

女性のウェルネス課題デザインマップ 制作から見えた課題の広さと深さ

～見過ごされがちな課題を紐解き、解決につなげる～

東京ウェルネスインパクトファンド(TWIF)では、2023年12月、女性のウェルネス^{*1}にまつわる多様な専門家と協力し、社会課題ととの関係性を可視化する「女性のウェルネス課題デザインマップ」を制作・公開しました。本対談では、マップ制作に携わった17名のメンバーのうち、一般社団法人Femtech Community Japanの木村恵理事、株式会社menopeerの木村琴子代表取締役、株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズの後町陽子マネジャーの3人で、課題マップ制作のプロセスで得た知見を踏まえ、女性のウェルネスに関する課題を深掘りしていきます。

*1 身体だけでなく精神的にもより良く生きようとする生活態度

課題が複雑に絡み合う 女性のウェルネス領域

後町陽子(以下、後町) TWIFでは、インパクト投資の前提として、社会にどういったヘルスケア・ウェルネスの課題があるのか、それぞれの課題の因果関係も含めて構造的に理解をすることが必要だと考えています。投資活動においても、その企業の事業がどういった課題解決に資するのか、その位置づけを知ることで社会的インパクトの大きさも見えてきます。このような背景から、私たちは投資対象の領域における課題を網羅的に整理する「課題デザインマップ」を作成しています。ウェルネス領域は範囲がとても広いので、2023年としては、社会的にまだ課題認知が十分でない「女性のウェルネス課題」にフォーカスしてマップを作成しました。専門家の

方々とワークショップを実施し、出た課題を構造的に整理を試みた結果、132個の課題をマッピングしています。お二人とも女性のウェルネスに関する活動、事業をされていますが、まずは活動内容と、実感されている課題感について教えて頂きますか。

木村恵(以下、恵) 私はフェムテック^{*2}関連の起業家や大手企業の新規事業の立ち上げを支援しています。投資家のほとんどが男性ということもあって、フェムテックはそもそも事業の必要性を理解してもらうことすら難しい分野です。フェムテックの事業を男性が手掛けると「なんで男性なのにフェムテックをやるの?」という目で見られてつらいという話も聞きますね。大手企業の管理職も男性が多いので、フェムテック関連のオンラインセミナーを開催して

も、月経や更年期障害、不妊治療などの話が出ると、男性は間違ったところに来てしまったように感じて退出してしまったりするんです。管理職研修でも、「更年期という言葉を出すとセクハラになりそうで難しい」とか、「不妊治療のことがわからない」という声をいただきます。そういった男性側の理解不足を少しでも解消することが私たちの活動の一つです。

木村琴子(以下、琴子) 当社は女性のヘルスケア課題のなかでも、更年期にフォーカスしています。私自身が過去に重いPMS^{*3}や、女性特有の疾患を患った経験から、女性の健康課題はキャリアや自己実現に直結すると気づき、この領域に興味を持ちました。起業当時は、世界を見回してもフェムテック分野のプレイヤーは不妊治療や月経を対象としたものが多く、更年期

領域は少なかったので、「プレイヤーが増えればそれ自体がメッセージになる」と考えました。他方で、更年期分野は、医師の教育不足や診療報酬の低さ、社会的スティグマなどが存在しており、課題が構造的に複雑で想像以上に根が深く、ビジネスを行う難しさも感じています。

*2 女性のヘルスケア領域の課題をテクノロジーで解決を図る分野

*3 月経前症候群。月経前の心身の不調

「我慢して当たり前」が 課題を見えづらくする

後町 課題マップでは、皆さんにディスカッションしていただいたことを「仕事・キャリア」、「教育機会・健康情報」、「家庭・介護・子育て」、「医療」の4領域に整理してみました。すると、多くの課題の根本原因として「男女の社会的な役割に関する固定観念やそれに基づく差別・偏見・行動」があり、様々な課題がもたらす結果として「女性が主体的な人生設計やキャリア形成をしづらい」という、大きな2つの構造のポイントがあることに気づきました。「女性ってこうでしょ」という固定観念や、「男性には女性のことは理解できない」という思い込み、それに基づく態度や行動が最終的にいろいろな問題に派生していたのです。その結果、女性が主体的に自分の健康をコントロールしたり、キャリアを意思決定して前向きに自分の人生をつくっていくことに障壁ができていたことが見て取れます。普段の生活や事業活動のなかでこれらを感じることはありますか?



琴子 女性は「とにかく自分が我慢すればいい」みたいな考え方になりやすい方が少なくなく、そういった社会通念や、植え付けられた意識も根深いと思っています。

恵 経済産業省が発表した報告書^{*4}によると、働く女性において、「月経・PMS」もしくは「更年期」について何らかの症状があるにもかかわらず、対策を取っていない層が多い理由として、「我慢して当たり前」等の思い込みにより、自身の不調等をそもそも課題として認識できていないことや、症状を自覚していたとしても、「人に言いにくい」「自分で対処すべき」等のタブー

意識があり、発信することができないことがあるそうです。人に言わないので周囲も気づけず、病院にも行かないんです。

後町 「我慢して当たり前」というのは本人の考えもありますが、女性の周りにはパートナーや家族が、育児・出産や介護の負担など、無意識に女性に強いることで我慢させてしまっている側面もあるように思います。

琴子 そうですね。都市部と地方の差、年代の差もあり、一般化は難しいのですが、文化や習慣に根差すところは大きいと思います。

恵 年代の差も大きいですね。30歳くらいの男性にフェムテックの話をする、月経管理アプリのペア機能を使ってパートナーと月経周期を共有しているという人も多いです。一方で40代では、パートナーが月経周期を把握することに対して女性側にも男性側にも抵抗があるんですよ。50代、60代になると、そもそも月経について異性と話すという発想もありません。この傾向を前向きに捉えたら、あと5年もすれば若い世代が管理職に上がってきますから、少し空気が変わってくると思っています。

*4 PwCコンサルティング合同会社「令和4年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業(当事者参加型開発モデル)の発展に向けた調査事業」成果報告書(2023年3月)

一般社団法人
Femtech Community Japan
理事

木村 恵

保険業界で20年近い経験を持ち、生保で健康増進型保険の企画、損保で大規模システム開発のプロジェクトマネジメントに従事。業界団体の理事、NewsPicksライター、スタートアップ顧問を兼任。フェムテック専門家として、起業家支援や大企業の新規事業相談に応じている。社会情勢や海外ビジネスモデルに関する考察をメディア等で多数発信。経営学修士(MBA)。

一般社団法人
Femtech Community Japan
事業内容
フェムテック関連
ビジネスやプロダクト、
サービスをB to Bで
普及・推進

株式会社menopeer
代表取締役

木村 琴子

三井物産株式会社にて、物流事業から投資事業まで複数の事業に従事。退職後、英国Royal College of Artのサービスマネジメント修士課程修了。2022年1月、株式会社menopeer設立。

株式会社menopeer事業内容
更年期のケアサービスの開発と
提供、女性の健康に関する
研修やセミナーなどを
法人・自治体向けに実施

株式会社キャピタルメディカ・
ベンチャーズ
マネジャー

後町 陽子

薬学部卒業後、JICA青年海外協力隊の国際保健活動に従事。帰国後、臨床経験を踏まえ、病院経営コンサルタント、外資系コンサルティングファームにて製薬企業向け戦略コンサルティングおよびDX支援を経験後、現職にてヘルスケアスタートアップ投資、投資先支援を担当。

情報過多なのに適切な情報にたどり着けない環境

恵 病気や不調をなかなか人に相談できない女性は、不安になったらひとまずネットで調べがちなのですが、インターネットが発達しているとはいえ誤情報もたくさんあります。更年期でいうと、「ホルモン補充療法はがんになる」というメディアの報道が以前あったのですが、その後誤りであったと訂正されたことを知らない人は多いですね。私の周りでは英語で正しい情報を自分で取りに行き、ホルモン補充療法を行う人が多いのですが、日本では正しい情報にうまくたどり着けないことが課題です。

後町 正しい健康情報が必要な人にきちんと届いていないことと、教育機会が乏しいことが問題ですね。

琴子 「家族の方が大事だから、自分のことは後でいいです」という考え方の人も見られます。女性は男性に比べて、ケアする役回りになることが多い傾向にあり、自分の為の時間を捻出したり、自身のケアに意識を向けることに難しさを感じている方が少なくないと思います。もしかすると、乳がんや子宮頸がんなどの検診率の低さも、こうしたことが背景にあるかもしれません。そういった思考から抜け出すためには、やはり時間をかけているような側面から女性に対しても働きかけを行っていく必要があると思います。それは例えば性教育や健康教育かもしれないし、女性が主体的に自分でキャリアを築き自己実現していくのは良いことだと伝えていくこともかもしれません。

後町 医学部の教育でも一般の教育でも、「10代の時に重い生理痛が起きている場合、治療しないと将来婦人科系疾患につながるリスクがある」「中高年で骨密度が低いということが将来的に大きな骨折リスクにつながる」といったことを、一連の流れで教えてもらえる機会はないですね。個々の症状や病気に対する断片的な対処法の情報だけになっている。

恵 ウェアラブルデバイスが発達して、女性のバイタルデータが可視化されることで、なりやすい病気などが個人でわかるようになると、発展していくのかなと感じます。ただ、若い年代に伝えるというのは重要だと思いますね。

メディア・SNSに影響を受ける価値観

琴子 課題マップ制作の際、「10代の女性の課題」を担当したグループから、女性の健康やウェルネスに関してはメディアの影響も大きいという発表がありました。確かに、メディアによって「こういう女性が可愛い/美しい/望ましい」という価値観が植え付けられてしまうのは、よりSNSに接する機会が多い若い世代の方が深刻なのかなと感じました。

後町 SNSはターゲティング広告がなされているので、私たちが見ている広告と、若い世代の人たちが見ている広告は違うんですね。若年層がSNSで日常的に何の広告を目にしているのか大人が気づけない。課題マップでも、脱毛やダイエットを強いられるといった課題が上がっていましたが、より若い世代だと広告の情報を「世の中はこういう価値観なんだ」と自然に受け入れてしまいやすいところがあると思います。

恵 上の年代にも同じようなことがあると思います。以前、職場の健康診断で実費のオプションでいくらまでなら払えるかヒアリングしてみたのですが、1万円がラインのようで、それを超えると厳しいんですね。でも、女性って1万円の化粧品だと買いますよね。「美」にはお金を供出できるんですけど、ヘルスケアってなるとなかなか財布の紐が緩まない。



女性の収入と選択肢が持てることの密接な関係

後町 課題マップ制作のワークショップでは、職場・キャリアの話も出ていました。

恵 職場と言えば、企業を相手にコンサルを行っている、女性のヘルスケアの研修を開催するときに「女性だけ扱うのは不平等だ」という意見をいただくことがあります。メタボ健診や禁煙治療の支援対象はほぼ男性にしか該当しないのに、ほとんどの会社が導入していますよね。女性のヘルスケアとなると急に「女性だけ不平等だ」と、アンコンシャスバイアスのかかった平等意識が出てくるように感じます。

後町 キャリアの観点では、男女の収入の格差の話もありましたね。離婚したくても今まで仕事をしてきていないので、自分だけの年金で生きていけるのか、介護が必要になった場合に自分で費用を払えるのか、など経済的な不安から離婚できないという女性の話がでていました。その背景には家事、育児、介護など女性の社会的役割とされているものがあるため、フルタイムでの勤務を継続しなかった自己責任というのは酷な事情もあります。

琴子 通院に夫の許可がいるという女性患者さんの話も出ましたね。通院にかかる交通費や医療費を出すのは夫だからということですが、自身の健康にかかる問題も自分に決定権がない方がいるというのは衝撃的でした。



恵 ノーベル経済学賞を受賞したクラウディア・ゴールドティン米ハーバード大学教授によれば、日本は働く女性が増えている一方で、正社員でなくパートタイム労働が、特に地方で多いです。パートタイムと正社員では生涯賃金が数千万~1億ほど違うと言われますが、その認識があまりない方も多いように感じます。また、しばらく正社員から離れていたために正社員復帰をためらってしまう方もよく見られますが、それには労働時間も背景にあると思うので、それらを解消する必要がありますね。

性差医療の概念は男性にとっても重要

恵 課題マップにある「理系の女子が少ない」というのは、ヘルスケア領域でも感じています。世界を見ても更年期女性のバイタルデータが、あまり取得できていないんですね。データがないとエビデンスが出せず、結果、なかなかビジネスが生まれません。理系の研究者は数が少ない上に、スタートアップ企業になかなか入社してこないという背景もあると思います。もう少し理系女性のプレイヤーが増えてくると、フェムテック業界も変わってくるかもしれません。

琴子 骨密度検査も、企業健診ではやっていないところがほとんどだと思います。骨粗鬆症は女性のほうがリスクが高い疾患です。自治体はフレイル予防により予算を割いていますが、もっと手前の段階で骨密度検査を積極的に行うのも重要です。女性の健康課題の解決が進みづらい背景として、制度設計に関わる意思決定の場

に女性が少ないことも要因の一つだと思います。

恵 逆を言うと骨粗鬆症って、「男性はならないものだ」と見過ごされていますね。フェムテックをやっていると、女性だけの問題というよりは、男性の更年期障害などもありますし、男性も含めて性差医療の重要性をより感じます。

課題マップの活用と起業家への期待

後町 女性のウェルネス課題がなぜ起きているのか、その課題があることによってどういう人がどうに困るのか、まだまだ正しく理解が広まっていないということが、マップを作ってみてよくわかりました。この課題マップは女性が見ても「これって課題だったんだ」というような学びがあると思うので、自

身の思い込みや、知らぬ間に染みついている思考に気づく機会になると思います。この領域に対して多くの方々の理解が深まっていくといいなと思っています。お二方は課題マップ制作メンバーとして、このマップを今後、ご自身の活動や事業にどのように活用していこうとお考えでしょうか。

恵 大学で研究されている方に、このマップを使って社会課題について共通認識を持っていただき、課題と研究をマッチングしたいです。私たちの団体で、国内のフェムテックのプレイヤーマップをつくってみたいんですが、ディープテックの領域がすごく少ないんですね。プレイヤーを増やすためには、大学や大企業との連携を強化していく必要があると思っています。

琴子 私は課題マップをぜひ企業の方に紹介したいです。単純に儲かるかどうかだけではなく、女性の健康を取り巻く課題の構造を理解し、トリガーポイントを見つけ、そこにアプローチしたビジネスを行うことが公的な利益にもつながると思っています。影響力を有することができる大きな企業こそ遠大なビジョンを掲げ、社会の公器として課題解決につながる事業に長期で取り組んで欲しいと思います。

後町 女性のウェルネスにまつわる社会課題はまだ認知度が十分でなく、プレイヤーも限られていますが、キャピタリストとしては、このマップに書かれているような女性のウェルネス課題を解決する起業家が今後増えてくれることを願っています。ファンドとしてもそのような起業家を支援していきたいと思っています。



女性のウェルネス課題デザインマップ

WOMEN'S WELLNESS ISSUE DESIGN MAP

本マップは、女性のウェルネスにまつわる社会的な課題の構造を因果関係とともに可視化した課題デザインマップです。

ウェルネス領域の社会課題解決を目指しインパクト投資を行う「東京ウェルネスインパクト投資事業有限責任組合」が作成しています。女性のウェルネス領域で活躍する有識者によるワークショップにより課題を抽出し、整理したものです。

なお、本マップは初期版であり、今後さまざまなステークホルダーの方々や専門家の方々とともに、ブラッシュアップしていきたいと考えています。

本マップは女性のウェルネス課題解決を目指すみなさまにご自由にお使いいただくことが可能です。改変する場合はオリジナルを編集したものである旨を記載してご利用ください。

CREDIT
作成
東京ウェルネスインパクト投資事業有限責任組合

作成協力
株式会社図解総研
株式会社ステラ

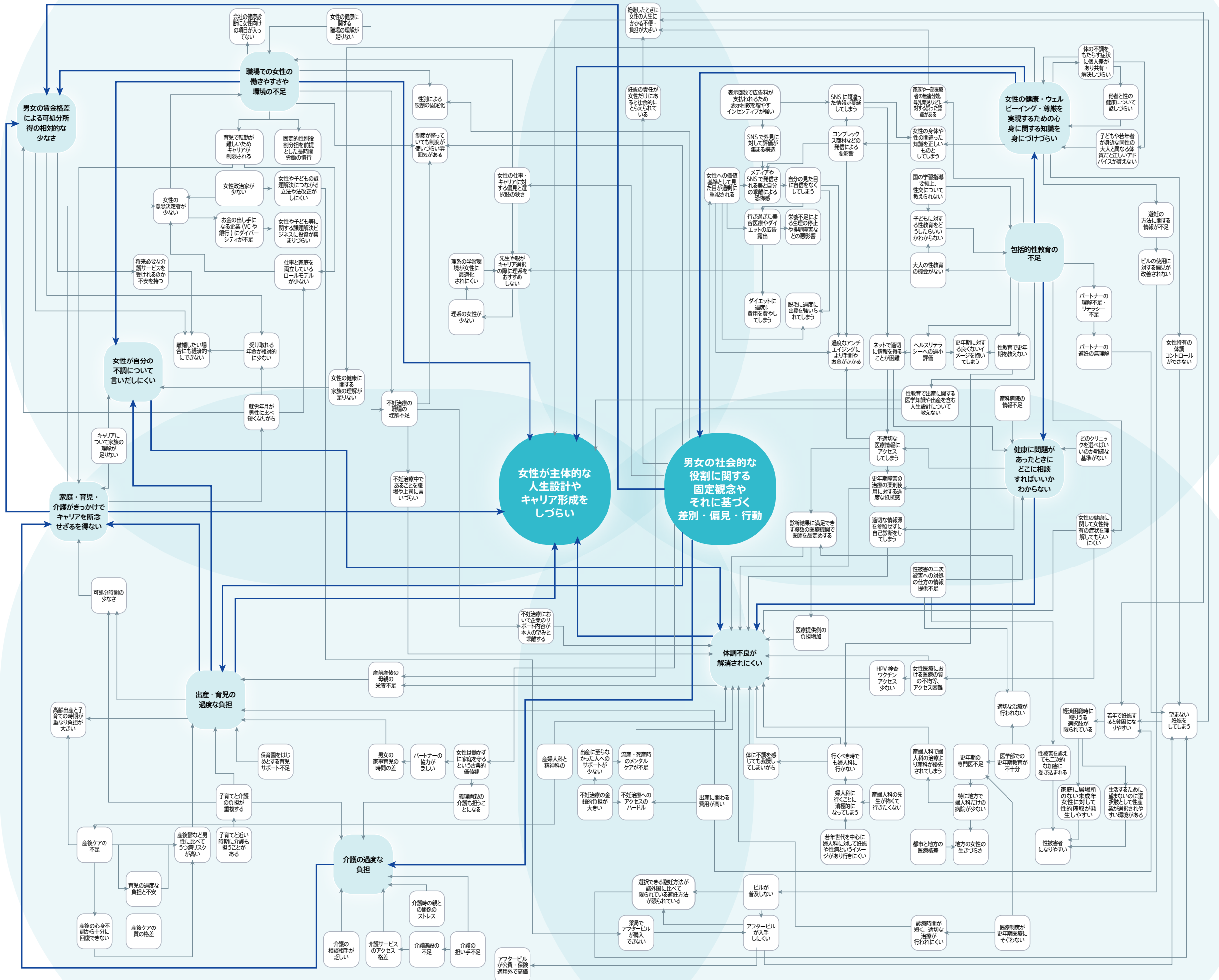
内容協力（敬称略、順不同）
小笠原由佳（藤村総合研究所）
小川真里子（東京歯科大学市川総合病院）
金子萌（株式会社想ひ人）
木村恵（一般社団法人 Femtech Community Japan）
木村琴子（株式会社 menopeer）
金藤美樹穂（株式会社 uchu）
島影真奈美（一般社団法人 マリーゴールド）
杉浦加菜子（株式会社じょさんし GLOBAL Inc.）
高岸千恵（株式会社笑美面）
高原友美（株式会社サムライウーマン / まちのてらこや保育園）
中島理紗子（日本薬学生連盟）
西本美沙（ランドリーボックス株式会社）
西史織（株式会社ステラ）
和田誠一郎（マネックスベンチャーズ株式会社）
西河佑夏（マネックスベンチャーズ株式会社）
青木武士（株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズ）
後町陽子（株式会社キャピタルメディカ・ベンチャーズ）

お問い合わせ
info@vc-cmv.com

最終更新日：2023年11月14日

仕事・キャリア
WORK/CAREER

教育機会・健康情報
EDUCATIONAL OPPORTUNITIES/HEALTH INFORMATION



家庭・介護・子育て
HOME/NURSING/CHILDCARE

医療
MEDICAL CARE