

まず働き方改革 そして健康経営へ

↓日立ソリューションズの働き方改革についてご説明ください。

私も日立ソリューションズでは「個人の幸せ」と「企業の成長」を両立させることが重要だと考えています。日本は生産性が低いとよく言われます。では、何をもちて生産性を高めるか。まずは、社員がやりがいを持って働ける、楽しく仕事を続けられる職場でなければなりません。また、いろいろな社員に働くチャンスを与えていくことも大事です。これらがあいまってこそ、企業とともに成長できるというのがコンセプトです。

その取組みの柱として、3つを挙げています。第1はコミュニケーション。これは、トップが率先して実行することでその姿勢を発信するトップダウン、そして現場で皆が集まって、いろいろな問題を話し合い、その内容をトップが吸い上げるボトムアップの両面が整って初めて成り立ちます。ここで特徴的なのは、肩書きを超え、建前ではなく本音の議論、意見交換を行うという点です。

第2に、真摯に徹底して推進すること。働き方改革について社内で行ういろいろな施策を打ち出すわけですが、それぞれの施策について「改善すべきは改善し、無く

健康診断の 100%受診 未受診者には 就業禁止も

↓経営側の徹底した姿勢を示す事例を挙げていただけますか。

例えば健康診断受診義務（100%受診）があります。仮に年度内に、健康診断の受診がない場合、その社員は、健康診断を受診するまで就業禁止という措置をとっています。つまり仕事をさせないということです。かなり強引な、思い切った施策だと思われるかもしれませんが、まずは経営トップのやる気をしっかりと発信し、徹底してやり抜く姿勢を見せることで、全社員に本気度が伝わりました。おかげさまで2004年以来、健康診断は100%受診を維持できています。また、この診断では重大疾病の要因とされる血圧・糖尿病の検査結果をとりわけ重視し、的確な措置を行っています。見つけてから治療では遅いこともあるのが病気です。事前に予防、あるいはいち早く察知することで社員の健康を徹底管理していきます。

また、予防という点では、我が



株式会社 日立ソリューションズ
取締役 副社長執行役員
山崎 英二氏

SPECIAL INTERVIEW

(株)日立ソリューションズ(HISOL)

の健康経営の取組みについて取締役 副社長執行役員 山崎様にお聞きしました。

両立・最大化に向けて推進

すべきは無くす」を徹底してやるということ。

また、第3に働き方改革は、ある意味ビジネスチャンスと捉えています。まずは自分たちで実践し、検証すること。そして効果を確証できたものについては、積極的に売り込んでいきます。自社で考案したソリューションを自分たちで活かすとともに、世の中に売っていくことで、いうまでもなく企業の成長につながります。

肩書きにとらわれない 自由なコミュニケーション が働き方を変える

↓コミュニケーションを主軸とした施策ではどのような成果が見られたのでしょうか。

我が社には、職場内コミュニケーション促進施策の一環として、懇談会費用補助制度があります。全社で年間3000万円という高額の予算が割り当てられています。金額といい、内容といい、経営側の力強い意志を示すものです。課長、主任、担当らが集まる職場懇談会はもちろんのこと、主任



るので顧客も納得いただけているようです。

力強い施策は丹念な コミュニケーションで コンセンサス

↓徹底するがあまり施策には反発もあったかと思いますが。

おっしゃる通りです。ただ言えるのはいずれの施策についても、地道なコミュニケーションを丹念に行うということです。

健康診断であれば、なかなか受診しない社員がいる場合、きちんとしたデータを見せて数値ではつきり納得してもらうことも、そのひとつでしょう。また健康診断後も、産業医は「早くこの社員を休ませて」と言い、一方現場では「いや、彼がいないとこのプロジェクトが進まない」の一点張り。こうした場合も、しっかりと話し合いの場をセッとし、双方が譲り合える着地点を見つけ、解決にこぎつけるようにしています。

社員の健康こそ 会社の財産

↓日立グループの方にメッセージをお願いします。

健康を書してまで、仕事をしては幸せとは言えません。この点を

と部長、課長と本部長などの段飛び懇談会、さらには主任と本部長、課長と役員などの段々飛び懇談会などを積極的に奨励し、その費用を補助しています。気軽な飲みケーションをはじめ、さまざまなスタイルのコミュニケーションを推進しています。

また「ムダ取りワーキング」は、さまざまな持ち場でムダを無くし、仕事量を減らすという考えです。各グループで出されたムダ取り施策を半年に一度発表し、効果があると判断できたものについては、全社的に実施をしています。そして効果を上げたグループにはインセンティブとして、一人につき福利制度で使えるカフェテリアポイントを年間で1万〜3万円相当を進呈。全社でポイント獲得に向け工夫・努力を競う仕組みとして機能しています。

さらに、HISOLポイント制度というのもコミュニケーションアップの施策のひとつと面白いでしょう。SNSの「いいね」やラインのように行動、言葉などで評価できる社員がいたら、WEB電話帳でその社員をクリックすることでポイントを与えます。ポイントを加算していき、成績優秀者は、運動会の際に発表されます。ほめる、評価する、あるいはほめられる、評価されることに慣れている日本人にあって、自信を深める

ぜひ先行する世代も理解してほしいと思います。本格的な少子高齢化社会を迎えるにあたり、人材の確保という点においても、健康経営は必要になってきます。かつて健康は自己責任が当たり前の時代でしたが、いまや会社が積極的に関与する時代。トップが強い意志を持って、施策をアピールするとともに、下からの意見を吸い上げることで意志の疎通を図っていければ、トップダウン、ボトムアップいずれの流れもよりスムーズになり、企業の成長を促すことになるでしょう。経営幹部の皆さん、ぜひ皆さんからはっきりとした意志を徹底してみたいかがでしょう。



真剣な表情で社員の皆さんの働き方について熱く語ってくださいました。

