

令和5年度産業経済研究委託事業 (花粉症に係る影響等の調査)

調査報告書

-2024.03.22-



東急エージェンシープロミックス

目次

1. 事業の背景・目的

1-1: 背景と目的…2

1-2: 調査内容と調査方法…2

2. イベント実施

▶2-1: イベント概要 (全体スキーム・イベント体制図・イベント概要) …3~4

▶2-2: 告知 (イベント告知ページ・リリース・SNS広告) …5

▶2-3: スケジュール (台本より) …6

▶2-4: 当日の参加者の概要 (人数、属性、アンケート結果) …7~16

3. 実施結果

▶3-1: SNS広告効果…17

▶3-2: JAPOCホームページ数値…18

▶3-3: メディア掲載見本…19

4. 今後の展開に向けて…20

5. 調査結果

▶5-1: 健康経営度調査を用いた、花粉症に係る調査…21~45

1. 事業の背景・目的

1-1：背景と目的

政府では令和5年4月に「花粉症に関する関係閣僚会議」が発足し、令和7年度までの3か年で発生源対策・飛散対策・発症暴露対策などの取り組みが現在進められており、経済産業省では「花粉対策に資する商品に関する認証制度について、関連業界と連携した消費者への認知拡大、認証取得製品（網戸、衣服等）の拡大・普及の推進」について取り組みを推進している。

それをうけ本調査事業は「花粉症」という社会問題を解決するという社会的要請を踏まえ、花粉症対策に資する製品・サービスの認知を拡大するべく広報活動を行うとともに、今後の花粉症等に対する具体的な政策的支援に資する結果を得ることを目的としている。

1-2：調査内容と調査方法

（1）花粉対策に資する商品に関する認証制度をはじめとした、各種制度・商品の普及啓発活動花粉対策に資する商品に関する認証制度や認証取得製品についての普及啓発活動を、企業・団体や個人を対象として行う。なおその際には、経済産業省、花粉対策に資する商品に関する認証制度を運用する花粉問題対策事業者協議会（JAPOC）、及び花粉対策に関連する製品・サービスの業界団体や各種企業等と密に連携しながら進める。

具体的な普及啓発の内容については、以下の2つ。

- ①花粉対策に資する商品に関する認証制度や認証取得製品の概要・効果等について、SNS・ポスター・チラシなどを活用して広報を行う。
- ②一般市民が、花粉症対策に資する商品を身近に感じるような体験の提供や、花粉症対策への関心を向上させるようなイベントを、都内近郊にて実施する。

（2）花粉症等が労働生産性低下に及ぼす影響に係る調査 今年度より健康経営優良法人を選定する健康経営度調査（※2）の中に、生産性低下防止のための取り組みとして花粉症等に対する具体的な支援に関する項目が盛り込まれたことをうけ、今後のさらなる政策的展開を検討するため、健康経営度調査の分析を実施するなどして、従業員の花粉症等の対策に企業等が取り組むことによって得られる、企業等における生産性向上効果を分析する。

具体的には、健康経営度調査表のデータ全体をマクロ分析などの手法を使い、健康経営に含まれる様々な取り組みの中での花粉症対策の寄与度等を算出し、従業員の花粉症等対策への投資額と生産性向上効果を試算するとともに、試算の結果から今後企業が取り組むべき支援等について整理を行う。

（※1 https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/kafun.html）

（※2 https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/kenko_iryoku/kenko_toshi/pdf/009_s02_00.pdf）

2. イベント実施

2-1: イベント概要 (全体スキーム・イベント体制図・イベント概要)

▶全体スキーム

経済産業省

受託責任会社

株式会社東急エージェンシー
プロミックス

調査

順天堂大学医学部
総合診療科学講座
矢野裕一郎教授

プロジェクト進行

株式会社Miraille

協力団体

花粉問題対策事業者
協議会
(JAPOC)

▶イベント体制図

共催

経済産業省

環境省

花粉問題対策
事業者協議会
(JAPOC)

日本化学繊維協会
(JCFA)
イベント参加会員企業

東洋紡エムシー
株式会社

花粉問題対策事業者協議会 (JAPOC)
イベント参加会員企業

アイリスオーヤマ株式会社
株式会社サンエス
象印マホービン株式会社
ダイキン工業株式会社
ダイソン株式会社
帝人フロンティア株式会社
名古屋眼鏡株式会社
パナソニック株式会社
三菱電機株式会社
(50音順)

2. イベント実施

▶イベント概要



優木まおみさん



大久保公裕教授

【日 時】2024年2月23日（金・祝）13:00～17:00 【場 所】フーハ東京（東京都新宿区西新宿2-4-1 新宿NSビル）

【名 称】「もっと知ろう！花粉症対策のこと」

【内 容】

①タレントトークショー

【トークショータイトル】花粉症に悩む優木まおみさんの疑問に日本医科大学大久保教授が答えます！～みんなの知らない、最新の花粉症対策！～

【出演者】タレント：優木まおみ様、医師・日本医科大学教授 大久保公裕教授

②出展社ステージショー

JAPOC会員企業が「花粉対策」に関するステージプレゼンテーションの実施

ダイキン工業・ダイソン・アイリスオーヤマ・名古屋眼鏡・サンエス・帝人フロンティア（発表順）

③抽選会

トークショーゲスト優木まおみさんの直筆サイン色紙が5名に当たる抽選会の実施

④経済産業省・日本化学繊維協会（JCFA）会員企業・花粉問題対策事業者協議会（JAPOC）会員企業の展示

経済産業省・環境省・日本化学繊維協会（参加企業：東洋紡エムシー）・花粉問題対策事業者協議会（参加企業：アイリスオーヤマ/サンエス/象印マホービン/ダイキン工業/ダイソン/帝人フロンティア/名古屋眼鏡/パナソニック）の「花粉対策」に関する展示を実施

※50音順



①タレントトークショー



②出展社ステージショー



③抽選会



④経済産業省・日本化学繊維協会（JCFA）会員企業・花粉問題対策事業者協議会（JAPOC）会員企業の展示



【主 催】 経済産業省・環境省・花粉問題対策事業者協議会 共催

2. イベント実施

2-2：告知（イベント告知ページ・リリース・SNS広告）

▶情報解禁日：2月1日（木）

▽花粉問題対策事業者協議会HP
イベント告知ページ



▽経済産業省ニュースリリース



▽経済産業省 PRTimes



▽X（旧：Twitter）



▽Instagram



▽Facebook



2/1～「花粉問題対策事業者協議会HP イベント告知ページ」「経済産業省ニュースリリース」「PR TIMES」配信開始
2/2～「SNS広告(X・Instagram・Facebook)」掲載開始、リンク先はイベント告知ページを設定。
※Instagramはストーリーズ広告・フィード広告の2種にて展開

2. イベント実施

2-3:スケジュール (台本より)

時間	展示コーナー	ステージ		業務用ゾーン「セミナールーム」 (関係者控室)
		プログラム	内容	
12:30	メディア受付（常設受付を使用）	メディア受付・セッティング	・メディアへの注意事項などアナウンス	・関係者控室として利用
12:50		メディアブリーフィング	・ステージ上より、メディアへのブリーフィングを実施（メディア担当）	
13:00	開場 ・参加者受付（常設受付を使用） ・受付後は自由に展示を見学 ・受付時にアンケート、チェックシート、抽選券、各種資料を配布	参加者受付、入場～着席	・影アナにて注意事項などのご案内	
13:15	・展示見学	・開会の挨拶 ・イベント趣旨説明 ・JAPOCの紹介	・司会者 ・経産省 橋本課長 ・JAPOC 志賀運営委員長	
13:30		登壇者登場	・大久保教授、優木まおみ様登壇 ⇒優木さんの花粉症歴や対策についてインタビュー ⇒先生がそれに対して助言・アドバイス	
14:10		フォトセッション（5分）	・トークショー終了後にフォトセッション開始	
14:15		大久保先生、優木様会場移動（5分） ※会場映像機材セッティング	・囲み取材の為「業務用ゾーン 関係者控室」に移動 ・モニター壇上へ配置、PC配線、接続チェック	→ 取材場所移動 ・14:20：囲み取材（10分） ⇒大久保先生&優木様 掲出ポスターを背景に取材
14:20		JAPOCステージ ・14:25～14:40（15分間） ＋転換2分 ・14:42～14:52（10分間） ＋転換2分 ・14:54～15:04（10分間） ＋転換2分 ・15:06～15:16（10分間） ＋転換2分 ・15:18～15:23（05分間） ＋転換2分 ・15:25～15:35（10分間） 転換無し	・協賛企業のステージプレゼンテーション（仮） ①ダイキン工業 「空気清浄機の豆知識と上手な使い方」 ②ダイソン 「空気清浄機と掃除機のできる室内の花粉対策」 ③アイリスオーヤマ 「マスクで花粉症対策～マスクの正しい付け方・マスクの効果～」 ④名古屋眼鏡 「あなたにぴったりの花粉メガネを見つけよう！選び方と注意点」 ⑤サンエス 「お部屋のマスクで花粉対策」 ⑥帝人フロンティア 「花粉をお家の中に入れないようにするために」	・14:30：個別取材（10分） ⇒優木様 掲出ポスターを背景に取材 ・14:40：取材終了
15:40	・アンケート回収（常設受付を使用） ⇒アンケートと景品を交換 ↓	抽選会	・各社協賛品（優木さんサイン5枚） ・アンケート景品（マスク、ステーションナリー）	
17:00	終了	終了	・開会アナウンス	

2. イベント実施

2-4: 当日の参加者の概要（人数、属性、アンケート結果）

当日配布を行ったアンケート

性別 ☐ 男性 ☐ 女性 ☐ その他 ☐ 回答したくない
年齢 ☐ 10代 ☐ 20代 ☐ 30代 ☐ 40代 ☐ 50代 ☐ 60代 ☐ 70代以上
職業 ☐ 会社員 ☐ 公務員 ☐ 自営業 ☐ 主婦/夫 ☐ アルバイト ☐ 学生 ☐ その他()

Q1. あなたは花粉症ですか？ どちらかに○をおつけください。 1. はい 2. いいえ

Q2. 本日来場したきっかけを教えてください。

1. 最新の花粉対策を知りたい 2. 花粉対策の製品に興味があった 3. トークショーの登壇者に興味があった 4. JAPOCの認証制度を知りたい
5. 友人等に誘われた 6. ノベルティに興味があった 7. その他

Q3. このイベントを知ったきっかけを教えてください。いずれかに○をおつけください。

1. 経済産業省のリリース 2. 経済産業省のSNS 3. JAPOCのホームページ 4. JAPOCのSNS 5. WEB広告 6. その他WEBサイト 7. 友人からの口コミ 8. その他

Q4. トークショー「花粉症に悩む優木まおみさんの疑問に日本医科大学大久保教授が答えます！～みんなが知らない、最新の花粉症対策～」の満足度を教えてください。

トークショー	1. 満足	2. やや満足	3. どちらでもない	4. やや不満	5. 不満
ダイソンステージ	1. 満足	2. やや満足	3. どちらでもない	4. やや不満	5. 不満
サンエスステージ	1. 満足	2. やや満足	3. どちらでもない	4. やや不満	5. 不満
名古屋眼鏡ステージ	1. 満足	2. やや満足	3. どちらでもない	4. やや不満	5. 不満
アイリスオーヤマステージ	1. 満足	2. やや満足	3. どちらでもない	4. やや不満	5. 不満
帝人フロンティアステージ	1. 満足	2. やや満足	3. どちらでもない	4. やや不満	5. 不満

Q6. 花粉対策製品展示の満足度を10点満点で教えてください。() 点

Q7. 本日のイベントを通じて理解が深まったことを教えてください。(複数回答可)

1. 花粉症対策 2. 花粉の性質 3. 最新の花粉対策製品 4. JAPOCの認証制度 5. 政府の花粉症対策 6. 特になし 7. その他

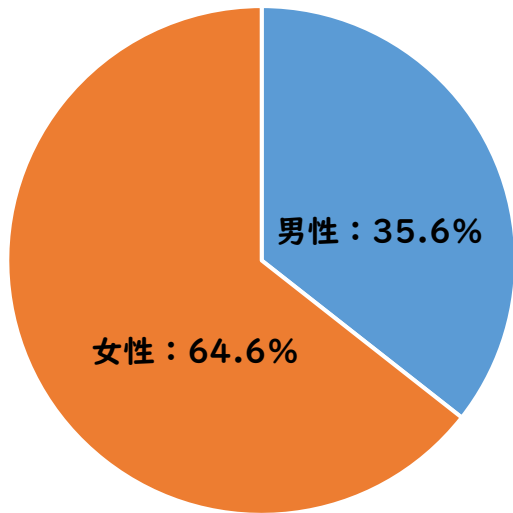
Q8. 「花粉症」に関してもっと知りたい内容、テーマがあれば教えてください。(自由記述)

Q9. 今日のイベントの感想をお書きください。(自由記述)

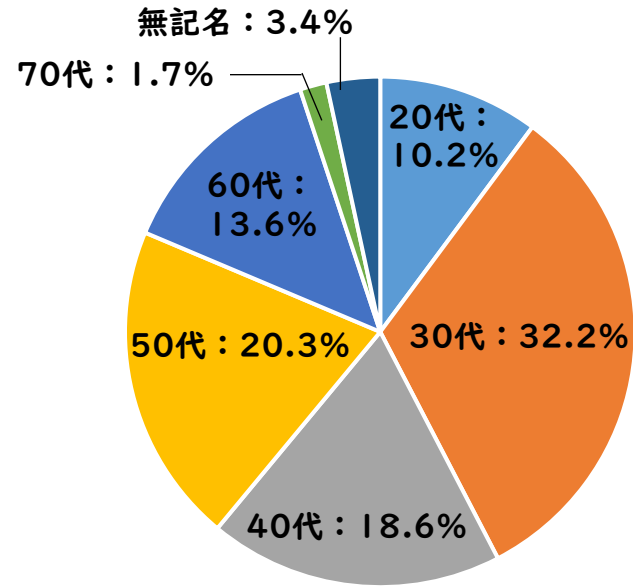
2. イベント実施

2-4: 当日の参加者の概要（人数、属性、アンケート結果）

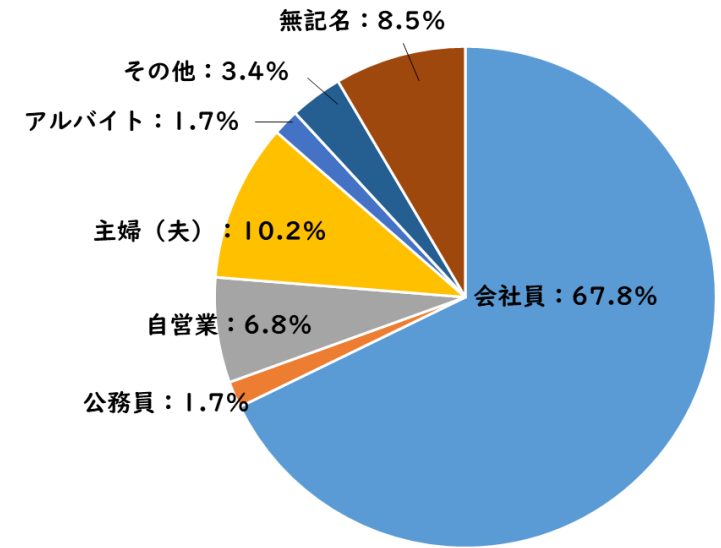
性別



年齢



職業

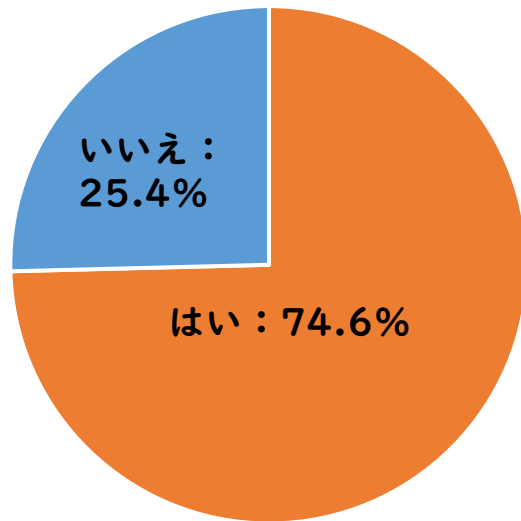


来場者は女性が約65%と半分以上を占め、年齢では30～50代がボリューム層となっている。職業は会社員が約68%であり、もともと想定していたターゲットに近い方々に来場いただけた。

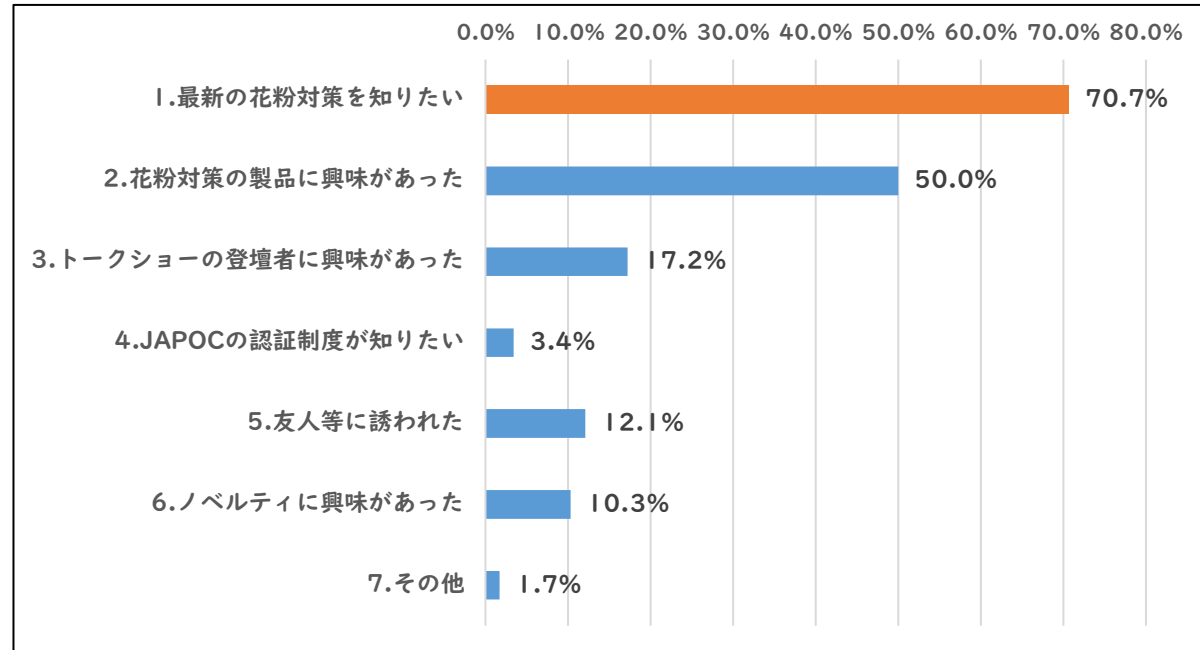
2. イベント実施

2-4:当日の参加者の概要（人数、属性、アンケート結果）

Q1.あなたは花粉症ですか？



Q2.本日来場したきっかけを教えてください（複数回答あり）



来場者の約75%は花粉症だが、花粉症以外の方も25%程度来場。

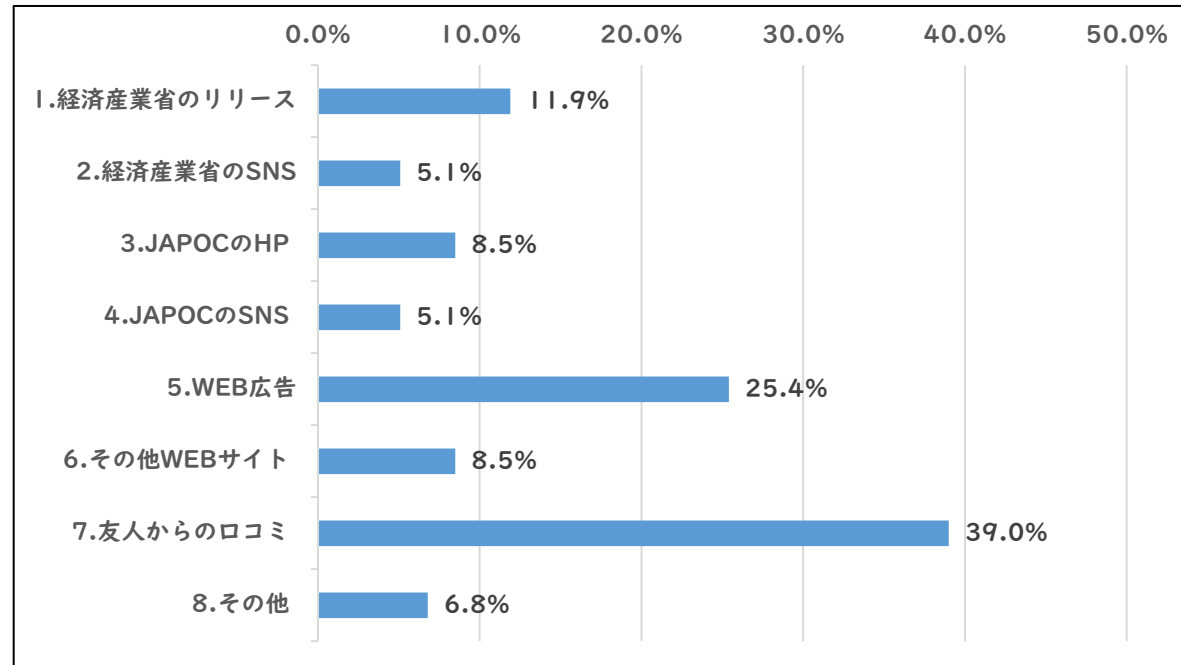
非花粉症来場者の6割が「最新の花粉症対策を知りたい」という目的だったため、非花粉症の方にも興味関心を持っていただけるイベントだったとうかがえる。

来場理由については、「最新の花粉対策を知りたい（約7割）」に次いで、「花粉対策製品にも興味があった（約5割）」という回答が多く、今回のイベントの目的でもある花粉対策製品そのものにも興味を持つ方も多くいたことがわかる。

2. イベント実施

2-4: 当日の参加者の概要 (人数、属性、アンケート結果)

Q3. このイベントを知ったきっかけを教えてください。 (複数回答あり)



想定通りWEB広告きっかけが多かったが、「友人からの口コミ」きっかけの方も多数存在した。友人のSNSでの投稿きっかけと推測される。

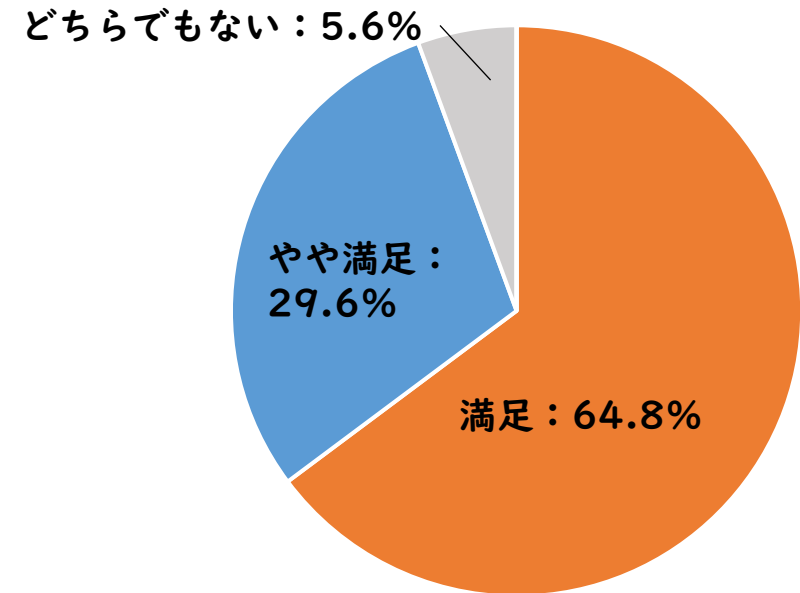
初回接触では、経済産業省のリリースやSNS、JAPOCのSNSも多かった。

2. イベント実施

2-4: 当日の参加者の概要 (人数、属性、アンケート結果)

Q4. トークショー「花粉症に悩む優木まおみさんの疑問に日本医科大学大久保教授が答えます！
～みんなが知らない、最新の花粉症対策～」の満足度を教えてください。

ご本人も重度の花粉症であるタレントの優木まおみさんと花粉症研究の第一人者で日本医科大学の大久保教授が最新の花粉症対策について語り合うトークショー

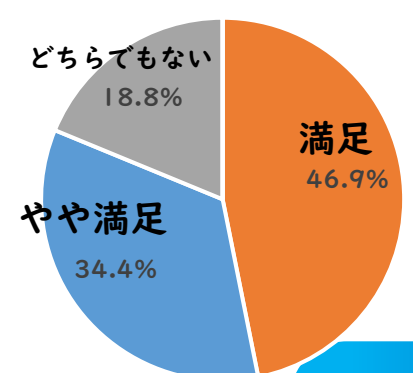
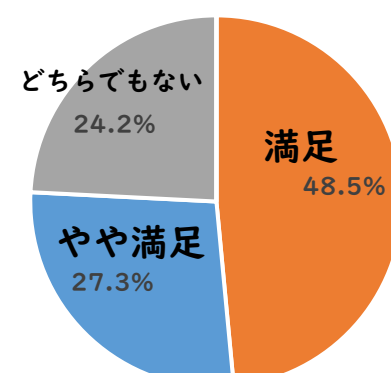
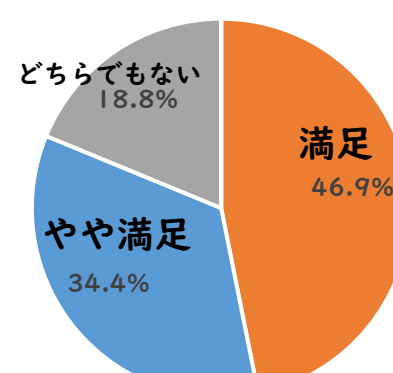
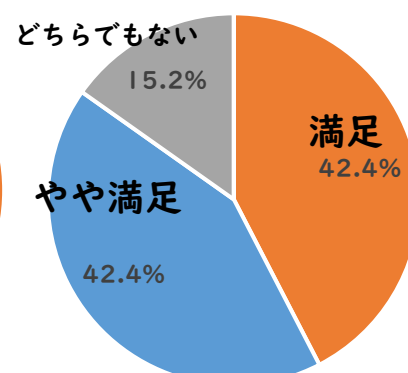
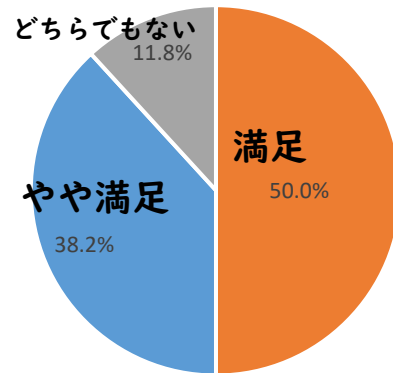


トークショーの中では、花粉症になった際に生活の中で気を付けるべきことや、家で過ごす中で花粉対策製品等を活用し、どのように花粉のばく露を防ぐか等について触れられた。
また「満足」「やや満足」が合わせて94%に上るなど、来場者の方に満足いただけるイベントとなった。

2. イベント実施

2-4: 当日の参加者の概要(人数、属性、アンケート結果)

ダイキン工業株式会社	ダイソン株式会社	アイリスオーヤマ株式会社	名古屋眼鏡株式会社	株式会社サンエス	帝人フロンティア株式会社
「空気清浄機の豆知識と上手な使い方」 空気清浄機の役割と効果が得やすい置き場所などについて	「空気清浄機と掃除機できる室内の花粉対策」 超微細な花粉粒子に有効な空気清浄機・掃除機のフィルターについて	「マスクで花粉対策～正しいマスクの付け方・マスクの効果～」 花粉対策に効果的なマスクの着用方法について(準備～廃棄まで)	「あなたにぴったりの花粉メガネを見つけよう! 選び方と注意点」 花粉対策効果が高く、かつ快適(安全)なメガネの選び方について	「窓のマスクで花粉対策(網戸)」 換気による住居への花粉侵入を防ぐ網戸について	「花粉をお家の中に入れないために(衣服)」 花粉を通さず落としやすい衣服について

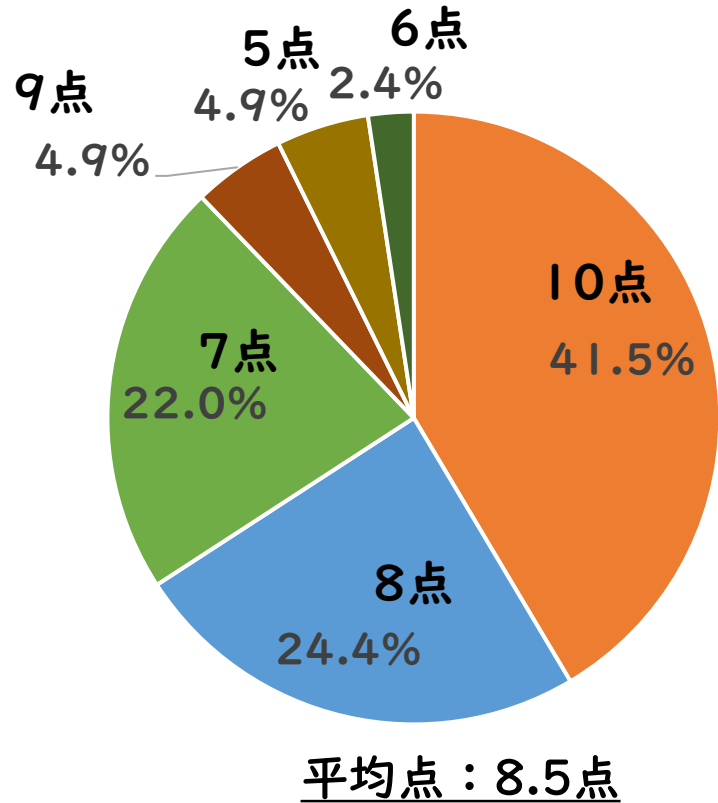


※受託責任会社の不手際によりアンケート内から「ダイキン工業株式会社」様の項目が欠落しており、集計できておりません。大変申し訳ございません。

2. イベント実施

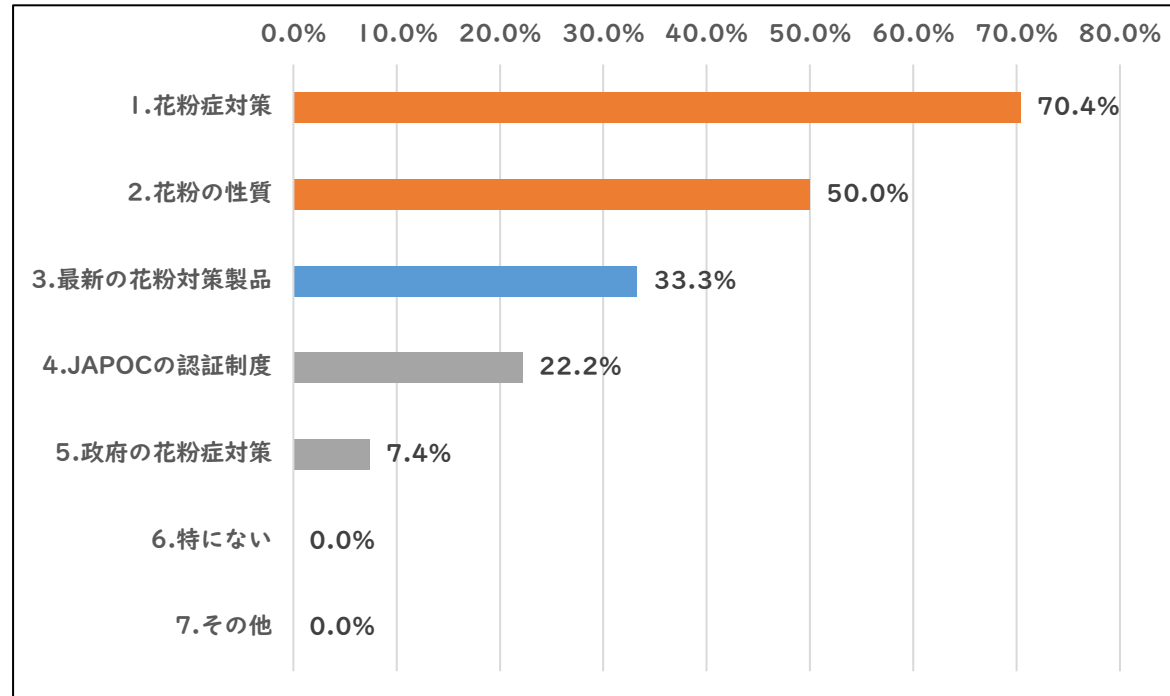
2-4: 当日の参加者の概要 (人数、属性、アンケート結果)

Q6.花粉対策製品展示の満足度を10点満点で教えてください。



満足度の平均点が8.5点と高水準であった。身近な物品の展示を行ったり、わかりやすい説明パネルを展示したことが満足度の上昇につながったと考えられる。

Q7. 本日のイベントを通じて理解が深まったことを教えてください。（複数回答可）



「花粉症対策」や「花粉の性質」の理解が深まった。また「最新の花粉対策製品」「JAPOC認証制度」の理解度は3割程度となり花粉対策との紐づけが今後の課題と考える。

Q8. 「花粉症」に関してもっと知りたい内容、テーマがあれば教えてください。（自由記述）

（回答より一部抜粋）

- ▶花粉症の治療方法について
- ▶子どもの花粉症に特化した対策と対応の仕方について
- ▶あまり薬に頼らず花粉対策できる方法について
- ▶市販薬のおススメや薬を飲み始める適切な時期について
- ▶花粉症対策に効果がある食生活について
- ▶企業や業界が花粉症に悩む労働者に行っている支援について

花粉症に効く薬や症状の改善等に興味関心度が高いことが分かった。

他方で、薬以外の改善策（食べ物、働き方等）の関心も高く、花粉対策製品やその認証制度の存在を広く普及啓発する必要性が推察された。

2. イベント実施

2-4: 当日の参加者の概要(人数、属性、アンケート結果)

Q9.今日のイベントの感想をお書きください。(自由記述)

【よかった点】

- ▶大変勉強になりました。私は花粉症ではないのですが、妻がひどい花粉症なので今日のお話を参考にして対策します。
- ▶小規模なイベントながらとても内容の質が高かったです。
- ▶大久保先生と優木さんのトークショー大変ためになりました、対症療法的対策だけでなく抜本的な対策について学びました、空気清浄機はJAPOC認証のものを買って、窓の反対側に置きます。
- ▶先生と優木さんのトークセッションは大変参考になりました、一度発症すると同じ地域にいる限り、予防や対策、薬に頼る必要があるので今後も取り組みの推進と発信に注力いただきたいです、また各社の情報提供も大変参考になりました。
- ▶花粉対策グッズでメガネや空気清浄機は知っていたが、あみ戸があるのは知らなかったです。
- ▶きれいすぎも良くない、という点は大発見でした。
- ▶大変勉強になりました。大久保先生 博識で感心しました、素晴らしかったです。
- ▶優木さんのお話と大久保教授のお話がとても共感でき、参考になります。ありがとうございます。
- ▶トークが楽しく聞けました、これまで対策できてなかったので、トークショーにあったチェック項目を13個以上やってみたいです。
- ▶花粉が飛散する時期は、なるべくお昼の時間をさけて行動したいと思いました。
- ▶ありがとうございました、対策をしつつ花粉症治していきたいです。
- ▶寝る時と室内の空気清浄機の使い分けについて知り、ためになりました。
- ▶優木まおみさんをリアルに見られて嬉しかったです。今年は花粉が多いかな？と思っていたので対策をきちんとしていきたいです。
- ▶どうもありがとうございました、イベントの内容がとても参考になりました。
- ▶非常に参考になりましたが取材陣よりの運営が少し気になりました。

【改善すべき点】

- ▶イベント参加後に次の予定をと考えていましたが、トークショーのあとにもステージあったので全体のスケジュールをきちんと書いてほしいです。
- ▶受付がわかりにくかったです。
- ▶アンケートに企業ステージの感想の設問があるにも関わらず、企業ステージの前にアンケートの提出を促されてちょっとビックリしました。
- ▶トークショー 花粉症の解説はパネルなど資料の指示等もっと解かりやすくしてほしいかったです、ただ聞いているだけではよく解からない所があったため。
- ▶カメラがいっぱいで驚きました、また今回のイベントの参加方法に困惑する部分がありました。
- ▶予約していたのに空席があってもトークショーが始まっており、着席できず話に集中できずつらかったため事前に知らせてほしいかったです。

3. 実施結果

3-1: SNS広告効果

▽Instagram（ストーリーズ広告・フィード広告）



▽Facebook



▽X（旧：Twitter）



媒体名	メニュー名	imp数	クリック数	CTR
Facebook・Instagram	フィードストーリーズ	388,756	855	0.22%
		210,357	1,143	0.54%
X（Twitter）	画像ウェブサイトカード	1,050,420	1,786	0.17%
		655,215	1,120	0.17%
合計		1,439,176	2,641	0.18%
		865,572	2,263	0.26%

※imp：広告が表示回数、クリック数＝広告をクリックした数（イベントページに遷移した数）
CTR：クリック率（表示回数に対するクリックした割合）

応募者数が多かったため、当初の計画よりも早期に掲載を終了。（2/2～2/22想定→2/2～2/12実施）
CTR（クリック率）は0.26%と想定よりは低かったが、申込は多かったため、イベント興味者への訴求はできた。

3. 実施結果

3-2:JAPOCホームページ数値

▽花粉問題対策事業者協議会HP イベント告知ページ



2/1 (木) 情報解禁 2/2(金) SNS広告開始
2/23 (金) イベント当日

JAPOCイベント告知ページ ユーザー数

期間	アクティブユーザー数
2024/01/22 (月) ~ 2024/01/28 (日)	669
2024/01/29 (月) ~ 2024/02/04 (日)	7644
2024/02/05 (月) ~ 2024/02/11 (日)	1878
2024/02/12 (月) ~ 2024/02/18 (日)	879
2024/02/19 (月) ~ 2024/02/25 (日)	6076
2024/02/26 (月) ~ 2024/03/03 (日)	800

2月1日(木)の情報解禁や、2月23日(金)のイベント実施に合わせてJAPOCホームページの来訪数が大幅に増加。インターネット上でも多くの方にリーチすることができた。

3-3: メディア掲載見本

□テレビ東京「ゆうがたサテライト」

https://www.youtube.com/watch?v=_GDRTAkM79c&list=PLirT2ByBZWrp3rhBbYkZ6Nrb9TmEHMr2U&index=3



□スポーツ紙：「スポーツニッポン」
「東京中日スポーツ」
「デイリースポーツ」にて掲載あり

□文化放送「ニュースパレード」

☐WEBニュース（テレビ朝日等）



4. 今後の展開に向けて

花粉対策製品の認証マーク（JAPOCマーク）の 認知から活用に至るまでのフロー

対法人

JAPOCマークの認知
マークの存在を
知ってもらう

●健康経営優良法人認定制度を 通じた認知度の拡大

健康経営度調査の質問票に花粉症対策に関する質問を追加済み。健康経営に取り組む企業に対する認知の向上を図る。

JAPOCマークの理解
JAPOCマーク認定制度
の意味を知ってもらう

●HPやSNS等を通じ、認証制度の 概要を拡散

JAPOCの認証制度について、経済産業省や関連業界団体のHP上へのリンク掲載をはじめ、特集記事の公開等を通じ、企業の理解を促進。

JAPOCマークの活用
JAPOCマーク取得製品
等を活用して花粉対策を
行ってもらう

対消費者

●SNSやイベントなどを通じた、 認知度・理解の拡大

今回実施したイベントのような企画を通じ、広くJAPOCマークの存在や認定制度の意味を知ってもらう。また経済産業省や関連業界団体のHP上での訴求も有効だと考える。

●店頭等でのJAPOCマークの浸透促進

店頭において消費者がJAPOCマークを認識できるような表示を行うことが求められ、今後JAPOC加盟企業等を中心とした働きかけが重要となる。

健康経営度調査の結果を用いて、企業が従業員等に対して行っている花粉症に対する取り組みと、それが離職やメンタルヘルス、プレゼンティズム等に及ぼす影響の解析を行った。

目次:

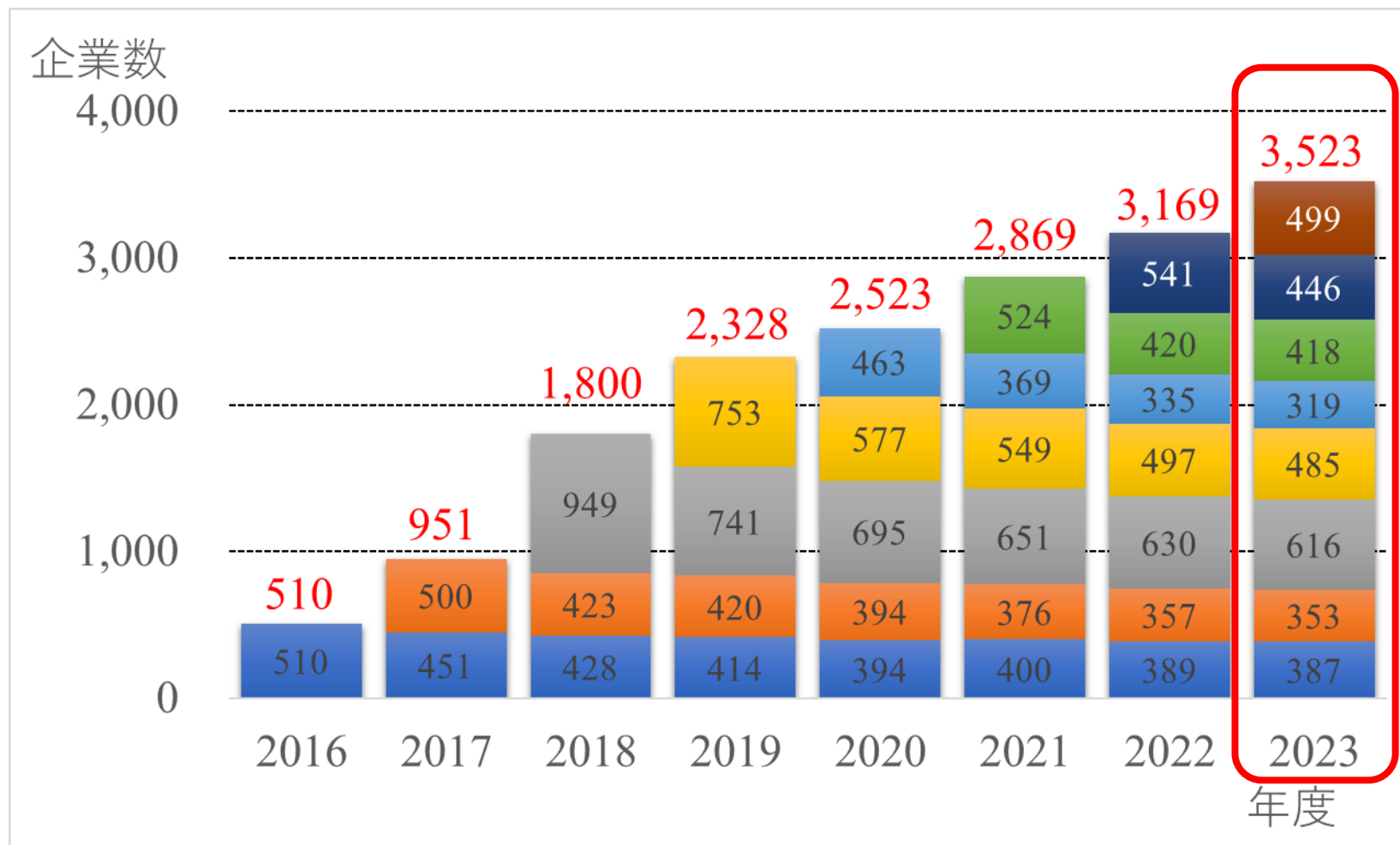
1. 健康経営度調査データの概要 参加等の状況（大企業分）
 2. 花粉症に対する取組
 3. 解析(1)離職とメンタルヘルス、花粉症対策の関係
 3. 解析(2)プレゼンティズムと花粉症対策の関係
- 補足

（調査:順天堂大学医学部 総合診療科学講座 教授 矢野裕一郎）

1. 健康経営度調査データの概要 参加等の状況(大企業分)

健康経営度調査データの概要

大企業分・2016～2023年度



件数
4,739企業
17,673レコード

2. 花粉症に対する取組

質問内容

Q56.従業員の生産性低下防止のために、どのような取り組みを行っていますか。(いくつでも)

<d. 花粉症に対する具体的な支援>

- ① 対症療法(服薬など)に対する補助・支援をしている(通院や薬の購入への補助等)
- ② 根治療法(免疫療法など)に対する補助・支援をしている
- ③ 空気清浄機の設置など職場での花粉症対策を実施している
- ④ 花粉症に合わせた柔軟な働き方を認めている(花粉飛散量が多い日の在宅勤務を推奨する等)
- ⑤ 花粉症に関するセミナー等教育を実施している(薬の飲み方、副作用への理解等)
- ⑥ その他
- ⑦ 特に行っていない

花粉症に対する具体的な支援

3523企業のうち、3396企業が回答、127企業が無回答

	該当企業数
① 対症療法(服薬など)に対する補助・支援をしている(通院や薬の購入への補助等)	847 (24.9%)
② 根治療法(免疫療法など)に対する補助・支援をしている	176 (5.2%)
③ 空気清浄機の設置など職場での花粉症対策を実施している	1989 (58.6%)
④ 花粉症に合わせた柔軟な働き方を認めている(花粉飛散量が多い日の在宅勤務を推奨する等)	692 (20.4%)
⑤ 花粉症に関するセミナー等教育を実施している(薬の飲み方、副作用への理解等)	710 (20.9%)
⑥ その他	526 (15.5%)
⑦ 特に行っていない	874 (25.7%)

花粉症に対する具体的な支援

	該当企業数
無回答	127 (3.6%)
未実施	874 (24.8%)
1項目実施	1274 (36.2%)
2項目実施	567 (16.1%)
3項目実施	360 (10.2%)
4項目実施	181 (5.1%)
5項目実施	112 (3.2%)
6項目実施	28 (0.8%)
合計	3523 (100%)

3. 解析(1) 離職とメンタルヘルス、 花粉症対策の関係

健康経営度調査の質問内容

Q56.従業員の生産性低下防止のために、どのような取り組みを行っていますか。(いくつでも)

<d. 花粉症に対する具体的な支援>

- ① 対症療法(服薬など)に対する補助・支援をしている(通院や薬の購入への補助等)
- ② 根治療法(免疫療法など)に対する補助・支援をしている
- ③ 空気清浄機の設置など職場での花粉症対策を実施している
- ④ 花粉症に合わせた柔軟な働き方を認めている(花粉飛散量が多い日の在宅勤務を推奨する等)
- ⑤ 花粉症に関するセミナー等教育を実施している(薬の飲み方、副作用への理解等)
- ⑥ その他
- ⑦ 特に行っていない

Q9.正社員の2022年度中の離職者数をご記入ください。

Q71. 正社員の疾病による休職者数・退職者数の把握状況について、ご記入ください。

(a) 年間長期欠勤・休職者数

関連項目に未回答である457企業を除外した3066企業が対象

離職率とメンタルヘルス不調

上場、業種、勤続年数、平均年齢で調整

	回帰係数	P値
メンタルヘルス不調率	0.19 (0.06, 0.33)	0.006
上場 ありvs.なし	0.14 (-0.20, 0.48)	0.431
業種 小売業vs.卸売業	1.68 (1.02, 2.33)	<0.001
サービス業vs.卸売業	-0.08 (-0.65, 0.50)	0.793
製造業vs.卸売業	-0.46 (-1.00, 0.08)	0.094
その他vs.卸売業	3.01 (2.16, 3.86)	<0.001
勤続年数	-0.51 (-0.56, -0.47)	<0.001
平均年齢	-0.10 (-0.16, -0.05)	<0.001

メンタルヘルス不調率が1%増加すると離職率が0.19%増加する
→花粉症への取組は影響する？

離職率とメンタルヘルス不調

P.30のモデルに、1項目ずつ追加した場合

	回帰係数	P値
① 対症療法(服薬など)に対する補助・支援	-0.34 (-0.69, 0.01)	0.058
② 根治療法(免疫療法など)に対する補助・支援	-0.18 (-0.86, 0.50)	0.609
③ 空気清浄機の設置など職場での花粉症対策	-0.14 (-0.46, 0.18)	0.389
④ 花粉症に合わせた柔軟な働き方	-0.80 (-1.18, -0.41)	<0.001
⑤ 花粉症に関するセミナー等教育	-0.29 (-0.67, 0.08)	0.125
⑥ その他	-0.41 (-0.83, 0.00)	0.052
⑦ 特に行っていない	0.34 (-0.02, 0.71)	0.067

④花粉症に合わせた柔軟な働き方に取り組む企業は離職率が0.8%低い

①対処療法や⑥その他の取組でも傾向あり

⑦取組を行っていない企業が離職率が0.3%高い傾向あり

離職率とメンタルヘルス不調

P.30のモデルに、7項目を追加した場合

	回帰係数	P値
① 対症療法(服薬など)に対する補助・支援	-0.14 (-0.56, 0.27)	0.493
② 根治療法(免疫療法など)に対する補助・支援	0.30 (-0.45, 1.04)	0.434
③ 空気清浄機の設置など職場での花粉症対策	0.06 (-0.39, 0.50)	0.801
④ 花粉症に合わせた柔軟な働き方	-0.74 (-1.17, -0.31)	<0.001
⑤ 花粉症に関するセミナー等教育	0.02 (-0.40, 0.43)	0.941
⑥ その他	-0.26 (-0.69, 0.18)	0.252
⑦ 特に行っていない	0.11 (-0.42, 0.67)	0.696

④花粉症に合わせた柔軟な働き方に取り組む企業は離職率が0.7%低い

離職率とメンタルヘルス不調

P.30のモデルに、実施項目数を追加した場合

	回帰係数	P値
1項目実施	-0.11 (-0.51, 0.30)	0.614
2項目実施	-0.45 (-0.93, 0.04)	0.074
3項目実施	-0.61 (-1.17, -0.05)	0.034
4項目実施	-0.75 (-1.47, -0.03)	0.042
5-6項目実施	-0.87 (-1.67, -0.07)	0.034

花粉症に対する取組6項目について、取り組む項目数が多いほど離職率が低い
P for trend 0.001

3. 解析(2) プレゼンティズムと 花粉症対策の関係

健康経営度調査の質問内容

Q56.従業員の生産性低下防止のために、どのような取り組みを行っていますか。(いくつでも)

<d. 花粉症に対する具体的な支援>

- ① 対症療法(服薬など)に対する補助・支援をしている(通院や薬の購入への補助等)
- ② 根治療法(免疫療法など)に対する補助・支援をしている
- ③ 空気清浄機の設置など職場での花粉症対策を実施している
- ④ 花粉症に合わせた柔軟な働き方を認めている(花粉飛散量が多い日の在宅勤務を推奨する等)
- ⑤ 花粉症に関するセミナー等教育を実施している(薬の飲み方、副作用への理解等)
- ⑥ その他
- ⑦ 特に行っていない

Q72.従業員の生産性や組織の活性度等についてどのような評価指標を設定し、定期的に測定していますか。(いくつでも)

SQ1.それぞれの指標をどのように測定していますか。

(b).プレゼンティズムをどのように把握していますか。

1 WHO-HPQ, 2 SPQ, 3 WLQ, 4 WFun, 5 QQmethod, 6 WPAI,

7 委託先独自指標, 8 その他

プレゼンティズムの指標

	該当企業数
無回答	1878 (53.3%)
1 WHO-HPQ	275 (7.8%)
2 SPQ	754 (21.4%)
3 WLQ	86 (2.4%)
4 WFun	98 (2.8%)
5 QQmethod	46 (1.3%)
6 WPAI	1 (0.1%)
7 委託先独自	102 (2.9%)
8 その他	283 (8.0%)
合計	3523 (100%)

定量評価可能なデータを抽出(29.2%)

	該当企業数
1 WHO-HPQ	253 (24.6%)
2 SPQ	689 (67.0%)
3 WLQ	86 (8.4%)
合計	1028 (100%)



質問票の検討が必要

プレゼンティズムの指標

	mean±SD
1 WHO-HPQ	67.7±9.3
2 SPQ	79.5±5.7
3 WLQ	93.3±2.4
合計	77.8±9.5



指標別に標準化して、全体で解析
関連項目に回答がある960企業

指標 大=損失 小
指標 小=損失 大

プレゼンティズムと花粉症対策

上場、業種、勤続年数、平均年齢で調整

	回帰係数	P値
上場 ありvs.なし	0.08 (-0.06, 0.22)	0.246
業種 小売業vs.卸売業	-0.32 (-0.62, -0.02)	0.034
サービス業vs.卸売業	-0.13 (-0.37, 0.11)	0.288
製造業vs.卸売業	-0.27 (-0.50, -0.05)	0.016
その他vs.卸売業	-0.32 (-0.68, 0.04)	0.077
勤続年数	-0.01 (-0.02, 0.02)	0.966
平均年齢	0.06 (0.3, 0.08)	<0.001

年齢・業種はプレゼンティズムと関係している
→花粉症への取組は影響する？

プレゼンティズムと花粉症対策

P.38のモデルに、1項目ずつ追加した場合

	回帰係数	P値
① 対症療法(服薬など)に対する補助・支援	-0.06 (-0.19, 0.07)	0.346
② 根治療法(免疫療法など)に対する補助・支援	-0.05 (-0.27, 0.18)	0.680
③ 空気清浄機の設置など職場での花粉症対策	0.04 (-0.10, 0.17)	0.588
④ 花粉症に合わせた柔軟な働き方	0.01 (-0.12, 0.15)	0.860
⑤ 花粉症に関するセミナー等教育	0.10 (-0.04, 0.23)	0.160
⑥ その他	0.08 (-0.07, 0.23)	0.308
⑦ 特に行っていない	-0.19 (-0.38, 0.00)	0.055

⑦取組を行っていない企業がプレゼンティズム得点が0.2低い傾向あり

プレゼンティズムと花粉症対策

P.38のモデルに、7項目を追加した場合

	回帰係数	P値
① 対症療法(服薬など)に対する補助・支援	-0.12 (-0.27, 0.03)	0.120
② 根治療法(免疫療法など)に対する補助・支援	-0.03 (-0.28, 0.21)	0.795
③ 空気清浄機の設置など職場での花粉症対策	-0.05 (-0.21, 0.12)	0.580
④ 花粉症に合わせた柔軟な働き方	-0.02 (-0.17, 0.13)	0.803
⑤ 花粉症に関するセミナー等教育	0.10 (-0.05, 0.24)	0.198
⑥ その他	0.05 (-0.11, 0.20)	0.556
⑦ 特に行っていない	-0.24 (-0.49, 0.01)	0.060

⑦取組を行っていない企業がプレゼンティズム得点が0.2低い傾向あり

プレゼンティズムの指標

	全体	プレゼンティズム
YR2016	387 (11.0%)	173 (16.8%)
YR2017	353 (10.0%)	125 (12.2%)
YR2018	616 (17.5%)	203 (19.8%)
YR2019	485 (13.8%)	176 (17.1%)
YR2020	319 (9.1%)	83 (8.1%)
YR2021	418 (11.9%)	101 (9.8%)
YR2022	446 (12.7%)	106 (10.3%)
YR2023	449 (14.2%)	61 (5.9%)
合計	3523 (100%)	1028 (100%)

YR2021から質問票に追加→参加期間長い企業が多い傾向あり

5. 調査結果

5-1:健康経営度調査を用いた、花粉症に係る調査

補足

在宅勤務と花粉症対策

Q56.従業員の生産性低下防止のために、どのような取り組みを行っていますか。(いくつでも)

<d. 花粉症に対する具体的な支援>

- ① 対症療法(服薬など)に対する補助・支援をしている(通院や薬の購入への補助等)
- ② 根治療法(免疫療法など)に対する補助・支援をしている
- ③ 空気清浄機の設置など職場での花粉症対策を実施している
- ④ 花粉症に合わせた柔軟な働き方を認めている(花粉飛散量が多い日の在宅勤務を推奨する等)
- ⑤ 花粉症に関するセミナー等教育を実施している(薬の飲み方、副作用への理解等)
- ⑥ その他
- ⑦ 特に行っていない

Q76.新型コロナウイルス感染症の流行を踏まえた対応策として、どのような取り組みを行っていますか。(いくつでも)

(b)感染予防のための対応策

- ①人との接触を避けるための多様で柔軟な勤務ルールの整備

1 在宅勤務制度を導入・整備している

在宅勤務の状況

Q56_4	Q76_b_01	無回答(なし)	あり	合計
無回答		50 (39.4%)	77 (60.6%)	127 (100%)
なし		808 (29.9%)	1896 (70.1%)	2704 (100%)
あり		44 (6.4%)	648 (93.6%)	692 (100%)
合計		902 (25.6%)	2621 (74.4%)	3523 (100%)

感染症対策として約75%の企業が在宅勤務を導入している
花粉症対策のみで導入した企業は44企業で少ない

離職率とメンタルヘルス不調

P.30のモデルに、在宅勤務の状況を追加した場合

感染症対策の 在宅勤務	花粉症対策の 在宅勤務	回帰係数	P値
なし	なし	0.0 (ref)	-
なし	あり	-1.39 (-2.83, 0.05)	0.058
あり	なし	-0.97 (-1.37, -0.56)	<0.001
あり	あり	-1.56 (-2.06, -1.06)	<0.001

感染症対策・花粉症対策としての在宅勤務を導入している企業は、離職率が低い
花粉症対策として導入した場合でも有効
P for interaction 0.291