

更年期・産後のデリケートゾーンケア、 「セルフケアとしての光の活用」に高い関心

—— 光を活用したケアは 20%、69%が「今後試したい」と回答 ——

スウェーデン発のラグジュアリー・セルフケアブランド「LELO」を展開する LELO HK LIMITED（所在地：香港）は、女性のライフステージの変化に伴うデリケートゾーンの健康課題や QOL（生活の質）に関する社会的関心の高まりを受け、セルフケアとしての光の活用に関する意識調査を実施しましたので、その結果をお知らせいたします。

■ 高まる産後・更年期世代の悩みの認知、追いつかない「セルフケアの選択肢」

近年、フェムケアやフェムテックへの関心の高まりとともに、産後や周閉経期・更年期におけるデリケートゾーンの乾燥、違和感、柔軟性の低下といった悩みが少しずつ社会的に語られるようになってきました。こうした流れを受け、外科的処置やホルモン療法以外の選択肢となるセルフケア製品・サービスも徐々に広がりを見せています。一方で、外科的処置やホルモン療法以外の「手軽で安心なセルフケアの選択肢」についての情報は、依然として十分に広がっているとは言えない状況です。

■ セルフケア領域に広がる「光」への関心

こうした選択肢の一つとして、美容医療分野を中心に実績を積み重ねてきた「フォトバイオモジュレーション（PBM）」という赤色光や近赤外線を活用した技術に、セルフケア領域からの注目が集まっています。もともとはスキンケア領域を中心に普及してきた技術ですが、身体的な負担が少ないアプローチとして、より幅広いウェルネス領域への応用が模索されています。

LELO が実施した調査では、何らかの形で光を活用したケアを経験したことがあると回答した人は 20%にとどまった一方、69%が「今後試す機会があれば挑戦してみたい」と回答しました。

この結果から、光を用いたセルフケアはまだ広く浸透しているとは言えないものの、美容領域にとどまらず、幅広いウェルネスの文脈で「試してみたい」という潜在的な関心が着実に広がっていることがうかがえます。

■ すべての女性の QOL 向上に、より良い選択肢を —— LELO の取り組み

デリケートゾーンの健康は、心身全体の健やかさや QOL（生活の質）を構成する重要な要素であるにもかかわらず、依然として公の場で語られる機会が少ないテーマです。LELO は、女性が自身のライフステージと向き合い、悩みに応えるセルフケアの選択肢に出会えるよう、またセルフケアについてよりオープンに、前向きに語ることができる社会を目指し、今後も調査・情報発信を通じた啓発活動を続けてまいります。

同社のセルフケアプロダクトラインには、光を用いたアプローチを取り入れた「LELO MONA™ Spectra」も加わっています。LELO MONA™ Spectra は女性向けフェムテック専門店 Love Piece Club でも展開されています。

Love Piece Club 公式サイト：https://lovepiececlub-shop.com/products/list?category3_id=2

LELO

【調査概要】

調査主体：Censuswide（LELO の委託により実施）

調査期間：2026 年 7 月 17 日～2026 年 7 月 21 日

調査対象：イギリス・イタリア・スペイン・スウェーデン・フランスの 18～50 歳の男女 5,001 名

有効回答数：n=5,001

■ 企業概要

会社名：LELO HK LIMITED

所在地：香港

事業内容：ラグジュアリー・セルフケアブランド「LELO」の企画・展開

公式サイト名：LELO 日本公式サイト

【本件に関するお問い合わせ先】

LELO HK LIMITED

ビジネスデベロップメントマネージャー：コルトウノワ オリガ

Email : olga.kortunova@lelo.com