

においてその傾向は顕著であった。会社としては、ただなんとなくがん検診を受診するのではなく、がん検診の重要性を一人一人が正しく認識したうえで受診してもらいたいと考えていた。

## がん対策に取り組もうとしたきっかけ・問題意識

- 今年度、従業員ががんに罹患したという経験をした。幸いにも当該従業員はがん治療を行いながら就業を継続することが出来ているが、従業員のがん罹患をきっかけとして、会社としてもこれまで以上にがん対策に真摯に取り組む必要があると考え、本事業への参加を決めた。

## 取組の内容

### <会社としてがん対策に積極的に取り組むことを全従業員に表明>

- 主にシステム開発を行っている業態であることから、顧客企業に常駐している従業員もいるなど、従業員が一同に会する機会は少なかった。しかし、月に一度全従業員が集まる「帰社日」を活用して、会社として東京都職域連携がん対策支援事業に参画していること、これまで以上にがん対策に積極的に取り組んでいくことを全従業員に表明した。

### <がん検診見学会への参加>

- 従業員に対してがん検診の重要性を伝えていくためには、担当者自身ががんやがん検診についての正しい理解を持つ必要があると考え、東京都からの支援の一環で開催された検診医療機関の見学会に参加することにした。
- 見学会においては、検診医療機関の職員の説明を受けながら、がん検診において実際に使用する検査機器を見学することができた。特に、乳がん検診については、マンモグラフィ検査と超音波検査の違いについて詳しい説明を聞くことができ、理解を深めることができた。

【がん検診見学会の様子】



### <全従業員を対象としたがんセミナーの開催>

- がんや、がん検診の大切さについて、従業員に知ってもらうことを目的にがんセミナーを開催することにした。セミナーは、月に一度の「帰社日」に開催することとしたため、従業員全員が受講することが出来た。
- セミナーでは、「日本人の2人に1人ががんに罹るなど、がんは非常に身近な病気であること」、「がん検診によってがんは早期に発見することができ、早期の治療につなげ

【セミナーの様子】



ることができる」など、基礎的事項を中心に、受講した従業員の反応などを確かめながら講義を行った。

- セミナー開催時には、東京都から提供されたリーフレットを併せて配布することで、従業員の理解向上を図った。

## 取組において工夫した点・苦労した点

- 社内の管理職からがん検診の大切さを伝えるのではなく、社外から東京都職員を講師に招き、セミナーを開催することで、従業員の関心を引き出すことが出来るよう啓発方法を工夫した。

## 取組の効果（取組に対する従業員の反応など）

- 啓発を通じて、「熱いものを飲むと喉にがんができやすくなる」、「痛みのないしこりがある場合、それは実はがんなのかもしれない」など、普段の生活に直結した身近なエピソードであれば、従業員に「自分事」としてがん検診について考えてもらえると感じた。

## 今後の展望・抱負

- 今後は、従業員向けにアンケート調査を実施し、セミナーの効果検証をしたいと考えている。アンケート調査の結果を踏まえ、従業員の関心を引き出す有効な啓発方法を模索していきたい。
- 今年度がんに罹患した従業員については、当該従業員から迅速な報告を受けることが出来たため、会社としても早期の業務調整や保険手続き等の適切なサポートを講じることができ、治療を継続しながら就業を継続してもらうことができた。今後、同様に従業員ががんに罹患した場合であっても、迅速・的確な対応を講じることが出来るよう、会社としての対応をまとめたマニュアルを策定していきたいと考えている。

### <代表者コメント>

当社は「個人の幸せ」を追求することを基本とし、従業員の物心両面での幸せを追求することをモットーに経営しております。人財を最も大切にすることで、企業活動が活発となり、豊かな社会の実現に貢献する事につながると考えています。

現在、がん治療中の社員がおります。定期的ながん検診と精密検査での早期発見により、治療と仕事の両立が問題なく行えています。東京都職域連携がん対策支援事業に参加することで、改めてがん検診の大切さを痛感しました。今後も社員とその家族が安心して治療を受けながら仕事に就ける働きやすい環境づくりに力を入れていく所存です。

(代表取締役 藤井隆)



### <アドバイザーコメント>

従業員が一同に会する機会を有効に活用してセミナーを開催した点に取組の工夫が感じられる。今後は、セミナーの効果検証を行う予定であると伺っているので、ぜひ今後の取組の効果的な実施に繋げてもらいたい。



## 株式会社ミノファーゲン製薬

～セミナーを通じてがん対策に対する経営層の更なる理解を促進～

業 種	製造業	創 業	1938年
主要事業	医薬品製造販売業		
常時使用する従業員数	正規 126人	非正規	23人
本社等所在地	東京都新宿区西新宿3-2-11 新宿三井ビルディング二号館		
認定事業所	本社		

### 取組の ポイント

- 経営層向けにがん対策を含む健康経営に関するセミナーを開催
- 従業員のがん検診受診状況の把握
- 従業員のがん検診受診に対する意識把握を目的としたアンケート調査の実施

がん検診実施状況	胃がん検診	<input type="radio"/>	肺がん検診	<input type="radio"/>	大腸がん検診	<input type="radio"/>
	乳がん検診	<input type="radio"/>	子宮頸がん検診	<input type="radio"/>		

### 認定以前の取組や課題

- これまでも、労働安全衛生法に基づき毎年実施している健康診断にあわせて、胃がん検診、肺がん検診、大腸がん検診、乳がん検診、子宮頸がん検診を実施してきた。しかし、健康診断については受診率100%を達成してはいたものの、がん検診については受診状況を十分に把握できていなかった。
- また、社内通信の発行をはじめとする会社内の健康管理への取組については本社衛生委員会が中心となって取り組んでいたが、その取組も年々マンネリ化してきており、会社内に十分浸透していないと感じていた。経営層をはじめとした会社全体でがん対策を含む健康づくりの大切さについて再度認識を深める必要があると感じていた。

## がん対策に取り組もうとしたきっかけ・問題意識

- これまで会社として医療用の肝炎治療薬の製造・販売を専門に取り組んできたが、今年度より新しく皮膚がん治療薬の販売を開始した。この皮膚がん治療薬の販売開始を契機に、会社としてもがんに関する取組を強化したいと考え、本格的にがん対策を始めることとした。

## 取組の内容

### <経営層向けにがん対策を含む健康経営に関するセミナーを開催>

- これまで以上に会社としてのがん対策の取組を強化していくにあたっては、より一層がん対策に対しての経営層の深い理解が必要であると考えた。そこで、経営層を対象としたセミナーを開催することとし、セミナーの開催にあたっては、産業医としての経験が豊富で、かつ産業保健分野に精通した外部の専門家を講師に招くこととした。
- セミナーにおいては、講師から「企業として健康経営に取り組むことで生産性の向上にもつながること」や「社内の健康管理の取組においては経営層からのトップダウンの取組と従業員からのボトムアップの取組の相互バランスが大切であること」、「がん検診においては受診率も大切であるが、精密検査対象となった従業員へのフォローアップも重要であること」などの説明がなされた。受講していた経営層も皆真剣に耳を傾けており、セミナー終了後には講師宛に質問が飛ぶなど、充実した内容のセミナーとなった。

#### 【セミナー資料（一部抜粋）】

#### 健康経営®のメリット

- ① 事故、労災、病気の抑制と防止
- ② 生産性の向上  
(アブセンティーズム、プレゼンテーションの減少)
- ③ 社員のモチベーション増加、業務効率の向上
- ④ 企業業績の向上、企業イメージの向上
- ⑤ 社員の健康増進→健康保険料の負担軽減

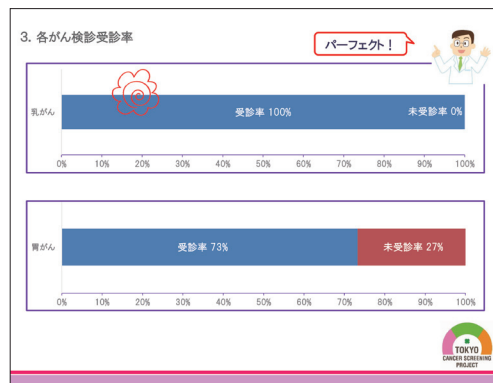
#### 【セミナーの様子】



### <従業員のがん検診受診状況の把握>

- これまで健康診断については、従業員の受診状況を正確に把握していたものの、がん検診までは、受診状況・受診率について正確な把握が出来ていなかった。そこで、健康保険組合から提供されたデータの整理を行い、従業員のがん検診の受診状況について正確な把握を行うことにした。
- その結果、胃がん検診については73%、肺がん検診については98%、乳がん検診については100%であるなど、がん検診の種別によって受診率にばらつきがあることが分かった。
- 従業員のがん検診の受診状況については、前述の経営層を対象としたセミナーにおいて報告を行い、がん検診受診率100%達成のために、更なる取組を講じていく必要があることを経営層も含めて再認識した。

#### 【従業員のがん検診の受診状況（一部抜粋）】



## <従業員のがん検診受診に対する意識把握を目的としたアンケート調査の実施>

- 従業員のがん検診受診に対する意識把握を目的として、アンケート調査を実施した。
- その結果、特に胃がん検診について、「胃内視鏡検査を受診したい」という回答が全体の約40%を占めるなど、多くの従業員が胃内視鏡検査を希望していることが分かった。
- これまで、会社として胃がん検診については胃部エックス線検査のみを実施してきたが、胃がん検診の受診率の低さ、そして、今回のアンケート調査での胃内視鏡検査の希望の多さを踏まえ、胃がん検診としての胃部エックス線検査及び胃内視鏡検査の選択受診の適否について社内検討を進めることとした。

### [アンケート内容 (一部抜粋)]

平成 28 年度

11. あなたの「がん検診」の受診状況について、がん検診項目ごとにお答えください。【〇は一つ】  
(かかりつけの医療機関で年度毎に検査を受けている場合も「受けている」に含みます)

①平成 28 年度

検診項目	平成 28 年度	選択肢
胃がん⇒バリウムによるレントゲン検査、もしくは胃内視鏡検査	a b c d	a. 受けた
大腸がん⇒便潜血検査	a b c d	b. 受ける予定
肺がん⇒胸部レントゲン検査	a b c d	c. 受けていない
乳がん(女性のみ)⇒マンモグラフィ検査、もしくはエコー検査	a b c d	d. 対象外
子宮がん(女性のみ)⇒細胞診検査	a b c d	

②過去 5 年間(平成 24～28 年度)

検診項目	過去 5 年間	選択肢
胃がん⇒バリウムによるレントゲン検査、もしくは胃内視鏡検査	a b c d e	a. 必ず受けている
大腸がん⇒便潜血検査	a b c d e	b. ほとんど受けている
肺がん⇒胸部レントゲン検査	a b c d e	c. ほとんど受けていない
乳がん(女性のみ)⇒マンモグラフィ検査、もしくはエコー検査	a b c d e	d. 受けていない
子宮がん(女性のみ)⇒細胞診検査	a b c d e	e. 対象外

⇒c、d を 1 つも選ばなかった方は、Q13 へ進んでください

【Q11. ②で「c. ほとんど受けていない」「d. 受けていない」を 1 つでも回答した方にお伺いします】

12. 受診していない理由は何ですか。がん検診項目ごとにお答えください。【〇はいくつでも】

検診項目	理由	選択肢
胃がん	a b c d e f g h i	a. 体調が悪くないから b. 忙しく時間がないから
大腸がん	a b c d e f g h i	c. 検査が面倒だから d. 検査が苦痛だから
肺がん	a b c d e f g h i	e. 検査が恥ずかしいから
乳がん(女性のみ)	a b c d e f g h i	f. 検査を信用していないから
子宮がん(女性のみ)	a b c d e f g h i	g. 精密検査になると分かっているから
		h. がんが見つかったら怖いから
		i. その他 ( )

13. 胃がんの検診方法はどちらを受診したいですか。【〇は一つ】 ⇒男性はQ15へ進んでください

a. バリウムによるレントゲン検査      b. 胃内視鏡検査  
c. どちらでもいい                              d. どちらも受けたくない

【女性のみご回答ください】

14. 乳がんの検診方法はどちらを受診したいですか。【〇は一つ】

a. マンモグラフィ検査                      b. エコー検査  
c. どちらでもいい                              d. どちらも受けたくない

15. 「がん検診」に関して、会社に望むことはありますか。

次ページへ

## 取組において工夫した点・苦労した点

- アンケート調査を通じて従業員からの声を吸い上げることによって、現状の取組の課題点の洗い出しを行い、効果的ながん対策の展開につなげるようにした。
- 従業員に対して行ったアンケート調査では、がん検診受診に対して、「体調が悪くないから」、「検査が面倒だから」といった回答が一定数あり、意識改革が簡単なものではないと感じた。一方で、がん種別にみると、乳がん検診については受診に前向きな意見が多く、実際に受診率も100%であるなど、有名人のがん告白による影響の大きさを感じた。時宜に合った啓発を行うことが、がん検診受診率の向上に有効に働くのではないかと感じた。

## 取組の効果 (取組に対する従業員の反応など)

- 経営層向けに実施したセミナー後には、「従業員に健康重視の姿勢を見せるためにも、今後もセミナーを継続して開催すべき」という意見もあり、経営層の意識の高まりを感じている。

## 今後の展望・抱負

- 今後は、従業員やその家族のがん検診受診に対する意識を高めるために、あらゆる啓発方法を模索していきたいと考えている。そのうえで適宜アンケート調査などを行って、効果検証を重ね、取組のブラッシュアップを行うことで、がんの早期発見・早期治療につなげていきたいと考えている。医療用の肝炎治療薬の製造販売を行っている会社であるので、特に、肝がんによって亡くなる従業員がでないようにしたい。
- また、会社として従業員が自ら生活習慣を見直すきっかけ作りを手伝い、心身ともに健やかに仕事ができる環境を作っていきたい。

### <代表者コメント>

当社は、医薬品製造販売業として安全で高品質の製品を提供することで、人々の健康福祉に貢献することを目的としてきました。今年度抗がん剤を自社開発し発売に漕ぎつけたのを機に、従業員と家族に対しても「がん予防」の啓発活動を行うこととした経緯にあります。

製薬会社ということもあり健康診断受診率は100%ですが、改めて調べたところ、がん検診については従業員の受診状況を会社で把握できていない等課題が多いことがわかりました。

経営層向けセミナーでもご協力いただきましたが、がん対策については従業員個人の問題と片付けず、検診体制の整備や啓発活動に会社を挙げて取り組んでいくことが必要だと考えています。当社は、企業理念に掲げた「働きがい、生きがいを実感できる職場づくり」の土台をなすものとして、引き続き従業員と家族の健康を守る取組を続けてまいります。(代表取締役 宇都宮徳一郎)



### <アドバイザーコメント>

企業として、確実な取組推進に向けて経営層の更なる理解促進に向けた取組を実践した点は、他企業の取組の参考となると考えられる。また、全従業員を対象として行ったアンケート結果を有効に活用して衛生委員会において検討を行った点も評価できる。衛生委員会で検討した内容の確実な実施を期待したい。



## ヤスマ株式会社

～既存の職場動線である朝礼の機会を活用した従業員への意識啓発～

業種	製造業	創業	1947年
主要事業	香辛料・乾燥野菜等の加工及び製造、販売		
常時使用する従業員数	正規 182人	非正規	30人
本社等所在地	東京都品川区西五反田5-23-2		
認定事業所	本社		

### 取組のポイント

- 婦人科検診を受診必須項目へ
- がん対策を含めた健康経営に取り組む姿勢を社内外に積極的にPR
- 朝礼の機会を活用した健康づくりに関する社長講話の実施

がん検診実施状況	胃がん検診	<input type="radio"/>	肺がん検診	<input type="radio"/>	大腸がん検診	<input type="radio"/>
	乳がん検診	<input type="radio"/>	子宮頸がん検診	<input type="radio"/>		

### 平成27年度までの取組や課題など

- これまでも、会社としては毎年実施している健康診断にあわせて、胃がん検診、肺がん検診、大腸がん検診を実施していた。
- また、東京商工会議所の健康づくり・スポーツ振興委員会の一企業として健康経営にも取り組んでおり、従業員の運動促進を目的としたラジオ体操等、お金をかけなくても実践できる健康づくりの取組を行ってきた。
- 平成27年度の東京都職域連携がん対策支援事業への参画に伴い、がん対策についても健康経営の重要な一活動に位置づけることとし、会社として積極的にがん対策に取り組んでいくことを全従業員に対して表明した。
- がん対策の取組の一環として、これまで任意受診項目としていた婦人科検診について、必須受診項目とすることを検討するとともに、従業員の家族に対してもがん検診の受診勧奨を行った。