

ワールド健康保険組合<組織全体での健康応援企画—健康づくりインセンティブ制度—>

<背景>

1. 事業場の特徴

数多くのブランドをもつ国内大手アパレルメーカーで、社員数 13500 人。男女比 3 : 7、平均年齢 29.8 歳である。被扶養者は 3500 人。国内に 6 つの工場を有する。有害業務はない。国内に約 2200 のブランド店舗をもつ。

2. 企業風土

アパレル業界であることから、女性社員が多く、平均年齢も低い。企業内には自由で活気ある雰囲気がある。

現在の社長が就任した際、健康に関する基本方針を発表。積極的に健康づくり活動をしていなかったが、現専務理事が常務理事に就任した際、経営戦略としてビジネスモデルにのっとった健康づくり政策を提案し、事業所は健康管理

を健康保険組合に一任し、「ヘルシーカンパニー」を目標とした健康づくりにポジティブな取り組みが可能になった。

一般社員については、健康情報を絶えず流していき、企業として健康づくりに取り組んでいる姿勢をアピールすることで、健康風土がしっかりと形成されている。

<目的>

社員の平均年齢も低いことから、健康づくりに対して、楽しくおもしろく実践してもらいながら、健康意識を向上し成果につなげるポピュレーションアプローチを展開している。

社員が全国に散在していることから、どこにいても取り組める健康づくり活動を推進する。

