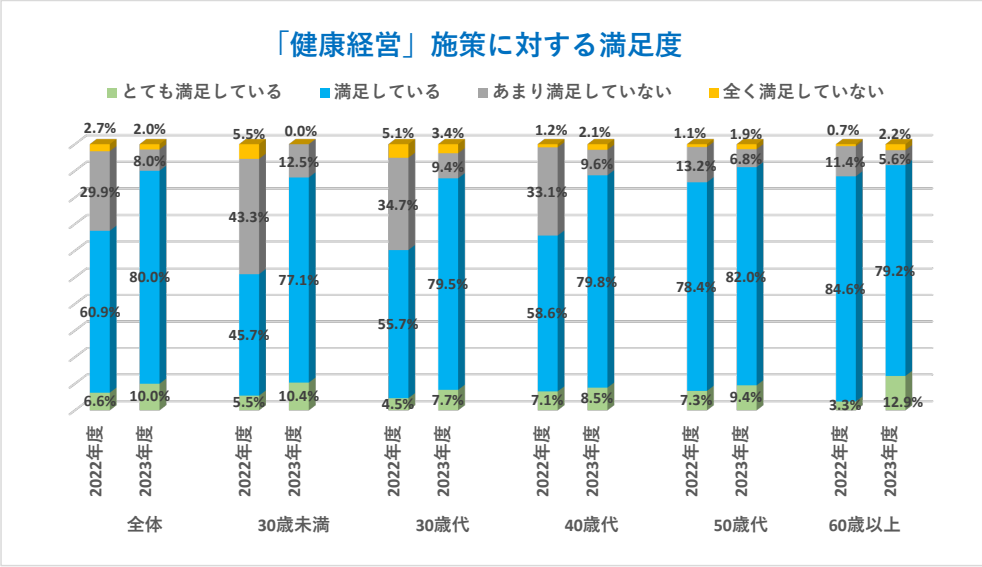


◆『私は会社の健康経営活動（施策）に満足している』従業員の割合 ～ 2022年度より調査開始

健康経営活動を促進するにあたり、活動の主役はあくまでも従業員であり、施策の立案、実施自体を目的とせず、従業員の積極的な対応をいかにして引き出すかが健康経営活動の継続的な課題となります。



		全体	30歳未満	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
満足している	2021年度	—	—	—	—	—	—
	2022年度	82.1%	76.8%	76.1%	79.3%	85.7%	87.9%
	2023年度	90.0%	87.5%	87.2%	88.3%	91.4%	92.1%
満足していない	2021年度	—	—	—	—	—	—
	2022年度	17.9%	23.2%	23.9%	20.7%	14.3%	12.1%
	2023年度	10.0%	12.5%	12.8%	11.7%	8.6%	7.9%

※ 当設問は2022年度より開始

当社従業員は就業・生活環境が様々であるため、いかにして全ての従業員の活動意欲を引き出し、行動に結び付けるかが、健康経営施策を立案するうえで大きなポイントとなります。当社では毎年「トビシマ・ヘルスアップ・チャレンジ」と称して、従業員の健康増進活動に対してポイントを付与し、一定以上のポイントを獲得した従業員を表彰する企画を開催しています。この企画では、当社が疾病の発生や重症化予防のための重要施策と位置付ける定期健康診断の有所見に対する適切な対応や人間ドックの受診、保健指導・特定保健指導の受診、健康知識の習得などのほか、「睡眠月間」や「歩活月間」、「減酒月間」等を設け、各々設定課題へのクリアに対してポイントを付与するなど、年間を通じて従業員に健康増進活動を継続させることを意図した企画になっています。