

令和元年度モデル企業

令和3年度 of 取組内容

【実践部門】

- 歩数増加の推進
- ラジオ体操の実施
- ストレッチタイムの実施

株式会社ライフィ

lify.jp



1日2回、全員でラジオ体操 & ストレッチを実施

毎朝9:55にラジオ体操を実施。1日の始まりに身体を動かすことで頭もすっきり、仕事への集中力を高めている。スポーツへの取組を始めた当初はラジオ体操第1をしていたが、慣れてくると「もっと身体に効く体操にしたい」との声があり、より運動強度の高いラジオ体操第2に変更して継続中。



毎日15時にはストレッチタイムを実施。オフィススペースにクラシック音楽を流し、出勤者全員が思い思いに身体を伸ばす。業務がデスクワーク中心で就業時間中に身体を動かすことが少ないため、肩こりや腰痛防止の効果を期待している。より効果的に行うため、協会けんぽからの出張講座で「椅子ヨガ」を全員で受講。



社内には体重計と体組成計を設置。いつでも好きなときに身体の変化を確認できるようにしている。定期的にチェックするために、計測をしたらカレンダーにチェックを入れて計測回数をカウント。



部署ごとに行う短時間のミーティングはスタンディングで実施。少しでも身体を動かす機会を増やすに加えて、離業に連絡や相談をして、会議時間短縮の効果にもつながっている。

企業情報はこちら

lify.jp



業種：保険業 20人

MEMO

全従業員にウェアラブル活動量計を配布。社内で歩数競争を実施

運動への取組スタートと同時に、全従業員にウェアラブル活動量計を配布。従業員は主体的に装着して歩数を毎日計測し、1か月の合計歩数を毎月実施する全社会議で発表。装着している端末では、目標歩数を達成するとお祝いメッセージが表示されることもあり、生活の合間にもっと歩きたいという習慣が定着した。



歩数の多いチームを表彰 もっと健康になれる賞品・手当を授与

性別や部署ごとでチームを組み、メンバーの歩数も集計。3か月ごとにチーム対抗戦を行い、優勝チームには賞品や手当を授与。健康グッズや、メンバー同士で社外に出てランチを食べに行ける手当を賞品とすることで、さらに歩いて健康になるしくみ。社内では従業員同士で声を掛け合いながら歩くシーンが見られるように。



運動による消費カロリー&食事のカロリー表のポスター

社内の休憩スペースには、運動による消費カロリーや、食事で摂取するカロリー量をイラストにした表(協会けんぽ東京支部提供)を掲示。昼休みに食事を食べながらポスターを眺めて、健康や運動へのリテラシーを高めたり、従業員同士のコミュニケーションのきっかけに一役買っている。



東京都スポーツ推進大使 ゆりーと

STAFF'S VOICE

自分たちが主体となりこのような取組を始めた結果、社員全員の健康や運動に関する意識が高まったことを強く感じました。ウェアラブル活動量計では常に自分の歩数が表示されるため「あと少しで目標歩数だから」と目的地まで遠回りして歩いた等という話も社内でも良く耳にします。また、改めてラジオ体操をする習慣がついて頭がスッキリしたという意見も。

今後も、社員全員で運動に対する意識をより高めていきたいと思えます。



企業DATA 所在地 港区 業種 保険業 総従業員数 約20名

※モデル企業の画像は、「事例集」発行年度当時のものです。

◆取組を始めたきっかけ

●2014年、従業員が難病になったことを機に「社員を大切にできる会社を目指そう」と決意、残業の削減や従業員の健康増進など、ライフ・ワーク・バランスの見直し等、多様性を尊重しながら働きやすい環境整備への取組みを開始した。

運動促進の取組みとしては、

- 歩数競争（経営陣・全従業員参加。2カ月間×年2～3回程度）
- 毎朝のラジオ体操（通年。全営業日）
- 毎日定時にストレッチ（通年。全営業日）を行っている。2022年現在も継続中。

◆運用上の特徴や工夫

●スポーツ推進への取組みの企画・実践の主体はすべて社員。社員が設立した「健康経営&ライフ・ワーク・プロジェクトチーム」が、社員の視点から、皆が主体的に参加しやすい仕組みとなるよう工夫している。

（例）歩数競争の場合

- ①社内チャットや全社会議、朝礼で定期的に歩数増加を呼びかけモチベーションアップを図る。
- ②歩数は全社員無償貸与のウェアラブルデバイスにて計測。実績は社員全員がアクセス可能な共有シートに経時記録し、効果検証に活用。
- ③取組後は毎回全社アンケートを実施し、効果や満足度を確認。社員の声やコロナ禍でのテレワーク実施などに合わせて、各自のライフスタイルに合った目標を選べるようにするなど、随時アップデートを行っている。

◆効果やメリット

●従業員の運動意識が高まり、社員の平均歩数が増加した。スポーツへの全社的な取組みをきっかけに、コミュニケーションの活性化もみられている。皆がスポーツを楽しむ様子の発信やその結果としてのモデル企業選出などは、会社のブランディング強化にも寄与している。

例）歩数競争の場合

- ①全社員の1日当たり歩数平均が400歩増加（2020年と2021年を比較）
- ②競争実施期間は身体活動を意識する人が増え、運動の習慣化や主体的参加につながっている。
- ③自他の歩数記録を客観視できるため、モチベーションアップや社員同士のコミュニケーションのきっかけを提供できる。