

## 女性の健康問題を解決する「フェムテック」、

20代 66.7%、30代 64.9%が興味あり！

## 吸水ショーツやオンライン診療などに注目が集まる

シリーズ「人生 100 年時代」

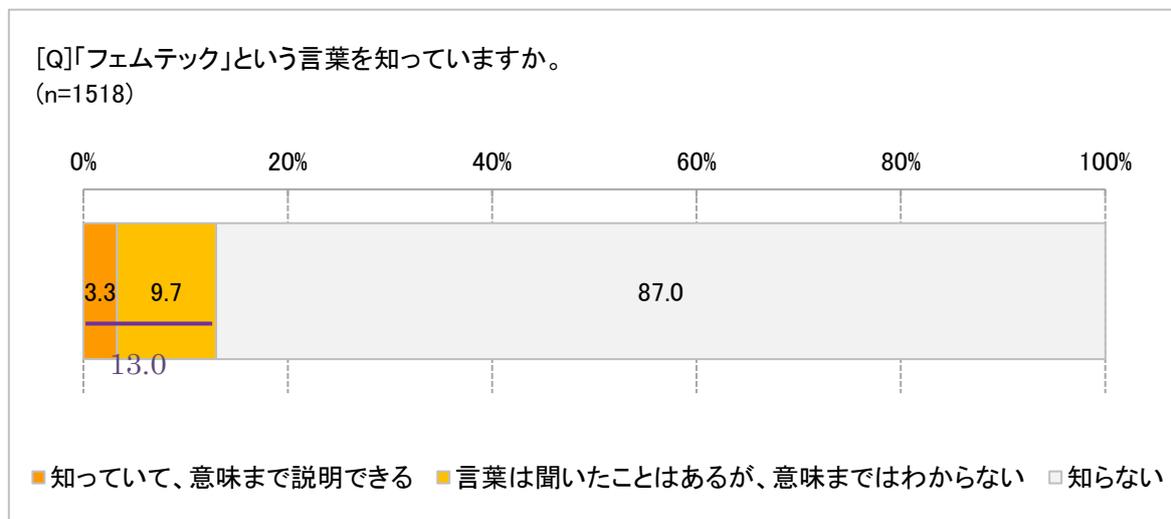
「人生 100 年時代」の今。明日の暮らしをよりよくするには、何が必要なのでしょうか？ 今回は、近ごろ話題の「フェムテック」にフォーカスしました。フェムテックとは、FEMALE(女性)と TECHNOLOGY(科学技術)を合わせた造語。女性の健康課題を新しい技術で解決する、商品やサービスを意味します。この1～2年で一気に注目を集めるようになりましたが、女性に関わりの深い言葉なので、どこまで浸透しているかリサーチ。認知度は 13.0%と低めながら、フェムテックの具体的な商品やサービスについて説明をしたところ、若い世代を中心に多くの人に関心を持つことが分かりました。

### 【ダイジェスト】

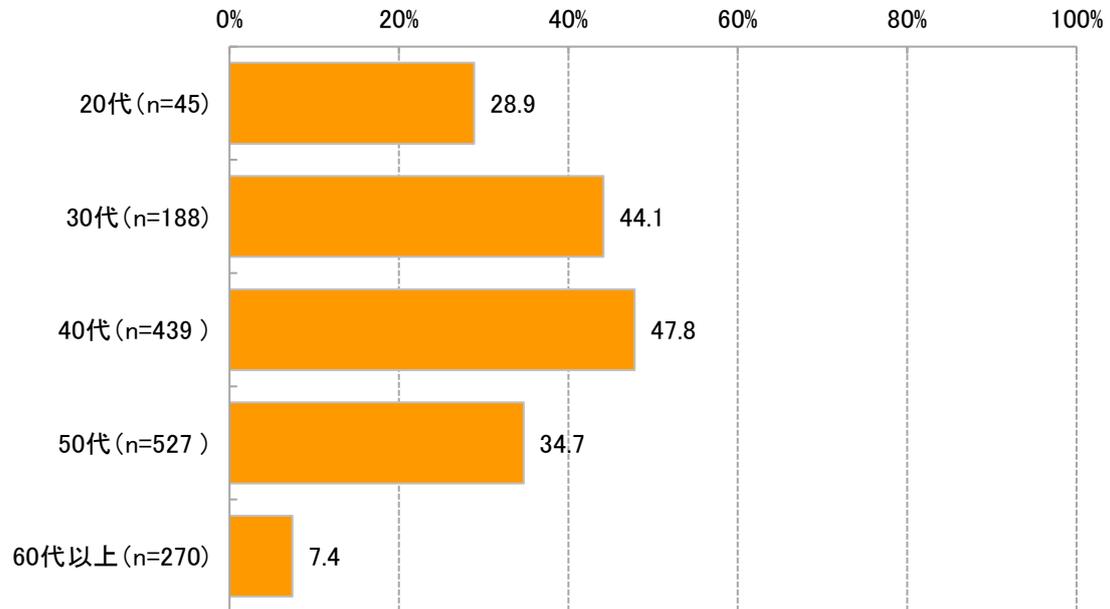
**注目の言葉ではあるけれど認知度は 13.0%でまだまだ低め**

**20代の 66.7%、30代の 64.9%が「フェムテック」に興味あり！**

**オンライン診療や検査キットは、忙しい女性の味方！**



婦人科の不調を「感じている」と答えた人の年代別の割合  
(n=1518)



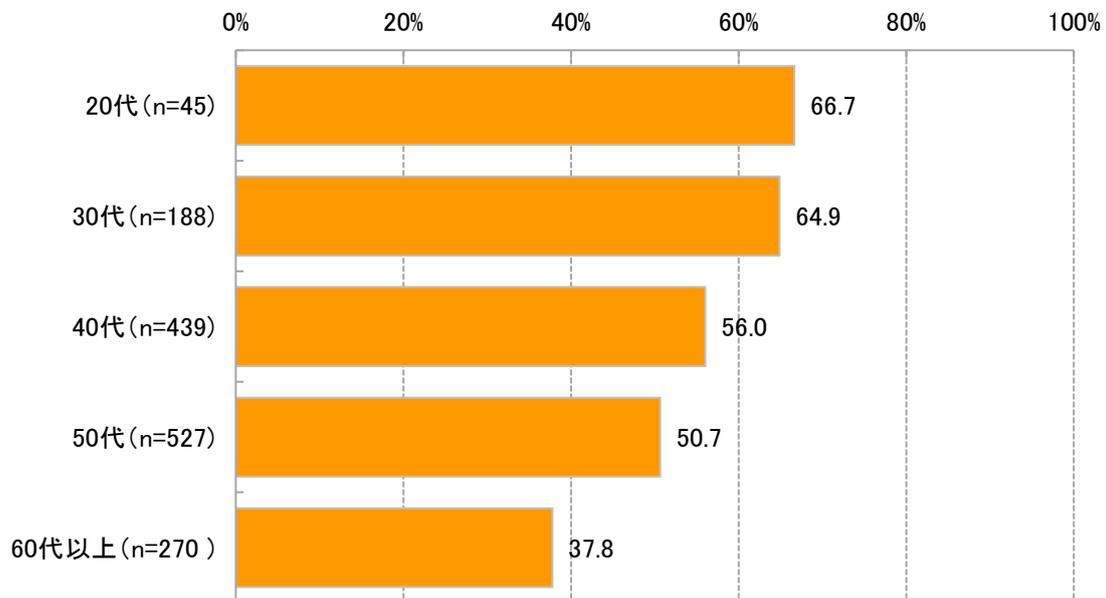
### 注目の言葉ではあるけれど認知度は 13%でまだまだ低め

海外のフェムテック商品を日本に紹介しているフェルマータ CCO の中村寛子さんによると、「フェムテック商品は、女性が長い間抱えてきた体や心の悩み、生きづらさを解消するために生まれました。女性がもっと快適に過ごせるように後押しすることが、フェムテックの重要な役割です」。実際、30代の44.1%、40代の47.8%は「婦人科の不調を感じている」と回答しており、この年代の半数近くが「生理不順」や「生理痛」、「PMS(生理前のイライラや不調)」など何らかのトラブルを感じていることがわかりました。

また、フェムテックが急速に注目を集めている背景としては、「女性の社会進出によるライフスタイルの変化で、今までになかった体や心の悩みがより顕在化するようになりました。こうした課題を解決する必要性が高まったことも一因と考えています」(中村さん)。現代を生きる女性にとって、心身の健康を保つために重要なテーマであることが分かります。

しかし、認知度は「意味まで説明できる」3.3%、「言葉は聞いたことがあるが、意味まではわからない」9.7%で、両方合わせても13.0%どまり。メディアでもたびたび取り上げられていますが、言葉自体が浸透するのは、まだこれからのようです。

各年代の「フェムテック」の商品やサービスに「興味がある」と答えた人の割合  
(n=1518)



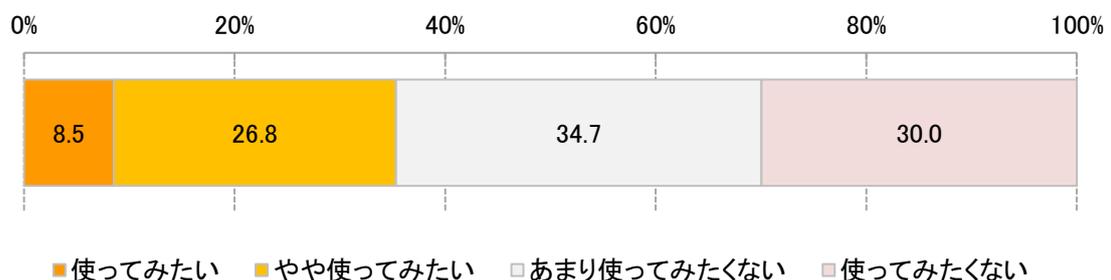
## 20代の66.7%、30代の64.9%が「フェムテック」に興味あり！

フェムテックへの関心度は全体で 52.2%なのに対し、20代では 66.7%、30代では 64.9%と若い世代のほうが関心を持っているという結果に。アクティブに過ごす 20~30代は、生理の悩みを抱えがちなのに、フェムテックにもより興味があるのかもしれない。

しかし、フェムテックは特定の年代だけにメリットがあるものではありません。「フェムテックには、生理、妊活、妊娠・出産、更年期、健康全般、セクシャルウェルネス、メンタルヘルスという7つのカテゴリーがあり、女性の一生をカバーしているのも特徴です」(中村さん)。

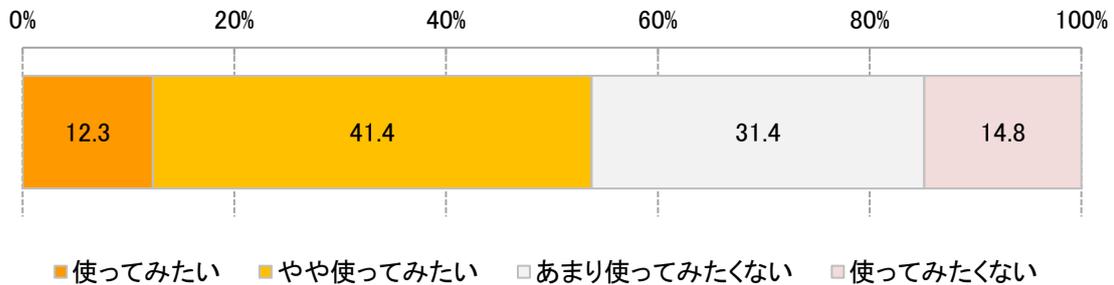
各カテゴリーでとくに興味があるものを聞いたところ、20~30代は生理ケアや妊娠・出産ケアが中心なのに対し、40~50代は更年期ケアと回答した人が 80%以上にのぼり、年齢によって興味の対象が異なることも分かりました。

[Q]「吸水サニタリーショーツ」「吸水ショーツ」を使ったことがないかたにお伺いします。あなたはこれらを使ってみたいですか。  
(n=1429、吸水ショーツを使ったことがない人)



[Q]近年、WEBやスマホアプリなどを使用して、医師や専門家に不調や心配ごとについて相談できる「オンライン診療」や「オンライン健康相談」サービスができています。こうしたサービスを使ってみたいですか。

(n=1518)



## オンライン診療や検査キットは、忙しい女性の味方！

さまざまなフェムテック商品を販売しているフェルマータのショップで、とくに人気なのが、ショーツ自体に水分を吸収する機能を持たせた吸水ショーツ。生理のときやおりものが気になるときなどに使用できることで話題になっており、今回の調査でも 1/3 以上にあたる 35.3%の人が「使ってみたい」と答えています。母娘で使っている人や、更年期以降の尿もれ対策として使っている人もいて、幅広い年代の悩みを受け止めてくれる商品だと実感しています。コロナ禍で家にいる時間が増え、自分の体を見つめなおす時間が多くなったことも、こうした商品にトライする人が増えた理由のひとつだと思います」（中村さん）。

また、デジタル技術を活用したオンライン診療や健康相談、検査キットも続々登場。専用アプリで医師の診療を受けると低用量ピルが届くサービスのように、自宅にしながら利用できる点が特長です。こうした「オンライン診療」や「オンライン健康相談」への関心も高く、半数以上の 53.7%が「使ってみたい」と回答しました。利用したいケースとしては、「婦人科の症状は対面だと話しづらい」（30代・パート）、「病院へ行くほどではないが不安なとき」（30代・専業主婦）などが多く、非対面ならではの気軽さや、自分の都合に合わせて使える利便性に期待する声が多数。「コロナ禍で病院へ行くのが不安なとき」（30代・専業主婦）という声も目立ちました。

今回の調査では、若い世代ほど関心が高かったフェムテック。しかし、年齢を問わず「女性の心身を健康に保つための選択肢を広げてくれる」という意味で、すべての世代にとって頼れる味方なのです。上手に活用すれば、今まで抱えていた女性特有の悩みやつらさの解消につながるかもしれません。人生 100 年時代において、女性のくらしをより快適にしてくれる、そんな期待が膨らみます。

### アンケート概要

- 調査対象: オレンジページメンバーズ・国内在住の 20 歳以上の女性 (有効回答数 1519 人)
- 調査方法: インターネット調査
- 調査期間: 2021 年 5 月 30 日～6 月 3 日
- 「オレンジページくらし予報」について

読者モニター「オレンジページメンバーズ」には、さまざまなくらし情報・くらし体験によってはぐくまれた“く

らしの目利き”たちが数多く所属しています。そんなメンバーたちの声を集めて<次の暮らし>を読み解いていくのが「オレンジページ暮らし予報」です。WEB 上でのアンケート調査、座談会など、ご相談に応じて展開いたします。

●『オレンジページ』について

失敗なくおいしく作れるレシピ情報が支持され、今年創刊 36 周年を迎えた生活情報誌。30～40 代の主婦を中心に幅広い読者層を誇ります。発行部数＝283,167 部(2020 年印刷証明付発行部数)。

この資料に関するお問い合わせ

株式会社オレンジページ

暮らしデザイン部

kurashi@orangepage.co.jp Tel. 03-3436-8418