

企業ビジネスにおけるウェルビーイングの導入方法

企業がウェルビーイングをビジネスに取り入れるには2つの方法がある。ひとつは自社の経営に活かす、いわゆる「ウェルビーイング経営」であり、もうひとつはマーケティングに取り入れる方法である。

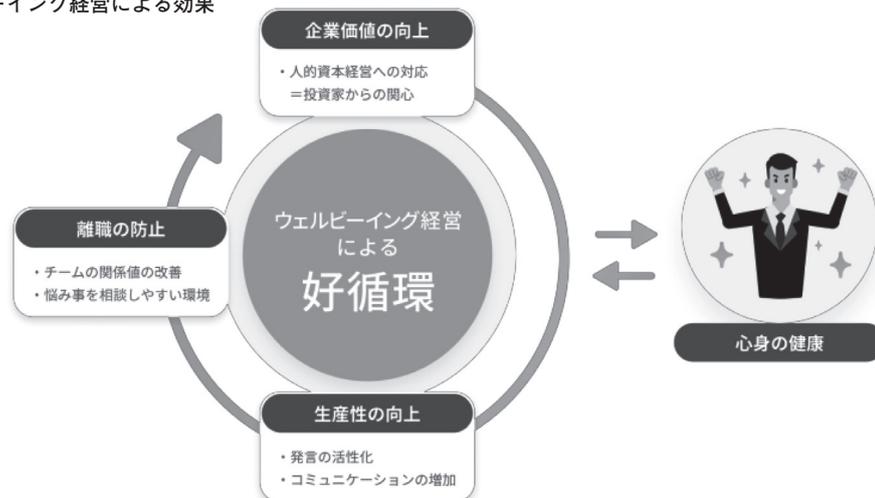
1. 自社の経営に活かす方法

ウェルビーイング経営とは、自社の利益を追求するだけでなく、経営に関わる関係者全員の幸せを追求する経営と言える。以前は、社員の健康状態の把握・管理・改善を図るにとどまっていたが、本来目指すべき状態は、身体のみならず、目的意識を持って主体的に仕事に従事し、生き生きと働ける状態とすることであり、近年取り組む企業が増えている。

ウェルビーイング経営が効果を発揮するためには、次の3つの視点が重要である。

- ・ 取り組む目的を社内に示し、自社に合わせて定義すること
- ・ 定義、概念の浸透だけでなく、具体的な施策や社内ルールにまで落とし込むこと

■図表 ウェルビーイング経営による効果



- ・ 取り組んだ結果を可視化するために、数値による効果測定を行うこと

次に具体的な取り組み例と期待できる効果についてみてみる。

①健康と安全に関する取り組み

安全な職場づくり、健康な生活習慣を取り入れるためのサポートなどにより従業員の健康増進・労働災害の減少、医療費負担軽減につながる。

②ワークライフバランスを後押しする取り組み

在宅勤務・フレックスタイム制度の導入、休暇取得の奨励、男性の育児休暇取得の推進などにより人材の定着・確保につながる。

③働きやすい環境づくり

仕事の効率化のためにオフィスレイアウトを見直したり、カフェテリアスペースを充実させるなどすることで、従業員のストレスの軽減が期待できる。

④従業員の成長と育成に関する取り組み

能力開発、従業員がチャレンジできる業務に就かせる、個人のパーパスを設定・共有するなどにより従業員のモチベーションがアップし、生産性向上にもつながる。

⑤従業員を承認するための取り組み

成果に応じた公正な報酬制度の設定、表彰制度の導入は④同様、従業員のモチベーションアップ、生産性向上効果が見込める。

さらにこれらの取り組みを積極的に外部に発信することで、企業の評判が高まり、企業価値の向上につながる。

2. マーケティングに取り入れる方法

次に今号の本題であるマーケティングに取り入れる方法である。それはひと言でいえば顧客や社会の幸せを考え、商品やサービス、あるいはその提供方法を改革する取り組みである。

具体例としては以下のような取り組みが該当する。

①ウェルビーイングをテーマにした商品・

サービス開発

例えば、食品・飲料品の場合、ユーザーへの訴求ポイントとしては、味・香り・食感・成分など製品自体の機能面になりがちであるが、それをユーザーのウェルビーイングに視点を変えると、「どんな場面で利用したいか」「利用した結果どうなりたいか」といった、もっと広い意味での幸福に焦点を当てたコンセプトの商品となる。

②広告・ブランディング活動への活用

ウェルビーイングをコンセプトにした商品広告を発信する、商品の販促ではなく、業界における問題提起を世の中に対して行う、採用活動の新しいコンセプトとしてウェルビーイングを訴求する、などの取り組みである。

③顧客とのコミュニケーションの活性化

顧客と定期的な意見交換を行い、顧客の幸福度のリサーチを行う、顧客とウェルビーイングをテーマにしたワークショップを行う、不便さや悩みを抱える顧客の要望を聞いて商品を開発する、などの取り組みである。

次に効果であるが、ウェルビーイングな視点でユーザーに寄り添い、精神的・身体的に幸せな時間を提供することで、他社との差別化を図り、ユーザーからの支持を得ることができるため、売上アップやブランディングに寄与する。

また、従業員の創造性が高まり、仕事に手ごたえを感じることで、社員同士の関係やチームワークも良好になり、ウェルビーイング経営同様、従業員のモチベーションアップにもつながる。

以上みてきたように現在の社会情勢・風潮が人々のマインドに影響し、ウェルビーイングが必要とされるようになってきている。

実際に、商品・サービスや販促企画にウェルビーイングを取り入れている事例については14ページ以降で詳述する。