

健康経営 成功例

社員の健康が、会社の未来を創る



社員も会社も元気に！

今日から始める成功の秘訣

三重県内6社の成功事例

■お問い合わせ先

全国健康保険協会(協会けんぽ)三重支部

〒514-1195 三重県津市栄町4-643 津栄町三交ビル

TEL 059-225-3311

8:30~17:15(土日祝日年末年始を除く)

URL <https://www.kyoukaikenpo.or.jp>

協会けんぽ三重支部

公式LINE友だち募集中!!

健康づくりや健康保険制度、
保険料率などに関する情報
を月2回ほど配信します。

登録はこちら



目次

支部長メッセージ	01	株式会社ミツイバウ・マテリアル	12
健康事業所宣言について	02	メンタルヘルス対策	
健康サポート利用率向上の取組		三重リコピー株式会社	12
吉川建設株式会社	03	関連団体・協会けんぽからのご案内	
三重リコピー株式会社	04	三重とこわか健康経営カンパニー	
モリマープレミックス株式会社	05	(ホワイトみえ)認定制度	13
株式会社 一号館	06	協会けんぽ三重支部の協定先自治体の取組	
二次検診受診勧奨の取組		使おう! 地元の健康サポート	15
吉川建設株式会社	07	三重産業保健総合支援センターの紹介	
株式会社ミツイバウ・マテリアル	08	使おう! さんぽセンター	17
コミュニケーションの促進		協会けんぽの加入者のみなさまへ	
三重電子株式会社	09	健康の3つの「もったいない」をなくそう!	19
三重リコピー株式会社	10	協会けんぽのインセンティブ制度	
食生活改善		活用しよう! インセンティブ制度	20
三重電子株式会社	11	協力事業所一覧	21
運動機会増進		健康事業所宣言申込書	22
株式会社 一号館	11		



協会けんぽ 三重支部長あいさつ

全国健康保険協会 三重支部
支部長 三輪 勝也

日頃より協会けんぽ三重支部の事業運営にご理解とご協力を賜り、心より御礼申し上げます。

協会けんぽ三重支部では、平成27年より「健康事業所宣言」事業として、職場の健康づくりに取り組む企業を登録し、サポートを行っております。これまでに1,200社を超える企業・団体の皆さまが「健康事業所宣言」に登録いただき、従業員一人ひとりの健康づくりを通じて組織の活力向上等に成果を上げてこられました。

近年、少子高齢化や人手不足、働き方の多様化が進む中、企業が望むことのひとつに、従業員が健康で長く働き続けられることが挙げられるのではないのでしょうか。健康はすべての活動の基盤であり、従業員の心身の健康があつてこそ、組織は成長し、社会に貢献する力を発揮できます。

本事例集では、規模や業種の異なる6社が、ど

のように従業員の健康管理を実践し、課題を乗り越えて成果につなげているのかを紹介しています。そこには「まずできることから始める」「従業員の声を聴く」「継続して見直す」といった、どの企業にも共通する実践のヒントが詰まっています。職場において健康づくりに取り組むことは、もはや特別なことではありません。一歩を踏み出すことで、職場が変わり、人が変わり、組織が変わる。「健康事業所宣言」はその一助となるものと私たちは確信しています。

今後も協会けんぽ三重支部は、健康経営の推進に向けた支援や情報提供を強化し、より多くの事業所の皆さまと共に、健康で働きがいのある職場づくりを進めてまいります。本事例集が、新たに取り組みを始める皆さま、そしてすで実践を続ける皆さまにとって、「学び」と「気づき」を得るものになれば幸いです。

最後に、本事例集の作成にあたりご協力いただきました皆さまに厚く御礼申し上げます。

「健康経営®」とは？

企業が従業員の健康に配慮することによって、経営面においても大きな成果が期待できるとの基盤に立って、

健康を経営的視点から考えて戦略的に実践することを意味しています。

健康投資を行うことで、**従業員の健康増進、組織の活性化や生産性の向上**が期待されます。

※「健康経営®」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。

「健康経営」の取組はまず健康事業所宣言から!

「健康事業所宣言」とは？

会社で取り組むべき健康管理項目から、自社にあった項目を選んで健康づくりを開始する、それが協会けんぽ三重支部が実施している「健康事業所宣言」です。

「健康事業所宣言」への参加は三重とこわか健康経営カンパニー(ホワイトみえ)や健康経営優良法人(中小規模部門)の必須項目であるため、将来的なステップアップも可能です。

三重支部では
1,200社以上が
宣言中!



健康事業所宣言するまでの流れ



STEP 1
職場の健康づくりについて取り組む内容を検討して、「健康事業所宣言申込書」を記入し協会けんぽ三重支部へFAXまたは郵送にて提出する。

STEP 2
協会けんぽ三重支部から「事業所(健康度)カルテ」が届く。(カルテを見て取り組み内容を変更する場合は「宣言内容変更シート」を提出する。)

STEP 3
「健康事業所宣言認定証」が届いたら社内外に健康宣言をしていることを周知・発信し健康づくりの取り組みを実践する。

協会けんぽの支援メニュー

①～③は健康宣言事業所限定

①事業所(健康度)カルテ

過去の健診結果や医療費をもとに作成したもので貴社の健康課題を把握いただき、健康づくりに活用いただけるツールを毎年ご提供いたします。

②健康情報誌の提供

四半期に1度健康情報誌をお届けいたします。食生活、運動、メンタルヘルス等の情報を掲載しています。

③健康経営(健康づくり)相談

協会けんぽ職員(保健師、健康経営エキスパートアドバイザー等)に社内の健康づくりの相談ができます。

④健康保険委員

登録することで、健康保険に関する広報誌のお届け、健康づくり等セミナーの優先案内等を受けることができます。

⑤生活習慣病予防健診

協会けんぽの費用補助を受け健康診断を受けられます。

⑥特定保健指導(健康サポート)

健康診断の結果、生活習慣病のリスクがある方は健康づくりのプロフェッショナル(保健師、管理栄養士)の健康サポートを利用できます。

詳しくはP19

詳しくはP19

健康サポート(特定保健指導)利用率向上の取組

取組内容

建築現場からオンラインで 特定保健指導に対応できる体制を構築

吉川建設株式会社

●業種:総合建築業 ●従業員数:23人

多忙な現場業務を調整して 利用率100%を実現

建築現場の管理を務める現場監督が23名の社員中15名を占める吉川建設。対象者が特定保健指導をスムーズに受けられるように、建築現場からオンラインで繋いで、多忙な業務の間でもリモートで指導を受けられる体制を2023年から整えている。対象者と担当保健師との日程の調整が課題だったが、総務部の担当者が積極的に関わり、特定保健指導利用率100%を実現している。



プラスアルファ

+αの取組

朝8時、午前10時、午後3時の1日3回、ラジオ体操やストレッチ、瞑想の時間を設定。社長も率先して参加し、社内の一体感を高めるとともに健康維持に取り組んでいる。



きっかけ

吉川建設では2017年から健康経営優良法人の認定に向けて取り組み始め、社員の健康を守るための方策に取りかかった。健康診断や二次検診の受診率100%実現とともに特定保健指導の利用率100%を目指して、社員の健康への意識向上を図っている。経営指針の10年ビジョンには「働きたくなる会社No.1になろう」と謳われている。

取組によって生まれた課題 ▷ 改善方法

課題 対象者が現場監督の場合、社外の建築現場での業務に携わりながら特定保健指導の日程を調整する難しさが課題になっていた。

改善 タブレット端末を使用してリモートで指導
現場監督は1人1台タブレット端末を携帯しており、建築現場での業務の合間にリモートで指導を受けやすくなっている。

取組の成果

日常生活習慣を見直すきっかけに



健診後に保健師から丁寧な指導を受けることで、社員が自らの健康状態や生活習慣を見直すきっかけを得られている。

取組の担当者の声

社長自身も特定保健指導の対象者でしたが、生活習慣改善の指導を受けた結果、対象から外れることができました。多くの社員に目に見える形で取組の結果が現れていることを嬉しく思います。

総務部 中上 香さん

今後の目標や課題

社員一人ひとりの健康習慣の意識向上を図っていく

社員の健康管理は会社の発展に大きく関わる問題だという意識を社内にも共有して、健康習慣の徹底を図っていく。



(左から)吉川社長、総務部 中上さん

健康サポート(特定保健指導)利用率向上の取組

取組内容

健診当日に特定保健指導を受けられる体制に変更して、利用率が大幅アップ

三重リコピー株式会社

●業種:オフィス機器総合商社

●従業員数:93人

顧客優先の日程調整の 難しさを解決することに

日程の調整の難しさなどから、特定保健指導の対象者の受診率が大幅に低下していたが、令和6年から健診当日に対象者が医療機関で特定保健指導を受けられる方法に変更。健診当日であれば業務上のスケジュール調整も容易であり、スムーズに受けられることで、利用率が大幅にアップした。指導を受けた社員からは食生活を意識するようになって、ウエスト周りが半年間で3cm減ったという声も上がっている。



手作りの健康推進ポスターは社員がモデルです

プラスアルファ

+αの取組

半年に一度、社員全員が一堂に会する全体集会を開催。社長が自らの言葉で健康経営の重要性を説くことで、社員の健康への意識を高めている。



きっかけ

従来は担当者が特定保健指導の対象者に一人ひとり声かけをして、指導を受けてもらうように働きかけていたが、顧客との仕事の日程が優先され、利用者がほぼゼロの状態に落ち込んでいた。会社として健康経営推進の取組を進めるなかで、協会けんぽから利用率向上のアドバイスを受けたことがきっかけで、新しい方式へと転換を図った。

取組によって生まれた課題 ▷ 改善方法

課題 社内での対象者への声かけは、身内同士ということもあって成果に結びつきにくい面があり、担当者の負担が大きくなりがちだった。

改善 健診当日の指導を事前に告知
特定保健指導の対象になることが予想される社員には、事前に当日のスケジュールを調整してもらうよう働きかけた。

取組の成果

指導を受けた社員から感謝の声が



指導を受けた効果を担当者に直接伝えてくれる社員も多く、担当者の負担を軽減するとともに、仕事の励みにつながっている。

取組の担当者の声

利用率低下に悩んでいたとき、協会けんぽから健診当日に病院で指導を受ける方法があると教えてもらいました。健康づくりの担当者は専門的な点で相談先に困ることがありますが、外部からのサポートに助けられました。

管理部 健康づくり担当者 駒田聡子さん

今後の目標や課題

特定保健指導の成果をアピールして利用率を高める

特定保健指導を受けた社員の成功体験をアピールして、面談に苦手意識を持つ社員を後押し。利用率のさらなる向上を目指す。



(左から)管理部 駒田さん、松田社長

健康サポート(特定保健指導)利用率向上の取組

取組内容

就業時間内にスケジュールを調整。 持ち場を離れて利用しやすい環境を整備

モリマープレミックス株式会社

●業種:製造業 ●従業員数:150人

“通訳係”を配して、日本語に不慣れな従業員もフォロー

特定保健指導の利用率を高めるために、対象者が就業時間内に指導を受けられる体制に。各工程の責任者、対象者本人と密に連絡を取りながら総務部担当者が細かくスケジュールを調整し、20名の対象者全員が保健師からの指導を受けることができた。また、外国人従業員など保健師との詳しいやりとりが難しいケースにも対応できるように、日本語に堪能な従業員に通訳の役割を果たしてもらっている。



きっかけ

これまで特定保健指導の利用を積極的に呼びかけて来なかったため利用率の低い状態が続いていたが、協会けんぽからの働きかけなどもあり、2024年から健康経営優良法人の認定を目指しながら利用率の向上に取り組むことに。管理職も自ら率先して特定保健指導を受けるなど、社内の健康への意識を高めながら対象者に利用を訴えかけていった。



プラスアルファ

+αの取組

夏場の熱中症対策として、工場内の5箇所にWBGT(暑さ指数)測定器を設置。警戒レベルを超えた日は全員一斉にウォーターブレイクを取る体制を整えている。

取組によって生まれた課題 ▷ 改善方法

課題

対象者に就業時間内に持ち場を離れてもらうために、現場の責任者の理解を得ながら日程の調整を進めなければならなかった。

改善

各部署の責任者と根気強く日程を調整工程が多岐にわたっているため、担当者が各部署の責任者と根気強く時間調整を図っていった。

取組の成果

当日欠勤する従業員が大幅に減少



対象者が指導を受けて生活習慣の改善に取り組んだ結果、体調を崩して当日に欠勤する従業員が従来に比べて大幅に減少した。

取組の担当者の声

今まで特定保健指導への意識が低かった中で、従業員が健康を大切に、病気を予防する意識を持つ必要性を社内各方面に徹底していきました。

総務課 西直人さん

今後の目標や課題

対象者の生活習慣の改善をフォローしていけるように特定保健指導を受けた後の対象者の生活習慣の見直しや食生活の改善を会社全体でしっかりとフォローしていく。



(左から)総務課 西さん、取締役工場長 大津さん

健康サポート(特定保健指導)利用率向上の取組

取組内容

特定保健指導の利用率が 5%以下から50%以上にアップ!

株式会社一号館

●業種:小売業 ●従業員数:1230人

対象者の日程を丹念に調整して4日間のスケジュールを作成

特定保健指導の利用率が低かったため、利用しやすい体制の整備に取り組んだ。全社的に意識改革を進めるとともに、本社で4日間、保健師による指導を受けられる日程を設定。労務部の担当者が各店舗の対象者一人ひとりに直接連絡をとって働きかけ、必要性を説きながら根気強くスケジュールを調整し、指導時間帯の枠を埋めていった。その結果、利用率は50%以上へと大幅に向上した。



きっかけ

健康経営優良法人の認定を目指すにあたって、特定保健指導の利用率向上に取り組むことに。毎年70~80名程度の対象者の指導の利用は従来、本人任せだったが、社長自ら店長会で号令をかけて、対象者に意識転換を図った。さらに、4日間の日程の中で保健師の時間が空いてしまうことのないよう労務担当者がスケジュール調整に奔走した。

プラスアルファ

+αの取組



季節ごとに旬の野菜を使った料理を紹介する「健康レシピBOOK」を作成。各店舗のバックヤードに置いて、従業員の食生活向上をサポートしている。

取組によって生まれた課題 ▷ 改善方法

課題

店舗に勤務する対象者が指導を受けるために勤務時間内に店舗を離れなければならず、抜けた人員をカバーする必要があった。

改善

4日間の日程内でスケジュールを確保保健師を4日間の日程で確保。対象者個々に仕事の状況を確認しながらタイムスケジュールを埋めていった。

取組の成果

生活習慣などを見直すきっかけに



対象の従業員からは生活習慣を見直すきっかけを得られたり、栄養指導・運動指導によって体重が激減したという声が上がっている。

取組の担当者の声

対象者の方には健康な暮らしをおくるためには「健診結果が出た後の行動」が非常に重要であることを強く訴え、結果を放置してしまうことのないよう説得を続けました。

労務部統括 小森崇誠さん

今後の目標や課題

保健師による指導期間後も生活習慣の改善をサポート保健師の指導期間を過ぎた後も対象者が生活習慣や食生活の改善を続けられるように、会社として取り組んでいく。



取組内容

担当者が病院の予約までフォロー。
二次検診受診率100%を達成

吉川建設株式会社

●業種:総合建築業 ●従業員数:23人

健診後1ヶ月以内の二次検診
受診報告書提出を義務付け

健診結果が届き、二次検診の対象者となった社員には、1ヶ月以内に医療機関で受診して受診報告書を提出することを義務付けている。社外の建築現場で業務に当たる社員も多く、検診日程の調整が難しい対象者のために総務部の担当者が病院の予約をフォローする体制も整えた。さらに、勤務時間内での受診や建築現場の交代スタッフの手配などに取り組み、二次検診受診率100%を実現している。



きっかけ

かつては健康診断の結果で異常が認められても二次検診を受診しないなど適切な対応を怠り、大病を患った社員が出てしまうケースがあった。そうした経験を踏まえて、本人が“これくらいの数値なら大丈夫”と判断して放置してしまうことのないように、総務部の担当者を中心に対象者の二次検診受診の徹底を図っている。



プラスアルファ
+αの取組

2024年から1日の歩数などをポイント化する健康アプリを社員全員に導入。成績優秀者の表彰といったインセンティブも付けている。

取組によって生まれた課題 ▷ 改善方法

課題 建築現場で業務にあたる社員は勤務時間中に現場を離れることが難しく、二次検診に病院を訪れる時間を確保するのが難しかった。

改善 交代要員を配置し、検診の時間を確保
二次検診受診の必要性を社員間で徹底し、建築現場に交代のスタッフを確保できる体制を整えた。

取組の成果

病気の早期発見・早期治療に繋げる



対象者の二次検査受診を徹底したことで、病気の早期発見に繋がり、大病を患う社員が出てしまうことを避けられるようになった。

取組の担当者の声

若い社員ほど検査結果に異常があっても放置してしまいがちな傾向がありました。根気よく声かけを重ね、報告書を義務付けすることで二次検診の受診率を上げることができました。

総務部 中上 香さん

今後の目標や課題

健康への意識を職場全体で高めていく
職場全体に健康を大切にするという意識がさらに広がっていくように、健康アプリなど新たな取組の展開を図っていく。



(左から)吉川社長、総務部 中上さん

取組内容

社長自ら説得+有休を活用。受診報告を
徹底して対象者全員の受診を実現

株式会社ミツイバウ・マテリアル

●業種:建築資材販売等 ●従業員数:66人

有給休暇の利用で、受診への
ハードルを下げる

毎年10名程度が二次検診の対象者となっていたが、ほとんど受診していない状況が続いていた。従業員の高齢化や生活習慣病を抱える従業員が増加する中で、社長自ら対象者に積極的に声かけを行うとともに、1ヶ月以内の受診結果の報告を徹底することに。さらに、半日有休や時間有休の活用を促すなど、二次検診を受けやすい環境づくり、意識の変革に取り組み、対象者全員の受診を実現した。



きっかけ

従業員の高齢化が進む中で、「社員が健康で働ける職場環境の構築」を重要な経営課題として位置づけ、健康経営優良法人の取得に取り組んだ。社員一人ひとりが100%の能力を発揮するには健康が第一であるという三井社長の強い意思を受けて、健康管理支援やワークライフバランスの改善など、多角的なアプローチを行っている。

プラスアルファ
+αの取組

三大疾病保険の加入、病気やケガによって就業不能になったときの所得を補償するGLTD保険、毎年の婦人科検診の費用負担など、手厚いフォローを行っている。



取組によって生まれた課題 ▷ 改善方法

課題 対象者の多くを占める年配の従業員の中には、これまでの流れから検診を受ける時間を作ることに積極的ではない面も見られた。

改善 半日有給休暇や時間有給休暇を新設
半日有休や時間有休の制度を新設し、対象者が業務の合間を縫って病院に受診に行きやすい環境を整えた。

取組の成果

健康習慣の改善に結びつける



受診勧奨と並行して従業員専用のSNSアプリを開発。健康づくりに取り組む様子の投稿を通じて、社内全体で健康への意識を高めている。

取組の担当者の声

従業員の健康を守るための取組を毎年一つずつ増やそうと取り組んできた結果、離職率が大幅に低下しました。従業員や取引先の紹介で中途入社する社員も増えています。

代表取締役社長 三井陽介さん

今後の目標や課題

「働きがい」の感じられる職場環境の実現へ
健康づくりを中心とした福利厚生の充実を通じて、従業員が「働きがい」を感じられる職場環境の実現を目指していく。



(左から)三井社長、総務経理課 工藤さん

取組内容

家族連れで参加できるイベント等を通じて社員間のコミュニケーションを高める

三重電子株式会社

- 業種: 電子デバイス製造業
- 従業員数: 80人

普段接する機会の少ない社員の素顔を知る機会に

社内にブランディング委員会やCSR推進グループなどを設置。普段接する機会の少ない社員同士のコミュニケーションを高めるさまざまなイベントを企画・実施している。ドッチビー大会やスポーツ交流会、ビーチクリーンなどのイベントには家族連れで多くの社員が参加。職場とは違った一面を知ることができる。また、休み時にはテラスに設置されたゲーム機でリフレッシュもできる。楽しそうな笑い声が飛び交っている。



きっかけ

創業50周年の2019年に第二創業期を迎えるにあたって、コーポレートビジョンとして「その先の笑顔をつくる」を掲げた。その実現に向けた取組の一環として、社員の中にも笑顔を広げられるようなイベントの企画に力を入れてきた。若手・中堅社員で構成されるブランディング委員会を中心にイベントを実施。個人提案型のイベントも増えている。



プラスアルファ +αの取組

女性が活躍しやすい環境づくりを目指して、3年前から「女性意見交換会」を実施。何度も顔を合わせる中で活発に意見を交わし合えるようになってきた。

取組によって生まれた課題 ▷ 改善方法

課題 運動が苦手だったり、業務が多忙な社員もいる中で、誰もが気軽に参加できるようなイベントを企画することに難しさがあった。

改善 **クイズ形式で参加意識を高める**
イベントに直接参加しなくても結果を予想するクイズに参加する形を設け、賞品も用意して参加意識を高めた。

取組の成果

社員間のコミュニケーションが活発化



社員を皆巻き込んでいきたいという思いが結実。イベント当日の参加者だけでなくクイズの参加者も含めて社員間で話題が広がっている。

取組の担当者の声

イベントを通じてコミュニケーションを深めるだけでなく、気分転換や仕事のモチベーション向上に繋がっている効果も見られています。今後も新たな取組を進めていきたいと思っています。

管理部 東山裕子さん

今後の目標や課題

健康増進のためのイベントにも取り組んでいく。毎年実施している健康習慣アンケートの結果を踏まえて、健康増進のためのイベントも企画していきたい。



(左から)管理部 東山さん、管理部部長 早川さん

取組内容

「生活習慣アンケート」の結果を踏まえて社内一体感を高めるイベントを実施

三重リコピー株式会社

- 業種: オフィス機器総合商社
- 従業員数: 93人

ボウリング大会は参加者以外にも話題が広がるイベントに

健康経営に取り組む中で、年に1回、全社員を対象にした「生活習慣アンケート」を実施している。回答内容には日常生活習慣だけでなく会社への意見なども含まれており、その結果を踏まえて、社内一体感やコミュニケーションの不足を解決するためにイベントを企画。社員の半数以上が参加するボウリング大会は、当日だけでなく結果発表などを通じて、社員間の話題づくりに繋がっている。



きっかけ

5年前から健康経営に力を入れて取り組む中で、社内のES(従業員満足度)向上チームがさまざまな施策を検討。その過程で社内一体感を高める必要性を感じ、県内の拠点に分かれている社員同士や、内勤スタッフと外勤のサービス部隊との連携を深めるための方策として、社員同士の話題にもなりやすいイベントの実施に取り組んだ。



プラスアルファ +αの取組

コピー機の前や飲食スペースなどにサイネージを設置して、さまざまな情報を発信。コピーを待つ間、体操の画面を見ながら身体を動かす社員の姿も見られるという。

取組によって生まれた課題 ▷ 改善方法

課題 社員の生の声を幅広く知るために、全社員を対象にした生活習慣アンケートの回答率を100%に近づけていく必要があった。

改善 **全体集会で社長がメッセージを発信**
半年に一度開催する全体集会で健康経営の大切さを社長が直接語りかけ、社員の意識を高めた。

取組の成果

アンケートの回答率はほぼ100%に



生活習慣アンケートの回答率はほぼ100%を達成。無記名式のアンケートに記入された社員の本音から、取組の方向性が見えてくる。

取組の担当者の声

社内イベントは普段業務で接点の少ない社員同士の交流が深まる機会になっています。参加していない社員の間でも結果発表を見て盛り上がってくれるのが嬉しいです。

管理部 健康づくり担当者 駒田聡子さん

今後の目標や課題

イベントの認知度を高め、参加者を増やしていく。イベント参加者の感想や、結果発表を見た社員の盛り上がりを生かして、さらに参加者の増加を目指していく。



(左から)管理部 駒田さん、松田社長