

## ヘルスケア特別対談

日本ヘルスケア協会・今西信幸会長×ウーマンズ・阿部エリナ代表

# ヘルスケア市場、女性マーケティングで見えるもの

ドラッグストアの顧客の約6割が女性。ライフスタイルによって価値観やニーズ、消費行動もさまざま。一方、企業体としては男性社会と言え、女性のヘルスケアをも担うドラッグストアは、さらに「女性理解」のマーケティングが求められている。そこで今回は、女性ヘルスケア市場専門の情報サービス業、ウーマンズ（東京都江東区）の阿部エリナ代表取締役を迎え、日本ヘルスケア協会（JAH）の今西信幸会長が、ヘルスケア市場における女性マーケティングについて聞いた。

## ウーマンズ設立時に感じた女性マーケットの課題

今西 「ウーマンズ」を設立した背景と現在の取り組みについてお聞かせください。

阿部 今後の市場性を見たときにヘルスケアが伸びるだろと思い、20代で起業しました。さらに、女性に絞ることで私どもの強みを出していけるだらうと思ったのです。

創業当時、3つの課題を感じていました。1つは、マーケットにおいても日本の社会においても、女性視点が抜けているということ。決定権はおおむね男性にあるし、商品開発や販売戦略でみても女性の視点が欠けているといったことです。2つ目は、性差ヘルスケアの概念が企業・業界全体で不足しているということ。3つ目は、女性向けのヘルスケア商品やサービスが、それを必要とする女性に、適時適切にリーチしていないということ。

今西 ジェンダー格差、社会の意識を変えるためには、教育が重要ですね。さて、ウーマンズの取り組みとしては、実際どんな事例があるのでしょうか。

阿部 先ほど申し上げましたように情報・商品・サービスの女性へのリーチ率をいかに高めるかということをビジョンに掲げています。お取引様の中でNBですら「商品が（女性消費者に）届かない」という声をお聞きします。女性ニーズの多様化、消費行動などの変化のスピードが速まっていることもあり、マーケット

そこで事業の方向性を、企業各社のヘルスケア商品・サービス・情報の、女性生活者へのリーチ率向上に置き、今も取り組んでいるところです。

今西 更年期という問題では、男性にもありますね。ただ、男性であるがゆえに言えないとか、やる気がないと捉えられたりするとか、男性もつらいところです。

阿部 女性の更年期対策と市場は、4年前から、一気に進んできたと言えます。それまでは一部のメーカーが商品を出していった程度。その意味では、男性の更年期対策はこれから市場といえるのではないかでしょうか。

ただ、女性の場合、月経が始まる10代の頃から、PMSでやる気が出ないなどの不調がありますし、更年期の不調も加えると、その苦しみや悩みは深く、長いという点で、やはり男性とは違うと思います。

## 「商品」「情報」「サービス」女性リーチ率を高める

今西 ジェンダー格差、社会の意識を変えるためには、教育が重要ですね。さて、ウーマンズの取り組みとしては、実際どんな事例があるのでしょうか。

阿部 先ほど申し上げましたように情報・商品・サービスの女性へのリーチ率をいかに高めるかということをビジョンに掲げています。お取引様の中でNBですら「商品が（女性消費者に）届かない」という声をお聞きします。女性ニーズの多様化、消費行動などの変化のスピードが速まっていることもあり、マーケット

ニーズ、消費行動もさまざま。一方、企業体としては男性社会と言え、女性のヘルスケアをも担うドラッグストアは、さらに「女性理解」のマーケティングが求められている。そこで今回は、女性ヘルスケア市場専門の情報サービス業、ウーマンズ（東京都江東区）の阿部エリナ代表取締役を迎え、日本ヘルスケア協会（JAH）の今西信幸会長が、ヘルスケア市場における女性マーケティングについて聞いた。

## 先人のいない新産業 連携を誓う

### ウーマンズ

ヘルスケア企業の女性マーケティングをサポート。強みは、女性ヘルスケア市場に特化して企業支援を行ってきた豊富な実績と、女性生活者の継続的な調査研究・分析により蓄積した知見とノウハウ。多様化・複雑化・高度化が進む女性向けヘルスケアビジネスの課題を解決している。



阿部エリナ氏

日本ヘルスケア協会会長  
今西信幸氏

### 世界経済フォーラム 「ジェンダー・ギャップ指数 2020」

	国名	指數
1	アイスランド	0.877
2	ノルウェー	0.842
3	フィンランド	0.832
10	ドイツ	0.787
15	フランス	0.781
21	英国	0.767
53	米国	0.724
106	中国	0.676
108	韓国	0.672
121	日本	0.652

世界経済フォーラムが2019年12月に発表。経済、政治、教育、健康の4つのデータから男女格差を測る。今回、日本は過去最低で、経済分野での女性管理職の少なさが影響した

## 連携して「新たな道」を築くべきヘルスケア産業

今西 ヘルスケア産業には現在、担当省庁がないというのが実情です。我々は新しい産業を手掛けているという点で、先人のいない産業を創出していると言えます。ですから根柢、エビデンスに基づいたマーケットをつくっていく必要があります。そんな中で、今後のヘルスケア市場における女性マーケティングの可能性について、お聞かせください。



講演会等で、女性ヘルスケア市場のトレンドを伝える機会も多い