



メタボ



ストレス

こんな企業に…

企業 Report

08

in
愛知

日本介護サービス株式会社

イベントやポイント制など 工夫をこらすことにより、 社員が楽しく健康施策を 実践



①お話を伺ったディサービス課長の阿部耕造氏 ②会社外観 ③体力が必要な仕事が多い

会社概要

名称	日本介護サービス株式会社	事業内容 訪問介護、訪問入浴、居宅介護支援、通所介護、福祉用具販売、レンタル、住宅改修、配食サービス
設立	1998年3月	
代表者	代表取締役 安藤憲昭	

社員のこれからを考えて、 まずは意識改革から

愛知県豊田市、自動車関連の工場が点在する町。この地で1997年創立以来、介護サービス事業を展開する日本介護サービス(株)。代表取締役の安藤憲昭氏は元機械工作メーカーの方で、転職してこの会社を起業した。他業界と比べて遅れがちだった介護サービス業界の安全衛生管理について自動車業界でのノウハウを活かしながら、改革をすすめてきた。実際の健康経営の推進、実践を担当しているのは、ディサービス課長の阿部耕造氏で、彼も自動車関連企業からの転職組である。

「私は前の職場では衛生管理者の資格を活かし、総務部人事課として、また、従業員代表として、従業員の安全衛生管理や健康管理まで担当していました。介護サービス業界に転職して分かったことは化学的な薬剤使用等の難しい処理はないかわりに、働く従業員に対するケアが十分ではないということです。業態としても新しく、若い社員が多い分、自分の健康に対する意識が希薄なのです。離職率も高く、腰痛で働けな

安全衛生管理に関する自動車業界の進んだノウハウを介護サービス業界に導入して、健康経営のベースにした。まず、社員の意識改革からはじめ、参加型の健康施策により、社員が楽しく実践できる環境をつくっている。

くなる人も結構多い。10年後、20年後を考えたら、このままではいけないと思い、まず、社員の意識改革を1年半かけてやりました。」

あえて不健康な人を、 健康経営の推進担当者に出す

意識改革のための施策として、知識の向上からスタート。阿部課長が着手したのは2011年2月から毎月テーマを設け、1年半をかけて開いた社内での勉強会である。例えば安全衛生管理とは社内でするものか、メンタルヘルスとはどういうものか、というような比較的ベーシックな取り組みから健康経営につながる社員の意識や知識の向上を図っていった。その後、具体的な活動を展開するための組織づくりに入っていく。

「私が社内の安全衛生委員会のチーフとして、まず、一緒に働いてくれる推進担当者を選びました。私が選んだ基準は、社内で極めて不健康そうな人です。見るからに肥満でメタボが心配な人、ヘビースモーカー、そしてお酒を飲むことが大好きな人の3人、私を入れ



て4人で推進することとしました。これは、決してジョークではありません。まず、この人たちに健康に対する意識を持ってもらい、あの不健康そうな人たちが進んで健康に対する取り組みを実践しようとしているのだから、自分たちもやってみるかという社内の空気を作りたかったからです。社長も同意見で、まずはできることからやってみれば、いいと私をバックアップしてくれました。」

毎年テーマを決めて、 できることから実践

こうしてスタートした安全衛生委員会は、2013年度から本格的なプロジェクトを始動させた。推進担当者にメタボが心配な人がいることもあつ

て、初年度は「メタボ対策」を取り上げた。各部署から数人の被験者に出てもらい、毎月、体重と体脂肪率を測り、それをグラフ化し社内発表。社員に「見える化」することにより、被験者の努力の有無が話題になり、体重・体脂肪率への関心が一気に高まった。

翌2014年度は「健康づくり」をテーマに、前年の体重・体脂肪率測定を継続し、週1回30分以上の運動、週1日禁煙・禁酒などが追加された。推進担当者が自らに課した課題も社内の様々な場で取り上げられ、週1日禁煙・禁酒は周りのメンバーからのチェックもあり、何とか達成できた。3年目の2015年度のテーマは「健康いきいき」。週1回のウォーキング、始業前の5分間体操、年1回のストレスチェックの後にストレスの解消法を各自に書いてもらう取り組みを実施した。また、「私の健康宣言」というテーマで、自分なりの健康への取り組み方法を具体的に書いてもらう取り組みも実施した。そして2016年度は、年間の健康イベント（健康診断など）のスケジュールを記載した「健康づくりカレンダー」を作成した。

社内をどう巻き込むか。 それが健康施策を 成功させる鍵

まったくのゼロからスタートして4年、社員の皆さんがこれだけ健康について取り組むようになったのは、中心となって推進してきた阿部課長の頑張りが大きいと思う。

「やってみて感じたことは、上から一方的に『〇〇しましょう』というものは

ダメですね。周りが興味をもって注目し、社内を巻き込んでいける参加型のものがうまくいくようです。最初のメタボ対策なんて、ただ体重と体脂肪率を測って毎月発表しただけなのに、社内各部署から被験者を選抜したことで、思いのほか盛り上がりました。このプロジェクトはポイント制になっていて体重と体脂肪率を健康体により近づけた人が所属する部署にポイントが加算され、社長が年末のイベントでポイントが多い部署に賞品を贈呈しました。また、社員それぞれが健康目標を宣言する。「私の健康宣言」は、難しい目標を掲げる人、気軽にできることを目標とする人など、社員の一人ひとりの個性が見られる楽しい取り組みでした。」

こうして楽しみながら実施してきたプロジェクトにより、一番変わったのが社内での会話だった。若い男性社員が多い職場で、休み時間の話題は「車」の話が中心だったのだが、最近は「食事や運動」の話がよく話題に出ているという。介護サービスという事業であるため、「食事や運動」の話題は現場でのお客様との会話にも活かされている。意識改革からスタートした日本介護サービス(株)の健康経営は、着々と社内に浸透し、今後も具体的な成果に結びついていくだろう。



取り組みとその効果

- 社内で1年半の勉強会。
社員一人ひとりに健康への取り組みや重要性を意識させる。
- 毎年、テーマを決めて実践。
ポイント制やイベントの演出で、社員が楽しく参加する。
- 社員それぞれが「私の健康宣言」。
個人の健康目標が社内に波及する。



社員の「健康宣言」も書き込める「健康づくりカレンダー」