

# みんなの妊活

わたしのカラダ、わたしたちのウェルビーイング



ロート製薬では「ふたり妊活＝女性も男性も、パートナーと一緒に向き合い妊活すること」をブランドや企業活動を通して提唱しています。

「ふたり妊活」を引き続きサポートしつつ、妊活に取り組む人たちだけでなく、妊活・妊娠・出産を取り巻く、広く生活者のリアルな声やお悩みにもっと寄り添い、一緒に考えていきたい。多様な価値観・ライフスタイルの変化の中で、自分や自分たちを大事に思い、妊活前から心やカラダをケアし健康的に、自分らしく自分たちらしく生きていく、そんなウェルビーイングな社会がもっと当たり前になるように。そんな思いから、今年度、妊活白書のタイトルを「ふたり妊活のいま」から、「みんなの妊活」に変更いたしました。



## 調査実施の概要

### 調査の狙い

「妊活」を意識している既婚(子なし)層や、将来「妊活」を意識するだろう若年未婚層に対しての「妊活」に対する認識や意識、「妊活」に関する実態を定期的に観測することで、妊活に関する正しい情報提供や取り巻く環境整備の必要性を社会に発信・検討するための参考にする。

### 調査設計

#### [スクリーニング調査]

※スクリーニング調査データも集計し、調査結果データとして分析に活用

■調査対象:18~44才男女 ※未既婚、子どもの有無を絞らずに配信

■サンプル数:19,617サンプル

■調査地域:全国

#### [本調査]

##### 既婚男女

■調査対象:25~44才 既婚男女

子どもはいる ※ご自身あるいはパートナーが妊娠中の方は除く  
現在子どもを欲しいと思っている

■サンプル数:800サンプル

	25~29才	30~34才	35~39才	40~44才	計
男性	100	100	100	100	400
女性	100	100	100	100	400

##### 若年未婚男女

■調査対象:18~29才 未婚男女

子どもはいる ※妊娠中の方は除く

■サンプル数:400サンプル

	18~24才	25~29才	計
男性	100	100	200
女性	100	100	200

■調査地域:全国

■調査実施期間:2023年1月28日(土)~1月30日(月)

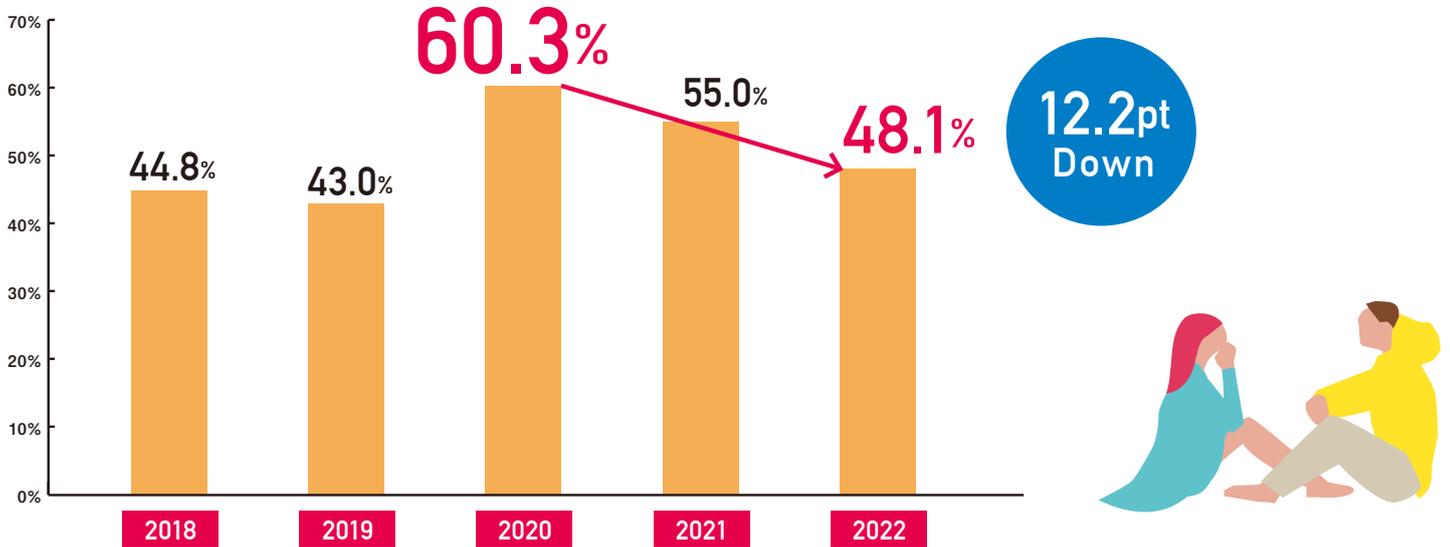
■調査手法:インターネット調査



## 「ふたり妊活」実施率は再びコロナ前の数値へ

女性も男性も一緒に向き合い、パートナーと並んで進んでいけるような「ふたり妊活」の実施率は、昨年度から減少傾向。コロナ前の数値に戻りつつあります。

●「ふたり妊活」ができています



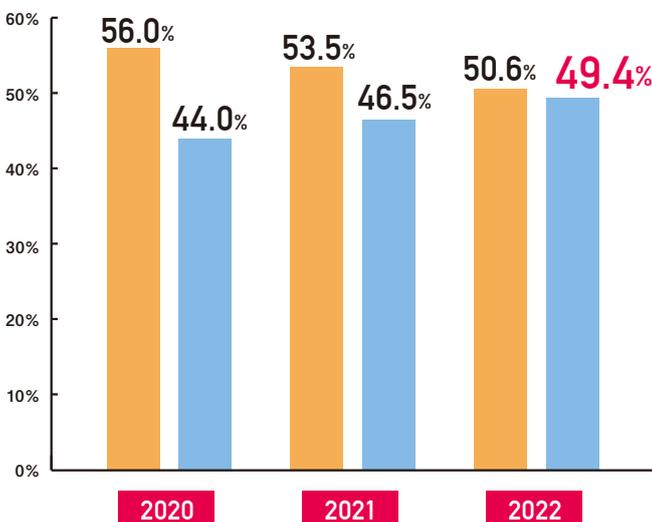
未婚男女が子どもを持つことへの意向

若年未婚男女

## 約半数が「将来、子どもを欲しくない」

現在、そして将来、子どもが欲しいかどうかを毎年聞いています。この3年で「子どもを欲しくない」と回答した18才から29才は全体で4割強から徐々に増加している傾向がみられます。

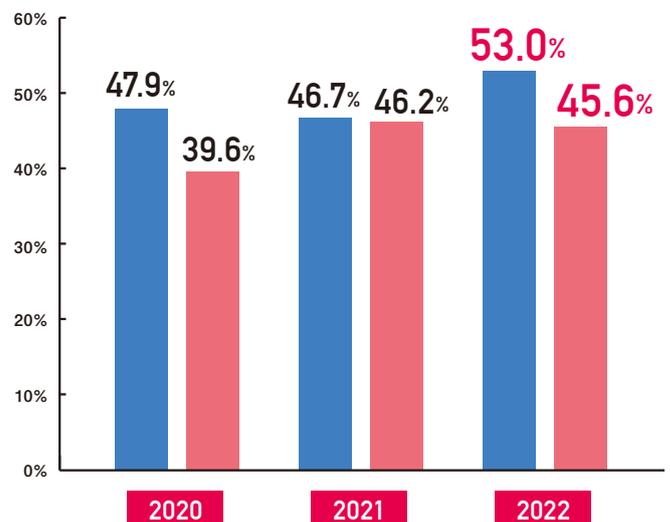
●将来、子どもが欲しいかどうか



■ 子どもを欲しい ■ 子どもを欲しくない

また、男女別でみると2020年から2022年で男女ともに増加していることがわかります。特に男性は今年、半数以上が子どもが欲しくないと回答されました。

●将来、子どもが欲しくない



■ 男性 ■ 女性

# 未来に対しての不安が、子どもを持つことのハードルを上げている

18才から29才の未婚男女の、子どもを欲しくないと回答した理由をお伺いしています。

子育てにかかるお金が高すぎる。社会制度が整っておらず、十分な支援を受けられないから。



将来の日本が心配なので子どもがかわいそう



自分の世話もまともにできていないのに他人の世話なんか出来るわけがない



結婚したり、子どもを持つと、自分のためにお金を使うことが出来なくなるから。



この社会に「生きづらさ」を感じるところが多く、子どもにそのような経験をさせたくないから



自分のことで精一杯



経済の状況が悪い、金銭的にも精神的にも余裕がないから



子育てが大変そうで欲しいと思わないから



自分自身が生きていくことだけでも精一杯、妊娠や出産、子育て、未来に対しての懸念や不安な状況が伺えます。人々の子どもを産み育てることへのハードルはかなり高い様子です。



では、そんな現代でも妊活にむきあっている人々はどんな意識をもち、  
どんなことに取り組んでいるのでしょうか？

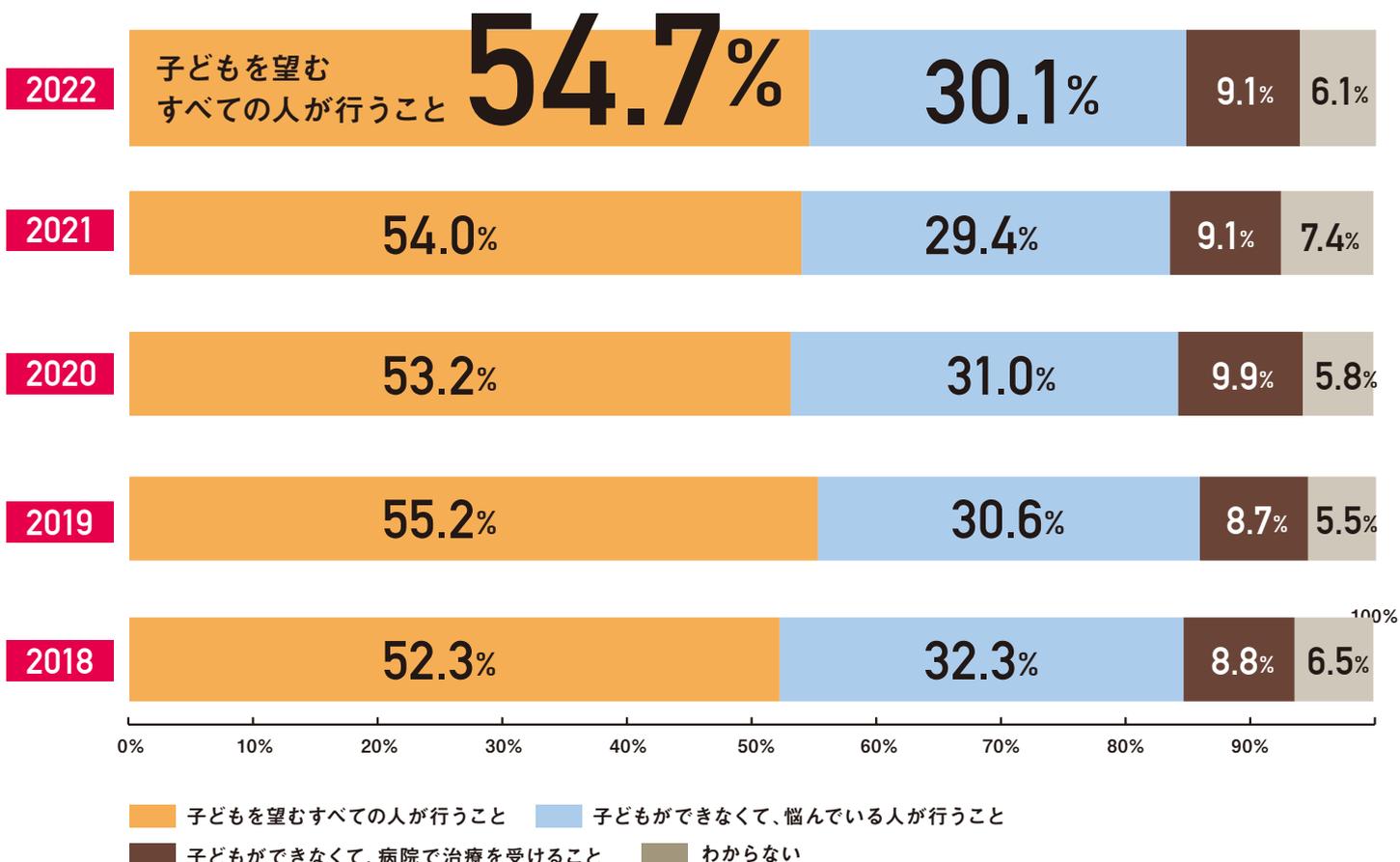
「妊活」って？

既婚男女

「妊活」の捉え方は「子どもを望むすべての人が行うこと」という  
認識が半数以上

「妊活」の捉え方について、この5年で「子どもができなくて悩んだり、病院で治療を受けること」から「子どもを望むすべての人が行うこと」と認識する人が増加傾向。人々の「妊活」についての捉え方が広がっていることが伺えます。

●妊活の捉え方



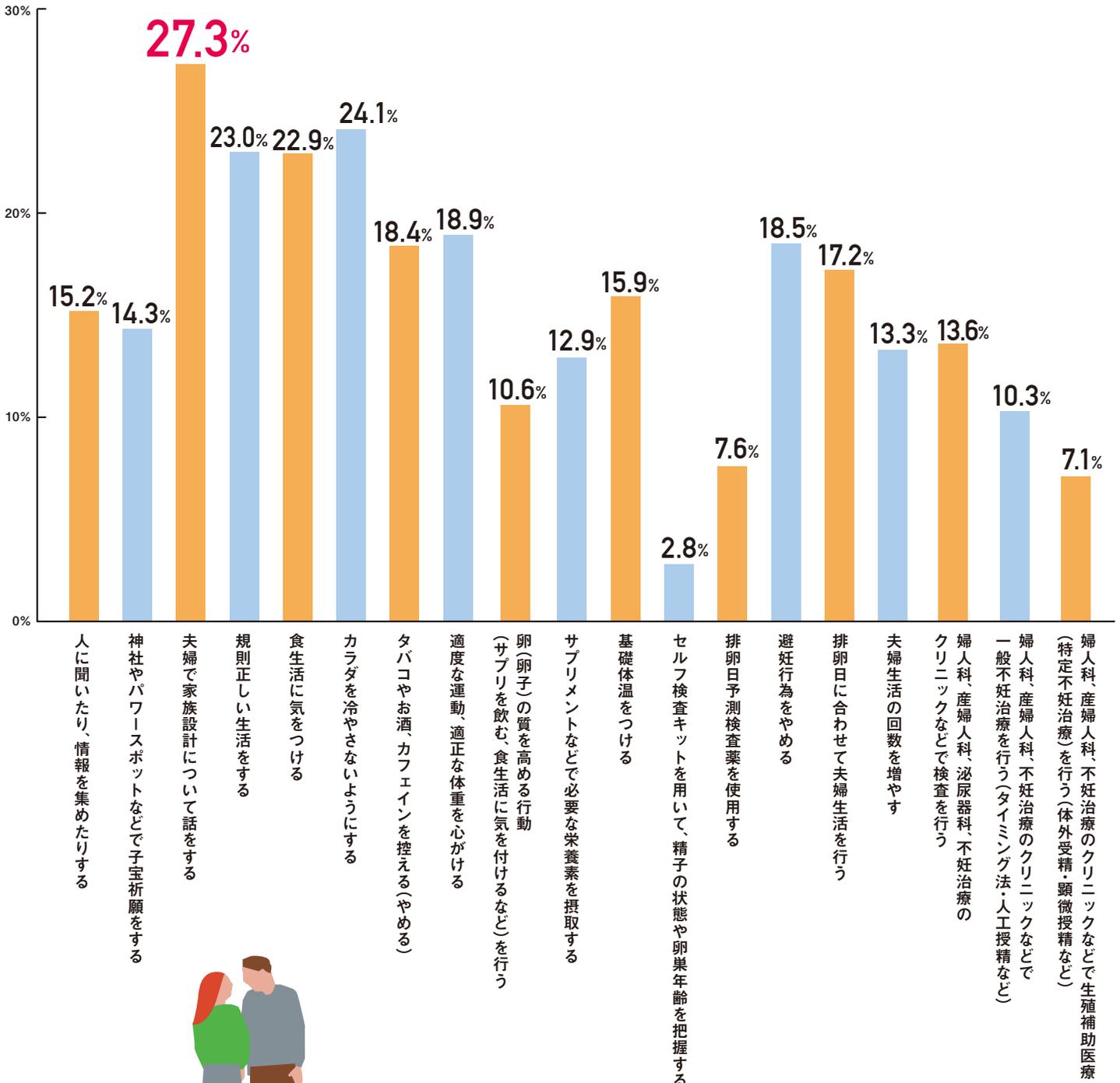
「妊活」として行っていることは？

## 「妊活」の取り組みは対話型へ

クリニックへ通うことや夫婦生活(性交渉)を行うことなどの妊娠に直接つながる行動だけではなく、ふたりで今後のライフプランについて話し合うことや、日ごらの健康管理などの日常行動も妊活と捉えられている兆しがあります。

●妊活として取り組んでいること

### 日常行動化





将来子どもをもつことに不安を抱える若年層が増加する一方で  
「妊活」のための行動内容が徐々に日常化しており、  
将来子どもが欲しい人々は、  
自分たちのできることから始めるという意識に  
変化していることがわかりました。

妊娠前からの健康管理のことを、「プレコンセプションケア」と言います。CDC(米国疾病予防管理センター)では、「将来妊娠を希望するしないに関わらず、全ての女性と男性が妊娠前に健康であることの重要性、それが将来生まれるかもしれない子どもの健康を守ることであり、生涯を通じた自身の健康につながっている」ことを提唱し、国際的にも取り組まれています。

米国疾病予防管理センター(CDC)

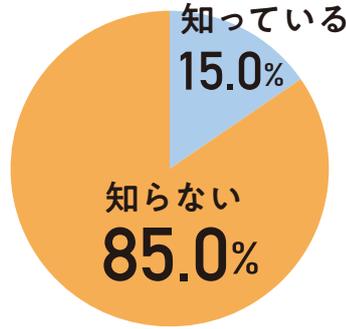
<https://www.cdc.gov/preconception/overview.html>

「プレコンセプションケア(妊娠前からの健康管理)」について

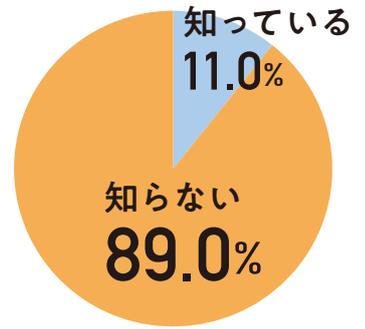
# 「プレコンセプションケア(妊娠前からの健康管理)」って知ってる？

既婚・未婚共に、「プレコンセプションケア」を知らないと回答した人が8~9割。  
ほとんどの人が知らないという結果になりました。

●「プレコンセプションケア」という言葉を知っているか



既婚男女

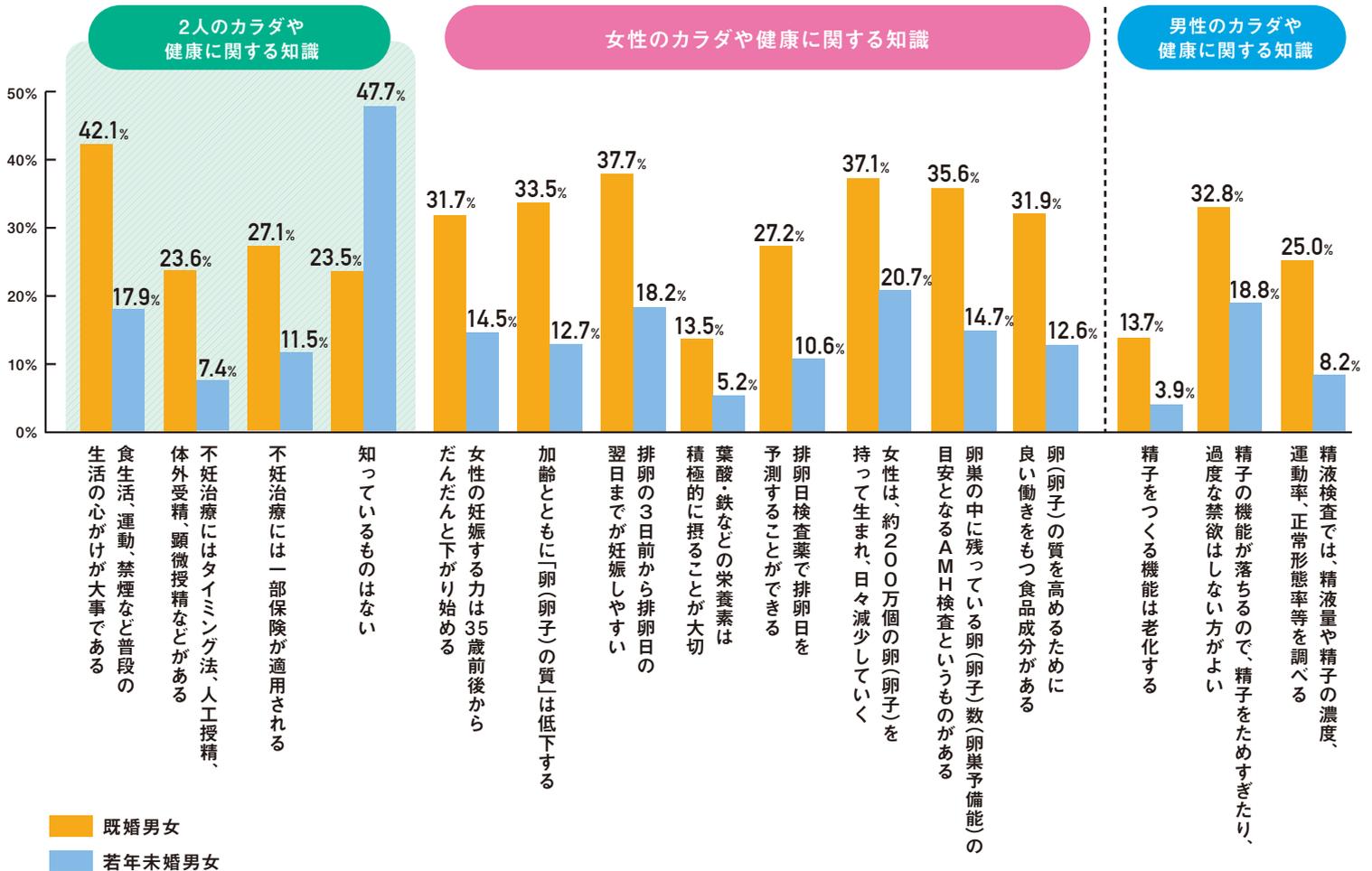


若年未婚男女

自分のカラダや健康に対する知識

## 言葉は知らなくても、カラダや健康に対する知識は広がっている

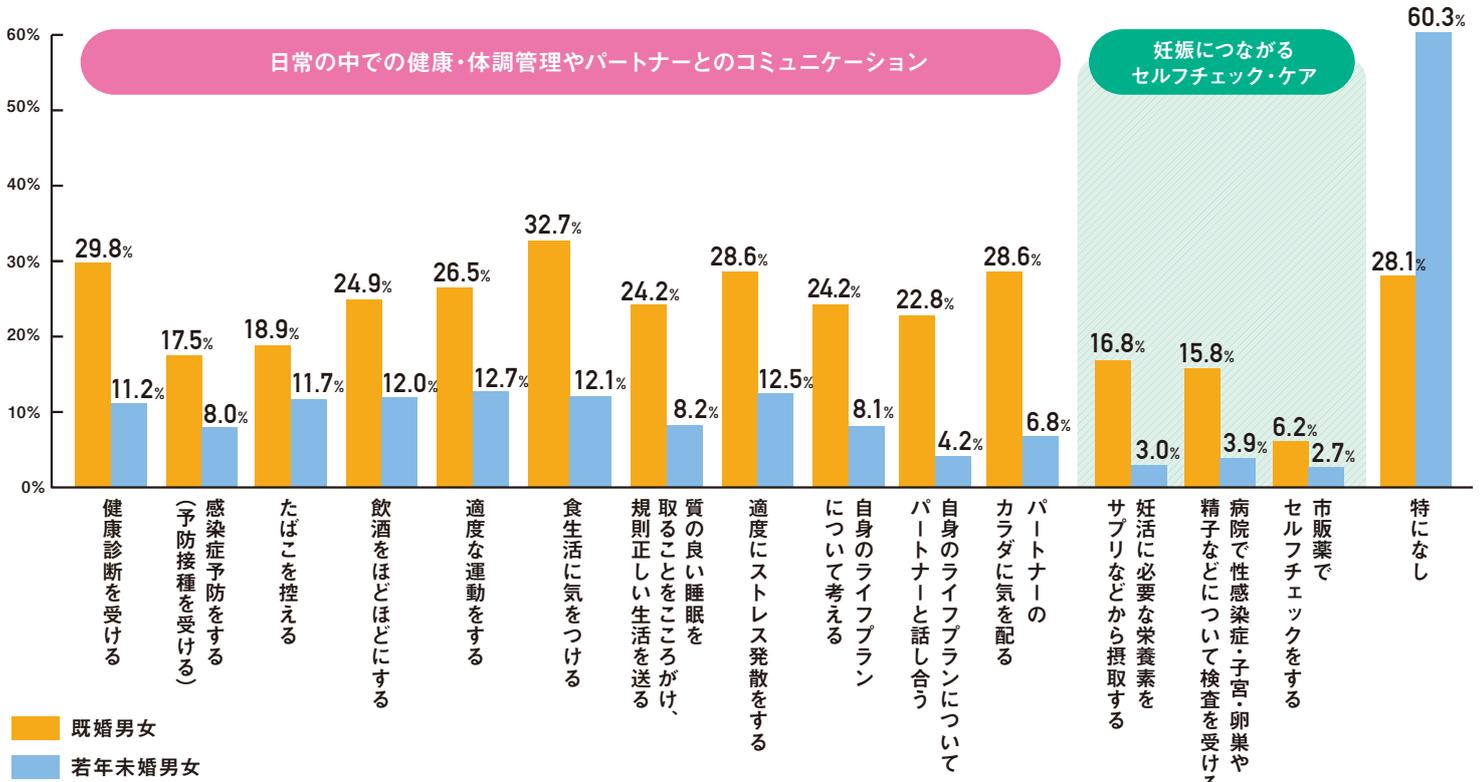
特に既婚男女は「これらの知識のなかで知っているものはない」と回答した人がたった約2割で、残りの約8割はなんらかの知識をもっていることが伺えます。妊娠前からの健康管理のための知識として、女性・男性それぞれのカラダにかかわることや男女ともにかかわることの知識が広がっていることが明らかになりました。プレコンセプションケア(妊娠前からの健康管理)という言葉が知らなくても、すでに知識として自分のカラダや健康に対する知識が広がりつつあるようです。



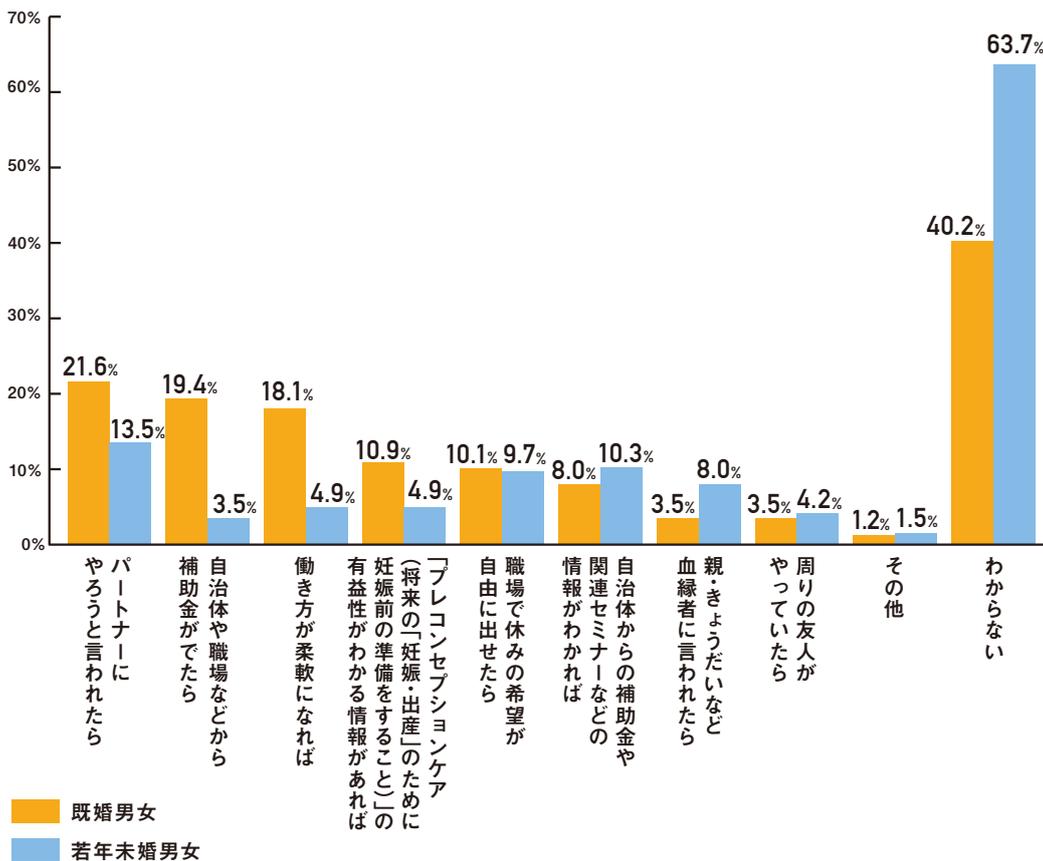
「プレコンセプションケア(妊娠前からの健康管理)」の行動

知識はもっていても、行動としてセルフチェックやケアを実際に行えている人は少ない

既婚男女の日常的な健康・体調管理やパートナーとのコミュニケーションについては約3割、  
妊娠につながるセルフチェックやセルフケアに関しては2割未満の実施率という結果となりました。



今は行動できていないけど、  
これから取り組むためのきっかけになることは？



知識が広がり始めている今、  
今後もっと行動にうつしていくために、  
どんなきっかけが必要なのでしょう？

兆しではありますが、既婚・未婚に限らずパートナーからの助言は行動のきっかけとなりそうです。また、既婚の方の場合は特に、職場や自治体からの協力が手厚くなることで、プレコンセプションケア(妊娠前からの健康管理)の後押しにつながる可能性が伺えます。やはり生活の中心である職場や地域において、情報・支援・仕組みがより身近なものとして広がる必要があるのではないのでしょうか。



「子どもを将来ほしくないという声」が年々増える現代。将来への不安から妊娠や出産、子育てに対して前向きなイメージを持っていない人の声もたくさん聞こえてきました。そんな変化する社会や環境、多様な価値観が広がる世の中で、自分のカラダ・健康のことについて知識を持ち、前向きに妊活とむきあう人々の声や実態も垣間見ることができました。

子どもをもつことへ不安を抱く人々は決して知識がないわけではなく、行動のきっかけや後押しする仕組みが必要なのかもしれません。

プレコンセプションケアは将来の子どもの希望の有無に関わらず、自分のために、将来のために、自分のカラダ・健康のことを知って行動にうつすことです。自分を大事に思いケアをすること、そしてパートナーとの理解を深めて一緒に取り組む「ふたり妊活」、それを支える社会の意識と環境の整備がより重要性を増しているのではないのでしょうか。

ロート製薬では今後も、一人ひとりが自分らしくウェルビーイングに生きるために、事前のカラダづくりのリテラシーを高め、意識・行動していくことが当たり前になるよう取り組んでいきます。また、「みんな」の声に寄り添い、会社や業界の垣根を越えて、社会と未来を創るみなさんと一緒に考え、取り組んでいきたいと思えます。

