

報道関係各位

ニュースリリース

2025 年 6 月 17 日

株式会社インテージヘルスケア

更年期症状、医薬品やサプリメントなどの対処はわずか 27% 未対処者の実態を分析 ～40～50 代女性 更年期(メノポーズ)世代のニーズ探索調査～

株式会社インテージヘルスケア(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:村井啓太)は、女性のヘルスケアに特化し、経験症状、対処方法、意識などを明らかにした調査レポートを発刊しました。

女性のウェルネス、活躍支援、QOL(Quality Of Life)向上のための商品やサービス市場は、注目を集め始めてから一定の時間が経過しているにもかかわらず、依然として成長を続けており、その可能性はまだまだ広がりを見せています。

今回発刊のレポートでは、全国 40～59 歳の更年期の女性を対象に行った「更年期(メノポーズ)世代のニーズ探索調査」より、更年期女性のセルフケアの現状、特に更年期症状※1 を対処していない女性の実態の一部をご紹介します。

<ポイント>

- 更年期症状を最近 1 年以内に経験していても、医療機関・市販薬・サプリ以外の方法で対処している人と、何も対処をしていない人を合わせると 30%
- 更年期症状の「未対処者」※2 は「対処者」※3 と比較して、更年期に関する理解レベルが低い
- 「未対処者」を更年期症状の程度や更年期に対する理解度別に 4 つのセグメントに分類。セグメントごとに対処意向、潜在的な需要も異なる

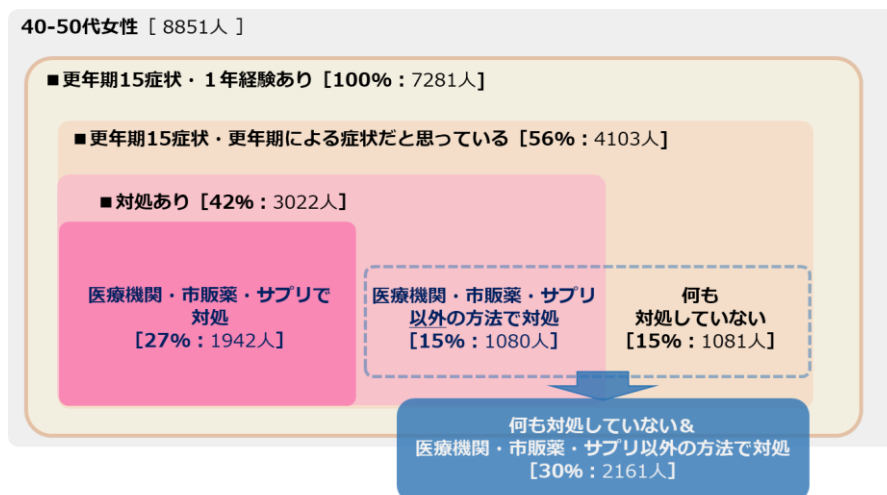
※1:本調査では、更年期のホルモンバランスの変化によって起こると考えられる代表的な 15 種類の症状を「更年期症状」として定義

※2:更年期症状と定義した 15 種類の症状の 1 つ以上を経験し、かつ、更年期による症状と認識しており「市販薬・サプリメントの使用」を最近 2～3 年以内に開始している人

※3:更年期症状と定義した 15 種類の症状の 1 つ以上を経験し、かつ、更年期による症状と認識しているが「医療機関を受診」「市販薬・サプリメントの使用」「その他 セルフケア」による対処のいずれも行っていない人。または、15 種類の症状を更年期による症状と認識していない人

更年期症状を経験していても約 3 人に 1 人は、積極的な対処をしていない

全国 40～50 代女性に最近 1 年間に経験した症状を確認したところ、更年期症状を 1 つでも経験したことのある人の割合は全体の 82%でした。



データ:メノポーズ(更年期)世代のニーズ探索調査

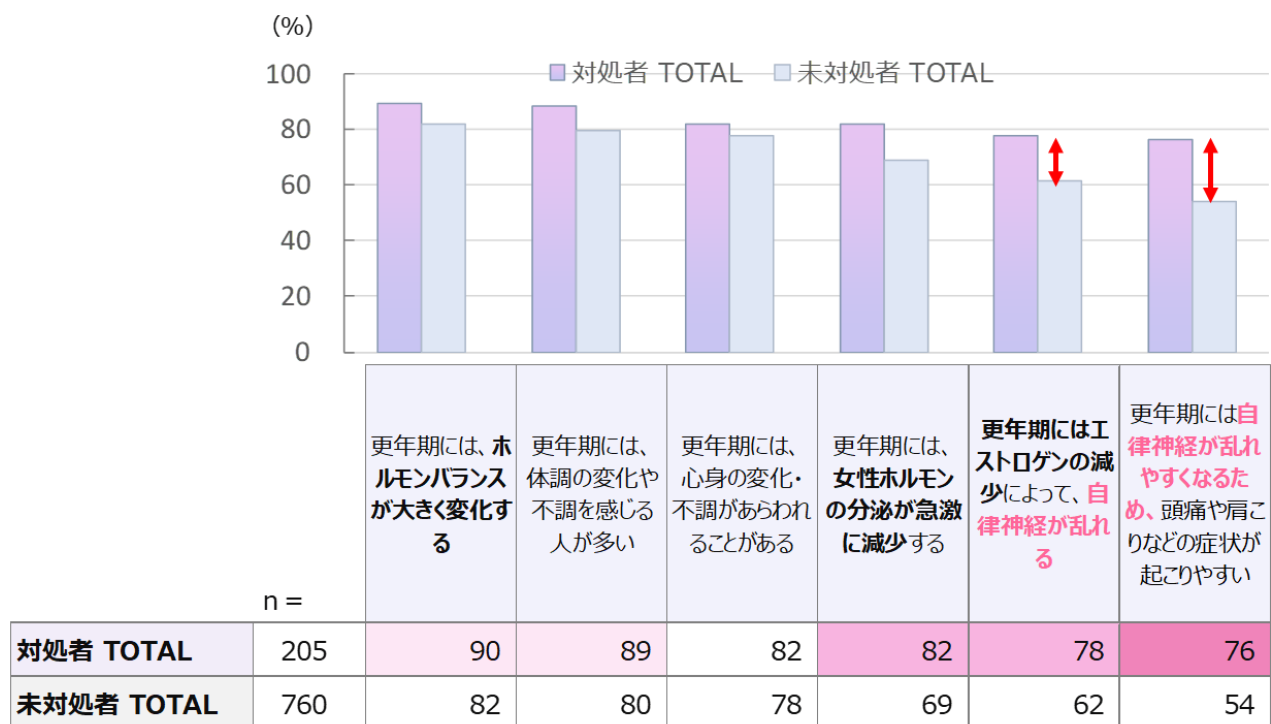
最近 1 年間に更年期症状を経験している人のうち、更年期症状に対し「医療機関を受診」、「市販薬・サプリメントの使用」で対策をしている人は 27%に留まります。一方で、「十分な睡眠・休息をとる」「運動をする」「ストレッチやマッサージをする」など、医療機関・市販薬・サプリ以外の方法で対処している人と、具体的な対処を何もしていない人を合わせると 30%で、約 3 人に 1 人が更年期症状を経験していても、積極的な対処をしていないことがわかりました。

「未対処者」は「対処者」と比較し、更年期の理解度が低い。特に「自律神経の乱れ」関連は差が大きい

続いて、自身が更年期だと考えている人※4 に、更年期に関する理解度（更年期に起こる症状や、女性ホルモンの影響など）を確認しました。更年期症状の「未対処者」は「対処者」に比べて、全般的に更年期に関する理解度が低いという結果になりました。「未対処者」においても「ホルモンバランスの変化」や「更年期に女性ホルモンが減少することへの理解は一定あるものの、特に「自律神経の乱れ」に関連する項目は「未対処者」の理解度が低く、「対処者」と差が大きいことがわかりました。

※4: 自身の身体への更年期による影響について「医師の診断を受け更年期と診断された人」「更年期の影響を確実に感じているが医師の診断を受けていない人」「更年期の影響を少し感じていて、そうかと疑っている人」「更年期の影響は感じていないが、そうかと疑っている人」の合算

更年期に関する理解度



データ：メノポーズ（更年期）世代のニーズ探索調査
※未回答を除いて集計

「未対処者」を4つのセグメントで分析。セグメントごとに対処意向、潜在的な需要も異なる

更年期症状の「未対処者」を、更年期症状の生活への支障度を横軸、更年期の認識度を縦軸とし、4 つのセグメントに分類すると、それぞれ違った特徴が見えてきました。

「先取り対処スタンバイ層」は、更年期に対する認識が高く、生活への支障度は低い、平均年齢が比較的若い層です。この層の特徴は、更年期症状が深刻ではないため、対処の必然性は低いものの、更年期に対する情報感度は高いセグメントで、更年期症状に対処するサービスや商品の潜在的な需要が高いと考えられます。その他「納得がまん層」「迷えるピンチ層」「のんびりライト層」もそれぞれ異なった特徴を持っており、「未対処者」を「対処者」へ導くには、セグメントごとに適したアプローチが必要です。



本レポートでは、「未対処者」の4セグメントそれぞれについての特徴を詳しく分析し、各セグメントに対するアプローチ方法を提言しております。更年期対策市場に向けた商品・サービス開発の基礎資料としてご活用いただけますと幸いです。

■本レポートの詳細

レポート名	メノポーズ（更年期）世代のニーズ探索調査
詳細 URL	https://www.intage-healthcare.co.jp/service/research/woman/

■調査概要

調査対象 サンプル	40～59 歳の女性 ・スクリーニング調査:10,390 サンプル ・本調査 ・更年期症状の対処者:228 サンプル ※OTC（一般用医薬品）やサプリメントでの対処者 ・更年期症状の未対処者:737 サンプル
--------------	---

調査方法	インターネット調査
調査項目	・1年以内経験症状 ・更年期が影響していると思う症状 ・具体的なお困りごと ・更年期症状に関するエピソード ・各症状の生活支障度合い ・対処方法 ・対処カテゴリの選択理由 ・対処開始後の変化 ・対処していない理由 ・更年期の認知・理解 ・更年期訴求商品への期待 ・症状改善後に期待するベネフィット ・閉経状況 - など
調査実施期間	スクリーニング調査:2025/1/31(金)～2/4(火) 本調査:2025/2/10(月)～2/12(水)

【株式会社インテージヘルスケア】 <https://www.intage-healthcare.co.jp/>

株式会社インテージヘルスケアは、医療・ヘルスケア領域のマーケティングリサーチとデータサイエンスサービスをコアビジネスと位置付けています。インテージグループのヘルスケア領域を担う各社※と一体となり、データ分析・活用によるソリューションを提供。ヘルスケア領域のあらゆる課題に対して、「医療消費者」起点のデータの価値化による、最適な意思決定をサポートしていきます。

※ 株式会社協和企画、株式会社インテージリアルワールド、株式会社プラメド、Plamed Korea Co., Ltd.

【本調査に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージヘルスケア ヘルスケアマーケティング部 コンシューマ マーケティング担当
 氷高(ひだか)、上野(うえの)、椎塚(しいづか)
 TEL: 03-5294-8393(代)
 E-mail: ihc-ch-magazine@intage.com

【報道関係のお問い合わせ先】

■株式会社インテージヘルスケア 経営企画部 広報担当 深谷(ふかや)
 TEL: 03-5294-8393(代)
 E-mail: pr-ihc@intage.com