

フェムテックに対する認識および期待

佐藤陽子

Awareness and expectations about femtech

Yoko SATO

In recent years femtech has emerged as a promising field in Japan. However, since it is a new industry field, there is some confusion. In this study, I searched existing reports and considered the awareness and expectations about femtech in Japan. As a result, I found that there are two types of awareness of femtech: broad and narrow, and that there are many expectations. The study suggested that for femtech to become truly beneficial to women's health, it was necessary to accumulate evidence, develop regulations, and improve consumer literacy.

キーワード：Women's Health 女性の健康, Femtech フェムテック, Awareness 認識, Expectation 期待, Issue 課題

I. 緒言

近年、女性の生活スタイルの多様化や社会進出が進む中、女性特有の健康課題をテクノロジーで解決しようとするフェムテック (Femtech) が注目をあびている。フェムテックとは、「Female」と「Technology」を合わせた造語であるが確立した定義は無い¹⁾。デジタルテクノロジーを使わないフェムケア (Femcare) や女性の健康課題を扱う産業全体の取り組みまで含む場合がある²⁾。本報では、「女性の健康課題を解決するもの」全てをフェムテックとして扱うこととした。

フェムテック市場は世界的に急拡大しており、世界のフェムテック市場を牽引している米国では2025年に500億ドルに到達すると予測されている³⁾。日本においても同様の傾向があり、2022年度は前年比107.8%の695億円であったと推計されている⁴⁾。こうした中、政府も女性の健康を改善するためのフェムテック推進に取り

組むことを宣言しており、「経済財政運営と改革の基本方針 (骨太方針) 2023」⁵⁾、「成長戦略フォローアップ」⁶⁾、「女性活躍・男女共同参画の重点方針2023」⁷⁾等にフェムテックの活用・推進が盛り込まれている。

以上のように、女性が健康に社会で活躍できる環境を整えるための手段として大きな注目を集めているフェムテックだが、黎明期であるが故の混乱や一般的にはまだ知れ渡っていないことが指摘されている¹⁾。

そこで、本報では国内におけるフェムテック製品・サービスの現状および女子短期大学生が考案したフェムテック新商品の企画から、現在のフェムテックに対する人々の認識と期待について考察した。

II. 国内におけるフェムテック製品・サービスの現状

国内におけるフェムテック製品・サービスの位置づけや内容を検討するため、国のフェムテ

ック推進政策として注目されている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⁸⁾(以下、フェムテック等補助金)の採択事業および国内の大規模フェムテック展示会であるFemtech Tokyo 2023⁹⁾の出展製品についてまとめた。

1. フェムテック等補助金

1) 方法

フェムテック等補助金は、経済産業省によるダイバーシティ経営推進の一環として行われている事業であり、2021年度から毎年、フェムテックを活用したサポートサービスに関する実証事業が20事業程度採択されている⁸⁾。2021年度および2022年度に採択された事業について、フェムテック等補助金公式Webサイトに掲載されている資料を基にまとめた¹⁰⁾。

2) 結果

フェムテック等補助金には、2021年度20事業、2022年度19事業が採択されていた。採択された事業のサービスカテゴリは、「セミナー、コンテンツ配信等」、「専門家相談/サポート」、「健康管理/トラッキング」、「医療支援」、「漢方・ビル処方」、「フェムケア製品・サービス」、「コミュニティ運営」、「生理関連用品・デバイス」、「簡易検査キット」、「その他」

「簡易検査キット」、「その他」の10項目に分類されており、「セミナー、コンテンツ配信等」が最も多かった(図1)。事業テーマは、「月経・PMS」、「妊娠・不妊」、「産後ケア」、「更年期」、「婦人科疾患」、「ヘルスリテラシー」、「その他」の7項目に分類されており、「妊娠・不妊」が最も多かった(図1)。

2. Femtech Tokyo 2023

1) 方法

Femtech Tokyoは、国内のフェムテック関連企業が出展する展示会であり、2022年から毎年開催されている。本報では、2023年10月に開催されたFemtech Tokyo 2023に出展された製品を当該展示会公式Webサイトに検索し、サイト内の分野区分に則ってまとめた。

2) 結果

Femtech Tokyo 2023では全493製品が出展されていた(表1)。分野別製品数は「デリケートゾーンケア」が最多であり、次いで「生理・月経」、「妊娠期・産後」であった。出展サービスは、「健康相談アプリ・サービス」、「研修・プログラム」、「乳がん・子宮頸がんなど検査サービス」を合わせて71個(9.3%)であった。

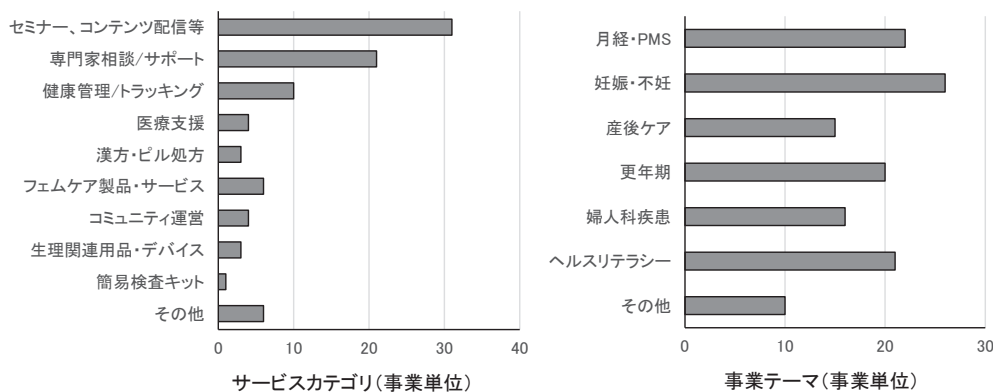


図1 フェムテック等補助金採択事業の内訳*

*文献10)より作成

表1 Femtech Tokyo 2023 出展製品

分野	個 (%)
生理・月経	128 (26.0)
妊活・妊よう	56 (11.4)
妊娠期・産後	120 (24.3)
プレ更年期・更年期	88 (17.8)
デリケートゾーンケア	190 (38.5)
メンタルヘルスケア	33 (6.7)
健康相談アプリ・サービス	21 (4.3)
研修・プログラム	17 (3.4)
乳がん・子宮頸がんなど検査サービス	8 (1.6)
セクシャルウェルネス	117 (23.7)
その他	65 (13.2)
全製品数*	493 (100)

*複数項目に該当する製品があったため、各分野の合計と製品数は一致しない。

Ⅲ. 女子短期大学生が考案したフェムテック新商品

フェムテックに対し、当事者である女性達がどのような認識と期待を持っているのかを、女子短期大学生が考案した新しいフェムテック製品・サービスの企画から検討することとした。

1. 方法

2023年6月に、共立女子短期大学生活科学科の専門教育科目「女性と健康」の授業において、履修者30名にフェムテック新商品の企画を提案してもらった。商品は製品・サービスのいずれでもよいこととし、実現可能性などの制限は設けずに、あったらよいと思うもの、人気商品として売上げが期待できそうなものを自由に発想し提案することとした。

フェムテック新商品考案に先駆け、同授業内にて、女性の健康に関する近年の話題およびフェムテックに関する基本内容の講義を実施した。講義項目は、DOHaD説、低出生体重児の増加とその問題点、プレコンセプションケアの目的とその内容、フェムテックと経済産業省の取り組み、フェムテック市場の成長、フェムテック

製品・サービスの例であった。

新商品の企画提案内容として、①商品名、②どのような商品か(訴求内容)、③どのような場面で利用するのか、④どのような課題が解決できるか(目的)、⑤既存商品との違い(差別化)、⑥宣伝・販売方法の6項目を設定し、全て自由記述とした。

提案された企画内容は、6項目をよく読みコーディングを実施し、度数分布にてまとめた。集計にはMicrosoft Excelを用いた。

2. 結果

学生が考案したフェムテック新商品全30個の種類を表2に示した。製品29個(96.7%)、サービス11個(36.7%)が提案され、このうち10個(33.3%)は製品とサービスを組み合わせた商品の提案であった。最も提案数が多かったのはアプリケーションソフトウェア(以下、アプリ)であり、全提案数の50%を占め、このうち4個はデバイスと組み合わせた商品であった。

これらの商品を「令和2年度産業経済研究委託事業 働き方、暮らし方の変化のあり方が将来の日本に与える効果と課題に関する調査報告書」¹⁾におけるフェムテックの6つの分野に区分した結果、月経分野が23個(76.7%)と大部分を占めた(表3)。また、この分野区分に該当

表2 学生が考案した製品・サービスの種類

	種類	個 (%)
製品	アプリケーションソフトウェア	15 (50.0)
	デバイス	5 (16.7)
	雑貨	5 (16.7)
	衣類・布製品	5 (16.7)
	衛生用品	2 (6.7)
	食品	2 (6.7)
	計	29 (96.7)
サービス		11 (36.7)
全提案数*		30 (100)

*複数項目に該当する提案があったため、各種類の合計と提案数は一致しない。

表3 学生が考案した製品・サービスのフェムテック分野

分野	個 (%)
月経	23 (76.7)
妊娠・不妊	6 (20.0)
産後ケア	2 (6.7)
更年期	1 (3.3)
婦人科系疾患	2 (6.7)
セクシャルウェルネス	3 (10.0)
その他	9 (30.0)
全提案数*	30 (100)

*複数項目に該当する提案があったため、各分野の合計と提案数は一致しない。

しない商品（その他）が9個（30.0%）提案された。その他には、女性全般を対象とした生活習慣改善やストレス緩和、ホルモンバランスを整えることを目的とした商品などがあった。

学生が考案した製品・サービスの訴求内容は全て表4に示した項目にまとめることができた。「におい」、「汚れ」、「痛み・冷え」対策のほか、「美容」、「体調管理」や「不安相談」、「医薬品・医療機関の紹介」、「食事・運動メニュー提案」などが挙げられた。

考案した商品の宣伝・販売方法についても提案を促した結果、宣伝媒体として表5に示した項目が挙げられた。SNSが最多の20個（66.7%）で挙げられており、次いでテレビCM、Web広告、ポスターであった。また、インフルエンサーや医療・教育機関、他商品のパッケージの活用も提案された。販売場所や販売方法では、薬局・ドラッグストア、コンビニエンスストア、オンラインストア、アプリストア、スーパーマーケット、医療機関などが挙げられた（表6）。

IV. 考察

1. フェムテックに対する認識と課題

フェムテック等補助金の目的は「働く女性の妊娠・出産・更年期障害等のライフイベントに起因する望まない離職等を防ぎ、個人の幸福(Well-being)や企業の人材多様性を高め、中

表4 学生が考案した製品・サービスの訴求内容

訴求内容	個 (%)
におい対策	7 (23.3)
汚れ対策	7 (23.3)
痛み・冷え対策	4 (13.3)
美容	2 (6.7)
体調管理	9 (30.0)
不安相談	6 (20.0)
医薬品・医療機関紹介	3 (10.0)
食事・運動メニュー提案	7 (23.3)
全提案数*	30 (100)

*複数項目に該当する提案があったため、各訴求内容の合計と提案数は一致しない。

表5 学生が提案した製品・サービスの宣伝媒体

宣伝媒体	個 (%)
SNS	20 (66.7)
テレビCM	10 (33.3)
Web広告	5 (16.7)
ポスター	4 (13.3)
インフルエンサー	3 (10.0)
医療・教育機関	3 (10.0)
チラシ広告	1 (3.3)
雑誌広告	1 (3.3)
他商品のパッケージ	1 (3.3)
イベント出展	1 (3.3)
全提案数*	30 (100)

*複数項目に該当する提案があったため、各宣伝媒体の合計と提案数は一致しない。

表6 学生が提案した製品・サービスの販売場所・方法

販売場所・方法	個 (%)
薬局・ドラッグストア	5 (16.7)
コンビニエンスストア	3 (10.0)
オンラインストア	3 (10.0)
アプリストア	2 (6.7)
医療機関	2 (6.7)
スーパーマーケット	1 (3.3)
その他店舗	3 (10.0)
全提案数*	30 (100)

*無回答があったため、各販売場所・方法の合計と提案数は一致しない。

長期的な企業価値向上を図る」とされており¹⁰⁾、採択事業はサービス事業が中心であることから、フェムテックを「女性が社会で継続的に活躍できる環境や健康を維持し続けることができるためのシステムづくり」の一環として捉えられていることが分かる。

一方、Femtech Tokyo 2023における出展は製品の紹介が主体であり、フェムテックは「女性が快適に過ごすためのツール」として捉えられていた。女子短期大学生が考案したフェムテック製品・サービスも、製品が96.7%を占め、Femtech Tokyo 2023と同様の捉え方がされていた。したがって、一般的に当事者である女性達の多くは、フェムテックを女性用製品のことと捉えていると推測できる。

以上より、国が推進しているフェムテックと国民が想定しているフェムテックの間に乖離がある可能性が示された。この乖離は、フェムテックという言葉に明確な定義がないまま使用されているために生じていると考えられる。このままフェムテックが指すものは何かがあやふやな状態で言葉の認知のみが拡大していくと、「個々のフェムテック製品の利用を国が推奨している」という誤ったイメージが定着してしまう可能性が危惧される。国の取り組みによりフェムテックを推進する際にはより明確な定義を提示し、誤解が生じないような工夫が必要である。

2. フェムテックへの期待と課題

フェムテック等補助金では、その目的や採択事業内容から、フェムテックの活用が最終的には女性の社会での活躍の推進につながる事が期待されていることが分かる。一方で、女性の健康に関する話題はタブー視されがちな現状も指摘されており^{1, 2)}、学生が考案した新フェムテック商品の企画においても、その訴求内容の解説において「相談しにくい…」「一人で悩みがち…」等の表現が散見された。フェムテックが女性活躍推進に寄与できるようになるためには、まず、こうしたタブー視を無くし、女性

の健康課題を可視化し気軽に話せる環境を整えることが求められる。

学生が考案した新フェムテック商品から、月経に関する不都合を解消してくれる製品・サービスが最も多く求められていることが分かった。また、月経に関連したにおいや汚れ対策から美容、生活習慣の管理まで多岐に渡る提案がなされ、フェムテックに対し様々な期待が持たれていた。新商品の提案はアプリが最多であったことや、SNSやテレビCMによる宣伝が多く提案されたこと、インフルエンサーの活用も提案されたことなどから、女子短期大学生にとってITやメディアが身近な存在であることが伺えた。したがって、若年女性のフェムテック認知度を向上させるためには、これらの手法の活用が効果的であると考えられた。

一方で「信頼性を得るために医療機関と協力する」という提案も出され、メディア情報だけでは信頼性に不安があると考えられていることや、医療機関で得た情報は信頼できると考えていることが伺えた。

Femtech Tokyo 2023における出展製品数が493製品にのぼったことから分かるように、フェムテック製品は近年、様々なものが開発されているが、その安全性や有効性のエビデンスについても様々であることが指摘されている²⁾。フェムテックは元来、女性の健康問題を解決するものであり、その利用によってかえって健康を害するようなことがあってはならない。エビデンスの乏しい製品における虚偽・誇大広告の横行やそれにとまなう健康被害の発生などが生じないように、企業の自覚、適切な規制と監視、消費者のリテラシー向上が必要である。

V. まとめ

近年、急速な市場拡大や政府による推進により注目をあびているフェムテックについて、人々の認識、期待、課題を考察した。

フェムテックは確立した定義が無いため、女性の健康課題を解決するための社会的環境やシ

ステムまで含むものという広義の認識と、女性が快適に過ごすためのツールという狭義の認識が存在することが分かった。また、月経の不快の解消から女性活躍推進への寄与まで、幅広い分野で様々な期待が寄せられていた。

フェムテックがこれらの期待に応えていくためには、認識の違いの是正やフェムテック製品のエビデンスの蓄積と企業努力、法や規制の整備、消費者のリテラシー向上が必要であると考えられた。なお、本報は既存の資料をまとめたものであり、フェムテックに対する人々の認識等をより正確に把握するためには、今後、社会調査研究等を実施していく必要がある。

VI. 文献

- 1) 経済産業省, 「令和2年度産業経済研究委託事業 働き方、暮らし方の変化のあり方が将来の日本に与える効果と課題に関する調査 報告書」, https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2020FY/000329.pdf, (2023.12.09アクセス)
- 2) 太田博明, 「女性の健康リスクに対峙するフェムテック・フェムケアへの期待と課題」, *Food Style* 21, 26(9), 28-33, 2022.
- 3) 経済産業省, 「令和4年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業 (APECエコノミーにおける日本発フェムテック製品・サービスの展開可能性に関する基礎調査) 調査報告書」, https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2022FY/000307.pdf, (2023.12.09アクセス)
- 4) 矢野経済研究所, 「フェムケア&フェムテック (消費財・サービス) 市場に関する調査を実施 (2023年)」, https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3375, (2023.12.09アクセス)
- 5) 内閣府, 「経済財政運営と改革の基本方針 2023」, https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2023/2023_basicpolicies_ja.pdf, (2023.12.09アクセス)
- 6) 内閣官房, 「成長戦略等のフォローアップ」, <https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii-sihonsyugi/pdf/fu2023.pdf>, (2023.12.09アクセス)
- 7) 内閣府, 「女性活躍・男女共同参画の重点方針 2023」, https://www.gender.go.jp/kaigi/danjo_kaigi/siryu/pdf/ka70-s-2.pdf, (2023.12.09アクセス)
- 8) 経済産業省, 「新しい当たり前をつくり女性が働きやすい社会を Femtech」, <https://www.femtech-projects.jp/>, (2023.12.09アクセス)
- 9) Femtech Tokyo, 「前回 (2023年) フェムテック・フェムケア・メンタルヘルスケアの製品検索」, <https://www.femtech-week.jp/hub/ja-jp/search/23/product.html>, (2023.12.09アクセス)
- 10) 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 概要紹介資料」, https://www.femtech-projects.jp/assets/pdf/femtech_2023_gaiyou.pdf, (2023.12.09アクセス)