

女性の健康施策の効果検証プロジェクト

最終報告書

2026.3.

株式会社 日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門
ヘルスケア・事業創造グループ

1. プロジェクトの概要	2
2. 実施事項	6
3. 実施結果	23
4. 今後求められる活動	32
Appendix	37
参加企業の取組施策集	45

1. プロジェクトの概要

1-1. プロジェクトの概要

背景

労働人口が減少する日本社会において、多様な人材が心身ともに健康に働けるよう経営者が戦略的に投資する「健康経営」の意義は益々高まっている。

そこで、より質の高い健康経営を実践していくためには、従業員一人一人の状況を丁寧に把握し、必要な対応をとっていく必要がある。

その重要な要素の1つである**女性特有の健康課題**は、業務効率や就業継続にも大きな影響を与えており、**経営者が十分に理解し、職場環境などを適切に整備することで改善が期待される重点的テーマ**といえる。

目的

性別に関係なく長く健康に働ける職場環境の整備を推進する

概要

参加企業には、自社の女性の健康に関する取組状況に併せて参加ステップ（Group1～3、各Groupの詳細は後述）を選択いただいたうえで、**女性の健康経営に関する新たな施策を実施**いただく。

取組実施状況に応じた効果測定を行い、プロジェクト終了時に女性の健康施策の効果がわかる客観的なフィードバックを行う。

対象者

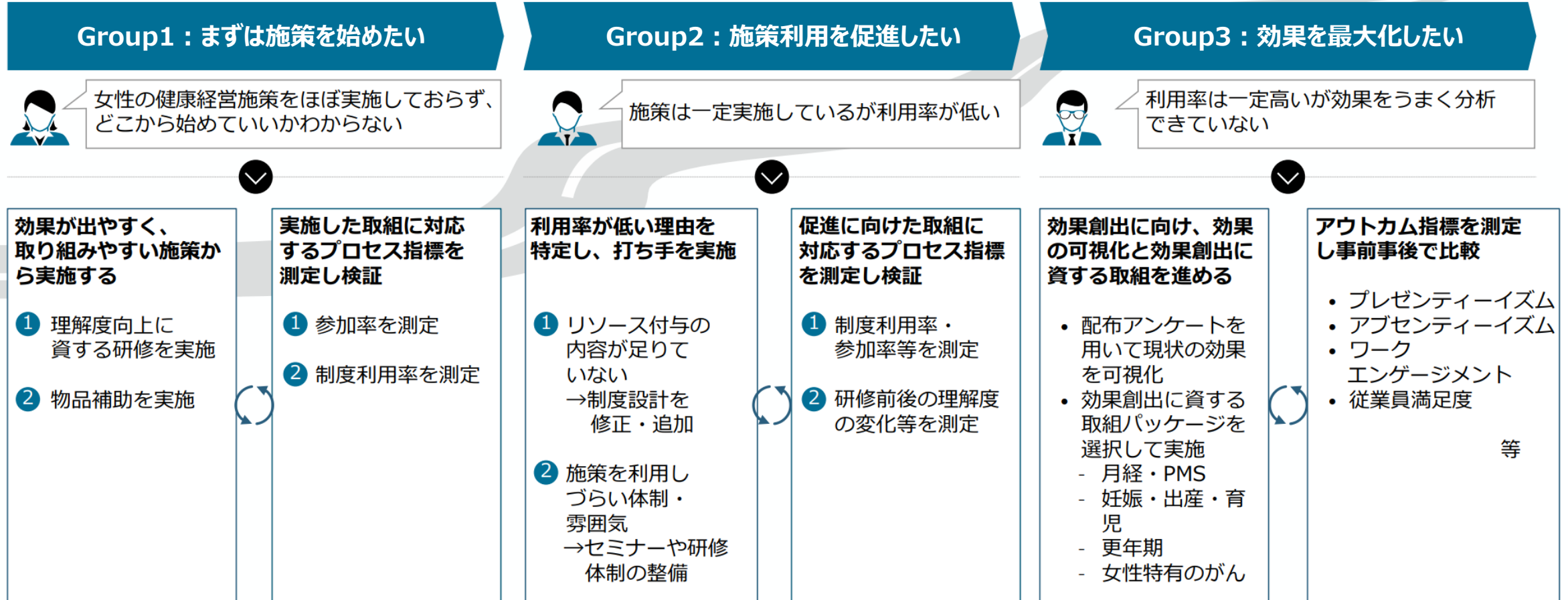
健康経営、従業員の女性の健康促進に興味のある事業者

参加者のメリット

- 第三者の視点を踏まえ、女性の健康に関する自社の現状把握ができる
- 自社における女性の健康に関する取組の効果の見える化ができる
- 自社の課題にあわせたメニュー選択により、健康経営の質の向上を期待できる
- 参加企業全体の中での自社の立ち位置を知ることができる

1-2. 参加ステップと想定検証内容

参加企業には、自社の女性の健康に関する取組状況に応じてGroup1～3のいずれかを申告いただき、下記の検証内容も参考に、本プロジェクトにおける取組施策を検討・実施いただいた。

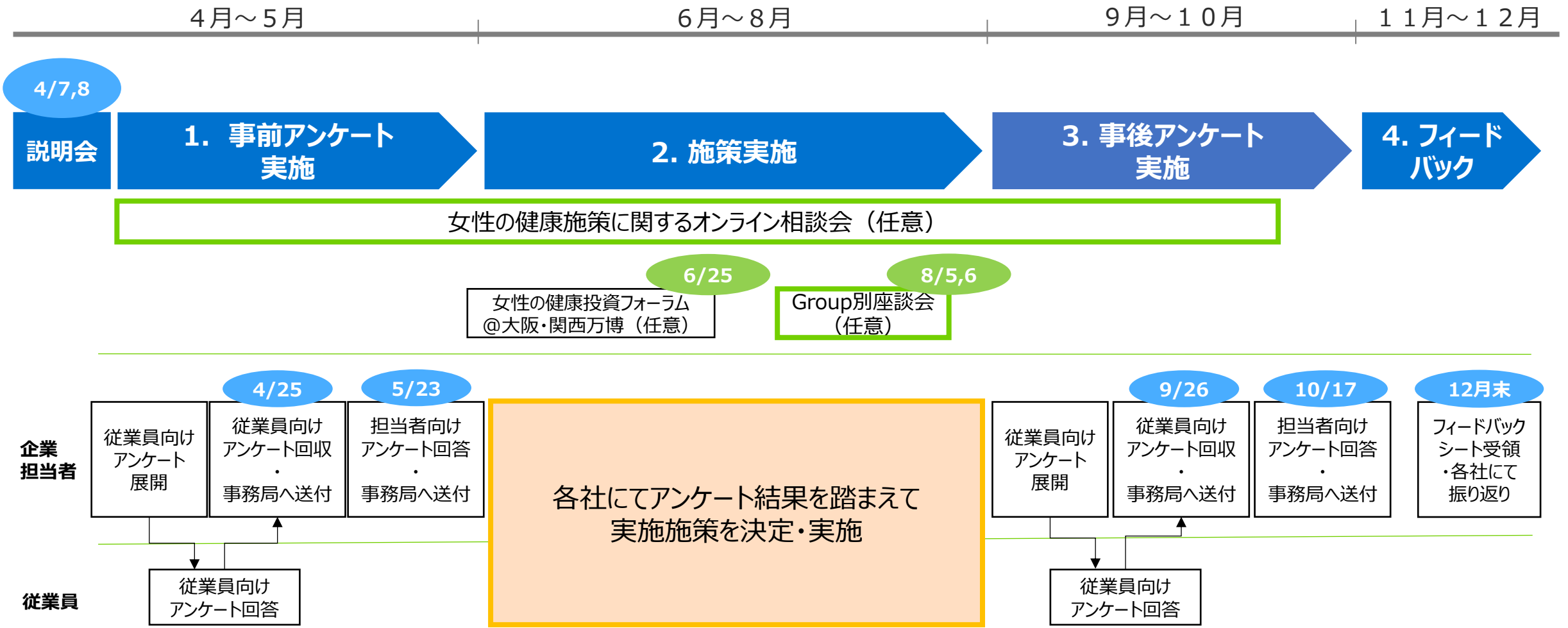


プロセス指標を中心に測定

アウトカム指標を中心に測定

1-3. スケジュール

4月に従業員向け・担当者向けアンケートを展開。各社にてアンケート結果を踏まえて実施施策を検討・決定して実施いただいた。9月末に再度アンケートを展開し、施策実施前後のアンケート結果から、各社へフィードバックを行った。



出所：日本総研作成

2. 実施事項

2-1-1. 事前/事後アンケートの実施

施策の実施前後（事前・事後）の合計2回、各社の従業員向け・担当者向けの2種類のアンケートを実施いただいた。アンケートは申告したGroup等に関わらず全参加企業同一項目とした。またアンケートの大半の項目は事前・事後ともに同じ内容として、明確に前後比較を行うことができたようにした。

事前従業員向けアンケート

心問 回答欄 Q1. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q2. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q3. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q4. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q5. 「女性の働き方」に関して、貴社に「働き方改革」を実施しているかどうかを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q6. 貴社の働き方改革に関する取り組みを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q7. 「働き方改革」に関する取り組みを教えてください。(12選択)

従業員1人1人が回答



原則、性別等を問わず全従業員に実施
ただし、企業毎に女性や特定部署のみ
など、対象者を絞っての実施も可とした

事前担当者向けアンケート

心問 回答欄 Q1. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q2. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q3. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q4. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q5. 「女性の働き方」に関して、貴社に「働き方改革」を実施しているかどうかを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q6. 貴社の働き方改革に関する取り組みを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q7. 「働き方改革」に関する取り組みを教えてください。(12選択)

企業担当者が回答
(1社1回答)

一部項目は
従業員向けアンケートの
集計結果より記載

各社にてアンケートを踏まえた施策を決定・実施

事後従業員向けアンケート

心問 回答欄 Q1. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q2. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q3. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q4. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q5. 「女性の働き方」に関して、貴社に「働き方改革」を実施しているかどうかを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q6. 貴社の働き方改革に関する取り組みを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q7. 「働き方改革」に関する取り組みを教えてください。(12選択)

事前アンケートと
同一項目

事後担当者向けアンケート

心問 回答欄 Q1. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q2. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q3. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q4. 貴社の情報セキュリティを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q5. 「女性の働き方」に関して、貴社に「働き方改革」を実施しているかどうかを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q6. 貴社の働き方改革に関する取り組みを教えてください。(12選択)

心問 回答欄 Q7. 「働き方改革」に関する取り組みを教えてください。(12選択)

事前アンケートと基本項目は同一

施策実施を経た感想や意見を
記述する項目を追加

出所：日本総研作成

2-1-2. 従業員・担当者向けアンケートの概要

「従業員向け」では原則全従業員が、女性の健康に関する知識の有無や、健康状態、働き方に関する制度の充足状況等について回答。「担当者向け」では企業担当者に、従業員向けアンケートの結果や、自社の取組実態から回答いただいた。

従業員向けアンケートの主な項目

※全項目はAppendixにて紹介

大項目	詳細項目例
回答者の属性について	性別、年齢、雇用形態、役職など
女性の健康について	職場に配慮して欲しい項目 自身が直面している課題 職場に不足している点 など
女性の健康に関する知識の有無について	月経のしくみ 妊娠のしくみ 子宮や卵巣の病気 など
自身の健康状態と働き方について	自身の現在の健康状態 自身の状況に応じた働き方ができているかどうか
自社の働き方に関する制度について	制度が充足しているか 制度が利用しやすいか
健康に関する自社の状況について	気軽にコミュニケーションができるか 周囲の人は頼りになるか 社内のサポートは活用しやすいか など
健康に対する自社の支援について	制度やプログラムは充足しているか 積極的に支援してくれているか など

担当者向けアンケートの主な項目

※全項目はAppendixにて紹介

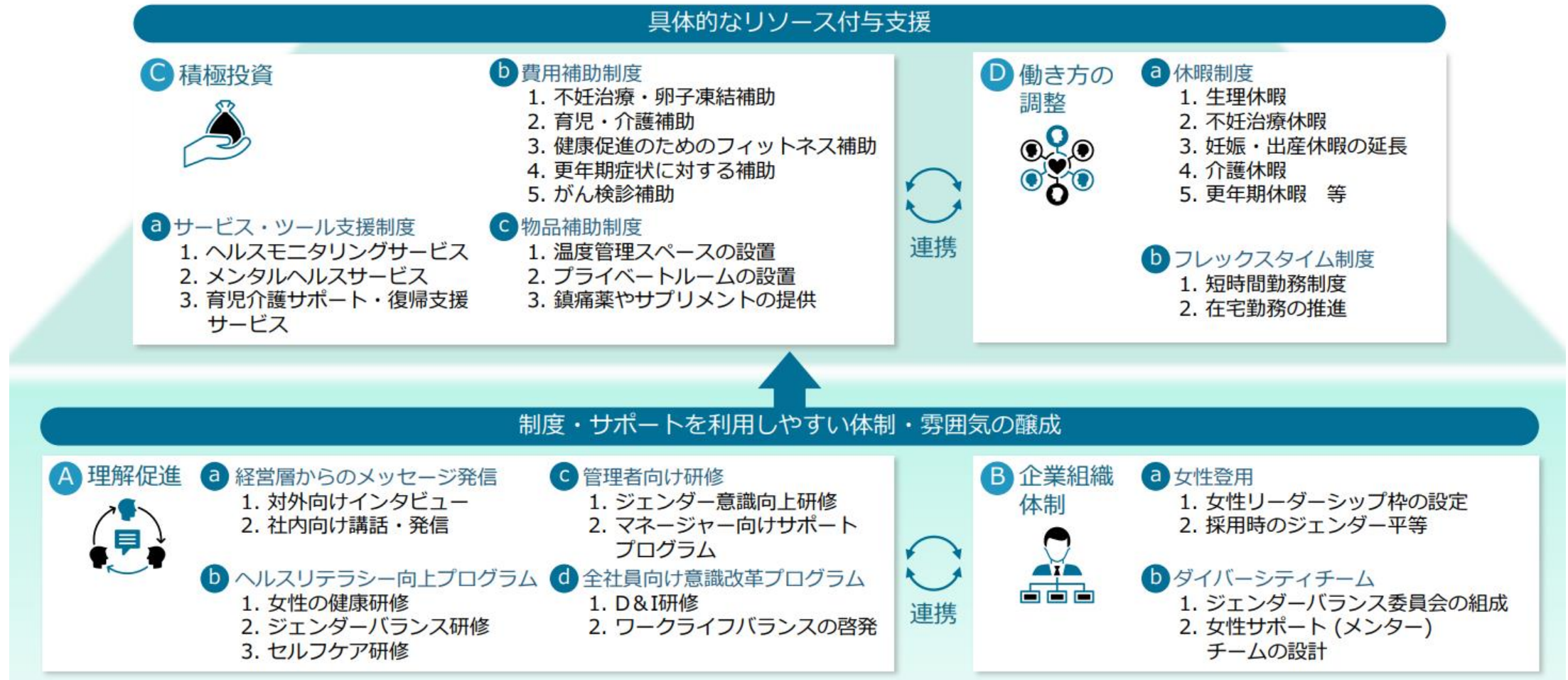
大項目	詳細項目例
プロセス指標	経営層からのメッセージ発信件数 女性の健康に関する研修の受講率 女性登用の状況 女性の健康領域に対する今までの施策の実施状況 休暇制度・フレックスタイム制度の状況 など
アウトカム指標	【身体的効果向上】 ヘルスリテラシー、主観的健康度 など 【精神的効果向上】 心理的安全性、チームワーク率 など 【個人と組織の関係向上】 社員を大事にする組織度 など 【職場への影響】 プレゼンティーイズム、アブセンティーイズム、 ワーク・エンゲイジメント、従業員満足度 など
KGI指標	離職率 女性マネジメント比率 など

出所：日本総研作成

参考) 取組施策の実施・検討

「女性の健康施策の全体像」も参考に、各社にて事前アンケート等から把握した自社の健康課題を踏まえて取組施策を検討し、実施いただいた。

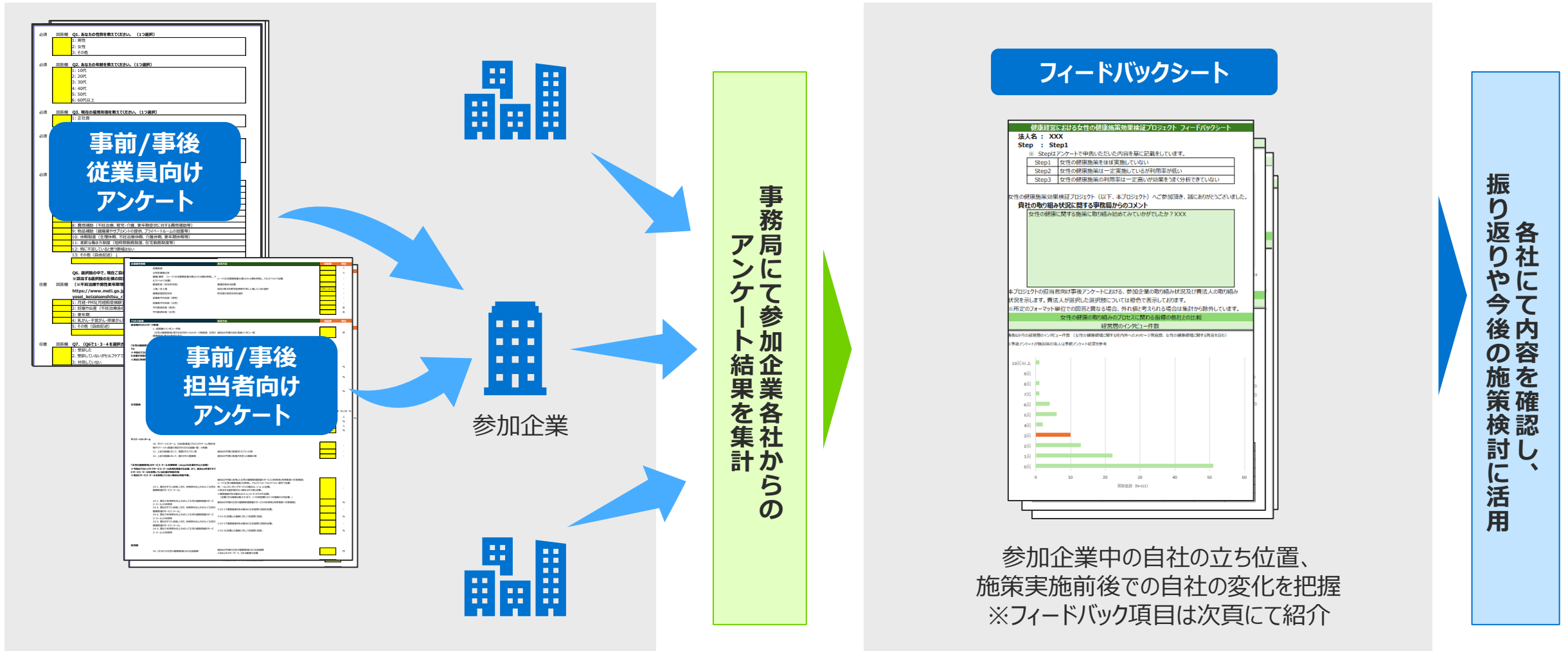
女性の健康施策の全体像



出所：経済産業省「第1回健康経営推進検討会 事務局資料③（健康経営における女性の健康施策の効果検証プロジェクト）」2024.12.19

2-2-1. フィードバックの実施

各参加企業から回収した事前/事後アンケートを集計し、個社毎に「フィードバックシート」を作成。各社にて施策実施前後の変化や、参加企業の中での自社の立ち位置を確認いただき、振り返りや今後の施策検討に活用いただく。



出所：日本総研作成

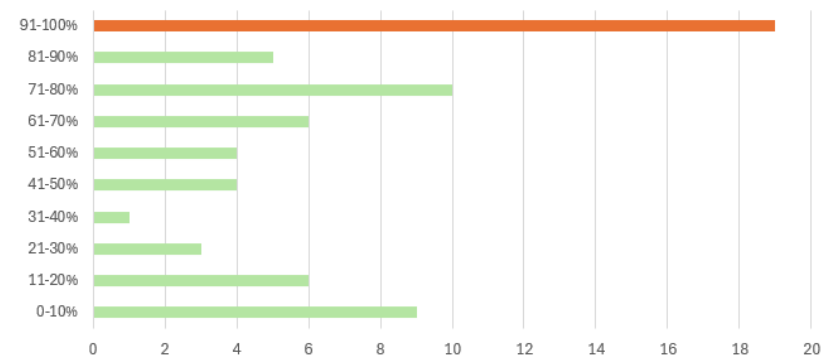
2-2-2. フィードバックシートの概要

事前・事後担当者向けアンケートの結果を中心にフィードバックを実施。全参加企業の平均値や、Group毎の平均値からみた自社の立ち位置、また、施策実施前後での自社の変化を把握。

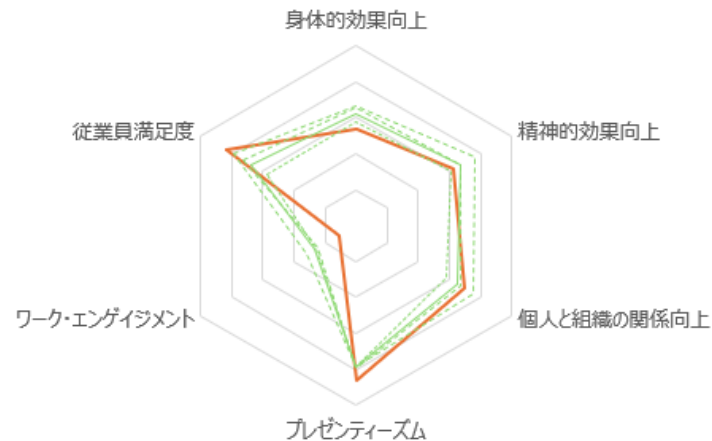
フィードバック項目

項目	概要
事務局からのコメント	本プロジェクト全体を通じた、事務局から各社へのコメント
プロセスに関わる指標の他社との比較	
経営層のインタビュー件数	全参加企業の件数/受講率から、自社の立ち位置を把握
女性の健康領域の研修プログラム、管理職向け研修、全従業員向け意識改革プログラムの受講率	
アウトカムに関わる指標の他社との比較	
アウトカム指標 ・身体的効果向上 ・個人と組織の関係向上 ・ワーク・エンゲイジメント	各指標の全参加企業平均、Group毎平均から、自社の立ち位置を把握
精神的効果向上 ・プレゼンティーズム ・従業員満足度	
KGI指標 ・離職率（男性/女性）	女性マネジメント割合
・女性マネジメント割合	
施策実施前後での自社の変化	
アウトカム指標 ※項目は上述の「アウトカム指標」に同じ	自社の施策実施前後でのアウトカム指標の数値の変化を把握

「プロセスに関わる指標の他社との比較」のイメージ



「アウトカムに関わる指標の他社との比較」のイメージ



出所：日本総研作成

2-3-1. オンライン相談会

4月の説明会後から10月までの毎週金曜日、アンケート実施や施策決定に関する質問や相談、各社の取組事例の共有の場として、①全体相談会、②個別相談会の2種類の会議体を設定（オンライン、任意参加）。

プロジェクトの進行に関する不明点の解消や、女性の健康に関する取組全般の困り事について共有・意見交換を実施した。

① 全体相談会

実施日時	毎週金曜日 13時～14時
対象者	プロジェクト参加企業の担当者等（任意、自由参加）
目的	<ul style="list-style-type: none">プロジェクト進行や施策に関する不明点・悩みの解消女性の健康課題へ取り組むうえでの課題や悩みの共有・意見交換
主な内容	<ul style="list-style-type: none">ご質問・ご相談受付 アンケートや施策検討等のプロジェクトに関する質問・相談への対応女性の健康の施策事例のご紹介<ul style="list-style-type: none">「健康経営における女性の健康課題に対する取組事例集」（令和7年3月）の掲載事例の紹介プロジェクト参加企業による自社事例紹介女性の健康の施策に取り組むうえでの悩み相談・意見交換 事務局にて設定したその日のテーマに基づき、参加者が自由に困りごとの共有や、自社の取組事例の紹介、意見交換を実施

② 個別相談会

実施日時	毎週金曜日 14時～15時 うち20分/社
対象者	プロジェクト参加企業の担当者等（任意、事前申し込み制）
目的	<ul style="list-style-type: none">全体相談会では表出しにくい、プロジェクト進行や施策に関する不明点・悩みの解消
主な内容	<ul style="list-style-type: none">ご質問・ご相談受付 アンケートや施策検討等のプロジェクトに関する質問・相談への対応

出所：日本総研作成

2-3-2. オンライン全体相談会 事例共有・議論テーマ

全体相談会ではプロジェクトに関する質問・相談に加え、事務局が設定したその日のテーマや参加者からの議題などをもとに、女性の健康施策に関する事例共有や意見交換を実施。自社の悩みの表出や、様々な企業の取組や工夫の把握ができた。

テーマ	事例共有・議論内容
理解促進	<ul style="list-style-type: none"> 管理職と部下の相互理解の促進 全社向けの発信の工夫 経営層の関与 セミナー・教育コンテンツ活用時の工夫
休暇制度/ フレックスタイム制度	<ul style="list-style-type: none"> 制度設計の工夫・課題 生理休暇の活用状況・問題意識 リモートワーク/フレックス制度導入の工夫・課題
女性登用/ ダイバーシティチーム	<ul style="list-style-type: none"> 自社のダイバーシティ系チーム/プロジェクトの概要と工夫 その他、全社を巻き込んだ取組や工夫の紹介
サービス・ツール 支援制度	<ul style="list-style-type: none"> サービス・ツール活用事例の共有・意見交換 <ul style="list-style-type: none"> 女性向けサービス・ツール 性別を問わないサービス・ツール
費用補助制度	<ul style="list-style-type: none"> 費用補助制度の事例共有・意見交換 <ul style="list-style-type: none"> がん検診 不妊治療・卵子凍結 フィットネス 育児介護 プレコンセプションケア 更年期

テーマ	事例共有・議論内容
物品補助制度	<ul style="list-style-type: none"> 物品補助・環境整備事例の事例共有・意見交換 <ul style="list-style-type: none"> プライベートルーム・休憩室の整備 生理用品の設置 サプリメントの提供・常備薬の配置
その他	<ul style="list-style-type: none"> 社内制度の周知・理解 <ul style="list-style-type: none"> 導入した社内制度の全社への周知に向けた工夫 社内制度に対する理解や認識のギャップを埋めるための取組 自社と他社の課題や状況のギャップ <ul style="list-style-type: none"> 自社課題の把握と、自社にあった施策の検討に向けた取組や工夫

出所：日本総研作成

2-3-3. オンライン相談会にて得られた 女性の健康課題の施策推進において企業が感じている課題

女性の健康施策推進に向けた課題として、**施策開始・推進にあたっての全社的な理解獲得**を挙げる企業が多くみられた。次いで、リソース等の**制約の中で企業としてどのような施策を実施すべきかわからない**、という意見が聞かれた。

フェーズ	企業課題	
	課題トピック	頂戴したご意見例
施策開始前	上司からの理解獲得が難しい	<ul style="list-style-type: none"> 従業員からは上司の理解を求める声大きい一方で、男性上司としてはハラスメント問題もあり対応に苦心
	男性社員からの理解獲得が難しい	<ul style="list-style-type: none"> 女性の健康課題に取り組むことについて、女性最良や、不公平と感じる男性社員がいる
	全社的な理解・納得感の獲得が難しい	<ul style="list-style-type: none"> 社内認知が追いついていない 女性の健康に取り組む意義やメリットを伝える教育コンテンツが少ない
施策の検討	何をしたら良いかわからない	<ul style="list-style-type: none"> 施策検討に向けた良いアイデアがない
	かけられる費用が限られる	<ul style="list-style-type: none"> 例えば生理痛体験を実施したくても、中小企業にとっては高額で手が届かない 無償で利用できるコンテンツや教材が限られる
	企業としてどこまで踏み込むべきかわからない	<ul style="list-style-type: none"> 例えば更年期であれば、対応は生活習慣改善からホルモン補充療法まで様々な中、どこまで企業として実施すべきなのかわからない
施策の追求	自社にとって最適な施策に行きつかない	<ul style="list-style-type: none"> 自社の健康課題は明確で、取組の試行錯誤はしているが、良い施策に行きついていない・改善に至っていない

全社的な理解や納得感、腹落ちが得られないと先に進めない

しかし以下のような問題も存在

- 理解獲得前なので、理解を得るための活動には**費用をかけにくい**
- センシティブな内容であるため慎重にならざるを得ず、**スピード感を出しにくい**
- 万が一失敗すれば、従業員の**コミットメント低下につながりかねない**

企業としてリソースの制約もある中で、何ができるか、どこまでやるべきか、フェーズに関わらず多くの企業が悩んでいる

出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト オンライン相談会にて聴取した参加企業のご意見より日本総研作成

2-4. 大阪・関西万博 女性の健康投資フォーラム ～投資対効果で見るウェルネスの価値～

従業員のウェルビーイング向上と組織の成長を目指し、国内外の有識者を集めたフォーラムを開催。

日程 令和7年6月25日（水）

会場 大阪・関西万博会場内 ウーマンズ パビリオン
in collaboration with Cartier 「WA」 スペース

主催 経済産業省・
Cartier International SNC

基調講演① 村上由美子 氏/MPower Partners ゼネラル・パートナー

働き盛り世代の女性の健康への投資はまだ気づかれていない経済成長の機会（巨大なアンメットニーズ）であり、健康格差の解消により世界のGDPが2.6%伸びるとの試算を紹介。人口減少が進む日本にとって、この分野に注目し対策を講じることが効果的である。

基調講演② Helen Tomlinson 氏/ Head of Inclusion & Employability, Adecco

英国では、政策だけでなく**教育・対話・経験共有・リーダーシップ**の4本柱で文化的変革を進めている。更年期は誰もが経験しうるため、職場における理解と支援が重要。また、**人種や経済状況にかかわらず、誰もが情報と支援にアクセスできる環境づくり**が不可欠。更年期によってキャリアを諦めるのではなく、50代以降も活躍できる職場文化醸成が経済成長にもつながる。

パネルディスカッション

岡原 伸太郎 氏/ジョンソン・エンド・ジョンソン 日本法人グループ 統括産業医・産業医科大学 特命講師

上場 庸江 氏/株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ 人事部部長 兼 ダイバーシティ推進室長

新佐 絵吏 氏/株式会社浅野製版所 事業開発部長

女性の健康施策を進めるには、**トップと現場の相互理解・協力**が重要という認識を共有。また制度だけでなく、**対話を促す文化や風土づくりの必要性**についても強調。多様なステークホルダーに伝えるためには、**データやストーリーを活用した発信**が鍵となると述べた。



2-5-1. 座談会

参加企業の担当者が、主に女性の健康領域に関する悩みごと・課題を他の参加者と共有し、解決のための施策や工夫について話し合う機会として、座談会を設定。特に対面開催会では参加者同士が広く交流し、つながりをつくることのできた。

<p>開催日時</p>	<p>【オンライン座談会】 2025年8月5日 10:00~12:00 ※全Group合同</p> <p>【グループ別座談会（対面）】 2025年8月6日 Group1 : 10:00~12:00 Group2 : 13:00~14:30 Group3 : 15:30~18:00 ※申告Groupと異なる回への参加、複数Groupへの参加も可</p>
<p>対象者</p>	<p>プロジェクト参加企業の担当者等 (任意、事前申し込み制)</p>
<p>目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> 参加者が実施してきた取組の共有 参加者が女性の健康に関する施策に取り組むうえでの課題・悩みの表出・解消 参加者同士の今後の関係性・つながりの構築 事務局として、各社の女性の健康に関する取組内容や課題感、着眼点を把握する

<p>主な意見交換項目</p>	<ul style="list-style-type: none"> 女性の健康に関する自社の過去の取組内容 本プロジェクトにおける施策内容、施策決定の背景 取り組むうえでの課題・悩みごと 女性の健康に関する取組に関して、他参加者に聞いてみたいこと
<p>実施形式</p>	<p>参加者全員で円になり、ファシリテーター（事務局）を1名設けて、対話・自由に発言する形式にて実施</p>

当日参加者数

<p>【オンライン座談会】 15社 20名 (中小規模6社、大規模9社)</p>	<p>【グループ別座談会】 ※複数Group参加者を含む</p>
	<p>Group1 9社 17名 (中小規模7社、大規模2社)</p>
	<p>Group2 15社 24名 (中小規模8社、大規模7社)</p>
	<p>Group3 15社 28名 (中小規模9社、大規模6社)</p>

グループ別座談会 当日の様子

出所：日本総研作成

2-5-2. 座談会で挙げた論点

女性の健康に関する取組を開始するうえでの障壁や、実際に施策を決定・実施するうえでの課題に加え、健康経営全般における悩みに関しても議題が挙げられた。

施策全般に関するもの		
女性の健康	1	女性の健康領域に関する従業員の関心を、いかに喚起すればよいか
	2	女性だけに支援をすることに対する反対意見に、どのように対応すればよいか
	3	どのように社内の理解を得て、継続して施策・取組を行えばよいか
	4	どのように施策を行う費用を確保すべきか
	5	女性の健康施策に関する検討に、現場の従業員をどのように巻きこむべきか
健康経営全般	6	アンケート結果の開示対象範囲はどこまでが適切か
	7	仕事と介護の両立が困難な従業員の退職を、どうすれば防ぐことができるか

個別の施策に関するもの		
研修	8	研修やセミナーの参加率を高めるにはどうすればよいか
相談窓口・検査	9	どうすれば、女性の健康特有の相談窓口を利用しやすい環境を作ることができるか
	10	どうすれば、再検査の受診率の低さを改善できるか（女性の健康に限らず）
物品利用	11	物品利用をどのように促進するとよいか（女性の健康に限らず）
休暇制度	12	生理休暇等の休暇制度の利用率をいかに向上させるか/休暇制度以外の働き方の柔軟性をいかにもたせるか
	13	どのように休暇制度を設計すればよいか（有給消化を妨げない設計とは）
	14	従業員の育児休業による人手不足や不平等感を、どうすれば解消できるか
テーマ別施策	15	更年期症状対策として、どのようなことができるか/有効か
	16	不妊に対し、どのようなことができるか/有効か
	17	メンタルダウンの早期発見をどのように行うか

出所：座談会での議論をもとに日本総研作成

2-5-3. 論点に対する意見や対策 1/5

各論点に対して参加企業よりいただいた意見や自社の取組事例等を紹介する。

他参加企業の実施策・対応例		ポイント・補足
1. 女性の健康領域に関する従業員の関心を、いかに喚起すればよいか		
アンケート結果の開示	<ul style="list-style-type: none"> 本プロジェクトのアンケート結果を従業員に公開したうえで、女性の健康について従業員同士で会話する「雑談会」を実施し、ここで出た意見や議論を施策検討の材料とした 社内報で本プロジェクトのアンケート結果を公開して、男女間のギャップや女性が健康に関して求めることを従業員に示し、さらに経営層から“女性の健康領域の重要性”についてメッセージを出した 	<ul style="list-style-type: none"> アンケート結果に関して、従業員同士や、経営層－人事部で議論を行うことで、様々な意見を引き出すことができた
研修への組み込み	<ul style="list-style-type: none"> 女性の健康領域の知識や配慮に関して、マネジメント層の研修で話題提供した さらに、従業員に対して管理職向けの研修内容を伝え、管理職の理解が促進したことを伝えた 新任管理者研修などの必須研修と組み合わせることで女性の健康領域の研修を実施している 	<ul style="list-style-type: none"> 女性の健康領域のリテラシーを高めることが、マネジメントスキルの1つであると伝える 必須研修と組み合わせることで、「女性の健康は全員が知るべき内容である」ということを従業員に示した
事前学習型研修の実施	<ul style="list-style-type: none"> 事前に学習コンテンツを視聴してから対話する形式としている「ランチタイム対話会」にて、女性の健康をテーマに取り上げた 	<ul style="list-style-type: none"> 研修・対話の前に事前学習を行うことで、理解や活発な議論の促進につながる
施策検討状況の開示	<ul style="list-style-type: none"> 社内アンケートで従業員から寄せられた意見に対して、人事部としての対応状況を掲載している 従業員からの施策要望を全てリスト化し、人事部が検討していることを従業員に公開している 	<ul style="list-style-type: none"> 人事部が従業員の意見を受け止めて、施策検討していることを明確に示す
レディースグッズの公開設置	<ul style="list-style-type: none"> 「防災用レディースキット」を設置して、誰でも見える場所に置くことで、女性の健康に関する男性の理解や認識を高めている 	<ul style="list-style-type: none"> 直接的な啓発をせずとも、男性従業員が自ら気づいて問題意識を持ってもらうことが狙い
2. 女性だけに支援をすることに対する反対意見に、どのように対応すればよいか		
背景の説明	<ul style="list-style-type: none"> 女性の健康の取組に関する背景や、その根拠となるエビデンス等を明確に伝えて、なぜ女性向け施策を実施するかについて丁寧なコミュニケーションを従業員に行う 女性の健康に関する経済損失の数値を提示し、女性の健康へ取り組むことの重要性を伝える 	<ul style="list-style-type: none"> 他企業のデータではなく、自社の従業員のデータ・分析結果からエビデンスを示すことができると、より自分事化してもらいやすくなる
男女双方への支援の実施	<ul style="list-style-type: none"> 女性だけでなく男性の更年期障害への取組も行った 物品補助や休暇制度など、男女双方を対象とした、全員が納得できる施策を検討・実施している 婦人科健診を会社で受診できるよう社内制度を設けたうえで、男女問わず利用できる、希望するオプション検査に対する費用補助を行っている 	<ul style="list-style-type: none"> 男女差をなくす工夫を検討 「性差に基づいた健康支援」と切り口を変えることもひとつ

出所：座談会での議論をもとに日本総研作成

2-5-4. 論点に対する意見や対策 2/5

他参加企業の実施策・対応例		ポイント・補足
3.どのように社内の理解を得て、継続して施策・取組を行えばよいか		
スケジュールの公開	<ul style="list-style-type: none"> 毎年、期初に年間スケジュールを決めて、従業員に公開する 	<ul style="list-style-type: none"> スケジュールが公開されていることで、従業員が各施策を当たり前のものとして受け止めてくれる
4.どのように施策を行う費用を確保すべきか		
改善効果の訴求	<ul style="list-style-type: none"> アブゼンティーズム・プレゼンティーズムの改善結果を経営層に訴えて、予算を確保している 	<ul style="list-style-type: none"> 経営層に金額的インパクトを示し、経営的にも対策を行った方がよいことを理解してもらう
5.女性の健康施策に関する検討に、現場の従業員をどのように巻きこむべきか		
役職の設置	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティアンケートで男女間の認識のずれがあることが明らかになったため、拠点ごとにウェルネスリーダーを設置して現場の声を吸い上げる仕組みを検討中 健康推進委員制度を導入し、がん検診などをテーマに勉強会を実施している 	<ul style="list-style-type: none"> 設置した役職者の頑張りを周囲に伝えることが、役職者のモチベーション向上につながる
会議体の設置	<ul style="list-style-type: none"> 非管理職社員が参画するウェルビーイング検討会を立ち上げた 全国の拠点に安全衛生委員会を設置し、地域ごとに健康経営を推進している 	<ul style="list-style-type: none"> 現場の意見や考えを吸い上げるようにしている 雇用形態等に寄らずに幅広く意見交換することを意識
制度の活用	<ul style="list-style-type: none"> 改善提案制度や資格取得報奨金制度を活用し、健康関連の関心を促進している 	<ul style="list-style-type: none"> あえて緩やかな活動とすることで担当者の負担を軽減している
6.アンケート結果の開示対象範囲はどこまでが適切か		
全社に開示	<ul style="list-style-type: none"> 基本的に全てのアンケートに関して全従業員に何らかの情報開示を行うことにしている アンケートの内容や精査結果に応じて、全社への開示を検討したい 	—
特定の層のみに開示	<ul style="list-style-type: none"> 少人数企業では個人特定リスクがあるため、健康経営チーム内や経営層のみに開示している 健康経営推進会議でのみ結果を開示する 	<ul style="list-style-type: none"> 全社にアンケート結果を開示できない代わりに、従業員にはアンケートを踏まえた施策実施により還元するように努める
7.仕事と介護の両立が困難な従業員の退職を、どうすれば防ぐことができるか		
相談窓口の設置	<ul style="list-style-type: none"> 介護セミナーの実施や、相談先の紹介などの取組を行っている 	—
介護支援者との密な連携	<ul style="list-style-type: none"> 当社の介護休業は本人が直接介護を行うことが前提であるため、会社としてもケアマネジャーなどと連携することを重視している 	—

出所：座談会での議論をもとに日本総研作成

2-5-5. 論点に対する意見や対策 3/5

他参加企業の実施策・対応例		ポイント・補足
7. 仕事と介護の両立が困難な従業員の退職を、どうすれば防ぐことができるか		
周囲の従業員のサポート体制構築	<ul style="list-style-type: none"> 介護は長期化する可能性があるため、介護のために休業する従業員本人だけでなく、その周囲のメンバーもサポートできる体制づくりを進めている 	<ul style="list-style-type: none"> 介護休業取得に対して少しでも負い目などを感じずに済むように工夫している
成功事例の共有	<ul style="list-style-type: none"> 介護休暇を取得した従業員にインタビューし、制度や支援のよかった点を発信している 	<ul style="list-style-type: none"> 社内ブログで発信することで従業員の理解が深まっている
面談の実施	<ul style="list-style-type: none"> 介護や自己都合で退職を希望する社員には全員と面談を実施し、退職せずに済む方法を模索している 	<ul style="list-style-type: none"> 退職希望の理由は介護だけでなく、自己評価とのギャップや職種の不一致など複合的な要因が多い
8. 研修やセミナーの参加率を高めるにはどうすればよいか		
事前アンケート・質問受付の実施	<ul style="list-style-type: none"> セミナー実施前に、従業員に向けた該当テーマに関するアンケートや質問聴取を実施し、セミナー内で質問に対する回答を示すことができるようにしたことで、参加率が高まった 	<ul style="list-style-type: none"> 事前に質問を受け付けることで、従業員の関心や参加意欲を高めることができた
9. どうすれば、女性の健康特有の相談窓口を利用しやすい環境を作ることができるか		
女性相談員の設置	<ul style="list-style-type: none"> 保健師や産業医全員を女性で構成している 	<ul style="list-style-type: none"> 女性医療職者の対応が担保されることで、相談ハードルを下げるができた
人事部からの声掛け	<ul style="list-style-type: none"> 生理休暇を連続で取得する方は、婦人科への受診が必要なケースが懸念されるため、人事部から声掛けをしている 	<ul style="list-style-type: none"> 潜在的に相談したいと考えている従業員を掘り上げることを目指す
10. どうすれば、再検査の受診率の低さを改善できるか（女性の健康に限らず）		
経営層からの声掛け	<ul style="list-style-type: none"> 従業員に対する再検査の通知は、社長名義で実施している 	<ul style="list-style-type: none"> 経営や上長からの指示とすることで、従業員が行動に移しやすいくなる
保健師面談の実施	<ul style="list-style-type: none"> 健診や再受診の結果等を確認のうえで、保健師が全従業員と面談を実施している 	<ul style="list-style-type: none"> 保健師と従業員の会話の機会を必ず設けて、従業員に寄り添うことを心掛けている
11. 物品利用をどのように促進するとよいか（女性の健康に限らず）		
費用補助の実施	<ul style="list-style-type: none"> 健康手当を導入し、健康診断の二次健診や健康食品購入などに利用可能にしている 健康増進スポーツ活動に関する手当を設けている 	<ul style="list-style-type: none"> 詳細な申請理由の開示を不要として、制度利用のハードルを下げています

出所：座談会での議論をもとに日本総研作成

2-5-6. 論点に対する意見や対策 4/5

他参加企業の実施策・対応例		ポイント・補足
12. 生理休暇等の休暇制度の利用率をいかに向上させるか/ 休暇制度以外の働き方の柔軟性をいかにもたせるか		
休暇名の変更	<ul style="list-style-type: none"> 「生理休暇という名称のために使いづらい」との声から、「エル休暇」に名称変更した 「メンテナンス休暇」に名称変更し、通院や家族の付き添いなどに対しても使用可能とした 社内公募により新たな新たな休暇名称を決定した 「ライフサポート休暇」という名称で、生理だけでなく、育児・介護、妊活・不妊治療、更年期障害などの理由で、男性も使える制度にしている 	<ul style="list-style-type: none"> 取得理由の申請を不要としたり、生理以外の健康などに関する理由に対しても使用できるようにしたりすることで、使用しやすいものとしている
休暇報告の見える化	<ul style="list-style-type: none"> 従業員数が少ない会社なので、あえて全従業員が見ることのできるチャットで休暇を報告して、休暇取得しやすい環境づくりをめざしている 	
在宅勤務環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> 体調不良時は在宅勤務への切り替えを許可しており、在宅勤務用のモニターの付与も実施している 	<ul style="list-style-type: none"> 在宅勤務への切り替えにあたって詳細な理由の申請は不要として、制度を活用しやすくしている
名称変更以外の方法の検討	<ul style="list-style-type: none"> 全社的に女性の健康に関する理解を向上させることで、休暇が取りやすくなることを目指している 	<ul style="list-style-type: none"> 生理休暇の名称変更は、制度を活用しやすくなる一方で、制度趣旨が曖昧になることを懸念し、理解向上を優先した
他従業員へのインセンティブ制度構築	<ul style="list-style-type: none"> 休暇取得者に代わって業務支援をした従業員に対して、景品と引き換えできるポイントを付与する制度を構築 	<ul style="list-style-type: none"> 支援インセンティブにより、休暇取得者の後ろめたさ等を軽減して、休暇取得のハードルを下げた
13. どのように休暇制度を設計すればよいか（有給消化を妨げない設計とは）		
有給休暇取得の促進	<ul style="list-style-type: none"> 全社員の有給休暇取得日数を設定し、これを守れない管理職は評価が下がる制度としている 有給休暇の「奨励日」と「強化日」を年間で約10日間設定している 	—
14. 従業員の育児休業による人手不足や不平等感を、どうすれば解消できるか		
他従業員へのインセンティブ付与	<ul style="list-style-type: none"> 育児休業を取得した従業員の所属グループに対して、1人1万円の育児休業応援手当を支給している 	—
業務アサイン量の調整	<ul style="list-style-type: none"> 業務のアサイン段階で業務量を明確にし、人事部が成果比率に応じた業務量のパーセンテージを決定し、業務を割り当てる運用としている 	—

出所：座談会での議論をもとに日本総研作成

2-5-7. 論点に対する意見や対策 5/5

他参加企業の実施策・対応例		ポイント・補足
15.更年期症状対策として、どのようなことができるか/有効か		
休暇制度の設定	<ul style="list-style-type: none"> 更年期に関する休暇制度を設定し、イントラにて周知した 	<ul style="list-style-type: none"> 制度設定の理由や背景も含めて丁寧に説明した
相談窓口の設置	<ul style="list-style-type: none"> 保健室とオンラインカウンセリングを導入し、就業時間内に利用できるようにした 	<ul style="list-style-type: none"> カウンセリングの利用が業務上の不利益とならないように配慮
検査の実施	<ul style="list-style-type: none"> AMH（抗ミュラー管ホルモン）検査を実施した 毛髪検査を実施した 全女性社員にエクオール検査を実施している 	<ul style="list-style-type: none"> 従業員が自分に合った対策を探ることができるように支援することを目指す
サプリメントの提供補助	<ul style="list-style-type: none"> エクオールを摂取できるサプリメントを、初回お試しは会社負担、その後の継続使用を希望する従業員に対しては会社が一部負担をして市場価格より安く購入できるように補助をしている 	
男性更年期に関する活動の実施	<ul style="list-style-type: none"> 男性更年期に関するセミナーを実施した ストレッチや筋トレ動画の作成など、男性更年期の対策支援を検討している 	<ul style="list-style-type: none"> 女性のものと比較すると注目されにくい男性更年期についても周知し、更年期が男女共通の課題であることを理解してもらう
16.不妊に対し、どのようなことができるか/有効か		
費用補助/休暇制度の導入	<ul style="list-style-type: none"> 男女ともに利用可能な、不妊治療の費用補助や通院のための有給休暇制度を導入した 	<ul style="list-style-type: none"> プレコンセプションケアに関するセミナーもあわせて実施し、不妊治療に関するリテラシーを高めることで制度の理解を促した
17.メンタルダウンの早期発見をどのように行うか		
面談機会の設定	<ul style="list-style-type: none"> 可能な限り人事部が全従業員と面談を行い、会話の機会をもつようにしている 	<ul style="list-style-type: none"> 人事部と従業員が顔の見える関係性となることで、些細なことでもチャット等で相談できるようになる
相談するきっかけの創出	<ul style="list-style-type: none"> 社内セミナー後に実施するアンケートに、必ず「悩み相談を希望する」という項目を入れ込み、相談するきっかけを作っている 	<ul style="list-style-type: none"> 人事部側から働きかけを行うことで、従業員が相談しやすい環境をつくることを目指している

3. 実施結果

3-1-1. 参加企業の内訳・特徴

参加企業の約4割がGroup1、約4割がGroup2、約3割がGroup3であった。参加企業のほとんどが健康経営優良法人認定取得企業であり、**取組が進むほど従業員数・女性従業員比率は増加していた。**

参加企業数と業種内訳

	Group1	Group2	Group3	合計
鉱業	-	1	-	1
建設業	6	3	2	11
製造業	9	6	4	19
電機・ガス	-	1	-	1
情報通信	1	5	1	7
運輸業	1	-	1	2
卸・小売業	6	5	2	13
金融・保険業	2	10	4	16
不動産	1	1	-	2
宿泊業	1	-	-	1
医療・福祉	5	-	2	7
サービス業	7	8	2	17
合計	48	46	24	118

参加企業の女性従業員の比率・年齢・勤続年数

	全社	Group1	Group2	Group3
平均従業員数	2,147人	881人	2,033人	5,117人
女性従業員比率	44%	40%	43%	52%
女性従業員の平均年齢	40歳	42歳	40歳	39歳
女性従業員の平均勤続年数	9年	8年	10年	10年

参加企業の健康経営優良法人2025認定取得状況

	Group1	Group2	Group3	合計
健康経営銘柄	-	5	4	9
ホワイト500	1	11	7	19
大規模法人	9	11	3	23
ブライト500	8	6	6	20
ネクストブライト500	7	3	3	13
中小規模法人	16	9	-	25

出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 参加企業情報・事前担当者向けアンケートより日本総研作成

3-1-2. 参加企業の取組施策

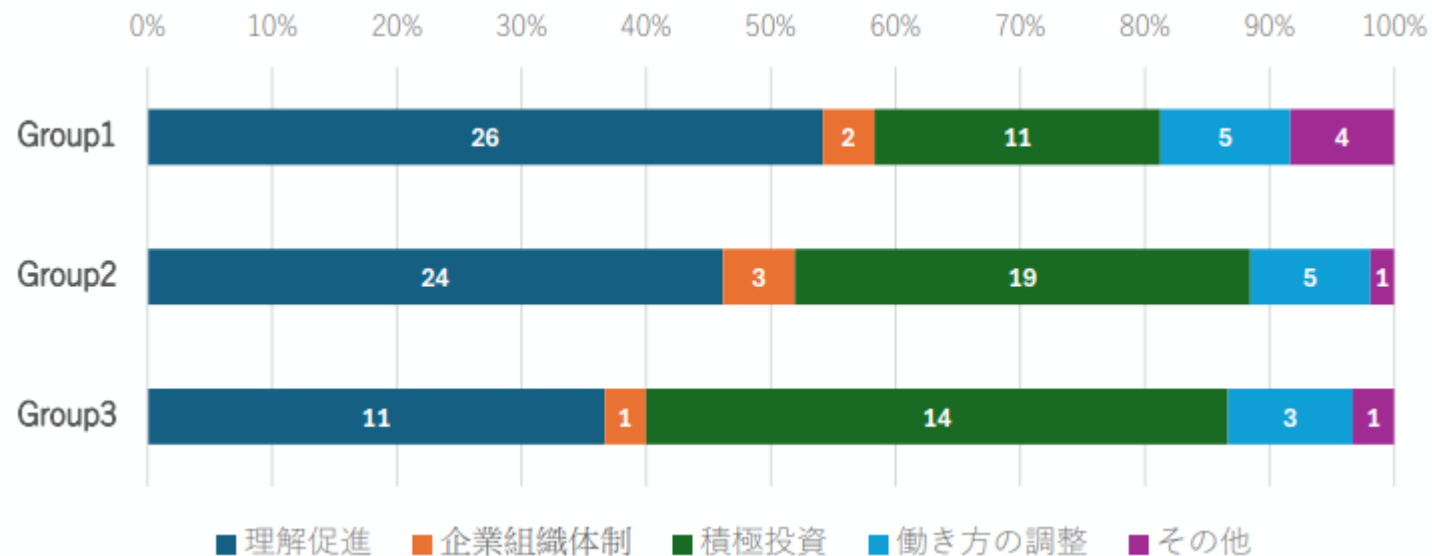
これまで女性の健康に関する施策を実施していなかった企業（Group1）や一定程度実施していた企業（Group2）では、まず理解促進に関する取組を行う企業が多く見られた。

取組が進んでいる企業（Group3）ほど、投資や働き方の調整など施策の幅が広がる傾向が見られる。

女性の健康に関する施策を社内へ浸透させるためには、まず理解を深め、社内の健康風土を醸成することが重要。

実施施策の概要	
A.理解促進	経営層からのメッセージ発信
	ヘルスリテラシー向上プログラム
	管理者向け研修
	全社員向け意識改革プログラム
B.企業組織体制	女性登用
	ダイバーシティチーム
C.積極投資	サービス・ツール支援制度
	費用補助制度
	物品補助制度
D.働き方の調整	休暇制度
	フレックスタイム制度
その他	上記以外の手当や規定の制定等

Group毎の施策選択状況（件）



※参加企業の申告に基づき分類、一部施策においては事務局にて分類を実施

※1企業が複数施策を実施するケースを含む

3-2-1. 事後アンケート集計結果 プロセスに関する指標

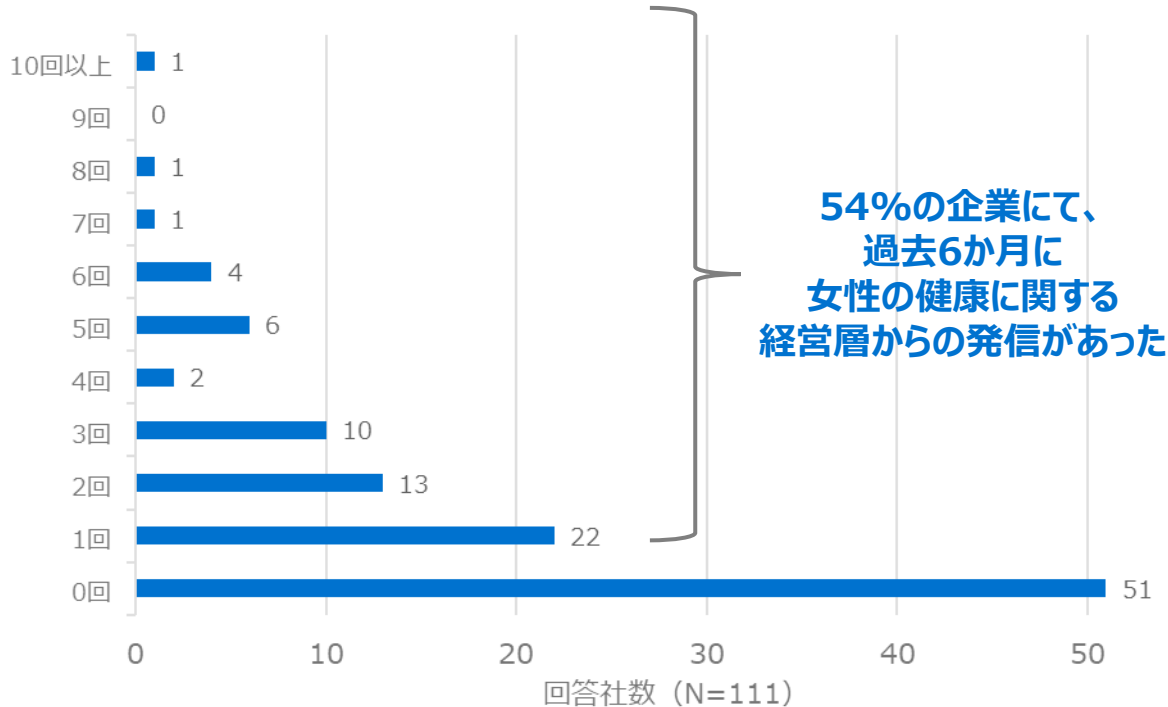
担当者向けアンケートにて、過去6か月の女性の健康に関する経営層のインタビュー件数、研修プログラムの受講率を聴取。
参加企業の半数以上にて経営層から女性の健康に関して発信があったほか、3割近い企業において女性の健康に関する研修の受講率が91~100%であったことから、参加企業における女性の健康に対する関心の高さを伺い知ることができた。

経営層の女性の健康に関するインタビュー件数

※過去6か月の経営層のインタビュー件数

女性の健康領域に関する社内外へのメッセージ発信数、女性の健康領域に関する発言を含む

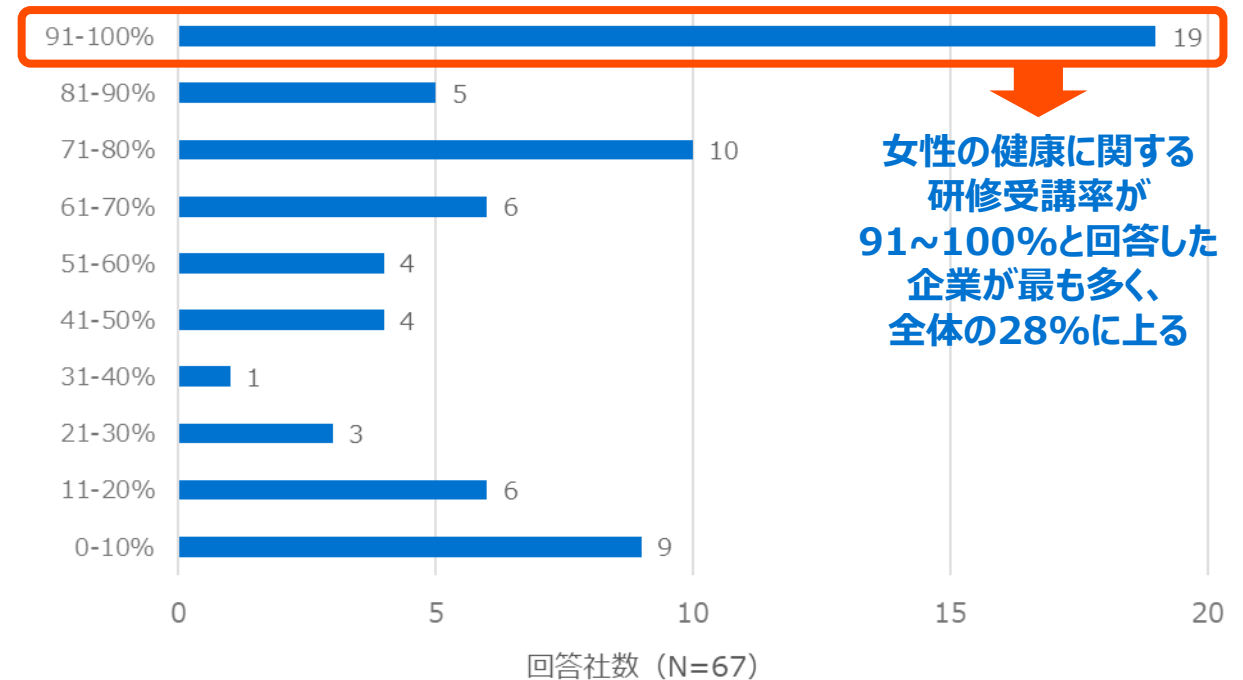
※事後アンケートを実施しなかった企業においては事前アンケートの結果を使用



女性の健康領域の研修プログラム、管理職向け研修、全従業員向け意識改革プログラムの受講率

※過去6か月間の「女性の健康領域」の研修プログラム、管理職向け研修、全従業員向け意識改革プログラムの平均受講率

※事後アンケートを実施しなかった企業においては事前アンケートの結果を使用



出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 事後/事前アンケート結果より日本総研作成

3-2-2. 事後アンケート集計結果 アウトカム・KGI指標

取組が進んでいるGroup3の企業は、他のGroupと比較して「プレゼンティーズム」を除くすべての項目において最も高い値を示した。「プレゼンティーズム」はGroup3で若干低下したものの、全Groupにおいて高い水準となった。さらにGroup3の企業の女性離職率は最も低く、女性管理職割合は最も高い結果となった。

女性の健康施策の実施を通じて、個人と組織の接点が増え、「会社が従業員の健康を気にかけている」という実感が醸成されることが、これらの結果に影響していると推察。

アウトカム指標 平均値

※事後担当者向けアンケートの各項目の該当設問の回答の平均値をパーセントに換算し算出

	全社	Group1	Group2	Group3
身体的効果向上	61.9%	57.5%	65.4%	66.5%
精神的効果向上	66.9%	61.2%	67.6%	76.9%
個人と組織の関係向上	65.0%	57.7%	67.3%	75.2%
プレゼンティーズム	78.9%	78.3%	79.6%	78.8%
ワーク・エンゲイジメント	26.5%	25.5%	25.2%	32.3%
従業員満足度	67.4%	57.3%	72.7%	79.2%

6つの指標のうち、5つにおいてGroup3が最も高い値を示した
特に、「精神的効果向上」「個と組織の関係向上」「従業員満足度」の
3つにおいては、全社平均+10%以上の高い値であった

KGI指標 平均値

	全社	Group1	Group2	Group3
離職率（男性）	2.7%	2.6%	2.6%	2.8%
離職率（女性）	2.7%	2.7%	3.0%	1.9%
女性マネジメント割合	22.6%	23.7%	17.6%	26.7%

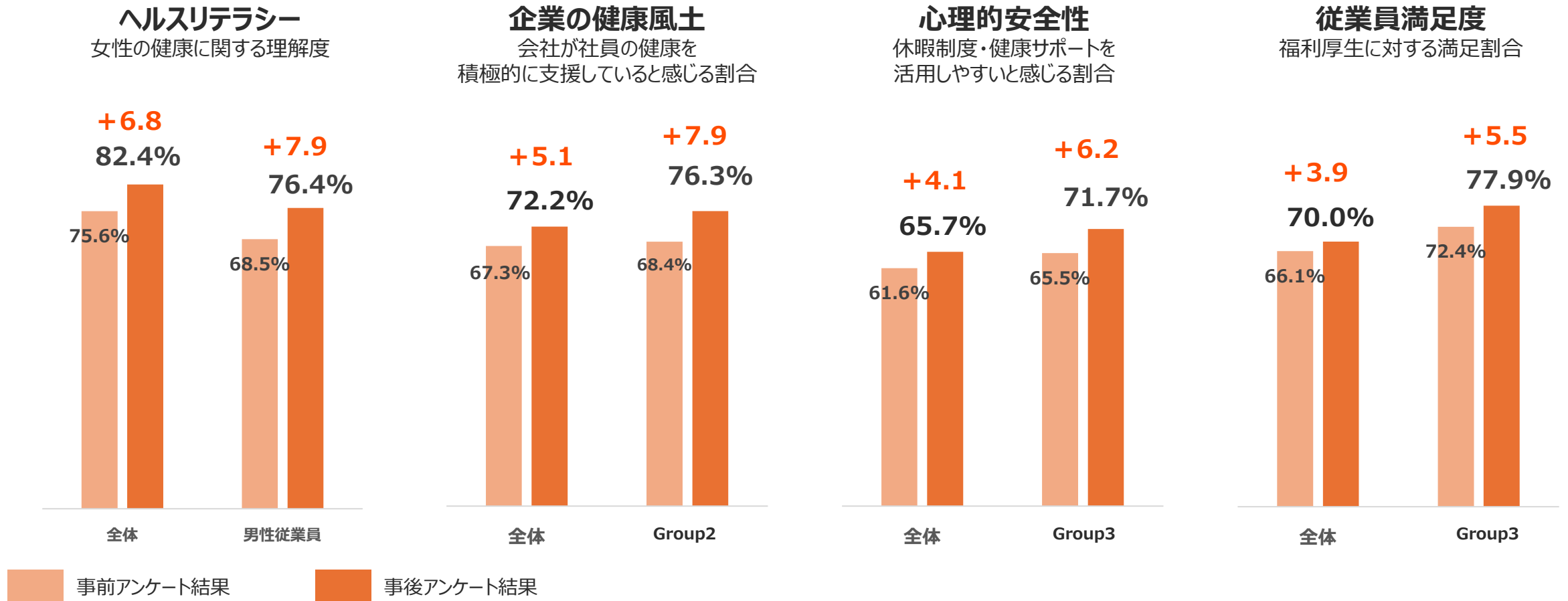
男性の離職率はGroupによる差はほとんど見られなかったが
女性の離職率は、Group3において最も低かった。
さらに、女性マネジメント割合はGroup3において最も高くなっていた

3-2-3. 施策の実施を経た 従業員の意識の変化

女性の健康に関する理解度は、男性従業員も含めて全体的に向上。

また、社員が「会社に大切にされている」と感じる従業員割合は増加し、組織風土醸成につながっているとみられる。

特に取組が進んでいるGroup3の企業においては心理的安全性や従業員満足度が他よりも高く、**女性の健康に継続して取り組むことが組織全体のプラスの変化になる**ことが示されている。



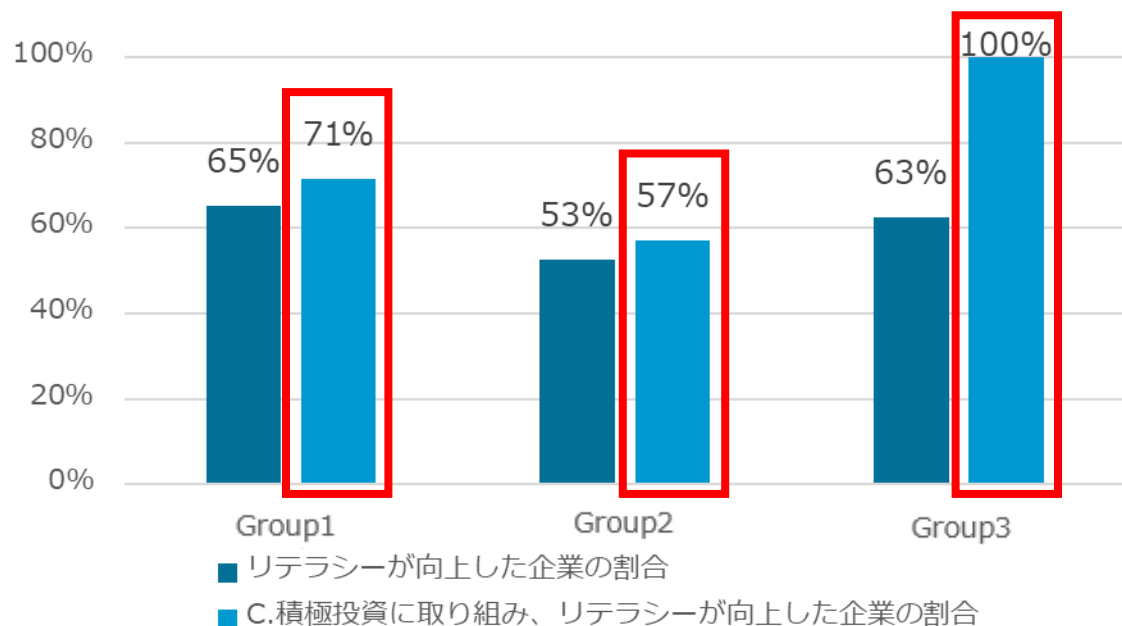
出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 事前・事後アンケート結果より日本総研作成

3-2-4. 施策の実施を経た 従業員の意識の変化 Group毎の傾向

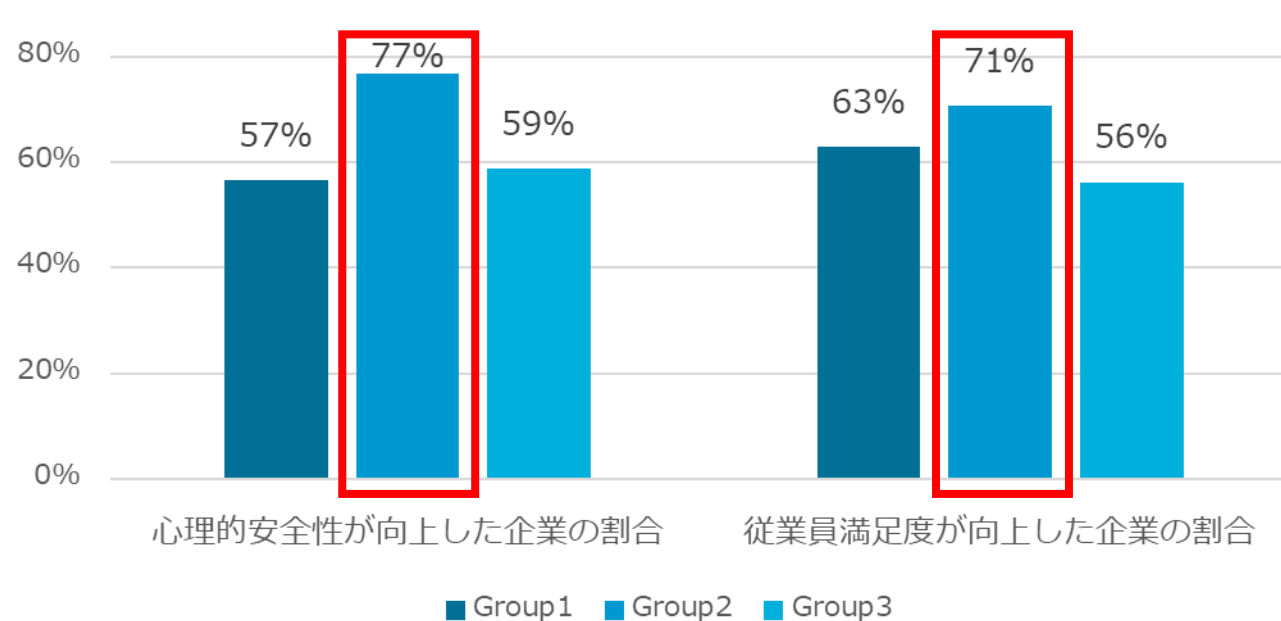
本プロジェクトにおける施策実施の前後で、半数以上の企業にて女性の健康に関するヘルスリテラシーが向上。特に**C.積極投資**に取り組んだ企業は、より高い割合でリテラシーが向上した。

心理的安全性と従業員満足度もいずれのグループにおいても多くの企業が向上。特に**Group2**においては7割以上の企業で向上しており、**施策を通じた取組の認知向上や、従業員ニーズに合った取組を実施できたことが影響したと考えられる。**

ヘルスリテラシー（女性の健康に関する理解度）
が向上した企業の割合



心理的安全性（制度・サポートの活用しやすさ）・
従業員満足度（福利厚生に対する満足度）が向上した企業の割合



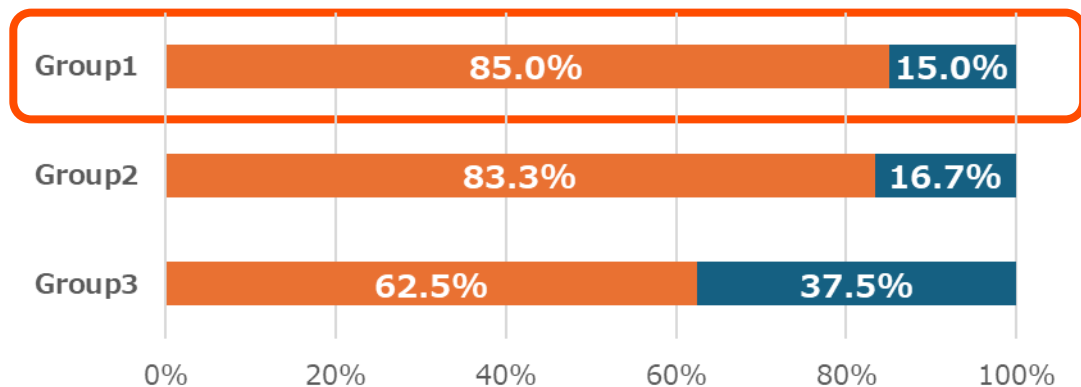
出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 事前・事後アンケート結果より日本総研作成

3-2-5. 施策の実施を経た 組織の変化

担当者向けアンケートの結果から、いずれのGroupにおいても多くの企業が経営層や職場においてポジティブな変化を感じている。特に今まで施策を実施していなかった**Group1では経営層の変化**を、一定施策を実施していた**Group2では職場の変化**を実感した企業が多く見られた。

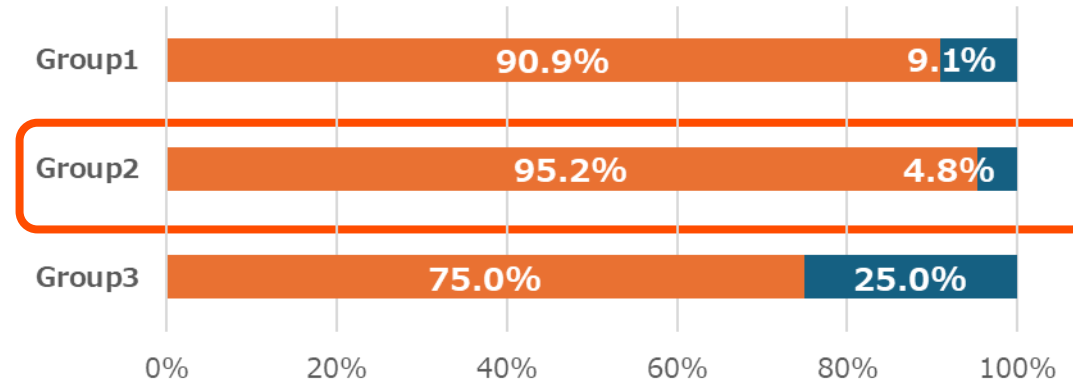
経営層の変化

N=53



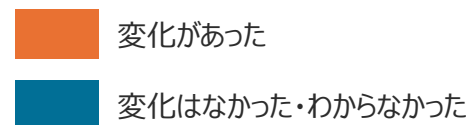
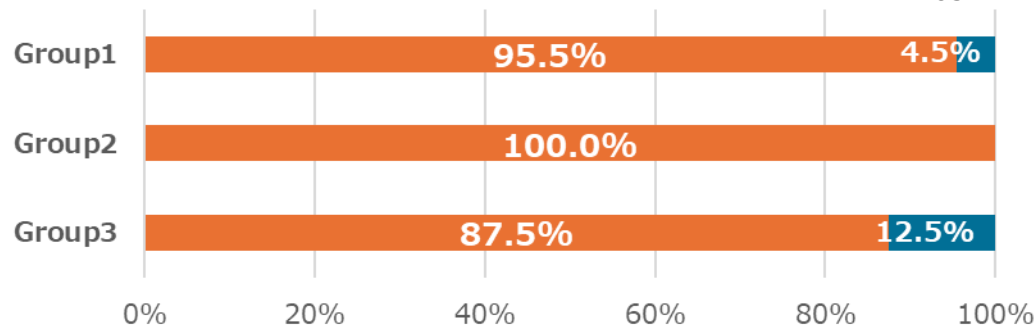
職場の変化

N=59



参加による成果・良かった点の有無

N=63



出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 事前・事後アンケート結果より日本総研作成

3-2-6. 施策の実施を経た 組織の変化に関する担当者の声

いずれのGroupにおいても、従業員と企業間の関係の変化や、従業員1人1人の行動変化など、職場風土の改善を感じる声が聞かれた。

	経営層の変化	職場の変化	組織全体の変化
Group1	<ul style="list-style-type: none"> アンケート結果等を伝えたことで取組の必要性を感じてくれた 従業員の意見をもとに、女性の健康課題への施策を本格的に検討してくれるようになった 経営層における女性の健康問題への取組は十分ではないとの認識から、社長自らが経営層へ呼び掛け「女性の健康検定」を受検し合格に至った 	<ul style="list-style-type: none"> 当事者が健康課題について発言しやすくなった 特に男性従業員から、「女性の健康に対する考え方が変わった」との声が聞かれた 生理休暇を取得しやすくなったという声が多数聞かれた 制度について考える職場の風土改善につながった 	<ul style="list-style-type: none"> 健康施策の効果検証の考え方が浸透した ワーク・エンゲイジメントと従業員満足度が向上した
Group2	<ul style="list-style-type: none"> 意識が高まり、女性がより活躍できる環境づくりや、現場からの意見を積極的に経営に反映する動きが進んだ 経営方針として女性役員の登用を決定し、経営層における多様性推進と女性活躍の基盤強化を図ることになった 女性の健康に特化したテーマについて、取締役会にて初めて本格的な議論が行われた 	<ul style="list-style-type: none"> 心理的安全性やキャリアへの安心感を感じられる環境が形成されつつある 従業員と企業間の信頼関係を感じる声が確認された 施策の実施前後で、多くのアンケート設問の数値の平均値が向上した 	<ul style="list-style-type: none"> チームの枠を超えて女性の健康に関することを考える機会となった 施策効果を経営会議に提示し、これまで以上に「投資」という視点で提案を行うことが可能となった 制度を整備・導入するだけでなく、継続的なメンテナンスを行い利用しやすくなることの重要性を再認識できた
Group3	<ul style="list-style-type: none"> 女性活躍や健康施策に関するテーマが経営会議でも正式に議題として取り上げられるようになった 女性活躍推進室が新設され、女性活躍およびダイバーシティ施策の検討が本格的に始まった 不妊治療等、新たなトピックへの取組の必要性が認識された 	<ul style="list-style-type: none"> 特に男性従業員の理解が深まり、配慮のある声かけや勤務調整など、行動面での変化が見られた 従業員が女性の健康に関する施策の意義を深く理解し、自発的に健康管理に取り組む姿勢へと変化した 	<ul style="list-style-type: none"> 女性特有の健康課題への対策を引続き実施できる土台づくりができた 女性の健康支援を一過性でなく、継続的な全社推進テーマとして捉える意識が社内に定着しつつある

出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 事後担当者向けアンケート結果より日本総研作成

4. 今後求められる活動

4-1. 女性の健康課題の施策推進に向けた企業の要望

参加企業の要望として、「他社事例を知りたい」という意見が最も多かった。その他に、自社の状況や悩みに応じた適切なコンテンツの拡充や、無償・安価に研修等を受講できる機会に関する支援、国としてのゴールの明確化を望む声があった。

企業からの要望・困り事		本プロジェクト内での対応
トピック	詳細	
他社の対応・取組事例を知りたい	<ul style="list-style-type: none"> 自社が今直面している壁に、他社がどのように対応してきたのか知りたい 参加企業の事例を自社の取組のヒントにしたい 	<ul style="list-style-type: none"> オンライン相談会や座談会にて事例紹介・意見交換を実施し、他社の対応や取組を知る機会とした
自社の課題や状況に応じたコンテンツが欲しい	<ul style="list-style-type: none"> 女性の健康に取り組むうえで、まずは社内の理解や納得を得ることが必要だが、取組を行う意義やメリットを説明するコンテンツが少ない 男性に向けたコンテンツが少ない 	<ul style="list-style-type: none"> いただいたテーマに対応するコンテンツ（主に無料で利用できるもの）を調査・整理し、情報提供を実施
無償、もしくは安価に研修等を受けることができる支援が欲しい	<ul style="list-style-type: none"> 中小企業は、費用面から外部委託による研修実施が難しい 中小企業1社で研修サービス等を活用しようとする、従業員数が限られるため、費用が割高になってしまう 複数企業合同研修を企画してほしい 	<ul style="list-style-type: none"> 無料で利用できる教育コンテンツ等を調査し、情報提供を実施 本プロジェクト内においては、プロジェクト参加企業同士が自社事例を紹介しあうことや、交流を深めることのほうが有用と判断し、そのように対応
国が一般企業に求めるゴールを明確にしてほしい	<ul style="list-style-type: none"> 女性がどのような状態/状況で働けるようになるのがよいのか、目指す姿がはっきりすると、企業として施策に取り組みやすい 	<ul style="list-style-type: none"> 人手不足で女性活躍が不可欠な中、女性の健康課題のためにキャリアをあきらめることのない環境づくりの重要性を相談会内でご説明

出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 参加企業からの意見・議論内容より日本総研作成

4-2. 女性の健康施策の推進に向けて期待される外部からの支援

施策推進にあたり全社理解の獲得に苦勞する企業は多く、**理解醸成に資するコンテンツや機会の提供**は重要。また**企業同士のつながりをつくり、意見交換やその先の協働に発展できるような支援**も期待される。

課題

- 女性の健康課題に取り組むことに対する、全社的な理解の獲得
- 企業として実施できる・実施すべき施策の検討と実施

要望（ニーズ）

- 他社事例を知りたい
- 活用できるコンテンツの充実
- 国の方針の明確化

女性の健康の推進に向けて実践すべき活動・支援（案）

- **企業同士のネットワークづくりの支援**
 - ・ 意見交換や事例紹介の場の継続設定
 - ・ 企業同士の連携に基づく新たな取組創出のきっかけづくり
- **企業間マッチング支援**
マッチング例：同じ課題に取り組む企業
課題Aを乗り越えた企業と今Aに直面している企業
- **サービスー企業間マッチング支援**
 - ・ 企業のレベル感や課題に合わせたサービスの紹介
- 現在不足しているテーマに関する**コンテンツの作成**
コンテンツ例：男性の健康課題、プレコンセプションケア
- 専門職者や有識者など、**人の派遣やイベントの実施**
 - ・ 特に理解促進部分に関する、講演やショート研修の実施
 - ・ 参加企業のネットワーキングやマッチング支援の同時開催

出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 参加企業からの意見・議論内容より日本総研作成

4-3. 各Groupの課題と次のステップに進むための打ち手

Group1では、経営層・従業員に対する更なる理解促進や、施策実施のためのリソース確保に課題がみられ、Group2では従業員ニーズ把握と人材強化が、Group3では更なる女性の健康課題の把握と対応が課題として挙げられた。

各企業には、さらなるステップアップを目指してGroup毎の課題に対応した打ち手を講じ、女性の健康に対する企業の取組を深化させていくことが期待される。

	プロジェクトに参加したことで明らかになった/実感した課題	ステップアップのための活動
Group1	<ul style="list-style-type: none"> 経営層や従業員の理解や認知がまだ不足している 施策実施に向けたリソースが確保できていなかった 	<ul style="list-style-type: none"> 経営層・従業員の理解促進 施策実施の基盤づくり・リソース確保
Group2	<ul style="list-style-type: none"> 施策をリードする人材の育成が不十分であった 従業員のニーズを把握できていなかった 	<ul style="list-style-type: none"> 全社的な取組とするためのリーダー人材の育成と組織体制の整備 アンケートやヒアリング等を通じた従業員ニーズの把握と、更なる施策の実施・拡充
Group3	<ul style="list-style-type: none"> まだ焦点が当たっていない課題（例：更年期の問題）への対応の必要性がある 施策の効果のさらなる波及を目指す必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> 不断の施策の見直しと効果検証 全社施策としての浸透・定着

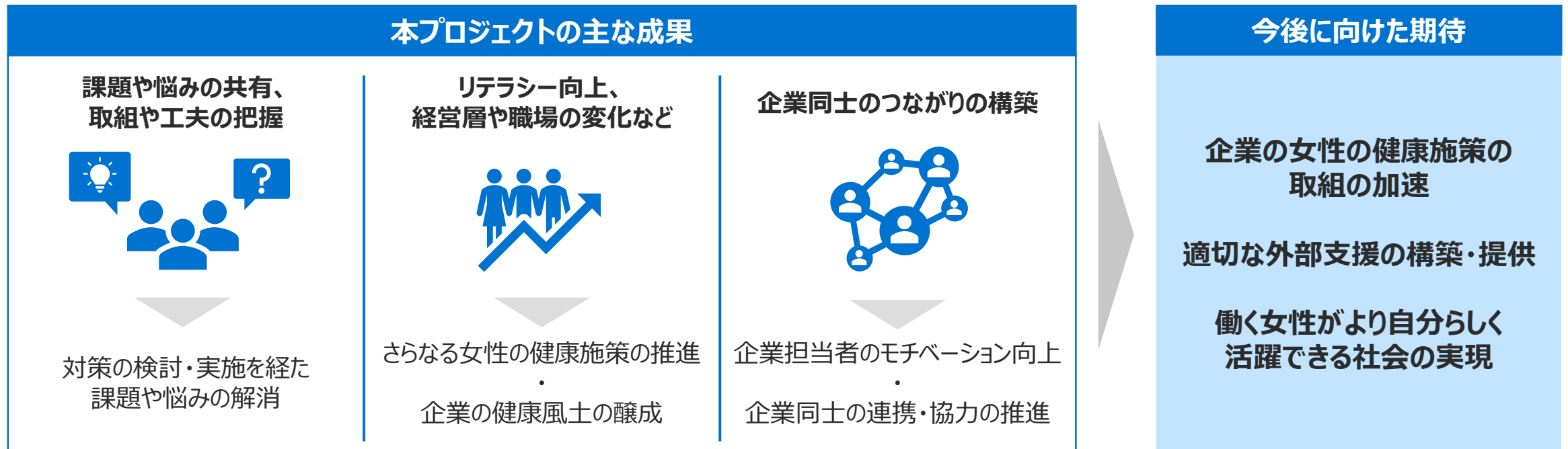
おわりに

本プロジェクトを通じ、女性の健康施策に対する各企業の課題感や取組・工夫を共有・把握することができた。

限られたプロジェクト期間であったが、従業員のヘルスリテラシーの向上等の成果がみられたほか、経営層や職場のポジティブな変化を実感したという声もいただいた。

また、相談会等を通じ「悩んでいるのは自分だけではないと知った」という声が多く聞かれ、女性の健康施策に関して企業同士が直接会話する機会・きっかけを構築できたことも本プロジェクトの成果の1つであった。

本プロジェクトにて得られた知見や企業間のつながりが、適切な外部支援や、各企業における取組の加速、ひいては働く女性がより自分らしく活躍できる社会の実現の一助となることを期待する。



出所：日本総研作成

Appendix

事前/事後従業員向けアンケート項目 1/3

従業員向けアンケート項目の詳細は以下のとおり。同じ内容を、施策実施前と実施後に聴取し、施策実施前後の変化を確認できるようにした。

	設問	回答選択肢等		設問	回答選択肢等
Q1	あなたの性別を教えてください。 (1つ選択)	1: 男性、2: 女性、3: その他	Q6	選択肢の中で、現在ご自身が直面している課題があれば選択してください。(いくつでも)	1: 月経・PMS(月経前症候群) 2: 妊娠や出産(不妊治療含む) 3: 更年期 4: 乳がん・子宮がん・卵巣がん等 5: その他(自由記述)
Q2	あなたの年齢を教えてください。 (1つ選択)	1: 10代、2: 20代、3: 30代、4: 40代、5: 50代、 6: 60代以上	Q7	(Q6で1・3・4を選択された方) 本件に関して医療機関を受診したことはありますか。(1つ選択)	1: 受診した 2: 受診していないがセルフケアで対処 3: 対処していない
Q3	現在の雇用形態を教えてください。 (1つ選択)	1: 正社員、2: 非正社員	Q8	「女性の健康」に関して、職場に配慮・関心を示してほしいトピックを選んでください。(いくつでも)	1: 経営層の理解 2: 上司・管理職の理解 3: 自分自身の理解 4: 女性の健康をサポートしていこうとする職場全体の意識 5: その他(自由記述) 6: 特に不足している点はない
Q4	現在の役職を教えてください。 (1つ選択)	1: 経営層、2: 役員、3: 管理職、4: 非管理職	Q9	組織体制面において、職場で女性の健康を支えるために不足している点を教えてください。(1つ選択)	1: 女性の健康をサポートするチームがない 2: チームはいるが、うまく機能していない 3: 特に不足している点はない 4: その他(自由記述)
Q5	「女性の健康」に関して、職場に配慮・関心を示してほしいトピックを選んでください。(いくつでも)	1: 経営層からのメッセージ発信 (対外向けインタビュー、社内向け講話等) 2: ヘルスリテラシー向上プログラム (女性の健康研修、セルフケア研修等) 3: 管理者向け研修(マネージャー向けサポートプログラム等) 4: 全社員向け意識改革プログラム (D&I研修、ワークライフバランスの啓発等) 5: 女性登用(女性リーダーシップ枠の設定等) 6: ダイバーシティチーム(女性サポートチームの設計等) 7: サービス・ツール支援 (ヘルスマonitoringサービス、育児介護サポートサービス等) 8: 費用補助 (不妊治療、育児・介護、更年期症状に対する費用補助等) 9: 物品補助 (鎮痛薬やサプリメントの提供、プライベートルームの設置等) 10: 休暇制度 (生理休暇、不妊治療休暇、介護休暇、更年期休暇等) 11: 柔軟な働き方制度(短時間勤務制度、在宅勤務制度等) 12: 特に不足していると思う領域はない 13: その他(自由記述)	Q10	(Q1で2:女性を選択した方) 月経セルフケアに関する次の項目について、該当する選択肢の番号: 1.はい、2.いいえのいずれかを教えてください。	<ul style="list-style-type: none"> 自分の月経周期を把握している 体調の変化から月経を予測することができる 月経時について心配があるときは、積極的に対処法をとっている 月経に伴う身の変化に気づいている 月経を体調のバロメーター(基準・目安)にしている
			Q11	女性の体に関する知識に関する次の項目について、該当する選択肢の番号: 1.はい、2.いいえのいずれかを教えてください。	<ul style="list-style-type: none"> 月経のしくみについての知識がある 妊娠のしくみについての知識がある 子宮や卵巣の病気についての知識がある 性感染症の予防についての知識がある 避妊の方法についての知識がある

出所: 女性の健康施策の効果検証プロジェクト 従業員向けアンケート

事前/事後従業員向けアンケート項目 2/3

	設問	回答選択肢等
Q12	(Q1で2:女性を選択した方) 定期的に婦人科検診へ行ってますか。(1つ選択)	1: 行っている 2: 必要性を理解しているが行っていない 3: 必要性を感じないので行っていない
Q13	あなたの現在の健康状態はいかがですか。(1つ選択)	1: よい、2: まあよい、3: ふつう、4: あまりよくない、5: よくない
Q14	自身の体調や状況(育児、介護、通院・治療等)に応じた働き方ができていると感じますか。(1つ選択)	1: できていない、2: ややできていない、3: まあできている、4: できている
Q15	柔軟な働き方に関する制度(在宅勤務、フレックスタイム制、時短勤務等)について、どの程度充足していると感じますか。(1つ選択)	1: 不足している、2: やや不足している、3: まあ充足している、4: 充足している
Q16	柔軟な働き方に関する制度(在宅勤務、フレックスタイム制、時短勤務等)は、どの程度利用しやすいと感じますか。(1つ選択)	1: 利用にはハードルがある、2: 利用にはややハードルがある、3: まあ利用しやすい、4: 利用しやすい
Q17	現在のご自身のメンタルの健康状態をどのように感じていますか。(1つ選択)	1: 健康ではない、2: やや健康ではない、3: まあ健康、4: 健康
Q18	健康問題に関して社内で気軽にコミュニケーションができると感じますか。(1つ選択)	1: ちがう、2: ややちがう、3: まあそうだ、4: そうだ
Q19	健康問題に関して社内の周囲の人は頼りになると感じますか。(1つ選択)	1: ちがう、2: ややちがう、3: まあそうだ、4: そうだ
Q20	社内の休暇制度や健康問題に関するサポートを活用しやすいと感じますか。(1つ選択)	1: ちがう、2: ややちがう、3: まあそうだ、4: そうだ

	設問	回答選択肢等
Q21	女性の健康問題に特化した社内サポートについて、他の健康サポートの活用しやすさと変わらないと感じますか。(1つ選択)	1: ちがう、2: ややちがう、3: まあそうだ、4: そうだ
Q22	所属している組織が、自身や周囲のメンバーの健康問題で欠勤・休職した際に上手くカバーがし合えるチームだと感じますか。(1つ選択)	1: ちがう、2: ややちがう、3: まあそうだ、4: そうだ
Q23	あなたの会社は、従業員の健康に関する制度やプログラムが十分に用意していると感じますか。(1つ選択)	1: ちがう、2: ややちがう、3: まあそうだ、4: そうだ
Q24	あなたの会社は、従業員が生き生き仕事をし、健康的な生活をするために、積極的に支援してくれると感じますか。(1つ選択)	1: ちがう、2: ややちがう、3: まあそうだ、4: そうだ
Q25	福利厚生や休暇制度が女性/男性向けに偏りがあると感じることはありますか。(1つ選択)	1: 女性向けに偏りがあると感じる 2: 男性向けに偏りがあると感じる 3: 感じない
Q26	会社の環境は健康問題にとらわれず働きやすいと感じますか。(1つ選択)	1: ちがう、2: ややちがう、3: まあそうだ、4: そうだ
Q27	あなたがイメージされているライフスタイルの変化があった際(育児、介護、通院・治療の発生等)にも、諦めずにキャリアを描けると思いますか。(1つ選択)	1: ちがう、2: ややちがう、3: まあそうだ、4: そうだ
Q28	健康問題にとらわれず仕事に主体性が持てると感じますか。(1つ選択)	1: ちがう、2: ややちがう、3: まあそうだ、4: そうだ

出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 従業員向けアンケート

事前/事後従業員向けアンケート項目 3/3

	設問	回答選択肢等
Q 29	病気やけががないときに発揮できる仕事の出来を100%として、過去4週間の自身の仕事を評価してください。	記述式、0~100の整数で回答（単位：%）
Q 30	直近1年間における、心身の不調や病気による遅刻早退含む欠勤・休暇取得の合計日数を教えてください。	記述式（単位：日）
Q 31	(Q1で2:女性を選択した方) 直近1年間における、月経・PMS（月経前症候群）要因で会社を休んだ日数を教えてください。	記述式（単位：日）
Q 32	直近1年間における、妊娠・出産・育児要因で会社を休んだ日数を教えてください。	記述式（単位：日）
Q 33	直近1年間における、更年期要因で会社を休んだ日数を教えてください。	記述式（単位：日）
Q 34	(Q1で2:女性を選択した方) 直近1年間における、女性特有のがん（再検査等含む）要因で会社を休んだ日数を教えてください。	記述式（単位：日）
Q 35	仕事をしているときに活力がみなぎるように感じますか。（1つ選択）	0：全くない、1：ほとんど感じない、2：めったに感じない、3：時々感じる、4：よく感じる、5：とてもよく感じる、6：いつも感じる
Q 36	(Q1で2:女性を選択した方) 女性特有の体調の不調や健康課題にとらわれずに、仕事をしているときに活力がみなぎるように感じますか。（1つ選択）	0：全くない、1：ほとんど感じない、2：めったに感じない、3：時々感じる、4：よく感じる、5：とてもよく感じる、6：いつも感じる

	設問	回答選択肢等
Q 37	福利厚生について満足していますか。（1つ選択）	1：ちがう、2：ややちがう、3：まあそうだ、4：そうだ
Q 38	会社が女性の健康にケアをしていると感じますか。（1つ選択）	1：ちがう、2：ややちがう、3：まあそうだ、4：そうだ
Q 39	この会社で長く働きたいと思えますか。現在の状況をお伺いします。（1つ選択）	1：ちがう、2：ややちがう、3：まあそうだ、4：そうだ
Q 40	「女性の健康」領域に関して現在感じている会社に対するご要望を教えてください。	自由記述
以下項目について、企業によってアンケートを行うか否か選択可 実施しない場合には各社にて以下項目を消去しアンケートを展開いただく		
Q 41	現在の婚姻状況やパートナーの有無について、当てはまるものを選んでください。（1つ選択）	1：未婚、2：既婚、3：答えたくない
Q 42	現在の子供の有無について教えてください。（1つ選択）	1：子供あり、2：子供なし、3：答えたくない
Q 43	(Q42にて2:子供なしを選択された方) 差し支えなければ将来的に子供をつくる予定であるかどうか教えてください。（1つ選択）	1：予定あり、2：予定なし、3：答えたくない

出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 従業員向けアンケート

事前/事後担当者向けアンケート項目 1/4 プロセス指標①

担当者向けアンケート項目の詳細は以下のとおり。基本的には事前・事後ともに同じ内容とし、一部項目を事後アンケートにて追加している。

項目	考え方・算出方法など
プロセス指標	
経営層からのメッセージ発信	
1. 経営層のインタビュー件数	過去6か月間の合計実施インタビュー数 ※女性の健康領域に関する社内外へのメッセージ発信、女性の健康領域に関する発言を含む)
「女性の健康領域」の研修プログラム、管理職向け研修、全社員向け意識改革プログラムの実施状況	
2. 受講率	過去6か月間の平均受講率 ※「参加者数÷全受講対象者数」により研修の参加率を算出。複数研修を開催している場合は、その平均値を記載
3. 理解度（従業員全体）	過去6か月間の従業員の申告（5段階以上） ※女性の健康に関する研修に参加し理解が深まった参加者率を算出し記載 例えば5段階で確認した場合は、「とても理解が深まった・理解が深まったと回答した数」÷「理解度を回答した数」から理解が深まった参加者率として算出
4. 管理職以上の理解度	過去6か月間の従業員の申告（5段階以上） ※理解度調査を実施していない場合は回答不要 ※管理職向けの女性の健康に関する研修に参加し、理解が深まった管理職比率を算出し記載 例えば5段階で確認した場合は、「とても理解が深まった・理解が深まったと回答した数」÷「理解度を回答したの数」から理解が深まった管理職比率として算出
女性登用	
5. 女性リーダーシップ人材（管理職）の確保	過去6か月間のリーダー数目標（管理職比率等）の設定有無、目標達成率 ※設定なしであれば無と回答、設定があれば目標達成率（%）を記載。
6. 新卒採用者の女性の人数	過去6か月間の女性の新卒入社社員の人数
7. 新卒採用者の女性の割合	過去6か月間の新卒入社社員に占める女性の割合（%）
8. 中途採用者の女性の人数	過去6か月間の女性の中途入社社員の人数
9. 中途採用者の女性の割合	過去6か月間の中途入社社員に占める女性の割合（%）
ダイバーシティチーム	
10. ダイバーシティチーム	D&I推進室/プロジェクトチーム/検討会等ダイバーシティ関連の検討が行われる組織・場）の有無
11. 上記の組織において、提案されたプラン数	過去6か月間に提案されたプランの数
12. 上記の組織において、施行された施策数	過去6か月間に実施が決定した施策の数

出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 担当者向けアンケート

事前/事後担当者向けアンケート項目 2/4 プロセス指標②

プロセス指標の続き

項目	考え方・算出方法など
プロセス指標	
「女性の健康領域」のサービス・ツール支援制度	
※今回のプロジェクトでサービス・ツール活用を実施する企業、かつ、過去6か月間ですでにサービス・ツールを活用している企業が回答対象、過去にサービス・ツールを活用していない場合は回答不要	
13. 貴社がすでに活用しており、利用率を向上させたい「女性の健康関連のサービス・ツール」	過去6か月間で活用した女性の健康領域関連のサービス ※「女性の健康施策全体像」より該当の分類を選択、当てはまるものがない場合には「その他」を選択
14. 貴社で利用率を向上させたい「女性の健康関連のサービス・ツール」の利用率	過去6か月間の女性の健康領域関連のサービスの利用率(利用者数÷対象者数)
投資額	
15-1. これまでの女性の健康領域における投資額	過去6か月間の女性の健康領域における投資額
15-2. 本プロジェクトでの実施施策への投資額	※施策実施後のみ確認
「女性の健康領域」の物品補助/環境整備制度	
※今回のプロジェクトで物品補助/環境整備を実施する企業、かつ、過去6か月ですでに物品補助/環境整備を実施している企業が回答対象、過去に物品補助/環境整備を実施していない場合は回答不要	
16. 貴社で実施している「女性の健康に関する物品補助/環境整備」	過去6か月間で提供した物品や実施した環境整備 ※「女性の健康施策全体像」より該当の分類を選択、当てはまるものがない場合には「その他」を選択
17. 貴社で実施している「女性の健康に関する物品補助/環境整備」の利用数/配布した総数	過去6か月間に提供した物品や環境整備の利用者数÷配布した総数 ※設問17,18は、整備した物品や環境がどの程度使用されているかを把握するものであり、施策内容に応じて算出可能なものについて回答いただく
18. 貴社で実施している「女性の健康に関する物品補助/環境整備」の利用率	過去6か月間に提供した物品の利用者率(利用者数÷対象者数) ※設問17,18は、整備した物品や環境がどの程度使用されているかを把握するものであり、施策内容に応じて算出可能なものについて回答いただく
19. 貴社で実施している「女性の健康に関する物品補助/環境整備」の満足率	※満足度調査を実施していない場合は回答不要
休暇制度、フレックスタイム制度	
20. 産休育休など法定で定められている以外に女性が健康関連の事由で取得できる休暇制度の有無	※女性専用の休暇制度か、性別を問わない休暇制度かは問わない
21. 産休育休など法定で定められている以外に女性が健康関連の事由で取得できる休暇制度の取得率	※女性専用の休暇制度か、性別を問わない休暇制度かは問わない
22. 女性の健康に関する休暇制度等の満足率	過去6か月の女性の健康に関する休暇制度等に関する満足率を、従業員の申告に基づき5段階で評価、従業員平均値を記載 例えば、5段階で満足度を確認した場合は、「とても満足・満足と回答した数」÷「回答した全員の数」を満足率として算出
労働時間 ※施策対象の女性従業員のみが対象	
23. 時間外労働時間	施策対象従業員の平均一人当たり月次時間外労働時間

出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 担当者向けアンケート

事前/事後担当者向けアンケート項目 3/4 アウトカム指標

アウトカム指標は以下のとおり。

項目	考え方・算出方法など
アウトカム指標	
身体・精神・組織との関係への影響 ①身体的効果向上	
1-1. ヘルスリテラシー①	「【従業員向け】アンケート」の設問10について、「はい」の数の平均値を算出し記載
1-2. ヘルスリテラシー②	「【従業員向け】アンケート」の設問11について、「はい」の数の平均値を算出し記載
2. 主観的健康度	「【従業員向け】アンケート」の設問13について、「1：よい」「2：まあよい」を選択した人の数÷「設問13の回答数」を算出し記載
3. ライフスタイルに合わせた働き方実現度	「【従業員向け】アンケート」の設問14について、「3：まあできている」「4：できている」を選択した人の数÷「設問14の回答数」を算出し記載
身体・精神・組織との関係への影響 ②精神的効果向上	
1. 心理的安全性	「【従業員向け】アンケート」の設問18について、「3：まあそうだ」「4：そうだ」を選択した人の数÷「設問18の回答数」を算出し記載
2. チームワーク率	「【従業員向け】アンケート」の設問22について、「3：まあそうだ」「4：そうだ」を選択した人の数÷「設問22の回答数」を算出し記載
3-1. 心理的安全性（公平性の認知）①	「【従業員向け】アンケート」の設問20について、「3：まあそうだ」「4：そうだ」を選択した人の数÷「設問20の回答数」を算出し記載
3-2. 心理的安全性（公平性の認知）②	「【従業員向け】アンケート」の設問21について、「3：まあそうだ」「4：そうだ」を選択した人の数÷「設問21の回答数」を算出し記載
4. メンタルヘルスチェック	「【従業員向け】アンケート」の設問17について、「3：まあ健康」「4：健康」を選択した人の数÷「設問17の回答数」を算出し記載
身体・精神・組織との関係への影響 ③個人と組織の関係向上	
1. 社員を大事にする組織度	「【従業員向け】アンケート」の設問24について、「3：まあそうだ」「4：そうだ」を選択した人の数÷「設問24」の回答数を算出し記載
2. 長期的なビジョンが持てる度	「【従業員向け】アンケート」の設問27について、「3：まあそうだ」「4：そうだ」を選択した人の数÷「設問27」の回答数を算出し記載
3. 主体性を持てる度	「【従業員向け】アンケート」の設問28について、「3：まあそうだ」「4：そうだ」を選択した人の数÷「設問28」の回答数を算出し記載
4. 働きやすさ	「【従業員向け】アンケート」の設問26について、「3：まあそうだ」「4：そうだ」を選択した人の数÷「設問26」の回答数を算出し記載
職場への影響①	
1. プレゼンティーイズム	「【従業員向け】アンケート」の設問29について、「回答数値合算値」÷「設問29」の回答数から平均値を算出し記載
2-1. アブゼンティーイズム①	「【従業員向け】アンケート」の設問30について、「回答数値合算値」÷「設問30」の回答数から平均値を算出し記載
2-2. アブゼンティーイズム②	「【従業員向け】アンケート」の設問31について、「回答数値合算値」÷「設問31」の回答数から平均値を算出し記載
2-3. アブゼンティーイズム③	「【従業員向け】アンケート」の設問33について、「回答数値合算値」÷「設問33」の回答数から平均値を算出し記載
2-4. アブゼンティーイズム④	「【従業員向け】アンケート」の設問34について、「回答数値合算値」÷「設問34」の回答数から平均値を算出し記載
職場への影響②	
1. ワーク・エンゲイジメント	「【従業員向け】アンケート」の設問35について、「4：よく感じる」「5：とてもよく感じる」「6：いつも感じる」を選択した人の数÷「設問35の回答数」を算出し記載
職場への影響③	
1-1. 従業員満足度①	「【従業員向け】アンケート」の設問37について、「3. まあそうだ」「4. そうだ」を選択した人の数÷「設問37の回答数」を算出し記載
1-2. 従業員満足度②	「【従業員向け】アンケート」の設問38について、「3. まあそうだ」「4. そうだ」を選択した人の数÷「設問38の回答数」を算出し記載

出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 担当者向けアンケート

事前/事後担当者向けアンケート項目 4/4 KGI指標ほか

KGI指標、本プロジェクトでの実施施策や参加後の要望等に関する項目は以下のとおり。

項目	考え方・算出方法など
KGI指標	
1. 離職率 (男女)	過去6か月間の男性における離職率(離職者数÷従業員数) 過去6か月間の女性における離職率(離職者数÷従業員数)
2. 応募者数	過去6か月間の企業への正社員採用応募者合計 ※新卒、中途等問わない
3. 女性マネジメント率または数	定めた時点でのリーダー職(管理職)に占める女性の人数 ※事前アンケート：2025年3月時点、事後アンケート：2025年10月時点
	定めた時点でのリーダー職(管理職)に占める女性割合 ※事前アンケート：2025年3月時点、事後アンケート：2025年10月時点
本プロジェクトでの実施施策	
施策分類	「女性の健康施策全体像」より該当の分類を選択、当てはまるものがない場合には「その他」を選択
施策	自由記述
施策の実施時期	「本プロジェクトにあわせて実施開始」もしくは「従来から実施」のいずれかを選択
従来から実施している施策の場合の新規性	自由記述
事務局公表資料への社名掲載の可否	「可」もしくは「否」を選択
本プロジェクトの参加の所感・要望	
※事後アンケートにてのみ聴取	
本プロジェクトに参加したことによる経営層の変化	自由記述
本プロジェクトに参加したことによる従業員の変化	自由記述
上記以外に、本プロジェクトに参加したことで得られた成果・良かった点	自由記述
本プロジェクトに参加したことで明らかになった課題	自由記述
(任意) 本プロジェクト参加を決めるうえで悩んだ点	自由記述
(任意) 本プロジェクトを遂行するうえで悩んだ点	自由記述
(任意) 今後、他社と共同で実施したいと考える取組	自由記述
(任意) 来期以降、経済産業省・事務局に期待すること	自由記述

出所：女性の健康施策の効果検証プロジェクト 担当者向けアンケート

女性の健康施策の効果検証プロジェクト 参加企業の取組施策集

2026.3

A. 理解促進

I-QUON株式会社： 研修動画の視聴とディスカッション

企業概要

業界/業種：サービス業

従業員数：6名（女性比率：83%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員（参加者数：7名（従業員+代表））
- 研修動画を健康推進担当が事前に確認し、説明ガイドを添えて従業員に案内した
- 従業員は動画視聴後、感想や質問をオンラインで共有し、それをもとに産業医の代表が回答するディスカッションイベント「教えて！先生」を実施した

取組のポイント

- 動画は期間を区切って視聴し、必ず1つ感想や質問を提出するようにした
- 視聴済み動画にマークを付けることで、他の人が見ている動画が分かるようにした
- 動画視聴後に専門家へ質問できる機会を設け、一方通行の研修で終わらないよう工夫した

成果・効果分析

- 施策を通じて、「女性だが女性のことを知らないと気づいた」「同じ悩みを抱える人がいて安心した」といった感想が寄せられた
- アンケートでは全員が「とても満足」または「満足」と回答し、女性の健康課題への理解も深まったと評価された

今後の展望

- 活発な意見交換が生まれていたため、今後も継続して女性の健康に関するテーマを取り上げた研修を実施して、社内全体の知識の醸成に努めたい

7/28(月)~8/7(木)
女性の健康関連の研修動画・研修資料をみよう！
※8/8(金)イベント当日までも視聴可能期間としています。興味のあるものがあれば
どんどんご視聴ください！（感想の追記もOKです！）

おすすめ動画
No.2 『女性の健康』に関する思い込み 一般財団法人女性労働協会 (5:32)
Q&Aベースの短い動画で見やすい！ 最初の1本にぴったりです

『女性の健康』に関する
思い込み

No	タイトル	動画・資料の概要	動画/ 資料	出典元	URL	動画の長さ	見たよマーク
1	なぜ、女性の健康対策が必要か	女性特有の健康課題や女性ホルモンの影響についての解説	動画	一般財団法人女性労働協会	https://www.youtube.com/watch?v=Xp7-G3_cs-8	6:13	👍👍
2	『女性の健康』に関する思い込み	生理、妊娠、出産、不妊治療、更年期障害、うつに関する男性の思い込みについての解説	動画	一般財団法人女性労働協会	https://www.youtube.com/watch?v=XPrvtigm78	5:32	❤️👍👍👍👍

No.36-42 産業医先生解説シリーズ 大塚製薬

産婦人科系
<https://youtu.be/...>

医師的
お時間や機会を助けて、健康推進担当が記入内容をピックアップして発行する予定です。

疑問・課題

- 無理解なく、むくみ・肩こり軽減する工夫を知りたいです。
- ゼルのメリット/デメリットが気になっています。若い時から長期服用している場合、錠剤の時に健康被害が出たり、更年期症状に違いが出たりするのでしょうか。
- かかりつけの婦人科がある女性の割合を調べると、調査にもよるものの理解度とするものもあるようです。個人差が大きく、症状がなにも来ないものからなかなか見えないもの、薬物に頼るクリニックが無いことも多いので、女性ならではの課題の悩み・重症化リスクの高い婦人科系疾患がかりつけ医に相談できている女性に偏る
- 産婦人科、婦人科、レディースクリニックなど受診先を選ぶ時があります。クリニックを選ぶ際のポイントなど教えてほしいです。
- 産婦人科受診のタイミングが難しいです。大きな産婦人科がない（気づかぬかたり痛みや薬物が一時的である）場合、どういった対応をするのでしょうか？
- 生理期間中は閉経というほどではないですが、少し血が足りていないのかもしれないと思うことがあります。生理期間中に鉄剤を摂るなどは効果がありますが、
- クロオンで生理調節を取るとともに経血に働きかけてどういった手帳書になるのでしょうか。
- リスト

話し合いのテーマ

- 産婦・上司や男性社員の対応として「大げさなことだと捉えられない」「自然に話を聞く」みたいな対応が望んでいたのですが、具体的にどういった工夫ができるでしょうか？（メンタル対応でも同様の質問が多いように思うので、意見出しやすいかとも思いました。）
- 「更年期についての理解も乏しく、職場は男性比率が多い。女性の更年期に気づくことができていないかもしれない。まずはどういった働き方をすればよいのか」との働き、例から改善するようお伝えすることになるでしょうか。
- 人によって月経や更年期症状の程度がさまざまであることから、クロオンのような小規模事業所や女性の少ない職場では、女性の健康課題も個人の健康課題に留めたいと思ったり、そういった働き場で女性の健康課題を把握しあっている企業の事例やどんな取り組みができるのかを話し合いたいと思ったり。
- 産婦人科、がんなどの疾患の懸念があるが、産婦人科に行こうとしない、みたいなのをどういった働き方を促したり関わったりしていくか

イベント案内、動画視聴用のオンライン共有サイトの概要

I-QUON株式会社：女性の健康に対する経営層のインタビューの実施と社外発信

企業概要

業界/業種：サービス業

従業員数：6名（女性比率：83%）

施策詳細

- 当社では、女性の健康経営に本格的に取り組み、女性特有の健康課題に目を向けるとともに、従業員一人ひとりが自分らしく働ける環境づくりを推進している
- こうした取組を社内外に発信することを目的に、当社の女性の健康促進に対する考えについて、代表取締役社長にインタビューを実施した
- 『実践！健康経営～I-QUON社長にきく「これからの女性の健康促進」～』として当社ブログサイトやSNSで社内外に発信した

取組のポイント

- 健康経営を推進する立場として、顧客や地域にとっても取組のヒントとなるように意識した

今後の展望

- 女性の健康の研修動画視聴とディスカッションイベント実施の施策へつなげていく

株式会社西日本模型：女性の健康を考える「わくるんプロジェクト」の内容共有

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：30名（女性比率：37%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員
- 女性の健康施策を進める上で、全従業員の理解が必要と考え、以前より活動していた「わくるんプロジェクト会議」の内容を社内掲示板を使用して全社員に共有した

取組のポイント

- 「社内に女性が行っている『わくるんプロジェクト』というものがあるのは知っているが、具体的に何をしているのかは知らない」という声があったため、まずは社員の理解と周知が必要と考え、議題に上がり次第、随時共有を行うことにした

成果・効果分析

- 部内連携会議でわくるんプロジェクト会議の内容について話題に上がり、「次は〇〇についてわくるんで取り上げてほしい」等の声があったため、一定の周知と理解は得られたと考えている

今後の展望

- 女性職員が自社で働く上で困っていることがないかを年1回確認し、意見があった場合は管理部会議の議題として取り上げ、改善に努める

ウイングアーク1st株式会社： 経営層による女性の健康の情報発信

企業概要

業界/業種：情報通信業

従業員数：858名（女性比率：25%）

施策詳細

- 施策対象者：役員、管理職、女性従業員（参加率：約61%）
- 取締役会や管理職セミナー、女性の健康セミナーにて本プロジェクトのアンケート結果を公表
- 女性社員がエフ休暇（生理や不妊治療のために利用する休暇）を申請しづらい現状や、将来の妊娠に関する悩みを共有し、人事担当役員からのメッセージを発信した

取組のポイント

- 女性社員には、同じ悩みを抱えている人がいる安心感やエフ休暇の取得率を公開して、取得を促進
- 管理職には、女性社員の具体的な悩みを共有し、女性の健康への意識を向上
- 取締役会では、女性の社外取締役の発議により、エフ休暇の取得について議論

成果・効果分析

- アンケートの要望を受けて、エフ休暇の取得状況を開示した
- 管理職セミナーや女性の健康セミナーで利用促進を図ったことで取得のハードルが下がり、2025年4月から8月までの5か月で取得率が5%となり前年を上回った

今後の展望

- エフ休暇の理解を深め、取得率をさらに上昇させていく
（2023年度：4.3% 2024年度：3.9% 2025年度：6%）

ウイングアーク1st株式会社： 甲状腺セミナー

企業概要

業界/業種：情報通信業

従業員数：858名（女性比率：25%）

施策詳細

- 施策対象者：女性従業員（参加率：56.2%）
- 「その不調 甲状腺が原因かも?!」というテーマで、比較的女性に多く若い世代に見られる「甲状腺の病気」について学んだ

取組のポイント

- 「甲状腺はどこにあるのか？」触って確認するところから始まり、「甲状腺が休みすぎるとどうなるのか？」「甲状腺が働きすぎるとどうなるのか？」「身体にどんな影響を及ぼすのか？」「甲状腺の検査はどこで受ければ良いのか？」などについて解説していただいた

成果・効果分析

- セミナー後のアンケートでは、今年健康診断で「甲状腺の検査を実施したい」と回答したメンバーが86%という結果であった

今後の展望

- 更年期も含めて、女性の不調に寄り添うテーマでセミナーを企画していきたい

リンレイテープ株式会社： 女性従業員による「L会」の発足

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：121名（女性比率：36%）

施策詳細

- 施策対象者：女性従業員（参加率：約40%）
- 産業医による更年期の講習実施（服用している薬についても相談）
- 個人的な悩みを女性社員同士でオンライン相談を実施

取組のポイント

- 参加者以外に対しては、議事録などの情報を非公開とした
- 守秘性をアピールすることで、参加人数を確保

成果・効果分析

- 普段はなかなか話せないような個人的な悩みを他者と共有することで、仕事に対する不安を解消でき、自分だけではないという安心感が生まれ、仕事に対するモチベーション向上につながった

今後の展望

- 場合によっては講習の回数を増やししながら、今後も「女性特有の悩み」に関する情報共有を継続する

リンレイテープ株式会社： 「女性の健康検定」受検

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：121名（女性比率：36%）

施策詳細

- 施策対象者：女性従業員、全役員（参加率：約30%）
- 女性の健康とメノポーズ協会の「女性の健康検定」を受検
- 受検料とテキスト代を会社が負担することで、受検者数を増やし、自身の健康について考える機会を持ってもらう

取組のポイント

- 女性の健康検定を受検することで、女性の健康問題に対する知識の向上を目指す
- 試験が半年に1度しかないので、案内時期が重要
- 社内掲示板に健康だよりを作成し発信

成果・効果分析

- 役員5名が受検したことにより、女性の健康に対する理解がより深まった
- 認定資格を取得した女性従業員も理解が深まり、自身の健康に向き合う良いきっかけになった

今後の展望

- 上司の大半が男性であるため、「男性には伝えづらい」「分かってもらえない」といった壁があるが、これを乗り越えて、将来的には女性特有の体の不調なども相談しやすい環境を整えていきたい

三菱UFJ信託銀行株式会社： 更年期症状・改善策、相談窓口等の内容周知・利用促進

企業概要

業界/業種：金融業、保険業

従業員数：7,659名（女性比率：38%）

施策概要

施策内容：更年期症状・改善策、相談窓口等の内容周知・利用促進

施策詳細

- 施策対象者：全従業員
- 女性ならびに男性が更年期障害を発症する原因、予防や症状軽減策、セルフチェックの方法（更年期指数チェックリスト）、医療機関で対応する内容（問診・検査・治療方法の選択）、社内外の相談窓口を一覧化して案内・周知

取組のポイント

- 女性は必ず更年期を迎えること、男性も環境要因をきっかけに更年期障害が発症することを前提として伝達し、「自分ごと」として考えるよう促すとともに、具体的なセルフチェックの方法等を案内することで、予防や症状の軽減を図る

成果・効果分析

- 社内外相談窓口の利用者数を測定・分析予定

今後の展望

- 社内外相談窓口利用者の相談内容等踏まえ、追加施策の要否等検討予定

衛生委員会だより 7月号(掲載日 2025年6月27日)

更年期の体調との向き合い方

女性は「更年期」を必ず迎えます。この時期に起こることをあらかじめ知っておくことは大切です。知識があると更年期に差し掛かる前から対策を取れるので、更年期の不調を感じないようにすることも落ちていく対策が可能です。

もしも更年期障害？

【年齢別女性ホルモン(エストロゲン)分泌量の変化】

更年期に女性ホルモンの分泌がアップダウンを繰り返しながら減少していきます。このゆらぎのためにホルモンが少ない状態に慣れず、女性の体は様々な不調が起こります。

エストロゲン：生理や妊娠など女性特有の現象に関与しており、女性の心の健康にも影響を与える女性ホルモンです。

更年期(閉経の前後5年ずつの合計10年間)症状は、のぼせ、動悸、関節痛、気分の変り込み、食欲低下など

Q.男性の更年期障害との違いは？

A.男性の場合年齢問わず、環境要因(長時間労働、業務内容の変化など)をきっかけに男性ホルモンが急減し、発症します。
【受診場所】泌尿器科、メンズヘルス外来、男性更年期外来など

更年期症状か？と聞いたら

- ① 生活習慣の振り返り**
エストロゲン減少により元々より元々元々、食生活を整えることが大切です。大豆イソフラボンはエストロゲンに似た働きが期待できるためおススメです。更年期の時期は、子育て、仕事、介護などさまざまな役割を担う時期で、睡眠時間をより少し長くする工夫が必要となります。適度な運動により、睡眠が良好となり、体調不良の改善が期待できます。
- ② 医療受診** 更年期障害と似たような症状の別の病気があるため診断が必要。例 甲状腺機能亢進症：発汗、動悸 など / 関節リウマチ：関節の痛み、腫れ など
- ③ ホルモン補充療法** 内服薬、塗り薬で足りなくなったエストロゲンを補充して不調を改善させる方法です。専門家の判断のもと、適切に行うことで症状改善が期待できます。
- ④ 漢方療法** ホルモン補充療法を受けることができない、または女性ホルモン値が正常範囲の場合などに症状に合った漢方薬を組み合わせて処方されます。
- ⑤ 薬物療法** 不安や抑うつ症状などの精神症状が中心の場合、向精神薬が処方されることがあります。

受診のタイミングはいつ？

医療機関を受診すべきかどうかを判断する際の目安として活用するものであり、スコアの高さや自分が更年期障害を示すものではないという点に注意が必要です。

◆更年期指数チェックリスト

症状	高	中	低	無
顔がほてる	0	6	3	0
汗をかきやすい	0	6	3	0
寝や手足が冷たい	0	9	5	0
息切れや動悸がする	1	8	4	0
寝つきが悪い、または寝りが浅い	1	9	5	0
知りやすい、すぐにイライラする	1	8	4	0
よくふらふら、ゆらゆらになることがある	1	5	3	0
頭痛、めまい、吐き気がよくある	1	5	3	0
疲れやすい	1	4	2	0
肩こり、腰痛、手足の痛みがある	1	5	3	0
合計				

0~25点：上手に更年期を過ごしています。
26~50点：食事、運動などに注意を払い、生活様式などにも無理をしないようにしましょう。
51~65点：医師の診察を受け、生活指導、カウンセリング、薬物療法を受けた方が良いでしょう。
66~80点：長期間(半年以上)の計画的な治療が必要でしょう。
81~100点：各科の精密検査を受け、更年期障害のみである場合は、専門医での長期的な対応が必要でしょう。

①問診 体調の変化や気になる症状について、医師が質問します。
②検査 症状に応じて、一般血液検査やホルモン検査などを行います。
更年期以降の心配になる骨密度やコレステロール値、乳がん、子宮がんなどの検査を受けておくことをお勧めします。今後起こりかねない病気の早期発見にもつながります。→[婦人科検診補助金申請](#)
③治療方法の選択 生活習慣の見直し/ホルモン補充療法/漢方療法/薬物療法(向精神薬)

相談窓口のご案内

- ◆Cradle(クレードル) オンラインセミナー/DEIやヘルスケアに関するセミナーや動画の提供
医療系クーポン:女性がん検診・不妊治療・男性更年期等の検査のクーポン
ウェルビーイングクーポン/セルフチェックキットやオンライン診療のクーポン
(会員登録必要)
- ◆①社員相談室 様々な相談を産業医、カウンセラー、保健師がお受けしています。
直通電話:03-3287-3355 内線電話:7100-6992 E-mail:shosou-020_post@tr.mufg.jp
- ◆②T-PEC (24時間電話相談サービス) 電話:0120-563-024

スマートフォンからも簡単に確認いただけます。
Kokushochi「ず」⇒「リンク先」⇒「画面」⇒「福利厚生」⇒「社員相談室」⇒「相談窓口」
リンクボタンもしくは電話番号表示を押すとつながります。
*①②は、相談された内容について秘密は守られますので、お気軽にご相談ください

株式会社大和証券グループ本社： 女性の健康、男性更年期を動画で学ぶ

企業概要

業界/業種：金融業、保険業

従業員数：12,500名（女性比率：40%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員（参加者数：約12,000名）
- あすか製薬株式会社の提供する研修動画サービス「フェムナレッジ」を活用し、女性の健康のeラーニングを複数回実施している
- 新たなテーマとして「女性の健康に取り組む背景」「女性特有の病気（貧血、子宮筋腫、多嚢胞性卵巣症候群）」「男性更年期」「職場のケーススタディ」を取り上げて展開した
- 女性社員だけでなく、男性社員や管理職も視聴するよう周知を行った

取組のポイント

- 上司や同僚の理解促進と職場風土の醸成を目的に、企業が女性の健康に取り組む必要性を示し、「女性の健康に配慮した職場づくり」「キャリアサポート」「休暇の活用」などのケーススタディを取り上げた
- 全社員に対して、個別にメールで案内し視聴を促した

成果・効果分析

- プロジェクトのアンケート内の、「職場で女性の健康に関する理解や意識が不足していると思う対象領域」について前後比較を行う予定
- 男性更年期の動画は初めての試みであったため、社内で話題になった

今後の展望

- 期限付き視聴のため、定期的に視聴勧奨をする
- 既存のeラーニングもあわせて引き続き周知する



Daiwa ELLE Plan+ (プラス) 2025年9月2日
グループ本社人事部健康経営推進課 健康保険組合 総合健康増進センター

知ること不安を解消！

女性の健康、男性更年期を含む4つのテーマを学ぶ！ 「フェムナレッジ」(動画視聴：HCM)

「Daiwa ELLE Plan+ 2025年夏」の取り組みとして、4つのテーマ（各エピソードは5～7分動画）をHCM（こちらから）にて公開します。
女性社員のみならず、男性社員・管理職含め必ず視聴いただきますようお願いいたします。

- 1 なぜ女性の健康が注目されているの？**
生理に伴う症状における1年間の社会経済的負担
↓
労働損失 4,911億円！
- 2 女性特有の「病気」**
✓女性に多い代表的な疾患についてわかりやすく説明
① 貧血
② 子宮内膜症/子宮線筋症/子宮筋腫
③ 多嚢胞性卵巣症候群
- 3 男性更年期**
✓男性更年期について明確な定義はありません
✓男性の更年期にもカラダやココロの不調が現れることがある
①「最近つかれやすいは男性更年期かも？
② 放置は禁物！男性更年期の症状は治療ができる
③「オトコもつらい」更年期 一緒に考えよう！
- 4 女性がさらに活躍できる職場**
✓職場を舞台にしたストーリー仕立ての動画
✓よくあるシーンから、認識の違いや配慮の必要性に気づく内容
①女性の健康に配慮した職場づくり
②女性の健康とキャリアサポート
③パフォーマンスを阻害しないための休暇活用

「フェムナレッジのロゴ」と「社内イントラに掲示した案内文」

株式会社大和証券グループ本社： 生理痛体験～体験してこそ広がる理解～

企業概要

業界/業種：金融業、保険業

従業員数：12,500名（女性比率：40%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員（参加者数：60名）
- ・ 電極パッドを腹部に2か所装着、強さは3段階で調整可能、所要時間は5～10分程
- ・ 月経の痛みに関する説明を聞きながら、体験者は理解を深め、実際に体験する
- ・ 月経随伴症状における経済損失について理解し、感想を書き留める

取組のポイント

- ・ 月経時の女性の身体的負担を実感し、エル休暇の取得や女性の健康に関する理解を深めるための施策
- ・ 発信力のある役員や部長クラスへの参加を促した
- ・ イベントの様子を写真入りでグループ全社に紹介予定

成果・効果分析

- ・ 多くの社員が昼食をとるカフェテリア内で実施したことで、参加者の様子を見た社員も疑似体験でき風土醸成につながった
- ・ 会社が女性の健康を重要であると考えていることをアピールできた

今後の展望

- ・ プロジェクトのアンケート内において、「職場で女性の健康に関する理解や意識が不足していると思う対象領域」について施策前後で比較を行う予定
- ・ 女性の体調を実感するために、男性には体験してほしい
- ・ 第2弾、第3弾を検討中

野村ホールディングス株式会社： 生理痛体験イベント

企業概要

業界/業種：金融商品取引業、商品先物取引業

従業員数：14,877名（女性比率：44%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員（参加者数：115名）
- ・ 大阪・関西万博のオランダパビリオンでも紹介されたリンケージ社のピリオノイド（生理痛VR体験デバイス）を使用し、希望者115名が生理痛を疑似体験した
- ・ マネジメント層から若年層まで幅広い社員が参加した
- ・ これにより、毎月生理痛に苦しみながら仕事を続けている同僚や家族の存在とその苦勞に対する理解が深まった

成果・効果分析

- ・ 参加者からは「この痛みの中で働き続けるのは本当に大変だと感じた」「腹痛以外にも様々な症状があり、周囲の理解や休暇が必要だと思った」「この体験を同僚や家族にも伝えたい」「自分は生理痛が軽いので、他の女性の痛みを理解できていなかった」などの意見があった

今後の展望

- ・ 9月中旬より実施する健康意識調査の集計結果を参考に、さらなる改善点がないか検討する



体験した社員の印象

株式会社浅野製版所： 女性の健康研修（更年期）

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：34名（女性比率：44%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員（参加率：94%）
- ・ 更年期や女性ホルモン、男性ホルモンについて理解を深めることを目的として、全世代を対象とした研修を実施（現地とオンラインのハイブリットで開催）

取組のポイント

- ・ 研修→検査→産業医面談→通院まで一気通貫の施策
- ・ 製薬会社講師による更年期研修を実施
- ・ 年代、性別問わず、すべての従業員を対象に実施
- ・ 全従業員が参加可能な開催形式と開催時間を設定

成果・効果分析

- ・ 研修事後アンケートの評価4.5点（5点満点）
- ・ 更年期への意識や行動の変化
- ・ 知識習得や専門家との連携の重要性の理解向上

今後の展望

- ・ 35歳以上の希望者に検査ツールを配布し、産業医面談や通院へつなげる



更年期研修の様子

株式会社キタセツ： 研修動画の社内配信

企業概要

業界/業種：建設業

従業員数：35名（女性比率：40%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員（参加率：100%）
- ・ 女性の健康に関する動画を月2回、全社員向けの共有ツールで配信した
- ・ ツール内の機能で視聴状況を確認した
- ・ 学びが深かった内容についてはコメント欄に所感を投稿した

取組のポイント

- ・ 動画視聴により女性特有の健康課題を理解し、全社員へ啓蒙・啓発をした
- ・ オンライン視聴により各自が自由な時間に学ぶことができた

成果・効果分析

- ・ 女性特有の健康課題についての理解が促進したことにより、配慮やコミュニケーションの機会が増えた
- ・ プレゼンティーズムの理解が深まったことで、当事者が発信しやすくなり、管理者側も受け入れやすい環境をつくることができた

今後の展望

- ・ 動画視聴を継続する
- ・ 今後はより効果測定に注力し、さらなる課題点を見出す

三菱マテリアルITソリューションズ株式会社：更年期ウェビナーと個別サポート

企業概要

業界/業種：情報サービス業

従業員数：122名（女性比率：24%）

施策詳細

- 施策対象者：女性従業員28名、管理職33名、その他は任意参加
- 女性社員向けに、更年期をキャリアの妨げにしないためのウェビナー（全5回、合計約100分）を提供
- 管理職向けには、部下の更年期の健康課題への対応や多様な社員が活躍できる環境づくりに役立つウェビナー（約20分）を提供

取組のポイント

- 更年期によるパフォーマンス低下を防ぐため、まずは更年期の問題や対処法を知ってもらおうウェビナーを実施
- 困っている社員の課題整理や、今後の対応、具体的な食事・生活指導などの個別サポートもあわせて行っている

成果・効果分析

- ウェビナー実施後アンケートで別途評価する

今後の展望

- 効果が確認できれば、来期以降も未受講者を対象に実施することを検討

三菱マテリアルITソリューションズ株式会社：オンライン健康プログラムの活用

企業概要

業界/業種：情報サービス業

従業員数：122名（女性比率：24%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員とその家族
- 会社や自宅を含め、いつでもどこでも何度でも参加・視聴可能なオンライン健康プログラムを提供
- 多種多様な従業員とその家族のニーズに応えることができる豊富なコンテンツと健康情報を提供

取組のポイント

- 就業時間中の健康プログラム参加や動画視聴を認めた
- 体験型プログラムも豊富で、健康情報のインプットから実践まで本サービスを活用同僚や家族と一緒に参加・実践できることで、コミュニケーションの活性化や一体感の醸成、継続的な取組が期待できる

成果・効果分析

- アンケート等を通じて別途評価する

今後の展望

- 効果が確認できれば、来期以降も全従業員とその家族を対象に継続することを検討

三菱マテリアルITソリューションズ株式会社：無償動画を活用した情報提供

企業概要

業界/業種：情報サービス業

従業員数：122名（女性比率：24%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員、業務委託契約社員等 222名
- 事務局提供の「女性の健康領域の研修リスト」を活用し、2025/4～2026/3まで短編動画を社内に情報提供

取組のポイント

- 毎月短編動画の情報を社内周知・提供することで、女性の健康課題に触れる機会を増やしている
- 更年期テーマでは女性のみならず男性更年期の動画も情報提供することで、男女問わず興味をもってもらえる内容にするなど工夫をしている

成果・効果分析

- アンケート等を通じて別途評価する

今後の展望

- 無償動画の最新情報の収集に課題があるが、有益な動画があれば従業員に積極的に情報提供することを検討する

NA&HRコンサルティング社会保険労務士法人：生理痛体験研修の実施

企業概要

業界/業種：専門サービス業

従業員数：37名（女性比率：84%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員（参加者数：35名）
- 外部講師を招き、生理痛体験研修を実施
- 電気パッドを使用して一人ずつ生理痛を疑似体験し、グループごとに生理に関する社内での困りごとや要望について話し合い、発表を行った

取組のポイント

- 男性従業員が生理への理解を深めることができた
- 女性従業員も、生理痛には個人差があることを、3段階の痛みを体験することで理解できた
- 普段あまりない生理について話し合う機会となり、有意義だった

今後の展望

- 生理痛体験研修の中で、「横になれる休憩室がほしい」「生理用品を収納するスペースがほしい」など、社内設備に関する要望が寄せられたため、着手可能なものから社内環境の整備を検討している

花王株式会社： 女性の健康 管理職向けeラーニング

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：8,250名（女性比率：30%）

施策詳細

- 施策対象者：管理職（参加率：77%）
- 花王グループ全管理職を対象に、eラーニングを2024年より継続実施
- 内容は全社産業医による講話動画と視聴後の確認テストで、花王の健康実態、男女特有の健康課題、男女ホルモンの影響、管理職としてできることを再認識する
- 動画と確認テスト、視聴後アンケートを20分で簡潔に実施

取組のポイント

- 実施後のアンケート結果をもとに社員の要望を反映
- 今年度は「男女の健康の性差」について内容を拡充し、女性の健康だけでなく男性特有の健康課題にも言及した

成果・効果分析

- 全体満足度88%、理解度97%、所要時間・管理職の役割理解ともに97%、職場での活用度91%、男性特有の課題への興味64%と高評価を得た

今後の展望

- 今後も受講者からの意見を取り入れながら継続実施予定
- 管理職のみならず、非管理職社員にも学びのコンテンツの一つとして公開しているが、非管理職向けには年代に合った学びの提供を検討中

女性の健康 管理職向けeラーニング
「健康の性差」を学ぶ

INTERNAL USE ONLY
社内専用コンテンツ

管理職以外の方も是非この機会にご受講ください

内容

- ✓ 数字で見る 花王グループ男女の健康実態
- ✓ 男女別特有の健康課題を知り理解を深める
- ✓ 男女のホルモンによる影響（メンタルヘルス、更年期）
- ✓ 管理職として今、できること

メンタルヘルス

ストレスの受け方や保みは男女で異なるの？

更年期

メンバーのホルモン不調に寄り添いたいのだけれど、何をしたらいい？

受講期間：25年8月1日(金)～8月29日(金)
受講対象：花王グループ管理職全員

動画視聴(12分)+確認テスト4問(4分)+アンケート(4分)

※本コンテンツは、社員の健康課題を把握し、健康増進に役立ちます。個人情報は厳重に管理され、第三者へ提供されません。また、個人を特定できるような情報は含まれておらず、匿名化されたデータとして提供されます。

＜お問合せ先＞ 花王株式会社 健康増進部 女性の健康

女性の健康 管理職向けeラーニング
男女特有の健康課題 ②更年期：男性の傾向

INTERNAL USE ONLY
社内専用コンテンツ

男性更年期とは

男性ホルモンの減少は、ストレスや睡眠不足などの影響を受けるため、生活習慣の改善が症状回復につながります。40歳を過ぎて気になる症状がある場合は、泌尿科を受診しましょう！

男性更年期障害の症状

男性更年期障害は、体のだるさや、意欲の低下などのほか、勃起障害や性欲減退など男性ホルモンの低下に伴う様々な症状を伴うのが特徴です。

身体症状

- 疲労・筋肉痛、夜尿、ほてり、発汗、骨密度低下、骨粗鬆症

精神・心理症状

- 憂鬱、うつ、不安、神経過敏、生気喪失、疲労感、記憶力低下

性機能関連症状

- 勃起不全、射精障害

対処法

加齢で低下する！！

男性ホルモンの減少は、ストレスや睡眠不足などの影響を受けるため、生活習慣の改善が症状回復につながります。40歳を過ぎて気になる症状がある場合は、泌尿科を受診しましょう！

Q1. 日本女性の9人に1人が乳がんに
50歳以上の日本男性の9人に1人が前立腺がん罹患している

INTERNAL USE ONLY
社内専用コンテンツ

正解は○

日本人の2人に1人ががんになるといわれていますが、治療通院が増え、仕事と両立しながら治療を続ける人が増えています。

仕事を継続できた1番の理由

医師のサポート 10.1% (95名)

会社や社員の理解 9.3% (87名)

自らの努力 (精神的強さや経験など) 14.0% (131名)

家族など会社以外の人々の支え 22.3% (209名)

上司や同僚、仕事関係の人々など周囲の理解や協力 44.3% (415名)

がん告知時のみならず、治療中もこころの不安な状態は続くため、上司や同僚の理解や協力が重要です。

eラーニングの告知案内、動画内容、確認テスト

マツダエース株式会社： 「ライフステージにおける体調変化と対応」 e-ラーニング研修

企業概要

業界/業種：サービス業

従業員数：1,079名（女性比率：28%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員（参加率：90%）
- 「男性・女性のライフステージにおけるホルモンの変化と、それに伴う体調の変化について」「月経に対する個人での対策や対応、職場としての具体的な対応方法や声掛け例について」「更年期における男性・女性それぞれの特徴や症状」「生理休暇やフレックス制度、有給休暇について」のテーマの研修を実施した

取組のポイント

- アンケートの結果を踏まえ、女性だけでなく男性の健康課題にも焦点を当てた
- AIを活用し、男性が生理痛になった場合の痛みのシミュレーションや、月経による体調不良の日数を数値で示すことで、よりイメージしやすい資料とした
- 対策や対応方法、社内制度の紹介も行い、周知を図った

成果・効果分析

- 事後アンケートで生理に関する知識保有率の評価を行う（施策前75.7%）
- 健康診断結果の面接時には女性従業員に月経や更年期症状について問診を実施
- 生理休暇の利用に関する質問が多かったため、施策に盛り込み周知し、今後活用状況を検証していく

今後の展望

- 2023年度より女性の健康課題に対する研修や施策活用に関する社内啓発を行っており、今後も継続していく
- フェムテックに関するイベントについて、次年度以降は「体感する」施策を検討していきたい

「ライフステージにおける体調変化と対応」 e-ラーニング研修のご案内

日頃より、安全健康推進活動へのご理解とご協力を賜り、ありがとうございます。
当社は、「健康経営認定企業」として、従業員一人ひとりの心身の健康を重要な経営資源と捉え、働きやすい職場環境づくりに取り組んでいます。
この度、経済産業省が主導する「健康経営における女性の健康施策効果検証プロジェクト」の施策としてe-ラーニングを準備しましたので、是非、受講いただきますようよろしくお願いいたします。

講座名：ライフステージにおける体調変化と対応（学習所要時間 約10分）

対象者：全従業員

※ 管理監督者は、PC環境のない方へは配布資料を印刷して一読お願いいたします。

受講期間：2025年9月9日（火）～2025年9月30日（火）

受講手順：受講申請は不要、以下をクリックして受講をお願いします。

下記URLからログイン

2. もしも男性が仕事中に月経になったらこんな感じ



「ライフステージにおける体調変化と対応」 e-ラーニング研修の内容

日美商事株式会社：①動画研修の実施 ②オンデマンド配信の視聴

企業概要

業界/業種：卸売業

従業員数：24名（女性比率：46%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員
- ① オンライン定例会議に本研修を組み込み、全社員が自然に参加できる形式とし、研修後はアンケートで理解度や意見を把握し、効果検証を行った
- ② 東京都電機健康保険組合のピンクリボン運動オンデマンド配信視聴を社内で積極的に周知し、自身や家族の健康について考える機会を提供した

取組のポイント

- ① 社内の女性特有の健康課題や身体の変化に対する理解が深まり、働き方や職場環境への配慮の重要性を高めることができ、各々の意識を高めることができた
- ② 募集形式で実施し、効果的な周知により無関心層の取り込みと関心層の拡大を目指して女性の健康課題への意識向上を図った

成果・効果分析

- ・ 研修後のアンケートでは回答者17名中16名が「役に立つ内容だった」と回答しており、健康課題に関する研修のニーズが高いことが分かった
- ・ 「社員の時間制約につながるため、動画の時間、内容、視聴方法の検討が必要」との意見があり、今後の課題となった

今後の展望

- ・ eラーニングの活用や動画データの共有などを通じて、研修の柔軟性を高める
- ・ 全社員が健康的かつ安心して働ける職場づくり推進のため定期的な研修を継続する

シーレックス株式会社：女性特有の健康課題と周囲の対応についての研修

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：412名（女性比率：34%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員（休職者等を除く、参加率：100%）
- ・ 「女性特有の健康課題と周囲の対応について」に関する教材を各自読み込んでもらい、簡単な確認テスト（10問）を実施した

取組のポイント

- ・ アンケートの結果、男性の上司は女性の部下への接し方に戸惑いを感じており、女性の部下は男性の上司に自分たちに対する理解を求めていることが分かった
- ・ このことから、研修内容は「女性の健康課題」だけでなく、気をつけるべきポイントや適切な声のかけ方についても学べるものとした

成果・効果分析

- ・ 確認テストの平均点は98点であり、今回の内容は概ね理解されていた
- ・ 研修を通じて、「男性に知ってもらおう良い機会となった」「更年期でたまに休暇を取るのに、周囲の理解があればありがたい」「女性自身も知らないことが多くあった」などの声が寄せられた

今後の展望

- ・ 性差による健康課題について男女共に理解を深め、お互いに想像力を働かせ、思いやりを持ち、良い意味でオープンに話ができる働きやすい職場環境を目指す
- ・ 今後は対象を「管理職」や「女性（要望や意見収集も含む）」とした実施も検討

株式会社朝日電機製作所： 女性の健康に関する理解促進研修

企業概要

業界/業種：電子部品・デバイス・電子回路製造業
従業員数：123名（女性比率：40%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：管理職以外（参加率：46%）
- ・ 「働く女性の健康推進セミナー」を住友生命保険相互会社の協力で実施し、第1部を男性向け、第2部を女性向けとした各30分の2部構成で行った
- ・ 内容は「女性の健康」「月経」「更年期」「女性特有のがん」について取り上げ、受講後にアンケートで効果検証を行った

取組のポイント

- ・ 男女別に構成することで、それぞれの立場に応じた関心や理解を深めやすとした
- ・ 30分程度に設定することで業務時間内でも参加しやすい仕組みとした
- ・ 健康経営の一環として実施し、女性自身の知識向上だけでなく、職場全体での理解促進を目的とした

成果・効果分析


- ・ 男性職員からは「女性に対する考え方や健康観が変わった」との声が多く寄せられ、理解が深まったことが確認できた
- ・ 女性職員からも「健康課題は個人によって異なることを再認識した」「その違いを尊重しながら働きたい」といった意見があり、意識の変化が見られた

今後の展望

- ・ 未受講者に向けて順次実施し、全社員が受講完了することを目指す
- ・ 研修で得られた知識を休暇制度や職場環境の改善に反映させ、持続的に健康意識を高める仕組みづくりにつなげていく

2025/7/10 Thu
第一部：10:45～11:20
会場：第3工場食堂
講師：梅村好美
住友生命保険相互会社
金沢支社 法人担当課長

男性職員の皆様を対象とした「女性の健康応援セミナー」実施のご報告



男性職員の皆様には、女性職員の働きやすい環境整備に必要な女性特有の健康問題に焦点を当て、講演させていただきました。女性特有の健康課題を理解してくれる方が多ければ多いほど、働きやすい環境が整備されていくことを認識いただきました。

第二部：11:30～12:00
会場：第3工場食堂
講師：釣賀悠子
住友生命保険相互会社
金沢支社 つばき泉支部長

女性職員の皆様を対象とした「女性の健康応援セミナー」実施のご報告



女性職員の皆様が現在直面している、もしくは、これから直面するであろう健康問題について講演をさせていただきました。まずは、自分の身体と向き合っていたら、それぞれ症状は個人によって違うこと、そのことを認識する事で働きやすい環境づくりに繋がることを理解いただきました。

住友生命 住友生命保険相互会社 金沢支社 つばき泉支部
石川県野々市市本町4-7-27 TEL.076-218-6250

女性の健康応援セミナーの報告内容

株式会社ホレスト：女性会議の開催・健康やライフステージについての勉強会の実施

企業概要

業界/業種：運輸業、郵便業

従業員数：129名（女性比率：9%）

施策詳細

- 施策対象者：女性従業員（参加率：54%）
- 昨年東京都主催のセミナーへ参加し、得た情報を資料にまとめ、女性社員へ共有
- 会社として初めての試みとなる「女性会議」を開催
- 資料をもとに「女性のライフステージ」「女性の健康」について説明し、悩みやアドバイスを共有し合った



勉強会の資料

取組のポイント

- 女性社員のための参加としたことで、普段なかなか話せない家庭との両立など、健康のみならず、幅広い内容の情報交換ができた

成果・効果分析

- 営業所が離れている為、普段会うことのない従業員同士の交流の場となった
- 女性が避けて通れない「更年期」などについても、経験談や知識の共有ができた
- 「初めて知った」という方も多く、興味を引くことができた

今後の展望

- 参加者から好評をいただいたため、2~3年に一度、定期開催していきたい
- 業務の都合で集まらない従業員については、別日で参加ができるように2回程度に分けて開催していきたい

株式会社ユニオン：全社員対象のセミナー実施

企業概要

業界/業種：金属製品製造業

従業員数：124名（女性比率：32%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員（参加者数：102名）
- 男女問わず心身ともに健康であるために、パワハラやセクハラ防止、生理休暇や育児休暇等への理解促進を目的にしたセミナーを実施

取組のポイント

- 産休や育休の法律について説明し、生理休暇が取得可能な制度があることを周知
- セクハラやパワハラが起きやすい二次会を会社として禁止することを発表
- 報告を受けた上司が休暇理由や相談内容、個人名などの個人情報を他者に話さないよう改めて確認

今後の展望

- 全社員に影響のあるセミナーだったため、それぞれがどのように受け止め行動に移しているか情報収集を実施する
- 改善が見られなければ別の方法を模索する予定



セミナー時の本社の様子

ディップ株式会社：動画セミナー（女性特有の健康課題について）

企業概要

業界/業種：サービス業

従業員数：2,780名（女性比率：49%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員（参加者数：2,501名、参加率：97.8%）
- ・ 女性特有の健康課題（月経、PMS、乳腺や子宮の疾患など）に関する正しい知識を身につけ、セルフケアや職場での配慮の理解を深めることを目的として実施
- ・ 対象は女性社員だけでなく、管理職・男性社員にも実施し、組織全体で「女性が働きやすい環境」を支える土台を作ることを意識した

取組のポイント

- ・ 参加しやすさを重視：動画一つの単元を10分程度と短く設定
- ・ 実用的な知識の提供：日常生活や職場でできるセルフケア方法を紹介
- ・ 理解度の確認：動画を視聴した後に、簡単な確認テストを実施
- ・ 組織的な意義の強調：「健康経営」の一環として実施している点を冒頭で説明

成果・効果分析

- ・ 理解度の加重平均は4.39（スコア最大値は5）と高い値であり、理解度テストの正答率は8割を超えていた
- ・ 社内保健師が講師となったため、研修を受けた後に相談を申し込んだ従業員もいた

今後の展望

- ・ 定期的に研修を実施し、知識の定着とアップデートを図る
- ・ 健康経営の観点から、女性特有の健康課題に関連する社内制度（卵子凍結費用補助制度、女性相談窓口など）とセットで推進していく

東洋合成工業株式会社：男女特有のがんセミナー実施

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：1,021名（女性比率：10%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員
- ・ 産業医による「男女のがんセミナー」をオンラインで全従業員向けに実施し、動画も配信した

取組のポイント

- ・ 女性のみではなく男性についても取り上げて欲しいという声を受け、女性だけではなく男性についても内容に盛り込み実施した
- ・ セミナー内で、DE&I担当の取締役と、健康経営担当の執行役員からのメッセージを直接従業員へ届けた

今後の展望

- ・ 今後も毎年、従業員からのアンケート結果などを参考に女性や男性特有のセミナーを実施していく

株式会社ルネサンス： 乳がん早期発見のための「セルフケア&ストレッチ」講座実施

企業概要

業界/業種：サービス業

従業員数：7,022名（女性比率：52%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員（参加者数：31名）
- ・ 乳がん早期発見のためのセルフケア&ストレッチ講座を実施
- ・ 日常生活の中で無理なく実践できるセルフチェックの方法を紹介し、あわせてストレッチを取り入れることで、リフレッシュしながら楽しく取り組める内容とした

取組のポイント

- ・ ランチタイムを活用しつつ、実施時間を55分に設定することで、業務へのスムーズな切り替えが可能となるよう配慮した
- ・ オンライン開催とすることで、在宅勤務中など周囲の目を気にせず乳がんセルフチェックを実施できる環境を整備した

成果・効果分析

- ・ 営業時間内での実施かつシフト勤務の影響により、ランチタイムに参加できる従業員は限られていたものの、参加者アンケートでは回答者の約9割が「大変満足」と回答した
- ・ がん検診の重要性に対する理解も深まり、ヘルスリテラシーの向上が見られた

今後の展望

- ・ 年間計画を策定し、継続的かつ計画的に施策を実施していくことで、従業員のヘルスリテラシーの定着と職場環境のさらなる改善を図る

本投稿の要旨：

がん対策セミナー開催のご案内

「乳がん早期発見のためのセルフケア&ストレッチ」講座

30代から増加し、40代以上は特に注意が必要な乳がん
定期的な検診に加えて、日頃からご自身の胸に関心を持つことは乳がんの早期発見につながります。
本講座では、毎日取り組めるセルフチェックをご紹介します。

ランチタイム がん対策セミナー

毎日手軽に！


乳がん早期発見のための
セルフケア&
ストレッチ

2025
9/4
木

12:00 ▶ 12:55

こんな方におすすめ？

- 乳がんについて知りたい
- セルフチェックについて学びたい
- 日常生活の中で取り組みたい
- 身近な人と一緒に乳がんやセルフチェックについて考えたい



乳がん早期発見のための「セルフケア&ストレッチ」講座の案内

株式会社小坂工務店： WEBグループウェアやビジネスチャット、 掲示による啓発活動

企業概要

業界/業種：建設業

従業員数：59名（女性比率：44%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員
参加率：77.5%（WEBグループウェア）、100%（ビジネスチャット）
- 以前はWEBグループウェアのみで啓発活動を行っていたが、職種や働き方の違いにより手軽にアクセスできない社員も多く、認識にばらつきがあった
- そこで、ビジネスチャットや掲示板で見やすいように【けんこうだより】として同様の情報をまとめて発信することにした

取組のポイント

- WEBグループウェアでは詳細な情報を配信し、【けんこうだより】は手軽に読める簡易版として作成
- 配信順序を「男女共通→女性の健康→男性の健康→男女共通」と工夫した
- 男性にも関心を持ってもらえるよう、数値やイラスト、図解を取り入れている

成果・効果分析

- 『物忘れは私のせいではなくホルモンのせいだったか...』など多くのコメントや反響があった
- 図解付きにしたことで、より理解が得られた

今後の展望

- 導入したい健康施策については、全社アンケートをもとに検討中
- 今後は啓発と同時進行で進めて、外国人従業員も理解できるような工夫や社員だけでなく、家族にも読んでもらえるような取組をしていきたい



WEBグループウェア、ビジネスチャット

株式会社ジェイテクトコラムシステム：性別による健康課題の違いについての動画視聴

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：894名（女性比率：23%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員（参加率：46.1%）
- 事前アンケート結果、弊社の状況についての説明資料を配布
- 性別特有の健康課題について動画4本を視聴
- 各職場ごとに動画を視聴し、視聴後アンケートを実施

取組のポイント

- 性別特有の健康課題への取組は今回が初めてで、知識習得を目的に実施
- 女性の健康について相談しやすい環境づくりのため、個人ではなく各職場で視聴
- 海外赴任者には資料を配布し、PCがない従業員への配慮も行った
- 男性の健康課題（男性更年期）にも取組んだ

成果・効果分析

- 施策後のアンケートでは否定的な意見はほとんどなくなり、「男女両方の健康理解が必要」「性別や事情に関係なく働ける職場にしてほしい」といった前向きな意見が増えた
- 今後は、動画視聴後の効果分析やプレゼンティーズム測定も実施する予定

今後の展望

- 今回実施した各アンケート結果をもとに、理解促進や制度設計の検討を継続する

B. 企業組織体制

株式会社キタセツ： 女性限定のサポートチャットルームの設立

企業概要

業界/業種：建設業

従業員数：35名（女性比率：40%）

施策詳細

- 施策対象者：女性従業員（参加率：100%）
- 女性特有の健康問題や悩みを相談できる、女性限定のサポートチャットルームを立ち上げた

取組のポイント

- 女性だけのグループを作ることによって、気軽に相談できる環境にした
- 自分だけでなく、他の女性社員が持つ悩みを知ることで安心して相談できる環境にした

成果・効果分析

- 悩みをチャットルームに共有したことにより、社内環境の改善に取り組むことができた（具体例：トイレ疑似音発生器を設置した）

今後の展望

- チャットルームを今後も継続し、キャッチアップした意見を参考に改善に取り組む
- 女性だけでは取り組めない問題は全社の改善課題として取り組む

株式会社マルケイ： 女性の健康推進部の発足

企業概要

業界/業種：建設業

従業員数：18名（女性比率：22%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員（参加率：100%）
- 女性特有の健康課題への支援強化のため2025年9月に「女性の健康推進部」を発足
- 発足時には担当者に任命書を交付し、全社的に推進する体制を整えた

取組のポイント

- これまで当社では、女性の健康に関する社内研修の実施、情報配信、婦人がん検診（乳がん・子宮頸がん）の費用補助などを行ってきた
- 推進部の発足により、これらの施策を整理・統合し、関連付けながら進めることで、バラバラに取り組むのではなく、全体として計画的に展開できる仕組みを構築した

成果・効果分析

- 女性の健康推進部の発足により、施策を一元的に検討できる体制が整い、特に女性従業員の健康に対する関心や意識が着実に高まってきている
- 今後の具体的な施策展開に向けた基盤づくりという点で大きな成果を得ている

今後の展望

- 今後は、現状や従業員ニーズを把握し、定期的な研修の開催や安心して相談できる体制の構築を進めていく
- 将来的には、ライフステージごとに異なる女性特有の健康課題に対応した支援策を充実させ、女性従業員がより安心して長期的に活躍できる環境づくりを目指す

C. 積極投資

株式会社大和証券グループ本社： 月経痛緩和デバイスの導入

企業概要

業界/業種：金融業、保険業

従業員数：12,500名（女性比率：40%）

施策詳細

- 施策対象者：女性従業員（40歳未満）（参加者数：50名）
- TENSは、月経痛に下腹部の電極パットを装着し、末梢神経にやさしい電気刺激を与え、痛みの信号が脳に伝わるのを抑える低負担な治療法
- 応募者の中から「痛みフェイススケール（0～10）」のうち「8～10」に相当する女性を厳選し実施

取組のポイント

- 最先端のテクノロジーを使った画期的なデバイスであることをアピール
- デバイスの使用によって鎮痛剤の中止や減量ができたか、また、鎮痛剤や低用量ピルを服用しても痛みが緩和しなかった社員に対して痛みの緩和が見られたかどうかを確認する予定

成果・効果分析

- 初めての実施にもかかわらず、デバイスが直接痛みを緩和させるテクノロジーであることをアピールしたことで、社内でも話題になった
- このようなデバイスの存在を広く知ってもらうきっかけとなった

今後の展望

- セルフケアを実施しても痛みが緩和しなかった社員への効果を期待
- 今後も新たなフェムテックについて情報収集を継続
- アンケートにより費用対効果を検証

日本企業で当社グループが初導入！
生理痛がわずか1〜2分で軽減！
世界最先行！
革新的な月経の痛み緩和デバイス「Rosie(ローシー)」申込受付！
日本の3割以上の女性が毎月1回以上は生理痛を経験しています。生理痛が辛い！と不安を感じる女性は日本女性に多く、生理痛の軽減に悩んでいます。当社グループは2人1人が悩む生理痛の軽減に貢献することを目的としています。
生理痛の原因は、主に子宮の収縮による血流の減少、体温の上昇などが原因ですが、「Rosie(ローシー)」は低周波電流で「TENS(経皮電気神経刺激)」の効果が期待でき、下腹部の痛みを軽減するために開発された最先端のデバイスです。副作用もほとんどありません。
TENSは末梢神経に電気刺激を与え、痛みの信号が脳に伝わるのを抑制する効果や、体の負担が少なく安心して使用可能な特徴があります。TENSの効果は約90分持続し、当日、翌日、翌々日と効果が持続し、生理痛の軽減にも効果的です。副作用もほとんどありません。
●申込方法 ※数に限りがあります
対象：「毎月生理痛があるかつ日常生活に支障のある方」
※ベースカラーが黒または白の肌の方で、肌の色に合ったパッドが貼れる方です。
※妊娠中の方や、心臓病、糖尿病、高血圧、腎臓病、がん、金属アレルギーの方は貼れません。
申込期限：2025年8月18日（月）まで
申込窓口：以下のアンケートフォーム
・大和証券/DSCの方はこちら
・上記以外の方はこちら
1. 従業員、または個人科医との面談(8月中旬)
2. 「Rosie(ローシー)」の申込(8月中旬)
3. 経皮電気デバイスパッドを装着(8月下旬～)
4. アンケートの返答(9月末)
※貴重な機会をお見逃しなく！

Rosie and TENS
Rosie SET
Why Rosie?
TENSとRosieの連携
使用方法

社内イントラに掲示した案内文と月経緩和デバイスのパンフレット

株式会社大和証券グループ本社： 更年期セルフケアアプリ

企業概要

業界/業種：金融業、保険業

従業員数：12,500名（女性比率：40%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員
- ・ 大和大和総研のウェルビーイングサービス「Hearbit（ハービット）」内で利用できる更年期セルフケアアプリ「JoyHer企業版」（株式会社YStory）の案内を実施
- ・ 「JoyHer」は、更年期症状を記録するだけで、健康状態に合わせたアドバイスが届く更年期世代向けのアプリである

取組のポイント

- ・ 女性の体調管理アプリにおいては、月経管理アプリだけでなく、更年期に対処するアプリが存在していることを多くの社員に知ってもらうことを重視した
- ・ 症状を記録を継続することで体調の傾向が見える化でき、婦人科受診の際に活用ができることをアピールした

成果・効果分析

- ・ 更年期症状に関するリテラシーの向上
- ・ ダイワオンラインケア（婦人科診療・相談）利用の促進

今後の展望

- ・ 今後も更年期世代が増加するため、取組を継続していきたい

株式会社大和証券グループ本社：エクオールサプリメントによる更年期症状の緩和

企業概要

業界/業種：金融業、保険業

従業員数：12,500名（女性比率：40%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：女性従業員（40歳以上）（参加者数：478名）
- ・ サプリメントを1日2粒、1か月間服用し、更年期症状の緩和状況を試すプログラム
- ・ 服用前にSIMスコアをチェックし、エクオールの働きや更年期についての動画を視聴することで、更年期症状への理解と自身の変化を実感できる内容
- ・ 継続希望者は、社内のダイワオンラインケア（オンライン診療）で自費購入が可能

取組のポイント

- ・ 2025年2月実施のアンケートでは、3人に2人が症状緩和を実感し、想定以上の効果が見られたため、今回はその効果をアピールして募集を行った
- ・ 40歳以上の女性に個別メールでプログラム案内を実施
- ・ 事後アンケートは10月予定で、効果的なポイントは今後確認予定

成果・効果分析

- ・ 応募者も多く、更年期症状の緩和策の1つとしてサプリメントがあることを広く知ってもらえ、リテラシーが高まった
- ・ SIMスコア、緩和した更年期症状やサプリメント継続有無を事後アンケートで確認

今後の展望

- ・ 今後も更年期世代が増加し、介入の重要性がさらに高まるため、継続していきたい

株式会社浅野製版所： 更年期簡易検査ツールの配布

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：34名（女性比率：44%）

施策詳細

- 施策対象者：35歳以上の従業員（参加率：71%）
- 更年期研修を実施後、35歳以上の希望者に検査ツール(毛髪ホルモン検査キット)を配布、測定結果によって産業医面談や通院につなげるきっかけを作る

取組のポイント

- 年齢的な体調不良の症状が出た際に、女性外来や泌尿器科を受診するきっかけになるよう、希望者全員に更年期ホルモン検査キットを配布し、現在のホルモン状況について検査を実施
- 実施後、産業医面談を希望した社員には就業時間内の検診を許可した

成果・効果分析

- 個人情報にあたるため、ツール使用後の検査結果については収集していないが、検査ツール使用後、1名が産業医面談を希望し定期通院を予定している

今後の展望

- 本取組は男性社員からの要望により実施が決定し、女性の健康の取組に発展した
- 「更年期」は女性中心で広がりつつあるが、男女関係なく、自身の健康状態について知る良いきっかけになった
- 今後は「更年期による体調不良」のサポートを充実させていく

株式会社Ccobi：ヘルスマonitoring ツール・女性の健康管理アプリの導入

企業概要

業界/業種：サービス業

従業員数：3名（女性比率：100%）

施策詳細

- 施策対象者：女性経営者、女性従業員、パート従業員（参加率：100%）
- 週に1回のMTGで、体調の状況について雑談形式で話す
- アプリの月間レポートを見て自身の体調管理を振り返る

取組のポイント

- 使用期間中女性従業員の自己管理、行動変容、勤務におけるプレゼンティーズム向上を可視化する
- 安心して楽しく仕事することで強い組織になることを目的とした

成果・効果分析

- 生理周期を把握でき、業務の予定を決める参考になった
- 女性ホルモンの低下に伴う更年期の知識情報を得ることができた
- 毎月のレポート報告機能により、先月の体調を振り返ることができた
- 不調の原因や予防法を自分自身で日常生活に活かす習慣が身についた

今後の展望

- 引き続き取組を継続し、各々の体を大事にすることを優先する
- 月経困難や、女性ホルモン低下などの不調が原因で休む回数を少なくしたい
- ツールを一つに限定せず、年齢別で利用目的に合うアプリを使ってもらい、利用度を向上させたい

リンレイテープ株式会社： 無料相談窓口・無料AMH検査の導入

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：121名（女性比率：36%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員
- ・ 女性の健康問題（不妊）に特化した健康支援の福利厚生サービスの導入

取組のポイント

- ・ 勧誘などもなく完全無料で利用できるため、その利用しやすさを従業員にアピールし、興味を持ってもらえるよう工夫した

成果・効果分析

- ・ 月に1度、クリニックからフィードバックを受ける
（AMH検査の実績やホームページの閲覧数など）

今後の展望

- ・ 無料のAMH検査をはじめ、ライフステージによる体の変化など、個々の問題に対応するための相談窓口の利用方法について、従業員のリテラシーを高めていきたい

ウイングアーク1st株式会社： 無料相談窓口・AMH検査と女性の健康研修

企業概要

業界/業種：情報通信業

従業員数：858名（女性比率：25%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員（参加率：相談窓口・AMH検査：20% 研修：65%）
- ・ 正社員・契約社員を対象とした「不妊治療の費用補助」は従来から実施していたが、その前段階のフォローとして「プレコンセプションケア研修」を実施した
- ・ 「AMH検査」や「無料相談窓口」を全社員とご家族向けに追加した
- ・ 不妊治療と仕事の両立支援ハンドブックも設置し、理解の促進を図っている

取組のポイント

- ・ 全社員が参加するオンライン会議で実施し、女性の健康だけでなく、「不妊の原因の半分は男性である」というテーマにも触れ、男性社員にも関心を持たせた
- ・ 特に20代男性社員にとっては、日常生活の中でどのようなことが精子に影響を与えるのかを知る良い機会となった

成果・効果分析

- ・ 社内ポータルでいつでもアクセスできる専用サイトを用意したことで、閲覧数は277名、通院申込は13名となった
- ・ 「不妊治療の費用補助」の利用者も増加しており、制度の周知にもつながった

今後の展望

- ・ 妊娠だけでなく、更年期や女性特有の健康課題についても気軽に相談できる働きやすい職場環境を作っていく

野村ホールディングス株式会社： 卵子凍結費用補助

企業概要

業界/業種：金融商品取引業、商品先物取引業

従業員数：14,877名（女性比率：44%）

施策詳細

- 施策対象者：女性従業員（39歳以下）（対象者数：約3,000名）
- 健康意識調査で「不妊・妊活で職場で困った経験」は女性社員の約1割、卵子凍結の経験・検討は約2割であった
- 2025年4月より卵子凍結費用の上限40万円補助を開始する
- 希望のクリニックを選べ、提携サービスで保管する場合は法人価格で利用可能

取組のポイント

- 申請時には卵子凍結の概要やリスクを理解するため、産婦人科医による解説動画の視聴を必須とした
- 産婦人科医によるセミナーも開催し、キャリア形成や妊孕性に関する基礎知識を解説した

成果・効果分析

- 申込率は約0.8%
- 9月中旬より実施する健康意識調査において、制度の認知度や、職場で不妊・妊活で困った経験がある女性社員の割合の推移を確認予定

今後の展望

- 利用者に対するアンケートを実施予定

News Release **NOMURA**

2025年3月26日

関係各位

野村ホールディングス株式会社
コード番号8604
東証プライム市場・名証プレミア市場

女性社員のウェルビーイングへの新たな取組みについて
～卵子凍結費用補助および月経に対するサポート拡充～

野村ホールディングス株式会社（代表執行役社長 グループCEO:奥田健太郎、以下「当社」）は、女性社員が働く上でのライフプランの選択肢を増やし、より働きやすい環境を整えるため、2025年4月より卵子凍結にかかる費用補助を含むプレコンセプションケアの啓発と月経に関する制度の充実を進めます。

「プレコンセプションケア」は、女性やカップルを対象とした将来の妊娠のための健康管理を促す取組みとして、女性の健康とライフプランの選択肢を広げ、各人のウェルビーイングに寄与するものとして注目されています。当社では、社員の自律的なキャリア形成を促進しており、女性社員の場合には妊娠・出産・子育てを含むライフプランに配慮したさまざまな制度を充実させています。

その一環として、卵子凍結費用の補助を開始します。国内グループ会社の39歳以下の女性社員を対象に、卵子凍結にかかる費用について40万円を上限に補助します。

また、女性社員の月経に関する課題への対応として、2025年4月より生理休暇の名称を「F休暇」へ変更し、取得事由にPMS（月経前症候群）を追加します。2024年10月に導入した低用量ピルの服薬支援サービスの活用と合わせて、月経にともなう休暇を取りやすい環境整備や症状緩和のためのサポートを行うことにより、女性社員が十分に能力を発揮し、より活躍できる職場になることを目指しています。

野村グループは、「野村で働くすべての人が、単に健康になるのではなく、肉体的にも、精神的にも、社会的にも満たされた状態（Well-being）になること」を健康経営のゴールとして、社員の健康保持・増進に積極的に取り組んでいます[※]。今後も、野村グループのパーパス「金融資本市場の力で、世界と共に挑戦し、豊かな社会を実現する」のもと、健康経営の取組みを推進していきます。

[※]健康経営推進の詳細については、当社[ホームページ](#)をご参照ください。

以上

～女性の自分らしい生き方や働き方を応援～
卵子凍結について

ニュースリリースと社員向け啓発動画

野村ホールディングス株式会社： 低用量ピルに対する服薬支援

企業概要

業界/業種：金融商品取引業、商品先物取引業
従業員数：14,877名（女性比率：44%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：女性従業員（45歳以下）
- ・ 2024年10月より支援を開始。費用は全額会社負担
- ・ オンラインで産婦人科医の診察を受け、自宅に低用量ピルが届く仕組み

取組のポイント

- ・ リリース当初から申込率は会社の想定を上回っていたが、さらに周知を図るため、保健師が月経の啓発動画を社内で作成し、衛生委員会で視聴・討議を行った
- ・ 2025年4月より生理休暇の名称を「F休暇」に変更したこともあわせて周知し、全員が正しい知識を持って働きやすい職場環境を整備する必要性を理解した

成果・効果分析

- ・ 利用率は開始当初の約8%から徐々に増加し、直近では約14%となっている
- ・ 社員からは「なかなか相談しにくいことだったので、導入してくれてありがたい」といったコメントが寄せられている

今後の展望

- ・ 女性や周囲の男性の理解をさらに深めるため産婦人科医によるセミナー開催を検討



低用量ピル服薬支援サービス



社員向け啓発動画

三菱UFJ信託銀行株式会社： 婦人科がん検診の受診勧奨強化

企業概要

業界/業種：金融業、保険業
従業員数：7,659名（女性比率：38%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：女性従業員（対象者数：2,779名）
- ・ 全女性従業員を対象に、メールで婦人科がん検診に関するアンケートと受診勧奨を実施した

取組のポイント

- ・ 婦人科がん検診を受診しない者も含め、アンケートを通じて受診の意義を考える機会を設け、婦人科検診の受診を促した

成果・効果分析

- ・ 現行の費用補助制度や婦人科検診の位置づけ（オプション検査）に関して、手続きの簡便化や定期健診とのセット化などの改善要望を把握

今後の展望

- ・ 婦人科検診に関する改善要望内容を踏まえた制度、施策改定の是非や可否等を検討、実施

三菱UFJ信託銀行株式会社： 女性の健康等に係る各種費用補助サービス

企業概要

業界/業種：金融業、保険業

従業員数：7,659名（女性比率：38%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員
- 会社、健保組合が実施する健康支援制度の概要や利用方法を一覧にまとめた「健康サポートガイド」を作成し、内容を再度周知した

取組のポイント

- 従来、各種健康支援制度は所管部署別・施策別に周知していたが、「健康サポート」という切り口で、一覧できる資料にまとめることで、従業員の認知度を高め、各種制度の利用を促す

成果・効果分析

- 各種健康支援制度の利用、登録者数を測定、分析予定

今後の展望

- 「健康サポートガイド」を定期的に更新し、会社・健保組合の健康支援制度の概要や利用方法を周知することで、制度の利用促進を図っている



健康サポートガイド

東陽電気工事株式会社： 健康診断時の追加検診の実施

企業概要

業界/業種：建設業

従業員数：12名（女性比率：30%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：40代以上の従業員（参加率：100%）
- ・ 1年に2回（春と秋）行う健康診断の中で、今回は春に追加検診を実施
- ・ 追加健診を希望する40歳以上の従業員を対象とした
- ・ 検診後の感想なども共有した

取組のポイント

- ・ 就業時間内に実施する健康診断の受診率は100%
- ・ 現場などでスケジュールが不規則な社員も受診できた

成果・効果分析

- ・ 検診の結果、全員問題なく、「健康診断時に一緒に受診できるのはとても良い」「検診を受けることで安心して仕事に取り組める」などの意見があった

今後の展望

- ・ 今回は前立腺がんやABC検診（胃がん・ピロリ菌）が対象だったため、40代以上の社員が対象となったが、今後は別の追加検診も取り入れ、対象者を拡大して実施していきたい

東陽電気工事株式会社： 生理用ナプキンの備品化、鎮痛剤の提供

企業概要

業界/業種：建設業

従業員数：12名（女性比率：30%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：女性従業員（参加率：100%）
- ・ 企業の福利厚生の一環として、花王株式会社が推奨する「トイレトペーパーと同じように職場のトイレにナプキンを備品として設置する」プロジェクトに賛同した
- ・ 生理痛や頭痛など、突発的に起こる痛みに対応できる環境を整えたい

取組のポイント

- ・ 無償提供されるプラスチックのボックスにナプキンを入れてトイレに置くだけなので、手軽に始められる
- ・ ナプキンや鎮痛剤の購入費用は会社の福利厚生で負担

成果・効果分析

- ・ 生理用ナプキンの備品化については「ロッカーに戻らなくていい」「急な生理が来ても安心」「生理への不安が解消された」との声が上がった
- ・ 鎮痛剤については「痛みがひどくなり前に対処できるので安心」という好意的な意見があった

今後の展望

- ・ これからも社員の意見、要望に寄り添いながら、「誰もが働きやすい職場づくり」を進めていきたいと思う



救急箱内の鎮痛剤



ナプキンの設置

菊水化学工業株式会社： がん検診の費用補助

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：499名（女性比率：31%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：健保に加入している全従業員、女性従業員（30歳以上）
- ・ 対象者数：388名（うち女性従業員109名）
- ・ 社内イントラネットで、男女共通・性別ごとの主ながん種類や会社のがん検診費用補助について案内し、早期発見・治療の重要性を周知している
- ・ 健康診断予約代行業者への依頼フォームも設置することで、予約から結果提出までの流れを明確化し、従業員区分ごとに費用負担ルールも明示

取組のポイント

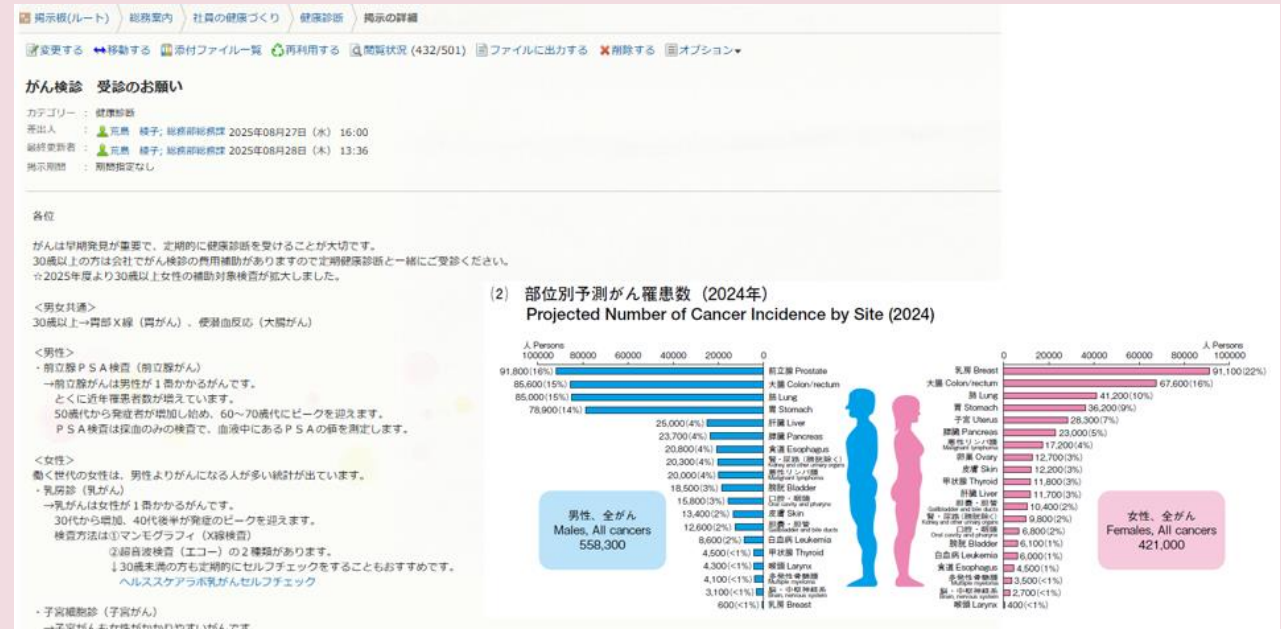
- ・ 乳がん・子宮頸がん検診を全額会社負担とし、心理的・経済的ハードルを下げた
- ・ 健診コースを日程変更しやすい内容にし、生理や急な家庭の事情にも対応
- ・ 勤務時間中の受診を認め、受診率向上につなげている
- ・ 女性以外にも男性の前立腺がんの紹介と費用補助により、公平な施策実行と男女特有のがんに関する相互理解を促した

成果・効果分析

- ・ 女性社員を中心に「安心して検診を受けられる」「会社の健康支援を実感できる」といった声が寄せられている
- ・ 30歳以上女性社員では集計時点で47名中44名が婦人科がん検診を受診されており、イントラネットの周知ページは9月3日現在432名が閲覧している

今後の展望

- ・ 本施策を継続し、全社員のがん検診受診率80%を目指す
- ・ 女性特有のがん検診についてはさらに啓発し、社内での受診意識の定着を図る
- ・ 予約方法の周知不足については、社内連絡や説明会を通じて改善
- ・ 将来的には、被扶養者も含めた支援範囲の拡大を検討する



社内イントラネットの案内
※グラフ引用元：公益財団法人がん研究振興財団 がんの統計2025.png

シーレックス株式会社： 鎮痛薬等常備薬の設置

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：412名（女性比率：34%）

施策詳細と取組のポイント

- 施策対象者：全従業員
- 常備薬の内容にばらつきや未設置の事業所があったため、内容を統一し、2025年7月に全事業所へ設置した
- 原則常備するものとして、鎮痛剤に加え絆創膏と消毒薬、体温計とした

成果と今後の展望

- 応急処置を迅速に行えるようになり、心理的な安心感が生まれエンゲイジメントが向上し、早退件数の減少などにより生産性低下を最小限に抑えることができた
- 今後は、事業所ごとに必要とされる常備薬が異なると考えられるため、臨機応変に対応していく

株式会社アロー： 物品補充の拡充

企業概要

業界/業種：サービス業（他に分類されないもの）

従業員数：19名（女性比率：32%）

施策詳細と取組のポイント

- 施策対象者：全従業員及び業務委託スタッフ、パートタイマー
- 救急箱に鎮痛薬・アレルギー薬・温熱シートを追加し、常時利用可能とした
- 生理用ナプキンをトイレに設置し、気軽に利用できる環境を整えた
- 健康経営チームが定期的に在庫確認・補充を行い、必要な物品があれば随時相談できる体制とした

成果と今後の展望

- 事前アンケートで、女性社員の約80%が「物品補助」を職場に求めている
- 9月の中間評価では、女性社員の90%以上が会社の支援を実感していることを目標に効果検証を行う
- 今後は、物品補助の拡充と利用率向上を目指す

日美商事株式会社： 健康手当の支給

企業概要

業界/業種：卸売業

従業員数：24名（女性比率：46%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員（参加率：70.8%）
- 健康関連グッズ、スポーツ用品、健康関係イベント参加費、スポーツジムやスポーツ教室・ヨガ教室等の利用料、予防接種、健診費用（がん・女性健康課題・二次健診等）、健康（補助）食品 等を支給（支給額：年額10,000円）

取組のポイント

- 支給対象を雇用形態や健康状態、性別を問わず幅広く設定し、公平性に配慮した
- 既存の経費精算システムを活用し、事務作業の負担を最小限に抑えた
- 申請方法をフローチャートで明示し、手続きの流れを分かりやすくすることで利用を促進した

成果・効果分析

- 現時点では、検診、不妊治療検査、予防接種に関する費用の申請があった
- 本手当は年度途中から導入したため、2025年4月1日以降の購入分を対象とし、利用促進と申請拡大を目指しているが、現状の利用率は12.5%である
- 定期的に朝礼や営業会議、幹部会で周知・呼びかけを行っている

今後の展望

- 来期以降の支給額拡大を視野に入れ、引き続き利用率の向上に努める

ディップ株式会社： 卵子凍結費用補助制度の実施

企業概要

業界/業種：サービス業

従業員数：2,780名（女性比率：49%）

施策詳細

- 施策対象者：女性従業員（対象者数：1,239名）
- 卵子凍結費用の補助制度を導入し、将来の妊娠・出産の選択肢を広げている
- 対象は条件を満たした正社員で、匿名性を担保した窓口を通じて申請可能
- プライバシーに配慮し、定期的なセミナーで正しい理解を促進している

取組のポイント

- ライフキャリア支援：仕事と将来の家庭形成を両立できる環境を提供する
- 女性活躍推進：女性特有の課題に寄り添い、働き続けられる基盤を強化する
- 心理的安全性：相談窓口や社内セミナーを設け、安心して情報を得られる仕組み
- 健康経営の一環：生殖医療やライフプラン支援も含めた「健康投資」と位置付けた

成果・効果分析

- 制度導入後、年10件未満の利用実績
- 卵子凍結に関するセミナーには男性社員や管理職も参加しており、正しく理解できてよかったとの声が多数あった

今後の展望

- 定期的にセミナーを実施し、知識の定着とアップデートを図っている
- 健康経営の観点から、女性特有の健康課題に関連する社内制度と連携して推進する
- 男性社員や管理職向けの「女性の健康に関する理解促進研修」も展開
- 女性活躍に関するデータと連動させ、セミナー効果を分析し健康施策へ発展させる

有限会社三崎工業： サプリメント活用による健康課題改善

企業概要

業界/業種：建設業

従業員数：9名（女性比率：22%）

施策詳細

- 施策対象者：女性従業員（参加率：100%）
- 日常生活を快適に過ごし、勤務時に最高のパフォーマンスを発揮できるよう、ライフステージごとの体の変化や意識すべき栄養素を知ること、無理なくセルフケアを取り入れられるようにした

取組のポイント

- 施策実施前に、女性の健康への理解を深めるため、専門家によるセミナーを実施
- ライフステージごとに異なる女性特有の体の悩みや症状、病気について知ること、従業員の健康意識向上につなげることができた

成果・効果分析

- サプリメント活用による意識改革の促進につながった
- 全従業員に対し女性の活躍推進セミナーを開催したことにより、男性社員も女性の健康課題に理解を示せる機会となった

今後の展望

- 沖縄県では「女性のチカラ応援宣言事業」として「Womanちゅ応援宣言」があり、弊社も宣言事業所として、女性の活躍を応援できるよう、働きやすい職場環境を整備し、継続的な取組を行っていきたい

D. 働き方の調整

株式会社アロー： ウェルネス休暇制度の導入

企業概要

業界/業種：サービス業

従業員数：19名（女性比率：32%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員、業務委託スタッフ、パートタイマー（参加率：100%）
- ・ 性差に関係なく、誰もが休暇を取りやすくするための仕組み
- ・ 主な休暇制度対象は「生理、排卵痛、月経前症候群、更年期、不妊治療、育児・介護、家族の体調不良、本人の体調不良など」。その他は都度相談の上、決定する

取組のポイント

- ・ ウェルネス休暇を申請した本人が、勤務を交代してくれたスタッフに対し景品と交換可能なポイントを付与するサンキューポイント制度も同時に導入した
- ・ 休暇を申請したスタッフもお礼がしやすく、交代したスタッフもポイントが集められる楽しみを持てるようになった

成果・効果分析

- ・ 事前アンケート「自身の体調や状況（育児、介護、通院・治療等）に応じた働き方ができていると感じますか」の項目の初期評価が43.8%であったため、中間評価では50%以上という結果を目標に実施中。そのデータをもとに効果検証を行う

今後の展望

- ・ 休暇制度適用範囲の拡充
- ・ 現在も個別相談で柔軟に対応しているが、今後はメンタルヘルスケア、資格取得などにも適用範囲を広げ、多様な働き方をサポート

株式会社新居工業所： 育児休暇取得の向上

企業概要

業界/業種：製造業

従業員数：14名（女性比率：30%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員
- ・ 社員が安心して育児休暇を取得でき、女性の健康リテラシー向上による離職防止・企業価値向上を目指す取組を実施

取組のポイント

- ・ 管理職が率先して育児休暇取得を明言し、産休・育休の認識向上と取得・復帰の促進を図る
- ・ 実際に育休を取得した男性社員のインタビューを社内報で紹介し、男女双方に育休や女性の健康課題への理解を深める

成果・効果分析

- ・ 育児休暇取得率・復帰率が向上し、従業員満足度も改善
- ・ 残業時間に変化が見られ、育休取得者アンケートや管理職・同僚からも業務や協力体制の改善に関する声が寄せられている

今後の展望

- ・ 育児と仕事の両立を強化するため短時間勤務を導入し復帰後のキャリア支援も実施
- ・ 企業ブランディングに取り組むとともに、地域貢献として自治体と連携しセミナーや啓発活動も行っている

NA&HRコンサルティング社会保険労務士 法人：健康管理休暇の導入

企業概要

業界/業種：専門サービス業（他に分類されないもの）

従業員数：37名（女性比率：84%）

施策詳細

- 施策対象者：全従業員
- 通常の有給休暇とは別に、年間1日、自身の健康管理のための休暇を導入
- 生理・更年期障害・健康診断などの理由で取得できる

取組のポイント

- 体調管理のために使用できる休暇が設けられたことで、従業員の安心感につなげることを目的とした

野村ホールディングス株式会社： 生理休暇の名称変更

企業概要

業界/業種：金融商品取引業、商品先物取引業

従業員数：14,877名（女性比率：44%）

施策詳細と取組のポイント

- 施策対象者：女性従業員（対象者数：約6,600名）
- 健康意識調査で、女性社員の多くが月経やPMSで職場で困った経験があると回答
- 申請しやすさ向上のため、2025年4月から生理休暇を「F休暇」とし、PMSにも適用拡大
- 制度変更や卵子凍結補助について動画やニュースリリースで周知した

成果と今後の展望

- F休暇取得者数は前年より増加し、女性社員から「休みやすくなった」との声が多く寄せられている
- 今後は、9月中旬の健康意識調査結果を参考にさらなる改善点を検討する

キュアコード株式会社：

①無給の生理休暇を有給化 ②生理休暇の届出方法を見直し

企業概要

業界/業種：情報サービス業

従業員数：13名（女性比率：61%）

施策詳細

- 施策対象者：女性従業員（対象者数：8名）
- ① 無給だった生理休暇を、月1日まで有給に改定した
- ② 生理休暇の申請が男性上司への直接届出だったため取得しづらかったが、今後は男性上司には「体調不良」と伝え、女性の勤怠担当者に生理休暇として届出できるように改善した

取組のポイント

- ① 男女の理解を深めるため、全社員で女性特有の問題に関する動画を視聴し、週1回の女性社員座談会で出た意見を社内で共有し、全員で考える雰囲気を作った
- ② 届出する側と受理する側双方の意見を聞き、納得できる申請方法となるよう話し合いを重ねた

成果・効果分析

- 生理休暇取得率が0%から25%に上昇
- リフレッシュ目的の有給休暇取得も増加
- 1時間単位で取得可能になり、体調にあわせて利用できる点が好評
- 「上司や社内に知られずに生理休暇を取得できてありがたい」という声もあった

今後の展望

- 生理休暇を必要とする方が、安心して申請できるような雰囲気作りと体制構築を続けたい

（産前産後の休暇）

- 第31条 会社は、6週間（多胎の場合は14週間）以内に出産する予定の女性従業員が請求した場合には、産前休暇を与える。
- 2 会社は、産後8週間を経過しない女性従業員を勤務させることはない。ただし、産後6週間を経過した当該女性従業員が請求した場合は、医師が、支障がないと認めた業務に就かせることがある。
- 3 産前産後の休暇期間中は、無給とする。

（生理日の休暇）

- 第32条 生理日の就業が著しく困難な女性従業員から請求があった場合は、必要な期間（所定労働時間の全部又は一部）の休暇を与える。
- 2 生理日の休暇期間中は、月1日までは有給とし、それ以上は無給とする。支払う額は、所定労働時間労働した場合に支払われる通常の賃金とする。

（育児時間）

- 第33条 生後満1年に達しない生児を育てる女性従業員が申し出たときには、所定休憩時間のほかに1日2回各30分の育児時間を与える。この時間は無給とする。

就業規則

株式会社名古屋銀行： フレックスタイム制の導入

企業概要

業界/業種：金融業、保険業

従業員数：1,677名（女性比率：40%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：両立支援対象者（育児・介護）
- ・ コアタイムは10:30～15:00、フレキシブルタイムは8:30～19:00
- ・ 清算期間は毎月1日から月末まで
- ・ 所定労働時間は、1日の労働時間×月の所定労働日数で算出
- ・ 原則、前週までに次週の勤務予定を報告する

取組のポイント

- ・ 全従業員向けにフレックスタイム制の理解促進ガイドブックを作成
- ・ 管理監督者の負担軽減のため勤怠管理画面を改修し、残業抑制のためフレキシブルタイムも無理のない設定とした

成果・効果分析

- ・ 2025年6月のアンケートで、利用者の81.5%が制度に満足・やや満足と回答し、32.1%が「働きやすくなった」と回答した

今後の展望

- ・ 対象者の拡大を検討
- ・ 管理者が部下行員の勤務予定について、わかりやすい管理方法の対策



フレックスタイムの導入
と同時期に配布した
退社時間カード

株式会社小坂工務店： 業務代替手当の導入

企業概要

業界/業種：建設業

従業員数：59名（女性比率：44%）

施策詳細

- ・ 施策対象者：全従業員（参加率：100%）
- ・ 育児・介護・傷病等による長期休暇の際、業務を代替した従業員に対して業務代替手当を支給する

取組のポイント

- ・ 休暇者の業務を誰がどれだけ負担し、その結果いくら手当が支給されるかを見える化したことで、納得感や意欲が向上
- ・ 同部署の社員への負担を考慮し、部長判断で同部署所属者にも一定額の手当を支給し、休暇取得者と代替者双方がメリットを得られる仕組みとした

成果・効果分析

- ・ 今回男性社員1名の育児休暇取得者に対し、3名へ手当を支給した

今後の展望

- ・ 建設部での育児休暇の取得はこれまで難しいとされてきたが1件実績が生まれたことにより今後当たりまえに取得できる環境を整え採用活動でもアピールし女性監督の採用につなげたい