

**10/18~24は「メノポーズ週間」**  
**40~50代女性に“更年期のヘルスリテラシー調査”を実施**  
**婦人科のかかりつけ医がいる女性は約4人に1人**  
**更年期の不調による医療機関の受診には意見が二極化**  
**また、セルフケア商品・サービスの“未使用率”は7割を超える結果に**  
**フェムチャー・更年期のデリケートゾーンケア商品をご紹介**

アンファ-株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:吉田南音 以下「アンファ-」)が展開するデリケートゾーンケアブランド「Femtur(フェムチャー)」は、10月18日~24日の「メノポーズ週間」にちなんで、更年期世代である全国40~50代の女性400名を対象に「更年期のヘルスリテラシーに関する調査」を実施いたしました。

40~50代女性 400名対象  
“更年期のヘルスリテラシー”に関する調査

Femtur

■「更年期のヘルスリテラシー調査」結果サマリ

＜知識の理解度＞

- ・原因不明の体調不良を「更年期のせい」と決めつけてしまったことがある女性は46.3%。そのうち7割以上が「そのときに医療機関を受診しなかった」と回答。
- ・自身の更年期特有の不調を対処する方法を「理解している」と回答した女性のうち、83.3%が女性ホルモンの知識においても「理解している」と回答。基礎知識を理解している人ほど、自身の健康を管理できている?

＜情報や医療機関・サービスの活用度＞

- ・婦人科のかかりつけ医を持つ40~50代女性は23.3%と、約4人に1人という結果に。
- ・更年期特有の不調を感じた時、医療機関を受診すべきか?という問いには賛否が分かれる結果に
- ・更年期特有の不調をセルフケアできる市販の商品やサービスの認知度は39.8%。実際にこれらの商品やサービスを利用したことがある女性は全体の26.9%。

【調査概要】

2024年10月実施 WEBアンケート形式・全国40~50代女性400名

## ■10月18日は「世界メノポーズデー」、10月18日～24日は国内の「メノポーズ週間」

「世界メノポーズデー」は、1999年の第9回国際閉経学会にて、更年期に関する情報を世界中に発信する日として制定されました。日本では、10月18日から10月24日までを「メノポーズ週間」と定め、女性の健康を増進させることを目的に各企業や団体がさまざまな啓発活動を行っています。

超高齢化社会である日本は、最新の女性の平均寿命が87.14歳と伸長※。健康寿命との乖離が懸念されている中、女性の誰もが経験する「更年期」がきっかけで起こる“心身の不調”の正しい知識や治療・ケアが世の中に広まり、女性一人ひとりの更年期に関する“ヘルスリテラシー”が高まることが重要です。

※厚生労働省より

## ■更年期とは？

更年期とは、閉経の前後10年間のことで女性の誰もが経験する時期です。女性ホルモンの分泌が、減少しながらバランスを崩すことで身体や心に不調を起こすことを「更年期症状」と呼び、日常生活に支障をきたすほどの症状となる場合は「更年期障害」と診断されます。不調の感じ方は人それぞれですが、主な症状としては頭痛、ほてり・発汗、倦怠感、めまい、動悸などが挙げられます。

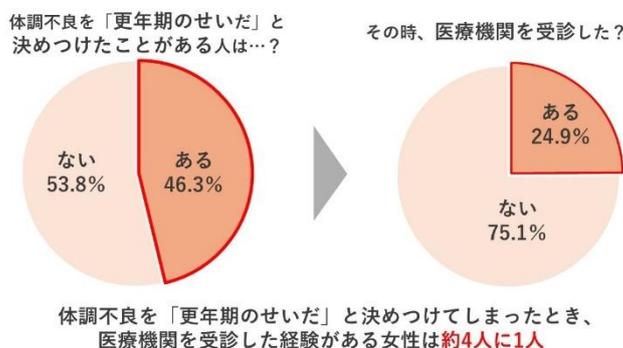
## ■更年期に関するヘルスリテラシー調査を実施

フェムチャーは、「世界メノポーズデー」、「メノポーズ週間」にちなんで、40～50代の女性に「更年期のヘルスリテラシー調査」を実施しました。調査における“更年期のヘルスリテラシー”とは、更年期に関する情報や知識を理解し、活用する能力のことを指しています。

◇原因不明の体調不良を「更年期のせいだ」と決めつけてしまったことがある女性は46.3%。

そのうち7割以上が「そのときに医療機関を受診しなかった」と回答

更年期特有の心身の不調は個人によって異なるため、その不調が風邪や発熱などの病気によるものなのか、更年期症状なのか、判断がつかない場合も少なくありません。調査では、これまでに経験した体調不良を「更年期のせいだ」と特別な理由もなく決めつけてしまったことがあるという女性は約半数にのぼる結果となりました。また、その体調不良を理由に医療機関を受診したことがあると回答した女性は24.9%と、7割以上の女性は受診を我慢した経験があるという結果が分かりました。

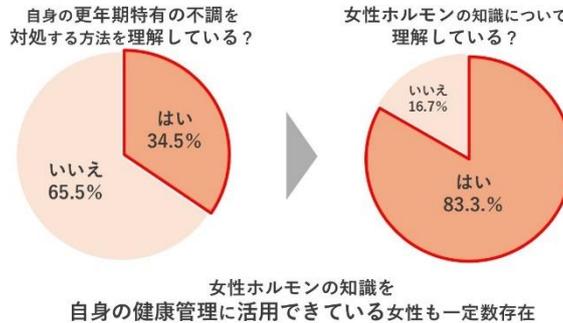


◇自身の更年期特有の不調を対処する方法を「理解している」と回答した女性のうち、

83.3%が女性ホルモンの知識においても「理解している」と回答。

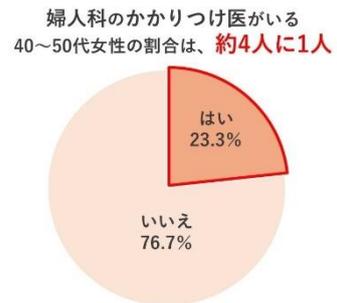
基礎知識を理解している人ほど、自身の健康を管理できている？

自身の不調の対処法を「理解している」と回答した女性は全体の34.5%と、半数を下回る結果となりました。しかし、先述の質問に対して「理解している」と回答した女性の8割以上が、女性ホルモンの知識についても「理解している」と回答。調査からは、更年期の不調を左右する“女性ホルモンの知識”を自身の健康管理に活用できている女性も一定数いるということが伺えます。



◇婦人科のかかりつけ医がいる40～50代女性は23.3%と、約4人に1人という結果に

正しい情報の入手や活用には、かかりつけ医を見つけるおくことも有効です。婦人科のかかりつけ医がいるメリットには、生理やPMS、更年期、閉経後のお悩みまで、女性ホルモンの変化による体調の変化を相談し、治療、対策できる場を設けることができる点などが挙げられます。調査では、40～50代で婦人科のかかりつけ医がいる女性の割合は23.3%という結果になりました。



◇更年期特有の不調を感じた時、医療機関を受診すべきか？という問いには賛否が分かれる結果に

医療機関では、ホルモン補充療法や漢方薬の処方など、更年期障害の治療を受けることができます。調査では、更年期の不調を感じた時に医療機関を受診すべきかどうかについて質問。「受診すべきだ」と回答する賛成派は56.5%、「受診すべきでない」という反対派は43.5%と、意見が分かれました。受診すべきだと回答する女性が挙げる理由には、「更年期症状と似た病気が隠れているかもしれないから」と他の病気のリスクを考える意見が最多数。対して、受診すべきでないと回答する女性は「医療機関を受診しても治せるものではないと思うから」という意見が最多数となりました。

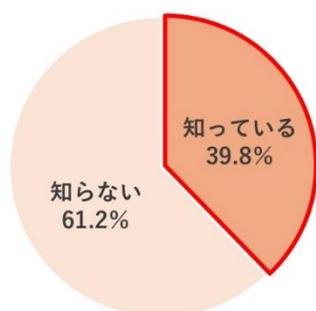


◇更年期特有の不調をセルフケアできる市販の商品やサービスの認知度は39.8%。  
実際にこれらの商品やサービスを利用したことがある女性は全体の26.9%。

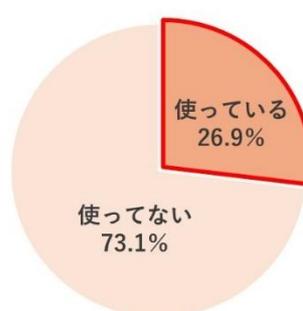
更年期の不調のセルフケアに関する商品やサービスの存在を認知している女性の割合は39.8%と半数以下。さらに、実際に利用したことがある女性は26.9%という結果に。

更年期の不調は、医療機関の受診だけでなく市販の商品やサービスの利用でセルフケアを行うことが可能です。むくみや冷え、デリケートゾーンの乾燥や尿漏れなどをケアする商品や、女性ホルモン値を検査することができる健診施設の利用など多岐にわたります。

更年期の不調をセルフケアできる商品やサービスの認知度は？



更年期の不調をセルフケアできる商品やサービスの使用率は？



## ■フェムチャーが考える、更年期とデリケートゾーンケアについて

女性は生涯においてホルモンの変化と向かい合いながら過ごすものですが、更年期世代の女性の心や身体の変化に対する悩みは、置き去りにされてしまうことが多いことも事実です。特に、閉経後はエストロゲン低下によって腔内の自浄作用が弱まるため、デリケートゾーンのかゆみ、におい、乾燥などの悩みを感じやすくなります。

フェムチャーは、このような症状を我慢せず、正しい腔ケアを取り入れることで、自分らしく更年期と向き合うことができるよう、今後も女性ホルモンの変化に着目した腔エイジングケアブランドとしてフェムケアアイテムの展開、情報の発信を行ってまいります。

## <商品ラインナップのご紹介>

### フェムチャー マイルドフォームウォッシュ

うるおい濃密泡でフェミニンフローラを味方につける

価格：3,355円(税抜)、3,690円(税込)

容量：100mL

使用目安：1.5ヶ月／1日1回3プッシュした場合。

ふんわりと香るベルガモット&ネロリの香り



## フェムチャー ミルクミスト

ふんわりミストでニオイも不快感もすっきり

価格：2,600円(税抜)、2,860円(税込)

容量：50mL

使用目安：3か月／1日2回2プッシュ使用した場合

ふんわりと香るベルガモット&ネロリの香り



## フェムチャー バランシングオイル

厳選オイルでしっとりやわらか保湿

価格：4,000円(税抜)、4,400円(税込)

容量：28mL / 1回あたり2プッシュ。1日1回の使用で約2ヶ月分。

無香料



## 【機能性表示食品】

### フェムチャー フローラプロテクトサプリ

Wの乳酸菌で内側から腔内の調子を整える

品目名：乳酸菌含有加工食品

価格：4,611円(税抜)、4,980円(税込)

内容量：30日分【1日1粒目安】



フェムチャー公式ブランドサイト：<https://femtur.jp/>

フェムチャー公式Instagram：[https://www.instagram.com/femtur\\_official/](https://www.instagram.com/femtur_official/)

## アンファー株式会社について

アンファー株式会社は、1987年に会社設立。「予防医学」をタグラインに掲げ、“「いつまでも美しく、健やかに生きる」というエイジングケア・ライフスタイルの実現を目指す”トータルヘルスケア・カンパニーです。多くの医師や臨床機関・研究機関との密接なリレーションを構築しながら、「スカルプD」シリーズをはじめ、化粧品、食品等、様々なエイジングケア商品・サービスの企画・研究開発および販売を行っております。2019年4月10日より、“Dクリニックグループ”※に参画しました。

※Dクリニックグループは、「医学」を背景として、共通の目的と理念を実現するために、企業、クリニック、NPO法人団体等により発足したグループです。

### 【報道関係者お問合わせ先】

アンファー株式会社 PR課  
TEL:03-3213-8882 FAX:03-3215-6155  
Email:pr1@angfa.jp

### 【お客様からお問合わせ先】

アンファー株式会社  
〒100-7026 東京都千代田区丸の内2-7-2 JPタワー26F  
TEL:0120-059-595 [営業時間：午前9時～午後6時  
(年末年始を除く)]