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の一環として推進する企業が増えています。経済産業省などが健康経営を推進する企業を顕彰する「健康経営優良法人認定制度」では、2025 年度、中小規模法人部門で 23,085 法人が認定を受けました。そのうち上位 500 法人が【ブライト 500】、続く 1,000 法人が【ネクストブライト 1000】に認定されます。今回は、健康経営の取り組み初年度で【ネクストブライト 1000】に認定された建設業、旭シンクロテック株式会社の戦略的な取り組みをご紹介します。

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

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15回 「社長を超えろ！」が生んだ対話 ― 建設業が「人への投資」として進める健康経営

■健康経営を始めた背景

「会社を支えているのは人だ」。豊田社長のこの言葉に、同社が健康経営に取り組む原点があります。建設業で何より大切なのは「安全」です。ちょっとした体調不良や集中力の低下が、事故につながる可能性もあります。ルールを守り、設備を整えるだけでなく、従業員が心身ともに健康で、良い状態で仕事に向き合えることが、安全の大前提となります。とりわけ現場勤務や出張、夏場の暑さ、繁忙期の業務負荷など、健康面で気を配るべき点の多い業種です。同社は、認定を機に健康管理を始めたわけではありません。以前から、過重労働や残業時間、ストレスチェックの結果を役員会で共有し、繁忙な現場には人員を再配置するなど、必要な対策を講じてきました。これらを「健康経営」として体系化したのが 2025 年度です。健康経営宣言、推進体制、健康課題、目標、方針を明文化し、社内外に公表しました。とはいえ、従業員にとって「健康経営」はなじみの薄い言葉でした。「今までどおりでよい」「なぜ健康経営に取り組むのか」という声も少なくありませんでした。それでも推進する理由を、社長はこう語ります。

「健康経営は単なる福利厚生ではなく、『人への投資』である。従業員が健康であることが『安全・安心』な会社につながり、生産性や品質が高まり、会社の成長につながる。そして人手不足が進む中では、『安心して長く働ける会社かどうか』が、会社を選ぶ基準になっていく」事業も急拡大を目指すのではなく、人を育てながら着実に成長させていく方針です。

■取り組み事例とその成果

まず健康アンケートで現状を把握し、健康管理の仕組みを整えました。健康診断後は保健師が個別に受診を勧め、再検査・精密検査・特定保健指導に要する時間は就業時間として扱っています。定期健康診断の受診率と再検査の案内率は、ともに 100% を達成しました。再検査の受診率も、個別勧奨と進捗確認によって前年の 41.2% から 86.8% へと大きく上昇しています。

特徴的なのが、歩数共有アプリを活用したウォーキングイベント「社長を超えろ！」です。従業員 240 名（役員・嘱託員等含む）のうち 108 名が参加し、参加率は 45.0% でした。社長の平均歩数を超えた従業員は 27 名で、参加者の 25.0% にのぼりました。歩数を意識するきっかけになっただけでなく、社長と従業員、従業員同士の会話が生まれたことも大きな波及効果でした。

Company Profile

■社名：旭シンクロテック株式会社
■住所：東京都港区
■設立：1947 年
■代表者名：豊田 義浩
■従業員数：222 名
■事業内容：プラントを中心とした
設備工事・設備エンジニアリング事業
■売上：125 億円（2025 年度）



豊田社長

今後も春と秋の年２回、内容を工夫しながら続けていく予定です。また、2026 年８月からは毎月 22 日を「禁煙の日」とし、昼休憩を除く就業時間中を禁煙としました。役員を含む全社で取り組み、営業所の喫煙所にもポスターを掲示しています。

こうした取り組みを従業員に伝え続けているのが、社長自身の声掛けです。営業所を訪れたときも、現場を巡回するときも、「歩いている？」「歩数アプリをやっている？」「健康診断を受けている？」と気さくに声を掛け、日常の対話を通じて健康への意識づけを図っています。

取り組みは２年目を迎え、社内の意識や行動にも少しずつ変化が表れています。前年度と比べ、健康経営の理解度は 38.4% から 71.1% へ、自社の健康経営への満足度は 2.9 点から 3.5 点へと向上しました。仕事のパフォーマンス低下（プレゼンティーズム）も 22% から 15% に改善しています。一方で、運動習慣率は横ばいで、特定保健指導の受診率や高ストレス者率にも課題が残っています。同社は、数値の変化をすべて施策



毎月 22 日【禁煙の日】のポスター掲示



ウオーキングイベント【社長を超えろ！】

の効果とは捉えていません。健康課題を正確に把握し、一つずつ改善を積み重ねていく考えです。一過性の取り組みで終わらせず、会社の文化にしていくことを目指しています。

■ 取材を終えて

取材を通じて印象に残ったのは、旭シンクロテックの健康経営が、特別な施策に頼るのではなく、経営者の思いを日々の行動につなげている点です。社長自らが現場に足を運び、従業員に声を掛ける。健康診断や再検査を受けやすい環境を整える。そして、ウォーキングイベントを通じて健康を身近な話題にする。こうした日常の積み重ねが、従業員の意識の変化につながっています。

健康経営の理解度や再検査受診率、プレゼンティーズムなどに改善が見られる一方、運動習慣や特定保健指導の受診率など、次に取り組むべき課題も見えてきました。成果だけを見るのではなく、データをもとに課題を捉え、次の取り組みにつなげていく。その姿勢に、同社の健康経営の特徴があります。

健康経営を一過性の施策で終わらせず、日々の経営や職場の中に根付かせていく。その積み重ねが「従業員が健康で、安心して働ける会社」をつくり、安全や生産性、品質、そして企業の持続的な成長へとつながっていくのではないでしょうか。

旭シンクロテックの取り組みは、これから健康経営を始める企業にとっても、身近なところから始め、着実に続けることの大切さを示す事例といえます。こうした取り組みが同社の文化としてどのように根付いていくのか、今後も注目していきたいと思います。