

再春館製薬所の健康経営とは

私たちは、再春館製薬所の継続的发展と安定のために「ありたい姿」という目指すべき目標、普遍的な理念を掲げています。

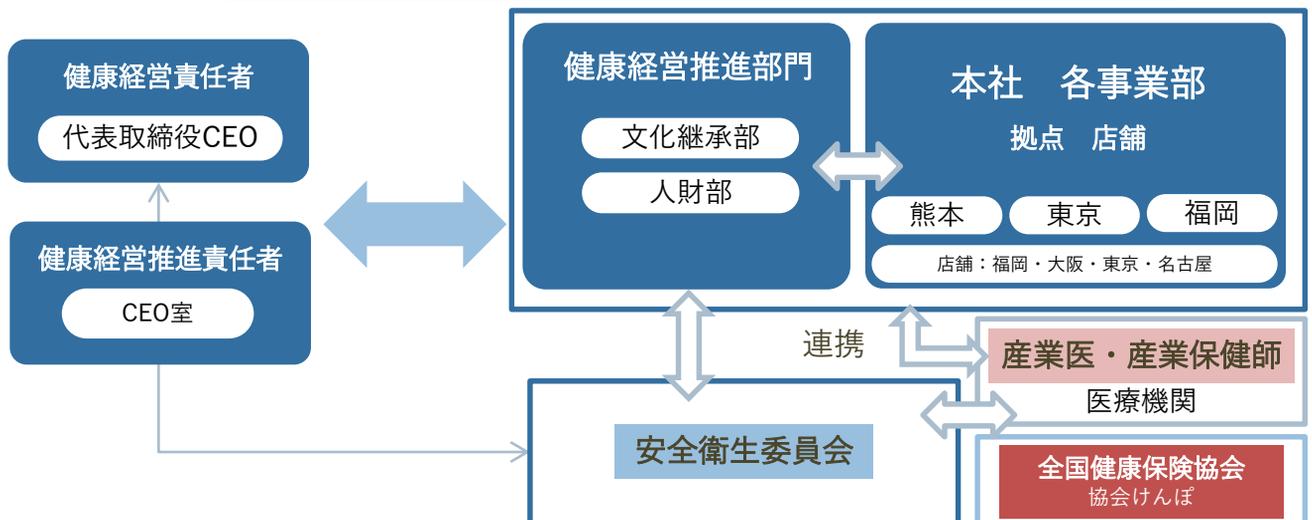
それは、「お客様の幸福」・「社員の幸福」・「社員家族の幸福」・「協力者の幸福」・「地域と地球の幸福」に関係するすべての幸せが循環しつづける状態であり続けることです。私たちはこれらが協力し合い、支え合いながら進んでいく姿を「幸福列車」と呼んでいます。

私たちでなければ実現できない商品やサービスによる応援を通して、お客様は身体も心の悩みも気にすることがなくなり、いつまでもいきいきと自分らしく生活され続けています。

社内では、成長し続けることを喜びとする社員たちが、いきいきと伸び伸びと自発的に沢山のお客様の喜びを生み出しています。

社員自らがいきいきと働くことが、大切なお客様への幸せにつながり、支え合う家族、協力者、地域の幸せにもつながっていきます。この「幸福列車」が永遠に走り続けること（サイクルが回り続けること）が出来るよう努めることが、私たちの願いであり、使命であると考えています。

健康経営に関わる運営組織図



2023年9月時点

再春館製薬所の健康宣言

再春館製薬所は

「お客様のご満足を追求し、末永いお付き合いをいただく」ために、社員が心身ともに健全でイキイキと働ける会社を目指しており、社員満足の向上と社員の心身の健康増進を図ることが不可欠であると考え、継続的に取り組み、推進していきます。

【社員満足向上と社員の心身の健康増進のための基本方針】

社員の心身の健康の増進を図ることで、やりがいのある職場環境づくりを継続的に行います。

- 私たちは、お客様のイキイキ人生を応援する企業として、人々の健やかな暮らしに貢献します。
- 私たちは、健康経営の実践として、社内コミュニケーションの質の向上や、社員が健康に働くための環境整備に取り組みます。
- 私たちは、自身の能力を十分に発揮するには健康が基本であることを自覚し、主体的に健康増進・疾病予防に取り組みます。
- 私たちは、多様な人財が ライフスタイルに合わせた仕事とプライベートの両立ができるような支援を行っていきます。
- 私たちは、社会の一員として家族も含めた心と身体の健康づくりに積極的に参加し、その輪を広げるように努めます。



株式会社再春館製薬所
代表取締役CEO
西川 正明

社員がいきいき働くために

社員が健康でいきいきと働くためには、日常からの職場環境づくりに加えて、業務を一步離れたときのなにげないサポートとコミュニケーションが大切だと私たちは考えています。

■取り組み事例紹介



手作りでバランスの取れた食事を提供（社員食堂）



■家庭的なバランスの取れた食事を

一人暮らしの社員も多いことから、社員の健康を考えた家庭料理（母親の味）をコンセプトに、自社で社員食堂を運営し、すべてが手作りというこだわりをもって提供しています。食事のメニューは日替わり定食形式で定額制にしています。社員食堂は外食はコンビニ食の機会を減らし、生活習慣様などの病気のリスクことにもつながります。



■リラックスできる空間で昼食を楽しむ

再春館製薬所の社員食堂の大きな魅力は、雄大な阿蘇を望むポイントが多くあること。豊かな自然を眺めながらの昼食は、心のリセットにもつながっています。



■食べられる分だけ、食べ残し0

主菜は大小を選ぶことができ、副菜はバイキング形式にして、自身の体調に合わせ、食べる量を調整することもできるようにしています。



■地産地消と食材ロス削減

食材は、地元食材を中心に、海、山、根、葉、茎の物を毎日取り入れることで、バランスの取れたメニューを提供しています。

また、全社的に「もったいない」を合言葉に、日々のメニュー調整や野菜の皮や茎の固い部分で出汁をとるなど、最後まで使い切る。食材のロスを極限までなくすことも意識しています。

■取り組み事例紹介



自然の中で豊かな成長を (社員専用保育園)



■敷地内の社員専用保育園

家族が安心して働けるように、本社敷地内に社員専用保育園があります。

待機児童の心配もなく、保育士がしっかりケアしてくれています。週末の学童保育も受け入れているので、小学校低学年でも安心です。



通勤時のストレス解消 (社員専用通勤バス)



■自社専用車両（バス）で社員送迎

再春館製薬所の所在地である益城町への公共交通機関へのアクセスは少し不便です。電車も近くのバス停もありません。社員寮に住む若い社員や免許を持っていない、車を持っていない社員の為に運転手を雇用して、自社で通勤バスを運行。バス運行状況のモニタリングもでき、安心して通勤することができます。



■快適に業務スタートができるように

駐車場からの電動カートやピストンバスの運行

敷地内の駐車場から職場までは、長い人は歩いて500m以上。電動カートを導入して出勤時の上り坂への負担を軽減しています。

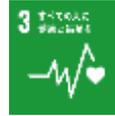
朝の出勤ラッシュや大雨の際には、は駐車場まで社用車や稼働前のバスを使ってピストン運行。入社後、気持ちよく仕事が始められるように、サポートを行っています。



■取り組み事例紹介



仮眠室の利用でリセットして 午後からの仕事にも集中！



オフィス内に直結した場所と、更衣室の近くに仮眠室を設置、各所にリクライニングソファを置いて、昼食後にちょっと仮眠をとれるような環境を整備しています。「活力・元気」をつくる目的の場所であることからZIP（ジップ）ルームと呼んでいます。



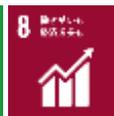
休憩スペースの有効活用で コミュニケーション向上



社員がリラックスできる休憩室を改修。コンビニ自販機を設置し、飲料以外の品目を導入。業務中に外出することなく、時間を気にせず利用できることから、休憩室でのコミュニケーションの活性化にもつながっています。



休憩所でアイスクャンディや 飲料無料提供の社内イベント



休憩スペースでは週に1回のフレーバーティーを無料提供。月1で「アイスの日」を設定し、無料提供。新入社員によるリフレッシュ企画で社内カフェをオープン。社員食堂と連携して水源で汲んだ水から作った氷を使ったカフェラテや手作りオムレットを提供。総務の社員と連携して運営し、社員交流イベントとなっています。



■取り組み事例紹介



ジムやフィットネスで運動習慣の向上



■敷地内に併設した体育館で運動不足を解消
敷地内の体育館は2017年に竣工。2階はジムとフィットネスができる多目的エリア。1階は競技フロア。自社バドミントン部の活動拠点であるとともに、社員が心身のリフレッシュの場としてスポーツを楽しむために提供しています。

◆年中を通じて快適なエコ空調

1階のフロア面は、「放射」「吸熱」による輻射熱（遠赤外線）の特性を活かした次世代の空調システムを導入し、真夏でも、真冬でも気温による不快感を感じることなく、競技に集中することができます。

◆休日でも利用できるトレーニングジム

ウォーキングマシン、バイク、ウェイトトレーニング器具がそろったジムエリアは平日の業務後の時間に限らず、休日にも社員が使えるように開放しています。

◆フィットネスを定期開催

インストラクターの資格を持つ社員によるフィットネスも定期的で開催しており（開催は月4回、1回1時間で参加費は無料）開催スケジュールは社内SNSで定期的に告知、参加申請も社内SNSのアンケート機能を利用するなど気軽に参加ができます。在宅勤務などで自宅からの参加もできるようにオンライン配信も行っています。

◆バドミントンなどで社内交流

体育館フロアの利用予約も定期的にご利用されており、実業団チームとして所属するバドミントン部のメンバーとの交流会も行っています。



▲体育館全景



▲年中快適な1階部のフロア



▲2階部のジムエリア



▲2階部でフィットネス開催の様子



▲バドミントン交流会の様子

■取り組み事例紹介



製造工場における取組



身体的な快適性や業務環境の充実を目指し、現場からのニーズ・アイデアを整理して対策を行っています。

◆防塵服の機能を保てるユニフォームの検討

8月度、防塵服内の温度上昇を防ぐ ために冷感インナーベストを導入



製品部門で防塵服を着用する際の夏の暑さ、体感温度を下げるための取り組み

再春館製薬所の製品の製造はクリーンルームで行います。人体に付着した塵やほこりなどの異物が漏れいすることを防ぐために、専用の防塵服を着用。防塵服は一般の服に比べ気密性が高く、通気性は低いいため体の熱をや汗を外に出せません。そのため、室温を下げてても体感温度に影響しづらい作業環境があります。



◆暑さに伴う不快感を抑えるために

更衣室に冷感ボディーシートを設置。防塵服、作業ユニフォームの着用前に体を冷やしたり、作業後のクールダウンを目的に使用します

◆作業ユニフォームの更新の際に快適さを重視して選定

ドライメッシュ採用のジャケットを採用
これまでの物より軽量で涼しさを感じるため暑さ対策として期待しています。

◆水分補給は必須！自動販売機の飲料水を特別割引販売（期間限定）

水分補給目的の飲料水（水、スポーツドリンクなど）を、社員アンケートを基に1本あたり50～80円の割引販売を期間限定で実施。割引販売の予算は不要機器の売却益から捻出しています。



◆現場声はニーズ、アイデアは社内SNSで集めたり、働く仲間への「ありがとう素敵カード」で活性化

社員が快適な環境で働くための取り組みについて、社内SNSで迅速に声を集め、社員同士への感謝を伝える場はメッセージカードを利用して、全体への波及となる活動としています。



■取り組み事例紹介



社内SNSが定着、様々な場面で社員自らが発信者になることでの意識向上



■健康への意識向上にもつながっている (社内SNSの効果)

社内の連絡事項に限らず、お客さまへの取り組みの共有や自部署の役割などを発信する機会として、社内SNSが定着。

健康に関する発信もいくつかのコンテンツが増え、情報の公開と社員からのリアクションも意識向上につながっています

■動画の配信や自分事になりやすいテーマで 健康に対する内容をより分かりやすく伝える

毎日利用する社員食堂をテーマに医師のアドバイスを基にしたダイエット記事や、すき間時間にできる手のマッサージなど、わかりやすい内容で閲覧者も増えています。



▲産業保健師によるメンタルヘルス研修動画



▲社員食堂の食事のとり方をアドバイス



▲すき間時間にできる手のマッサージ動画 動画 8/24

社内SNSを活用した 健康関連の取り組み

健康診断、人間ドックの受診予約、通知

インフルエンザ予防接種受診申請

新型コロナワクチン職域接種受診申請

ストレスチェック実施、受診促進

ストレスチェック研修動画配信

産業保健師による研修動画配信

管理職による、部下の健康相談申請（健康相談）※管理職限定機能

提携病院と連携した、「健康だより」の月1回の配信

社員による養生チームで「まいにち養生」コンテンツの開始

体育館予約申請

体育館 フィットネス参加申請

「ありがとうカード」によるメッセージ

すきま時間にちょっと一息 手のマッサージ動画配信
第1弾、第2弾



▲すき間時間にできる手のマッサージ動画 動画 8/24



▲健康だより（熱中症）発信への社員コメント

■取り組み事例紹介



受動喫煙、三次喫煙防止対策の喫煙所の移動 業務開始1時間の禁煙タイム



■非喫煙者への影響を減らすことと 喫煙者へのマナー

屋外喫煙所の移動により、非喫煙者との生活動線上での接点が減り、三次喫煙防を防ぐ対策を行いました。また、始業後1時間は禁煙時間とし、掲示物などを通じて、情報発信を行い喫煙者のマナーの再徹底を行っています。

喫煙率12.9%（21年度対比0.2%プラス 男性の30代、40代の喫煙率が高い傾向）



▲灰色のコンクリート部分を喫煙所とし、屋内へ煙、ニオイが流入しないように対策



社員のエンゲージメントを可視化



外部機関によるエンゲージメントサーベイの導入。年間3回の全社員向け独自アンケート調査によって、会社、職場環境に対する期待度、満足度（偏差値）など、組織の状態を定量化、可視化することができます。



過去実施からの改善率、次回実施に向けた目標設定と、各職場において、組織改善に向けた「PDCA支援機能」として目標達成のためのアクションプランの立案など、より具体的な行動ができるようになりました。



従業員エンゲージメント向上のため 「社員総会」を実施



再春館製薬所が掲げる企業理念である「ありたい姿」の浸透にむけ、心や想いを改めて共有する場として、2日間に分け、全社員（正社員、パート社員）が参加するイベントとして2021年4月より開始しています。

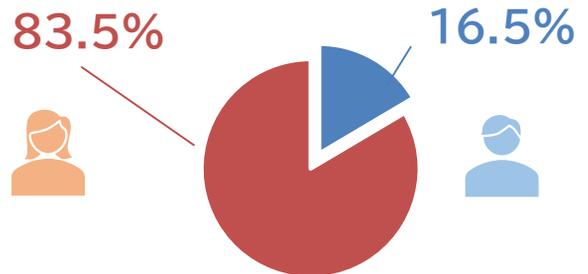
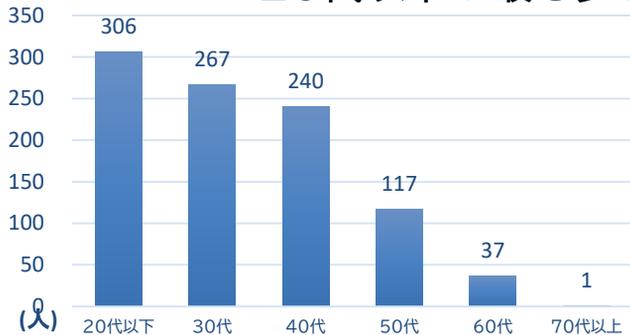


■取り組み結果



数値で見る社員の健康

20代以下が最も多い



| 定期健康診断受診率 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 | |
|---|--------|--------|--------|--------------|--------|
| 定期健康診後、二次検査対象者への個別対応強化。 受診率100%の維持継続 | 98.0% | 100% | 100% | 100% | |
| 婦人科診断受診率 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 | |
| 乳がん検診受診率（40～69歳） | 76.0% | 79.1% | 86.4% | 79.7% | |
| 子宮がん検診受診率（20～69歳） | 56.6% | 49.6% | 67.0% | 65.7% | |
| 喫煙者率 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 | |
| 始業後1時間は禁煙時間。 2025年度10%目標 | 14.7% | 12.7% | 12.9% | 12.1% | |
| ストレスチェック受診率 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
| 定期健康診後、二次検査対象者への個別対応強化。 受診率100%目標 | 89.0% | 94.1% | 93.9% | 96.4% | 99.6% |
| 高ストレス該当率 該当率10%以下目標 | 14.1% | 14.7% | 15.3% | 10.2% | 10.8% |
| アブセンティーズム※1 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 | |
| 傷病による長期休業者状況 | 5人 | 4人 | 6人 | 12人 | |
| プレゼンティーズム※2 | WLQ | | | SPQ（東大1問項目版） | |
| | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
| 心身の不調による生産性低下 | 7.1% | 6.5% | 7.1% | 29.2% | 25.1% |
| ワークエンゲージメント※3 | - | - | 2021年度 | 2022年度 | |
| エンゲージメントスコアの推移 | - | - | 48.7 | 49.5 | |

※1 月次開催の安全衛生委員会に置いて、労務部より長期休業者状況を報告

※2 2019～2021年度（WLQ）、2022年度よりSPQ（東大1問項目版）を使用

※3 リンクアンドモチベーション社「モチベーションクラウド」によるエンゲージメントスコア（全社員対象：年3回実施の平均）

■ 取り組み結果

| No. | 分類 | 時期 | 取り組み | 内容 | 目的 | 結果 |
|-----|-----------------------|-----------|----------------------------|--|--|---|
| 1 | 職場環境改善 (全社) | 22年 4月 | 営業時間 変更 | 2022年9月より実施 旧営業時間 8時～22時→新営業時間 9時 ～21時 旧営業日 365日営業→新営業日 12月31日、1月1日休業 https://www.saishunkan.co.jp/news/0704_1/ | 働く社員が心身ともに健康で生体リズムに沿った生活を実践する環境に近づけることで、よりお客様へのご提案やアドバイスを充実させる為 | シフト勤務を社員の業務シフト変化、送迎バスの運転手や出勤前に清掃を行う社員の業務効率化 |
| 2 | | 22年 4月 | 休暇制度の 導入 | ライフワークバランスの充実へ プラチナWEEK（連続有休取得）推進 アニバーサリー特別休暇の導入 | プラチナWEEK：社員の心身のリフレッシュや人生における様々な経験を積んでほしいという思いから導入した連続休暇取得制度 | プラチナWEEK導入後4カ月で約1割の社員が利用 アニバーサリー休暇は導入後4カ月で約200名が取得 |
| 3 | | 22年 4月 | 育休取得の 取り組み | 男性の育児休業取得率向上に向け、制度改定を段階的に実施(2022年4月、10月～) 社内の産休・育休について、労務より社員へ社内SNSを通じて都度情報発信することにより、取得しやすい環境づくりを行う | 社内SNSを活用して、育児休業に対する情報の開示、見える化を行い、働く社員が安心して妊娠、出産、育児ができるような環境づくり、サポートを行う | 育児休業取得率（2022年度実績）女性100%、男性75% |
| 4 | | 22年 4月 | スマート カジュアル 導入 | 通常時は女性は制服に着替えて業務にあっていたが、全社スマートカジュアルを導入、業務時に履く靴についても定めず、スニーカーの着用も可としている | 新型コロナウイルス感染症対策として、更衣室での着替えによる滞在時間短縮、密状態の回避、感染リスクへの対策 | 23年3月現在、社内からのクラスター感染なし スニーカーが足への負担軽減となる |
| 5 | | 22年 5月 | 喫煙場所の 変更 | 事業所内の屋外喫煙所を変更屋外への出入口から喫煙場所までの距離を広くとり、副流煙の流入を防止する業務開始1時間の禁煙時間設置、喫煙者マナーの再徹底 | 受動喫煙防止を目的とした非喫煙者への配慮および喫煙者の喫煙環境への配慮＝結果として非喫煙者の配慮となること | 室内への二オイの流入がなくなる掲示物などにより喫煙者へのマナーの再認識 |
| 6 | プレゼンティーズム対策 職場環境改善 | 年次 | 椅子定期 メンテナンス | 2021年度より、社員の執務椅子を定期的にチェックし、昇降部、クッションの要となるガスリフト部品交換を行うことで、快適に業務ができるように対策を行うようにした椅子所有数：869脚 | 長時間座って仕事をする社員に対して、椅子の快適性を損なわないようにし、社員の腰痛軽減につなげること でプレゼンティーズム改善につなげる | 2022年度不具合対応69件（イス着座快適性につながる、ガスリフトの不具合品交換） |
| 7 | | 通年 | LED照明 照度 灯緩和対 策 | ワンフロアオフィスにおいて、LED照明の真下に席がある社員は、まぶしさを感じることも多く、社員へヒアリング調査を行う時も多く上がる件総務部で都度対策を行い、照明部への緩和を低コストで行っている | 照明の方向を調整することができないため、照明への緩和を行える対策を行うことで、目に対する負担を軽減する | 感染症対策でアクリル板導入もあり、照明の反射面は増加、照度対策を継続実施中 |
| 8 | | 通年 | 社内空調 環境対策 | 本社コールセンターの空調設備は約1,200坪のワンフロアオフィスを12箇所のブロックに分けて床下吹き出し式を導入、自動管理しているが、社員の体調により床面の穴あき絨毯を、穴のない絨毯に取り替え | 空調による体調不良者の発生は、業務パフォーマンス、生産性の低下へとつながる為、都度対策をとる | 外気温の状態で、室温調整を行うとともに、一人ひとりが快適に業務が行えるよう に対策 |
| 9 | 職場環境改善 (製造部門) | 通年 | 製造現場 遮光断熱 フィルム 施工 | 製造現場の窓付近の気温上昇およびブラインドの劣化による、プラスチック片が異物の要因にならないように、窓ガラスへ社交断熱フィルムを施工 | ここ数年の外気上昇により、外気接点となるガラス窓部は温度が上がりがやすくなっているため、快適な職場環境づくりの対策の一つとして | 窓部を壁にすることも考慮しながら、検証、評価を行っていく |
| 10 | | 通年 | 製造工場 室温上昇 対策 | 製造現場には、製品を梱包するための機械が数か所に設置があり、周辺の温度上昇の影響とならないように、スポットクーラー（排熱がでないもの）や扇風機で空気の循環を行っている | 機械などによる、室温上昇、部分的な温度村の解消 | 部分的に活用し、検証をおこなっている |
| 11 | | 通年 | 製造現場 熱中症 対策 | 製造現場では、体を動かすことが多く夏場の屋内での熱中症対策として、自動販売機のベンダーと相談して、夏季2カ月限定で水分補給飲料を割引し社員に提供する | 水分補給やリフレッシュのために、自販機の飲料を破格の金額で利用してもらうことにより、生産にかかるモチベーションの維持にもつなげる | 気温の変化により9月30日で今期取組みは終了 |

■ 取り組み結果

| No. | 分類 | 時期 | 取り組み | 内容 | 目的 | 結果 |
|-----|-----------------|-------------------|--|--|---|--|
| 12 | 健康リテラシー向上 対策 | 通年 | 健康相談窓口 (メンタルケア) | 各部門毎に産業保健師に連絡が入っていた、保健師面談について、21年11月より総務を窓口で情報を集約、保健師の面談スケジュールを効率化し、管理職のメンタルケアに対する意識も向上してきた | 心のケアに対しての体制を見直すことで、管理職のラインケアに対する意識づけを行うとともに、提携病院の産業保健師との連携を強化し、より効果的なメンタルケアを行っていくことで、アブセンティズム、プレゼンティズム対策としている | 実績：21年度（11月～3月）11件、22年度（4月～9月）16件（10月～3月）9件 保健師面談の予約に社内SNSを活用、各部門と総務の連絡徹底、スケジュール調整も効率化 |
| 13 | | 7月 | ストレスチェック実施 | 担当となる人財部担当者が、経営職が参加する会議において、受診に対する発信を頻度良く行い受診率の向上に努める提携病院に、受診前の研修動画を制作いただき、社内SNSで展開視聴後の受診ができるように仕組み作りを行うまた提携病院と連携して、より細やかな分析ができるサービスを導入睡眠に対する課題があることが明確になってきた | 管理職、経営職への意識向上 ストレスチェックの実施前研修により、全社員へのストレスチェックに対するリテラシーの向上、管理職、経営職への意識づけの強化睡眠改善プログラム導入へのきっかけづくり | 2023年7月受検率99.6%（2022年7月度受検率96.4%に対し、3.2%上昇 |
| 14 | | 7月 | 睡眠改善プログラム実施計画 | ストレスチェック実施機関より睡眠の専門医師を派遣。ストレスチェックに追加した設問により、希望者の面談を実施する計画の立案 | ストレスチェック分析結果から全体傾向として、睡眠に問題をもつ社員が多いことが判明、専門家の知見から個人面談による対策を実施予定 | 2022年9月時点希望者集計、22年度下半期での睡眠改善プログラムとして実行（個人面談9件） |
| 15 | 健康リテラシー向上 | 通年 | 健康診断管理職が部下の受診勧奨 | 健康診断の実施に伴い、受信状況の全体把握および、受診干渉（健診受診、二次検査受診）ができるように社員一人ひとりに対して、確認者（上司、管理職）を紐づけ二次検査受診において確認者から手渡しで渡すことを行う | 管理職の健診や二次検診に干渉することで、部下を健康面からケアする意識の向上を目的とする | 22年度導入、継続実施中 |
| 16 | | 通年 | まいにち養生コンテンツ開始 | 再春館製薬所が製品を通じて、お客様にお伝えしている食・体・心の養生という考えについて、社員が身近なところで、日常生活に取り入れやすいように、社員の様々な視点で投稿できる社内SNSないに情報コンテンツを運用開始 | 社員の「養生（ようじょう）」に対して、お客様へお伝えする心と体の養生についてより、自分事として身に着けることから意識向上を目的とする | 2021年6月開始、投稿記事数11件、平均閲覧数847件、リアクション（コメント、スタンプ）総数219 |
| 17 | | 通年 | 養生やってみよう研修 | お客様への商品＋養生の為の研修がスタートエクササイズに詳しい社員のアドバイスを受けながら、養生の理解促進 | お客様と直接対応をするコールセンター社員の養生に対する意識向上 | 周囲の社員に伝えたい気持ち、お客様に養生を提案する気持ちが高まる |
| 18 | | 22年8月 | 自治体歩数アプリ職場対抗戦へ参加 | 熊本健康アプリ専用webサイトが実施した、グループ歩数計測対抗戦へ社員有志が参加した、参加者への景品を健康意識の面から、フリーズドライのお粥を提供した https://genki-up-kumamoto.jp/info/2020friend_compe.html | 共通の歩数アプリ、社員グループ参加によるモチベーションアップ社員有志が社内SNSを活用して、全社に対して情報発信することからの認知拡大 | 社員参加チームは参加市町村（益城町）で表彰を受ける |
| 19 | 月次 | 健康だより発信 (社内広報) | 提携病院から提供される、事業者向け健康情報を社員が読みやすいように総務担当で再編集し、社内SNSにて「健康だより」として配信 | 季節に応じた健康情報を定期的に社員に発信することで、健康意識の向上を目的とする | 2021年5月～2022年9月で12回発信、平均閲覧数789人 | |

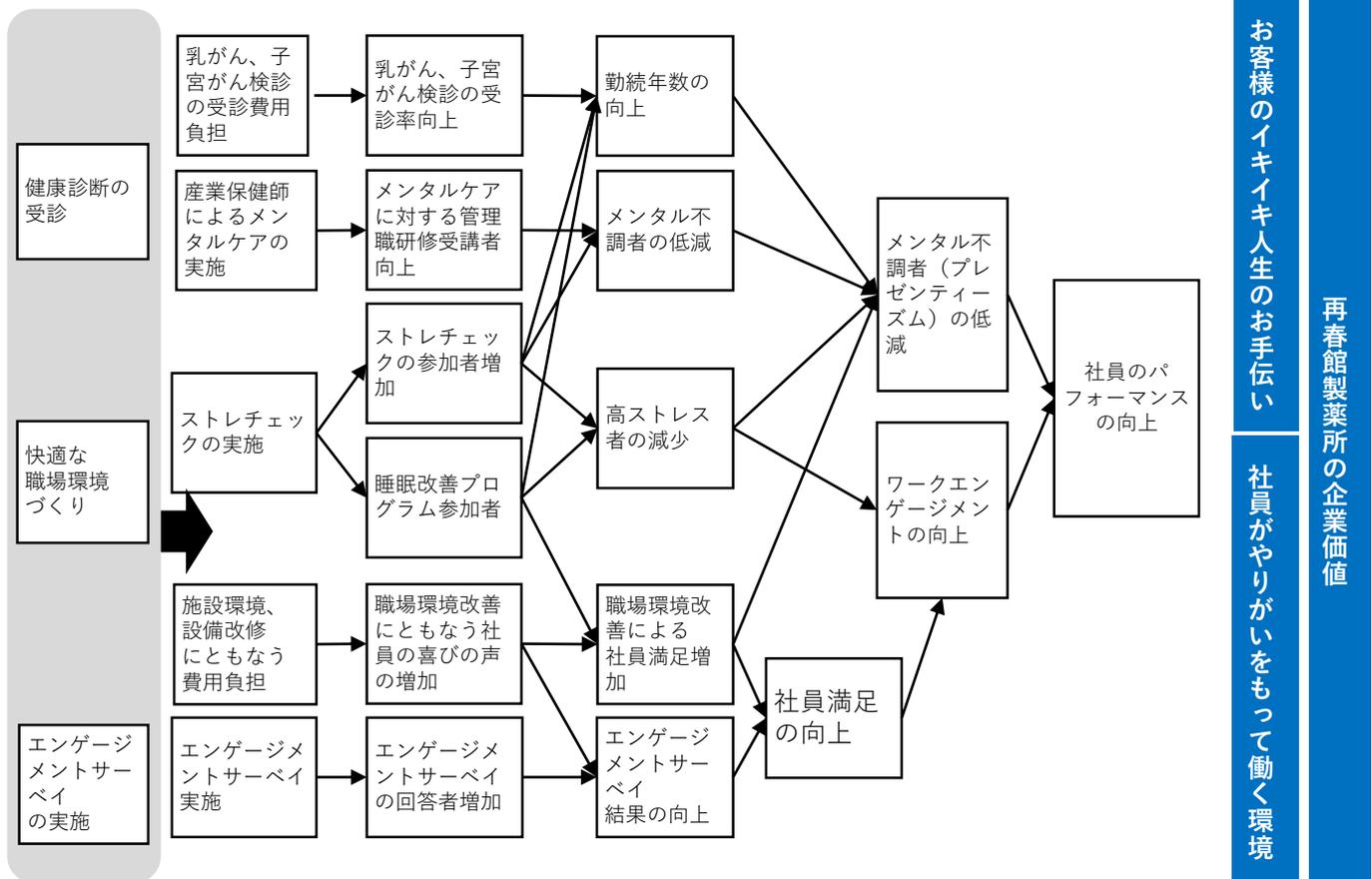
■ 取り組み結果

| No. | 分類 | 時期 | 取り組み | 内容 | 目的 | 結果 |
|-----|---------------|--------------------|--|---|---|--|
| 20 | 福利厚生からの健康サポート | 22年11月 | 新型コロナワクチン4回目職域接種実施 | 新型コロナワクチン職域接種の実施、社員、社員家族、協力会社へと事前ヒアリングを行い実施当日においては、総務部を中心に設置、運用を行いスムーズな接種を行うことができた | 感染症拡大リスクの削減社内からクラスター感染を出さないことを目標として対策 | 社内からのクラスター発生はなし インフルエンザワクチン接種と期間を開けて実施。 接種者：998名（社員、家族、協力会社含む） |
| 21 | | 11月 | インフルエンザワクチン接種 | 提携病院と連携して、社内における予防接種の実施事前申し込みで家族の接種も可能としている | 集団接種を実施することで、できるだけ多くの社員の予防を行うことができる | 22年度722名接種（社員、同居家族含む） |
| 22 | | 通年 | 健康診断婦人科検診、人間ドック等特定年齢で会社独自補助 | 通常健康診断に加えて、社内で独自に決めたルールに従い、特定年齢での婦人科検診料、および特定年齢での人間ドック検査費用を複利厚生費として負担している | 社員数1000名、社員の8割が女性です。よって、婦人科検診に対する意識向上のためにも実施 | 乳がん検査受診率79.7% 子宮がん検査受診率65.7% |
| 23 | | 通年 | 社内体育館運動習慣向上 | コロナ禍において、外部での活動が自粛されるなか社内に併設している体育館の利用を社員限定として、トレーニングジムの運動や、部署ごとのスポーツ交流を行っている（利用料無料） | 体育館の利用促進が社員有志によって、実行されていくことで、ひとり一人の健康意識の高まり | 体育館に活用については、社員有志が自らイベントとして実施することで、社員がより参加しやすい環境が整ってきた |
| 24 | | 通年 | 社内体育館運動習慣向上 | コロナ禍において、外部での活動が自粛されるなか、社内に併設している体育館の利用を社員限定として、感染対策を行った中で、インストラクターの資格を持つ社員がフィットネスを毎週実施している（参加費無料） | 社員の運動習慣向上のため | 在宅勤務など自宅にいる社員の運動不足解消にもつながっている1回の開催時間は45分、参加人数は1回当たり4名～10名 |
| 25 | | 通年 | 通勤バス環境整備 | 職場との距離が片道10キロメートル。公共交通機関での通勤が困難な場所であるため、快適に出勤できるよう、自社運営の通勤バスを運営している（自社で通勤バス購入、送迎運転手も雇用しているため外部委託はなし）（利用料無料） | 通勤におけるストレスがないためにも、車を持っていない社員の為に、自社運行のバスで社員送迎をおこなっている | 通勤バス利用者のクラスター感染はなし 通勤バス利用者（155名 2023年） |
| 26 | | 夏季限定 | 天草研修施設社員開放 | 自社が持つ天草の研修施設を夏季期間、社員限定で無料開放（事前登録制）、社員、家族で海水浴やバーベキューを楽しめる場を提供している（利用料無料） | コロナ禍で外出制限がかかるなか、社員、家族の利用に限定した施設の無料開放は、利用する社員に安心して家族と屋外で健康的に過ごしてもらいたい | 22年夏季利用者（12組38名） |
| 27 | | 通年 | 阿蘇研修施設社員開放 | 自社が持つ阿蘇（内牧温泉）の研修施設を年間を通じて、社員へ開放（事前登録制、運営費として利用料有）良質な温泉で有名な内牧温泉を社員同士、家族で利用することができる | コロナ禍で外出制限がかかる中でも、社員、家族の交流と、温泉で日頃の疲れを癒し、リラックスしてもらいたい | 21年度利用者（4～2月、98名）、22年度利用者（4～3月、768名 複数利用者あり） |
| 28 | | 期間限定 | 特定保健飲料購入促進キャンペーン | 社内設置の飲料自動販売機において、ベンダーと協力して、特定保健飲料の購入促進キャンペーンを実施、期間中、特定保健飲料を購入した社員にはその場でもう一本飲料がもらえるキャンペーン（期間数量限定） | 特定保健飲料については、ほかの飲料より単価が高く、購入までのハードルが高いが、おまけ飲料をつけることで購入促進、および特定保健飲料を飲むきっかけになってほしい | 導入後、総務担当者が発信する前に、社内SNSで話題になり、購入者が増大短期間で規定数量に達した |
| 29 | 不定期 | 県外オフィス社員へ社員食堂の食事提供 | 県外（福岡）に構えるオフィスで働く社員は、本社の社員食堂を利用できないが、そんな社員に向けて、経営職が社員食堂の社員と協力して食材を訪問の際に食材をとどける | コロナ禍で外食もままならない環境下において、社員の食事の面から健康日配慮した活動 | 食材を受け取った社員が社内SNSに投稿したことにより、30件以上のリアクション心の健康にもつながる活動になった | |

健康経営で解決したい課題について

再春館製薬所は、製品とサービスを通じてお客様のイキイキとした人生を応援するために、お客様のみならず、社員が誇れる会社として進化していかなければなりません。そのために、今抱えている健康課題を根本から見つめて社員満足の高い会社として、社員がイキイキと働くことができるような会社づくりに全社一丸となって、力を注いでまいります

| 健康経営に向けた取り組み | 健康経営取り組み効果検証 | | | 健康経営で解決したい課題 |
|--------------|--------------|-------------------|----------|--------------|
| | 健康施策取組に関する指標 | 社員の意識容・行動変容に関する指標 | 最終的な目標指標 | |



社員の健康づくりや、それに関わる職場づくり

健康診断やストレスチェックの分析結果を通じて、社員が抱えている課題に対し、会社として適正に対処ができているかを考え、更に、外部機関によるエンゲージメントサーベイの結果から生まれる各部門ごとに立案するアクションプランによって、改善活動を推進します。

- 健康診断の有所見者の二次検診の受診干渉（上司と部下の関係性強化）
- ストレスチェックから睡眠改善プログラムの検討
- 職場環境における、温度、照度による一人ひとりの快適性への活動

■新型コロナウイルス感染症拡大防止対策



目標： 職場でのクラスター発生ゼロ
(2022年9月末時点クラスター発生なし)



| | |
|--------------------------------------|---|
| 新型コロナウイルスワクチン職域接種の早期実施 | 接種希望の社員、家族、協力会社への案内 希望者3,500名の2回目接種を完了(6月末、7月末) 3回目実施(22年3月7日より5日間) |
| 社員への行動方針の発信、情報提供 (国、県の方針を受けて都度発信) | 新型コロナウイルス感染症拡大防止対策本部の設置 情報発信は社内SNSにて、すべての社員が情報閲覧 できる形で必読設定をして配信 |
| 働き方の変更 | 三密回避、マスク着用の徹底、非接触体温計導入 在宅勤務環境構築。最大在宅勤務70%まで実施 オフィススペースにリモートワークスペースの増設 |
| 社員食堂での「黙食」の徹底 | 三密を回避するためのレイアウト変更 社員食堂へ飛沫防止ボードの設置、手洗い場の増設 「黙食」の徹底などを実施 |
| 未然対策 | PCR、抗原検査キットを在庫保有し社内周知 業務で検査対象となる社員に提供 |



■新型コロナウイルスワクチン職域接種会場(写真)

社内コールセンターのオープンスペースを職域接種会場とし、社員、社員家族、協力会社様へ声をかけて接種希望者を募りました。

■接種実績

実施期間：

* 1回目：2021年6月21・23・25・26・28日(5日間)

* 2回目：2021年7月19・21・23・24・26日(5日間)

接種会場数：2ヵ所(熊本市、益城町)

接種者数：3,500名(希望者全員)

ワクチン残数：0

* 3回目：2022年3月7・9・11・12・14日(5日間)

* 4回目：2022年11月2・4・5・7・9・11日(6日間)

■黙食を徹底した、社員食堂(写真)

「黙食」で社員食堂が静かになったため、昼食休憩時にリラックスできるためにも音楽を流し始めました。

また、テーブルに設置した飛沫防止ボードに商品部門担当者が、食や健康に関わる情報の掲示を行ったことにより、業務にも役立つ情報として役立てられています。



健康経営優良法人2023 認定



再春館製薬所は、2023年3月に経済産業省および日本健康会議が実施する「健康経営優良法人認定制度」において、「健康経営優良法人2023（大規模法人部門）」に認定されました。

「健康経営優良法人認定制度」とは、社員の健康について経営的な視点で考える「健康経営」に取り組む優良な法人を顕彰する制度です。

私たちは今後も、社員が心身ともに健全でイキイキと働ける会社づくりが私たちを必要としてくれるお客様のご満足を追求し続け、末永いお付き合いづくりに欠かせないものであると信じて、さらなる社員満足の向上と社員の心身の健康増進を図ることに向けた継続的に取り組みを積極的に推進してまいります。



ヘルスター認定

全国健康保険協会（協会けんぽ）熊本支部の認定制度

ヘルスター健康宣言を行っている事業所を対象とした認定制度。

2年に1度、ヘルスター健康宣言を実践している事業所を対象に自社の健康経営の取り組みの効果測定の一つとして1つ星から3つ星の認定証が与えられます。



ヘルスター認定2021は令和2年度（2020年度）の次2つの評価項目で認定をされています。

- ①「健診スコア」・・・40歳以上の被保険者の健診結果を点数化したもの
- ②「取り組み状況スコア」・・・健康経営の取り組み状況チェックシートを点数化したもの。

■その他 認定・表彰

2017年 くまもとブライト企業認定（熊本県）

2019年 くまもとブライト企業賞受賞

■ブライト企業とは

熊本県内の企業で働く従業員が、いきいきと働き続けられるよう、労働環境や処遇の向上を推進するとともに、従業員から見た企業の魅力づくりを通じて、県民の県内就職促進を図ろうとする熊本県の取り組みの一つです。

【ブライト企業の基本的な要件】

- ・従業員とその家族の満足度が高い。
- ・地域社会・地域経済への貢献度が高い。
- ・安定した経営を行っている。
- ・地域の雇用を大切にしている。



©2010熊本県くまモン

■ブライト企業賞とは

ブライト企業の中でも、特に優れた取り組みを認められ、表彰されるのがくまもとブライト企業賞です。

2019年に

「育児中の女性が長く活躍できる環境づくり」や「障がい者・外国籍人材の積極採用」などが評価され「多様な人材の活躍推進部門」でくまもとブライト企業賞を受賞しました。



2021年 熊本県SDGs登録事業者（第1期）登録

■熊本県SDGs登録制度とは

熊本県がSDGsに積極的に取り組む企業や団体を後押しし、熊本県内におけるSDGsの裾野を広げるため、企業等を登録する「熊本県SDGs登録制度」を創設。再春館製薬所は第1期登録事業者として認定をいただきました。



熊本県SDGs登録事業者マーク

©2010熊本県くまモン

2018年 「くるみんマーク」取得

社員が仕事と子育てを両立できるための子育て支援を積極的に行う企業として、次世代育成支援対策推進法に基づき、厚生労働大臣(熊本労働局長委任)より2018年7月10日付で認定を受け、子育てサポート企業としての認定マーク(愛称:くるみん)を取得いたしました。



■ 両立支援 病気と仕事の両立を目指して

社員がいきいきと長く働き続けられるように、傷病時の両立支援については、産業医と連携をとり、全社的に継続的なサポートを行っています。

■ 病気からの職場復帰する場合

治療を優先して仕事との両立ができるように、**ならし入社、時短勤務、出勤時間変更など個別対応**を行っています。

本人と面談の上、個別の対応を実施、できるだけ元々所属していた職場への復帰を目指します。

■ 症状や個人に寄り添った支援や対応を重視

■ 診療所開設（1回/週）

毎週水曜日に社内での診療が受けられます。糖尿病・高血圧・脂質異常などの生活習慣病の服薬処方や指導。専門の科へ受診できるように紹介状を書いてもらったり、貧血の注射を定期的にしたり、検査を定期的を受けたりと医療行為ができる為、病気を抱えながらも気軽に相談できる仕組みがあります。



■ 社内の健康管理室を利用したケア

例) 糖尿病患者のインスリン注射場所として活用しています。

■ 定期面談(社員本人)

傷病から復帰した社員の**定期面談によるケア** 安心感、モチベーションの向上。症状により、本人の体調と業務負荷を考慮した職場移動も実施しています。

■ 食事面のフォロー（社員本人）

体調が優れない社員に対して、社員食堂で希望することにより、おかゆを提供するなどをおこなっています。

■ 業務継続支援（社員本人）

主治医と産業医が情報共有をしながら、業務継続の支援をしています。

産業理学療法士・産業保健師も協力して病状の管理、日常生活の支援を行います。

■ 保健師面談（健康相談窓口の設置）

産業医や医師の医療面の支援以外に、精神的社会的な問題に関して、相談の窓口を設けています。

あえて職場ではない外部の産業保健師に依頼して、話しやすい環境を作っています。

■ Ladies support 女性の健康をまもる取り組み

子宮がん・乳がん検診受診率を上げる取り組みを2017年から実施。
2018年から風疹の抗体価検査と予防接種ができるような取り組みを
実施しており、継続しています。

女性が受けやすい様な健診等の仕組みを構築

子宮がん検診

巡回バスと女性医師による受けやすい体制作りを行っています。巡回健診と同時に受診ができるメリットがあります。（2020年感染拡大防止の為に）



乳がん検診

社内検診時に乳腺エコーをできるようにした。女性技師によりリラックスして検査が受けられます。

尿検診・便検査

月経を避けて検査を提出できるように提出期間を延長したり、工夫をしています。



風疹感染予防

抗体価検査の実施（希望者のみ）

予防接種が必要なものに関しては予防接種の実施。
いずれも県や市町村の補助が受けられるよう支援しています。
抗体価検査を希望者を募って会社へ医療機関が訪問し実施しています。
予防接種も医療機関の協力を得て、社内で実施しています。

2次検査が社内で受けられます

毎週水曜日の診療の際、婦人科健診の結果で、不安を感じたり、どのように動いていいかわからない場合に女性医師が相談に乗っており、必要な場合は婦人科へ紹介状を書いています。



女性へ向けたのYouTube配信

月経痛や妊娠出産に関わる内容の運動サポートをしています。