

「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

日本産科婦人科学会中野部

PICK UP

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。

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

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
	AAQ II（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

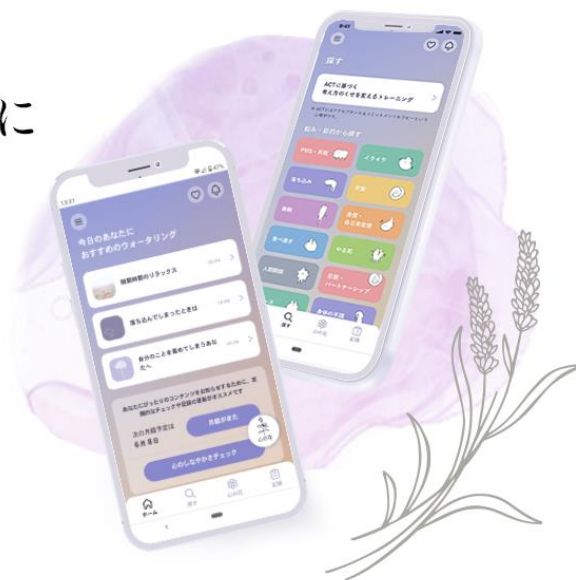
（2023年6月スモールスタート、2024年6月リニューアル）

- ・ “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。

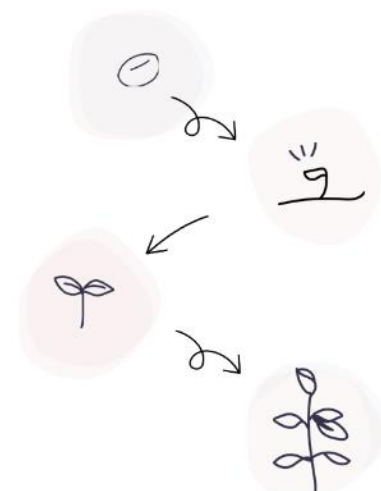
心のモヤモヤをトキメキに

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。

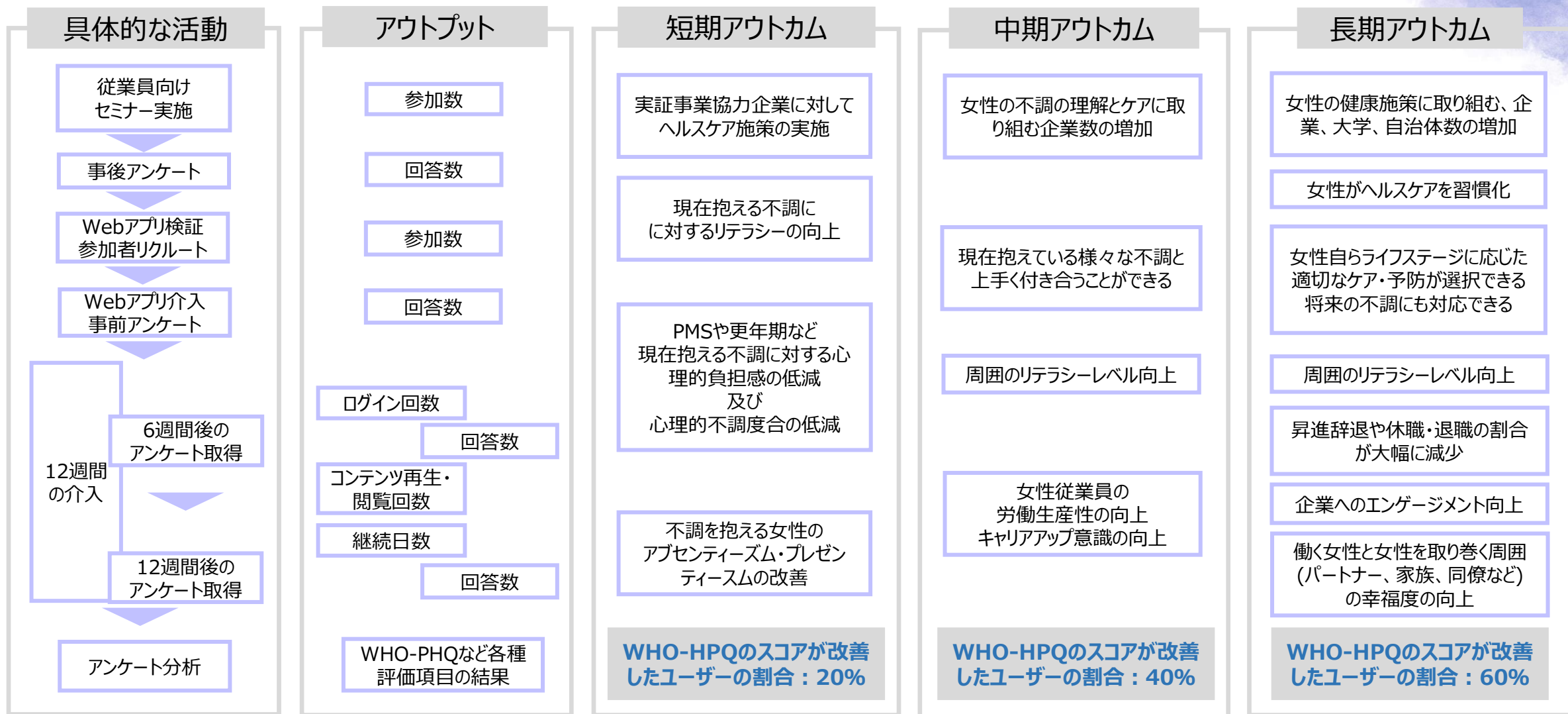


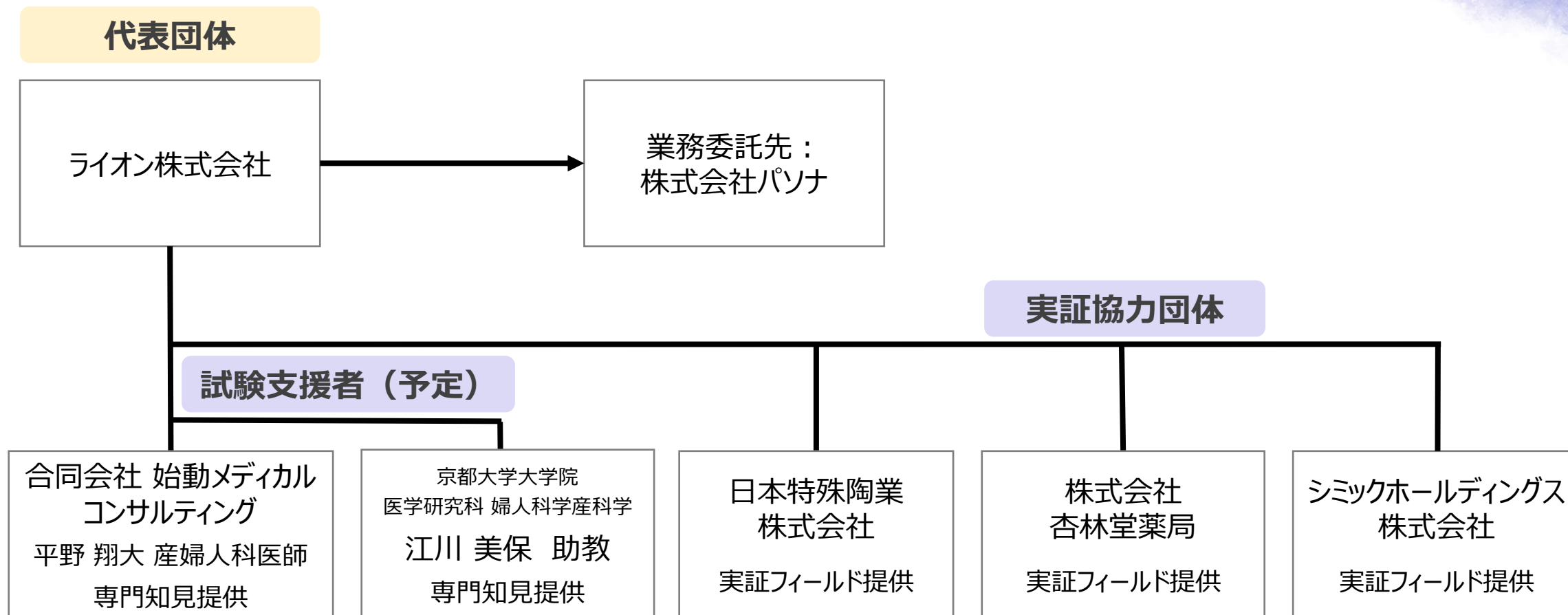
※ 生きていく中で避けることのできない苦しみを受け入れながら（アクセプタンス）自分の人生を豊かにする大切なことに向かって行動していく（コミットメント）心理療法



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





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。

達成状況と成果

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、AAQ II 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。

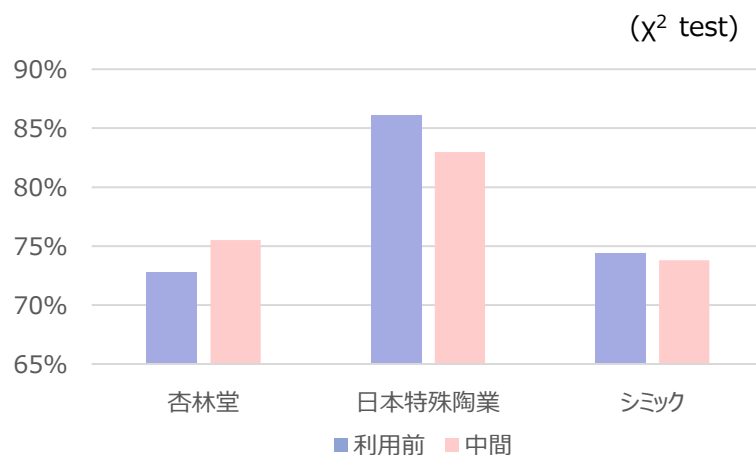
達成状況と成果

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**

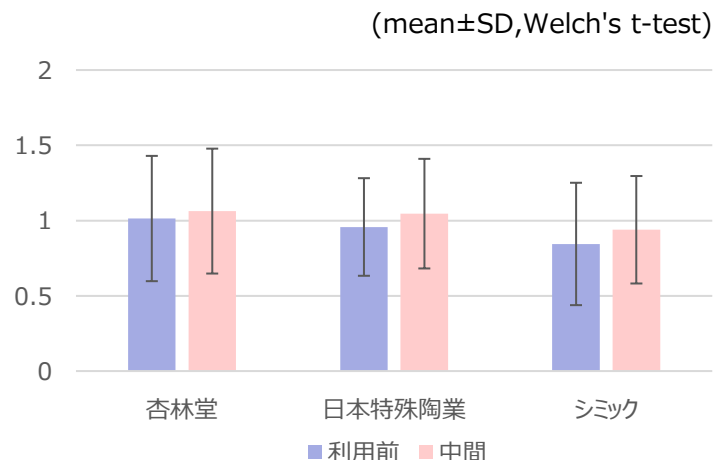
AAQ II 20点以上の割合*

*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。



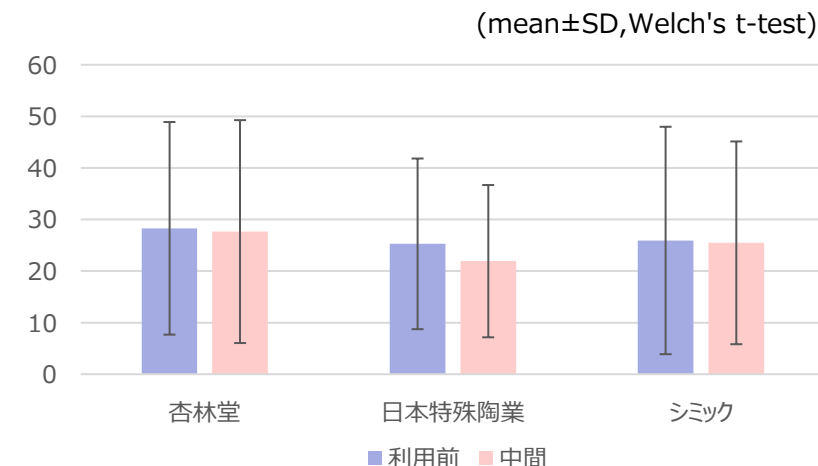
* いずれの企業においても利用前と中間結果との間に有意差なし

相対的プレゼンティーズム (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日以上の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ーズム、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

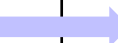
現在の課題

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									
	デプスインタビュー									
	解析、インタビュー結果まとめ・考察									