

# SG ホールディングスグループ

## 全被保険者を対象とする肥満対策の推進について

### —健保と事業主が協働する健康管理事業推進委員会の取組み—

#### 1 事例の概要

SG ホールディングスグループ健康保険組合（以下、「SGHD 健保」とする）は、2014年8月1日より3年間を肥満対策集中期間として設定した。期間中、「健康管理事業推進委員会」を中核に、SG ホールディングスグループ全社と SGHD 健保が協働し、肥満対策を推進することとしている。同委員会は、肥満対策に数値目標を設定している。

#### 【数値目標】

1. BMI25 以上割合を3年間で低下

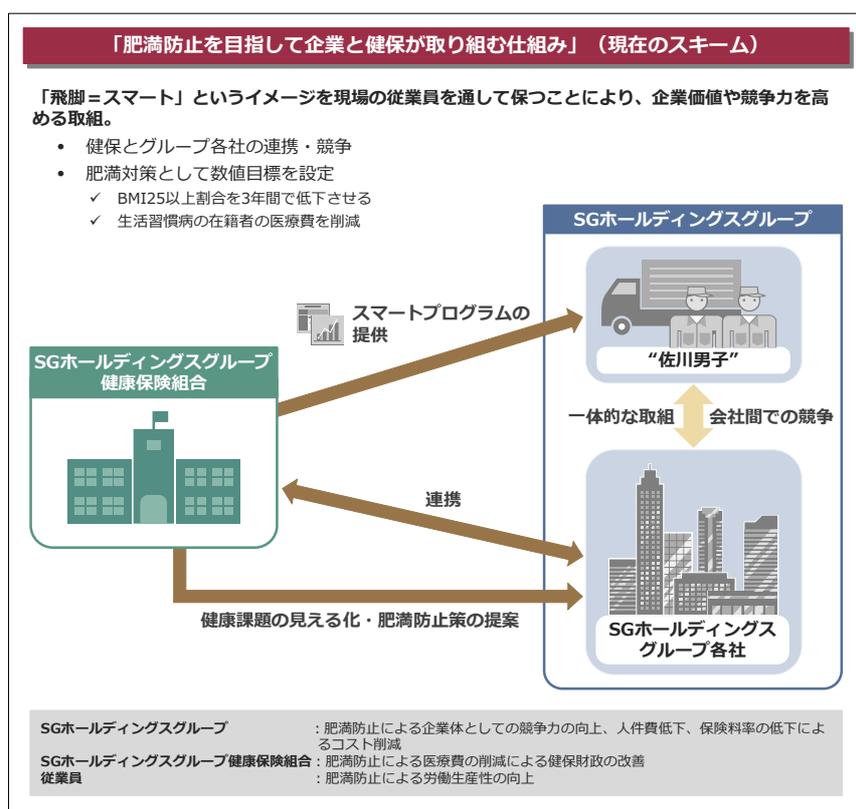
①40 歳以上3年間連続在籍者については5%減とし、21.2%とする

②全被保険者については2.5%減とし、19.4%とする

2. 生活習慣病の在籍者1人当たりの医療費を2014年実績から20%削減して1人当たり7,800円とする

※この目標は、被保険者（従業員）1人ひとりが、5年前の医療費に戻すことを想定した数値である

この取組みでは、肥満が与える影響を被保険者（従業員）、事業主（会社）、健康保険組合の三者の視点から分析している。その結果、従業員の肥満化は、労働生産性の低下や多くのコスト増大等、会社の事業成長を阻む要因の一つであると位置づけた。肥満対策を中心とする従業員の健康増進はグループの競争力強化、事業成長の土台づくりにつながる経営課題であると位置づけ、取組みを推進している。



図表 1 SGHD 健保（健康管理事業推進委員会）の取組みの位置づけ

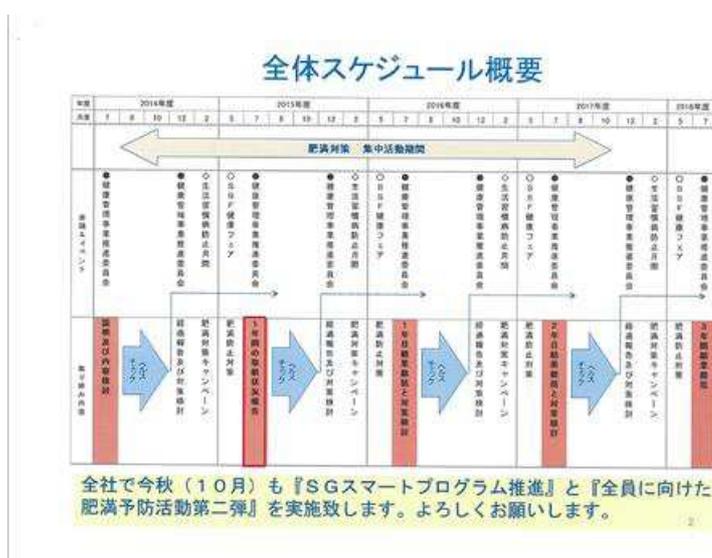
## 2 事例紹介

### 2.1 同業他社との比較とデータの活用

取組みのきっかけは、同業他社との健康データの比較であった。以前より従業員の健康課題解決に取り組んできた SGHD 健保は、2008 年に有志の健康保険組合による肥満悪化度を検証する取組みに参加した。そこで三年間にわたって肥満と職種の関係性についてデータ分析を行い、その結果、同社は肥満については特に問題がないとの判断に至り、その後 SGHD 健保は、重点的な対策として禁煙対策に大きく舵を切ったのである。しかし、2012 年に再び肥満悪化度を分析した際に、SGHD 健保関係者に衝撃が走った。同時期に取組みを開始した同業他社の健康保険組合と比較して、状況が悪化していたのである。最大のライバルである他社健康保険組合は順調に肥満度を下げているのに対し、SGHD 健保は肥満度に改善がないのみでなく、明らかに悪化していたのである。

この事実を受け止め、SGHD 健保保健事業課の田浦聖子課長は、SG ホールディングスの役員に対して全社を挙げての肥満防止事業の推進を提案した。提案に際しては、徹底的にデータを活用し、定量的な分析結果をエビデンスとして明示した。元来、運送業界は業者間の競争が激しい業界でもあり、同業他社とは常にシェアを争う関係である。その中で、競合する他社健保と比較して肥満度が悪化しているという事実は役員や管理職に強い危機感を与えた。以前は「肥満は一人ひとりの自己責任」と認識されていたが、従業員の健康

状態の悪化は勤務状況に影響を与え、ひいては労働生産性を低下させる。また、コストの増大も予想され、現在の状況が続くと企業全体の競争力が低下する恐れがあった。さらに、ブランドイメージの問題もあった。SGホールディングス傘下の佐川急便は創業以来、飛脚をブランドマークとして、自社トラックにペイントしてきた。飛脚は交通機関が殆ど存在しない江戸時代に自分の足で日本の物流を支えた存在で、一般に健脚かつ身体頑健のイメージが強い。昨今、宅配担当者は「佐川男子」として人気を集めるが、消費者と直接対峙する宅配担当者の肥満が悪化すると、スマートな飛脚のイメージとの乖離が進み、企業全体のブランドイメージの毀損にもつながる恐れがあることも上層部の危機感に拍車をかけた。そこで、SGホールディングスでは、肥満防止を全社的な経営課題として位置づけ、取組みを進めることとなった。取組み開始時には期間を定め、全体のスケジュールを提示し、定期的にPDCAサイクルをくりかえし、目標の達成状況を随時意識しながら実施することを示した。



図表 2 三年間のスケジュール

(出所：SGホールディングスグループ健康保険組合ご提供資料)



図表 3 事業全体の PDCA サイクル

(出所：SG ホールディングスグループ健康保険組合ご提供資料)

取組みが開始されると、SG ホールディングスグループ全社間での比較が行われるようになった。数値目標は全社及び年齢ごととなっているが、その達成のためには、すべてのグループ会社が目標を達成する必要がある。そこで、取組み開始に伴う説明会ではグループ内の各社別の現状をグラフ化してグループ内で比較して表示し、全社平均と比較した各社の位置づけを明確にした。さらに一年後の 2015 年 7 月 30 日の中間報告においては、一年間の取組みの結果を企業別に提示した。一年で改善傾向が見える企業、横ばいの企業、状態が悪化した企業を明示することで企業間の競争意識・危機感を煽り、取組みをより発展させる意図で行ったものである。実際には、SG ホールディングス傘下企業の主力事業は異なるため、効果的な取組みも大きく異なる。各社ごとに自社の業務実態や社風に合った取組みを実施し、特に効果が出たものはグループ全体に紹介することで、取組みに対するモチベーションを上げる工夫も行っている。

## 2.2 職場動線を活用した取組み

取組みの展開においては、徹底的に職場動線が活用されている。従業員への働きかけは大きく分けて、二種類行われた。

一つ目が 40 歳以上の該当者に対する特定保健指導「SG スマートプログラム」の受診勧奨である。SGHD 健保ではこのプログラムを「未来の自分への贈り物」と位置付け、勧奨を行った。特に管理職（課長職相当以上）の「積極的支援該当者」に対しては、本人の希望する日時場所に専門職が勤務地に赴く、デリバリー型の特定保健指導「プレミアム SG スマートプログラム」を実施した。この取組みは、会社の職制と取組みを連動させることで、特定保健指導の実施率を高めることができる。また、対象者の勤務地に専門職が赴くこと

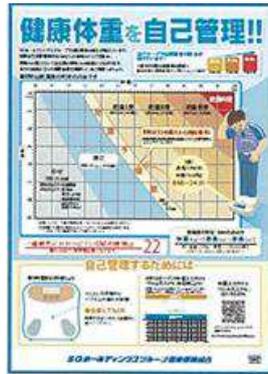
で保健指導が受けやすくなるため、参加後の継続率も高い。「SG スマートプログラム」全体については、実施率の向上になお工夫の余地があるが、管理職を対象とした取組みについては、職場を活用することで、開始一年目で既に一定の効果をあげている。

二つ目が、全被保険者（従業員）に向けた肥満予防活動である。30歳以上の男性従業員に対して肥満予防のチラシが封入されたポケットティッシュの配布（6万個作成）、主たる営業店（事業場）に体重計を設置（930か所）、階段利用促進活動など啓発目的のポスター掲出、就業時間中に行われる職場で健康フェアの開催、社員食堂でのカロリー表示などの食生活見直しの情報提供等、活動は多岐に渡る。全て、職場を起点として日々の生活の中で肥満予防の取組みを無理なく行うことを意図している。特に体重計の設置については、毎日の点呼時に体重計に乗る習慣をつけることで、日々の体重の変化を意識せざるを得なくなり、体型維持に効果的である。この取組みの重要な点は、体重計とセットでポスターを目線の高さに掲示することである。体重計に乗るたびに目に入る位置にあるポスターには健康体重が図で示されており、一人ひとりが目指すべき体重が一目でわかる仕組みである。初日は健康体重に遥か遠く及ばないかもしれない。しかし、継続して計測することで、体重を意識するようになり、同時に自分が目指すべき体重も意識するようになる。その意識が、体重計測時のみではなく、他の生活行動をしているときにも、体型維持を意識した行動をもたらすのである。更に体重計測については専用の記録アプリも作成しており、最終的には日々の体重をアプリに記録し、データとして蓄積・可視化することを意図している。



図表 4 男性従業員に配布したチラシ

(出所：SG ホールディングスグループ健康保険組合ご提供資料)



図表 5 体重計とセットで掲出されるポスター  
 (出所：SG ホールディングスグループ健康保険組合ご提供資料)

これらの取組みを円滑に展開するためには、従業員への周知が重要である。特に成功体験を共有することで、自分も取組もうという意識が生まれる。そこで、「SG スマートプログラム」については、モデルケースとして全社的に知名度の高い管理職に体験してもらい、その様子を SGHD 健保が刊行する冊子で発表した。これにより、取組み自体の認知度が上昇するだけでなく、登場した社員本人に応援コメントが殺到するなど、社員間の連帯感が強まる等の効果が見られた。



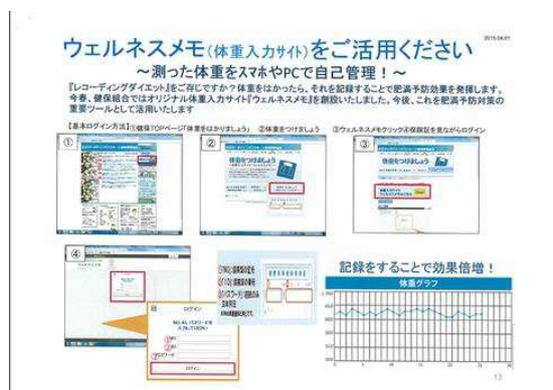
図表 6 SG スマートプログラム紹介記事  
 (出所：SG ホールディングスグループ健康保険組合ご提供資料)

### 2.3 苦勞した点——取組み開始前からの事業主との関係づくり

開始一年の段階で、早速数値として改善傾向がみられるなど、本事業は順風満帆に進んでいるようにも見える。しかし、その裏には取組み開始前からのたゆまぬ努力があった。

最も大きく苦勞したのは、このようなプロジェクトを全社で実施する体制の構築であった。SGHD 健保の田浦課長の事業主への提案が経営課題として認められた背景には、今回の取組み以前から信頼を得るための SGHD 健保側の努力があったのである。例えば、SGホールディングスグループ各社は事業場で安全衛生委員会を開催する。SGHD 健保はその場に出席する義務はないが、田浦課長は同部署の同僚と分担し、毎回の委員会に出席していた。毎回顔を出すことで、「健康保険組合には医療専門職がいるらしい」「従業員の健康データを扱っているらしい」「肥満予防に取り組んでいるらしい」と従業員に認識されるようになり、相談しやすい環境が醸成された。また、肥満対策の取組みを安全衛生委員会で議論している企業も多く、その場合には推進者側が委員会に出席することで意見交換が可能となり、取組み自体にプラスとなる。従業員からは業務内容が見えにくい健康保険組合だからこそ、積極的に事業主に足を運んで共感を呼び、一緒に取組む存在であることを示すことが必要なのである。

現在苦勞している点は、体重計の記録管理アプリについてである。体重計の計測自体は順調に取組みが進んでいる一方で、計測した体重の記録が進まないという問題があった。初年度は1年間に5kg体重が増加した従業員100名にモニターとして記録アプリを活用してもらったが、8割以上のモニターが記録づけを拒否する、という事態になった。「職場から日々の生活習慣へ」という一連の流れで俯瞰した場合、職場で体重計に乗る、という第一段階はクリアしつつあるが、それを習慣づけ、さらに自分で記録する、という第二段階には現状では大きなハードルが存在するようである。「データ蓄積の観点からもぜひ記録してほしい」と田浦課長は言うが、こちらは引き続き今後の課題として、改善策を検討する必要がある。



図表 7 ウェルネスメモ（体重計記録アプリ）

（出所：SGホールディングスグループ健康保険組合ご提供資料）

### 3 今後の展望——一丸となって3年後の目標達成を目指す

取組み自体が3年間での数値目標達成を掲げているため、まずは目標を達成することが直近の課題となる。開始一年目で既に効果が現れているため、初心を忘れずに、全社的に取組めば目標達成は難しくないだろう。特に2年目に「プレミアムSGスマートプログラム」の対象を拡大する等、取組みを推進する仕掛けをSGHD健保が準備しているため、今後も順調に展開することが期待される。

以上