

本状は GMO メディア株式会社、アサヒグループ食品株式会社、一般社団法人 幸年期マチュアライフ協会の共同プレスリリースです。
各社より重複して配信される場合がございますが、あらかじめご了承ください。

2025 年 10 月 17 日

報道関係各位

GMO 趣味なび株式会社
アサヒグループ食品株式会社
一般社団法人 幸年期マチュアライフ協会

ゆらぎを感じる 100%が「自分時間が大事」と回答 一方で約 7 割が感じる“理解不足”

～10/18「世界メノポーズデー」にあわせ女性の「ゆらぎ」に関する調査を実施～

GMO インターネットグループの GMO 趣味なび株式会社（代表取締役社長：伊東 祐輔 以下、GMO 趣味なび）、アサヒグループ食品株式会社（代表取締役社長：川原 浩 以下、アサヒグループ食品）、一般社団法人 幸年期マチュアライフ協会（代表理事：今井 麻恵 以下、幸年期マチュアライフ協会）は、10 月 18 日の「世界メノポーズデー」にあわせて、40 代から 50 代の女性 186 人を対象に「ゆらぎ世代の自分時間」に関する意識調査を実施しました。

その結果、40 代後半から 50 代前半を中心に女性の約 7 割が「ゆらぎ」を感じており、全員が「自分時間はゆらぎと付き合ううえで大事」と回答しました。自分時間の過ごし方では「旅行・おでかけ」（77.7%）や「家族・友人との交流」（74.4%）が上位に挙がり、人とのつながりやリフレッシュが中心であることが明らかになりました。

一方で、「職場や家庭でのゆらぎへの理解が浸透していない」と回答した人は 68.2%にのぼり、社会的な理解が不足している現状も浮き彫りとなりました。

3 社が共通の理念のもと連携、趣味や学び、健康サポートを通じて、ゆらぎ世代の女性が心身を整え、自分らしい人生をより楽しむための取り組みをさらに強化してまいります。

GMO 趣味なび株式会社

✓ 女性の「ゆらぎ」に関する調査

100%が
「自分時間が大事」
と回答

■ 調査サマリー

- ・「ゆらぎ」を実感する女性は 65.1%。特に 45～49 歳（75.8%）、50～54 歳（63.9%）で高い割合。
- ・「ゆらぎ」を感じ始めた年齢は 46～50 歳が最多（45.5%）。
- ・「自分時間が大事」と回答した人は 100%。
- ・自分時間の過ごし方 TOP3 は「旅行・おでかけ」（77.7%）、「グルメ・料理」（76.0%）、「家族・友人との交流」（74.4%）。
- ・職場や家庭で「ゆらぎ」への理解が浸透していない人は 68.2%。

■ 調査概要

調査対象：「趣味なび byGMO」掲載の趣味教室の先生・生徒

調査方法：インターネット調査

有効回答数：186 件

性別：女性

年代：40 代～50 代

調査期間：2025 年 9 月 5 日（金）～2025 年 9 月 24 日（水）

調査主体：GMO 趣味なび

■ 調査背景

女性は 40 代以降に心身の不調や気分の変動といった「ゆらぎ」を経験することが多いとされています。人生 100 年時代を迎える中で、この世代の女性が安心して暮らすためには、自身のセルフケアと同時に、家庭や社会全体での理解・サポートが不可欠です。

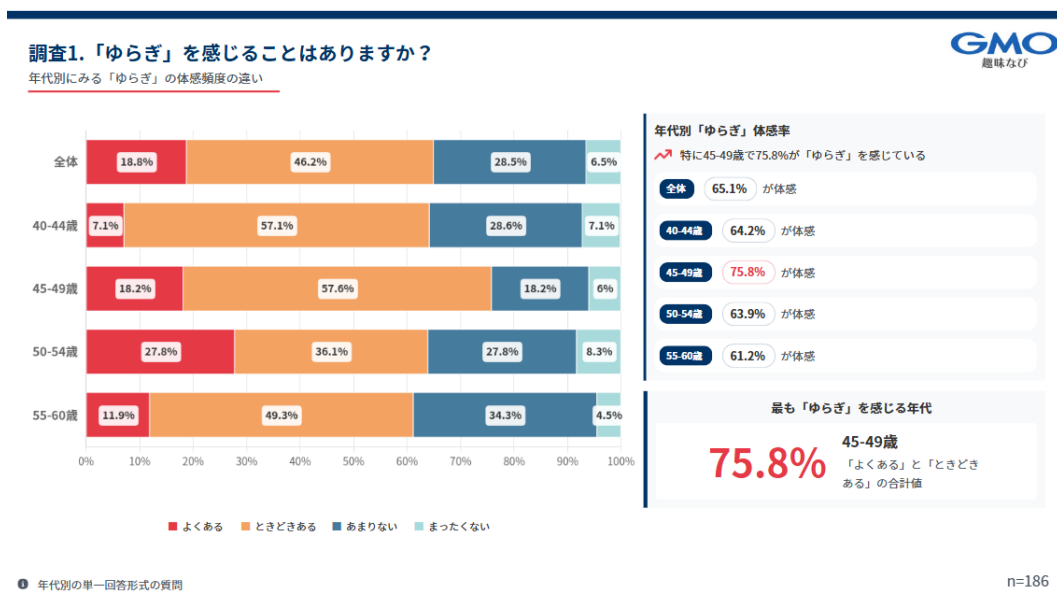
10 月 18 日は「世界メノポーズデー（World Menopause Day）」として、世界的に女性の健康課題への理解促進が呼びかけられる日です。

今回の調査は、ゆらぎ世代の女性における「自分時間」のあり方や社会的理解の現状を明らかにすることを目的に実施しました。

【調査結果】

調査 1：「ゆらぎ」を感じることはありますか？

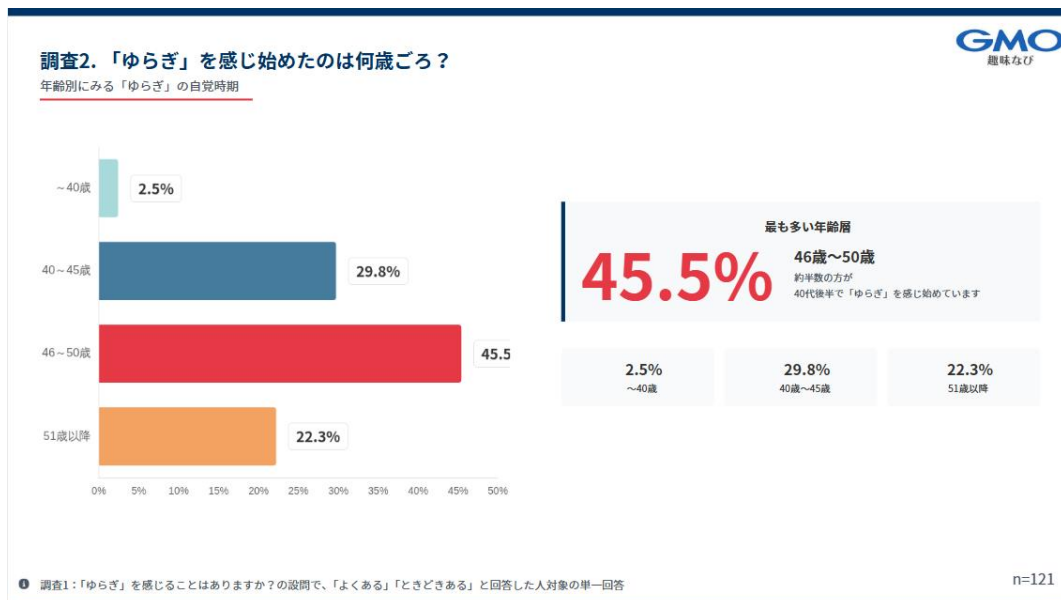
全体の 65.1% が「ときどきある」「よくある」と回答し、多くの女性が日常的に「ゆらぎ」を感じていることが分かりました。特に 45～49 歳では 75.8% と高く、40 代後半から 50 代前半にかけて意識されやすい傾向があります。



調査 2：「ゆらぎ」を感じ始めたのは何歳ごろですか？

（「ゆらぎ」を感じる事が「ときどきある」「よくある」と回答をした人に質問）

「46～50 歳」と答えた人が 45.5% と最多で、次いで「40～45 歳」（29.8%）となりました。多くの女性が 40 代後半に入る頃から「ゆらぎ」を自覚し始めていることがわかります。



調査 3：「ゆらぎ」と上手に付き合っていくうえで、「自分時間」が大事だと思いますか？

（「ゆらぎ」を感じる事が「ときどきある」「よくある」と回答をした人に質問）

「ゆらぎ」と向き合ううえで「自分時間が大事」と答えた人は 100% にのぼりました。自分の時間を持つことがセルフケアの必須要素であることが明らかになりました。

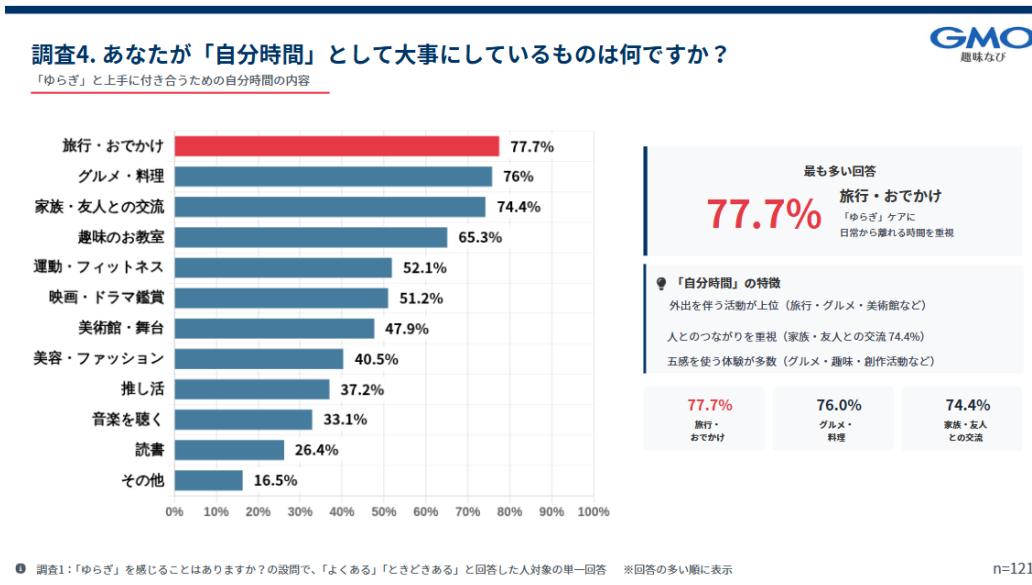


調査 4：あなたが「自分時間」として大事にしているものは何ですか（複数回答可）

（「ゆらぎ」と上手に付き合っていくうえで、「自分時間が大事」と回答をした人に質問）

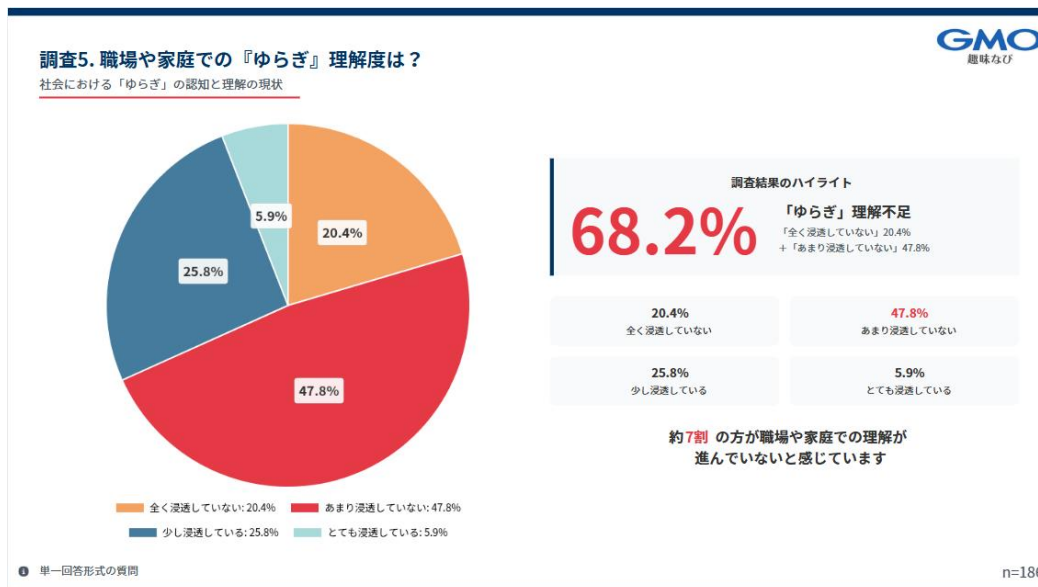
最も多いのは「旅行・おでかけ」（77.7%）、次いで「グルメ・料理」（76.0%）、「家族・友人との交流」（74.4%）。また、「趣味のお教室」（65.3%）や「運動・フィットネス」（52.1%）なども多く、

“人とのつながり”と“リフレッシュ”が自分時間の中心であることがわかりました。



調査5: あなたの職場や家庭内などで「ゆらぎ」に対する理解がどの程度浸透していますか？

「職場や家庭で『ゆらぎ』に対する理解が浸透していない」と答えた人は 68.2%となりました。セルフケアの重要性は認識されている一方で、社会や家庭におけるサポート体制が追いついていない実態が明らかになりました。



【総括】

今回の調査から、ゆらぎ世代の女性は40代後半～50代前半を中心に「ゆらぎ」を強く実感しており、セルフケアに欠かせない「自分時間」を旅行や人との交流といったリフレッシュ活動に充てていることが明らかになりました。

一方で、職場や家庭における「ゆらぎ」への理解は十分とは言えず、社会全体での認識向上が求められます。今後、各団体は調査結果をもとに啓発活動を推進し、ゆらぎ世代の女性が前向きに日々を過ごせる環境づくりを支援してまいります。

【共同調査の経緯】

40代後半から50代にかけて訪れる女性ホルモンの減少に伴う「ゆらぎ」において、体調の変化や精神

的な揺らぎを感じる女性が増えています。こうした時期も「つらい時期」と捉えるのではなく、前向きに過ごしてほしいという思いを持つ3社による取り組みの一環です。

アサヒグループ食品は、「ゆらぎ世代の自分時間に寄り添う」がコンセプトにした商品「ララフェム」などの提供を通してウェルビーイングに貢献する取り組みを推進しています。

■「ララフェム」について

「ララフェム」は、年齢とともに変化するゆらぎ世代の女性が、毎日楽しく、自分らしく輝けるように応援したいという思いから誕生した商品です。大豆イソフラボンとアサヒグループ独自素材の乳酸菌 CP2305などを配合し、生活スタイルに合わせて選べる粒タイプとゼリータイプで展開します。

<商品画像>



<ララフェム シトラスミックスの香り>

- ・シトラスミックスの香りがついた粒タイプのサプリメントです
- ・2粒あたりに、大豆イソフラボン 25mg^(※1)、乳酸菌 CP2305 100億個、カルシウム、V.B₂、V.C、V.Dを配合しました
- ・手軽に毎日続けたい方におすすめです

<ララフェム ゼリー ピーチティー風味>

- ・ピーチティー風味のゼリータイプのサプリメントです
- ・1本当たりに、大豆イソフラボン 20mg^(※1)、乳酸菌 CP2305 100億個、カルシウム、V.D、ヒアルロン酸、ローズエキスを配合しました
- ・デザート感覚でおいしく手軽に摂りたい方におすすめです

(※1) アグリコンとして

幸年期マチュアライフ協会は、ゆらぎ世代がより快適で充実した日々を送るための情報発信や支援活動を行っています。

GMO 趣味なびは、全国の教室ネットワークや趣味・学びの機会を通じて、人々の「夢中になれる時間」を提供してきました。

3社が共通の理念のもと連携、趣味や学び、健康サポートを通じて、ゆらぎ世代の女性が心身を整え、自分らしい人生をより楽しむための取り組みをさらに強化してまいります。

【GMO 趣味なびについて】（URL : <https://shuminavi.co.jp/>）

GMO 趣味なびは、約 290 ジャンル全国 20,000 を超える趣味の教室をネットワークしており、『「夢中」があふれる世界を創る』を理念に掲げ、人生 100 年時代の生きがい寿命®延伸に貢献することを目指しています。趣味と学びの「体験」&「教室」さがしのプラットフォーム運営事業や、高齢者に向けたフレイル^(※2) 予防や生きがい創出を目的としたレッスン運営事業（オンライン・リアル）、講師と企業のマッチング事業などを提供しています。

(※2) フレイルとは、健康な状態と要介護状態の中間の段階のことです。

【アサヒグループ食品について】（URL : <https://www.asahi-gf.co.jp/>）

アサヒグループ食品は、長期ビジョン『私たちは「おいしさ+α」を追求し、「心とからだの健やかさ」の実現に貢献する企業を目指します』を掲げて、『菓子、健康食品、サプリメント、乳幼児用粉ミルク、ベビーフード、介護食品・用品、フリーズドライ食品、食品原料』などのおいしさと特徴を持った商品ラインアップを展開しています。商品を通じてさまざまな社会課題を解決し、お客様の心とからだの健やかさの実現に貢献します。

【幸年期マチュアライフ協会について】（URL : <https://www.maturelife.org>）

幸年期マチュアライフ協会は、男女マチュア世代の「更年期のウェルビーイング」のために設立。更年期を「人生の次へのステップ」と捉え、「更年期」における「不」の解消と、その先にある「幸年期＝健幸ウェルビーイング」の実現に向け、アクションに導く価値提案を行い、気持ち・暮らしを変える活動をサポートしております。また、更年期の不調でマイナスの影響が起こる「更年期ロス」のない社会の実現を目指し、企業を中心にセミナーワークショップを実施しております。

以上

【報道関係お問い合わせ先】

- GMO メディア株式会社
コーポレート部 広報担当 黒田
TEL : 03-5456-2626
E-mail : pr@gmo.media

- GMO インターネットグループ株式会社
グループ広報部 PR チーム 小犬丸
TEL : 03-5456-2695
問い合わせフォーム :

<https://www.group.gmo/contact/press-inquiries/>

【本件に関するお問い合わせ先】

- GMO 趣味なび株式会社
セールス&マーケティング部 黒柳
TEL : 03-6459-4879
E-mail : info@shuminavi.co.jp

【GMO 趣味なび株式会社】 (URL : <https://shuminavi.co.jp/>)

会社名	GMO 趣味なび株式会社
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 伊東 祐輔
事業内容	■ 教室・講師運営支援
資本金	8,100 万円

【GMO メディア株式会社】 (URL : <https://www.gmo.media/>)

会社名	GMO メディア株式会社 (東証グロース市場 証券コード : 6180)
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 森 輝幸
事業内容	■ メディア事業 ■ ソリューション事業
資本金	7 億 6,197 万円

【GMO インターネットグループ株式会社】 (URL : <https://www.group.gmo/>)

会社名	GMO インターネットグループ株式会社 (東証プライム市場 証券コード : 9449)
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役グループ代表 熊谷 正寿
事業内容	持株会社 (グループ経営機能) ■ グループの事業内容 インターネットインフラ事業 インターネットセキュリティ事業 インターネット広告・メディア事業 インターネット金融事業 暗号資産 (仮想通貨) 事業
資本金	50 億円

※記載されている会社名・製品名は、各社の商標、もしくは登録商標です。

Copyright (C) 2025 GMO Shuminavi, Inc. All Rights Reserved.