

質の高いものづくりで地域に 貢献するためには全社員の 心身の健康が不可欠



★健康経営優良法人認定 2023
中小規模法人部門 認定(3年連続)

▷ きっかけ

「人を尊び 自然に優しく 地域社会に潤いを届け 共にあゆむ」を企業理念とし、「質の高いものづくりで地域に貢献するためには、全社員の心身の健康が不可欠である」という先代の想いを受け継ぎ、健康経営の取組を開始。

▷ 主な取組

喫煙対策、食生活改善の取組により社員の健康増進に貢献

- 禁煙外来の受診費用を全額負担し、社員の喫煙率の低下を図る。
- 健康診断における有所見率が高いことに着目し、野菜ジュースを全就業日に配布することで食生活の改善を図る。
現在は1日1品まで健康食材を半額で従業員へ販売している。
- トレーニングルーム、プールの利用。
- 生活習慣病予防健診・オプション検査・付加健診の利用。
- 健康に関する社内研修の実施。
- コミュニケーションの活性化をはかるための社員旅行、親睦行事の開催への費用助成。
- 広島県で実施している「健康経営の推進に向けた実証試験」への参加。

▷ 効果・メリット

禁煙外来の受診費負担により喫煙者の数は減少し、禁煙への意識が高まっている。
野菜ジュースの配布により、一部の社員に血圧等の低下改善がみられたとの意見があり、社員全体に食生活の改善と健康に対する意識が向上した。

▷ 今後の展望・意気込み

体調不良になって初めて自身の健康状態について考える人が多いという認識から、日頃より会社から健康について考えてもらうための働きかけをすることが健康経営のコツと考えます。

引き続き、社員の心身の状態を把握するための様々な機会を設け、かつ、労働環境の改善を行うことで、社員の心身の健康維持・増進による質の高いものづくりへの醸成を通じて生産性や創造性の高みに挑戦し、地域の皆様と共にある企業を目指していきたい。

健康診断本来の 効果を生み出すために

★健康経営優良法人認定 2023
大規模法人部門 認定(4年連続)



▷ きっかけ

働く人の健康状態は自己責任とされていた当時、健康診断で「要二次検査」や「要治療」とされても受診することなく、重大な病気が見落とされる例が見られていた。そのような状況はあってはならないと考え、健康経営の取組を開始。

▷ 主な取組

肝機能の有所見率の低下に貢献

- 健診結果を分析し、肝機能有所見者の低減を重点課題とした。肝機能に関する健康情報について安全衛生委員会で情報提供を行い、各部課室に伝達、イントラネットに掲示。
- 毎週木曜日のノー残業デーに加え、年4回ノー残業デー強化週間を設定。
- コミュニケーションの醸成を目的とした各種懇談会の費用を助成。
- 30歳以上は自己負担なしで人間ドック及び各種がん検診を実施。
- がん等長期療養が必要な場合に備えて、積立年休制度を制定。
- 女性特有の健康課題に対する取組、女性セミナーや婦人科検診の他機関受診の実施。
- 敷地内及び建物近隣での喫煙の禁止。
- 加熱式たばこが人体に与える悪影響について情報提供。情報提供後に禁煙希望者を募り、保健師による禁煙面談の実施。

▷ 効果・メリット

2020年度以降、男女ともに肝機能の有所見率は減少傾向であり、また判定別にみると「要経過観察」「要再検査」の有所見率が減少した。

禁煙希望者について保健師による禁煙面談を実施し、現在も禁煙を継続している。

▷ 今後の展望・意気込み

当会は自身で健康診断を実施していることが大きな強みである。健診結果を分析し、速やかに健康経営施策に反映させることができ、「受けて終わり」ではない、健診本来の効果を生み出している。

働く人の健康を支援するだけでなく、職員が日々幸せを感じられるような、幸福を見出せる職場環境を整えていきたい。

今後は、健康経営の推進に加えて、ウェルビーイングの追求に取り組めます。

全社員の健康への 関心と意識の向上に向けて

★健康経営優良法人認定 2023
中小規模法人部門 認定(2年連続)



▷ きっかけ

経営層や医療機器に携わるグループのメンバーがヘルスケア関連の学会や勉強会に参加する中で、ロコモやADLなどの研究に係る機会があり、予防医療の観点から社員の健康についても真剣に取り組みたいと考えるようになり、健康経営の取組を開始。

▷ 主な取組

社員の健康意識の向上に貢献

- チャットツールや朝礼時の発表などにより、週に1回以上は健康に関する情報や話題を共有。
- 社外のトレーナーと契約し、週に1回 15分オンラインで社員が軽いエクササイズに参加できる「リモートオフイトレ」というサービスを導入。
- 毎日 8,000 歩を目標に、1ヶ月で 25 日以上を達成した社員に賞品が出る、ウォーキングキャンペーンを開始。
- メンタル面での健康を考え、2週間に1回 30分、全社のメンバーを毎回シャッフルして4~5名のグループに分け、全グループが同じテーマで真面目に雑談をするという「シスフレ流オフサイトミーティング」の実施。
- 歯の健康を推進する取組として、「歯医者へ行こうキャンペーン」を実施。

▷ 効果・メリット

取組の結果、社内全体に健康経営という考え方が浸透し、健康に関しての社員の意識が6年間で大きく変化。アンケート調査では個人的に運動を始め、1年かけて 10 キロ以上の減量に成功したという回答があった。

▷ 今後の展望・意気込み

健康経営を本業として切り離して考えるのではなく、常に事業の延長として考え、取組を行ってきました。今後も経済産業省、厚生労働省が推進する健康に関する情報に敏感であり、健康寿命の延伸のために IT で何ができるのかを模索し、その取組を社内で発展させていきたいと考えています。

同時に社員全員が心身ともに健康に仕事をしていくことができるよう、これからも健康経営に真剣に向き合い、尽力して参ります。