

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 (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 (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 (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)。 【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。 【実績】全国展開してい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 血圧有所見者	2017
	10.0%		
現在の実績値	14.9%	糖代謝異常者 血圧有所見者	2020
	8.3%		

※糖代謝異常者：HbA1c ≥ 5.6、血圧有所見者：収縮期 ≥ 140or 拡張期 ≥ 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 (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。 ●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 (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 (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 ●「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。 ●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。 ●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。 ●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 (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。