

対象者に特定保健指導を意識させない 健診機関との連携で実施率向上



大阪府大阪市

業態：飲食店

株式会社 ワン・ダイニング

お話を伺った方

代表取締役社長 高橋 淳 さん（左）
健康管理室 保健師 宮下 結依 さん（右）

point

01 特定保健指導は2回目の健診受診時に

当社は、焼肉店を中心に全国132店舗（2024年11月現在）を運営しています。店舗の営業時間が22時を過ぎるため、年に2回健診を受ける特定業務従事者該当者が多くいます。春と秋に健診を受けていただき、春の健診の結果、特定保健指導に該当した方は、秋の健診時に特定保健指導を受けてもらっています。特定保健指導のためだけに時間をとってもらうよりも、実施率が上がるため、契約健診機関に協力してもらいこのスケジュールにしました。健診実施日に加えて、特定保健指導を同時に実施してほしいことを事前に健診機関に連絡して、本人は特別意識しなくても、自然な流れの中で特定保健指導まで行う仕組みを作っています。

健診～特定保健指導までの流れ

春の健診

- 健診結果から特定保健指導対象者が階層化される
- ワン・ダイニング健康管理室と健診機関で特定保健指導対象者を共有
- ワン・ダイニング健診担当者から秋の健診日時を健診機関へ送付。特定保健指導対象者は秋の健診と特定保健指導がセットに

秋の健診

+ 特定保健指導

point

02 健診機関との連携ができるから実施率が高い

特定の健診機関と契約したことが、健診・保健指導の実施率向上におけるポイントだと思います。

以前は、健診を個人ごとに近くの病院で受けてもらっていたため、結果を出さない方や検査項目を満たさない方がいる状況でした。

そんなとき、たまたま全国の店舗の従業員の健診をカバーできて、集団健診も実施できる健診機関を見つけ、相談の上、契約することになりました。現在は、健診の7割を集団健診で実施しています。

日頃から健診機関と電話やメールで相談させていただき、定期的に打ち合わせも行っています。その中で、困ったことや要望などを相談し、ご提案をいただいています。2回目の健診受診時に特定保健指導を実施するという仕組みも、健診機関との連携の中でできたものです。

一社では解決が難しい課題でも、経験豊富な健診機関に相談すれば解決できることもあります。健診機関といつでも相談できるような関係をつくるのが大切だと思います。



特定保健指導推進の
きっかけ・背景



健康経営の一環でもありますが、社員あるいは関わる人たちの健康を会社が考えるということが、業績の健康化にもつながると考えました。その中で、健診受診率100%への取組や協会けんぽとコラボした特定保健指導の推進、ワークライフバランスのための残業時間削減への取組などを行っていました。お客様と働く人の満足度向上にもつながっていると考えています。

point

03 働きがい、働きやすさが「人財」戦略のひとつに

少子高齢化の影響もあり、飲食業界は人手不足です。そんな中、当社では、インナー採用を推進しています。インナー採用とは、社員はアルバイトから採用し、アルバイト採用はアルバイトの紹介によって採用するというものです。インナー採用を推進するためには、社員やアルバイトが働きがいがあり、働きやすい職場だと感じていなければいけません。

そのためのひとつの手段として、会社として従業員の健康にアプローチするようになりました。今では、従業員の健康を考えると、健診や特定保健指導に対する取組が働きやすさにつながり、会社業績の向上にもつながっていると実感しています。

働きがい、働きやすさは、今の採用だけでなく、未来の仲間にもつながるものです。働き方や価値観が多様化していく中で、未来の仲間から選ばれる企業になることを目指しています。



point

04 健康経営の取組も推進

当社の健康経営は、「お客様」「従業員」「会社業績」を健康にしていこうと目指しています。

その中で、従業員の健康のために、健診・特定保健指導に対する取組のほか、残業時間削減、禁煙・受動喫煙対策、外部機関と協力した健康的なまかない制度の開発、従業員間のコミュニケーション増加への取組を行っています。

本社では健康経営の意識が根付いているため、対象者に対して連絡をするとほとんどの方が特定保健指導を受けてくださいます。



▲全店店休にして運動会を実施

事業所担当者からひとこと

✓従業員が意識しなくても特定保健指導を受けることができる仕組みによって、実施率が上がりました。健診機関との連携がポイントです。

✓会社として、従業員の健康に取り組むんだという意思を示すことで、従業員にも健康意識が芽生えました。当社では、従業員の携帯電話に送るツールで、社長のメッセージを伝えています。

株式会社 ワン・ダイニング

大阪市西区新町1-27-9
http://www.1dining.co.jp/

設立：1965年6月

従業員数：10,353名・うち社員511名（2025年1月1日現在）

事業内容：焼肉ブランド「ワンカルビ」「ワンカルビPREMIUM」「あぶりや」「焼肉タイム」「ひとりカルビ1965」「ABURIYA arata」、しゃぶしゃぶブランド「きんのぶた」「きんのぶたPREMIUM」、コリアンダイニング「kin no buta」の運営

