

コミュニケーションの促進

取組内容

家族連れて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

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。ドッヂ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て多くの社員が参加。職場とは違った一面を知ることもできる。また、休み時間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と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

コミュニケーションの促進

取組内容

「生活習慣アンケート」の結果を踏まえて 社内的一体感を高めるイベントを実施

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。回答内容には日常の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、社内的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つながっている。



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。その過程で社内的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 駒田聰子さん

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

食生活改善

取組内容

1ヶ月間の「ベジチャレンジ」イベントで野菜摂取への関心が大幅にアップ

社員ほぼ全員が参加。野菜摂取量を競う

手のひらをセンサーにあてるだけで野菜摂取量が測定できる機器を使ったイベント「野菜をとろう ベジチャレンジ」を1ヶ月間にわたって実施。80名の社員のほぼ全員参加し、数値の変化だけでなく野菜クイズや野菜レシピの投稿などもポイント化してランキングを競った。期間中何度も数値を測定する参加者も多く、野菜摂取への意識を高めることができた。



取組の成果

取組終了後に実施したアンケートでは、野菜摂取を意識すると答えた人数が取組前と比べて倍増。イベントへの参加を通じて飛躍的に関心が向上した。



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

プラスアルファ +αの取組

地域が開催するスポーツイベントに積極的に参加。地域との交流を深めている。

取組の担当者の声

ランキング形式で競い合うことで、面白さを感じながら野菜摂取への関心を高めてもらえばと考えました。ほとんどの参加者が1ヶ月後の野菜摂取量の数値が上昇しました。

管理部部長 早川潤一さん

運動機会増進

取組内容

歩数大会を実施。1ヶ月間の平均歩数を競い、優秀者を表彰。運動への意欲を高める

「四日市をARUKUンピック」にもチームで参加
社内で参加者を募って「歩数大会」を実施。1ヶ月間の平均歩数を測って順位を決定し、優秀者には自社店舗で使用できる商品券をプレゼントする企画で、成績トップは1日平均22,585歩を記録した。また、四日市市が主催する「四日市をARUKUンピック」には5人1組で10チームが参加し、各チームの平均17,432歩を記録。どちらの参加者も仕事帰りや早朝のウォーキングなどに勤しんだ。



取組の成果

150名を超える従業員が参加。参加者同士や県内他企業のチームと競い合うことでモチベーションが高まり、意欲的にウォーキングに取り組めた。



株式会社一号館

●業種:小売業

●従業員数:1230人

プラスアルファ +αの取組

店長会で講師を招いて「禁煙セミナー」を開催。受動喫煙への意識を高めている。

取組の担当者の声

「四日市をARUKUンピック」参加者は普段あまり面識のない他チームの参加者とも交流が生まれ、コミュニケーションの活性化に繋がりました。今後も取組を継続していきたいと思います。

労務部統括 小森崇誠さん

運動機会増進

取組内容

本格的なトレーニング器具を備えた スポーツジムを開設。稼働率は80%以上

従業員は無料で利用可能

全社員に実施したアンケート結果で、最も要望の多かったのがスポーツジムを作つて欲しいという声だった。倉庫を改装して本格的なトレーニング機器やシャワールームを備えた施設が完成。従業員はスマホを使って時間内に自由に出入りができる。気軽に利用できるとあって稼働率は80%以上。多くの従業員が利用し、その様子を自社専用SNSアプリに投稿してコミュニケーションを促進している。



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



取組の成果

健康促進補助金を使ってフットサルチームを組んだりマラソン大会に参加するなど、従業員の間で運動を楽しむ意識が高まっている。

取組の担当者の声

運動の大切さを呼びかけるだけでなく、運動したいと思ってもらえる仕組みを作ったことで、ジムや補助金の利用率が向上しています。スポーツを通じて従業員同士の話題も広がりました。

総務経理課 工藤健太さん

メンタルヘルス対策

取組内容

40歳以下や在籍年数の浅い社員を対象に 「心の健康アンケート」を実施

心の幸福度(ウェルビーイング)を可視化
身体の健康だけでなく社員の「心の健康」を守ることが大切という考え方から、若手・年次の浅い社員にアンケートを年6回実施している。アンケートには社員一人ひとりの性格や心の幸福度(ウェルビーイング)を可視化するアルゴリズムが採用されており、心の健康を守るためにメンタルヘルスの取組に生かされている。



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



取組の成果

アンケート結果からは仕事への意欲の低下など、直接、表には現れにくい課題が見えてきて、社員一人ひとりへのきめ細かなフォローに結びついている。

取組の担当者の声

比較的社歴の浅い社員がメンタルヘルスに問題を抱えて退職してしまうことのないように、心の健康に力を入れた取組を会社の重要課題として考えてくれていると感じます。

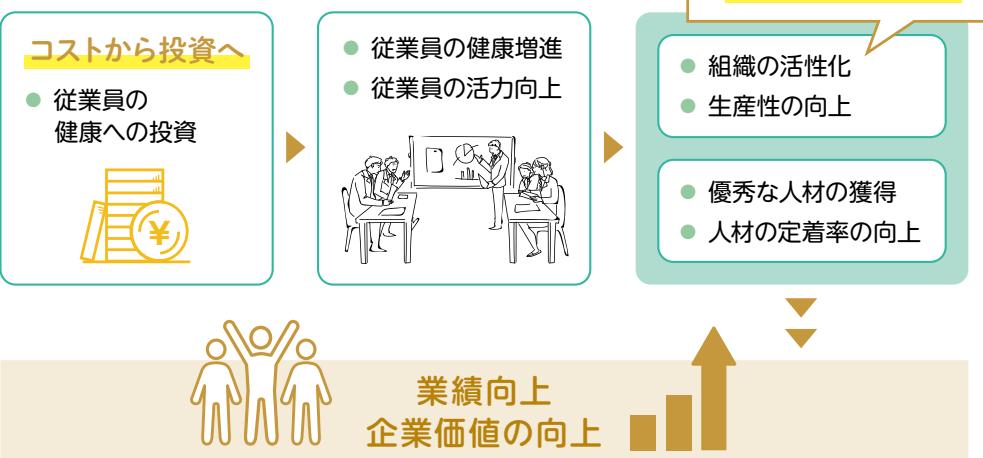
管理部 健康づくり担当者 駒田聰子さん

目的

「三重とこわか健康経営カンパニー(ホワイトみえ)」認定制度は、多くの人が一日の大半を過ごす職場での健康づくりに取り組むため、企業における主体的な健康経営の取組を「見える化」して、さらなる取組を促進する仕組みです。

健康経営とは

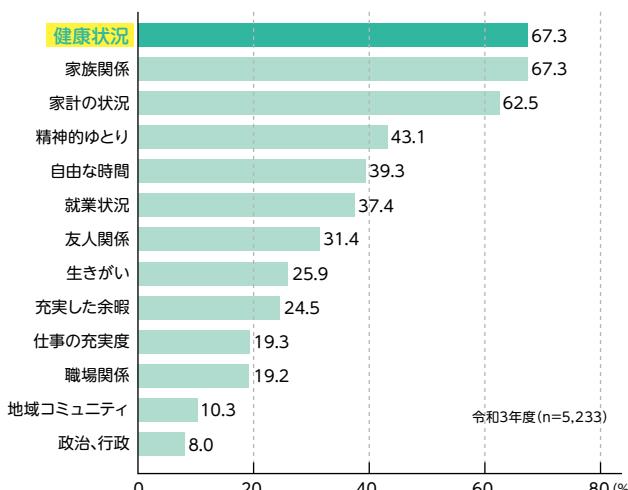
健康経営とは、従業員の健康保持・増進の取組が、将来的に収益性等を高める投資であるとの考え方のもと、健康管理を経営的視点から考え、戦略的に実践することです。



三重県が健康経営(健康づくり)に取り組む理由

幸福を判断する際に重視する項目

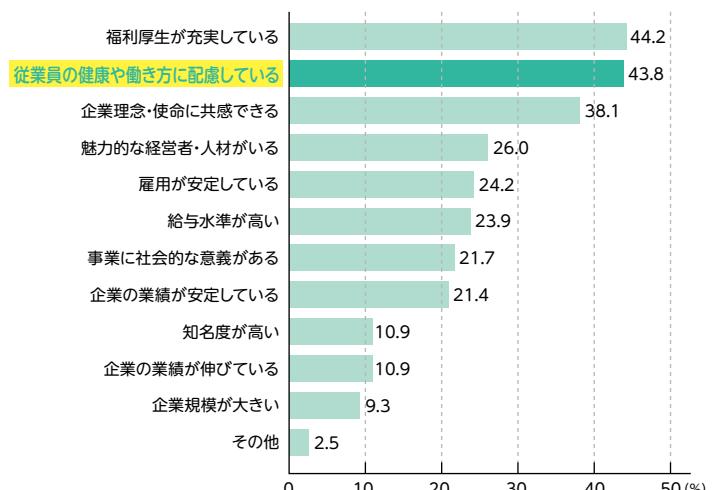
三重県「第11回みえ県民意識調査」(単位：%)



県民の皆さんは幸福を判断する際に
健康状況を最も重視している

大学生が就職で重視する条件

平成28年度経済産業省アンケート調査を加工して作成(単位：%)



就活生が企業を選ぶ際に重視するのは
企業が従業員の健康や働き方に配慮をしているかどうか

みえ)認定制度

認定対象

三重県内に所在する事業所または店舗等

認定までの流れ



*これまでに本制度への申し込みをしたことがある事業所等は提出不要。

認定制度の特徴

- 「見える化」シートを作成し、目標と実績が明確になることで、PDCAサイクルが回り、健康経営の取組が促進されます。
- 評価項目は、経済産業省・日本健康会議の健康経営優良法人認定制度(中小規模法人部門)に準拠しているので、健康経営優良法人へのステップアップに活用できます。
- 三重とこわか健康マイレージ事業「取組協力事業所」や、がん対策等、他の制度に対応しています。

認定のメリット

- 県ホームページにおいて認定企業名を公表します。
- 認定を受けた証として認定証を交付するとともに、名刺やホームページ等にご活用いただける認定マークを提供します。
- 特に優れていると認められる取組に対する表彰制度「三重とこわか健康経営大賞」へ応募できます。
- 「健康経営を加速させる健康づくりの取組」に要する経費の一部を助成する「三重とこわか健康経営促進補助金」を活用できます。

スケジュール

| 令和7年度 | | 令和8年度 | | | | | | 令和9年度 | | | | |
|-------|---------|-------|----|--|----------|------------------------|------|---------------------|------------------------|----|--|----------|
| 4~3月 | | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9~3月 | | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 |
| 目標設定 | 申込書等を提出 | 取組 | | 「実績報告書」の提出 （令和7年度取組分） ※実績報告書の提出は5月末日まで | 健康経営大賞募集 | 三重とこわか 健康経営大賞 募集 | 認定 | 三重とこわか 健康経営カンパニー | 三重とこわか 健康経営大賞 発表 | 取組 | 「実績報告書」の提出 （令和8年度取組分） ※実績報告書の提出は5月末日まで | 健康経営大賞募集 |
| | | | | | | | | | | | | |

お問い合わせ 三重県医療保健部健康推進課

TEL 059-224-2294 FAX 059-224-2340

E-MAIL kenkot@pref.mie.lg.jp

<https://www.pref.mie.lg.jp/KENKOT/HP/index.htm>

様式ダウンロード▶

三重県 健康経営

