

2022

# 健康経営 先進企業事例集

2022年3月

健康長寿産業連合会 健康経営ワーキング

# 2022

健康経営 先進企業事例集

## Contents

50音順

- 001 味の素 株式会社
- 002 株式会社 エムティーアイ
- 003 オムロン ヘルスケア 株式会社
- 004 キリンホールディングス 株式会社
- 005 コニカミノルタ 株式会社
- 006 SOMPOヘルスサポート 株式会社
- 007 大陽日酸 株式会社
- 008 田辺三菱製薬 株式会社
- 009 DIC 株式会社
- 010 凸版印刷 株式会社
- 011 西川 株式会社
- 012 日本電信電話 株式会社
- 013 株式会社 ファンケル
- 014 株式会社 ベネフィット・ワン
- 015 三菱地所 株式会社
- 016 株式会社 ルネサンス
- 017 株式会社 ローソン
- 018 ロート製薬 株式会社

# 取り組み事例の見方

この事例集は、健康長寿産業連合会に参画する先進的な健康経営に取り組む企業18社の「01目的」「02課題・目標」「03施策・実績」「04成果」の流れを紹介しています。それぞれの項目では、以下の内容を公開いただいています。

- 01 目的** 各社の健康経営の目的や実現したい姿(なぜ健康経営に取り組むか)
- 02 課題・目標** 目的を達成する上での重点課題、および目標
- 03 施策・実績** 設定した重点課題に対して、  
①取り組んでいる施策 ②取組前と現在の実績値 ③具体的な実践内容
- 04 成果** 設定した目的に対して得られている成果

目的の実現に向けて、健康経営で解決したい経営上の課題を下記の選択肢から選んで回答いただいています。



①従業員のパフォーマンス向上



②組織の活性化



③中長期的な企業価値向上



④企業の社会的責任



⑤人材定着や採用力向上



⑥その他

健康経営で解決したい経営上の課題における自社従業員の課題(以下18項目)をすべて挙げていただき、その中から特に重要な課題2つの詳細とその目標を記載しています。

-  ①従業員のウェルビーイングの実現に関する課題
-  ②従業員のワークエンゲージメント向上に関する課題
-  ③従業員のロイヤルティの向上に関する課題
-  ④従業員が個別に保有するスキル等の無形資産の形式知化や継承に関する課題
-  ⑤介護離職の防止に関する課題
-  ⑥就業と治療の両立支援に関する課題(がん就労、不妊治療等への対応)
-  ⑦従業員間のコミュニケーションの促進
-  ⑧ワークインライフ等、新しい生活様式に応じた従業員の働き方に関する課題
-  ⑨従業員の労働時間の適正化に関する課題
-  ⑩生活習慣改善(運動・睡眠・食生活等)に関する従業員の課題
-  ⑪女性特有の健康関連課題等の健康保持・増進に関する課題
-  ⑫高齢従業員の健康確保に関する課題(転倒リスクや認知症予防等)
-  ⑬生活習慣病等の疾病リスクを持つ従業員への重症化予防の課題
-  ⑭メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応に関する課題
-  ⑮従業員の健康問題に起因する生産性低下防止や事故発生予防に関する課題
-  ⑯従業員の感染症予防(インフルエンザ等)
-  ⑰従業員の喫煙率低下
-  ⑱その他

### 001 健康経営 取り組み事例

**企業プロフィール**  
味の素 株式会社  
業種 4 食料品 従業員数 3,184名(2021年3月)

**01 目的**  
味の素グループは事業を通じて、世界の食と健康、そして明日のよりよい生活に最大限貢献できるよう、社員のごところからの健康を維持・増進できる職場環境づくりを推進しているため。

**02 課題・目標**  
健康経営で解決したい経営上の課題と効果  
課題: ①従業員のパフォーマンス向上  
健康経営で「食と健康の課題解決」に向け、社会的価値と経済的価値を創出するASVの実践を通じて自ら成長を実感し、顧客価値への貢献を「働きがい」とする人材・組織づくり。  
健康経営の実践により期待する効果  
健康経営を強化し、従業員の健康が最も重要な基盤の一つと考え、「職場の改善改善」を通じて、従業員自身がASVを実践し自分ごと化ができれば、従業員のパフォーマンス向上につながる。

**03 施策・実績**  
健康経営の取り組み  
●施策内容<重点課題1>  
「全従業員対象の全員面談」「回復及び再就職支援プログラム」  
セルフケア度の構成比率  
数値 単位 年度  
取組前実績値 12.3% 85点以上 2019  
7.6% 50点未満  
現在の実績値 13.2% 85点以上 2020  
7.9% 50点未満  
メンタル休業後の3年就業継続率  
数値 年度  
取組前実績値 80.0% 2019  
現在の実績値 83.0% 2020

●施策内容<重点課題2>  
「定期健康診断の新展開」「生活習慣病予防の食事指導セミナー」「健康アプリ内での社会運動励進」「社食での健康メニュー提供」  
主要健康2項目のリスク割合の減少  
数値 単位 年度  
取組前実績値 22.9% 随時調査者 2017  
10.0% 随時調査者  
現在の実績値 14.9% 随時調査者 2020  
8.3% 随時調査者

●具体的な実践内容1  
分類 自社組織  
名称 全社員面談  
内容 セルフケアを支援するための、健康診断後の個別面談を全従業員に実施。  
導入時期 2001年より実施  
選択理由 ●セルフケアの向上、疾病の早期発見・早期予防、自費のない不調の発見・対応、社員との信頼関係の構築、各種有休見率の改善がはかれる。  
評価 (定性・定量)

●具体的な実践内容2  
分類 自社組織  
名称 メンタルヘルス回復及び再就職支援プログラム  
内容 従業員が、自分の「価値観と本来の生きがい」を認識し、ストレスとうまく付き合うことで、なんとかなる状態をなく、イキイキと働ける状態を目指す支援プログラム。  
導入時期 2008年完成  
選択理由 ●メンタル休業後3年を経過している就業継続率は83.3%、「JCOHスタディ3年就業継続率61.6%」の報告と比較しても良好。  
評価 (定性・定量)

●具体的な実践内容3  
分類 外部サービス  
名称 総合健康管理システム  
提供元社名 NTTテクノクス株式会社  
内容 健康管理業務を広くカバー、各種健康、ストレスチェックのデータを一元管理、業務にあわせてカスタマイズが可能。  
導入時期 2018年完成  
選択理由 ●機能・性能 ●実績 ●サービス・製品の可能性  
●健康に関する情報を一元管理。このDBから個人向けの健康webサイトであるMy Healthにデータ提供。従業員が自分の健康状態を一元的に把握するに貢献(セルフケアに貢献)。  
【機能性】健康の準備から実施管理まで対応。その他の健康管理業務として、個人健康管理と集計、アンケート機能あり。  
●健康に関する大手企業に多数導入実績あり。  
【サービス・製品の可能性】業務にあわせてカスタマイズが可能。

●具体的な実践内容4  
分類 自社組織  
名称 MyHealthランチ  
内容 当社社員食堂で提供する「おいしく食べて健康プラス」となるランチ。標準的な栄養バランスを基に、(段階的に減糖)と同時に、「おいしくおいしい」満足度を高めるメニュー。  
導入時期 2018年  
選択理由 ●コロナ禍だが、My Healthランチの20年度は販売量は21%増、20年度は20%増と今年度も販売は拡大し、自然な健康によるに寄っている。  
評価 (定性・定量)

**04 成果**  
経営上の課題に対する健康経営の成果  
従業員を対象として、毎年実施するエンゲージメントサーベイの健康/Well-beingの好意的回答スコア(満点100)を高水準で維持することを目標としている。2020年度は82(前年度79)で、健康経営の取り組みが評価され、従業員のパフォーマンス向上にも貢献している。

取り組みについての課題や困っていること  
実施している課題の課題 更なる行動変容につながる施策展開。一戦略マップで明記した項目ごとの、定量的/定性的な相関関係の更なる明確化。  
今後取り組みたい施策の課題 ・他社とコラボしての健康経営の更なる高度化。

- 分類**  
●自社組織(外販していない自社内の取組)  
●自社サービス(外販している自社サービス)  
●外部サービス(導入している他社サービス)  
の3つから選択いただいています。
- 名称**  
取組・サービスの名称。
- 提供元社名**  
サービスを提供する会社名。
- 内容**  
事例掲載企業が考える取組・サービス内容(サービス提供元の認識ではない点ご注意ください)。
- 導入時期**  
取り組み始めた時期を記載。
- 選択理由**  
①価格②効果③社名・ブランド④機能・性能  
⑤使いやすさ⑥実績⑦評判⑧サービス・製品の可能性より選択。
- 評価**  
取組・サービスの評価や成果を定量・定性的に記載。

企業  
プロフィール

Eat Well, Live Well.



味の素 株式会社

業種 4 食料品 従業員数 3,184名(2021年3月)

01  
目的

味の素グループは事業を通じて、世界の食と健康、そして明日のよりよい生活に最大限貢献できるよう、社員のこころとからだの健康を維持・増進できる職場環境づくりを推進しているため。

02  
課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：① 従業員のパフォーマンス向上

|                  |   |
|------------------|---|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 「食と健康の課題解決」に向け、社会的価値と経済的価値を共創するASVの実践を通じて自ら成長を実感し、顧客価値への貢献を「働きがい」とする人材・組織づくり。           |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 健康経営を強化し、従業員の健康が最も重要な基盤の一つと考え、「職場の栄養改善」を通じて、従業員自身がASVを実践し自分ごと化ができれば、従業員のパフォーマンス向上につながる。 |

## 自社従業員(組織)の課題と目標

## 重点課題1

## ⑩健康状態にかかわらず全従業員に対する疾病の発生予防

課題内容

コロナ禍の拡大による、従業員の在宅勤務が増加し生活スタイルが一遍するおそれがあった。特に生産部門においてはコロナ禍での出勤も必要であり、緊張を強いられることが予想された。その影響で健診結果の悪化やメンタル不調の増加が懸念され、それを予防しセルフケアを維持・向上させ必要な健康行動レベルが保持できるようにすることが最大の課題であった。また、メンタルのセルフケアでは特に復職後の就業継続率が重要と考えている。

## セルフケア度の構成比率

|     |             |
|-----|-------------|
| 目標値 | 前年度より改善すること |
|-----|-------------|

## メンタル休業後の3年就業継続率

|     |             |
|-----|-------------|
| 目標値 | 前年度より改善すること |
|-----|-------------|

## 重点課題2

## ⑩健康状態にかかわらず全従業員に対する疾病の発生予防

課題内容

健康経営で特にBMIと血糖に着目して生活習慣病対策とその効果検証を実施してきた。経営として「食と健康の課題解決企業」を掲げ、「職場の栄養改善」を重点取り組みとしている中、エビデンスに基づいた施策や更なる効果検証等が求められた。また、新常态においては生活習慣病リスクの増加が懸念されるため、主要健診6項目のデータ改善を目的に、セルフケアの維持向上と個人の生活習慣を踏まえた行動変容を強化する必要があった。

## 主要健診2項目のリスク割合の減少

|     |             |
|-----|-------------|
| 目標値 | 前年度より改善すること |
|-----|-------------|

04  
成果  
健康経営の

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

従業員を対象として、毎年実施するエンゲージメントサーベイの健康/Well-beingの好意的回答スコア(満点100)を高水準で維持することを目標としている。2020年度は82(前年度79)で、健康経営の取り組みが評価され、従業員のパフォーマンス向上にも貢献している。

03  
施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



「全従業員対象の全従業員面談」「回復及び再就職支援プログラム」

## セルフケア度の構成比率

|        | 数値    | 単位    | 年度   |
|--------|-------|-------|------|
| 取組前実績値 | 12.3% | 85点以上 | 2019 |
|        | 7.6%  | 50点未満 |      |
| 現在の実績値 | 13.2% | 85点以上 | 2020 |
|        | 7.9%  | 50点未満 |      |

## メンタル休業後の3年就業継続率

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 80.0% | 2019 |
| 現在の実績値 | 83.0% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|               |  |
|---------------|--|
| 分類            | 自社組織   |
| 名称            | 全従業員面談   |
| 内容            | セルフケアを支援するための、健康診断後の個別面談を全従業員に実施。                                |
| 導入時期          | 2001年より実施  |
| 評価<br>(定量・定性) | ●セルフケアの向上、疾病の早期発見・早期予防、自覚のない不調の発見・対応、社員との信頼関係の構築、各種有所見率の改善がはかれる。 |

## 具体的な実践内容2

|               |  |
|---------------|--|
| 分類            | 自社組織   |
| 名称            | メンタルヘルス回復及び再就業支援プログラム  |
| 内容            | 休業者が、自分の「価値観と本来の生きがい」を認識し、ストレスとうまく付き合うことで、なんとか働ける状態ではなく、イキイキと働ける状態を目指す支援プログラム。 |
| 導入時期          | 2008年完成  |
| 評価<br>(定量・定性) | ●メンタル休業後3年を経過している就業継続率は83.3%。J-ECOSHスタディ3年就業継続率61.6%の報告と比較しても良好。               |

## 具体的な実践内容3

|               |  |
|---------------|--|
| 分類            | 外部サービス   |
| 名称            | 総合健康管理システム   |
| 提供元社名         | NTTテクノクロス株式会社  |
| 内容            | 健康管理業務を広くカバー。各種健診、ストレスチェックのデータを一元管理。業務にあわせたカスタマイズが可能。  |
| 導入時期          | 2018年完成  |
| 選択理由          | ●機能・性能 ●実績 ●サービス・製品の可能性  |
| 評価<br>(定量・定性) | ●健康に関する情報を一元管理。このDBから個人向けの健康webサイトであるMyHealthにデータ提供。従業員が自分の健康状態を一元的に把握するのに貢献(セルフケアに貢献)。<br>【機能性】健診の準備から実施管理まで対応。その他の健康管理業務として、個人健康管理と集計、アンケート機能あり。<br>【実績】全国展開している大手企業に多数導入実績あり。<br>【サービス・製品の可能性】業務にあわせたカスタマイズが可能。 |

## 取り組みについての課題や困っていること

|               |  |
|---------------|--|
| 実施している施策の課題   | ・更なる行動変容につながる施策展開。 ・戦略マップで明記した項目間での、定量的/定性的な相関関係の更なる明確化。 |
| 今後取り組みたい施策の課題 | ・他社とコラボしての健康経営の更なる高度化。                                   |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



「定期健康診断の新展開」「生活習慣病予防の食事指導セミナー」「健康アプリ内での社食運動施策」「社食での健康メニュー提供」

## 主要健診2項目のリスク割合の減少

|        | 数値    | 単位               | 年度   |
|--------|-------|------------------|------|
| 取組前実績値 | 22.9% | 糖代謝異常者<br>血圧有所見者 | 2017 |
|        | 10.0% |                  |      |
| 現在の実績値 | 14.9% | 糖代謝異常者<br>血圧有所見者 | 2020 |
|        | 8.3%  |                  |      |

※糖代謝異常者：HbA1c $\geq$ 5.6、血圧有所見者：収縮期 $\geq$ 140or拡張期 $\geq$ 90  
※適正糖質セミナーは2018年度より展開、健診戦は2020年度より展開

## 具体的な実践内容1

|               |  |
|---------------|--|
| 分類            | 外部サービス   |
| 名称            | 健診戦  |
| 提供元社名         | 株式会社博報堂DYホールディングス  |
| 内容            | 定期健康診断を活性化させる施策  |
| 導入時期          | 2020年度   |
| 選択理由          | ●サービス・製品の可能性   |
| 評価<br>(定性・定量) | ●健診戦参加者の方が非参加者に比べ、健康改善率が有意に高い。生活改善意識(特に無関心層)は、健診戦の参加と関係があった。<br>●マンネリ化した「定期健康診断」を、本年度と昨年度を診断結果の「健康改善」で可視化して、この1年で特に健康維持・改善をした従業員を表彰するヘルスエンターテイメントは、セルフケア促進の重要な施策となっている。また、健診戦で健康タイプ別に分類すれば、その健康タイプ別に健康施策が展開可能。 |

## 具体的な実践内容2

|               |  |
|---------------|--|
| 分類            | 自社サービス   |
| 名称            | 適正糖質セミナー   |
| 内容            | 食後血糖を自己採取(集合セミナー時)し、血糖値スパイクのリスクを認識させ、適正糖質コントロール法を紹介する食事指導セミナー。 |
| 導入時期          | 2017年度より実施   |
| 評価<br>(定性・定量) | ●参加者の8割以上が、セミナー後3ヶ月過ぎても行動変容が継続。参加者の25%以上が、今後のデータ改善につながる効果を実感。  |

## 具体的な実践内容3

|               |   |
|---------------|---|
| 分類            | 外部サービス  |
| 名称            | カロママプラス   |
| 提供元社名         | 株式会社リンクアンドコミュニケーション(L&C社)   |
| 内容            | L&C社が提供する健康アドバイスアプリ   |
| 導入時期          | 2018年   |
| 選択理由          | ●機能・性能 ●使いやすさ ●実績 ●サービス・製品の可能性  |
| 評価<br>(定性・定量) | ●日々のライフログデータを入力することで、タイムラインで健康アドバイスが得られ、セルフケアの維持向上に貢献<br>●「食事」「運動」「睡眠」「気分」の4軸で健康状態を可視化。アルゴリズムによるリアルタイムでの自動アドバイスが得られる。<br>●目的別に利用者の健康ニーズにあわせて8コースの中から選択可能。他の健康アドバイスアプリより、利用者の入力負荷が少ない。<br>●BtoBtoEをメインとしているため、多くの企業・法人・健康保険組合等で採用されている。<br>●企業カスタマイズに柔軟に対応可能。当社では社員食堂メニューのタグ付けや自動取込みを実施。また、自社商品やサービスとのコラボが可能(当社では「ラブベジ」と運動)。 |

## 具体的な実践内容4

|               |  |
|---------------|--|
| 分類            | 自社組織   |
| 名称            | MyHealthランチ  |
| 内容            | 当社社員食堂で提供する「おいしく食べて健康にプラス」となるランチ。標準的な栄養バランスを満たす(段階的に減塩)と同時に、「おいしくたのしい」「満足感」を満たすメニュー。 |
| 導入時期          | 2018年  |
| 評価<br>(定性・定量) | ●コロナ禍だが、MyHealthランチの20年度の喫食率は21%。塩分量も3.3g以下に今年度は設定し、自然と健康になるように導いている。                |

企業  
プロフィール

## 株式会社 エムティーアイ

業種 25 情報・通信業 従業員数 776名(2020年度末)

01  
目的

会社が従業員にとって働きやすい環境を提供し、個々の生産性改善を支援することで、新しいサービスの創出やお客様にとってより喜んでいただけるサービスの提供につなげ、ひいては社会の発展に寄与することが健康経営に取り組む目的。

02  
課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：① 従業員のパフォーマンス向上

|                  |  |
|------------------|--|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | アブゼンティーズムやプレゼンティーズムといった生産性低下の要因を減らし、働きやすい環境を提供することで従業員のパフォーマンスを維持・向上させることが課題。  |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 従業員が自分のパフォーマンスを自覚し、改善していると実感できることを期待する。具体的な指標として、パフォーマンススコア(東大1項目版)の全従業員平均80点(2024年度末)を目指し、テレワークに伴う心身の健康状態の平均点4.0点(2024年度末)を目指す(5点満点)。 |

## 自社従業員(組織)の課題と目標



## ●重点課題1



## ⑪ 女性特有の健康関連課題等の健康保持・増進に関する課題

従業員に対しての健康意識調査により、女性の不定愁訴の自覚症状が非常に多く、特に30代ではほとんどの症状について自覚者が過半数を超えており業務パフォーマンスに影響を与えているという結果が判明。また、生理痛などの月経前後に起こる不調に悩まされている女性社員が、約8割存在。女性の健康課題を改善し、女性が安定して長く働ける環境をつくるのが課題。

## 20代、30代女性社員のパフォーマンス得点(東大1項目版)

| 目標  | 数値    | 年度   |
|-----|-------|------|
| 目標値 | 76.0点 | 2023 |

## ●重点課題2



## ⑭ メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応に関する課題

従業員に対しての健康意識調査の結果、ストレス系症状がパフォーマンス低下と関係性が強く、症状も多かった。ストレスチェックの結果も全社のストレス偏差値が低かった。更にテレワーク導入後にアンケートを実施したところ、メンタル不調予防の必要性や在宅の場合の業務環境による身体的不調の増加が判明した。在宅勤務時でもラインケア、セルフケアを実施できる環境を構築し、社員の心身の健康を保つ施策を行うことが課題。

## ストレスチェック偏差値

| 目標  | 数値       | 年度   |
|-----|----------|------|
| 目標値 | 偏差値 53.0 | 2023 |

04  
成果  
健康経営の

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

会社全体のパフォーマンス得点(東大1項目版)は2018年度72.1点から2020年度77.1点と大幅に向上している。健康経営の目的である生産性の向上に対して取組が作用している。特に会社全体に比べ課題が多く・改善しにくかった20代・30代女性に対してオンライン外来プログラムという打ち手を見出したのが特に大きい成果(03 施策・実績重要課題-1参照)。

03  
施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



ルナルナ オンライン診療を活用した女性特有の健康課題改善プログラムを導入。これは、月経困難症・PMSなどの課題に関し、セミナーで知識の啓蒙を行ったうえで、診療から薬の処方までを、『ルナルナ オンライン診療』で実施するもの。女性だけでなく男性も参加可能なセミナーを実施することで、女性特有の健康課題を気軽に社内や婦人科に相談できる環境をつくり、オンライン診療を活用することで、通院にかかる移動時間や待ち時間が削減できる体制を整え、更に、診療費や薬剤費を会社が負担することで、経済的にもサポートし、結果、健康課題が改善され、女性がより働きやすい職場になることを目指した。

## 20代、30代女性社員のパフォーマンス得点(東大1項目版)

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 69.2点 | 2019 |
| 現在の実績値 | 73.6点 | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社サービス   |
| 名称        | ルナルナ オフィス 月経プログラム(オンライン診療を活用した婦人科受診と低用量ピル服薬の支援プログラム)   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 以下をパッケージ化し、月経困難症・PMSに関する社員の課題改善施策を一気通貫で提供するサービス。<br>①専門医によるセミナーを通じたりテラシー向上<br>②オンライン診療を活用した月経困難症・PMSに関する診療・薬(低用量ピル)の処方<br>③症状改善・費用対効果などに関する効果検証  |
| 導入時期      | 2020年2月(実証導入開始時期)  |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | ●セミナー満足度:100%※70名が参加し、うち男性も3~4割程度<br>●月経前・月経中のパフォーマンススコアの改善:63.1点→83.5点 ※6カ月経過時点<br>●月経随伴症状の日常生活への影響日数の改善:3.1日→1.15日 ※6カ月経過時点<br>●労働損失の削減:一人あたり22.9万円/年 ※6カ月経過時点。<br>●実証導入の結果、利用者の満足度・利用継続意向も高く、症状改善・パフォーマンスも十分な改善が見られ、導入コストに対する労働損失削減効果が費用対効果に見合うことから、2021年10月より正式導入し、全女性社員に対して広く募集・利用拡大した。また、更年期等の他の健康課題の改善への展開のための効果検証を進めている。 |

## 具体的な実践内容2

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社サービス   |
| 名称        | ルナルナ オフィス 更年期プログラム   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 以下をパッケージ化し、更年期・プレ更年期症状に関する社員の課題改善施策を一気通貫で提供するサービス。<br>①専門医によるセミナーを通じたりテラシー向上<br>②オンライン診療を活用した更年期症状に関する診療・薬(漢方薬など)の処方<br>③症状改善・費用対効果などに関する効果検証  |
| 導入時期      | —  |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | ●セミナー満足度:5点満点中平均4.43点 ※丸紅株式会社含め200名超が参加、うち男性が3割超<br>※以下の項目については、丸紅株式会社と共同で効果検証中<br>●更年期に伴う不調がある際のパフォーマンススコアの改善:70.1点→効果検証中<br>●更年期に伴う体の不調の日常生活への影響日数の改善:5.1日→効果検証中<br>●労働損失の削減:効果検証中<br>●実証導入の結果を踏まえ、今後の展開を検討予定。 |

## 取り組みについての課題や困っていること

|               |  |
|---------------|--|
| 実施している施策の課題   | 自らメンタルヘルス不調に気づいて声をあげられる人にとっては、体制が十分に整っているが、それ以外のメンタルヘルス不調予備軍へは施策が届かない。また、元々ヘルスリテラシーが低い層(若手社員など)は、会社の取り組みに消極的である。         |
| 今後取り組みたい施策の課題 | テレワークが基本の働き方となっているなかでのコミュニケーションの取り方。オンラインでできる施策やその効果が限られる点。部やチームの垣根を超えた関係性の構築が難しくなり、業務においても、会社への帰属意識においても問題が生じ始めていると感じる。 |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



全従業員対象:自社アプリで従業員の日々のコンディションに対するラインケア機能を提供。希望者対象:メンタル改善オンラインセミナー定期開催。

## ストレスチェック偏差値

|        | 数値       | 年度   |
|--------|----------|------|
| 取組前実績値 | 偏差値 48.8 | 2019 |
| 現在の実績値 | 偏差値 50.2 | 2021 |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社サービス   |
| 名称        | CARADA   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | アプリと管理ツールを使ってコロナ禍における従業員のフィジカル・メンタルのラインケアを実現   |
| 導入時期      | 2020年6月~   |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定性・定量) | ●基本的な体調に関する項目や、企業独自で設定できる項目について、CARADAのコンディション管理機能を活用して従業員からCARADAアプリで簡単に報告。<br>●(成果)従業員の日々のコンディションを人事担当者・上司がタイムリーに把握でき、面談等の対処を可能にした。<br>●主に上長がタイムリーに部下の毎日の歩数状況やコンディションを把握することにより、日々の健康管理への指導がしやすくなり、健康管理をキッカケにコミュニケーションが生まれた。また、面談希望対象者に対し迅速に面談の実施ができ、メンタルヘルス不調に早めに気づき対処ができた。 |

## 具体的な実践内容2

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社サービス   |
| 名称        | 「テレワークで変わる職場のメンタルヘルス」オンラインセミナー   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | テレワーク導入後のコミュニケーション/セルフケアのオンラインセミナー   |
| 導入時期      | 2020年5月  |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定性・定量) | ●(定量)セミナー理解度94.9% セミナー満足度92.3% 行動変容意向92.3%<br>●(定性)テレワークの全社導入直後だったこともあり、チャットを開放し参加者同士のコミュニケーションも可能としたところ、コロナ禍・テレワークの不安を和らげる場となった。<br>●出社前提であった働き方が、テレワークでの働き方へと急激に変化し、新型コロナウイルスの感染拡大という状況のなかで、不安感や孤独感を感じていた社員が、少しでも現状やこれからの働き方に適用するために、生活習慣や考え方を考えるキッカケとなった。 |

01  
目的

世界中に健康を届ける企業として、我々自身が心身ともに健康で元気でいきいきと働くことができる企業であることを目的に「オムロングループ健康宣言」に基づき健康経営の実践に取り組んでいる。また、自らの取り組みを通じて得た知見を活かし、社会全体における健康経営の実践に貢献していくことを目指している。

02  
課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：④ 企業の社会的責任

|                  |   |
|------------------|---|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 従業員の心身の健康増進<br>脳・心血管疾患発症ゼロ(ゼロイベント)を目指す弊社は、2次予防の領域で、高精度なデバイス技術に基づく、家庭用デバイスの提供、健康状態の可視化という価値提供から、今後はグローバルでの1次～3次予防サービスとデバイス・頭脳を提供し、医療費抑制と医療格差の是正の実現へ更に進化する必要がある。その実現にはイノベーションの更なる発揮と社員が健康であり続けることが経営上の課題であると認識している。 |
| 健康経営の実施により期待する効果 | ①社員やご家族が安心できる企業風土の醸成<br>②お客様からの理解と共感による事業拡大<br>③仕入先や行政などステークホルダーからの企業イメージ向上<br>④新卒、キャリア入社希望者増加による更なるイノベーションの創出<br>⑤高齢社員の心理的安全性の担保   |

## 自社従業員(組織)の課題と目標



## ●重点課題1



## ⑬生活習慣病等の疾病リスクを持つ従業員への重症化予防の課題

|      |   |        |      |
|------|---|--------|------|
| 課題内容 | (目標)脳・心血管疾患の発症を抑制する<br>当社は、高血圧に起因する脳・心血管疾患(イベント)の発症ゼロを目指す「ゼロイベント」を事業ビジョンに掲げている。家庭での血圧測定を習慣化し、血圧適正化のために、生活習慣の見直しと行動変容を実践することで、全員が血圧の適正化を目指すことにチャレンジする。 |        |      |
| 目標   | 測定推進週間(10月)における血圧測定実施者率100%(約600名)  |        |      |
|      | 数値  | 年度     |      |
|      | 目標値   | 100.0% | 2021 |

## ●重点課題2



## ⑰従業員の喫煙率低下

|      |  |      |      |
|------|--|------|------|
| 課題内容 | (目標)就業時間内(休憩を含む)の「全社禁煙化」就業規則化<br>当社は、高血圧に起因する脳・心血管疾患(イベント)の発症ゼロを目指す「ゼロイベント」を事業ビジョンに掲げている。喫煙習慣は高血圧の原因であると共に脳・心血管疾患の発症リスクを高めることが確認されており、事業ビジョン達成、健康経営推進の重点テーマとして受動喫煙防止、禁煙推進の取組みを行っている。喫煙率もゼロを目指している。 |      |      |
| 目標   | 喫煙率 ゼロ(2024年3月末までに)  |      |      |
|      | 数値   | 年度   |      |
|      | 目標値  | 0.0% | 2024 |

04  
健康経営  
の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

世界中に健康を届ける企業として、ここで働けば自然とリテラシーと健康習慣が身に付き、我々自身が心身ともに健康で元気でいきいきと働くことができるWell-beingな会社を目指している。また自ら得た知見を活かした健康施策を外販し、共感、実践頂く仲間が増えることで、健康経営の実践を進め、社会的責任を果たすことができると考える。

03  
施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



## 歩数、血圧、体重を測定する全員参加型のコーポレートウエルネスサービス

測定推進週間(10月)における血圧測定実施者率100%(約600名)

|        | 数値       | 年度   |
|--------|----------|------|
| 取組前実績値 | 90.0%    | 2019 |
| 現在の実績値 | 100%(達成) | 2021 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社サービス  |
| 名称        | 社内名称;オムロンゼロイベントチャレンジ(オムゼロ) 外販名;KARADO!<br><a href="https://www.healthcare.omron.co.jp/zeroevents/about/report01.html">https://www.healthcare.omron.co.jp/zeroevents/about/report01.html</a><br><a href="https://www.healthcare.omron.co.jp/corp/topics/2021/1125.html">https://www.healthcare.omron.co.jp/corp/topics/2021/1125.html</a> (KARADO!)<br><a href="https://www.healthcare.omron.co.jp/sp/karado/">https://www.healthcare.omron.co.jp/sp/karado/</a> (KARADO!) |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | コーポレートウエルネスサービス   |
| 導入時期      | 2017年度～(外販は21年度から)  |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定量・定性) | ●20年度血圧測定推進週間における測定実施者率:100%達成。また152人のかくれ高血圧リスク者(135/85mmHg以上)を発見。<br><a href="https://www.healthcare.omron.co.jp/corp/health-and-productivity.html">https://www.healthcare.omron.co.jp/corp/health-and-productivity.html</a><br>※かくれ高血圧:定期健診では基準値以下だったが、家庭血圧の平均値では基準値を超えた人<br>●社員全員が家庭での血圧測定を習慣化し、自分の血圧レベルを知り、生活習慣の見直しと行動変容をおこなうことで、全員が血圧の適正化を目指すことにチャレンジしている。   |

## 具体的な実践内容2

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社サービス  |
| 名称        | 特定保健指導(血圧計、歩数計、体重計、専用アプリ、管理画面(ダッシュボード))<br><a href="https://www.healthcare.omron.co.jp/corp/news/2019/0408.html">https://www.healthcare.omron.co.jp/corp/news/2019/0408.html</a><br><a href="https://www.healthcare.omron.co.jp/sp/health_guidance/">https://www.healthcare.omron.co.jp/sp/health_guidance/</a> |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 特定保健指導  |
| 導入時期      | 2020年度～   |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定量・定性) | ●血圧、歩数、体重の日々の測定データをスマホと専用アプリを用いて管理する、測定習慣の定着にフォーカスしたパーソナライズの特設保健指導。積極的支援対象者大幅に減少。(18年度43.2%減)<br>●健診時だけでなく、健康機器からスマホを介し得られる自己申告ではない“測定データ”を元に管理栄養士が指導を行う。鮮度の高い情報により感度の高い指導ができ、「測定習慣」が身につく、カラダの数値が変化したことを実感し行動変容を実践できる。  |

## 取り組みについての課題や困っていること

|               |  |
|---------------|--|
| 実施している施策の課題   | 健康施策の取組に必要な個人のデータの統合管理について。会社は、健康情報、就業上の情報、家族情報といった多岐に亘るデータを保有しており、匿名化しても、人物像が浮き出てくる為、プライバシーが担保しにくい。現行以上のデータを組み合わせた分析やサービス開発、データの統合管理は慎重にすすめている。 |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 今後、施策への参加の任意性の担保、SNSを介した「レピュテーション・リスク」を想定しておく必要があると考える。  |

## 01 目的

お客様へ健康をお届けする企業として、従業員が積極的に健康づくりを行う環境・機会をつくっていく。メンタルヘルスや生活習慣病予防に取り組むとともに、酒類メーカーとして従業員の適正飲酒が社会の手本となるよう取り組んでいる。  
従業員がよりいきいきと働き、組織風土を高めるために、柔軟な働き方を実現する制度を施行し、働きやすい環境を整えていく。「メンタルヘルス」「お酒との付き合い方」等を重点項目として、従業員が心身の健康への関与を高め、健康維持・増進に向けて自律的に行うためのサポートを実施している。

## 02 課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：②組織の活性化

|                  |  |
|------------------|--|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 「ウィズコロナにおける新たな働き方」に移行していく段階になっており、心身の健康状態が思わしくない環境や状態では、「働きがい」をもち生産性向上を続けることが難しい。従業員一人ひとりの健康を第一に「働きがい」を持ち、個人の持つ能力を最大限発揮できるいきいきとした組織風土へと繋げたい。   |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 一人ひとりが明るくいいきいきと働ける環境や機会をつくっていくことで、従業員が積極的に健康づくりを行い心身の健康への関与を高め、「働きがい」をもって最大限の能力の発揮を期待し、会社と従業員の関係を「仕事を介したイコールパートナー」とすることを旨とする。具体的な指標として、エンゲージメント調査「ワークライフバランス・働き方改革」を2018年よりも向上させ、ストレスチェック「いきいき度」115を目指す。 |

## 自社従業員（組織）の課題と目標



## ●重点課題1



## ⑭メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応に関する課題

課題内容 コロナ禍により働き方が変わる中、メンタルヘルス不調者の未然防止と心身健康的で働きがいのある職場づくりが課題

## ストレスチェック「いきいき度」

|     |           |      |
|-----|-----------|------|
| 目標  | 数値        | 年度   |
| 目標値 | 115.0ポイント | 2021 |

## ●重点課題2



## ⑩生活習慣改善（運動・睡眠・食生活等）に関する従業員の課題

課題内容 会社として「一人ひとりが日々いきいきと健康な状態で働くことで、常に高いパフォーマンスを発揮でき、働きがいを高めている状態」を目指している。また、酒類メーカーとして従業員の適正飲酒が社会の手本となるよう適正飲酒の徹底と飲酒習慣の改善を図る必要がある。コロナ禍において、生活様式が大きく変化してきた中で、日頃から各自が健康意識を持ちセルフコントロールを行いベストな状態を各自が維持向上できるようになることが課題

## 飲酒習慣スクリーニングテスト(AUDIT)点数10点未満の割合

|     |       |      |
|-----|-------|------|
| 目標  | 数値    | 年度   |
| 目標値 | 78.0% | 2021 |

## 04 健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

キリングroupは、長期経営構想において「世界のCSV先進企業となる」ことを目指している。最も重要なベースとなるのは、従業員自身が「健康」であること。従業員一人ひとりが健康であることが、結果的にCSVへの貢献に繋がると考えている。  
2017年から健康に関わる重要な課題として捉えている「生活習慣病」「メンタルヘルス」「働く環境」「お酒との付き合い方」を4つの柱として、取り組んでいる。  
成果指標として以下を設定し、いずれも目標達成。  
①健康経営ホワイト500の認定取得 → 6年連続継続認定  
②エンゲージメント調査「ワークライフバランス・働き方改革」2018年よりも向上達成  
③ストレスチェック「いきいき度」目標115 → 結果116  
④飲酒習慣スクリーニングテスト(AUDIT)点数 10点未満78%以上 → 結果84.6%

## 03 施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



ストレスチェックの結果をもとに、高ストレス者へのアプローチを行うとともに、集団分析結果を活用し、組織の活性化とリスク軽減につなげている。

## ストレスチェック「いきいき度」

|        |           |      |
|--------|-----------|------|
|        | 数値        | 年度   |
| 取組前実績値 | 112.0ポイント | 2019 |
| 現在の実績値 | 116.0ポイント | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|               |   |
|---------------|---|
| 分類            | 外部サービス  |
| 名称            | Wellness Eye  |
| 提供元社名         | SBアットワーク株式会社  |
| 内容            | ストレスチェックの実施・集計・分析・フィードバック   |
| 導入時期          | 2017年度  |
| 選択理由          | ●価格 ●効果 ●機能・性能 ●使いやすさ   |
| 評価<br>(定量・定性) | ●ストレスチェック実施後は、組織ごとの集団分析のフィードバックシートを提供してもらうとともに、コンサルタントによる報告会も実施している。報告会での指摘事項を踏まえ、組織改善に取り組んでおり、その成果もあり、いきいき度が(2019年112→2021年116)に改善(全国平均=100)。会社の活性化が向上している。<br>●グループ企業36社約2万人が受検しているが、企画、運営、報告会に至るまで、円滑に実行してもらっている。グループ企業全体で同一のコンサルタントに担当してもらっており、各社・各事業所の実情を踏まえたフィードバックをもらっている。 |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |  |
|---------------|--|
| 実施している施策の課題   | 特にAUDIT(適正飲酒)の取り組みに関しては、コロナ禍において生活や働く環境が大きく変化したことから、結果として大きく改善した数値が内的要因・外的要因なのかが、仮説でしかなく判断つきかねる懸念もある。今後のサーベイの結果で振り返り等注視して必要があると考えている。                    |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 現行の健康経営をさらに強化するため、健康経営推進体制を整備しグループ横断PDCAをより強化・推進していく必要があると考えている。<br>また、現在プレゼンティーズムは毎年調査を実施しているが、結果分析から施策へ繋げることが不足しているため、今後しっかりと情報をリサーチして取り組む必要があると考えている。 |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



春と秋に適正飲酒研修を実施し、適切な飲酒行動の理解を深め自身の飲酒習慣、および行動の意識付けを行っている。

## 飲酒習慣スクリーニングテスト(AUDIT)点数10点未満の割合

|        |       |      |
|--------|-------|------|
|        | 数値    | 年度   |
| 取組前実績値 | 77.1% | 2019 |
| 現在の実績値 | 84.6% | 2021 |

## 具体的な実践内容1

|               |   |
|---------------|---|
| 分類            | 外部サービス  |
| 名称            | 飲酒習慣スクリーニングテスト(AUDIT)   |
| 提供元社名         | 世界保健機関(WHO)の調査研究により作成されたスクリーニングテスト  |
| 内容            | 飲酒量が適正なものなのか、問題があるかどうか、飲酒習慣をチェック  |
| 導入時期          | 不明(相当以前から導入し、適正飲酒を推進している)   |
| 選択理由          | ●効果 ●実績   |
| 評価<br>(定量・定性) | ●飲酒習慣スクリーニングテストの結果10点未満が19年より7.5%上昇し、84.6%と大きく改善。<br>●今後改善した状態を維持していくため、ハイリスク者に対するアルコール摂取の適正化プログラムを計画し、さらなる適正飲酒習慣の意識づけを図っていく。<br>●自身の飲酒習慣に問題がないか、スクリーニングテストでセルフチェックし飲酒習慣の見直しに繋がる。取り組みを通じて、お酒と健康についてのリテラシーを高めることができています。 |

01  
目的

会社が持続的に成長をしていく上では、人財力や組織力を高めることが重要であるが、その基盤となるのが、従業員の健康である。  
コニカミノルタは、従業員の健康が全ての基盤であるという健康宣言のもと、数々の健康施策に取り組み、従業員がいきいきと働き、生産性や活力を向上させることによって、企業価値を高め、持続的な成長と豊かな社会を実現するために健康経営に積極的に取り組んでいく。

02  
課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：②組織の活性化

|                  |   |
|------------------|---|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 新型コロナの感染拡大に伴うリモートワークの普及等、働き方が変わることにより、主力の情報機器事業を取り巻く環境が厳しさを増す中で、従業員が高い目標にチャレンジし、その過程で自らの成長を実感できるような職場環境を創出することで、モチベーション、エンゲージメント、創造性の向上を図り、組織全体の活力アップにつなげることが課題となっている。                                      |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 2020年度から活性化の指標となる「組織健康度調査(12設問)」を全従業員に実施し、全設問(1~5点)の平均点が3.5未満の「組織健康度下位レベル」から、同3.5以上の相対的に活性化された「上位レベル」に移行する職場比率を2021年度で5%、22年度で10%とする全社目標を設定。調査後は、職場ごとの分析結果を全組織長にフィードバックし、強みを伸ばし問題点を改善するよう促すことで、その達成を目指している。 |

## 自社従業員(組織)の課題と目標



## 重点課題1



## ⑭メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応に関する課題

メンタル不調による休務日数(年間の延べ日数)は、2014年度の12,251日から2018年度には7,019日まで減少したが、2019年度は8,258日、2020年度は9,295日と再び増加傾向にあるため、アブゼンティズムによる損失を減らし、会社全体の生産性を底上げする意味からも、更なる削減が課題となっている。

## メンタル不調者による延べ休務日数

|     | 数値     | 年度   |
|-----|--------|------|
| 目標値 | 7,184日 | 2022 |

## 重点課題2



## ⑰従業員の喫煙率低下

構内喫煙所の段階的な削減(屋外化)や一日禁煙デーなどの対策を実施した結果、全社の喫煙率は漸減傾向にあるが、「禁煙によるがんや生活習慣病の発症リスク低減」、「受動喫煙による健康障害防止」等の健康面の視点に加えて、就業中の喫煙による離席時間を減らし、生産性の向上につなげるには、より抜本的な対策を実施し、一人でも多くの従業員を禁煙に導くことで、更なる喫煙率低下を実現させる必要がある。

## 従業員の喫煙率

|     | 数値    | 年度   |
|-----|-------|------|
| 目標値 | 10.9% | 2023 |

04  
健康経営  
の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

組織の活力向上を目的として、2020年度より組織健康度調査を実施。調査の結果を各部門長にフィードバックするとともに、職場ごとの対策を実施する事により、2021年度は全設問(5点満点)の平均点が同3.5以上の相対的に活性化された「上位レベル」の職場が、2020年度より、5.1ポイント上昇となった。

03  
施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



## 年2回のストレスチェックやメンタル不調者の早期発見、早期対応を目的としたe-Learningの実施

## メンタル不調者による延べ休務日数

|        | 数値     | 年度   |
|--------|--------|------|
| 取組前実績値 | 9,295日 | 2020 |
| 現在の実績値 | 7,680日 | 2021 |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織   |
| 名称        | 全従業員を対象としたストレスチェックを年2回実施   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | ストレスチェックの結果、職場のストレスを4段階に分け各組織長にフィードバックを実施する。最もストレスの高い職場(Level4職場)に対しては改善策を立案し実行する。 |
| 導入時期      | —  |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | ●Level4職場 2019年度13職場 → 2020年度8職場に減少。<br>●職場単位の施策なので、より職場の問題点にマッチした施策が実施出来る。        |

## 具体的な実践内容2

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社組織  |
| 名称        | メンタル不調者の早期発見、早期対応を目的としたe-Learningの実施  |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | e-Learningを全管理職に実施  |
| 導入時期      | —   |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定量・定性) | ●e-Learningの受講率は95%を超えている。<br>●対象者に対するアンケートで、e-Learningを有益と回答した方は90%以上<br>●メンタルヘルスの教育については、従来の「リスク者対応」を中心としたディフェンシブな取り組みから、「職場風土の改善」に向けたオフェンシブな取り組みに進化させ、対象者からの評価も高まっている。 |

## 課題や困っていること

|               |   |
|---------------|---|
| 実施している施策の課題   | ⑭メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応に関する課題<br>全体として休務日数は減少しているが、復職と休務を繰り返す従業員が一定数おり、対応が難しい状況である。<br>⑰従業員の喫煙率低下<br>構内・所定時間内の全面禁煙化に踏み切ったので、喫煙率は減少しているが、健康中計目標には達していないため、更なる喫煙率減少を図る。 |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 従業員のパフォーマンス向上に直結するようなイベントを企画・開催を検討  |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



## 国内グループ会社全体で「構内・所定時間内全面禁煙化」従業員の喫煙率

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 16.7% | 2019 |
| 現在の実績値 | 13.8% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

| 分類        | 自社組織  |       |        |        |       |        |       |      |       |       |      |      |     |      |       |      |      |      |     |      |      |      |      |     |     |      |      |      |  |  |  |
|-----------|---|-------|--------|--------|-------|--------|-------|------|-------|-------|------|------|-----|------|-------|------|------|------|-----|------|------|------|------|-----|-----|------|------|------|--|--|--|
| 名称        | 喫煙場所の削減   |       |        |        |       |        |       |      |       |       |      |      |     |      |       |      |      |      |     |      |      |      |      |     |     |      |      |      |  |  |  |
| 提供元社名     | (回答不要)  |       |        |        |       |        |       |      |       |       |      |      |     |      |       |      |      |      |     |      |      |      |      |     |     |      |      |      |  |  |  |
| 内容        | 喫煙率の減少に向け、段階的な喫煙場所の削減と屋内喫煙所の屋外化を行い、受動喫煙の減少をはかる。   |       |        |        |       |        |       |      |       |       |      |      |     |      |       |      |      |      |     |      |      |      |      |     |     |      |      |      |  |  |  |
| 導入時期      | 2015年度  |       |        |        |       |        |       |      |       |       |      |      |     |      |       |      |      |      |     |      |      |      |      |     |     |      |      |      |  |  |  |
| 選択理由      | (回答不要)  |       |        |        |       |        |       |      |       |       |      |      |     |      |       |      |      |      |     |      |      |      |      |     |     |      |      |      |  |  |  |
| 評価(定性・定量) | <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>喫煙場所全体</th> <th>屋内喫煙所</th> <th>年度</th> <th>喫煙場所全体</th> <th>屋内喫煙所</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2014</td> <td>144か所</td> <td>144か所</td> <td>2018</td> <td>46か所</td> <td>2か所</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>110か所</td> <td>78か所</td> <td>2019</td> <td>46か所</td> <td>2か所</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>77か所</td> <td>35か所</td> <td>2020</td> <td>0か所</td> <td>0か所</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>55か所</td> <td>11か所</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table><br>●喫煙所全体、屋内喫煙所も毎年減少し、禁煙に対する取り組みも本格的に開始。特に屋内喫煙所は2018年度には2か所まで減少し、受動喫煙の防止には大きくつながった。 | 年度    | 喫煙場所全体 | 屋内喫煙所  | 年度    | 喫煙場所全体 | 屋内喫煙所 | 2014 | 144か所 | 144か所 | 2018 | 46か所 | 2か所 | 2015 | 110か所 | 78か所 | 2019 | 46か所 | 2か所 | 2016 | 77か所 | 35か所 | 2020 | 0か所 | 0か所 | 2017 | 55か所 | 11か所 |  |  |  |
| 年度        | 喫煙場所全体  | 屋内喫煙所 | 年度     | 喫煙場所全体 | 屋内喫煙所 |        |       |      |       |       |      |      |     |      |       |      |      |      |     |      |      |      |      |     |     |      |      |      |  |  |  |
| 2014      | 144か所   | 144か所 | 2018   | 46か所   | 2か所   |        |       |      |       |       |      |      |     |      |       |      |      |      |     |      |      |      |      |     |     |      |      |      |  |  |  |
| 2015      | 110か所   | 78か所  | 2019   | 46か所   | 2か所   |        |       |      |       |       |      |      |     |      |       |      |      |      |     |      |      |      |      |     |     |      |      |      |  |  |  |
| 2016      | 77か所  | 35か所  | 2020   | 0か所    | 0か所   |        |       |      |       |       |      |      |     |      |       |      |      |      |     |      |      |      |      |     |     |      |      |      |  |  |  |
| 2017      | 55か所  | 11か所  |        |        |       |        |       |      |       |       |      |      |     |      |       |      |      |      |     |      |      |      |      |     |     |      |      |      |  |  |  |

## 具体的な実践内容2

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織   |
| 名称        | 全面禁煙化に向け、禁煙デーの実施   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 全面禁煙化に向け、2017年度より禁煙デーを設定し、社内での禁煙を本格的に取り組む。2017年度は上期1回、2018年度は半期に1回(年2回)、2019年度は上期1回、下期6回(年7回)禁煙デーを設定し、社内での禁煙に本格的に取り組む。   |
| 導入時期      | 2017年度   |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定性・定量) | ●禁煙デーだけによる結果ではないが、喫煙率は約3%改善。<br>・喫煙率:2019年度16.7% → 2020年度13.8%(2.9%改善)<br>・喫煙による離席損失(1人あたり31万円/年)禁煙者数181名、5,611万円/年の生産性アップとなった<br>●国内グループ会社を含む喫煙者3,018人に対しアンケートを実施したところ、今後タバコをやめたいと思う(10%)、辞める事を考えてみたい(42%)<br>●全面禁煙化の機会に、50%以上の喫煙者が禁煙を検討している。 |

## 具体的な実践内容3

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織/外部サービス  |
| 名称        | 喫煙者に対する禁煙サポートプログラム   |
| 提供元社名     | 株式会社リネージュ、株式会社CureApp  |
| 内容        | 喫煙者に対し産業保健スタッフや外部機関を利用して禁煙サポートを実施  |
| 導入時期      | 2013年度   |
| 選択理由      | ●価格 ●効果 ●機能・性能 ●使いやすさ ●実績 ●評判<br>●サービス・製品の可能性  |
| 評価(定性・定量) | ●2013-2017年度(年平均):32名、2018年度(外部サービス追加導入):89名、2019年度:95名、2020年度:166名<br>●成功率および継続率が高く(90%以上)、禁煙につながる効果的な施策と位置付けている。 |

01  
目的

SOMPOグループの「お客さまの安心・安全・健康に資する最高品質のサービスを提供し、社会に貢献する」というグループ経営理念の実現に向け、当社には「より多くの『こころと身体』の健康の実現に貢献」を実現するという社会的使命がある。使命を果たすためには、社員一人ひとりが健康であることはもちろん、健康に関するプロフェッショナル集団であることが不可欠である。さらに、リーディングカンパニーであり続けるためには、仕事にやりがいを持ち、風通しが良く、活力に満ちた企業風土であることが極めて重要である。

02  
課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：③中長期的な企業価値向上

|                  |  |
|------------------|--|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 当社の経営理念である「より多くの『こころと身体』の健康の実現に貢献」を実現するために、社員一人ひとりが自身の健康保持・増進に主体的に取り組み、高い倫理観と高い職業意識を持ち、パフォーマンスを最大に発揮することで、企業価値を高めていくことが経営課題である。                          |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 具体的効果(KPI):<br>エンゲージメントの向上(目標3.36以上)<br>※ギャラップ社の従業員エンゲージメント調査により測定<br>プレゼンティーズムの改善(目標100%)<br>※W/LQにより測定<br>アブセンティーズムの改善(目標2.5日以下)<br>※年度内欠勤日数/年度末社員数で算出 |

## 自社従業員(組織)の課題と目標



## ●重点課題1



## ⑬生活習慣病等の疾病リスクを持つ従業員への重症化予防の課題

課題内容 疾病発症リスク・生活習慣病リスクの顕在化

## 健康診断再検査受診率の向上

|     |        |      |
|-----|--------|------|
| 目標  | 数値     | 年度   |
| 目標値 | 100.0% | 2025 |

## ●重点課題2



## ⑭メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応に関する課題

課題内容 メンタルヘルス不調者の増加

## ストレスチェックの受検率の向上

|     |        |      |
|-----|--------|------|
| 目標  | 数値     | 年度   |
| 目標値 | 100.0% | 2025 |

04  
健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

従業員が自らの健康保持・増進を意識し、主体的な行動が増えた結果、先に挙げた健康診断再検査受診率、ストレスチェックの受検率向上に加え、以下の成果に繋がっている。

- ・メンタルヘルス不調者率の改善(2018年度1.95%、2019年度1.52%、2020年度1.48%)
- ・適正体重維持者率(2020年度87.3%の達成)
- ・喫煙率(2020年度8%の達成)
- ・血圧リスク者&血糖リスク者(2020年度0人)※健康経営度調査票Q64記載の基準による

03  
施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



従業員の健康リテラシー向上を目的とした情報提供、当社基準での保健指導の実施

## 健康診断再検査受診率の向上

|        |       |      |
|--------|-------|------|
|        | 数値    | 年度   |
| 取組前実績値 | 36.0% | 2019 |
| 現在の実績値 | 49.2% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織   |
| 名称        | 社内保健指導   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 当社独自の保健指導基準を設け、保健師および産業医による面談を実施   |
| 導入時期      | 2021年度   |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●今年度(初年度)はリスク保有者を抽出し、社内保健指導への参加有無、健康への不安等についてアンケート取得することからスタートした。結果、半数以上が社内保健指導への参加有および健康への不安有との回答を得ることができたため、社内保健指導を開始。今後、本人の行動変容(定性)および健診結果の改善(定量)に繋がることを期待している。</li> <li>●今後成果測定を行い、評価予定。</li> </ul> |

## 具体的な実践内容2

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社サービス   |
| 名称        | LLax forest  |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 健康情報提供サービス(動画配信)   |
| 導入時期      | 2021年度   |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●本年度サービス導入を開始したため、成果は未定だが、従業員の健康リテラシー向上および生活習慣改善に繋がることを期待している。</li> <li>●今後成果測定を行い、評価予定。</li> </ul> |

## 具体的な実践内容3

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 外部サービス   |
| 名称        | ヘルスサポートシステム(HSS)   |
| 提供元社名     | ウェルネス・コミュニケーションズ株式会社   |
| 内容        | 健康データ一括管理システム  |
| 導入時期      | 2021年度   |
| 選択理由      | ●効果 ●機能・性能 ●使いやすさ ●実績  |
| 評価(定量・定性) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●本年度サービス導入を開始したため成果は未定だが、健診データの一元化により、疾病リスク者の早期発見に繋がる見込みである。</li> <li>●今後成果測定を行い、評価予定。</li> </ul> |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |   |
|---------------|---|
| 実施している施策の課題   | — |
| 今後取り組みたい施策の課題 | — |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



従業員の健康リテラシー向上を目的とした情報提供および研修の実施

## ストレスチェックの受検率の向上

|        |       |      |
|--------|-------|------|
|        | 数値    | 年度   |
| 取組前実績値 | 94.4% | 2019 |
| 現在の実績値 | 97.6% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社組織  |
| 名称        | ラインケア研修   |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 産業医および保健師によるラインケア研修   |
| 導入時期      | 2018年度  |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定性・定量) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●産業保健体制の強化(健康相談・職場相談窓口の明確化)</li> <li>●メンタルヘルス不調者率の改善(2018年度1.95%、2019年度1.52%、2020年度1.48%)</li> <li>●管理職の意識向上がメンタルヘルス不調者の早期発見・早期対応に繋がっている。</li> </ul> |

## 具体的な実践内容2

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社サービス  |
| 名称        | LLax forest   |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 健康情報提供サービス(動画配信)  |
| 導入時期      | 2021年度  |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定性・定量) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●本年度サービス導入を開始したため成果は未定だが、健康リテラシー向上およびセルフケアの促進に繋がることを期待する。</li> <li>●今後成果測定を行い、評価予定。</li> </ul> |

## 01 目的

従業員の働き方や健康に配慮することは、個人の能力を高め、生産性の向上及び企業価値の向上につながる経営戦略の一環であると考えています。そこで、当社では、「従業員の健康がすべての原動力」とであるという考えのもと、従業員一人ひとりがいきいきと働ける会社をめざして、心と体の健康を実現する「健康経営宣言」を行い、健康という視点から企業の最も大切な財産の一つである「働く人」の活躍を最大化すべく、積極的な取り組みを推進しています。

## 02 課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：①従業員のパフォーマンス向上

|                  |  |
|------------------|--|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 従業員の働きがいややりがいを創出し、個人のパフォーマンスを向上させ不健康や疾病による生産性低下を防止する事が課題である。 |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 従業員が健康な社会生活を送り、前向きな姿勢で組織力を発揮し、企業価値の向上を目指す。                   |

## 自社従業員(組織)の課題と目標



## ●重点課題1



## ⑬生活習慣病等の疾病リスクを持つ従業員への重症化予防の課題

## 課題内容

主観的健康観ではなく、自身の健康や生活習慣病を予防する事を意識させるために、健康管理システムの導入(見える化)またウェアラブルデバイスを配付して検証。運動の習慣や自己の睡眠時間、勤怠や休暇状況、過去の健診データを見える化した。

## 運動習慣者比率

|     | 数値    | 年度 |
|-----|-------|----|
| 目標値 | 50.0% | —  |

## 睡眠により十分な休養が取れている人

|     | 数値    | 年度 |
|-----|-------|----|
| 目標値 | 90.0% | —  |

## ●重点課題2



## ⑯従業員の感染症予防

## 課題内容

毎年のインフルエンザによる長期休暇や体調の不調者を防ぐために、予防接種の補助を開始。また同時に出張型のインフルエンザ予防接種を実施。流行期である1月～3月の私傷病休の比較を行った。

## 流行期である1月～3月の私傷病休

|     | 数値 | 年度 |
|-----|----|----|
| 目標値 | なし | —  |

## 04 健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

従業員エンゲージメントの結果では、経営理念の共感や組織風土に対する好意的な回答が上昇しており、成果が出ている。またホワイト500(健康経営優良法人)の認定もされており、採用における当社への応募に繋がっている。

## 03 施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



健康測定会、運動に繋がるオンデマンドサービス、大陽日酸健康ニュースの配信

## 運動習慣者比率

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 25.5% | 2019 |
| 現在の実績値 | 30.6% | 2020 |

## 睡眠により十分な休養が取れている人

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 61.0% | 2019 |
| 現在の実績値 | 72.2% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 外部サービス  |
| 名称        | 体成分測定、骨健康度測定、加速度脈波測定  |
| 提供元社名     | 株式会社ルネサンス   |
| 内容        | 体成分測定、骨健康度測定、加速度脈波測定  |
| 導入時期      | 2018年～毎年11月   |
| 選択理由      | ●価格 ●社名・ブランド ●機能・性能 ●実績<br>●評判 ●サービス・製品の可能性                       |
| 評価(定量・定性) | ●運動習慣者比率の向上25.5% → 30.6%に向上<br>●毎年実施する事で昨年と比較が可能、自分の身体の状況の今を把握する。 |

## 具体的な実践内容2

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 外部サービス   |
| 名称        | ビデオオンデマンド版サービス   |
| 提供元社名     | 株式会社ルネサンス  |
| 内容        | ルネサンスTVに収録されている動画をいつでもどこでも閲覧可能   |
| 導入時期      | 2021年5月  |
| 選択理由      | ●価格 ●社名・ブランド ●機能・性能 ●実績<br>●評判 ●サービス・製品の可能性                                  |
| 評価(定量・定性) | ●運動習慣者比率の向上25.5% → 30.6%に向上<br>●テレワーク勤務の中、運動不足になりがちな環境でも、手軽にご家族と一緒に閲覧を可能とした。 |

## 具体的な実践内容3

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織   |
| 名称        | 大陽日酸健康ニュース   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 一週間に一回定期的に社員の運動に繋がる話題を配信   |
| 導入時期      | 2020年11月   |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | ●運動習慣者比率の向上25.5% → 30.6%に向上<br>●週に一回、定期的に身体を動かす事を目的とした健康ニュースを配信した。 |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |   |
|---------------|---|
| 実施している施策の課題   | インフルエンザ予防接種希望者数に対して、インフルエンザワクチンの確保数の決定が難しい。 |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 健康促進とボランティア活動の融合。                           |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



## 出張型インフルエンザ予防接種

## 流行期である1月～3月の私傷病休

|        | 数値   | 年度   |
|--------|------|------|
| 取組前実績値 | 381人 | 2018 |
|        | 354人 | 2019 |
| 現在の実績値 | 283人 | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 外部サービス   |
| 名称        | 出張型インフルエンザ予防接種   |
| 提供元社名     | MYメディカルクリニック   |
| 内容        | 出張型インフルエンザ予防接種   |
| 導入時期      | 2019年～毎年11月  |
| 選択理由      | ●価格 ●効果 ●機能・性能 ●使いやすさ ●実績  |
| 評価(定量・定性) | ●流行期である1月～3月の私傷病休数の比較を行った。<br>2018年 → 381名<br>2019年 → 354名<br>2020年 → 283名<br>●毎年実施する事で私傷病での欠勤率を下げている。 |

## 01 目的

三菱ケミカルホールディングスグループは、多様な人材がいきいきと活力高く働ける会社・職場づくりを通じて、豊かな創造性と高い生産性の基盤の構築をめざしてKAITEKI健康経営に取り組んでいます。

KAITEKI健康経営とは、従業員・職場の「健康支援」と「働き方改革」を両輪とし、健康の視点から、企業の最も大切な財産のひとつである「働く人」の活躍を最大化する取り組みです。

田辺三菱製薬グループでは「田辺三菱製薬グループ健康方針」とそれを具現化した「健康管理規則」を定め、従業員の健康に関わる活動を有効かつ適切に推進しています。

## 02 課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：①従業員のパフォーマンス向上

|                  |  |
|------------------|--|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 社会環境の変化、多様化の中で活躍できる従業員を増やすために、柔軟な働き方を推進する一方で、働き方の見直しを実施し、長時間労働の削減、ワークライフバランスの推進を行い、個々のパフォーマンス向上を行うことが課題である。  |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 働き方の多様性を進め、従業員一人一人が生き生きと活力をもって働ける組織を目指している。そのためには長時間労働を削減し、多様な休暇制度を利用しながらワークライフバランスを推進し、従業員満足度を高く維持することを目標としている。年間360時間超えの長時間労働者の削減目標は前年度比30%、有給休暇取得率目標は70%以上を掲げている。 |

## 自社従業員(組織)の課題と目標



## 重点課題1



## ⑦従業員の喫煙率低下

当社は同業他社(製薬企業)と比べ、2016年当時は喫煙率が高い状況にあった。従業員、家族や顧客も含めた健康維持増進、従業員の労働生産性の向上だけでなく、人々の健康に貢献するヘルスケアカンパニーとしての社会的役割を踏まえ、2017年度より社内の禁煙施策、従業員の喫煙率低下を重点目標として取り組んでいる。

## 喫煙率5%以下

|     |      |      |
|-----|------|------|
| 目標  | 数値   | 年度   |
| 目標値 | 5.0% | 2025 |

## 重点課題2



## ⑭メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応に関する課題

2016年以降より組織の再編や中計の見直しなど環境の変化も伴い、メンタル不調による休業者の発生率が増加傾向にあった。

## メンタル不調による欠勤および休職者の休業率

|     |      |      |
|-----|------|------|
| 目標  | 数値   | 年度   |
| 目標値 | 0.5% | 2025 |

## 04 健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

KAITEKI健康経営を進める中で、従業員の健康経営に対する認知度が上がり、従業員意識調査において「Well-being/health」の項目が2020年度88%となり、企業として「強み」といえる水準となった。

健康経営の取り組みが社外からも評価を受け、ホワイト500(健康経営優良法人)については5年連続認定を受けている。またがん対策推進企業アクションの2019年度がん対策推進パートナー賞「治療と仕事の両立部門」を受賞した。

## 03 施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



## 会社・健康保険組合・労働組合の三位一体での卒煙施策

## 喫煙率5%以下

|        |       |      |
|--------|-------|------|
|        | 数値    | 年度   |
| 取組前実績値 | 22.0% | 2016 |
| 現在の実績値 | 11.3% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織   |
| 名称        | 3カ年卒煙プログラム&会社、健康保険組合、労働組合の三位一体での卒煙施策   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 3カ年卒煙プログラムでは、健康保険組合と協働で禁煙に取り組む従業員を支援する卒煙支援の強化に加えて、敷地内禁煙、就業時間内禁煙、世界禁煙デーに合わせた社長メッセージの配信、労使共同での禁煙宣言などを行い、喫煙率目標5%を目指し取り組んできた。3カ年卒煙プログラム終了後は、目標値達成に向け取組みを加速させるため、会社、健康保険組合、労働組合が三位一体となって、社長、組合委員長、各部門の部門長からの卒煙メッセージの配信、年に2回の喫煙率調査、非喫煙者への禁煙インセンティブの付与、卒煙成功者の体験談公表、家族サポート制度による禁煙支援など、様々な社内禁煙化、卒煙支援の施策を実施している。 |
| 導入時期      | 2017年～   |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | <ul style="list-style-type: none"> <li>3カ年卒煙プログラムでは喫煙率22%から17.6%まで低下させることができた。</li> <li>3カ年卒煙プログラム後の会社・健康保険組合・労働組合の三位一体の取り組み開始後は、更に喫煙率は11.3%に低下(2020年度末)。2021年度夏の調査では9.9%の低下となった。</li> <li>卒煙施策の推進に伴う喫煙率低下は、がん予防や生活習慣病予防にもつながる取り組みとして、当社グループの基盤健康施策の一つとして定着してきている。</li> </ul>                          |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |   |
|---------------|---|
| 実施している施策の課題   | 従業員の喫煙率低下については、様々な施策をすでに実施しており、今後は禁煙無関心層へどのようなアプローチをするかを検討している段階である。メンタル不調者の予防については、コロナ禍による働き方の変化に順応できない従業員に対し、ラインケアを中心にコミュニケーションの活性促進策を検討している。 |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 働く女性の健康支援については、従業員の実態把握に留まっているため、今後は必要な課題解決のための施策を展開していくことが課題である。定年延長により高齢の従業員が増加することが見込まれるため、更なる健康維持増進と労働災害の防止に向けた対策が必要と感じている。                 |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



- ・職制向けにメンタルヘルス対応ガイドブックを作成し、不調者への気づき、休業中や復職に向けた対応など職場上司と人事部門の役割を明記してラインケアとしても教育研修を行っている。
- ・医療職不在の営業支店に対しても社内看護職で担当エリアを定め、様々な健康支援や対応について基準を標準化してフォロー体制を構築している。
- ・ストレスチェック高ストレス者への対応として担当看護職より個別に社外相談窓口の紹介や希望者には医療職による面談実施など、早期介入によるサポートを行っている。

## メンタル不調による欠勤および休職者の休業率

|        |       |      |
|--------|-------|------|
|        | 数値    | 年度   |
| 取組前実績値 | 1.06% | 2018 |
| 現在の実績値 | 0.72% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 外部サービス   |
| 名称        | 株式会社Eパートナー   |
| 提供元社名     | Eパートナー   |
| 内容        | 社外相談窓口、社内セミナー、セルフケアの情報発信   |
| 導入時期      | 2017年8月～   |
| 選択理由      | ●価格 ●使いやすさ ●評判   |
| 評価(定性・定量) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●利用者の相談件数:0.5%(2019年)⇒0.6%(2020年)</li> <li>●新規の利用者数:17名(2019年)⇒25名(2020年)</li> <li>●利用者の満足度(5点満点):平均4.73点(2019年)⇒平均4.9点(2020年)</li> <li>●2019年から2020年にかけて社内の周知を徹底(全従業員への社外EAPカードの配付、社内医療職からの紹介等)したこともあり新規利用者が増加した。また利用者の満足度も高かった。</li> <li>●メンタルヘルスのセルフケアについて、定期的な情報媒体を提供頂き、健康スタッフから従業員へ健康管理支援のツールとして周知を行うことで、従業員のセルフケアに繋げている。</li> </ul> |

01  
目的

弊社の経営理念である「絶えざるイノベーションにより豊かな価値を創造し、顧客と社会の持続可能な発展に貢献」するためには、その活動を支える社員が心身ともに健康でいきいきと働くことのできる環境の整備が重要であると考えていることから、全社を挙げて健康経営に取り組んでいる。

02  
課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：①従業員のパフォーマンス向上

|                  |  |
|------------------|--|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 会社は従業員が働きやすい職場環境を提供し、組織の活性化と生産性の向上につなげていくことが重要課題であると認識する。そのためには、従業員が健康不調を理由とする離職、休職、就労制限などのローパフォーマンス状態に陥る前の予防的施策を強化し、従業員の心身の健康維持・向上を図る必要がある。       |
| 健康経営の実施により期待する効果 | パフォーマンス低下の傾向、又は将来的可能性も踏まえ、従業員の健康状態を把握し、有効な対策を早期に提案するため、定健受診率100%の達成(現在99.8%前後)、定健結果の要フォロー者に対する医療スタッフによる指導率100%(同60%前後)、ストレスチェック受検率97%(同95%前後)を目指す。 |

## 自社従業員(組織)の課題と目標



## ●重点課題1



## ⑩女性特有の健康関連課題等の健康保持・増進に関する課題

経営計画に掲げる経営基盤の高度化実現のため、ダイバーシティ、働き方改革を推進する中、2025年度までに国内女性管理職比率20%を目指すなか、女性社員が如何なくパフォーマンスを発揮できる職場環境の整備、健康管理の支援が不可欠である。

## 2021年度中の全16事業所での女性の健康管理セミナー開催完了

| 目標  | 数値    | 年度   |
|-----|-------|------|
| 目標値 | 16事務所 | 2021 |

## ●重点課題2



## ⑭メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応に関する課題

コロナ禍の影響による不安及びストレスの増長、リモートワーク増加に伴う影響とみられる心身不調など、環境変化による相談件数が増加傾向にあることから、メンタル不調の未然防止、早期発見のため、全従業員を対象としたストレス対策を講じる必要がある。

## 産業医によるセルフケア研修の理解度(アンケート調査による)

| 目標  | 数値      | 年度   |
|-----|---------|------|
| 目標値 | 90.0%以上 | 2021 |

04  
健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

定期健康診断受診率100%および実施後のフォローアップ強化に取り組んでいるが、2020年は99.8%となり2021年度についても同様の受診率を達成見込みである。受診率向上により産業医・看護職のフォローアップカバー率も確実に向上したと考える。

03  
施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



2021年度中の全16事業所での女性の健康管理セミナー開催完了

## 2021年度中の全16事業所での女性の健康管理セミナー開催完了

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 13事務所 | 2020 |
| 現在の実績値 | 16事務所 | 2021 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社組織  |
| 名称        | 産業保健スタッフによるセミナー開催   |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 社員の健康維持・増進に関するテーマを各事業所単位で選定して開催。  |
| 導入時期      | かなり以前より実施。2020年以降は事業所間の連携体制を強化して推進。   |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定量・定性) | ●女性特有の病気・体調変化を幅広く知ってもらう良い機会となったが、一方で年齢層・テーマなどターゲットを絞ることにより、必要な情報を必要な社員にピンポイントで提供する工夫も講じていく必要性を共有した。 |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



メンタルヘルス統括産業医によるオンラインセミナー開催

## 産業医によるセルフケア研修の理解度(アンケート調査による)

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | —     | —    |
| 現在の実績値 | 98.0% | 2021 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社組織  |
| 名称        | —   |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 精神科専門医によるメンタルヘルスに関する指導・助言。  |
| 導入時期      | 2012年   |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定量・定性) | ●未然予防の重要性を認識し、事前の相談件数が増加傾向。<br>●メンタルヘルスに対する理解度の高まりにより、周囲の支援が得られやすい環境が整備されてきている。 |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |   |
|---------------|---|
| 実施している施策の課題   | ⑰従業員の喫煙率低下<br>産業保健スタッフを中心に禁煙サポートプロジェクトを立ち上げ参加者を募ったが、現時点で禁煙外来が機能していない(補助薬などが入手困難)医療機関が多く、対応できないケースが出てきている。 |
| 今後取り組みたい施策の課題 | —   |

## 01 目的

トッパングループは、従業員が心身ともに健康で、個性や能力を最大限に発揮することが、企業の発展につながると考えます。1900年の創業以来培ってきた「人間尊重」の基本理念に基づき取り組んでいる健康の保持・増進活動を前進させ、会社・労働組合・健康保険組合そして従業員とその家族が一体となって、健康づくりを推進していきます。さらには、当社の健康に関する様々な事業活動を通じて、世の中全ての人の健康づくりに資することで社会に貢献していきます。

## 02 課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：①従業員のパフォーマンス向上

|                  |   |
|------------------|---|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 定年延長等、高齢者の就業においてこれまでと同様に高いパフォーマンスを発揮してもらう必要がある。また、高齢者に限らずD&Iの観点からも幅広い人材が個々の能力を最大限活かして事業活動を行うためにも、コンディションの維持・増進が求められる。   |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 従業員が当社の推進する「健康」状態、つまり積極的に挑戦する「やる気」、心身ともに健康で、明るくいいきと活力に満ちた「元気」、そして、真剣に取り組む、最後までやり遂げる「本気」という3つの「気」を持って仕事に取り組める状態を維持することが企業価値の創造につながる。また、従業員だけでなくその家族においても健康を維持・増進するために被扶養者の健診などについて引き続き80%以上の受診率を目指す。 |

## 自社従業員(組織)の課題と目標



## 重点課題1



## ⑬生活習慣病等の疾病リスクを持つ従業員への重症化予防の課題

発症すると本人にとって負担が大きく、医療費増加への影響も大きい生活習慣病の重症化予防を行うため、糖尿病や高血圧症対象者を対象に、腎症等の合併症や人工透析を防ぐ重症化予防が必要。人生100年70歳現役時代となり、長く能力を発揮し、働き続けることを可能にするうえでも重要な課題。

## 重症化予防の通院確認

| 目標  | 数値     | 年度   |
|-----|--------|------|
| 目標値 | 100.0% | 2030 |

## 重点課題2



## ⑩生活習慣改善(運動・睡眠・食生活等)に関する従業員の課題

長引くコロナ禍において在宅勤務やテレワークなどを併用する新しい働き方が定着し、生産性の向上が図られる一方、通勤や出勤時に必ず実施しているラジオ体操などを行う機会が減ってしまうことで、運動不足、また転倒による労働災害の増加傾向となった事、また、在宅勤務により、仕事とプライベートの気持ちの切り替えが難しくなる、仲間との雑談が減るなどの心理面での影響の声も寄せられていた事などを踏まえ、対策が急務となっていた。

- ①ラジオ体操イベント「マジのラジオ体操オンライン」を通じて運動習慣の定着と在宅ワークでの運動不足解消(実績値および目標値は参加率)  
②ウォーキングアプリ「aruku&」の活用(実績値および目標値はイベント実施回数)  
③「オンラインアートサロン」の活用による心のリフレッシュ(実績値および目標値は実施拠点数)

| 目標  | 数値                | 年度   |
|-----|-------------------|------|
| 目標値 | ①85.0% ②20回 ③10拠点 | 2025 |

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

従業員及びその家族におけるヘルスリテラシー向上により、特に家族(被扶養者)の健康診断については80%以上が受診しており、病気の早期発見や重症化予防に寄与している。最終目標である100%受診に向け、引き続き健保組合と連携したコラボヘルスにより従業員とその家族の健康維持・増進に努める。

## 04 健康経営の成果

## 03 施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



重症化予防の通院確認として、健保組合と全国事業所の総務が連携し、対象従業員への声掛け、ヒアリングを実施。通院できていない場合には更に積極的な声掛け、メール連絡といった地道なアプローチにより、実施率100%を目指している

## 健康診断再検査受診率の向上

|        | 数値     | 年度   |
|--------|--------|------|
| 取組前実績値 | 100.0% | 2019 |
| 現在の実績値 | 100.0% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織   |
| 名称        | トッパングループ健康保険組合   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 診療所の看護師と事業所総務間で対象者リストの確認や声掛けを行うなどの密接な連携を実施、強化  |
| 導入時期      | —  |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | ●全国35か所の診療所における看護師と総務間で安全衛生委員会(1回/月)や個別のヒアリングを実施することで常に状況を把握し、個別アプローチを漏れなく実施することができている。<br>●健保組合とのコラボヘルスは当社の強みとしている部分であり、実施率100%という数字にその連携の強固さが反映されている。引き続き関係を強化しながら重症化予防対策に努める。 |

## 具体的な実践内容3

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 外部サービス   |
| 名称        | 臨床美術   |
| 提供元社名     | 株式会社芸術造形研究所  |
| 内容        | アートセラピーの手法である「臨床美術」を取り入れた「オンラインアートサロン」の実施  |
| 導入時期      | 2020年  |
| 選択理由      | ●効果 ●実績 ●評判  |
| 評価(定量・定性) | ●従来、社員向けに実施していたアートサロンでは拠点ごとの実施だったが、オンライン化により、1つの講座で都内の4拠点をまとめて合同実施が実現。勤務地の枠組みを超えてアートサロンを通じた交流が可能となった。<br>●臨床美術については、これまで、社員のリフレッシュプログラムとしての定期講座のほか、新入社員研修、育児休業中の社員向けイベント、家族向けイベントなどに活用し、毎回高評価を受けていたが、今回、オンラインアートサロンを実施することで、上記のように勤務地の枠を超えた社員同士の交流や、在宅勤務やテレワークにおいても心のリフレッシュの機会提供が可能となった。コロナ禍により集合型のアートサロンが開催できなくなる中、いち早くオンライン化に取り組み、実施可能なアートプログラムも増加しており、ニューノーマルな活用の可能性を感じる。 |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |  |
|---------------|--|
| 実施している施策の課題   | 運動機会の提供を心掛けているものの、近年転倒労災が多い傾向となっており、引き続き運動不足解消や各自の健康状態把握に効果的な対策の実施を行う必要がある。      |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 全社規模での喫煙率低下に向けた取り組み。各事業所にて実施はされているものの、全社的な数値の改善には至っておらず、全社を巻き込んだ抜本的な対応が必要と考えている。 |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



社内でも特に在宅率が高く、デスクワークが中心な本社において「本気のラジオ体操オンライン」企画を実施。出社時に流れるラジオ体操を、在宅でも本気で取り組めるよう、健保組合に依頼してラジオ体操指導員によるレクチャー動画を作成し、展開。また強化期間を設け、期間中は事務局より毎日メール配信を行い、啓蒙を図った。

- ①ラジオ体操イベント「マジのラジオ体操オンライン」を通じて運動習慣の定着と在宅ワークでの運動不足解消(実績値および目標値は参加率)  
②ウォーキングアプリ「aruku&」の活用(実績値および目標値はイベント実施回数)  
③「オンラインアートサロン」の活用による心のリフレッシュ(実績値および目標値は実施拠点数)

|        | 数値               | 年度   |
|--------|------------------|------|
| 取組前実績値 | ①—% ②9回 ③—拠点     | 2020 |
| 現在の実績値 | ①50.0% ②12回 ③4拠点 | 2021 |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織   |
| 名称        | トッパングループ健康保険組合   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 在宅勤務でもできる「ラジオ体操レクチャー動画」  |
| 導入時期      | 2021年12月   |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定性・定量) | ●出社時にのみ流れていたラジオ体操を在宅でも取り組めるように施策を実施。ラジオ体操指導員によるラジオ体操のポイント解説動画を毎日配信することで、在宅でもラジオ体操を実施することが可能となった。参加者のうち5割強の従業員が在宅でもラジオ体操を始めるきっかけとなったと回答。事前、事後で実施したフィジカルチェックでは、回答者のうち約3割が「改善した」と回答。<br>●デスクワーク、かつ在宅比率の高い本社地区にて実施したが、アンケートでは参加者の8割強が、今後もラジオ体操を継続すると回答しており、運動習慣の定着が見られた。次回開催の要望も多く、2022年度においてもイベントの継続と拡大を検討している。 |

## 具体的な実践内容2

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 外部サービス  |
| 名称        | ウォーキングアプリ「aruku&」   |
| 提供元社名     | 株式会社ONE COMPATH   |
| 内容        | スマホにアプリをダウンロードして、あとは歩くだけ！スマホの歩数計データを利用して簡単に社内ウォーキングイベントを開催できるサービス   |
| 導入時期      | 2018年   |
| 選択理由      | ●機能・性能 ●使いやすさ ●実績 ●サービス・製品の可能性  |
| 評価(定性・定量) | ●aruku&を法人契約することで全国の事業所において本アプリを活用したウォーキングイベントが可能となり、コロナ禍において運動不足解消の観点からイベント実施数が12件に増加し、登録アカウント数も追加することで更なるイベント促進を図っている。<br>●aruku&では企業ごとのイベントだけではなく、各企業・自治体などの登録団体を含めた全体イベントの実施や、社内イベントの景品サポートなど様々なサービスを展開しており、運動習慣定着に向けた取り組みの実現に寄与している。 |

## 01 目的

睡眠は一日の終わりではなく、明日への始まり。  
自分のパフォーマンスを高め、より良い明日にするためのものです。  
人生の様々なステージで、その時々に適した睡眠を考えることは、パフォーマンス向上のみならず、自己免疫の正常化、維持強化にも役立ちます。自分の一生を「明日は今日より素晴らしい」と信じて生きること。そしてお客様の「よく眠り、よく生きる」のために、安心と信頼の品質管理のもと、最新の技術や日本睡眠科学研究所監修の知見も取り入れながら、睡眠ソリューションの提供を目的に健康経営に取り組んでおります。

## 02 課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：①従業員のパフォーマンス向上

|                  |  |
|------------------|--|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | コロナ禍の状況もあり、働く環境の変化に伴い、減少しているオフィスワークでの仕事の効率(オフィスに出勤することで得られる成果やコミュニケーションの活性化)を高めることでパフォーマンス向上につなげたい。また、その環境を作る必要があった。   |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 快適なオフィスワーク環境(サーカディアンリズムに合わせた照明コントロール、森林浴の音源、アロマ効果)の効果による心身のリフレッシュとフリーアドレスへの転換でコミュニケーションと生産性向上に寄与している。また、仮眠室「ちょっと寝ルーム」の活用により、睡眠負債の解消や仮眠のエビデンスに基づいた集中力アップや仕事のミス解消につながっている。 |

## 自社従業員(組織)の課題と目標

## ●重点課題1



## ⑩従業員の感染症予防(インフルエンザ等)

課題内容 インフルエンザをはじめとした感染症の罹患により、長期離脱による業務の停滞や、部署内およびプロジェクト活動等の他メンバーへの負担となること。※濃厚接触含むコロナ対策も同様。

## 従業員の感染症予防

|     |       |      |
|-----|-------|------|
| 目標  | 数値    | 年度   |
| 目標値 | 60.0% | 2025 |

## ●重点課題2



## ⑪従業員の喫煙率低下

課題内容 当社の喫煙率は平均と比べ高い傾向が伺え(2019年度:25.6%)、また喫煙と成人病発生リスクとの因果関係もあることから、中長期的なビジョンで禁煙に対する取り組みを実施することとした。

## 従業員の喫煙率低下

|     |      |      |
|-----|------|------|
| 目標  | 数値   | 年度   |
| 目標値 | 0.0% | 2025 |

## 04 健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

我が社はこれまで睡眠ソリューションを通じて、お客様の生活向上に貢献してきました。ひいてはそれが社会貢献に繋がるという「三方よし」の精神で活動をしています。そんなサービスを提供する社員が当然健康でなくてはという意識と機運は向上しているように思います。コロナ禍の中、人事総務部や衛生委員会に衛生面や健康面について貴重なご意見を頂く事も以前より増えたと思います。

## 03 施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



本社、支店、各オフィスにおいて、健保と連携し、インフルエンザ予防接種の勧奨を積極的に行うとともに、接種日程の調整や接種費用の一部補助の実施。※コロナワクチンの職域接種を従業員とその家族を対象に行う。

## 従業員の感染症予防

|        |       |      |
|--------|-------|------|
|        | 数値    | 年度   |
| 取組前実績値 | 38.7% | 2019 |
| 現在の実績値 | 42.8% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 外部サービス  |
| 名称        | インフルエンザ予防接種(任意接種)   |
| 提供元社名     | 東京織物健康保険組合健康管理センター、ほか契約医療機関   |
| 内容        | 自己負担額を1,000円とし、健保組合における接種を勧奨  |
| 導入時期      | 2019年(統合初年度から)  |
| 選択理由      | ●価格 ●使いやすさ  |
| 評価(定量・定性) | ●2019年予防接種状況38.7%⇒2020年42.8%で微増<br>●社員の健康管理、感染症予防の意識が高まった。<br>●東京オフィスの近隣にあり、手軽に受けられる環境が接種率向上の一因になっていると思われる。 |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |   |
|---------------|---|
| 実施している施策の課題   | 喫煙率0%は高いハードルで果たしてどういった取り組みで実現できるかはまだ未知数。趣味嗜好品である為、私的時間にまで強要する事も出来ない。                          |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 東西オフィスは環境が整ってきたが、地方の各支店については目が届いておらず取り組みが不十分。全社画一的な活動が必要。また健診・ストレスチェック・特定保健指導受診率の更なる向上が急務となる。 |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



2021年、全オフィス・支店内における喫煙室を廃止。禁煙外来の受診希望者に対しては、医療費の一部補助を行っている。

## 従業員の喫煙率低下

|        |       |      |
|--------|-------|------|
|        | 数値    | 年度   |
| 取組前実績値 | 25.6% | 2019 |
| 現在の実績値 | 23.0% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織   |
| 名称        | 衛生委員会等   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 毎月開催される衛生委員会の報告事項として継続的に展開している。結果報告だけでなく、具体的な施策を立案するための協議の場としても活用。   |
| 導入時期      | 2019年(統合初年度から)   |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定性・定量) | ●2019年時点喫煙率25.6%⇒2020年23%と微量ではあるが良化。<br>●職場環境の向上及び社員の健康意識の高まり。<br>●東西オフィスにおいて衛生委員会が上手く機能し、取り組みの進捗に大いに寄与している。 |

## 01 目的

従業員の健康維持・増進への取り組みがモチベーションや生産性を向上させ、企業の収益拡大にもつながるとの考えに基づき、社員のパフォーマンス向上・企業価値の向上を目的としている。

## 02 課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：③ 中長期的な企業価値向上

|                  |   |
|------------------|---|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 従業員の健康維持・増進への取り組みがモチベーションや生産性を向上させ、企業の収益拡大にもつながるとの考えを全社方針としており、その実現に向け、アブセンティズム・プレゼンティズムの改善等による社員のパフォーマンス向上・企業価値の向上が課題。 |
| 健康経営の実施により期待する効果 | アブセンティズム、プレゼンティズムの改善等を通じた、労働生産性の向上に繋げるため、メンタルヘルス休務者数のさらなる低減や、特定保健指導対象者数の低減。   |

## 自社従業員(組織)の課題と目標



## ●重点課題1



## ⑭メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応に関する課題

## 課題内容

「健康経営」の取り組みを2018年に開始したが、それまでNTTグループ全体として2014年～2017年に掛けてメンタルヘルス不調による休務者が増加傾向にあり、低減に向けた取り組みが課題であった。休職者の発生はアブセンティズムによる企業活動上の損失の最たるものと認識し最も重要なものとして継続的な課題として設定している。

## 目標

## メンタルヘルス休職者発生率(低減目標)

|     | 数値      | 年度   |
|-----|---------|------|
| 目標値 | 0.49%以下 | 2023 |

## ●重点課題2



## ⑩生活習慣改善(運動・睡眠・食生活等)に関する従業員の課題

## 課題内容

リモートワークを基本とする働き方により、社員が自ら働く場所を選択することで職住近接やワークインライフの実現に取り組んでいるところであるが、リモートワークを基本とした働き方においても、これまでの対面でのメンタルヘルス対策と同様の環境を提供することが必要であると考えており、「重点課題1」にあわせた取り組みを検討している。加えて通勤機会の減少による運動不足への対応はフィジカル面での重要課題との認識のもと課題設定している。

## 目標

## 特定保健指導対象者率(低減目標)

|     | 数値      | 年度   |
|-----|---------|------|
| 目標値 | 14.5%以下 | 2023 |

## 04 健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

健康で生き生きと働くことができるよう各種健康施策を展開することで、メンタルヘルス休職者発生率の低下、運動習慣者比率の上昇等の数値改善を図ることが出来た。

## 03 施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



簡易・定期的な健康調査(パルスサーベイ)を活用した、セルフケア・ラインケアによるメンタル不調者の早期発見・早期改善に向けた施策

## メンタルヘルス休職者発生率(低減目標)

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 0.83% | 2018 |
| 現在の実績値 | 0.49% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 外部サービス  |
| 名称        | パルスサーベイ   |
| 提供元社名     | 株式会社NTTデータ  |
| 内容        | 簡易な問診(3分程度)を定期的に回答することで、自身の変調を把握(セルフケア)及び、上長とのコミュニケーション(ラインケア)を促すサービス。  |
| 導入時期      | 2020年10月  |
| 選択理由      | ●機能・性能 ●使いやすさ ●サービス・製品の可能性  |
| 評価(定量・定性) | ●メンタルヘルス休職者発生率の低下。<br>※パルスサーベイの施策効果のみではなく、複合的な要因による数値改善と想定<br>●上記、メンタルヘルス休職者発生率の低下等、自身の変調を把握(セルフケア)及び、上長とのコミュニケーション(ラインケア)の観点において一定の成果が出ている。<br>●さらなる活用に向け、上長とのコミュニケーションに繋がる仕組みの強化、産業医との連携強化等が必要。 |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



●運動習慣の定着・食生活改善に向けたプッシュ型のミッション配信、インセンティブ付与サービス施策  
●遺伝子検査を提供し、遺伝的な疾病リスクの判定や、健康診断と遺伝子情報を掛け合わせたリスク判定等から、社員個人に合わせた生活習慣改善支援(フィードバック)を行う施策

## 特定保健指導対象者率(低減目標)

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 25.0% | 2018 |
| 現在の実績値 | 26.3% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 外部サービス  |
| 名称        | dヘルスケア for Biz  |
| 提供元社名     | 株式会社NTTドコモ  |
| 内容        | 従業員の健康活動の促進に向け、日々の歩数計測や体重・血圧/脈拍の記録、毎日配信される各種健康課題の対策ミッション(社内独自フィットネス動画ミッション等カスタマイズサービス含む)を提供するサービス。<br>※ミッション達成・抽選でdポイント付与実施。          |
| 導入時期      | 2019年4月に導入、2021年2月に機能強化   |
| 選択理由      | ●機能・性能 ●使いやすさ ●サービス・製品の可能性  |
| 評価(定量・定性) | ●運動習慣者比率の上昇(15.8%/2017年⇒22.1%/2020年)<br>●社員に対して個別、包括的に健康活動の促進を実施することができる。<br>●社員の登録・利用促進、運動習慣等健康活動の定着に向けて、ミッションの利用状況等を分析し、更なる改善に取り組む。 |

## 具体的な実践内容2

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 外部サービス   |
| 名称        | Genovision Dock(遺伝子検査サービス)   |
| 提供元社名     | NTTライフサイエンス株式会社  |
| 内容        | NTTにおいては、会社費用負担にて30歳以上の社員に対し5年毎に人間ドックを実施しており、当該検査項目に、遺伝的リスク、生活習慣による疾病リスクが把握できる遺伝子検査を導入。<br>本サービスは、遺伝子情報を解析することで、遺伝的な疾病リスクの判定や、健康診断と遺伝子情報を掛け合わせることによるリスク判定を行い、社員個人に合わせたレコメンドのフィードバックにより生活習慣改善支援を行う。 |
| 導入時期      | 2020年4月  |
| 選択理由      | ●機能・性能 ●サービス・製品の可能性  |
| 評価(定量・定性) | ●遺伝子検査導入以降、約3.5万人(2022.1末現在)が受検し、社員の健康意識の醸成が図られた。<br>※記載数値はNTTグループにおける累計受検者数<br>●遺伝子検査による、疾病リスクの予見・健康レコメンドにより、社員への健康増進活動(行動変容等)の促進を行うことが出来る。   |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |   |
|---------------|---|
| 実施している施策の課題   | ●各種施策については、機会を捉えた周知徹底を行っているが、会社が目標とする利用率に到達していない状況であり、より簡易に社員が利用でき、健康活動が定着する仕組みを検討<br>●具体的には、健康関連施策のポータル化を検討し、現在個々に展開する「dヘルスケア」や「パルスサーベイ」、その他「ストレスチェック」等を当該ポータルに組み込むことで、社員の利便性向上を検討 |
| 今後取り組みたい施策の課題 | ●会社が保有する健康関連データに基づく、重点課題1、2の改善に向けた要因分析と、産業医と連携した取り組みの検討が必要<br>●具体的には、メンタルヘルス・フィジカルヘルスにおいて、早期発見(予兆把握など)を行うとともに、早期アプローチ(産業医面談など)による未然防止施策を検討したい                                       |

## 01 目的

美と健康のファンケルグループは「従業員の健康」がすべての基盤であるという認識のもと、健康食品業界のパイオニアとして、健康第一の風土づくりと健全な経営を推進し、新しい価値の創出と「不」の解消に挑み続けること。

## 02 課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：①従業員のパフォーマンス向上

|                  |   |
|------------------|---|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 従業員の平均年齢の上昇に加えて定年延長の状況の中、メンタルヘルス不調や健診結果有所見率の低減、経営戦略に合わせた従業員エンゲージメントを向上させ、従業員がいきいきと笑顔で働ける職場を実現し、パフォーマンスを向上させることが課題である。                       |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 個人の健康度を上げることや職場環境改善等により従業員エンゲージメントの向上、生産性の向上につながることを期待している。ストレスチェック結果総合健康リスク120以上の部署が現在(2020年度)の4.2%から、2021年度は4%に、2025年度に3%以下になることを目標としている。 |

## 自社従業員(組織)の課題と目標



## ●重点課題1



## ⑩従業員の感染症予防

課題内容 感染症の社内感染による生産性の低下と感染症蔓延による従業員の不安。

## 社内集団感染者数(クラスターの発生)

|    |     |        |
|----|-----|--------|
| 目標 | 数値  | 年度     |
|    | 目標値 | 0件 単年度 |

## ●重点課題2



## ⑪女性特有の健康関連課題等の健康保持・増進に関する課題

課題内容 当社は女性従業員の割合が約8割と高く、女性特有の健康関連課題が経営に大きく影響すること。PMS(月経前症候群)、生理痛、更年期障害等の女性特有の健康関連課題によるプレゼンティーズム。

|    |     |               |
|----|-----|---------------|
| 目標 | 数値  | 年度            |
|    | 目標値 | 現状、数値目標設定なし ー |

## 04 健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

重点課題として挙げた2点以外にメンタルヘルスの取り組みも進めており、ストレスチェック結果総合健康リスク120以上の部署が2020年度の4.2%から、2021年度は4%になった。2025年度に3%以下になることを目標としている。

## 03 施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



- ・感染予防方法の周知
- ・相談先(休日含む)の周知
- ・コロナワクチン職域接種実施、ワクチンの就業時間内接種の推奨
- ・社内マニュアル整備
- ・感染者発生時の対応(社内保健師による健康観察、相談等)
- ・感染予防物品の配置(手指消毒、体温計)
- ・従業員に対し免疫力を上げるサプリメント(ビタミンD等)の配付
- ・テレワークの推奨とそれに伴う健康情報の発信
- ・インフルエンザ予防接種費の会社補助実施、社内接種の実施

## 社内集団感染者数(クラスターの発生)

|        |    |      |
|--------|----|------|
|        | 数値 | 年度   |
| 取組前実績値 | 0件 | 2020 |
| 現在の実績値 | 0件 | 2021 |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社サービス   |
| 名称        | サプリメント(ビタミンD等)の配付  |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 自社研究により在宅勤務や外出制限によるビタミンD産生低下のデータが得られる等により、コロナ禍においてサプリメント摂取で健康増進を図るため従業員への配付を実施。①「ビタミンD」配付(約4,000人×6カ月分:2020年10月)、②「免疫サポート」配付(約4,400人×3カ月分:2021年5月)また、③不織布マスク配付(約3,700人×8箱<1箱50枚入り>:2021年6月)④「免疫サポートチュアブルタイプ」「亜鉛」配付(×3カ月分:2021年10月実施) |
| 導入時期      | ①2020年10月 ②2021年5月 ③2021年6月 ④2021年10月  |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | ●提供後の評価まで至っていないが、従業員から「免疫が高まり安心」という安心感の声がかかれた。   |

## 具体的な実践内容2

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織   |
| 名称        | コロナワクチン職域接種  |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | コロナワクチン職域接種(1回目、2回目)                                   |
| 導入時期      | 1回目接種:2021年6月22日~7月4日<br>2回目接種:7月19日~8月1日              |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | ●本社勤務する従業員の73%が接種。<br>●その他感染予防策の実施と併せて、社内集団感染は発生していない。 |

## 具体的な実践内容3

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社サービス  |
| 名称        | 健康動画配信サービス  |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 感染症および在宅勤務時に起こりがちな健康問題の予防・改善のための情報を盛り込んだ動画を配信。その他、生活習慣の改善に役立つ情報もあわせて配信。 |
| 導入時期      | 2020年~  |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定量・定性) | ●動画を視聴した社員から、在宅勤務時の不調改善に役立ったとの声が多数あった。                                  |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |  |
|---------------|--|
| 実施している施策の課題   | 特になし   |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 朝食の欠食率が高いこと、運動習慣が少ないことについて、改善策を打っていきたい。そのうえで、コロナ禍の状況で働き方が変化している中での従業員の情報収集なども変えていく必要があると考えている。 |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



- ・婦人科健診・検診への費用補助(がん検診を含む)
- ・婦人科健診・検診の受診(定期健診時)に対する就業時間扱い
- ・従業員や保健師等による女性の健康専門の相談窓口設置
- ・女性特有の健康関連課題に対応(産業医や外部の医師、相談窓口の紹介等)
- ・女性の健康づくりを推進する部署(健康支援室)
- ・妊婦健診等の母性健康管理のためのサポートの周知
- ・メノポーズカウンセラーによるセミナーの実施
- ・各階層別の研修で男女問わず女性の健康について情報提供

|        |             |    |
|--------|-------------|----|
|        | 数値          | 年度 |
| 取組前実績値 | 現状、数値目標設定なし | ー  |
| 現在の実績値 | 現状、数値目標設定なし | ー  |

## 具体的な実践内容1

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 外部サービス   |
| 名称        | (医師に教わる)女性特有のからだマネジメント講座   |
| 提供元社名     | 株式会社ファムメディコ  |
| 内容        | 講師によるオンラインセミナー   |
| 導入時期      | 2021年12月2日   |
| 選択理由      | ●価格 ●機能・性能 ●サービス・製品の可能性  |
| 評価(定性・定量) | ●参加者:60名(12/2実施時点)<br>…内訳:男性3名 女性57名 ※役職者20名<br>●オンライン実施により匿名で参加できたことで、本音の質問ができた。<br>●セミナー受講後、受診につながったケースがあった。 |

## 具体的な実践内容2

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社組織/外部サービス   |
| 名称        | 婦人科健診・検診への費用補助  |
| 提供元社名     | 自社の健診補助と加入健康保険組合の健診補助   |
| 内容        | 子宮頸がん検診、乳がん検診(マンモグラフィ、超音波検査)  |
| 導入時期      | 子宮がん検診:15年以上前~、乳がん検診:2018年~   |
| 選択理由      | ●価格 ●効果 ●使いやすさ  |
| 評価(定性・定量) | ●2020年度 乳がん検診受診率:83.3%(35才以上)、子宮頸がん検診受診率:63.3%(35才以上)<br>●受診結果、がんの早期発見と早期治療で職場復帰につながっている。 |

## 01 目的

福利厚生サービスを提供する企業として、「社員が安心して働ける環境を整備し、社業に邁進できるよう健康づくりを会社がサポートすること」は、創業時から企業文化として存在している。社員の活力の向上や生産性の向上を図り、その結果として健康で明るい社会を創ることを社内外に宣言している。

## 02 課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果

| 課題：①従業員のパフォーマンス向上 |  |  |
|-------------------|--|--|
| 健康経営で解決したい経営上の課題  | 不健康や疾病による生産性低下の防止を経営上の課題としてあげている。  |  |
| 健康経営の実施により期待する効果  | 当社の健康課題に対して、目標値の設定を行い、それぞれに対する取組を行うことで、健診受診率や喫煙率等を改善している。その結果、社員一人ひとりが健康に生き活きと活躍し、企業業績と生産性の向上に繋げる。 |  |

## 自社従業員(組織)の課題と目標

## ●重点課題1



## ②従業員のワークエンゲージメント向上に関する課題

|      |  |       |     |
|------|--|-------|-----|
| 課題内容 | ワークエンゲージメントについての調査では、現状は満足度が高いと回答している社員割合は67%になっているが、80%を目標数値として掲げている。 |       |     |
| 目標   | ワークエンゲージメントの状況   |       |     |
|      | 数値   | 年度    |     |
|      | 目標値  | 80.0% | 未公開 |

## ●重点課題2



## ⑧健康状態に関わらず全従業員に対する疾病の発生予防

|      |  |       |      |
|------|--|-------|------|
| 課題内容 | 2015年度の健診結果において、肥満者は全体の30%を占めるに至った。肥満及びメタボリックシンドロームは生活習慣病の主たる原因であり、かつ、わかりやすい指標であるため生活習慣病予防の指標として肥満者の減少を掲げ健康支援に取り組んでいる。 |       |      |
| 目標   | 健康診断における肥満者割合の減少   |       |      |
|      | 数値   | 年度    |      |
|      | 目標値  | 21.0% | 2023 |

## 04 健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

自社サービスを活用して健康経営を促進し、サービスを社外への提供ができています。ここ数年間の残業時間はほぼ横ばいだが、売上高は、2020年度は前年度比約1.5%増、営業利益は約16.4%増となった。

参考 URL  
<https://corp.benefit-one.co.jp/sustainability/kenkokeiei/>

## 03 施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



自社サービスの活用と共に、従業員のワークエンゲージメント向上に努める

## ワークエンゲージメントの状況

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | なし    | —    |
| 現在の実績値 | 67.0% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社サービス  |
| 名称        | ベネフィット・ステーション   |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 企業・団体向けの福利厚生をアウトソーシングで提供する会員制福利厚生サービスであり、会員は140万件以上のサービスを優待価格で利用できる。                                    |
| 導入時期      | 1996年   |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定量・定性) | ●従業員の健康を支えるメニュー(食事・運動アプリ、各種イベント、フィットネス活用促進等個別のライフスタイルに合わせた支援プラン)の提供を行っており、健康に働くことでワークエンゲージメントの向上に努めている。 |

## 具体的な実践内容2

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織   |
| 名称        | サステナビリティ委員会  |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | サステナビリティをめぐる課題への全社的な取り組みを推進することを目的としている。中でも「社員のエンゲージメントの向上に努めるチーム」の中で、健康経営についても議論し、PDCAサイクルを回しながら施策を実施していく方針である。 |
| 導入時期      | 2021年12月   |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | ●2021年12月から活動を開始している。  |

## 具体的な実践内容3

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社組織  |
| 名称        | 創立記念パーティー   |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 弊社が創立した3月に記念パーティーを行っている。社員が一同に集まり、社内のコミュニケーションを促進することを期待している。 |
| 導入時期      | 2016年   |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定量・定性) | ●創立記念パーティーを含む、広く従業員に行う施策の参加状況が70%となっており、今後は100%を目指している。       |

## 取り組みについての課題や困っていること

|               |  |
|---------------|--|
| 実施している施策の課題   | 2021年9月のライフスタイル調査の結果によれば、上記「健康状態に関わらず全従業員に対する疾病の発生予防の課題」に取り組む中で、運動習慣、睡眠の確保が課題となっていることがわかった。特に日中眠気がある社員が3割にのぼり、睡眠時間の確保と睡眠の質の向上が急務となっている。今後は、パソナグループ全体の強みを活かして、一丸となった健康経営を強化していく方針である。また、ベネワン・プラットフォームの活用や、ネオワークスへの取り組みも強化していく方針である。 |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 2021年12月に立ちあがってサステナビリティ委員会と連携し、健康経営を進めていきたい。開始したばかりのため、今後課題を整理し取り組んでいく。  |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



自社サービスの活用と共に、健康状態に関わらず全従業員に対する疾病の発生予防に努める

## 健康診断における肥満者割合の減少

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 24.0% | 2019 |
| 現在の実績値 | 22.0% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社サービス  |
| 名称        | ハピルス健診  |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 従業員の健診代行サービス  |
| 導入時期      | 2013年10月  |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定性・定量) | ●ハピルス健診によって速やかに健診予約を促し、健診受診率100%を達成している。<br>●データの連携も速やかに行えるため、定期健康診断後の精密検査を促すことができ、受診率2019年度20.10%から2020年度40.10%となっている。 |

## 具体的な実践内容2

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社サービス   |
| 名称        | ベネワンプラットフォーム   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 従業員の人事データや健康情報等を一括管理できるHR Tech サービス  |
| 導入時期      | 2020年  |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定性・定量) | ●従業員のスキル・評価や、残業時間、異動情報などの人事データに加え、健診結果・生活習慣などの健康情報を一括で管理できるサービス。また、他社のHRサービスのデータと連携も可能。将来的には、従業員一人ひとりの健康状態やパフォーマンスに合わせた、最適な福利厚生サービスのレコメンドなどの実現を目指している。 |

## 具体的な実践内容3

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社サービス  |
| 名称        | 健康ポイントプログラム   |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 健康活動によるポイント付与・管理を行う   |
| 導入時期      | 2015年4月   |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定性・定量) | ●日々の歩数や体重等が管理でき、生活習慣改善の取り組みによりポイントを貯められ、貯めたポイントで賞品と交換できる健康ポイントプログラムを導入。本プログラムの導入後の調査結果では76%が満足と回答。「自分の生活習慣を見直すことができた」「健康意識するようになった」「働くことに対してのパフォーマンスが変化してきている」等のコメントが寄せられており、健康診断結果にも今後影響を及ぼすと思われる。 |

01  
目的

当社グループの基本使命(まちづくりを通じた真に価値のある社会の実現)及び、2030年までの長期経営計画の達成のためには、従業員が、心身ともに健康で最高のパフォーマンスで働くことが可能な状態を5年、10年スパンで「続けていく文化」を形成していくことが必要であると考えているため。

02  
課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題:①従業員のパフォーマンス向上

|                  |  |
|------------------|--|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 2030年までの長期経営計画の達成。   |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 従業員が、心身ともに健康で最高のパフォーマンスで働くことが可能な状態を5年、10年スパンで「続けていく文化」を形成すること。 |

## 自社従業員(組織)の課題と目標

## ●重点課題1



## ⑬生活習慣病等の疾病リスクを持つ従業員への重症化予防の課題

課題内容 重症化予防プログラムへの参加割合を増加させること

## メタボハイリスク層の割合の低下

| 目標  | 数値    | 年度   |
|-----|-------|------|
| 目標値 | 14.8% | 2030 |

## ●重点課題2



## ⑭メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応に関する課題

課題内容 ストレスチェックにおける高ストレス者の割合に課題があるわけではないが、低水準を継続し続けること

## ストレスチェックにおける高ストレス者の割合

| 目標  | 数値       | 年度   |
|-----|----------|------|
| 目標値 | 10%以下を維持 | 2030 |

04  
健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

自身の健康については、病気になって初めてその重要性を認識することも多いが、会社の経営課題として認識されていることを会社が発信することで、社員が健康を意識する機会が増えているため、その点が成果であると思われる。

03  
施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



## 重症化予防プログラムへの参加勧奨

## メタボハイリスク層の割合の低下

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 36.4% | 2019 |
| 現在の実績値 | 39.5% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社組織  |
| 名称        | —   |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 人事部より重症化予防プログラムの参加勧奨を行うもの   |
| 導入時期      | 2021年4月   |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定量・定性) | ●健保組合からのみならず、自社人事部から通知がくることで一定程度の効果があったと思料するが、2020年度はコロナ禍の働き方の変化により数値が悪化している。 |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



## 管理職層向けの研修に関連する内容を盛り込む

## ストレスチェックにおける高ストレス者の割合

|        | 数値   | 年度   |
|--------|------|------|
| 取組前実績値 | 5.5% | 2019 |
| 現在の実績値 | 4.7% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社組織  |
| 名称        | 管理職層への定期的なメンタルヘルス研修   |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 新任の管理職に実施している部下に対するメンタルヘルス研修の内容を録画し、配信。                                       |
| 導入時期      | 2021年4月   |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定性・定量) | ●開始したばかりの施策であり具体的な効果までは測れていない。<br>●毎年確認できる機会が提供されるため、より部下のメンタルヘルスへの意識が向上している。 |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |  |
|---------------|--|
| 実施している施策の課題   | より会社としてアプローチしたい、比較的健康意識の高くない社員が取組みたいと思えるような内容とすることが課題と感じている。 |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 特になし   |

01  
目的

ルネサンスの企業理念である「生きがい創造企業」を実現し、健康づくりを通じてお客様お一人おひとりの生きがい創りに取り組むため。(ルネサンス健康経営宣言より)

02  
課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果

## 課題：⑥ 企業理念の実現

|                  |   |
|------------------|---|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | ルネサンスの企業理念である「生きがい創造企業」を実現し、健康づくりを通じてお客様お一人おひとりの生きがい創りに取り組むためには、従業員が、「心身共に健康のプロフェッショナル」であることを会社として求め、自らの健康を維持向上させるとともに、仕事を通じて社会に貢献し生きがいをも追求することを、健康経営宣言と企業行動指針を通じて社内の共通の価値観として位置付けている。  |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 健康経営の目標指標は下記の通り。<br><ul style="list-style-type: none"> <li>●従業員のエンゲージメントの向上(EIS)</li> <li>●健康サポートアプリ「カロママプラス」従業員平均スコアの向上</li> <li>●定期健康診断要管理率の低下</li> <li>●定期健康診断要再検査、要精密検査、要医療者の再受診率の向上</li> <li>●喫煙者0の実現</li> <li>●顧客感動満足度(CIS)の向上</li> </ul> |

## 自社従業員(組織)の課題と目標

## ●重点課題1

## ⑩健康状態にかかわらず全従業員に対する疾病の発生予防

|      |   |             |
|------|---|-------------|
| 課題内容 | 従業員が健康のプロフェッショナルであるべく健診結果で治療が必要な場合に医療機関を受診し改善を図る事が必要だが下記現状(2018~2020年度受診率推移)<br>・精密検査 28.7%⇒77.9%⇒38.9%<br>・再検査 17.0%⇒68.1%⇒31.9%<br>・要医療 21.5%⇒65.0%⇒29.7%<br>※2020年度はコロナ禍の医療機関側の対応により健診受診期間を限定し取組めず年度中の受診勧奨が十分にできず。 |             |
| 目標   | 要精密検査、要再検査、要医療の受診率  |             |
|      | 数値  | 年度          |
|      | 目標値   | 100.0% 2021 |

04  
健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

健康経営の目標指標と成果進捗(エンゲージメント除いて、いずれも2018~2020年度の3カ年)は以下のとおりです。

|  |   |
|--|---|
| (目標)従業員のエンゲージメントの向上(EIS)<br>(進捗)wevoxスコア 2019年度69.0点⇒2020年度69.6点 | (目標)定期健康診断要再検査、要精密検査、要医療者の再受診率の向上<br>(進捗)精密検査 28.7% ⇒ 77.9% ⇒ 38.9%<br>再検査 17.0% ⇒ 68.1% ⇒ 31.9%<br>要医療 21.5% ⇒ 65.0% ⇒ 29.7% |
| (目標)健康サポートアプリ「カロママプラス」従業員平均スコアの向上<br>(進捗)46.5点⇒57.6点⇒52.0点       | (目標)顧客感動満足度(CIS)の向上<br>(進捗)現状、測定なし  |
| (目標)定期健康診断要管理率の低下<br>(進捗)有所見率 41.5% ⇒ 45.6% ⇒ 46.0%              |   |

03  
施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;

## 健康アドバイスアプリ『カロママ』ルネカップ(チーム対抗戦の全社イベント)

## 要精密検査、要再検査、要医療の受診率

|        | 数値    |       |       | 年度   |
|--------|-------|-------|-------|------|
| 取組前実績値 | 28.7% | 17.0% | 21.5% | 2018 |
| 現在の実績値 | 77.9% | 68.1% | 65.0% | 2019 |

## 具体的な実践内容1

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 外部サービス  |
| 名称        | カロママプラス   |
| 提供元社名     | 株式会社リンクアンドコミュニケーション   |
| 内容        | 健康サポートアプリの開発、提供   |
| 導入時期      | 2017年度  |
| 選択理由      | ●効果 ●機能・性能 ●使いやすさ   |
| 評価(定量・定性) | ●健康リテラシーの向上(2019年度従業員のアプリダウンロード率100%の達成)。<br>●健康スコアが一部改善(2018年度:46.5点、2019年度:57.6点、2020年度:52.0点)。<br>●「栄養バランスを考えている」従業員割合の増加(2017年度:37%、2018年度:41%、2019年度:44%、2020年度:49%)。<br>●食事のバランスだけではなく運動も含めてスコアリングされることで、個人の生活習慣の改善はもちろんのこと、スコアをめぐる従業員間のコミュニケーションも発生して、集団としても健康習慣の定着が見られます。 |

## 具体的な実践内容2

|           |  |
|-----------|--|
| 分類        | 自社組織   |
| 名称        | 定期健診において異常所見のあった対象者の再受診率向上の社内取組み   |
| 提供元社名     | (回答不要)   |
| 内容        | 定期健診において異常所見のあった対象者に対し、再受診を促進する社内取組み<br>対象者:判定区分「再検査」「精密検査」「要医療」の従業員<br>アクションプラン<br>①対象者に対し健診結果返却に併せて社長名で受診勧奨の手紙同封<br>②受診完了報告書のない従業員に対し本人へ個別フォロー実施<br>③同時に組織別受診状況の見える化を進め直上司と各本部長へ支援依頼   |
| 導入時期      | 2019年度   |
| 選択理由      | (回答不要)   |
| 評価(定量・定性) | (2018~2020年度受診率推移)<br>●精密検査 28.7% ⇒ 77.9% ⇒ 38.9%<br>●再検査 17.0% ⇒ 68.1% ⇒ 31.9%<br>●要医療 21.5% ⇒ 65.0% ⇒ 29.7%<br>※2020年度はコロナ禍の医療機関側の対応により健診受診期間を限定し取組めず年度中の受診勧奨が十分にできず。<br>●受診勧奨の手紙を社長名かつ色紙(赤)にすることで、本人の受診行動が促進されている。<br>●受診が進まない場合は上長に対し対象者の有無を伝えることで、組織内の啓発がなされ、勤務時間の調整等の支援が生まれ、受診に繋がっている。 |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |   |
|---------------|---|
| 実施している施策の課題   | 従業員の平均年齢の上昇にともない、健康診断の有所見率も上昇傾向にある。受診勧奨の取り組みは行っているが、精密検査・再検査・要医療の受診率向上に一定の効果はあるものの、100%を達成できていない。従業員の健康意識の醸成や、行動変容に有効な方策を検討しなければいけない。                           |
| 今後取り組みたい施策の課題 | エンゲージメントについて、wevoxを活用することで管理職が組織の状態をタイムリーかつ多角的に確認することはできる状態だが、課題の発見~対策立案・実行まで、各職場単位の取組みにとどまる。各職場単位の課題や取組みを会社として吸い上げ、エンゲージメント向上に結び付く全社施策を展開することが喫緊の課題であると認識している。 |

01  
目的

グループ理念「私たちは”みんなと暮らすマチを幸せにします。」に基づき「マチのほっとステーション」を企業スローガンとして、「3つの優しさ」を目指しています。お客様の身近なコンビニエンスストアだからこそできる、健康で長寿な暮らしをサポートすることにより、「近くにいつものローソンがあるから安心」と言っていただけのような存在でありたいと考えています。そのため、まず従業員が健康、加盟店のオーナー・クルーが健康であることが大切です。このため、私たちはローソンで働くみんなの健康維持向上に努めています。

02  
課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：③ 中長期的な企業価値向上

|                  |  |
|------------------|--|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 事業方針「3つの約束」に基づき、<br>①商品や店舗を通じてすべての人の健康増進の支援する⇒減塩、低糖質、タンパク質を強化した商品の開発、保存料・合成着色料の不使用、医薬品販売体制構築、ナチュラルローソン、ヘルスクエアローソンの拡大、自治体との健康づくり連携推進、加盟店健康取組支援・補助、従業員健康の推進。<br>②働きやすく、働きがいのある環境の提供を行うことで、中長期的な企業価値向上を目指す。 |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 指標：健康関連商品売上高・ナチュラルローソン、ヘルスクエアローソン店舗数・社員意識調査結果・健診結果(肥満適正者比率)・問診回答結果(食事・運動・睡眠項目)・ストレスチェック(高ストレス者・高ストレス部署比率)での結果改善を目指す。<br>重点目標：2025年度 健診肥満適正者比率57.6%、高ストレス部署比率5%、健康関連商品売上高向上(参考：2019年食品全体売上比3割)            |

## 自社従業員(組織)の課題と目標



## ●重点課題1



## ⑬生活習慣病等の疾病リスクを持つ従業員への重症化予防の課題

|      |  |            |
|------|--|------------|
| 課題内容 | 課題：ハイリスク者比率(2019年10.1%)、肥満(男性)適正者比率(2019年51.3%)の改善が進まない。※適正者比率＝生活習慣病リスク保有者に該当しない比率(2018年から発行されている『健康スコアリングレポート』で用いられている【リスク保有者の判定基準】を使用)。<br>根拠：重症化取組を進めても、毎年健康者からの参加者が減らないことが主要因。このため健康者に対する発生予防が不可欠。 |            |
| 目標   | 肥満適正者比率の改善   |            |
|      | 数値   | 年度         |
|      | 目標値  | 55.0% 2025 |

## ●重点課題2



## ⑭メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応に関する課題

|      |   |            |
|------|---|------------|
| 課題内容 | 課題：2019年ストレスチェック結果において高ストレス者比率14.6%(部署比率6.6%)と依然数値が高く、産業医面談数(2018年39名⇒2019年41名)も高く推移している。<br>根拠：メンタルヘルス不調改善はワークエンゲージメントやウェルビーイング実現に向けて、影響の大きな項目。このため改善に注力することが不可欠 |            |
| 目標   | 高ストレス者比率の改善   |            |
|      | 数値  | 年度         |
|      | 目標値   | 12.0% 2025 |

03  
施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



## 健康増進施策の実施

## 肥満適正者比率の改善

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 51.3% | 2019 |
| 現在の実績値 | 50.1% | 2020 |

## 具体的な実践内容1

|           |                               |
|-----------|-------------------------------|
| 分類        | 外部サービス                        |
| 名称        | カロママプラス                       |
| 提供元社名     | 株式会社リンクアンドコミュニケーション           |
| 内容        | 歩数・睡眠・食事管理                    |
| 導入時期      | 2017年～                        |
| 選択理由      | ●価格 ●効果 ●機能・性能 ●使いやすさ         |
| 評価(定量・定性) | ●2017年から食事・運動・睡眠に関する問診回答が年々改善 |

## 具体的な実践内容2

|           |   |
|-----------|---|
| 分類        | 自社組織  |
| 名称        | オンラインを活用した運動・コミュニケーション促進                                    |
| 提供元社名     | (回答不要)  |
| 内容        | 参加者からの取組投稿 投稿へのコメント ラジオ体操動画の配信 Web会議でのラジオ体操実施 取組結果ランキング掲載 等 |
| 導入時期      | 2020年～  |
| 選択理由      | (回答不要)  |
| 評価(定量・定性) | ●コロナ禍における、施策中コミュニケーション醸成への貢献<br>●ラジオ体操動画を使った運動促進の実施         |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |   |
|---------------|---|
| 実施している施策の課題   | 健康増進施策の実施について、毎回参加数は増えているものの肥満率改善という全体数値への貢献ができていない。また、アプリの起動率＝利用の確認となり、実態の把握、効果測定が難しい。 |
| 今後取り組みたい施策の課題 | メンタルヘルス取組についてはまだ取組途中の施策であるため、仮説・実行・検証をしっかりと行い進めていきたい。                                   |

04  
健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

中期経営計画の中で、「3つの約束」を提示し取り組んでいる。この取組結果がお客様からの評価、従業員や加盟店からの評価につながると考えている。健康関連商品売上高、従業員満足度については、2020年度まで前年比較で毎年向上している状況である。

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



## メンタルヘルス研修の実施

## 高ストレス者比率の改善

|        | 数値    | 年度   |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 14.5% | 2020 |
| 現在の実績値 | 14.1% | 2021 |

## 具体的な実践内容1

|           |                                |
|-----------|--------------------------------|
| 分類        | 自社組織                           |
| 名称        | オンラインを活用したメンタルヘルス研修            |
| 提供元社名     | (回答不要)                         |
| 内容        | teamsを活用した全国へのメンタルヘルス研修        |
| 導入時期      | 2021年9月～(研修実施が2021年9月以降の取組のため) |
| 選択理由      | (回答不要)                         |
| 評価(定量・定性) | ●メンタルヘルス研修参加率100%(10/10部署)     |

企業  
プロフィールNEVER SAY NEVER  
ロート製薬

ロート製薬 株式会社

業種 8 医薬品 従業員数 1,891名 (2020年度末)

01  
目的

弊社では、長期に亘って健康経営への取り組みを継続しております。弊社が考える‘健康’とは、単に病気でない、ということだけではありません。心身の健康を基盤として、情熱をもって日々の仕事に取り組むことができこそ‘真の健康’であり、そういった社員が世の中の健康を支えていく‘健康人財’であると考えています。私たちは、社員が自ら前向きに健康であり続けようとする‘きっかけづくり’に注力することで、健康人財を育成し、社員が自分自身のために行動を起こしWell-beingな状態を作り出すことを目的としています。

02  
課題・目標

## 健康経営で解決したい経営上の課題と効果



## 課題：① 従業員のパフォーマンス向上

|                  |   |
|------------------|---|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 社員の平均年齢が上がる中で、社員ひとりひとりがいきいきと働き続け、Well-beingを実現すること                      |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 健康KPIとして8つの指標を掲げ取組を実施することで、社員ひとりひとりが自身の健康やWell-beingを考え行動に移すことを期待しています。 |

## 自社従業員（組織）の課題と目標

## ●重点課題1



## ⑦ 従業員間のコミュニケーションの促進

これまでオフィスでの会話や運動会などのイベントなど、対面でのコミュニケーションを重んじてきた中で、コロナ禍において、そのような機会が減少している。

全社ウォーキングイベントとこチャレでの参加率（データ取り込み率）(21年度上期は個人戦、下期はチーム戦導入しコミュニケーションを促進)

|    |     |        |
|----|-----|--------|
| 目標 | 数値  | 年度     |
|    | 目標値 | 100.0% |

## ●重点課題2



## ⑩ 生活習慣改善（運動・睡眠・食生活等）に関する従業員の課題

社員の平均年齢が上がり有所見率が上がっている健診項目があることや、コロナ禍において社員の運動不足が目立つなどの課題が見られる。

メタボリックシンドロームおよび予備群に該当する者の割合

|    |     |      |
|----|-----|------|
| 目標 | 数値  | 年度   |
|    | 目標値 | 0.0% |

04  
健康経営の成果

## 経営上の課題に対する健康経営の成果

設定した8個の健康KPIに対して、1人1人注力するKPIを決めて宣言し、合計1,757人の社員(21年8月時点)が実際に各施策に取り組んだ。全体的に意識があがることにつながり、2021年下期のこチャレの参加率は93.0%となり、高い参加率となった。2021年度最も注力してきたメタボ脱出については、メタボ該当から非該当へ移行した社員は11人、メタボ予備群から非該当へ移行した社員は54人となった(2022年1月6日時点)。

03  
施策・実績

## 健康経営の取り組み

## ●施策内容&lt;重点課題1&gt;



社内ウォーキングイベント「とこチャレ」でのチーム戦実施、体力測定の実施と即時のフィードバック

全社ウォーキングイベントとこチャレでの参加率  
(データ取り込み率) (21年度上期は個人戦、下期はチーム戦導入しコミュニケーションを促進)

|        |       |          |
|--------|-------|----------|
|        | 数値    | 年度       |
| 取組前実績値 | 72.9% | 2021(上期) |
| 現在の実績値 | 93.0% | 2021(下期) |

## 具体的な実践内容1

|               |   |
|---------------|---|
| 分類            | 自社組織  |
| 名称            | とこチャレ   |
| 提供元社名         | (回答不要)  |
| 内容            | 全社員に活動量計を配付し、歩数・早歩き時間に応じてポイントを付与し、個人・チームで楽しく競うイベント。社員の平均歩数8,000歩・平均早歩き20分以上を達成することを目的としている。2020年春、2021年春のとこチャレでは、コロナの状況を鑑み、個人戦のみの実践となったが、2021年秋のとこチャレではチーム戦の導入と、スマホでの歩数実績やチーム成績の見える化を行った。   |
| 導入時期          | 2017年1月   |
| 選択理由          | (回答不要)  |
| 評価<br>(定量・定性) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●2021年秋のとこチャレ(3週間実施)では、全社で平均歩数9,145歩・平均早歩き30分を達成</li> <li>●平均歩数8,000歩・平均早歩き20分以上を達成した者の割合は52.3%と、直近3年で最高記録を達成</li> <li>●2021年春のとこチャレでは、コロナ禍で個人戦のみでの実施となり、あまり盛り上がりなかったが、今回チーム戦を導入し、スマホで実績やランキングを確認できるようにしたことで、社員同士のコミュニケーションの活性化にもつながった。</li> </ul> |

## 具体的な実践内容2

|               |   |
|---------------|---|
| 分類            | 外部サービス  |
| 名称            | ASICS Health Care Check   |
| 提供元社名         | 株式会社アシックス   |
| 内容            | 体力測定のような測定項目からアシックス様独自の健康度総合評価指数である健全年齢を算出し、社員の健康増進のサポートに活用する。  |
| 導入時期          | 2019年～  |
| 選択理由          | ●サービス・製品の可能性  |
| 評価<br>(定量・定性) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●健全年齢が実年齢よりも若かった社員の割合は52.2%だった。</li> <li>●例年は全社が終了してから結果返却を行っていたが、今回は各拠点で終了する毎に返却を行い、実施後1週間フィードバックし、朝礼での結果共有を行った。それによって、自身の結果の振り返りや、仲間とのコミュニケーションにつながった。</li> <li>●腰痛や肩痛のリスクなど、プレズンティーズムにつながるリスクをもつ社員の割合を把握できたことで、次の施策に繋がるきっかけとなった。</li> </ul> |

## 取り組みにおける課題や困っていること

|               |  |
|---------------|--|
| 実施している施策の課題   | 運動関連の項目に関しては数値が改善されているものの、睡眠やメタボなどの項目に関しては目標値から遠ざかっており、数値の改善のためにさらなる工夫が必要だと考えている。                                      |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 睡眠時間が6時間未満の者が62%、また睡眠に不満を抱えている者が44%いることから、睡眠に関する施策に取り組んでいくことを検討している。また、腰痛・肩こりに悩む社員に対して、痛みを改善のためのツールとしてアプリの導入などを検討している。 |

## ●施策内容&lt;重点課題2&gt;



脱メタボプログラムを活用したメタボ脱出への取組

メタボリックシンドロームおよび予備群に該当する者の割合

|        |       |      |
|--------|-------|------|
|        | 数値    | 年度   |
| 取組前実績値 | 12.4% | 2020 |
| 現在の実績値 | 14.3% | 2021 |

## 具体的な実践内容1

|               |   |
|---------------|---|
| 分類            | 自社組織  |
| 名称            | 脱メタボプログラム   |
| 提供元社名         | (回答不要)  |
| 内容            | 脱メタボプログラム(健康的な生活習慣をレベル別にまとめた1枚もの)を配付し、クリアの項目数に応じて社内健康通貨ARUCOを付与する。  |
| 導入時期          | 2021年2月   |
| 選択理由          | (回答不要)  |
| 評価<br>(定量・定性) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●脱メタボプログラムに取り組んだ社員のうち、全36項目中、20～29項目クリアした者で平均-3.26kg、30～36項目クリアした者で平均-4.44kgとなった。</li> <li>●脱メタボプログラムクリア項目が多いほど体重減少につながったことから、プログラムとして効果的であったと考える。</li> <li>●一方で、社員からは理解しづらい項目などもあり、内容の見直しが必要である。</li> </ul> |

## 具体的な実践内容2

|               |   |
|---------------|---|
| 分類            | 自社組織  |
| 名称            | ロートレ  |
| 提供元社名         | (回答不要)  |
| 内容            | 毎日の食事・運動ミッションと週1回のオンライントレーニングに取り組む減量・筋トレコースと、週に2回以上の運動を目指す運動習慣コースを提供。   |
| 導入時期          | 2021年7月   |
| 選択理由          | (回答不要)  |
| 評価<br>(定量・定性) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●181名が参加し、日々の取組を通して、変わった者が食事習慣9%、運動習慣43%、どちらも15%と意識変化をもたらすことができた。</li> <li>●オンラインを活用して運動への意識変化をもたらすことができたことは良かった。</li> <li>●元々やる気のある層だけではなく、本当に運動に取り組んでほしい人へのアプローチの方法は再検討する必要があると感じる。</li> </ul> |

## 具体的な実践内容3

|               |  |
|---------------|--|
| 分類            | 自社組織   |
| 名称            | 社内健康通貨ARUCOの活用   |
| 提供元社名         | (回答不要)   |
| 内容            | 日々の歩数・早歩きや運動の実践など、健康的な行動に対して、社内健康通貨ARUCOを獲得することができ、獲得したARUCOで健康グッズや有給休暇などのさらに健康を高めるものに交換できる仕組みを提供。   |
| 導入時期          | 2018年12月   |
| 選択理由          | (回答不要)   |
| 評価<br>(定量・定性) | <ul style="list-style-type: none"> <li>●2021年11月には、秋のウォーキングイベントの前にARUCO3,000円分をスニーカーの購入補助に充てることのできるキャンペーンを行った。その結果、257人がキャンペーンを利用した。</li> <li>●社員からの声としてはポジティブなものが多く、今後も継続を望む声が目立ち、好評だったと捉えている。</li> </ul> |

Well-being 健康長寿  
100 産業連合会