

F1層のリアルをミュゼマーケティングが調査！ MUSEE MARKETING News Letter ～生理編～

「オープンに生理を話したい」女性が多数 2,319人の生理に対する意識をリサーチ

女性が人生で450回から500回も経験するといわれている「生理」。最近では、生理用品にかかる生涯コストや軽減税率が話題ですが、女性たちが本当に社会へ望んでいることとは何なのでしょう。今回は、20～34歳の女性2,319人の女性へアンケートを実施。「生理休暇」への意識や男性の理解など、2018年のアンケート結果(<https://musee-marketing.com/topic/seiri/>)と比較しながら、現代女性の生理事情に迫ります。

<トピックス> ～生理編～

- 生理が「不定期」は前回の18%から24%に増加
- 42%が生理前に体と精神面の変化を実感
- 認知は低いですが、低用量ピルの使用率は少しずつ上昇
- 生理にかかる生涯コスト。下がることを望む女性が多数
- 「男性は生理を理解していない」と思う人が79%と前回より増加

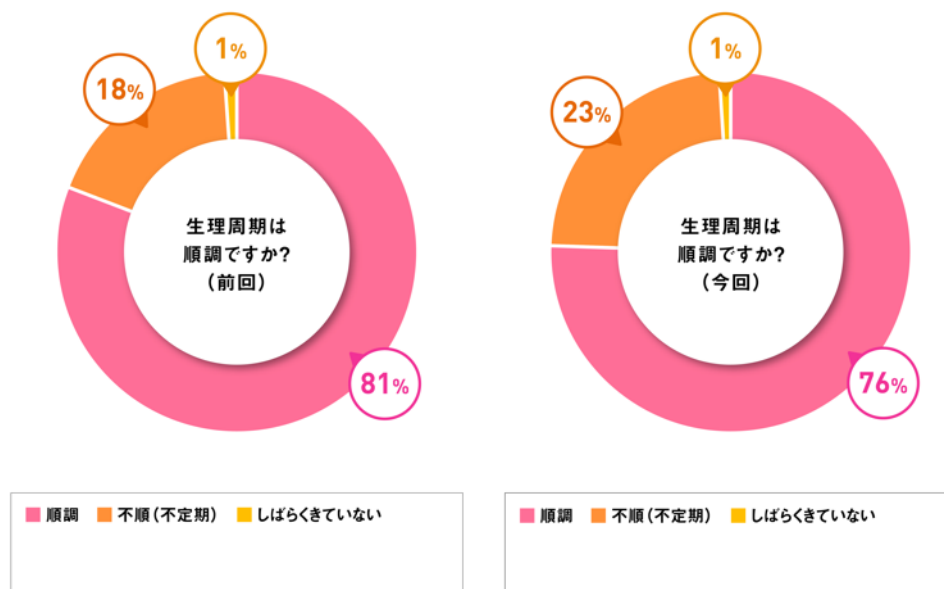
【調査概要：生理編】

- 調査日 : 2020年2月10日～2020年2月17日
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査人数 : 2,319名
- 調査対象 : 全国20～34歳の女性

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミュゼマーケティング調べ】とご明記ください。

■ 生理が「不規則」は前回の18%から24%に増加

生理サイクルについて、前回のアンケートでは「順調」と答えた人が81%、「不規則」が18%でしたが、今回「順調」という回答者は76%。「不規則」が24%という結果に。さらに、「順調」と答えた人のなかでも80%が過去に生理不順を経験したことがあると回答しました。また、「不規則」「しばらく来ていない」という回答者のうち67%が「不安だけど何もしない」と答えましたが、「病院に行く」と答えた人は前回よりも2%アップし、19%でした。



■ 42%が生理前に体と精神面の変化を実感

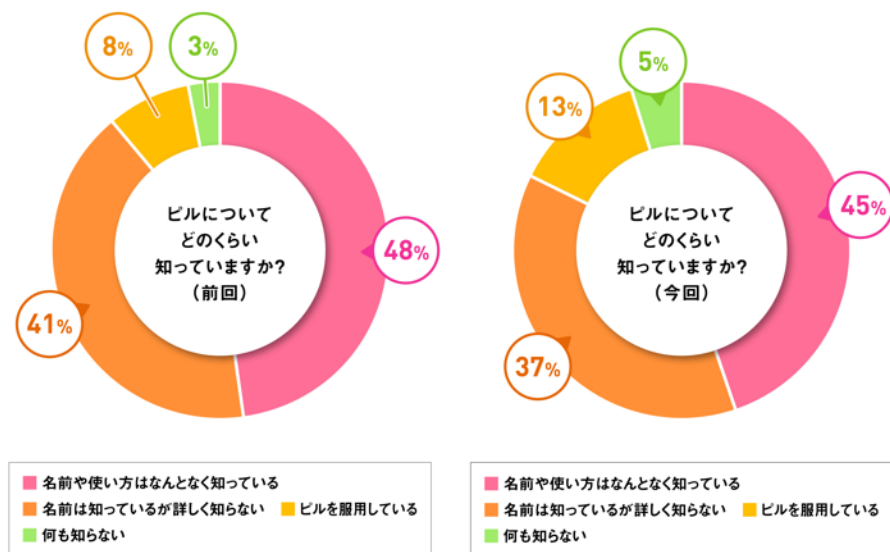
生理前は、心も身体も不安定になりやすい時期。実際、生理前と比べて自身に変化はあるか聞いたところ、42%の人が「体も精神面も両方変化がある」と回答しました。次に「胸の張り、食欲、便秘など体の変化がある（34%）」「イライラ、落ち着かないなど、精神面の変化（17%）」が続きました。

Q 生理前は何らかの変化はありますか？

- 1位 体も精神面も両方変化がある 42%
- 2位 胸の張り、食欲、便秘など体の変化がある 34%
- 3位 イライラ・おちつかないなど精神面の変化 17%
- 4位 特に何もない 7%

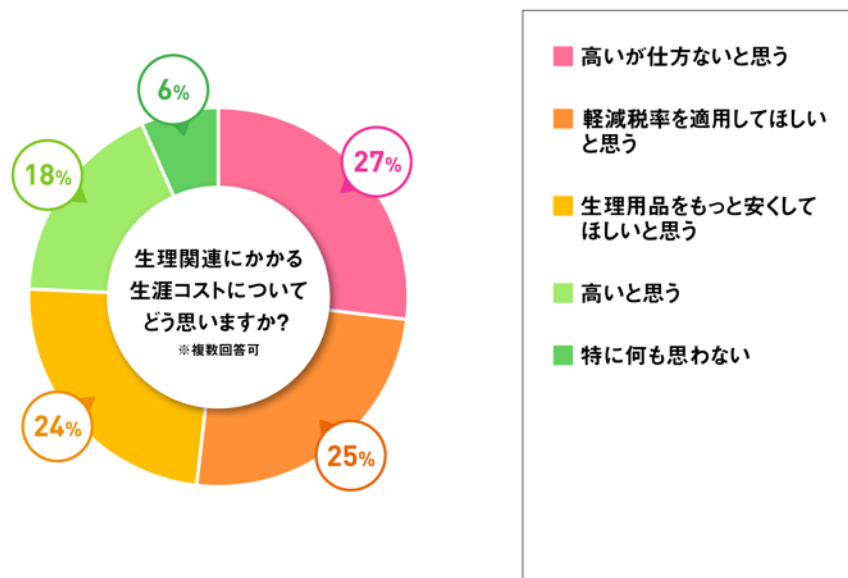
■ 認知は低いが、低用量ピルの使用率は少しずつ上昇

前回のアンケートで理解度がとても低い結果となった低用量ピル。しかし、前回のアンケートでは利用者が8%でしたが、今回は12%と、わずかに増加しました。少しずつではあるものの、低用量ピルへの認知は高まっているようです。



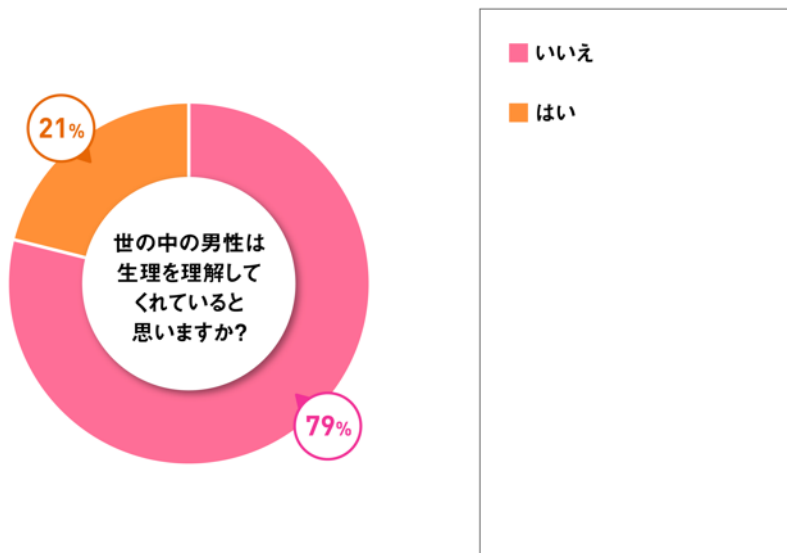
■ 生理にかかる生涯コスト、下がることを望む女性が多数

生理にかかる生涯コストは50万円以上といわれるなか、F1層の女性たちはこれをどのように感じているのでしょうか。最も多かった回答は「高いが仕方ないと思う」で27%。しかし、「軽減税率を適用してほしい」が25%、「生理用品をもっと安くしてほしい」が24%と、約半数が生理にかかる生涯コストを安くしてほしいと考えていることがわかりました。



■「男性は生理を理解していない」と思う人が増加

世の中の男性の生理の理解度について、前回と同じ質問をしたところ「理解していないと思う」と答えた人は79%にのぼり、前回の結果よりも増加。男性も生理についてもっと知るべきだと思う人は前回と変わらず90%を占めました。



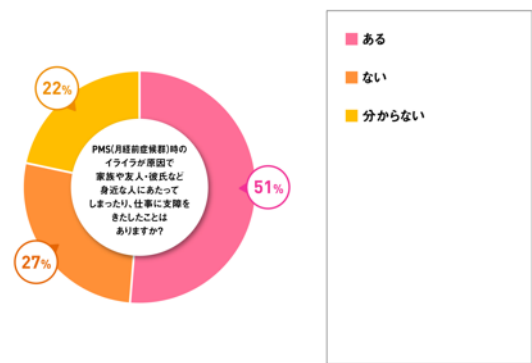
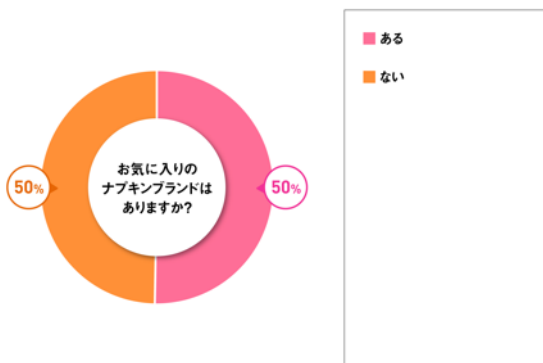
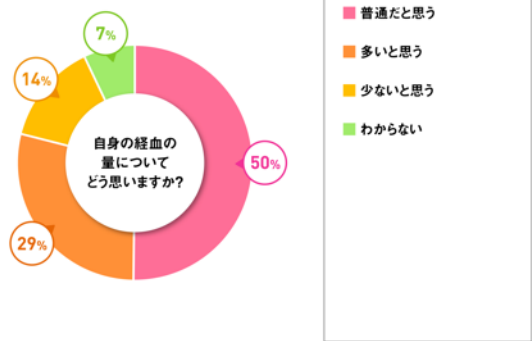
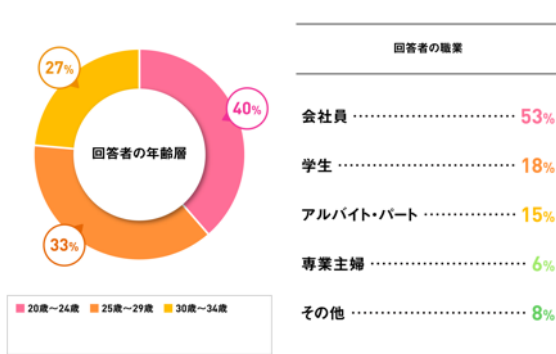
最後に、今後生理に対し、社会の見方がどう変わってほしいか聞いたところ、「生理中の体調不良をもっと理解してほしい（46%）」「生理休暇が取りやすくなってほしい（13%）」「そもそも生理のことを理解してほしい（13%）」という回答が寄せられました。

Q 今後、生理に対する社会の見方がどうなってほしいと思いますか？

- 1位 生理中の体調不良をもっと理解してほしい 46%
- 2位 生理休暇が取りやすくなってほしい 13%
- 2位 そもそも生理のことを理解してほしい 13%
- 4位 生理用品やサービスの価格改善 11%
- 5位 必要以上にタブー視しないでほしい 10%
- 6位 特に変わらなくてもいい 4%
- 7位 生理用品やサービスの機能性の向上 3%

▶記事詳細はこちら：<https://musee-marketing.com/topic/seiri2/>

■ データ一覧 ～生理編～



『ミュゼマーケティング』について

美容意識の高い女性を中心とした会員層を有し、自社デジタルメディアと全国189(※)店舗のサロンによるクロスメディアアプローチが特徴のメディアサービスです。店頭サンプリング、商品モニター、リサーチ、デジタル広告やメールマガジンによるサービス告知などを提供しています。

F1層をコアとした全国379万人以上(※)の会員さまへ向け、自社サービスの認知拡大、継続的な収益モデルを検討したい企業様は、ミュゼマーケティングへお問い合わせください。

▶サービスの詳細・資料ダウンロードはこちら：<https://musee-marketing.com/>

**MUSÉE
MARKETING**

美容脱毛サロン『ミュゼプラチナム』について

“全ての女性のキレイをお手伝いしたい”との想いを込め、2003年に誕生した、高品質の美容脱毛サロン。多くの女性の支持を受け、現在では全国に189(※)店舗を展開中。

▶ミュゼプラチナム ホームページ：<https://musee-pla.com/>

**MUSÉE
PLATINUM**
ミュゼプラチナム

(※) 2020年2月末日時点