

ローソングループ

健康白書

2016 (2015年度実績)



株式会社ローソン

〒141-8643 東京都品川区大崎一丁目11番2号
ゲートシティ大崎 イーストタワー

<http://www.lawson.co.jp/>

2016年8月発行

©1975-2016 Lawson, Inc. All rights reserved.

LAWSON

ごあいさつ



健康は、社会全体の要望であり、重要な経営課題の一つでもあります。ローソンは「マチの健康ステーション」として、お客さまの健康生活全般をサポートするとともに、ローソングループで働く社員の健康推進を宣言しています。

実は、社員の健康状態はあまり良いものではありませんでした。そこで、ここ数年、様々な取り組みを行ってまいりました。この健康経営の取り組みと成果を毎年「ローソングループ健康白書」で発表してまいります。

社員が心身ともに健康で、元気に働くことができる環境をつくることは経営者の責任です。私はCHO(チーフヘルスオフィサー)として、責任を持って健康経営を推進してまいります。

代表取締役会長
CHO 玉塚 元一

2015年10月にローソングループは健康経営宣言を行い、社員の健康数値の改善に向け、2018年度までの目標を設定し公表いたしました。これは経営と社員が一丸となって取り組まなければ達成できない高い目標です。

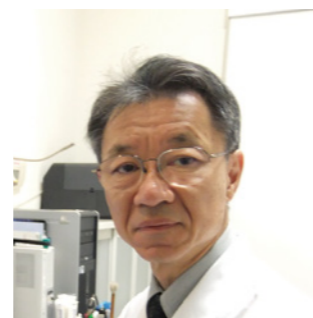
この目標をクリアする為に、たくさんの取り組みを実施しています。この中には成果の出るものも出ないものもあります。この結果から課題まで白書で紹介してまいります。他の事業主さんや健康保険組合の今後の取り組みの参考になればと考えています。



ローソン健康保険組合理事長
CHO補佐 宮崎 純

このたびローソンの統括産業医、そしてCHO補佐に就任しました。私たちの生活になくならないコンビニエンスストア。それを陰で支える皆さんが、日々元気で生き生きと仕事に打ち込めるよう、医師の立場から健康作りのお手伝いをしていきたいと思ひます。

「マチの健康ステーション」実現に向けた取り組みが、これからの「白書」に映し出されます。ご期待ください。



医療法人財団三友会理事長
CHO補佐 佐野 元春

当社のビジョン・ミッション

[ローソン型健康経営の取り組み]

ローソンの企業理念「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」に基づき、これまでも健康を意識した商品開発や、生鮮品、医薬品の取扱いを行ってまいりました。お客さまの健康生活全般をサポートする企業として、まず従業員が健康であり、そして加盟店のオーナー、クルーが健康であることが大切であると考えます。私たちは、従業員だけでなく、加盟店のオーナー、クルーも含めローソンで働くみんなの健康の維持向上に努めます。



従業員が健康

オーナー・
クルーが健康

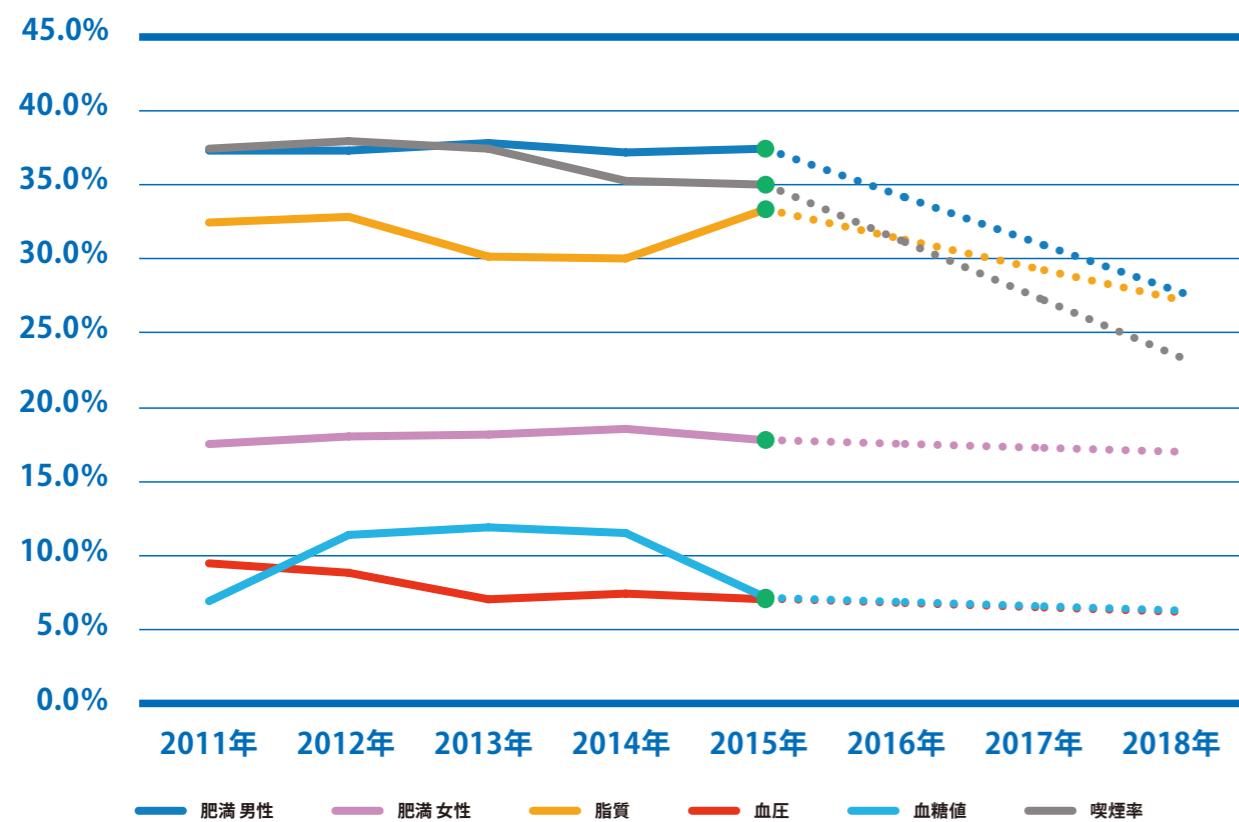
お客様が健康

マチが健康

2018年度までの目標

「肥満」、「脂質」、「血圧」、「血糖値」、「喫煙率」、「疾病休職者数」、「メンタル疾患休職者数」、「男性育児休暇取得率」について2018年度時点の目標を設定し、各施策を推進してゆきます。

		2011年実績	2012年実績	2013年実績	2014年実績	2015年実績	2018年目標
肥満	男性	37.4%	37.3%	37.8%	37.2%	37.4%	27.7%
	女性	17.5%	18.0%	18.2%	18.6%	17.8%	17.0%
脂質		32.5%	32.8%	30.1%	30.0%	33.4%	27.2%
血圧		9.5%	8.8%	7.1%	7.4%	7.1%	6.2%
血糖値		7.0%	11.4%	12.0%	11.5%	7.2%	6.3%
喫煙率		37.5%	37.9%	37.4%	35.3%	35.1%	23.3%
アブセンティズム	休職者数(疾病)	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%
	休職者数(メンタル疾患)	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%
男性育児休暇取得率					48.9%	100%	100.0%



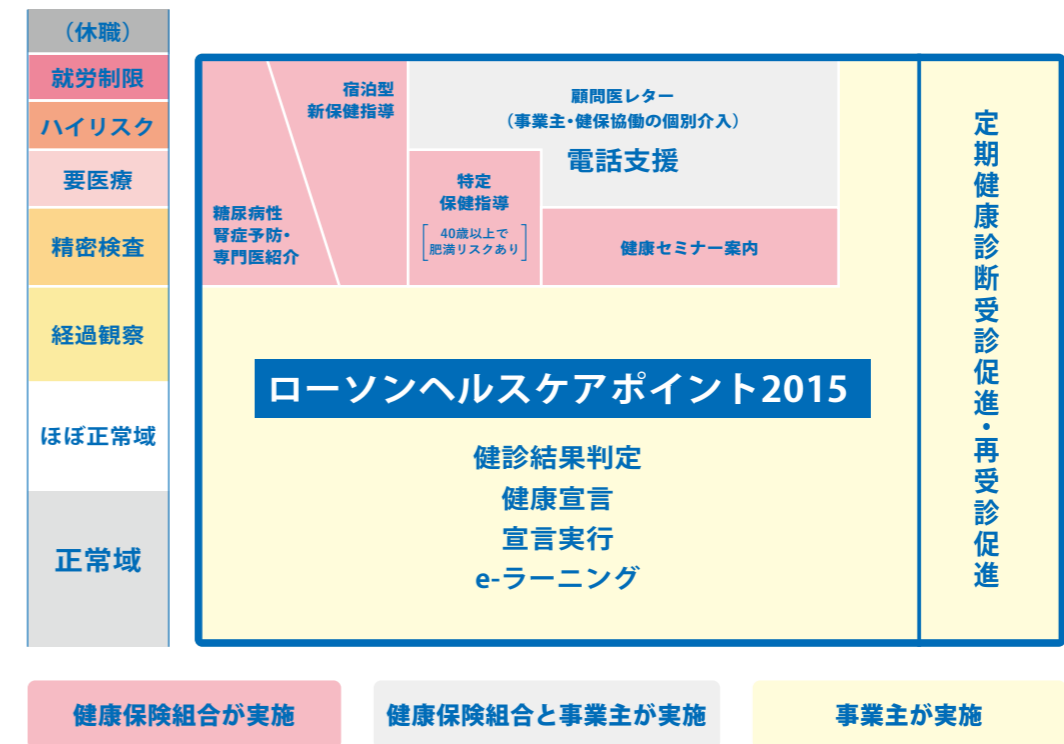
2015年度
取り組み結果
I

取り組みの全体像

[健康リスク階層ごとのアプローチ]

健康診断結果に基づいて全従業員の健康リスクを階層化し、保健事業を実施。**ポピュレーションアプローチ**として、全従業員を対象にローソンヘルスケアポイント2015を開始しました。また、**ハイリスクアプローチ**として、健康リスクが高く、とくに注意が必要な「精密検査」階層以上の従業員を対象に、宿泊型新保健指導などを展開しました。

ハイリスクアプローチからポピュレーションアプローチまで全階層をカバー



ポピュレーション
アプローチ

ローソンヘルスケアポイント2015

詳しくは
P8~9へ

ハイリスク
アプローチ

糖尿病性腎症予防 / 糖尿病重症化予防 /
宿泊型新保健指導(厚労省の公募事業として展開)
特定保健指導 / 顧問医レターと電話支援 /
健康セミナーの案内

詳しくは
P10~11へ

2015年度
取り組み結果

2

健康課題と 取り組み内容

[階層別保健事業の実施]

2014年度のローソングループの生活習慣病の医療費は87百万円。傷病別では高血圧症・糖尿病・高脂血症の上位3傷病(全17傷病)で生活習慣病医療費の6割、人数の8割を占めています。また、上位3傷病の中では、金額で高血圧症が前年を上回り、人数で高血圧症と糖尿病が前年を上回ります。

とくに糖尿病は、重症化により透析に移行する可能性があり、年齢の上昇につれて重症化リスクが高まることから、重症化予防が課題です。併せて、肥満の増加は将来の生活習慣病有病者の増加につながる可能性もあり、肥満率の抑制も課題の一つとして施策を展開してきました。

2015年度から、健康診断結果において、血圧・HDLコレステロール・LDLコレステロール・中性脂肪・血糖・HbA1cの各々の値に基づき、生活習慣病リスクを正常域からハイリスクまでの5階層に分類するようにしました。(ハイリスク者の一部を就労制限の対象としてさらに階層化)グループ内では、ローソンが他社と比較して、肥満(男性)・脂質のリスクを抱えた従業員が多いことが確認できています。

2015年度
取り組み結果

3

2015年度以前から 継続している取り組み

[健康診断受診の促進策、ほか]

ローソンは2012年、定期健康診断を受診しなかった場合に未受診の本人とその上司の賞与の一部をカット(本人15%、上司10%)する制度を導入しました。

これにより、2013年度～2015年度の定期健康診断は、100%の受診率を達成することができました。また、定期健康診断の結果、再検査、治療が必要な場合は、受診勧奨・治療促進を実施しています。

2012年の制度導入から3年が経過し、健診受診が必要な従業員は全員が受診するようになりました。一方、従業員の意識はどうかというと、「受診するようと言われていたから・・・」という人が依然として多いこともわかって来ました。次のステップは、健診本来の目的である「自分の健康状態を知り、結果を生活習慣改善に活かす」ことを浸透させる仕掛けの検討です。

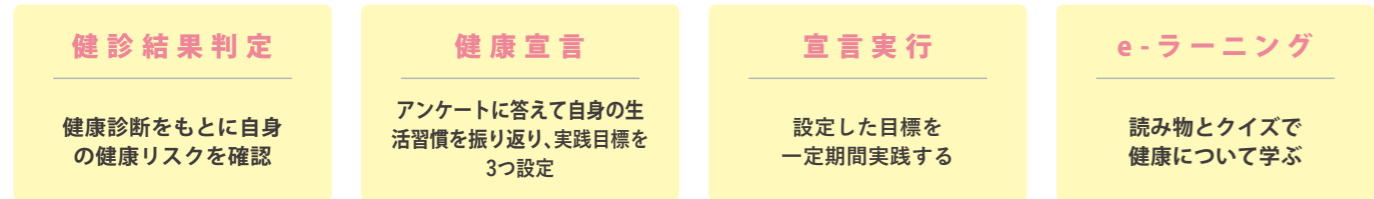
その他、2012年から3年間実施した「健康アクションプラン(スマートフォンアプリ)」、2014年に発足した「健康ステーション推進委員会」による社内横断的な健康への取り組み等が評価され、2015年度「健康経営銘柄」に選定されました。

ポピュレーションアプローチ

[全従業員対象にローソンヘルスケアポイント2015]

■ ローソンヘルスケアポイント2015とは

全従業員を対象に2015年6月に開始しました。まず、健康診断結果から、健康リスクの度合いを確認します。次に、アンケートで生活習慣を振り返り、実践目標を3つ設定し、一定期間その目標を実践すればポイントが付与されます。これ以外にも、読み物とクイズで健康情報を学ぶe-ラーニング等のメニューを展開しました。

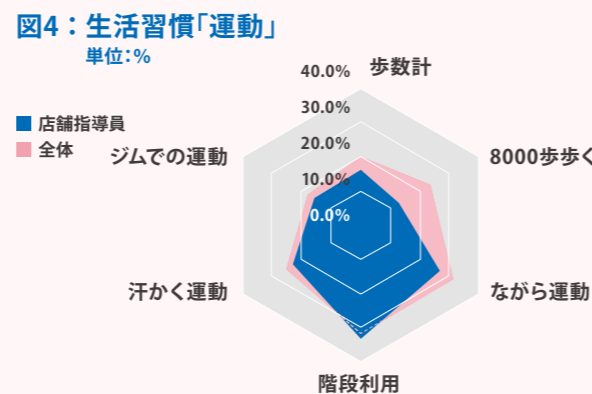
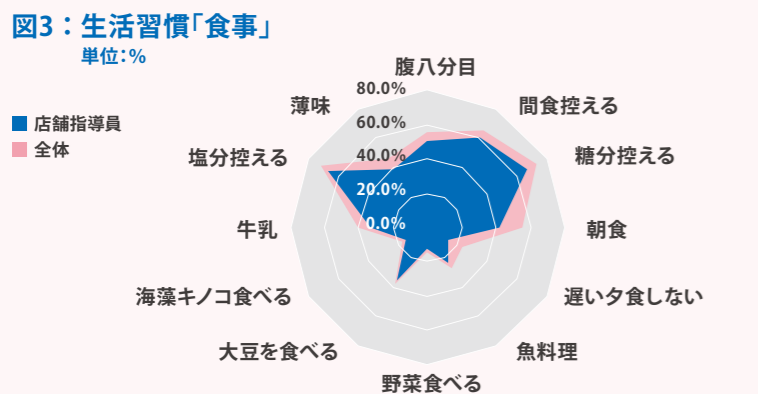
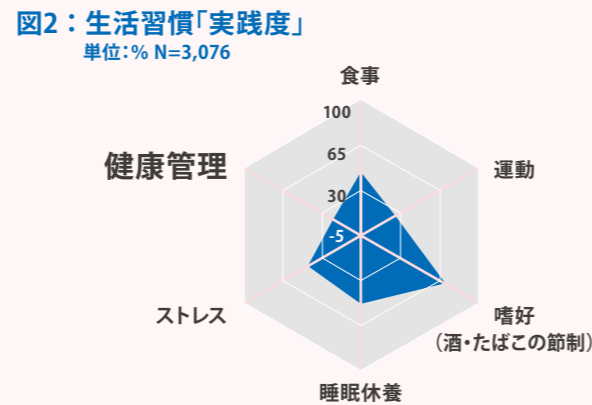
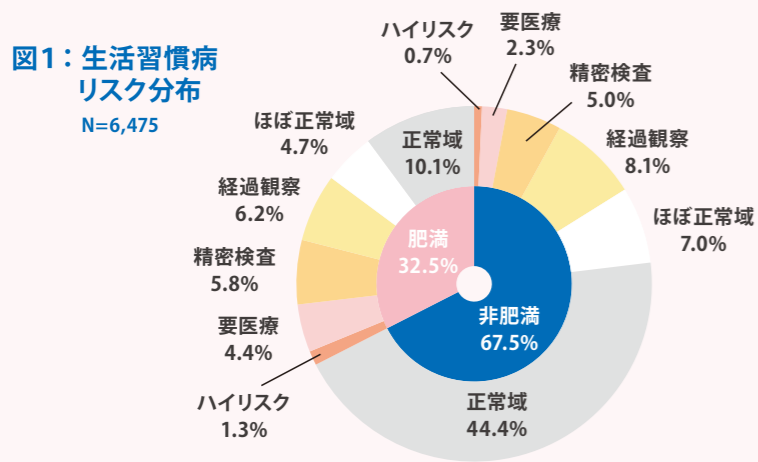


■ ローソングループ全体の傾向—生活習慣病のリスク—

健康診断の結果、グループ全体では、正常域に分類される従業員は半数以上いるが、非肥満の中にもわずかながらハイリスクに属する従業員が確認できます。(図1)

■ ローソングループ全体の傾向—生活習慣—

アンケート集計の結果、生活習慣について、グループ全体の傾向として、嗜好品のコントロールの度合いに比べ、食事や運動の習慣が根付いていない。また、健康管理に関する習慣は極めて低いことがわかりました。(図2:生活習慣実践度/図3:食事/図4:運動/図5:睡眠・休養)



■ e-ラーニングで健康情報を提供

生活習慣の改善に役立つクイズに答える形式で、楽しみながら情報を身に付けることができます。(図6)

■ 参加実績

ローソン単体95.0%、グループトータル53.4%と、グループ全体への浸透には至りませんでした。健診データを扱う為セキュリティを担保したことで、手順が複雑になり、使い勝手を悪くしてしまったこと、目標の実践(前ページ参照)の条件を「3ヶ月毎日欠かさず」と設定した為、ある日何らかの事情で目標に取り組みなかった人はポイントがもらえないとあきらめ挫折していたこと等が見えてきました。生活習慣改善の為に「毎日欠かさず、があるべき姿だ」との思い込みが却って利用者のやる気をそぐ結果となってしまいました。新年度の実施にあたり、いきなり高みを目指すのではなく、徐々に浸透を図ることを念頭に置いて取り組んでいます。

■ 参加者の声

- 参加の動機 → 参加の動機として、「自分の健康について考えるきっかけ」が、「ポイントがもらえる」をおさえてトップとなり、意識の高さがうかがえました。(図7)
- 改善できた生活習慣 → 最も改善できた生活習慣という問いに、食事、運動を挙げる従業員が合わせて60%。次いで、健康管理(15%)と、意識づけにつながることができました。(図8)
- 次回の参加 → 93%が次回も参加したいと回答してくれました。(図9)

必要なメニュー改訂を行い、次年度以降も継続することで、従業員の生活習慣の改善につないでいきたい。

図5: 生活習慣「睡眠・休養」 (単位:%)

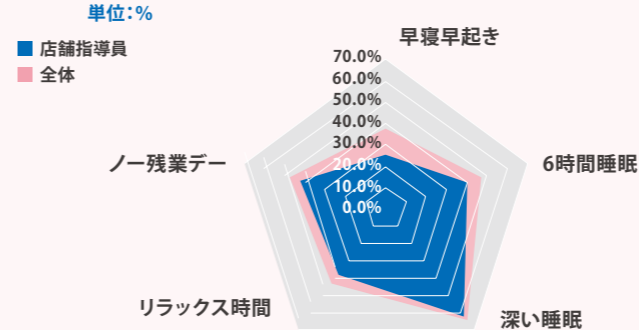


図6: e-ラーニングの例

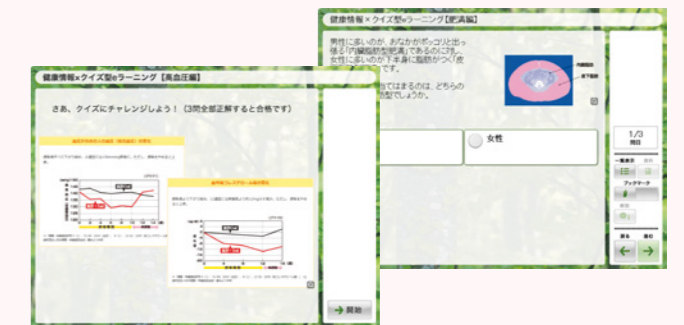


図7: 参加者の声「参加動機」

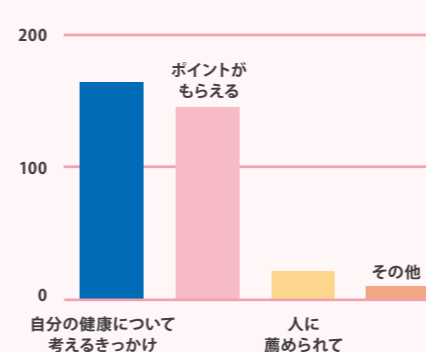


図8: 参加者の声「改善できた生活習慣」

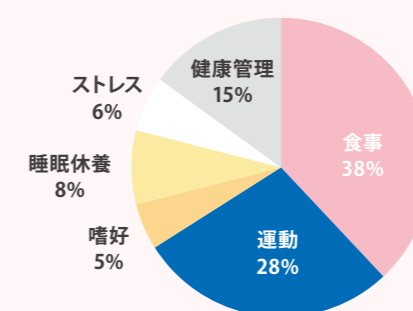
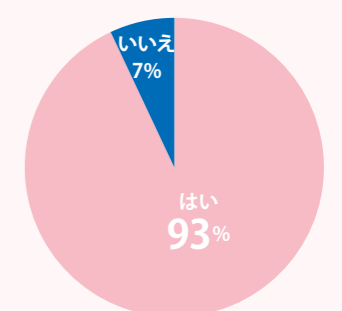


図9: 参加者の声「次回の参加」



ハイリスクアプローチ

[健康リスクの高い「精密検査」階層以上の従業員を対象]

■ 糖尿病性腎症予防(図10)

面談指導3回・継続支援5回を行い、生活習慣改善のサポートを行います。
2015年11月から実施しました。基準該当者9名全員が参加しました。

■ 糖尿病重症化予防

受診勧奨・専門医紹介等を行い、受診のフォローを行います。
2015年11月から実施しました。この事業にも基準該当者41名全員が参加しました。

■ 宿泊型新保健指導(厚労省の公募事業として展開)(図11)

健診の結果、糖尿病のリスクを持つ従業員を対象に、糖尿病の予防・悪化防止を目的とした1泊2日の医療職との合宿です。生活習慣病に関する講義、血糖値測定、運動実践に加え、個別面談による保健指導を実施しました。また、合宿地の産業や観光資源を活用したプログラムとなっています。
2015年8月～9月に3回実施。基準該当者114名の内71名が参加しました。
参加者の90%以上から、「役立った」「満足」との評価を得ることができました。(図12・13)

■ 高血圧者に治療確認レター発信

最高血圧160mmHg以上の従業員に「血圧レター」を送付し、放置せず、治療を行っているか、どのような治療を行っているのかを確認しました。(51名)また、最高血圧140～159mmHgの従業員には、注意喚起、生活習慣改善の案内を送付しました。(113名)

■ 特定保健指導

40歳以上75歳未満の従業員を対象として、メタボリックシンドロームの予防・解消に重点をおいた、生活習慣病予防のための健診・保健指導です。腹囲・血糖・脂質・血圧の値が基準に該当する従業員を対象に、医療職等の専門職が生活習慣改善の為の支援を行います。2015年9月から実施し、基準該当者139名の内132名が参加しました。

■ 顧問医レターと電話支援(図14)

顧問医により抽出された従業員を対象に、顧問医名で書面を発信し、主治医より診療情報の提供を受け、それに基づいた電話支援を行うという事業です。2015年11月から実施。基準該当者54名全員に発信しました。

■ 健康セミナーの案内

がん対策、糖尿病予防、ストレス・睡眠、女性特有の疾病、エクササイズ等、各種機関が実施するセミナーの開催情報を案内しています。こちらは希望者の任意参加となります。

各事業とも、アプローチ開始からの時間の経過とともに、徐々に離脱する人が出てきました。事業の成果は、指導の手が離れたときに、指導内容が個人の生活習慣にどれだけ根付いたかです。その為には、対象者への向き合い方が「指導」ではなく「支援」であるとの心がけで企画するようにならなければいけないということを再認識しました。

図10：糖尿病性腎症予防



図12：宿泊型新保健指導の有用度

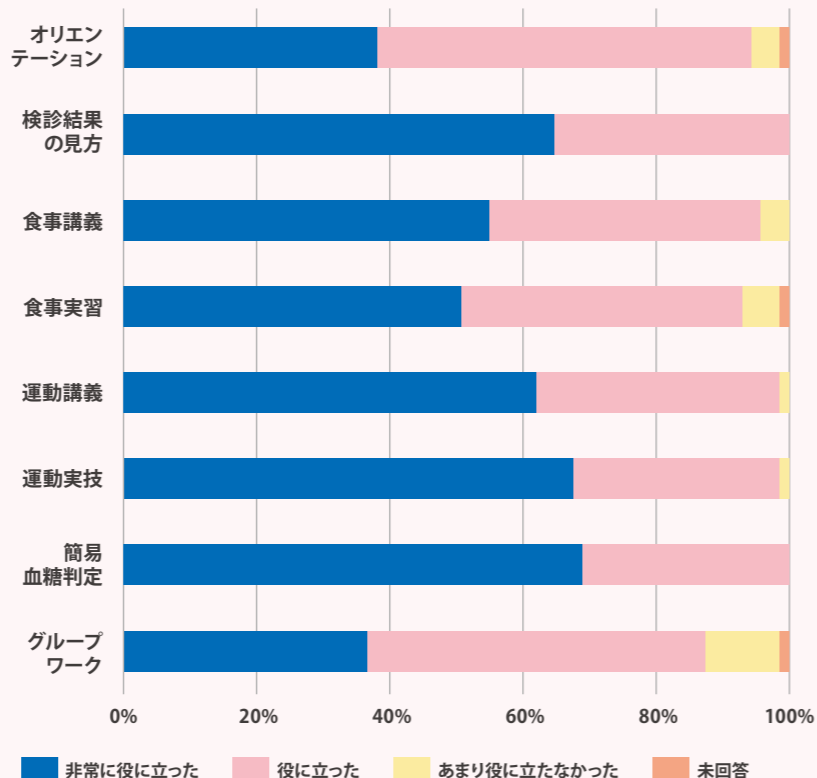


図13：宿泊型新保健指導の満足度

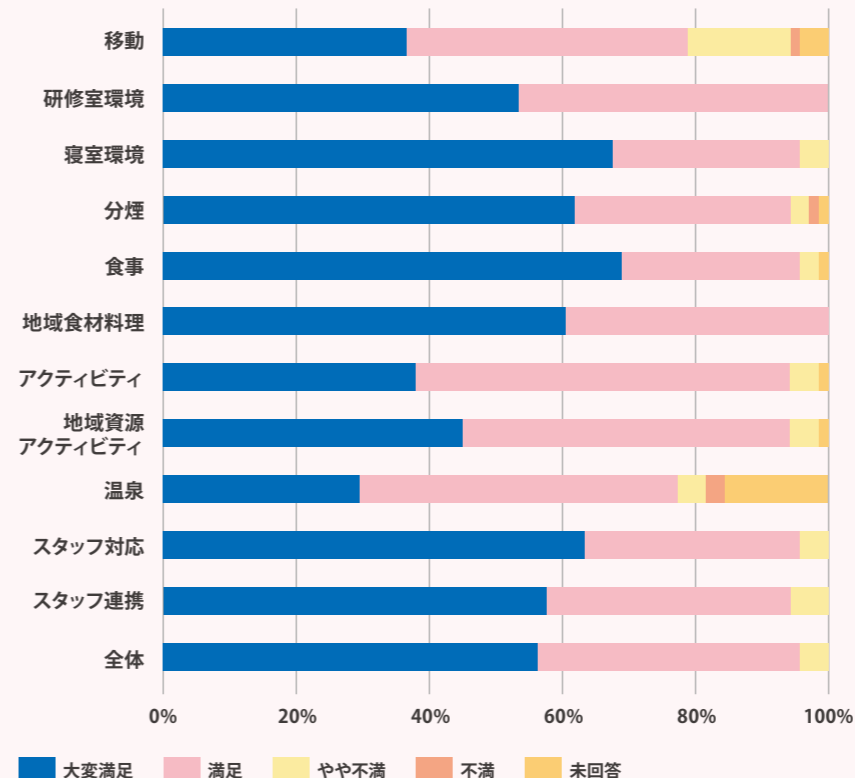


図14：顧問医レターと電話支援

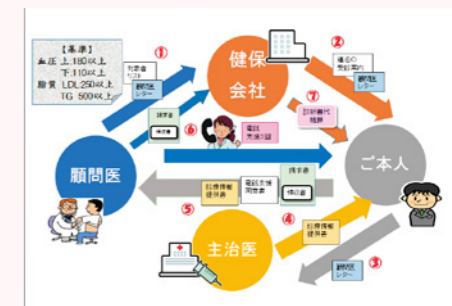
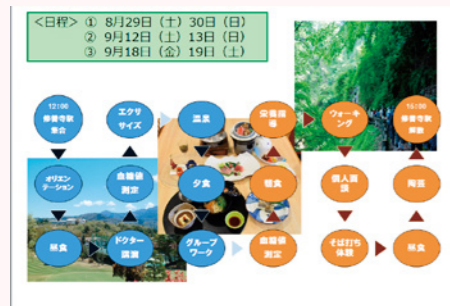


図11：宿泊型新保健指導



その他の取り組み

[ストレスチェックの導入]

厚生労働省の「労働者の心の健康の保持増進のための指針」に基づき2008年よりストレスチェックを導入しました。これは、高ストレス者に対して、産業カウンセラーによる健康相談を勧奨し、メンタル不調の予防を目的とするものです。組織分析を実施し、高ストレス組織には改善指導も実施しています。

セルフケア、ラインケアの施策により、メンタルヘルスの一次予防、二次予防を行っています。

[働きやすい環境づくり]

■ 男性の育児休暇取得を推進—

「イクメンキャンペーン」を実施

男性の育児休業の取得を促進する目的で「短期間育児休業制度」を2014年度に新設し、生後3ヶ月の期間中に、上限5日間の特別休暇を取得できる制度を導入しました。職場にポスター(図15)を掲出し、取得しやすい職場づくりに努めています。

■ 女性のキャリアアップをサポート—

「なでしこ銘柄」に2年連続で選定

経済産業省・東京証券取引所が共同で「女性活躍推進」にすぐれた上場企業を選出する「なでしこ銘柄」に2014年、2015年の2年連続で選定されました。

■ 多様な人材の活用—

「ダイバーシティ経営企業100選」に選定

経済産業省が女性、外国人、高齢者、障がい者など、多様な人材を活用してイノベーションを生み出している企業を表彰する「ダイバーシティ経営企業100選」に2015年に選定されました。

[次年度に向けて]

今年度の取り組みを通じて、これまで漠然と感じていた事の数値化・新たな課題の発見がありました。

- ・健康リスクの内容は、職種により特徴がある。
- ・全従業員を対象とした施策は、使い勝手の考慮が欠かせない。
- ・すぐれた施策や便利なツールも、従業員の健康意識に支えられて効果を出せる。
- ・着手が遅れている課題(喫煙対策・加盟店向け施策)へのチャレンジ。

これらを優先順位づけし、関係者一体となって取り組んでゆきます。



図15：イクメンキャンペーンポスター

マチの健康ステーションを目指して

年度	会社・地域への取り組み	グループ内従業員への健康施策
2000年	・オーダーメイドの病院内売店「ホスピタルローソン」1号店を石川県七尾市にオープン	
2001年	・美と健康をサポートする「ナチュラルローソン」1号店を東京都目黒区にオープン	
2003年	・調剤薬局併設型店舗「ファーマシーローソン」1号店オープン	
2005年	・生鮮コンビニエンスストア「ローソンストア100」で野菜の取り扱いを開始	・ファミリー健康相談、メンタルヘルスカウンセリング(健康相談窓口)開設
2008年		・ストレスチェック導入
2010年	・農業生産法人「ローソンファーム」設立	
2012年	・生鮮コンビニ宣言 ・ブランを使ったパン発売	・全従業員の健康診断受診を推奨 ・第1次健康アクションプラン(スマートフォンアプリ)約400名 ・ファミリー健康相談102件/年、メンタルヘルスカウンセリング16件/年
2013年	・マチの健康ステーション宣言 ・スローガン変更に伴い健康推進プロジェクト発足 オーナー:社長 ・健康を応援する店舗「ローソン久が原一丁目店」をオープン ・兵庫県尼崎市と「健康づくり協定」を締結、出前健診を実施	・全従業員健康診断の100%受診達成 ・第2次健康アクションプラン(スマートフォンアプリ)約400名 ・子育て手当金の支給(最大で年収の3%) ・社内部活動の設置奨励(実績57部が誕生) ・ファミリー健康相談90件/年、メンタルヘルスカウンセリング53件/年
2014年	・健康ステーション推進委員会発足 オーナー:社長 ・なでしこ銘柄に選定	・短期間育児休業制度 新設 ・第3次健康アクションプラン(スマートフォンアプリ)約400名 ・ファミリー健康相談182件/年、メンタルヘルスカウンセリング37件/年
2015年	・健康経営銘柄に選定 ・なでしこ銘柄に選定 ・ダイバーシティ経営企業100選に選定 ・埼玉県川口市にシニアとご家族を支援するケア(介護)拠点併設型店舗1号店をオープン ・CHO(社長)及びCHO補佐(統括産業医、健保理事長)任命	・6月 ローソンヘルスケアポイント開始 3,932名 ・8・9月 宿泊型保健指導の実施(計3回) 計71名 ・9月～ 高血圧者に治療確認レター発信 164名 ・10月～ 特定保健指導(40歳以上) 132名 ・11月～ 糖尿病性腎症予防事業スタート 9名 ・11月～ 糖尿病重症化予防事業スタート 41名 ・11月～ 健保顧問医から受診勧奨レター発信 54名 ・12月～ 高脂質、高血糖、高血圧者でe-ラーニング受講者に電話支援スタート 231名