

2025 年 12 月 23 日

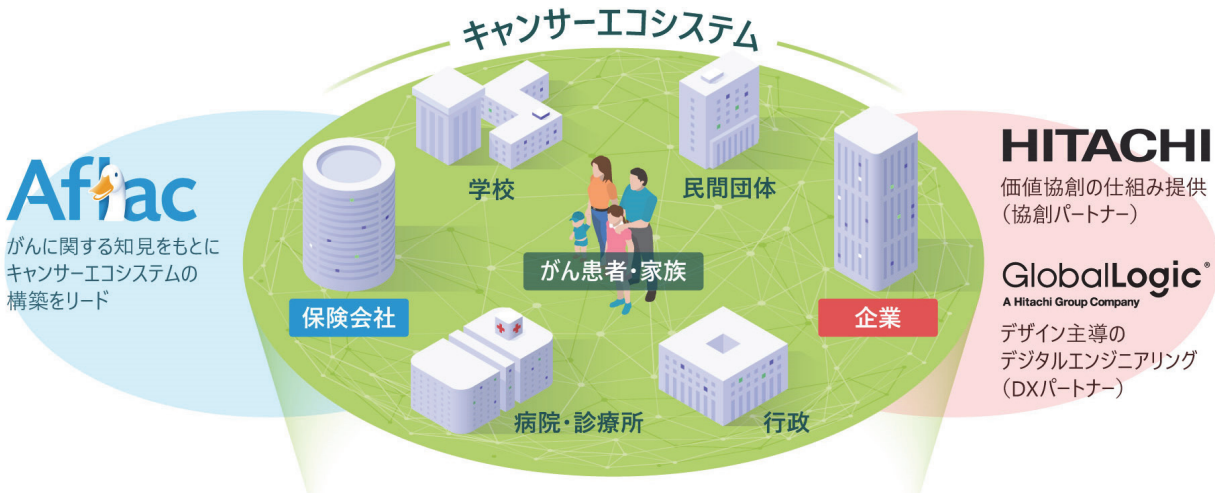
アフラック生命保険株式会社

株式会社日立製作所

GlobalLogic Japan 株式会社

アフラック、日立、GlobalLogic が日立の従業員約 3,000 人を対象とした、 「職域版がん生態系」の効果検証を完了

がんの理解促進に向けた取り組みにより、がんに対する従業員の意識向上を実現



アフラック生命保険株式会社(代表取締役社長：古出 眞敏、以下、「アフラック」)、株式会社日立製作所(執行役社長兼 CEO：徳永 俊昭、以下、「日立」)、GlobalLogic Japan 株式会社(代表者：Vaibhav Sharma、以下、「GlobalLogic」)は、がんを取り巻く社会的課題に対して企業が従業員とその家族を包括的にサポートするため、職域の従業員を当事者としたがん生態系^{*1} (以下、「職域版がん生態系」)の構築に向けた「がんを知り・がん」に備える」プログラムの実証実験の効果検証(以下、「本検証」)を完了しました。

^{*1} がんに関わる社会的課題を包括的に解決するために、さまざまなステークホルダーが連携・協業する仕組み

本検証では、日立の従業員のうち約 3,000 人を対象に、「がんを意識する機会」「がん検診の受診機会」「がん保険の検討機会」の 3 つの観点から、従業員のがんの理解促進に向けた取り組みを実施しました。具体的には、保険業界で長年がんに向き合ってきたアフラックの知見、GlobalLogic による課題抽出・施策アイデア創出に活用されているデザイン手法、日立が社会イノベーション事業で培ってきた価値協創のノウハウを融合し、がん経験者を含む従業員へのインタビューやワークショップを通じて具体化してきた、職場からのサポートや従業員の行動変容を促す仕組み・施策の効果検証を行いました。

その結果、施策の実施によって、がん検診の受診に前向きな意思を示した従業員が 70%に達したほか、保険加入相談の増加などの成果を確認することができました。

今後、日立職域での実績をもとに、がんの罹患前から罹患後まで、がんを経験する当事者のサバイバージャーニーに寄り添い伴走する「職域版がん生態系」をさまざまな企業に展開し、ウェルビーイング向上への貢献をめざします。

背景

日本人が一生のうちにがんと診断される確率は約 2 人に 1 人にのぼり^{*2}、新たにがんと診断される人の約 30%が就労世代(20 歳～64 歳)とされています^{*3}。就労世代が多くの時間を過ごす職場においては、企業も従業員の健康管理の観点から制度整備や理解促進などのサポートに着手していますが、これらの取り組みに対する従業員の認知や意識が十分でないことから活用が進まないなど、就労世代におけるがんの予防や罹患者のサポートには大きな課題があります。がんへの対応は社会全体の課題であり、企業においても人的資本・健康経営に直結する重要な経営課題のひとつです。これらの課題を解決するために、企業は従業員に対するサポートを検討し、有機的・統合的なアプローチで企業内における周知・啓発を図ることが重要です。

*2 国立がん研究センターがん情報サービス https://ganjoho.jp/reg_stat/statistics/stat/summary.html

*3 厚生労働省「事業場における治療と仕事の両立支援のためのガイドライン」<https://www.mhlw.go.jp/content/11200000/001225327.pdf>

3 社のこれまでの取り組み

アフラック、日立、GlobalLogic の 3 社は、2022 年 12 月より、日立の従業員とその家族にがんに関して包括的かつ中長期的なサポートを提供する「職域版がん生態系」の構築の先行検討を開始し、がん予防や治療における職場からのサポートに関する従業員視点での「ありたい姿」の方向性、実現するための施策アイデアを検討してきました。

この施策アイデアの検討においては、日立においても、ヘルスケア施策は整備されているものの認知率が低いことに加え、若年層を中心に受診が必須ではないがん検診への意識が十分でないことや、従業員と企業系列保険代理店のタッチポイントが限定されているという課題が明らかになりました。

また、3 社は、2023 年 9 月から、企業におけるウェルビーイング向上をめざし、施策アイデアの具体化を実施しました^{*4}。施策アイデアの具体化にあたっては、アフラックは、がん保険のパイオニアとして、また日本で最も長くがん向き合ってきた保険会社としての知見を提供しました。これに、GlobalLogic によるデザイン思考のアプローチに基づく課題抽出・施策アイデア創出力、日立の社会イノベーション創出に向けた価値協創のノウハウを融合することで、従業員とその家族の目線での各種施策アイデアを具体化しました。一連の施策アイデアの検討から具体化のプロセスでは、3 社のプロジェクトチーム間だけでなく、日立の人事・健康推進部門、健康保険組合、企業系列保険代理店などと連携し、施策アイデアの実現性などを考慮し、実効性のある施策として策定しました。

これらを踏まえ、今回、策定した施策の効果を測定するため、日立社内で本検証を実施しました。

*4 ニュースリリース「アフラック、日立、GlobalLogic が職域の従業員を当事者としたがん生態系の構築に向けた協創を実施」
(2023 年 9 月 12 日) https://www.aflac.co.jp/news_pdf/20230912.pdf

本検証の概要

本検証では、2025 年 4 月から 11 月にかけて、日立の従業員のうち約 3,000 人を対象に、「職域版がん生態系」の構築に向けた「がんを知り・がんに備える」プログラムの有効性を確認しました。従業員のがんに対する意識向上やがん検診の受診および保険検討機会の創出を実現するための取り組みを実施し、「がんを意識する機会の拡大」「がん検診の受診機会の拡大」「がん保険の検討機会の拡大」の 3 つの KPI から効果を検証しました。

具体的には、GlobalLogic による、個人の選択の自由を尊重しながら望ましい行動を自然に促すための「行動のデザイン」の手法をもとに、施策を検討し、がんに対する自律的な意識向上につなげるための施策を実施しました。その一つとして、主催元となる日立の企業系列の保険代理店である日立保険サービスとともに、がんセミナーなどのイベントの周知方法の変更や、アーカイブ配信などの改善を行いました。

その結果、「がんを意識する機会の拡大」「がん検診の受診機会の拡大」の観点では、がんセミナーの認知率がおおよそ 20% 向上し、セミナー後のアンケートでは、セミナー参加者のうち約 70% が「がん検診を受けようと思った」と回答するなど、がんに関する備えや検診受診、保険加入などに前向きな回答を得られ、意識向上につながる結果となりました。

また、「がん保険の検討機会の拡大」については、セミナーの参加、アーカイブ視聴を通じて日立保険サービスへの保険相談も増加するという成果につながりました。これらの結果を踏まえ、検証した 3 つの KPI のいずれにおいても一定の効果が得られたことを確認できました。

今後の展開

今後、アフラックは、日立における本検証の実績をもとに「職域版がん保険エコシステム」の構築に向けた「がんを知り・がんに備える」プログラムをより充実させ、ウェルビーイング向上を支援することをめざします。その実現に向け、GlobalLogic のデジタルエンジニアリング力を生かし、「職域版がん保険エコシステム」を実現するプラットフォームの設計・実装を含め、検討を進めていきます。

また、日立においても、本検証の実績をもとに、日立グループ全体の人的資本・健康経営の推進によるウェルビーイング向上をめざし、まずはがんの理解促進に向けた取り組みについて、日立グループ内の展開に向けた検討を進めていきます。

アフラックについて

アフラックは、「がんに苦しむ人々を経済的苦難から救いたい」という想いのもと、1974 年に日本で初めてがん保険を提供する会社として創業しました。以来、その想いや「The Aflac Way」「企業理念」「ブランドプロミス」に表されるコアバリュー(基本的価値観)、すなわちパーパス(存在意義)に基づき、社会と共有できる価値(Shared Value)を創造(Create)していく企業経営(= CSV 経営)を実践しています。そして、時代とともに大きく変化する経営環境のなか、社会的課題の解決に向けて新たな価値を創造することでステークホルダーであるお客様、社員、ビジネスパートナー、株主、社会の期待に応える努力を続けています。

これからもすべてのステークホルダーと築き上げてきた有形無形の資産を確実に受け継ぎ、パーパス(存在意義)の追求と経済的価値の創出に取り組んでいきます。そして、「生きる」を創るリーディングカンパニーとして社会と共有できる新たな価値を創造していきます。

詳しくは、<https://www.aflac.co.jp/> をご覧ください。

日立製作所について

日立は、IT、OT(制御・運用技術)、プロダクトを活用した社会イノベーション事業(SIB)を通じて、環境・幸福・経済成長が調和するハートナイズドソサエティの実現に貢献します。デジタルシステム&サービス、エナジー、モビリティ、コネクティビティ&デジタルの 4 セクターに加え、新たな成長事業を創出する戦略 SIB ビジネスユニットの事業体制でグローバルに事業を展開し、Lumada をコアとしてデータから価値を創出することで、お客さまと社会の課題を解決します。2024 年度(2025 年 3 月期)売上収益は 9 兆 7,833 億円、2025 年 3 月末時点で連結子会社は 618 社、全世界で約 28 万人の従業員を擁しています。詳しくは、www.hitachi.co.jp をご覧ください。

GlobalLogic について

GlobalLogic (www.globallogic.com) は、デジタルエンジニアリングのリーダーです。私たちは、世界中の企業ブランドに対し、現代社会に向けた革新的なプロダクト、プラットフォーム、デジタルエクスペリエンスのデザインおよび構築を支援しています。エクスペリエンスデザインと高度なエンジニアリング、データに関する専門知識を統合することで、お客さまの可能性を想像し、明日のデジタルビジネスへの移行を加速する支援を行っています。

シリコンバレーに本社を置く GlobalLogic は、世界中でデザインスタジオとエンジニアリングセンターを擁しており、モビリティ、通信、金融サービス、ヘルスケアおよびライフサイエンス、製造、メディア・エンターテインメント、半導体、テクノロジー業界のお客さまに豊富な専門知識を提供しています。

日立グループの 1 社である GlobalLogic は、社会イノベーション事業として、データとテクノロジーによるイノベーションを推進し、より質の高い持続可能な社会に貢献しています。