

「自分の目で見て知ることで、タブー視から脱却」と社員の声 「J:COM meets Femtech!」 男性社員が発起人、ボトムアップ型フェムテックイベントを初開催

JCOM 株式会社 (J:COM、本社: 東京都千代田区、代表取締役社長: 岩木陽一) は、従業員向けフェムテック・フェムケア イベント「J:COM meets Femtech!」を、2024年3月18日(月)に本社オフィスにて開催しました。



伊藤千晃さんと推進メンバー



展示会の様子

本イベントは、家族の健康課題に直面した男性社員が発案し、有志社員 16 名の自発的な活動・推進により実現したものです。事前に社内にて実施したアンケートによると、健康不調を感じたことがある女性従業員は約 8 割に達する一方、解決方法としては「市販薬を利用する(29%)」について「我慢する(25%)」が高く、またフェムテックの認知度が半数を下回るなど、女性が生き生きと安心して働ける環境への課題がありました。

“一人ひとりが自分や周囲の人たちの健康に向き合ってほしい”という推進メンバーの想いから、従業員向けウェルビーイングの向上はもちろん、フェムテック市場を知り新たな事業を考えるきっかけづくりの場として開催し、従業員約 110 名が参加しました。

またイベントには、元 AAA でフェムテック分野の積極的な発信を続ける伊藤千晃さんにもご参加いただき、推進メンバーとの意見交換を行いました。

<社内アンケート結果> ※回答総数: 800 件

回答者の男女比: 女性 46%(368 件): 男性 54%(432 件)


フェムテックの認知度: 知らなかった 67%、知っていたが製品は使ったことが無い 27%、知っていて使ったことがある 4%

関心の高い健康課題(上位 3 つ): 更年期 54%、女性特有疾患 42%、メンタルヘルス、PMS・生理 37% ※複数回答

健康課題における不調を感じたことがあるか(女性回答者のみ): YES 79%

健康課題やモヤモヤにどう対処するか: 市販薬 29%、我慢する 25% ※複数回答

<イベント概要>

| | |
|--------|--|
| イベント名 | 「J:COM meets Femtech!」 |
| 開催日時 | 2024年3月18日(月)13時～18時 |
| 会場 | JCOM株式会社 丸の内オフィス (東京都千代田区丸の内1-8-1 丸の内トラストタワーN館 3F) |
| 参加人数 | 110名 |
| 出展数 | 40品(うち日本未上陸製品4品) |
| イベント構成 | <p>【セミナー】13:00～14:00 テーマ: 「自分自身や周囲がよりよく働くためのヒント」 登壇者: fermata (フェルマータ)株式会社 セールスマネージャー／森本 将也氏</p>  <p>【展示会】13:00～18:00 日本未上陸商品を含むフェムテック・フェムケア製品やメンテック製品の紹介と啓蒙コンテンツの展示</p> <p>個人によっては、受容度が異なることにも配慮して、展示会は一部を女性限定の時間に、セミナーは後日アーカイブ配信を行い個人で受講できるようにするなど、心理的負担を軽減し安心して学べる環境づくりを行っています。</p> <p>※本イベントは日本・アジアのフェムテック市場を牽引するfermata株式会社(フェルマータ、本社:東京都港区、代表取締役CEO:杉本亜美奈)の企画・運営協力のもと開催しました。</p> |

<伊藤千晃さんコメント>

Q:本イベントを体験されていかがでしたか。

A:「新しいプロダクトが理解しやすくカテゴライズされていて、展示から主催者のメッセージが伝わりました。男性の健康課題をテクノロジーで解決する機器をメンテックとして紹介したり、セミナーでも様々な社員の方から質問が出ていたり、感度も高く驚きました。」

Q:従業員に向けてこのようなイベントを開催する企業についてどのように思われますか？J:COMの推進メンバーの想いを聞いて感じるものがあればお聞かせください。

A:「男性が発案者と聞いて、女性のつらさに気付き寄り添ってくれたことが女性として嬉しいし、希望があると感動しました。私が所属する会社でも周囲のスタッフさんは変わってきましたが、会ったことがない人に伝えるのは難しいのが現状です。社員の方が自らプロジェクトを進めてイベントまで開催したのを見ると、進んでいるなと感じます。実際にトップの方がイベントに足を運んで、女性の健康課題に目を向けていたのも特別なことなので、会社全体で課題を解決しこれが社会全体に広がり、“頑張ること”ではなく“当たり前”の世の中になってくれたらいいなと。海外ではフェムテック商品が無償で提供される国もあり、こういった企業の動きから国が変わっていく可能性があると思います。」

Q:「女性の働きやすさ」の向上に、フェムテック・フェムケアが果たす役割と現在の課題をどのようにお考えですか。

A:「私自身、ライブをする時はフェムテックの力を借りて良いパフォーマンスができていますし、体が健康で良い状態であれば、仕事も子育ても前向きになれると実感しています。仕事の質が上がれば会社に貢献できるので、良い流れが世の中に広がって欲しいですね。課題としては、流行っているからとワードが一人歩きして話題になるのではなく、男性にも本当の中身を知ってもらって、当たり前で理解してもらえる環境を作ること、発信していくことだと思っています。」

<J:COM 社員コメント>

JCOM 株式会社 経営企画部 鈴木直也（発案者）

「同僚の女性が PMS の症状で出勤できなかったことや、家族が婦人科系の疾患で手術をしたことがあり、テクノロジーの力で症状が緩和されたり、疾患の早期発見につながったりするのではないかと考えました。ウェルビーイングの実現はもちろん、事業機会を考える場になればと思い開催しましたが、このイベントをきっかけに、自社にとどまらず働くすべての人に情報を届けていけたらいいなと思っています。今後も若手社員がポジティブに新しいムーブメントを起こせる文化を、会社全体で作っていきたいです。」

JCOM 株式会社 ビジネス開発第一部 小橋奈那（推進メンバー）

「『知る』ことは、選択肢を広げることだと思っています。一人ひとりの心と身体が違うように、その人に合ったケア方法も異なります。知った上で使う・使わない選択が出来るよう情報を発信し続けていきたいです。J:COM は、自治体や学校と連携して子どもたちに向けた ICT リテラシー向上を図る教室を開いています。個人的には、フェムテック・フェムケアの分野も同様の機会を設けて、若いうちから自分たちの体を知る場を提供していけたらと考えています。」

<イベント来場社員の感想>

ビジネスイノベーション部門（30代、女性）

「これをきっかけに自社が業界をリードできる企業になっていけたら嬉しいです。ヘルスケア分野において、女性利用者の立場で事業化を検討できたらいいなと思いました。」

経営企画部門（40代、男性）

「展示を見ること自体がハラスメントになるのではないかと、下着を自分が触ってもいいのか、と不安に思っていました。実際に自分の目で見て知ることで、タブーではないのだなと実感できました。」

<企画・運営支援 フェルマータコメント>

fermata 株式会社 取締役 村上茉莉

本イベントの推進メンバーである鈴木さんたちとはじめてお会いしたのは、昨年末、弊社が経済産業省で行った展示会場でのことでした。社内の課題を適切に見つめ、出来ることから行動を起こそうとする、前向きで熱い想いに共感したことを覚えています。そこから約3ヶ月、その熱量がJCOM様社内でも急速に広がっていく様子を目撃しました。このイベントを第一歩として、次、さらにその次へと共に歩んでいけることを楽しみにしております。

JCOM 株式会社について <www.jcom.co.jp/>

JCOM 株式会社(ブランド名 J:COM、本社:東京都千代田区)は、1995年に設立された国内最大手のケーブルテレビ事業・番組供給事業統括運営会社です。ケーブルテレビ事業は、札幌、仙台、関東、関西、九州・山口エリアの11社65局を通じて約567万世帯のお客さまにケーブルテレビ、高速インターネット接続、電話、モバイル、電力、ホームIoT等のサービスを提供しています。ホームバス世帯(敷設工事が済み、いつでも加入いただける世帯)は約2,237万世帯です。番組供給事業においては、14の専門チャンネルに出資及び運営を行い、ケーブルテレビ、衛星放送、IPマルチキャスト放送等への番組供給を中心としたコンテンツ事業を統括しています。

※世帯数は2023年9月末現在の数字です。