

Pioneering Spirit

フェムテック発、だれもが働きやすい社会づくりへ



2003年より、国や企業は女性活躍推進に重点を置き、さまざまな制度の整備を進めている。しかし実態を見ると、期待する状況には遠く及ばない。その理由の一つには、働き続ける上で女性特有の健康課題とライフイベントを両立させる難しさがある。この社会課題を起点に、日立製作所内でも新しいビジネスプロジェクトが動き始めた。部門の壁を越えて集まった有志メンバー、(写真左から)西村宏美、北森美菜、宮森百穂、松野真由子、西郷健一、蒲生高也の6人に話を聞き、これまでの歩みや今後実現したいビジョンなどに迫る。

女性の健康課題を解く、新規ビジネス

女性のキャリアとライフの両立を支援する、「共助型」アプリケーション

「フェムテック (Femtech)」と「女性」が注目を集めている。Female と Technology を組み合わせた造語で、月経や妊娠、妊娠、出産、更年期など、一生を通じて女性が抱える健康課題をテクノロジーの力で解決に向けた支援をする製品やサービスの総称だ。日立にも、その開発に取り組む6人の従業員がいる。めざすは、企業で働く女性の健康課題に寄り添い、キャリアとライフの両立を支援するアプリケーションの提供だ。

このアプリケーションには「知る」「考える」「相談する」という3つの要素が盛り込まれる。ユーザーはまず、プレコンセプションケア^{*}や更年期障害に関する専門的な知識を、「学びコンテンツ」を通じて「知る」ことができる。また、自分と他の従業員のキャリアプラン、ライフプラ

<p>アプローチする女性の悩み *アンケートやWebサーベイ結果から</p>	<p>女性特有の健康課題に関する知識がない</p>	<p>キャリアとライフの両立が難しい社内にロールモデルが少ない</p>	<p>悩みを共有できる相手がない</p>
<p>機能</p>	<p>知る 専門医や協会監修の動画教材を学びコンテンツとして配信 クイズを活用し学びの定着化もはかる</p>	<p>考える キャリアプラン・ライフプランを並べて可視化・同時作成 データとして管理・蓄積 ロールモデルのデータを閲覧、自身のプラン検討の参考に</p>	<p>相談する 匿名にてコミュニティに参加 同じ価値観を持つメンバーと記事シェア・意見交換 会社の制度についての利用者意見</p>
<p>期待する効果</p>	<p>正しい健康情報を学び、リテラシーの向上を図る。 知識を持つことで、不安の解消や正しい対処が可能になり、休職や退職に追い込まれる数を軽減。</p>	<p>キャリアとライフを合わせて考え自分の未来に見通しを立てる。 キャリア形成を考える上でのヒントややる気に繋げ、自主的なキャリア形成を促す。</p>	<p>センシティブで話しづらい悩みを共有する場を提供する事で仲間作りを促進し、孤立感を軽減。 コミュニティが稼働する事で、アプリの稼働率向上にも貢献。</p>

ンと同時に可視化できることで、社内にロールモデルが少ない環境でも自身のキャリア形成を「考える」ことができる。さらに、アプリケーション上で構築される社内コミュニティでは、センシティブで話しづらい悩みを匿名で「相談する」ことができる。いわば「共助型」のアプリケーションだ。

なかでも三つ目の「相談する」は、悩みを共有できる同僚がなかなか見付からず、とかく孤独に陥りやすい状況にあつて画期的な着眼点と言える。

婦人科系の疾患による辛い経験が出发点

2020年春、日立の社会プラットフォーム営業統括本部において、社会課題をテーマに新規ビジネスを考える機会があった。当時入社17年目の蒲生高也^{がも}が社内で仲間を募ったところ、手を挙げた従業員が西村宏美だった。自身の辛い経験をふまえ、女性特有の健康課題をテーマとした新規ビジネスに挑戦したいという。「入社して5年目になる頃、私は婦人科系の疾患を発症しました。新しいお客さまを引き継ぎ、平日も休日も仕事漬けでしたが、当時はそれが駄目だという感覚がありませんでした。体調の違和感に気づいても『すぐに治るだろう』と2〜3カ

月放置していたところ、病院に行ったときにはすでに名前の付く症状になっていたので」
仕事に没頭するあまり、月経随伴症状^{*2}を見落とし、婦人科系の疾患を発症。

*1 将来の妊娠を考えながら女性やカップルが自分たちの生活や健康に向き合うこと。
*2 女性の月経に伴う身体的・精神的症状。下腹部痛や腰痛、イライラなどが見られ、症状が起こる時期によって月経前症候群(PMS)、月経困難症などと分けられる。

当時の状況を振り返り、西村はこう語る。



西村 宏美 にしむら ひろみ
株式会社日立製作所 社会プラットフォーム営業統括本部 第一営業本部 第二営業部 主任

2012年、日立製作所に入社。通信事業者向けの営業活動及び新規事業創生に従事。2017年頃に婦人科系疾患を発症し数カ月間の休職を経験したのち、同部署にて復職。2021年4月〜2022年12月まで産休・育休を取得。

「将来の妊娠・出産にもリスクがある状態だと告げられました。ショックでした——女性としても、健康だと信じて疑わなかった自分自身に對しても。そして、治療に専念するため休職することになりました。キャリア面でも前に進めず、いずれ子どもを持ちたいという未来にも進めず、絶望感でいっぱいでした。こんなことになるとは知らなかった

蒲生 高也 がもう たかや

株式会社 日立製作所 デジタルシステム&サービス
営業統括本部 デジタルマーケティング統括本部
DX Proposal Planning 兼 デジタルエンジニアリング
ビジネスユニット Business Development DX
Proposal Planning 部長

2004年、日立製作所に入社。通信事業者向けの営業活動及び新規事業創生に従事したのち、2022年4月にデジタルマーケティング統括本部に異動。GlobalLogic Japanの日本市場におけるGTM(Go To Market)戦略の策定と実行を担当している。



不安も抱えていました。だからこそ、自分ごととして女性ならではの課題感を持つていたのです」(松野)

新しいビジネスの方向性を「女性の健康」に定めた松野は、社内に関連する実例がないかを探すようになる。そして、イントラネットで日立北大ラボの取り組みを知り、吉野に問い合わせた。こうして2020年5月頃、蒲生と西村の動きに先んじてディスカッションを開始していたのだ。

社会プラットフォーム営業統括本部の蒲生と西村、金融システム営業統括本部の松野。女性の健康という同じ社会課題に挑むメンバーが、ほぼ時を同じくして、日立北大ラボの吉野のもとに集まった。吉野としても、女性の健康に関する課題感を持ち、プレコンセッションケアの取り組みを広げたいと考えていた時期だった。運命的な出会いだったと言えるだろう。

共通のテーマを掲げる三者がつながり、2020年9月、二つの事業部と日立北大ラボとで、正式にこのプロジェクトが始動することになった。

し、相談できる相手もいませんでした。自分の健康と働き方やライフイベントのバランスをしつかり保たないと、働き続けることも難しいのだと、このとき初めて知ったのです。結果的に私は回復できましたが、この辛い経験を後輩たちにはさせたくないし、社会的課題ならば解決したいと強く思いました」

西村からの提案を受けた蒲生には、驚きもあったという。

「新規ビジネスは『かつこいいから』では長続きしません。でも、彼女の場合は何より自分ごとでした。どうしてこういうソリューションが世の中に無いのかと、ある種『怒り』に近いパワーを感じました。それが、プロジェクトを動かす原動力になると確信したのです。女性の健康課題は、それまではタブーだと感じていましたし、特に問題視もしていませんでした。しかし、彼女の辛い経験や思いに突き動かされ、このテーマと一緒に踏み出そうと決意したのです」

そして2020年7月頃から、蒲生と西村は活動をスタートさせた。2人がまず始めたのは、賛同し

有志チームで挑む ゼロからの挑戦

アプリ開発と 社内外での発信活動

2020年9月、女性の健康課題をテーマとしたプロジェクトが正式に始動。話し合いを重ねる中で、ライフとキャリアの両立を支援する取り組みに標準が定まった。2020年は日本でも「フェムテック元年」と言われ、多くの企業が参入した時期でもあった。

まずは比較的早い段階で、女性の健康とキャリアの両立を支援するアプリケーションを開発することが決定。三者間で打ち合わせを重ね、具体的な要件定義を行い、日立北大ラボの資金援助のもと開発を進めていった。

その一方で、アプリケーション開発とはまた別の手段として、社内外へ向けて積極的な発信を続けていった。例えば、必要な知識やインタビューを盛り込んだ冊子を制作して配布する試みも行って

てくれる協力者を社内外問わず探すこと。一緒に顧客を訪問したり、同様の取り組みをしている人を探したりしながら、およそ2カ月が経過した。

あるとき2人は、同僚から日立北大ラボ*3の吉野正則の存在を教えられる。吉野は北海道でプレコンセッションケアの取り組みをしており、母子健康手帳のアプリ開発を手掛けている人物だ。早速問い合わせ、吉野とつながることで次の展開を迎えることになった。

*3 2016年6月に開設した、日立製作所と北海道大学による共同研究施設。大学の知見に日立の技術を掛け合わせて社会課題の解決に貢献する。

同じ志を持つ三者の 運命的な出会い

実はこのプロジェクトには、もう一つの源流があった。2019年頃から、金融システム営業統括本部の松野真由子にも、新規ビジネスの企画立案が求められていたという。銀行向けに新しい提案を検討していたところ、対話をする中で先方が



宮森 百穂 みやもり もえ

株式会社 日立製作所 人財統括本部 HR
ストラテジー・コミュニケーション部

2019年、日立製作所に入社。通信事業者向けの営業活動及び新規事業創生に従事。2023年1月、社内公募に応じ人財統括本部に異動。日立グループの戦略実現のためにグローバル人財戦略の施策に関わる業務に従事。

いる。さらに、医療系サミットやフォーラムに登壇し、外部へ発信する機会を重ねていった。

新たなメンバーが加わり、 新体制へ

2021年4月、このプロジェクトに新たな仲間が加わることになる。社会プラットフォーム営業

松野 真由子 まつの まゆこ

株式会社 日立製作所 金融システム営業
統括本部 金融営業第一本部 第一部

2016年、日立製作所に入社。金融機関向けのITシステムの営業活動及び新規事業創出に従事。



健康というテーマに興味を持っていることが分かった。そこで、上司に「女性の立場から、女性の健康課題に着目してはどうか」と助言を受けたのだ。

「私自身、男性に囲まれた職場で働く中で、体力面でついていけないと思うことが多々ありました。でも、周りに相談することはなかなかできません。また、将来家庭を持つて子育てをしながら管理職に就けるのだろうか、という悩みや

統括本部の若手社員、宮森百穂と西郷健一だ。

「入社1・2年目の指導員が蒲生さんで、その頃に『新しいアイデアがあったらどんどんやってみていいんだよ』と言われていたのです。そして3年目に入ったときに、新規事業立ち上げチームの追加メンバー募集があり、蒲生さんの言葉に背中を押されて応募しました」(宮森)

「私が参加したのも、新しいビジネスをつくっていくことに興味があ



西郷 健一 さいごう けんいち

株式会社 日立製作所 社会プラットフォーム
営業統括本部 第二営業本部 第一営業部

2020年、日立製作所に入社。通信事業者向けの営業活動及び新規事業創出に従事。情報通信事業における基幹システムをはじめ、カーボンニュートラルやセキュリティの領域を担当している。

あつたからです。日立への入社理由も『自分でグローバルな仕事をつくりたい』という思いからでした。先輩のサポートではなく、自分が主となってゼロから1を生み出す時にはどうなるのか、すべて経験してみたかったです(西郷)

そして同時期に、このプロジェクトの発起人でもある西村がめめたく妊娠し、産休を取得すること



北森 美菜 きたもり みな

株式会社日立製作所 社会プラットフォーム営業統括本部 企画本部 営業推進部 第一グループ主任

2009年、日立製作所に入社。通信事業者向けの営業活動及び新事業創出に従事。2013年～15年に産休・育休を取得。

になった。婦人科系の疾患で休職し、一度は妊娠・出産が叶わないかもしれないというリスクを負った彼女が、治療に成功して無事に子どもを授かったことは、チームの新たな希望にもなった。

西村が後任として指名したのは、彼女の3年先輩にあたる社会プラットフォーム営業統括本部の北森美菜だった。北森は10年前に出産を経験し、部内で初めて産休・育休取得後に復帰した女性社員だったのだ。

「その頃は、基本的に皆さん妊娠されると退職する人ばかりでした。私は入社2年目で結婚・妊娠したため、まだまだ働かなくてはいけない状況でしたし、産休直前まで大きなお腹を抱えて働いていました。自分が辞めれば後輩の道を閉ざしてしまうと思いい、私は絶対に辞めない、絶対に同じ思いをさせないぞと頑張っていました(北森)」

北森もまた、西村とは違う形で女性ならではの課題を経験していた。その姿を近くで見ているからこそ、彼女にバトンを託すことを決めたという。

さらにそこから半年ほどかけて、38社との意見交換、40社へのWebサーベイを実施。協力先企業を探すにあたっては、体当たりのアプローチもあつたという。

好意的な反応は多く、共感の声も寄せられたが、難しい反応もたくさんあつた。一つは「志には共感するけれど、実際に導入するメリットが感じられない」というもの。もう一つは「すでに数段先の取り組みをしている」というものである。そうした意見を受け止めながら、チームはさらなるブラッシュアップを続けていった。

社内ビジネスプラン コンテストへの挑戦

日立では、社内ビジネスプランコンテスト「Make a Difference」を毎年開催している。優勝にあたる「Gold Ticket」に選ばれたアイデアには、事業化へ向けた資金援助と、6カ月間のインキュベーション期間が与えられるというものだ。

2021年9月、本プロジェクト

もこのコンテストに参加することを決めた。この年の応募数は計450件ほど。およそ半年にわたる資料審査、一次審査、二次審査を経て、無事に最終候補まで残ることができた。しかし北森は、テーマゆえの難しさや悔しさをにじませた。

「特に50代以上の男性の方々には、自分ごととして捉えてもらおうのが難しい。こんなに困っている女性が多いことや、社会課題としてのインパクト、日立として取り組むべき



働く女性が女性特有の健康課題に伴いパフォーマンス低下・休職・退職した場合の労働損失額を試算

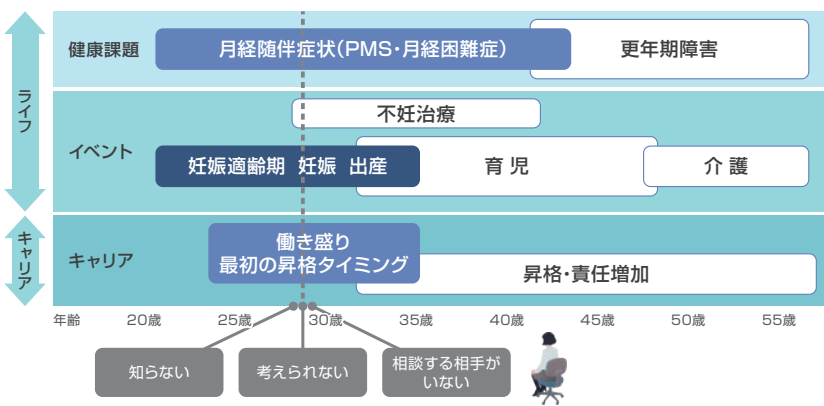
女性特有の健康課題に伴う

日立製作所(個社)の労働損失額(試算): 合計10億8,104万円

月経随伴症状	1億2,970万円 (年間)
不妊治療	1億4,400万円 (年間)
妊娠・出産(退職のみ)	4億3,340万円 (年間)
更年期障害	3億7,394万円 (年間)

経済産業省発表資料「健康経営における女性の健康の取り組みについて」(2019年3月)、NPO 法人Fine発表資料「『仕事と不妊治療の両立に関するアンケート Part 2』結果」(2017年10月)を参考に算出

女性のキャリア形成は女性特有の健康課題とライフイベントの重複に影響を受けやすい キャリア形成と女性特有の健康課題やライフイベントを両立していく事が大切



社内外へのアプローチ

ユーザーの生の反応に触れる

2021年5月を迎える頃、アプリケーションのβ版の開発が完了した。女性の健康課題に寄り添い、キャリアとライフの両立を支援するために盛り込んだのが、冒頭でも触れた「知る」「考える」「相談する」

課題だと伝えることには、非常に苦戦しました。そのため、プレゼンの最初の切り口を経済的損失にフォーカスするなどの工夫もしています」

チームの試算によれば、女性特有の健康課題に伴う日本の労働損失額*5は、年間4兆4797億円にのぼる。仮に日立に限った場合でも、年間10億8104万円の労働損失を出しているという。この金額を見れば、単なる「女性の悩み」では済まされないインパクトがあることが分かる。

*5 働く女性が女性特有の健康課題(月経随伴症状、不妊治療、妊娠・出産に伴う退職、更年期障害)により、パフォーマンス低下・休職・退職した場合の労働損失額を試算。

国や企業で制度の整備は進められているが、いまだ課題は解決されていない。だからこそ、社会的施策とは違ったアプローチで、個人に対するサポートが必要であり、そこに挑む大きな意義や可能性があるは



ずだと、チームは強く訴え続けた。そして、2022年4月の最終審査。経営陣を前に緊張しつつも、メンバーは無事にプレゼンをやり遂げた。そして同日の結果発表で、見事トップの「Gold Ticket」を獲得することができたのだ。

という三つの要素だった。

働く女性のキャリア形成に大きく関わる健康課題やライフイベントは、個人差がとても大きい。だからこそ、個人に対するきめ細かなサポートができるよう、多角的なアプローチを組み込んだ。「知る・考える・相談する」の3要素を組み合わせ、デジタルに提供することがこのアプリケーションの強みだ。

「ライフとキャリアを同時に、継続的に考えることが重要だと思っています。だからこそ、デジタルで伴走できる点がこのアプリケーションの強みです。さらに参加者同士で経験や考えを共有することで、お互いに助け合える『共助型』の環境をめざしています(北森)」

2021年初夏、いよいよプロジェクトは一度目のPOC*4の段階に入っていく。日立社内とヤフー株式会社、KDDI株式会社の協力のもとPOCを実施し、ユーザーの生の反応に初めて触れることになった。

*4 Proof Concept: 概念実証。新たなアイデアの実現可能性や得られる効果などを検証すること。

すべての従業員の働きやすさを支えるサービスへ

何もかもが暗中模索、それでも一歩ずつ前へ

「Gold Ticker」受賞は喜びもあったが、いざ資金援助が決まると、新たな不安や緊張感が生まれたという。商用化に向けて、いよいよ本格的なスタートを切ったのだ。

そして2022年9月より、インキュベーション期間に突入する。再度のPOCに向けて、アプリケーション制作のベンダーへ依頼し開発を進めていった。しかし、その中で数多くの困難な場面も訪れたという。

「メンバーの本業は全員営業なので、アプリ開発の経験がまったく無く困りました。新規ビジネスにおける投資回収計画や、巻き込むべきプレーヤーも分からず、開発で重要な要素や工数、見積もりの相場感も分からない状態でした」（蒲生）

「責任の所在をどこにするか、これ



まずは日立に対しては必要です。やはり先行投資がなければ立ち行かないため、投資に対してどれだけ回収できるのか、根拠を持って証明することが本当に難しく、日々試行錯誤を繰り返しています」（北森）



も非常に難しい点でした。会社の予算を使うにしても、POC用に開発したアプリケーションを資産として持つにしても、私たちは兼務なので責任元にはなれません。だれにお願いするのか、お金をどう計上するのか、すべて自分たちで考えて進める必要がありました」（北森）

模索を続ける過程で、プロジェクト

働きたい人が働き続けられる社会を実現したい

メンバーはそれぞれ自分の仕事を持っているため、どうしてもプロジェクトに割く時間は限られてしまふ。それでも、毎朝のリモート会議を欠かさず、本業よりも密にコミュニケーションを取っているという。2022年12月からは、産休・育休を取得していた西村も徐々に復帰し、全員の足並みが揃ってきたところだ。

いくら困難な局面を迎えても、未来の自分とチームを信じているメンバーたち。北森は「このチームは怖いくらいポジティブで、全然弱音を吐かないのです」と言う。意見が割れることは当然あるが、衝突したり気まずくなったりする雰囲気は一切ない。業務の分担もその都度柔軟に決めていくという。

最後に、このプロジェクトに対する思いや今後のビジョンを聞いた。「働きやすさというテーマは、前々からずっと放置されてきた問題だと思っっています。今はダイバーシティ&インクルージョンが掲げら

トの方向性に変化が訪れる。ちょうどPOCを設計するタイミングの、2022年11〜12月のことだった。「議論が深まっていく中で、健康課題やキャリアとライフに関する悩みは、女性に限ったことではないと分かりました。メンバーからも、この先自分で使うなら、幅広い人にきちんとリーチできるサービスにしたい。そこで、従業員全体のお困りごとに寄り添い、エンゲージメント向上にフォーカスして進めることになりました」（蒲生）

そうしてプロジェクトは2023年2月〜3月、女性以外にも対象を広げたアプリケーションで再び社内POCを実施した。基本的にはポジティブな反応が得られ、ネガティブな意見はUIやUX部分の指摘が目立ったという。

「今後はユーザーにとって楽しい要素を追加するなど、継続してもらうためのアイデアを加えなければなりません。さらに、導入企業にとっての価値を高めるべく、日立のデータ分析技術を活用し、経営面に生かせるダッシュボードの提供内容を検討しているところです」（北森）

れ、環境も整ってきていますので、企業と従業員の対話をもっと促進していきたい。日立社内から社会にも広げて実現できたらと考えています」（蒲生）

「やはり、働きたい人が働き続けられる社会に変えていかなくてはなりません。でも一足飛びでは到達できないので、まずはすでに企業で働いている人に向けて、高いエンゲージメントで楽しく働ける仕掛けづくりや、コミュニケーションが取れる環境を提供していきます」（北森）

本プロジェクトは、2023年度内の商用サービス実現をめざしているという。有志メンバーの思いから生まれた新しいビジネスの芽が、社会課題の解決に向けた有望な事業に成長することが期待される。

社会課題に挑む「志」で結ばれたチームの強さ

新規ビジネスに立ちはだかる壁とは

当初の計画に対しての進捗状況を尋ねると、次のような答えが返ってきた。

「日立グループとしてのビジネス化をめざして事業計画書を作成していますが、アプリケーション開発の中身や技術的な面も含めて、思ったより難しいなと感じています。本来は2022年11月に商用化完了予定でしたが、そう簡単には行きません」（蒲生）

「世の中に新しいサービスを出すのであれば、何より継続させなくてはなりません。きちんと収益を上げて、それをもとにまた次の機能をつくらせていくというサイクルを回し続けていく。『Make a Difference』を通じて、このビジネス性や収益化が非常に大きな壁だと思知りました。ビジネスとしての価値を伝えるのは、提供先の企業はもちろん、



本誌にはダイジェスト版を掲載しました。フルバージョンをWebマガジン「Executive Foresight Online」に掲載しています。



https://www.foresight.ext.hitachi.co.jp/_ct/17629097