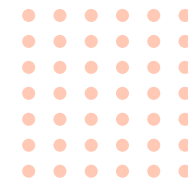


経済産業省 令和7年度 「フェムテック等サポートサービス実証事業」 中間報告資料

事務局 朝日広告社
PMO担当 NTTデータ経営研究所

FUJIYAMA BRIDGE LAB株式会社



つきのかたち

働く女性のための
ウェルビーイングパートナー

FUJIYAMA BRIDGE LAB株式会社

本事業の目的

解決したい課題

- ・ 女性は特有の健康課題やライフスタイルの多様性により、適切なメンターやロールモデルを見つけづらい
- ・ 悩みの内容が他者と共有しづらいことが多く、企業側も女性社員の本音の把握が難しい

背景

日本において性別役割分業意識は根強く（※1）、多様なキャリアやロールモデルに触れる機会の不足が、働く女性の就労継続やキャリア向上の停滞に影響している。働く女性自身と、企業の女性活躍推進の双方を支援できる仕組みが十分に整っていない。

（※1）「夫は外で働き、妻は家庭を守るべきである」という考え方に賛成する人の割合は33.1%（「賛成」4.5%+「どちらかといえば賛成」28.6%）となっており、約3人に1人が性別役割分業を支持し、前回調査と大きな割合の変化がない。https://survey.gov-online.go.jp/women_empowerment/202502/r06/r06-danjo/#sub11

働く女性を支えるAIコーチングサービス



つきのかたち

「生理が辛いけど言いにくい」

「なんとなく仕事が生んどいけど、誰に相談したらいいのかわからない」

体調不良や仕事のモヤモヤや将来の不安・・・

多くの女性が感じながらも言い出せず我慢で乗り切っている現状があります。

つきのかたちは、“声にならない声”を、

AIとの対話で少しずつ言語化し、**自律的キャリア形成をサポート**します。

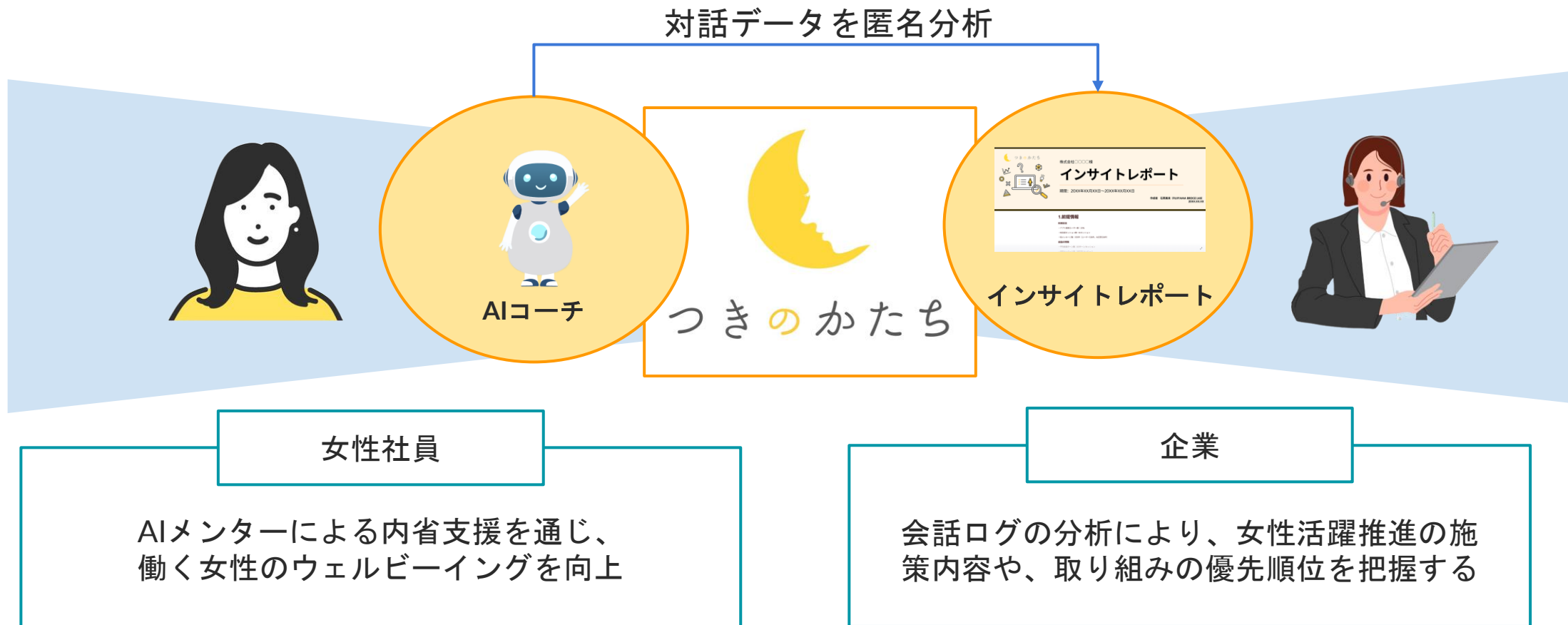
匿名分析した女性の声は企業へフィードバック。

女性たちの本音に寄り添い、企業の未来を変えるきっかけをつくります。



実施項目・目標

AIコーチが個と組織の両面からキャリア形成支援を行う



実施項目・目標

実施項目	KPI	目標値
企業向け「リバランスセミナー」の実施	セミナー受講後の女性特有の健康課題知識の深まり	受講後アンケートにて、「セミナー受講後、女性特有の健康課題についてどの程度知識が深まったか」という質問に「十分知識が深まった」「深まった」の回答が半数以上
アプリ導入	<ul style="list-style-type: none">・主観的ウェルビーイング指標・AIコーチへ本音を話せた人の割合・AIコーチの回答満足度・AIコーチとの会話後にポジティブな気持ちになった人の割合	<ul style="list-style-type: none">・主観的ウェルビーイング指標が利用前より向上・AIコーチへ本音を話せた人80%以上・AIコーチの回答満足度平均7.0以上（10段階評価）・AIコーチとの会話後の気持ちポジティブ群を回答した人の80%以上
企業向けインサイトレポート提供	<ul style="list-style-type: none">・発行数・満足度	<ul style="list-style-type: none">・10回・アンケートにて「インサイトレポートが役立つか」という質問に「非常に役立つ」「役立つ」の回答が70%以上

アプリ概要



AIコーチ

看護師の専門知識、女性のキャリア課題を学んだ生成AI。気軽な悩み相談やコーチングを行う

セルフチェック

生理や更年期の状態を、簡単なスコアチェックで見える化

看護師相談

看護師にオンラインで気軽に相談が可能

応援ドクター

女性ヘルスケア専門医の資格を持った医師を中心に紹介

インサイトレポート概要

働く女性とAIコーチの会話ログを匿名分析し、相談傾向や課題をフィードバック

2. エグゼクティブサマリー

本分析から、以下3つの重要な発見が明らかになりました。

身体的健康への不安が最多、背景にワークライフバランスの課題

女性社員の相談で最も多いのは身体的健康に関する内容（76件、23.2%）です。慢性的な疲労、睡眠不足などが顕著ですが、その背景には「早朝4時起床・21時退社」「残業削減要請と業務量増加の板挟み」といった厳しい労働環境があります。全社員に最適化された環境を提供するのは難しいかもしれませんが、改善の余地を探していきましょう。

優秀な社員のバーンアウトの可能性と成長意欲

経験豊富な社員から「スタッフの入れ替わりが多く、業務を教えて成長しても異動になる。少し疲れてしまった」という声が寄せられました。一方で、健康診断受診率8年連続100%を達成した53歳の産業保健担当者が「新しいことを学びたい。経営管理部や総務部で従業員の健康施策を企画したい」と意欲を示しています。派遣スタッフの入れ替わりや正社員の異動により、常に育成役を担い続ける負担が、優秀な人材のモチベーションを低下させている可能性があります。高い成長意欲を持っている社員も存在します。

複数課題を同時に抱える層への支援体制の強化が鍵

時間的制約（長時間労働）、健康上の課題、家庭との両立の3つを同時に抱える社員が複数確認されました。現状のサポート体制では、個別の困難に対応しきれず、相談先（スクールカウンセラーなど）も機能していないケースがあります。社員のプライベートに介入するのは難しい部分がありますが、組織ができることを探していきましょう。

3. 相談テーマの分析

テーマ別キーワードマッチ数

テーマ	マッチ数	割合
身体的健康	76	23.2%
メンタルヘルス	62	18.9%
キャリア・仕事	59	18.0%
ワークライフバランス	45	13.7%
自己肯定感	24	7.3%
人間関係	22	6.7%

※1つのメッセージが複数テーマに該当する場合があります

詳細分析

テーマ1：身体的健康（23.2%）	
代表的な相談例	「繁忙期に突入していて休めません」 「乳がん検診、頭痛外来など、クリニックがあるが予約が億劫。有休を病院で使うのが嫌」

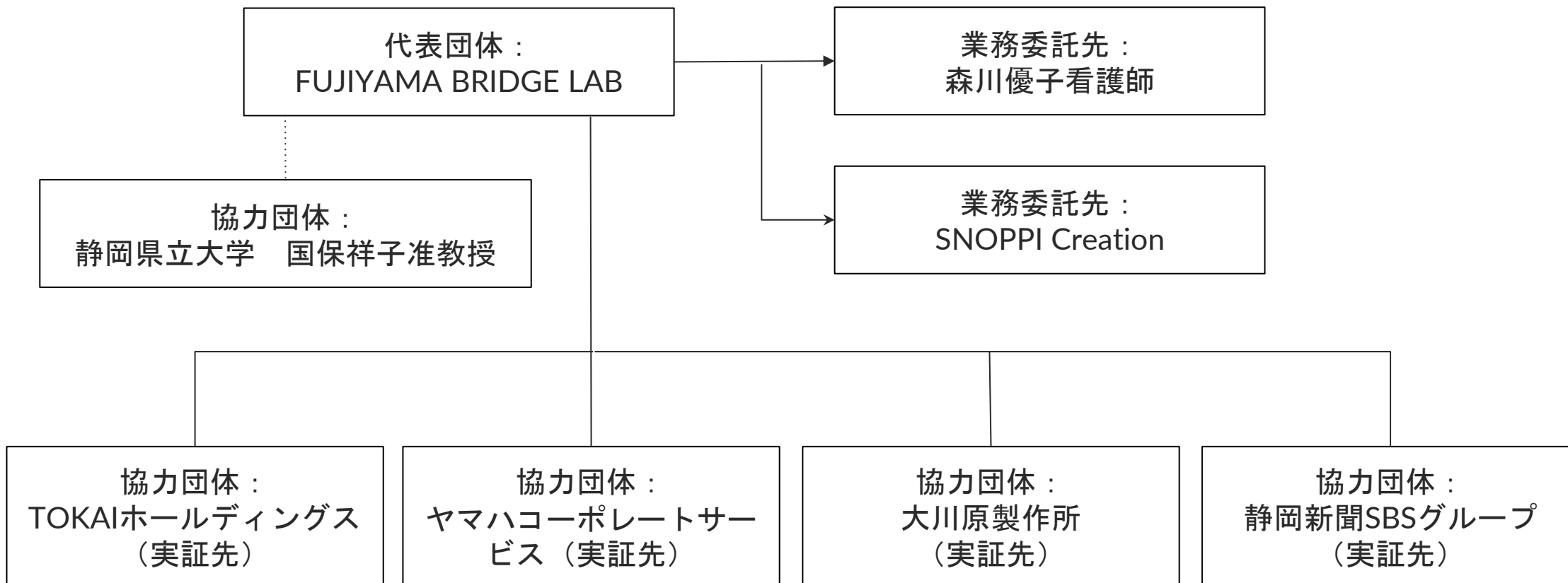
分析項目

- ・ 利用状況
- ・ エグゼクティブサマリー
- ・ 相談テーマ分析
- ・ 各相談テーマの詳細
- ・ 会社への要望
- ・ 重点的に支援が必要な層
- ・ 人事施策の提案
- ・ まとめ

※個人が特定される情報は一切企業へ共有されません

実施体制

実証先4社計99名の女性にアプリを利用いただき、利用期間の前後でアンケートを実施し、アプリによる利用者のウェルビーイングの向上度合いを比較検証する。
協力企業数が増えたことで、当初計画していたよりも多様な業種での検証が可能になった。



企業向け「リバランスセミナー」の実施状況

1. 企業向け「リバランスセミナー」の実施

1.働く女性を取り巻く環境

女性の健康課題やライフイベント変化がキャリアに与える影響や経済損失について解説
男女ともに理解を深め、誰もが働きやすい環境を目指す意義を伝える

2.女性特有の健康課題の基礎知識

月経、更年期等女性特有の健康課題の定義や基本的な対処方法を説明

3.考えるワーク「どう声をかける？どう向き合う？」

女性が働く中で困りがちな場面を提示し、グループで対応策について話し合うワーク

ファシリテーション：石岡（日本フェムテック協会認定資格1級）

資料監修：聖隷健康サポートセンターShizuoka鈴木美香医師

実施済み：TOKAIホールディングス（8/29）、
ヤマハコーポレートサービス（10/9）、大川原製作所（10/29）



TOKAIホールディングス様にて実施の様子

アプリ導入期間

2. アプリ導入

AIコーチとの会話（アプリ）を以下の企業、期間で導入した

企業	導入期間	導入人数
TOKAIホールディングス	8月29日～2月28日	27名
ヤマハコーポレートサービス	10月1日～12月31日	10名
静岡新聞SBSグループ	10月14日～1月15日	46名
大川原製作所	10月29日～2月10日	16名

企業向けインサイトレポート提供状況

3. 企業向けインサイトレポート提供

企業向けインサイトレポート提供を以下の企業で実施した

	第一回	第二回	第三回	第四回
TOKAI ホールディングス	10/1発行済	11/7発行	12月上旬予定	1月上旬予定
ヤマハコーポレートサ ービス	11/5発行済	12月上旬予定	1月上旬予定	
静岡新聞SBSグループ	11/20発行済	12月中旬予定	1月中旬予定	
大川原製作所	12月上旬予定	1月上旬予定	2月上旬予定	

企業向け「リバランスセミナー」の実施概要

1. 企業向け「リバランスセミナー」の実施

各社の対象者と参加者

TOKAIホールディングス

- 募集方法: 企業側から指名を受けた従業員
- 対象者: 女性リーダー候補とその男性上長
- 参加者: 女性25名、男性21名

ヤマハコーポレートサービス

- 募集方法: 希望者制
- 対象者: アプリ利用の女性社員10名
- 参加者: アプリ利用の女性社員10名（アーカイブ視聴含む）

大川原製作所

- 募集方法: 希望者制
- 対象者: 全女性社員50名
- 参加者: 女性社員25名

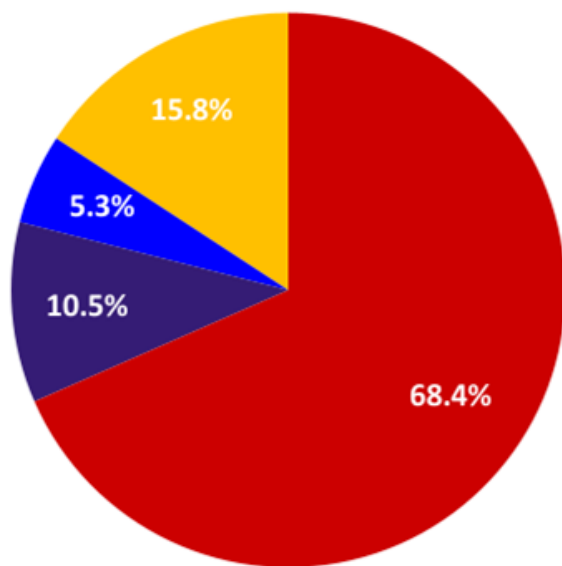
企業向け「リバランスセミナー」のアンケート結果

1. 企業向け「リバランスセミナー」の実施

Q：セミナー受講後、月経や更年期障害などの女性特有の健康課題についてどの程度知識が深まったと感じますか。

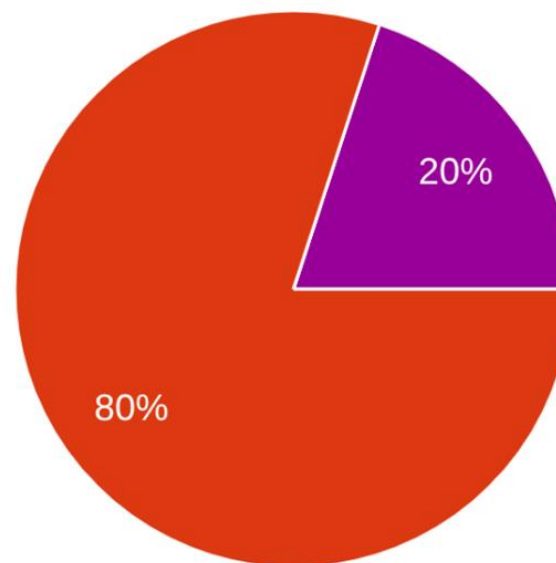
- 十分知識が深まった
- 知識が深まった
- どちらでもない
- あまり知識が深まらなかった
- 全く知識が深まらなかった

21件の回答



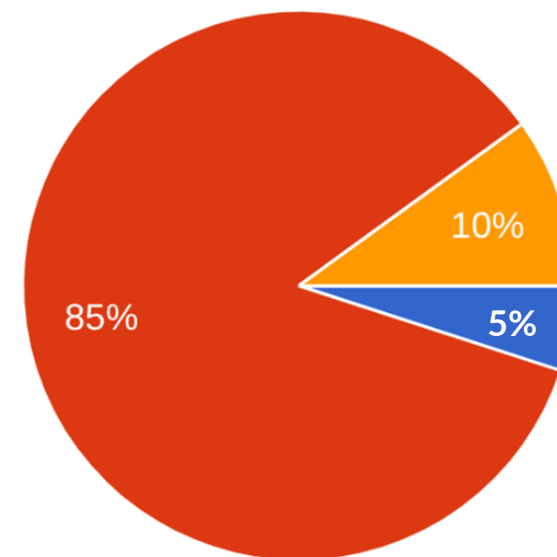
TOKAIホールディングス

5件の回答



ヤマハコーポレートサービス

20件の回答



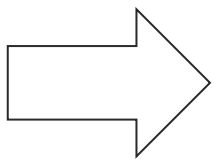
大川原製作所

考察

知識の深まりについて、3社とも高い知識効果（「十分知識が深まった」「知識が深まった」の回答が73-90%）を確認。特に大川原製作所で効果が高い（90%）。

企業別の差の要因：

- 大川原製作所：希望者制の女性社員のみ → 当事者意識が高く、基礎知識から学べて満足度が高い
- ヤマハヤマハコーポレートサービス：希望者制の女性社員のみ → 関心が高い層が参加
- TOKAIホールディングス：企業が指名した女性リーダー候補＋男性上長 → 既に一定の知識がある層が含まれる



女性活躍推進には男性管理職の理解も重要だが、知識向上の面では対象者の属性別にプログラムを分けることも検討の余地あり。

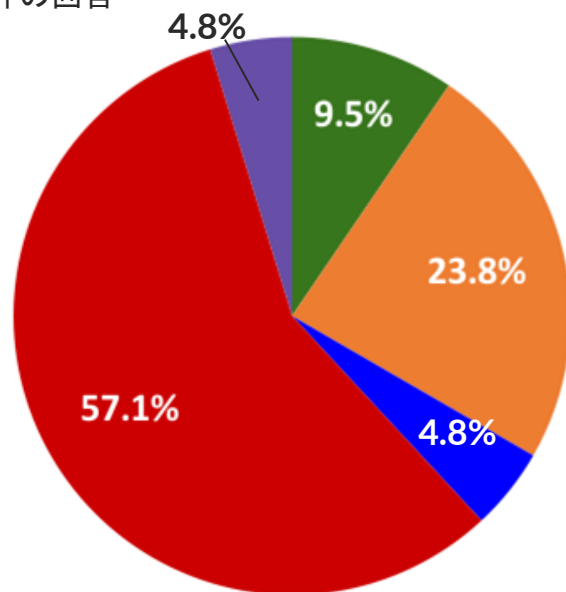
企業向け「リバランスセミナー」のアンケート結果

1. 企業向け「リバランスセミナー」の実施

Q：セミナーの満足度を教えてください。

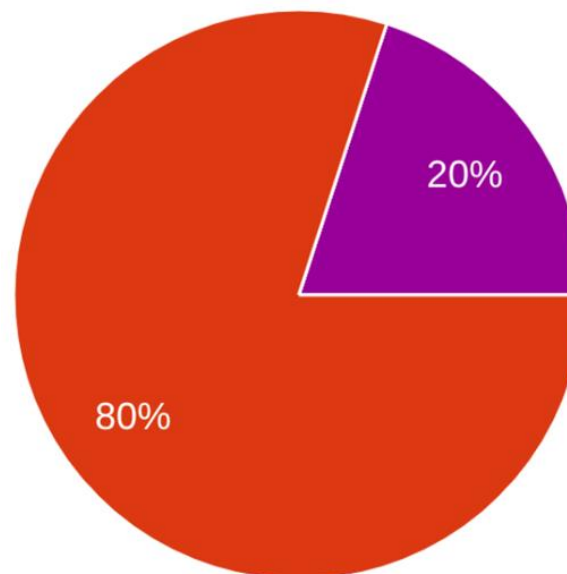
- 大変満足できた
- 満足できた
- どちらでもない
- あまり満足できなかった
- 全く満足できなかった

21件の回答



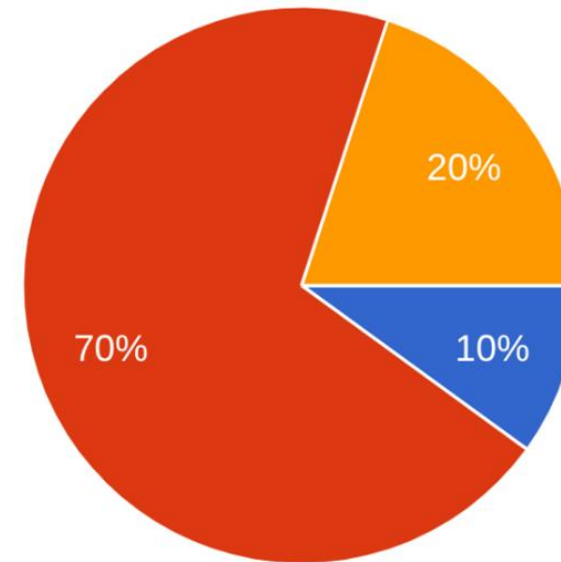
TOKAIホールディングス

5件の回答



ヤマハコーポレートサービス

20件の回答



大川原製作所

考察

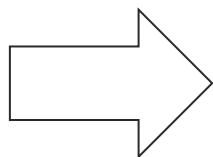
ヤマハコーポレートサービス、大川原製作所で高評価（「大変満足できた」「満足できた」の回答が80%）だが、TOKAIホールディングスで相対的に低い（61%）。

ヤマハコーポレートサービス、大川原製作所で満足度が高い理由：

- 希望者制の女性社員のみで関心、当事者意識が高かった
- 具体的な対処法などすぐに使える知識を内容に加えたため

TOKAIホールディングスで満足度が低い理由：

- 企業が指名した参加者のため、関心が低い状態での参加者も含まれた
- 多様な属性（女性リーダー候補＋男性上長）に対して一律のプログラム
- 既に知識がある層には新規性が不足した可能性



企業が参加者を指名する場合、事前アンケートで知識レベルを把握し、対象者別のプログラム設計が有効。

企業向け「リバランスセミナー」のアンケート結果

1. 企業向け「リバランスセミナー」の実施

リバランスセミナーを受けた社員の感想（抜粋）

「女性特有の体調に関する問題について、普段意識している以上に難しいものであると認識を改めました。本人の意向を確認しながら対処策と一緒に考えないといけないものだと思います。」（40代男性）

「女性特有の症状や、その症状との付き合い方が理解できた気がするので、今後の自分の生活に活かせそうだと思います。」（30代女性）

「知らない情報もあった為、勉強になりました。ありがとうございました。世の中全体（家族、職場、会社）、理解が深まり、働きやすくなれば良いと思います。また家庭でも女性が家事の主担当でなくなれば良いなと思います。」（50代女性）

- セミナーは単なる知識伝達ではなく、実践的な気づきや行動変容のきっかけになっている
- グループワークによる対話が効果的だったと考えられる。

アプリ導入成果

2. アプリ導入

AIコーチ「ルミナ」との会話実績

アプリ利用人数/会話セッション数
※ルミナとの一まとまりの会話を1セッションとして集計

	1・2週	3・4週	5・6週	7・8週	9・10週
TOKAIホールディングス	9人/19セッション	8人/16セッション	4人/4セッション	4人/8セッション	3人/5セッション
ヤマハコーポレートサービス	7人/24セッション	9人/22セッション	4人/10セッション	6人/8セッション	
静岡新聞SBSグループ	32人/86セッション	18人/26セッション			
大川原製作所	8人/18セッション				

アプリ導入成果

2. アプリ導入

利用したユーザーの感想



(30代)

質問に答えていくことで、自分の頭が整理できるので、スッキリした気持ちになれた。



(20代)

他のAIよりも、寄り添い方が人間らしく感じた。



(50代)

更年期症状が出てき始めているが、向き合い方が分かり、不安が軽減した。

インサイトレポート成果

3. 企業向けインサイトレポート提供

インサイトレポートについて人事担当者のフィードバック

生理で2日間半休を取った、PMSで泣くほど辛い、といった実態はアンケートでは拾えなかった。生の声を知ることができるのがありがたい。



TOKAIホールディングス/
ライフキャリア支援室長

経営層は、弊社社員はチャレンジよりも安定した環境を好むと認識しているが、実際は成長意欲が高い人も多く、経営層と現場の認識にギャップがあることが分かった。人事配置の参考にもなりそう。



ヤマハコーポレートサービス/
総務部担当者

成果：従来のアンケートでは捉えきれなかった女性社員の本音を可視化

現時点の課題

課題①アプリ利用の定着

導入～2週目までの利用率は高いが、時間経過とともに利用頻度が下がる傾向にある。

課題②インサイトレポートの見やすさ、情報の有益さ
組織運営に有用となる具体性のある情報が少ない。

課題①アプリ利用の定着

1. リマインド強化

- a. リマインドを強化する
- b. 利用フォローアップを行う

2. オンボーディングセミナーで、ルミナとの会話を体験いただく

3. 利用フォローアップ

- a. ルミナの使い方のコツをメール配信
- b. チラシによる利用促進

※1) 通知例：〇〇さんこんにちは。前回お話した時は、仕事と家庭の両立が大変で、月経痛のことも相談してくれましたね。その後お体の調子はいかがですか？

職場で使いやすい休暇制度について考えていらっしゃいましたが、前向きな気持ちが印象的でした。年末に向けて残業も増えやすい時期だと思いますが、無理しすぎないでくださいね。

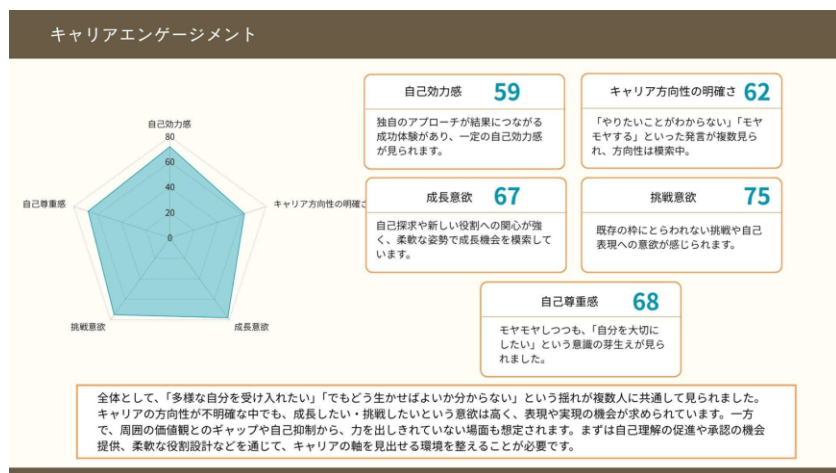
よかったら、最近の様子を聞かせてください！



対応策

課題② インサイトレポートの見やすさ、情報の有益さ

スコア中心から、従業員の生の声に基づいた定性データ中心としたレポートに改善する



2. エグゼクティブサマリー

本分析から、以下3つの重要な発見が明らかになりました。

身体的健康への不安が最多、背景にワークライフバランスの課題

女性社員の相談で最も多いのは身体的健康に関する内容（76件、23.2%）です。慢性的な疲労、睡眠不足などが顕著ですが、その背景には「早朝4時起床・21時退社」「残業削減要請と業務量増加の板挟み」といった厳しい労働環境があります。全社員に最適化された環境を提供するのは難しいかもしれませんが、改善の余地を探していきましょう。

優秀な社員のバーンアウトの可能性と成長意欲

経験豊富な社員から「スタッフの入れ替わりが多く、業務を教えて成長しても異動になる。少し疲れてしまった」という声が寄せられました。一方で、健康診断受診率8年連続100%を達成した53歳の産業保健担当者が「新しいことを学びたい。経営管理部や総務部で従業員の健康施策を企画したい」と意欲を示しています。派遣スタッフの入れ替わりや正社員の異動により、常に育成役を担い続ける負担が、優秀な人材のモチベーションを低下させている可能性があります。高い成長意欲を持っている社員も存在します。

複数課題を同時に抱える層への支援体制の強化が鍵

4. 会社への要望・ニーズ

会話ログから読み取れる、社員からの具体的な要望や改善ニーズをカテゴリー別に整理しました。

カテゴリー別の要望頻度

カテゴリー	出現頻度
問題・課題の指摘	58件
つながり・サポート	42件
制度・仕組み	13件
教育・成長	5件

1. 制度・働き方に関する要望

具体的な声	「会社から残業削減を求められている中、メンバー全員の業務量が確実に増える。正直厳しい」
	「社員が心身ともに健康で生き生きと働くことができる取り組みをしたい」
	「運動したい時間がないので、昼休みに会社周辺をウォーキング」
● 残業削減と業務量増加の矛盾解消	

1. 実証期間中の取り組みと検証

残りの実証期間では、現在実施中の対応策（リマインド強化、定性データ中心のレポート改善）の効果を検証予定。どのような施策が効果的か、どのような層に刺さるのかといった知見を蓄積することで、今後の本格展開に向けた重要なデータを取得できる見込み。

2. 実証から得られる価値の再定義

本実証事業の最大の成果は、従来のアンケートでは捉えきれなかった女性社員の本音を可視化できたこと。人事担当者からも『生の声を知ることができる』『経営層と現場の認識ギャップが分かった』との評価を得ており、この【声にならない声を拾う仕組み】としての価値が最も重要であると考えられる。

今後の予定

月	主要取り組み
7月	実証実験準備
8月	実証実験準備、実証先にてサービス提供開始
9月	実証先にてサービス提供開始
10月	アプリ、インサイトレポートの改善
11月	アプリ、インサイトレポートの改善
12月	実証先にてアプリ利用後アンケート・KPI分析
1月	実証先にてアプリ利用後アンケート・KPI分析 国保准教授との振り返り分析
2月	最終報告資料提出・成果発表会準備

株式会社SympaFit

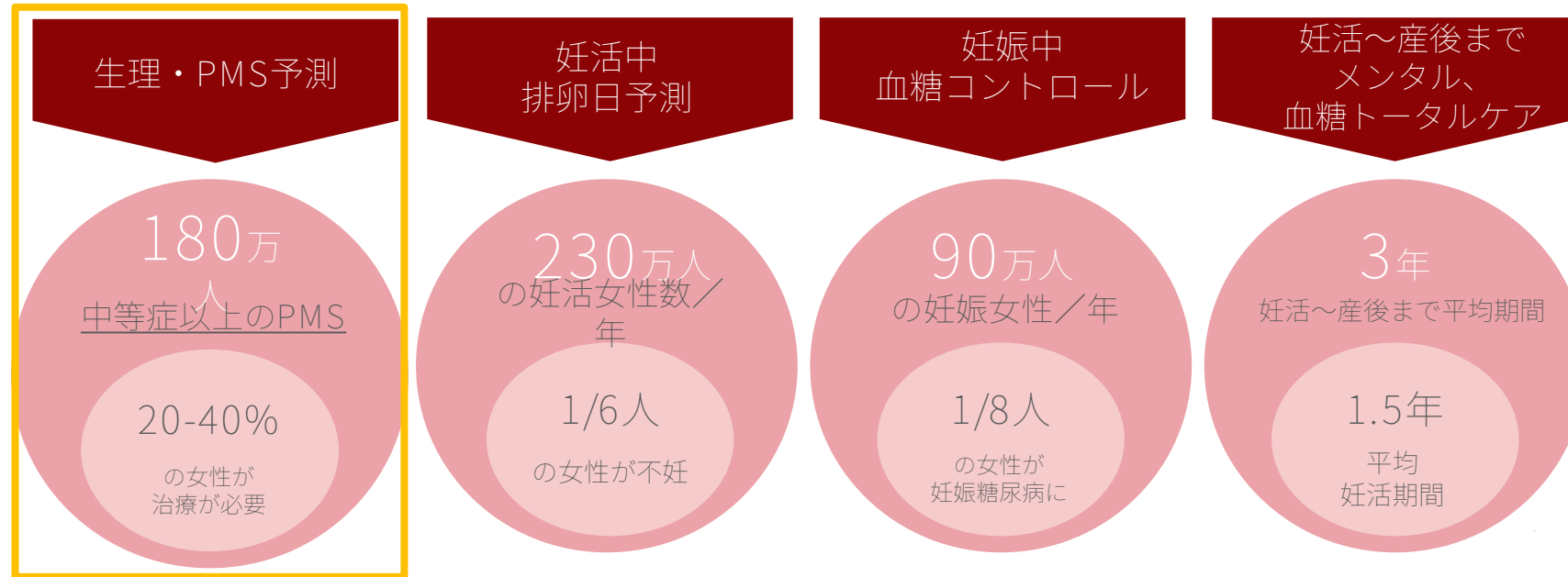
血糖値データに基づく 生理・PMS重症度予測と 睡眠改善支援事業 中間報告

(株)SympaFit



事業目的

- 働く女性が心身ともに健康を保ち、仕事・家庭・育児を無理なく両立できる環境の構築を目指す



本事業の提供価値

重症度の予測

血糖値の経時的変動データに基づき、生理・PMS症状の重症度を事前に予測











要因の定量化

個人により異なる要因（睡眠の質、食事内容、ストレス）を定量的に解析・特定

介入ガイド

自身の体調を予測可能なものとして捉え、事前に対処できる行動変容を支援

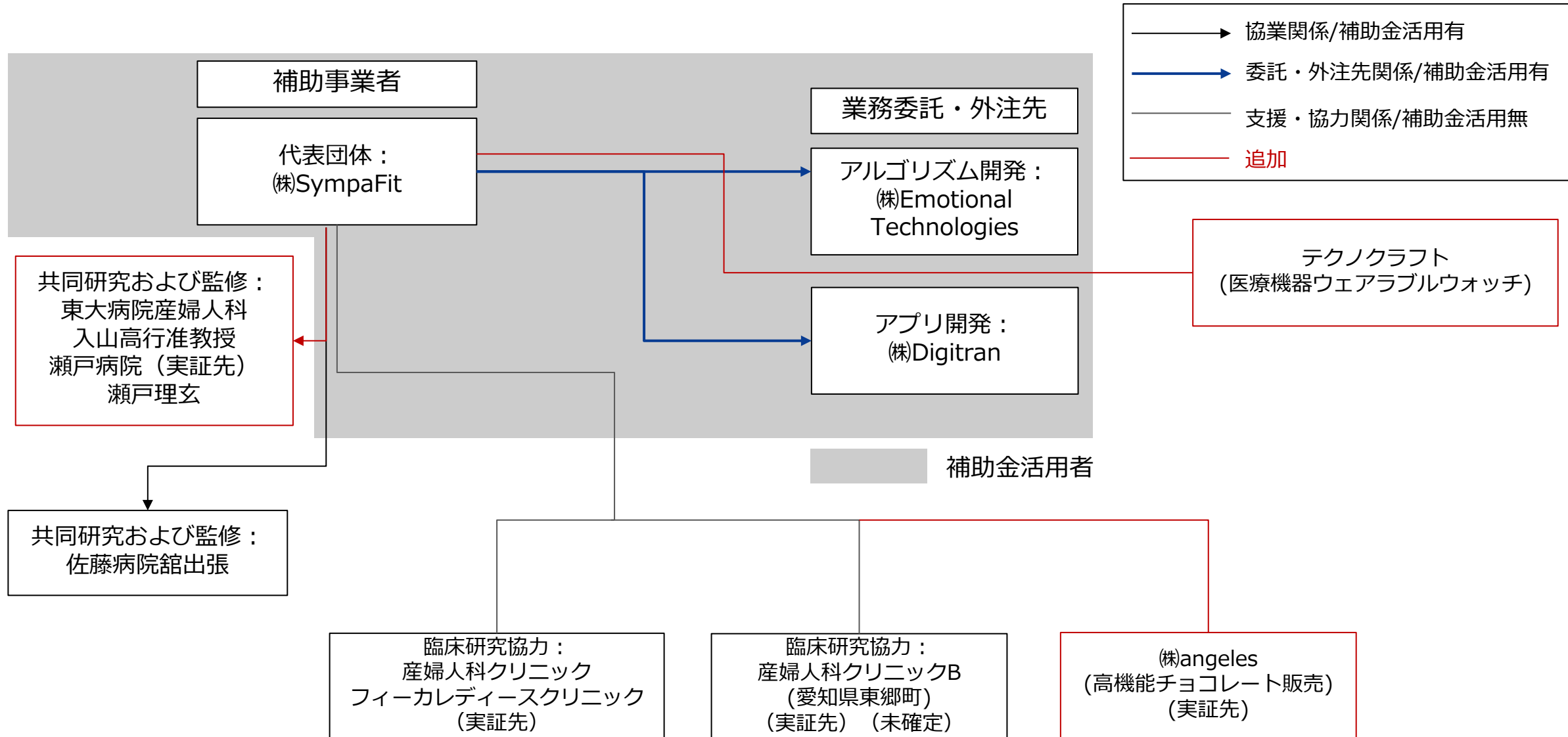
実施項目・目標

大項目	小項目	2025年 7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026年 1月	2月	3月
1.生理・PMS症状の予測と改善プログラムの構築	1. 1 データ分析とフィードバック									
	1. 2 血糖値と生理・PMSデータの相互相関分析									
	1. 3 生理・PMS症状改善アプリの開発・改善									
	1. 4 ユーザーサポート									
2. 個人向けメンタルサポートおよび食事サポート	2. 1 生理・PMS重症度の大きい女性の血糖値を用いた原因分析									
	2. 2 生理・PMS重症度の大きい女性への介入サポート実証									
3. 企業向け生理・PMS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									

目標(KPI)

実施項目	短期：令和7年度末 (本実証期間内)	中期：令和9～11年度 (サービス展開期)	長期：令和12年度 (社会実装・普及期)
データ収集	症例登録数：>150名 CGM記録：50名×3周期	累積データ数：1,000名規模 多様な重症度分布の網羅	● 国内最大級の 女性ホルモン×血糖DB構築
解析・予測精度	TIR (Time in Range)：> 70% CV (変動係数)：< 15% 重症度予測 MSE：0.12以下	予測精度の安定化 個人差要因の 分類精度：AUC > 0.85	● 他疾患(妊娠糖尿病等)リスク 予測モデルの実装
健康アウトカム	WHO-HPQ改善：利用者30%が 2pt以上改善 PMSスコア：介入群で有意な減少傾向を確認	WHO-HPQ：利用者70%が5%向上 利用者75%が効果実感10%向上	● 生理・PMSによるパフォーマンス低下20%以上抑制 WHO-HPQ：利用者75%が10pt以上の高水準維持
プロダクト	B2B販売アルゴリズム	正式版サービスイン 導入企業数：7社以上	● 女性ヘルスケアプラットフォームとしての確立

実施体制



現状の達成状況と成果①：生理・PMS症状の予測と改善プログラムの構築

月経・PMSデータおよびグルコースデータの取得

臨床研究 症例登録進捗

27名
(約50%)

事前アンケート回答
32 例

250 17
目標症例数 月末アンケート
登録完了数 (10/30時点)



データ収集継続中



取得データの種類

CGM (グルコース)

1ヶ月 × 3～5周期

持続的な血糖変動データ

排卵日検査

ホルモン変動の推定

月経周期フェーズの特定

VAS(痛み) / アンケート

主観的スコア記録

月経・PMS重症度の半定量

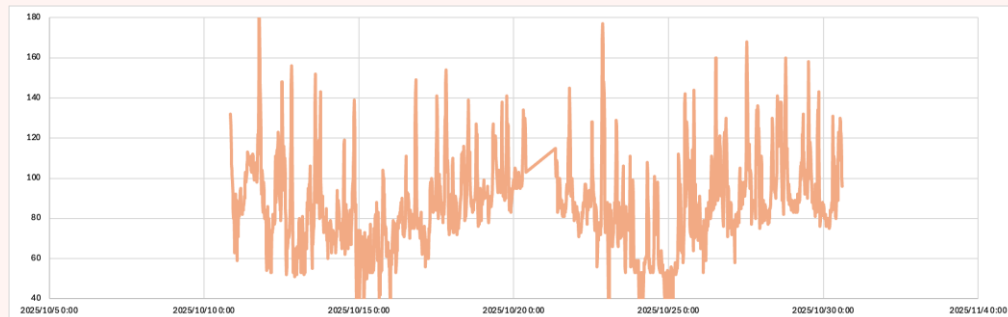
ウェアラブル

血圧データの常時測定

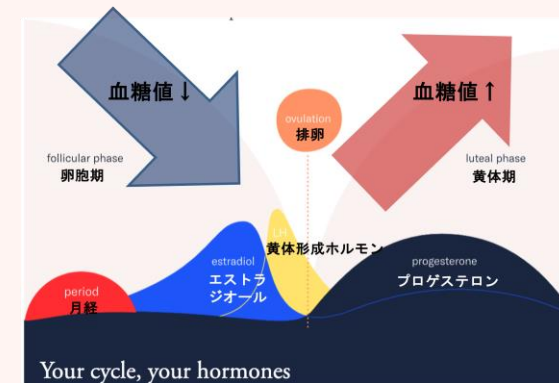
睡眠深度・時間、心拍数

現状の達成状況と成果①：グルコース・排卵データの取得

CGMデバイスを用いた
経時グルコースデータの取得
女性ホルモンと関連したグルコース変動の観察



排卵検査薬を用いた排卵日の同定
排卵日をフラグとして、生理周期を同定する



現状の達成状況と成果①：VAS(痛み)・睡眠データの取得

VAS試験による月経・PMSの重症度に関する
半定量データ
月経・PMS期間、痛み、経血量に関するデータの取得

生理開始日*

月、日

生理終了日*

月、日

生理の量*

☐ 多い

☐ 普通

☐ 少ない

痛みの指標を示す定規(VASスケール)をご覧ください。今月の生理痛の痛みとして、このスケールのどの位置にあたりますか？ 0.0cm（全く痛みを感じない）～10.0cm（我慢できないほどの痛み）の範囲で、小数点第1位まで入力してください。

(回答例：軽い痛み → 2.3

中程度の痛み → 5.7

強い痛み → 8.1)



8.0

医療機器ウェアラブルウォッチを用いた
睡眠時間・血圧データの取得
睡眠に関する情報と、付随的に血圧データの取得



現状の達成状況②：生理・PMS症状の予測アルゴリズムの構築

AIアルゴリズム構築に向けた数理モデルの試行

検討アルゴリズム



状態空間モデル

「生理状態」を状態変数として推定



HMM (隠れマルコフモデル)

周期的なフェーズ遷移
(卵胞期→排卵期→黄体期) のモデル化



新規アプローチ

波動的性質の応用

シュレディンガー方程式の概念的応用：

- 症状の重症度を「決定論的」ではなく「確率分布（波動関数）」として捉える
- 複数要因（ストレス・睡眠不足など）の「重ね合わせ」状態を表現

今後の展望

12月

Phase 1: モデル確定

- ✓ 初期データ解析に基づくアルゴリズムモデルの最終決定
- ✓ 予測精度 MSE 0.15以下の達成

1月 - 2月

Phase 2: 精度向上

- ✓ 追加データ収集により250例の目標症例数の達成
- ✓ モデル再学習による精度向上MSE 0.12以下達成
- ✓ 個人差を考慮したアルゴリズム高精度化の検討

2月 - 3月

Phase 3: 成果創出

- ✓ 睡眠・食事改善効果の定量的見える化機能実装
- ✓ 企業向けセミナー
- ✓ 実証成果をまとめた最終報告書作成と提出

現段階での課題 / 課題への対応策

【課題】

- ①：参加者数が伸び悩んでいる
- ②：それに伴うデータ取得の遅れと、重症度の大きな被験者が少ない

【対応策】

- ① 一般向けの参加者を増やす
- ② 東大病院産婦人科からのアドバイス：重症度の模式的な変化を、同一参加者からデータを取得する。

例：3ヶ月通常のグルコース観察→低用量ピルまたはミレーナの服用によるグルコース観察

⇒これにより、同一個体での「排卵あり」から「ナシ」での変化を追うことが可能となる。

今後の予定...①②データの収集⇒解析⇒アルゴリズム構築
③セミナー企業探索とセミナーの実施

[illegible]

国立大学法人大阪大学

令和7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

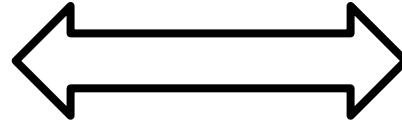
脳波による更年期判定AIを用いた更年期症状の
早期発見・早期予防介入サービスの実証

代表団体：国立大学法人大阪大学
参加団体：PGV株式会社

背景：更年期症状は本人・企業の課題だが対策できていない

医療機関受診の目安である
更年期スコア（SMI）が51点以上の人¹⁾

20%



大きなギャップ

医療機関を受診して
診断のついた人¹⁾

9.1%



更年期症状の診断はほとんどが自己申告

- ・症状の軽視
- ・知識不足
- ・相談のしづらさ



更年期女性の離職は経営における大きな課題
しかし、対策はほとんど講じられていない

更年期症状による経済損失²⁾



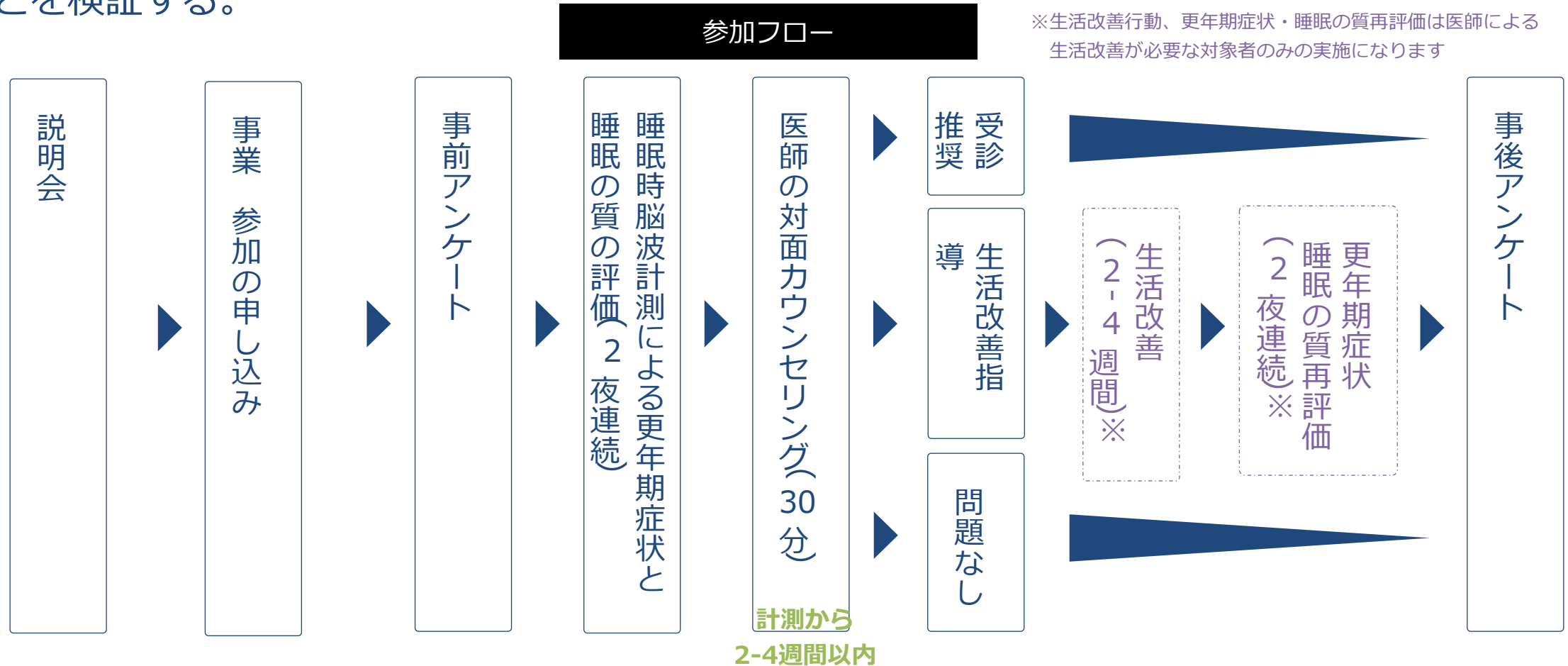
1.9兆円

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) 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

目的 働く女性が抱える更年期症状を、睡眠データに基づく客観的な評価と専門的な支援によって早期に発見し、健康課題への気づきと適切な対処行動を促す仕組みを社会実装すること。

目標 睡眠脳波解析と医師カウンセリングを組み合わせた更年期支援モデルの実証を通じて、働き方の改善・健康リテラシー向上・医療受診行動の促進・更年期症状の改善が一定の割合で得られることを検証する。



「医師のカウンセリング」と「気づき」を提供

実施体制：大阪大学 産科学婦人科教室

本事業代表者：澤田健二郎

日本産科婦人科学会の専門医・指導医、かつ日本女性医学学会女性ヘルスケア専門医・指導医でもあり、更年期診療の専門家

これまでにAMED研究などの臨床研究の経験も有しており、本研究においても専門家の立場から研究計画を監修

- ・更年期症状を有する女性に特有の睡眠パターンがあることを報告

- ・睡眠時の脳波データから簡略更年期指数（SMI）およびうつ症状の指標に基づいて更年期障害を判定するAIも開発。

※日本女性医学学会 優秀演題賞受賞

ORIGINAL ARTICLE

Open Access

Analyses of Menopause and Its Related Symptoms on Sleep Quality Using a Novel Wearable Sheet-Type Frontal Electroencephalography Sensor, Haru-1

Kenjiro Sawada,^{1*} Taro Yagi,^{1,2} Yizhi Liu,³ Shusuke Yoshimoto,³ Masaki Kobayashi,⁴ Kotaro Shimura,⁵ Misa Yamamoto,^{1,6} Gaku Yamamoto,¹ Michiko Kodama,¹ Hirohisa Kurachi,⁷ Tsuyoshi Sekitani,⁸ and Tadashi Kimura^{1,9}

Abstract

Objectives: Menopause affects sleep quality and contributes to depressive symptoms, but its precise impact on sleep remains unclear. To address this gap, we conducted detailed measurements of brain activity during sleep in pre- and postmenopausal women using a novel wearable sheet-type frontal electroencephalography (EEG) patch, Haru-1 (PGV Inc., Tokyo, Japan).

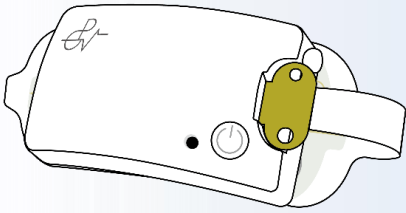
Methods: Hospitalized patients aged 30–50 years who had undergone bilateral salpingo-oophorectomy, as well as volunteer participants aged 40–60 years who underwent EEG monitoring at home, were enrolled in the study. EEG recordings were obtained during sleep. Participants were assessed for menopausal symptoms using the Simple Menopausal Index (SMI) and for depressive symptoms using the Quick Inventory of Depressive Symptomatology Japanese version (QIDS-J). Sleep parameters were calculated to investigate the relationships between menopause, menopausal symptoms, depressive symptoms, and sleep characteristics.

Results: A total of 174 participants were recruited, and data from 126 participants were included in the final analysis. Among 126 analyzed participants (mean age: 46.3 ± 7.3 years; 36 premenopausal, 90 postmenopausal), postmenopausal women had lower sleep efficiency (78% vs. 88%; $p = 0.0065$) and longer sleep onset latency (20 minutes vs. 8 minutes; $p = 0.0203$). The presence of menopausal symptoms ($SMI \geq 51$) correlated with shorter deep sleep (9 minutes vs. 26 minutes; $p = 0.0367$), and depressive symptoms ($QIDS-J \geq 6$) were associated with prolonged wake after sleep onset (56 minutes vs. 36 minutes; $p = 0.0242$).

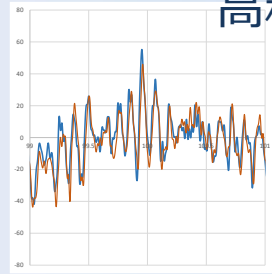
実施体制：PGV株式会社

大阪大学発のBrain Tech ベンチャー

利用シーンを選ばない脳波計



パッチ式
脳波センサー



高精度

標準脳波計との一致率=0.98



小型軽量



ワイヤレス

アカデミア・専門家との共同開発による脳波解析AI

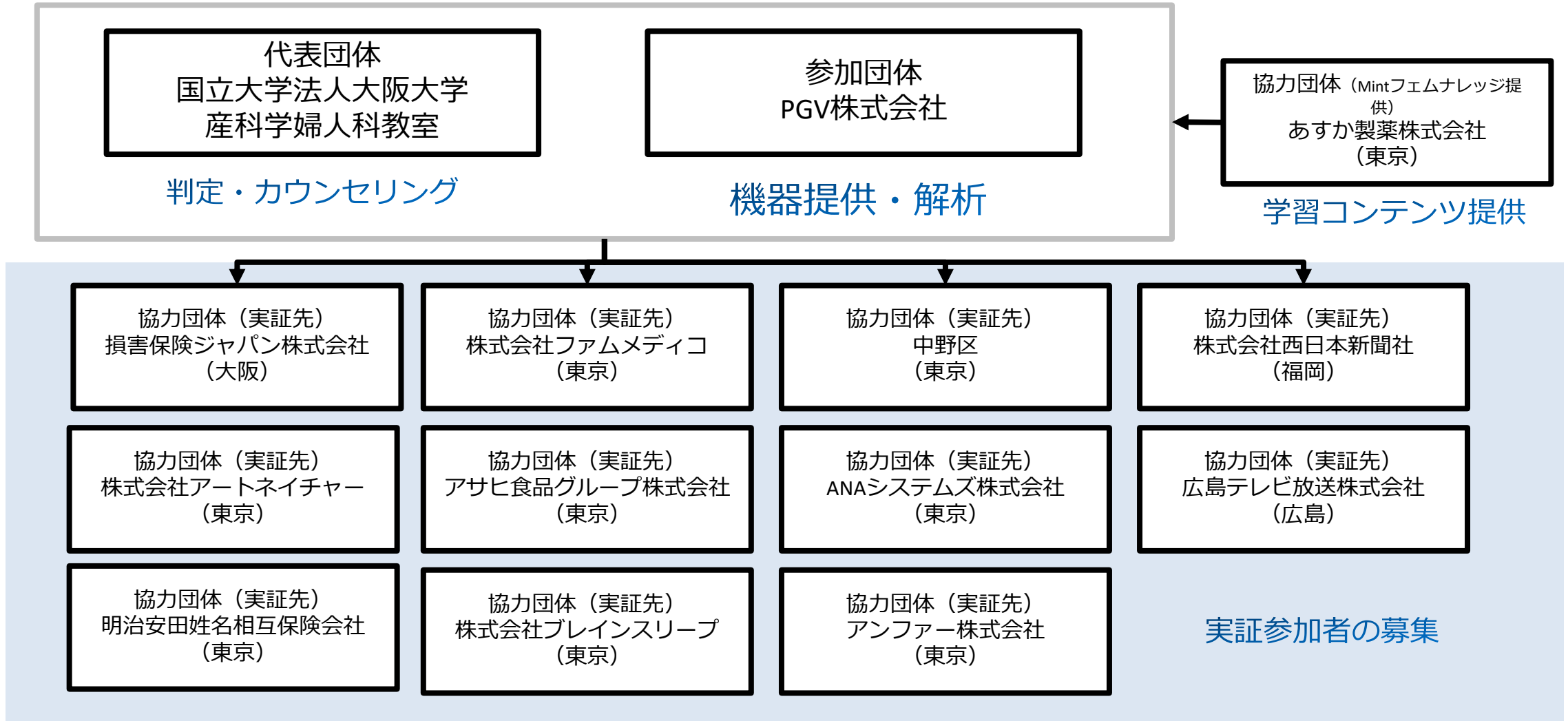
【MCI・認知症】 健常群 vs 疾患群（MCIもしくは認知症）の2値分類モデル
ROC-AUC 0.875, 感度: 82.6 %, 特異度: 80.4 %
【睡眠】 20～50歳代の男女を対象にモデル構築
Accuracy（正確度）：0.86（Wake 0.84、REM 0.88、N1/N2 0.86、N3 0.84）



脳波解析AI

実施体制：その他

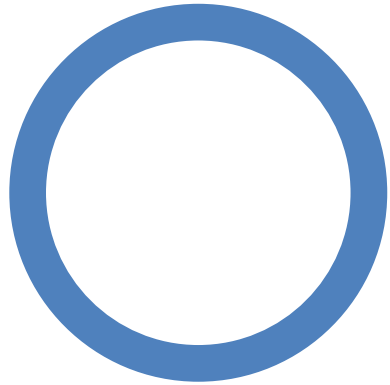
実証全体の体制は以下の通り。



現状の進捗と成果（1/2）

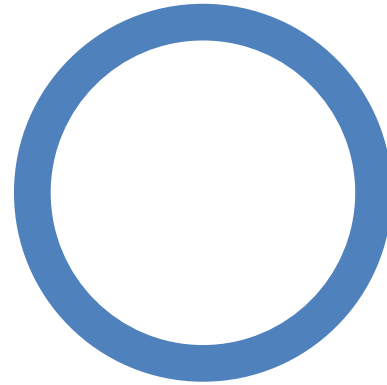
実証では、①倫理審査・リクルーティング、②睡眠解析、③医師による面談、④効果測定・解析を行う予定であり、そのうち下記については実施済み。

①倫理委員会(準備)



本事業を個別研究として新規に倫理審査を受けるために書類等の準備を行った

①リクルーティング

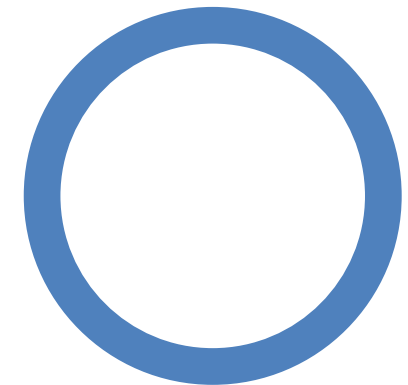


当初、参加表明団体の辞退が発生したが既存のコネクションにより解消

- ・説明会参加希望者：(178名)
- ・説明会参加者：
(計画100名に対し、実際120名の参加者)
- ・実証参加希望者：
(計画60名に対し、実際76名の希望者)
- ・実証参加者：(定員60名で運用中)

のKPIは達成

②睡眠解析(準備)



- ・計測デバイスや利用マニュアルを準備し運用開始

現状の進捗と成果（2/2）

参加者募集チラシの作成

参加費
無料

高額検査無料体験
&専門医のカウンセリング付き

更年期ケア × フェムテック
実証プロジェクト

※本実証事業は大阪大学を主体に経済産業省フェムテックサポーター事業の支援を受けて実施されます

参加者募集のお知らせ
現在お勤めの35～64歳の女性限定

こんな方におすすめ！

✓ 最近なんとなく体調が優れず「もしかして更年期？」と感じている

✓ 病院に行くほどでも…と忙しさを両立できずにいる

✓ サプリや民間療法を試しているが、何が効果的かわからない

参加メリット！

★ 高額な検査を無料体験
血液による更年期リスク判定と睡眠評価（4～8万円相当）が無料で受けられます。

★ 専門医のサポート
大阪大学の婦人科専門医による1on1カウンセリング（対面またはオンライン）が無料。

★ 学びと直連への還元
女性の活躍推進につながるeラーニング教材を無料で体験できるほか、あなたのデータは匿名で集計され、企業の選抜改善やキャリア継続支援策につながります。

測定データは匿名化・厳重管理。個人が特定されたり、会社に結果が知られることはありません。

説明会のお申込はこちら
説明会は9月下旬～10月初旬予定



9月19日

<https://forms.office.com/r/NhKlccQa4B>

企画・運営：大阪大学法人大阪大学 & PQA/株式会社パッドデザイン & AI 専攻研究・開発
助成：経済産業省の補助金助成、<https://www.vtc.ac.jp/>

サービスレポートの開発・作成

開発プロトタイプ
Confidential

医療機関コード 0001-00000001

医療機関名 サンプル医療機関 000100000001

ID 0001-00000001-00FCBF

氏名 ビタスク ハナコ

生年月日 1983-10-20

性別 女性

Pita

スクリーニング
更年期症状
レポート

目次

表紙・目次

必ずお読みください

更年期症状とは

睡眠と更年期の関係

検査の仕組み

評価結果

あなたの睡眠の深さと睡眠サイクル

睡眠の基礎知識 (1) 一女性のからだと眠り

睡眠の基礎知識 (2) 一年齢、季節、生活リズム

快適な眠りをデザインする環境とからだの整え方

心と体をととのえる生活リズム

次のステップと参考情報

[付録] あなたの睡眠数

朝の関係

身を回復させるために欠かせない時間
ています：
目が覚める
すい
夜の不安定さが関与していると考

評価結果

判定
D

気づきを促すための情報提供を
するものではありません。

説明
が下がると夜間覚醒が激え、翌
響します。更年期女性ではホ
やしやすいことが知られてい
関係です。短縮すると
を低下にもつながる可
動が原因になること
のどの深さ、
り要因が重なる
ブルー
レス

7

今後の成果の見通しと展望

本実証では、①倫理審査・リクルーティング、②睡眠解析、③医師による面談、④効果測定・解析の4段階を想定している。現時点で①および②に係る運用準備を完了しており、今後は③医師面談および④効果測定・解析の実施に移行する。

今後の展望としては、事前・事後アンケートから得られる労働意欲・主観的症状情報と、睡眠脳波データに基づく客観的指標を組み合わせることで、以下の成果が見込まれる。

1. 更年期症状や睡眠状態に関する多面的な評価データの取得および働く女性への効果検証

自覚症状（SMI等）・睡眠脳波を統合することで、参加者の状態像をより精緻に評価できる基盤が整う。これにより、働く女性における更年期症状の実態把握や、睡眠指標との関連性の検証が可能となる。

2. 医師カウンセリングの効果と生活習慣改善支援の有効性の検証

『医師』面談で得られる助言内容と、その後の生活習慣の変化（生活指導群）を紐づけて分析することで、短期間の取り組みにおいても改善の兆候（睡眠の質、症状の軽減、意欲の向上等）が確認できるかを検証する。

3. 今後の事業化・社会実装に向けたオペレーションモデルの構築

医師カウンセリングマニュアルの作成や、主観指標（更年期症状・意欲等）と客観指標（睡眠脳波）の組み合わせによる評価手法の確立を通じて、健診事業者・レディースクリニック等が、現場で実装可能な実務オペレーションモデルを構築する。

課題と対応策

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

➤ 課題：スケジュールの圧縮によるカウンセリング日程の調整

➤ 対応策：

企業単位で日程調整を行う運用へ切り替え、以下の対応を実施：

- ・企業内での会議室確保の協力依頼と協力事業者の健診施設の借用、イベントスペースレンタル、WEB等複数の場所候補を確保
- ・複数日・広めの候補日程をご提示いただく形で柔軟な候補日設定を依頼
- ・企業側担当者との事前調整を強化し、日程確保までのタイムロスを最小化

➤ 課題：参加者に負担の少ないオペレーションの構築

➤ 対応策：

手順説明動画の活用やマニュアルの更新（内容の明確化・図解追加等）を進め、参加者が迷わず実施できるよう運用改善を継続中。

実施項目とスケジュール

倫理審査の遅延によりスケジュールの遅延が発生したが運用の変更によりリカバリー可能

当初計画 
スケジュール遅延後のリカバリー計画 

実施事項	担当団体	ステータス		8月9月10月11月12月1月2月																												
		事業進捗	遅延有無	28-1	4-8	11-15	18-22	25-29	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	1-5	8-12	15-19	22-26	29-2	5-9	12-16	19-23	26-30	2-6	9-13
実施項目1 リクルーティング																																
①倫理審査	大阪大学	実施中	やや遅延	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>																												

パナソニック（株）
くらしアプライアンス社

社員一人ひとりのウェルビーングを実現する「人が生きる人的資本経営」をサポート
ー女性自身の健康行動が変わる、職場に集うみんなで変わる “オフィスRizMo” の検証ー

パナソニック株式会社 くらしアプライアンス社



by

Panasonic Beauty

働く女性が、日常生活の中でも、企業の中でも、いきいきと活躍できることを目的とします。

最終的にはサービス導入効果を定量的（経営指標として）に見える化し、企業向けに投資効果のあるサービスであることを目指します。



そのために実施すること

①女性自身が、自分の体調の変化を客観的に知ること、行動変容を起こしやすいたうえで、日常生活の中で自分自身で、体調コントロールがしやすくなることを目指します。

▶ RizMoサービスの提供・健康相談サービスの提供・セミナー動画配信

②体調が悪い時に我慢してしまう女性が多い中で、体調が悪い時には職場の仲間に相談してもいいんだよと、何でも言える環境づくりを目指します。

▶ 職場ワークショップ（コミュニケーションカフェ）の実施（全国6拠点）



◆自分の体の変化・状態を知る

- ・温度変化による生理周期の把握
- ・睡眠状態による、その日の体調の把握

体調ナビゲーションサービス **RizMo**の提供



◆一人じゃない、誰かがいつもそばにいる安心感

- ・いつでも手軽に専門家に相談できる

健康相談サービスの提供



◆自分の体について学ぶ

- ・「何となく知ってる」からもっと理解を深める

セミナー動画配信

◆なんでも言える職場環境をつくる

- ・体調が悪い時、気軽に上司・同僚に相談できる

職場ワークショップ（コミュニケーションカフェ）



ヘルスリテラシーの向上

体の変化を知る
（生理周期・睡眠）



日常生活行動・意識
の変化

自分事として、日常生活の中で
体の変化を実感しながら、
ヘルスリテラシーが見につく
それに伴い行動変容も変わる

周囲リテラシーの向上

働く職場での心理的
安全性を確保

今回の検証目的は①ヘルスリテラシーの向上②周囲リテラシーの向上である。
下記の対象者に対して検証を実施する。

モニター124人に下記のプログラムを提供

※現状モニター数115人



ヘルスリテラシーの向上

体調ナビゲーションサービス 「(リズモ)」

健康相談サービス (株式会社ファミワン)

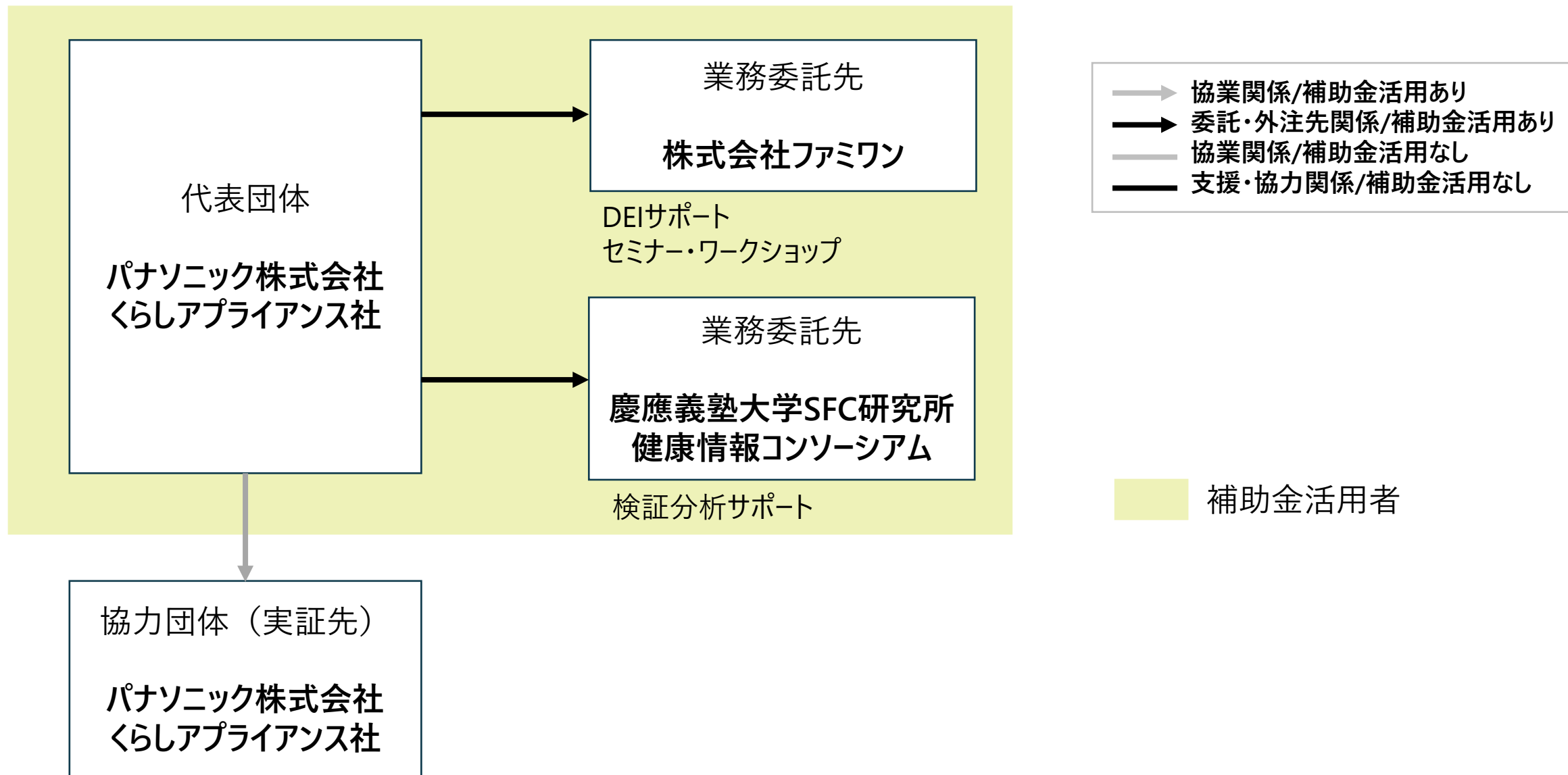
セミナー動画配信 (株式会社ファミワン)

モニター以外の社員を募集してワークショップを提供



周囲リテラシーの向上

職場ワークショップ (コミュニケーションカフェ)



体調ナビゲーションサービス 「RizMo（リズモ）」

モニター限定

女性の不調に影響を与えるバイタルデータを計測し、そのデータを基に分析・予測・アドバイスまでを、トータルでサポートします。

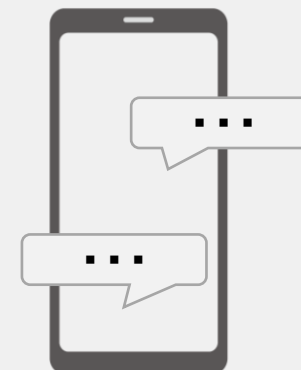
1.計測

2.分析・予測

3.アドバイス

4.サポート

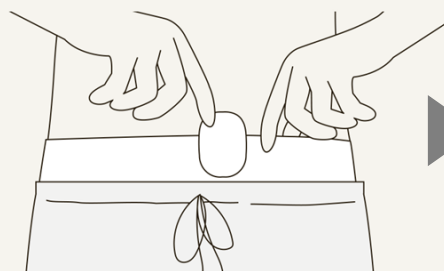
リズムモニター



バイタルデータ

- ①月経リズムと連動した温度
- ②睡眠状態

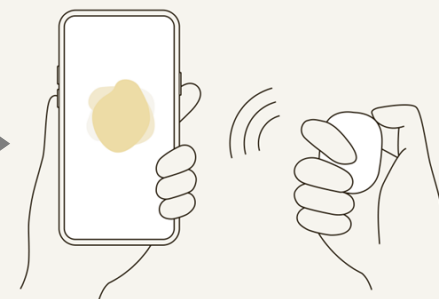
寝る前に、つける



寝ている間に、測る



起きて、転送する



健康相談サービス（株式会社ファミワン）

全社員利用可能

LINEチャットでいつでも相談可能。 約50人の専門家が健康課題に伴走します。
一人ではなく、誰かがそばいてくれる安心感を提供。

生理・PMS・妊活・不妊治療・妊娠中・産後・育児・仕事の両立・更年期まで

ファミワン ヘルスケア相談

ファミワンでは様々な分野の専門家が在籍していますので、
お悩みにあわせた専門家チームによるきめ細かなサポートが可能です

- 利用者数 **3万人** 突破
2023年11月 現在
- 総アドバイス数 **1.4万件** 突破
2023年11月 現在
- ユーザー満足度 **93.7%**
2023年11月 現在

- いつでも相談
- スマホで簡単
- 匿名OK

LINE 友だち追加

セミナー動画配信（株式会社ファミワン）

全社員視聴可能

基礎知識を毎月配信し、自分自身でも課題解決の方法を身につけられるようにします。（アーカイブ形式）



**8月から12月
毎月更新**

ちょっとした工夫で体も気持ちも変わる。
自分のカラダを知り、毎日をもっと心地よく過ごすヒントをお届けします。

 <p>2025年 8月 専門家が教える パフォーマンスを 発揮するためのヒント —睡眠について—</p>	 <p>2025年 9月 知って得する、 自律神経とセルフケア</p>	 <p>2025年 10月 男女の更年期、 基本のキ</p>
 <p>2025年 11月 ちょっとした理解が、 働きやすさをつくる —月経と女性の健康課題に関する基礎知識—</p>	 <p>2025年 12月 生活習慣を見直そう ～年末年始の過ごし方～</p>	<p>動画配信 特設サイトはこちら</p> <p>毎月こちらのページに 更新しています</p>

職場ワークショップ（コミュニケーションカフェ）

職場単位で参加

実際の職場単位で、女性の健康について、男女がコーヒーを飲みながらワイワイガヤガヤと話し合える時間をつくります。今までタブーとされてきた内容について、男女の壁を取り払って会話することで、何でも言える職場環境をつくります。



<会場は全国6拠点で実施>

マーケティング部門

東京本社
パナソニック目黒ビル

商品開発部門

草津拠点(滋賀)
(美容健康・冷蔵庫・食洗機)

商品開発・製造部門

彦根工場(滋賀)
(美容・健康家電)

製造部門

袋井工場(静岡)
(洗濯機)

製造部門

神戸工場(兵庫)
(IHクッキングヒーター)

製造部門

東近江工場(滋賀)
(掃除機)

<ワークショップの内容>

前半（知識を身につける）

◆**女性活躍の課題について**
・就業継続の難しさ

◆**月経とPMSについて**
・カラダとココロの変化
・受診の目安

◆**更年期について**
・男女別更年期
・セルフケアについて

後半（話し合い）

<男女入り交じりグループワーク>

◆**PMSが辛い女性社員からの相談**
・困っていることは何だろう？
・相談する側の工夫
・相談を受ける側の工夫

※当初はRizMoユーザーを対象にワークショップを実施予定であったが、下記状況によりモニター以外の社員を募集して提供している

- ①モニター参加者に職場単位での参加募集をかけたところ、職場で女性の健康課題に関して気軽に話せる風土が醸成されておらず、「職場に声をかけられない」という理由で断られるケースが多くあり、参加者が集まらなかった。
- ②モニター参加者の勤務体系も様々で、所属する職場単位で、決まった日時に参加を調整することが実質困難であった。

目標（KPI）

達成状況

体調ナビゲーションサービス RizMo

◆参加者 200人	→ ◆応募者124人 →サービス登録者116人
◆検証期間 5か月	→ ◆検証期間 3か月半
◆参加継続率 90%以上	→ ◆参加継続率 90%
◆体調入力率 90%以上	→ ◆体調入力率 （解析中）
◆睡眠改善度 80%以上	→ ◆睡眠改善度 （解析中）※一部解析結果提示
◆サービス満足度 80%以上	→ ◆サービス満足度（12月事後アンケート）

健康相談サービス

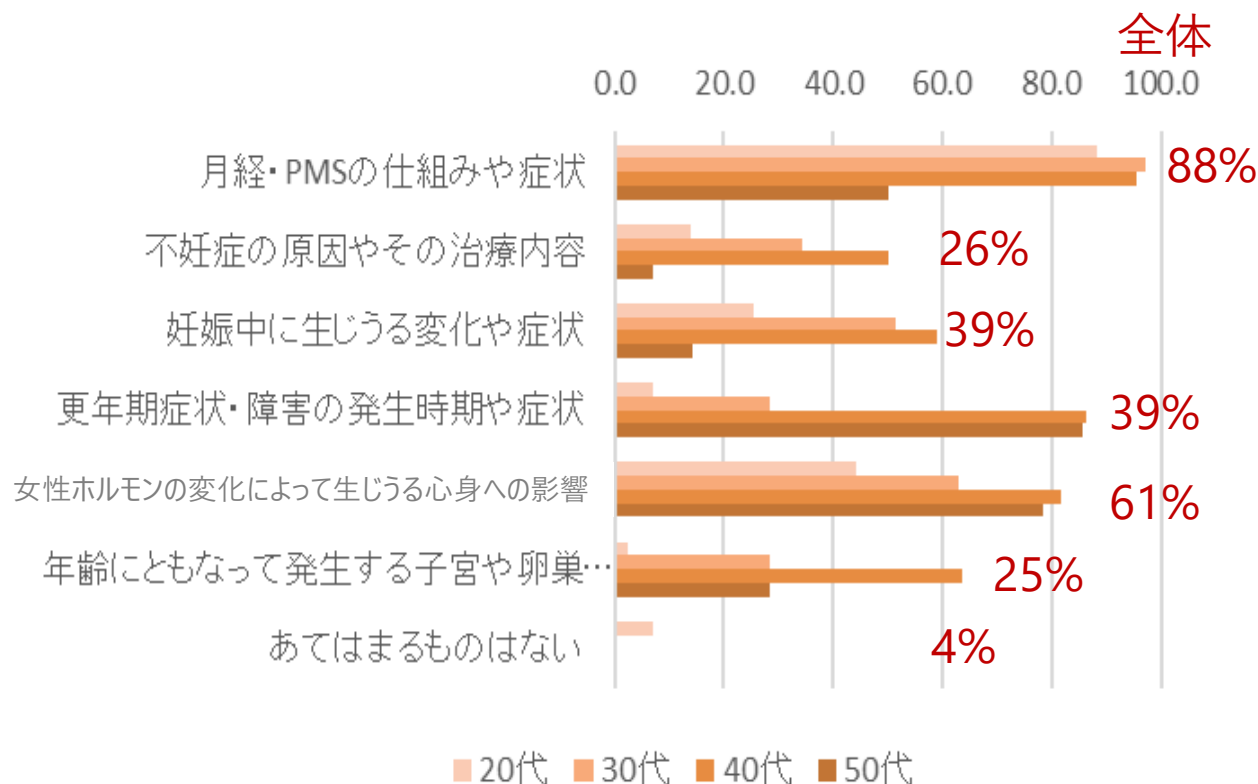
◆利用率 1回以上利用90%以上	→ ◆利用率 15%
◆利用率 1回/月以上60%以上	→ ◆利用率 3%
◆サービス満足度 80%以上	→ ◆サービス満足度（12月事後アンケート）

職場ワークショップ

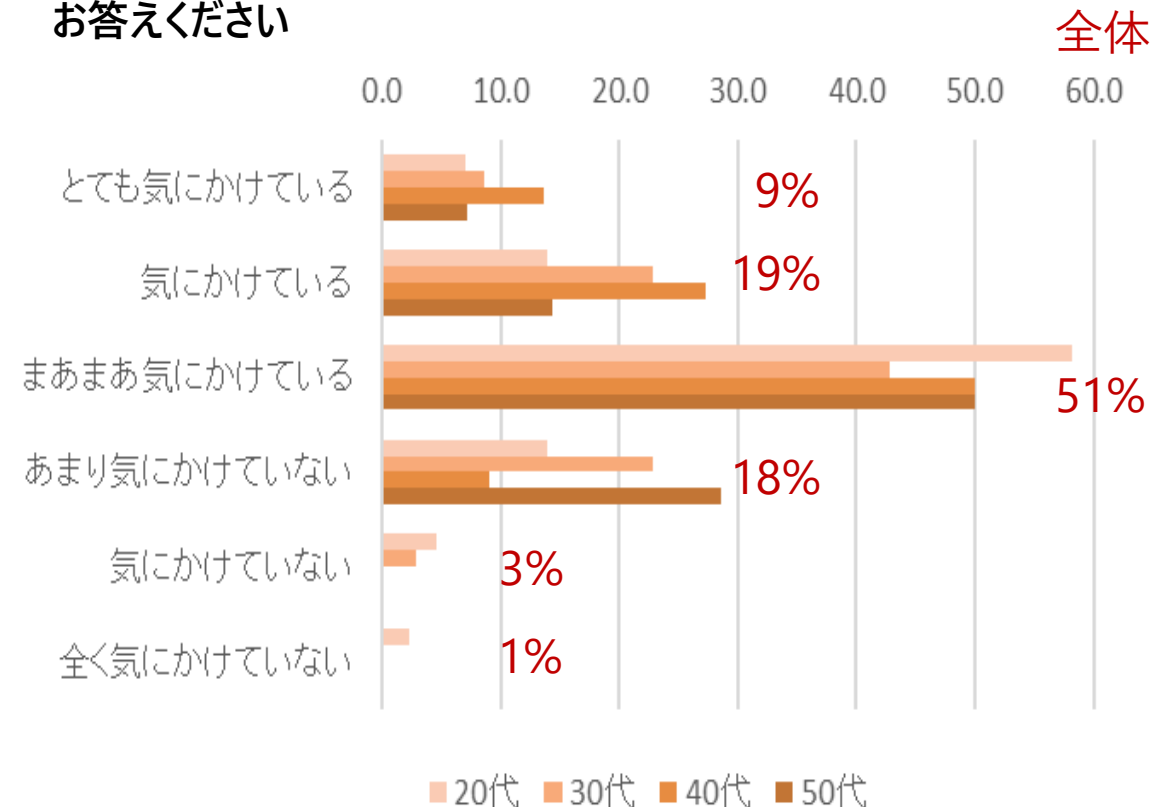
◆モニター参加女性が所属する部署	→ ◆モニター以外で部署単位で募集
◆100グループ／500人以上	→ ◆25グループ／100人以上 →19グループ／73人
◆意識の変化 80%以上	→ ◆意識の変化（解析中）

ヘルスリテラシーの向上

女性特有の健康課題について、あなたの知っていることは何ですか



あなたご自身の女性特有の健康課題について、日ごろの考えをお答えください



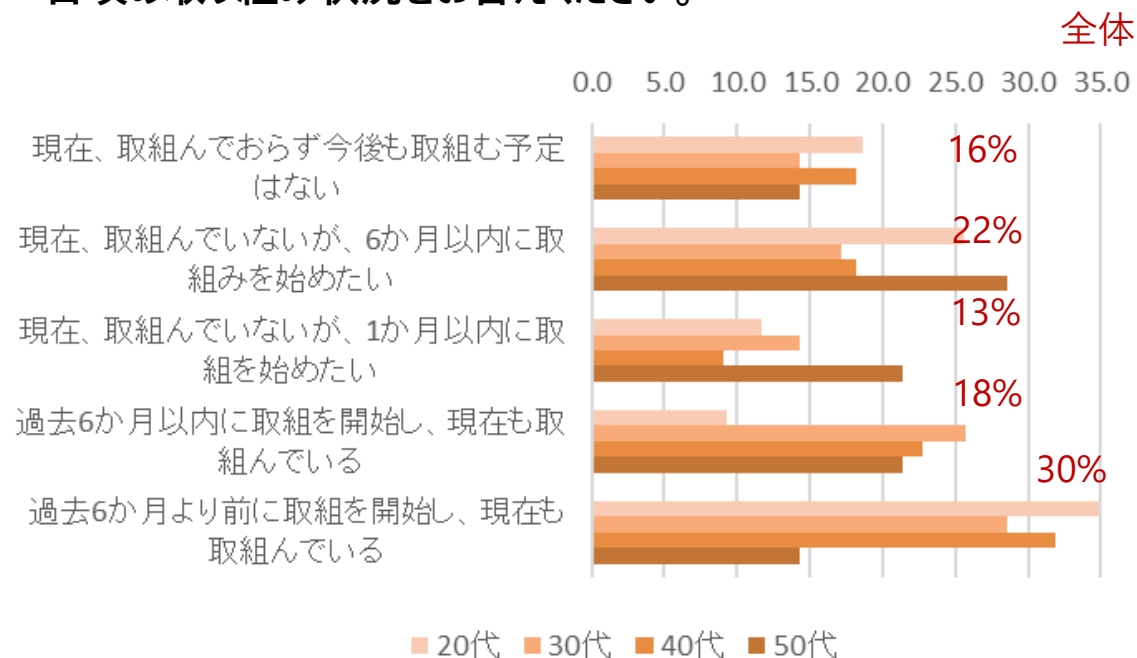
介入後の成果イメージ

▶ 個人の前後比較により、健康知識の増加（80%以上の方）
▶ 年代別の分析

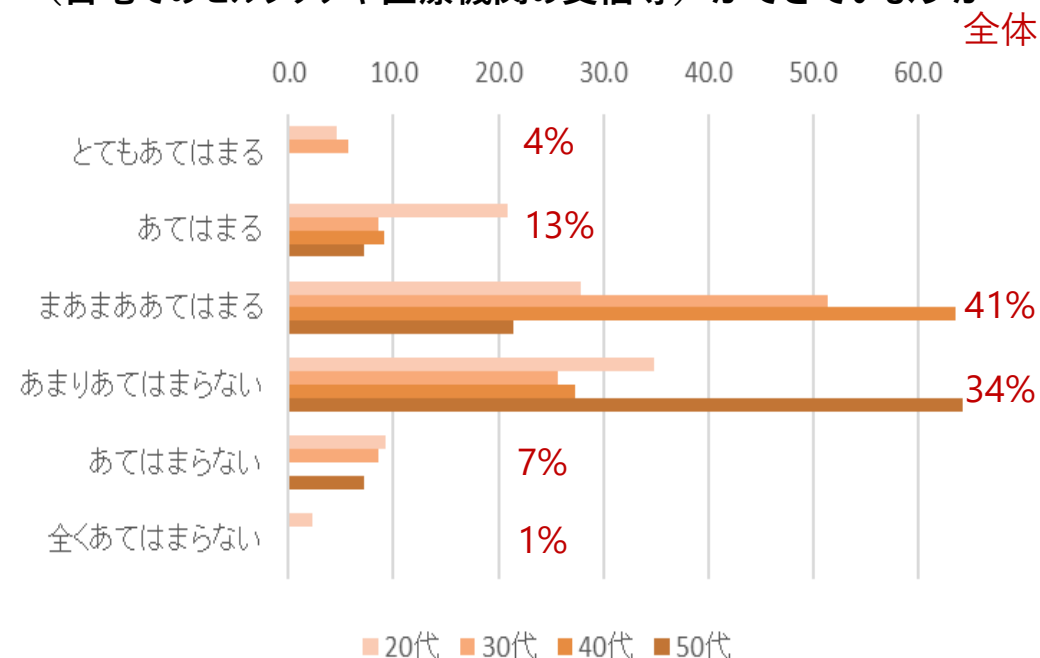
▶ 個人の前後比較により、健康を意識する人が増加（80%以上の方）
▶ 年代別の分析

行動変容

あなたご自身の女性特有の健康課題について、
日頃の取り組み状況をお答えください。



女性特有の健康課題について、適切なケア
(自宅でのセルフケアや医療機関の受信等) ができていますか



介入後の成果イメージ

▶ 個人の前後比較により、取組み意欲が増加（80%以上の方）
▶ 年代別の分析

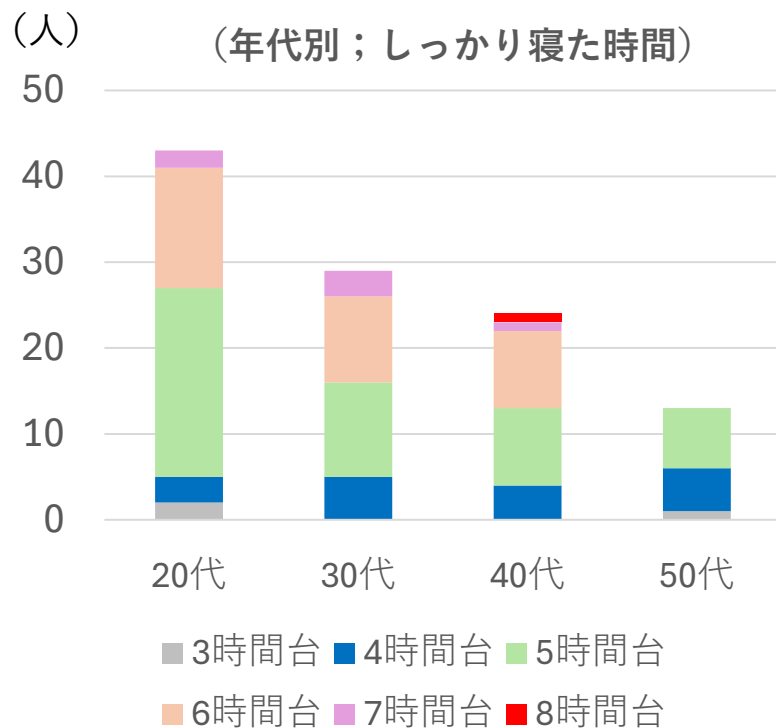
▶ 個人の前後比較により、適切なケアの増加（80%以上の方）
▶ 年代別の分析

睡眠の改善

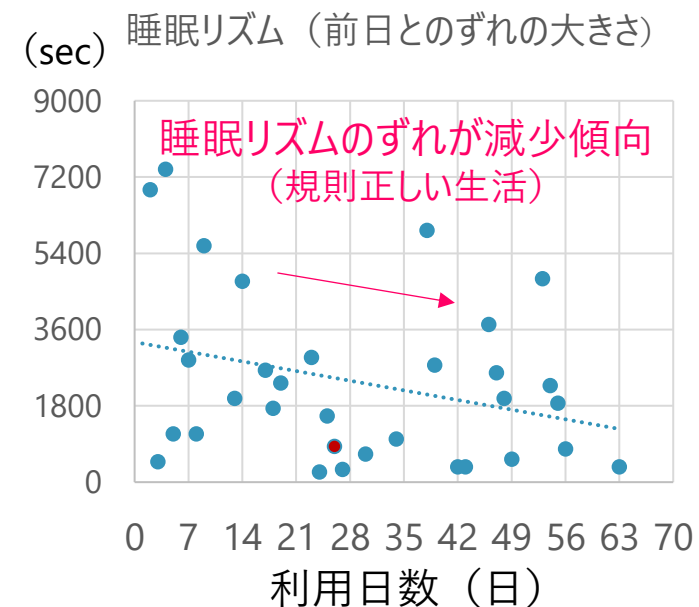
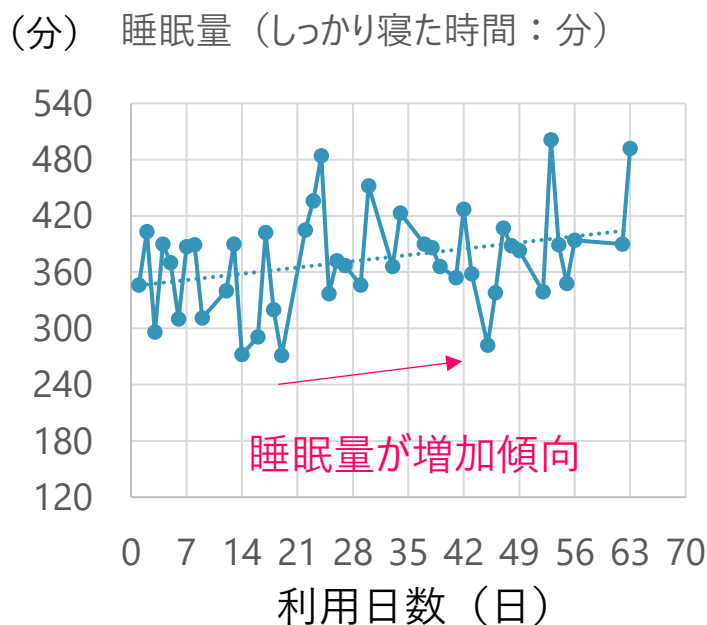
客観的なデータで、ベースラインと介入開始後の変化を明らかにします

中間集計状況（9/3-11/6）
有効データ数：N=110, 計 3,951夜

介入1週目の睡眠量の分布
(年代別；しっかり寝た時間)



<20代女性の事例／介入開始後、睡眠の改善傾向>
RizMoサービス利用 63日経過データより



介入後の成果イメージ

- ▶ 個人の前後比較により、睡眠が改善（量・質・リズムで80%以上改善）
- ▶ 年代別の分析

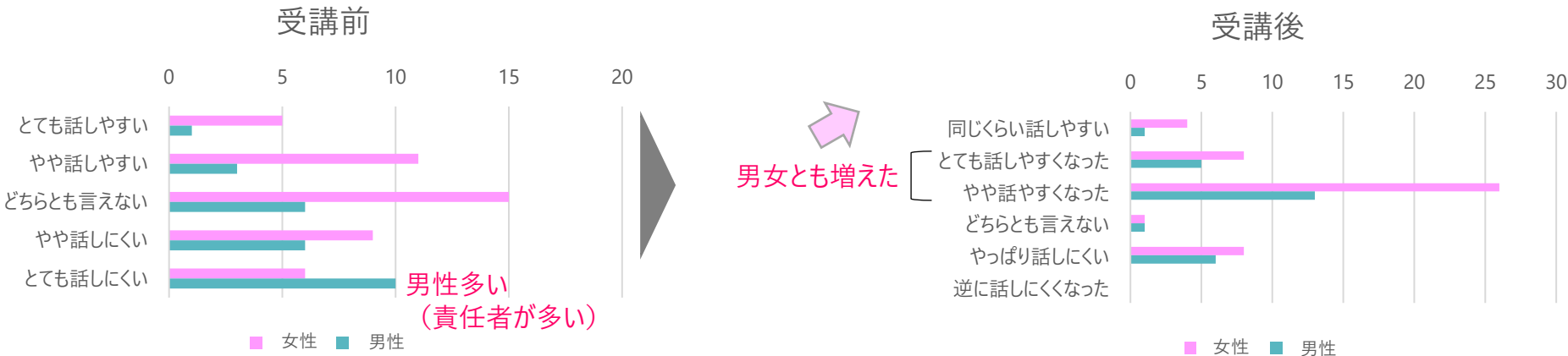
くらしアプライアンス社 4 拠点（目黒・東近江・袋井・草津） 男女73名 19グループ ※2025.11.11時点

職場環境の改善

生理前や更年期に起こる体調不調について、どの程度理解していますか？

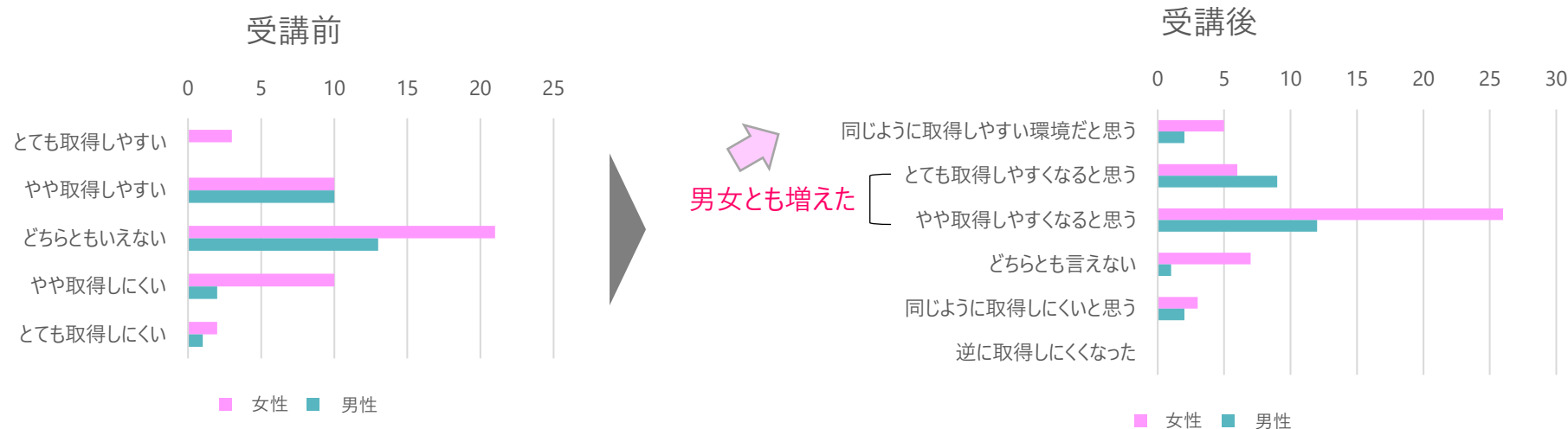


職場での女性の健康課題（PMS、更年期など）について、どの程度話題にしやすいと感じますか？



職場環境の改善

生理や更年期に関する体調不調を理由に、業務調整や休暇取得がしやすい環境だと思いますか？



(男性のみ) 女性従業員に対して、体調が悪そうなときにどのような対応をしていますか



職場環境の改善

自由意見 (回答数 男女 53人／73人) 主な分類と、一部の声を抜粋

◆もっとたくさんの社員に参加してほしい、という要望 20人 (その中で、特に男性社員や管理職の方に参加してほしい 9人)

- ・「このような機会を管理職含む社員全員に与えてほしい」
- ・「女性は知識があると思うので、男性社員の参加を増やしてほしいと思います。」
- ・「職場の男性に今日のワークショップの内容を理解してほしい」

今回のワークショップについて、非常に良かったと思って
いただけた。

そのうえで、全員参加の要望につながっている

(今後取り組みたいこと)

- ・全社員が受講できるようなプログラムをつくる
- ・新入社員の必須プログラムに組込む

◆女性の健康について理解が深まった 15人 (その中で、特に更年期について理解が深まった 8人 ※20代、30代女性が多い)

- ・「学校では生理痛などしか学ばないので、PMSや更年期を学ぶ機会ができて良かったです。」
- ・「女性の体調不良に関して理解が深まった」

健康知識については、セミナー動画の形式で配信して
いるが、視聴している方は少数。

リアルな場で、男女入り交じりの空間での学びが、
確実に理解度を高めたように感じる。

◆職場の仲間に対する対話の意識が変わった 14人 (その中で、特に男性 9人)

- ・「女性同士の同僚とも生理の話題はデリケートなため、あまり話す機会がなかったので、
新鮮な気持ちで参加できました。」
- ・「職場のメンバーがどのような悩みを持っているのか考えたくなった。」
- ・「タブーのハードルが大きく下がるきっかけになったと思います。」

男女とも、「こんなこと言ってもいいのかな」と、モヤモヤ
した壁がなくなり、この短時間で職場の雰囲気が変わ
れたと感じる。

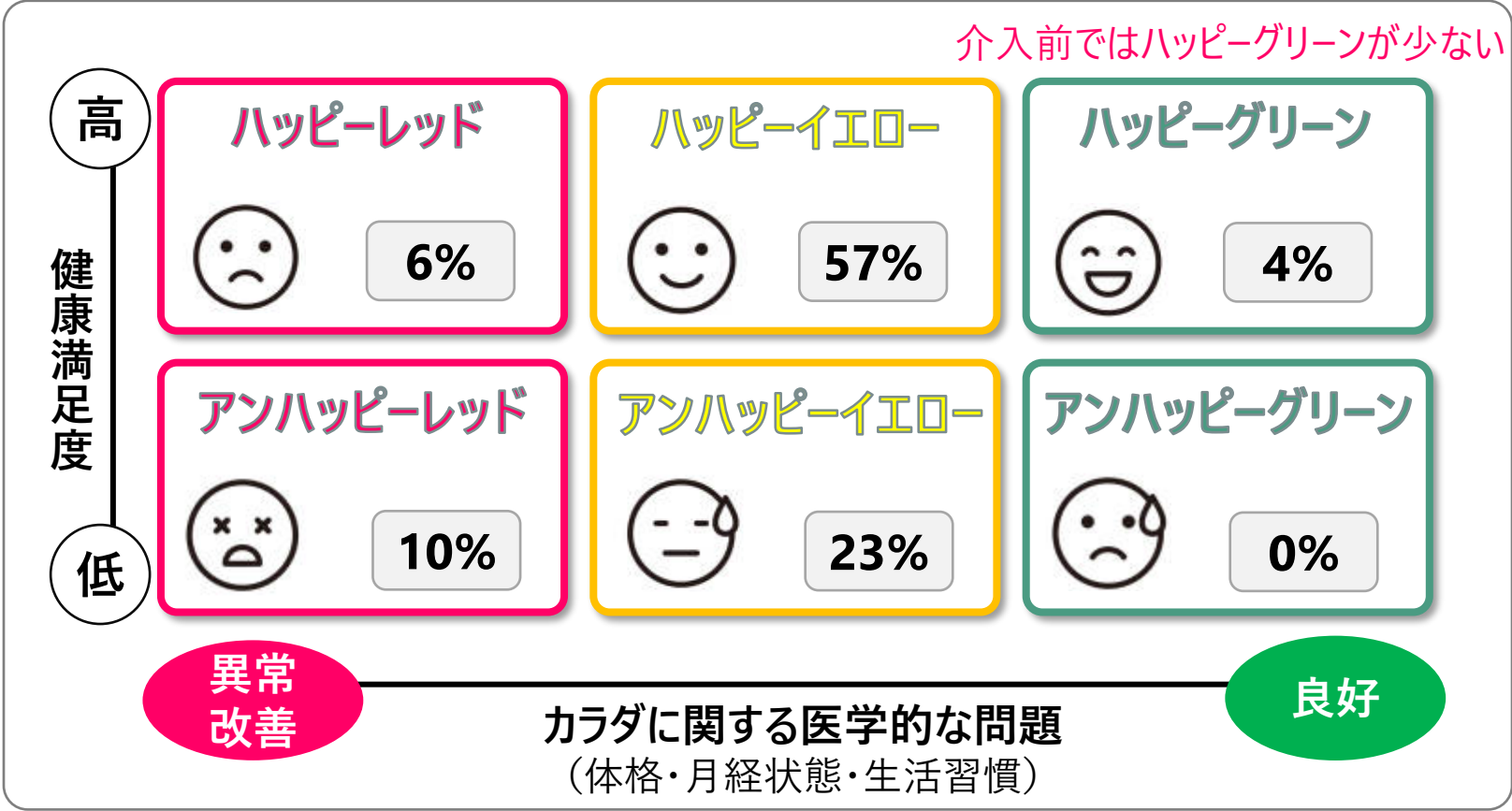
追加 ココロとカラダの分布

モニター n=115人

慶應義塾大学SFC研究所 本田先生オリジナル
各団体の健康度合いを表すことができる。
それぞれの分類のキャラクターをつかって、だれでもわかりやすくする工夫も検討

設問項目 ※点数化して分類	
2 健康満足度	現在の健康状態に満足していますか
3 身長・体重	
4 BMI	体重(kg)と身長(m)から算出する体格指数(BMI)から算出する値が普通体重かそれ以外(低体重/肥満)か
5 月経周期	月経周期は24~38日ですか
6 月経日数	月経日数は3~7日ですか
7 食事	朝食は毎日食べていますか
8 運動	運動は週100分以上していますか
9 睡眠	睡眠は6~7時間とれていますか
10 指わっか	ふくらはぎの周囲を手で囲う

※ハッピーグリーン：7点以上



介入後の成果イメージ ▶ 分布の変化 (ハッピーグリーンの増加)

体調ナビゲーションサービス RizMo

- ◆モニター募集に関して、事前のイベント、プレゼント企画など、いくつかの工夫はしたが、想像以上に社員の反応が低く、このような健康イベントなど、社内に浸透させるには、もうひと工夫が必要と感じた。（目標200人⇒応募124人）
→例えば、経営者クラスに働きかけ、経営トップが先頭に立って、社員に呼び掛けるなど必要
- ◆客観的なバイタルデータとして、睡眠状態を分析した結果、一部で睡眠時間の増加および睡眠リズムのズレの減少が見られたため、一つの健康指標として期待できそう。



















健康相談サービス

- ◆利用率が15%と非常に低い
 - ・健康課題の悩みが深い人15%が利用していると推定。
 - ・軽微な健康課題を持っている人51%は、相談するほどでもないということで利用していないと推定
→残りの期間で、軽微な悩みでも一度は相談してみることをお勧めする

職場ワークショップ

- ◆当初予定していたモニターとは違う人の参加になったが、ワークショップ自体の意識変化は確実に見られているため、職場環境の改善効果としては、有効と考える。
- ◆もし、モニター参加者に上記サービスとセットで提供できた場合、ヘルスリテラシーが高まっている状態で、職場環境が改善されることにより、さらに心身共に働きやすい状態になると考えられる。

今後のスケジュール

		8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
RizMoサービス	モニター募集							
	サービス実施		 12/15まで実施					
健康相談サービス	サービス実施		 12/15まで実施					
基礎知識セミナー 動画	配信		 			 残り11月、12月配信		
職場ワークショップ	参加者募集							
	実施 & 成果検証			  	  	残り2拠点（彦根・神戸）で実施		
成果測定 & 報告	アンケート					 12/16～ 事後アンケート		
	分析 & 報告書							

株式会社ジエイコム九州

【令和7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】

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&アプリ



Care Of Things, Things Of Normal

株式会社ジェイコム九州

2025年11月

(1) 目的

女性特有の健康課題に関するリテラシーを向上させることで、

- ＊働く女性のこころとからだの健康維持

- ＊能力を発揮できる環境整備

- ＊女性の昇進希望率・管理職登用率増加

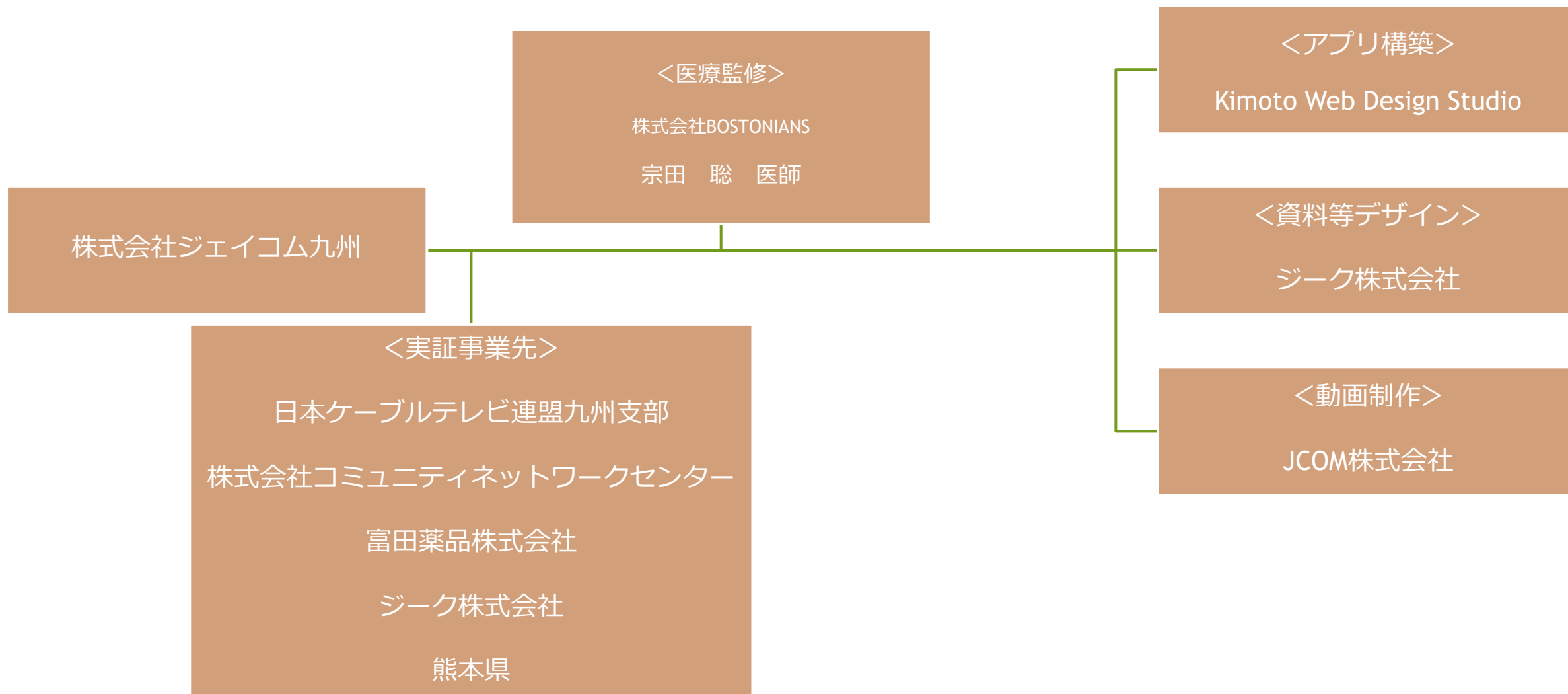
を図り、労働損失・経済損失の抑制につなげる

(2) 実施項目

- 企業・団体等の健康経営推進担当者への
セミナー実施及び研修コンテンツの提供
- アプリ・コンテンツの制作
 - * 女性の健康アプリ
 - * 動画制作(女性の健康課題・婦人科受診ガイド・セルフケア等)
 - * 企業の健康推進担当者向け研修コンテンツ

(3) 目標

- 女性特有の健康課題に関するリテラシー向上
相対的プレゼンティーズム1.0以下の女性の割合15%改善
- 実証範囲のリテラシー向上
職場において女性特有の健康に対して必要な対応を取ることができる従業員の割合が20%増加
- 婦人科健診受診意向
健康課題に対して医療機関および専門家へ相談している女性の割合が25%増加



企業内推進担当者向けセミナー（実施状況）

女性特有の健康課題に関するリテラシーを高める活動を多くの職場で導入いただくため、各企業の推進担当者向けセミナーを開催

開催日 2025年10月15日(熊本市)
17日(福岡市)

参加者 8社16名
(名古屋市、福岡市、熊本市、天草市、大分市、都城市、諫早市)



プログラム

- ①女性特有の健康課題の理解の必要性
- ②女性特有の健康課題
- ③理解度チェック

企業内推進担当者向け研修ツール (実施状況)

あたらしいを、あたりまえに

J:COM

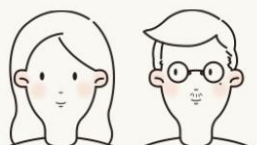
推進担当者が各企業内でセミナーを実施する際に使用するツールの完成

①PowerPoint資料

本日のセミナー内容

- 01 女性特有の健康課題の理解の必要性
- 02 女性特有の健康課題について
 - 職場全体で**女性の健康を理解**する
→職場で女性特有の健康課題の**相談ができる環境**を整える
 - 女性自身が女性の健康を**正しく理解**する
→不調に対し、**適切な対応**を取る

女性特有の健康課題による **不調を軽減** し
いきいきと働く ことのできる職場環境をつくる



女性ホルモンとの付き合い方-01

女性ホルモンとは？

妊娠・出産はもちろん、女性の全身の健康にも深く関わるもの…

エストロゲン

- ✖ 女性らしい身体をつくるサポート
- ✖ 思春期に分泌が増え、月経の開始に関わる
- ✖ 血管や骨、関節、脳などを健康に保つ
- ✖ コラーゲン産生を促し、肌を美しくする など

黄体ホルモン (プロゲステロン)

- ✖ 妊娠をサポート
- ✖ 子宮内膜の柔らかさを維持して 妊娠しやすい状態にする
- ✖ 水分や栄養素を蓄え妊娠の維持を支える
- ✖ 基礎体温を上げる
- ✖ 食欲を高める など

②健康管理アプリ



(準備中:10ページ掲載)

実証企業内セミナー（調整状況）

あたらしいを、あたりまえに

J:COM

	開催日	時間	会場
株式会社コミュニティネットワークセンター	2025/12/12（金）	午後	名古屋市
ジーク株式会社	調整中	調整中	福岡市
富田薬品株式会社	調整中	調整中	熊本市
行政	2025/12/10（水）	午後	熊本市

3社・1行政

プラットフォームコンテンツの更新① (実施状況)

動画コンテンツ(セルフケア)の拡充



動画コンテンツ(婦人科受診勧奨)の拡充

<撮影>

11月14日(金) 9:00~11:00

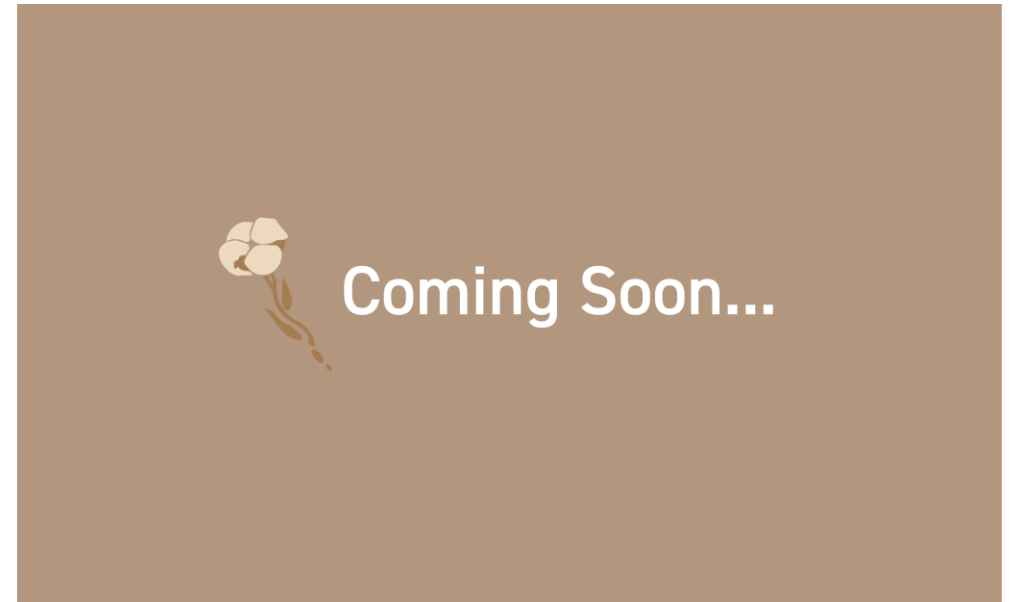
<出演>

医療法人 愛育会 福田病院
福田 曜子 医師

<内容>

婦人科、産婦人科の上手な付き合い方

- ・ 女性にとっての産婦人科の役割
- ・ よくある相談
- ・ 婦人科、産婦人科の選ぶポイント



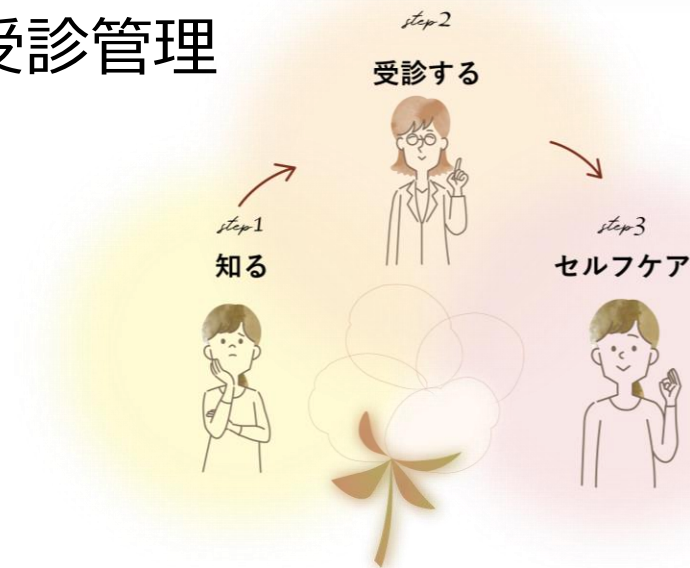
2025年11月中 運用開始予定

「知る」→「受診する」→「セルフケア」のサイクルサポート

リテラシーの向上とセルフケア
女性の健康とセルフケアのコンテンツ

健康状態の見える化

体調記録による日々のヘルスケアや、体調管理、受診管理

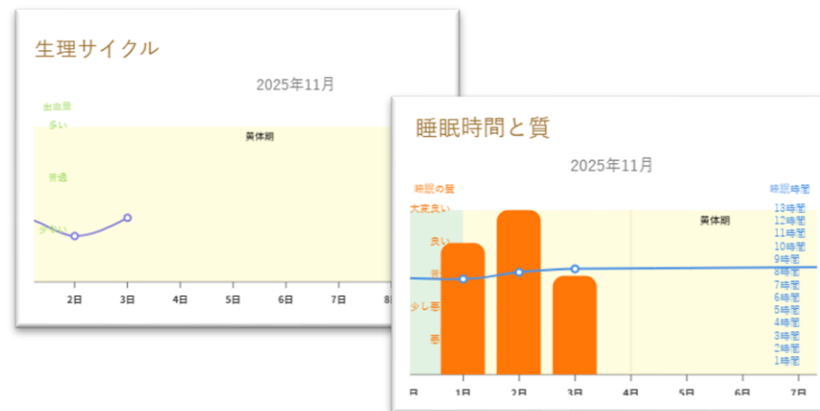


健康管理アプリ内容① (実施状況)

●女性の健康を主とした日々の健康管理

- ・自身で管理したい項目を選択可能
- ・入力項目のグラフ化
- ・月経周期の記録管理

体調に合わせたスケジュール管理や
受診管理（定期健診や予防接種等）に活用



健康管理アプリ内容② (実施状況)

●プラットフォーム連動による年代別の情報提供

- ・年代に応じたプラットフォームの情報へのリンク
- ・年代ごとに新着情報を通知予定

●定期健康診断の結果を経年で管理

- ・気になる項目の数値を自身で把握
- ・生活習慣の改善意識や早期受診へ

健康診断 経年比較

検査項目	2024/06/06 定期健診	2025/10/05 定期健診
検診名	-	-
病院名	-	-
体重 (kg)	-	-
BMI	-	-
腹囲 (cm)	-	-
視力 (左)	-	-
視力 (右)	-	-
眼圧 (左)	-	-
眼圧 (右)	-	-
聴力	未実施	-
呼吸機能検査	-	-
最高血圧 (mmHg)	-	-
最低血圧 (mmHg)	-	-
心電図	未実施	-
胸部X線検査	未実施	-

課題と対応策

●各企業の状況に合わせたセミナー実施フォロー

- ・ 各企業内の推進体制の確認と構築
(各企業内での実施までの意思決定)
- ・ 企業内セミナー受講対象者の選定
(企業規模や男女比率、現行の研修・ステージに応じた検討)
- ・ 従業員向けサービスとして既存福利厚生とのすみわけ



スケジュール

あたらしいを、あたりまえに

J:COM

実施事項		8月		9月					10月					11月					12月					1月					2月																			
		28-1	4-8	11-15	18-22	25-29	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	1-5	8-12	15-19	22-26	29-2	5-9	12-16	19-23	26-30	2-6	9-13	16-20	23-27																
実施項目 1 女性の健康アプリ制作																																																
	アプリ構築				<div></div>																																											
	アプリ運用																				<div></div>																											
実施項目 2 コンテンツ制作																																																
	①動画制作（婦人科受診）									<div></div>												11/14撮影				<div></div>										12月末納品予定												
	②動画制作（セルフケア）		<div></div>						9/17撮影							<div></div>				10/31動画納品																												
	③動画制作（女性の健康）															<div></div>										12/5撮影							<div></div>										1月末納品予定					
実施項目3 健康経営推進者向けセミナー																																																
	セミナー実施（セミナー資料のデザイン等の準備含む）				<div></div>										10/15熊本・10/17福岡（推進担当者向けセミナー）																																	
	参加者へ研修ツール案内送信																			<div></div>																												
実施項目4 各企業でのセミナー																																																
	各社セミナー実施（各社事前アンケート実施）																			<div></div>																												
	各社事後アンケート実施																										<div></div>										2/4最終提出											
	アンケート分析																														<div></div>																	

あたらしいを、あたりまえに

J:COM



株式会社WithMidwife

女性特有の健康課題とメンタル不調の 相関分析を通じた 伴走支援スキームの有効性検証事業



WITH MIDWIFE

2025年11月



会社概要

社 名：株式会社With Midwife

所在地：本社（下記）/東京（下記）/愛知

〒534-0024

大阪府大阪市都島区東野田町4-15-82

QUINTBRIDGE303

〒106-0032

東京都港区六本木6丁目4番1号

ハリウッドビューティプラザ 4F

代表者：岸畑 聖月

創業日：2019年11月1日

資本金：3,000,000円

事 業：法人向けEAPサービス

医療者を活用したコンサルティング

医療者向けリスクリング事業

従業員：役員3名、従業員11名、パート3名、業務委託30名程度



株式会社With Midwifeが提供する
「THE CARE」は従業員の仕事とプライベートにしっかり寄り添う
伴走型の従業員支援サービスです。



THE CAREはこんな企業に最適です

- 女性特有の健康課題に対応したい
- 若手の採用を強化したい
- ライフステージに応じた支援を整えたい

導入企業の **7** 割以上が
健康経営優良法人を取得 //

企業専門の医療専門家が企業とそこで働く人を継続的にサポートします。

01



従業員をサポートするのは、企業視点を持った専属の医療専門家

相談に対応するのは、看護師 / 助産師 / 保健師 3つの国家資格併有者。また人事労務やキャリア支援の知識を独自ライセンスを通じて継続的に習得しています。心身だけでなく、仕事との両立を目的としたライフキャリアをサポートできる専門職として、制度や労務の情報も常にアップデートしています。

02



従業員サポートはアプリでカンタン

ストレスチェックやアンケートは、すべてアプリ内で簡単に実施できます。
高リスク者への個別相談に加えて、従業員のウェルネス向上を目的としたコンテンツもアプリ内で提供します。

03



社員のリアルな声から、新たな女性活躍施策へ

社員の声を相談・アンケート・ストレスチェックなどから集約し、課題を可視化。
見えてきたニーズに合わせて、最適な施策を実施できます。

企業における従業員の健康課題を見える可視化し、 一人ひとりが安心して働き続けられる環境をつくる

健康課題の可視化



義務化されているストレスチェック等の制度を活用し、特に女性の健康課題（例：月経・不妊・更年期など）を含む多様な体調変化の実態を可視化

支援体制の構築



専門職によるオンライン支援を通じ、個々の課題に応じた行動変容を促進する。

働きやすい環境づくり



企業とともに制度活用を促進し、健康・キャリアの両立を支援することで企業の健康経営・人的資本経営の推進にも寄与。

目指す成果



女性がライフイベントとキャリアを両立できるような働きやすい環境を企業とともに整備し、生産性の改善につなげる。

01

心身の健康状態の取得 / 分析



- 全従業員を対象に性別特有の健康課題を含む、心身の健康に関する健康（任意）を配布。
- 両データを統合し、相関分析を実施。

02

個別支援および集団介入の提供



- 健康課題が見られた方や希望者に対し、医療専門家がアプリを通してオンライン支援を実施。
- 個々の課題など状況に応じた個別支援や、e-Learningによるサポートを提供。

03

効果測定とフィードバック



- 健康・メンタル・生産性の変化を指標で分析し、支援の効果を評価。
- 各企業へ結果をフィードバックし、職場環境や制度改善に活かす。

代表団体

株式会社With Midwife



WITH MIDWIFE

提携先

始動メディカルコンサルティング合同会社

ダッタラ株式会社

ヘルステックハブ株式会社

株式会社NASU

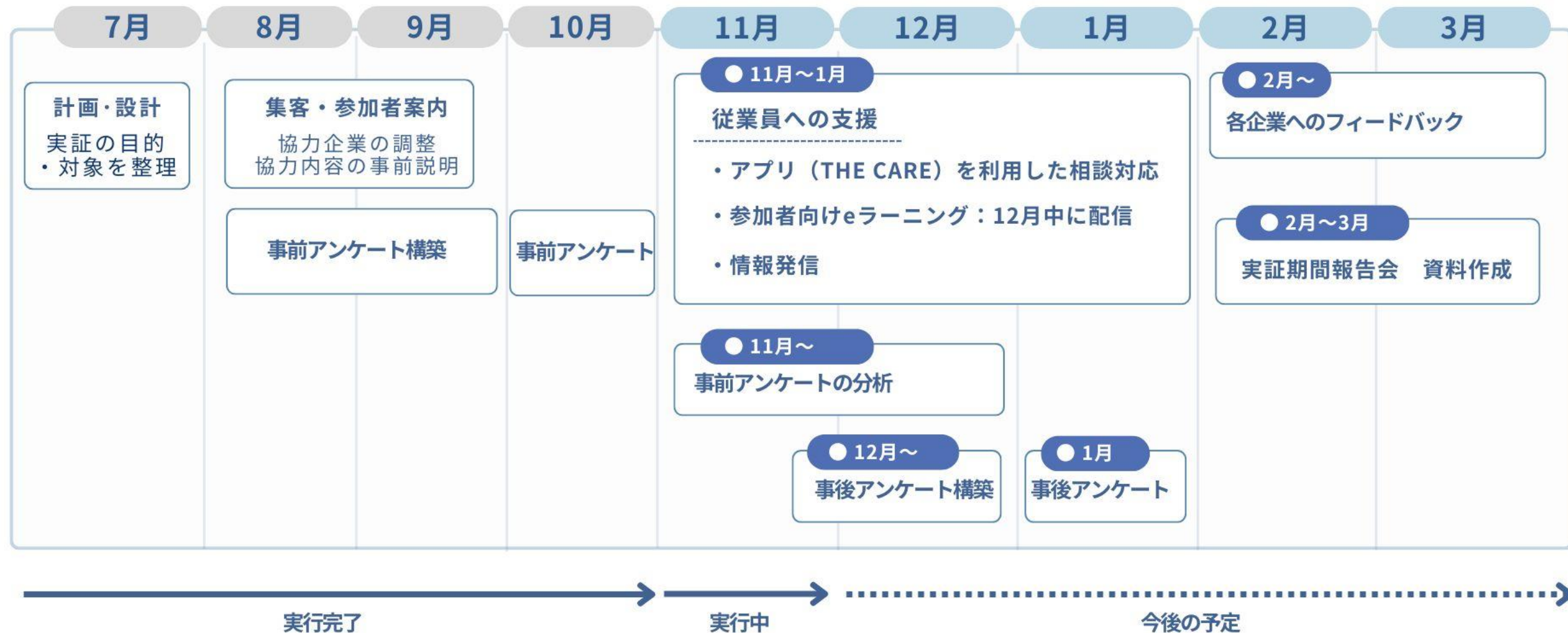
ちかメンタルクリニック

実証先

- 株式会社赤ちゃん本舗
- 株式会社紀陽銀行
- 社会福祉法人愛佳会
- 広田証券株式会社
- 福山市



協力団体のスケジュール調整により、アンケートおよびサービス提供の開始が当初計画より約2週間後ろ倒しとなったが、全体としては概ね予定通りに進行している。



成果：アプリでのアンケート回答方法



アプリを通じて、対象者がスムーズにアンケートへ回答できる環境を整備。

- 初回メールからシームレスにアプリへアクセスでき、ログイン後すぐに回答を開始できる。
- 画面の案内に沿って進むだけで回答が完了するため、操作に迷うことがない。
- スマートフォンでも回答可能で、忙しい従業員でも負担なく参加しやすい仕組みである。

アンケート回答

STEP
01



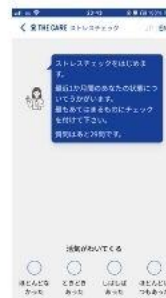
初回はメールが届き、
アプリにアクセス

STEP
02



ログインして
アンケート開始

STEP
03



設問に従って回答
データ送信

STEP
04



結果を確認
そのまま相談可能

成果：アンケート内容

▶ 本アンケートは計506名へ実施し、分析に適した対象者が確保できた

● アンケート実施人数



- 女性の回答者はKPIを大きく上回り、女性特有の健康課題を扱う本実証に適した母集団となっている。
- 健康課題、生活習慣、働き方、ストレス要因など、実証評価に必要な項目を網羅。
- 今後の実証を進めるための対象者層が十分に確保され、適切なフィールドが設定できた。

● 実施内容

任意：健康アンケート＋職業性ストレスチェック（57項目）

● 健康課題アンケート

- 基本属性：年代、性別、働き方
- 身体的健康：睡眠、疲労感、慢性疾患、既往症の有無
- 女性特有の健康（女性のみ）：月経、PMS、更年期など
- 男性特有の健康課題（男性のみ）：男性更年期、泌尿・生殖など
- 生活習慣：食事、運動、休養、生活リズム
- 健康行動：セルフケア、相談先

● 職業性ストレスチェック（57項目）概要

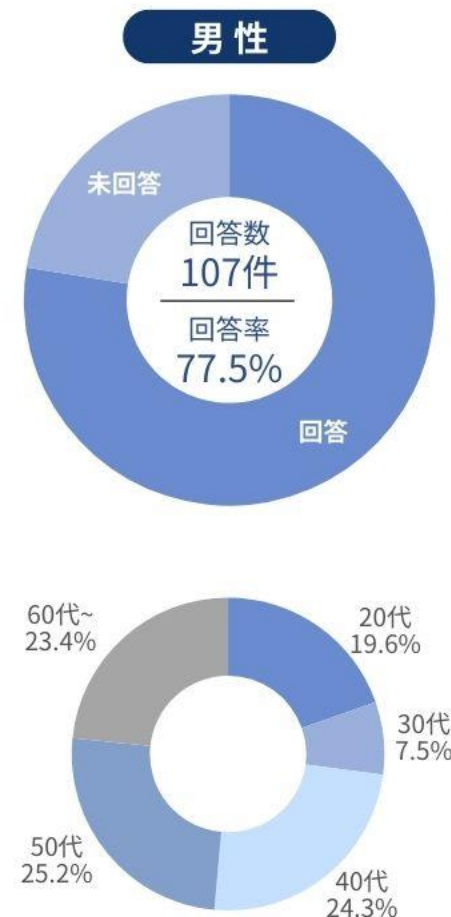
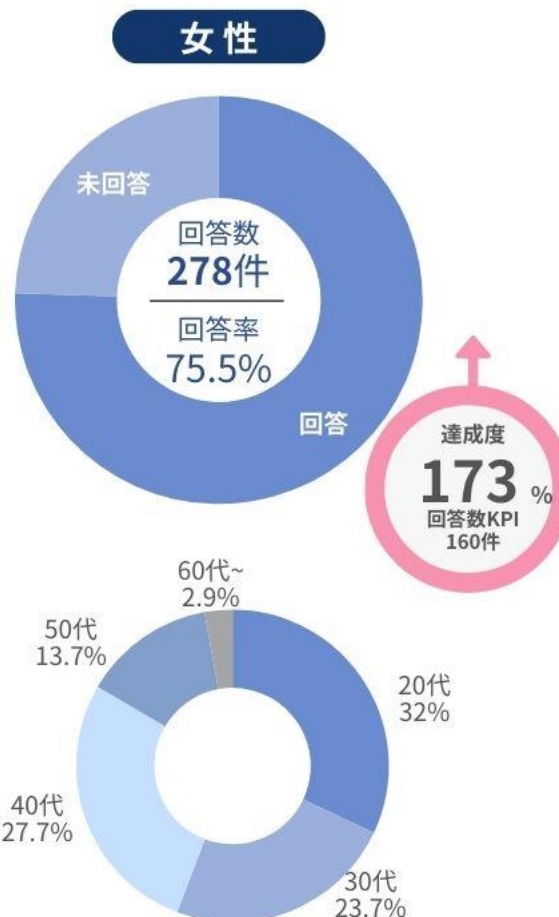
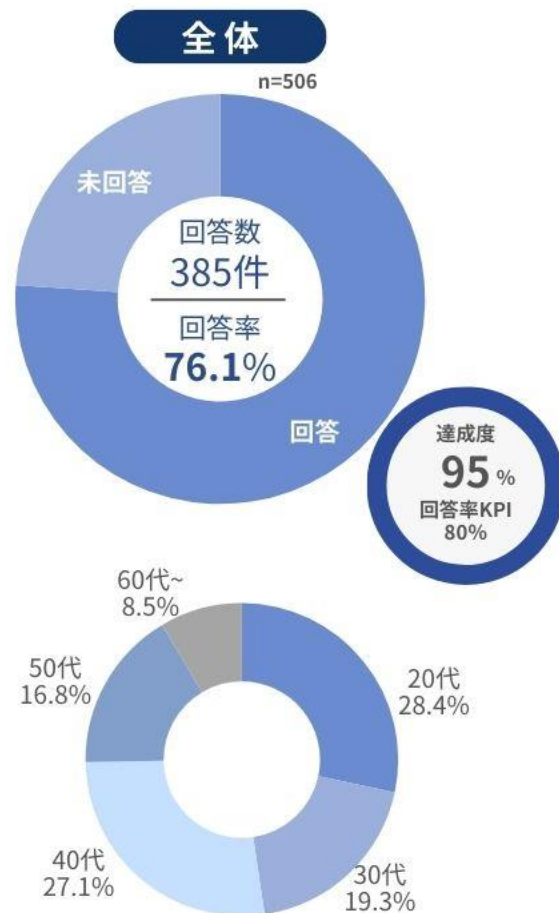
- 仕事のストレス要因：業務量、人間関係
- 心身のストレス反応：疲労感、気分の落ち込み
- 周囲のサポート：上司の支援、同僚の協力
- 働きやすさ：仕事満足度、職場適応感
- 判定指標：ストレス反応の強さ、負荷バランス

成果：アンケートの回答状況とデータ基盤の確保

女性の回収が大幅に伸び、年代も含めた傾向分析に十分な回答が集まった。

回答数

年代内訳



- 回答率は全体で76.1%となり、ストレス要因の分析に必要な回答が十分に確保された。
- 女性は KPI 160件に対し278件（173%）と大きく上回る回収となり、女性特有の健康課題との関連分析に必要なデータが充実している。
- 回答は20～50代の幅広い年代から得られ、ライフステージによる傾向比較も可能である。
- 男性の回答は補助的な参考データとして、全体傾向の把握に活用する。

それぞれのアンケートにて不調があると回答した支援対象者を約140名と想定し、個別に伴走支援を実施する。

01

生産性（WHO-HPQ）の変化



- WHO-HPQスコアの前後比較
- 健康状態（睡眠・疲労・メンタル負荷等）と生産性の関連性
- 介入内容（個別支援・eラーニング等）と生産性の改善傾向の整理

02

行動変容 （受診・制度利用・セルフケア）



- 支援を通じて従業員の行動にどのような変化が生まれたかを確認する。
- 健康相談・受診につながったケース
- 制度利用につながったケース（通院・制度申請・産業医面談など）
- セルフケアの実践状況・健康意識の変化

03

支援満足度 （THE CARE・eラーニング）



- 個別相談・オンライン支援に関する満足度
- eラーニングの理解度・満足度等
- 「相談しやすさ」「働きやすさへの貢献」などの定性的な意見
- 今後の組織改善に向けた施策案の抽出

課題

01 THE CARE の相談利用をさらに高める

利用のハードルが下がる工夫が相談利用に繋がり、成果（行動変容・満足度）につながる重要な要素となる。

02 eラーニング配信を効果的に実施する工夫

実証スケジュール内に質の高い配信を行うには、優先順位づけと運用設計が重要となる。

03 事後アンケートを確保するための工夫

生産性・行動変容・満足度等を評価するには、事後データの回収が不可欠となる。



対応策

- ・初回利用のきっかけとなる相談事例や“相談できるテーマ”を可視化し、利用イメージを促進する。
- ・リマインド支援を行い、適切なタイミングでの利用につなげる。

- ・テーマごとにスムーズに配信設定できる仕組みを構築する。
- ・社内広報とアプリリマインドを組み合わせ、対象者が視聴しやすい導線を整備する

- ・事前アンケートの運営を参考にしつつ、事前告知・アプリ通知・社内広報を組み合わせ、回答しやすい環境を整える。

今後のスケジュール



実証後半に向けて、支援・分析・報告の各プロセスを計画的に進める。

- 11~1月にかけて、THE CARE を通じた個別伴走支援およびeラーニング配信を実施する。
- 1月下旬には事後アンケートを実施し、介入に関する評価も実施する。
- 回収データを基に、最終報告に向けた指標別の集計・分析を進める。



株式会社Melon



中間報告資料

更年期女性に対するマインドフルネス

プログラムの効果検証

代表団体：株式会社Melon

©2025 Melon Inc. All Rights Reserved.



自走できる人財を育む組織へ。



主なテーマ

更年期

事業名

更年期女性に対するマインドフルネスプログラムの効果検証

代表団体名

株式会社Melon

中小企業

活用するフェムテック製品・サービス

MELONオンライン（全員が対象）

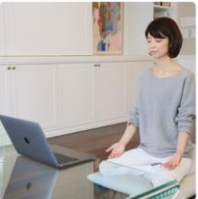
MELONオンライン：更年期症状にセルフケアで効果を出す

SCIENTIFIC MEDITATION SALON MELON

不調を可視化し、予防・改善へ

MELONオンラインは自身の不調をセルフチェックで可視化し、セルフケアプログラムで予防・改善するワンストップサービスです。
状態が悪化する前にマインドフルネスでセルフケアすることで、不調を防ぎます。

オンラインクラス



クラススケジュール

May Weekly Schedule

	3	4	5	6	7	8	9
12:00							
13:00							
14:00							
15:00							
16:00							
17:00							
18:00							
19:00							
20:00							
21:00							
22:00							



8週間プログラム（有症状の方）

短期集中トレーニング-2ヶ月で変わる 8週間プログラム

MELON



目的

本事業は、更年期に差し掛かる40歳以上の女性従業員に対して、オンラインで24時間利用可能なマインドフルネスプログラムを提供し、心身の不調をセルフケアできる環境を整備することで、女性活躍の推進に鑑みた、働く女性のウェルビーイング向上を実現することを目的とする。更年期はキャリアの中核期と重なりながらも、症状が可視化されにくく、職場における理解や対応が遅れている現状がある。本事業では、症状の有無を把握するアンケートを通じて、個々の状態に応じたマインドフルネス介入を設計し、特に更年期症状がある方には、専門家監修のもと開発した全8回の特化型プログラムを提供する。

方法

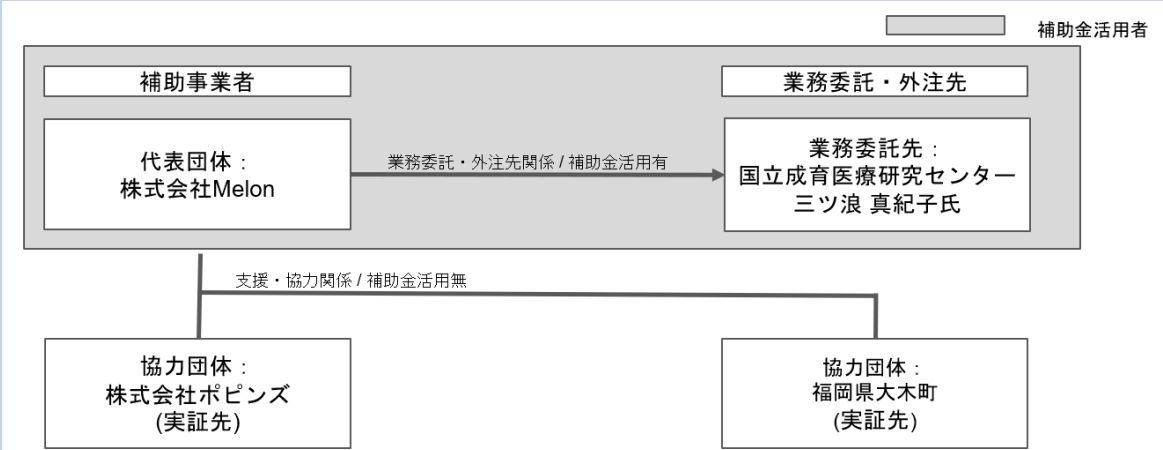
本事業では、更年期症状を抱える40歳以上の女性従業員に対し、オンラインで24時間利用可能なマインドフルネス介入を通じて、心身の不調のセルフケアと働きやすさの向上を支援する。

実施項目・目標

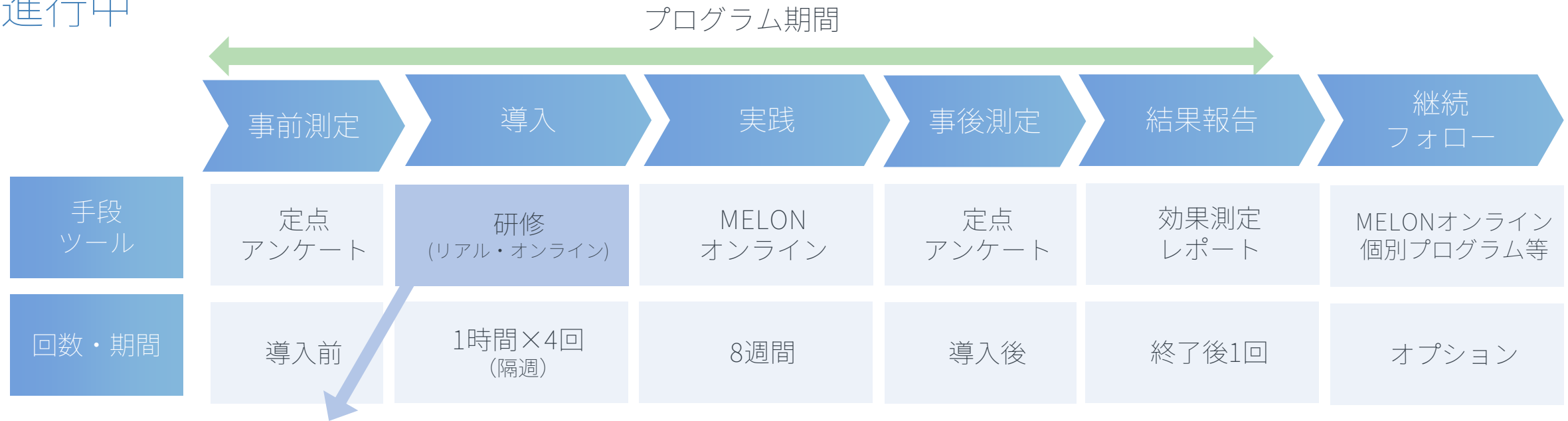
本事業は、更年期に差し掛かる40歳以上の女性従業員に対して、心身の不調をセルフケアできる環境を提供するため、時間や場所を問わず24時間いつでも利用可能なオンラインマインドフルネスを活用している点に独自性がある。加えて、本プログラムでは、初期アンケートにより更年期症状の有無を可視化し、無症状の方には一般的なマインドフルネスを、自覚症状のある方（通院や病名診断はされていない方）には専門家監修のもと開発された更年期に特化した全8回の構造的プログラムを提供するという、個別化されたアプローチを採用している。

令和6年度末時点では、3社の協力を得て30～50名を対象にアンケートと8週間プログラムを実施し、修了率80%以上、WHO-HPQスコアが改善した参加者の割合60%以上を目指す。

実施体制図



本事業では自覚的更年期症状のある対象者を2クールに分けてプログラムを実施
進行中



	第1回	第2回	第3回	第4回
	「今の私を知る」 更年期とマインドフルネス	「波を乗り越える」 セルフコンパッションの実践	「動いてととのえる」 ボディスキャン&ヨガ	「自分との新しい関係」 自分なりのセルフケア継続プラン
第1クール (27名)	10/23	11/6	11/21	12/5
第2クール (39名)	11/13	11/28	12/11	12/25

このプログラムで身につくこと



更年期症状に対応する「心と体のセルフマネジメントスキル」を学びます

- **自分を知る力**：更年期の仕組みを正しく理解し、自分の心と体に起きている変化を冷静に見つめることで、必要以上の不安から解放されます
- **自分をケアする力（セルフケア）**：日々変化する心身の不調に対して、セルフケア、特にマインドフルネスという「脳と心のトレーニング」を行い、自分で自分をケアする力を身につけます。続けることで確実に効果が現れ、自分をマネジメントする力が高まります
- **しなやかに乗り越える力**：つらい状況にある自分を責めるのではなく、自分を受け入れる習慣を育てます。これにより更年期の波を上手に乗りこなし、穏やかに充実した日々を過ごせるようになります



©2025 Melon Inc. All Rights Reserved.

9

マインドフルネスをわかりやすくしてみると...



マインドフルネスとは感覚に意識を向けることで脳と身体を休ませる方法



マインドフルネスは更年期症状そのものを治すというより、たとえ症状が出ても上手に対処し、心穏やかに過ごすための「心のスキル」として役立つアプローチです

©2025 Melon Inc. All Rights Reserved.

25

そもそも更年期って何？



すべての女性が経験する時期のこと。
閉経前の5年+閉経後の5年の期間が
「更年期」とされている

閉経前の5年

更年期の前半は「ゆらぎの時期」。ホルモン（エストロゲン）のゆらぎによって自律神経などのバランスが乱れ、様々な不調が出やすくなる

閉経後の5年

更年期の後半はホルモン（エストロゲン）の分泌がほぼなくなることによる不調が出やすくなる。身体の感想、手指がこわばるなどの症状が出やすくなる

©2025 Melon Inc. All Rights Reserved.

出典：高尾美穂『更年期～そしてなりたい自分に近づく方法～』（新星出版社、第1版、2024）

16

更年期症状・更年期障害への対応



外から取り入れる

自分の内側を整える（セルフケア）

ホルモン補充療法（HRT）

女性ホルモン「エストロゲン」を補うことで治す

心を整える

ストレスやイライラを整える習慣を持つ

サプリメント

「エストロゲン」に似た働きをするサプリ（エクオール）で治す

身体を整える

食事・運動・睡眠を整える習慣を持つ

漢方

不調に合わせた漢方薬で治す

繋がりを整える

他者や社会との関係性をつくり孤独感や不安感を和らげる

本プログラムでは「自分の内側を整える」（セルフケア）に焦点を当てます

©2025 Melon Inc. All Rights Reserved.

出典：高尾美穂『更年期～そしてなりたい自分に近づく方法～』（新星出版社、第1版、2024）を参考にMelon作成

19

一方的に話を聞くような研修ではなく、 「ワーク」や「マインドフルネス実践」などアウトプットを大事にしています

アイスブレイク



- ✓ 研修の目的・進め方の説明
- ✓ アイスブレイク

10分

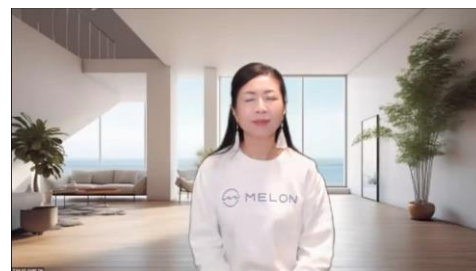
講義・ワーク



- ✓ 現代社会の状況
- ✓ 脳科学
- ✓ 科学的根拠
- ✓ マインドフルネスの効果

20分

マインドフルネス実践



- ✓ 呼吸を使ったマインドフルネス瞑想体験

20分

講義・ワーク



- ✓ シェアタイム（参加者同士）
- ✓ 質疑応答
- ✓ まとめ

10分

MELON

各回の内容

MELON

➤ **01** 更年期と私の心身を科学する
(講義：更年期とは？更年期への対応 実践：マインドフルネス実践)


➤ **02** ゆらぐ身体と賢く付き合う
(講義：身体症状と自律神経 実践：ボディスキャン瞑想)

➤ **03** しなやかな心とセルフ・コンパッション
(講義：感情のメカニズム、セルフ・コンパッションとは？
実践：セルフ・コンパッションの実践)

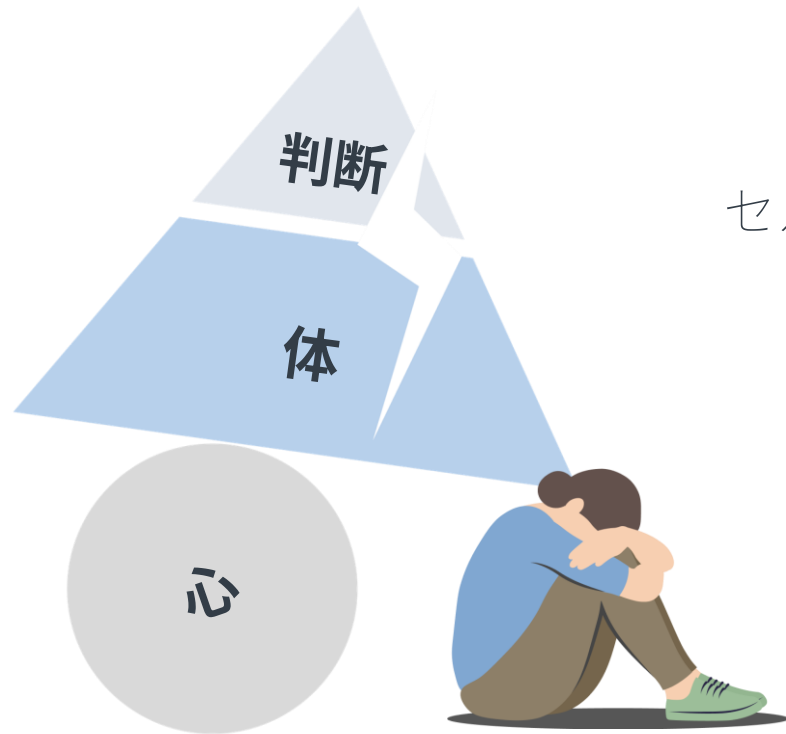
➤ **04** 今後に向けたセルフ・ケア実践
(講義：日常に活かす方法 実践：未来に向けたジャーナリング)

©2025 Melon Inc. All Rights Reserved.

13

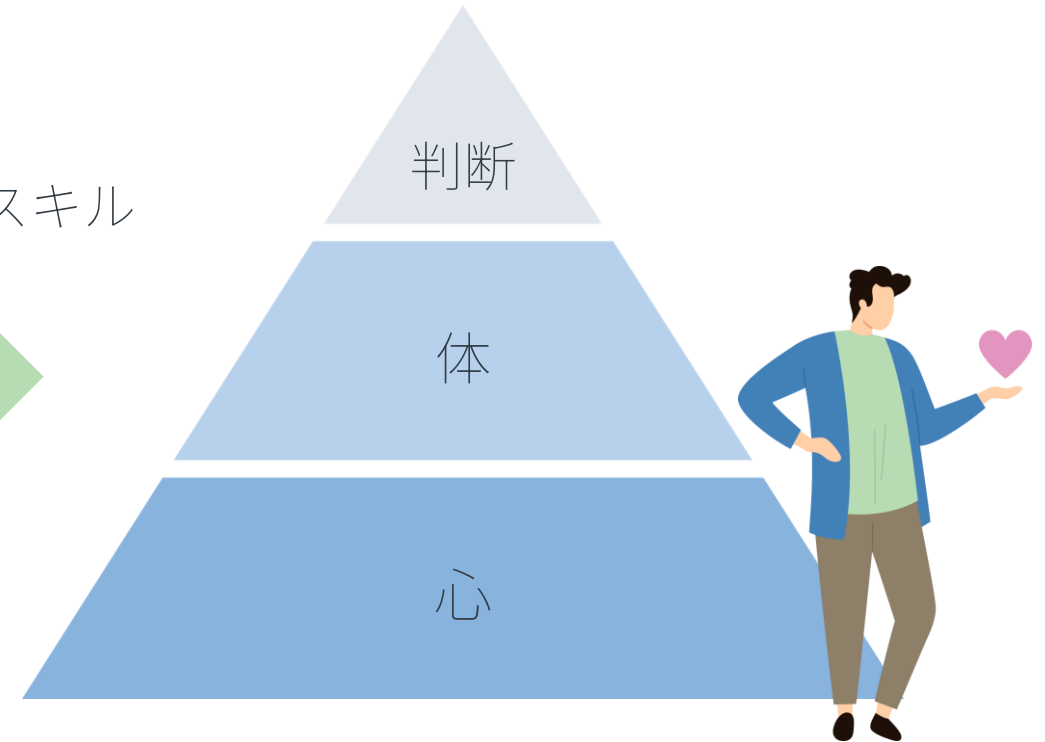


Melonは、人々の健康的な生活の土台である「心」に焦点を当て、自律的にセルフマネジメントで「心」を整え、正しくクリアな判断と行動が安定する



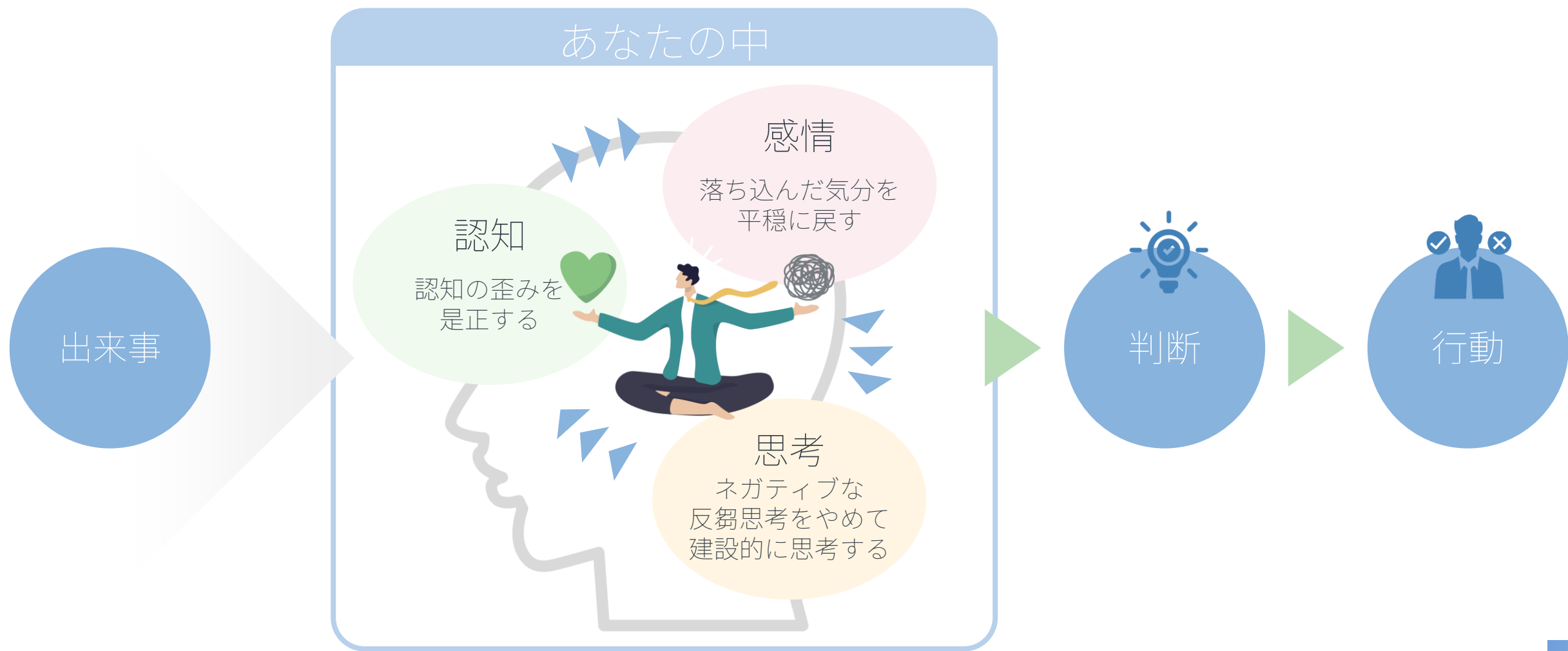
「心」の調子が崩れることで、体調が崩れ
正しくクリアな判断・行動がしづらい

セルフマネジメントスキルの
習得・実践



自律的にセルフマネジメントで「心」で整え
正しくクリアな判断と行動が安定する

マインドフルネスを継続的に実践することで、レジリエンスの土台が育まれます。
感情・思考・認知をマネジメントできるようになり、判断や行動にも変化が生まれます。



- 本実証事業への応募人数は71名を到達。2クール分けて進行しており、1クール目は12月18日、2クール目は1月7日に終了予定で進行中。
- 参加者の事前アンケートを成育医療研究センターにレビューいただき、企業選定、説明会、予定通りにスケジュール進行中。

実施事項	担当団体	ステータス		8月		9月				10月				11月				12月				1月				2月											
		事業進捗	遅延有無	28-1	4-8	11-15	18-22	25-29	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	1-5	8-12	15-19	22-26	29-2	6-9	12-16	19-23	26-30	2-6	9-13	16-20	23-27			
実施項目1 設計準備																																					
監修先生選定	株式会社Melon	完了	やや遅延																																		
プロトコル作成	株式会社Melon	完了	やや遅延																																		
法的確認、評価指標の確定	株式会社Melon	完了	やや遅延																																		
実施項目2 顧客の選定																																					
対象企業の選定	株式会社Melon	完了	予定通り																																		
対象参加者の選定および同意取得	株式会社Melon	完了	予定通り																																		
実施項目3 実証準備																																					
実証初期設定・準備	株式会社Melon	完了	予定通り																																		
参加者への啓蒙活動含むオリエンテーション	株式会社Melon	完了	予定通り																																		
更年期向けセミナー／研修	株式会社Melon	実施中	予定通り																																		
対象者のマインドfulnessプログラムの提供	株式会社Melon	実施中	予定通り																																		
事後サーベイの実施	株式会社Melon	未実施	予定通り																																		
実施項目4 レポート																																					
データ分析	株式会社Melon	未実施	—																																		
結果レポート作成	株式会社Melon	未実施	—																																		
最終報告会・報告書提出	株式会社Melon	未実施	—																																		

グレー：計画
青：実施

- 前項記載の本実証事業への応募人数は71名を到達し採択条件を達成。想定よりも設問数が多く、離脱者が発生。歩留まりの改善策にも投じた。（実証事業先から参加を具体的に声がけいただいた他、実証事業先のアルバイト、業務委託者にもお声がけいただくなど実施）
- 参加者の事前アンケートを成育医療研究センターの三ッ浪先生にレビューもいただき、事後アンケートの最適化にもアドバイスいただく。

課題

- 当初、申請時目標の30名は1次リクルーティングで到達してたものの、努力目標の50名は集まらなかった
- 採択前に想定していたよりもサーベイ設問量が多く、実証先からも減らせないかと相談いただく
- 介入前後のサーベイ設計に分析を想定した尺度評価選びに課題であった



対応策

- ポピンズの業務委託ならびに、当社お客様の福岡県大木町職員にもご協力賜り、目標の50名に到達することができた
- 実証先で既知情報はあとから補完することや、事務局と相談の上、可能な限り最適化できた
- 介入前後のサーベイ設計に際してサーベイ順番等最適化をアドバイスいただき、介入前に準備ができた

- 初回・事後アンケートの取得によりインサイトを取得し、自称更年期の働く女性のウェルビーイングにどのように影響がもたされるか評価・分析を進めていく予定。
- 実証先の男性職員の方を含めて、更年期とされる女性がどういう状態なのかを理解するためのセミナーを実施する予定。
- 明らかな介入前後の改善が見られたら、更年期テーマにしたプログラムラインナップとして準備予定。

実施事項	担当団体	ステータス		8月					9月					10月					11月					12月					1月					2月																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
		事業進捗	遅延有無	28-1	4-8	11-15	18-22	25-29	1-5	8-12	15-19	22-26	29-3	6-10	13-17	20-24	27-31	3-7	10-14	17-21	24-28	1-5	8-12	15-19	22-26	29-2	5-9	12-16	19-23	26-30	2-6	9-13	16-20	23-27																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
実施項目1 設計準備																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
監修先生選定	株式会社Melon	完了	やや遅延																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												

グレー：計画
青：実施

ビジネス・組織作り・心理学・脳科学の知見と経験が豊富なメンバーがハンズオンで企業をサポート

経営メンバー・アドバイザーメンバー

代表取締役



橋本大佑

シティグループ証券投資銀行本部を経て、米系資産運用会社で日本株運用に携わる。15年間のキャリアの中で、心と感情を扱うスキルを身につける必要性を実感。2019年に株式会社Melonを設立し、日本初の心と感情を扱うスキルを学ぶプラットフォーム

「MELONオンライン」をスタート。研修やイベント登壇、個人向けの講演など各方面でエモーショナル・マネジメントを広める活動を継続中。一般社団法人マインドフルネス瞑想協会理事。

2005年 早稲田大学政治経済学部卒

取締役



田中 稔二郎

三和銀行(三菱UFJ)、リクルート、エスエムエスを経て2013年に妊娠・育児系スタートアップのCOZRE(コズレ)創業。主要VC、事業会社を中心に総額約7億円、5回の資金調達ラウンドをリード。現在は、アドバイザーに退き、大企業の新規事業創出支援やスタートアップのハンズオン支援を行う。

2001年 慶應義塾大学経済学部卒

2013年 慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士(MBA)

2013年 ESSEC Business School International EX (仏)

取締役



浅野雅之

JTBや松下電器産業で国内外で法人営業従事後、数社でBtoC、BtoBのマーケティングマネージャー、新規事業責任者を歴任。2016年よりヘルスデータプラットフォーム社にてPHRの事業設立と販拓責任者として牽引。JMDCと統合後、医薬品メーカー向けの新規事業、PHR上のポイント事業やウェアラブル端末販売や利活用を牽引。Fitbit社との日本独占販売提携などを含めたアライアンスも担当。

2022年より東大発スタートアップでコーポレートとマーケティングの両管掌役員として従事。2024年8月よりMelonに参画。

2004年 慶應義塾大学商学部卒

カスタマーサクセス部長
僧侶



信楽 慧

大学院にて脳科学研究に従事した後、レバレッジズ株式会社に入社してマーケティング、事業企画業務に携わる。その後、株式会社リクルートに入社。WEBマーケティング、企画・業務設計、WEBマーケティング人材の育成業務に携わる。浄土真宗本願寺派の僧侶。Melonの立ち上げから、Melonのマーケティング・広報・PR全般を担当。

2015年 同志社大学医療情報学部卒

2017年 同志社大学大学院生命医科学研究科 修士

社外CHRO



佐藤 邦彦

リクルートで営業、企画、マネジメントを経験した後、働き方変革推進のプロジェクトリーダーなどを歴任。一時退職し、世界放浪しながら、世界の働き方や生き方をレポート。リクルートキャリアへ出入り入社後、社長直下プロジェクトにて組織風土変革に従事しつつ起業、パラレルキャリアを経験。

2020年よりココナラのCHROとして上場・事業多角化・人的資本開示などの人事組織戦略をリード。HumanDriven株式会社 代表取締役社長 CEO

2008年 早稲田大学政治経済学部卒

シニアアドバイザー



久賀谷 亮

医師(日・米医師免許)、医学博士。日本で臨床および精神薬理の研究に取り組んだ後、イエール大学で先端脳科学研究に携わり、臨床医としてアメリカ屈指の精神医療の現場に従事する。カイザーグループ、ロングビーチ・メンタルクリニック常勤医、ハーバード UCLA 非常勤医などを経てロサンゼルスにて「TransHope Medical, Inc.」を開業。同院長として、マインドフルネス認知療法やTMS磁気治療など、最先端の治療を取り入れた診療を展開。

2008年 早稲田大学政治経済学部卒

アドバイザー



高橋 徹

公認心理師・臨床心理士、博士(人間科学)。東京大学教育学部卒業後、早稲田大学大学院でマインドフルネス研究の第一人者である熊野宏昭教授の指導のもと、マインドフルネスのメカニズム研究に従事。早稲田大学助教を経て、日本学術振興会海外特別研究員として、米国のLaureate Institute for Brain Researchでマインドフルネスの研究に携わっている。専門は臨床心理学と認知神経科学。国際的な学術誌で、マインドフルネスの効果やメカニズムに関する研究成果を多数発表。

アドバイザー



関屋 裕希

東京大学大学院医学系研究科デジタルメンタルヘルズ講座特任研究員、心理学博士、臨床心理士、公認心理師。早稲田大学第一文学部心理学専修の指導のもと、越川房子研究室に入り、マインドフルネスに出会う。その後、筑波大学大学院人間総合科学研究科ヒューマン・ケア科学専攻発達臨床心理学分野にて修士・博士課程を修了。2012年より現所属にて産業精神保健の研究・実践活動を始め。心理学の知見をもとに、ワーク・エンゲイジメントやwell-beingを高めるアプローチを開発・研究している。



THANK YOU

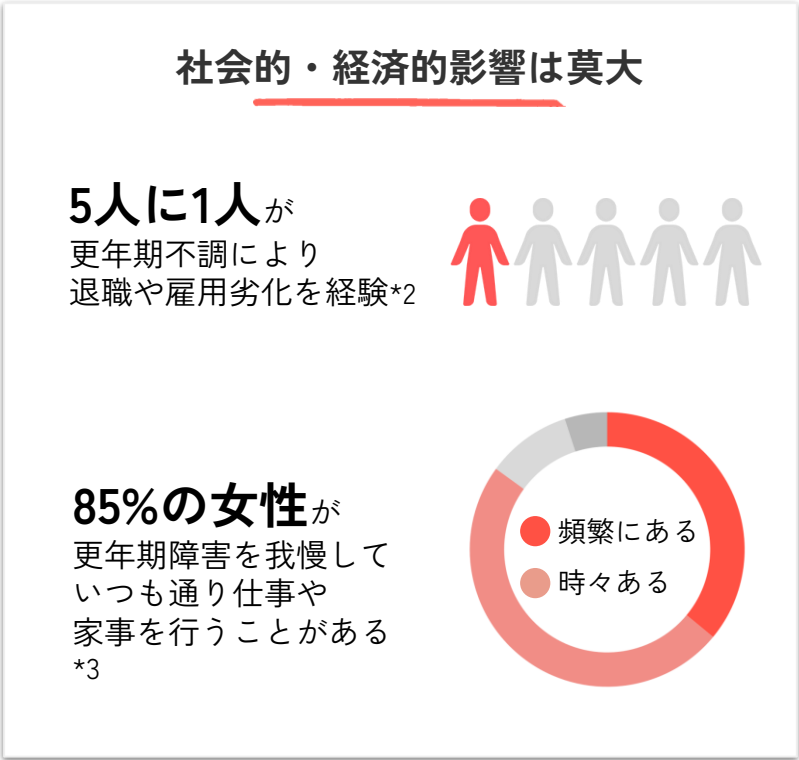
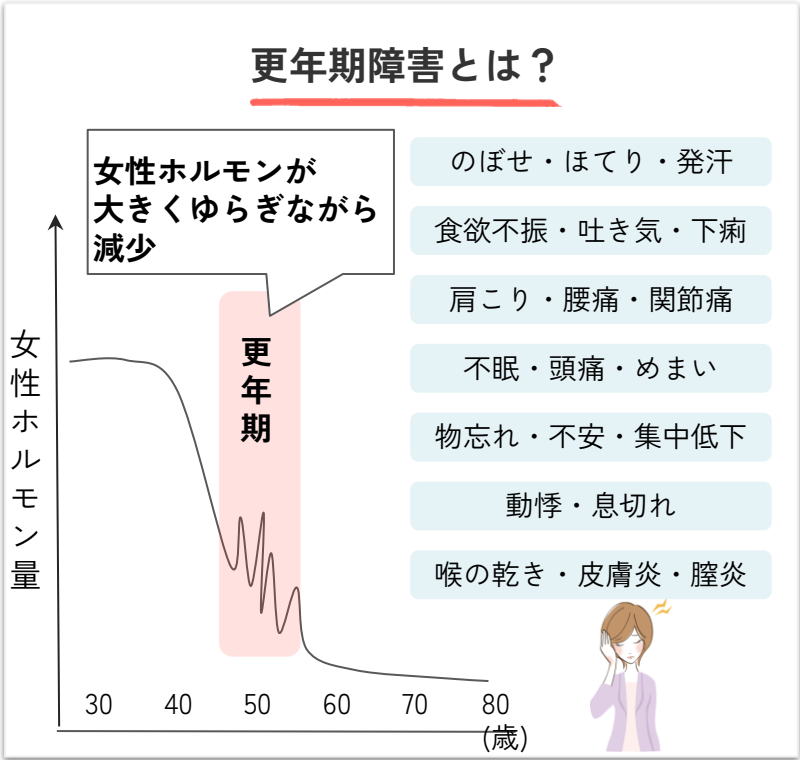
HerlifeLab株式会社

AIとデータ活用で実現する、 パーソナル更年期ケアの実証



着目する社会課題、着目の背景

- 更年期には、閉経前後10年間（およそ45～55歳）に、女性ホルモンの急激な減少により、ほてり・不眠・動悸などの身体症状に加え、イライラ・不安・抑うつなど多様な不調が現れる。
- 世界的に女性の平均寿命が延びる中、2030年には5億人以上が更年期を迎えると予測されている。女性の社会進出が進む中、**更年期不調をきっかけに離職やキャリア断絶が生じる**ことで、経済損失は年間22兆円*1にものぼる。
- 世界的に**更年期ケアの普及率は依然として低い**。中でも日本は最も低い2%*4という水準である。



治療薬（ホルモン補充療法）の普及率

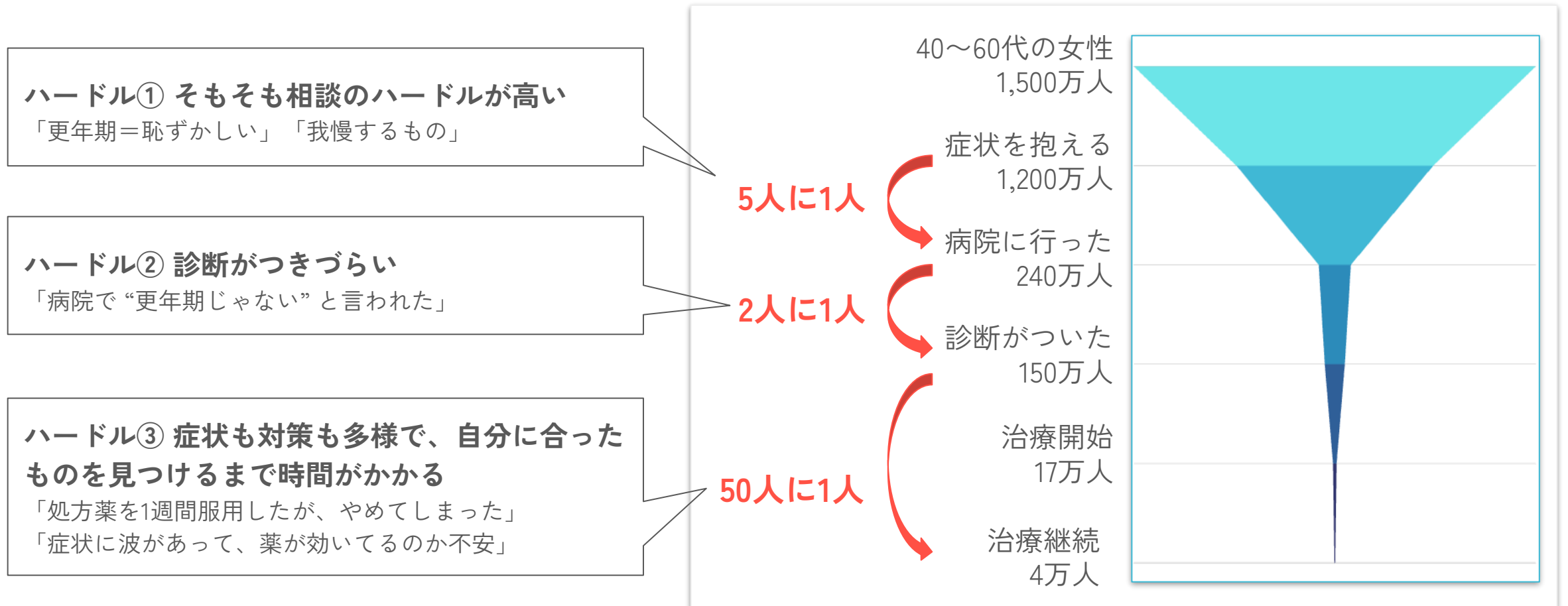
国 / 地域	実使用率
イギリス	約30%
アメリカ	5%未満
イタリア	4～7%
日本	2%
シンガポール	19%
中国	2%
台湾	10%
マレーシア	16.6%

※ 英国ではNHS (国民保健サービス)が無料で提供するなど、国をあげた取り組みによって普及率が改善

*1: The Global Menopause Report 2023, Alliance for Aging Research & Organon
*2: 大正製薬「更年期の就業実態・意識調査」(2022)
*3: ファムメディコ「働く女性の更年期に関する意識・実態調査」(2022)
*4: Nagata et al. (Maturitas 1996, HRT 使用率 2.5%)

解決すべき課題

- 更年期障害を抱える人は日本全国で1,200万人もいるが、様々なハードルがあり、治療を継続しているのはたったの4万人 (2%以下)である。
- 適切なケアを受けるにはいくつものハードルがある。



実施目的

- 更年期障害の適切な医療アクセスを促し、35～65歳の女性がキャリアを持続できる社会を実現する。
- 課題に対してそれぞれのアプリ開発とサービス提供を行う。

#	課題	目的
1	相談のハードルが高い	<ul style="list-style-type: none">「これって更年期？」と感じた時に、気軽に自身の症状についての相談や自己チェックが可能な環境を整備する「更年期は我慢しなくていい」「不調のときは周囲に相談を」といったメッセージを発信することで、無理をしがちな働く女性たちの思考や行動に変化を促す
2	診断がつきづらい	不調を感じ始めたら、早期に専門医師にアクセスできる環境を整備する
3	症状も対策も多様で、自分に合ったものを見つけるまで時間がかかる	<ul style="list-style-type: none">治療開始後に体調の変化の記録をつけ、可視化されることで、治療効果を可視化する医師が診療の補助データとして活用することで、治療効果の科学的検証と、個別最適化されたケアを提案することを可能にする

- 各アプリ開発で下記の目標・KPIを達成。

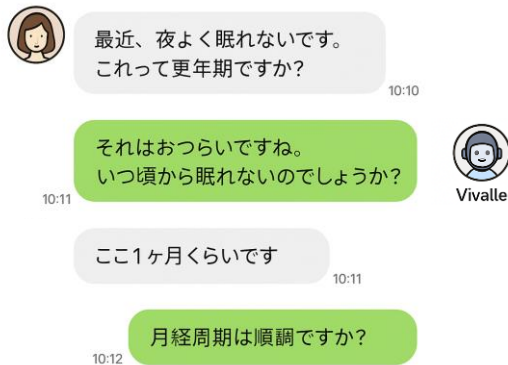
#	実証内容	目標・KPI
1	<ul style="list-style-type: none"> LINEまたウェブサイトにて、AIチャットボットを開発 更年期不調に悩む女性が、自身の不調や感じていることを思わず相談したくなるインターフェースを作成 	<ul style="list-style-type: none"> ベータ版の精度検証：90%以上 対象ユーザー：計300名 チャットでの医療機関相談の要否提案率：70%
2	更年期専門の医療従事者とのカウンセリング・診察を実施	<ul style="list-style-type: none"> 利用ユーザー、アンケート有効回答数：計150名
3	更年期障害解消の治療中に、トラッキングアプリを通じて、症状を記録する。 結果をユーザー自身が見れるようにするのに加え、診察にあたる医師とのデータ共有も行う	<ul style="list-style-type: none"> 症状トラッキングユーザー数：合計100名 記録した人の割合：70% 2ヶ月目治療継続率：80% 治療効果の納得度向上：40%以上

実施概要

- 協力企業で働く35～65歳の女性による①～③のサービスを利用。

① 「これって更年期？」を 気軽にLINEで相談

悩んでいる症状や日常の困りごとを
チャット形式でヒアリング
AIチャットボットで、
24時間365日相談が可能



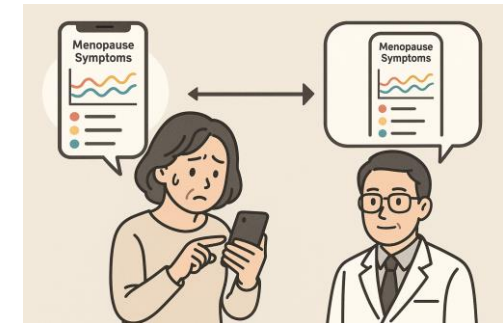
② 不調の程度によって カウンセリング・診察

AIチャットの結果によって、
カウンセリングまたは診察を提案
ユーザーが希望すれば、
専門の医療従事者との診察行う



③ アプリで症状記録 パーソナライズ治療

治療中に症状を
ユーザー自身が記録
ユーザーが閲覧できるだけでなく、
診察する医師とのデータ共有も行う



こんな症状、ありませんか？

- 眠れない・夜中に何度も目が覚める
- 疲れやすくやる気が出ない
- 以前にも増して関節痛や肩こりが悪化
- いつも以上にイライラしてしまう
- 動悸・息切れ・頭痛がある
- 集中できないと感じる

待ち時間ゼロ・通院不要

**更年期専門
オンライン診療**

更年期診療実績1万人の産婦人科医 高宮城直子 医師

Feature ～特徴～

- 更年期専門の医師とカウンセラー
全員女性で多くが更年期経験者
- 40分～の丁寧なカウンセリングと
医師の診察
- 検査結果に加え、詳細な問診などから
総合的に不調の原因を探る
- 治療方法はお薬の処方薬に加え、心理カ
ウンセリング、栄養指導など統合医療

主団体

HerLifeLab (株)

協力団体 (診療実施・医学監修)

Naoko女性クリニック

沢岬美奈子女性医療
クリニック

医療法人Leading girls
(LUNAクリニック)

実証パートナー (モニター (35～65歳の働く女性) 募集)

事業者A 女性社員

自治体B 女性社員

一般応募 働く女性

- 蓄積された患者データをAIが学習し、初診患者の属性や症状から、聞くべき質問や確認事項を提案。
- 医師の診療判断をよりの確にサポート。

過去の学習・ 初診患者のデータ

カルテ
処方内容
問診票



初診患者の問診
服薬内容



AI分析

過去の傾向から初診患者の
属性×症状×体質を分析



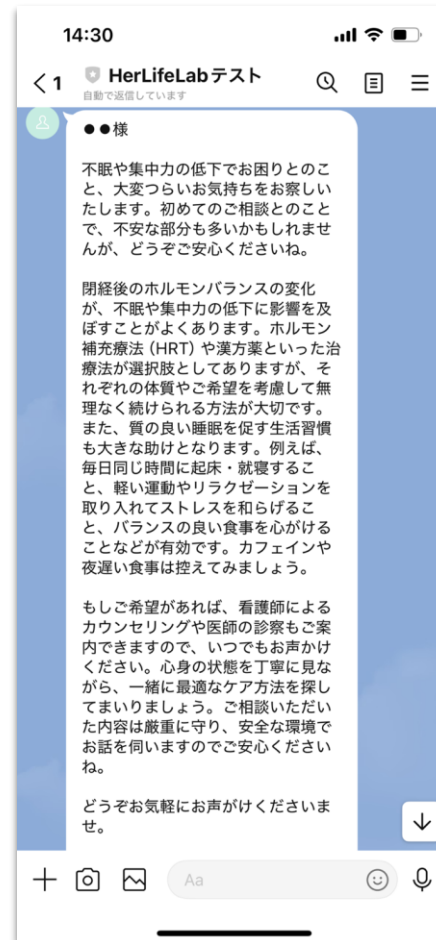
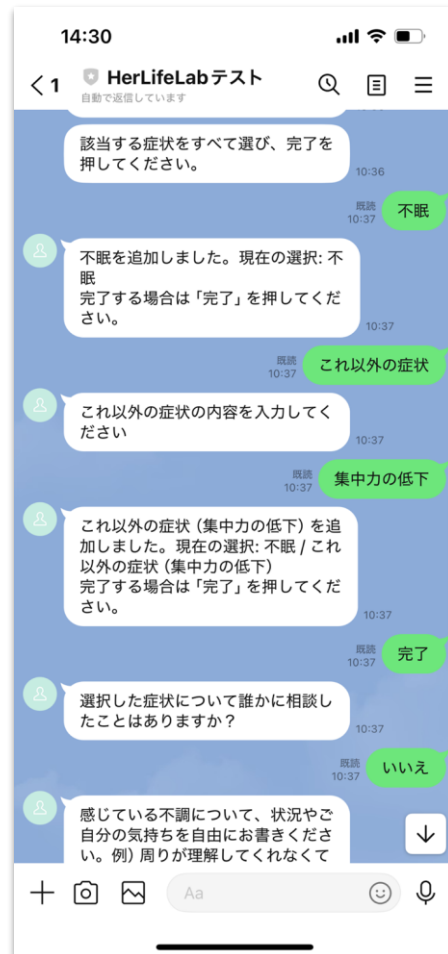
診療のサポート

・問診内容の要約
・治療プランの提案
・サンプル質問
など、診療準備に必要な
情報を提示



開発状況 - AIチャットボット

- 公式LINEに登録すれば、予約前でも気軽に相談可能。チャット形式で症状や年齢、気になることを入力すると、AIがあなた専用のケアガイドを作成。
- 来院前の不安を解消し、スムーズな受診をサポート。



悩んでいる症状や年齢、治療状況をチャット形式で入力すると、パーソナライズしたケアガイドを提示

開発状況 - 症状トラック（患者側）

- 受診後の経過をLINEで見守り。薬の効果を可視化し、副作用の不安も医療従事者がチェック。
- 治療を最後までサポート。



その日の症状/気分/服薬状況を記録



記録回数の多い順に症状や気分を表示

開発状況 - 症状トラック（医療者側）

- 患者がLINEで記録した症状や服薬状況を医療者側で一元管理。症状名をクリックするとカレンダーで発生パターンを確認でき、薬の効果測定や副作用の早期発見に活用できる。

佐藤花子 様

3つの症状が悪化傾向です。総合的な状態評価が必要です。

ビタミン（4%）、ホルモン補充療法（7%）の服薬率が低下しています。服薬指導の強化を検討してください。

最近の患者メモに「痛い」などの気になる記述があります。詳細な聞き取りをお勧めします。

症状トレンド（過去28日間）

症状	回数	状態
頭痛	5回	新規
めまい	4回	新規
手のこわばり	3回	新規
ドライアイ	2回	新規
胃もたれ	2回	新規

服薬管理（過去28日間）

服薬状況（28日間）	回数	割合
ホルモン補充療法	2回 / 28日	7%
漢方	2回 / 28日	7%
飲剤	0回 / 28日	
ビタミン	1回 / 28日	

患者メモ（最新28件）

- 2025/11/17 14:53 めも
- 2025/11/13 16:49 めもめも
- 2025/11/11 15:48 あああ
- 2025/11/10 17:46 痛みをとまなうむくみがある

食事記録（直近3日間）

2025/11/17 (月)

朝食

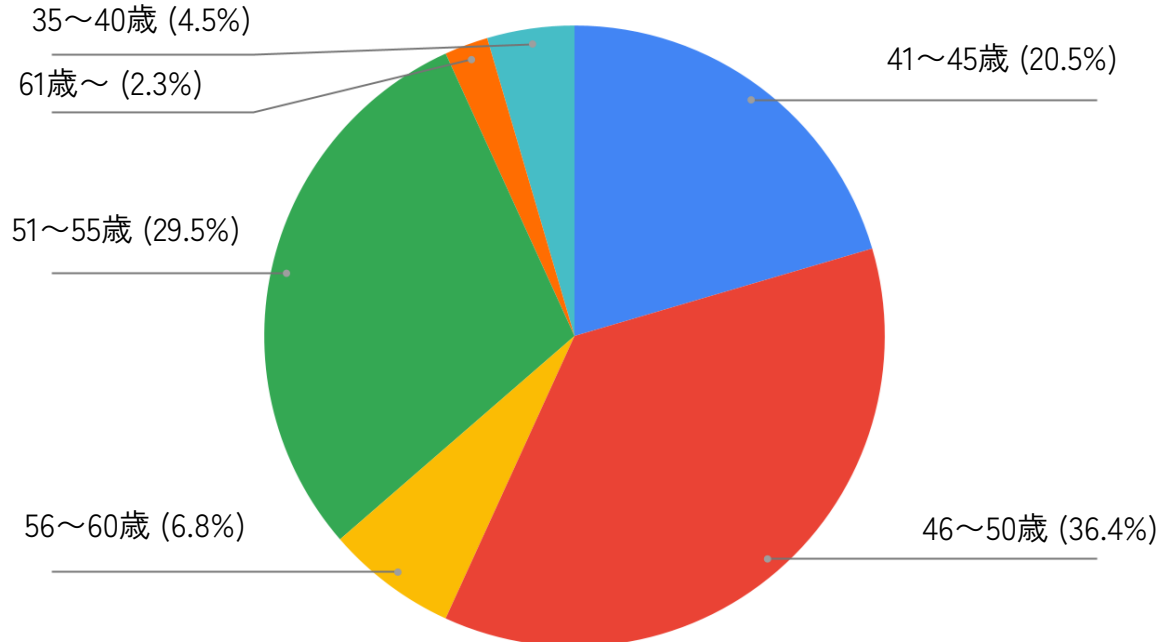
症状名を押すと、症状の発生頻度をカレンダーで確認可能

症状の傾向や服薬状況、メモをもとにアラートを表示

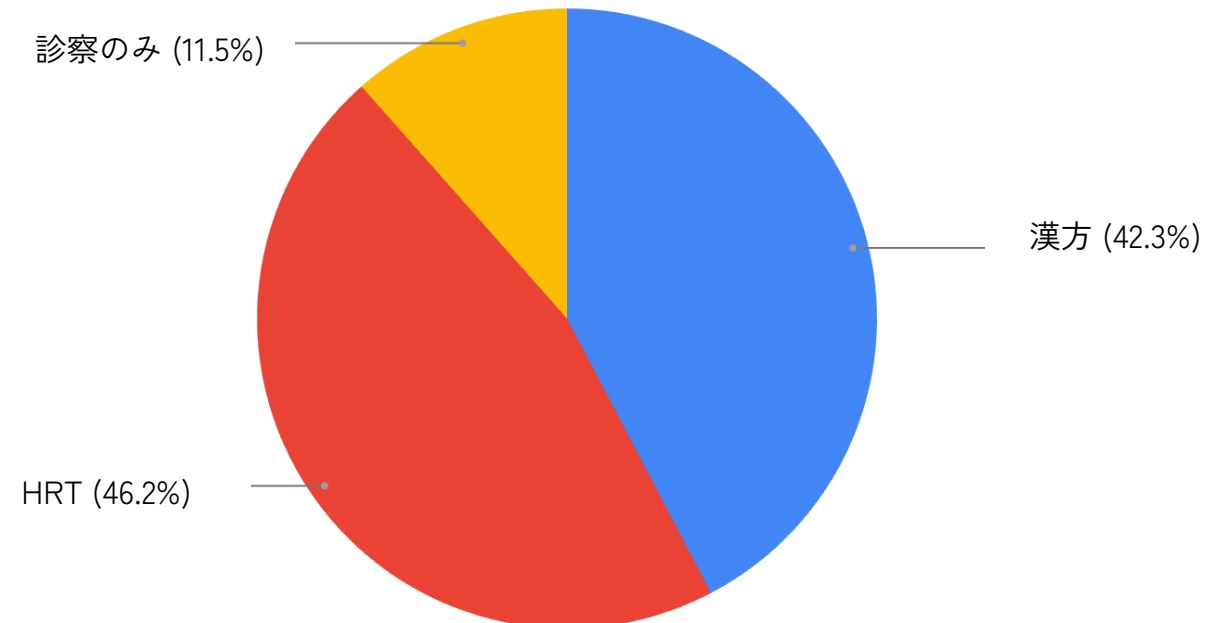
達成状況

- 参加者の年齢層は46～55歳が最も多く、全体の66%を占め、典型的な更年期症状が強く出やすい層である。
- 一方、月経周期の変化はまだないものの、不調を感じて早期に対処したい41～45歳の参加も一定数みられた。
- 治療方針はホルモン補充療法（HRT）が46%と最多で、通常のビバエルオンライン診療と同水準である。企業モニター参加者は全体として更年期指数が低く軽症傾向にあるが、それでもHRT選択率が高い背景には、今回開発した「AI問診」機能が症状と禁忌の有無を踏まえHRT適用可能性を示し、医療者の判断を支援している点が影響していると考えられる。

参加者の年齢層



治療方針



考察、今後の展開（AIチャットボット）

チャットボット改善、精度向上の流れ

- [初期モデル①] 症状の整理と、当初は治療の可能性などを提示することを検討した。しかし、専門用語が増え、利用者からすると、理解しづらいものとなっていた。
- [初期モデル②] またその後、共感をする聞き役のようなチャットとしたが、ただ共感するだけでは適切な治療相談に繋がらないことがわかった。
- [リリースモデル③] 最終的にはモデル①と②を組み合わせ、症状の整理と共感のメッセージをバランスよく提示することで、実際の診療に繋がる後押しとなっている
- 今後実証終了まで、実際に診療につながるようにデータを取りながら、精度向上をし続ける

初期モデル① (症状の整理や治療方の提案)

[Input data]

- ・ 症状の詳細（種類、開始時期、程度）
- ・ 既往歴
- ・ 月経の状態



あなたの感じている症状：

① ほてり
→ 原因が更年期障害であれば、ホルモン補充療法で症状軽減の可能性があります。

初期モデル② (共感、寄り添い)

[Input data]

- ・ 症状
- ・ 相談相手はいるか？
- ・ どんな気持ちなのか？



「異常なし」と言われてもつらい症状が続くと、「分かってもらえない」と感じてしまいますよね。お辛かったですね。これまで病院でご相談されてきたのですね。行動にうつされたこと、とても大切な一歩だと思います。

リリースモデル (①と②を組み合わせ)

[Input data]

- ・ 症状
- ・ 年齢
- ・ 日常生活への影響



大きな環境の変化の中で、気持ちがついていかないのは、とてもお疲れになりますよね。

XXXさんの感じている「気分の落ち込み」や「やる気が出ない」といった不調は、更年期時期にご相談される方がとても多いものです。

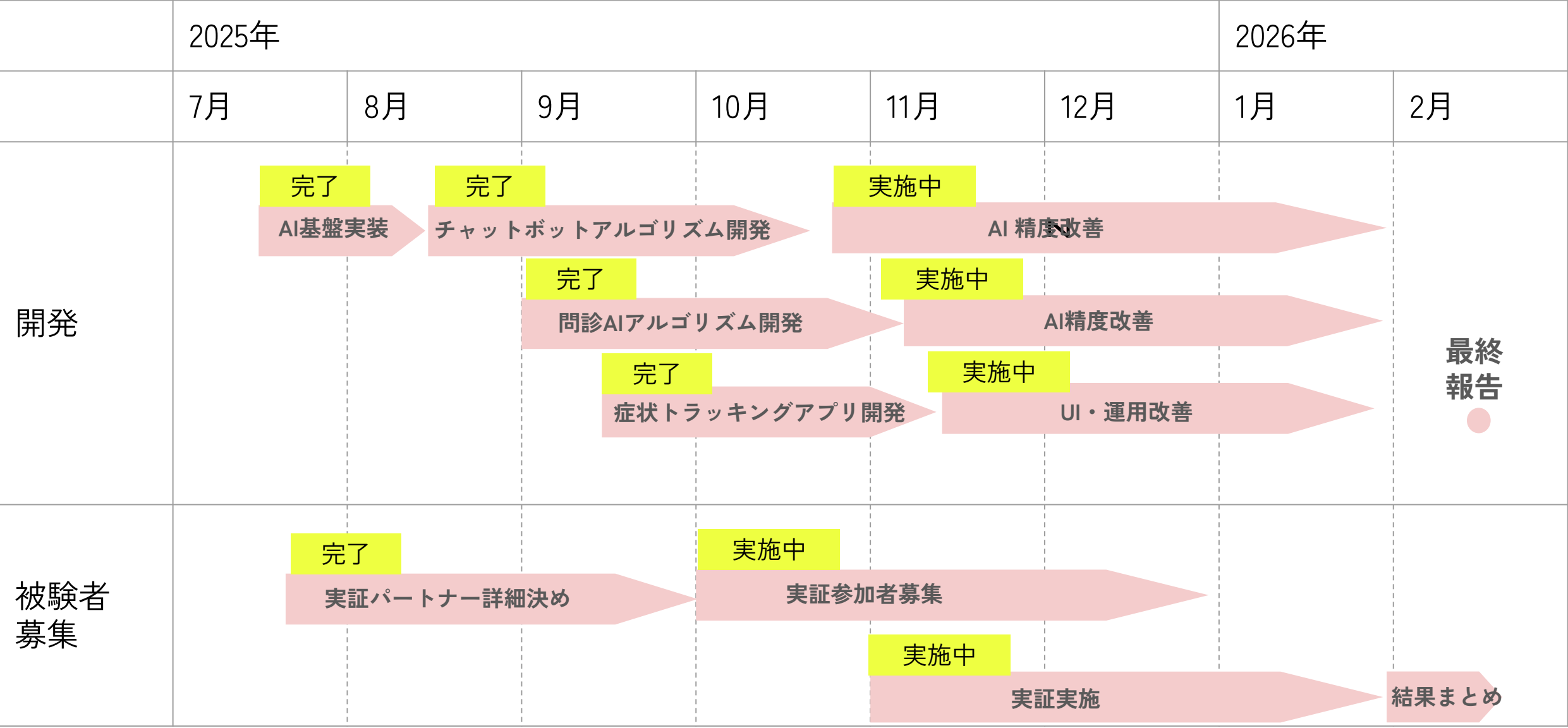
①ユーザー募集

- これまでは開発に注力してきたため、実際のユーザー利用はこれから本格化する段階。
- アンケート有効回答ユーザー数が48名(企業:25名、一般:23名)で達成率は32%と予定よりビハインド。今後は目標150名の達成に向けて、ToC, ToBともに募集を強化する。
 - ToC：既存サービスのLINE登録者で、サービス未利用の方へ周知連絡。
 - ToB：追加で3社にセミナー、イベント登壇、再度告知を実施いただく。

②医療従事者の実運用での利用促進

- アプリの利用を開始し始めたところで、問診AIや症状トラックでデータ取得はできているが、実際の意思決定精度の診療時間短縮への寄与までに至っていない。
- UI/UXを継続的に改善し、運用の中で医療社の満足度や診療時間短縮への寄与に繋がるように改善をする。

今後のスケジュール



株式会社コスミックコーポレーション

中間報告資料

「女性特有の健康課題（プレゼンティズム）による経済損失」解消AIコラボ：WaiSE(ワイズ)×AITS(アイツ)
—自覚症状×職場健診データから甲状腺検査への推奨度を示す—

2025年11月

株式会社コスミックコーポレーション



本実証事業について

事業名

「女性特有の健康課題（プレゼンティズム）による経済損失」解消AIコラボ：WaiSE(ワイズ)×AITS(アイツ)
—自覚症状×職場健診データから甲状腺検査への推奨度を示す—

代表団体名

株式会社コスミックコーポレーション

活用するフェムテック製品サービス

- ・WaiSE：女性専門外来で外来受診者（18-84歳：5,241名、61,983件）症例に基づいた「女性に特化した診断アルゴリズム」を搭載した「性差医学的アプローチ」による判定アプリです。女性は月経や更年期に伴う女性ホルモン分泌の変化から、多様な自覚症状を同時に経験しますが、数ある自覚症状を医師へ伝えきれず、的確な診断がつかぬままに悩む女性も多いです。アプリでは女性が診察の際によく用いる単語・表現をリアルに提示（例：イライラする、胸がドキドキする、頭にお釜を被せられたような圧迫感等）し、使用者が選択肢をタッチすることで症状に関する情報を詳細かつ的確に収集し、疾患リスクの判定を行うことが可能となります。
- ・AITS：株式会社コスミックコーポレーションと一般社団法人日本甲状腺学会と共同で開発した機械学習システムで、その成果を論文発表しています。生化学・血液検査の情報からホルモン値などを推定することで、罹患の可能性を推定する技術。内分泌疾患の早期発見を目的とした、新たなスクリーニング手法として期待されています。

本事業の目的・実施目標

目的

「プレゼンティズムに隠れた疾患の早期発見サポート」という社会的意義を持つ新しいタイプのフェムテックの開発を目的とします。「更年期症状・月経随伴症状に隠れた疾患」の早期発見を促すことで、プレゼンティズムを解消し、働く女性のウェルビーイング向上に大きく貢献し、更年期を含む女性のライフイベントとキャリアの両立の実現を目指します。

実施目標 ・ 内容

実施目標1.
WaiSE×ATIS 共通ユーザーインターフェースの仕組みの検討と構築

1) 今回の前向き実証ナビゲーションアプリの作製を行います。

2) WaiSE×AITSサイロ・スコアのユーザーインターフェース構築（AITSのAPI開発含む）を行います。

3) 提供体制の検討を行います。

実施目標2.
ATISの甲状腺検査推奨度（サイロ・スコア）：働く世代の女性にカスタマイズ【後向き実証】

性差・ライフステージ（交差性）を考慮したロジック構築：仮説の設定、データ収集、仮説の検証を行います。

実施目標3.
WaiSE/WaiSE Workによるヘルスリテラシー向上・行動変容の検証【前向き実証】

今回実証用WaiSE Workアプリによるヘルスリテラシー向上・行動変容の検証を行います。

更年期症状と甲状腺疾患：症状が類似し見分け難い

甲状腺機能低下症状



甲状腺機能亢進症状



「きっと更年期」の
思い込みは危険!

更年期障害?と思いがちな疾患

甲状腺疾患を
見逃さないために



■ 甲状腺機能亢進症・低下症による症状と更年期の症状との共通点

	更年期の症状	甲状腺機能亢進症	甲状腺機能低下症
医学的所見	LDLコレステロール↑→	LDLコレステロール↓ 頻脈	LDLコレステロール↑ 徐脈
血管運動神経系 症状	ほてり、のぼせ、 発汗過多、動悸、四肢の冷え	発汗過多、動悸	四肢の冷え
精神神経系症状	不安、不眠、抑うつ、 気力低下、焦燥感	不安、不眠、焦燥感	抑うつ、気力低下
運動神経系症状	肩こり、疲れやすい	疲れやすい、手指振戦	疲れやすい、腱反射の遅延
その他	無月経、月経不順、排尿障害、 皮膚の乾燥、体重増加傾向	月経不順、暑がり、 体重減少傾向	月経不順、寒がり、 皮膚の乾燥、体重増加傾向

出典：片井みゆき「女性と甲状腺疾患」(微研ジャーナル 38:3-8,2015)をもとに作成。

見分ける診断：採血で「甲状腺ホルモン等測定」検査が必須

「甲状腺機能が検査されず未診断」のケースが多い

甲状腺検査は一般検査に含まれず。医師が必要と考えたら、追加。
甲状腺検査は専門性が高く、検査費用が高いことから、
甲状腺検査が実施されず、甲状腺疾患が未診断の更年期女性多い

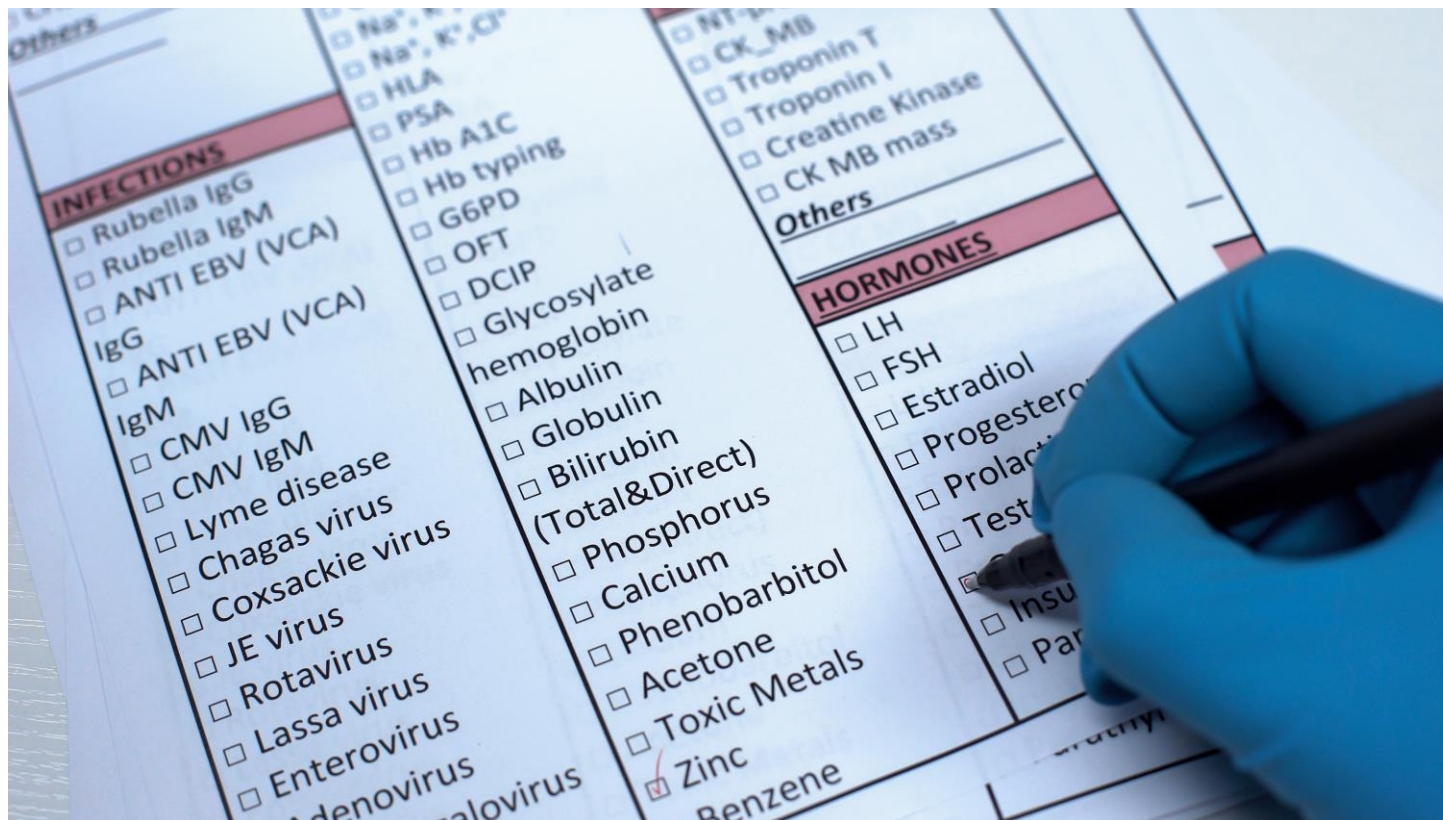


Image purchased from AdobeStock

職場健診結果から
甲状腺検査の
「推奨度」を示す
AI が有用

自覚症状から 甲状腺検査の 推
奨度をAI が提示

WaiSE

一般検査値から 甲状腺検査の
推奨度をAI が提示

AITs

更年期症状に紛れている 女性の甲状腺疾患による経済損失2850億円※解消の切り札

※女性特有の健康問題のうち更年期症状による経済損失 約1.9兆円 X 甲状腺疾患の割合15% = 2850億円 (経産省令和6年度試算)

「更年期症状」から「甲状腺検査」推奨度を示す AI コラボ

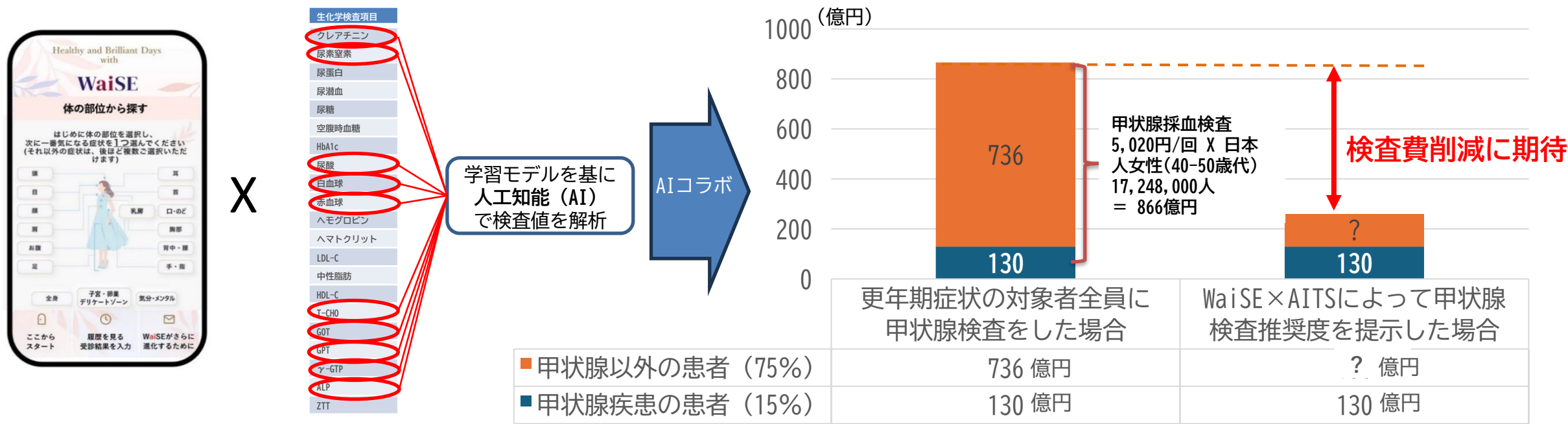
WaiSE

x

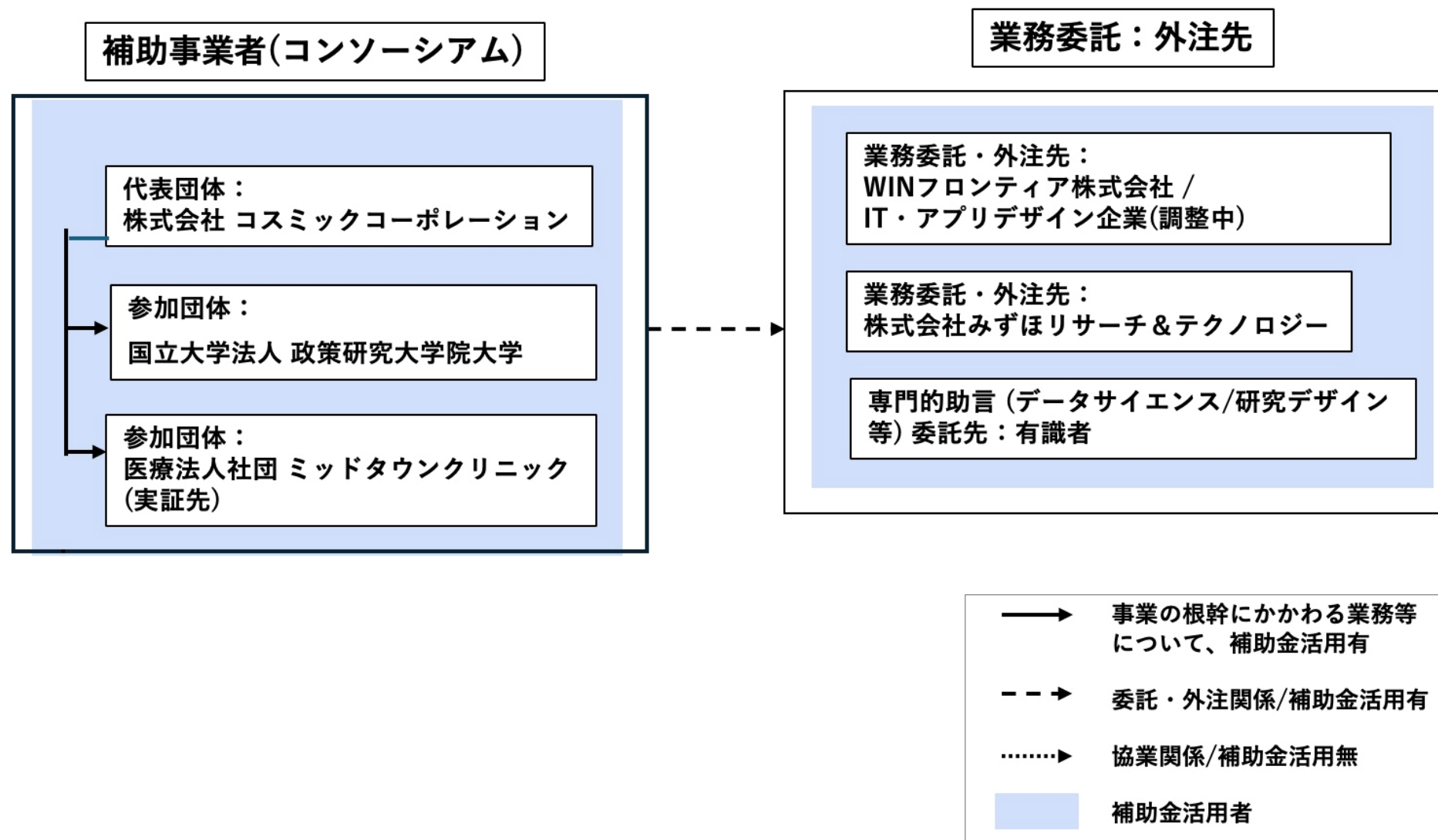
AITS

=

自覚症状 x 健診結果で
甲状腺検査推奨度を提示



実施体制



達成状況と成果

WaiSE×AITS 共通ユーザーインターフェースの構築、スケジュール通り進行
後ろ向き実証における仮説の検証に向けてスケジュール通り進行

実施事項			8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
実施項目1 WaiSE×AITS 共通 ユーザーインター フェイスの仕組みの 検討と構築	1)今回の前向き実証ナビゲーションアプリの作製	①今回の前向き実証ナビゲーションアプリの作製							
		②実証ナビゲーションアプリの稼働							
	2)WaiSE×AITSサイロ・スコアのユーザーインターフェース構築（AITSのAPI開発む）	WaiSEとAITSをワンストップ利用するユーザーインターフェース構築の検討							
	3)提供体制の検討	LINEを含めた今後の提供体制について検討							
実施項目2 AITS の甲状腺検査 推奨度(サイロ・スコア)：働く世代の女性にカスタマイズ【後向き実証】	1)性差・ライフステージ(交差性)を考慮したロジック構築：仮説の設定、データ収集、仮説の検証	①性差・ライフステージ(交差性)を考慮したロジック構築							
		②人間ドッグで性別、年代別サイロ・スコアを比較検証							
		③仮説の検証							
実施項目3 WaiSE/WaiSE Workによるヘルスリテラシー向上・行動変容の検証【前向き実証】	今回実証用WaiSE Workアプリによるヘルスリテラシー向上・行動変容の検証	①-1実証機関1の受診女性でWaiSE Work実証の検証							
		①-2 WaiSE Work実証後Googleフォームでヘルスリテラシー検証							
		②-1実証機関2の受診女性でWaiSE Work実証の検証							
		②-2 WaiSE Work実証後Googleフォームでヘルスリテラシー検証							
		③-1協力企業の男女社員でWaiSE Work実証							
		③-2 WaiSE Work実証後Googleフォームでヘルスリテラシー検証							

今後の成果の見通し・展望

展望

働く女性の健康課題のうち甲状腺疾患は頻度が高く、適切な診断・治療で劇的に症状が改善し、プレゼンティズム解消に繋がります。本実証事業により「既にある健診データ」と「本人の自覚症状」を基に甲状腺検査推奨度(サイロ・スコア)を提示し、プレゼンティズムに隠れた疾患の早期発見をサポートすることで、甲状腺疾患の適切な診断・治療に繋がることが期待されます。このような女性活躍を支える革新的なフェムテックが実用化されれば、女性が健やかな毎日を送りながら就労を継続し、仕事・家庭・育児等の両立を図ることが可能となります。

また、低受診率、受動的な健診受診、受診結果の活用しないことは、WaiSE Work(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費補助金)でも明らかになった職場健診の課題です。今回の参加型の実証導入により、働く女性の健診受診への能動的な意識変化・行動変容へ繋がることも期待されます。

今後の成果の見通し

実施目標1.
WaiSE×ATIS 共通ユーザーインターフェースの仕組みの検討と構築

実証中のATISの検証結果やアンケートの検証内容も考慮して画面を構成する必要があるため、期間中にできる構築の完成度は、7割程度と想定します。

実施目標2.
ATISの甲状腺検査推奨度(サイロ・スコア)：働く世代の女性にカスタマイズ【後向き実証】

期間内にデータの解析を行うことに充てられる人的リソースを鑑み、男女別、年代別(若年層/中年層)の全4群での実証を計画しており、各群70-100名程度と想定します。

実施目標3.
WaiSE/WaiSE Workによるヘルスリテラシー向上・行動変容の検証【前向き実証】

生活習慣を見直した結果、3割程度の服薬の容量が減少したとの研究※を参考に甲状腺・健診受診について関心の向上する割合を3割と想定します。

課題と対応策

【課題】

- WaiSE/WaiSE Workによるヘルスリテラシー向上・行動変容の検証におけるアンケート回収を確保すること
 - 対象者の属性：ITリテラシーの差が大きい
 - 回答時間の負担：操作やアクセスに平均30分前後を要する

【KPI】

- 甲状腺疾患への理解が深まった割合：アンケート回収中（3割改善目標）
- 健診受診の関心が向上した割合：アンケート回収中（3割改善目標）
- WHO-HPQスコアが介入後に5割改善

【対応策】

- 健診受診者からのアンケート回収を確実に実施できるよう、実証実施体制の見直しと新たな協力先との連携を進める

今後のスケジュール

WaiSE×AITS 共通ユーザーインターフェイスを構築し、働く世代の女性にカスタマイズしたAITSの検証、WaiSEによるヘルスリテラシー向上・行動変容の検証を進めて行く

実施事項			8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
実施項目1 WaiSE×AITS 共通 ユーザーインター フェイスの仕組みの 検討と構築	1)今回の前向き実証ナビゲーションアプリの作製	①今回の前向き実証ナビゲーションアプリの作製							
		②実証ナビゲーションアプリの稼働							
	2)WaiSE×AITSサイロ・スコアのユーザーインターフェイス構築(AITSのAPI開発む)	WaiSEとAITSをワンストップ利用するユーザーインターフェイス構築の検討							
	3)提供体制の検討	LINEを含めた今後の提供体制について検討							
実施項目2 AITS の甲状腺検査 推奨度(サイロ・スコア)：働く世代の女性にカスタマイズ【後向き実証】	1)性差・ライフステージ(交差性)を考慮したロジック構築：仮説の設定、データ収集、仮説の検証	①性差・ライフステージ(交差性)を考慮したロジック構築							
		②人間ドッグで性別、年代別サイロ・スコアを比較検証							
		③仮説の検証							
実施項目3 WaiSE/WaiSE Workによるヘルスリテラシー向上・行動変容の検証【前向き実証】	今回実証用WaiSE Workアプリによるヘルスリテラシー向上・行動変容の検証	①-1実証機関1の受診女性でWaiSE Work実証の検証							
		①-2 WaiSE Work実証後Googleフォームでヘルスリテラシー検証							
		②-1実証機関2の受診女性でWaiSE Work実証の検証							
		②-2 WaiSE Work実証後Googleフォームでヘルスリテラシー検証							
		③-1協力企業の男女社員でWaiSE Work実証							
		③-2 WaiSE Work実証後Googleフォームでヘルスリテラシー検証							

本事業に関するお問合せ

令和7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