



# 三井化学株式会社

## 三井化学健康保険組合

### Profile

- 本社所在地：東京都港区
- 業 種：モビリティ・ヘルスケア・フード&パッケージング・基盤素材
- 社 員 数：約1万8000人（グループ企業含む）

三井化学株式会社は、日本の化学会社として100年以上の歴史を持ち、自動車のバンパーなどに使用されているPPコンパウンドやプラスチックメガネレンズ用材料、紙おむつ等に使用される不織布、歯科材料、産業用フィルム・シート、農薬、エチレン、プロピレン等の石化原料、フェノール、ポリオレフィン等の基礎化学品等、数多くの製品を手掛けている総合化学メーカーです。東京本社以外に、名古屋、大阪、福岡の3カ所の支店、6カ所の国内工場や研究所のほかに、欧米、東アジア、東南アジアにも拠点を有しています。

同社は2019年10月に健康企業宣言を行い、2020年12月に「銀の認定」を獲得しました。今回は、本社健康管理室長で統括産業医である土肥誠太郎さん、本社健康管理室の保健師である山内規代美さん、三井化学健康保険組合の常務理事である横田敬さん、三井化学健康保険組合の木内良枝さんにお話をうかがいました。



左から横田さん、土肥さん、山内さん、木内さん

### 挑戦のきっかけ

グループ会社とともに  
健康への意識をより強くもつ

——健康企業宣言に参加することになった経緯をお教えてください。

**横田：**健康企業宣言の内容は、当健保がこれまで取り組ん



できたもの、これからも取り組むべきものとはほぼ合致しており、とても有効だと感じました。会社が自ら健康企業宣言をすることは大きな意味や影響力があり、従業員の健康管理に対する意識も変わっ

てくると考えて、本社健康管理室さんにおすすめしたところ、快くお受けくださり、宣言することになりました。

**土肥：**三井化学は、以前より健康増進に関してはさまざま



な施策を続けてきた会社で、健保組合さんから宣言のお話をいただいた際も、何の躊躇もなく参加の表明をさせていただきました。今回の宣言の意義は、三井化学本体もさることながら、弊社グループ

の各社が、本体と同じように、歩調を合わせて健康増進に取り組むきっかけになったことが大きいと感じています。

**横田：**当健保には三井化学株式会社のほかに、グループ会社等32社が加入しており、そのうち23社が健康企業宣言に参加しています。2021年2月現在で、三井化学株式会社を含めた12の会社が銀の認定を受け、残りは取得に向けて挑戦中となっています。

私どもが課題としていたのは、グループ会社の中でも、本社健康管理室さんの管轄ではない事業主に積極的に参加してもらい、健康への意識を高めてもらうことでした。多くの会社は安全管理や衛生管理は年間計画を立ててしっかりとやっておられる。しかし、それらに比べて、健康管理はどうしても弱くなってしまっている現状がありました。トップの方々は、皆さん、従業員の健康のことを気にかけていらっしゃいます。ただ、どのように取り組んでよいかかわからず困っている方がたくさんいらっしゃいました。私どもはいろいろなご提案やアドバイスをさせていただくなかで、特にこの宣言に賛同してくださる事業主がたくさん出てきたのは喜ばしいことだと思っています。



## 取り組みの中で見えてきたもの 従来の取り組みを見直し、 改善することができた

— 宣言をした後に見えてきた課題、成果などをお聞かせください。

**土肥**：弊社は昔から従業員の健康に対する意識は高く、さまざまな取り組みを行ってきた実績があります。2004年には「体力づくり優秀組織表彰」で内閣総理大臣賞をいただいたほか、2013年には日本政策投資銀行の「DBJ健康経営格付け」で最高ランクと特別表彰を受け、健康経営優良法人認定制度においては、ホワイト500を取得しています。労働衛生だけでなく、健康増進に関してもさまざまな施策を講じ、国内でも先進的な取り組みを行ってきた会社だと自負しています。

### 三井化学の健康管理に関する最近の受賞

#### 2004年度体力づくり優秀組織表彰 内閣総理大臣賞

第1回健康寿命をのぼそう!アワード  
厚生労働省健康局長賞 (2012年度)

日本政策投資銀行による健康経営  
格付けで「最高ランクの特別表彰」  
(2013年度)



日本化学工業協会より「レスポシブル・ケア  
賞 (RC賞)」を受賞 (2013年度)

健康管理室が主体となったメンタルヘルスにおける  
全社的な取り組みが評価され、全事業所の常勤産業  
医が日化協よりRC賞を受賞。



「DBJ健康経営格付け」で最高ランクの特別表彰  
を受けました

### 三井化学の健康管理に関する最近の受賞

日本産業衛生学会から優秀論文賞を受  
賞しました(2015年)～保健指導に減量支  
援プログラム～



三井化学「平成 27 年度 東京都スポーツ推進企業」に認定  
～日本の健康増進の生活で輝かせる企業を目指して、健康・安全・ヘルシーな企業を目指し～



日本産業衛生学会からベストGP賞を受賞  
(2016)～労働衛生数値管理ツールで職場環  
境改善に大きな貢献～



労働衛生「健康経営優良法人「ホワイト500」」に2年連続で認定



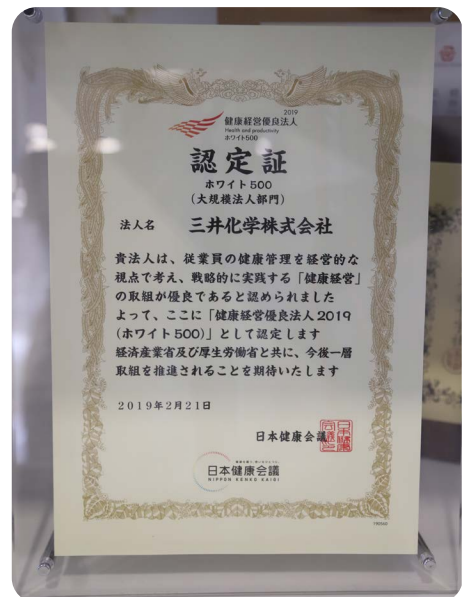
2021年3月で制度創設より5年連続で認定

「健康経営優良法人 ホワイト500」に2021年3月で  
制度創設より5年連続で認定されています

弊社には名古屋、大阪、福岡の3支店に加え、市原工場、市原工場茂原分工場、名古屋工場、大阪工場、岩国大竹工場、大牟田工場、袖ヶ浦センターという6工場と1つの研究開発拠点を持っています。それぞれに専属の産業医がいて、専属の保健師を配置して体制を整えていますが、じつは小さなランチが存在しているんですね。ぽつんと新潟にあたり、グループ会社の中に三井化学本体のランチがあったりするわけです。そういうところに対して、私たちのケアが十分ではなかったことに気づかされました。さらに、今回の宣言の取り組みのなかで、特定保健指導がきちんとできているのか、健康づくり活動が本当に従業員が望んでいることなのか、といったことなどを見直す機会になりました。それはひとつの収穫だと感じています。それよりも、健康管理について、本社が旗を振って全社が同じ方向を向いて、同じリソースでスムーズに取り組めて結果を出せたことがとてもよかった。それまでの実績もあり、モチベーションを維持できことは、今後の自信にもつながると思います。



体力づくり優秀組織表彰で内閣総理大臣賞を受賞



健康経営優良法人ホワイト500にも認定





## 苦勞した点

### 課題を抱えるグループ会社を しっかりとサポート

—— 宣言を行って取り組んでいる途中で、苦勞された  
ことがあればお聞かせください。

土肥：本社健康管理室としては、それほど苦勞したことは



なく、順調に進められたと思っています。ただ、コロナ禍のなかで、計画していることがまったく進まなくなったことは大変でした。たとえば、特定保健指導をし

ようにも、会社には従業員が3割くらいしか入社していないわけですし、健康教育やフィットネスプログラムなどをwebに移行させるといっても簡単ではありません。保健師はいろいろと大変だったはずですよ。

横田：三井化学本体は、何の不安もありませんでした。私ども健保組合がやっていることの数歩先を進んでいらっしゃるの、私どもとしては、三井化学本体の取り組みを良い例として、グループ会社に紹介していくことを進めました。

木内：グループ会社のなかには、まだまだたくさんの課題を抱えているところもたくさんありましたので、私たち健保組合としては、それらを改善し、サポートしていくために、ひとつひとつ丁寧にアドバイスや提案を行いました。最初の頃は、宣言したにもかかわらず、どうやっていいかわからないとか、マイナス思考になっている事業主も多かったのですが、「こんなやりかたがありますよ」とか「このほうがスムーズに進められますよ」とやりとりを続けていくうちに、考え方がプラスに転じて、組織全体のモチベーションも上がっていきました。やはり三井化学本体の良い例をお見せできたことは効果大だったと思います。



## 従業員の意識啓発の方法とは

### 複数のアプローチ法で 地道に進めていく

—— 健康に関する取り組みについて、従業員の意識啓発はどのように行っているのでしょうか。

土肥：それはいろんな方法があると思います。たとえば、弊社のグループ会社には従業員が50人ほどのところもありますが、こういった会社は社長が「やるぞ」といって、従業員を鼓舞するのが一番てっとり早いかもしれませんし、健保組合の方が根気よく説得していくのも効果的です。また、健康診断の結果を見ながら、ここを改善しましょうなどと個別に指導していくことも、健康意識を高めるのには有効だと思います。さらに、講演とか講習と

かで、健康に関する正しい情報を丁寧に伝えていくような集団的な教育も大切です。トップへのアプローチだけでなく、個人や集団へのアプローチなどもやっていかないと、健康へのリテラシーは高まらないと思います。いずれも地道な方法ではありますが、時間をかけてやっていくことが大切なのではないでしょうか。



## 従業員に好評の

### 「ヘルシーマイレージ」

グループで参加して

楽しみも見いだせる取り組み

—— 参加率が高く、好評を博しているというヘルシーマイレージというのはどんな取り組みなのでしょう？

土肥：多くの従業員は、大なり小なり健康のために何かしらの努力をしているわけです。もしくは努力しようと考えているわけです。できるだけ歩くとか、お酒の量を控えるようにしているとか、間食をやめているとか、そういう行動をとっている人は決して少なくありません。そんな従業員をほめてあげたい、という発想がこのヘルシーマイレージ誕生のきっかけになっています。つまり、健康に関するあらゆる行動をマイレージに換算して、そのポイントを貯めれば賞品がもらえるという仕組みです。ひとりで参加可能ですが、グループでの参加を推奨しています。グループ参加だと、ひとりが脱落しそうになるとポイントが増えないので、みんなで励まし合うわけです。1日の歩数が5000歩なら1ポイントとか、地道にやっていって、あるポイントに達すると、今治産のタオルとか、なにかを育てるキットとか、それなりに魅力のある賞品をさしあげることになっています。商品代は健保さんが負担してくださるなどのご協力をいただいて、魅力ある取り組みになっています。

横田：ヘルシーマイレージは年2回、3カ月かけて開催されます。このほかに健保組合が主催するウォーキングイベントもポイント制になっていて年2回、2カ月かけて開催されます。従業員の方々は、ほぼ1年を通して、このようなイベントに参加して下さっています。



## 「食生活改善」

### 「若年者肥満対策」の内容とは

わかりやすさを前に出して

常に興味あるものに

—— 食生活改善や若年者向けに肥満対策を行っているようですが、具体的な内容をお聞かせください。

山内：食生活改善というテーマにおいては、これまでいろいろなことを実施してきました。たとえば管理栄養士さ



んによる栄養教室やクッキング教室です。夏には「暑さに負けない食事づくり」といったテーマで開催したり、「睡眠と栄養を考えたハーブティづくり」といったこともやりました。また、各工場には食堂がありますが、そのなかでサラダバイキングの日を設けたり、1日に摂取すべき野菜の量を現物で示したり、あるいはタンパク質多めの「筋肉弁当」を提供している事業所もあります。



**土肥：**ほとんどの工場でバランスよく栄養をとれるヘルシーメニューを出しています。ただ、以前はヘルシー＝おいしいともいえないメニューもありましたが、工夫と改良を重ねて、おいしいと評判のヘルシーメニューも出てきています。

**山内：**若年者肥満対策のほうは、数カ月にわたる取り組みで、特定保健指導になる前の年齢の従業員に実施しています。管理栄養士とマンツーマンでじっくりと取り組んでいけるので、明確に結果が出ます。結果が出るとますます積極的になるので、どんどん改善していきますね。

**土肥：**本人も少し気にしているところからスタートするので、皆さん積極的です。肥満になってしまう前の段階だと簡単に痩せる実感を得られるし、食事を見直したり、運動する習慣が身につくので、とても効果を発揮している取り組みといえます。



「工場での食生活改善指導」

## 今後の抱負

### 新しいアイデアとツールをフル活用していく

— 今後はどのように健康づくりを進めていくご予定でしょうか？

**山内：**コロナ禍でwebを使った情報発信が増えましたが、これからは本格的にオンラインを活用した取り組みを進めていきたいと思っています。オンラインだと、従来はひとつの事業所でしかできなかったことが、複数の事業所でも実施できて、健康づくりというものをどんどん広めていくことが可能となります。

また、アプリの活用も進めていこうとしています。本人の身長や体重などの基礎データを入れておいて、目標を設定し、毎日記録していくと、アプリが自動的にアドバイスしてくれたり励ましのメッセージを送ったりするものです。特に若い従業員には利用しやすいツールになると考えています。

### 1、テレワーク等についてのアンケート結果

①対象本社地区社員約1700名  
 ②実施方法：ストレスチェックと同時にWeb上実施  
 (対象者へのメール配信で開始)  
 ③実施時期：7月30日～8月19日  
 ④回答率：約97.4%

3

2021年3月26日

**横田：**三井化学本体の取り組みはとても参考になります。私も健保組合としては、そういった取り組みを、他の事業主にも紹介していくことも役割のひとつだと思っています。新しいアイデアやツールをうまく取り入れて、ひとりでも多くの人が健康に対する意識を高めてくれるといいですね。

### テレワーク等についてのアンケート結果

～ 企業本社地区結果～

現在テレワーク勤務をどのくらいの割合で実施していますか。  
最近1か月の状況についてお答えください。

	平均	0%	1~20%	21~40%	41~60%	61~80%	81~100%
	<b>64.3</b>	<b>1.8%</b>	<b>7.4%</b>	<b>12.5%</b>	<b>22.1%</b>	<b>30.1%</b>	<b>26.2%</b>
男性	62.8	1.8%	8.4%	13.4%	22.8%	29.5%	24.2%
女性	69.3	1.7%	4.2%	9.7%	19.7%	31.9%	32.8%
20代	<b>74.6</b>	1.4%	1.4%	5.6%	18.1%	36.1%	37.5%
30代	69.8	1.2%	5.4%	4.8%	22.9%	33.7%	31.9%
40代	64.4	1.5%	5.9%	12.5%	22.9%	32.1%	25.1%
50代	<b>60.4</b>	2.3%	9.9%	16.1%	22.8%	25.6%	23.3%
60代以上	64.2	1.2%	8.6%	14.8%	17.3%	34.6%	23.5%