において、マインドフルネス実施群と無実施群との間で、以下の各評価項目において有意差が生じるかどうかを確認する。

また、自身の疼痛スコアや体調不良を本アプリを通じてパートナー等の第三者に共有した研究対象者がいる場合には、自己の体調を共有しなかった被験者との間で各評価項目に有意差が生じるかどうかを確認する。

主要評価項目

アプリ上で取得 疼痛発生回数、疼痛スコア (NRS)

副次評価項目

アプリ上で取得 脈拍、脈波間隔変動

ウェブアンケートで取得 短縮版 DRSP スコア、WHO-HPQ スコア、WHO-5 スコア

KPI

- PMS による痛みや体調不良の発生回数および痛みの程度が、マインドフルネスの実践によって軽減した被験者の割合（疼痛スコアの変化が2段階以上の場合を効果ありとする）。
- マインドフルネスによる効果として、総自律神経活動指標（Total power）、副交感神経活動指標（High-frequency 成分）、および交感神経活動と副交感神経活動のバランス（LF/HF）が改善した被験者の割合。
- マインドフルネスの影響により、短縮版DRSP、WHO-HPQ、およびWHO-5の各スコアが改善した被験者の割合。

課題

以下の各アクションについて、被験者に漏れなく対応してもらうこと。

【1期・2期・3期】1日3回の測定、痛みや体調不良が生じた場合の測定

【2期・3期】全6回のマインドフルネスレッスンへの参加、1日2回の自宅での実践

対応策

- メールまたはチャットでのこまめなリマインド
- 被験者自身がアプリで設定できるプッシュ通知アラームの利用推奨

今後に向けた学び

臨床研究期間を通じて、継続的なアプリ利用を促すために効果的な施策・機能を検討・検証予定

令和7年度

2 イベントへの出展

①開催スケジュールの確認 ②出展先の選定 ③獲得目標の設定 ④ふりかえり

3 100人以上の働く女性にアプリを体験してもらうこと

①コンテンツ検討 ②講師選定 ③コンテンツ作成 ④開催

ライオン株式会社

「考え方のくせ」を変えるプログラムの実践で、 女性特有の不調とうまく付き合えるようになることをサポート

中間報告書

ライオン株式会社

事業目的

女性特有の精神的な不調の中でも特に働く女性の労働生産性を損なう原因となっている、月経前症候群（PMS）と更年期の症状に焦点を当て、不調の要因のうち、これまで有効な解決手段が提供されてこなかった「個人の気質（＝「考え方のくせ」と以下表現）」改善に着目したセルフケアの提供により、現在そしてこの先に起こりうる不調への心理的負担感の改善と、労働生産性及び幸福度の改善と低下の予防を目指す。具体的には、女性特有の精神的な不調を抱えている女性に対し、①不調の要因やケア方法などについての理解を深めるセミナー、②ACT（Acceptance & Commitment Therapy）という認知行動療法に基づくセルフケアプログラムを提供する。これにより、女性たちの持つネガティブな「考え方のくせ」をポジティブなものに変え、女性たちが現在悩んでいる不調と上手く付き合えるようにすることで、仕事及び日常生活への意欲を失うことを抑制する。「考え方のくせ」が変わり、「不調との上手い向き合い方」を習得できれば、ライフステージの変化によって将来に起こりうる不調とも上手く付き合っていくことができる。我々は、女性が生涯自分の不調と上手く付き合い合っていける賢さとしなやかさを身に付けることで、不調に負けず自分らしく幸せに活躍できる世の中を実現する。

実施項目・目標

実施項目① 企業向け「女性のヘルスケア」セミナーの開催

対象：企業で働く従業員（性別問わず）

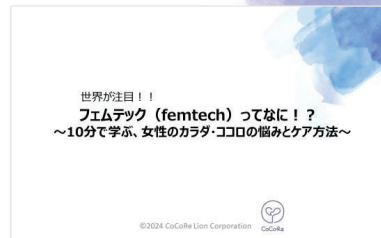
内容：「フェムテック」の紹介を通じ、女性の健康課題とそのケア方法を講義するショート動画（10～20分）

方法：LION公式Youtubeに動画をアップし、従業員にメール・社内通知を通じて視聴を案内

公開期間：2～3週間程度

目標：

項目	目標
検証参加企業数	3社
セミナー参加者	計150名
アンケートへの回答率	40%以上
セミナー理解度	80%以上
セミナー満足度	80%以上
ヘルスリテラシー向上度	80%以上
ヘルスケア行動への意欲向上度	80%以上



メンタルヘルス

約95%の人が何らかの症状を感じていると回答！
PMS（月経前症候群） / PMDD（月経前不快気分障害）

症状： 月経前3～10日続く**身体的症状**（頭痛、腹痛など）あるいは**精神的症状**（イライラ、落ち込み、不安など）で月経開始とともに軽快・消失する。PMSの諸症状のうち**精神的症状が主で強い場合はPMDD**という症状。

解決方法：薬（低用量ピル、選択的セロトニン再吸収阻害剤など）、生活習慣改善など

心のモヤモヤをトキメキに
あなたに心地よく寄り添い
「ほらほら」が「ほらほら」になる
「ココリ」

CoCoRe

心理療法（ACT）に基づくプログラムで、PMS・更年期や妊娠育児に関わるイライラや落ち込み、集中力の低下などの心のモヤモヤとうまく付き合う方法を身に付けていく。

30日間980円の本アプリを無料で約3ヵ月利用してみませんか？
さらに、12週間ケアを続けてくれたらAmazonギフトカードをプレゼント！
ご興味のある方は動画②（約6分）をぜひご覧ください！

実施項目・目標

実施項目② CoCoRe（ココリー）アプリを使ったセルフケア

対象：企業で働く従業員（女性のみ）

内容：CoCoReアプリの提供する、「考え方のくせ」を変えるためのACTという認知行動療法に基づく音声ガイドコンテンツを「週3日」以上利用してもらい、
介入の前後、中間でwebアンケートを取得

期間：12週間

目標：

	項目	目標
女性従業員	検証参加者	各社50名以上
	12週間後のアプリ継続利用意向	80%以上
	AAQⅡ（7項目版）スコア改善者割合	50%以上
	PMS-8スコア改善者の割合	50%以上
	SMIスコア改善者の割合	50%以上
	ヘルスケア行動への意欲向上度	80%以上
	主観的幸福尺度の向上者	20%以上
	協調的幸福尺度の向上者	20%以上
	労働生産性の向上者割合	20%以上
導入企業	実施満足度 7段階評価	6以上、1/3社以上
	継続導入意向 7段階評価	6以上、1/3社以上

CoCoRe（ココリー）アプリについて

女性特有の心の不調に悩んでいる女性に向けたスマートフォン用Webアプリケーション

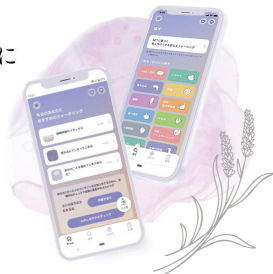
（2023年6月スモールスタート、2024年6月リニューアル）

- ・ “考え方のくせ”を変えるための**心理療法**「Acceptance and Commitment Therapy（アクセプタンス&コミットメント・セラピー）※」通称「ACT」の考え方を取り入れた様々なプログラムを、その日の目標や心の状態、月経周期など、**ユーザーの状態に合わせておすすめ**。
- ・ イライラ、落ち込み、不安、更年期、妊娠・育児など、20個の項目から、様々なセルフケアコンテンツを選ぶことも可能。コンテンツにはACTだけではなく、専門家による**セルフケア情報、リラクゼーションコンテンツの提供**、女性の心のヘルスケアに関わる**他社サービス**をお得に利用もできる。
- ・ “自分の「心の花」を育てる”という**優しく温かな世界観**で無理なく楽しく習慣化。

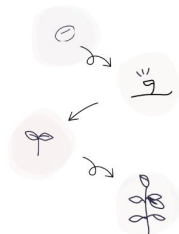
心のモヤモヤをトキメキに

あなたの心に寄り添い
“考え方のくせ”を変えるアプリ
「ココリー」

CoCoRe



あなたの「心の花」が
毎日のトレーニングで育っていきます。

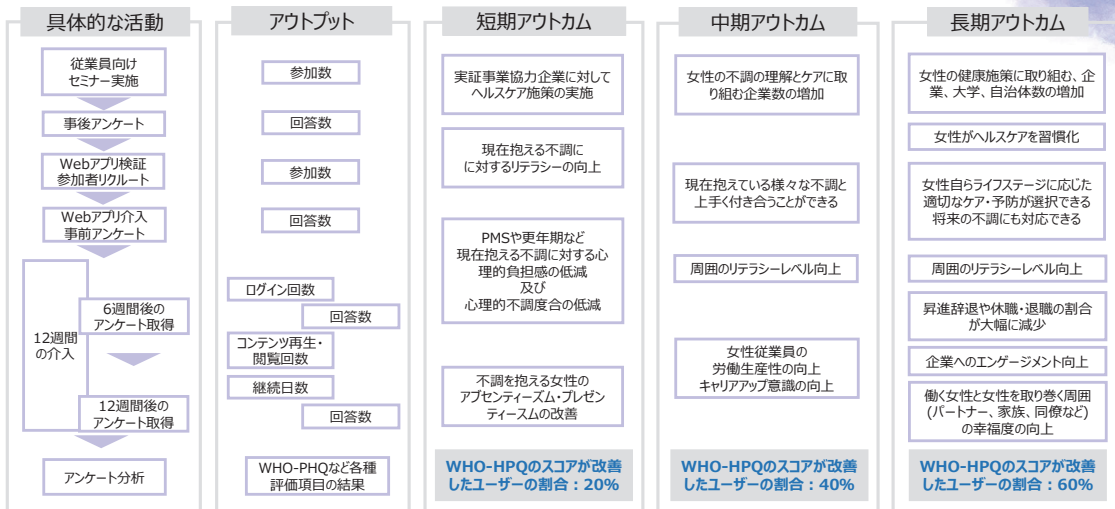


※ 生きていく中で避けることのできない苦しみを受け入れながら（アクセプタンス）自分の人生を豊かにする大切なことに向かって行動していく（コミットメント）心理療法

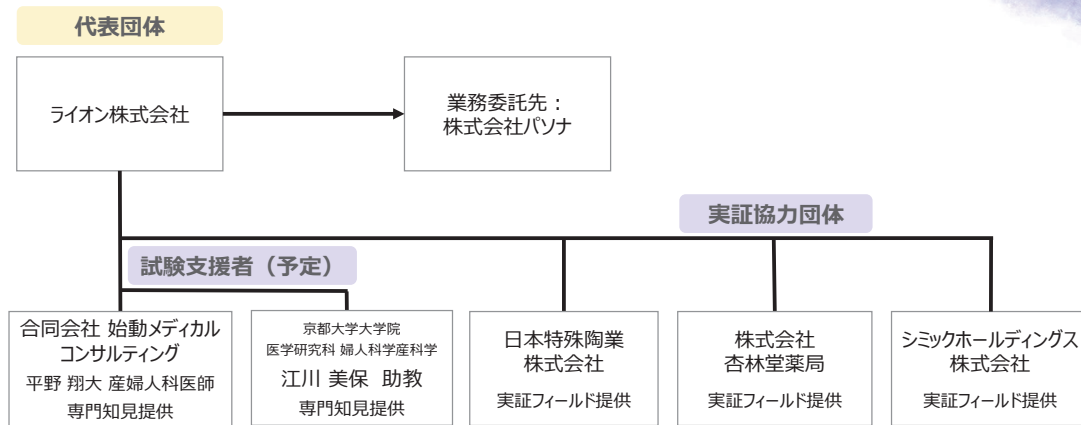


詳しくはこちらをチェック ▲

アウトカウムのロジックモデル



実施体制



達成状況と成果

実施項目① 企業向け「女性のヘルスケア」セミナーの開催

目標に対する実績（成果）：

項目	目標	実績			達成	補足情報
検証参加企業数	3社	杏林堂薬局	日本特殊陶業	シミックホールディングス	○	参加者：20代～50代
本検証案内人数	—	約5,900名 女性：約4,130名	8,185名 女性：1,321名	約5,000名 女性：約2,800名		杏林堂：自社アプリ&店舗案内 他2社：社内へのメール案内
セミナー参加者※	計150名	81／視聴回数 (16日間公開)	166／視聴回数 (20日間公開)	153／視聴回数 (20日間公開)	○	日特：医師による30分セミナー 他2社：10分セミナー いずれもテーマは同じ
アンケートへの回答率	40%以上	41% (女性33名、男性0名 計：33名)	43% (女性57名、男性14名、 無回答1名：計72名回答)	29% (女性41名、男性2名、 無回答1名：計44名回答)	△	1人1回視聴したものと、アンケート回答割合を計算
セミナー満足度	80%以上	76%	79%	95%	△	日本特殊陶業：5段階評価 他2社：10段階評価
セミナー理解度	80%以上	82%	85%	98%	○	
ヘルスリテラシー向上度	80%以上	76%	86%	84%	△	
ヘルスケア行動への意欲向上度	80%以上	91%	76%	86%	△	

※ 各社の要望も取り入れたため、セミナー時間や講師が異なる。3社とも動画配信を希望のため、参加者は視聴回数で集計。

- ▶ いずれの会社の従業員様のセミナーに関する事前知識レベルは50%程度であったこともあり、10分程度のセミナーであってもリテラシーの向上やヘルスケア行動への意欲の向上は十分に見込め、かつ満足度も高いことが分かった。

実施項目② CoCoReアプリを使ったセルフケア

目標に対する実績（成果）：

企業名		杏林堂薬局	日本特殊陶業	シミックホールディングス	
検証期間		9/12～12/4	9/20～12/12	9/25～12/17	
項目	目標	実績			達成
参加申し込み者数	60名	61名 ※61名で申し込み締め切り	65名 ※65名で申し込み締め切り	62名 ※62名で申し込み締め切り	○
アプリ利用前アンケートへの回答者数	—	57名	59名	58名	○
アプリ登録者数 = 検証参加者数	各50名 以上	54名	53名	53名	○
中間アンケート終了時までの離脱人数	各10名 以内	5名	6名	10名	○

- ▶ 従業員様のご参加意欲は高く、比較的速やかに申し込み定員に到達。申し込みの主な理由は、①現在悩んでいるPMS、更年期のケア。②自分を知りたい、知識を増やしたいなどリテラシーレベル向上。③メンタル面の安定のため、考え方のくせを変えたい。であり、全ての参加者が女性特有の不調を何かしら抱えていた。また、AAQⅡの結果から約8割の参加女性が比較的ネガティブな思考であることが分かった。
- ▶ 各社参加者の半数近くが、毎週3日以上音声ガイドでのセルフケアを6週間以上きちんと継続している。会社ごとに離脱者と継続者の傾向を比較すると、離脱者は継続者に比べ健康行動の意識が高く、普段から自分なりのケアをしている傾向にあることが分かった。またプレゼンティーズムについても、離脱者の方が継続者よりも比較的高い傾向にあることから、悩み事に対してケアができていない参加者ほど継続率が高いものと推察する。

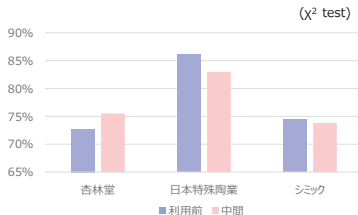
達成状況と成果

実施内容② CoCoReアプリを使ったセルフケア

目標に対する実績（成果）： **利用前と中間の比較**

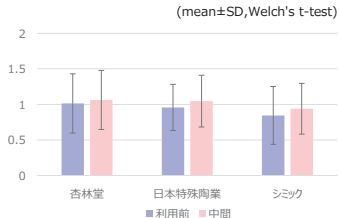
AAQ II 20点以上の割合*

*AAQ IIとは心理的柔軟性を表す尺度で、20点以上だと比較的ネガティブな思考の傾向があるといわれている。



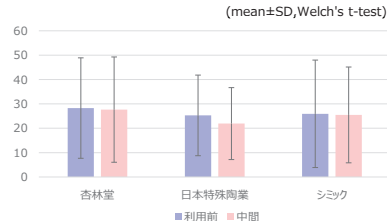
*いずれの企業においても利用前と中間結果との間に有意差なし

相対的プレゼンティズム（WHO-HPQ）



*いずれの企業においても利用前と中間結果との間に有意差なし

病気やけががないときに発揮できる仕事の出来を100%とした、過去4週間の自身の仕事を0～100%で評価（SPQ）



*いずれの企業においても利用前と中間結果との間に有意差なし

▶ 毎週3日以上ACTをベースとした音声コンテンツの実践を参加者に依頼。6週間後の結果では、残念ながらAAQ II、相対的プレゼンティズム、SPQ全てにおいて利用前と中間結果との間に有意差はなかった。この理由は、認知行動療法は結果が出るまでに比較的時間がかかること、人によって向き不向きがあり効果の出やすさは人によって違うことがあげられる。今後は12週後の結果と、積極的にケアに取り組んでいる参加者を抽出し、層別解析をして利用者の傾向を分析していく。

課題と対応策

現在の課題

参加者の試験に対するモチベーション維持（コンプライアンス）が課題である。

ACTの効果を期待するためには、数週間以上の介入が必要となるため、本検証では参加者に週3日以上音声ガイドによるセルフケア実施を12週間継続するよう設計しているが、現時点で利用率が低い参加者が一定数存在する。

対応策

習慣化には、「きっかけ」▶「行動」（本検証ではアプリでのセルフケア）▶「報酬」のループが必要であるといわれている。

そこで「きっかけ」の提供施策として、アプリにもともと備わっている月経に関する連絡機能などに加えて、今週やるべきこと、残りの実践数週、インセンティブ（Amazonギフト）情報、ポジティブな言葉を組み合わせたメールを毎週1度配信する。

「報酬」の提供施策として、参加者のデータに基づいて隔週で新しいヘルスケアコンテンツを追加する。

上記施策の追加により、参加者の習慣化（利用率向上）を目指す。

今後のスケジュール

実施項目		2024年						2025年		
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
セミナー	セミナー設計（内容、セミナー事後アンケートなど）									
	聴講者募集									
	セミナー実施									
	事後アンケート									
Web アプリを 用いた 介入	Webアプリの企業利用向け改良									
	試験設計（内容、事前事後アンケートなど）									
	被験者募集									
	介入（12週間のケア、事前・事後・中間アンケート取得含む）									
	データ解析									
	デブスインタビュー									
	解析、インタビュー結果まとめ・考察									

本事業に関するお問合せ

令和6年度フェムテック等サポートサービス実証事業事務局
朝日広告社（PMO担当 NTTデータ経営研究所）
meti_femtech@m.asakonet.co.jp