

社員一人ひとりのウェルビーングを実現する「人が生きる人的資本経営」をサポート
ー 女性自身の健康行動が変わる、職場に集うみんなが変わる “オフィスRizMo” の検証ー
最終報告資料



パナソニック株式会社 くらしアプライアンス社

働く女性が、日常生活の中でも、企業の中でも、いきいきと活躍できることを目的とします。

最終的にはサービス導入効果を定量的（経営指標として）に見える化し、企業向けに投資効果のあるサービスであることを目指します。



そのために実施すること

①女性自身が、自分の体調の変化を客観的に知ること、行動変容を起こしやすくなったうえで、日常生活の中で自分自身で、体調コントロールがしやすくなることを目指します。

▶**体調ナビゲーションサービス「RizMo（リズモ）」***の提供／ヘルスクア相談サービスの提供／**セミナー動画配信**

*以下「RizMoサービス」と記載

②体調が悪い時に我慢してしまう女性が多い中で、体調が悪い時には職場の仲間に相談してもいいんだよと、何でも言える環境づくりを目指します。

▶**職場ワークショップ（コミュニケーションカフェ）**の実施（全国6拠点）

実施項目

◆自分の体の変化・状態を知る

- ・温度変化による生理周期の把握
- ・睡眠状態による、その日の体調の把握

①「RizMoサービス」の提供



◆一人じゃない、誰かがいつもそばにいる安心感

- ・スマホでいつでも手軽に専門家*に相談できる

②ヘルスケア相談サービスの提供



◆自分の体について学ぶ

- ・「何となく知ってる」からもっと理解を深める

③セミナー動画配信

◆なんでも言える職場環境をつくる

- ・体調が悪い時、気軽に上司・同僚に相談できる

④職場ワークショップ



目的

当事者ヘルスリテラシー向上

体の変化を知る

(生理周期の二相性・睡眠)



日常生活行動・意識の変化

自分事として、日常生活の中で体の変化を実感しながら、ヘルスリテラシーが身につくそれに伴い行動変容が起こる

周囲リテラシーの向上

働く環境での心理的安全性の確保

体調ナビゲーションサービス 「RizMo (リズムモ)」

女性社員モニター

女性の不調に影響を与えるバイタルデータを計測し、そのデータを基に分析・予測・アドバイスまでを、トータルでサポートします。



バイタルデータ
①月経リズムと連動した温度
②睡眠状態



・本サービスは、疾病の予防、診断または治療を目的としたものではありません。
・日々の体調管理や生活習慣をサポートするためのサービスです。

ヘルスケア相談サービス（株式会社ファミワン）

全社員利用可能

オンラインでいつでも気軽に相談可能。約50人の専門家*が健康課題に伴走します。
一人ではなく、誰かがそばいてくれる安心感を提供。

* 看護師、臨床心理士、助産師、保健師、管理栄養士等

生理・PMS・妊活・不妊治療・妊娠中・産後・育児・仕事の両立・更年期まで

ファミワンヘルスケア相談

ファミワンでは様々な分野の専門家が在籍していますので、お悩みにあわせた専門家チームによるきめ細かなサポートが可能です

- 利用者数 3万人突破 (2023年11月現在)
- 総アドバイス数 1.4万件突破 (2023年11月現在)
- ユーザー満足度 93.7% (2023年11月現在)

いつでも相談

スマホで簡単

匿名OK

LINE 友だち追加

セミナー動画配信（株式会社ファミワン）

全社員視聴可能

基礎知識を毎月配信し、自分自身でも課題解決の方法を身につけられるようにします。（アーカイブ形式）



**8月から12月
毎月更新**

ちょっとした工夫で体も気持ちも変わる。
自分のカラダを知り、毎日をもっと心地よく過ごすヒントをお届けします。

 <p>2025年 8月 専門家が教える パフォーマンスを 発揮するためのヒント —睡眠について—</p>	 <p>2025年 9月 知って得する、 自律神経とセルフケア</p>	 <p>2025年 10月 男女の更年期、 基本のキ</p>
 <p>2025年 11月 ちょっとした理解が、 働きやすさをつくる —月経と女性の健康課題に関する基礎知識—</p>	 <p>2025年 12月 生活習慣を見直そう ～年末年始の過ごし方～</p>	<p>動画配信 特設サイトはこちら ▶</p> <p>毎月こちらのページに 更新しています</p>

職場ワークショップ（コミュニケーションカフェ withファミワン）

職場単位で参加

ファミワンの専門家を招き、実際の職場単位で、女性特有の健康課題について、男女がコーヒーを飲みながらワイワイガヤガヤと話し合える雰囲気をつくります。今までタブーとされてきた内容について、男女の壁を取り払って会話することで、何でも言える職場環境をつくります。



<会場は全国6拠点で実施>

マーケティング部門

東京本社
パナソニック目黒ビル

商品開発部門

草津拠点(滋賀)
(美容健康・冷蔵庫・食洗機)

商品開発・製造部門

彦根工場(滋賀)
(美容・健康家電)

製造部門

袋井工場(静岡)
(洗濯機)

製造部門

神戸工場(兵庫)
(IHクッキングヒーター)

製造部門

東近江工場(滋賀)
(掃除機)

<ワークショップの内容>

前半（知識を身につける）

◆女性活躍の課題について

- ・就業継続の難しさ

◆月経とPMSについて

- ・カラダとココロの変化
- ・受診の目安

◆更年期について

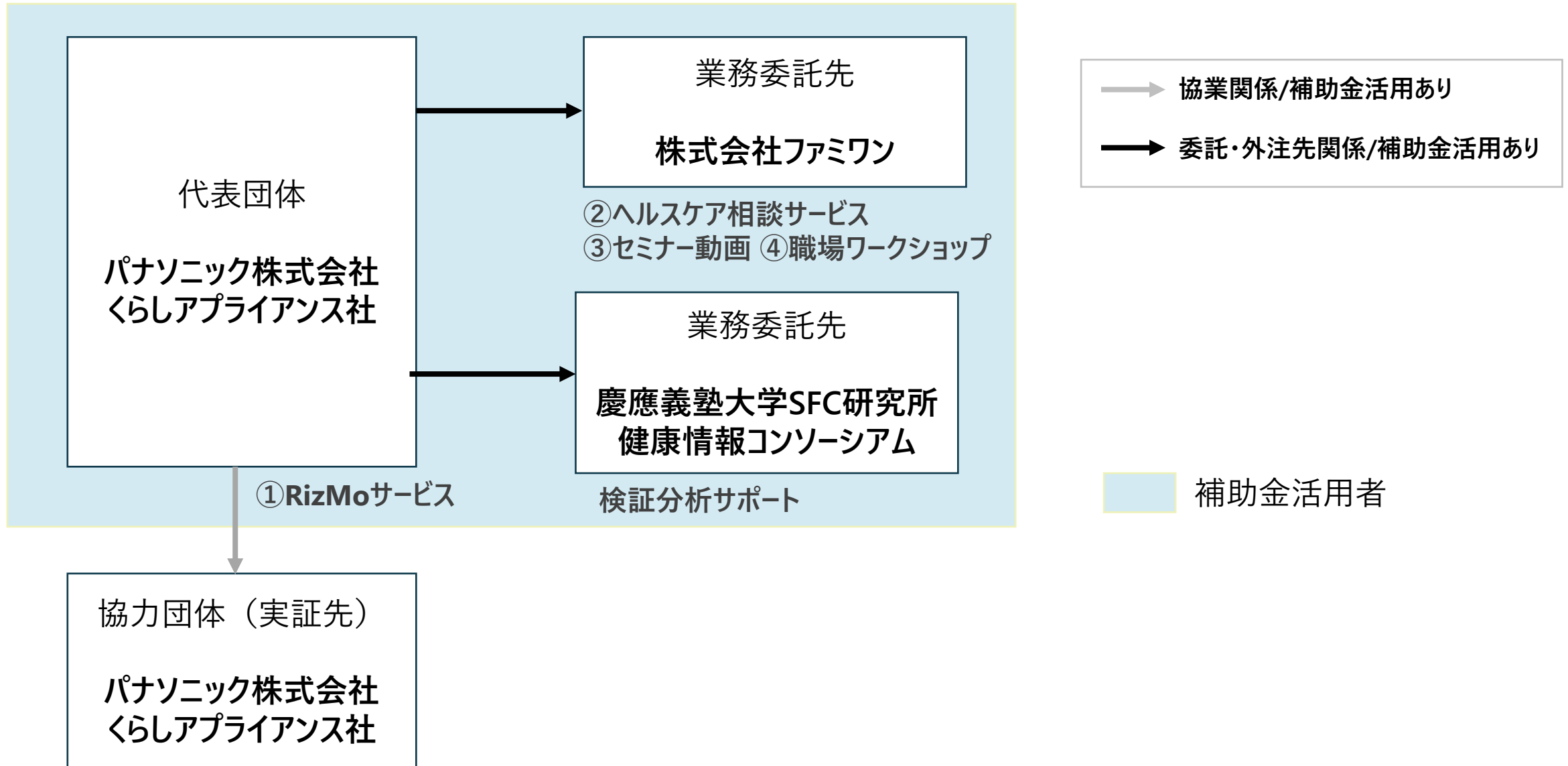
- ・男女別更年期
- ・セルフケアについて

後半（話し合い）

<男女入り交じりグループワーク>

◆PMSが辛い女性社員からの相談

- ・困っていることは何だろう？
- ・相談する側の工夫
- ・相談を受ける側の工



1. 準備期間：男女共同参画週間に合わせたイベントや、産官学連携の啓発イベントを実施し参加募集
2. 運用期間：サービス提供と合わせて、定期的な動画配信や各拠点ワークショップ実施
3. 分析期間：アンケートとRizMoサービスデータをもとに効果分析

実施項目		2025年						2026年		
大項目	小項目	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
募集	参加者募集/説明会	▶								
①RizMoサービス	サービス実施			▶						
②ヘルスケア相談サービス	サービス実施			▶						
③セミナー動画配信	基礎知識セミナー			① ②	③	④	⑤			
④職場ワークショップ	参加グループの選定			▶						
	ワークショップ実施				① ② ③ ④ ⑤ ⑥					
成果測定	事前アンケート		▶							
	事後アンケート						▶			
	データ分析							▶		

目標

働く女性が、日常生活の中、企業の中でも、いきいきと活躍できることを目的、目標とし、下記に取り組む

- ① RizMoサービスを軸にしたサービスにより、**女性当事者のヘルスリテラシー向上と行動変容促進**
- ② 職場ワークショップを通じ、**周囲のリテラシー向上と社員間のエンゲージメント効果促進**

結果

- ① **サービス利用者の分析結果：ヘルスリテラシー向上と行動変化が確認された**
 - ・利用者の76%が「女性特有の健康知識が増えた」と回答、「健康を気にかけている」が85%に有意に向上
 - ・女性特有の健康課題について「適切なケアができています」が67%に有意に向上
 - ・睡眠時間が有意増加、睡眠効率が有意向上。利用者の80%で睡眠に改善傾向を確認（行動変容）
 - ・一方、(A)応募者数、(B)ヘルスケア相談サービス利用者数、(C)体調入力率は目標を下回った
- ② **ワークショップ参加者の分析結果：周囲リテラシー向上とエンゲージメント促進効果が確認された**
 - ・女性特有の健康課題について、98%が「理解が高まった」、82%が「話しやすい雰囲気になった」、84%が「（体調不良を理由に）業務調整したり休暇を取得しやすいと思えるようになった」と回答

総括

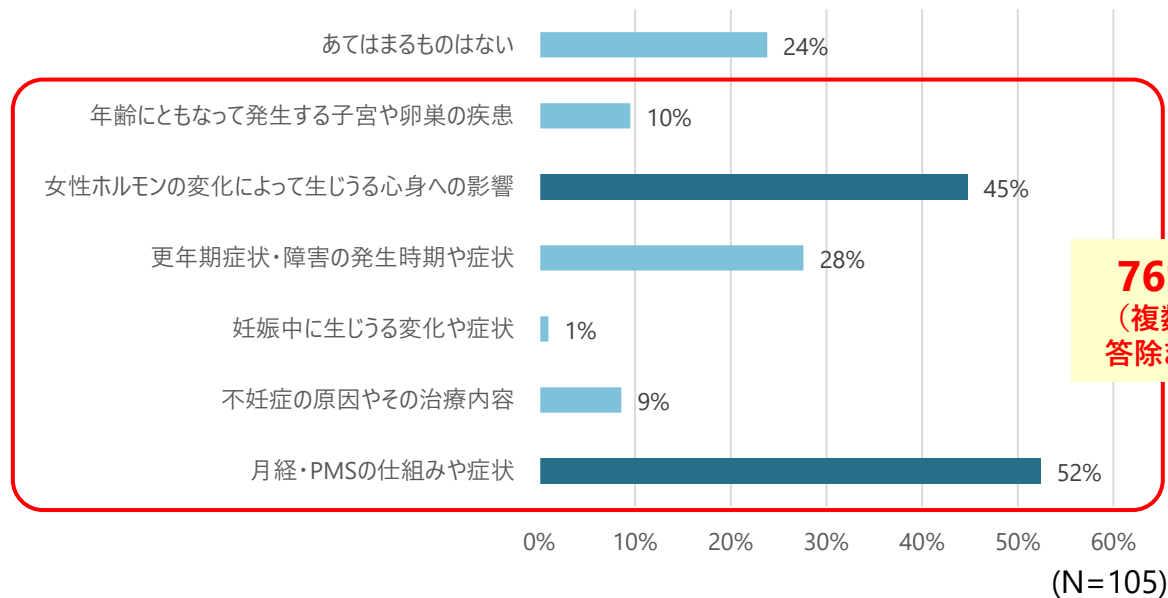
- ・モニターへの参加・利用継続について、強制をしない当事者に一任した「現実的な運用方法」で検証実施
- ・100名以上の参加者を得て、本事業の主目的である当事者のヘルスリテラシー向上や、周囲のリテラシー向上はKPI未達があるも、おおむね狙い通りの成果確認ができた

目的	実施項目	計画値・KPI	達成状況
ヘルスリテラシー向上 当事者	RizMo サービス	<ul style="list-style-type: none"> ◆参加者 200人（女性） ◆検証期間 5か月 ◆参加継続率 90%以上 ◆体調入力率 90%以上 ◆睡眠改善度 80%以上 ◆サービス満足度 80%以上 	<ul style="list-style-type: none"> → ◆サービス登録者117人（20-50代） → ◆検証期間 約3か月半 → ◆参加継続率 92% → ◇体調入力率 16% → ◆睡眠改善度 80%（睡眠の量or質：行動変容） → ◆サービス満足度 76%
	ヘルスケア 相談サービス	<ul style="list-style-type: none"> ◆利用率 1回以上利用90%以上 ◆利用率 1回/月以上60%以上 ◆サービス満足度 80%以上 	<ul style="list-style-type: none"> → ◇利用率 16% → ◇利用率 18% *利用者の内 → ◇サービス満足度 53% *利用者の内
リテラシー向上 周囲	職場 ワークショップ	<ul style="list-style-type: none"> ◆モニター参加者の部署が対象 ◆100グループ/500人以上（男女） ◆意識の変化 80%以上 	<ul style="list-style-type: none"> → ◆全国6拠点にて実施 *モニター参加者以外の各拠点 → ◆27グループ/95人（20-50代 男36人女59人） → ◆女性の理解度、話しやすさが80%以上に向上

ヘルスリテラシー改善 （主観評価）

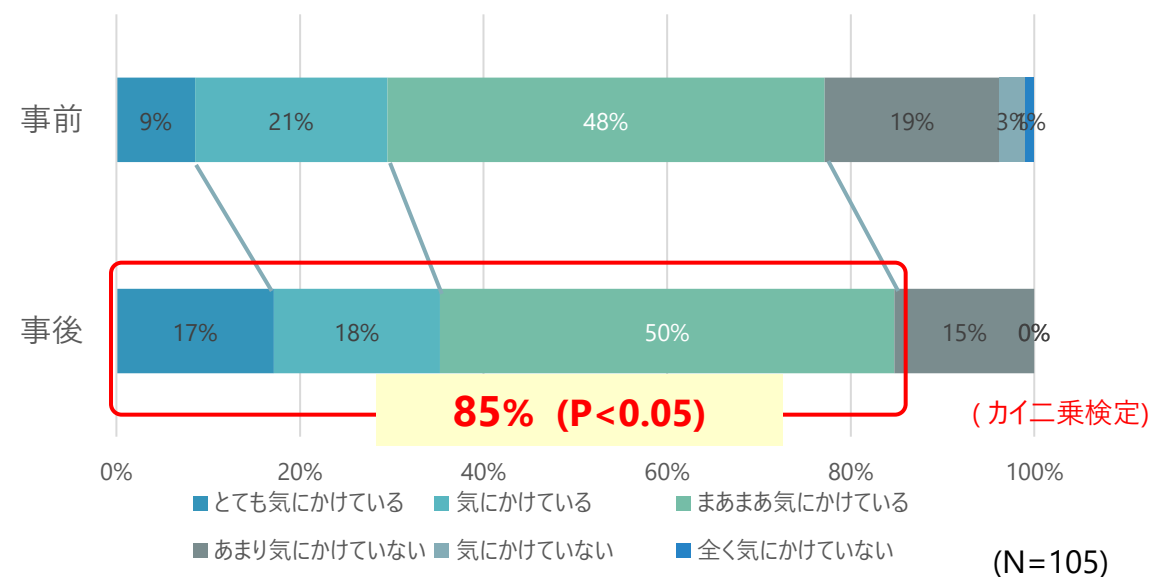
サービスを利用することで、**76%**の方が女性特有の健康知識が増え、健康意識（気にかけている方の割合）が**85%**に有意に向上した

今回利用したフェムテック等サポートサービスをきっかけに知ったことは何ですか。あてはまるものを全てお答えください



76%
（複数回答除き）

あなたご自身の女性特有の健康課題について、日ごろの考えをお答えください

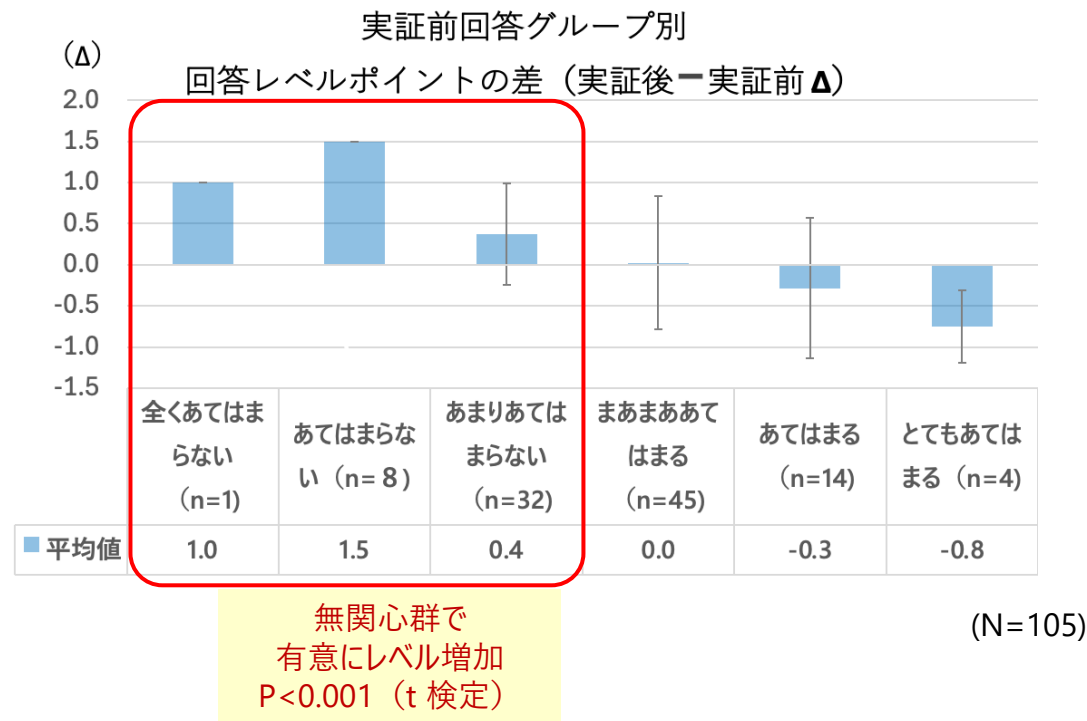
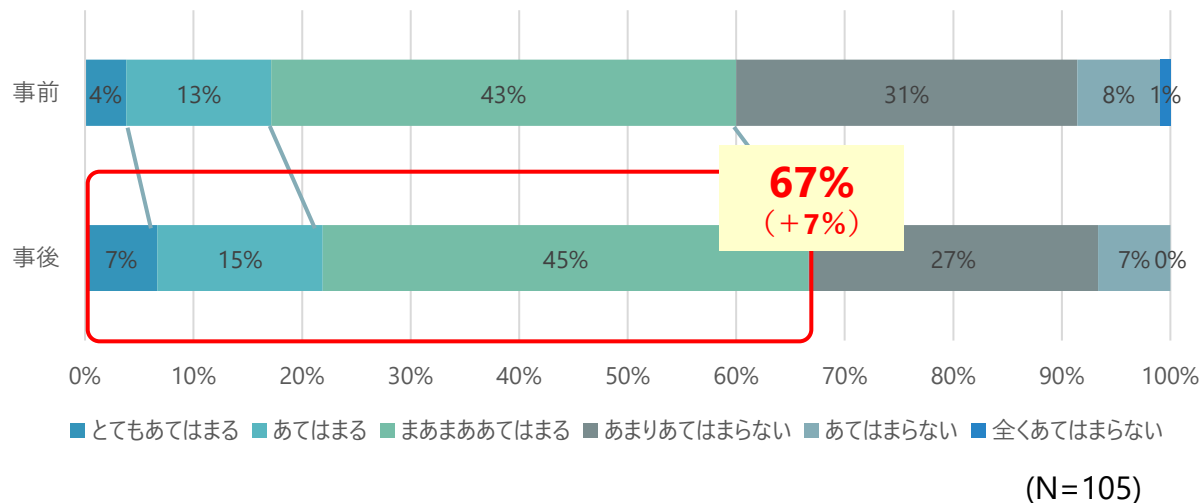


考察

- ▶ 参加者は女性であり、①女性ホルモンの変化によって生じる心身への影響、②月経・PMSの仕組みや症状、等は「知っている（①61%、②88%；事前アンケート）」つもりだったが、必ずしも正確な知識が十分でなく、知識提供の取り組みは重要と言える
- ▶ 当事者向けサービス（バイタル計測/可視化/知識提供と健康相談）は、利用者集団の健康意識向上に役立つ

行動改善 (主観評価) 女性特有の健康課題について「適切なケアができています」割合が増加したサブグループ解析の結果、実施前無関心群で有意な行動改善が確認できた

女性特有の健康課題について、適切なケアができていますか



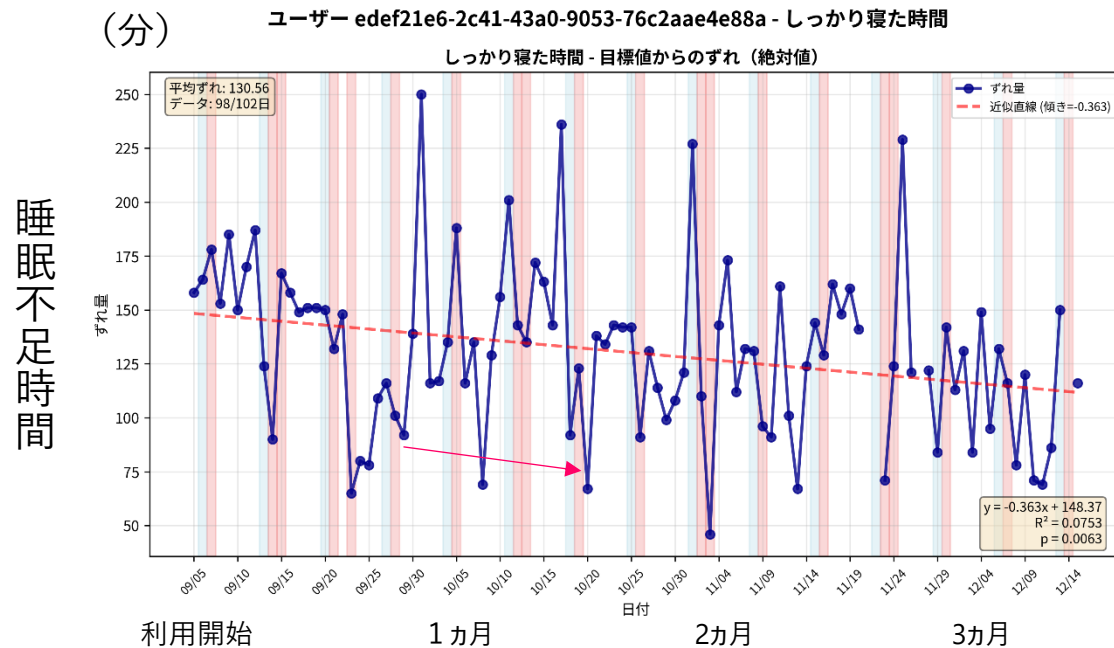
考察

- ▶ 当事者向けサービス (温度・睡眠計測/可視化/知識提供と健康相談) は、利用者集団の行動変容を促進する可能性がある
- ▶ 特に「ケアへの無関心群」方で行動変容度合いが高かった。正しい知識を得たことが適切なケアにつながった可能性がある

睡眠の改善 (客観評価)

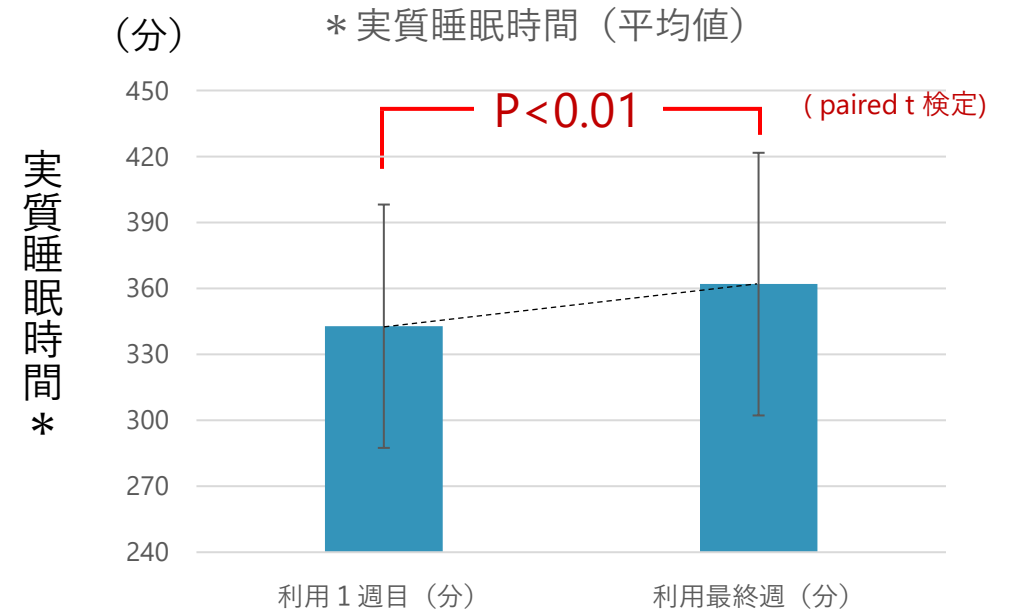
ウェアラブルデバイスを用いたRizMoサービスにより睡眠状態の客観的な分析が可能になった
【結果1】参加者の約70%で睡眠不足時間が減少傾向を示し、睡眠の量は有意に増加した

< 睡眠の量の改善を示す事例 >



約70%の参加者で睡眠不足時間が減少傾向を示した

< 3.5か月で睡眠の量が有意に増加 >



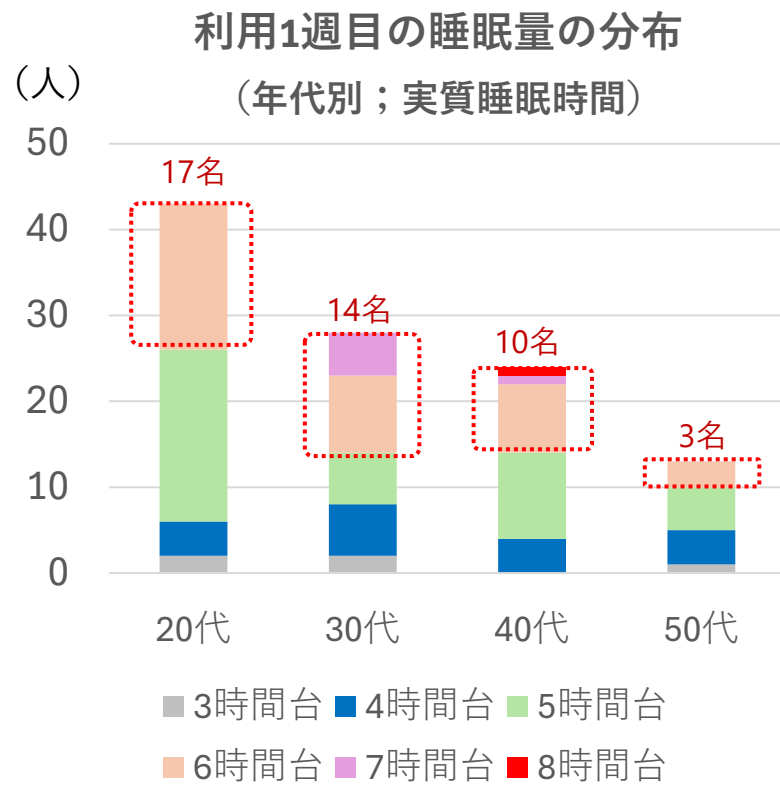
* 睡眠時間から中途覚醒
 や離床を除いた時間

集計期間: 2025年 9/3-12/15
 有効データ数: N=108

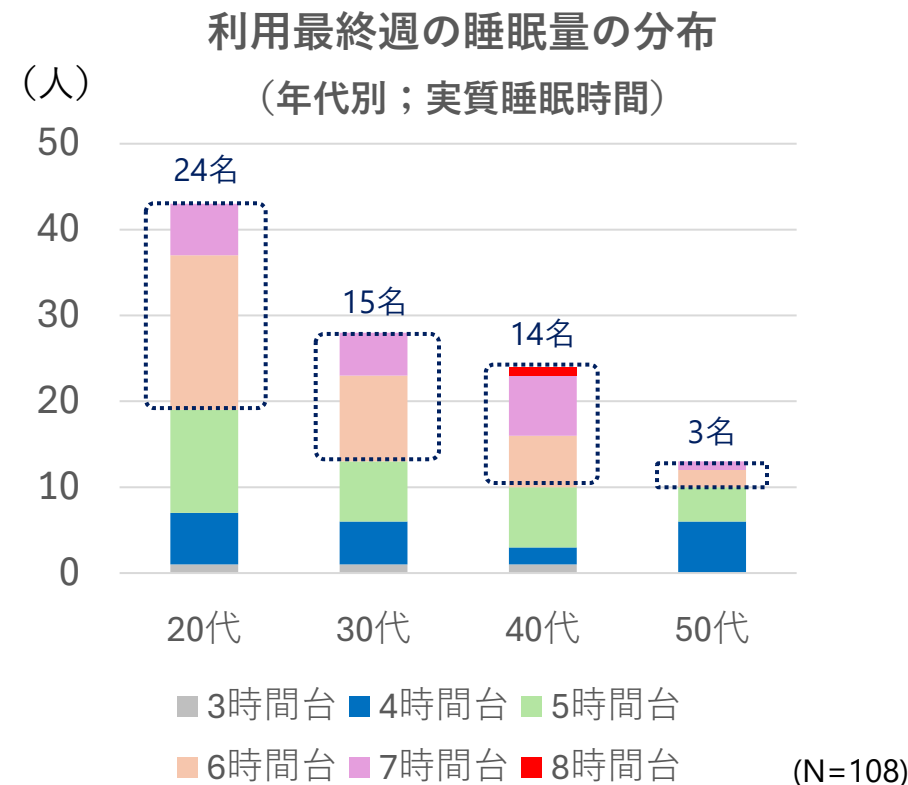
睡眠の改善 (客観評価)

20-40代で「**実質睡眠時間※が6時間以上**」の割合が増加した

※睡眠時間から中途覚醒や離床を除いた時間



介入期間
約 3.5か月



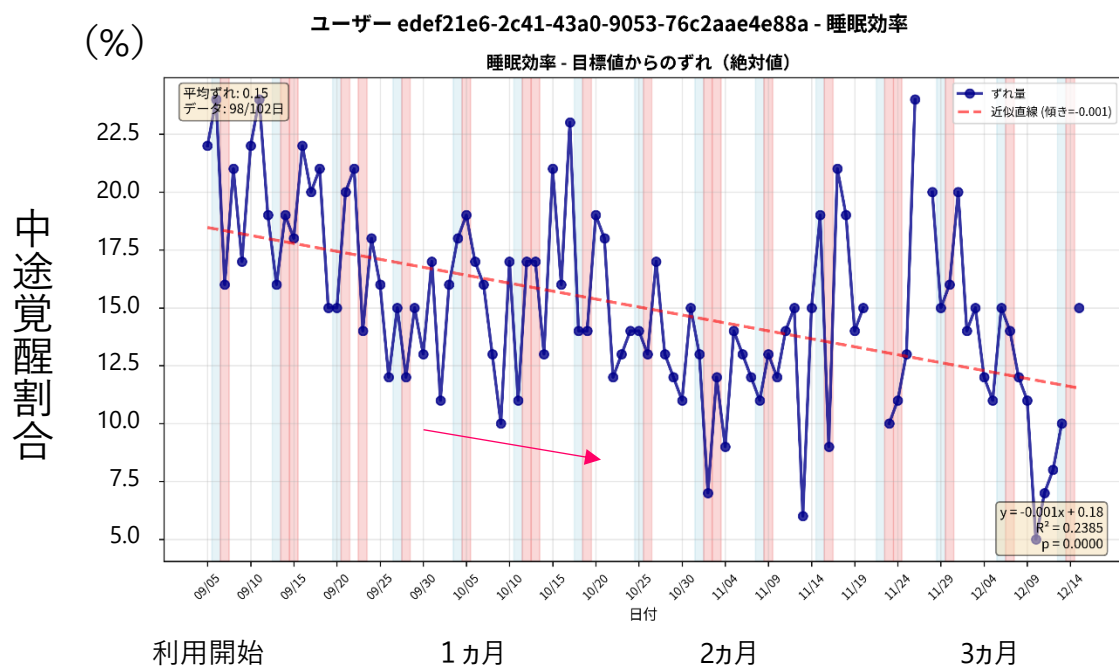
考察

- ▶ 参加した従業員は年齢が上がるほど睡眠時間が少ない割合が増えており、中年層の睡眠不足が改めて明らかになった
- ▶ 20代と40代で特に睡眠時間が増加した割合が多かった

睡眠の改善 (客観評価)

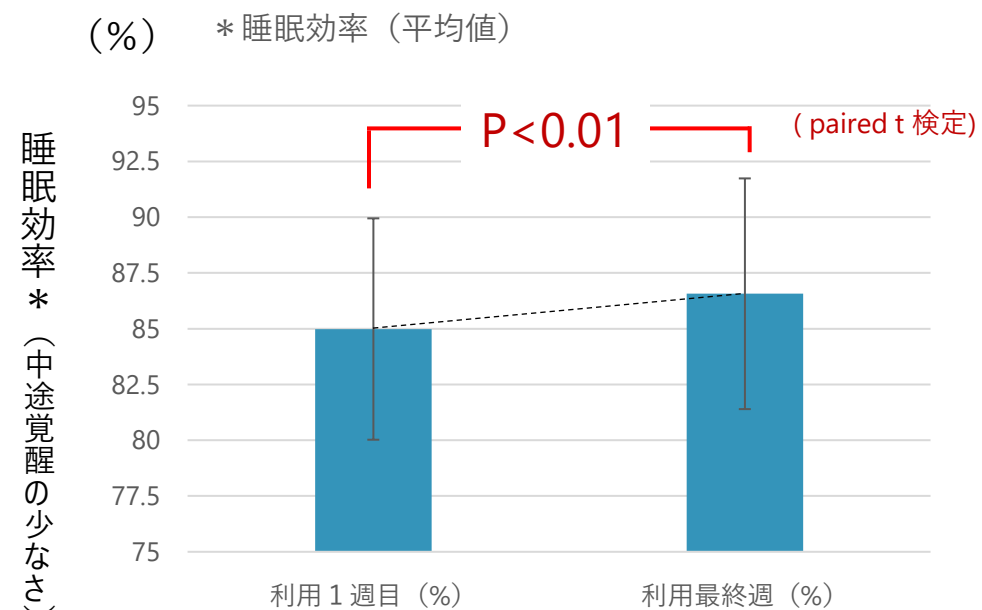
【結果2】参加者の約80%で中途覚醒割合が減少傾向を示し、睡眠効率*が有意に向上した
→睡眠の計測/可視化/知識提供を行うRizMoサービスは、睡眠に対する行動変容が期待できる

< 中途覚醒の減少傾向を示す事例 >



約80%の参加者で中途覚醒割合が減少傾向を示した

< 3.5か月で睡眠効率*が有意に向上 >



* 入眠時刻から目覚時刻までの間のうち、しっかり寝た時間の占める割合です。85%未満だと、効率があまり良くないと考えられます。

集計期間： 2025年 9/3-12/15
有効データ数： N=108

考察

- ▶ アンケートでは捉えられない行動の変化がRizMoサービスにより明らかになった
- ▶ 睡眠のリズムは有意差には至らなかった (図省略)。参加者が会社員で睡眠時間帯は以前から安定していたためと考察した

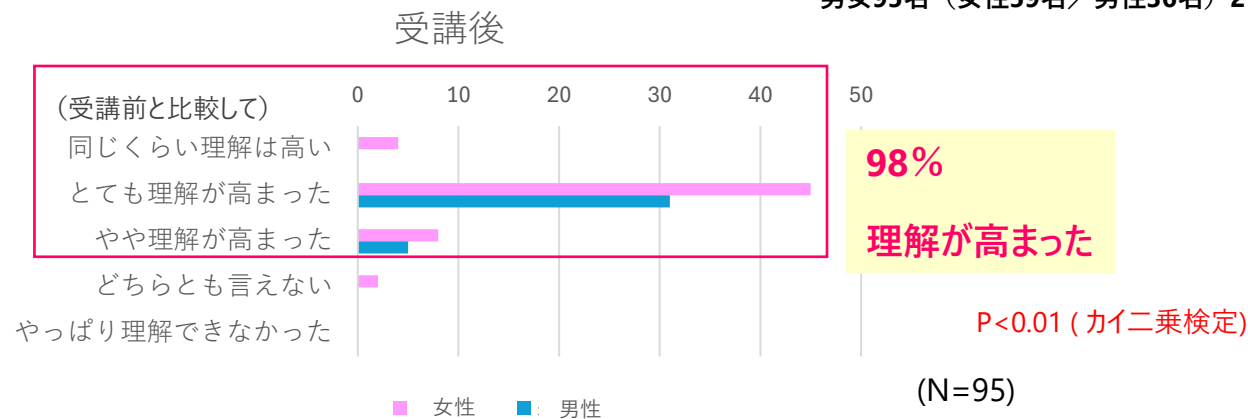
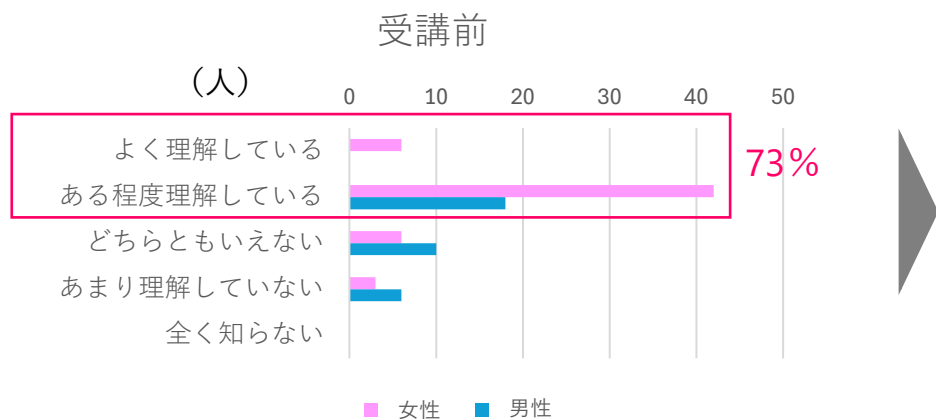
リテラシー改善 (主観評価)

専門家を招いた、職場ワークショップに参加した男女の80%以上に知識と意識の変化が見られ、周囲リテラシーの向上に効果的であることが示された

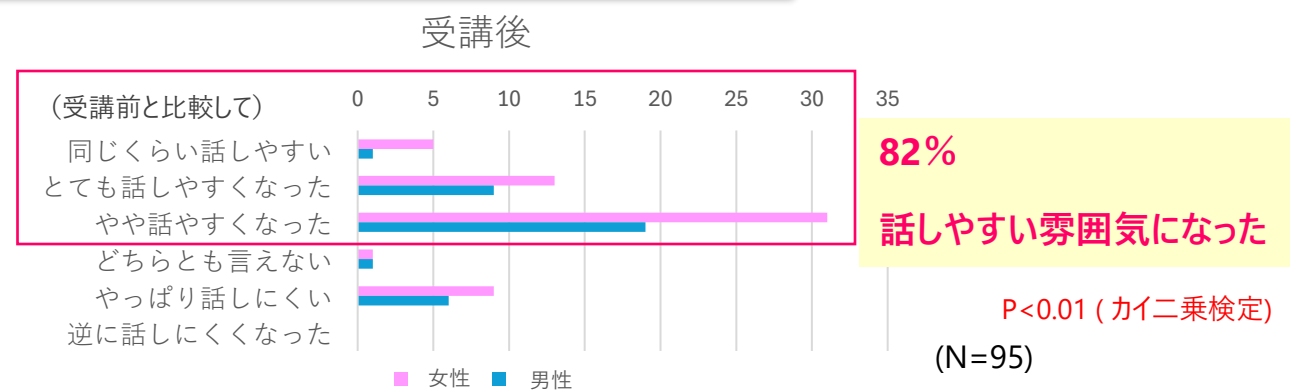
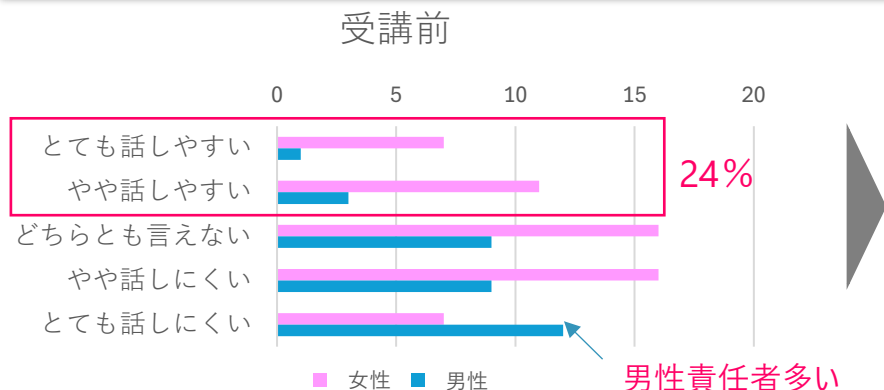


くらしアプライアンス社 6拠点
(目黒・東近江・袋井・草津・彦根・神戸)
男女95名 (女性59名/男性36名) 27グループ

生理前や更年期に起こる体調不調について、どの程度理解していますか？

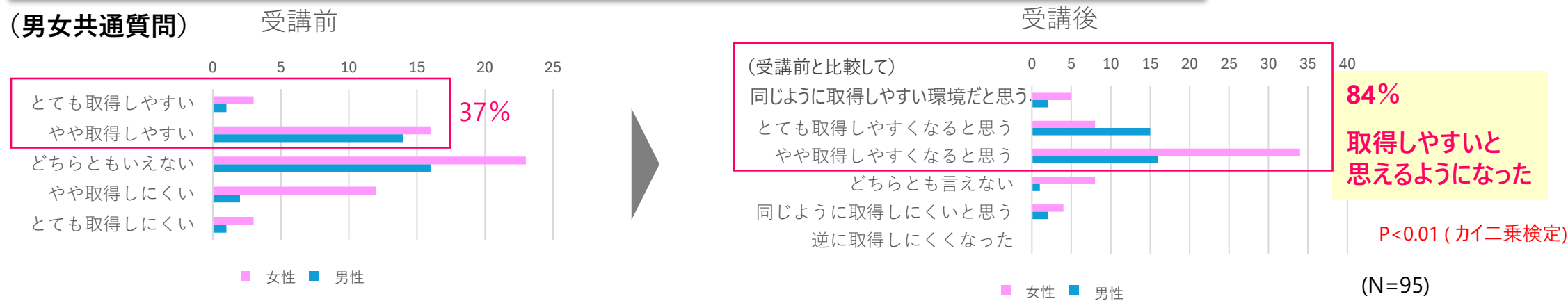


職場での女性の健康課題 (PMS、更年期など) について、どの程度話題にしやすいと感じますか？

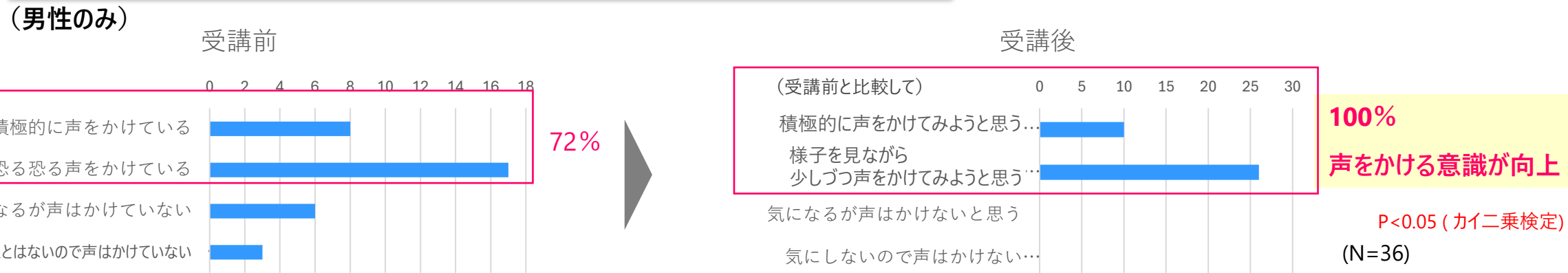


意識改善 (主観評価) 専門家を招いた、職場ワークショップに参加した男女にて、制度の活用意識の変化が見られ、あわせて、男性の意識改善にも大いに効果的であることが示された

生理や更年期に関する体調不調を理由に、業務調整や休暇取得がしやすい環境だと思いますか？



女性従業員に対して、体調が悪そうなときにどのような対応をしていますか？



自由意見（回答数 男女 65人／95人）

◆もっとたくさんの社員に参加してほしい、という要望 25人

（その中で、男性社員や管理職の方に参加してほしい 9人）

- ・「このような機会を管理職含む社員全員に与えてほしい」
- ・「女性は知識があると思うので、男性社員の参加を増やしてほしいと思います。」
- ・「職場の男性に今日のワークショップの内容を理解してほしい」

◆女性の健康について理解が深まった 21人

（その中で、特に更年期について理解が深まった 10人 ※20代、30代女性が多い）

- ・「学校では生理痛などしか学ばないので、PMSや更年期を学ぶ機会ができて良かったです。」
- ・「女性の体調不良に関して理解が深まった」

◆職場の仲間に対する対話の意識が変わった 16人

（その中で、特に男性 10人）

- ・「女性同士の同僚とも生理の話題はデリケートなため、あまり話す機会がなかったので、新鮮な気持ちで参加できました。」
- ・「職場のメンバーがどのような悩みを持っているのか考えたくなった。」
- ・「タブーのハードルが大きく下がるきっかけになったと思います。」

考察

▶ ワークショップ参加者の効果実感が高かった
その結果、全員参加の要望につながっている

▶ 専門家を招いての健康知識レクチャーについては、リアルの場で、男女入り交じりの学びが、より理解度を高める

▶ 専門家を交えたより実践的なロールプレイングは、男女共に「言ってもいいのかな」といった、モヤモヤした壁を取り払う効果が見える。
女性特有の健康課題への社員間コミュニケーションとして、特に男性管理職の意識に影響を与えやすい。

全体成果

RizMoサービスを通じ、当事者にとっては日々の計測データがあることで、自身を客観視できるため、健康意識の改善、健康行動促進へ効果を発揮
 また、専門家を招き、女性特有の健康課題について、男女が共に職場で学び、より実践的なロールプレイングを実施することで、社員間エンゲージメントに効果を発揮

考察

ヘルスリテラシー向上
 当事者

RizMoサービス

- ◆利用継続率は高かった。
- ◆睡眠状態を分析した結果、睡眠時間の有意な増加および、睡眠効率の有意な向上が見られた。
 ・睡眠の改善は従業員の健康とともに仕事のパフォーマンスにも重要な指標となるため
 企業の健康管理室でも関心が高く、睡眠状態を客観的に可視化できることはメリットが多い。
- ◆体調入力は利用率が低かったため、習慣にしてもらうにはさらに工夫が必要。

ヘルスケア
 相談サービス

- ◆幅広い相談へ対応できるため、いつでも専門家へ相談できる安心感として重要と考える。
 一方、今回の期間中の、利用頻度だけを指標とすると実装優先度は下がる。
 しかし、ライフイベント（妊活・不妊）相談も多く、サービスの打ち出し方含め、周知の工夫が重要。

リテラシー向上
 周囲

職場
 ワークショップ

- ◆参加者の効果実感が高かった
- ◆専門家を招いた、職場の男女入り交じりの学びの場は、より理解度を高め、さらにグループワークでより実践的なロールプレイング実施により、職場社員間のコミュニケーション意識を変える効果が見える。
 特に男性管理職の意識が変わり、職場環境の改善としては有効と考える。
- ◆今回、一部の職場のみの実施であったが、ボトムアップでは限界があり、人事政策の仕組みに入れる工夫が重要

企業内制度として、人的資本経営にむけた人事戦略の一環として仕組化できるかが重要

項目	今回の実施方法	課題	改善案
社内啓発	<ul style="list-style-type: none"> ●本社ビルでフェムテックイベント初開催 <ul style="list-style-type: none"> ・広報部門と連携し社内外へリリース発信 (記事も多数掲載) ●イベント連動で参加募集告知 <ul style="list-style-type: none"> ・メール、ポスター、食堂サイネージにて各事業場内に告知 	<ul style="list-style-type: none"> ●全体波及効果がでなかった <ul style="list-style-type: none"> ・単発イベント企画と見え企業制度として定着していない場合は情報が一過性となる 	<ul style="list-style-type: none"> ◆企業トップのコミットメント <ul style="list-style-type: none"> ・経営管理アジェンダへ「女性特有の健康課題」支援を明記 ex)年度運営方針
制度運営	<p>人事DEI部門より社内メールで、各サービス案内を発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利用者へのメール対応 ・月1回セミナー動画案内を通じた利用啓発 	<ul style="list-style-type: none"> ●各種人事研修の中で埋没 <ul style="list-style-type: none"> ・社内での人事関連連絡研修が多数の場合、埋没 ●バイタルデータを扱うため個人情報保護の観点から参加者を特定できない仕組み <ul style="list-style-type: none"> ・運用フォローができない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆全社員参加型の啓発期間設定 <ul style="list-style-type: none"> ・全社一斉に期間中ワークショップ開催 * 組織風土の醸成 ex)女性特有の健康理解デー ◆個人を特定しない利用促進方法を開発 <ul style="list-style-type: none"> ・データ管理画面にてシステムのアプローチ

今回の結果を踏まえ、導入効果の確認と事業モデルの確立

- ①外部企業への試験導入：1社へ導入テスト（4月～）
- ②各種学会にて成果発表：日本産業衛生学会（5月）等

