

次世代ヘルスケア産業協議会 健康投資 WG 中間報告

平成 26 年 6 月 5 日

I. 健康投資・健康経営(※)の促進に向けた現状と課題**1. 健康投資・健康経営の重要性とその意義**

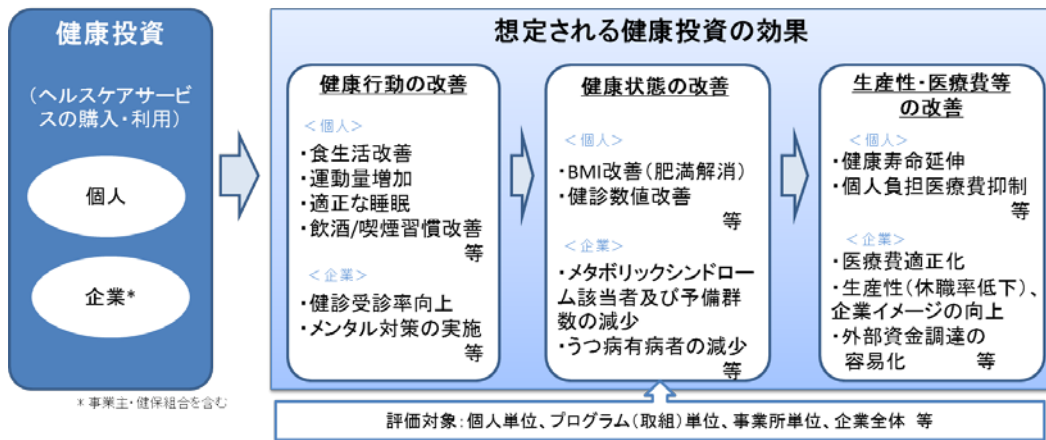
高齢化の進展と医療費の増大が進む我が国社会においては、今後、国民一人ひとりが自らの健康の維持・増進により積極的に取り組むだけでなく、企業や健康保険組合が、組織としても従業員やその家族（以下、従業員等という。）健康状態の維持増進に関する取組を進めていく重要性が高まっている。

企業が従業員等の健康状態の維持増進を進めることは、個々人の生活の質が向上することに加え、生産性の向上や組織の活性化を通じて業績が向上することが期待される。また、対外的には企業イメージが向上する効果が期待されるとともに、他の企業に比べて株価の上昇率が大きくなるなど市場からも評価されるとの研究報告もある。(Raymond Fabius 他 Journal of Occupational and Environmental Medicine 2013)

一方で、企業にとっては、このような取組についてコストとして認識され、積極的な取組に至っていないとの意見もある。これは、従業員等の健康の維持増進にかけた費用が企業業績の向上等につながるのか（つながっているのか）が不明確であり、医療費負担の削減などの具体的なメリットも認識できないことに原因があると考えられる。また、このような取組は社会的に評価されることが重要であるが、そのための「見える化」も十分には行われていない。

こうした課題を解決するためには、企業が従業員等の健康づくりへの取組について、「コスト」ではなく将来に向けた「投資」としてとらえ、積極的・戦略的に取り組むことができる環境を整えることが必要である。このような、企業、健康保険組合による健康投資が成果を挙げていく一連のプロセスについては、図表 1 のように整理することができる。

図表 1 健康投資の効果

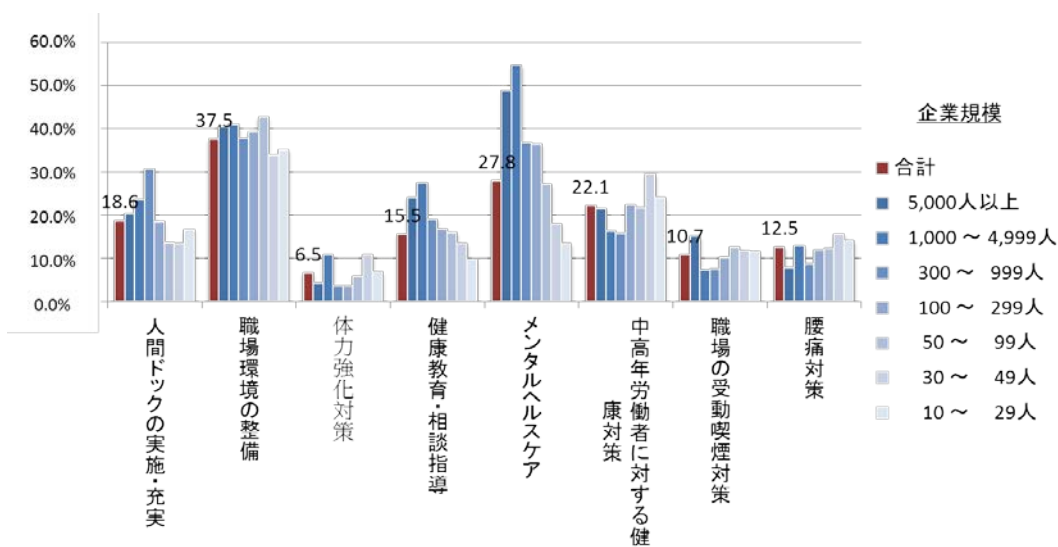


※日本政策投資銀行の定義では、「従業員の健康増進を重視し、健康管理を経営課題として捉え、その実践を図ることで従業員の健康の維持・増進と会社の生産性向上を目指す経営手法」を「健康経営」と位置づけている。

2. 健康投資・健康経営の現状

企業が従業員等の健康管理のために取り組んでいる項目は、例えば図表2に示すようなものがあるが、事業内容や企業規模の違いなどから、その取組の比率等はまちまちである。

図表 2 企業の健康管理の取組状況



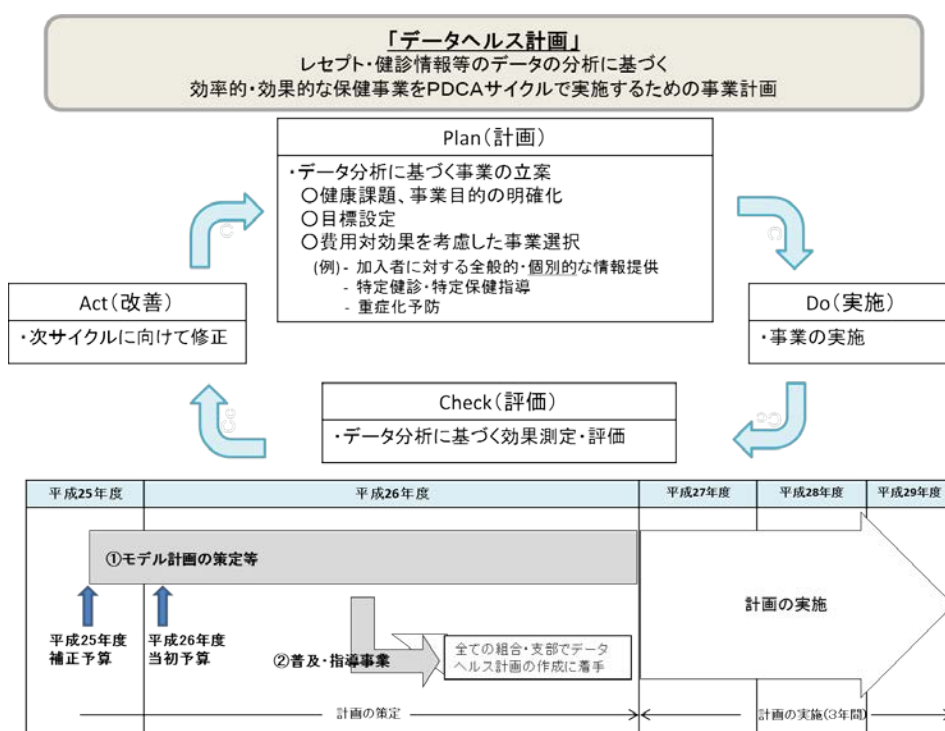
出所:厚生労働省「平成24年労働者健康状況調査」よりNNTTデータ経営研究所作成

他方、近年、意欲的な企業においては、従業員に対して具体的な健康管理プログラムを提供してその参加状況を詳細にフォローアップしている事例や、さらには従業員が会社の取組に対し積極的な関与（例、企業の健康増進計画への提言や事後評価への積極的な情報提供）を行っている事例も出てきている。

また、健康投資の重要な担い手となる健康保険組合も、それぞれの規模やその特性に応じた取組を進めている。例えば、健康保険組合に関しては、実施義務がある特定保健指導以外についても、生活習慣病のハイリスク群に対してセルフマネジメントプログラムを実施している事例や、加入者の疾病保有状況を分析し、面談と電話での指導による糖尿病重症化予防活動で効果を上げている事例が見られる。

こうした中、全ての健康保険組合は、健康保険法に基づく事業の一環として、平成26年度中にレセプト情報・健診情報等を活用した「データヘルス計画」作成し、平成27年度から事業を実施することとなっている。こうしたデータヘルスの取組は、企業が健康投資として行う取組と密接に連携していくことが重要であり、そのための環境を整備していくことが必要である。従来、企業や健康保険組合の個々の取組については、一部のベストプラクティスの紹介がなされてはいるものの、それらの経験や方法論等が十分に整理・体系化され、共有されるには至っていない状況にある。

図表3 データヘルス計画



Ⅱ. 本 WG における検討内容の中間整理

本 WG においては、当面の課題として、健康投資・健康経営の取組状況、従業員等の健康状態の改善度等に関する評価に資する指標を検討し、その上で、企業の健康投資・健康経営を促進するための具体的な方策を検討した。

1. 健康投資・健康経営の評価指標

今後、健康投資・健康経営を社会全体として推進していくためには、企業や健康保険組合、自治体、ヘルスケアサービス事業者などの多様な関係者が、協力して取組を進めていくことが重要であり、そのためには、関係者が様々な判断を行うための基礎となる共通的な指標を構築し、その普及を図る必要があると考えられる。

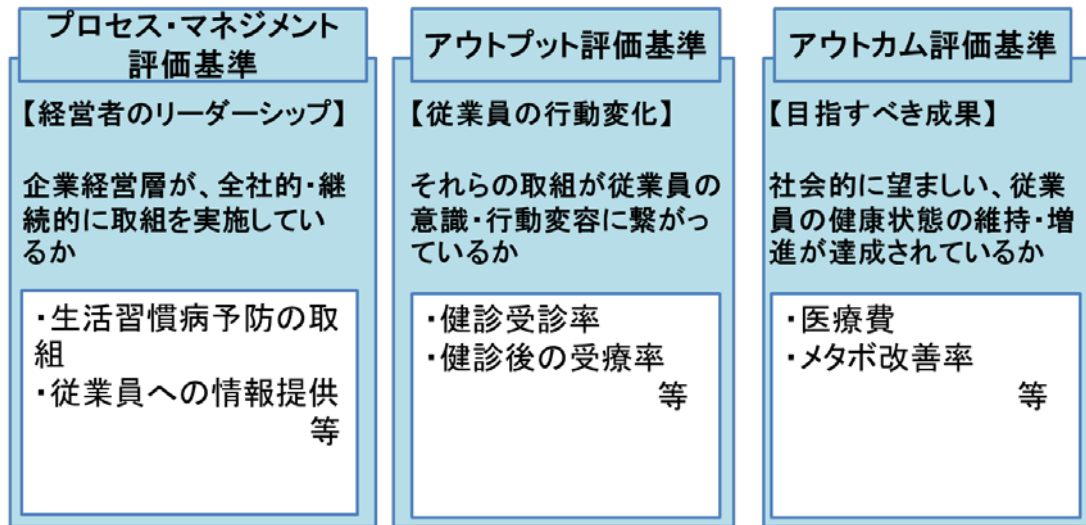
これらの指標は、企業が①自社が取り組んでいる健康投資・健康経営の成果の確認、②市場を含む外部からの評価、③データヘルスなどの健康保険組合の取組との連携、等のために活用できるものとしていくことが重要である。

こうした指標を整備するフレームワークとしては、まず、「メタボ改善率」「医療費の適正化」などの社会的に望まれる状態の達成のための「アウトカム評価」が考えられる。そのためには、従業員等の健康状態の改善状況が中心的に評価されることとなるが、このようなアウトカム評価を行うだけでは、疾病保有者を排除することでその目標を達成するような不適切な取組を助長する可能性がある。このため、アウトカム評価に加え、企業が経営層の意思決定として全社的に継続的な取組を実施しているかどうかを評価する「プロセス・マネジメント評価」や、それらの取組が従業員等の行動変容に繋がっているかどうかを評価する「アウトプット評価」も併せて行うことが適当であると考えられる。

このような3つの観点から評価を行うことが重要であり、そのフレームワークは図表4のように整理することができる。

これらの評価基準については、企業における健康投資の取組の評価に加え、健康保険組合による取組の評価に活用されることも重要である。具体的には、健康保険組合が作成する「データヘルス計画」における取組の評価に活用されることにより、同計画の実効性を高めるとともに、今後ますます重要となる企業と健康保険組合の連携（コラボヘルス）を推進する上でも大きく役立つと考えられる。

図表4 健康投資・健康経営評価指標のフレームワーク



こうしたフレームワークを前提として、以下に、個々の評価基準の下での具体的な指標の整理を行った。但し、企業と健康保険組合では、健康づくりの活動において対象者や取組の性格が異なるため、健康保険組合の活動については、企業の活動と共通する事項を踏まえた上で、区別して整理をした。また、健康増進に関する中心的な事項に加え、企業のブランド向上等の社会的な評価につながる事項も併せて選定している。

なお、それぞれの評価指標については、これらを活用する企業や健康保険組合の特性や規模の違いに応じ、一定の柔軟性をもって活用することが適切と考えられる。

【企業の取組を評価するための指標】

企業の取組を評価するための具体的な指標の例としては、以下のような健康増進に関する中心的な事項、及び企業のブランド向上につながる事項が想定される。

(1) 企業の取組に関する評価（プロセス・マネジメント評価）指標

企業の取組に関する評価（プロセス・マネジメント評価）指標の具体的な例としては、以下のような事項が想定される。

①生活習慣病予防の取組状況

生活習慣病の有病リスクが高い従業員等に対して、予防の取組を行っているか。

②従業員等に対する情報提供

従業員等の健康状態に合わせた情報提供を行っているか。

③各種任意検診の実施状況

がん検診や歯科検診等を実施しているか。

④労働時間の適切な管理状況

労働時間の適切な管理に向けた取組を行っているか。

⑤その他、企業ブランドの向上等につながる事項

- ・ 企業理念等に従業員等の健康状態の維持増進に関する項目を位置付けているか。
- ・ 組織内に従業員等の健康状態の維持増進に関する部署を設置しているか。
- ・ 従業員の健康状態の維持増進に関する専門職との連携体制が整っているか。
- ・ 投資家向け情報に従業員等の健康状態の維持増進への取組に関する情報を記載しているか。
- ・ 企業と健康保険組合が連携をして、従業員等の疾病管理や健康状態の維持増進に取り組んでいるか。
- ・ 従業員のメンタルヘルス対策に関する取組を実施しているか。
- ・ 健康診断の結果を受け、適切な就業措置を行っているか。

(2)従業員等の行動変容に関する評価（アウトプット評価）指標

従業員等の行動変容に関する評価（アウトプット評価）の具体的な指標の例としては、以下のような事項が想定される。

①健康診断受診率

従業員が健康診断を受診したか。

②健康診断後の受療率

健康診断で医療機関への受診が必要とされた者が、医療機関を受診しているか。

③その他、企業ブランドの向上等につながる事項

- ・企業が行う従業員等の健康状態の維持増進に向けた取組（保健指導等）への参加者が増えているか。
- ・企業による従業員等の健康状態の維持増進に向けた取組に対する従業員等の満足度が向上しているか。

(3)従業員等の健康状態の改善に関する評価（アウトカム評価）指標

従業員等の健康状態の改善に関する評価（アウトカム評価）の具体的な指標の例としては、以下のような事項が想定される。

①医療費

医療費が適正化されているか。

②メタボ改善率

メタボリックシンドロームの該当者及び予備群数が減少したか。

③その他、企業ブランドの向上等につながる事項

- ・企業、従業員の生産性が向上しているか。
- ・コミュニケーションの増加やモチベーションの向上など組織が活性化しているか。

【健康保険組合の取組を評価するための指標】

健康保険組合については、企業とその活動内容が異なることを考慮することが必要である。このため、それぞれの健康保険組合の取組を共通的に評価するために有効となる事項の具体的な例としては、以下のような事項が想定される。

①生活習慣病予防の取組状況

生活習慣病の有病リスクが高い加入者に対して、予防の取組を行っているか。

②加入者に対する情報提供

加入者の健康状態に合わせた情報提供を行っているか。

③特定健康診査及び特定保健指導の実施率

特定健康診査等実施計画において定める特定健康診査及び特定保健指導の実施率目標の達成状況

④各種任意検診の実施状況

がん検診や歯科検診等を実施しているか。

⑤医療費

医療費が適正化されているか。

⑥メタボ改善率

メタボリックシンドロームの該当者及び予備群が減少したか。

2. 健康投資・健康経営を促進するための方策

今後、上述の指標を用いた取組が様々な企業において進められるよう促進していく必要があるが、他方、現状において、それぞれの企業の認識や取組状況には差異があることにも留意する必要がある。具体的には①すでに優れた取組を行っている、②取組への関心はあるが方法等がよくわからない、③現時点においては関心が乏しい、に区分できると考えられる。

各区分に対し、企業の規模等に応じてきめ細やかな対応を検討する必要があるが、そのための方策としては、例えば、「健康投資・健康経営を促進するインセンティブの構築」、「健康投資・健康経営の手法等の共有」、「健康投資・健康経営に関する情報発信の促進」、といった3つの側面からのアプローチが考えられる。

(1) 健康投資・健康経営を促進するインセンティブの構築

企業や健康保険組合に対し、健康投資・健康経営を促進するインセンティブを提供するための方策としては、例えば、以下のような事項が考えられる。

①優れた取組に対する社会・市場からのプラス評価

- ・企業が上述の指標を活用し、健康投資・健康経営を積極的に進めるとともに、社会や市場からプラスの評価が行われるようになることが必要である。
- ・このため、関係機関と調整・連携して、例えば上述した指標を活用した「健康経営銘柄（仮称）」を設定し、企業ブランドの向上や、株式市場

での評価、優秀な人材の確保等につなげられるようにすることが効果的である。

- ・また、関係者が健康経営の取組に関する情報を共有することができるフォーラムを設定し、ベストプラクティスを公表することなどにより、そうした取組を行う企業に対する社会的な認知を高めていくことも有効である。

②財政面でのインセンティブの付与

- ・企業が健康保険組合と協力して、その従業員や家族などの現役世代の健康状態の維持増進に取り組むことを促進するための財政面でのインセンティブを付与することが重要である。
- ・このため、上述した指標を用いて企業や健康保険組合の取組を評価することが期待される。その際、従業員等の年齢構成等が異なる企業や健康保険組合の間でインセンティブの程度が異なることにならないようにも考慮する必要がある。
- ・また、金融機関による低利融資、民間の保険会社による従業員の団体保険等の保険料に関する割引等の創設など、民間事業者によるインセンティブ措置の検討・創設を促進していくことも有効である。

(2)健康投資・健康経営の手法等の共有

企業や健康保険組合の取組を促進するためには、より効果の高い手法等を共有することが有効である。そのための方策としては、例えば、以下のような事項が考えられる。

①健康投資・健康経営に関するベストプラクティスの共有

- ・企業や健康保険組合が優れた健康投資・健康経営を行っている事例を収集・整理し、これから健康投資・健康経営に取り組もうとしている企業等に、参考となるノウハウとして提供することが有用である。
- ・そのため、関係者が設置する情報共有のためのフォーラムや、ヘルスケア産業の事業展開等のために地域レベルで設立されている様々な「ヘルスケア産業プラットフォーム」を活用することも有効である。

②健康投資・健康経営手法のマニュアル化

- ・企業や健康保険組合が健康経営への取組を円滑に開始できるようにするため、互いの連携方法や情報共有の仕方、さらには手順などを定めたマニュアルを整備し、提供する。

(3) 健康投資・健康経営の情報発信の促進

企業の健康投資・健康経営への積極的な取組について、企業のブランド向上や外部からのプラス評価につなげていくためには、企業が積極的に情報を発信することが重要である。そのような情報発信を促進するための方策としては、例えば、以下のようなことが考えられる。

○健康経営・健康投資への自社の取組の公開等

- ・企業のCSR報告書やアニュアルレポート等において、自らが行っている健康投資・健康経営活動の記載を促進する。

3. その他の社会的な取組

企業の健康投資・健康経営を促進することと併せて、国民一人ひとりの意識喚起をそれぞれの年代の実情に即して行っていくことも重要である。このため、自治体等とも連携し、子供や若者に対する健康教育についても、将来の社会像を踏まえた啓発・普及を行っていくことが重要である。

Ⅲ. 今後のアクションプラン

1. 企業等における健康投資における評価指標の活用促進

本WGの検討を踏まえ、企業や健康保険組合が上述した指標を活用して健康投資・健康経営の状況を客観的に把握・評価し、推進する具体例を作っていくことが必要である。

このため、具体的には、早期に企業や健康保険組合が上述した評価指標を活用して積極的に健康投資に取り組む実証事業に対し支援を行う。さらに、その実証事業により明らかとなる成果や課題を踏まえて、評価指標のレベルアップを図る。

また、これらの評価指標が健康保険組合が今後策定・実施する「データヘルス計画」の取組に活用されるよう、具体的な検討を進める。

2. 健康経営に関するインセンティブ等の構築

健康経営に積極的な企業を市場がプラスに評価する枠組みとしての「健康経営銘柄（仮）」の策定に向けて、上述した指標を踏まえた評価基準の具体化、企業の取組のデータ収集を進める。

併せて、CSR報告書などによる、企業側からのより積極的な情報発信の枠組みについて、産業界や市場関係者と検討を進める。

3. 健康投資の促進のための社会運動の推進

企業や健康保険組合が実施する健康投資に関するベストプラクティスの収集、及びそれを踏まえた健康経営に関するマニュアルの作成を早期に進める。これらの成果については、関係者が設置する各種フォーラムや、地域レベルで設立される「ヘルスケア産業プラットフォーム」において、社会に幅広く周知する。