

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

課題内容 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。

目標 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
目標値	100.0%	2022

●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 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。

目標 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
目標値	0.0%	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

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年下期のど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<重点課題1>



社内ウォーキングイベント「どこチャレ」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ど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	どこチャレ
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年春のどこチャレでは、コロナの状況を鑑み、個人戦のみの実践となったが、2021年秋のど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 (定量・定性)	<ul style="list-style-type: none"> ●2021年秋のどこチャレ(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 ●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 ●2021年春のどこチャレでは、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。

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 (定量・定性)	<ul style="list-style-type: none"> ●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。 ●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週間でフィードバックし、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。 ●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。

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	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<重点課題2>



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 (定量・定性)	<ul style="list-style-type: none"> ●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。 ●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。 ●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。

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 (定量・定性)	<ul style="list-style-type: none"> ●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。 ●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。 ●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。

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 (定量・定性)	<ul style="list-style-type: none"> ●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。 ●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。