

01 目的

お客様へ健康をお届けする企業として、従業員一人ひとりが明るく健康で生き活きと働き、「健康」という社会課題を解決しながら、社会と共に持続的に成長することを目指しています。従業員とその家族が健康であること、従業員が個々の能力を十分に発揮できる環境づくりは、社会的価値と経済的価値の両立に繋がります。キリングループは、社会的価値と経済的価値の両立による、CSV経営の実現を目指しています。

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：②組織の活性化 | |
|------------------|--|
| 健康経営で解決したい経営上の課題 | 従業員一人ひとりが、日々安全な環境で、心身共に健康で生き活きと働くことで、常に高いパフォーマンスを発揮できている状態をつくること。 |
| 健康経営の実施により期待する効果 | 従業員一人ひとりが日々生き活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。プレゼンティーズムが22年より改善することを指標の一つとしている。 |

自社従業員(組織)の課題と目標

●重点課題1 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

| | | |
|------|--|------|
| 課題内容 | プレゼンティーズムの測定にあたり、現行のWHO-HPQ調査に他方式の調査に加え、ダブルで調査(測定)を実施。両調査結果の差異を比較・確認。また、各種健康データや調査の結果と、プレゼンティーズムの値の相関を確認し、健康情報発信や関連施策に反映させる。 | |
| 目標 | プレゼンティーズムの低減 | |
| | 数値 | 年度 |
| 目標値 | 2022年より改善 | 2024 |

●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 | 従業員が健康関連のリテラシーを高めることで、従業員の健康的な生活の実践に繋げるため、従業員対象の健康リテラシーチェックを実施。従業員と会社が現状を把握することで、従業員の健康意識向上と、会社の施策検討に活かす。 | |
| 目標 | 飲酒習慣スクリーニングテスト(AUDIT)8点未満割合 ※2021年までは10点未満割合で目標設定(点数が高いほど飲酒量は多い) | |
| | 数値 | 年度 |
| 目標値 | 73.0%以上 | 2024(8点未満) |

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

ESGへの取り組み含め、健康経営を推進すること、その実態を社外に開示することで、社外からの高い評価を獲得し、企業価値向上につながっている。企業価値の向上は、従業員のエンゲージメント向上やリクルートでも良い影響をもたらしている。(エンゲージメント調査2019年64→2021年70に向上)

03 施策・実績

健康経営の取り組み

●施策内容<重点課題1>

 ストレスチェック実施時に、2種類の 방법으로プレゼンティーズムを測定。他の調査結果との相関を確認し、実施施策の検討に繋げる。調査結果は組織分析を行い、各場所にフィードバック。

プレゼンティーズムの低減

| | 数値 | 年度 |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 60.65 | 2020 |
| 現在の実績値 | 61.46 | 2021 |


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 | プレゼンティーズムと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(定量・定性) | ●調査実施後、組織分析のフィードバックシートの提出に加えコンサルタントによる個別の報告会を実施。組織ごとの課題把握と対応に繋がっている。(いきいき度2019年112→2022年115に改善)今後調査結果のクロス分析を行い、施策の質の向上をめざしている。 ●プレゼンティーズムとストレスチェック、飲酒習慣スクリーニングテスト(AUDIT)の同時実施は、従業員負荷軽減にもつながっている。 |

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 | ストレスチェック・プレゼンティーズム・AUDITの同時実施は開始したばかりで、各調査結果のクロス分析はこれからとなる。分析から施策に繋げ、その有効性を確認するには一定の時間がかかる点。 |
| 今後取り組みたい施策の課題 | 健康は、プライベート時間の影響が大きく会社の関与の範囲に限られる。また、Well-being、人財戦略(人的資本経営)、健康経営など様々なアプローチがあり、従業員が理解して行動変容に繋がられるようなインナー施策の内容も課題。 |

●施策内容<重点課題2>

 毎年飲酒習慣スクリーニングテスト(AUDIT)を実施し、従業員自身が飲酒習慣をセルフチェック。秋には適正飲酒啓発のための研修を実施している。

飲酒習慣スクリーニングテスト(AUDIT)10点未満割合

※2022年より基準を8点未満割合に変更

| | 数値 | 年度 |
|--------|-------|------|
| 取組前実績値 | 83.1% | 2020 |
| 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 | 質問への回答で、飲酒習慣や飲酒量をセルフチェックし、得点化するもの |
| 導入時期 | 時期不明(かなり以前から導入している) |
| 選択理由 | ●効果 ●機能・性能 ●使いやすさ ●実績 |
| 評価(定量・定性) | ●継続したセルフチェックと、定期的な研修実施の効果もあり、AUDIT10点未満(適正な飲酒実施者)の割合は、毎年向上となった。(AUDIT10点未満割合【2019年 77.1%】→【2021年 84.6%】に向上) ●コロナと経済生活の両立が広がり、飲酒の機会が増加している。今後も定期的なセルフチェックと研修実施を継続し、従業員自ら適正飲酒を実践することで、周囲の人々の適正飲酒啓発に繋がりたい。 |