

連

載

健康経営トップランナー企業の取り組み

昨今、健康経営を経営戦略として積極的に取り組む企業が増えてきました。経済産業省などが健康経営を進める企業を顕彰する「健康経営優良法人認定制度」の中小規模法人部門今年度 19,796 法人が認定を受けました。そのうち上位 500 位までが【ブライツ 500】、501 位から 1500 位までが【ネクストブライツ 1000】の認定を受けますが、今回は、【ネクストブライツ 1000】の認定を受けた企業の取り組み事例をご紹介します。

キャリア & ライフサポーターズ株式会社 代表取締役社長 ささお よしこ 笹尾 佳子

リクルートから東京電力に転職。関連会社で 20 億円の赤字を抱えていた介護会社を 2 年で V 字回復。中堅ゼネコンで人事役員を経験した後、健康経営コンサルタントの会社を立ち上げる。(法政大学評議員、中小企業診断士、健康経営エキスパートアドバイザー、介護福祉士、キャリアコンサルタント)



第 9 回

環境経営と健康経営を両軸に、社員が家族を入れたいと思う企業文化を作りたい

日東精密工業は、精密切削工具の専門メーカーとしてブローチと金型製造に独自技術を磨いてきた老舗企業であり、「社員にとって魅力ある会社づくり」を掲げて環境経営と健康経営を両輪として取り組みを進めています。まずは「できることから始める」という精神のもと、2021 年に埼玉県健康宣言事業所に登録し、県主催の【企業対抗！コバトンウォーキングチャレンジ】には 2 年連続で参加して上位を目指して全社で取り組みました。その後、2023 年に埼玉県健康経営認定、2024 年に健康経営優良法人認定を取得し、これら一連の取り組みが評価されて 2025 年から 2 年連続【ネクストブライツ 1000】に認定されています。

健康経営を始めた背景

近藤社長は、社外から見て魅力的な会社であること以上に、社員にとって魅力ある会社であることを重視して

います。社員が自分の子どもを入社させたいと思えるほどの会社にするので、採用力と定着率を高めることができると考えており、人手不足が深刻化する中でこれは重要な経営課題であると捉えています。

同社の事業は、創業以来の精密切削工具と、40 年前に事業譲渡された金型製造の二本柱で構成されていますが、両事業は業務内容も組織風土も大きく異なり、社内での交流がほとんどありませんでした。そこで、全社共通の目標として環境経営と健康経営を掲げ、事業間のコミュニケーションを促進し、一体感の醸成を図ることにしました。環境経営ではエコステージを導入し、不良削減や納期遅延率低下など本業の改善を進めるとともに、全員参画で現場改善を推進し、仕事を通じたコミュニケーションの強化につなげています。一方、健康経営では従業員の健康を「永続企業」の根幹と位置づけ、健康管理・増進に積極的に取り組むことで風土改革を進めようとしています

近藤社長には、もう一つ強い思いがあります。父や叔父、創業期の先輩が若くして亡くなった経験から、「会社を勇退するときに、第二の人生を楽しめるだけの余力を残してほしい」という願いです。健康はその前提であり、社員にも“自分事”として捉えてほしいと考えています。

取り組み事例とその成果

健康課題として BMI の高い社員が多かったことから、まずは社員全員の疾病予防に重点を置き、健康診断後の

Company Profile

日東精密工業 株式会社

■住所：埼玉県大里郡寄居町

■創業：1966 年

■代表者名：近藤敬太

■従業員数：109 名

■事業内容：精密切削工具の製造販売、
各種金型製造販売

■売上：16 億円 (2024 年度実績)

<http://www.nitto-p.co.jp/>



近藤 社長



年2回のウォーキングイベントでは
地元探索のハイキングを実施

二次検査対象者を管理して受診勧奨と報告を徹底しました。また、協会けんぽの生活習慣病予防健診も5年前から導入しています。がん検査や女性健診については就業認定や費用補助を行い受診し



やすい環境を整えた結果、過去5年間で5名のがんを早期発見し、治療と仕事の両立を実現しています。さらには、団体がん保険やGLTD（団体長期障害所得補償）保険も導入し、万が一の備えも強化しました。

運動習慣づくりとしては、朝礼でのストレッチに加え、「健活イベント」として毎月1回夕方から近隣の体育館を借りてバドミントン、ソフトバレー、バスケット、卓球などを実施しており、参加率は約4割にも達しています。また、年2回の「ウォーキングイベント」では地元近隣探索のハイキングを実施しています。さらに、社内コラム「健活通信」を毎月発行し、健康意識の醸成にも努めています。これらの取り組みにより部門を超えたコミュニケーションが大幅に改善し、社内アンケートでは健康経営の満足度が33.8%から55%へと上昇しました（24年度→25年度）。離職率も2022年の4%から現在は2%に低下し、工業団地内の他社から「良い会社」と紹介され応募が来るなど、外部評価も高まっています。

一方で、BMI高値者の減少が進まないことや健康経営の取り組みにマンネリ感が出てきていること、毎月の運動イベントの参加者は4割と多いものの固定化していることなどが課題として挙げられます。これらに対し、毎年1回実施する健康アンケートで希望イベントを募り施策を検討していくことや若手と役員の座談会を設けるな



「健活イベント」は地元体育館で毎月実施

ど、社員のツウウェイのコミュニケーションを心がけ、社員が主体的に健康行動を促進できるための仕組みづくりを進めています。

取材を終えて

近藤社長の原体験から生まれた「社員が第二の人生を楽しめるように」という強い思いが、健康経営の根底にあります。また、異なる風土を持つ二つの事業部を一つの方向にまとめるため、環境経営と健康経営を経営戦略として位置づけている点が印象的でした。2年連続で参加したウォーキングチャレンジでは、社長自ら積極的に歩き、チームとして2位を獲得しました。毎月のスポーツイベントも参加率が約4割に達しており、健康経営の取り組みが社内で非常に活発に進んでいます。

社員の健康経営に対する認知度は97.5%と高く、満足度も上昇しており、全社一体で推進する体制が整いつつあります。さらに、がん検診や女性の健康支援によって早期発見が実現している点は、社員にとって大きな安心につながるだけでなく、企業としても重要な価値を生み出しています。

また、マンネリ化への対策として社員の声を丁寧に拾い、組織図にいれられている健康推進委員会を中心に自律的な活動へと進化させようとしている姿勢も印象的でありました。試行錯誤を重ねながらも前進し続ける同社の取り組みは、地域企業の健康経営のモデルケースとなり得ると感じました。