特　集

仕事と健康

～多様な人材がパフォーマンスを発揮できる職場へ～

従業員の健康支援は、有能な人材の職場への定着や新たな人材確保をはじめとする企業の競争力を高めるために重要な取組みとなっています。女性の社会進出が進むにつれて男性と女性ではかかりやすい病気が違ったり、同じ病気でもかかりやすい年代や病状などが異なる場合があり、働く上で影響を及ぼしていることがわかってきたことから、経営的な視点で多様な人材の健康課題に取り組もうという意識も高まっています。

特に20代から50代の働く世代に多いとされる女性特有の健康課題へ取り組むことは、業務効率や就業継続、キャリアへの意欲にも影響を与えることが内閣府男女共同参画局公表の「令和6年版男女共同参画白書」（本誌10～13ページに概要掲載）でも示されるなど、労働人口が減少する日本社会において、多様な人材が活躍できる職場環境への取組みはますます重要となっています。

また、経済産業省が令和6年2月に公表した「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」では、女性が長く健康に働ける環境整備を広く促す趣旨から、女性特有の健康課題による損失額を可視化することを目的として試算を行っています。それによると、女性特有の健康課題による労働損失等の経済損失は社会全体で年間約3.4兆円と推計されることから、従業員の健康管理を経営的な視点で考え戦略的に実践することが生産性の向上や組織の活性化をもたらし、経営的なメリットにつながると期待されます。（以下、公表資料より）

女性特有の健康課題による社会全体の経済損失（試算結果）

	女性特有			男女双方※3	（参考）男性特有	
	月経随伴症	更年期症状	婦人科がん※2	不妊治療	前立腺がん	更年期症状※4
経済損失計（A＋B）（年間）※1 計3.4兆円	約0.6兆	1.9兆	0.6兆	0.3兆	0.06兆	1.2兆
A うち労働生産性損失総額	約5,700億円	約17,200億円	約5,900億円	約2,600億円	約530億円	約10,900億円
欠勤	約1,200億円	約1,600億円	約1,100億円	約400億円	約110億円	約1,100億円
パフォーマンス低下	**約4,500億円**	約5,600億円	約150億円	約50億円	約10億円	約4,000億円
離職	－	**約10,000億円**	約1,600億円	**約2,200億円**	約100億円	約5,800億円
休職	－	－	**約3,000億円**	－	**約300億円**	－
B うち追加採用活動にかかる費用	－	約1,500億円	約500億円	約340億円	約50億円	約1,100億円

※1. 各数値の四捨五入の関係で、必ずしも合計が総和と一致しない　※2. 乳がん・子宮がん・卵巣がん
※3. 妊娠（不妊）/出産は、“女性”のみの課題ではなく、“男女双方に関係する課題だが、女性に負担がかかりやすい課題”。特に不妊は男性側の身体にも原因があるケースが一定比率を占める。但し今回経済損失を算出する際には、女性側への身体的負担・就労への影響が大きいことから、女性側の就労への影響を算出
※4.「なお、男性の更年期障害 については、概ね 40 歳以降に男性ホルモン（テストステロン）の減少により、女性更年期障害と類似した症状を呈するが、病態が複雑で、まだ十分に解明されていない。」（産婦人科診療診療ガイドライン―婦人科外来編2020、加齢男性性腺機能低下症候群（LOH症候群）診療の手引き）
（出所）関連する論文や企業による調査等を踏まえて、ボストン コンサルティング グループ試算（令和５年度ヘルスケア産業基盤高度化推進事業（ヘルスケアサービス市場等に係る調査事業））

▶対象は、性差に基づく多数の健康課題のうち、規模が大きく、経済損失が短期で発生するため、職域での対応が期待される4項目（月経随伴症、更年期症状、婦人科がん、不妊治療）*1を抽出。

＊1 妊娠出産は男女双方に関係し、特に不妊は男性側の身体にも原因があるケースが一定比率を占めるが、女性側への身体的負担・就労への影響が大きいことから今回の試算では女性側の就労への影響を算出。
また今回試算対象外とした中にも、支援が必要な健康課題や看過すべきでないインパクトが含まれる点（平均出産年齢の高齢化や女性の労働参加機会逸失、有症状有行動層の損失、卵子凍結等）にも留意が必要。

▶算出方法としては、何らかの症状があるにもかかわらず対策を取っていない層の人数に、欠勤／パフォーマンス低下割合／離職率等の要素と平均賃金を掛け合わせた。結果、これら女性特有の健康課題による労働損失等の経済損失は、社会全体で年間約3.4兆円と推計*2される。

＊2 関連する論文や企業による調査等を踏まえて、ボストン コンサルティング グループが試算（令和5年度ヘルスケア産業基盤高度化推進事業（ヘルスケアサービス市場等に係る調査事業））。
なお、男性特有の健康課題による経済損失は約1.3兆円と試算されるが、男性の更年期障害については病態が複雑でまだ十分に解明されていない。

職場における支援状況

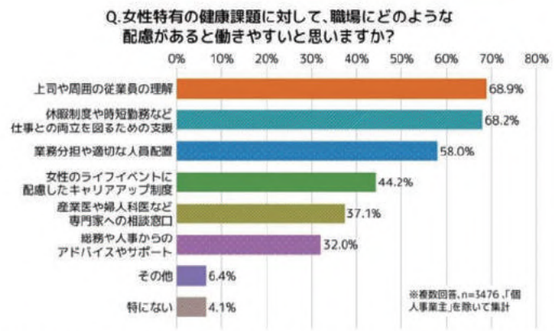
課題の解消に向けては、女性従業員側の支援ニーズが大きい一方、企業側が“ニーズを把握しづらく、何をすべきか分からない”というミスマッチが生じている。

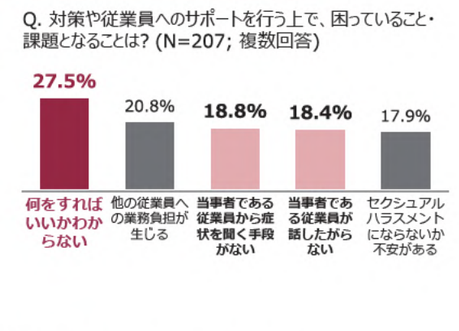
従業員（女性）の視点

約７割の女性が健康や体に関する十分な支援がないと感じている。※1
また、約7割の女性が望むサポートは、上司・周囲の理解。※2

企業側の視点

何をすればいいか分からない（約3割）、当事者である従業員と話ができない（約2割）。※2





※1（出所） 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング, 2022-04, 「正社員男女の健康意識に関する実態調査」
※2（出所） 東京都実施,2023-5,都内で働く女性3500人＋企業担当者200人へのアンケート調査結果（働く女性のウェルネス向上委員会HPより）

女性特有の健康課題を抱える従業員支援策の必要性

女性特有の健康課題は、その具体を把握しづらく支援を躊躇する企業も多い。しかし個々人の状況についてより精緻に実態を把握し、健康課題を抱える従業員に対しより直接的な支援を提供するとともに、その効果や意義を、経営としてモニタリングし続けることで、より質の高い健康経営の実践が可能に。

目的	理解促進	働き方の調整	積極投資
施策例※ ※令和５年度健康経営度調査Q57を参照	• 男女問わず経営層・管理職等への研修 （特に男性への理解促進が重要） • 社内メルマガ等による情報提供 • 女性の健康作り推進部署やプロジェクトチームの設置	• 休暇を取得しやすい環境整備 • 勤務日数/時間のフレキシブル化 • 健診等受診のための休暇付与 • 母性健康管理サポートの周知徹底	• 相談窓口設置 • 月経随伴症や更年期等の健康管理アプリ/製品/支援プログラムの提供 • 受診/治療費用補助 • 不妊治療支援
投資額	低		高

※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」全文は以下URLからご覧いただけます。
https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/downloadfiles/jyosei_keizaisonshitsu.pdf

事例企業 JCOM株式会社

従業員が自ら発案して経営層に働きかけ フェムテックイベントを実施

健康の課題解決につながるテクノロジーの活用は会社のウェルビーイング実現に欠かせないと提案

ケーブルテレビ、インターネット、モバイルをはじめとする通信・放送サービス等の様々な事業を展開するJCOM株式会社。今年3月に従業員対象の社内フェムテックイベント「J:COM meets Femtech!」を開催した。そのきっかけには社内横断チーム“イノベーション推進タスクフォース”の活動がある。各部門から推薦された30代中心の男女10名のメンバーが、ジャンルにこだわらず新規事業につながる可能性を模索しながら様々な企画の立案を目的とした活動を行っている。

フェムテックをテーマとして提案したのは、イノベーション推進タスクフォースのサブリーダーで経営企画部マネージャーの鈴木直也氏。「妻が女性特有の疾患を抱えていたことがあって、フェムテックに関心を持ちました。実際に展示会に足を運んだりセミナーに参加したりしていくうちに、少しでも症状を緩和できたり、健康の課題解決につながるテクノロジーの力を活用することは、会社のウェルビーイング実現にとても欠かせない取組みだと感じました」(鈴木氏)。

メンバーからも賛同を得て、フェムテックに取り組むスタートアップの全面サポートのもと、提案してからわずか4カ月でイベントの実現となった。「以前、経営層にフェムテック領域に関する取組みの提言を行った際は、フェムテックに関する知見もなく、実行判断が難しいという意見もありましたが、本企画の実行については会長と社長から『ぜひ前向きに取り組んでほしい』と背中を押していただきました。年度内に実行したいという大きな目標もあって、ムーブメントの火が消えないうちに、できる限り早く実施させたいという思いで準備を進めました」(鈴木氏)。

女性の健康課題やフェムテックに興味関心を持つ男性は案外多い

タスクフォースのメンバーのうち3名が中心となって企画を進め、社内SNSを通じてフェムテックや女性の健康支援に関心のある従業員に協力を依頼。手を挙げてくれた12名の協力者とともに、セミナーとプロダクト展示の2部構成で準備を開始した。

まずは社内状況の把握とニーズを収集するため、事前に女性の健康課題に関する社内アンケートを任意で実施したところ、約800件と予想した以上の回答数が得られた。しかも、そのうち約半数が男性からの回答であったという。「手を挙げてくれた協力者も半数が男性です。正直、そこまで男性がこのテーマに興味関心を持ってくれるとは思っていなかったので、本当に驚きました。自分と同じようにパートナーの健康課題や妊娠出産をきっかけに関心を持ったり、自身の部下が女性特有の健康課題を抱えていたときに、それに対してアドバイスやサポートができなかったという声も聞かれ、何もできなかったというもどかしさみたいなものを感じている男性が案外多いということも知ることができました」(鈴木氏)。

女性のみ、男性のみの時間を設けてイベント参加へのハードルを下げる

アンケート結果からは「健康課題によって不調を感じている」と回答した女性は約8割と、多くの女性が悩みを抱えていることがわかり、2名の女性従業員に鈴木氏が直接声をかけてセミナーで自身の健康の悩みや感じていることについて語ってもらうことが実現した。

身近な従業員からのリアルな話は多くの反響があったようだ。「セミナーでは事前アンケートの結果も伝えたので、社内の実態についても参加者に知ってもらうことができたと思います。男性からすると、(女性は)そんな悩みを抱えながら働いている人もいるんだということを知れたことが大きかったと思います。女性自身も個人による症状や重さの違いに改めて気づくきっかけとなったようです」(鈴木氏)。

できるだけ多くの従業員が参加しやすいイベントを目指して、参加へのハードルを下げるための様々な工夫を行った。イベントの企画メンバーとして運営に携わった関根氏は、女性の先輩から「行ってみたいけど、男性がいると会場に入りづらい」との話を聞き、女性限定入場の時間を設けることを提案。プロダクト展示では、実際に手に取ってみるという普段はなかなかできない体験ができたと、振り返った。

なかでも特に関心が高かったのは、月経カップや吸水ショーツなどの月経に関するプロダクトやホットフラッシュを緩和する腕時計型のデバイスなど更年期に関するプロダクトで、「知ってはいたものの、実際に触ってみることができたのはよかった」との声も。また、男性の更年期の状態を測るキットも展示し、多くの男性が興味を持って手に取っていたという。ほかに、生理用ナプキンをトイレットペーパーのようにロール状にして設置するプロダクトは、「化粧室に置いてあったら便利」との声が多く上がった。イベントを通じて初めてフェムテックを知ることができたという従業員も多く、イベントの参加者は約110名、後日オンデマンドで配信したセミナーの視聴者も加えると200名近くに上り、事後アンケートでは93%が「満足」と回答、「女性特有の健康の悩みについての理解が深まった」との回答も95%となった。

その一方で、実際にイベントに参加した男性は3割程度だったため、参加しなかった男性に理由を聞いてみたところ、「女性関連のテーマのイベントに男性は入りにくい」との声が上がったという。そこで、7月に人事部主催で実施を予定していた女性ロールモデル座談会のタイミングに合わせて、2回目のフェムテックイベントを開催した際は、男性のみが参加できる時間を設けた。プロダクト展示のみの開催であったが、男性の参加比率は半数近くまで上昇した。

女性管理職の増加とともに健康面の支援策も

J:COMでは、重要課題(マテリアリティ)のひとつに「人」を掲げ、ウェルビーイングの推進に取り組んでいる。健康支援に関しても労務厚生部で主体となって進めており、2018年にはグループ全体で健康経営宣言を行った。同社がサービス提供するオンライン診療は従業員も利用可能にしているほか、腫瘍マーカーの検査費用や人間ドッグの追加オプション費用の補助(55歳以上の従業員対象)、積立年給制度の導入等、多面的に支援策を設けている。

また、検診値の改善や食事習慣やストレスの対処法、女性ならではの健康課題といった様々な健康に関する疑問や悩みを保健師に相談できる「健康相談室」を設置し、メンタルヘルス不調の従業員にはプロの心理カウンセラーによる無料のカウンセリングを受けることができるEAP(Employee Assistance Program、従業員支援プログラム)でケアを行う等、相談しやすい体制を整備している。従業員の健康リテラシーの向上施策としては、健康アプリを導入。食事記録や栄養計算、AI身体採寸サービスを用いた腹囲計測、声で感情分析ができるセルフケア等の機能を搭載したアプリで、今後は睡眠計測機能などの搭載も検討中とのこと。

同社では、女性の活躍についても重要課題として着実に推進してきた。2023年度からロールモデル座談会を開催。参加者は20代前半から50代までと年齢層も幅広く、部門を超えて情報交換や悩みを言い合える場となっている。テーマを決めずにフリートーク形式で実施し、年齢を重ねるごとに感じられる不調をどう乗り越えていくかという話題になったことも。実際に先輩従業員として座談会に参加した広報部の和地(わち)氏は、「先輩女性たちが通ってきた悩みを後輩たちも同じように抱えていたりします。後輩からは『今まで自分ひとりで悶々としていたところが、先輩と話すことですごくクリアになった』、『やる前から意識しすぎず管理職になれる機会があればどんどんチャレンジをしていこうと思えるようになった』といった感想もいただき、ポジティブに捉えてくれたのを感じました」と話す。女性管理職比率は19%と増加しつつある中で、健康面への支援策についても継続して取り組み、現在は、女性のがん検診費用補助の導入も進めているところだ。「誰もが働きやすい職場環境の形成が事業の持続・拡大、お客様への還元にもつながる取組みだと考えています」(和地氏)。

ボトムアップの活動に経営層もしっかりと応えて実現につなげる

より現場に近く、多様な視野を持っているミドルクラスの層が提言しやすい仕組みとして、“イノベーション推進タスクフォース”の活動が、ボトムアップの取組みを根付かせる一つのきっかけになったのではないかと考えている。「従業員が自ら発案して経営層に働きかけるというボトムアップの活動に対して経営層もしっかりと応えて推進してきたことが、今回のフェムテックイベントの実現にもつながったと思います」(鈴木氏)。2回のフェムテックイベントを終え、鈴木氏は「取組みとしてはまだまだ手探り状態ですが、こういう事例を積み重ねていくことが『自分たちも何かやりたいと思ったことを言っていいんだ』というマインドチェンジにつながっていくと思っていますので、これからも発信し続けたいと考えています」と話す。

DATA

JCOM株式会社

設　　立：1995年1月18日
本社所在地：東京都千代田区丸の内1-8-1
事業内容：ケーブルテレビ局の統括運営を通じた有線テレビジョン放送事業及び電気通信事業、ケーブルテレビ局及びデジタル衛星放送向け番組供給事業統括　等
従業員数：グループ総計15,871名(正社員のみ男女比割合7:3)
(2024年3月末現在)

事例企業 高木建設株式会社

他社との交流によるアイデアの活性化と実践で従業員の健康支援に取り組む

従業員の健康は生産性にもつながる問題だと認識

長野を拠点に土木・建築を手がけている高木建設株式会社は、今年で創業90年。従業員88名のうち女性は13名で、一級建築士の資格を持ち、現場で活躍している女性もいる。同社は2017年に経済産業省の健康経営優良法人に認定されて以来、8年連続で認定を受けているほか、2021年から始まった中小企業法人の上位500社のみに付加される「ブライト500」にも4年連続で認定されている。従業員の疾患や負傷などが重なった時期があり、健康支援に意識して取り組むようになったという。

昨年10月に代表取締役社長となった高木亜矢子氏は「みんなには楽しく働いてもらいたいという気持ちがありましたし、生産性の低下にもつながる問題だと思いましたので、従業員の健康支援に力を入れていく必要を感じて当時の社長と進めてきました」と話す。ちょうど協会けんぽ長野支部の担当者から、経済産業省で健康経営の認定制度を創設するという話を聞き、自社の取組みを見直していった。

現在は社長の高木氏と2人の総務担当が中心となって進めており、健康に関する情報提供やセミナーの開催などのほか、生活習慣に関するアンケートを毎年実施している。飲酒、睡眠、メンタルヘルス、運動不足、食べものといった生活習慣に関するアンケートで、あまりよくなかった結果を抽出して、優先的に改善を図ってきた。

地域も業種も異なる4社で共通の健康課題に取り組む

取組みを進めていく中で、同じく健康経営を推進する企業の経営者から「業種を超えた取組みができれば楽しいし、お互いに勉強になるのでは」と誘われ、地域も業種も異なる企業4社が集まり2021年に“4社合同健康研究会”を発足。月に1回オンラインで情報交換を行ったり、合同でセミナーを開催している。

4社共通の課題としてまず挙がったのは、喫煙率の問題。そこで、オリジナルで禁煙PR動画やポスターを作成して4社共有のSNSを活用して周知を行った。各社の社長からの応援メッセージなども掲載し、禁煙に取り組む従業員の体験談では、禁煙に成功した人の声だけでなく、喫煙をなかなかやめられない人の本音も掲載して、従業員が身近に感じてもらえるよう工夫した。「1社だけで取組みを進めようと思っても、できることが限られてきて、だんだんマンネリ化してくるんです。ですから、他社のいろいろな情報や取組みを共有し合い、よいアイデアは当社でも取り入れたり、当社の取組みを他社でも取り入れてもらったりと、すごくいい感じで回っています」(高木氏)。

家族も健康でなければ元気に働けないという思いから、高木建設ではこれまで従業員の家族にも特定検診を受けてもらうためにプチギフトを付けて案内しているが、そうした家族に向けた取組みが好評となり、今では3社で導入されているとのこと。高木建設でも、他社の良い取組みはすぐに取り入れているという。「健康診断の再受診率100%との話を聞いたので、当社も目標値に設定しました。また、従業員同士のコミュニケーションツールとして3社が利用しているアプリを当社でも導入しました」(高木氏)。

カルタというツールを通じてお互いに話せるきっかけに

「女性社員、女性技術者も増やして、一緒に健康で頑張っていきたいという気持ちがありました。私自身も女性として、生理痛が重かったり出産や産前産後も苦しかったりした経験があるので、みんなの気持ちもわかると思って女性に特化した健康支援も進めています」と話す高木氏。

4社合同健康研究会でも女性特有の健康課題に取り組んでいこうとの声が上がり、どのように取り組んでいくか検討する中で、生理に特化したカルタがあることを知り、「カルタ大会をやったら面白いね」という話になったという。検討を進めていくうちに、「悩みは生理だけじゃない」「更年期も女性特有の症状があるよね」という話になり、女性の健康をテーマにアイデアを出し合いながら4社でオリジナルのカルタを作成した。これらの取組みが認められ、2022年に4社合同で厚生労働省の「健康寿命を伸ばそう！アワード」厚生労働大臣優秀賞を受賞した。

せっかく完成したカルタを女性だけで楽しむのではなく、家族にも通じる内容を社内の男性にも共有したいとの思いから、カルタ大会の開催を企画。男性を誘ってみると「嫌だ」とか「恥ずかしい」という反応だったそうだが、社内や現場に声をかけていき、10名程が参加した。「やっていくうちに“えげつない生理前の食欲が”というカードから『生理前の食欲は本当にそんなにえげつないの？』とか『そんなに眠くなるんだね』と男性のほうから話題にしてくれていました。生理をテーマに話し合いましょうと言ってもなかなか難しいと思いますので、カルタというツールを通じてお互いに話せるよいきっかけができたと思います」(高木氏)。

1～2カ月に1回「健康だより」を発行しており、紙面でカルタ大会に参加できなかった人にも全カードを紹介したところ、「体調が悪そうだったら声をかけていいんだ」と男性の意識にも変化がみられているようだ。また、会社指定のグレーの作業着については、「女性は色を変えてあげたらどうか」と男性のほうから意見が出たという。「ただ、女性からは(生理を)アピールしているみたいで嫌だと反対されてしまいましたが(笑)」と高木氏。作業着の変更はしなかったが、替えとして現場に持っていけるよう、女性には作業着を多めに支給している。

従業員の健康課題に応じて制度を拡充 健康への関心も高まりつつある

新たな取組みとして、通常2年で失効する有休の一部を積み立てて、3年目以降も子どもの看護、不妊治療、PTA、消防団活動等で使用できる「ファミリーフレンドリー支援制度」を創設。3年前からはウェルビーイング支援制度を導入。元々、建設関連の資格取得に関わる試験費用や登録費の全額補助を行っていたが、制度により建設関連に限らず自分の趣味に関する資格取得の補助や、従業員5人以上が集まる食事会や飲み会、キャンプ、バーベキュー、温泉旅行などの費用補助も行っている。「導入した当初は若手社員の悩みを聞く機会を設けて離職を防止するのが一番の目的だったのですが、部内外のコミュニケーションを図ることにもつながっています」(高木氏)。

昨年は女性全員に甲状腺の検査を追加し、その結果をもとにセミナーを開催。今年からはウェルビーイング支援制度に医療費の補助を追加。ビル、花粉症、眼精疲労、腰痛、偏頭痛等、健康診断の再検査やがん検診の費用補助も行う等、従業員の課題に応じて制度の拡充を図っている。セミナー開催後のアンケートでは満足度が70～80%、生活習慣アンケートでも運動の頻度や健康への関心度は年々高まりつつある。

社外イベントも積極的に活用し、長野県が主催する企業対抗の信州ウォーキング大賞には毎年参加。「かなり歩かなければ上位には行けないのですが、大勢で参加するのは良いことだなと思っています。今年は信濃町の役場の方からご連絡いただいて、このウォーキングの期間に歩きながら森林セラピーをしようと計画しているところです」と、常に新しいことを積極的に取り入れてチャレンジしている高木氏。「私が楽しいことをしたいという気持ちが強いタイプなので、従業員に声かけしながらいろいろなことをやろうと言っています。通常、現場では緑色の社旗を掲げるのですが、私はピンク色が好きなので、女性がいる現場ではピンク色にしようと言ってピンク色の社旗も作りました。本社ではピンク色の社旗を掲げているので、それに倣って今は女性がいなくてもピンク色の社旗を掲げている現場もあります」(高木氏)。これまでも女性同士のランチ会の開催や、社内安全衛生パトロールには事務職も参加してもらうなど、部門を超えて従業員同士がつながれるよう様々な取組みも実行してきた。

女性が働きやすい職場は男性も働きやすいそのことを発信していくことも大事

同社はインターンシップも積極的に受け入れているが、最近は女性の希望者が増えてきたことを実感しているという。中学からインターンシップに参加して、土木の現場を体験してもらった女子生徒が、その体験が面白かったと工業高校土木科に進学し、その後入社。現在は土木の現場で活躍している。

女性の入社希望も増えつつある。「女性に限らずホームページやSNSを見て、いろいろな取組みをしているから働きやすそうだと当社を希望してくれる学生が増えています。やはり取組みの実行と情報発信は大事だなと思っています。女性が働きやすい職場は男性も働きやすいですし、あまり性別にかかわらず、私は全員が働きやすくなればいいな、と思っています」(高木氏)。

DATA

高木建設株式会社
設　　立：1934年9月
本社所在地：長野県長野市安茂里小市1丁目3番31号
事業内容：総合建設業、1級建築士事務所、宅地建物取引業、産業廃棄物収集運搬業
従業員数：88名(男性75名、女性13名)
(2024年8月16日現在)