

サイショウ・エクスプレス(株)

【東京トラック事業健康保険組合】

社内の健康意識の改革と産業医の共同選任などの独自の健康づくり

健康保険組合連合会東京連合会では、先進的な健康経営の取り組み事例をご紹介します。今回は運送業界から、東京トラック事業健康保険組合加入のサイショウ・エクスプレス株式会社の取り組みをご紹介します。

事業所のアウトライン

サイショウ・エクスプレス(株)



本社所在地：東京都江東区
業 種：一般貨物自動車運送業・倉庫業
社 員 数：30名（平均年齢48.4歳）
※平成30年8月末現在



本社



専務取締役
さいとう あつし
齋藤 敦士さん

「社員や家族が健康であれば、不幸な思いは少なくてすみ、仕事の効率も上がり、事故の予防にもつながる。医療費も減る。そんな思いで取り組みを始めました」

貨物運送と倉庫業を主な事業とする、サイショウ・エクスプレス(株)。具体的な業務内容としては、催事・イベントや建築関係の資材の輸送から重量物の運搬、産業廃棄物の運搬まで、顧客の運送ニーズに応じて幅広く対応しています。そのため、単なる輸送の業務という範疇を超えて専門知識を備えたスタッフによるキメの細かな対応が求められるケースも多く、それを支える社員の心身のケアや健康管

理は、「安全」「迅速」の両面が求められる輸送業務の「質」を左右するカギともなっていました。

そうした状況を踏まえて同社では、社内報による健康情報の発信や外部スタッフの力を借りての健康イベントの開催、乗務する車両の禁煙化などのほか、事業所規模の関係で選任義務のない産業医を同業の2社とともに依頼するなど独自の取り組みを進めており、平成29年8月には健康企業宣言を行っています。

きっかけは従業員の病気 ～健康の大切さをあらためて実感すること～

業務を円滑に進めるうえでの健康の重要性は以前から実感されていた同社ですが、いざ健康管理を始める引き金となったのは、実は連続した社員の健康トラブルでした。「ここ数年、弊社のドライバーの間で大腸がんや胃がん、脳

梗塞といった大きな病気が多発したんです。

従業員数30名の会社にとっては、社員の健康トラブルは切実な問題です。大病を患えば治療に半年から1年は必要ですし、業務に復帰してもらうまでにはさらに時間がかかる。ドライバーの求人募集をすれば人は集まりますが、今度は若手を指導する者がいない。だからなかなか社員が定着しない。人を育てる環境が整っていなかったという反省もあります。社員が一人でも欠けると影響が大きいんです」

こう語るのは、同社専務取締役の齋藤敦士さんです。

「もう一つ、経営面の必要性とは別に、健康の重要性を身に染みて感じる個人的な動機もありました。私事ですが、身内で病気が原因の不幸が続いたんです。私が妻と出会ったときに義母は病身でしたが、私たちの結婚後、闘病の甲斐なく病没しました。そして数年後には、会社の経理を担当していた私の実母も病気で他界しています。2人が病氣と戦う姿を目の当たりにしていた身としては、『健康であることの大切さ』を実感しました。ちょうどそんなときに、新聞で『健康経営』に関する記事を読んだんですね。

社員や家族が健康であれば、あんな不幸な思いはしなくてすむ。仕事の効率も上がり、事故の予防にもつながる。医療費も減る。ぜひ弊社でも取り組みたいと思いました」(齋藤専務)

このほか同社では、昨年7月5日・6日にドライバーを対象とした健康改善講演会を開催。社員全員の参加を得るなど、健康意識の向上に努めました。

ドライバーは、仕事の特性として運動をする機会が少ないのだそうで、最近では、整備講習会とウォーキングをセットにして開催したり、定期的にウォーキング活動を行ったりしたりもしています。また職場には血圧計や体重計を設置して、とにもかくにも健康を意識するきっかけを増やすことに注力してきました。

「今年1月からは、すべての車両の禁煙化に踏み切りました。車内の灰皿は取り外しができないため、灰皿の上に禁煙ステッカーを貼って、注意を促しています。また、禁煙外来や禁煙補助剤を利用したりして禁煙に取り組む場合は、費用を全額会社で負担しています」(齋藤専務)

同時に同社では今年4月、江戸川区から畑を借りて、「SAISHO農園」をスタートさせました。これは、従業員だけでなくその家族にも健康になってほしいとの思いから始められた施策で、従業員や家族が誘い合って農業体験を行うことを通じて、自然に体を動かすとともに野菜を育てる喜びを学んだり、コミュニケーションを深めてもらう場となっているといいます。

健康経営への具体的な取り組み ～トップから積極的な情報発信を行う

とはいうものの、最初はどこからどのように着手したらよいか、わからなかったといいます。そのために同社では、「自分たちでできることから少しずつ」始めました。その第1歩が、昨年4月1日に制定された「サイショウ健康宣言」です。

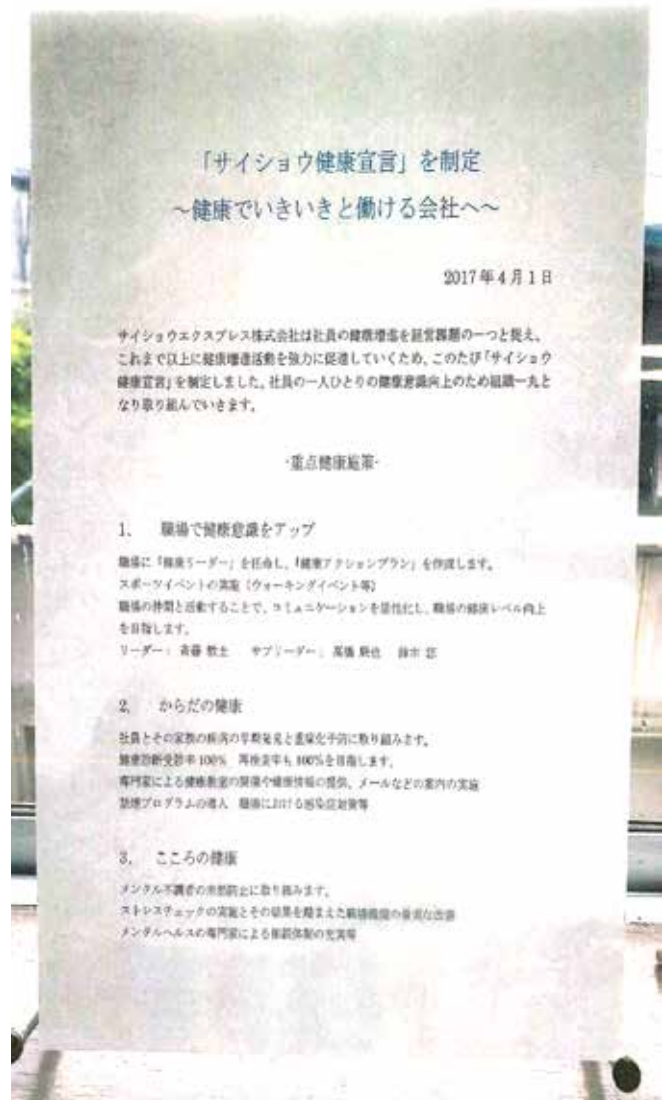
この「健康宣言」では、重点施策として

- 1 職場の健康意識をアップ
- 2 からだの健康
- 3 こころの健康

の3つが掲げられました。トップから積極的に情報発信を行っていくことで、健康づくりに関する社内の意識の共通化を図ろうという戦略です。

『職場の健康意識をアップ』は、職場の『健康リーダー』の任命と、『健康アクションプラン』の作成を謳っています。私一人がいくら旗振りをして、取り組みを理解してくれる従業員がいなくては意味がありません。健康リーダーは私が務めますが、従業員からサブリーダーを2名選任しました。

さらに昨年7月からは社内報『SAISHO健康・改善プロジェクトNews～日本一健康な運転者を持つ会社を目指して～』を発行しています。A4判・4ページ・4色の体裁で、とりあえず健康への関心を高めてもらうため、『コンビニメニューの賢い選び方』のような食や栄養に関する情報や、誰でも気軽にできる健康法の紹介など、健康やヘルスケアをテーマにした身近な記事を掲載しています」(齋藤専務)



サイショウ健康宣言



車両の灰皿は上から「禁煙ステッカー」を貼って使用不能に



社員の反応は

～徐々に健康づくりを志向する声が増えるように

こうした取り組みを踏まえて、社員の反応はどうだったか、またその健康意識はどう変化してきたのでしょうか。「始めた当初は、やはりみんなシーンとしていて(笑)、特段の反応はありませんでした。ですが最近では、毎朝血圧を測ってから出て行く社員が増えています。また『ウォーキングしましょう』とボトムアップの声がけがあったり、『野菜を意識して食べるようになった』という声も聞くようになりました。また全車両を禁煙にしたことで禁煙に取り組み始めた人も現われ、少しずつではありますが、従業員の健康への意識が高まってきているように思います。さらに最も大きな手ごたえと感じられたのは、約10名の従業員の体重、血圧、血糖値やコレステロール値といった健診結果の数値が改善したことです」(齋藤専務)

特筆すべきは、こうした同社の取り組みが社内の意識改革だけにとどまらなかったことです。「今年の春、3名の新入社員が入社しましたが、そのうちの2名は志望理由として『健康経営に積極的に取り組んでいる点に魅力を感じた』と伝えてくれました。正直、とても嬉しかったですね。どこの業界もそうだと思いますが、今は人手不足が深刻化しています。採用活動の面で他社との差別化につながれば、これは経営面では本当にありがたいことですから」(齋藤専務)



社内報『SAISHO健康・改善プロジェクトNews
～日本一健康な運転者を持つ会社を目指して～』を発行



外部との連携

～同業2社と共同で産業医の選任

同社では、トップからの情報発信や社内報の発行などの、いわば自前の取り組みとは別に、外部スタッフの活用を積極的に行っています。

「うちでは、健康経営アドバイザーの及川寿彦氏を紹介してもらい、コンサルタント契約を結んでアドバイスをいただくようになってから、社内の健康づくりの体制が一気に整いました。同氏を通じて管理栄養士や、カイロプラクティック、ヨガのインストラクターを紹介してもらったりして、楽しく健康づくりのできる基盤整備が進んだと思います。先日、倉庫の空きスペースをスタジオにして『ヨガ教室』を開催しました。

さらには従業員一人ひとりの健診結果に基づいたリスク評価を行ってもらい、数値が悪い人には面談をして、産業医につなげる役割も果たしてもらっています」(齋藤専務)

同社の健康管理を語るうえで、もう一つ、欠かすことのできない画期的な取り組みがあります。昨年10月からサイショウ・エクスプレスでは、同業の2社とともに共同で産業医を選任しているのです。

ご存じのように産業医は、常時50名以上の労働者がいる

事業所で選任義務が発生します。ところが今回の場合、3社のうちで「50名以上」を満たすのは1社だけ。サイショウ・エクスプレスともう1社には、その義務はありませんでした。

「以前は健診で何かの所見が出て産業医への相談が必要となった場合でも、地域の産業医の予約を取るのに半年ほど待たなければならない場合が珍しくありませんでした。これでは、予約を取ったこと自体を忘れてしまいます（笑）。せっかく健診で問題を発見できても、なかなか受診に結びつけることができなかつたんですね。それが今では、遅くとも1カ月以内には産業医につなぐことができるようになりました。おかげで精密検査の受診率は9割を超え、一次予防にもつながっています。さらにいえば、3社共同で産業医をお願いしているためにコストも抑制でき、まさに一石二鳥です」（齋藤専務）

こうした取り組みは業界でも珍しく、今年3月に業界紙でも大きくとりあげられました。



倉庫のスペースでヨガ教室を開催

今後の課題は

「サイショウ健康宣言」から1年半を迎えようとしている今、同社では健康づくりの意識づけは順調に定着しつつあり、健康企業宣言「銀の認定」も獲得しました。今後の健康づくりについては、どんな方向性で進められていくのでしょうか。

「やはり『楽しく、健康になる』ことが、健康づくりの基本だと考えています。楽しくなくては、なかなか継続できません。どうしたら従業員に楽しく健康づくりに取り組んでもらえるかを念頭に置いて、今後もいろいろと取り組んでいきたいと思っています。

直近の事業としては近々、歯の講習会を開催する予定です。長距離を運転するドライバーは、なかなか歯をゆっくりと磨く時間もないと聞きますが、歯周病に代表される歯科疾患は、歯の喪失だけでなく、糖尿病をはじめ、全身の健康にも影響を及ぼします。正しい磨き方の実践も交えながら、歯の健康意識への気づきにつながればと思っています」（齋藤専務）

業種や職場環境、人員構成などによって職場の健康ニーズはさまざまであり、同社の施策がそのまま参考となる会社は少ないかもしれませんが、「産業医の共同選任」などの方向性は、小規模の事業所などが健康づくりの充実を考える際に一つのあり方を示してくれるのではないのでしょうか。

「私たちが健康経営に取り組みもうと考えた際も、先行していたさまざまな企業の事例を聞かせていただきました。そのときに感じたのは、『やはりトップがやる気にならないと何も始まらない』ということです。トップ自らが健康経営の理念に賛同し、その思いや方針を発信していかなければ従業員の意識は変わらず、取り組みの意義や重要性は理解されないと思います。結果として、一時的には形となったとしても長続きしないのではないのでしょうか。

健康づくりの取り組みは、すぐに成果が出るわけではなく、従業員の行動もすぐには変わるわけではなく、取り組みを継続していくことで、徐々に、少しずつ効果が見えてくると思います。まずはトップが健康経営の意義に確信を持ち、長期的な視点で、楽しみながら取り組むことが大切だと思います」（齋藤専務）



左は代表取締役・齋藤正雄社長

