

## 男性 1,000 人に聞く、生理周期に伴う女性のカラダとココロの変化の認知・理解度調査 「FEMCATION 白書」公開 ～女性の健康課題について約 8 割の男性が課題と捉えていることが明らかに～

株式会社エムティーアイが運営する女性の健康情報サービス『ルナルナ』は、2020年11月の20周年を機に、女性のカラダとココロの理解浸透プロジェクト「FEMCATION(フェムケーション)\*1」をスタートしています。今回、1周年となる11月24日(水)に「FEMCATION 白書」を公開します。

# FEMCATION

## Fem + Education

近年、女性の社会進出が進むなかで、女性特有の健康課題に注目が集まっています。フェムテック市場の拡大をはじめメディアなどでも生理やそれにまつわる女性たちの声が大きく取り上げられるようになり、生理に対する社会の意識は大きく変わりつつあります。

これまで『ルナルナ』では、多くの女性の声をお届けしてきましたが、今回は生理周期に伴う女性のカラダとココロについて、男性側の意識や理解度などの本音を調査し、「FEMCATION 白書」として公開します。

★「FEMCATION 白書」の詳細はこちら: [https://sp.lnln.jp/brand/information/our\\_challenge](https://sp.lnln.jp/brand/information/our_challenge)

### 自信をもって生理を説明できる男性は少数に・・・学ぶ機会がない男性が半数以上 学んだ機会の有無によって、女性へのサポートに対する積極的な姿勢に違いも

生理について、「自信を持って説明できる」と回答した人は8.7%、「なんとなく説明できる」を合わせても4割強程度  
妻や恋人など女性のパートナーが身近にいる人ほど「説明できる」と答える割合が高くなる傾向がみられた  
「あまり学ぶ機会がなかった」41.2%、「まったく学ぶ機会がなかった」11.3%と、半数以上の男性が生理について学ぶ機会がなく  
生理について助けを求められたら「特に自分にはできることはないと思う」との回答が、学ぶ機会がなかったという男性ほど高かった  
(7p～11P)

### 男性が職場など公の場で「生理」について話すのは、「セクハラにならないか不安」 女性は質問されたら、自身の経験を交えて答えるといった声が多く

「家庭内で生理について会話をしたことがある」36.7%、「職場で生理について会話をしたことがある」19.7%  
話したことがない理由は家庭内・職場内ともに、「話す機会がなかった」が最も多い結果に  
話すことで困ったことは、家庭内は「特にない」47.4%、職場内は「セクハラにならないか不安」36.3%  
女性は男性からの生理についての質問には「自分の実体験をまじえて答える」73.7%、  
「答えたくない/自分にはできることはないと思う」9.4% (12p～15P)

### 9割以上の女性が悩む「PMS」への男性の理解度は低く 学ぶ機会があった人は、サポートの姿勢がより積極的に

女性の9割以上が何かしらの症状に悩んでいるPMSについて、  
男性のPMSへの理解度は、「あまり理解していない」「まったくわからない」を合わせると78.0%  
PMSを理解していると答えた男性でも、「あまり/まったく学ぶ機会がなかった」を合わせると半数以上が学ぶ機会がないと回答  
学ぶ方法は「妻や恋人、パートナー」36.8%が最も多く、「生理」に比べ職場の研修などで学んだ男性が多い傾向に  
(16p～23P)

## フェムテック・フェムケアの認知度は男性で 2 割程度 女性の健康課題は解決すべきだと考える男性が約 8 割！若い年代ほど意識が高く

企業が取り組む制度やサービスの男性の認知度は、「生理休暇」44.9%、「知らない・わからない」44.4%  
女性の健康課題を解決するための製品やサービスを表すフェムテック・フェムケアは、「知らない」が男性 80.1%、女性 75.6%  
女性特有の健康課題は解決すべき課題だと「非常に思う」「やや思う」を合わせると 77.1%の男性が回答  
15 歳から 24 歳の若い世代や、職場において女性の健康課題に関連した福利厚生が充実している男性で、解決意欲が高め  
解決すべきと考えている女性の健康課題は、「妊娠・出産関連（不妊）」81.8%、「生理関連」73.2% 〈24p～27P〉

## 男性も、女性特有のカラダの仕組みについて、学ぶことは大切とポジティブ！ 互いに知識を深めることでパートナーや夫婦の関係がより良いものに・・・

女性特有のカラダの仕組みについて、男女関係なく学ぶことが必要かについては、「非常に必要だと思う」43.3%、  
「やや必要だと思う」39.7%を合わせると 8 割近くが必要だと回答  
学ぶことで良くなると思うことは「パートナーとの関係」70.9%、「夫婦の関係」63.6%、「働き方」と「職場環境」が同数で 41.7%  
男性が女性の健康を「とても学びたい」21.2%、「やや学びたい」54.9%とポジティブに 〈28p～33P〉

今回の調査では、女性特有の健康課題のひとつとなっている「生理」や「PMS」について、家族やパートナーの女性が身近にいる環境や年代によって、考えや意識の面でも異なることが明らかになりました。また、女性特有の健康課題については、多くの男性が社会課題として積極的に解決すべきものと捉えており、そのための学習意欲も高い傾向が分かりました。

この結果からも、女性だけでなく男性にも女性の健康課題に対する正しい情報を得られたり、学ぶ機会を創出するなど環境を整え、男女ともに知識や理解のばらつきをなくしていくことが、誰もがより生きやすく、暮らしやすく、働きやすい社会の一助となると考えます。

本白書が、男女問わずより多くの方が女性の健康課題を知り、その解決に向けてアクションを起こすきっかけとなることを願っています。

- 調査主体：株式会社エムティーアイ ●調査期間：2021 年 10 月 18 日(月)～2021 年 10 月 19 日(火)
- 調査手法：インターネット ●調査対象：全国 15～49 歳の男性 計 1,000 人 ●実査委託先：楽天インサイト

# LunaLuna

★『ルナルナ』について：<https://sp.lnln.jp/>

ライフステージや悩みにあわせて女性の一生をサポートする健康情報サービスです。

アプリの累計ダウンロード数は 1,700 万以上(2021 年 6 月時点)で、蓄積されたビッグデータを用いて、独自の予測アルゴリズムを確立し、より精度の高い排卵日予測が可能です。

生理日管理から、妊活・妊娠・出産まで女性の健康全般をサポートします。

★「FEMCATION」について：[https://sp.lnln.jp/brand/information/our\\_challenge](https://sp.lnln.jp/brand/information/our_challenge)

「FEMCATION」は、FEMALE(女性)と EDUCATION(教育)を掛け合わせた造語です。

複雑かつ多様性のある女性のカラダとココロについて、社会人をはじめ、若年層に向けた学校教育、SNS による情報発信など、年齢や性別を問わず誰もが正しく学べる機会を創出し、社会全体で寄り添いあえる環境を目指す、理解浸透プロジェクトです。

報道関係の方からのお問い合わせ先

株式会社エムティーアイ 広報室  
TEL : 03-5333-6755 FAX: 03-3320-0189  
E-mail : [mtipr@mti.co.jp](mailto:mtipr@mti.co.jp) URL : <https://www.mti.co.jp>

一般のお客様からのお問い合わせ先

株式会社エムティーアイ コンタクトセンター  
E-mail : [newlnln\\_support@cc.mti.co.jp](mailto:newlnln_support@cc.mti.co.jp)