

2023年11月吉日

**TBWA HAKUHODO と博報堂 Woman Wellness Program の共同実施による  
「更年期に関する生活者意識調査ソーシャルリスニング編」を公開  
～「更年期」に関するX 言及量は10年で約2.3倍に増加し、  
「仕事」など更年期との日常的な向き合い方に関心高まる～**

株式会社 TBWA HAKUHODO（本社：東京都港区、代表取締役社長兼 CEO：今井明彦、以下 TBWA HAKUHODO）は、株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：水島正幸）の社内横断プロジェクト「博報堂 Woman Wellness Program」と共同で、10月18日～24日の「メノポーズ週間」を機に、女性の更年期に関する生活者の意識や SNS 利用者の声を分析する“ソーシャルリスニング”を通じた実態調査「更年期に関する生活者意識調査 ソーシャルリスニング篇」を公開しました。

少子化対策の重要な打ち手のひとつとされる女性活躍ですが、月経や PMS（月経前症候群）、不妊、妊娠・出産・産後の不調、更年期など年代やライフステージで特有の健康課題が大きな障壁となっています。当社のマーケティング戦略組織で、SNS 利用者の声を分析する“ソーシャルリスニング”を通じて生活者および市場の調査行「65dB（デシベル） TOKYO」と「博報堂 Woman Wellness Program」は、女性たちのライフステージごとに異なる健康課題に対する関心の高まりを受け、今回のソーシャルリスニング実施に至りました。

本調査では、更年期に関する話題は年々増加傾向にあることや、根本治療にとどまらず、生活面やメンタル面でも女性たちをサポートする商品・サービスの拡大が求められていることが明らかになりました。

#### 【調査結果サマリー】

- ① 更年期に関する X（旧 Twitter）言及量は、2012 年から 2022 年にかけて 227% に増加。メディア・タレントによるカミングアウトなどがソーシャル上で注目され、更年期に関する全体言及量の増加に影響している。
- ② 更年期の「具体症状・原因」に関する言及量は全体言及量のうち 48.6% と過半数を占めるが、2012 年の言及ボリューム 74.8% と比較すると、全体言及量に占める割合は減少。更年期に関する言及のテーマは多様化し、言及ボリュームが増加したテーマ上位は、「メディア・ニュース」+9.1pt、「対症療法」+5.3pt、「仕事・キャリア」+9.8pt
- ③ 更年期の「仕事・キャリア」に関する言及ボリュームは、退職関連の話題を中心に直近 10 年で 5.8 倍に増加。
- ④ 更年期の「仕事・キャリア」に関する言及のうち、2012 年は「身体的不安」や「精神的不安」が 98.1% を占めていたが、2022 年は「職場環境や周囲の理解」「人間関係」などの話題にも広がりを見せている。

TBWA HAKUHODO は、ビジネスにおける局面でヒントとなるソーシャルボイスを分析し、発信してまいります。

## 【調査結果詳細】

■ 更年期に関する X (旧 Twitter) 言及量は、2012 年から 2022 年にかけて 227% に増加。

「更年期」に関する言及量の推移



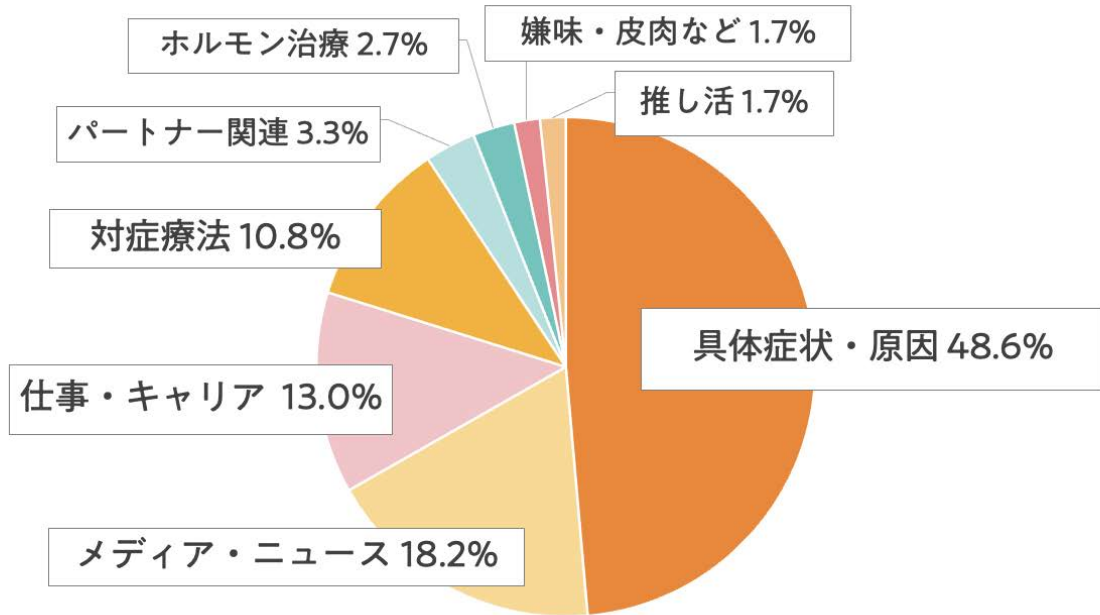
※ 「更年期」「更年期症状」などのキーワードを含む投稿を収集（リポストも含む）

※ 具体キーワード「更年期・更年期症状/障害/防止/予防」

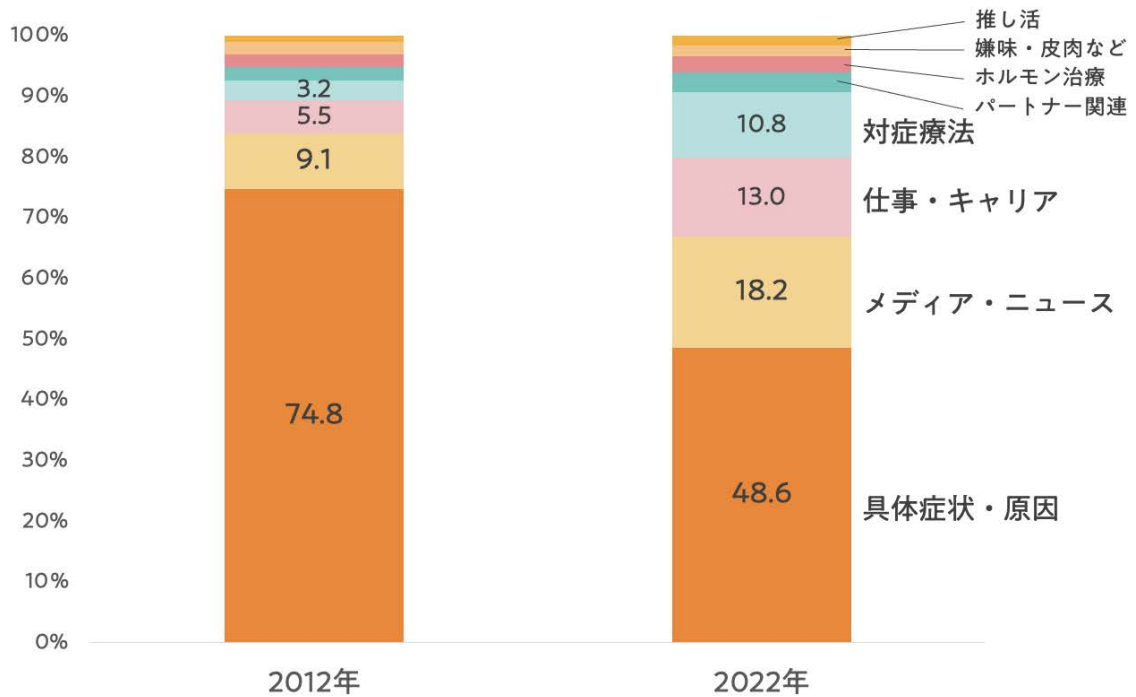
タレントによる早期閉経のカミングアウトやメディアが取り上げる更年期に関する特集などに注目が集まっており、SNS 上で目につきやすく、さまざまな議論が生まれている。

■ 更年期の具体症状や原因に関する言及量は全体言及量のうち 48.6% と過半数を占めるが、2012 年の言及ボリューム 74.8% と比較すると、全体言及量に占める割合は減少。更年期に関する言及のテーマは多様化し、言及ボリュームが増加したテーマ上位は、「メディア・ニュース」+9.1pt、「対症療法」+5.3pt、「仕事・キャリア」+9.

## 「更年期」に関する内容別の言及ボリューム（2022年）



## 「更年期」に関する内容別の言及ボリューム比較（2012年／2022年）



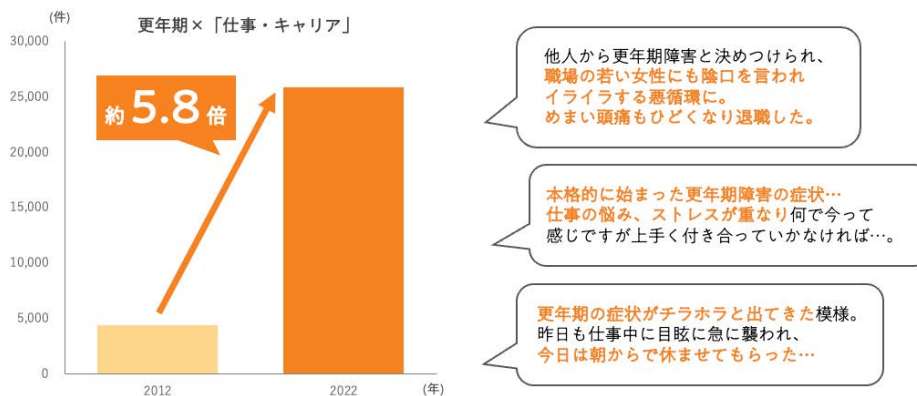
※ 「更年期」「更年期症状」などのキーワードを含む投稿（リポストも含む）の中から、

それぞれのテーマのキーワードを含む投稿（リポストも含む）の数の合計を母数とし割合として算出

2012年と2022年の言及ボリュームで比較すると、全体言及量に占める割合が最も伸びたのは「メディア・ニュース」となった。情報番組や報道番組などマスメディアを中心に更年期症状を取り巻く問題を積極的に発信するようになっており、ソーシャル上での発話促進に大きく貢献している。他に、全体言及量に占める割合が増加した「対症療法」では、サプリメントや自律神経を整えるアロマオイル／アロマセラピー、眠り薬やワインなどの言及が増えており、カジュアルで手に取りやすい対処法に広がりを見せている。また、更年期世代女性への皮肉や誹謗中傷に関する言及割合は微減、夫婦仲などの「パートナー関連」の話題や「推し活」を絡めた話題は微増となった。

- 更年期の「仕事・キャリア」に関する言及ボリュームは、退職関連の話題を中心に直近10年で5.8倍に増加

## 「仕事を退職した」「仕事を休んだ」など仕事関連の話題が増加

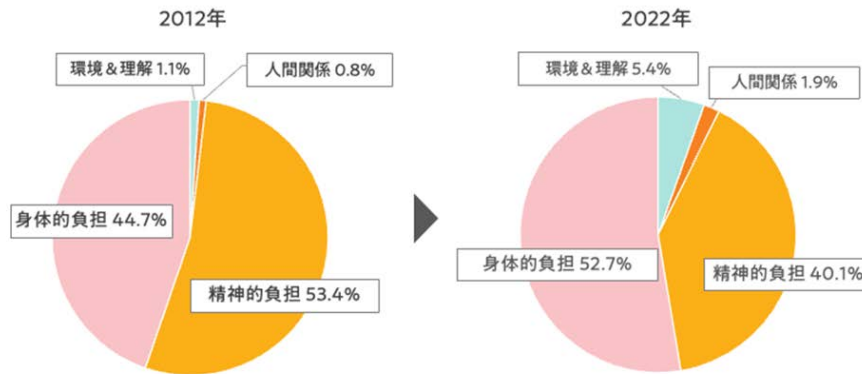


※「更年期」「更年期症状」と「仕事関連」の両方のキーワードを含む投稿（リポストも含む）の中からそれぞれのテーマのキーワードを含む投稿（リポストも含む）の数の合計を母数とし割合として算出

※具体キーワード「更年期・更年期症状・更年期障害」 AND 「仕事・キャリア・働き方・職場など」

- 更年期の「仕事・キャリア」に関する言及のうち、2012年は「身体的不安」や「精神的不安」が98.1%を占めていたが、2022年は「職場環境や周囲の理解」「人間関係」などの話題にも広がりを見せている

## Xにおける「更年期」×「仕事」に関する発話の内訳



※「更年期」「更年期症状」と「仕事関連」の両方のキーワードを含む投稿（リポストも含む）の中から

それぞれのテーマのキーワードを含む投稿（リポストも含む）の数の合計を母数とし割合として算出

※具体キーワード「更年期・更年期症状・更年期障害」 AND 「仕事・キャリア・働き方・職場など」 に掛け合わせ

精神的負担：いらいら・不安・メンタル・精神的・心的・心理的・パニック

身体的負担：体調不良・不調・症状・痛い・不眠・めまい・動悸・ホットフラッシュなど

環境&理解：休暇・制度・会社/社会/企業からの理解・休めない

人間関係：人間関係・対人関係・嫌がらせ・同僚/上司/部下との関係

2012年は、めまいなどの諸症状に悩む「身体的負担」と、仕事上のイライラやストレスと戦う「精神的負担」を訴える声で占めていたが、2022年では精神的負担がさらに細分化。職場環境の整備や同僚など周囲への理解を求める声が4.3pt、人間関係に悩む声が1.1pt増加。働くミドル世代女性が増加するなかで、更年期症状と仕事の両立における悩みは今後さらに増加すると考えられる。

### 【調査概要】

「更年期に関する生活者意識調査」vol.3 ソーシャルリスニング編

実施時期：2023年7月

調査実施対象期間：2012年1月1日～2022年12月31日

調査方法：ソーシャルリスニング（ツール名：Brand Watch）

調査対象：X（旧 Twitter）

調査機関：65dB（デシベル） TOKYO

## 【ウェビナー開催のご案内】

「更年期に関する実態レポート」に関する詳細は、博報堂が運営するポータルサイト「BIZ GARAGE」主催のウェビナーにてご説明いたします。更年期に関する商品・サービス・事業開発領域におけるヒントやソリューションに関心のあるご担当者様はぜひご参加ください。



## “メノポーズ・マーケット”の未来

女性の更年期 —ガマンの時代から、前向きな気づきの時代へ—

2023.11.2 THU 15:00~16:00

博報堂

TBWA HAKUHODO



安並 まりや



白根 由麻



前田 将吾



下萩 千耀



足立 紗希



増田 実紗

イベント： “メノポーズ・マーケット”の未来 女性の更年期 —ガマンの時代から、前向きな気づきの時代へ

日時： 2023年11月2日（木）15:00~16:00

参加方法： 事前登録制 ※無料

詳細： <https://www.bizgarage.jp/webinar/20231102>

### ■博報堂 Woman Wellness Program について

女性の健康課題に着目し、女性たち一人ひとりがワークライフバランスを保ち、長く心地よく働き、生きていくことができる社会を目指して、クライアント企業の事業・サービス支援を行っていく社内横断プロジェクト。博報堂ビジネス開発局、博報堂キャリアジョ研プラス、博報堂シニアビジネスフォース 新しい大人文化研究所、博報堂ブランド・イノベーションデザイン局のメンバーを中心に、マーケティング・ブランディング、PR、ビジネス開発、クリエイティブなど、女性特有の健康課題に関する知識を持つ社員で編成。社外のコミュニティや有識者を巻き込んだマルチステークホルダー型で、事業・サービス開発支援、マーケティング支援などを行います。

「更年期に関する生活者意識調査」 vol.1 自覚の実態編

<https://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2023/10/202310181300-1.pdf>

「更年期に関する生活者意識調査」 vol.2 付き合い方編

<https://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2023/10/202310201000-2.pdf>

#### ■65dB TOKYO について

「65dB」は、2018年にTBWAグループに加入した、フランスを拠点とするマーケティングカンパニーです。人々が通常の会話で発する音声の強さ（65デシベル）をグループ名とするこの組織は、ソーシャルボイスの分析結果を元にした企業のマーケティング支援を展開することを主力事業としており、パリ、東京、上海、ニューヨーク、ムンバイ、サンパウロ、ジャカルタおよびドーハに拠点を置いています。65dB TOKYOはTBWA HAKUHODO傘下に組織を置くことで、TBWA HAKUHODOのグローバルレベルのクリエイティブチームとも連携し、マーケティングプロセスをワンストップで支援することも可能です。65dB TOKYO: <http://65db.jp/>

#### ■TBWA HAKUHODO (TBWA 博報堂) について

2006年に博報堂、TBWAワールドワイドのジョイントベンチャーとして設立された総合広告会社です。博報堂のフィロソフィーである「生活者発想」「パートナー主義」とTBWAがグローバル市場で駆使してきた「DISRUPTION®」メソッドを中心とした独自のノウハウを融合。質の高いソリューションを創造し、クライアントのビジネスの成長に貢献します。

「DISRUPTION®」は既存概念に縛られず、常識を壊し、新しいヴィジョンを見いだすTBWA\HAKUHODOの哲学です。マーケティングに限らず、ビジネスにおけるすべての局面でディスラプションという新しい視点を武器に事業やブランドを進化させるアイデアを生み出します。 <https://www.tbwahakuhodo.co.jp>