

令和4年度フェムテック等サポートサービス実証事業
キックオフミーティング資料

未病状態のからだケア

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

東レ株式会社

事業設計の背景・事業目的

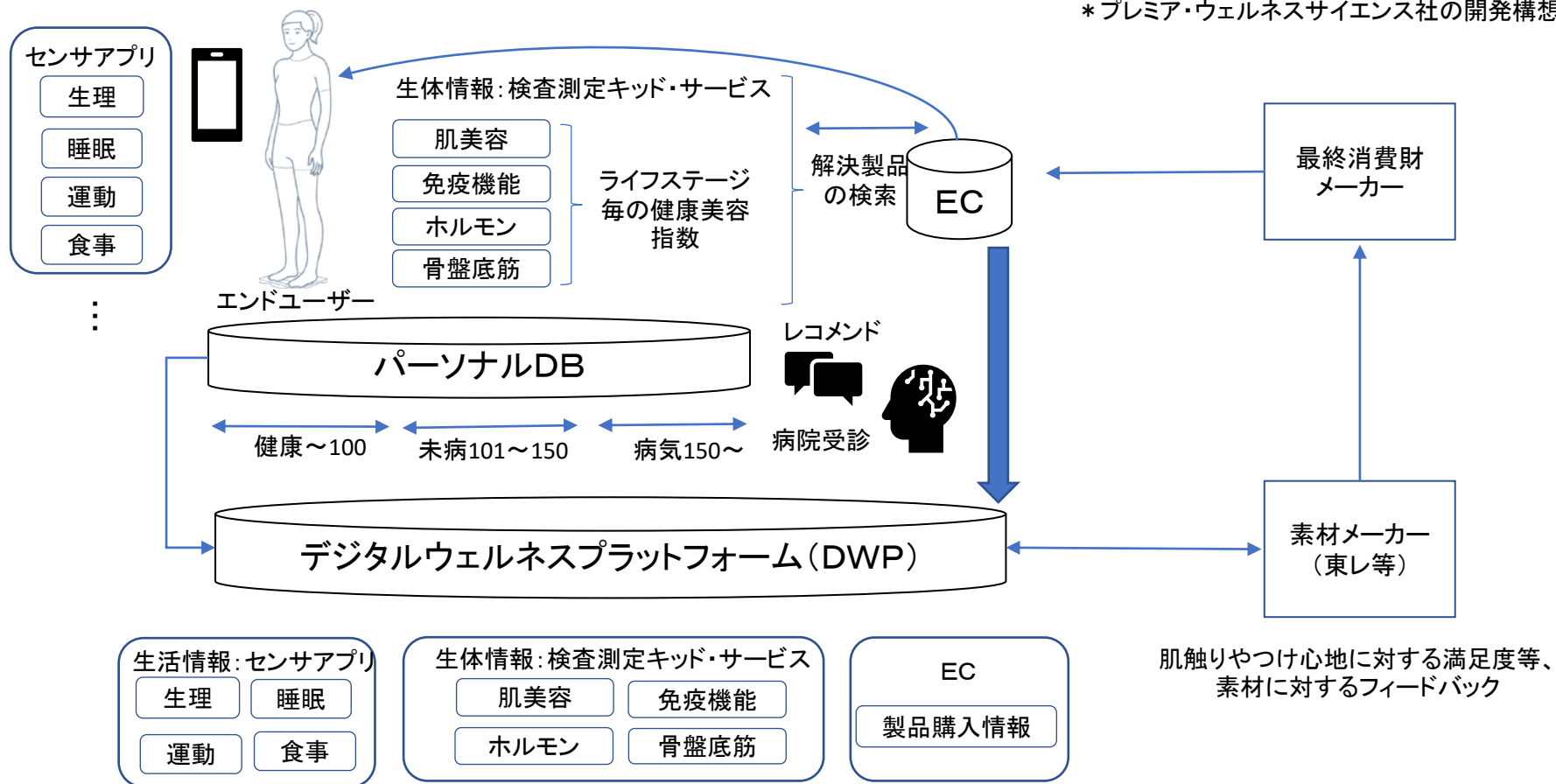
- 比較的プレゼンティーズムの低い20～30代女性を対象とする。会社でのキャリア形成と結婚や妊娠・出産等のライフイベントの時期が重なり忙しく、自分の健康問題についてよく知らない人が多いため。
- 本事業をきっかけにケアの必要性を知る機会が増えれば人生設計を立てやすくなり、企業全体での労働生産性の向上にも寄与する。
- もうひとつの目的は、異なる業種や業態（ベンチャー/大企業から構成されワークショップを通じ各社リソースやアイデアを掛け合わせ共創することである。
- 知識の壁、地理的距離の壁、タブー（無意識の偏見）の壁を超え、その人らしい美と健康、働き方を追求するデジタル基盤（デジタル・ウェルネスプラットフォーム：DWPと略）の要件定義を並行して行う。
- 本事業はその最初のフェーズ1（ミニマルな実証を通じニーズを把握）と位置づけ（4社合計20名：女性社員15名＋男性社員5名）

事業目標（2028-30）

- 女性の全生涯をその人らしく輝かせる社会
 - ・ライフイベントとキャリアの両立、ウェルビーイング実現
- 男性も女性特有の健康問題に関して学ぶ社会
 - ・社会全体で寄り添える環境の実現
- デジタル・ウェルネスプラットフォーム(DWP)の社会実装
 - ・安心・良質な素材や製品サービスが、デジタル基盤とともにリーズナブルに提供され、顧客生涯価値を高め続ける社会

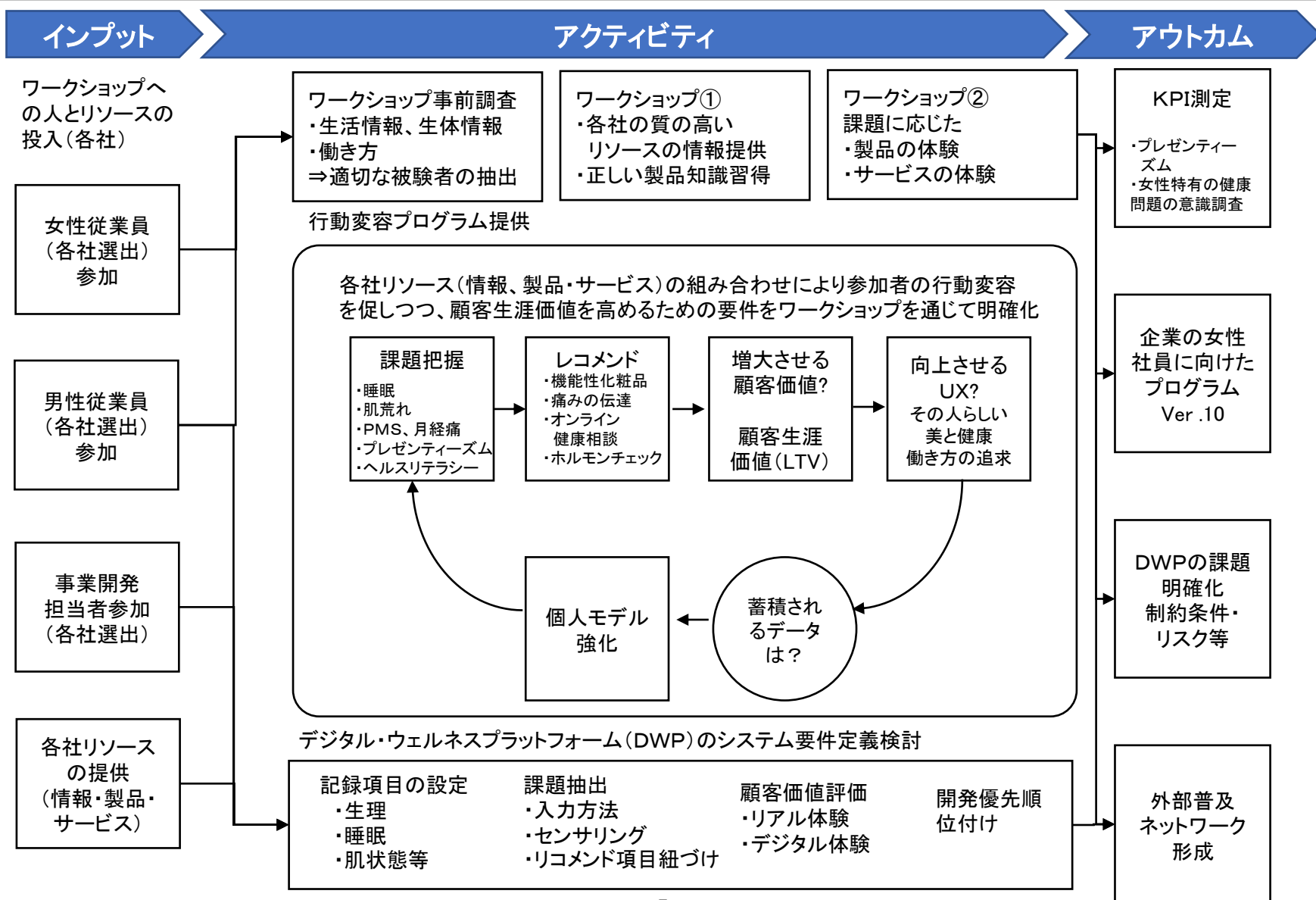
デジタル・ウェルネスプラットフォーム*

* プレミア・ウェルネスサイエンス社の開発構想



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

今年度の実施内容



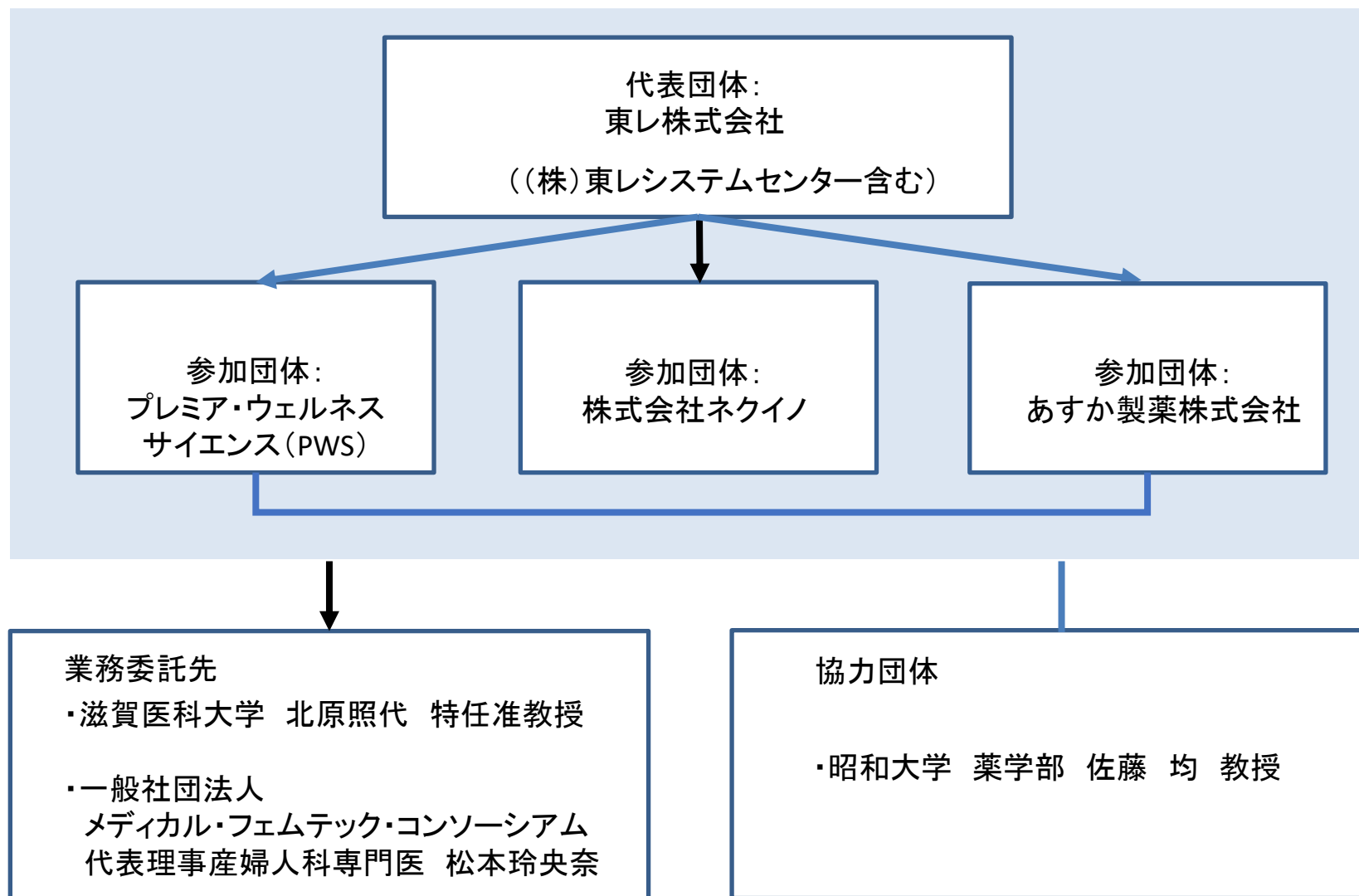
成果指標および成果測定の方法

対象	実証試験前 2022	短期 2023.3	中期 2025～27	長期 2028～30
絶対的プレゼンティーズムのスコア (WHO-HPQスコアより算出) がサービス利用前後で10%以上増加した者の割合	測定予定	5	7	10
女性特有の健康問題を社会にとって積極的に解決すべき課題だと思いますか？の問いに「非常に思う」と回答したサービス利用者の割合（%）	測定予定 (参考：50*)	60	70	80
あなたの健康課題とキャリアについて 経済産業省7/11連絡の追加共通指標	測定予定	測定予定	測定予定	測定予定

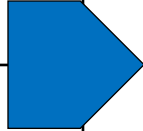
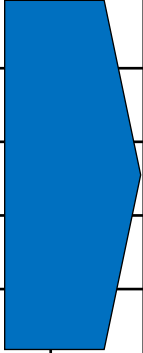
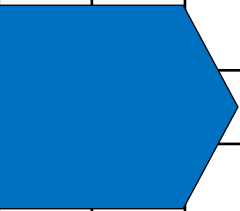
*東レグループ1.3万人を対象に2022.2に調査した際の値

- 成果指標の計測頻度は3回とし、ワークショップ①の前、ワークショップ①と②の間、ワークショップ②終了後に対象者へアンケートを東レが実施し成果を測定する。
- 具体的にはアンケート作成ツールであるMicrosoft Forms を利用して絶対的プレゼンティーズムを含む質問票を東レで作成し、メールでユーザーに送付、回答期限2週間程度を設定してアンケートを回収、成果を測定する。
- 質問表は事前に医療監修者の指導を受ける。

実施体制



実施スケジュール

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