

**キューサイとパナソニック、女性特有の健康課題による
企業課題の解決に向けた共同実証を開始**
体調ナビゲーションサービス「RizMo」を活用した福利厚生サービスを検証



キューサイ株式会社（以下、キューサイ）とパナソニック株式会社（以下、パナソニック）は、女性特有の健康課題の解決促進を目的とした実証に共同で取り組みます。本実証では、キューサイの女性社員27名を対象に、パナソニックが展開する体調ナビゲーションサービス「RizMo（リズモ）」を提供。さらに、女性の健康サポートを軸にさまざまなサービスを提供する株式会社ファミワンの相談サービスや教育コンテンツも活用し、参加者自身の体調への理解促進、ヘルスリテラシー向上、行動変容の支援などを行います。なお、本取り組みは、パナソニックが経済産業省「令和7年度 フェムテック等サポートサービス実証事業」を通じて得た知見を基盤に設計したものです。

近年、女性の就業環境やキャリア形成を支える観点から、女性特有の健康課題への対応は企業にとって重要なテーマとなっています。経済産業省は、こうした健康課題による社会全体の経済損失を年間約3.4兆円と試算しており、欠勤、パフォーマンス低下、離職などを通じて企業活動にも影響を及ぼすとしています^{※1}。また、女性活躍推進法の改正により、女性活躍の推進にあたっては「女性の健康上の特性」に配慮することが基本原則として明記されるなど、職場における女性の健康課題への取り組みが一層求められています^{※2}。

キューサイはウェルエイジング（年齢を重ねることを前向きにとらえ、こころ豊かに生きること）を企業ミッションとして、2026年4月、「責任世代」の女性たちを応援するため、44歳からのゆらぎをケアする新ブランド「f44（エフ フォーティ フォー）」を立ち上げ、フェムケア事業に本格参入しました。社員の約58%^{※3}を女性が占めるキューサイでは、フェムケア事業を推進するにあたり、まずは社員自身が女性の健康課題を正しく理解し、自分ごととして向き合うことが重要と考えています。

一方、パナソニックは、女性特有の健康課題を本人だけの問題ではなく、家族や社会全体で取り組むべき社会課題と捉え、2025年10月よりRizMoを展開しています。一人ひとりが自分のからだのリズムや日々のコンディションを把握し、よりよい生活習慣づくりにつなげられるよう支援してきました。

今回、女性特有の健康課題の解決に貢献したいという両社の思いが一致したことから、共同で本実証を実施することとなりました。

キューサイとパナソニックは、本実証を通じて、サービスの利用状況、満足度、健康に関する知識向上、行動や意識の変化など、RizMoの導入効果を確認します。そして今後も両社は女性の健康課題解決を軸として、ウェルエイジングな生き方を応援していきます。

【実証の概要】

本実証では、キューサイの社員にRizMoを提供し、月経リズムと連動する衣服内温度変化や睡眠状態の計測データをもとに、今日や先々の体調予測などを可視化して、参加者一人ひとりが自身の体調を把握できるよう支援します。さらに、ファミワンサービス^{※4}も活用し、体調理解の促進やヘルスリテラシー向上、行動変容の支援も行います。あわせて、アンケートを通じて、利用状況、満足度、健康に関する知識向上、行動や意識の変化など、RizMoの導入効果を確認します。

- ・ 対象者：キューサイグループの女性社員
- ・ 参加人数：27名
- ・ 実施時期：2026年6月から約5カ月間
- ・ 主な検証項目：
 1. サービス利用状況および満足度
 2. 健康に関する知識向上、体調理解、行動変容
 3. 意識変化や働き方への影響
 4. 企業向け福利厚生サービスとしての運用上の課題抽出

【各主体の役割】

■キューサイ株式会社

キューサイは1965年に福岡県福岡市で創業し、2025年10月で60周年を迎えました。人々のカラダとココロの健康や健康寿命の延伸に貢献したいと、ケールを原料とした青汁「ザ・ケール」をはじめとしたヘルスケア商品やスキンケア商品の事業領域を広げ、数多くの商品・サービスを世の中に展開してきました。2022年からは「心身のウェルエイジングを発展・普及させ、人々が前向きに歳を重ねられる世界を実現する。」をミッションに掲げ「ウェルエイジングカンパニー」を目指して企業活動に取り組んでいます。

本実証においては、以下を担います。

- ・ 参加者の募集およびアンケート調査の実施
- ・ ファミワンサービス^{※4}の提供

人生初を、いつまでも。



ウェルエイジングカンパニー

■パナソニック株式会社

パナソニックは、2026年4月1日、家電を中心としたくらし領域の事業に特化した新たな組織体制へと移行しました。「何気ない日常を、かけがえのない一日へ変えていく。」をミッションに掲げ、人々のくらしに新たな価値を創出し、一人ひとりがより豊かで充実した生活を送ることに貢献する製品・サービスを提供しています。

本実証においては、以下を担います。

- ・ RizMo の提供ならびにトータルサポート
- ・ RizMo 導入に関する効果検証
- ・ 企業向け福利厚生サービスとしての運用上の課題抽出

Panasonic

【担当者のコメント】

■キューサイ担当者

「なんとなく不調だけど、どうすればいいかわからない」—そんな女性に寄り添いたいという想いは、両社共通でした。私自身 RizMo を利用してみて、自分のリズムは思っていた以上に自分でもわかっていないと実感しました。女性のリズムやゆらぎを「見える化」することで、必要なケアが選びやすくなる。この体験は、フェムケアブランド f44 が目指す「自分の状態を知り、自分に合ったケアを選ぶ」という考え方とも重なります。弊社は f44 を「責任世代」の女性たちがいつまでも“今”を楽しみ、長きにわたって自分らしく活躍し続けられるよう、ウェルエイジングを象徴する代名詞の1つと位置付けています。今回の取り組みを通じて、女性が自分のカラダと気軽に向き合える社会づくりを、パナソニックとともに進めていきたいと思えます。

■パナソニック担当者

RizMo は、女性の体調のゆらぎを「見える化」し、一人ひとりが自分の状態を理解し、自分自身を大切にしながら、よりよい選択ができるよう支援したいという想いから開発してきました。これまでの“外側からのケア”に加え、データを通じて内側から寄り添う“インナーケア”の実現に挑戦しています。今回、フェムケア領域で新たな価値創出に取り組むキューサイと連携し、働く女性の福利厚生として検証を進められることに大きな意義を感じています。女性特有の健康課題は、個人の問題にとどまらず、社会全体で向き合うべきテーマです。本取り組みを通じて、誰もが無理なく自分のからだに向き合い、前向きに過ごせる社会の実現に貢献していきたいと考えています。

【体調ナビゲーションサービス「RizMo (リズムモ)」】

体調ナビゲーションサービス「RizMo (リズムモ)」は、就寝時にウェアラブルデバイス「リズムモニター」を装着することで、月経リズムと連動する衣服内温度と睡眠状態を計測し、専用アプリを通じて日々の体調予測や、一人ひとりに合わせた体調サポートアドバイスを提供するサービスです。自分のからだのリズムやコンディションを見える化し、健康的な生活習慣づくりを支援します。

なお、本サービスは疾病の診断、治療または予防を目的としたものではありません。



- ※1 経済産業省「女性特有の健康課題による経済損失の試算と健康経営の必要性について」
https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/downloadfiles/jyosei_keizaisonsuitsu.pdf
- ※2 厚生労働省「職場における女性の健康支援の取組のポイント」
<https://www.bosei-navi.mhlw.go.jp/health/business-efforts.html>
- ※3 2025年12月末時点
- ※4 法人の従業員向け福利厚生や自治体の住民向け支援を行うヘルスケアサポートサービス
<https://famione.com/benefit/>

【本件のお問い合わせ先、製品画像のご依頼など】

キューサイ株式会社 広報窓口

TEL : 092-724-0179 メールアドレス : koho@kyusai.co.jp

パナソニック株式会社 広報部

TEL : 03-3492-5638 メールアドレス : pchq_prstaff@ml.jp.panasonic.com