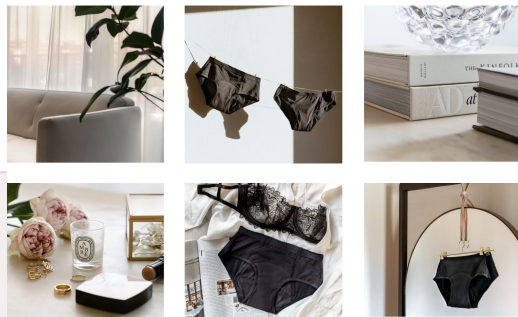




就業女性の月経に関する健康課題についての自己理解 管理者と従業員及び従業員同士の相互理解促進事業

～吸水ショーツをきっかけとした教育プログラムの開発～

事業について

●目的

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

●目標

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

●事業の背景

吸水ショーツが心身の変化をもたらすツールになりうる商品であることを顧客コミュニケーションから感じていた。

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

実施事業

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

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

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

STEP2:企業向けのオンラインセミナー

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

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

実施事業

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

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

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

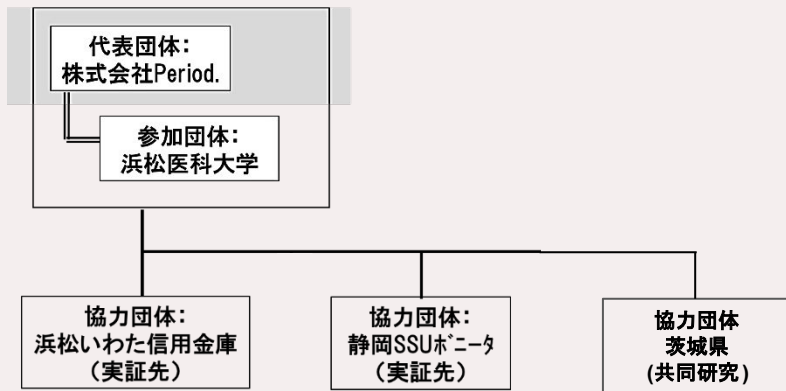
- ・月経に関する負担感、不快感、困り感は、介入群でほとんどの項目で低下し、生理用品の満足度(※)は上がった。
- ・統計学的に有意差のあった項目は、23項目中16項目であった。一方で対象群では変化はみられなかった。

STEP2: 企業向けのオンラインセミナー

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

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

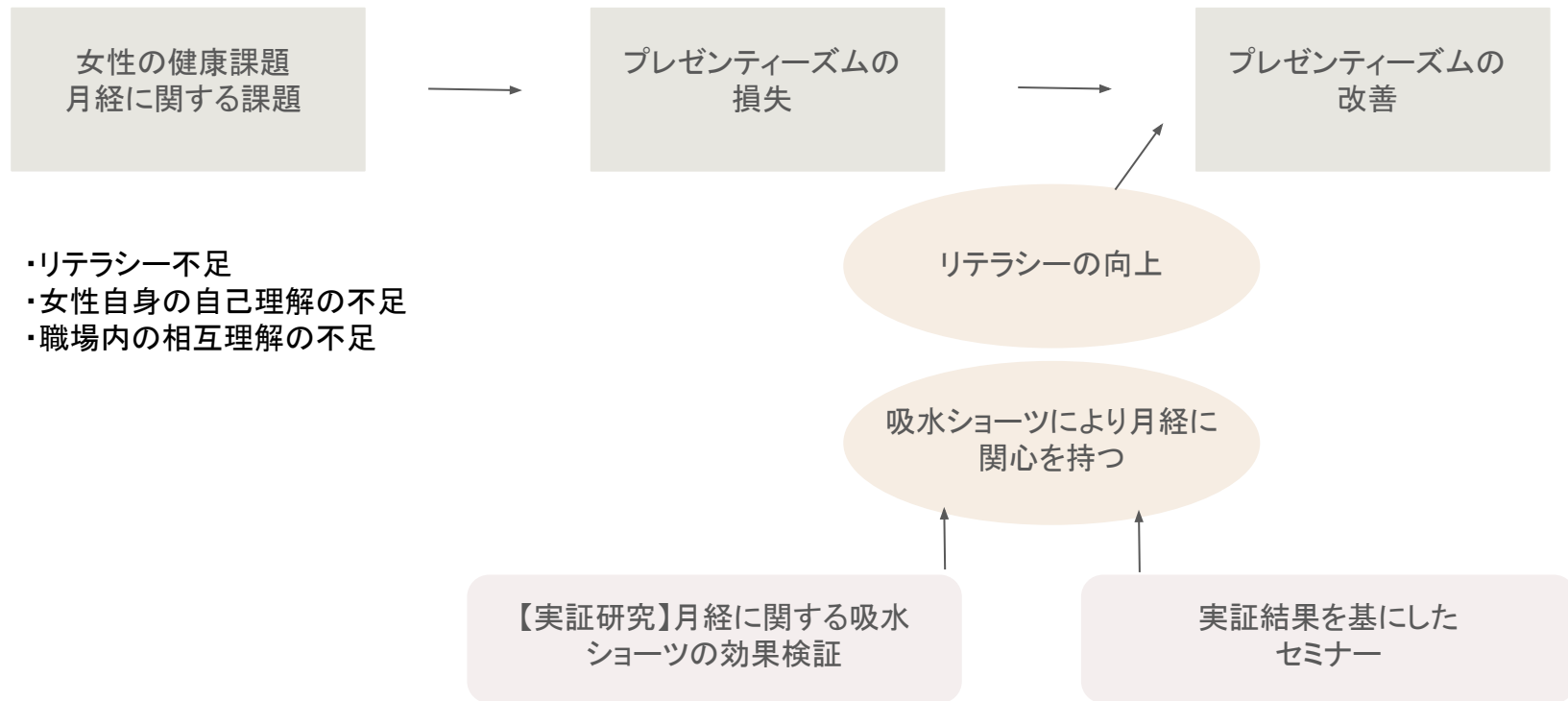
実施体制



Period. × 浜松医科大学との取り組み

- ・共同研究
- ・研究を基にしたセミナーの開発

事業の実施フロー



成果報告

STEP1:実証研究

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

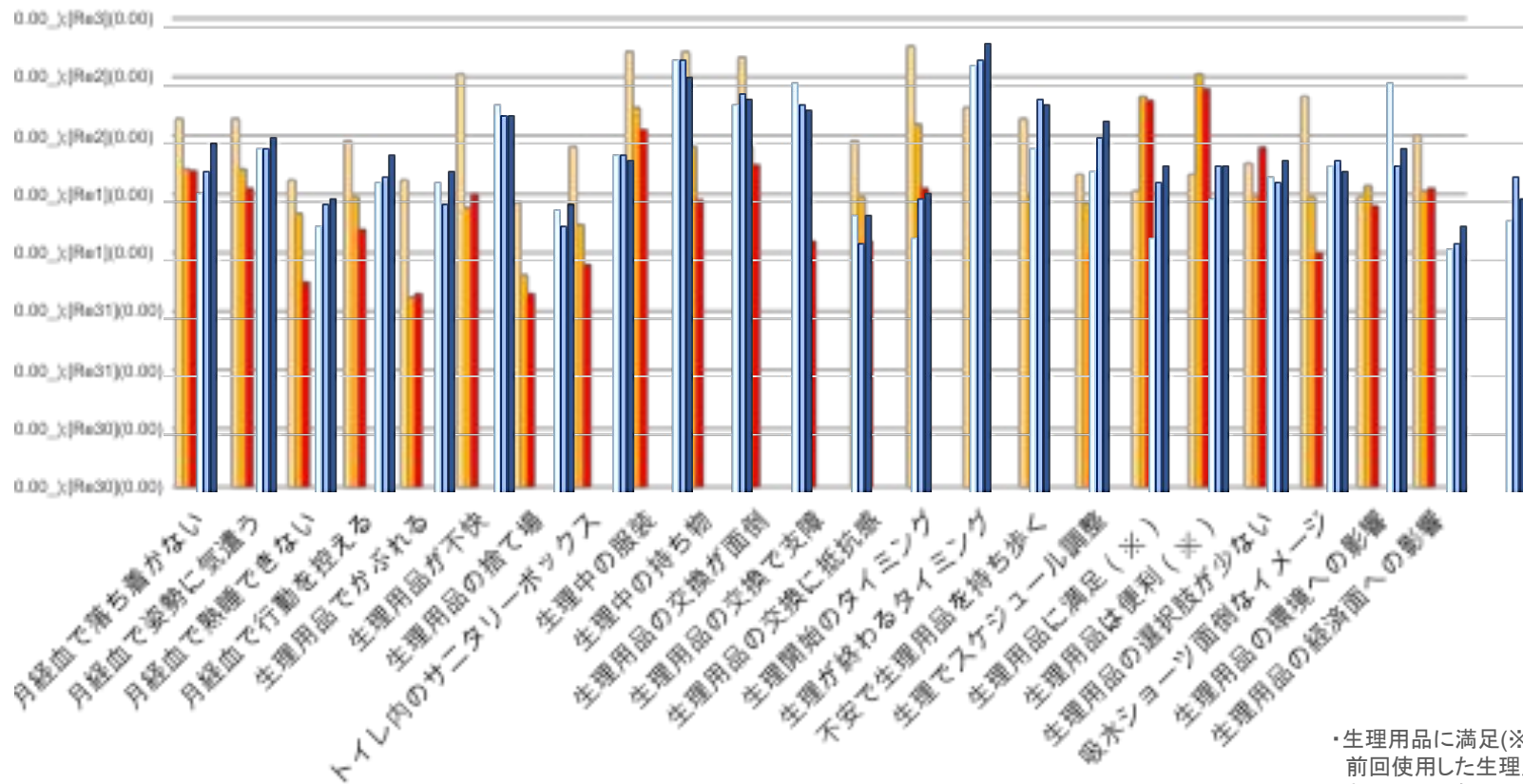
調査方法

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

調査結果

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

月経の負担感・不快感・困り感の変化＜吸水ショーツ着用前と着用後の比較＞



・生理用品に満足(※)
前回使用した生理用品に満足している
・生理用品は便利(※)
前回使用した生理用品は便利

プレゼンティズムの変化

介入前から介入後②へのプレゼンティーズムの変化				
		全体 N=41	介入群 n=20	対照群 n=21
		介入前→介入②	介入前→介入②	介入前→介入②
相対的HPQ	下降	8 (19.5)	6 (30.0)	2 (9.5)
	変化なし	12 (29.3)	6 (30.0)	6 (28.6)
	上昇	21 (51.2)	8 (40.0)	13 (61.9)
絶対的HPQ	下降	8 (19.5)	6 (30.0)	2 (9.5)
	変化なし	16 (39.0)	6 (30.0)	10 (47.6)
	上昇	17 (41.5)	8 (40.0)	9 (42.9)
SPQ (実数)	下降	13 (31.7)	7 (35.0)	6 (28.6)
	変化なし	7 (17.1)	4 (20.0)	3 (14.3)
	上昇	21 (51.2)	9 (45.0)	12 (57.1)

※上昇しているほど改善していることを示す

結論

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

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

ワークエンゲイジメントの変化

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

結論

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

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

月経随伴症状負担感の変化

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

結論

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

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

睡眠効率

介入前から介入後②への睡眠効率・総睡眠時間の変化								
		全体 N= 38		介入群 n= 17		対照群 n= 21		CramerV
		n	%	n	%	n	%	
睡眠効率	減少	16	42.1	6	35.3	10	47.6	0.12 ns
	変化なし	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
	上昇	22	57.9	11	64.7	11	52.4	
総睡眠時間	減少	22	57.9	7	41.2	15	71.4	0.31 ns
	変化なし	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
	上昇	16	42.1	10	58.8	6	28.6	

結論

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

吸水ショーツの着用は睡眠にもよい影響をもたらすことが示唆された

成果報告

STEP2: 企業向けのオンラインセミナー

概要

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

参加者

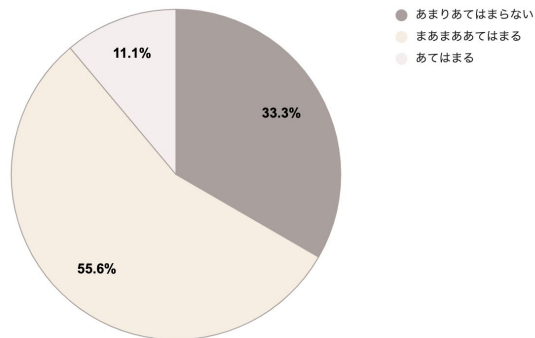
参加人数: 18名
男女比: 女性66.7%、男性33.3%
参加者の属性: 一般社員 50%、課長相当27.8%、係長相当5.5%、その他16.7%

セミナー実施による効果

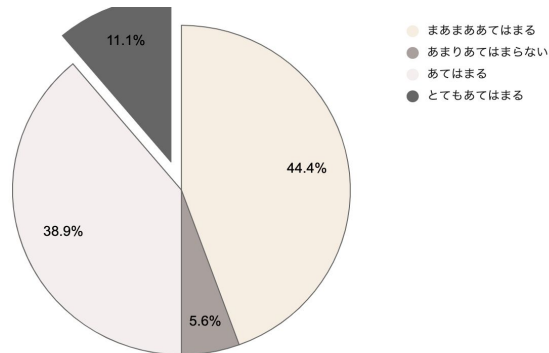
Q: 女性の健康についてのたくさんの情報から、自分に合ったものを選ぶことができる。

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

受講前調査



受講後調査



受講後に「とてもあてはまる」回答が出現
「あまりあてはまらない」回答が減少

セミナー実施による効果

受講後調査

Q: セミナー受講前と比べて、月経の意味についての理解はどう変わりましたか？

94.4% 理解が深まった

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

94.4% もっと理解する事が必要

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

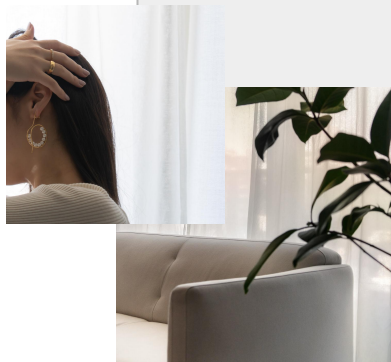
61.1% 思う、38.9% どちらかと言えば思う

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

課題と対応策

①実証研究において、被験者数の確保

②セミナー実施企業の開拓



課題と対応策

①実証研究において、被験者数の確保

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

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

課題と対応策

②セミナー実施企業の開拓

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

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

今後の予定

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

THANKYOU



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

自分を制限する壁は自分の中にある
当たり前を変えれば世界も変わる