

016 健康経営 取り組み事例

企業
プロフィール



株式会社ベネフィット・ワン

業種 33 サービス業

従業員数 1,581名(2024年度末)

01 推進方針

当社は職域を中心とする会員基盤とサービスサプライヤのネットワーク化を進めることで企業の経営課題解決や消費者の利用満足度向上に資する事業を展開しております。社会の健康増進を行う企業として、まずは社員が安心して働ける環境を整備し、心身ともに健康で、何事にも誇りと情熱をもって挑戦し続けられるよう「健康経営 従業員行動指針」を策定し、社員へ周知を行い健康経営の推進を行っています。

02 目標・課題

目標 従業員が心身の健康を保ち、何事にも誇りと情熱をもって挑戦し、能力を最大限発揮できる状態を目指しております。

目標の達成状況を確認する指標 (KGI)

指標 (KGI) の目標値	達成目標年度
・アブセンティズム:1.0%以下 ・プレゼンティズム:61.0点 ・ワークエンゲージメント:3.5点	2025年度

自社従業員の課題

重点課題① [KGI] ワークエンゲージメント:3.5点

②従業員の仕事へのエンゲージメント向上に関する課題

課題内容 労働時間増加による生産性やワークエンゲージメント低下を課題と捉えている。

名称:月平均所定外労働時間20時間以内を維持

数値目標 (KPI)	数値	単位	年度
			2022年度
取組前実績値	29	時間	2022年度
現在の実績値	19	時間	2024年度
目標値	20	時間	2025年度

重点課題② [KGI] アブセンティズム:1%以下

③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 取り組みを行うものの、2024年度に運動習慣者比率と、適正体重維持者率はいずれも減少する結果となった(2019年度15.3%よりは改善している)。生活習慣の課題によりアブセンティズム指数が上昇してしまうことを課題と捉えている。

名称:運動習慣者比率^(※1)25%以上(※1)1週間に2回、1回当たり30分以上の運動を実施している人の割合

数値目標 (KPI)	数値	単位	年度
			2022年度
取組前実績値	21	%	2022年度
現在の実績値	18	%	2024年度
目標値	25	%	2025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	課題改善のために研修やセミナーを実施しているものの社員の参加率が高くはないことや、参加している社員に偏りが生じていること。
今は取り組んでない、今後取り組みたい施策での課題や困っていること	研修やセミナーの参加率向上のために、体感型のセミナーや、お昼時間等に視聴できるような気軽なセミナーの実施等を検討している。

データ活用事例

事例名	社内各種データを活用した情報の利活用
内容	例えば健診結果の悪い社員の残業時間やストレスの感じ方等を分析する等データを掛け合わせて情報の利活用を実施。しかし、データ分析をする上で、知見者からの提言がほしいものの、産業医や社内専門職人員との情報連携を行う機会が多くはない事に課題を感じている。
利用データ	健康診断、問診、社内アンケート、労働時間データ 利用者(ユースケース類型) 人事担当者

03 施策・実績

健康経営の取り組み

施策内容(重点課題1)

所定外労働時間変更や勤務制度の整備等の人事制度の見直しを実施。また管理職や社員向けに勉強会や研修も開催。

具体的な実践内容1

分類	自社グループ組織	名称	人事制度の整備
内容			①2022年4月より所定労働時間を8時間から7.5時間へ変更 ②段階的に固定残業制を廃止
導入時期			①2022年～ ②2017年～
評価 (定量・定性)			・所定外労働時間 2022年度29時間→2024年度19時間 ・所定労働時間を8時間から7.5時間へ変更し段階的に固定残業制を廃止、社会保険労務士等による管理職への労務管理研修も実施した。所定外労働時間は2024年度19時間(前年比▲5時間)へ減少。各施策が浸透し「意識すること」から「行動変容」に繋がった影響と考える。当該社員数をさらに減らすため、2025年度は時間外のチャット等による社員間の連絡を原則禁止している。

具体的な実践内容2

分類	自社グループ組織	名称	有給取得率向上に向けた取り組み
内容			アニバーサリー休暇やマイケアデー等のネーミングを用い休暇取得がしやすい環境を整備。また、特別有給休暇として3日間のフリーホリデーも付与。
導入時期			1996年～
評価 (定量・定性)			・平均年次有給休暇取得率 2019年度78.6%→2024年度84.0%に向上 ・社員が休暇取得しやすい環境を整えることで、仕事と生活の調和が取れたメリハリのある働きやすい職場づくりを行い、従業員の生産性向上を目指している。

具体的な実践内容3

分類	自社グループ組織	名称	健康経営勉強会・労務研修の実施
内容			毎月「健康経営勉強会」を開催し、ワークエンゲージメント等幅広いテーマで情報発信を行っている他、2023年度以降は管理者向けに労務研修も実施。
導入時期			2018年～
評価 (定量・定性)			・健康経営勉強会2024年度参加人数: 約600人(延べ) 健康経営勉強会満足度(2024年度): 100% ・「健康経営勉強会」は元々部署のみでの開催であったが、社員のヘルスリテラシーの向上が従業員パフォーマンス向上と直結すると考え全社員を対象に変更し、オンラインにて開催。業務の都合上視聴できない社員に向けてアーカイブ配信も行っている。

施策内容(重点課題2)

生活習慣改善(運動・睡眠・食生活等)に取り組んでいる。「ベネフィット・ステーション」等による運動促進や「ハピルスチェンジ」による特定保健指導率の向上を図っている。

具体的な実践内容1

分類	自社グループサービス	名称	ベネフィット・ステーション
内容			「ベネフィット・ステーション」を通じた健康増進サービス(フィットネスクラブの優待、人間ドッグ優待、各種イベント等)の提供
導入時期			1996年～
評価 (定量・定性)			・運動習慣比率 2019年度15.3%→2024年度18.0%に向上 ・140万件以上のサービスを優待価格で利用可能なため、社員ひとり一人のライフスタイルに合わせた健康支援が出来、健康習慣をつけるきっかけ作りになっている。また、当社ではカフェテリアポイントも導入し、健康・スポーツ関連の当サービス内で利用も可能。さらにウェアラブルデバイスを購入する際の、ポイントレートの優遇も行っている。

具体的な実践内容2

分類	自社グループサービス	名称	特定保健指導「ハピルスチェンジ」
内容			特定保健指導「ハピルスチェンジ」を通じた特定保健指導サービスの提供
導入時期			2013年～
評価 (定量・定性)			・特定健診受診率2021年度65.8%→2023年度80.0%に向上 ※健診年度毎に集計 ・健康診断結果から生活習慣の改善が必要な社員に自社サービス「ハピルスチェンジ」を活用した特定保健指導を実施。専門メンバーの定期的な電話対応と、一定期間保健指導を受診しない社員に対して人事部長より保健指導の重要性を伝えることで受診率が向上している。また、特定保健指導の重要性もセミナー等で触れることで、受診率向上を目指している。

具体的な実践内容3

分類	自社グループサービス	名称	健康ポイントプログラム
内容			健康につながる活動にポイントを付与できる「健康ポイントプログラム」を提供
導入時期			2015年～
評価 (定量・定性)			・運動習慣比率 2019年度15.3%→2024年度18.0%に向上 喫煙率 2019年度12.3%→2024年度11.4%に低下 ・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。ウォーキングチャレンジや禁煙チャレンジ等のイベントも開催して、生活習慣改善のきっかけ作りをしている。

04 健康経営の成果

検証指標	①ワークエンゲージメントの点数②プレゼンティズムの点数③アブセンティズムの割合
検証手法・方法	上記3指標を定期的なアンケートで把握をしている。同アンケートでは施策の参加率や生活習慣なども確認しており、制度改定や啓蒙活動の取組みによって改善しているかについて、①②③の数値の高い人・低い人の傾向を検証している。
検証結果 (具体的な施策の成果を含む)	2023年度から2024年度にかけて①3.1点⇒3.2点②59.03点⇒60.54点③1.1%⇒1.4%となった。①が2点以下ではヘルスリテラシーが低い回答が多いが3点以上は高いという回答が多い。