

月刊経理WOMANに記事を執筆しました

先日、久しぶりに雑誌記事の執筆業務がありました。『月刊経理 WOMAN』という経理・労務系の A5 判サイズの雑誌です。記事の内容は「就業規則」整備のポイントです。私は書き物の業務は出張や旅行などの新幹線での移動時間中に書くことが多く、この記事の原稿も先日上高地へ旅行にいく新幹線の中で書いておりました。現在別の書き物の仕事の依頼もあり、ありがた限りです。（志戸岡）

夏休みに「年次有給休暇」の計画的付与を活用

◆年次有給休暇の計画的付与制度

有給休暇の計画的付与制度は、年次有給休暇付与日数のうち5日を除いた残りの日数について、就業規則への規定と労使協定を結ぶことで、計画的に休暇取得日を割り振ることができる制度です。全従業員に同一の日に付与する「一斉付与方式」、班・グループ別に交替で付与する「交替制付与方式」、個人別に付与する「個人別付与方式」の方法があり、実態に合わせて選ぶことができます。

◆休みやすい職場環境づくりに役立ちます

2025 年「就労条件総合調査」結果によれば、年間の労働者1人の年次有給休暇平均取得率は 66.9 %と、2015 年の 47.6%から改善していますが、労働者の約3分の2は取得にためらいを感じているというアンケート調査結果もあります。お盆の夏休みと絡めた計画的付与制度を活用することで、休みやすい職場環境づくりにつながることも考えられます。

◆導入には所定の手続きが必要

ただし、いずれの付与方式を採用するのか、新規採用者など年次有給休暇が5日未満の者への対応などを決めて、労使協定を締結する必要があります。厚労省が運営する以下のサイト等が参考になります。

【参考】働き方・休み方改善ポータルサイト

<https://work-holiday.mhlw.go.jp/planned-granting/>

労働者の健康保持は「健康づくり」から「働き続けるための健康管理」へ

厚生労働省の「事業場における労働者の健康保持増進の在り方に関する検討会」において、THP(トータル・ヘルスプロモーション・プラン)指針の見直し等に関する議論が行われています。

◆企業に求められるのは「健診後」の対応

6月30日に示された報告書案では、今後求められる取組みとして、健康診断の結果を踏まえたフォローアップ、例えば再検査や治療が必要な社員への受診勧奨および受診機会の提供や受診のための休暇の付与等、経済産業省が推進する健康経営との連携、治療と就業の両立支援のさらなる推進などが示されています。また、改正後の THP 指針に盛り込むべき点や、「職場における心とからだの健康づくりのための手引き」の改定にも言及しており、今後の改正の内容には注目が必要です。

【参考】事業場における労働者の健康保持増進の在り方に関する検討会

https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_72639.html

8月から高額療養費制度が変わります

私たち被保険者が医療機関で支払う一部負担金が高額になったとき、月ごとの自己負担限度額(以下、「月額上限額」という)を超える分は支払わなくてよいのが健康保険の高額療養費制度です。本制度について、年間上限額の新設、及び月額上限額を引き上げる改正が行われました。8月からは70歳未満の年間上限額と月額上限額は以下のとおりとなります。

① 標準報酬月額83万円以上の方

年間168万円を上限に月270,300円+(総医療費-901,000円)×1%
(改正前は252,600円+(総医療費-842,000円)×1%)

② 標準報酬月額53～79万円の方

年間111万円を上限に月179,100円+(総医療費-597,000円)×1%
(改正前は167,400円+(総医療費-558,000円)×1%)

③ 標準報酬月額28万円～50万円の方

年間53万円を上限に月85,800円+(総医療費-286,000円)×1%
(改正前は80,100円+(総医療費-267,000円)×1%)

④ 標準報酬月額26万円以下の方

年間53万円を上限に月61,500円(改正前は57,600円)

⑤ 低所得者の方

年間29万円を上限に月36,900円(改正前は35,400円)

月額自己負担額の上限があがり、
その代わりに年間の上限額が新しく
設定されました。

【参考】令和8年8月から高額療養費制度が見直されます(協会けんぽ)

https://www.kyoukaikenpo.or.jp/about/business/public_relations/009/002/

『ストーリーとしての競争戦略 ―優れた戦略の条件 楠木 建(著)』

事業戦略について書かれた一冊(かなり分厚くボリュームがあります)。本書では「戦略を構成する要素がかみあって、全体としてゴールに向かっていくストーリー」を構築することの重要性を説いています。「一見、非合理」に見える選択であっても、ストーリーに沿っていれば、結果的にその非合理的な選択が他社にとって真似のしにくい競争優位性に繋がる。いつも利用しているスターバックスのサード・プレイス(第三の場所)のストーリーはわかりやすかったです。これから AI 全盛の時代になっていくと、色々なサービスが技術の進歩によって均質化し、顧客から見ても「同じような」状態になりコモディティ化していくことが予想されます。なぜその会社と取引するのか、契約するのか?この答えとして、他社から選ばれるストーリーを戦略として持っておく必要性を感じます。そこまで深く考えたことがなかったので、考えてみたいと思います。

