

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 3,627名(2025年3月)

01 推進方針

味の素グループは、「Eat Well, Live Well」を掲げ、アミノサイエンス®の力を通じて、人・社会・地球それぞれのWell-beingの向上に貢献しています。2030年までに10億人の健康寿命延伸を実現することを目標とし、その実現に向けて、全ての従業員が自らのHealth Well-beingを高め、健康でいきいきと働ける会社づくりを進めています。

02 目標・課題

目標 「味の素グループで働いていると、自然と健康になる」のもと、セルフケア実践を通じて健康寿命延伸を目指すと共に、事業を通じた社会課題解決と持続的成長を実現します。

目標の達成状況を確認する指標 (KGI)

指標 (KGI) の概要	
動脈硬化性疾患予防に向け、セルフケア促進と生活習慣改善を通じてプライマリー有所見率の低減を図ります。	
指標 (KGI) の目標値	達成目標年度
プライマリー有所見率の低減①BMI80、②血圧60、③血糖40	2030年度

指標 (KGI) の概要	
エンゲージメントの向上に向け、健康で働きがいを感じられる職場環境を整備し、エンゲージメントを高めます。	
指標 (KGI) の目標値	達成目標年度
持続可能なエンゲージメント 90%	2030年度

自社従業員の課題

重点課題① 【KGI】プライマリー有所見率の低減①BMI80、②血圧60、③血糖40



⑧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 2024年度のプライマリー有所見率は、BMI83、血圧58、血糖46となりました。BMIと血糖の有所見率についてはセルフ・ケア度の向上を通じた目標達成に向けて、より効果的な施策を実施することが重要です。

数値目標 (KPI)	名称:セルフ・ケア度				
	数値	単位	年度		
	取組前実績値	68.8	点	2020年度	
	現在の実績値	70.3	点	2024年度	
目標値	75.0	点	2030年度		

重点課題② 【KGI】持続可能なエンゲージメント 90%



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 健康を基盤としたエンゲージメント向上を目指すにあたっては、従業員が会社は従業員の健康と幸福に留意して取り組み、そのことが自身の健康的なライフスタイルに寄与していると認識することが重要です。

数値目標 (KPI)	名称:ウェルビーイング				
	数値	単位	年度		
	取組前実績値	75.0	%	2017年度	
	現在の実績値	82.0	%	2024年度	
目標値	90.0	%	2030年度		

取り組みにおける課題や困っていること

現在実施している施策での課題や困っていること	血糖についての有所見者数が増加傾向のため、原因を確認中であること。
今は取り組んでいない、今後取り組みたい施策での課題や困っていること	運動習慣化促進施策をグローバルで展開するための適切な指針。

03 施策・実績

健康経営の取り組み

施策内容(重点課題1)



従業員の意識醸成のための①「がん“るるく”月間」社長メッセージ動画、②歩こうフェス、③My Health Lunch、④パルスサーベイ、⑤ラインケア研修、⑥健診戦等

具体的な実践内容1

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	健康管理業務を幅広くカバー。各種健診、ストレスチェックのデータを一元管理。業務に合わせたカスタマイズが可能で、このDBからMy Healthへデータ提供。		
導入時期	2018年度	選択理由	●価格 ●機能・性能 ●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「My Health」にデータ提供。従業員が自分の健康状態をPC上で把握することができる。 ●健診の準備から実施管理まで対応。個人健康管理、集計、メール案内、アンケート機能などがある。オプションとしてストレスチェックにも対応。		

具体的な実践内容2

分類	自社グループ組織	名称	パルスサーベイアプリ「Cocoro」
内容	Microsoft社のPower AppsとPower Automateを活用し、パルスサーベイを製作。転入者や新卒・キャリア入社者を対象に簡易的な質問を毎月発信し、ネガティブな回答者に対して声かけや面談を実施する。		
導入時期	2024年10月	選択理由	●価格 ●機能・性能 ●使いやすさ
評価 (定量・定性)	●開始以降、対象者の中からメンタル休業者は発生していない。 ●メンタル予防を目的とした従業員に対する直接支援として、一定の効果があると捉えている。		

具体的な実践内容3

分類	自社グループ組織
名称	My Health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「おいしく楽しい」、「満足感」を満たすメニュー。
導入時期	2018年
選択理由	●価格 ●機能・性能 ●使いやすさ
評価 (定量・定性)	●「ラブベジ」プロジェクト(野菜喫食を促進する当社企画)と連動し、従業員参加型で施策強化。塩分量も3.0g以下に設定し、自然と健康になるように設定している。

施策内容(重点課題2)



全員面談を実施率100%で実施。
特定保健指導は若年層(39歳以下)にも対象を拡大して実施。

具体的な実践内容1

分類	自社グループ組織
名称	全員面談
内容	セルフ・ケア向上を支援するための、健康診断後の個別全員面談
導入時期	2001年
選択理由	●機能・性能 ●実績
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、従業員との信頼関係の構築、組織文化診断、各種の有所見率の改善につながる。

04 健康経営の成果

検証指標	プライマリー有所見率の低減①BMI80、②血圧60、③血糖40、持続可能なエンゲージメント。
検証手法・方法	①プライマリー有所見率:年齢調整した社外ベンチマークの有所見率を100とし、自社のBMI・血圧・血糖における標準化有所見比で評価。 ②持続可能なエンゲージメント:「一日を通して生き活きと仕事ができている」などの設問に対する好意的回答率で検証。
検証結果 (具体的な施策の成果を含む)	2024年度は①プライマリー有所見率(BMI82・血圧58・血糖46)、②持続可能なエンゲージメント81%となり、いずれも前年より改善。2030年目標に向けてさらなる施策の精度の向上が必要。

データ活用事例

事例名	従業員の健康関連情報の可視化
内容	「My Health」を活用し様々な健康関連情報を可視化。従業員がいつでも健診結果だけでなく就労情報や健康年齢なども確認でき、セルフ・ケア向上に役立つ様々な動画コンテンツ視聴や健康保険組合の情報も入手可能。
利用データ	健康診断、問診、ストレスチェック、就労データ(所定外労働時間、総実労働時間、有給休暇取得日数)、ライフログ
利用者(ユースケース類型)	従業員 ユースケース3