

「女性の健康」に関する啓発活動を社内外で展開 「知って、気づいて、対処する」重要性を発信

取組みストーリー

大塚製薬は国内で「ダイバーシティ」という概念が浸透していなかった1980年代から誰もが働きやすい環境をめざすとともに、健康課題解決に向け先進的な取組みを行う。性別を問わず参加できる「女性の健康セミナー」を約10年にわたり定期開催する他、様々な世代の従業員が年間で複数回、必ずこのテーマに触れられるような学習機会を設け、誰もがより働きやすい職場づくりを考えるきっかけを提供。自身の健康を考え行動変容に繋がるよう、ヘルスリテラシー向上のための「知って、気づいて、対処する」ことの重要性を伝えている。また昨今、産業医に婦人科医を招き、従業員が専用フォームから個別相談できる仕組みを備えた。女性従業員のみならず、家族のことを相談する男性従業員の利用もあるそうだ。こうした支援提供の背景には、女性自身だけではなく、女性を取り巻く周囲の人や企業全体も巻き込んで「女性の健康を考える日常」を醸成し、「知って、気づいて、対処する」ことを日常にしてもらいたい、という考えがある。

さらに特筆すべきは、このような活動は社内にとどまらないという点だ。女性の健康サポート製品の研究・開発で培った知見を活かし、2015年から啓発活動を開始。翌年「女性の健康推進プロジェクト」を立上げ、企業（経営層、従業員）、自治体、個人向け等、対象者に合わせた女性の健康課題に関する情報発信を行う。活動を通じて「女性の健康は、自分ゴトであり、企業ゴトである」という意識醸成に挑む。

大塚製薬株式会社

<https://www.otsuka.co.jp/>
東京都千代田区神田司町2-9
業種／医薬品・食品製造販売業
従業員数／5,827名

(うち女性1,462名)
※2023年12月31日現在



女性の健康に関し性別・世代を問わず学習し、健康課題への配慮が生まれる職場につながっている。



「女性の健康推進プロジェクト」のWEBサイト。

取組みのポイント

誰もが自分ゴト化できる 制度・施策設計

大塚製薬では不妊治療、更年期症状の治療の他、新たに「性適合性手術・ホルモン治療」も対象に加えた『セルフケア休暇制度』が新設され、男女問わず自身の健康に配慮できる環境にある。

“正しく”理解できる 情報発信を重視

WEBサイトやYouTube 動画は専門医等の監修を行い「正確な」情報発信に尽力。



企業や業種の垣根を超えた共創活動で 「女性の健康課題」の障壁を乗り越える！

取組みストーリー

創業以来、女性の能力発揮の機会提供を続けてきたポーラ。従業員誰もが自身の可能性を信じ、自分らしい人生を過ごすための源泉は「健康」である、というDE&I推進理念のもと、特に見過ごされやすい女性の健康課題対応に注力している。従業員の7割以上を女性が占めるため健康課題ニーズも多岐にわたるが、月経・更年期症状等の課題サポートのためのフェムテックサービスの導入や、女性の婦人科産業医の配置、不妊治療・卵子凍結の費用補助、社内での生理用ナプキンの無料提供など、当事者のリアルな困りごとに寄り添ったきめ細やかな支援を提供している。

さらに2023年には、女性の健康課題を社会課題として見つめ直し、特有の悩みや健康をサポートするための組織横断の「フェムケアプロジェクト」が始動。働く女性の健康課題を考える異業種合同参加型プロジェクト「タブーを自由にラボ」を開催し、16社の企業とともに課題解決に向けてディスカッションを重ねた。参加メンバーからは、これまで職場や家庭では話せなかったパーソナルな悩みが多数聞かれ、個々人が抱いていた悩みは共通の組織課題であることが可視化された。1社だけ、1人だけでは乗り越えることが難しい「女性の健康課題」も、他社とつながることで取組みに向けた一歩を踏み出すことができる、という好事例だ。

株式会社ポーラ

<https://www.pola.co.jp/>
東京都品川区西五反田2-2-3
業種／化粧品製造業
従業員数／1,313名

(うち女性1,003名)
※2022年12月31日現在



「タブーを自由にラボ」では業界や職種は違っても共通する課題が多いことが明らかに。

取組みのポイント

従業員に寄り添う 施策の導入

全国の従業員が相談できるオンライン面談の導入や、メールでの婦人科専用相談窓口の開設など、誰一人取り残さず、アクセスしやすい施策を展開。

他社との共創で 取組みの輪を拡大

課題感を同じくする働く女性たちが共創できる場づくりが、企業各社のアクション喚起につながっている。

