

令和3年度 Sport in Life 推進プロジェクト

(スポーツ実施を阻害する課題解決のための実証実験)

「健康経営」で始める、従業員のスポーツ実施率向上
-職域と地域をつなぐスポーツマッチングサイトで習慣の定着-

事業報告書

令和4年2月18日

公益財団法人 枚方市スポーツ協会

令和3年度 Sport in Life 推進プロジェクト
(スポーツ実施を阻害する課題解決のための実証実験)
「健康経営」で始める、従業員のスポーツ実施率向上
-職域と地域をつなぐスポーツマッチングサイトで習慣の定着-
事業報告書

目次

| | |
|--|----|
| 1. 本事業の目的..... | 3 |
| 2. 本事業の実施概要..... | 3 |
| (1) 本事業のターゲット..... | 3 |
| (2) ターゲットのスポーツ実施の阻害要因、促進要因（事業実施前の仮説）..... | 3 |
| (3) 本事業で期待される効果..... | 4 |
| 3. 本事業の実施内容..... | 5 |
| (1) 事業の実施概要..... | 5 |
| (2) 事業の実施結果..... | 6 |
| 4. 本事業の実施体制..... | 14 |
| (1) 本事業の実施体制..... | 14 |
| (2) 本事業の実施スキーム..... | 14 |
| 5. 事業の実施効果（スポーツ実施頻度、実施意欲の改善効果）..... | 15 |
| (1) 効果検証方法..... | 15 |
| (2) 効果検証の結果..... | 15 |
| 6. スポーツ実施改善の要因の分析（阻害要因や促進要因の仮説検証）..... | 22 |
| 7. 本事業から得られた波及効果..... | 24 |
| 8. 今後の事業展開予定..... | 26 |
| (1) 事業継続や横展開に向けたポイント、課題..... | 26 |
| (2) 次年度以降の事業継続、横展開の計画..... | 27 |
| (3) 今後の事業展開に向けて期待される Sport in Life プロジェクトにおける取組..... | 27 |
| 9. 終わりに..... | 28 |
| 参考資料 アンケート調査票・分析結果詳細..... | 29 |

* 「健康経営」は NPO 法人健康経営研究会の登録商標です

1. 本事業の目的

ビジネスパーソンのスポーツ実施を妨げている要因を解決し、スポーツ実施率向上を行うモデルを確立することで、国民のスポーツ実施率向上に貢献する。

2. 本事業の実施概要

(1) 本事業のターゲット

本事業のターゲットは、日本精線株式会社枚方工場（大阪府枚方市）の全従業員とした。日本精線(株)は、ステンレス鋼線のトップメーカーとして東京証券取引所（市場第一部）に上場している。枚方工場は、国内の主要工場として製造工程従事者と事務従事者が所属し、従業員 544 名が従事している。

【従業員属性】 令和3年10月現在

| | 男性 | 女性 | 合計 |
|-------|-------|------|-------|
| 10 歳代 | 5 名 | 0 名 | 5 名 |
| 20 歳代 | 69 名 | 14 名 | 83 名 |
| 30 歳代 | 91 名 | 16 名 | 107 名 |
| 40 歳代 | 142 名 | 28 名 | 170 名 |
| 50 歳代 | 121 名 | 24 名 | 145 名 |
| 60 歳代 | 25 名 | 7 名 | 32 名 |
| 70 歳代 | 2 名 | 0 名 | 2 名 |
| 合計 | 455 名 | 89 名 | 544 名 |

(2) ターゲットのスポーツ実施の阻害要因、促進要因（事業実施前の仮説）

メインターゲットである 20 歳代～50 歳代が、スポーツを「週に 1 回以上実施できない」または「直近 1 年に運動をしなかった」理由として、第 1 位「仕事や家事が忙しいから」が 55.6%。第 2 位「面倒くさい」が 44.8%。第 3 位「お金に余裕がない」が 20.5%となっている。また、スポーツが嫌いな理由として、第 1 位「苦手だから」が 74.1%。第 2 位「疲れるから」73.1%。第 3 位「時間がとられるから」40.2%となっている。「職場の取組があった場合の運動・スポーツ実施意向」の設問では、20 歳代～50 歳代の 50%が、「スポーツ実施が増えると思う」（「大いに増えると思う」12.6%+「ある程度増えると思う」37.4%）と回答している（令和 2 年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」スポーツ庁）。

「週に 1 回以上実施できない」または「直近 1 年に運動をしなかった」理由を解決するためには、1 日の多くの時間を過ごす職場において、企業が機会を提供する

ことが有効であると推察される。

また、スポーツが嫌いな理由を解決するためには、まず体験し自分のライフスタイルや趣向に合わせたプログラムを選択できる環境づくりが有効であると推察される。

少子高齢化や社会保障費の増大等が課題となり、国をあげて健康寿命の延伸に取り組んでいる。企業においても働き手の不足もあり、生産性の向上や定年の延長、新たな人材の確保が喫緊の課題となっている。こういった社会情勢の中、課題を解決する経営戦略として「健康経営」に取り組む企業が年々増加している。しかしながら、取り組みが進んでいるものの、従業員にスポーツの実践を推奨すれば、労働生産性等にどれくらいの効果を期待しているのか不透明である。また、従業員が日常的にスポーツを実践できる場を提供するためには大きなコストが必要になる。そのため、従業員に対するスポーツプログラムに関しては、「年数回行うだけ」の取り組みが散見され、定着に繋がっていないのが現状である。

こういった課題を解決するためには、まず、職域において従業員のヘルスリテラシーを高める取り組みやスポーツを体験する機会を提供し、興味を持った従業員に、地域の様々なスポーツ資源を活用し、スポーツ習慣の定着につなげることが有効だと考えた。

本事業は、職域と地域が連携し、地域のスポーツ資源を可視化させ、参加しやすい環境を提供することでスポーツの実施を阻害する課題を解決し、スポーツ実施率の向上を目指すものである。

(3) 本事業で期待される効果

我が国の25歳～64歳の就業者数は**4,043万人**である(2021年4月分「労働力調査」総務省統計局)。

一方、20歳代～50歳代の週1日以上スポーツ実施率は55.1%である(令和2年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」スポーツ庁)。第2期スポーツ基本計画では、65%を目指しており、9.9%の上昇が想定されている。本事業においても、対象者のスポーツ実施率を10%向上させることを目指しており、全国に展開された場合、就業者数4,043万人の10%、つまり404万人増加のインパクトが期待できる。

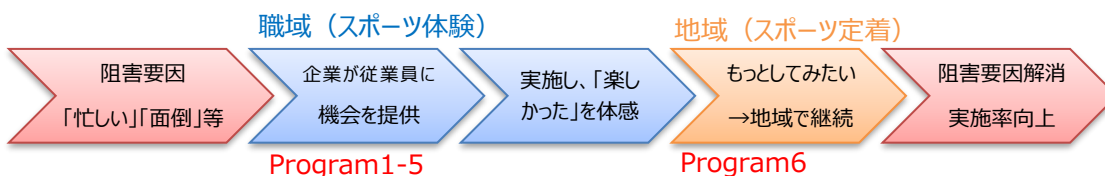
また、本事業で構築するスポーツマッチングサイトを活用すれば、地域における行政や民間企業、自主活動団体等のスポーツ情報プラットフォームになり、地域住民はワンストップで情報を得ることができるようになる。同様に全国展開が可能で、すべての国民のスポーツ実施率向上が期待できる。

3. 本事業の実施内容

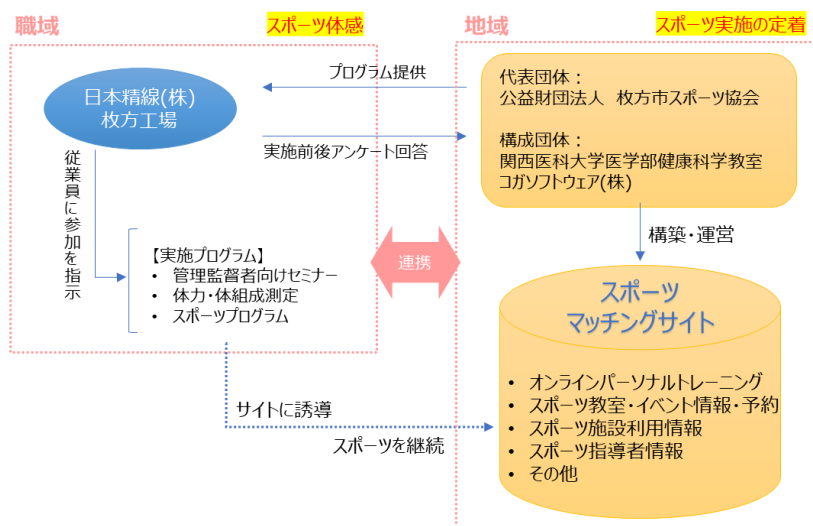
(1) 事業の実施概要

職域と地域が連携し、各ステージに応じた取り組みを行った。

【課題解決ストーリー】



【事業概要】



【スポーツ実施を阻害する課題解決の方法】

| 阻害要因 | 提案内容 |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 仕事や家事が忙しい 時間がとられる | <ul style="list-style-type: none"> 企業が健康経営として、就業時間中にスポーツの場を提供 好きな時間や内容を選ぶことができるプログラムを提供（解決策） Program3、Program4、Program6 |
| <ul style="list-style-type: none"> 面倒くさい | <ul style="list-style-type: none"> 企業が健康経営として、就業時間中にスポーツの場を提供 測定会を通じて、スポーツ（身体活動）の必要性を理解 地域スポーツ資源の必要な情報を探しやすいサイトの製作（解決策） Program3、Program4、Program6 |
| <ul style="list-style-type: none"> お金に余裕がない | <ul style="list-style-type: none"> 企業が健康経営として、無料でスポーツの場を提供（解決策） Program3、Program4、Program6 |
| <ul style="list-style-type: none"> 苦手だから 疲れるから | <ul style="list-style-type: none"> 企業が健康経営として、スポーツへの参加を推進 癒し系のヨガなど多様なプログラムを提供し、選択できる（解決策） Program4、Program6 |

*各 Program の詳細は、次項参照

【実施スケジュール】

実施期間は令和3年10月1日～令和4年1月31日までとした

| 事項 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 |
|--------------------------|-----|-----|-----|----|
| Program1 管理監督者向けセミナー | ■ | | | |
| Program2 介入前後調査（従業員意識調査） | ■ | | | ■ |
| Program3 体力・体組成測定会 | ■ | | | |
| Program4 スポーツプログラム | | ■ | ■ | |
| Program5 マッチングサイトへの移行促進 | | ■ | ■ | ■ |
| Program6 マッチングサイト活用 | | ■ | ■ | ■ |

（2）事業の実施結果

企業における健康経営の取り組みでスポーツ体験を行い、最終的には地域のスポーツ資源を活用し、スポーツの定着につなげることを目指した。本事業を効果的に行うため、スポーツ体験を行う「職域（健康経営）フェーズ」と、スポーツの定着の場を提供する「地域フェーズ」にわけて行った。各フェーズの事業は以下のとおりである。

職域（健康経営）フェーズ *スポーツ体験

本フェーズは、企業が健康経営の取り組みとして就業時間中を活用し、すべての従業員にスポーツ体験の機会を提供することで、スポーツの楽しさや必要性を体験していただくことを目的に実施した。

Program1 【企業における環境づくり意識の向上（管理監督者対象セミナー）】

就業時間中に従業員（部下）がスポーツプログラムに参加することや、スポーツ実施を推進するためには、管理監督者の理解が不可欠である。管理監督者を対象に、従業員の健康の重要性を理解させ、健康のためにスポーツ（身体活動）の重要性を普及することを目的に健康経営セミナーを開催した。

工場内に2会場設置するとともに、同内容を午前と午後の各1回実施することで、コロナ禍における感染対策と時間を選んで参加しやすい環境を提供した。

【講師】

NPO 法人健康経営研究会 理事長 岡田邦夫氏

健康経営の第一人者であり、約 40 年にわたる産業医の経験を有する。スポーツ庁や経済産業省、厚生労働省の委員を歴任されるなど、健康経営や産業保健、スポーツ、医療等の分野で幅広く活躍されている

実施日：2021年10月4日（月）

時間：1回目 10時45分～11時45分 2回目 13時10分～14時10分

会場：工場内メイン会場（講師が登壇）・工場内サブ会場（オンライン会議システム「ZOOM」を使用したライブ映像を視聴）

参加者数：50名（管理監督者は56名）参加率89.3%

内容：「なぜ企業の成長に従業員の健康が必要なのか」

- ① 高齢化が進む我が国の現状
- ② 企業の成長と健康問題
- ③ 健康は企業の財産（人財）

イメージ1 セミナー資料



Program2 【従業員の意識調査】

介入前後の効果測定として、全従業員を対象にしたアンケート調査を就業時間中に実施した。介入前調査については、結果を個人レポートとして発行し、個人に返却することで、スポーツ意識の高揚も目指した。

《アンケート調査項目》

| | |
|-----------|---|
| 介入前後の共通事項 | ① スポーツ実施率 ② スポーツ実施意欲 ③ ワーク・エンゲイジメント |
| 介入後のみ調査 | ① 本事業による意識の変化 ② スポーツプログラムへ参加しなかった人→参加しなかった理由 ③ スポーツマッチングサイト閲覧の有無と理由 ④ スポーツを実施しない理由（阻害要因） ⑤ 企業における健康経営の必要性 |

Program3【自分の体力を知り、スポーツ意識を高める測定会】

従業員が自分の体力と体組成を知り、定期的なスポーツ（身体活動）実施の必要性を感じていただくため、全従業員を対象に測定会を開催した。測定は就業時間中に実施した

実施日：1日目 2021年10月20日（水）

2日目 2021年10月28日（木）

3日目 2021年11月2日（火）

*班ごとに時間を設定し、決められた時間に来場して測定

時間：各日 8時30分～15時30分

参加者数：532名（参加率97.8%）

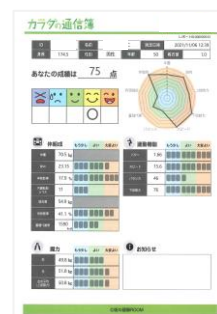
測定種目：①握力（筋力）

②運動機能分析（イス立ち上がり動作で、脚の筋力とバランスを測定）

③体組成計

レポート：各測定結果により、各体力要素の優劣を表すレーダーチャート。各体力要素を得点化して、総合得点等を表示したレポートを参加者に返却。さらに、工場内にける総合順位や年代別順位を表示する等、スポーツ実施意欲を高める工夫を行った。

イメージ2
評価レポート



Program4【多様な種目から選択できるスポーツプログラム】

Program1～3で、スポーツ意欲の高まった従業員に対して、実際にスポーツを始めるきっかけとなるスポーツプログラムを実施した。就業時間中に実施し、全従業員が一斉に参加することができないため、参加は任意で事前申込制とした。



【開催プログラムと参加者データ】

多様なニーズに応えるために、基本的には毎回違う種目を提供した。種目の選定では、スポーツが「苦手」、「疲れる」という人も参加しやすい種目や地域フェーズで継続可能な種目等を考慮して決定した。

表1 プログラム概要と参加者データ

| 日時 | 種目 | 参加者数 | 男性 n(%) | 平均年齢(歳) |
|------------------|--------------|------|---------|-----------|
| 11月5日(金)15時～16時 | 陰ヨガ | 8名 | 3(37.5) | 49.6±7.9 |
| 11月8日(月)10時～11時 | 気軽に筋トレ | 6名 | 3(50.0) | 47.2±7.24 |
| 11月19日(金)15時～16時 | バランスボール | 10名 | 5(50.0) | 41.1±9.5 |
| 11月26日(金)10時～11時 | 今日から始める筋活 | 14名 | 5(35.7) | 50.5±5.7 |
| 12月3日(金)14時～15時 | ストレッチヨガ | 15名 | 4(26.7) | 39.6±10.0 |
| 12月9日(木)10時～11時 | 楽しくピンポン | 11名 | 4(36.4) | 45.9±11.8 |
| 12月17日(金)14時～15時 | 骨盤矯正ヨガ | 16名 | 5(31.3) | 38.4±11.9 |
| 12月24日(金)10時～11時 | おうち de ストレッチ | 9名 | 3(33.3) | 49.3±10.3 |

*定員は各15名



Program5 【スポーツプログラムへの参加・スポーツマッチングサイトへの移行促進】

スポーツプログラムやマッチングサイトを広く周知し参加を促すために、チラシやポスターを作成し、情報提供を行った。さらに、日常的に使用するボールペンにスポーツマッチングサイトにつながるQRコードを印字したQRコード付きボールペンを作成し、スポーツプログラム参加者等に配付した。

表2 参加・利用促進策と概要

| 配付時期 | 媒体 | プログラム参加促進 | サイト利用促進 | 概要 |
|-------|------|-----------|---------|-----------------------|
| 10月4日 | チラシ① | ○ | | 管理監督者向けセミナー時に、全参加者に配付 |
| 10月下旬 | チラシ① | ○ | ○ | 体力・体組成測定時に全従業員に配付 |

| 配付時期 | 媒体 | プログラム参加促進 | サイト利用促進 | 概要 |
|-------------|--------------|-----------|---------|---|
| 10月下旬 | ポスター | ○ | ○ | 工場内で、従業員の往来が多い場所10か所に掲示 |
| 11月下旬 | チラシ① チラシ② | ○ | ○ | 介入前アンケートのレポート返却時に全従業員に配付 |
| 12月上旬 | チラシ① チラシ② | ○ | ○ | 体力・体組成測定レポート返却時に、全従業員に配付 |
| 11月～ 12月 | QRコード | | ○ | サイトへ誘導するQRコードが付いたボールペンを作成し、スポーツプログラム参加者等に配付 |
| 12月下旬 | チラシ③ | | ○ | 企業を通じて全従業員に配付 |
| 1月上旬 | チラシ④ | | ○ | 介入後調査の配付時に、全従業員に配付 |

イメージ3

作成したチラシ、ポスター



工場エントランス等にポスターを掲示



スポーツマッチングサイトの訪問を増やすため、QRコード付ボールペンを作成

地域フェーズ *スポーツ習慣の定着

本フェーズは、地域のあらゆるスポーツ情報を紹介する「スポーツマッチングサイト」を構築し、職域（健康経営）フェーズでスポーツ意欲の高まった従業員に、地域のスポーツ資源を紹介し、日常的なスポーツ習慣として定着させることを目的に実施した。

Program6【スポーツマッチングサイトの構築と活用】

概要：スポーツマッチングサイトは、地域の様々なスポーツ情報を確認でき、申し込みができる web アプリ

掲載内容：① スポーツ教室の情報閲覧・申込み

掲載する内容は、枚方市スポーツ協会が主催する教室・事業から、平日の夜間や土日祝等、ビジネスパーソンが参加しやすいものを抽出した。参加費は無料とし、掲載内容は以下の通り。

表3 スポーツマッチングサイトの掲載事業と申込者数

| 教室名 | 概要 | 会場 | 申込者数 |
|---------------------------|---|---------------------|------|
| 初心者大歓迎！ のんびり RUN | 河川敷約 5 km を目標に、の んびりランニング | 渚市民 体育館 | 0 名 |
| ノルディック ウォーキング | 歩行補助からフィットネ スまで、幅広く活用できる | 王仁公園 | 0 名 |
| ヨガスクエア | 誰でも気軽に参加できる。 土曜の夜にリフレッシュ | 渚市民 体育館 | 0 名 |
| 車いすバスケット ボール体験 | あなたも車いすに乗って バスケットボールを体験 しよう | 渚市民 体育館 | 0 名 |
| 総合型地域スポ ーツクラブ1ヶ月 会員 | 10 種別の活動に自由に参 加できる(各種別週に1回 活動) (11月、12月、1月) | パナソニッ クアリーナ 他 | 1 名 |
| パーソナルスト レッチ | 体のゆがみに合わせ最適 なストレッチを提供 | 総合体育館 | 1 名 |
| パーソナルコン ディショニング | リンパの流れをよくする 動きでコンディションを 整える | 総合体育館 | 1 名 |

| 教室名 | 概要 | 会場 | 申込者数 |
|---------------------------------|---------------------------------------|-------|------|
| 「冬のぐっすり NightYoga」 (毎月開催) | 毎週テーマに沿った部位をほぐし、心地よい眠りへ導く(11月、12月、1月) | オンライン | 2名 |
| ナイトヨガ | 1日の終わりにリンパの流れや呼吸を整えリフレッシュ | オンライン | 1名 |
| 冬のぐっすり 快眠プログラム | 深い呼吸を意識することで自律神経を整え、快眠に導く | オンライン | 0名 |
| スポーツファス ティング講座 | スポーツとファスティングを組み合わせ、適切な体重管理を目指す | オンライン | 0名 |
| オンライン パーソナル トレーニング | 都合の良い日時にトレーナーとパーソナルでトレーニング | オンライン | 0名 |

② 市内の公共スポーツ施設に関する情報

- 枚方市立総合スポーツセンター
- 枚方市渚市民体育館
- 枚方市立伊加賀スポーツセンター
- 王仁公園(都市公園有料施設)
- ひらかた東部スタジアム
- 枚方市野外活動センター

公開期間：令和3年11月9日～令和4年1月31日

特 色：多くのスポーツ情報サイトは、様々な種目や日程、形式のものが漠然と掲載されているものが多い。利用者にとっては、興味のない種目等もあり、求める教室・事業を探すことが困難である。本事業で構築したサイトは、キーワード検索の他、形式(パーソナルや集団、オンラインや施設実施型等)や目的(生活習慣病対策、身体活動アップ等)に応じて該当するプログラムが抽出される検索機能を強化したものである。「面倒くさい」という課題を解決し、「探す苦勞」を最小限に抑えることで、地域でのスポーツ活動参加に繋げるように制作した。

イメージ4

トップ画面。検索機能を強化し、求めている情報に簡単にアクセスできる



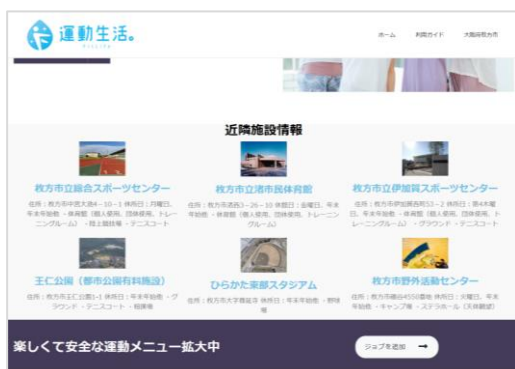
イメージ5

各プログラムの詳細画面。詳細の情報を確認でき、申込みまで完了できる



イメージ6

枚方市内の公共スポーツ施設紹介画面。簡単に身近な施設を確認できる

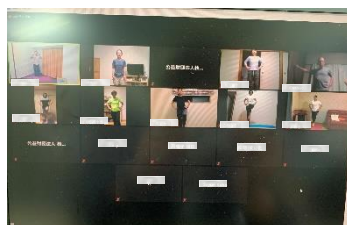


イメージ7

管理者画面。申込み状況や教室・事業の登録等を行うことができる



地域でのスポーツ教室・事業の様子



【新型コロナウイルスの対応】

感染拡大防止の観点から、国や各団体が公表しているガイドラインに準じて最大限の感染防止対策を講じて実施した。

4. 本事業の実施体制

(1) 本事業の実施体制

実施体制は以下の通り。

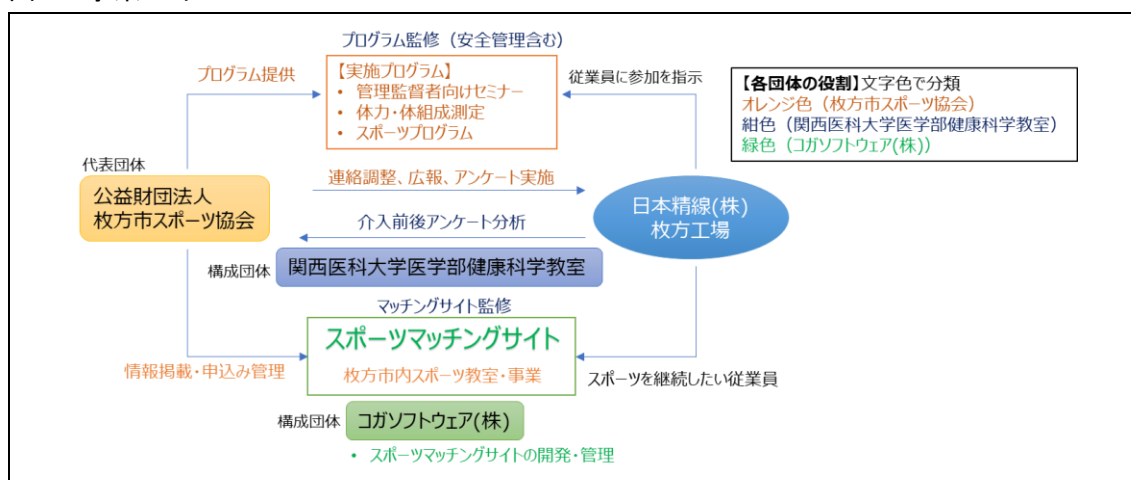
| | |
|---------|---|
| 実証フィールド | (職域) 日本精線株式会社 枚方工場 (協力企業) (地域) 大阪府枚方市 |
| 代表団体 | 公益財団法人 枚方市スポーツ協会 |
| 構成団体 | <ul style="list-style-type: none"> ● 関西医科大学 医学部 健康科学教室 ● コガソフトウェア株式会社 |

*代表団体および構成団体は、Sport in Life コンソーシアム加盟済み

(2) 本事業の実施スキーム

枚方市スポーツ協会は代表団体として、業務の統括、協力企業との連絡・調整、広報等、構成団体が行う以外のすべての業務を行う。関西医科大学医学部健康科学教室は、医療やデータ分析の専門性を活かし、プログラム監修、スポーツマッチングサイト監修、実施前後の効果検証・分析を行った。コガソフトウェア株式会社は、システム開発企業として多くのソフトウェアを開発した経験を有し、Webアプリ「スポーツマッチングサイト」の構築を行った。

図1. 事業スキーム



5. 事業の実施効果（スポーツ実施頻度、実施意欲の改善効果）

（1）効果検証方法

従業員の意識変化を確認するため、介入前の10月と介入後の1月にアンケートによる調査を行った。また、実施した事業の評価のため、事業の参加者数やサイトの閲覧数等を測定した。

- ① アンケート（全従業員対象）による効果検証
 - 週1日以上スポーツ実施率
→介入後に10%向上を目指した
 - スポーツ実施意欲
→介入後に20%向上を目指した
 - ワーク・エンゲイジメント(ユトレヒト・ワーク・エンゲイジメント尺度)
 - 本事業による意識の変化
 - スポーツプログラムへ参加しなかった人→参加しなかった理由
 - スポーツマッチングサイト閲覧の有無と理由
 - スポーツを実施しない理由（阻害要因）
 - 企業における健康経営の必要性
- ② 事業の参加者数等による効果検証
 - スポーツプログラム参加者数
→平均7.3名/回（令和2年度実績）から20%向上（平均8.7名/回）を目指した
 - スポーツマッチングサイトの閲覧数
→閲覧数200回を目指した
 - 地域スポーツプログラムへの申込み数
→申込み件数20件を目指した

（2）効果検証の結果

【全従業員を対象にしたアンケートによる効果検証】

回答者数：介入前（10月上旬）519名。介入後（1月中旬）476名

*介入後調査は、業務の都合や新型コロナウイルスの影響で一部の部署から期限内に回答を回収することができなかった

- ① 週1日以上スポーツ実施率（目標値は介入前後で10%向上）
 - スポーツ実施頻度
スポーツを週に1日以上実施している人は、介入後に3.7%増加した。

週に3回以上実施している人は、介入後に2.0%増加した。いずれも目標値を達成することができなかった。スポーツを実施していない人は、介入後に4.8%減少した。

表4 スポーツ実施頻度の介入前後の変化

| 頻度 | 介入前 | 介入後 | 介入前 | 介入後 | 介入前 | 介入後 |
|----------|-------|-------|-------|------------------|-------|------------------|
| 週に5日以上 | 9.0% | 9.7% | 42.3% | 46.0% (+3.7%) | 20.7% | 22.7% (+2.0%) |
| 週に3日以上 | 11.7% | 13.0% | | | | |
| 週に2日以上 | 11.9% | 12.2% | | | | |
| 週に1日以上 | 9.8% | 11.1% | | | | |
| 月に1～3日 | 7.6% | 5.3% | | | | |
| 3か月に1～2日 | 0.4% | 1.7% | | | | |
| 年に1～3日 | 0.8% | 0.2% | | | | |
| 実施していない | 48.9% | 44.1% | | | | |

● **スポーツ習慣**

介入前後でスポーツ習慣の有無にどのような変化があったかクロス集計を行った。介入前にスポーツ習慣がなく、介入後にスポーツ習慣ができた人は9.6%であった。介入前にスポーツ習慣があり、介入後にスポーツ習慣がなくなった人は6.0%であった。

表5 介入前後のスポーツ習慣の変化

| | 介入後/習慣あり | 介入後/習慣なし | 合計 |
|----------|-------------|-------------|------|
| 介入前/習慣あり | 201名(45.0%) | 27名(6.0%) | 228名 |
| 介入前/習慣なし | 43名(9.6%) | 176名(39.4%) | 219名 |
| 合計 | 244名 | 203名 | 447名 |

② **スポーツ実施意欲（目標値は介入前後で20%向上）**

運動・スポーツの実施意欲について、1（意欲が低い）から10（意欲が高い）までの数値で自分に当てはまる数値を選択してもらった。選択した数値は、平均点で評価を行った。介入前調査時の平均得点は、5.22±2.5点。介入後調査時の平均得点は、5.27±2.4点であり、目標値を達成することができなかった。

● **スポーツ実施意欲の変化**

スポーツ習慣のない人は、介入後、有意にスポーツ実施意欲が高まった。その他の分類では有意な差は見られなかった。

表 6 対照別スポーツ実施意欲の変化

| 項目 | 介入前 | 介入後 | P 値 |
|-----------------------|----------|----------|-------|
| 全体 (n=445) | 5.22±2.5 | 5.27±2.4 | 0.64 |
| スポーツプログラム参加者 (n=28) | 6.21±2.6 | 6.93±2.6 | 0.06 |
| スポーツプログラム非参加者 (n=417) | 5.16±2.5 | 5.16±2.3 | 0.97 |
| スポーツ習慣あり (n=228) | 6.46±2.3 | 6.25±2.2 | 0.10 |
| スポーツ習慣なし (n=214) | 3.92±2.1 | 4.20±2.1 | 0.03* |

*p<0.05

③ ワーク・エンゲイジメント（ユトレヒト・ワーク・エンゲイジメント尺度）

スポーツを推進する介入が、仕事への心理状態に影響を及ぼすのかを評価するため、ワーク・エンゲイジメントを評価した。測定には、ユトレヒト・ワーク・エンゲイジメント尺度 9 項目短縮版を用いた。

【ワーク・エンゲイジメントとは】

仕事に関連するポジティブで充実した心理状態（働きがい）として、「仕事から活力を得ていきいきとしている」（活力）、「仕事に誇りとやりがいを感じている」（熱意）、「仕事に熱心に取り組んでいる」（没頭）の3つが揃った状態として定義される。ワーク・エンゲイジメントスコアが高いほど、組織コミットメントの向上、離職率の低下、仕事に対する自発性の向上、顧客満足度の向上等の効果があることが示唆されている（厚生労働省調査「令和元年版 労働経済の分析」）

全体およびスポーツプログラム非参加者は、介入の前と比べ介入後は、活力、熱意、ワーク・エンゲイジメントスコアが有意に低下した。スポーツ習慣のない人は、すべての項目で有意に低下した。一方で、スポーツプログラム参加者およびスポーツ習慣のある人は変化が見られなかった。

表7 対照別ワーク・エンゲイジメントの変化

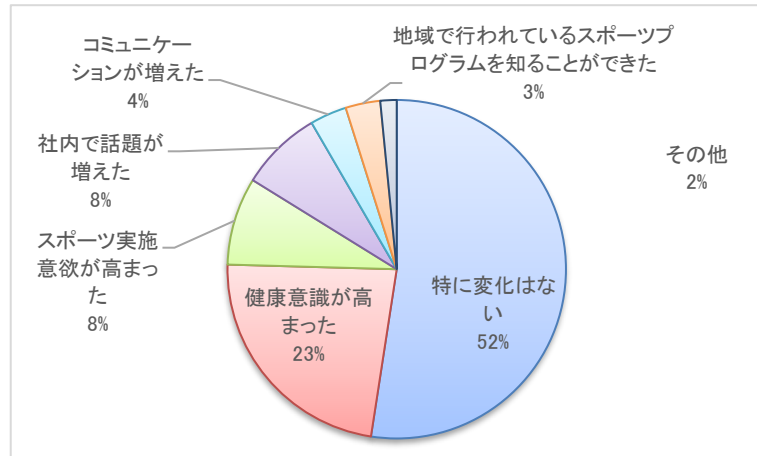
| 項目 | 介入前 | 介入後 | p 値 |
|-----------------------|----------|----------|--------|
| 全体 (n=445) | | | |
| 活力スコア | 2.65±1.0 | 2.56±1.0 | 0.00** |
| 熱意スコア | 3.00±1.0 | 2.92±1.0 | 0.01** |
| 没頭スコア | 2.74±0.9 | 2.75±1.0 | 0.90 |
| ワーク・エンゲイジメントスコア | 2.80±0.9 | 2.74±0.9 | 0.05* |
| スポーツプログラム参加者 (n=28) | | | |
| 活力スコア | 2.48±1.1 | 2.37±1.0 | 0.56 |
| 熱意スコア | 2.99±1.0 | 2.92±1.1 | 0.69 |
| 没頭スコア | 2.62±1.0 | 2.69±0.8 | 0.68 |
| ワーク・エンゲイジメントスコア | 2.69±1.0 | 2.66±0.9 | 0.83 |
| スポーツプログラム非参加者 (n=417) | | | |
| 活力スコア | 2.66±0.9 | 2.57±1.0 | 0.01** |
| 熱意スコア | 3.00±0.9 | 2.92±1.0 | 0.01** |
| 没頭スコア | 2.75±0.9 | 2.75±1.0 | 1.00 |
| ワーク・エンゲイジメントスコア | 2.81±0.9 | 2.75±0.9 | 0.04* |
| スポーツ習慣あり (n=235) | | | |
| 活力スコア | 2.80±1.0 | 2.73±1.0 | 0.11 |
| 熱意スコア | 3.11±1.0 | 3.06±1.1 | 0.28 |
| 没頭スコア | 2.83±1.0 | 2.93±1.0 | 0.07 |
| ワーク・エンゲイジメントスコア | 2.92±0.9 | 2.90±1.0 | 0.79 |
| スポーツ習慣なし (n=225) | | | |
| 活力スコア | 2.49±0.8 | 2.38±0.9 | 0.01** |
| 熱意スコア | 2.87±0.8 | 2.76±0.9 | 0.01** |
| 没頭スコア | 2.65±0.9 | 2.55±0.9 | 0.02* |
| ワーク・エンゲイジメントスコア | 2.67±0.8 | 2.56±0.8 | 0.00** |

*p<0.05 **p<0.01

④ 従業員の意識変化

個人の意識や職場の雰囲気などどのような変化を及ぼしたのか調査を行った。

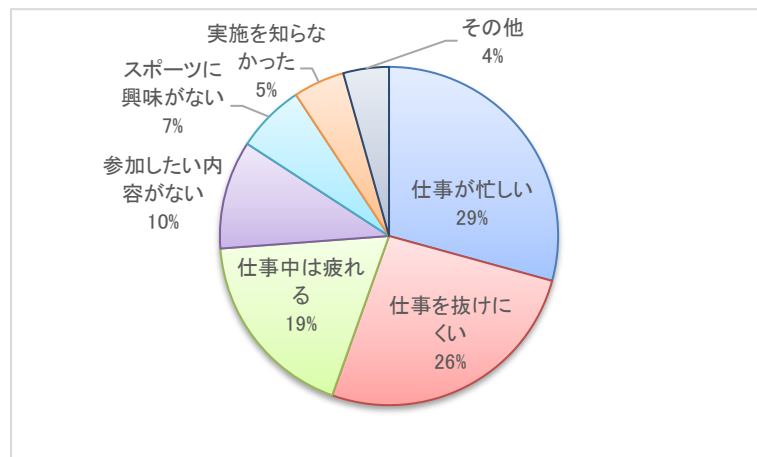
問. 事業を通じて変化はありましたか（複数選択可）



⑤ スポーツプログラムへ参加しなかった人→参加しなかった理由

任意参加としたスポーツプログラムに参加しなかった人（n=376）に理由を調査した。

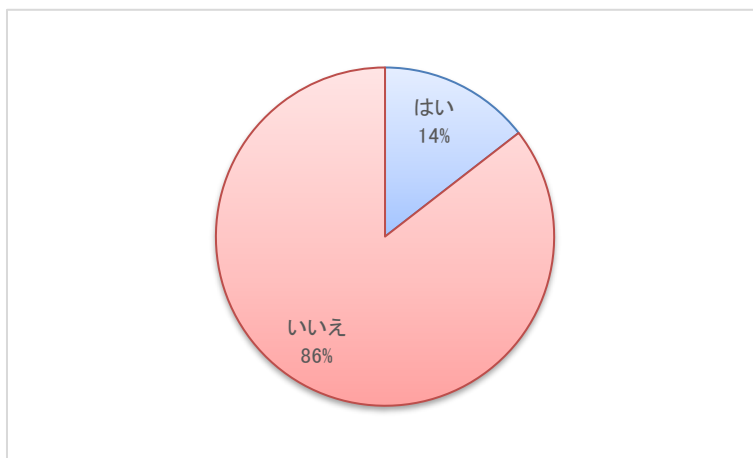
問. スポーツプログラムに参加しなかった理由で当てはまるものを選択してください（複数選択可）



⑥ スポーツマッチングサイト閲覧の有無と理由

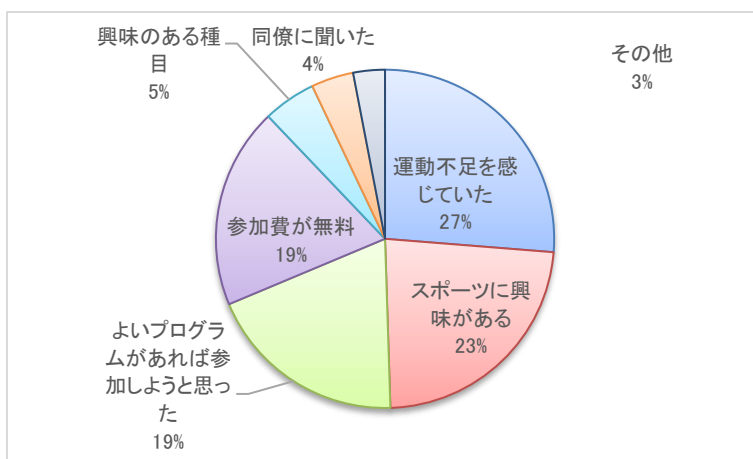
地域のスポーツ情報を掲載した、スポーツマッチングサイトの閲覧の有無とその理由を調査した。

問. スポーツマッチングサイトを見ましたか



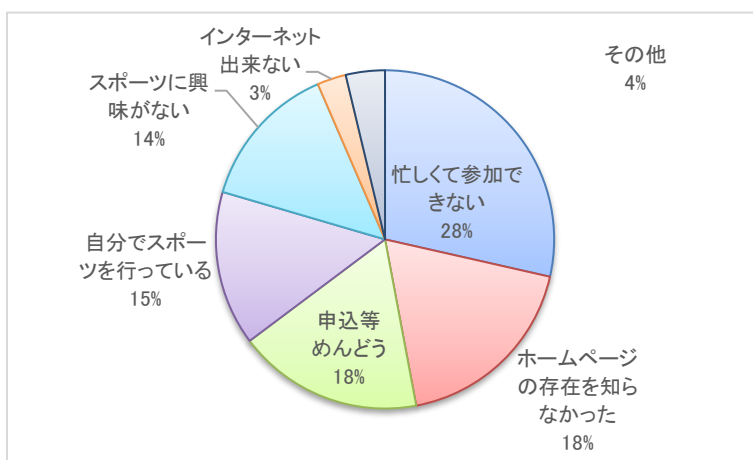
サイトを見た人

問. なぜ見たのですか (複数選択可)



サイトを見なかった人

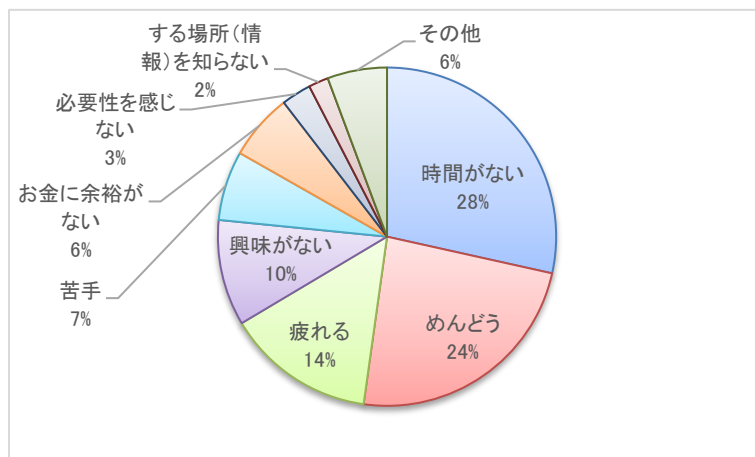
問. なぜ見なかったのですか (複数選択可)



⑦ スポーツを実施しない理由（阻害要因）

スポーツ習慣のない人に、スポーツを実施しない理由（阻害要因）を調査した。

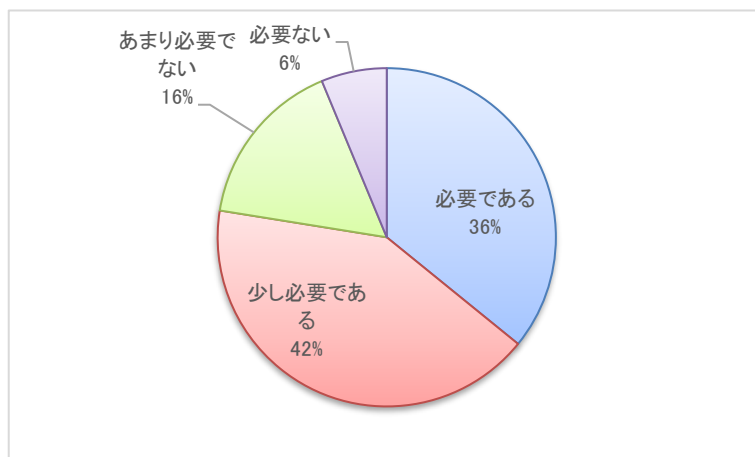
問. スポーツを実施しない理由は何ですか（複数選択可）



⑧ 企業における健康経営の必要性

従業員にとって、企業が行う健康経営の取り組みをどう感じているのか調査した。

問. 職場において、運動・スポーツができる機会の提供や健康について学ぶ機会の提供は必要だと思いますか



【事業の参加者数等による効果検証】

① スポーツプログラム参加者数（目標値は令和2年度実績から20%向上）

（令和2年度実績）平均7.3名/回から

（本事業）平均11.1名/回（52.1%向上）

*各プログラムの参加者数は9ページ表1参照

表 8 スポーツプログラム参加とスポーツ習慣

| | スポーツプログラム | | 合計 |
|----------|-----------|-------------|------|
| | 参加 | 非参加 | |
| スポーツ習慣あり | 21名(4.6%) | 214名(46.5%) | 235名 |
| スポーツ習慣なし | 7名(1.5%) | 218名(47.4%) | 225名 |
| 合計 | 28名 | 432名 | 460名 |

② スポーツマッチングサイト閲覧数（目標値は閲覧数 200 回）

本事業の結果：閲覧数 248 回

③ 地域スポーツプログラムへの申込み数（目標数は申込み数 20 件）

本事業の結果：申込み数 6 件

*各プログラムの申込者数は 11 ページ表 3 参照

表 9 地域スポーツプログラム申込みとスポーツ習慣

| | 地域スポーツプログラム | | 合計 |
|----------|-------------|-------------|------|
| | 申込み | 非申込み | |
| スポーツ習慣あり | 5名(1.1%) | 230名(50.0%) | 235名 |
| スポーツ習慣なし | 1名(0.2%) | 224名(48.7%) | 225名 |
| 合計 | 6名 | 454名 | 460名 |

6. スポーツ実施改善の要因の分析（阻害要因や促進要因の仮説検証）

（1）各プログラムの効果検証

スポーツ実施を阻害する課題として上位を占める、「仕事や家事が忙しい」、「時間がとられる」、「面倒くさい」、「お金に余裕がない」について、課題を解決しビジネスパーソンのスポーツ実施率向上を目指して本事業を行った。

従業員の健康や健康づくりのためのスポーツの重要性を管理監督者に伝えるために行った、管理監督者対象セミナーを評価するため参加者に対してセミナー後にアンケート調査を行った。「自身の健康が企業の発展に必要だと思うか」との質問に対し、91%の人が非常に必要、概ね必要と回答した。「部下の健康が企業の発展に必要だと思うか」との質問に対し、100%の人が非常に必要、概ね必要と回答した。「管理職として今後気をつけたいこと」に対する自由記述では、部下とのコミュニケーションやメンタルヘルスへの対応、部下の健康管理等に関するコメントが多く、管理監督者向けセミナーは効果的な取り組みで、目的を達成できたと考える（アンケ

ート結果の詳細は 29 ページ)

次に、自身の体力を知り、体力の維持・向上意識を高めるために行った体力・体組成測定は、全従業員を対象として、班ごとに実施する時間を割り振る等、参加しやすい環境が整備された。そのため、従業員の 97.8%が参加した。「仕事や家事が忙しい」、「時間がとられる」、「面倒くさい」、「お金の余裕がない」といった課題に対して、企業から参加勧奨を行い、参加しやすい環境を整備することで参加率が向上することが示唆された。

就業時間中に行ったスポーツプログラムは参加を任意とした。スポーツプログラム参加者数は、延べ 89 名/全 8 プログラムで、参加率は介入後アンケート回答者ベースで 6.1%であった。参加者はスポーツ習慣のある人の 8.9%、スポーツ習慣のない人の 3.1%であった。

最後に地域のスポーツ情報を掲載し、申込みができるスポーツマッチングサイトを構築し、地域でのスポーツ定着を目指した。スポーツマッチングサイトの閲覧数は 248 回であった。申込み率は介入後アンケート回答者ベースで 1.2% (6 件) であった。このうち 1 名はスポーツ習慣のない人であった。企業における任意参加のスポーツイベントは、参加率が低いものの、スポーツ習慣のない人も参加する可能性が示唆された。

本事業を通じて、介入前にスポーツ習慣のなかった人の中で、介入後調査でスポーツを始めた人が 9.6%(43 名)存在した。本事業の一連の取り組みでスポーツ実施意欲が高まった可能性がある。

これまで、地域で行う定期的なスポーツ活動に 20 歳代～50 歳代のビジネスパーソンが参加する割合は低く、地域においては集客等の部分で課題となっていた。本事業は、企業の経営戦略である「健康経営」を活用し、従業員への参加の指示という形で測定会に参加させることができた。また、企業を通じて全従業員に対して広報活動を行うことができた。その結果、スポーツ習慣のない人にスポーツ実施意欲が有意に高まる等の効果を確認することができた (17 ページ表 6)。一般的にスポーツに関心のない人は、取り組みに参加することはないが、企業が全従業員に取り組みを導入できる健康経営だからこそ、無関心層も取り組みに参加させることができたのが大きな要因であったと推察する。

本事業は、スポーツ実施を阻害する課題解決につながる取り組みであったと考える。

(2) 健康経営の手段としてのスポーツの価値

全体の介入前後を比較した結果、ワーク・エンゲイジメントの活力、熱意、ワーク・エンゲイジメントスコアが介入後、有意に低下した。そして、スポーツ習慣のない人は、活力、熱意、没頭、ワーク・エンゲイジメントスコアのすべてが有意に低下した。一方で、スポーツプログラム参加者およびスポーツ習慣のある人は、い

ずれも低下しなかった（18 ページ表 7）。

この結果から、企業が健康経営の手段として、企業内でスポーツプログラムの提供やスポーツの推奨を行う取り組みは、スポーツの効果としてよく知られている従業員の心身の健康の他に、生産性向上、離職率低下、働きがい等、投資に対して様々なリターンを期待できることが示唆された。

7. 本事業から得られた波及効果

（1）ワーク・エンゲイジメントとスポーツ習慣の関係

企業が行う健康経営の目的として、従業員の生産性の向上や離職率の低下、組織の活性化等を通じた企業価値の向上が挙げられる。ワーク・エンゲイジメントは、仕事に関連するポジティブで充実した心理状態（働きがい）をはかる指標として活用されており、ワーク・エンゲイジメントの高い従業員は、組織コミットメントの向上、離職率の低下、仕事に対する自発性の向上、顧客満足度の向上等に効果があることが示唆されている（厚生労働省調査「令和元年版 労働経済の分析」）。このため、MS&AD インターリスク総研(株)（健康経営実態調査 2020）が行った調査で、「最も重要視する健康経営の目標」の問いに、ワーク・エンゲイジメントと回答する企業が 29.5%で第 1 位となっている。この結果からも、従業員のワーク・エンゲイジメントを KPI（Key Performance Indicator／重要業績評価指標）に設定し、向上を目指す企業が増加していることが伺える。

スポーツ習慣とワーク・エンゲイジメントスコアに関連があることを示すことができれば、健康経営に取り組む企業に、健康経営の手段の 1 つとしてスポーツの習慣化を推進する大きな要因になる。スポーツ習慣とワーク・エンゲイジメントの関連について、介入後調査アンケート結果から分析を行った。

表 10 ワーク・エンゲイジメントとスポーツ習慣の関係

| 項目 | 習慣あり (n=235) | 習慣なし (n=225) | P 値 |
|-----------------|-----------------|-----------------|--------|
| 年齢（歳） | 43.83±12.1 | 43.81±10.7 | 0.99 |
| 活力スコア | 2.80±1.0 | 2.49±0.8 | 0.00** |
| 熱意スコア | 3.11±1.0 | 2.87±0.8 | 0.00** |
| 没頭スコア | 2.83±1.0 | 2.65±0.9 | 0.04* |
| ワーク・エンゲイジメントスコア | 2.92±0.9 | 2.67±0.8 | 0.00** |

*p<0.05 **p<0.01

両群の年齢や性別の背景に有意な差は認められなかった。ワーク・エンゲイジメントの下位尺度のすべての項目で、スポーツ習慣のある人は有意に高値であった。この結果から、スポーツ習慣をつけることが、ワーク・エンゲイジメントを高める可能性が示唆された。

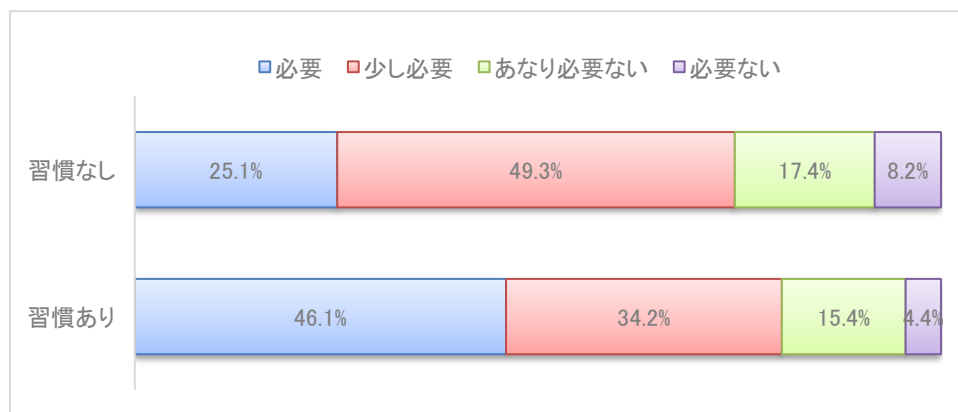
つまり、企業の健康経営の取り組みとして、従業員へのスポーツプログラムの実践は、生産性向上や働きがいの向上等に効果を発揮する可能性があることが示された。

(2) 健康経営の理解とスポーツ習慣の関係

企業において健康経営を行う上で、効果を得るためには従業員に取り組みを理解させる必要がある。しかし、MS&AD インターリスク総研(株) (健康経営実態調査 2020) の調査によると「健康改善プログラム・セミナーの実施の際の課題」の質問に、22.1%の企業が「従業員の理解を得るのが困難」と回答していることから、企業の取り組みを社内に浸透させることは容易でない。

スポーツ習慣と健康経営(企業の取り組み)の理解度の関係を示すことができれば、企業におけるスポーツ推進の価値を高めることができる。スポーツ習慣と健康経営(企業の取り組み)に関する理解の関連について、介入後調査アンケート結果から分析を行った。

問. 職場において、運動・スポーツができる機会の提供や健康について学ぶ機会の提供は必要だと思いますか



両群の年齢や性別の背景に有意な差は認められなかった。健康経営の取り組みが「必要」または「少し必要」と回答した人は、スポーツ習慣のある人の方が有意に多かった。この結果から、スポーツ習慣をつけることで、健康経営(企業の取り組み)への理解が深まる可能性が示唆された。

つまり、企業の健康経営の取り組みとして、従業員へのスポーツプログラムの実践は、企業活動に理解が深まる可能性があることが示された。

8. 今後の事業展開予定

(1) 事業継続や横展開に向けたポイント、課題

【横展開に向けたポイント】

- 本事業の結果から、スポーツ習慣がワーク・エンゲイジメントや企業が行う健康経営の取り組みに好影響を与える可能性を示すことができた。健康経営の手段として、スポーツの有効性を多くの企業に伝えることでスポーツ実施率の向上につなげていく。
- 企業と地域が連携することで、従業員に地域のスポーツ資源を積極的に公開することができた。スポーツマッチングサイトは、地域のスポーツ資源を公開するために効果的であった。本事業は、企業にとって従業員のスポーツ推進に取り組むきっかけとなる。多くの企業に地域のスポーツ資源を公開していく。
- 企業が直接スポーツプログラムを提供せず、スポーツマッチングサイトの活用を推進するだけで、従業員が地域のスポーツ活動に参加すればコストをかけずにスポーツ習慣をつけることが可能となる。また、従業員がスポーツマッチングサイトを通じて地域のスポーツ活動に参加する際は、費用補助を行う方法もある。さらに、オンラインプログラムが普及したため、複数企業が合同で行うことも可能である。企業に様々な活用方法を提案していく。

【今後の課題】

- スポーツ習慣のある人の方が、ワーク・エンゲイジメントは高値であった。スポーツを習慣的に行うことでワーク・エンゲイジメントが高まるのか、ワーク・エンゲイジメントの高い人がスポーツを行う傾向にあるのかは、さらなる研究が必要である。
- 就業時間中に業務を離れ、スポーツプログラムに参加するためには、組織風土として定着することが望ましい。介入後に行ったアンケートでは、プログラムに参加しなかった理由として、「仕事を抜けにくい」という回答が26%と「仕事が忙しい(29%)」に次ぐ第2位であった。本事業は4ヶ月間と短期間であり組織風土を変えるためには、長期間を要することが考えられ、長期間の介入効果の調査が必要である。
- スポーツマッチングサイトを通じて地域のスポーツ資源の紹介を行った。当初の計画では、すべて既存のスポーツ教室やイベントの情報を掲載する予定であったが、ビジネスパーソンが参加しやすい、平日の夜間や週末に実施しているものが少ないことがわかった。多様なニーズに応えるためには様々な選択肢が必要である。地域における現在のプログラムの見直しを行うとともに、自治体や公益団体が実施する事業だけでなく、民間サービスも含めた情報提供が必要である。

- スポーツマッチングサイトを通じた地域プログラムへの申込者が目標に届かなかった。介入後調査によるとサイトを見なかった理由は、「忙しくて参加できない」が28%で第1位、「ホームページを知らなかった」が18%が続いている。複数回にわたり全従業員にチラシの配付を行ったが認知されていないため、企業と連携し、情報の届け方についても検討が必要である。
- 「職域」での取り組みは、従業員のスポーツ実施意欲の向上等に効果を確認できたが、「地域」への移行は、アンケート回答者の1.2%であった。例えば、就業時間後に職場でスポーツを実施できる場の設置等、地域で定着するまでの壁を低くする取り組みの検討も必要である。

(2) 次年度以降の事業継続、横展開の計画

- 本事業の結果から、従業員へのスポーツ推進に対して企業価値向上につながる可能性を確認できたため、多くの企業にスポーツの推進を提案していく。
- 企業におけるスポーツプログラムの実践が増えることで、スポーツ指導者のニーズも高まる。枚方市スポーツ協会が運営している、スポーツ指導者、支援者バンクであるスポーツサポーターズバンクの活性化につなげていく。
- スポーツプログラムの導入を提案する企業には、取り組みを内外に公表するためにスポーツエールカンパニーへの登録を推奨する。
- 本事業で得たデータをより分析し、学術集会等での発表を行うことで広く情報を公開することができるため検討を行う。
- スポーツマッチングサイトの公開を検討する際は、自治体や公益団体の情報だけでなく、民間サービスと連携し、様々な情報を掲載する等、多様なニーズに応えることができる体制を整える。

(3) 今後の事業展開に向けて期待される Sport in Life プロジェクトにおける取組

- 企業におけるスポーツ活動を推進するため、スポーツエールカンパニー制度の一層の普及を期待したい。
- スポーツは、余暇の活動というイメージを持つ人は依然として多い。企業においてスポーツを導入することが、福利厚生と捉える企業も多い。本事業の結果にあるように、ワーク・エンゲイジメントとスポーツの関係等を一層研究し、効果を公開する等、人的資本に対する投資としてスポーツが位置付けられるようなプロモーションを期待したい。
- 本実証実験の機会をいただくことで、独自では実施不可能な事業を実施することができた。一方で、もう少し長期間の介入に対する支援も今後期待したい。

9. 終わりに

地域でスポーツ推進を行う団体にとって、無関心層にいかに関係を届けるかが大きな課題である。また、ビジネスパーソンにとってスポーツの実施を阻害する課題として、時間のなさや興味のなさ、費用がかかる等がある。

本事業では、企業の経営戦略である「健康経営」を活用し、企業が従業員にスポーツに関する様々な取り組みに参加させることでスポーツを体験させ、さらに、地域でのスポーツ実施の定着を目指した。

4ヶ月間の介入で地域でのスポーツ活動への参加は、全体の1.2%にとどまったが、介入前にスポーツ習慣がなかった人の中で、介入後調査でスポーツ習慣を始めた人が9.6%存在した。また、本事業で提供したスポーツプログラムに参加した人やスポーツ習慣のある人は、ワーク・エンゲイジメントや企業が行う健康経営活動に好影響を与えることを示すことができた。地域スポーツにおいても、スポーツ情報を広く公開する機会やスポーツ指導者が活躍する機会を得ることができるモデルである。さらに、健康経営に取り組むすべての企業において、スポーツを推進する機会がもたれることを期待できる。本事業のスポーツ推進モデルは、ビジネスパーソンのスポーツ実施を阻害する課題を解決し、スポーツ実施率向上に有効である可能性を示すことができた。このスポーツ推進モデルは、全国のあらゆる市町村で実施することが可能なため、今後広く普及を行っていききたい。

最後に、本事業に快くご協力いただいた、日本精線株式会社枚方工場の皆様に心から感謝を申し上げたい。

参考資料 アンケート調査票・分析結果詳細

(参考資料1)

アンケート結果

令和3年度 管理監督者向けセミナー(枚方工場参加者のみ) (なぜ企業の成長に従業員の健康が必要なのか)

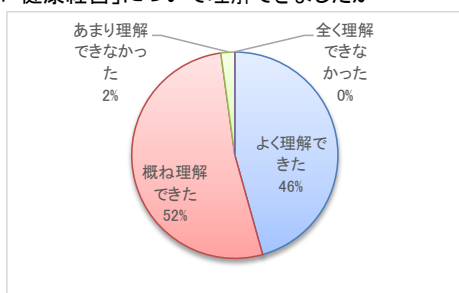
枚方工場回答者数: 46名

令和3年10月4日

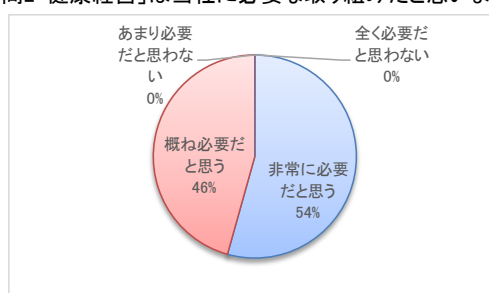
①10時45分～11時45分

②13時10分～14時10分

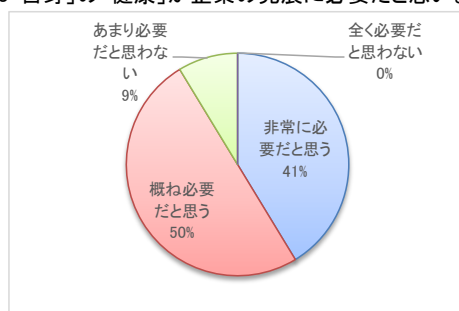
問1「健康経営」について理解できましたか



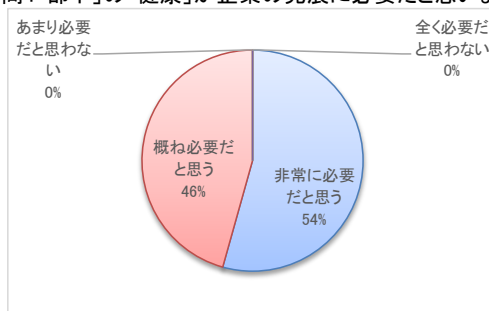
問2「健康経営」は当社に必要な取り組みだと思いますか



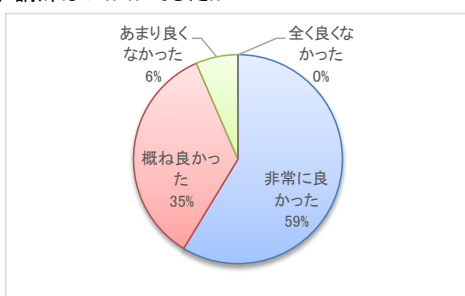
問3「自身」の「健康」が企業の発展に必要なだと思いますか



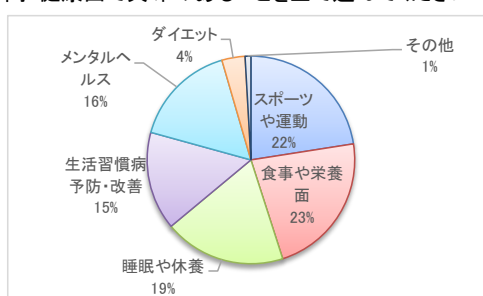
問4「部下」の「健康」が企業の発展に必要なだと思いますか



問5講師はいかがでしたか



問6健康面で興味のあることを全て選んでください



問7社員が健康になるために。管理職として今後気をつけたいことを書いてください(必須回答)

(コミュニケーション)

- ・ 職場内のコミュニケーションに気を付けたい
- ・ 普段からのコミュニケーション
- ・ よく話をする事ー理解が進みアドバイスも可能になる
- ・ 集団であることをうまく利用して各個人の様子について気づきができるような職場づくりが必要であると感じた
- ・ 従業員、部下とのコミュニケーションによりメンタル面での不調となる人が発生しないような取り組みを考えていく必要がある
- ・ コミュニケーション
- ・ コミュニケーションを多く取る
- ・ 部下の健康のために色々なコミュニケーションを含めて気を付けたい！
- ・ 引き続きコミュニケーションを大切にしていこうし悪いところがあるようであれば放置せずに治療等するように指導する
- ・ コミュニケーション

(メンタルヘルス)

- ・メンタル不調者への対応
- ・メンタルヘルス、ハラスメント、モラル
- ・職場の人間関係を円滑にしてメンタルヘルスについて気を配る
- ・ストレス解消・予防

(長時間労働)

- ・労働生産性を上げるために、長時間労働をさせない
- ・長時間労働をさせない
- ・長時間労働の問題(夏荷の集中)
- ・労働時間の管理

(部下の健康管理)

- ・ひとりひとりの健康及び精神状態を把握すること
- ・労働時の管理。仕事(職務内容)のメリハリ。健康管理という意識の啓蒙
- ・部下の健康管理が重要
- ・部下の健康に常に関心を持っておく必要があると思います
- ・部下の体調管理
- ・日頃から見守っていかなければならないと思います
- ・健康状態
- ・部下は人財

(自身の健康管理)

- ・自分自身の健康管理
- ・まず、自身の健康管理を心掛けたい
- ・まずは、自分の健康に気を付ける

(マネジメント)

- ・仕事を通じた幸せを感じてもらうために、各人の適性を見て仕事を割り振りたい
- ・部下の工数管理を意識し無理のない業務を行いたい
- ・健康になるように指導していきたい
- ・健康への意識を高める為に各自へのフォローをしたい
- ・定期的な面談
- ・部下に今日の内容を説明し、運動を進めたい
- ・今回のセミナー等で得た知識を部下に展開し、一人一人の意識を変えていきたい

(雰囲気・環境づくり)

- ・企画された健康イベントに参加しやすい職場にしたい
- ・体が不調の際に気兼ねなく、早退や休むことができる環境づくり
- ・1人しかできない作業をなくし、誰もがいつでも休みをとれる環境づくりに注力したい
- ・従業員が働きやすい職場環境作りに注力したい

(休暇)

- ・全員、年に一度は1週間休み(有給休暇連続5日間)とってもらいたい
- ・枚方工場は世間一般比較、休日が少ない。基本的にカレンダー並みには休んだ方が良い

(定期健康診断)

- ・健康診断の結果を放置しない
- ・室員の定期健康診断結果による有所見項目に対する継続的な改善の取り組みの推進
メンタルヘルスケアの推進、良好なコミュニケーションを続け、変化点の把握を進めていきたい

(会社へ)

- ・余裕のある人員配置
- ・社員、特に部下の健康管理について、プライバシーの問題を超えてどこまで踏み込んでほしいのか(法的に・道徳的に)会社としてルールを明確にして全社員に「ここまで当社はやる」という共通認識を持てるようにしてほしい