

令和6年度ヘルスケア産業基盤高度化推進事業（職域等におけるヘルスケア産業推進事業） 報告書

内容	ページ
1. 目的	3
2. 実施内容	4
3. 健康・医療新産業協議会及びそのワーキンググループの開催支援	5
4. 健康経営施策に関する検討及び実施	6
5. 心の健康保持・増進領域でエビデンスに基づいたサービスの選択を可能とする仕組みの検討	80
6. 成果連動型民間委託契約方式（PFS）ソーシャル・インパクト・ボンド（SIB）含む）の普及に向けた環境整備	81
7. 業界団体等による自主的なヘルスケアサービスに関するガイドライン等（以下、「業界自主ガイドライン」という。）の策定に係る支援	117
別紙1：心の健康保持・増進領域でエビデンスに基づいたサービスの選択を可能とする仕組みの検討	134
別紙2：業界団体提出の年次報告	205

1. 目的

我が国の高齢化率は世界最高水準にて推移しており、老化に伴う疾患や生活習慣病への対策が喫緊の課題となっている。そのため、国民の健康・医療に対する様々なニーズに対応する新たなヘルスケアサービスを社会に実装することで、予防・進行抑制・共生型の健康・医療システムや新産業の創出・活性化の基盤となるイノベーション・エコシステムを構築し、健康長寿社会の実現を目指すことが重要である。

ヘルスケア産業の高度化に向けた具体的支援策としては、令和2年7月に官民共同の協議体として「健康・医療新産業協議会」が立ち上がり、需要喚起（企業経営層・従業員等）及び供給側（各種製品・サービス提供事業者等）への支援の両面から検討を進めている。

貴省では、同協議会において策定した「未来の健康づくりに向けた「アクションプラン 2022」」に基づき、国民が健康な生活及び長寿を享受することのできる「健康長寿社会」の形成のために、「健康経営」を推進するとともに、国民の健康増進や高齢者等の社会参加を支える質の高いヘルスケア産業の育成に取り組んでいるところである。

本事業は、産業保健や公衆衛生、地域職域連携に関連する学識経験者や専門家、保険者団体関係者、公的機関等とのネットワークを活用し、健康経営に関する制度検討及び健全なヘルスケアビジネスの育成等に向けた環境整備を総合的にサポートし、職域等における予防・健康づくりへの投資の促進を着実に進めることを目的として、健康経営の今後の施策検討、心の健康保持・増進領域を足掛かりとしたエビデンスに基づくサービス選択を促す仕組みの検討・構築、PFS/SIBの普及に向けた環境整備、業界自主ガイドライン等の策定に関する支援等を実施する。

2. 実施内容：全体像

本事業の実施事項は下記のとおり。

実施事項	実施概要
健康・医療新産業協議会及びWGの開催支援	健康・医療新産業協議会、健康投資WG及び健康経営推進検討会の委員・オブザーバー・関係省庁との連絡窓口全般、事前説明の日程調整、会議日程調整、謝金・旅費支払い、当日運営補助、資料作成補助
①「日本経済社会を支える基盤としての健康経営」施策検討・実施	
①健康経営の可視化と質向上	(ア) 健康経営の効果分析 (イ) PHR等デジタル技術の健康経営への活用に関する検討
②新たなマーケットの創出	(ア) サービス選択の仕組みに関する検討 (イ) 健康経営の国際展開に向けた検討
③健康経営の社会への浸透・定着	(ア) 資本市場等から健康経営が評価される環境整備に向けた検討 (イ) 健康経営の裾野拡大に向けた検討
②健康経営に関する問い合わせ及び承認申請等への対応	健康経営度調査及び健康経営優良法人認定申請書の情報利用に関する承認申請 過年度健康経営度調査データ・健康経営優良法人申請書データの加工・提供
③健康経営銘柄2025の選定支援	健康経営銘柄2025の選定支援、健康経営銘柄選定企業紹介レポートの作成、健康経営アワード開催支援
④心の健康保持・増進領域でエビデンスに基づいたサービスの選択を可能とする仕組みの検討	健康経営を実践する企業のエビデンスに基づいたサービス選択促進に向けた検討 健康経営を実践する企業のエビデンスに基づいたサービス選択への需要喚起 サービス提供事業者の供給力強化
⑤PFS/SIBの普及に向けた環境整備	案件組成や普及に向けた検討・支援、エビデンス整備や手引きの活用、PFSセミナーの開催・運営
⑥業界自主ガイドライン等の策定に係る支援	業界自主ガイドラインの策定・改訂支援、業界自主ガイドラインが活用される仕組みづくり、業界自主ガイドラインの位置づけに関する検討
⑦ヘルスケア産業の市場規模調査	国内外での健康経営の普及促進に係る調査ヘルスケア製品・サービスの市場規模調査

出所：日本総研作成

3. 健康・医療新産業協議会及びそのワーキンググループの開催支援

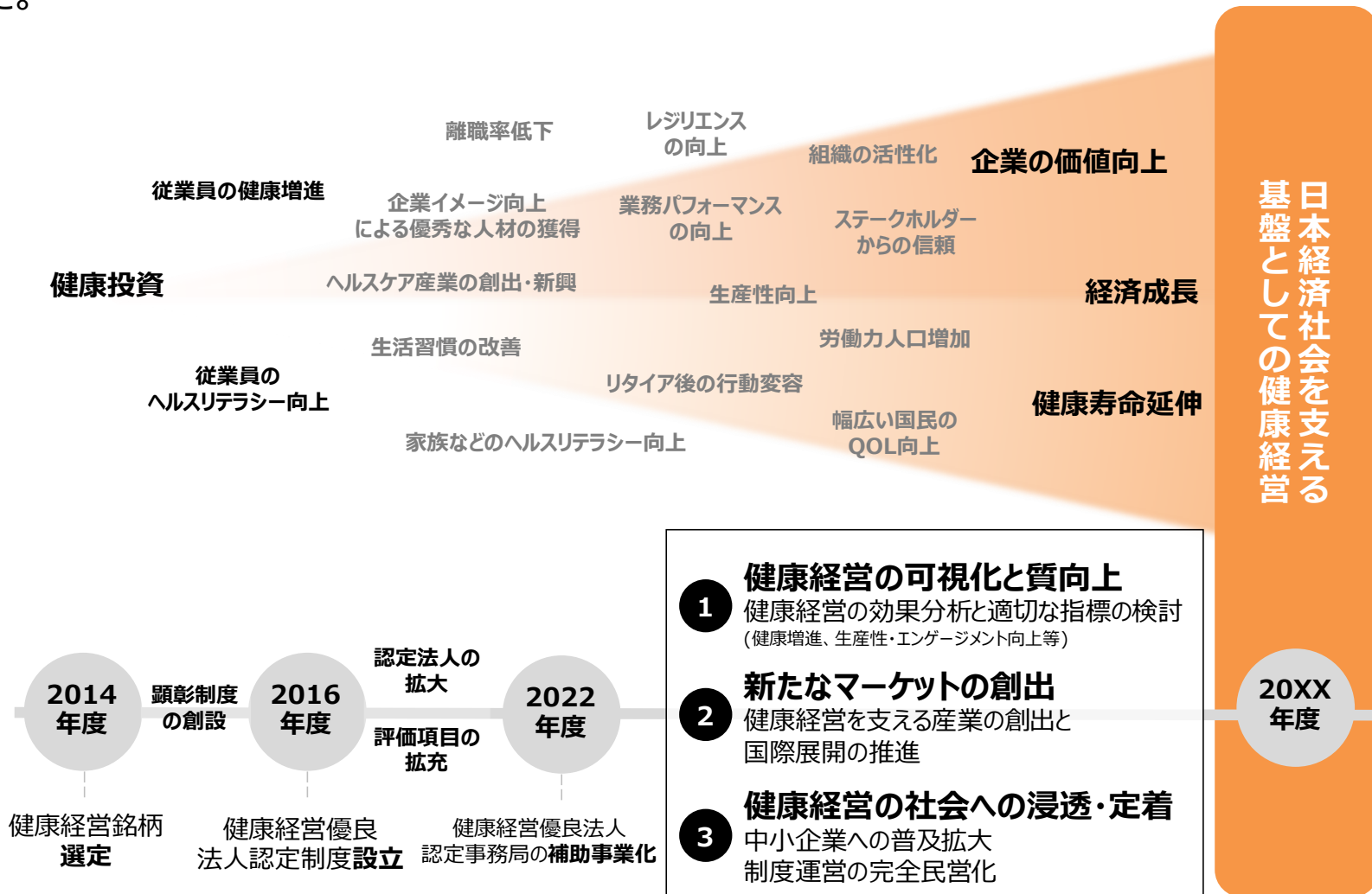
「健康・医療新産業協議会」及び「健康投資ワーキンググループ（以下、健康投資WG）」、「健康経営推進検討会」の開催支援を実施した。各開催日時・議題等は以下のとおり。

開催日時		議題等
■ 健康・医療新産業協議会		
2024年7月26日		<ul style="list-style-type: none">● 今後の協議会および各ワーキンググループの体制について● 第3期健康・医療戦略にむけて今後重点的に検討する課題について
■ 健康投資WG		
第12回	2024年7月23日	<ul style="list-style-type: none">● 目指すべき姿の実現に向けた今年度施策の方向性● 今年度の健康経営顕彰制度<ul style="list-style-type: none">● 改訂のポイント● スケジュールおよび要件設定
■ 健康経営推進検討会		
第1回	2024年12月19日	<ul style="list-style-type: none">● 健康経営推進検討会について● 今年度調査等の状況報告と今後の方向性について
第2回	2024年3月18日	<ul style="list-style-type: none">● 今年度の認定の状況報告と今後の方向性について

4. 「日本経済社会を支える基盤としての健康経営」施策検討・実施

4. 「日本経済社会を支える基盤としての健康経営」施策検討・実施

「日本経済社会を支える基盤としての健康経営」を実現するため、下記に示す3つの視点（①健康経営の可視化と質向上、②新たなマーケットの創出、③健康経営の社会への浸透・定着）を柱とした施策検討を実施した。



出所：第9回健康投資WG資料

4. 1① 健康経営の可視化と質向上 (ア) 健康経営の効果分析

健康経営の更なる普及に向けては、健康経営の効果やメリットを示し、取り組みの質の向上を促すことが求められる。健康経営の価値を可視化するため、継続的な健康経営の実践が、従業員の心身の健康状態や生産性・エンゲージメント、職場風土、企業業績・株価等にどのような効果があるかについて調査する補助事業者をサポートし、健康経営度調査回答結果から効果を分析した。

1

意識・行動変容に関する指標の分析
(生活習慣や長時間労働・有給取得状況)

2

従業員の仕事への心理状況の分析

3

健康経営に取り組むことで体感している効果

(ア) -1. 従業員の意識・行動変容に関する指標（身体的指標）

健康経営度調査の評価が高い企業（ホワイト500認定企業）ほど、生活習慣や身体的指標は良好な傾向が見られた。

従業員の健康診断結果（平均）

		適正体重維持者率 ※BMIが18.5～25未満の者	喫煙率	運動習慣者比率 ※1週間に2回、1回当たり30分以上の運動を実施している人の割合	「睡眠により十分な休養が取れている人」の割合	飲酒習慣者率 ※頻度が時々または毎日かつ飲酒日の1日当たりの飲酒量が清酒換算で2合以上の人の割合	血圧リスク者率 ※収縮期血圧180 mmHg以上または拡張期血圧110 mmHg以上の人の割合	血糖リスクと考えられる人の割合 ※空腹時血糖が200mg/dl以上の人の割合	糖尿病管理不良者率 ※HbA1cが8.0%以上の人の割合
		高いほど良い	低いほど良い	高いほど良い	高いほど良い	低いほど良い	低いほど良い	低いほど良い	低いほど良い
W500	%	64.4	19.6	27.8	62.8	16.2	0.7	0.4	0.9
	回答数	501	501	501	501	501	500	497	499
通常認定	%	62.8	24.9	25.2	60.2	17.2	1.4	1.2	1.2
	回答数	2634	2765	2684	2675	2656	2596	2614	2486
不認定	%	62.1	25.7	23.6	60.3	16.0	1.2	1.6	1.2
	回答数	36	33	33	33	32	33	32	28
調査回答のみ	%	61.9	26.0	25.6	59.9	17.6	2.4	1.7	1.4
	回答数	258	286	260	261	254	257	254	231
総計	%	63.0	24.3	25.6	60.5	17.1	1.3	1.2	1.2
	回答数	3429	3585	3478	3470	3443	3386	3397	3244

出所：令和6年度健康経営度調査Q66回答結果を基に作成

(ア) -1. 従業員の意識・行動変容に関する指標（有給休暇取得）

健康経営度調査の評価が高い企業（ホワイト500認定企業）ほど、休みがとりやすい傾向が見られた。

正社員の労働状況（平均）

		平均年次有給休暇取得率	平均年次有給休暇取得日数	平均有給特別休暇取得日数
		高いほど良い	多いほど休みやすい	多いほど休みやすい
W500	%	76.1	14.8	2.7
	回答数	501	501	484
通常認定	%	69.7	13.0	2.4
	回答数	2818	2826	2626
不認定	%	64.8	11.8	2.5
	回答数	40	41	37
調査回答のみ	%	69.2	12.8	2.5
	回答数	350	359	286
総計	%	70.5	13.2	2.5
	回答数	3709	3727	3433

出所：令和6年度健康経営度調査Q69回答結果を基に作成

(ア) -2. 従業員の仕事への心理状況

健康経営度調査の評価が高い企業（ホワイト500認定企業）ほど、仕事への心理状況は、良好な傾向が見られた。

従業員の仕事への心理状況 ポジティブ回答比率（平均）

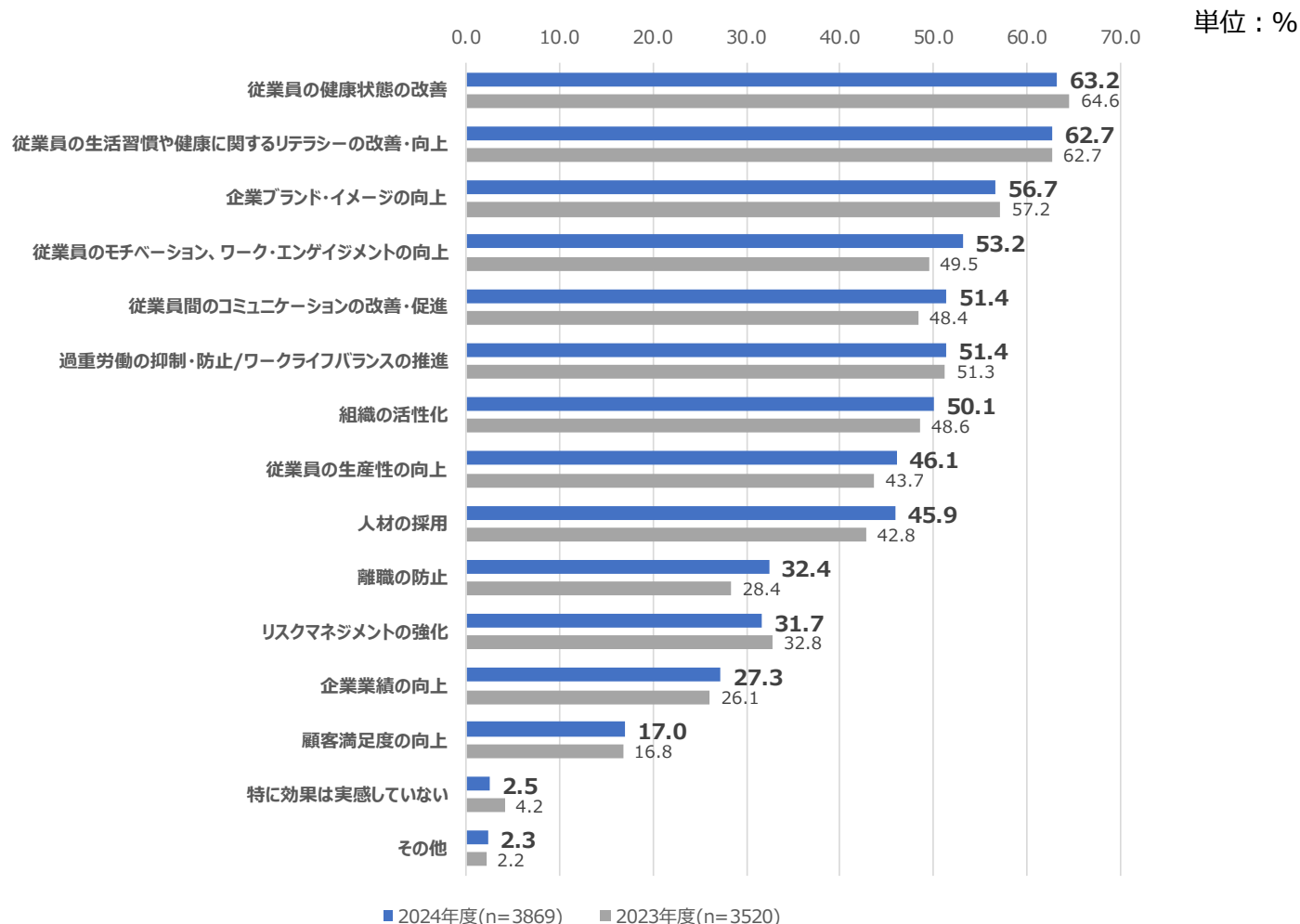
		「仕事に満足だ」	「働きがいのある仕事だ」	「仕事をしていると、 活力がみなぎるように感じる」	「自分の仕事に誇りを感じる」
		高いほど良い	高いほど良い	高いほど良い	高いほど良い
W500	％	65.4	69.6	47.8	67.3
	回答数	446	446	291	280
通常認定	％	61.4	65.7	45.1	61.6
	回答数	1957	1954	1000	967
不認定	％	60.4	66.6	51.1	66.3
	回答数	24	24	13	10
調査回答のみ	％	61.9	65.2	43.8	59.4
	回答数	196	194	91	87
総計	％	62.1	66.3	45.6	62.7
	回答数	2623	2618	1395	1344

出所：令和6年度健康経営度調査Q68回答結果を基に作成

(ア) -3. 健康経営に取り組むことで体感している効果

健康状態の改善やリテラシーの向上だけでなく、従業員のモチベーションやコミュニケーション改善・促進等が上位に挙がった。

健康経営に取り組むことで体感している効果（複数選択）



出所：令和6年度健康経営度調査Q79、令和5年度健康経営度調査Q79回答結果を基に作成

4. 1 ① 健康経営の可視化と質向上(イ)PHR等デジタル技術の健康経営への活用に関する検討

健康経営度調査においては、2023年度の調査票から保険者と事業主間の健診データの共有やマイナポータルとの連携を見据えた設問を設けた。先進的な企業においては、既にPHRを活用した健康増進の取組も増えており、データによって健康状態が可視化できることから、健康経営におけるデジタル技術の活用可能性に関して検討した。具体的な実施事項は下記3点である。

1

企業ヒアリングを通じた健康経営におけるPHRの活用仮説検討

2

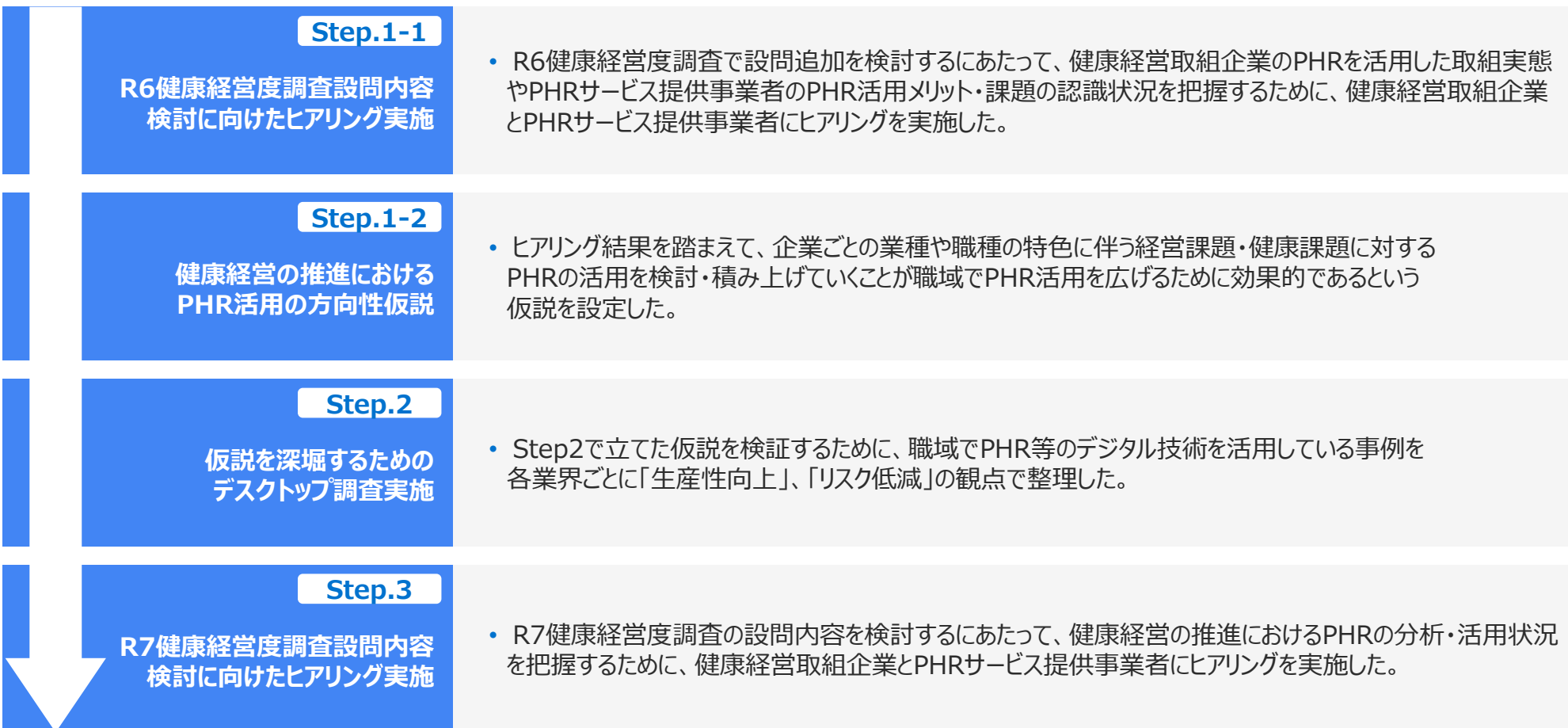
健康経営推進におけるPHR活用事例調査

3

企業でのPHR分析・活用状況に関するヒアリング調査

(イ) -0. 検討の全体像

下記4つのステップにより本検討を実施した。



(イ) -1. ヒアリング対象企業

PHRサービスの導入に対してポジティブな企業/ネガティブな企業、
PHRサービスを提供している企業の3つの属性に対してヒアリングを実施した。

#	属性	企業
1	PHRサービスの導入に対して ポジティブな企業	A社
2		B社
3	PHRサービスの導入に対して ネガティブな企業	C社
4		D社
5		E社
6		F社
7		G社
8	PHRサービスを提供している企業	H社
9		I社

(イ) -1. ヒアリング結果

活用しているPHRデータは歩数が多く、食事や睡眠データは活用方法が不明瞭であるため、活用できていない状況であった。個人情報の取り扱いは各社でルールを定めて厳重な管理体制を構築している。

健康経営の施策策定で 活用している情報

- **健康診断の問診内容、健康診断結果、ストレスチェック、従業員に対する各種健康アンケート結果**を活用している企業が多い。

ライフログの活用内容

- 導入したPHRアプリで取得した**歩数**を活用して**ウォーキングイベント**を開催し、従業員の**健康意識向上**や**行動変容**を促している企業が多い。
- アプリ上で食事や睡眠データを取得しているものの、これらを集計データとして分析活用している企業は存在しなかった。これらのデータに関しては**具体的な活用方法に悩んでいる**企業が多い様子であった。

従業員の個人情報に対する 配慮や対応

- 基本的には利用する個人情報の範囲を明確にした上で、利用目的を開示し、**従業員の同意**を取得している。
- PHRサービス導入企業はサービス提供事業者から集計データを受け取るので、従業員個人のデータを受け取ることはない。
- 産業医などの専門職、人事担当者といった**属性ごとに扱える個人情報のレベルを設定**している企業が多い。

出所：日本総研作成

(イ) -2. ヒアリング結果を踏まえたPHR積極的導入に向けたハードル・課題

健康経営実践企業の多くはPHRアプリを健康管理システムの付帯サービスとして導入しており、ウォーキングイベント以外での活用方法を描けていない様子であった。費用対効果を懸念する企業が多い中でPHRの活用を普及するには企業の経営・健康課題に基づいたアプローチを検討する必要がある。

	PHR積極的導入に向けたハードル	ハードルを踏まえた課題
健康経営実践企業	<ul style="list-style-type: none">健康経営の文脈でPHRアプリの具体的な活用方法が分からない。	<ul style="list-style-type: none">PHRの活用法として、ウォーキングイベントのような従業員の健康とコミュニケーションに働きかけることができるアプローチは多くの企業が実践しているが、それ以外の利用シーンが見出せていない<ul style="list-style-type: none">➤ 企業が健康経営でPHRを活用する動機が不明瞭であるため、普及に至らないのではないか

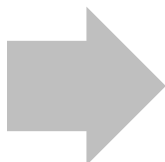
費用対「効果」は、PHRを活用することが、企業リスク・課題に対する効果があるかという問いに対して解を出していく必要がある。
ライフログの活用・データ分析を出発点にするのではなく、
企業ごとの業種や職種の特色に伴う経営・健康課題に対するPHR活用を検討・積み上げていくのがよいのではないか。

(イ) -2. ヒアリング結果を踏まえた、PHR普及に向けての検討軸

前回の打ち合わせ内容を踏まえて、今後PHRの活用を普及するために、「リスクを減らすためのPHRの活用」と「より生産性を向上するためのPHR活用」の2つの検討軸があると整理した。

PHR活用を普及するための検討軸

職域でPHRを活用することによる価値や必然性が明確になっていない



1

企業にとっての切迫性が高く、
(=健康リスクと本業の関係性が強い)
リスクを減らすためのPHRの活用

- (参考例)
運輸業界がドライバーの事故リスクを減らすために睡眠データを活用している事例

2

企業にとっての切迫性は低いが、
(=健康リスクと本業の関係性が弱い)
より生産性を向上するPHRの活用

- (参考例)
製造業がさらなる健康経営の取り組みとして睡眠データと生産性のデータを組み合わせ、組織の課題を可視化把握することにつなげている事例

(イ) -2. 職域でPHR等デジタル技術を活用している事例調査（調査設計）

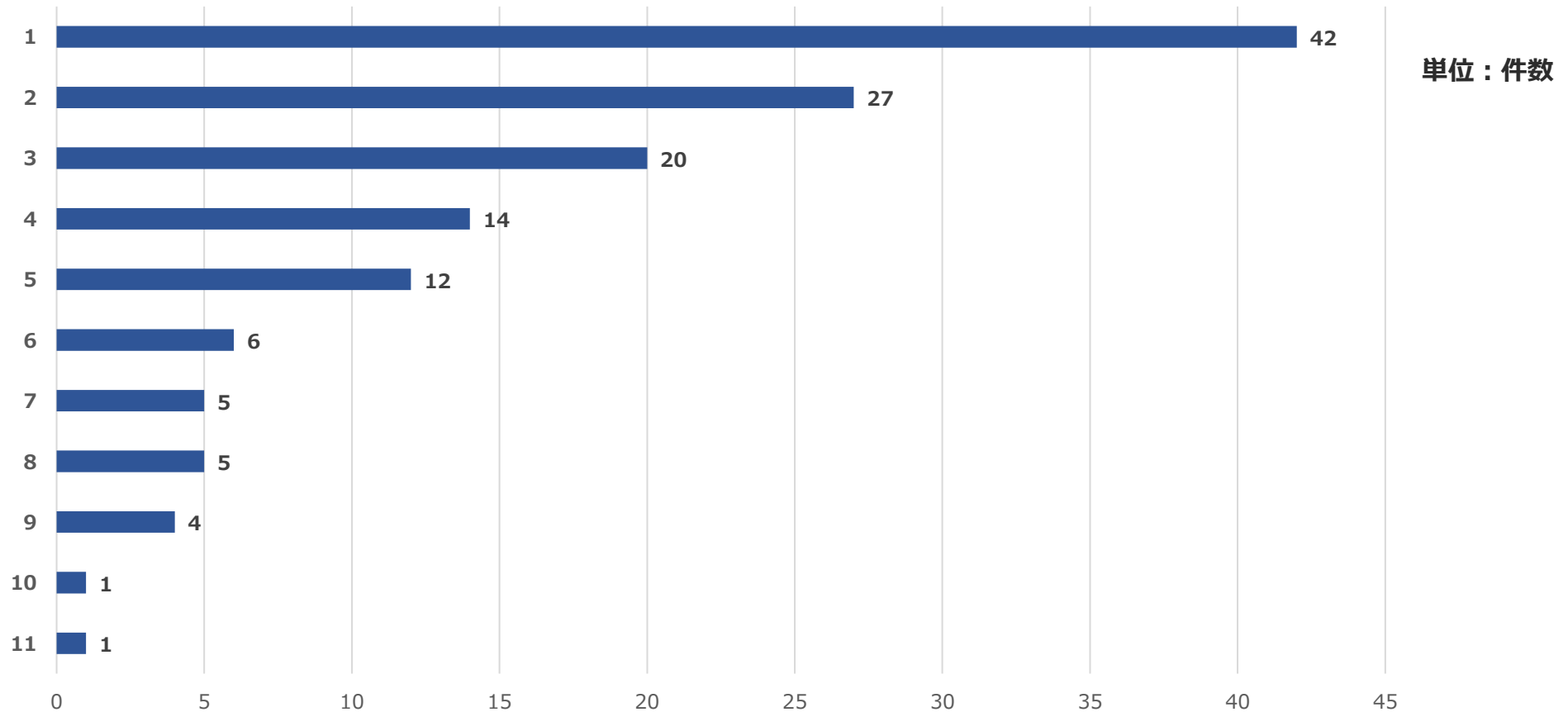
職域でPHRを活用している事例を調査するための調査手法を下記に整理した。

1	調査目的	<ul style="list-style-type: none">● 業種ごとにPHRを活用している目的と理由を整理し、業種ごとの違いを明らかにすることで、今後の打ち手を検討するための材料を得る。
2	調査媒体	<ul style="list-style-type: none">● Google記事検索（HP情報・ニュースリリース）
3	調査対象国	<ul style="list-style-type: none">● 日本国内の事例
4	検索キーワード	<ul style="list-style-type: none">● 「業種に関連するキーワード」×「PHRを取得するデバイスに関連するキーワード」で検索<ul style="list-style-type: none">➢ （水産業界 OR 農林業界 OR 鉱業業界 OR 建設業界 OR 食料品業界 OR 繊維製品業界 OR パルプ・紙業界 OR 化学業界 OR 医薬品業界 OR 石油・石炭製品業界 OR ゴム製品業界 OR ガラス・土石製品業界 OR 鉄鋼業界 OR 非金属業界 OR 金属製品業界 OR 機械業界 OR 電気機器業界 OR 輸送用機器 OR 精密機器業界 OR 製造業界 OR 電気・ガス業界 OR 陸運業界 OR 海運業界 OR 空運業界 OR 倉庫・運輸関連業界 OR 情報・通信業界 OR 卸売業界 OR 小売業界 OR 銀行業界 OR 証券業界 OR 商品先物取引業界 OR 保険業界 OR 不動産業界 OR サービス業界） AND （健康データ管理デバイス OR 健康管理アプリ OR 健康状態把握デバイス OR 健康状態可視化デバイス OR 睡眠状態計測デバイス OR ストレス計測デバイス OR 疲労度計測デバイス）

(イ) -2. 職域でPHR等デジタル技術を活用している事例調査（調査結果①）

職域でPHRを活用している事例は全137事例確認することができ、陸運業界と情報・通信業界が中心であった。

事例数 137事例



(イ) -2. 職域でPHR等デジタル技術を活用している事例調査（調査結果②）

職域でPHRを活用している事例を各業界ごとに「生産性向上」、「リスク低減」の観点で整理した。交通事故や作業事故リスクに直面する業界ではリスク低減の観点でPHR活用が進んでいる。

PHR活用目的	業界 ※複数の目的を包含している事例は重複してカウントしている					
	製造 42品	運輸 27品	情報・通信 20品	建設 14品	サービス 12品	金融・保険 6品
生産性向上	33	3	16	5	11	6
健康意識向上や健康習慣形成での活用が中心であるが、中には従業員が最適な配置やコンディションで働けるようにするため職場環境整備の取り組みが存在した。						
リスク低減	9	24	4	10	1	0

運転など交通事故リスクが高い環境下や屋外・高所など作業事故リスクが高い場所で業務に従事している従業員を抱える業界ではリスク低減の観点でPHR活用が進んでいる。

(イ) -2. 職域でPHR等デジタル技術を活用している事例調査（調査結果③）

事例数は少ないが、農林業界では農地など危険な場所や屋外で業務に従事するため、熱中症予防や転倒防止などの観点でPHR活用を推進できるのではないかと考えられる。

PHR活用目的	業界 ※複数の目的を包含している事例は重複してカウントしている				
	不動産 5品	商業 5品	水産・農林 4品	電気・ガス 1品	その他法人 1品
生産性向上	4	5	1	1	1
リスク低減	1	0	3	0	0

事例数は少ないが、屋外の業務に従事する作業員を抱えている業界であるため、リスク低減の観点でPHRを活用できる余地があると考えられる

(イ) -3. R7健康経営度調査設問内容改訂に向けた検討

R6の健康経営度調査の結果を踏まえて、健康経営取組企業のPHR活用促進に向けた設問改訂を検討するべく、PHRを分析・活用している健康経営取組企業とPHRを分析・活用できるサービスを提供する事業者へヒアリングを実施した。

#	属性	企業
1	PHRを分析・活用できる サービスを提供する事業者	A社
2		B社
3	PHRを分析・活用している 健康経営取組企業	C社

(イ) -3. ヒアリング結果まとめ

PHR集計データと健康診断結果等のデータを組み合わせて分析することは難しいため、PHRデータを分析し活用できる用途が限られている状況である。

健康経営における PHRデータの分析活用 の実態

- PHRサービス上で、集計データとして従業員の健康情報を閲覧し、施策の検討等に活用することができる。しかし、健康診断結果のようなデータとPHRデータを組み合わせて分析することはサービスの設計上難しい。
- PHRサービスで取得した歩数データを活用した取り組みを実施し、取り組みの効果を検証している企業は多いが、取得した食事や睡眠データを活用した取り組みを実施し、取り組みの効果を検証している企業は確認できなかった。

健康経営コンサルティング提供企業向けの自己宣言制度運営に関して補助事業者を支援した。また、2025年度より認証制度を必須条件にするといった制度変更の議論を先導した。

コンサルティング自己宣言制度のアップデート

健康経営コンサルティング企業の質の向上を目的として、事業者自らがサービス品質を担保することを自己宣言する制度の運用を6月より開始。

開始当初から、宣言企業数は増加しており、2025年3月現在**103社**の健康経営コンサルティング企業が自己宣言済み。



健康経営コンサルティング自己宣言
ロゴマーク

R7年度

<健康経営コンサルティング自己宣言ガイドライン_2025>

4.2.2 健康経営コンサルティング提供に関わる遵守事項⁴⁾
健康経営コンサルティングを提供するにあたってそのプロセスを担保するために健康経営コンサルティング事業者に以下の要件を求めることにする。⁴⁾

図表 3 健康経営コンサルティング提供に関わる遵守要件⁴⁾

遵守要件 ⁴⁾	具体的な内容 ⁴⁾
	従業員の健康保持・増進のみに留まらず、企業の生産性向上や最終的な企業価値向上を見据え、全社的かつ主体的な健康経営推進を目指したコンサルティングを提供すること ⁴⁾
	自社においても健康経営に取り組んでおり、最新年度の健康経営優良法人に認定されていること ⁴⁾
	価値を向上するために必要な運用手順を明確にしていること ⁴⁾
全般 ⁴⁾	顧客と定期的に協議の場を設ける等、顧客とのコミュニケーションをとること ⁴⁾
	コンサルティングサービスを提供するにあたって、具体的なサービス内容、金額、スケジュールに関して顧客と合意を得たうえでサービスを提供していること ⁴⁾
	顧客の健康経営に係る法令・規制要求事項等の適合を確認していること ⁴⁾

健康経営コンサルティング自己宣言2025の申請が3/17から開始！

<変更点>

- 健康経営コンサルティング自己宣言2025より、宣言法人が最新の健康経営優良法人認定を取得していることを要件として追加。

<お知らせ>

- 健康経営コンサルティング 自己宣言制度申請事業者は、年度ロゴマークの利用申請の際に、自己宣言書の内容に相違がないこと、または自己宣言書を再提出する。
- 「ACTION！健康経営」で年度ロゴマークのご案内について健康経営優良法人認定事務局より告知。

※4/1に健康経営コンサルティング自己宣言2025リストを「ACTION！健康経営」で公開予定

4. 1 ② 新たなマーケットの創出(イ) 健康経営の国際展開に向けた検討

健康経営の国際展開に向けた検討においては、OECDとの連携によるグローバルにおける健康経営の国際普及活動、タイにおける顕彰制度の実施に向けた基礎検討を実施した。

1

OECDを通じたグローバルにおける健康経営の国際普及活動

2

タイにおける顕彰制度の実施に向けた基礎検討

(イ) -1. 健康経営の国際普及活動

OECD Cogito にて「Healthy minds, healthy businesses: Prioritising mental health in SMEs」として、健康経営に関する記事を寄稿し、国際的な健康経営の普及活動を行った。

OECD Cogito blog



HEALTHY MINDS, HEALTHY BUSINESSES: PRIORITISING MENTAL HEALTH IN SMEs

📅 04 July 2024 👤 Taisuke Hashimoto, Makiko Yamazaki, Ryosuke Kawachimaru and Giorgia Ponti 📁 Health, SMEs 💬 Comments Off

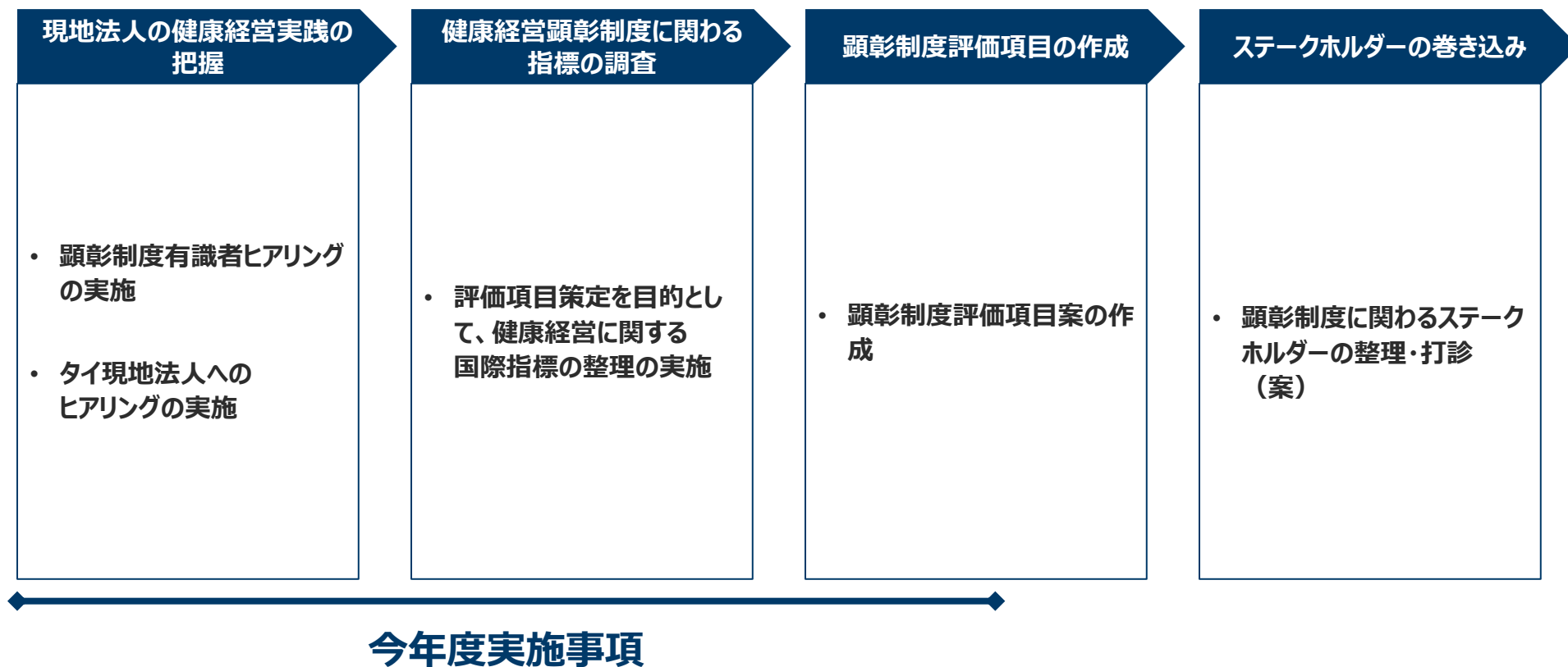
In an increasingly fast-paced work environment, workplace mental health and well-being isn't just a "side issue" — it's becoming central to our productivity and prosperity.

The World Health Organisation (WHO) [reports](#) that 15% of working-age adults have experienced poor mental health at work at any point in time, and the decline in productivity caused by depression and anxiety is estimated to cost USD 1 trillion. A recent [OECD report](#) found that 2 out of 5 full-time employees across OECD countries suffer from stress, which was heightened as a result of the COVID-19 crisis.

出所 : OECD Cogito「Healthy minds, healthy businesses: Prioritising mental health in SMEs」

(イ) -2. タイにおける顕彰制度の実施に向けた基礎検討

本年度、タイにおける顕彰制度の実施に向けた基礎検討として現地法人へのヒアリング調査、顕彰制度のかかわる国際指標の調査を実施した。また、顕彰制度評価項目の作成に関してISO25556と整合性を取るための議論を実施した。



(イ) -2. タイにおける顕彰制度の実施に向けた基礎検討 | ヒアリング結果のまとめ①

従業員の健康に関する実態

- タイの中ではNCDsが原因で一番人が亡くなっている。76%はNCDsが原因である。76%のうち50%は働いている年齢の方々であり経済損失も大きいとされている。
- これは、健診を行っておらず健康状態に知る機会がないことや、高齢化の進行、糖分や塩分の多可が要因としてあげられる。
- 一方、メンタルヘルス、睡眠負債など日本で顕在化している健康課題は小さい。

タイの従業員の特徴

- 日本と比較すると、オフィスワーカーは女性中心であり、かつ管理職も女性が多い。倉庫の力仕事や、空港や港で荷物を扱うものは男性が中心になる。
- 55歳定年退職の会社も多いため、50歳を超えた方の企業での立ち位置も日本とは異なり高齢の部類に入る。

健康経営の取り組みの特徴

- スポーツ大会などチームイベントと絡めた健康経営の取り組みが一般的である。また、イベントの際にはインセンティブを付与することで取り組みを促進している。
- 日本企業では、会社の福利厚生としてとして医療保険を提供しているケースもある。

健康経営推進に関する日本支社の関わり

- 健康経営に関して日本本社の介入はほとんどないことは共通した意見である。

(イ) -2. タイにおける顕彰制度の実施に向けた基礎検討 | ヒアリング結果のまとめ②

タイにおける 顕彰制度に関わ る評価項目

- 日本の企業はタイを中心にアジア展開を考えている。バンコクの6000社の日本企業をうまく使うことは有効である。本社からの働きかけは必須であり、追加でタイ版の健康経営のインデックスがあると良い。
- 日本の健康経営度調査は労働安全性の項目があるが、タイは法律が緩いため、経産省の方で理想的な健康経営として簡易的に作る方が良い。

タイにおける 健康経営の訴 求ポイント

- タイ人の求職者から見て日系企業は福利厚生が手厚いといったイメージを持たれており、健康経営そのものではないが、福利厚生を重要視するニーズも一定もある。
- 職場を選ぶ際のポイントとして福利厚生の一環として健康に関する取り組みの導入を訴求するのも一案である。

健康経営普及 のルート

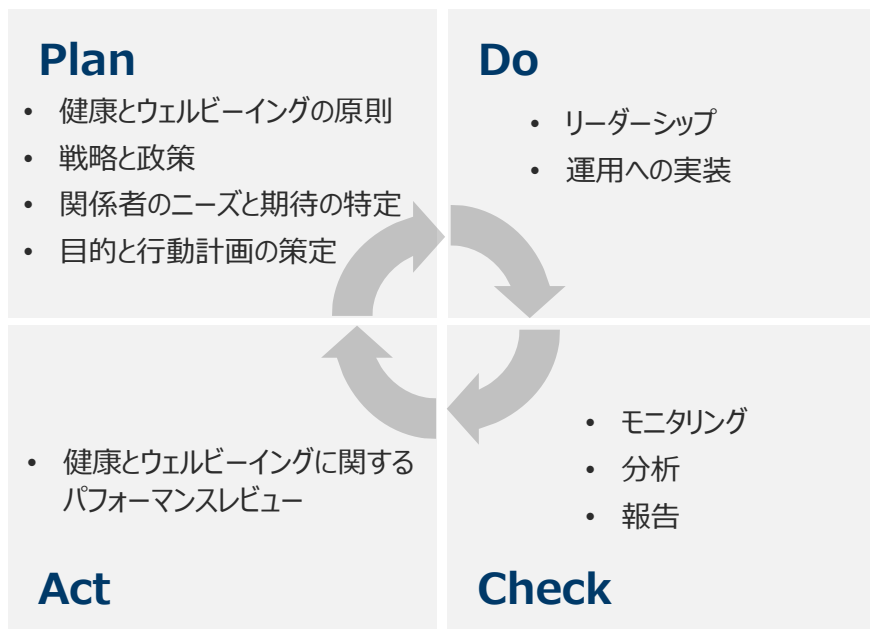
- バンコク日本商工会には多くの企業が参加しており、現地日本企業へ健康経営を浸透するためにバンコクの日本商工会を活用し広報を進めるのも一案である。

(イ) -2. タイにおける顕彰制度の実施に向けた基礎検討 | 既存指標の調査

PAS3002は健康とウェルビーイングに関する組織の行動規範をPDCAの枠組みで規定をしており、5段階で評価する。

PAS3002における健康とウェルビーイングに関する原則

PDCAの枠組みで健康とウェルビーイングに関する原則を規定



健康とウェルビーイングの評価モデル

PDCAの枠組みで5段階評価

Level	Plan	Do	Check	Action
5	行動計画は定期的に更新される	対象者が行動へ参加しており、質の向上が向上している	分析結果は、計画の更新により、質の向上が向上して新に効果的に使用されている	改善されたパフォーマンス目標が設定されている
4	適切な行動計画とパフォーマンス目標が決定されている	対象者に対する改善支援が実施されている	対策の有効性が評価されている	見直し結果がアクションプランに反映されてる
3	ニーズの特定と目的が決定されている	優先順位付けが行われる	パフォーマンスに関する適切なデータ管理が実施されている	パフォーマンス目標に対して適切なレビューが行われる
2	組織の方針に含まれる	トップマネジメントと従業員の役割と責任が認識されている	いくつかの情報を得ることができている	定期的な見直しが行われている
1	ポリシーの決定なし	リーダーの決定なし	データを取得していない	レビューなし

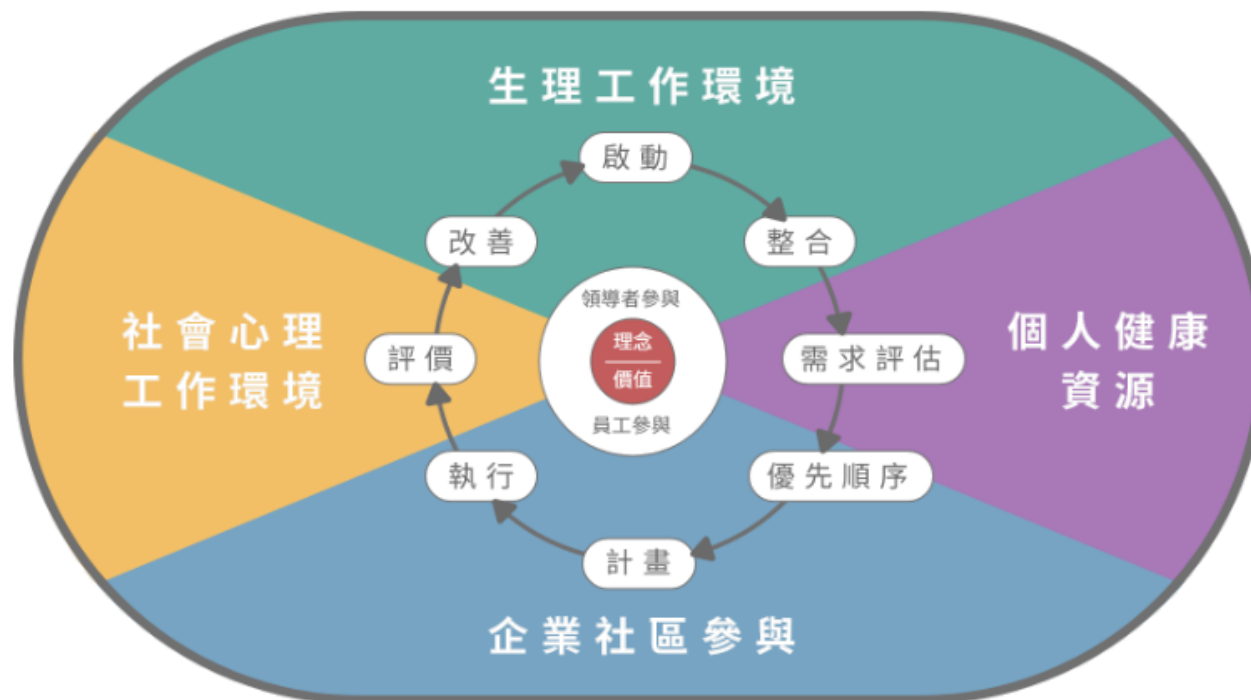
出所 : PAS 3002「Code of practice on improving health and wellbeing within an organization」

(イ) -2. タイにおける顕彰制度の実施に向けた基礎検討 | 既存指標の調査

生理的・心理的労働環境整備、個人の健康管理、企業コミュニティ（従業員、家族、顧客）の健康の評価フレームをPDCAの観点より評価を行っている。

台湾健康職場認証の評価フレーム

企業/組織のリーダーシップ、従業員の共同参加をコアバリューとし、
生理学的労働環境、心理社会的労働環境、個人の健康資源、企業コミュニティ観点より
継続的なプロセスに従い改善を実施することを評価フレームとして設定



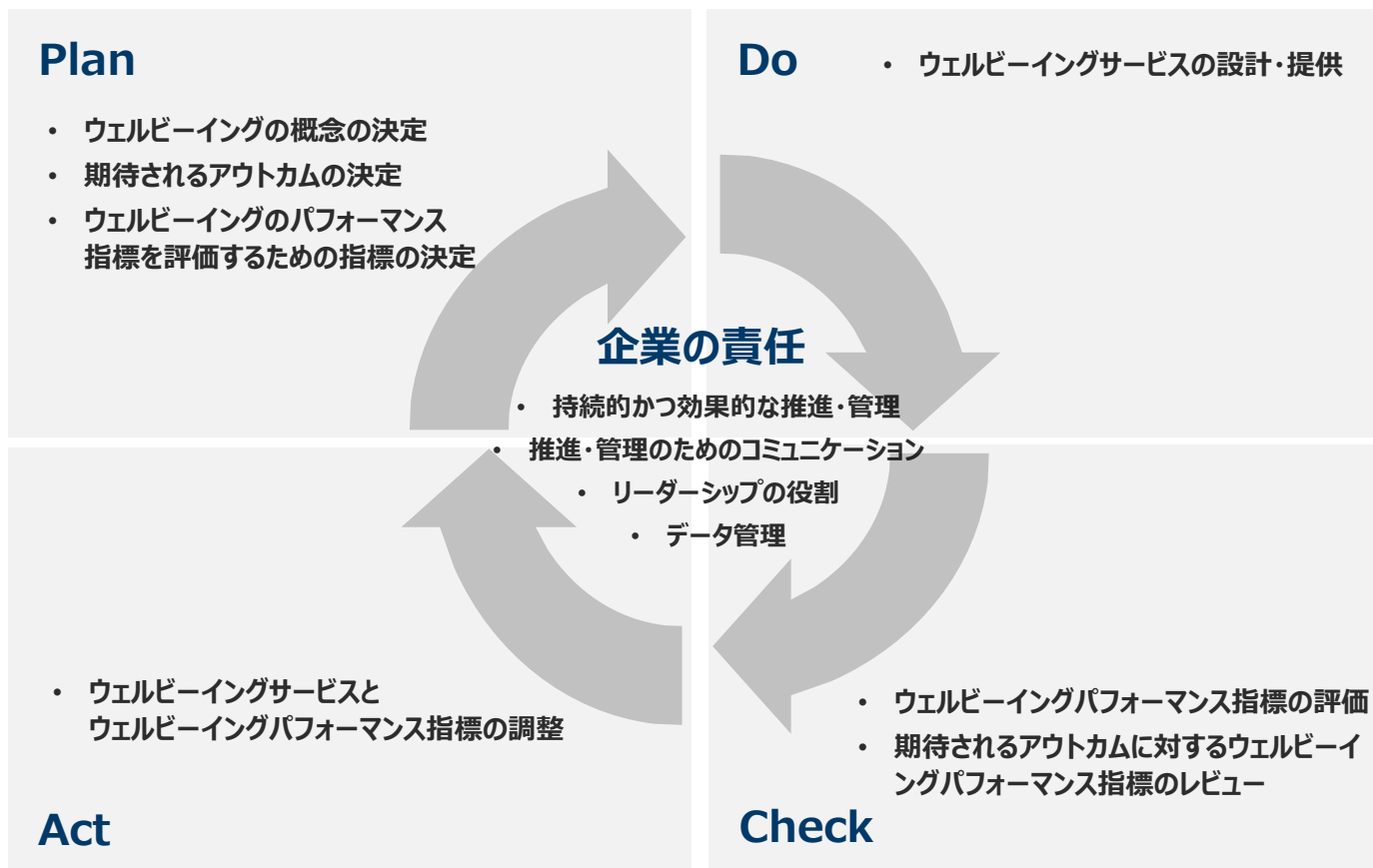
出所：衛生福利部（[國健署健康職場資訊網](#) | [健康職場認證](#)）より日本総研作成

(イ) -2. タイにおける顕彰制度の実施に向けた基礎検討 | 既存指標の調査

ISO25554は企業におけるウェルビーイングサービスの提供の枠組みを提示している。

ISO25554の概要

ISO25554ではコミュニティにおいてウェルビーイングを促進する際の
フレームワークを提示



出所：ISO25554より日本総研作成

4. 1 ③ 健康経営の社会への浸透・定着(ア) 資本市場等から健康経営が評価される環境整備に向けた検討

資本市場において、人的資本やサステナビリティ等を示す非財務情報への着目が加速している。投資判断の指標としても、非財務情報で示される無形資本を評価する傾向が高まっているとの指摘もあり、資本市場から評価される環境整備の一環として健康経営と人的資本等の関係性を示す等が必要と考えられる。補助事業者が実施する調査を支援する観点で、調査・検討を実施した。なお、整理・検討した内容については、補助事業者が作成した健康経営ガイドブックの内容として組み込み、情報を発信した。

1

健康経営と人的資本等との関係の整理

2

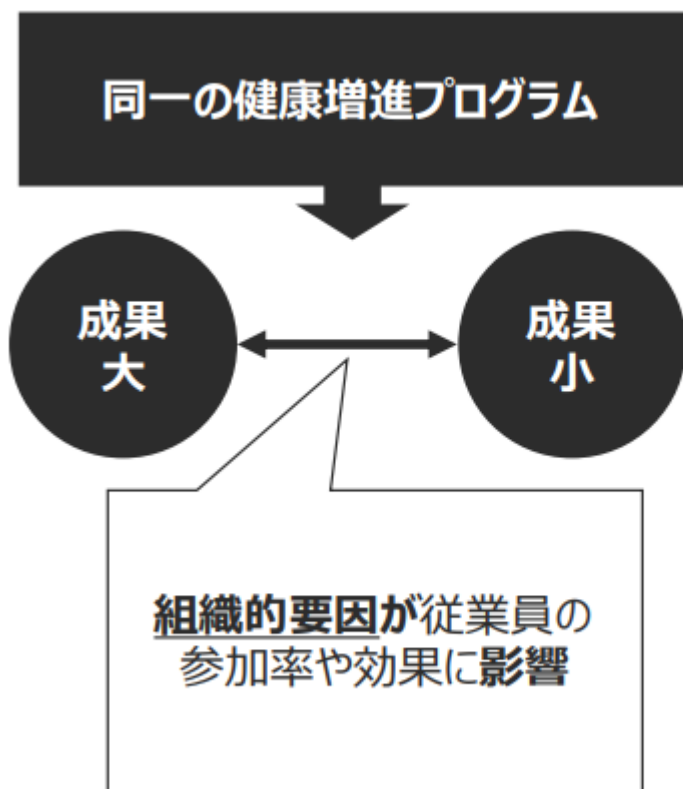
投資家が非財務情報として着目する内容の整理

3

健康経営戦略マップのフレームの修正・検討

(ア) -1. 健康経営の効果と効果に影響する組織的要因

健康経営の実践による効果は、従業員の健康に対する意識・行動変容につながるだけでなく、労働生産性や、従業員の仕事に対する心理状態、業務パフォーマンス向上との関係が示されてきた。また、近年、健康増進プログラムの成果や費用対効果に影響を及ぼす組織的要因についても指摘がなされている。



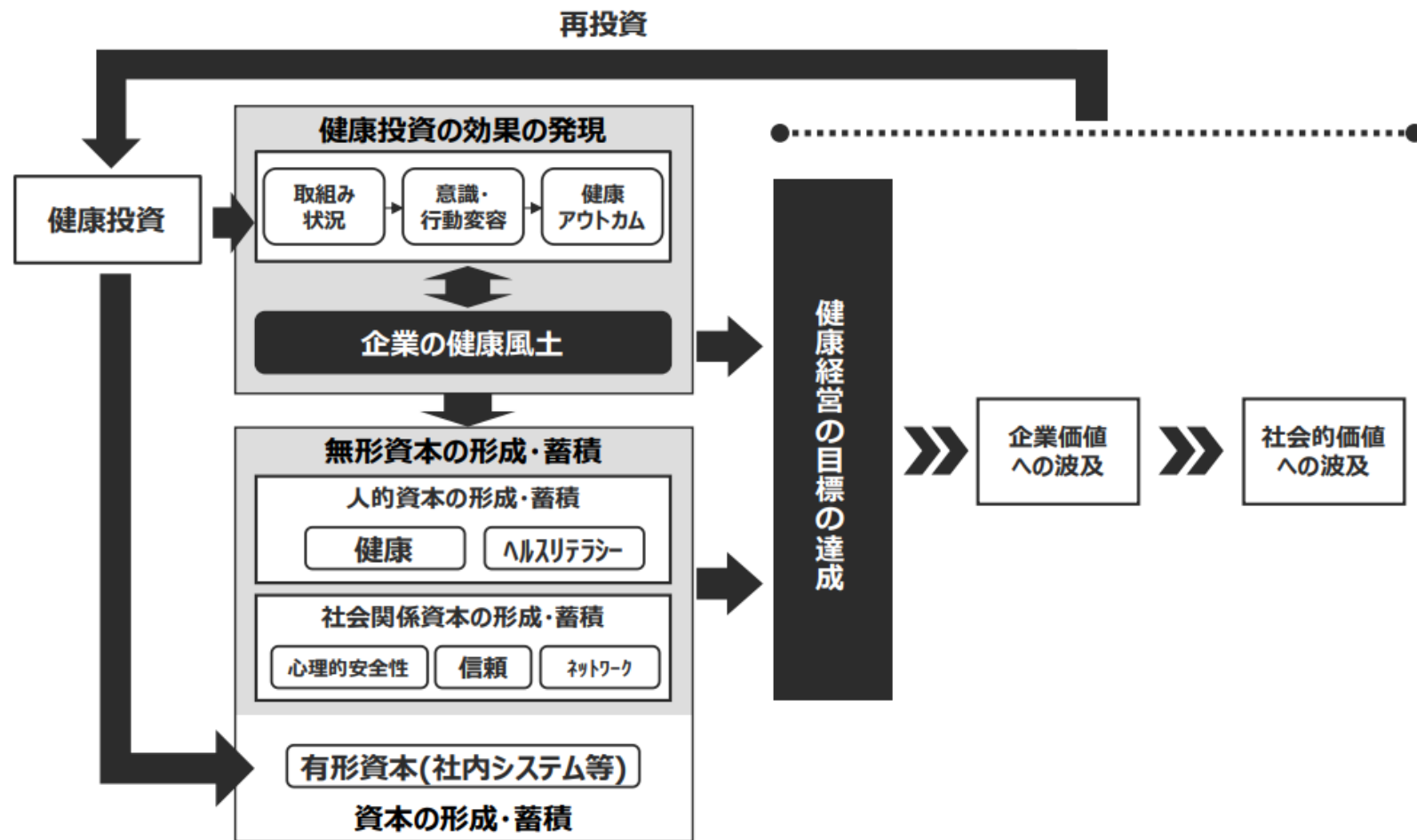
Taitelら（2008）による米国での調査では、従業員のコミュニケーションと組織のコミットメントレベルと、HRA（Health Risk Assessment）完了率との関係を調査。HRA完了率を50%とする場合、コミュニケーション・コミットメントレベルが低い場合は、インセンティブが120ドル@人必要であるが、高い場合は40ドル@人で抑えられることもあるとしている。

原出典：Michael S Taitel et al. "Incentives and other factors associated with employee participation in health risk assessments" J Occup Environ Med, 2008 Aug;50(8):863-72

出所：ACTION！健康経営「健康経営ガイドブック 健康経営優良法人認定事務局編2025年3月版」より引用。
https://kenko-keiei.jp/wp-content/uploads/2025/03/guidebook2025_03.pdf

(ア) -1. 健康投資による人的資本・社会関係資本の形成・蓄積

資本の形成・蓄積の観点から見ると、健康経営は、人的資本と社会関係資本という 2つの資本に投資し続けることで、企業価値向上を目指す経営手法である。



出所：ACTION！健康経営「健康経営ガイドブック 健康経営優良法人認定事務局編2025年3月版」より引用。
https://kenko-keiei.jp/wp-content/uploads/2025/03/guidebook2025_03.pdf

参考) 人的資本の定義

人的資本の定義は、様々な定義がなされている。経済活動に関連する能力などとして整理がなされてきたが、OECDではより広く定義を行い、身体的・精神的健康と同様にやる気なども定義の中に含めている。

人的資本 概念の起源

- 「すべての住民や社会構成員の獲得した有用な能力」の重要性が強調され、個人はそのような能力を得るために費用を負担し、一度獲得した能力は「当該個人が体得した資本」となる (アダム・スミス、1776)

人的資本投資による経済 状態を強調

- 生得 (未熟練) 労働を熟練労働と区別するために、「**習得した技能と知識**」を人的資本と定義 (Schultz、1961)
- 人的資本を、**個人が身につけている「技能、資格、能力」であって 所得をもたらすようなもの**と定義 (ペンギン経済学辞典 (1984))
- 人的資本は、「**経済活動に関連する知識、技能、能力及びその他の属性により個々人に具わったもの**」 (OECD、1998)

人的資本投資による非経済的 利益にも 着目

- 人的資本投資は、健康状態の改善、個人の幸福感の向上、社会的結束の強化など、他の多くの非経済的利益ももたらしており、これらの広義の利益はより高い所得と経済成長という形で示される経済的利益よりも大きいとはいえないまでも、それらと同じくらいの重要性を有しているとの見解が示された。OECDはこれら広義の利益を認め、徐々に人的資本の定義範囲を拡大した。
- 人的資本を「**個人的、社会的、経済的厚生**の創出に寄与する**知識、技能、能力及び属性で、個々人に具わったもの**」 (OECD、The Well-being of Nations、2001)
- OECDの定義はすべてを包括している。それには、学習と経験を通して得られた様々な技能と能力を含み、生得的能力も含んでいる。個人の身体的、感情的及び精神的健康と同様に、やる気や行動といった側面も、この広義の定義では人的資本とみなされる (OECD、2011)

出所 : UN the Task Force on Measuring Human Capital「Guide on Measuring Human Capital」2016
内閣府経済社会総合研究所国民計算部 翻訳

参考) 社会関係資本※の定義

社会関係資本についても、様々観点から定義が示されているが、信頼やネットワーク、社会的なつながりと定義されている。

社会関係資本とは、**人々や組織間の相互の信頼やネットワークなど、社会的なつながりや関係性**によって形成される資本を指す*。社会関係資本は、時間をかけて継承されてきた文化や行動規範の産物であるという示唆もあり**、社内文化と言い換えることもできる。

人的資本そのものは個人の特性を指すものであるが、人的資本を発揮する要因***として指摘される信頼や、関係の質、心理的安全性などは、社会関係資本であり、人的資本と社会関係資本は密接な関係にある****。

*：内閣府「平成14年度ソーシャル・キャピタル：豊かな人間関係と市民活動の好循環を求めて」では、「「ソーシャル・キャピタル(Social Capital)」とは、「信頼」「規範」「ネットワーク」といった社会組織の特徴であり、共通の目的に向かって協調行動を導くものとされる。いわば、信頼に裏打ちされた社会的な繋がりにあるいは豊かな人間関係と捉えることができよう」としている。

**：OECD（2001）では、世界価値観調査でみた信頼感のレベルには、各国間で大きな差異がみられるが、その国別の違いは時間が経っても比較的一定であり、また近隣諸国などでは似通った一つのグループを形成する傾向があることがみてとれ、地域的な文化圏で歴史の積み重ねによる信頼感の形成が示唆されるとしている。

***：小野浩(2019)働く質を高めるための基礎条件—事例研究からの示唆

<https://www.jil.go.jp/institute/zassi/backnumber/2019/05/pdf/028-041.pdf>

****：小野(2024)は、「何かで成功するためには人的資本と社会関係資本の両方が必要であり、二つの資本には相互補完効果がある」と指摘している。

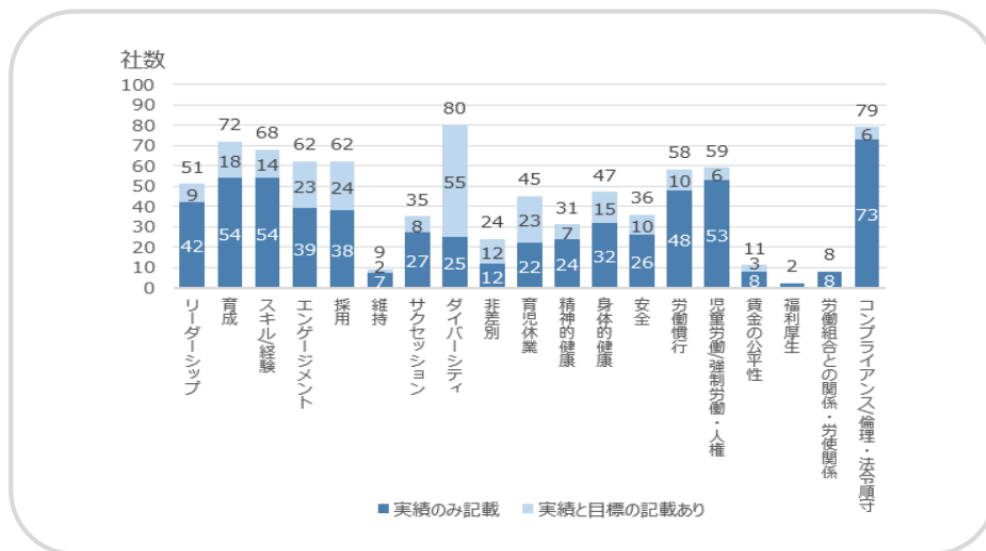
※IIRCでは、6つの資本の中で、社会・関係資本（Social and Relationship）と表記しているが、健康投資の効果である社内の健康風土の醸成などの意味を含めるため、社会学で使用される社会関係資本（Social capital）という表記を採用した。

(ア) -2. 企業の非財務情報の開示状況

企業の非財務情報の開示の拡充が求められる中、上場企業を中心に情報開示が進められている。

- 昨今、非財務的な要素を考慮したESG投資や人的資本への投資が企業成長や価値向上に直結するという認識の広まりを背景に、企業の情報開示においてもサステナビリティ情報や人的資本等の開示の拡充が進められている。
 - 2023年1月、内閣府令等の改正により有価証券報告書等において「サステナビリティに関する考え方及び取組」記載欄が新設。
 - 例えば、欧州では、企業サステナビリティ報告指令（CSRD）の適用が2024年1月より開始されており、欧州サステナビリティ開示基準（ESRS）に沿ったサステナビリティ情報開示が義務付けられている。ESRS S1のトピックとして健康と安全が挙げられているが、企業を取り巻くリスクの軽減・回避の観点を中心とした開示方針となっている。

「サステナビリティに関する考え方及び取組」開示状況



出所：TOPIX100の企業のうち2023年3月31日決算81社の有価証券報告書を基に、大和総研作成

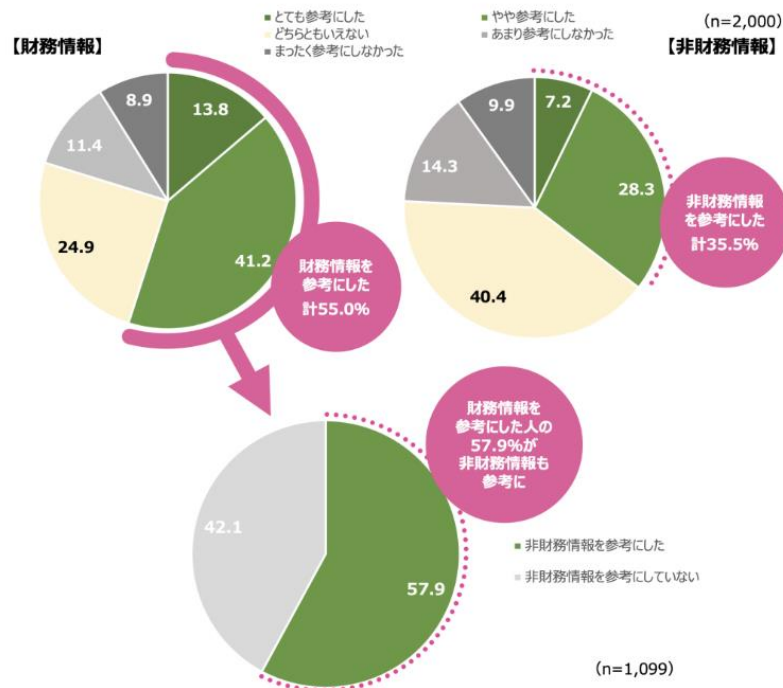
出所：大和総研「有価証券報告書における人的資本開示の傾向とポイント」
2023年10月12日より引用。

https://www.dir.co.jp/report/consulting/human-capital-management/20231012_023761.pdf

(ア) -2. 投資家の非財務情報参照状況

企業広報戦略研究所の調査によると、財務情報を参考にした投資家の半数以上が非財務情報も参考にしたと回答。健康経営優良法人認定事務局が実施した調査においても、投資判断において非財務情報を高く意識する層が表れてきていることが指摘されている。

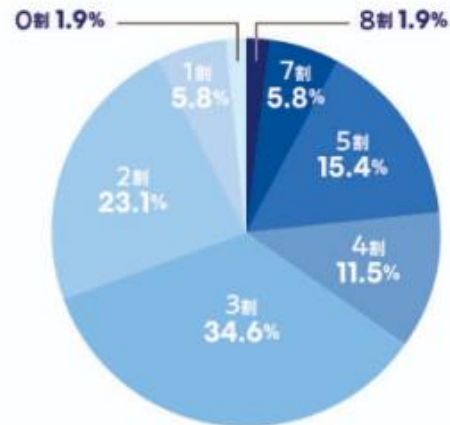
非財務情報の参照状況



投資判断における非財務情報の意識割合

投資判断で非財務情報5割超も

投資判断の際に、企業価値を評価する基準として非財務情報を重視しますか。投資判断を10段階とした場合、非財務情報を意識する割合をお答えください。



※6・9・10割は0%

「投資判断における非財務情報・健康経営の意識調査」2024年11月（日経リサーチ調べ）

出所：企業広報戦略研究所「個人投資家調査2023」より引用。https://www.dentsuprc.co.jp/releasestopics/news_releases/20240408.html、

ACTION！健康経営「投資市場での非財務情報と企業」より引用。<https://kenko-keiei.jp/report/5093/>

(ア) -2. 投資家が着目する非財務情報の項目、内容

非財務情報の項目として、環境よりもガバナンスや社会への着目が集まっている。

注目の非財務情報の項目

(n=2,000)

順位	領域	項目	スコア
1位	社会・関係×G	企業価値向上のための経営計画の説明	56.2
2位	人的×G	経営者や従業員のコンプライアンス順守に向けた取り組みの実施	55.1
3位	社会・関係×G	新しい市場獲得やルール形成に向けた情報収集・活動	53.9
4位	知的×G	競争優位やイノベーションの源泉となるブランドや特許、ライセンスの保有	53.8
5位	人的×G	透明性の高い経営体制の構築（社外取締役活用、各役員のスキル・経験公開など）	53.5
6位	製造×G	経済安全保障・地政学リスクなどに関する情勢把握とリスクマネジメントの実施	52.6
7位	知的×S	知的財産やイノベーションの発信による社会的評価の獲得	51.7
8位	知的×G	事業活動を円滑に推進するための情報セキュリティ体制の構築（ISO等の各種認証取得）	50.9
9位	人的×S	従業員が働きやすい制度設計（柔軟な育児休業制度・リスクリング・ジョブ型雇用など）を通じた従業員エンゲージメントの向上	50.8
10位	製造×E	再生可能エネルギー（風力、太陽光、水素、地熱、バイオマス）の利用	50.5

■ : E (環境) ■ : S (社会) ■ : G (企業統治)

※「非財務クロスバリューモデル」の15領域は、1領域につき2つの項目、合計30項目で構成されています。

※上記のランキング表では、合計30項目のうち上位10項目を記載しています。

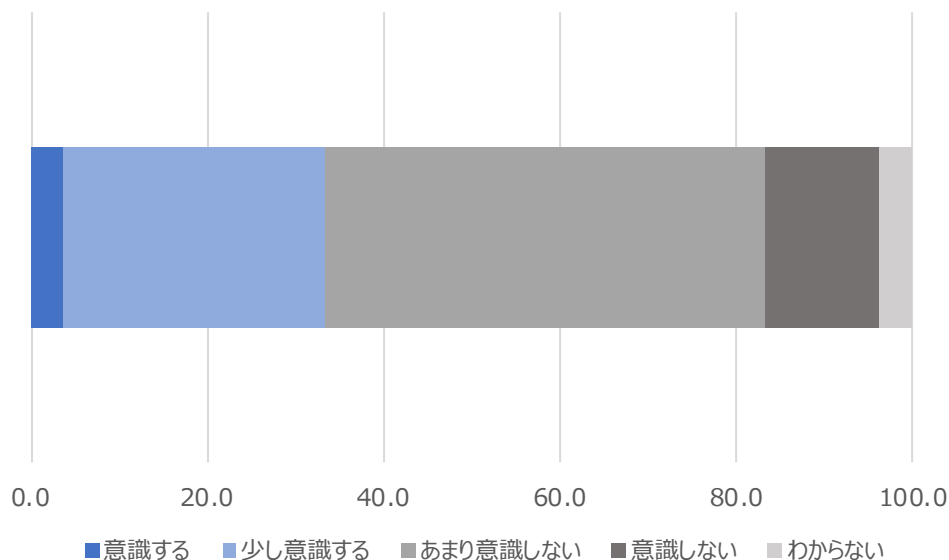
出所：企業広報戦略研究所「個人投資家調査2023」より引用。https://www.dentsuprc.co.jp/releasestopics/news_releases/20240408.html

(ア) -2. 健康経営に関する情報開示内容への示唆

投資家は、健康経営優良法人認定取得状況だけでなく、健康経営と経営方針との関係性や、健康経営が企業の生産性や価値を生み出すことに、どのようにつながっているのかといったストーリーとしての開示が求められていることが示唆される。

投資判断における健康経営優良法人認定取得の意識

投資の増加・新規追加の判断において、健康経営銘柄、健康経営優良法人認定を取得していることをどの程度意識しますか。(1つだけ)

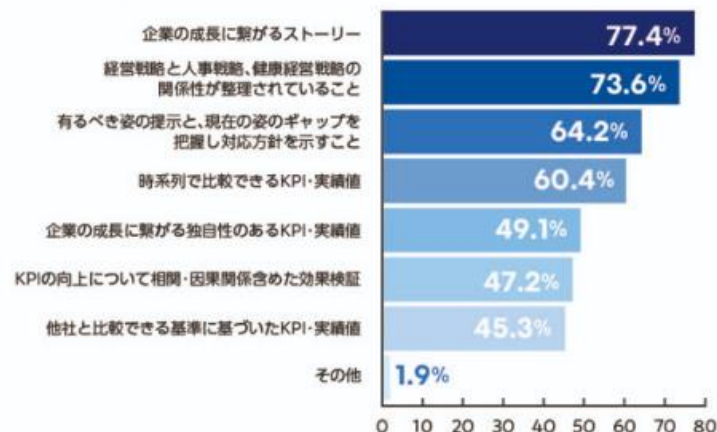


出所：健康経営優良法人認定事務局
「投資判断における非財務情報・健康経営の意識調査」2024年11月

健康経営に関する情報開示として求める事項

企業の成長・在り方の情報開示を

健康経営に関して、企業は何を開示すべきだと思いますか。(いくつでも)



「投資判断における非財務情報・健康経営の意識調査」2024年11月(日経リサーチ調べ)

出所：ACTION！健康経営「投資市場での非財務情報と企業」より引用。 <https://kenko-keiei.jp/report/5093/>

(ア) -3. 健康経営戦略マップのフレームへの反映

健康経営は、リスク回避の観点も含まれるが、企業成長に通ずる情報として示すことができ、成長を示す戦略としての開示として位置付けられると考える。補助事業者と協議の上、情報開示として求められる内容も含め、健康経営戦略マップのフレームを修正し、健康経営ガイドブックで提示した。主な修正点は2点。

- ① 経営方針と健康経営の推進方針、目標との関係性を明示、② 目標達成年限を明示することで、投資家との対話に活用しやすいよう修正



出所：ACTION！健康経営「健康経営ガイドブック 健康経営優良法人認定事務局編2025年3月版」より引用。
https://kenko-keiei.jp/wp-content/uploads/2025/03/guidebook2025_03.pdf

(ア) -3. 健康経営に関する効果的な非財務情報開示の推進

今年度の調査検討として、①健康経営と人的資本等との関係整理、②投資家が非財務情報として着目する内容の整理、③情報開示内容として活用しやすいよう健康経営戦略マップのフレームを修正した。今後、戦略マップのフレームを非財務情報の開示の一環として、どのように活用することが望ましいかについて、深堀調査や検討を進めることが必要ではないか。

- 非財務情報は、上場企業を中心に開示が進められており、投資家側も非財務情報を投資判断において活用する層が表れてきていることが指摘された。
- 健康経営に関する非財務情報の開示に対しては、健康経営優良法人認定などの外部評価結果だけでなく、企業価値向上や成長のためのストーリーとして位置付け開示することが求められている。
- こうした内容も踏まえ、投資家との対話につながる様、補助事業者との協議の上、健康経営戦略マップのフレームとして、経営方針と健康経営の推進方針、目標の関係性の明示、目標達成年限を追加した。
- 人材戦略に健康経営を位置付け、情報開示を進める企業等も見られることから、健康経営に関する非財務情報の開示として、投資家との対話がどのように進められているか、評価されたポイントなどを深堀調査を実施し、効果的な情報開示方法を提示していくことが必要ではないか。

4. 1 ㊦ 健康経営の社会への浸透・定着(イ) 健康経営の裾野拡大に向けた検討

健康経営の裾野拡大に向けた検討として、下記3点について検討し、健康経営優良法人認定制度の設計への反映を実施した。

1

小規模事業者への裾野拡大策の検討

2

新たな冠による裾野拡大策の検討

3

非正社員への健康経営の普及

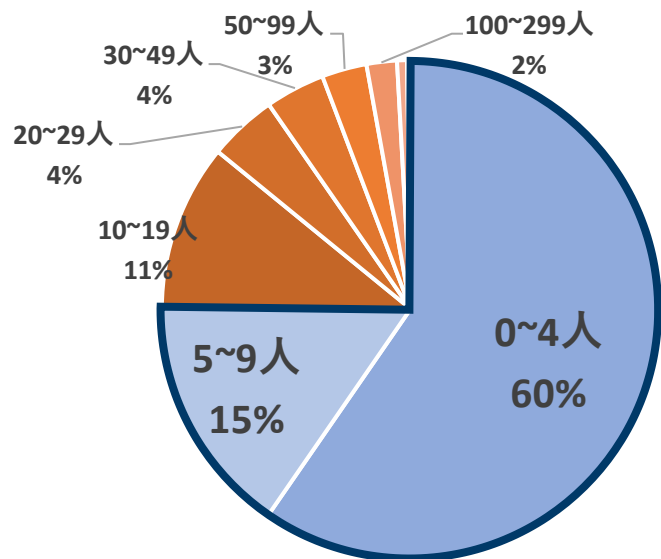
(イ) -1. 小規模事業者への裾野拡大策の検討

企業全体の3/4を占める10人未満法人では健康経営優良法人の割合が低く、さらなる健康経営の普及が望まれる。一方で、10人以上の企業と異なり法令上の対応義務が無く、健康経営を始める際のハードルが高く感じられると想定した。

日本の企業規模内訳

法人企業全体：177万社

10人以上の法人数に対する健康経営優良法人の割合
: **3.26%**



10人未満の法人数に対する健康経営優良法人の割合
: **0.017%**

出所：令和3年経済センサス-活動調査を基に作成

労働安全衛生等に関わる企業規模別の対応義務

	法令上の対応義務	その他
10人未満	法令上の対応義務が無い	レセプトの集計単位未満 ストレスチェック集計単位 未満
10人以上	<ul style="list-style-type: none"> ● 就業規則の制定 ● 安全推進者の配置（一部） ● 安全衛生推進者の配置（一部） ● 衛生推進者の配置（一部） 	
20人以下		申請書の健診受診率の設問 において救済措置がある
50人以上	<ul style="list-style-type: none"> ● 休養室または休養所の設置 ● 安全管理者の配置（一部） ● 衛生管理者の配置 ● 産業医の配置 ● 衛生委員会の開催 ● 安全委員会の開催（一部） ● ストレスチェックの実施 ● 定期健康診断報告書の提出 	

(イ) -1. 小規模事業者への裾野拡大策の検討

小規模な法人に対する裾野拡大に向けては、特に小規模の法人に対する健康経営優良法人の申請間口を拡大し、従業員数の少ない法人に対して取り組み法人の実態に合わせた健康経営の推進を促すにあたり、認定要件を低減した以下の特例を設けるものとした。

従業員数の少ない法人向けの特例認定要件案

評価項目	2025	(参考) 中小規模法人 認定要件	
		2024	2020
3-1 健康経営の具体的な推進計画 評価項目「①従業員の健康診断の実施」～ 「③50人未満の事業場におけるストレスチェックの実施」	(4項目中) 2項目以上	必須項目 2項目以上	2項目以上
3-2 評価項目「④管理職または従業員に対する教育機会の設定」～ 「⑦私病等に関する復職・両立支援の取り組み」	(3項目中) 1項目以上	1項目以上	1項目以上
3-3 評価項目「⑧保健指導の実施または特定保健指導実施機会の提供に関する取り組み」 ～「⑮喫煙率低下に向けた取り組み」	(8項目中) 3項目以上	4項目以上	3項目以上 ※当時の評価項目数は7項目

(イ) -1. 小規模事業者への裾野拡大策の検討

その際、本特例の対象は中小企業基本法における小規模事業者、並びにその他法人格における従業員数5人以下の法人に限定するものとした。

また、健康経営の裾野拡大と質の維持・向上の観点から目的に合った活用がなされているかについて検証するため、本特例制度は試験的な導入として3年で見直すものとした。

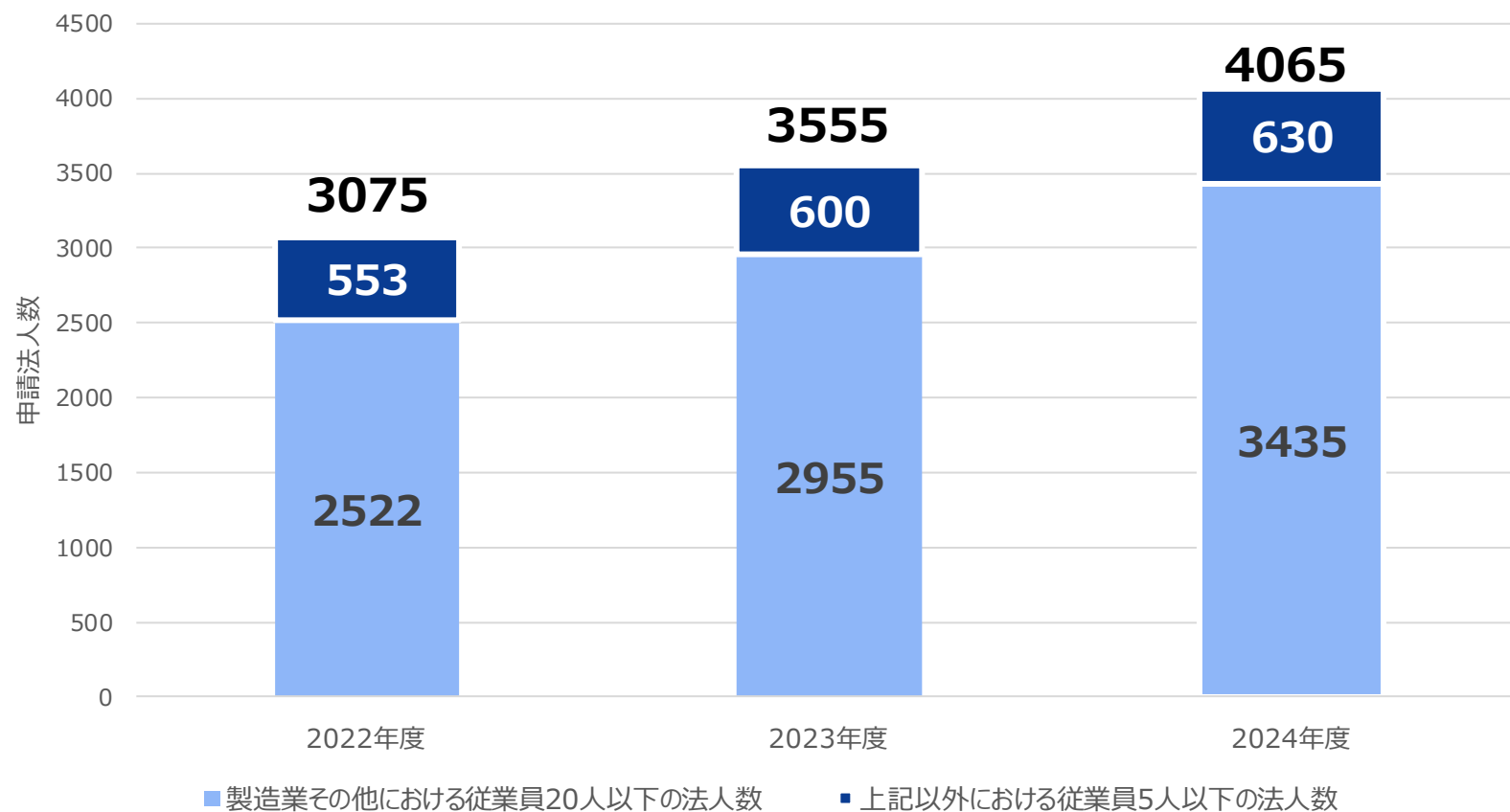
特例制度の対象法人

対象	業種・法人	従業員数
中小企業基本法における 小規模事業者	製造業その他	20人以下
	卸売業・小売業・サービス業	5人以下
その他	士業法人・特定非営利活動法人・ 医療法人、社会福祉法人、健康保険組合等保険者・ 社団法人、財団法人、商工会議所・商工会・ 公法人、特殊法人	5人以下

(イ) -1. 小規模事業者への裾野拡大策の検討

小規模な法人に対する特例要件を設定したことで、小規模法人の申請件数は昨年度比510件増加の4065件となった。

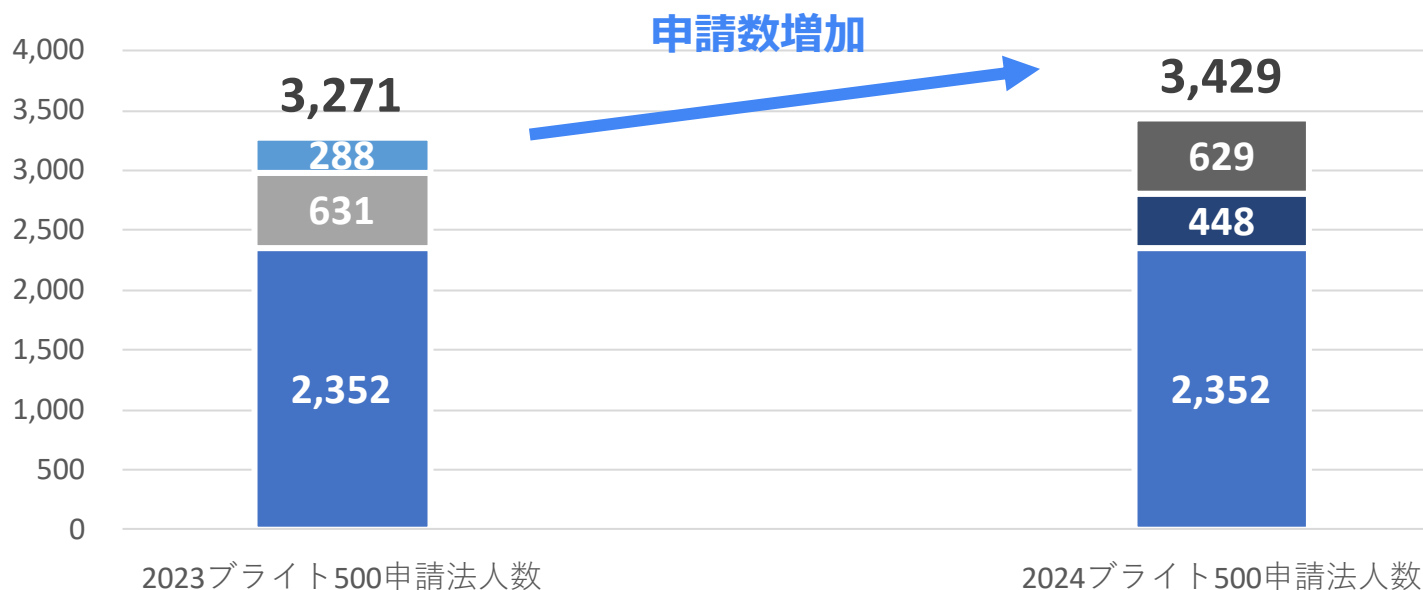
小規模法人の申請状況



(イ) -2. 新たな冠による裾野拡大策の検討

健康経営2024のブライト500申請法人は3429件となり、健康経営2023よりも増加となった。一方で、申請法人全体に占めるブライト500認定法人の倍率は30倍を超えており、ホワイト500の6倍と比較しても狭き門となっている。今後もブライト500への申請は増加すると想定されることから、ブライト500枠の拡大についての検討を実施

ブライト500申請法人の推移



- ブライト500申請法人
- 2023は優良法人自体への申請なし、2024でブライト500に申請
 - 2023は通常申請、2024でブライト500に申請
 - 2023はブライト500、2024は優良法人自体への申請なし
 - 2023はブライト500、2024は通常申請

(イ) -2. 新たな冠による裾野拡大策の検討

ブライト500枠拡大にあたっての狙いを以下の様に設定。

今年度は、**ネクストブライト1000**を新設し、ブライト500、ネクストブライト1000、通常認定の3層構造とした。

顕彰枠拡大の狙いと方向性

- ✓ 健康経営の質を高めるにあたっての道筋を明確に示したい
- ✓ 健康経営優良法人の取り組みの質に幅がある中で、上位500法人だけでなく、申請法人数に合わせて一定の上位層を顕彰していきたい
- ✓ 通常認定から先に進んだ「次はブライトを目指してほしい」との意図を込めた名称としたい

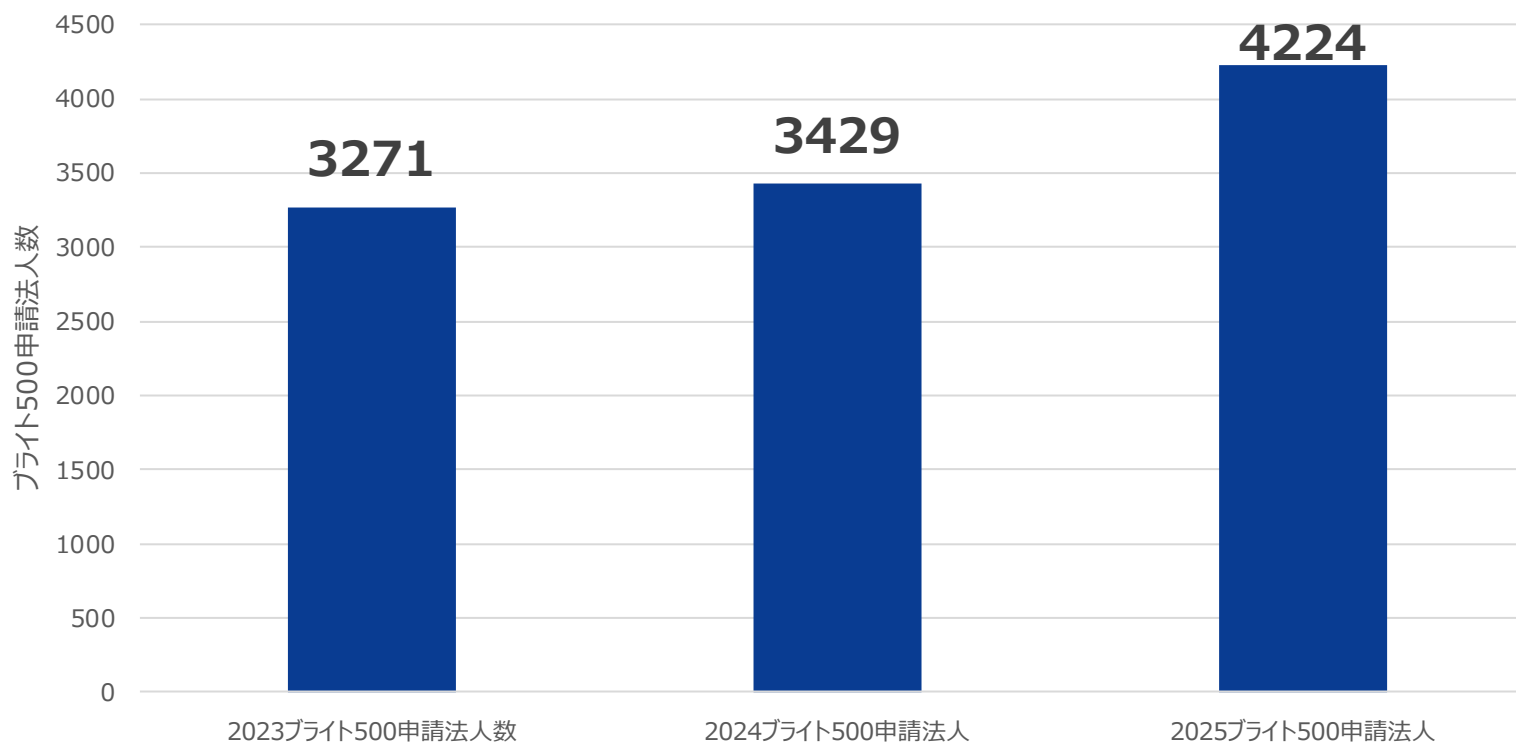


通常認定とブライト500の間に位置する冠を新たに新設し、ブライト500と同様の選定方法で上位501位～1500位を選定する

(イ) -2. 新たな冠による裾野拡大策の検討

新たな顕彰枠である「ネクストブライツ1000」を新設したことで、ブライツ500に申請する法人数は前年度比20%増の795件増加となる4,224件となった。

ブライツ500申請法人の推移



(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

健康経営度調査に非正規労働者（主に派遣社員）への対応に関する設問を追加し、現状の健康経営の対象者範囲や実施内容を確認する一方で、非正規労働者に係わらず多様な働き方を取る日本国内の労働者全体に健康経営の恩恵を行き渡らせるための検討を行った。

実施内容

1

労働者全体の雇用体系、労働関連法規を洗い出し、労働者全体を分類し、各雇用形態の労働者でに対して実施されている法令上の取り組みを洗い出す

2

法令上の取り組み内容を踏まえて、各労働者種別ごとに適応可能な健康経営施策を検討し、調査票への反映を行うと共にアンケート形式にて各労働者種別ごとの実施施策の実態を調査する

3

調査票の回答結果から得られた、健康経営推進法人における取り組みの実態を把握することで、次年度以降の非正規含めた労働者への拡大に向けた方策検討の材料を整理

(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

厚生労働省にて示されている正社員以外の雇用形態のうち、労働者としての保護を受けられる非正規雇用者である派遣労働者、契約社員、パートタイム労働者・個人請負労働者を今回の調査対象とした。

#	雇用形態	概要
1	派遣労働者	労働者が人材派遣会社（派遣元）との間で労働契約を結んだ上で、派遣元が労働者派遣契約を結んでいる会社（派遣先）に労働者を派遣し、労働者は派遣先の指揮命令を受ける 労働者
2	契約社員	労働契約にあらかじめ雇用期間が定められている 労働者 。労働契約は、労働者と使用者の合意により契約期間を定めたものであり、契約期間の満了によって労働契約は自動的に終了する
3	パートタイム労働者	1 週間の所定労働時間が、同じ事業所に雇用されている正社員と比べて短い 労働者
4	短時間正社員	フルタイム正社員と比べて、その所定労働時間（所定労働日数）が短い正社員であって、期間の定めのない労働契約であり、時間当たりの基本給及び賞与・退職金の算定方法が正社員と同様の 労働者
5	個人請負労働者	注文主から受けた仕事の完成に対して報酬が支払われる、注文主の指揮命令を受けない 事業主 。
6	家内労働者	委託を受けて、物品の製造または加工などを個人で行う 人
7	自営型テレワーカー	注文者から委託を受け、情報通信機器を活用して主として自宅又は自宅に準じた自ら選択した場所において、成果物の作成又は役務の提供を行う 人

出典：厚生労働省：様々な雇用形態を基に日本総研にて作成

(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

派遣社員における健康管理上の課題として健康診断受診率の低下がとりあげられており、これに対して派遣元・派遣先の情報連携などを実施することが推奨されている

#	雇用形態	健康診断受診率	受け入れ（派遣元）企業における健康管理上の義務・推奨事項	
1	派遣労働者	75.9% <small>厚生労働省「平成24年労働者健康状況調査」</small>	実施義務	<ul style="list-style-type: none"> ◆（派遣元）産業医の選任等の安全管理体制の確立 ◆（派遣元）健康診断 ◆（派遣元）健康診断の結果通知、医師等による保健指導、医師等による面接指導 ◆（派遣元・派遣先）健康教育、安全衛生教育の実施 <small>厚生労働省：安全衛生関係リーフレット / 派遣先が実施すべき事項 厚生労働省：派遣労働者の労働条件・安全衛生の確保のために</small>
			推奨事項	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 健康診断の受診率向上に際して派遣元と派遣先での日程調整を実施する ◆（派遣元/派遣先）派遣労働者の健康診断結果を派遣先の産業医に提供し、適正な配置を判断が出来るなどの情報連携体制を構築する ◆（派遣先/派遣先）定期的な会合を開催するなどし、健康診断、安全衛生教育、派遣先事業場が実施している安全衛生活動への派遣労働者の参加状況について連絡調整を行う ◆（派遣先）派遣労働者のメンタルヘルス対策を推進するにあたり派遣先（又は派遣元）のメンタルヘルスの推進体制の整備、相談窓口・情報提供等の体制整備及び職場環境等の改善等に関するチェックリストを活用する ◆（派遣先）「職業性ストレス簡易調査票」を派遣労働者が活用できるようにする <small>厚生労働省：安全衛生関係リーフレット / 派遣先が実施すべき事項 厚生労働省：派遣労働者の労働条件・安全衛生の確保のために</small>

出所：各項目記載の資料を基に日本総研作成

(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

常時使用しない従業員として特にパートタイム労働者の健康管理上の課題としては健康診断受診率の低下がとりあげられており、これに対して対象となる従業員に対しても正規社員と同等の健康管理を行うことが推奨されている。

#	雇用形態	健康診断受診率	受け入れ企業における健康管理上の義務・推奨事項	
2	契約社員	92.7% <small>厚生労働省「平成24年労働者健康状況調査」</small>	実施義務	◆ 常時使用する契約社員に対する雇入れ時・定期健康診断の実施
			推奨事項	—
3	パートタイム労働者	83.8%※1 51.5%※2 32.2%※3 <small>2021 産業衛生会誌：事業場におけるパートタイム労働者の定期健康診断実施状況</small>	実施義務	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 常時使用するパートタイム労働者に対する雇入れ時・定期健康診断の実施 ◆ 健康診断の結果をパートタイム労働者に通知している。 ◆ 健康診断の結果に異常所見があった際に産業医の意見を聴取・勘案した上で事後措置を講じる ◆ 常時使用するパートタイム労働者に対して、ストレスチェック、結果の通知、医師による面接指導（高ストレス者のみ）を実施 <small>※厚生労働省：パートタイム労働者の健康管理マニュアル</small>
			推奨事項	<ul style="list-style-type: none"> ◆ パートタイム労働者の健康診断の受診に関して、現場管理者へ教育、情報提供を実施している。 ◆ パートタイム労働者の健康診断にかかる時間を就業時間としている。 ◆ パートタイム労働者の健康診断が義務でない場合や人間ドックの受診に費用的な支援をしている。 ◆ 再検査について、パートタイム労働者の現場責任者は、対象者の把握や受診状況の管理をしている。 ◆ 常時使用するパートタイム労働者をストレスチェックの集団分析の対象に含めて、分析結果を職場環境の改善に活用している。 <small>※厚生労働省：パートタイム労働者の健康管理マニュアル</small>

※1:正社員の3/4以上働く労働者 ※2正社員の3/4未満1/2以上働く労働者 ※3正社員の1/2未満働く労働者

出所：各項目記載の資料を基に日本総研作成

(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

個人請負労働者・個人事業者に関する健康管理上の課題は明言されていないものの、健診受診率の低さや待遇改善の難しさなどがあげられている。また、現状を踏まえ、個人事業者も労働者と同じ安全衛生水準を享受すべきであるとの考えのもと発注者側の実施事項が規定されるようになっている。

#	雇用形態	健康診断受診率	個人事業者・受け入れ企業における健康管理上の推奨事項
4	個人請負労働者	<p>64.8%</p> <p>令和3(2021)年度 厚生労働省化学研究成果 フリーランスの業界団体における安全衛生対策と意識の実態把握のための調査研究</p>	<p>個人事業主等が自身で実施する事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 健康管理に関する意識の向上 ◆ 危険有害業務による健康障害リスクの理解 ◆ 定期的な健康診断の受診による健康管理 ◆ 長時間の就業による健康障害の防止 ◆ メンタルヘルス不調の予防 / 腰痛の防止 ◆ 情報機器作業における労働衛生管理 ◆ 適切な作業環境の確保 ◆ 注文者等が実施する健康障害防止措置への協力 <p>厚生労働省：個人事業者等の健康管理に関するガイドライン</p>
			<p>発注者側が実施する事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 長時間の就業による健康障害の防止 (注文条件等の配慮、注文条件等により長時間就業となり疲労が蓄積した個人事業者から求めがあった場合における医師の面談機会の提供) ◆ メンタルヘルス不調の予防 ◆ 安全衛生教育や健康診断に関する情報の提供、受講・受診機会の提供等 ◆ 健康診断の受診に要する費用の配慮 ◆ 作業場所を特定する場合における適切な作業環境の確保 <p>厚生労働省：個人事業者等の健康管理に関するガイドライン</p>

出所：各項目記載の資料を基に日本総研作成

(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

調査結果を基に各雇用形態・働き方別の課題・推奨事項は以下の様に整理される。

#	雇用形態	課題	受け入れ（派遣元）企業における実施推奨事項 等
1	派遣労働者	健康診断受診率が低い (75.9%)	✓ 健康診断の受診や事後対応に関して、派遣元・派遣先での情報連携できる体制を構築する
2	契約社員	特になし	✓ 特になし
3	パートタイム労働者	常時使用しない従業員の健康診断受診率が低い (51.5%/32.2%)	✓ 常時使用しない従業員に対しても、正規社員と同等の健康管理を実施する
4	個人請負労働者	健康診断受診率が低い (64.8%) 待遇改善が難しい	✓ 健診受診に際しての費用配慮 ✓ 健康情報の提供 ✓ メンタルヘルス不調の予防 等

(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

調査結果を踏まえて、法人における常時使用しない従業員・派遣社員などへの健康施策の実施等促すにあたって各取り組みを評価する設問を新設。健康経営度調査・健康経営優良法人申請の中で法人の取り組み状況を調査した。

新設Q 常時使用しない従業員・派遣社員などへの対応

Q60. 常時使用しない従業員や、他社からの派遣社員を対象とした健康経営の取り組みはありますか。常時使用しない従業員、他社からの派遣社員それぞれについて回答ください。（それぞれいくつでも）

◆「16対象者がいない」と回答の場合であっても、評価上不利にはなりません。

◆常時使用しない従業員とは、Q3で記載いただいた常時使用する従業員に含まれない、以下のような従業員を指します。

- 1 日日雇い入れられる者(一箇月を超えて引き続き使用されるに至った場合は含める)
- 2 二箇月以内の期間を定めて使用される者(所定の期間を超えて引き続き使用されるに至った場合は含める)
- 3 季節的業務に四箇月以内の期間を定めて使用される者(所定の期間を超えて引き続き使用されるに至った場合は含める)
- 4 試の使用期間中の者(十四日を超えて引き続き使用されるに至った場合は含める)

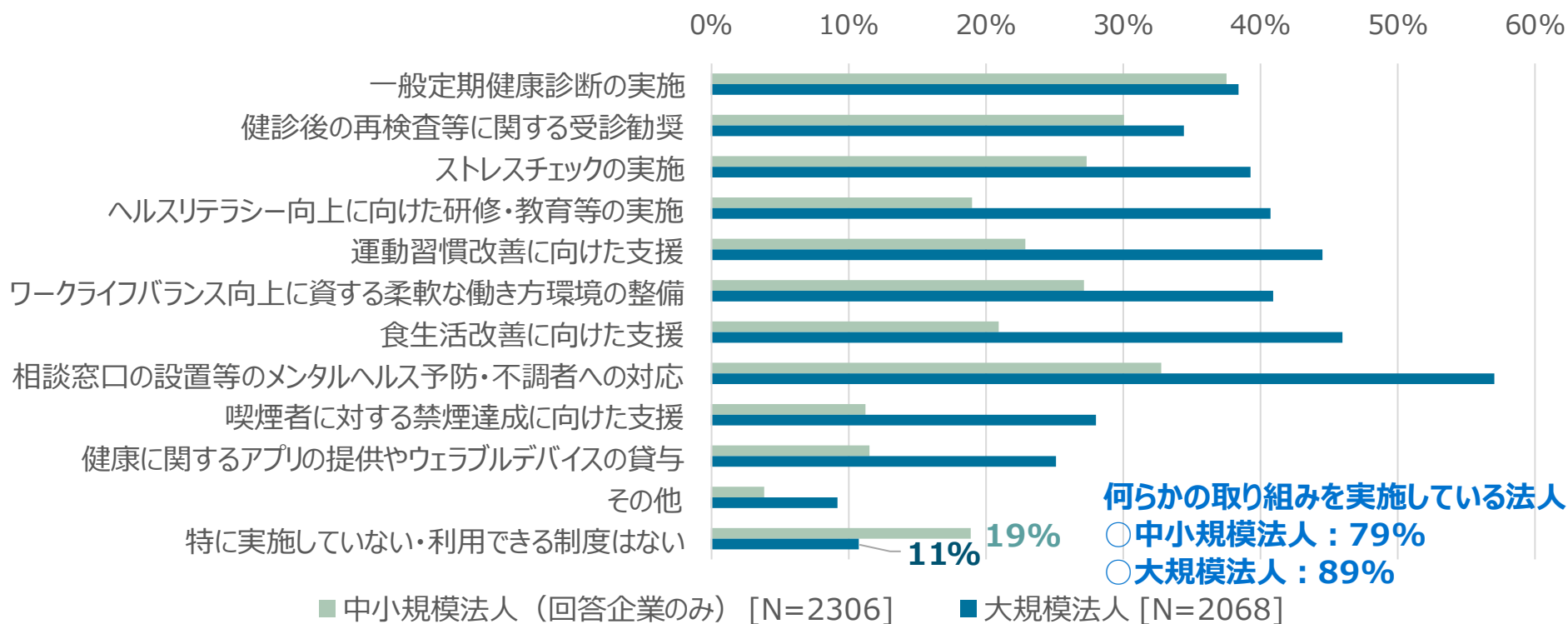
	a. 常時 使用し ない従 業員	b. 他社 からの 派遣社 員
1 一般定期健康診断の実施		
2 健診後の再検査等に関する受診勧奨		
3 ストレスチェックの実施		
4 ヘルスリテラシー向上に向けた研修・教育等の実施		
5 運動習慣改善に向けた支援		
6 ワークライフバランス向上に資する柔軟な働き方環境の整備		
7 食生活改善に向けた支援		
8 相談窓口の設置等のメンタルヘルス予防・不調者への対応		
9 喫煙者に対する禁煙達成に向けた支援		
10 健康に関するアプリの提供やウェアラブルデバイスの貸与		
11 労働安全衛生等に関する派遣社員からの意見聴取		
12 派遣元企業からの情報提供に基づく就業上の配慮		
13 派遣社員の健康管理に関する派遣元企業との情報交換機会の場の設置		
14 その他		
15 特に実施していない・利用できる制度はない		
16 対象者がいない		

(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

健康経営度調査・健康経営優良法人認定制度への回答結果を集計し、常時使用しない従業員に対する企業の取組の現状を調査。

常時使用しない従業員がいる大規模法人の89%、中小規模法人の79%が何らかの取り組みを実施していると回答。職場・従業員全体を対象とした取り組みは数多く実施されている一方、禁煙達成に向けた支援やアプリ提供等の従業員個人を対象として金銭的投資を要する取り組みの実施率は低い状況。

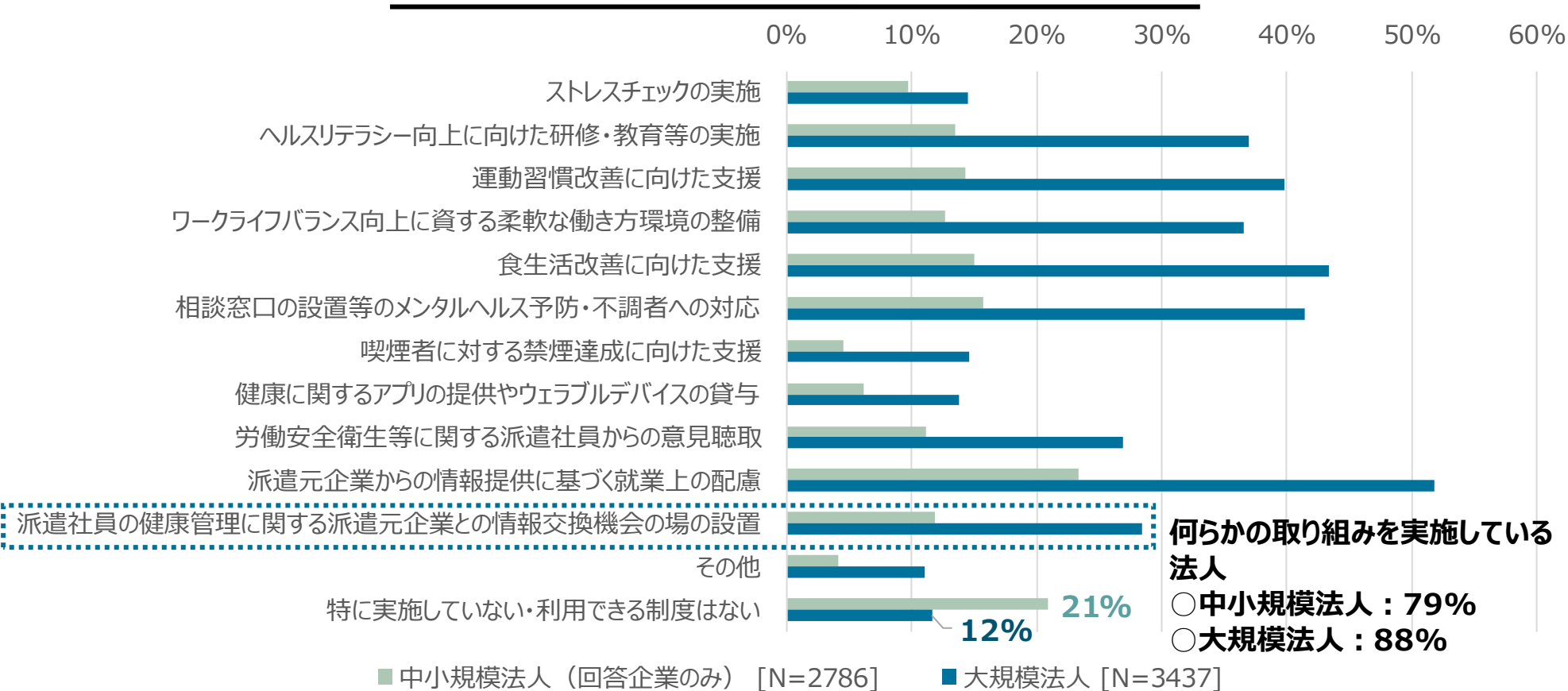
常時使用しない従業員への取り組み状況



(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

健康経営度調査・健康経営優良法人認定制度への回答結果を集計し、常時使用しない従業員に対する企業の取組の現状を調査。他社からの派遣社員がいる大規模法人の88%、中小規模法人の79%が何らかの取り組みを実施していると回答。ただし、常時使用しない従業員への取り組みと比較し全体的な取り組み実施率は低い。特に従業員個人を対象とした取り組みで実施率に差が見られており、今後、健康経営の実施主体である派遣元企業との連携が重要となると想定された。

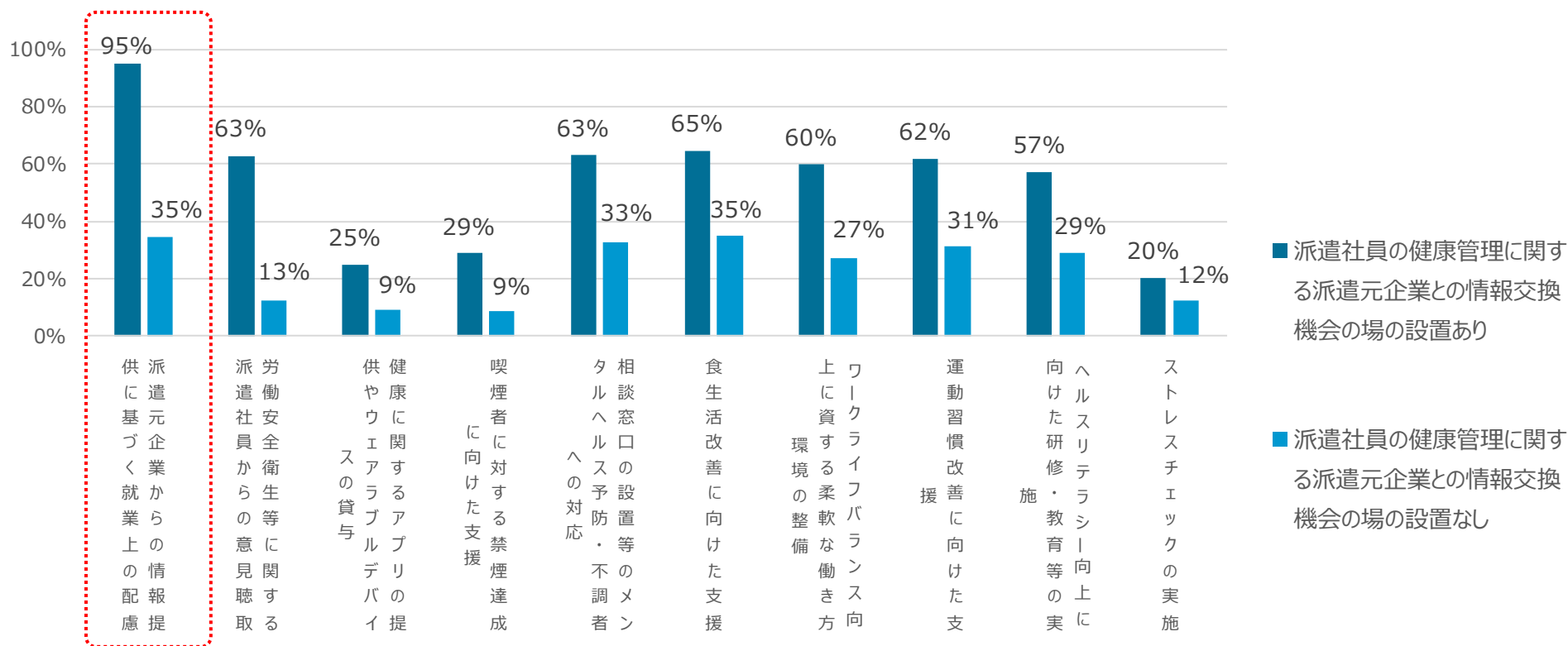
他社からの派遣従業員への取り組み状況



(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

実際に派遣元企業との情報交換機会の設置有無により、他の取り組みの実施状況に差が見られている。特に就業上の配慮の実施において顕著な差がみられることから、自法人の働き方に合わせた取り組みを推進するためには、派遣元企業との情報共有がその前提として求められると言えるのではないかと。

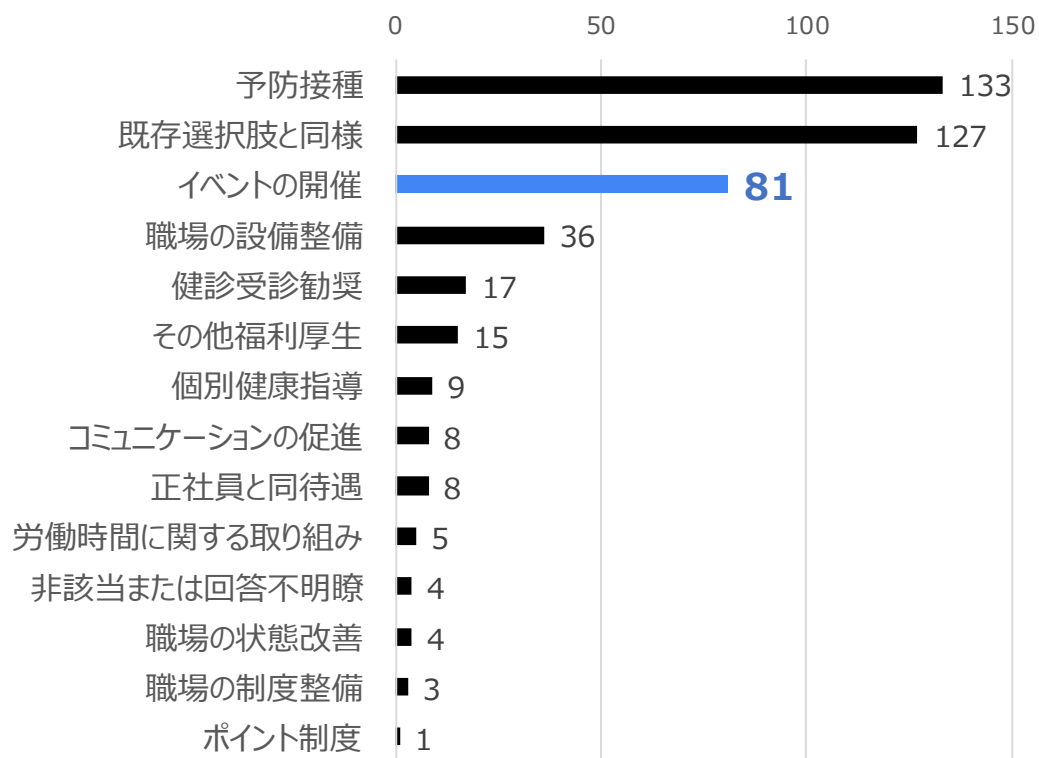
他社からの派遣社員に対する取り組み実施状況



(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

その他、健康経営推進法人にて実施されている「その他」取り組みを整理するために自由記述を類型化。特に非正規雇用にてフォーカスした取り組みとして、コミュニケーション向上を目的とした「イベントの開催」が確認された。

自由記述の類型化



具体内容（イベントの開催）

法人名	自由記述内容
株式会社A	健康イベントの参加、コミュニケーション促進施策の参加
株式会社B	社会貢献活動および健康増進を目的に部室毎の平均歩数を競うイベントへの参加が可能。属性に関わらず同じイベントに参加できることで、健康増進だけでなくコミュニケーションが深まり、心理的安全性のある職場環境の整備に繋がっている。
株式会社C	年に1回従業員向けの健康づくりイベントに派遣社員や出向社員も共に参加することができ、体力づくり、コミュニケーションの促進をはかっています。
株式会社D	トマトの苗と土を希望者に配布し、家庭菜園を楽しむことで食とメンタルヘルス、コミュニケーション活性化に連動した施策では、雇用形態に関わらず、広く募集し、派遣社員を含む102名で実施した。自社製品のチャットツールでは発育状況をシェアし大盛況だった。

(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

常時使用しない従業員への取り組み状況は業種分類毎に異なる傾向を示す。特に健康経営の熟度や抱える健康問題、働き方が施策の選択・実施に影響していると想定された。

業種分類	一般定期健康診断の実施	健診後の再検査等に関する受診勧奨	ストレスチェックの実施	ヘルスリテラシー向上に向けた研修・教育等の実施	運動習慣改善に向けた支援	ワークライフバランス向上に資する柔軟な働き方環境の整備	食生活改善に向けた支援	相談窓口の設置等のメンタルヘルス予防・不調者への対応	喫煙者に対する禁煙達成に向けた支援	健康に関するアプリの提供やウェアラブルデバイスの貸与	その他	特に実施していない・利用できる制度はない
運輸	32%	28%	28%	29%	42%	29%	34%	50%	24%	25%	12%	24%
金融・保険業	45%	42%	49%	53%	62%	59%	53%	65%	36%	36%	15%	7%
建設業	41%	39%	40%	41%	45%	37%	44%	55%	28%	32%	6%	11%
サービス業	31%	29%	33%	38%	41%	39%	40%	56%	24%	21%	8%	10%
商業	32%	27%	33%	29%	30%	30%	33%	52%	21%	17%	8%	16%
情報通信業	34%	31%	39%	43%	48%	51%	48%	56%	25%	30%	9%	12%
製造業	47%	42%	50%	53%	55%	49%	60%	62%	38%	31%	10%	5%
不動産業	18%	16%	20%	35%	45%	36%	38%	56%	24%	20%	9%	18%
電気・ガス業	21%	14%	29%	43%	57%	29%	64%	64%	36%	29%	14%	7%
公法人等	29%	17%	21%	17%	17%	21%	42%	54%	17%	8%	4%	29%
社団法人等	60%	44%	24%	42%	49%	31%	44%	47%	13%	13%	4%	11%
医療法人等	63%	60%	53%	42%	49%	49%	51%	69%	33%	28%	11%	4%
その他	26%	23%	26%	17%	23%	14%	23%	37%	17%	23%	6%	20%

全体的な業種分類別傾向

金融・保険業や製造業では、全体的に取り組みがなされている一方で、運輸、公法人では全体的に取り組みが進んでいない。
 > 健康経営の熟度・健康投資への余力が取り組み傾向に影響しているのではないか？

業種分類別の取り組み傾向

情報通信業ではワークライフバランスの取り組みが、電気ガス業では運動習慣や食生活改善の取り組み、医療法人等では健診受診・再検査受診勧奨の取り組みに多く取り組まれるなど、業種分類ごとに傾向がみられる。等
 > 業種分類ごとに多い健康問題、働き方、アセットが取り組み傾向に影響しているのではないか？

(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

他社の派遣社員への取り組み状況は業種分類毎に異なる傾向を示す。健康経営の熟度や抱える健康問題、働き方が施策の選択・実施に影響していると想定された。

業種分類	ストレスチェックの実施	ヘルスリテラシー向上に向けた研修・教育等の実施	運動習慣改善に向けた支援	ワークライフバランス向上に資する柔軟な働き方環境の整備	食生活改善に向けた支援	相談窓口の設置等のメンタルヘルス予防・不調者への対応	喫煙者に対する禁煙達成に向けた支援	健康に関するアプリの提供やウェアラブルデバイスの貸与	労働安全衛生等に関する派遣社員からの意見聴取	派遣元企業からの情報提供に基づく就業上の配慮	派遣社員の健康管理に関する派遣元企業との情報交換機会の場の設置	その他	特に実施していない・利用できる制度はない
運輸	22%	35%	33%	32%	34%	36%	14%	10%	21%	47%	23%	9%	14%
金融・保険業	20%	49%	52%	54%	54%	55%	19%	19%	39%	59%	32%	15%	4%
建設業	10%	36%	38%	31%	33%	35%	9%	13%	26%	54%	27%	6%	15%
サービス業	12%	36%	38%	37%	38%	38%	14%	12%	21%	50%	27%	9%	13%
商業	13%	24%	26%	24%	30%	35%	8%	11%	17%	45%	21%	9%	17%
情報通信業	11%	37%	42%	49%	43%	37%	14%	13%	27%	55%	32%	11%	11%
製造業	17%	46%	48%	41%	57%	49%	20%	16%	36%	58%	34%	14%	7%
不動産業	17%	42%	48%	43%	49%	46%	24%	26%	25%	51%	28%	15%	10%
電気・ガス業	21%	54%	58%	42%	71%	63%	38%	25%	38%	63%	38%	21%	4%
公法人等	24%	14%	17%	21%	31%	41%	3%	10%	0%	10%	3%	10%	31%
社団法人等	17%	31%	41%	15%	37%	35%	6%	11%	30%	54%	26%	9%	15%
医療法人等	14%	33%	37%	23%	41%	38%	11%	10%	27%	38%	24%	9%	13%
その他	16%	18%	21%	16%	24%	29%	13%	8%	21%	37%	23%	8%	18%

全体的な業種分類別傾向

金融・保険業や電気・ガス業、製造業では全体的に取り組みがなされている一方、公法人では全体的に取り組みが進んでいない。
 > 健康経営の熟度・健康投資への余力が取り組み傾向に影響しているのではない

取り組み毎の業種分類別傾向

ストレスチェック実施の取り組みでは建設、サービス、商業、情報通信業での実施が特に低い。禁煙支援やアプリ等の提供では、特に不動産、電気・ガス業での実施割合が高く、商業、社団法人、医療法人での実施が低い。等
 > 1事業所における派遣労働者の人数や、特に多い派遣労働者の働き方が取組の傾向に影響しているのではない

(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

大規模法人同様、業種分類ごとに常時使用しない従業員への取り組み状況が異なる。健康経営の熟度や抱える健康問題、働き方が施策の選択・実施に影響していると想定された。

業種分類 法人分類	一般定期 健康診断 の実施	健診後の 再検査等 に関する受 診勧奨	ストレス チェックの実 施	ヘルスリテラ シー向上に 向けた研 修・教育等 の実施	運動習慣 改善に向け た支援	ワークライフ バランス向 上に資する 柔軟な働き 方環境の 整備	食生活改 善に向けた 支援	相談窓口 の設置等 のメンタル ヘルス予防・ 不調者へ の対応	喫煙者に 対する禁煙 達成に向け た支援	健康に関 するアプリの 提供やウェ ラブルデバ イスの貸与	その他	特に実施し ていない・ 利用できる 制度はない
運輸業	41%	34%	30%	12%	17%	24%	20%	38%	12%	12%	5%	23%
金融・保険業	30%	24%	36%	44%	33%	47%	24%	36%	10%	11%	3%	14%
建設業	54%	42%	27%	16%	20%	29%	18%	29%	12%	10%	3%	20%
サービス業	39%	31%	31%	26%	31%	35%	28%	40%	13%	15%	3%	23%
商業	36%	29%	25%	21%	29%	31%	19%	38%	12%	15%	4%	26%
情報通信業	29%	23%	30%	29%	46%	39%	36%	43%	21%	25%	6%	23%
製造業	47%	39%	36%	21%	24%	27%	26%	40%	13%	12%	6%	21%
電気ガス業	44%	44%	44%	25%	19%	44%	13%	44%	13%	0%	0%	25%
不動産業	37%	22%	22%	15%	15%	33%	26%	37%	13%	7%	11%	13%
その他業種	38%	32%	42%	26%	30%	36%	32%	44%	8%	12%	4%	12%
社団法人等	41%	28%	21%	17%	28%	24%	24%	34%	14%	14%	3%	31%
医療法人等	49%	46%	40%	43%	43%	29%	31%	31%	14%	17%	0%	14%

全体的な 業種分類別傾向

金融・保険業や電気・ガス業、製造業では全体的に取り組みがなされている一方、社団法人では全体的に取り組みが進んでない。
 > 健康経営の熟度・健康投資への余力が取り組み傾向に影響しているのではないかと

業種分類別の 取り組み傾向

建設業では健診受診が多い一方でメンタル不調対応が少ない。情報通信業では運動・食生活改善ワークライフバランスの取り組みが多い他、アプリ等の活用も多く見られている。等
 > 業種分類ごとに多い健康問題、働き方、アセットが取り組み傾向に影響しているのではないかと

(イ) -3. 非正社員への健康経営の普及

大規模法人同様、業種分類ごとに他社の派遣社員への取り組み状況が異なる。健康経営の熟度や抱える健康問題、働き方が施策の選択・実施に影響していると想定された。

業種分類 法人分類	ストレス チェックの 実施	ヘルスリテ ラシー向 上に向けた研修・ 教育等の 実施	運動習慣 改善に向 けた支援	ワークライ フバランス 向上に資 する柔軟 な働き方 環境の整 備	食生活改 善に向け た支援	相談窓口 の設置等 のメンタル ヘルス予 防・不調 者への対 応	喫煙者に 対する禁 煙達成に 向けた支 援	健康に関 するアプリ の提供や ウェアブル デバイスの 貸与	労働安全 衛生等 に関する派 遣社員か らの意見 聴取	派遣元企 業からの 情報提供 に基づく 就業上の 配慮	派遣社員 の健康管 理に関する 派遣元 企業との 情報交換 機会の場 の設置	その他	特に実施 してい ない・利用 できる制 度はない
運輸業	17%	15%	18%	17%	19%	25%	9%	7%	21%	34%	17%	12%	33%
金融・保険業	22%	39%	28%	28%	26%	19%	7%	13%	12%	28%	19%	4%	17%
建設業	13%	15%	14%	16%	16%	20%	7%	6%	14%	27%	14%	5%	42%
サービス業	17%	19%	21%	19%	20%	27%	8%	11%	14%	31%	19%	5%	35%
商業	14%	18%	17%	21%	16%	22%	6%	11%	14%	27%	14%	9%	37%
情報通信業	11%	16%	27%	24%	25%	18%	3%	9%	16%	40%	17%	3%	31%
製造業	13%	20%	21%	16%	25%	25%	6%	8%	19%	39%	19%	6%	26%
不動産業	14%	21%	23%	23%	25%	19%	5%	5%	16%	30%	12%	11%	25%
電気ガス業	10%	0%	0%	0%	0%	10%	0%	0%	30%	40%	20%	0%	50%
その他業種	13%	34%	30%	25%	30%	32%	9%	5%	21%	43%	13%	7%	20%
社団法人等	14%	23%	27%	23%	14%	23%	9%	23%	5%	45%	23%	0%	27%
医療法人等	13%	38%	38%	23%	28%	13%	13%	13%	13%	28%	21%	0%	21%

全体的な 業種分類別傾向

金融・保険業医療法人では全体的に取り組みがなされている一方、建設業・電気ガス業では全体的に取り組みが進んでいない。
 > **健康経営の熟度・健康投資への余力が取り組み傾向に影響しているのではない**

取り組み毎の 業種分類別傾向

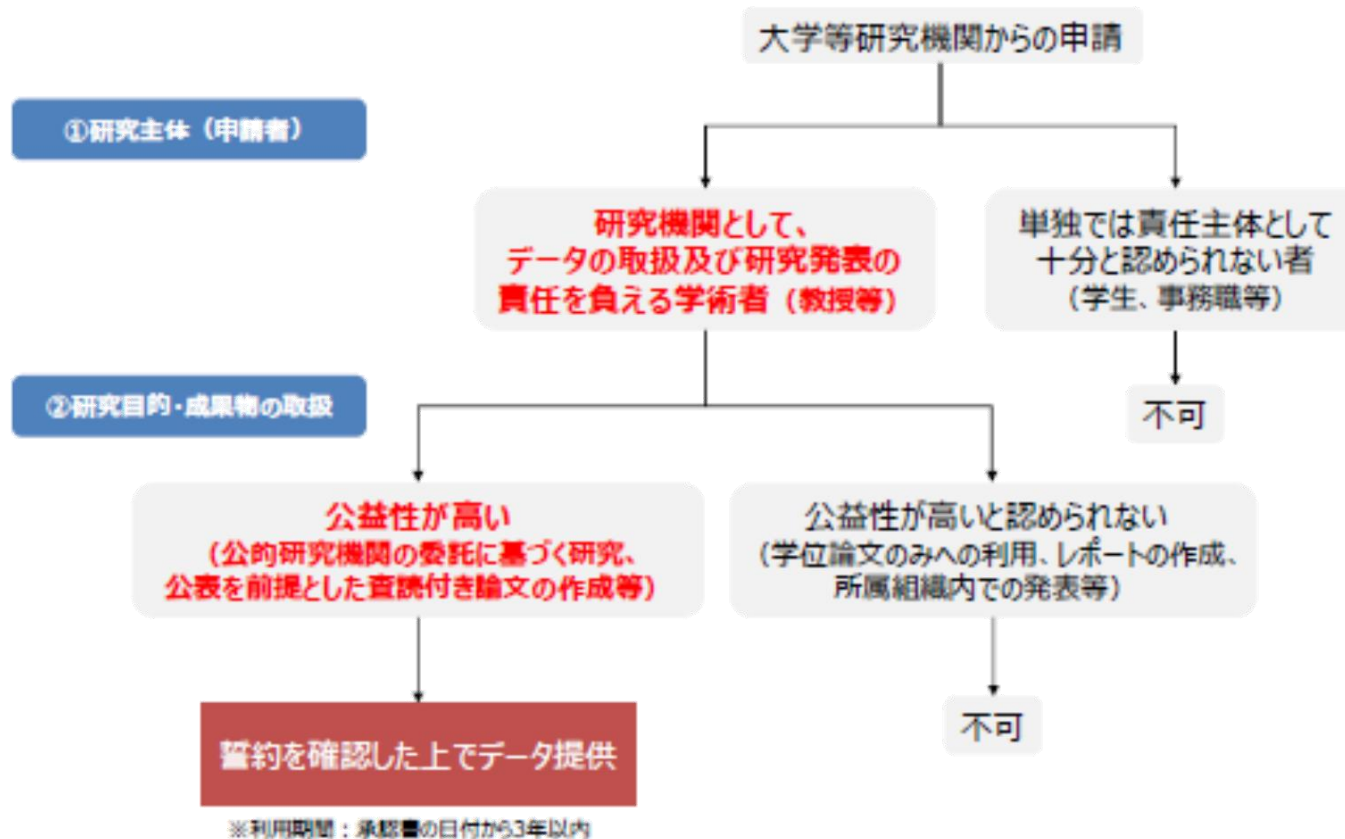
派遣元からの情報提供に基づく就業上の配慮では社団法人、情報通信業で多く実施される一方建設業・商業などでは実施が少ない。アプリ等の提供では、特に社団法人での実施が多い。等
 > **1事業所における派遣労働者の人数や、特に多い派遣労働者の働き方が取組の傾向に影響しているのではない**

4. 2 健康経営に関する問い合わせ及び承認申請等への対応

健康経営度調査及び健康経営優良法人認定申請書の情報利用に関する対応

昨年度まで10年間に渡り実施されてきた健康経営度調査、及び9年目となった健康経営優良法人認定制度における中小規模法人部門の認定申請書について、研究機関等が研究に用いることができるよう、データ加工等及び問い合わせ対応を行った。

利用申請からデータ提供までのフローは以下のとおり。今年度は7件の申請に対しデータ提供を実施した。



出所：経済産業省HP 健康経営優良法人（中小規模法人部門）認定申請書のデータの利活用について

4. 2 健康経営に関する問い合わせ及び承認申請等への対応

2024年度のロゴ使用申請件数は169件（キャンセル等は除く）、健康経営度調査票データ、健康経営優良法人（中小規模法人部門）申請書データの利用申請は7件であった。

ロゴ使用申請件数

内訳	件数
民間企業	80
報道機関	43
自治体	20
保険者	19
医療法人	2
商工会	2
財団・団体等	2
学校法人	1
合計	169

4. 3 健康経営銘柄2025の選定等支援

健康経営銘柄2025の選定支援として、下記3つの事項を実施した。

1 健康経営銘柄2025の選定支援

- 健康経営推進検討会にて公表されている健康経営銘柄2025選定基準に基づき、各種情報収集を実施。

2 健康経営銘柄2025選定企業紹介レポートの作成

- 健康経営銘柄2025として選定された企業の実績内容等を広く紹介するためのレポートを作成。

3 健康経営アワード開催支援

- 補助事業者と連携し、健康経営銘柄2025及び健康経営優良法人認定企業の発表などを含めた健康経営アワードの開催を支援。弊社では、来場者・参加者アンケートの作成・集計を中心に実施。

4. 3 ①健康経営銘柄2025の選定等支援

経済産業省では、健康経営に取り組む法人に対する各種顕彰制度として、平成26年度から「健康経営銘柄」の選定を実施している。今年度も健康経営銘柄2025を選定するにあたり、下記選定方法を基に、関連情報収集などの支援を実施した。

健康経営銘柄2025選定方法

問い合わせの多い法令違反等については改めて明記。（赤字箇所）

■ 令和6年8月～10月：令和6年度健康経営度調査の実施

■ 令和6年10月～11月

回答結果をもとに、健康経営度が上位500位以内で、健康経営優良法人（大規模法人部門）に申請、かつ、選定要件を満たしている企業を銘柄選定候補として選出 ※TOKYO PRO Market上場会社は対象外。

■ 令和6年11月～令和7年2月：財務指標スクリーニングや調査回答に基づく加点等の実施

- ・ ROE（自己資本利益率）について①直近3年間平均が0%以上または②直近3年連続で下降していない企業を対象とし、ROEが高い企業には一定の加点を行う。
- ・ 前年度回答企業に対しても一定の加点を行う。
- ・ 社外への情報開示の状況（Q18SQ5で回答したURL）について、Q18SQ1<d>の回答記載があるか確認し、評価を行う。※健康経営銘柄としての性質に鑑み、法令違反等がある場合には選定しない。

- 33業種毎原則1社の選定を予定（該当企業がない場合、その業種からは非選定）。なお、各業種最高順位企業の平均より優れている企業についても銘柄選定候補として選出。ただし、1業種最大5枠とする（同率が存在し5枠を超える場合には、その企業数分の枠を設ける）。



健康経営銘柄
KENKO Investment for Health

4. 3 ①健康経営銘柄2025の選定等支援

令和7年3月に健康経営銘柄2025として29業種53社が選定されたことが発表された。

「健康経営銘柄2025」として、29業種53社を選定



出所：経済産業省 第2回健康経営推進検討会 事務局説明資料 2025年3月18日より引用

4. 3 ②健康経営銘柄2025選定企業紹介レポートの作成

今年度は、健康経営銘柄選定企業の推進責任者が健康経営の推進を通じて経営上のインパクトや効果、社内の雰囲気の変化などをどのように感じているかを記載した。また、補助事業者が運営するACTION！健康経営において公開した。

健康経営銘柄2025選定企業紹介レポート 表紙



健康経営銘柄2025選定企業紹介レポート 目次

P.1	表紙
P.2	<ul style="list-style-type: none">「健康経営銘柄」とは「健康経営銘柄2025」選定のプロセス令和6年度健康経営度調査回答状況<ul style="list-style-type: none">回答状況概要業種別回答企業数回答企業推移（うち、上場企業推移含む）
P.3	「健康経営銘柄2025」選定要件
P.4～5	「健康経営銘柄2025」選定企業一覧
P.6～32	<ul style="list-style-type: none">各企業の健康経営推進責任者からのメッセージ<ul style="list-style-type: none">健康経営の推進を通じて、どのような経営上のインパクトや効果があったと体感しているか？健康経営の推進を通じて、従業員や社内の雰囲気などがどのように変化したと感じているか？
P.33～41	健康経営の現場から～選定企業の声～
P.42	<ul style="list-style-type: none">経営層のコミットメントの重要性性差に基づく健康課題に対する取組の促進健康経営のエッセンスを取り入れた国際規格（ISO25554-2024）が発行
P. 43	白紙
P. 44	裏表紙

出所： https://kenko-keiei.jp/wp-content/themes/kenko_keiei cms/files/meigara2025_report.pdfより引用

4. 3 ③健康経営アワード開催支援

健康経営銘柄2025及び健康経営優良法人2025の発表に合わせ、健康経営アワードが開催された。今年度は、3月11日、12日の2日間にわたって開催され、昨年に引き続き、ネットワーキングとして参加者同士の交流の場も設定された。

健康経営アワード2025プログラム

3月11日火曜日

主催者挨拶	経済産業省 商務・サービス審議官 南 亮氏
共催者挨拶	東京証券取引所 常務執行役員 川井 洋毅氏
単独講演	シブサワ・アンド・カンパニー 代表取締役 渋澤 健氏
プレゼンター挨拶	元サッカー日本代表 前園 真聖氏
健康経営銘柄2025 選定企業発表	-
健康経営銘柄企業 代表挨拶	サントリー食品インターナショナル 代表取締役社長 小野 真紀子氏
主催者祝辞	経済産業副大臣 古賀 友一郎氏
	フォトセッション
	ネットワーキング

3月12日水曜日

主催者挨拶	経済産業省 商務・サービス審議官 南 亮氏
共催者挨拶	日本商工会議所 常務理事 畠山 一成氏
来賓挨拶	厚生労働省大臣官房審議官 (医療保険担当) 榊原 毅氏
認定法人の発表	
健康経営優良法人（大規模法人部門）代表法人認定書授与	
健康経営優良法人（中小規模法人部門）代表法人認定書授与	
大規模法人部門 事例発表・ パネルディスカッション	<p><パネリスト> 産業医科大学 産業生態科学研究所 産業保健 経営学研究室 准教授 永田 智久氏 早稲田大学大学院 経営管理研究科 早稲田大学ビジネススクール 教授 入山 章栄氏 肥後銀行 取締役常務執行役員 高本 芳郎氏 淳風会 理事・産業衛生本部 本部長 岡山 健康経営®を考える会 事務局代表 稲岡 美穂氏 <モデレーター> 三須 亜希子氏</p>
中小規模法人部門 事例発表・ パネルディスカッション	<p><パネリスト> 東京大学未来ビジョン研究センターデータヘルス研究ユニット 客員研究員 村松 賢治氏 南山大学経営学部 教授 安藤 史江氏 服部商会 常務取締役 ヒューター 嘉緒里氏 信幸プロテック 専務取締役 村松 直子氏 <モデレーター> 三須 亜希子氏</p>

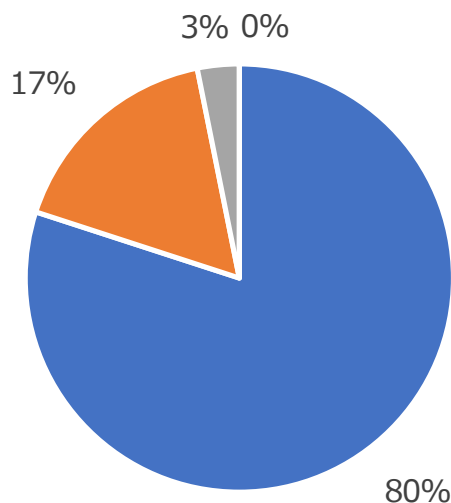
ネットワーキング

4. 3 ③健康経営アワード開催支援

3月11日プログラム内容の単独講演とプレゼンター挨拶は、ともに“満足/やや満足”と回答した法人が9割を超えた。

【単独講演】「長期投資が期待する健康経営～人的資本の向上の基礎～」
シブサワ・アンド・カンパニー 代表取締役 渋澤 健氏

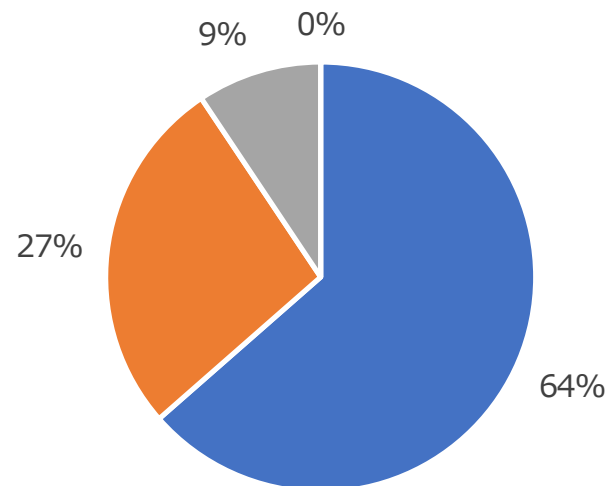
(n=95)



■ ①満足 ■ ②やや満足 ■ ③やや不満 ■ ④不満

【プレゼンター挨拶】
元サッカー日本代表 前園 真聖氏

(n=96)



■ ①満足 ■ ②やや満足 ■ ③やや不満 ■ ④不満

※「参加していない・視聴していない」を除き集計

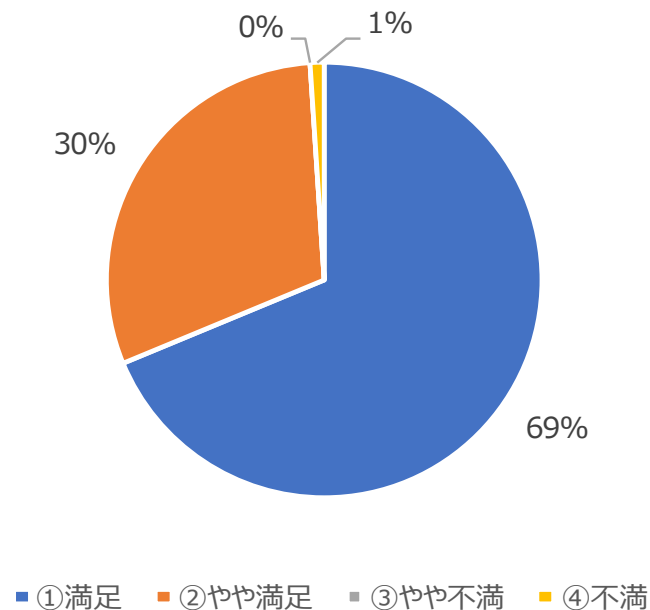
出所：健康経営アワード2025参加者アンケート調査結果を基に作成

4. 3 ③健康経営アワード開催支援

3月11日プログラム内容の健康経営銘柄代表挨拶とフォトセッションについても、ともに“満足/やや満足”と回答した法人が9割を超えた。

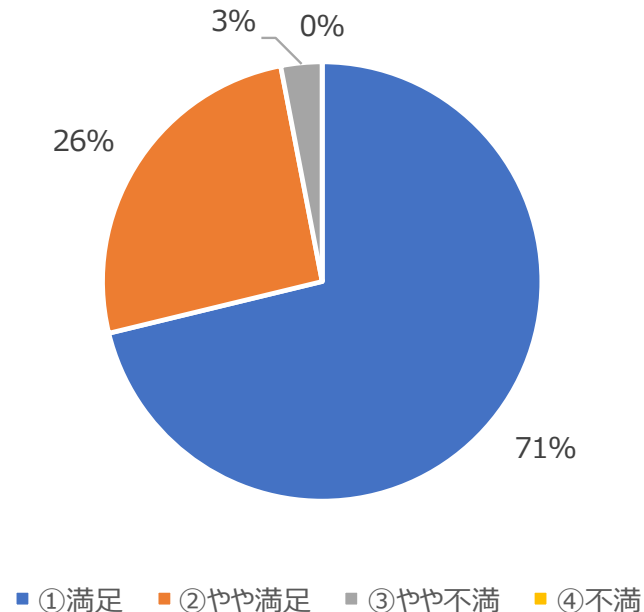
【健康経営銘柄代表挨拶】サントリー食品インターナショナル
代表取締役社長 小野 真紀子氏

(n=96)



フォトセッション

(n=66)



※「参加していない・視聴していない」を除き集計

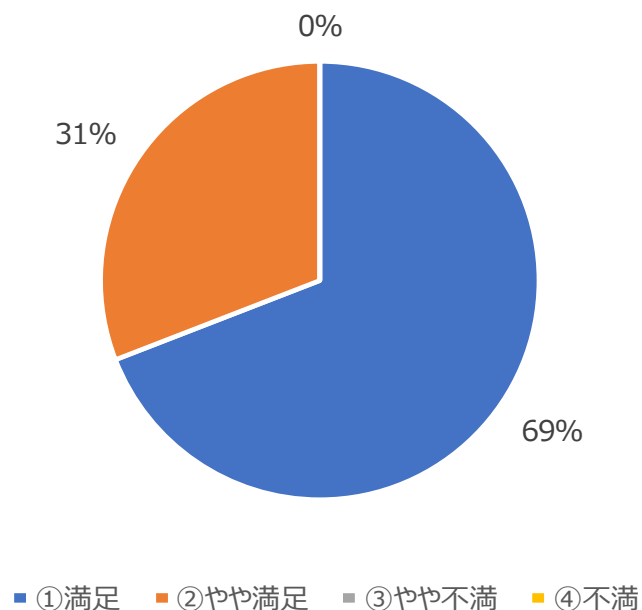
出所：健康経営アワード2025参加者アンケート調査結果を基に作成

4. 3 ③健康経営アワード開催支援

3月11日、12日ともに参加者のネットワーキングを開催。
“満足/やや満足”との回答が9割以上であり、今後の関係構築に効果的なプログラムであったと考える。

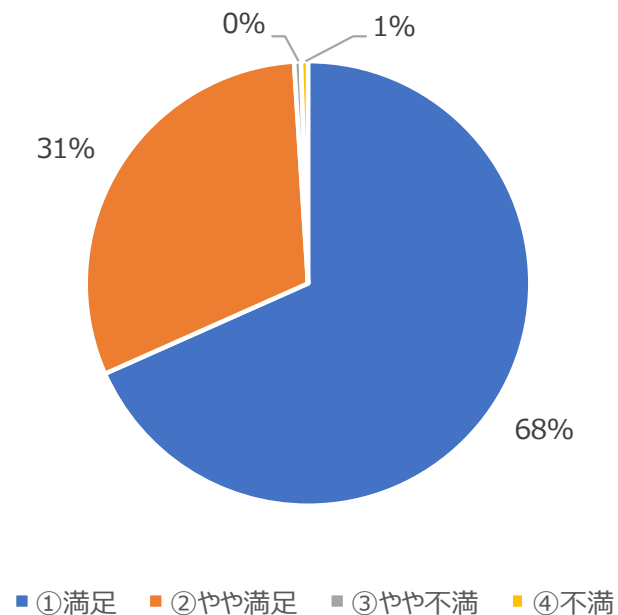
ネットワーキング（3月11日）

(n=68)



ネットワーキング（3月12日）

(n=199)



※「参加していない・視聴していない」を除き集計

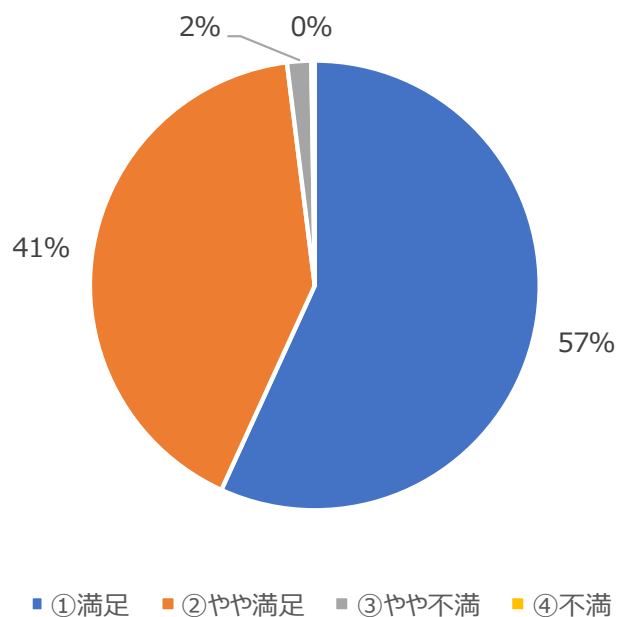
出所：健康経営アワード2025参加者アンケート調査結果を基に作成

4. 3 ③健康経営アワード開催支援

3月12日プログラム内容の代表法人への認定書授与については、9割以上が“満足/やや満足”と回答。自由回答では、代表法人をどのように選定したのか理由にふれてほしい等、のコメントがあった。

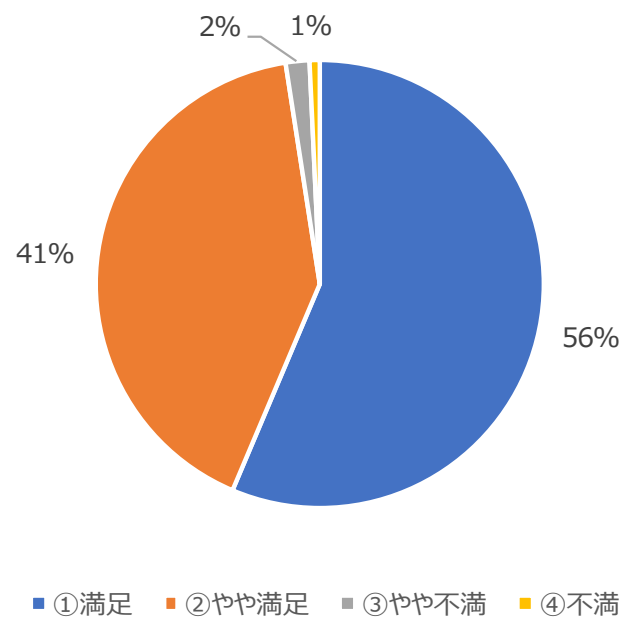
【大規模法人部門 認定法人発表／代表法人への認定書授与】

(n=403)



【中小規模法人部門 認定法人発表／代表法人への認定書授与】

(n=408)



※小数点以下を四捨五入しているため、回答が1あるいは2の場合は0%表記となっている

※「参加していない・視聴していない」を除き集計

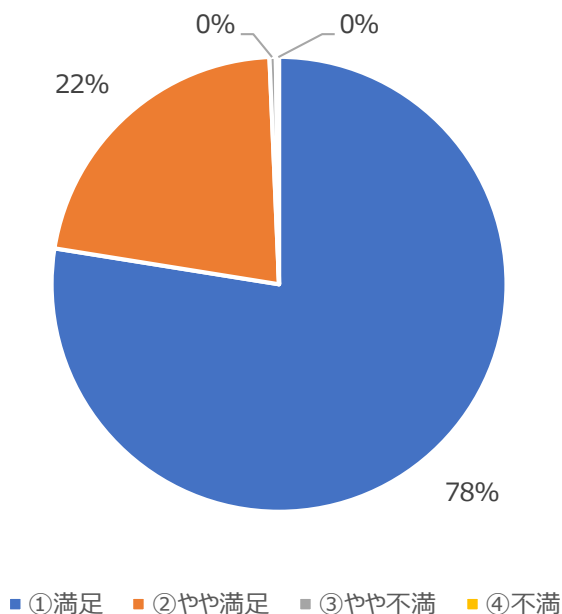
出所：健康経営アワード2025参加者アンケート調査結果を基に作成

4. 3 ③健康経営アワード開催支援

3月12日プログラム内容の事例発表・パネルディスカッションは約8割が満足と回答。自由回答では、発表事例の内容を持ち帰って自社でも取り組みたい等、前向きな回答があった。

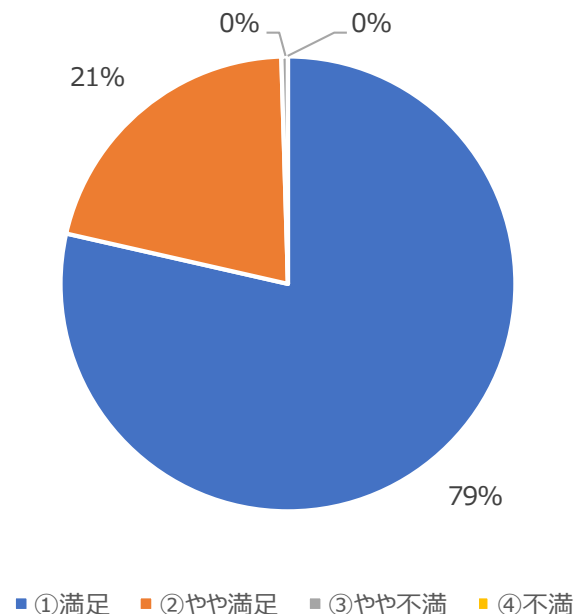
【大規模法人部門 事例発表・パネルディスカッション】 継続がもたらす効果と広がりー健康経営の展望を探るー

(n=445)



【中小規模法人部門 事例発表・パネルディスカッション】 組織で推進する健康経営

(n=429)



※小数点以下を四捨五入しているため、回答が1あるいは2の場合は0%表記となっている

※「参加していない・視聴していない」を除き集計

出所：健康経営アワード2025参加者アンケート調査結果を基に作成

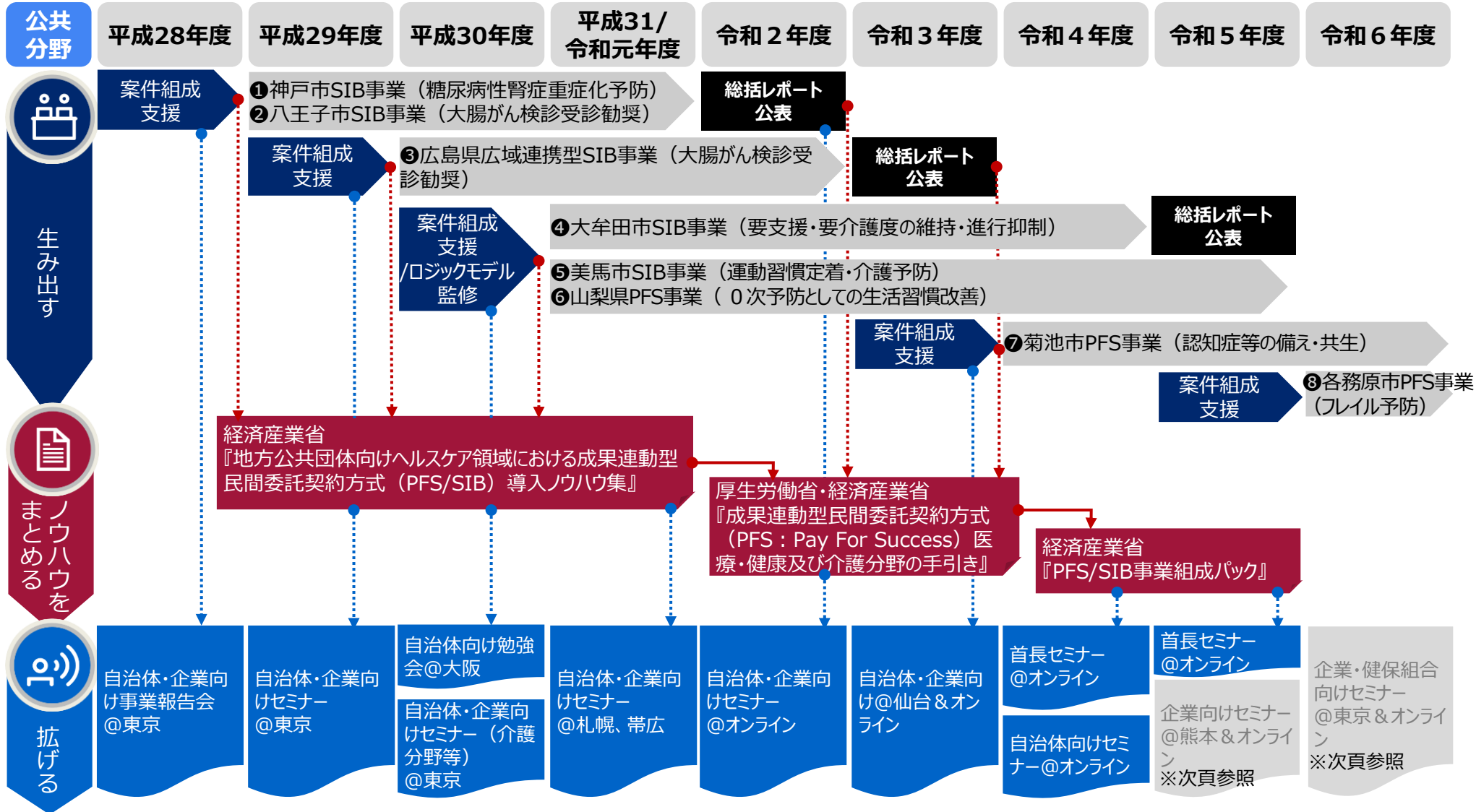
5. 心の健康保持・増進領域でエビデンスに基づいたサービスの選択を可能とする 仕組みの検討

本調査検討については、別紙 1 にて実施内容を記載する。

6. 成果連動型民間委託契約方式（PFS）ソーシャル・インパクト・ボンド（SIB）含む） の普及に向けた環境整備

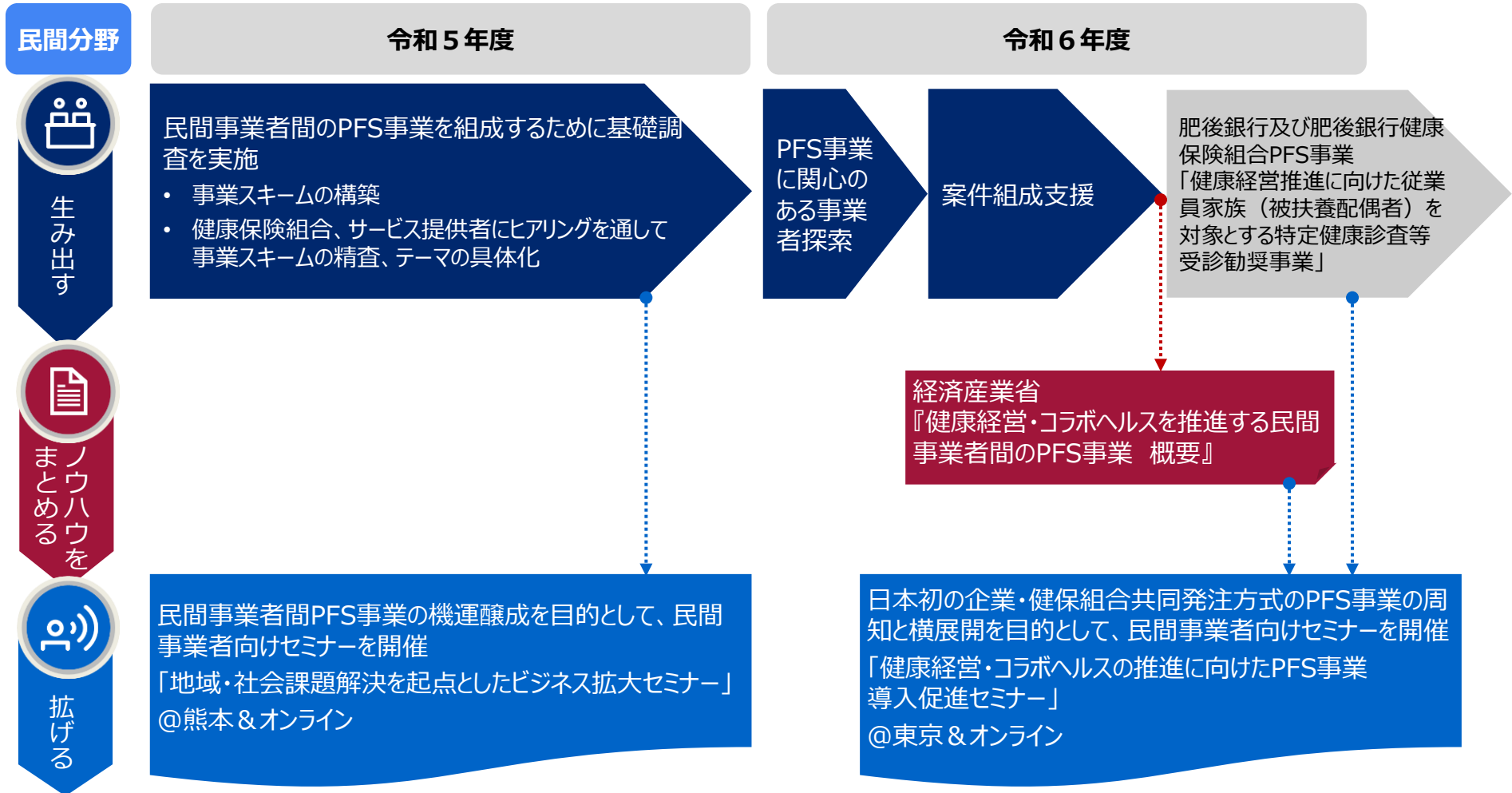
1. 経済産業省におけるPFS施策の経緯

- 公共分野を対象に、「生み出す」→「ノウハウをまとめる」→「拡げる」というサイクルで、普及促進。



1. 経済産業省におけるPFS施策の経緯

- 公共分野のPFS事業は累積で273件。その約76%はヘルスケア分野。
(令和5年度末時点 出所：内閣府（令和6年3月5日）「国内におけるPFS事業の取組状況について」)
- **令和5年度より、新たに民間分野を対象にPFSを普及促進。**



2. 令和6年度業務の概観



生み出す

案件組成支援



ノウハウを まとめる

エビデンス整備や
手引きの作成



拡げる

セミナー開催

今年度業務	事業の目的	成果	今後の課題
相談窓口設置による案件組成支援の実施	<ul style="list-style-type: none"> ガイドライン等では対応できない相談事項に対応するための窓口を設け、事業組成を促す 	<ul style="list-style-type: none"> PFSへの理解促進や次のアクションの明確化により、事業化に向けた具体的な行動を促した 	<ul style="list-style-type: none"> FAQやPFS初学者向けの解説用コンテンツを作成し、個別具体的な相談対応に注力する
複数の自治体連携を想定した広域型PFSモデルの検討	<ul style="list-style-type: none"> 広域自治体・基礎自治体が連携するPFS事業のモデルを構築し、事業規模の拡大に努める。 	<ul style="list-style-type: none"> 都道府県が当初想定していなかった、課題解決に必要な施策の要素を抽出し、共有できた。 	<ul style="list-style-type: none"> 広域自治体が主導して基礎自治体を巻き込む必要がある 案件組成には広域自治体と基礎自治体間の調整支援も必要
健康経営・コラボヘルスを推進する企業及び健康保険組合の共同発注方式によるPFSモデルの構築	<ul style="list-style-type: none"> PFS普及促進の次のステップとして、健康経営・コラボヘルス推進を目指す民間事業者間PFS事業モデルを構築 	<ul style="list-style-type: none"> 企業及び健保組合の共同発注方式であり、発注者である民間が自ら予算立てした日本初のPFS事業を組成 	<ul style="list-style-type: none"> 令和6年度に組成したPFS事業の横展開 新たな健康経営の課題に対応したPFS事業の検討
事業組成パックを活用したPFSモデルの検討	<ul style="list-style-type: none"> 事業組成パックの活用事例の蓄積 事業組成パックの内容の充実 	<ul style="list-style-type: none"> 事業組成パックの具体的な適用条件が明らかとなった 	<ul style="list-style-type: none"> 事業組成パックに先行事例におけるアクティビティの具体例等を掲載 同様のアクティビティを想定する自治体等に活用を促す
健康経営・コラボヘルスの推進に向けたPFS事業導入促進セミナーの実施	<ul style="list-style-type: none"> PFSの普及展開に向け、PFSの導入意義や事業組成の方法を広く発信するセミナーを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> 参加者のコラボヘルス・PFSに対する理解促進や、事業組成に向けた機運の醸成につながった。 	<ul style="list-style-type: none"> 幅広い視点からの情報が得られるよう、登壇者を募集する 事例紹介に営業手法の共有や登壇者との意見交換を含める マッチングの場を提供する

3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

(1) 相談窓口設置による案件組成支援の実施

- PFS/SIB事業に関心を持つ、または検討を行う地方自治体・民間事業者を対象に、PFS/SIBの仕組みや事業の進め方に関する相談に対応。
- 主に事業条件の設定や提案活動の進め方に関する相談が多く、当社からは具体的な案件組成ノウハウに基づき、相談者固有の背景や条件に合わせた具体的な回答を提供。

①相談窓口の概要

- PFS/SIB事業を検討中、もしくはPFS事業の検討を開始する地方自治体、民間事業者（中間支援組織、サービス提供者等）を対象に相談窓口を開設し、PFS/SIBの仕組みや事業化に関する悩みや疑問に対応した。

【個別相談概要】

期間	2024年5月7日～2025年3月31日（土日祝日除く）
時間	10～17時 1回あたり1時間程度
対象者	地方自治体、民間事業者、研究機関等
費用	無料
対応者	株式会社日本総合研究所 担当者
開催形態	原則オンライン（Webex）

②相談申込者の概要

- 相談申込は**のべ24回**（2025年3月17日時点。複数回の申込あり）、相談申込者の内訳は、**民間事業者21者、地方自治体3者**であった。

③相談支援内容

- 相談申込者からの主な相談内容は次頁のとおり。
- 当窓口で相談を行った地方自治体は①PFS/SIB事業の構想段階にある自治体と、②すでにPFS事業を実施中であり、当該事業の改善に向けた課題を有する自治体に大別される。①構想中の地方自治体からは、公募までに要する期間・スケジュールや、中間支援団体・コンサルタントの探索方法、事業費の積算方法といった**事業の進め方**に関する相談を受けた。また、②事業実施中の団体からは、取組中の事業の成果が芳しくなく、**成果の改善に向けた新たな手法**に関する相談を受けた。これに対して対応者は、過去の事例の傾向と相談者固有の状況の双方を踏まえた事業検討スケジュール、予算額の算定方法、事業の改善方法を提示したほか、想定される中間支援組織やコンサルタントの紹介、国の専門家派遣制度の紹介等を行った。
- 当窓口で相談を行った民間事業者は、主に①自社事業の展開に向けた方策としてPFS/SIB事業の活用を検討する事業者と、②PFS/SIB事業の組成に向けこれから自治体とのコンタクトを行う事業者に大別される。①PFS/SIB事業の活用を検討する事業者からは、サービス提供者や中間支援組織、第三者評価機関の顔ぶれと探索方法、事業費の水準、成果指標の評価方法、ロジックモデルの策定に必要なエビデンスの頑健性、SIB事業における資金調達の方法など、**事業条件の設定**に関する相談を受けた。また、②自治体とのコンタクトを行う事業者からは、自治体への提案の時期やToDo、コネクションの作り方、事業組成に向けたスケジュールなど、**提案活動の進め方**に関する相談を受けた。これに対して対応者は、過去の取組事例を踏まえた一般的な傾向や、これまでの案件組成支援によって得られた具体的なノウハウに基づき、事業を進めるにあたって留意すべき点、自治体への提案において盛り込むべきコンテンツ、事業者と自治体の双方にメリットのある事業条件の設定方法などを提示した。

3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

(1) 相談窓口設置による案件組成支援の実施（続き）

【個別相談の主な内容】

【得られた主な成果】

相談者の類型		相談内容	項目	主な内容
地方自治体	事業構想段階	<ul style="list-style-type: none"> 公募までに要する期間、スケジュール 事業組成ノウハウを持つ事業者（コンサル、中間支援組織）の探索方法 広域自治体、基礎自治体が連携した広域PFS事業の事例、進め方 サービス提供者を介して第三者評価機関へ発注することの可否 事業費の積算方法 	相談者のネクストアクションの喚起	<ul style="list-style-type: none"> 相談者はPFSの仕組みに対する理解が深まるとともに、次のアクションが明確になり、社内での動きや自治体への営業活動など、事業化に向けた具体的な行動につながっていった。
	事業実施段階	<ul style="list-style-type: none"> 取組中のPFS事業の問題点分析 		
民間事業者	PFS/SIBの活用を検討する事業者	<ul style="list-style-type: none"> PFS事業とSIB事業の異同、メリット・デメリット PFS事業の発案者、サービス提供者の顔ぶれ サービス提供者に求められる資格要件の有無 資金提供者、第三者評価機関の顔ぶれ、探索方法 自治体による財源・予算確保の方法 成果指標の達成状況の評価方法 ロジックモデルの策定にあたって求められる、エビデンスの頑健性の程度 SIB事業における資金調達の方法 PFS/SIB事業における事業費の水準 	PFSマーケットにおけるニーズ・シーズの把握	<ul style="list-style-type: none"> 個別相談を通じ、自治体が有する①PFSに対するニーズ（どのような社会課題を解決したいのか など）と、②事業組成にあたってのニーズ（事業組成にあたってどのような方法論・ノウハウを知りたいのかなど）を蓄積することができた。 サービス提供者の存在と、具体的なサービス・ソリューションに関する情報を収集することができ、事業組成に必要なシーズに関する情報を蓄積することができた。
	自治体へのコンタクトを検討する事業者	<ul style="list-style-type: none"> 自治体への提案におけるToDo、接触すべき部局、関係構築の方法 事業組成に向けたスケジュール、自治体への提案時期 国、自治体によるPFS/SIB事業組成のための支援メニュー PFS/SIB事業に活用可能な補助制度 自社サービスを活用したPFS事業の成立可能性 自社サービスに対する自治体、企業の関心度合い 		

3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

(2) 複数の自治体連携を想定した広域型PFSモデルの検討

- 認知症の進行抑制、医療人材の育成・確保をテーマ候補として、複数自治体が連携するスキームのPFS事業モデルを検討。
- 具体的な実施内容として、当社はテーマの検討、テーマに関する県内の現状・課題分析、事業者の探索・リレーション構築を支援。

【検討の経緯及び概要】

- ある都道府県において、担当者がPFS/SIB事業の組成に関心を有しており、当該都道府県や基礎自治体でのPFS/SIB事業組成に向けた検討を継続して行っていた。一方で、当該都道府県内の基礎自治体の規模が小さく、事業規模の確保が難しいという課題を抱えていた。
- このような課題を踏まえ、当該都道府県が主導する形で、県と複数の基礎自治体が連携した広域型PFS/SIB事業の検討を行うこととなった。
- 当社では①テーマの検討、②現状分析、③PFS導入可能性調査の3つを主に支援した。テーマ候補として「認知症予防」、「医療人材の育成・確保」を取り上げ、それぞれに関して事業者の探索等を実施した。その結果、想定するテーマでPFS事業を行うには、当該都道府県が現在想定している事業内容がから大きく変更する必要があることが把握されたため、具体的な事業組成には至らず、引き続き検討することとなった。

【実施内容】

①テーマの検討

- 当該都道府県では過年度業務において認知症予防に関する取組に関心を示しており、軽度認知障害（MCI）に該当すると診断された方を対象に、通いの場でのカウンセリングやコミュニケーションを通じた認知機能の活性化に取組むことをテーマ候補として設定した。
- さらに、当該都道府県内の中山間地域・離島部を中心に看護師・薬剤師をはじめとした医療人材が不足しており、テーマの性質上一定の事業規模も見込めることから、医療人材の育成・確保もテーマ候補として設定した。

②現状分析

- 上記2テーマのうち、医療人材の育成・確保についてはこれまでの検討が不足していたため、当該都道府県における医療人材不足の現状と問題の構造を分析するとともに、既存施策を整理することで、取組余地が大きく、かつ問題の解決に寄与する具体的な取組テーマを設定することとした。
- 当該都道府県の2次医療圏別医療従事者数は中山間地域、離島部で全国平均を下回っており、入院治療を要する高度医療提供体制が中山間地域、離島部で不足している。こうした背景として、①当該都道府県内の看護師育成機関が都市部に集中しており、卒業後にそのまま都市部の病院に就職してしまうこと、②高齢化が深刻な中山間地域・離島部では看護師一人当たりへの業務負担が大きな一方、待遇が十分でないことにより、中山間地域・離島部では就労者数の減少、退職者数の増加の双方が課題となっていることを明らかにした。

3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

(2) 複数の自治体連携を想定した広域型PFSSモデルの検討（続き）

③PFSS導入可能性調査

1) 認知症予防

- 過年度の個別相談申込企業から、認知症予防を対象としたPFSS/SIB事業に関心を持つ事業者を探索したところ、2社が当該都道府県での取組に関心を示したため、意見交換を行った。しかしながら、当該都道府県が想定するサービス内容と整合しない点があったため、事業組成を見送ることとなった。

2) 医療人材の育成・確保

- 現状分析を踏まえ、課題解決につながる取組として、①当該都道府県外看護師向けの宿泊型病院見学ツアー、②学生向け情報提供プラットフォームの開設を通じた人材確保の取組へのPFSS導入可能性を検討した。
- はじめに、プレーヤーの有無について調査を行った。その結果、旅行代理店や人材派遣会社をはじめ、プレーヤーになりうる企業を複数抽出することができた。
- 次に、前述の①、②がPFSSを活用した際に課題解決につながるのか検討した。
- 結果として、そもそも中山間地域・離島部において医療人材が増え、定着するためには、中山間地域・離島部に対する良好かつ具体的なイメージを持ってもらうことは重要であるものの、その前段として、働きやすい環境整備や福利厚生充実が不可欠である。そのため、①や②の取組だけでは、課題解決につなげるのは難しい、つまり成果指標を改善するのは難しく、サービス提供者となる民間事業者のリスクが非常に高いと結論付けた。
- 中山間地域・離島部の医療人材確保を目指すPFSS事業を組成するためには、医療機関との連携、福利厚生の改善、当該都道府県外も含めた効果的な周知方法等を総合的に検討し、サービスを有する事業者の探索が求められ、引き続き県にて検討することとなった。

【既存施策の整理】

	啓発	掘り起こし・リクルート	マッチング	未経験者向け研修	就労時支援	キャリアアップ支援	定着支援
学生	中学生	一日看護体験★		進学ガイダンス★			
	高校生						
	看護学生			島根「ふるさと」看護奨学金(通称・離島枠)★ 情報提供★			
看護師	県内の中山間地域・離島で就労中						
	県内で就労中						
	資格はあるが就労していない(県内在住)			再就業チャレンジ講習会★	ナースバンク★		
	県外で就労中					再就業チャレンジ講習会	

★：中山間地域・離島に関わらず実施する施策

①中山間地域・離島に特化した啓発・掘り起こしを実施
・現状、特化した啓発等は行っていない
・中山間地域・離島の医療に関心を持つ、肯定的な印象を持つこと、ナースバンク登録を目指す

②中山間地域・離島に特化したマッチング
・現状、実施していない
・20代はネットワークが軽い、ハードルが低い可能性あり
・移住メニューの充実、待遇改善の措置等の施策が必要

③中山間地域・離島に特化した啓発・掘り起こしを実施
・現状、啓発等は行っていない
・中山間地域・離島の医療に関心を持つ、肯定的な印象を持つこと、ナースバンク登録を目指す

【事業者の探索（医療人材の育成・確保）】

	業種	事業・サービス概要
県内 旅行事業者	旅客運送事業者A	・貸切バス・タクシーを活用した募集型・受注型企画旅行を提供する。個人～社員・職場旅行までの幅広い規模の利用客に対応することができる。 ・募集型では石見、出雲、松江、境港を中心とした2～3日間の周遊旅行プランのパッケージを提供する。
	旅客船事業者B	・隠岐諸島と本土を結ぶフェリーの運航に加え、隠岐諸島のツアー・パッケージの企画・販売を主な事業として営む。 ・日帰り～1泊2日を中心に、隠岐諸島の史跡や観光地の周遊、宿泊、本土への送迎が一体となったツアー・パッケージを提供している。
	観光事業者C	・往復の船・島内交通・宿泊がセットとなったツアー・パッケージを企画・販売する。「島暮らし体験ツアー」など隠岐諸島の自然や生活を気軽に体験できるアクティビティを数多く提供している。 ・離島在住のスタッフがツアーでの食事やアクティビティの企画に携わっているため、島民目線に基づくノウハウを生かしたツアーに特徴がある。
人材 派遣事業者	人材派遣会社A	・大手人材派遣企業の子会社として特化した求人・人材派遣サービス。 ・フルタイムや日勤だけでなく、月単位でのトラベルナースといった形で中山間・離島地域への派遣を行うなど、派遣先や勤務形態の種類が豊富である。
	人材派遣会社B	・医療従事者向けに求人・転職や、短期～長期での派遣の仲介サービスを提供する。 ・看護師転職サービスの中でも保有事業数が多い全国26箇所と多数に上るため、地方部を含めた全国各地への転職・派遣に強みを有している。
	人材紹介・情報サービス事業者C	・看護学生や看護師に、看護技術やケア知識といったノウハウのほか、転職、求人、国試対策といった人材確保に関する情報を提供する専門メディアサービス。 ・看護師向けに転職や派遣サービスを提供しており、職場の内部事情のリーサーなど、看護師に特化したリクルートやマッチングに特徴を有している。

3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

(3) 健康経営・コラボヘルスを推進する企業及び健康保険組合の共同発注方式によるPFSモデルの構築

- 医療・健康、介護分野のPFSの次のステージとして、日本初の健康経営・コラボヘルスを推進する民間事業者間のPFS事業を組成。
- 公共分野にとどまらず民間分野でも、課題解決に資する質の高いサービスを持つ事業者が選ばれる環境を整備。

①PFS組成に関心のある企業及び健康保険組合の探索

- 健康経営・コラボヘルスを推進する企業及び健康保険組合の共同発注方式によるPFS事業に対し、発注者としての参画に関心のある企業・健康保険組合を探索するために、健康経営を推進する企業を中心にヒアリングを行った。
- ヒアリングの概要は下記のとおり。

【ヒアリング概要】

期間	2024年5月～6月
ヒアリング対象	<ul style="list-style-type: none">健康経営を推進する企業、個別相談でPFSの相談があった健康保険組合 計11者上記のほかに、助言を得るために有識者、健康保険組合関連団体等にもヒアリングを行った。 ※健康経営を推進する企業の中には、企業の他に健保組合も同席したところもあり、そこは両者を合わせて1者と数えている。 (内訳) 保険会社の健康保険組合(1者)、非鉄金属メーカー(1者)、製薬会社(1者)、電機メーカー(1者)、飲料メーカー(1者)、証券会社(1者)、保険会社及び当該企業の健康保険組合(1者)、エネルギー関連企業(1者)、システム会社(1者)、銀行及び当該企業の健康保険組合(1者)、工業機器メーカー及び当該企業の健康保険組合(1者)
ヒアリング項目	実施している健康施策、注力している健康課題、PFS事業への関心(取り組んでみたいテーマ等)、PFS事業実施に向けた課題(実施する場合のボトルネック)
開催形態	オンライン(Webex)、対面

- 各者から得た主な意見は次頁のとおりである。
- ヒアリング対象者のうち、銀行及び当該企業の健康保険組合である「肥後銀行」及び「肥後銀行健康保険組合」がPFS事業の実施に関心を有していたため、肥後銀行、肥後銀行健康保険組合を発注主体とし、また、肥後銀行及び肥後銀行健康保険組合が有する課題に対応したサービスを持つかもと健康支援研究所をサービス提供者として、今年度内に事業組成をすることを前提として、組成支援を行うこととなった。

3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

① PFS組成に関心のある企業及び健康保険組合の探索（続き）

【ヒアリングで得られた主な意見】

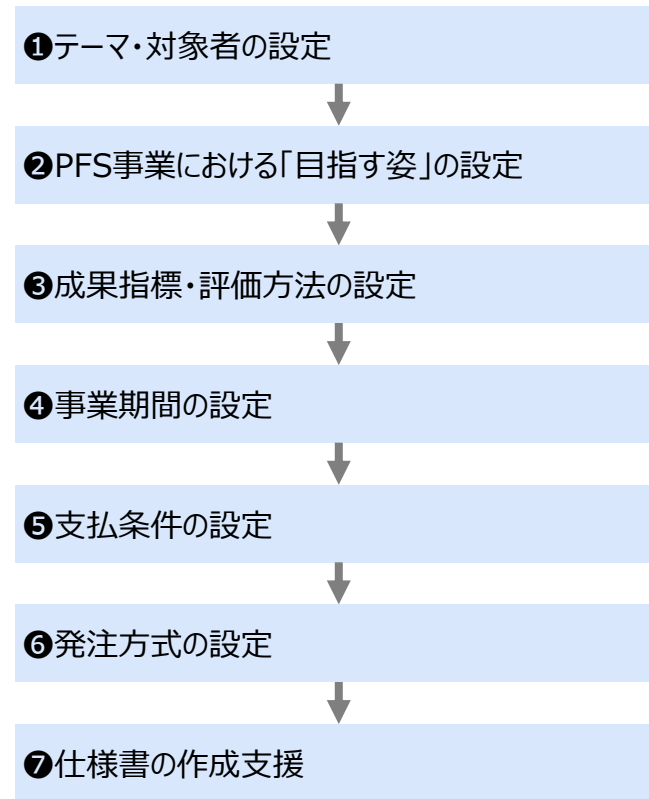
<p>注力している健康課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 禁煙促進（喫煙率が下げ止まっている） ・ 健康リテラシーの向上 ・ 適切な生活習慣の定着（運動、飲酒等） ・ 特定健診受診率向上。特に被扶養配偶者の受診率が上がらない。 ・ 婦人科健診の受診率向上（女性社員が多いこともあり、注力している） ・ エンゲージメントの底上げ ・ 健康経営のセルフコントロール ・ メンタルヘルス（休職中の従業員の復帰支援等）
<p>PFSへの関心</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 成果が出た際に上乗せを支払う（従来よりも事業費がアップする）という点については、事業者のノウハウを引き出す観点で良い仕組み。追加のコスト負担も社内で説明可能だろう。 ・ 健康経営には終わりがなく、常にチャレンジが必要と考えており、事業者と目指す姿を共有して取り組めるPFSのスキームは非常に良い。 ・ 課題を解決できるのであれば、委託事業者を変えてもよいし、PFSを導入したい。 ・ 健康経営施策で外部委託を行っていないため、PFSを導入する余地が小さい。 ・ PFSを導入して課題解決を包括的に委託事業者に任せただけの場合、自社に何も残らず、健康経営と言えるのか疑問がある。 ・ 健保組合としては、組合単独では解決に限界のあるテーマもあり、企業との連携を推進したい。企業としてはさらに踏み込んだ健康経営施策を行いたい。共同発注方式によるPFSはニーズに合致するスキームである。 ・ 企業と健康保険組合は役割分担をしており、それもコラボヘルスの一つ。したがって共同発注方式の必要性が低い。
<p>PFS事業実施に向けた課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 課題解決に資するノウハウを持つ民間事業者がいるのか、また、その事業者がPFSというスキームを受け入れるか懸念がある。 ・ 中間支援組織（事業条件の設計、サービス提供体制の構築等を実施）の存在が不可欠のように感じる。企業単独で組成するのは難しい。 ・ 健保組合は全グループに一律にサービスを提供する必要がある。一方でグループ会社ごとに健康課題が異なる。したがって、企業と健保組合による共同発注は難しい。 ・ 企業は基本的に単年度予算であるため、複数年度の事業期間を前提としたPFSはなじまない。

3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

②PFS事業組成の実施手順

- PFS組成に関心のある企業及び健康保険組合の探索の結果、企業及び健康保険組合の共同発注方式によるPFS事業組成に関心のある、肥後銀行及び肥後銀行健康保険組合、さらにはサービス提供者としてくまもと健康支援研究所に対して、今年度内に事業組成をすることを前提としてPFS事業の組成支援を行った。
- PFS事業組成支援の手順は右記のとおり。
- はじめに、肥後銀行、肥後銀行健康保険組合が有する従業員やその家族（被保険者、被扶養配偶者等）の健康に関する現状を、データも用いながら分析し、健康課題を整理した。その上で、その中からPFS事業のテーマと、当該PFS事業の対象者を設定した。並行して、主に肥後銀行健康保険組合から委託を受けて健康関連業務を行っていたくまもと健康支援研究所に相談をし、当該企業が整理した課題に対応したサービスを検討し、また、提供することが可能であることを確認した。（①テーマ・対象者の設定）。
- テーマ及び対象者を設定した後、PFS事業を完了する時点で当該テーマ・対象者が「どのような状態になることを目指すか」について検討し、設定した（②PFS事業における「目指す姿」の設定）。
- 目指す姿設定後、目指す姿を定量的・客観的に表すことができる成果指標と、当該成果指標の改善状態を評価するための評価方法を設定した（③成果指標・評価方法の設定）。
- 目指す姿を実現するためにサービス提供に要する期間、成果指標の評価可能な時期を踏まえて、事業期間を設定した（④事業期間の設定）
- また、成果指標・評価方法の設定と並行して、事業費の試算、成果連動型対価と固定対価の割合、成果連動型対価の支払条件を設定した（⑤支払条件の設定）。
- 企業及び健康保険組合の共同発注方式として、コラボヘルス推進という点から理想的かつ現実的な発注方式を具体的に検討し、設定した（⑥発注方式の設定）。
- 最後に、①～⑥までを整理し、肥後銀行及び肥後銀行健康保険組合がPFS事業を実施する際の仕様書を作成した（⑦仕様書の作成支援）。
- 実施手順の各段階では、たたき台を作成した上で、それをベースに肥後銀行、肥後銀行健康保険組合、くまもと健康支援研究所と複数回の協議（対面、オンライン）を重ねて事業条件を設定した。
- なお、仕様書の内容や、共同発注方式の具体的な設定にあたっては、肥後銀行の法務所管課等の確認も経ながら行った。

【PFS事業組成の手順】



3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

③PFS事業の組成結果

- PFS事業組成の実施手順に沿って、PFS事業の実施のための事業条件を以下のとおり設定した。

①テーマ・対象者の設定

- 肥後銀行では、従業員家族の健康状態低下(健康リスク増加)は、従業員本人の心理的健康を阻害し、生産性損失にまで影響が及ぶ恐れが高いと考えており、従業員家族の健康状態の改善が課題であった。
- 肥後銀行健保組合では、被扶養者の約4割が特定健診を受診しておらず、その背景には、健保組合と被扶養者との関係性が薄くなり易く、直接的なアプローチがし辛いということがあり、被扶養配偶者の受診率向上が課題であった。
- そこで、肥後銀行、肥後銀行健保組合は、従業員の家族（被扶養配偶者）を対象として、個別に保有する情報を一元的に事業者提供するとともに、成果の評価に肥後銀行、肥後銀行健保組合が一体で関与することで、健康情報の総合的な把握に繋がる特定健診受診率の向上を目指すこととした。

②PFS事業における「目指す姿」の設定

- 特定健診の対象となる従業員の家族（被扶養配偶者）のうち、「毎年受診する人」、「受診する年もあればしない年もある人」が全て受診し、加えて、「全く受診していない人」の一部も受診することを目指すこととした。

③成果指標・評価方法の設定

- 目指す姿を表す成果指標として、「特定健康診査受診率」【（特定健診を受診した40歳以上被扶養配偶者） / （40歳以上の被扶養配偶者）】を設定した。

④事業期間

- 目指す姿を実現するのに必要となるサービス提供期間、成果指標の評価時期を踏まえて、2024年11月～2026年3月31日を事業期間とした。

⑤支払条件の設定

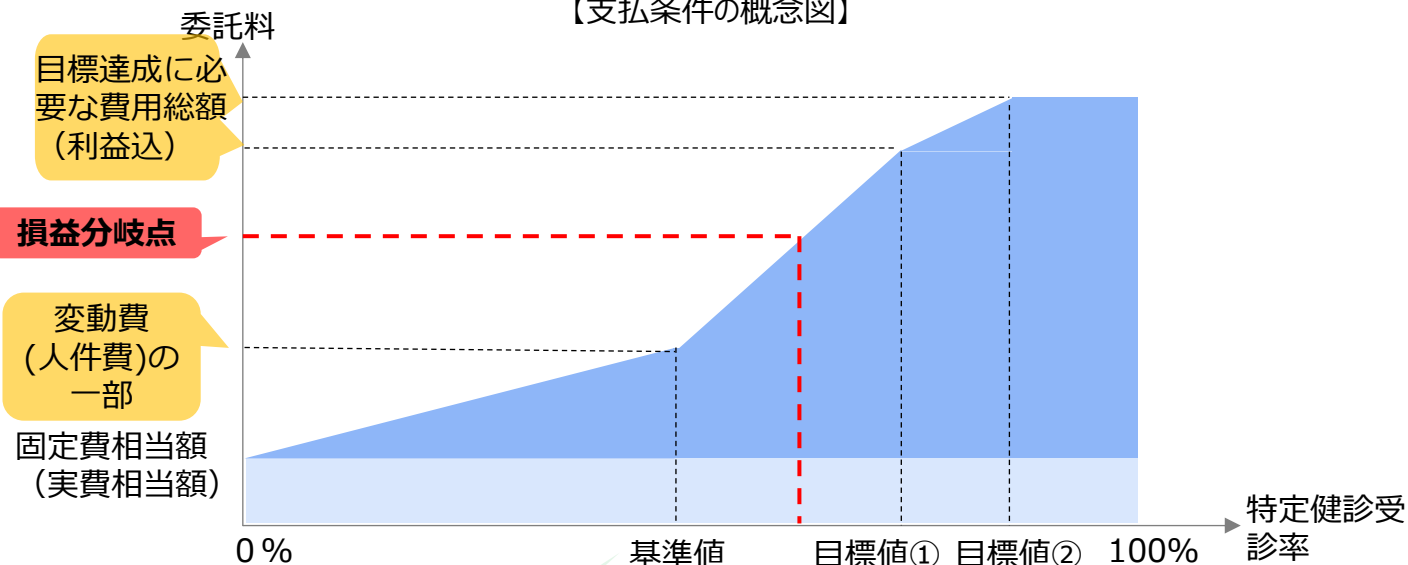
- 共同発注方式によるPFS事業により、これまで健康保険組合のみからのアプローチであった被扶養配偶者の特定健診受診率向上に、企業も情報提供や被保険者通じた働きかけ等積極的に関与することが可能となることから、さらなる受診率の向上が期待できる。そのため、成果連動型対価の基準値を過去最高の受診率に設定した（事業者側の損益分岐点はその基準値以上）。
- 成果連動型対価が最大額となる目標値は、「毎年受診する人」、「受診する年もあればしない年もある人」が全て受診し、加えて、「全く受診していない人」の一部も受診した受診率とした。

3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

③ PFS事業内容（続き）

⑤ 支払条件の設定

- 支払条件の概要は右記のとおり。
- 委託料総額は、事業者見積を参考に設定した。
- 委託料は、固定対価と成果連動型対価の2種類から構成される。
- 固定対価は、事業者の見積をもとに、固定費相当額を設定した。
- 目標値に達すると、事業者は利益を含んだ委託料を収受する。



⑥ 発注方式の設定

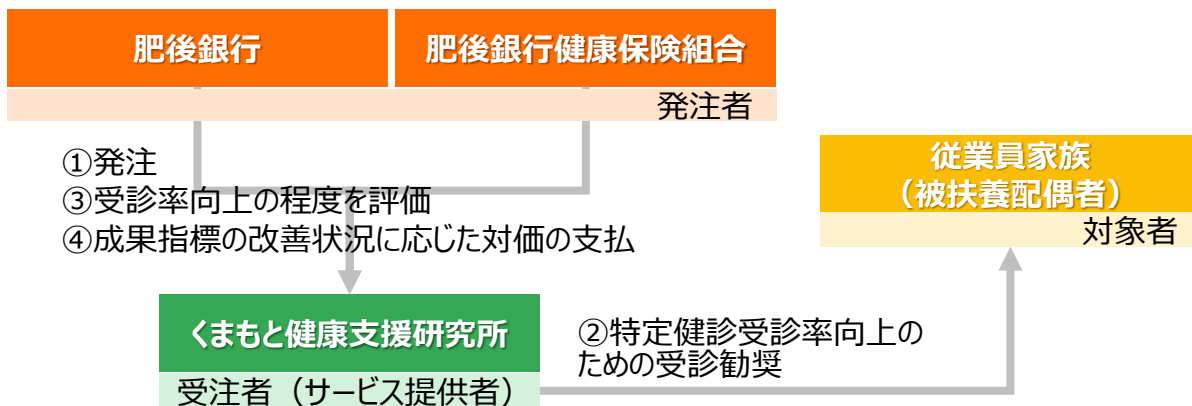
- 共同発注方式は、具体的には「健保組合及び企業による共同発注方式」、「健保組合、企業それぞれによる個別発注方式」、「健保組合による個別発注方式」に大きく分類される（各方式は次頁参照）。
- この中から、肥後銀行及び肥後銀行健康保険組合が有する課題を解決するには、成果の評価に肥後銀行、健保組合が一体で関与することが重要であり、したがって両者が積極的に成果創出にコミットする方式である「健保組合及び企業による共同発注方式」を導入することとした。

過去最高の受診率

【毎年受診する人の受診率】
+ 【受診する年もあればしない年もある人の受診率】

全く受診していない人の一部も受診した場合の受診率

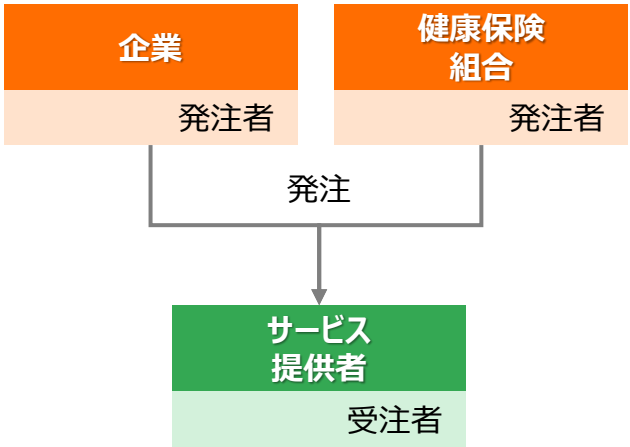
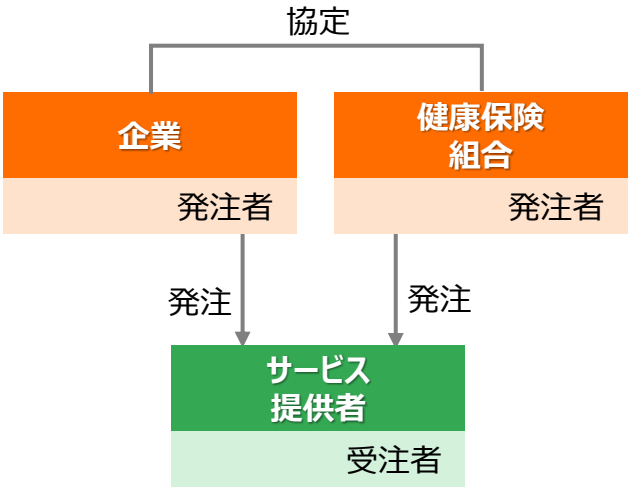
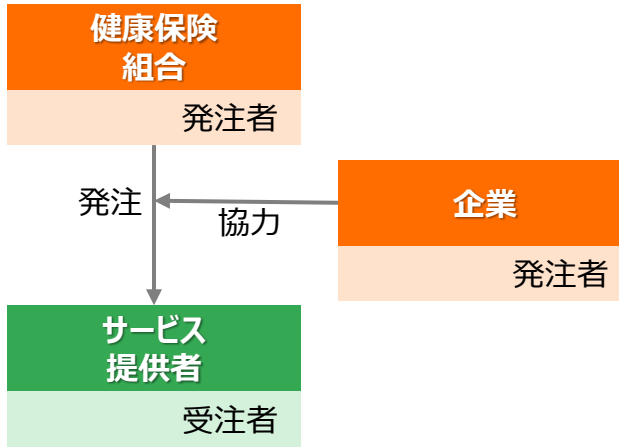
【健保組合及び企業による共同発注方式に基づく事業実施体制】



3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

③ PFS事業内容（続き）

⑥ 発注方式の設定

健保組合及び企業による共同発注方式	健保組合、企業それぞれによる個別発注方式	健保組合による個別発注方式
 <p>この図は、企業と健康保険組合が共同して発注者となり、サービス提供者を受注者とする共同発注方式を示しています。企業と健康保険組合の両方から「発注者」として「発注」が行われ、サービス提供者は「受注者」としてサービスを受けます。</p>	 <p>この図は、企業と健康保険組合が「協定」を結ぶことで、それぞれが発注者となり、サービス提供者を受注者とする個別発注方式を示しています。企業と健康保険組合の両方から「発注者」として「発注」が行われ、サービス提供者は「受注者」としてサービスを受けます。</p>	 <p>この図は、健康保険組合が発注者としてサービス提供者を受注者とする個別発注方式を示しています。企業は「協力」する立場で参画します。</p>
<ul style="list-style-type: none"> 健保組合及び企業が一つの発注者となり、業務を委託。 発注者である健保組合、企業の役割分担が明確であり、両者が積極的に成果創出にコミットする方式。 	<ul style="list-style-type: none"> 健保組合、企業がそれぞれ委託。連携するため協定も締結。 協定において発注者である健保組合、企業の役割分担を明確にすることで、両者が積極的に成果創出にコミットする方式となる。 ただし、サービス提供者側から発注者側の役割分担が分かりづらい。 	<ul style="list-style-type: none"> 健保組合が委託。企業は協力する立場で参画。 企業の参画が限定的であり、成果創出へのコミットがされづらい。

⑦ 仕様書の作成

- 肥後銀行、肥後銀行健康保険組合、くまもと健康支援研究所によるPFS事業の仕様書を、①～⑥の項目立てで作成した。

3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

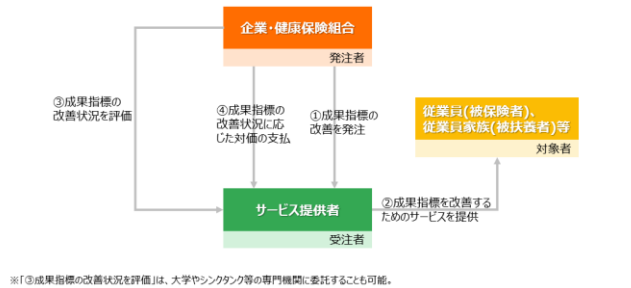
④周知用資料の作成

- 2024年12月に肥後銀行及び肥後銀行健康保険組合の共同発注によるPFS事業が開始した後に、健康経営・コラボヘルスを推進する企業及び健康保険組合の共同発注方式によるPFS事業を広げるために、周知用の資料を作成した。
- 当資料は、ホームページでの公表、関心のある企業・団体やマスコミへの提供等、周知のために幅広く活用している。

1 健康経営・コラボヘルスを推進する民間事業者間のPFS事業とは

外部のサービス提供者に委託等して実施する事業のうち、

- 企業・健康保険組合が解決を目指す健康課題に対応した成果指標を設定し、
- サービス提供者に支払う額等が、当該成果指標値の改善状況に連動する方式



※③成果指標の改善状況の評価は、大学やランキング等の専門機関に委託することも可能。

2 健康経営・コラボヘルスを推進する民間事業者間のPFS事業のメリット

発注者である企業・健康保険組合にとって・・・

メリット①

課題解決に資する、質の高い健康施策の実施

- PFS事業では、「発注者の目指す成果(課題解決がなされた姿)を実現する」という観点でサービス提供者からサービスの提案を受ける。そのため、想定していなかった革新的な取組を導入することができる。
- 企業・健康保険組合が発注主体となることで、企業、健康保険組合個別では難しかった取組(両者が有する情報の一元的活用等)を実行することができる。

メリット②

予算の有効活用

- PFS事業では、成果の達成状況に応じて発注者が受注者に支払う委託額が変動することから(低い成果の場合は委託額が小さくなり、高い成果の場合は委託額が大きくなる)、予算を有効に活用することができる。

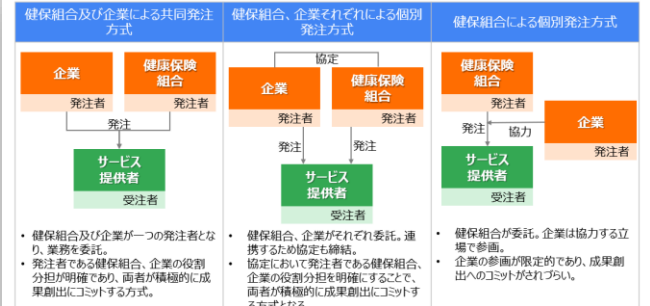
受注者であるサービス提供者にとって・・・

メリット①

企業や健康保険組合が有する健康課題に対する解決のノウハウを持つ事業者が選ばれる

- 従来の委託では、見積額、受託実績、企業規模等も勘案されて受注者が決まる。そのため、ノウハウがあっても受託実績がない、スタートアップ等の企業規模が小さい事業者は選定されづらい実態があった。
- PFS事業では、実績や企業規模等に関係なく、課題解決に資するノウハウを有する事業者が選定され、サービス提供に必要な委託額が設定される。

3 健康経営・コラボヘルスを推進する民間事業者間のPFS事業のスキーム



- 健康経営及び企業が一つの発注者となり、業務を委託。
- 健康経営、企業それぞれが委託。連携するため協定も締結。
- 健康経営が委託。企業は協力する立場で参画。
- 発注者である健康経営、企業の役割分担が明確であり、両者が積極的に成果創出にコミットする方式となる。
- 協定において発注者である健康経営、企業の役割分担を明確にすることで、両者が積極的に成果創出にコミットする方式となる。
- ただし、サービス提供者側から発注者側の役割分担が分かっていない。

※企業、健康経営の所掌等を踏まえて、上記から最適な方式を選択するのが望ましい

4 健康経営・コラボヘルスを推進する民間事業者間のPFS事業 本邦初事例 1/3

健康経営推進に向けた従業員家族(被扶養配偶者)を対象とする特定健康診査等受診勧奨事業
発注者：株式会社肥後銀行、肥後銀行健康保険組合

目的 企業、健康組合それぞれの課題を、それぞれが保有する情報・資源を一元化して解決を目指す

○肥後銀行の課題：従業員家族の健康状態低下(健康リスク増加)は、従業員本人の心理的健康を阻害し、生産性損失にまで影響が及ぶ恐れがある。

○健康組合の課題：被扶養者の約4割が特定健診を受診していないなど、健康組合と被扶養者との関係性が薄くなり、直接的なアプローチが難しい。

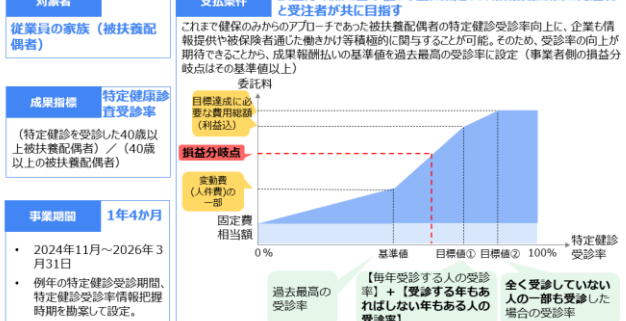
肥後銀行、健康組合が個別に保有する情報を一元的に事業者に提供するとともに、成果の評価に肥後銀行、健康組合が一体で関与することで、健康情報の総合的な把握に繋がる特定健診受診率の向上を目指す。

体制 企業・健康組合の共同発注方式によるPFS



4 健康経営・コラボヘルスを推進する民間事業者間のPFS事業 本邦初事例 2/3

健康経営推進に向けた従業員家族(被扶養配偶者)を対象とする特定健康診査等受診勧奨事業(続き)



4 健康経営・コラボヘルスを推進する民間事業者間のPFS事業 本邦初事例 3/3

健康経営推進に向けた従業員家族(被扶養配偶者)を対象とする特定健康診査等受診勧奨事業(続き)



3. 案件組成や普及に向けた検討・支援

⑤周知

- 健康経営・コラボヘルスを推進する企業及び健康保険組合の共同発注方式によるPFS事業の周知として、以下のとおり実施した。

○雑誌への掲載

- 健康保険組合連合会が刊行している「健康保険3月号」に、健康経営・コラボヘルスを推進するPFS事業に関する経済産業省及び厚生労働省へのインタビュー記事が掲載された。肥後銀行及び肥後銀行健康保険組合によるPFS事業の概要や意義、PFSというスキームが健康経営・コラボヘルスを推進する有効なツールであることが示された。

○InnoHubのメーリングリストでの周知

- 経済産業省が運営するInnoHubの加盟団体に対して、メーリングリストを活用して、肥後銀行及び肥後銀行健康保険組合によるPFS事業の周知を行った。

○セミナーでの周知

- 民間事業者間のPFS事業の可能性、健康経営・コラボヘルスを推進する有効なツールとしてPFS、肥後銀行及び肥後銀行健康保険組合によるPFS事業について周知をするために、「健康経営・コラボヘルスの推進に向けたPFS事業導入促進セミナー」を開催した。詳細は後頁参照。

4. エビデンス整備や手引きの活用

(1) 事業組成パックを活用したPFモデルの検討

- 高齢者の社会活動参加事業の事業組成パックを活用した事業組成を支援。
- 想定するアクティビティが事業組成パックと異なるため、事業組成パックをベースにしつつ、追加の検討を実施。

①主な経緯

- 個別相談の中で、民間事業者（サービス提供者）から、高齢者の社会活動参加事業に関して事業組成パックを参考に案件組成を検討しているという相談があり、自治体への具体的な事業条件の提案に向けて、ロジックモデル・成果指標等の検討を行った。
- ロジックモデル・成果指標等の検討を進める中で、相談者において、PFS事業として目指すアウトカムを創出するためにはサービス内容の更なる充実が必要との判断がなされ、結果的に2025年度の事業化に向けた自治体へのPFS事業としての提案は見送ることとなった。

②事業概要

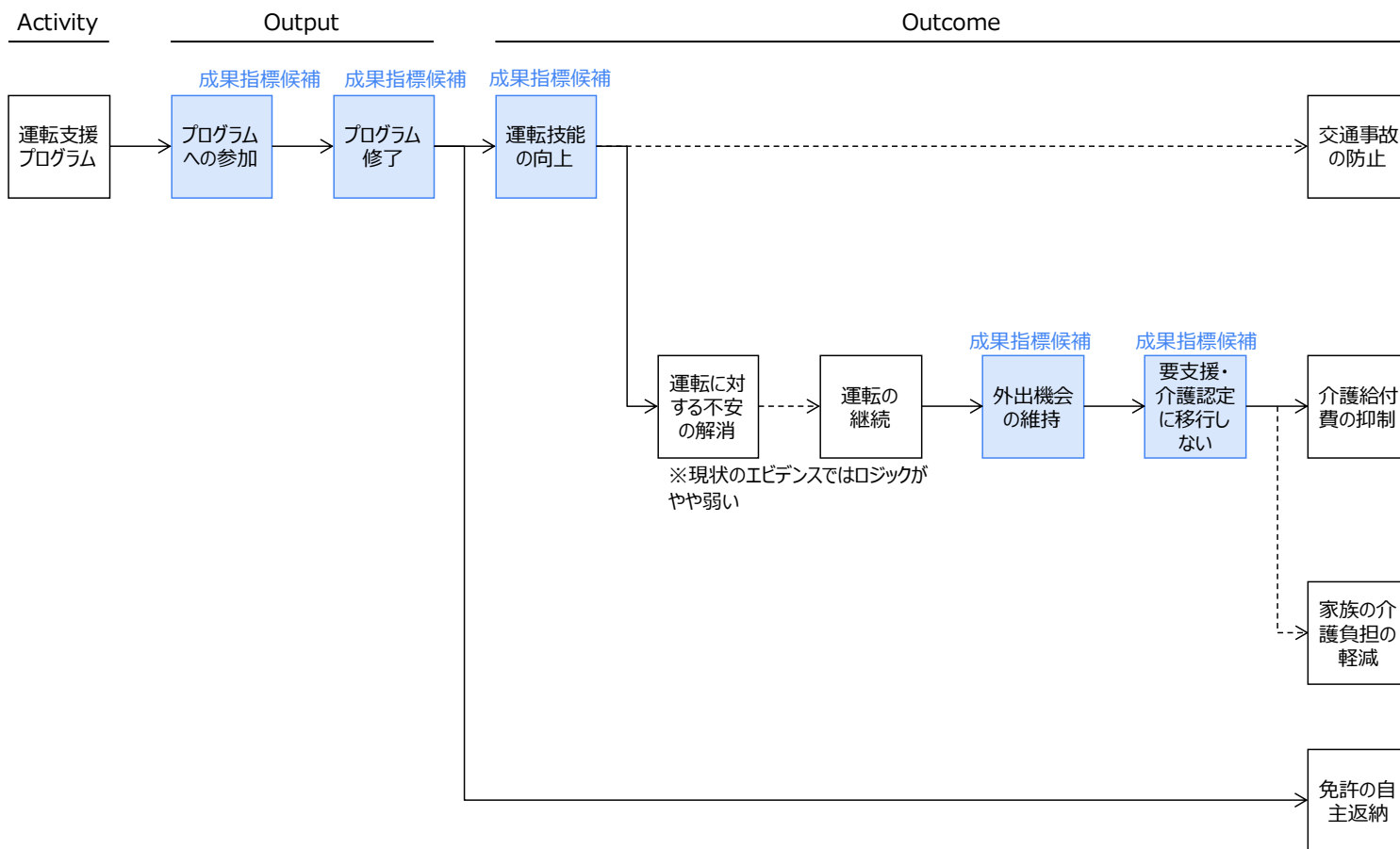
- 相談者は、高齢者を対象に自動車運転技能の診断や運転技能向上に向けたアドバイス等を行うサービスを提供しており、自治体と連携した実証事業により、運転技能向上等の効果が把握されていた。
- 連携先自治体が地方都市であり、一部中心市街地を除いて自家用車が主要な外出手段であることから、高齢者自身が運転に自信をなくしたり、不安を感じた家族等の勧めにより運転をやめることは、社会参加機会の喪失につながる。高齢者に対して社会参加を促すことで介護予防を目指すPFS事業は複数実施されており、事業組成パックにまとめられているほか、高齢者が自動車の運転をやめることで要介護人手を受けるリスクが増加することも指摘されている。このため、高齢者の運転技術を維持・向上することで外出機会を確保し、ひいては要支援・要介護状態になることを予防することを目的とし、PFS事業の検討を行った。
- 自治体の介護予防事業として実施することから、対象者は当該自治体在住の高齢者とし、そのうちプログラム参加時点で①要支援・要介護認定を受けていない、②運転に不安を感じている、③外出機会のある者とした。

事業目標	<ul style="list-style-type: none">• 高齢者が要支援・要介護状態に移行しないためには、外出機会の確保・継続が不可欠である。• 市民にとって外出には自動車が不可欠な移動手段であるが、高齢者は加齢とともに運転技術が低下する傾向があり、それは外出機会の減少、ひいては要支援・介護状態への移行や状態の悪化につながる懸念がある。• そこで本事業は、高齢者の運転技術を維持・向上することで、外出機会を確保し、ひいては要支援・要介護状態への移行抑制を目指す。
対象者	<p>以下の条件に該当する、当該自治体在住の高齢者</p> <ul style="list-style-type: none">• プログラム参加時点で要支援・要介護認定を受けていない高齢者• プログラム参加時点で運転に不安を感じている高齢者• プログラム参加時点で外出機会のある高齢者
事業期間	3年間（2025.4～2028.3）

4. エビデンス整備や手引きの活用

③ロジックモデルの検討

- 高齢者の社会活動参加事業の事業組成パックのほか、自動車運転と介護予防等に関する既往研究等を参考に、以下のとおりロジックモデルを作成した。
- 高齢者に対する運転支援プログラムの直接的な成果として交通事故の防止があり、副次的な効果として外出機会の確保による介護予防があると整理。また、運転支援プログラムを受けた結果、高齢者が運転免許証の自主返納を行う判断をすることも成果の一つとした。
- 事業組成パックでも示されているように、外出や社会活動への参加と介護予防の関係については多数の研究が存在。また、海外文献では、運転の継続と社会参加の関係を指摘するものもあり、運転支援プログラムにより運転技能が向上し、高齢者が運転を継続することで、外出機会が維持され、介護予防につながると整理した。



4. エビデンス整備や手引きの活用

④成果指標・目標値・評価方法の検討

- ロジックモデルの中から、以下の要素を成果指標の候補として選定した。

要素	成果指標の内容	選定理由
プログラムへの参加	プログラム参加者数/定員	<ul style="list-style-type: none"> 多数の参加者確保そのものも政策意義として高いため
プログラム修了	プログラム修了者数/プログラム参加者数	<ul style="list-style-type: none"> プログラム修了はアウトカムにつながる必須プロセスのため
運転技能の向上	プログラム修了者のうち3回目の診断で危険運転の数が初回よりも減少した人数/プログラム修了者数	<ul style="list-style-type: none"> プログラムの直接的効果を表すもの
外出機会の維持	(プログラム修了者のうち、プログラム終了から一定期間後に、外出機会を維持していると回答した人の割合) - (対照群のうち、同時期に、外出機会を維持していると回答した人の割合)	<ul style="list-style-type: none"> 事業目標 (要支援・要介護認定移行抑制) につながる中間アウトカム
要支援・要介護認定の移行抑制	(1年目のプログラム修了者のうち、事業期間終了直前に要支援・要介護認定を新規に受ける人の割合) - (対照群の中で同期間に要支援・要介護認定を新規に受ける人の割合)	<ul style="list-style-type: none"> 事業目標 (要支援・要介護認定移行抑制) を表すもの

- 成果指標のうち「プログラムへの参加」「プログラム修了」は、発注者である自治体との協議により予め定めた計画値との比較により評価を行うこととした。
- 成果指標のうち「運転技能の向上」は、プログラムとの関係性が直接的であることから、相談者が実施した実証事業をもとに目標値を設定し、プログラム参加者の事前事後比較により評価を行うこととした。
- 成果指標のうち「外出機会の維持」「要支援・要介護認定の発生抑制」については、相談者が実施した実証事業において検証されていなかったことから、目標値の設定が困難であるほか、希望者を募ってプログラムを実施することから比較対象となる群が存在せず、ランダム化比較試験等を行う場合には追加のコストを要することから、目標値及び評価方法の設定が困難であった。
- 上記の検討を踏まえ、外出機会の維持や要支援・要介護認定の発生抑制との関係の検証も含め、サービス内容の更なるブラッシュアップが必要と相談者が判断し、来年度の事業化に向けた自治体へのPFS事業としての提案は見送ることとなった。

4. エビデンス整備や手引きの活用

④ 成果指標・目標値・評価方法の検討（続き）

（事業組成パックの利便性を上げるという観点での本業務からの示唆）

- 高齢者の社会活動参加事業の事業組成パックを活用して事業組成を試みたが、活用における課題として以下2点が挙げられる。
- 一点目は、対象者層や目指す成果が同じであっても、想定するアクティビティが異なる場合には、ロジックモデルの内容も異なり、追加の検討が必要となる点である。本件では、事業組成パックと同様に、高齢者に対して社会参加を促すことで介護予防を目指す事業であるが、通いの場ではなく「運転支援プログラム」という新たなアクティビティを行うものであり、ロジックモデルの再検討を要した。
- 二点目は、目標値の設定の困難さである。事業組成パックでは、要支援・要介護リスク評価尺度維持者数が事業効果額の算定方法と合わせて成果指標候補として示されており、事前事後比較を行うこととされているが、参加者数のうち何人がリスク評価尺度を維持すると想定すべきかについては記載がなく、検討が困難であった。なお、本件では、自治体が実際に要支援・要介護にならないことを重要視していたことから、成果指標としてはリスク評価尺度ではなく「要支援・要介護認定の発生抑制」とした。この場合にも、目標値や評価方法の設定に困難があった。
- 本件は本業務の中で検討を支援したが、自治体が独自で事業組成を行うことを可能にするという事業組成パックの目的を踏まえると、完全に同一のアクティビティ（通いの場）を想定している場合にのみ適用可能である点に留意する必要がある。本件のように、事業組成パックを参考にバリエーションを検討する場合には、本事業において個別相談の利用を進める等の周知を行うことが考えられる。また、通いの場に関しては先行のPFS事業が複数存在するため、今後、先行事例での結果も踏まえ、目標値の設定に関しても参考となり得る情報を追加することが考えられる。

5. PFSセミナーの開催・運営

(1) 健康経営・コラボヘルスの推進に向けたPFS事業導入促進セミナーの実施

- 企業・健康保険組合共同発注PFS事業の普及を通じた健康経営・コラボヘルスの推進に向け、健康経営、ヘルスケア分野でのPFS事業の推進に向けた政策動向と、本邦初の民営PFS事業事例を紹介。

【セミナー実施要領】

【講演概要】

タイトル	「健康経営・コラボヘルスの推進に向けたPFS事業導入促進セミナー」
日時	2025年2月12日（水）13:30～15:30 ※終了後、参加者間での交流会を実施
実施形態	対面（株式会社日本総合研究所社会価値共創スタジオ）・オンライン併用
プログラム	第1部：セミナー 1. 成果連動型民間委託契約方式（PFS）について 2. PFS事業の事例紹介と今後の展望 3. 経済産業省におけるPFS/SIBの推進について 4. 肥後銀行の健康経営およびPFS事業の概要と意義について 5. 健康保険組合とのコラボヘルス推進に向けたPFS事業の導入について 6. サービス提供者における企業及び健康保険組合共同発注によるPFS事業の意義 7. 質疑応答 第2部：自社PR・交流会

①成果連動型民間委託契約方式について

ご講演者：網田知泰氏（内閣府成果連動型事業推進室 企画官）

- PFS事業の仕組みやスキーム、メリット、取組事例、内閣府の支援メニューについてご講演

②PFS事業の事例紹介と今後の展望について

ご講演者：岩間太一郎氏（厚生労働省保険局保険課 課長補佐）

- 健康保険組合におけるデータヘルスの取組・保険者機能の強化に向けたPFS事業の推進施策、PFSによる保険事業事例についてご講演

③経済産業省におけるPFS/SIBの推進について

ご講演者：山崎牧子氏（経済産業省商務・サービスグループヘルスケア産業課 課長補佐）

- PFS事業の普及に向けた方針（広域型事業・民・民事業の組成）、支援施策（案件形成・個別相談支援、エビデンス整備、手引き作成、セミナーの開催）についてご講演

④肥後銀行の健康経営及びPFS事業の概要と意義について

ご講演者：緒方志穂氏（株式会社肥後銀行人事部人事企画・ダイバーシティ推進グループ 企画役代理）

- 肥後銀行における健康経営の取組、被扶養者の受診勧奨をテーマとした民営PFS事業の概要・導入の背景、期待するメリットについてご講演

⑤健康保険組合とのコラボヘルス推進に向けたPFS事業の導入について

ご講演者：紫垣裕之氏（肥後銀行健康保険組合 常務理事）

- 肥後銀行とのコラボヘルスの取組、被扶養者の受診勧奨における課題とPFS事業による解決に向けた取組、PFS事業の導入メリットと今後の展望についてご講演

⑥サービス提供者における企業及び健康保険組合共同発注によるPFS事業の意義

ご講演者：松尾洋氏（株式会社くまもと健康支援研究所 代表取締役）

- サービス提供者から見た一般的なPFS事業の意義・コラボヘルスによるPFS事業の意義についてご講演

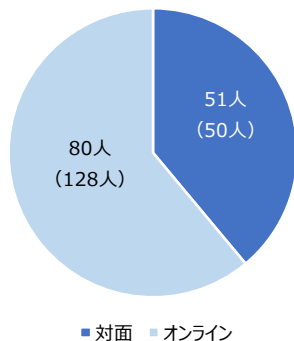
5. PFSセミナーの開催・運営

- セミナー参加者にアンケートを実施。次年度以降の業務の参考とするため、参加目的や満足度、健康経営分野におけるPFS事業への関心や取組テーマの候補、事業の実施にあたっての課題を把握。

①セミナー参加者の属性

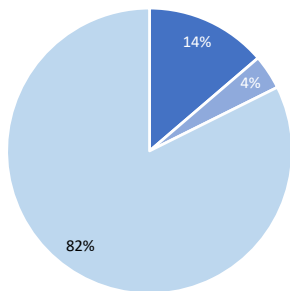
参加形態

- 対面参加者は51人であり、申込者（50人）の102%が参加した。
- オンライン参加者は80名であり、申込者（128人）の62.5%が参加した。



立場

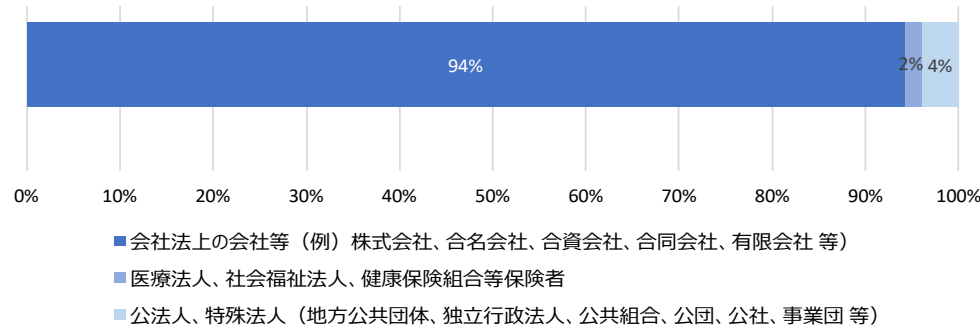
- セミナー参加者は、**サービス提供者の立場を担う事業者が最も多く**（82%）、参加者の健康経営やPFSを通じたサービス展開への関心の高さがうかがえる。



- 業務を委託する企業の立場として参加した。
- 業務を委託する健康保険組合の立場として参加した。
- 健康経営を推進する企業や健康保険組合から業務を受託する企業の立場として参加した。

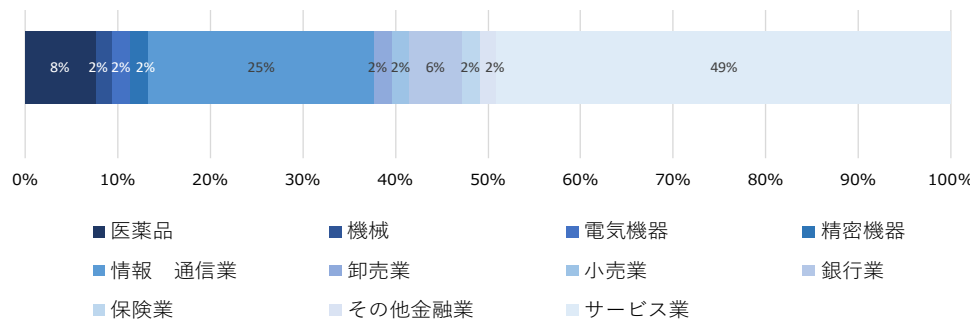
法人形態

- セミナー参加者の法人形態は会社法上の会社が94%と最も多かった。



業種

- セミナー参加者の業種はサービス業（49%）、情報・通信業（25%）が多く、生活指導やデータヘルスなど、健康状態の可視化から行動変容に関するサービスの提供者が本セミナーに関心を示したことがうかがえる。

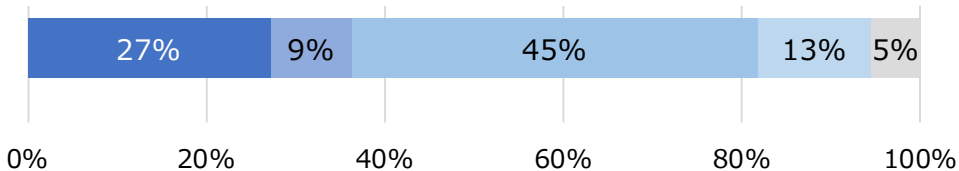


5. PFSセミナーの開催・運営

②セミナーに参加した目的・きっかけ

目的

- セミナーに参加した目的として、**民間PFS（45%）** や**健康経営・コラボヘルス（27%）** への興味や導入検討を挙げる参加者が多く、**企業・健保が連携した健康経営・PFS事業の取組に対する関心の高さがうかがえる。**



- 健康経営・コラボヘルスの推進に興味があったから/検討中だから
- 健康保険組合の課題解決の方法に興味があったから/検討中だから
- 民間事業者（企業及び健康保険組合）間のPFS事業に興味があったから/導入を検討中だから
- 事例で取り上げられたPFS事業に興味があったから
- その他

- 具体的な目的として、健康経営に関するニーズの確認や事業の受託への関心を挙げる参加者がおり、**健康経営分野でのサービス提供に対する関心の高さがうかがえる。**

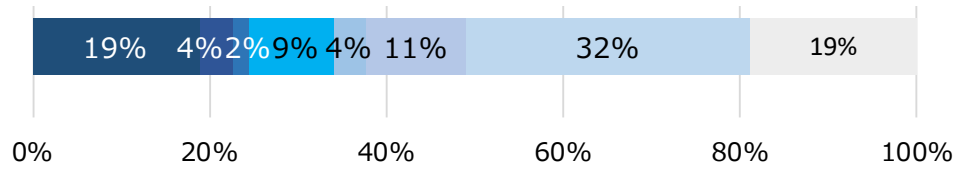
参加目的の具体的な内容

- 健康経営に対する民間企業のニーズを確認したい
- 健康経営に興味のある企業担当者とのコンタクト
- 健康経営に資するサービス提供・事業の受託に関心があるから

など

きっかけ

- セミナーに参加したきっかけとして、「**知人からの案内（32%）**」を挙げる参加者が最も多く、健康経営に関心を持つ事業者間でのネットワークの存在が背景にあることがうかがえる。



- 経済産業省ホームページ
- 内閣府ホームページ
- 厚生労働省ホームページ
- 日本総合研究所ホームページ
- 健康経営優良法人認定事務局からの案内
- イノベーションハブでのメール配信
- 知人からの案内
- その他

- また、その他のきっかけとして、当社からの案内や、ヘルスケア産業振興協議会からの案内を挙げる参加者もみられた。

きっかけのうち「その他」の具体的な内容

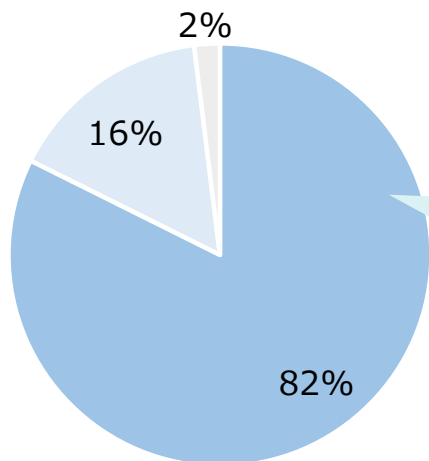
- 日本総研からのメール案内・紹介
- 地域版ヘルスケア産業振興協議会からの案内
- Web検索

など

5. PFSセミナーの開催・運営

③セミナーに対するフィードバック

- セミナー参加者のうち、**参考になったと回答した者は延べ98%**にのぼった。
- 参考になった理由として、主に①新たに民間事業者間の取組（コラボヘルス、PFS）を知れたこと、②PFS事業の仕組みに対する理解が深まったこと、③官民それぞれの視点からの情報が参考になったこと、が挙げられた。



- 非常に参考になった
- やや参考になった
- あまり参考にならなかった

民間事業者間の取組を知ることができた

- BtoGだけでなくBtoBの可能性があったことがわかった
- コラボヘルスの具体例を学べて良かった。

PFS事業の仕組みに対する理解が深まった

- PFS事業の概要やその実例を詳しく知ることができた
- PFSの設計や報酬体系が理解できた
- 具体的なK P I が提示されたから
- 事業者から見たPFSの観点や考え方が参考になった
- 具体的な実践事例及び困難となりうる点についてご教示頂き、PFS事業への理解が進みました。
- 短い時間でPFSの基礎知識、各省庁の取組、具体的な事例を学ぶことができたため
- （PFSに関する）制度や事例などが参考になった

健康経営、PFSに対する官民の視点からの情報が参考になった

- 省庁・企業などいろいろな立場の方からの話が多面的で参考になった。

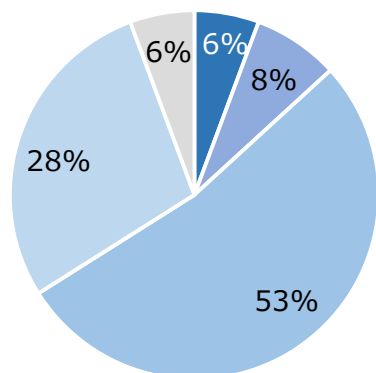
今後に向けた改善点・要望

- 自治体や支援機関の所属の場合、選択肢がないアンケート設問があった
- 定期的なセミナーの開催、過去のセミナーの受講を可能にする（見逃し配信など）、セミナーで使用された全資料の提供などがあるとよい
- セミナーの参加が受け付けられたかの連絡がなく、直前の案内で認識したので、参加受付した段階で何らかのお知らせがあると良かった。

5. PFSセミナーの開催・運営

④健康経営・コラボヘルスを推進するPFS事業に対する関心

- 参加者には、**業務を受託する立場として、PFS導入の具体的な検討を目指す者（53%）・PFS事業への興味・関心がある者（28%）が多い。**
- PFS事業の導入を検討する理由に、発注者は具体の営業を受けたこと、受託者（サービス提供者）は自社のサービス・ソリューションがPFSに適していることを挙げている。
- また、事業に興味・関心を持つ理由に、発注者はPFSが今後のトレンドになり得ること、受託者は自社の受託事業の幅を広げていく対象としてPFS/SIB事業を想定していることを挙げており、受発注者ともにPFSが今後の取組むべきテーマとなりうることを認識している。



- 業務を発注する立場として、PFS事業の導入に関心があり、具体的な事業を検討したい
- 業務を発注する立場として、現時点で事業実施は難しいが、PFS事業に興味・関心はある
- 業務を受託する立場として、PFS事業の導入に関心があり、具体的な事業を検討したい
- 業務を受託する立場として、現時点で事業実施は難しいが、PFS事業に興味・関心はある
- 特に興味・関心はない

「業務を発注する立場として、PFS事業の導入に関心があり、具体的な事業を検討したい」の理由

- ・ 病院の健診プラザより依頼があるので、具体的な話を進めたい

「業務を発注する立場として、現時点で事業実施は難しいが、PFS事業に興味・関心はある」の理由

- ・ 事業展開の方法はイメージできていないが、成果連動型での業務受注はこれからのトレンドになっていくと考えているため興味がある。
- ・ どの課題領域とPFS事業を適用していくかの検討が必要のため

「業務を受託する立場として、PFS事業の導入に関心があり、具体的な事業を検討したい」の理由

- ・ 自治体国保の特定保健指導を受託して相応の成果が確認できたため、特定保健指導事業を広げたいと思った。
- ・ 薬局店舗を拠点としたPFS事業を検討しているため（認知症予防、適正服薬推進事業など）
- ・ AMED移動事業の一環としてPFS事業モデルの構築を行っているため
- ・ 社会課題の解決に向けたソリューションを自社で保有しているため
- ・ to Bの受診率、生活習慣改善率、検査結果改善率などでPFSにできるか検討したい
- ・ 自社ヘルスケアアプリやオンライン治療を活用した健保向け医療費削減事業などを提案していきたい。

「業務を受託する立場として、現時点で事業実施は難しいが、PFS事業に興味・関心はある」の理由

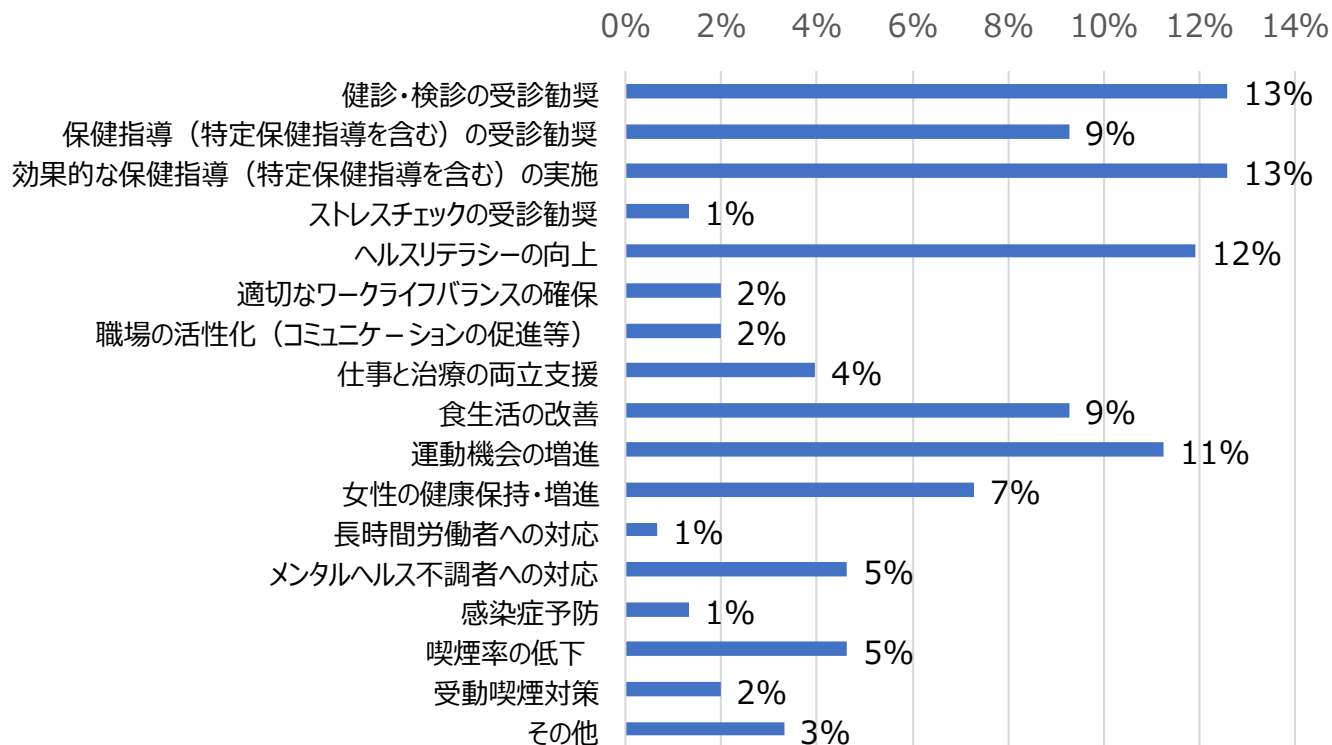
- ・ 受託のキャパシティを増やす必要があり、SIBも含め実施を検討したい。

5. PFSセミナーの開催・運営

⑤PFS活用にあたり関心のあるテーマ

- PFS活用にあたり関心のあるテーマとして、**健診・検診の受診勧奨（13%）**、**効果的な保健指導（特定保健指導を含む）の実施（13%）**、**ヘルスリテラシーの向上（12%）**、**運動機会の増進（11%）**を挙げる参加者が多かった。
- テーマ選択の理由としては、テーマの性質上①**インパクトの創出余地が見込める**こと（医療費の削減余地が大きいから、インパクトの提供が期待できるから）、②**指標改善の確実性がある**こと（改善の手段が複数考えられるから、すでに取組事例がある、アクティビティとアウトカムの間関係が研究で実証されている）ことに加え、**自社が当該テーマにおいて強みや実績を有している**こと（得意分野であるから、自社がソリューションを保有しているから、当該分野での自社サービスによる改善実績があるから）が挙げられる。

（※選択したテーマの具体的な取組内容と、テーマ選択の理由の詳細は次頁以降）



5. PFSセミナーの開催・運営

⑤ PFS活用にあたり関心のあるテーマ（続き）

（具体的な取組テーマとテーマ選択の理由の詳細）

	選択したテーマの具体的な内容	テーマ選択の理由
健診・検診の 受診勧奨	<ul style="list-style-type: none"> がん検診および歯科健診の受診率向上 	<ul style="list-style-type: none"> 食生活とPHRデータの活用（により対応できるから）
	<ul style="list-style-type: none"> 認知症予防 	<ul style="list-style-type: none"> ガン発症リスクの低下
	<ul style="list-style-type: none"> 薬局店舗を活用した地域の健診受診率UP 	（記入なし）
	<ul style="list-style-type: none"> AIによる将来予測を用いた勧奨と指導 	<ul style="list-style-type: none"> 当社ソリューションにて寄与できると想定
	<ul style="list-style-type: none"> 成果指標と対価設定 	<ul style="list-style-type: none"> GP設定が企業側が難しい
	<ul style="list-style-type: none"> 睡眠検診 	（記入なし）
	（記入なし）	<ul style="list-style-type: none"> 様々な方法で対応が可能
	<ul style="list-style-type: none"> 婦人科・乳がん検診の受診率向上 	<ul style="list-style-type: none"> 女性専用健診施設を運営しているため
	<ul style="list-style-type: none"> 歯科 	<ul style="list-style-type: none"> 医療費の削減余地が大きい
	<ul style="list-style-type: none"> 受診率向上 	（記入なし）
保険指導 （特定保健指導を 含む） の受診勧奨	<ul style="list-style-type: none"> 健康無関心層へのアプローチ 	<ul style="list-style-type: none"> これまでの生活線上での啓発事例がある
	<ul style="list-style-type: none"> ヘルスケアアプリをタッチポイントとした勧奨・指導やセミナー実施 	（記入なし）
	<ul style="list-style-type: none"> がん検診および歯科健診の受診率向上 	<ul style="list-style-type: none"> 食生活とPHRデータの活用
	<ul style="list-style-type: none"> 認知症予防 	<ul style="list-style-type: none"> ガン発症リスクの低下
	（記入なし）	<ul style="list-style-type: none"> 弊社の特定保健指導を担当する管理栄養士たちは、発症前の方の行動変容を促した実績があり、食生活と運動習慣を一体的に指導することもできるから。
	<ul style="list-style-type: none"> AIによる将来予測を用いた勧奨と指導 	<ul style="list-style-type: none"> 当社ソリューションにて寄与できると想定
<ul style="list-style-type: none"> 歯科 	<ul style="list-style-type: none"> 医療費の削減余地が大きい 	
<ul style="list-style-type: none"> 受診率向上 		
<ul style="list-style-type: none"> ヘルスケアアプリをタッチポイントとした勧奨・指導やセミナー実施 		

5. PFSセミナーの開催・運営

⑤ PFS活用にあたり関心のあるテーマ（続き）

（具体的な取組テーマとテーマ選択の理由の詳細）

	選択したテーマの具体的な内容	テーマ選択の理由
効果的な保健指導 （特定保健指導を 含む）の実施	<ul style="list-style-type: none"> がん検診および歯科健診の受診率向上 	<ul style="list-style-type: none"> 食生活とPHRデータの活用
	<ul style="list-style-type: none"> 運動や地域コミュニティを活性化することによる、医療費、介護費の抑制について 	<ul style="list-style-type: none"> 運動機会の創出、無関心層の取組
	<ul style="list-style-type: none"> 今後の事業展開の一つとして幅広く検討中のため 	（記入なし）
	<ul style="list-style-type: none"> 認知症予防 	<ul style="list-style-type: none"> ガン発症リスクの低下（に寄与できるから）
	<ul style="list-style-type: none"> （記入なし） 	<ul style="list-style-type: none"> 弊社の特定保健指導を担当する管理栄養士たちは、発症前の方の行動変容を促した実績があり、食生活と運動習慣を一体的に指導することもできるから。
	<ul style="list-style-type: none"> 循環器病対策 	<ul style="list-style-type: none"> 循環器病対策アプリの開発を行っているため
	<ul style="list-style-type: none"> AIによる将来予測を用いた勧奨と指導 	<ul style="list-style-type: none"> 当社ソリューションにて寄与できると想定
	<ul style="list-style-type: none"> 歯科 	<ul style="list-style-type: none"> 医療費の削減余地が大きい
	<ul style="list-style-type: none"> 受診率向上 	（記入なし）
	<ul style="list-style-type: none"> 個別化・具体的な指導の実現 	<ul style="list-style-type: none"> （回答者のサービス）で問題的の可視化が可能
ストレスチェック の受診勧奨	<ul style="list-style-type: none"> ヘルスケアアプリをタッチポイントとした勧奨・指導やセミナー実施 	
	<ul style="list-style-type: none"> （記入なし） 	<ul style="list-style-type: none"> 53万人と健康についての対話の実績がある（から）
	<ul style="list-style-type: none"> 高ストレス者対応、職場改善 	（記入なし）

5. PFSセミナーの開催・運営

⑤ PFS活用にあたり関心のあるテーマ（続き）

（具体的な取組テーマとテーマ選択の理由の詳細）

	選択したテーマの具体的な内容	テーマ選択の理由
保険指導 （特定保健指導を 含む） の受診勧奨	<ul style="list-style-type: none"> 運動や地域コミュニティを活性化することによる、医療費、介護費の抑制について 健康度測定等を通じた運動、健康づくりの動機づけ/具体的な運動指導(集団指導、個別指導) 今後の事業展開の一つとして幅広く検討中のため 認知症予防 薬局店舗を活用した病気や薬の正しい情報の提供 経年的な変化 行動変容促進 (記入なし) 糖尿病予防に向けた保健指導サービスの導入 ヘルスケアアプリをタッチポイントとした勧奨・指導やセミナー実施 	<ul style="list-style-type: none"> 運動機会の創出、無関心層の取組 当社の得意とする分野であり、所属する人材やノウハウが応用可能であるため (記入なし) ガン発症リスクの低下 (記入なし) 各項目とも改善により今後の方向性見えやすい 画像による視覚化を通じたインパクトの提供が期待できるから。 健康施策への自律的な参加のベースとなるため 弊社サービスの導入検討を推進したい (記入なし)
適切なワークライフ バランスの確保	<ul style="list-style-type: none"> がん検診および歯科健診の受診率向上 これまでPFSの導入が見られないテーマ アプリでのアプローチ 	<ul style="list-style-type: none"> 食生活とPHRデータの活用 これまでPFSの導入が見られないテーマ (記入なし)
職場の活性化（コ ミュニケーションの促進 等	<ul style="list-style-type: none"> 経年的な変化 声磨き健康経営 	<ul style="list-style-type: none"> 各項目とも改善により今後の方向性見えやすい 「声」を活用した策がこれまで無い斬新な取組のため
仕事と治療の 両立支援	<ul style="list-style-type: none"> がん検診および歯科健診の受診率向上 医療職による両立支援 (記入なし) 	<ul style="list-style-type: none"> 食生活とPHRデータの活用 現在製薬企業へ提案しようとしている 仕事と治療の両立支援に関しては、作業療法士(医療職)として治療援助側から対応してきた経験を活かせると考えました。

5. PFSセミナーの開催・運営

⑤ PFS活用にあたり関心のあるテーマ（続き）

（具体的な取組テーマとテーマ選択の理由の詳細）

	選択したテーマの具体的な内容	テーマ選択の理由
保険指導 (特定保健指導を含む) の受診勧奨	<ul style="list-style-type: none"> がん検診および歯科健診の受診率向上 今後の事業展開の一つとして幅広く検討中のため 認知症予防 	<ul style="list-style-type: none"> 食生活とPHRデータの活用 (記入なし) ガン発症リスクの低下
	<ul style="list-style-type: none"> (記入なし) 	<ul style="list-style-type: none"> 弊社の特定保健指導を担当する管理栄養士たちは、発症前の方の行動変容を促した実績があり、食生活と運動習慣を一体的に指導することもできるから。
	<ul style="list-style-type: none"> 薬局店舗に勤務する栄養士や健康運動指導士を活用した生活習慣病予防 	<ul style="list-style-type: none"> (記入なし)
	<ul style="list-style-type: none"> 内臓脂肪・筋肉を可視化し課題の解決 	<ul style="list-style-type: none"> 今の状態を可視化→変化測定可能
	<ul style="list-style-type: none"> 糖尿病予防に向けた保健指導サービスの導入 	<ul style="list-style-type: none"> 弊社サービスの導入検討を推進したい
	<ul style="list-style-type: none"> そのような相談が多いから 	<ul style="list-style-type: none"> (記入なし)
	<ul style="list-style-type: none"> ヘルスケアアプリをタッチポイントとした勧奨・指導やセミナー実施 	<ul style="list-style-type: none"> (記入なし)
運動機会の 増進	<ul style="list-style-type: none"> 女性の健康問題に対してのリテラシー向上のセミナーやグループワーク 	<ul style="list-style-type: none"> 女性の健康とパフォーマンスの連動が様々な研究で示されている
	<ul style="list-style-type: none"> がん検診および歯科健診の受診率向上 	<ul style="list-style-type: none"> 食生活とPHRデータの活用
	<ul style="list-style-type: none"> 運動や地域コミュニティを活性化することによる、医療費、介護費の抑制について 	<ul style="list-style-type: none"> 運動機会の創出、無関心層の取組
	<ul style="list-style-type: none"> 健康度測定等を通じた運動、健康づくりの動機づけ/ 具体的な運動指導(集団指導、個別指導) 	<ul style="list-style-type: none"> 当社の得意とする分野であり、所属する人材やノウハウが応用可能であるため
	<ul style="list-style-type: none"> 今後の事業展開の一つとして幅広く検討中のため 	<ul style="list-style-type: none"> (記入なし)
	<ul style="list-style-type: none"> 認知症予防 	<ul style="list-style-type: none"> ガン発症リスクの低下
	<ul style="list-style-type: none"> (記入なし) 	<ul style="list-style-type: none"> 弊社の特定保健指導を担当する管理栄養士たちは、発症前の方の行動変容を促した実績があり、食生活と運動習慣を一体的に指導することもできるから。
<ul style="list-style-type: none"> 薬局店舗に勤務する栄養士や健康運動指導士を活用した生活習慣病予防の推進 	<ul style="list-style-type: none"> (記入なし) 	
<ul style="list-style-type: none"> 内臓脂肪・筋肉を可視化し課題の解決 	<ul style="list-style-type: none"> 今の状態を可視化→変化測定可能 	
<ul style="list-style-type: none"> 糖尿病予防に向けた保健指導サービスの導入 	<ul style="list-style-type: none"> 弊社サービスの導入検討を推進したい 	
<ul style="list-style-type: none"> ヘルスケアアプリをタッチポイントとした勧奨・指導やセミナー実施 	<ul style="list-style-type: none"> (記入なし) 	

5. PFSセミナーの開催・運営

⑤ PFS活用にあたり関心のあるテーマ（続き）

（具体的な取組テーマとテーマ選択の理由の詳細）

	選択したテーマの具体的な内容	テーマ選択の理由
女性の健康 保持・増進	<ul style="list-style-type: none"> 女性の健康問題に対するリテラシー向上のセミナーやグループワーク がん検診および歯科健診の受診率向上 今後の事業展開の一つとして幅広く検討中のため 女性向け健康セミナー、リテラシー向上 ヘルスケアアプリをタッチポイントとした勧奨・指導やセミナー実施 （記入なし）	<ul style="list-style-type: none"> 女性の健康とパフォーマンスの連動が様々な研究で示されている 食生活とPHRデータの活用 （記入なし） <ul style="list-style-type: none"> 女性専用健診施設の運営しているため （記入なし） <ul style="list-style-type: none"> 女性による健康セミナーの経験あり
長時間労働者への 対応	<ul style="list-style-type: none"> がん検診および歯科健診の受診率向上 	<ul style="list-style-type: none"> 食生活とPHRデータの活用
メンタルヘルス 不調者への対応	<ul style="list-style-type: none"> がん検診および歯科健診の受診率向上 これまでPFSの導入が見られないテーマ 経年的な変化 リワーク （記入なし） 	<ul style="list-style-type: none"> 食生活とPHRデータの活用 これまでPFSの導入が見られないテーマ 各項目とも改善により今後の方向性見えやすい （記入なし） <ul style="list-style-type: none"> メンタルヘルス不調者への対応も（仕事と治療の両立支援）同様に、精神疾患への対応経験をある程度利用できると考えます。
感染症予防	（記入なし）	<ul style="list-style-type: none"> 今後の事業展開の一つとして幅広く検討中のため
喫煙率の低下	（記入なし）	（記入なし）
受動喫煙対策	（記入なし）	（記入なし）
その他	<ul style="list-style-type: none"> 眼科領域でできないかを検討しています。 薬局店舗を活用したM C I の発見と運動・栄養・社会参加などの助言による認知症予防 全体戦略コンサルティング{ウェルビーイング向上 + 健康経営・働き方・DE & I} 	<ul style="list-style-type: none"> 眼科医療機器メーカーの社会貢献を広げるため。 （記入なし） （記入なし）

5. PFSセミナーの開催・運営

⑥PFS事業を検討・実施する上での課題・ハードルと受けた支援の内容

- PFS事業の課題・ハードルとして、①事業条件の設定に関する方法論・ノウハウ、②事業期間中のマネタイズの方策、③発注者のPFS事業に対する認知度・理解度、④発注者へのアプローチ方法が挙げられた。**とくに課題①、④については個別相談でも多く寄せられた課題である。**
- 課題①には手引き・ガイドラインや事業組成パックの作成・公表、個別相談含む案件形成支援によって対応を図っており、受けた支援にも同様の内容が挙げられていることから、上記公表物の周知を図るとともに、個別相談を通じ、相談者の具体的な条件に合わせたレクチャーを行うことが望ましいのではないかと考えられる。
- 課題③④に対しては従来の個別相談に加え、発注者への啓発による環境整備と、過去事例を踏まえた営業ノウハウの形式知化・レクチャーを一体で行うことが有効であると考えられる。また、今回のセミナーのように、交流会を通じたマッチング・関係構築支援を行うことも有効であると考えられる。

PFS事業を検討・実施する上での課題・ハードル	受けた支援の内容
①事業条件の設定に関する方法論・ノウハウ	
<ul style="list-style-type: none"> • 対価と数値目標の設定の仕方 	<ul style="list-style-type: none"> • 事例を基にした指標とその効果性の共有
<ul style="list-style-type: none"> • KPIの設定、金額設定 	<ul style="list-style-type: none"> • 案件形成
<ul style="list-style-type: none"> • 案件組成の内容・方法（成果指標の設定・明確化など） 	<ul style="list-style-type: none"> • 成果指標の設定・評価の仕方
<ul style="list-style-type: none"> • 実施にあたってのワンパワー等のリソースの確保 	<ul style="list-style-type: none"> • PFS事業導入に関するフローの共有
<ul style="list-style-type: none"> • 成果指標の設定、根拠。受診率などではなく、具体的な医療費や生産性を求められる。 	<ul style="list-style-type: none"> • 上記課題の考え方。貨幣換算しづらい点をどう考えるか
<ul style="list-style-type: none"> • KPIと成果指標のエビデンスの確保 	<ul style="list-style-type: none"> • 第三者目線での妥当性検証のアプローチ
<ul style="list-style-type: none"> • 目標設定の付け方 	(未記入)
<ul style="list-style-type: none"> • 成果指標の設定根拠 	<ul style="list-style-type: none"> • 指標設定支援
<ul style="list-style-type: none"> • 成果指標の設定方法 	<ul style="list-style-type: none"> • 特になし
<ul style="list-style-type: none"> • 顧客の継続的な協力・コミットが得られるかのリスク/成果の設定 	(未記入)
②事業期間中のマネタイズの方策	
<ul style="list-style-type: none"> • 結果が出るのに時間がかかる。 	<ul style="list-style-type: none"> • 受託期間中の補助金
<ul style="list-style-type: none"> • KPIの設定、アウトカム 	<ul style="list-style-type: none"> • 初期投資と回収までのマネタイズをどうしたらいいのか
<ul style="list-style-type: none"> • インセンティブが低い 	(未記入)

5. PFSセミナーの開催・運営

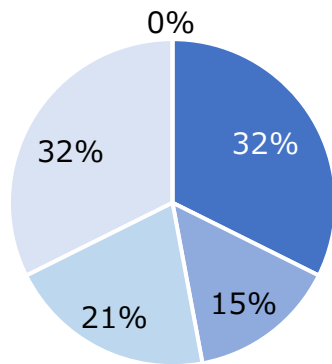
⑥ PFS事業を検討・実施する上での課題・ハードルと受けたい支援の内容（続き）

PFS事業を検討・実施する上での課題・ハードル	受けたい支援の内容
③発注者のPFS事業に対する認知度・理解度	
PFS/SIBに対する認識不足	<ul style="list-style-type: none"> 情報収集の段階なので今回のような基礎知識、事例紹介のセミナーを受講したい
推進を主導する人財（企業や機関）の確保、新たな取り組みへのポジティブな受け止め方（特に上位上司）	<ul style="list-style-type: none"> （未記入）
自治体・基礎自治体担当者や関係者の理解不足	<ul style="list-style-type: none"> 発注者側の案件形成支援
PFS事業がそもそも念頭にない健保様が多い印象がある	<ul style="list-style-type: none"> （未記入）
ヘルスケア企業との協業による成果に懐疑的であったり、医療費削減施策を積極的に検討しようとしていない健保も多い	<ul style="list-style-type: none"> 健保への補助金の継続・拡充（ヘルスケア企業のサービスを活用した）
④発注者へのアプローチ方法	
特定保健指導の委託先を変えたい組合との接点がない	<ul style="list-style-type: none"> 営業支援、営業戦略？
関心ある企業へのアプローチ方法	<ul style="list-style-type: none"> メンタリング等
自治体への提案内容・方法（PFS事業への理解、単年度ではなく複数年度での予算化への理解・財政部局や自治体上層部、議会等の理解、調整）	<ul style="list-style-type: none"> 自治体への提案方法など
課題をもつ企業とのマッチング	<ul style="list-style-type: none"> 事業主とのマッチング
アプローチ先になかなかアクセスできない。成果指標・支払基準の設定が難しそう	<ul style="list-style-type: none"> 発注者と受託者の交流や情報交換
賛同していただける事業主、組合を見つけること	<ul style="list-style-type: none"> （未記入）
特に自治体へのアプローチについてアドバイスを頂きたいと考えております。	<ul style="list-style-type: none"> （未記入）
自身の知識不足、実施提案先のコネクション不足	<ul style="list-style-type: none"> 実施にあたる構築のご支援
健保との連携	<ul style="list-style-type: none"> 実例の詳細の話の提供
⑤その他	
モデル作り。実証フィールド開拓。	<ul style="list-style-type: none"> （未記入）
情報	<ul style="list-style-type: none"> 情報提供
評価と公平性	<ul style="list-style-type: none"> （未記入）
費用対効果の適正化	<ul style="list-style-type: none"> （未記入）

5. PFSセミナーの開催・運営

⑦交流会に関する感想

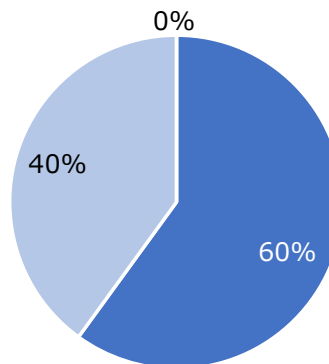
- 交流会に参加した理由として、省庁関係者との交流（32%）、自社または他社の事業・サービスのPRへの関心（32%）を挙げる参加者が多かった。
- 交流会の感想は「有意義だった」との回答が延べ100%にのぼった。その理由としては、登壇者との関係構築や意見交換ができたこと、自社サービスを知っていただく・他社サービスを知る機会となったことが挙げられた。一方で、当日の資料投影・配布に不満の残る事業者もあり、事前準備での改善が必要である。



- 主催者・共催者（経済産業省等）と交流したかったから
- 事例発表者と交流したかったから
- 一般の来場者と交流したかったから
- 自社または他社の事業・サービスのPRに関心があったから
- その他

具体的な交流先

- くまもと健康支援研究所
- 健康保険組合
- 内閣府、厚労省、経産省
- 肥後銀行



■ 非常に有意義だった ■ やや有意義だった ■ あまり有意義ではなかった

「非常に有意義だった」と回答した理由

- 登壇者との名刺交換
- 自社サービスを知っていただく機会となった
- PFSの具体的な話が聞けた

「やや有意義だった」と回答した理由

- 様々な事業者のサービスが大変参考になった。PRを申し込んでいたが、事前連絡がうまくいかず投影できなかったのが残念でした。配布資料が何部必要かも事前情報があると良かった。

6. まとめ

①PFS相談窓口

- 今年度は、のべ24回の個別相談を行った。本相談窓口のように気軽に無料で利用できる相談窓口は他に見受けられないことから、ニーズは引き続き高いことが伺える。
- 本相談窓口は、**PFS事業件数の増加、PFS事業の質の向上の一助**になっていると言える。したがって、**次年度も相談窓口を継続**することが望ましい。
- 対象者は今年度と同様に幅広く設定することで、PFS事業件数の増加につながると思う。
- 1回あたりの相談時間には限りがあるため、相談窓口を有効に活用するために、相談者の個別具体的な困りごとに対して集中的に助言を行うことが望ましい。そこで、定型的な相談事項についてはHPの案内画面上でFAQを公表したり、PFS/SIBになじみのない相談者向けにPFS/SIBの概要に関するコンテンツをHPの案内画面上で公表するなど、より**個別具体的な相談事項を早期に引き出せる仕掛けづくりが必要**である。

②複数の自治体連携を想定した広域型PFSモデルの検討

- 広域型PFSモデルに対し、自治体の事業組成ニーズと事業者のサービス提供ニーズの双方が確認されたことから、今後も広域型PFSモデルに対する事業ニーズは継続することが想定される。
- 一方で、広域型PFSモデルは基礎自治体の取りまとめに時間を要する。スケジュール上の制約が存在する場合、あらかじめ**県内全体で課題となっている事業テーマを洗い出す、基礎自治体ごとの課題の状況を前もって把握しておくなどの準備が必要**となる。
- また、取組テーマによっては事業条件次第で基礎自治体との連携が不要となるケースも想定される。たとえば軽度認知症患者（MCI）を対象とした認知症進行抑制の場合、介護費の抑制をアウトカムとする場合、測定には基礎自治体との連携が必要になるが、MCIからの復帰率を指標とする場合は基礎自治体なしでの測定も可能となる。このように、広域型PFSモデルにおいては**事業スキームと事業条件を整合させる**ことも留意事項となる。

③健康経営・コラボヘルスを推進する企業及び健康保険組合の共同発注方式によるPFSモデルの構築及び周知

- 本業務で組成した肥後銀行及び肥後銀行健康保険組合共同発注によるPFS事業は、日本初の健康経営・コラボヘルスを推進する企業及び健康保険組合の共同発注方式のPFS事業であり、かつ日本初の企業及び健康保険組合が自ら予算立てして実施したPFS事業である。
- 事業開始後に、問い合わせが複数あったことや専門誌の取材を受けたこと、また、セミナーの参加者が多数であったことから、**健康経営を推進する企業、健康保険組合、サービス提供者である企業の関心の高さが伺える。**
- 次年度は、健康経営・コラボヘルスをさらに推進し、医療・健康、介護分野の市場において質の高いサービスを有する民間事業者が選ばれるために、このパイオニアである事業を、他の企業や健康保険組合に展開していくことが重要である。同業他社の金融機関等をはじめ、**関心を有する企業等を積極的に探索し、導入していく**ことが考えられる。
- また、**健康経営を推進する企業、健康保険組合が抱える他の課題に対応したPFS事業を組成していくことも重要**である。

6. まとめ

④事業組成パックを活用したPFSモデルの検討

- 個別時相談の中で、民間事業者（サービス提供者）から、高齢者の社会活動参加事業に関して事業組成パックを参考に案件組成を検討しているという相談があり、自治体への具体的な事業条件の提案に向けて、ロジックモデル・成果指標等の検討を行った。
- ロジックモデル・成果指標等の検討を進める中で、相談者において、PFS事業として目指すアウトカムを創出するためにはサービス内容の更なる充実が必要との判断がなされ、結果的に2025年度の事業化に向けた自治体へのPFS事業としての提案は見送ることとなった。
- 事業組成パックの活用にあたっては、**想定するアクティビティが異なる場合には追加の検討が必要となる**点に留意が必要。また、**今後目標値の設定に関する情報の充実が求められる。**

⑤周知

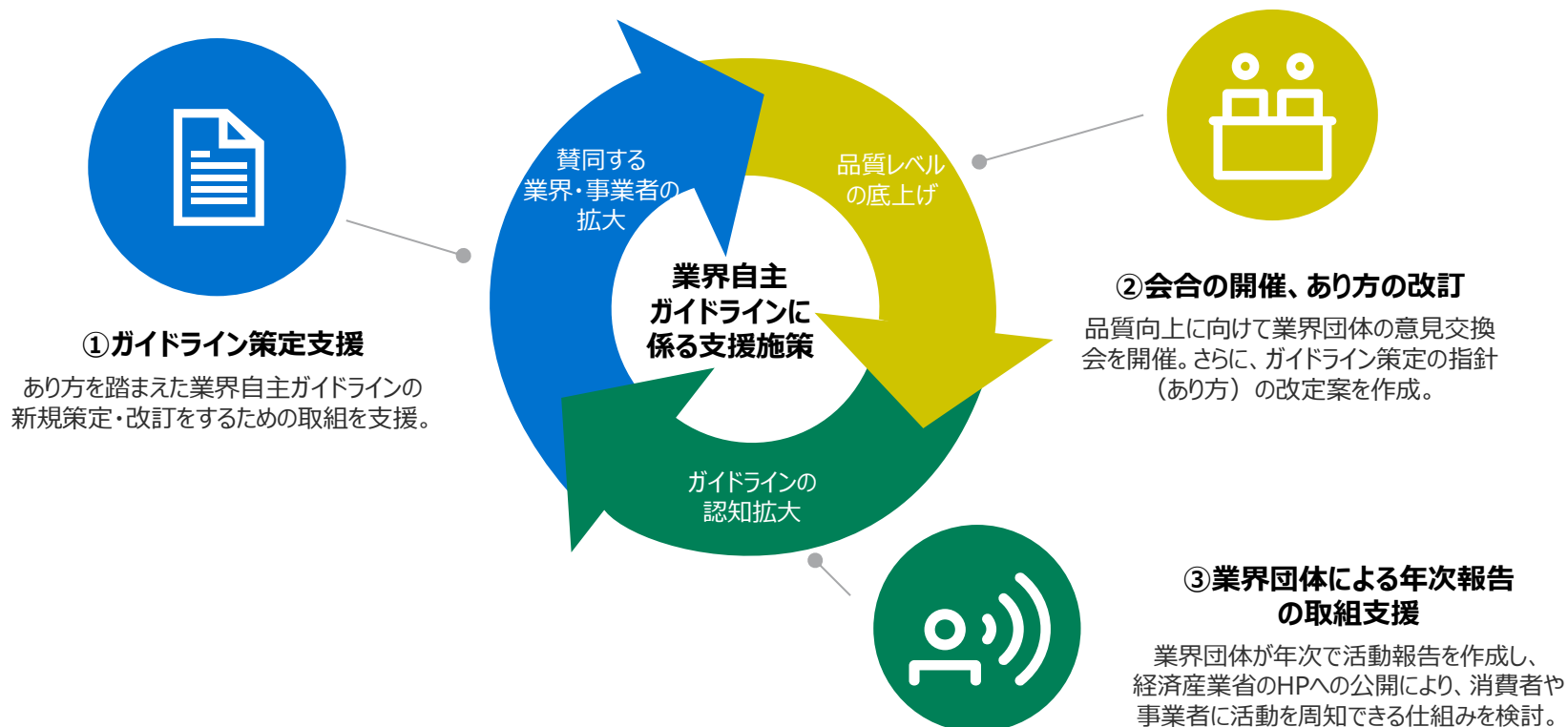
- 「健康経営・コラボヘルスの推進に向けたPFS事業導入促進セミナー」は対面参加者数が上限に達するほどの盛況ぶりであり、健康経営分野におけるPFS事業に対する関心の高さがうかがえた。
- 質疑応答でも、セミナーで紹介した事例に関して、事業条件の設定で工夫した点をたずねる具体的な質問が多く、さらに、これまでのPFS事業事例の横展開に向けた方策に関する質問もみられるなど、**PFS事業の組成に対する関心の高さがうかがえた。**
- また、セミナー後に実施した交流会では、PFSの取組事例や政策動向に関する登壇者との意見交換や、健康経営に資するサービス・事業に関する意見交換を行う参加者の姿が多くみられた。引き続き、PFS事業のさらなる普及展開に向け、**セミナー・交流会の開催を通じて機運の醸成を図ることが有効**であると考える。
- 次年度以降のセミナー開催にあたっては、主に①**幅広い視点からの情報が得られるような登壇者の設定**、②**案件組成時の営業手法の紹介や、登壇者との意見交換をセットにした事例紹介**、③（手引き・ガイドラインを新たに作成する場合は）手引き・ガイドラインの内容や作成意図に関する解説、④**セミナーと一体となったマッチング・関係構築の場の提供**、を行うことが望ましい。

7. 業界団体等による自主的なヘルスケアサービスに関するガイドライン等 (以下、「業界自主ガイドライン」という。)の策定に係る支援

1. 実施事項全体像

業界自主ガイドラインの普及拡大のため、①ガイドライン策定支援、②会合の開催、あり方の改訂、③業界団体による年次報告の取組支援を実施。

実施事項の全体像



【用語説明】

あり方：ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方

業界自主ガイドライン：業界団体等による自主的なヘルスケアサービスに関するガイドライン等

2. ガイドライン策定支援

下記に示す業界団体のガイドラインの新規策定・改訂を支援。令和6年度は、新たにPHRと介護関連サービス事業協会のガイドラインが自主宣言を実施。

支援対象の業界団体

	業界団体（法人格は略す）	ガイドライン名称	支援の結果
新規策定	PHRサービス事業協会、 PHR普及推進協議会	民間事業者のPHRサービスに関わる ガイドライン	令和6年6月に自主宣言済み
	介護関連サービス事業協会	生活支援・配食サービス提供事業者 が遵守すべきガイドライン	令和7年3月に自主宣言済み
改訂	睡眠ヘルスケア協議会	睡眠サービス提供事業者が遵守 すべきガイドライン	令和6年9月に改訂済み
	日本フィットネス産業協会	FIA加盟企業施設認証制度	令和6年9月に改訂済み
	日本ホームヘルス機器協会	健康増進機器認定制度ガイドライン	令和7年3月に改訂済み
	日本寝具寝装品協会	ヘルスケア認定寝具制度	令和7年3月に改訂済み

3. 会合の開催

ヘルスケアサービスの品質向上に向けて自主的にガイドライン策定に取り組む業界団体の意見交換会を開催。会合には15団体（26名）が参加し、サービス提供領域を越えて意見を交わし、相互に具体的な知見を共有した。

日時：2025年2月19日(水)

場所：経済産業省

参加者数：15団体26名(参加いただいた業界団体は右図の通り)

プログラム：

開始時刻	時間	実施内容
13:00	5分	開会のあいさつ・業界自主ガイドラインへの期待
13:05	30分	業界団体の皆様による活動報告（1団体1～2分）
13:35	25分	グループに分かれての業界団体同士の意見交換（1部） 0. 自己紹介（5分） <ガイドラインに賛同する事業者を広げる活動> 1-1. ガイドライン・認証制度に参画する事業者は、現在、業界全体の何割くらいか。 また、ガイドラインに賛同する事業者を広げるためにどのような活動を行っているか。（10分） 1-2. ガイドラインに賛同する事業者を広げるために、団体としてどのような活動が必要か。（10分）
14:00	5分	休憩
14:05	20分	グループに分かれての業界団体同士の意見交換（2部） <消費者の認知や理解を広げる活動> 2-1. 自身の団体のガイドラインや認証制度に対する、消費者の認知は進んでいるか。（10分） 2-2. 消費者の認知や理解を広げるためには、団体としてどのような活動が必要か。（10分）
14:25	5分	ワークシートの記入
14:30	10分	グループに分かれての業界団体同士の意見交換（3部） <次年度に向けてのアクション> 3. 今回の活動共有を経て、次年度団体としてどのようなアクションを検討したいか。（10分）
14:40	10分	3のテーマについてグループで出てきた意見の全体への共有
14:50	10分	経済産業省 施策紹介「エビデンスに基づく信頼性確保について」

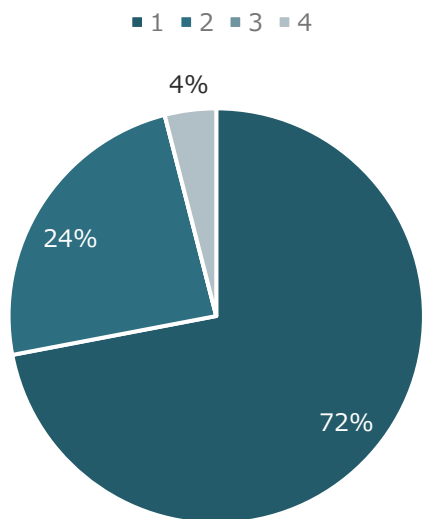
サービス提供領域	参加業界団体
睡眠	日本寝具寝装品協会
測	遺伝情報取扱協会
住	日本ホームヘルス機器協会
癒	日本エステティック機構
知/測	PHRサービス事業協会
知/測	PHR普及推進協議会
睡眠	Sleep Innovation Platform
測	遠隔健康医療相談適正推進機構
睡眠	睡眠ヘルスケア協議会
運動	日本フィットネス産業協会
癒	日本リラクゼーション業協会
測	日本保健指導協会
癒	日本エステティック業協会
日常生活・ 社会参加支援	日本保険外看護サービス協会
癒	全国温浴施設協会

3. 会合の開催（アンケート結果）

業界団体による活動報告や意見交換については、他団体の活動実績や課題を把握したことで、参考になったという意見が多かった。

Q1. 会合の内容は、今後の業務の参考になりましたでしょうか。（N = 26）

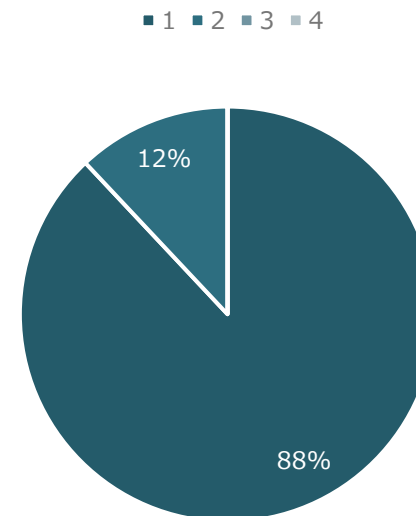
① 業界団体の皆様による活動報告



【理由】（一部抜粋）

- ・各団体の課題について共通点があることの認識を持った
- ・それぞれ業種において同様な課題があることを再認識した
- ・悩みは共通のものが多く、関連団体おしで連携ができそうである
- ・これから自主宣言をする協会様、ガイドラインを作成する協会様とテーブルを同じにして活動報告を聞くことができたのは有益であった
- ・他業界の動向を知ることができた
- ・今回のテーマに関する成功事例を伺うことができなかった

② 業界団体同士の意見交換



【理由】（一部抜粋）

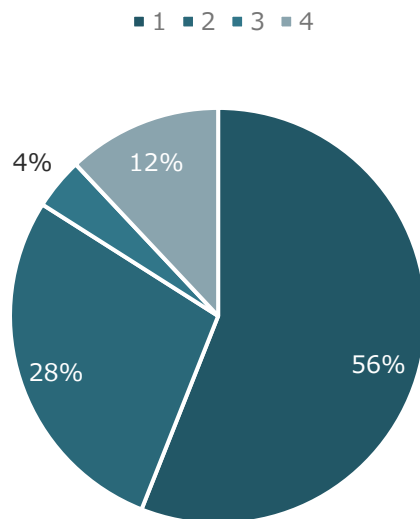
- ・団体の実情や悩みといったリアルな話を聞いた
- ・協会内のシェアが低いことが問題/どう参画企業を増やせるか
- ・各団体とも加盟率が高くなく、加盟団体増のためには消費者・利用者への認知が必須であるという点について意見が一致していた
- ・各団体が抱えている悩みや課題を出しあい、そこを掘り下げて話せた事で、自分たちの課題に対する解決や参考、更には今後の課題として持ち帰る事ができた
- ・認知向上のために他団体のサービスを互いに紹介し合ってはどうかなど、気さくに対話できたのは良かった

3. 会合の開催（アンケート結果）

経産省より施策紹介した「エビデンスに基づく信頼性確保について」については、ガイドラインに組み込んでいきたいという前向きな意見があった一方で、エビデンスをサービスにつなげるのが難しいという見解もあった。

Q1.会合の内容は、今後の業務の参考になりましたでしょうか。（N=26）

③経産省施策紹介「エビデンスに基づく信頼性確保について」



【理由】（一部抜粋）

- ・ガイドライン、評価制度に組み込んでいきたい
- ・専門家、学会の準備が明確になることは良い。一方でアカデミア目標だけだと事業者の立場では守れないものも出てくるのではないかと
- ・AMED指針の具体的な活用法が一定理解できた/エビデンスをどう解釈すべきかの解説も必要だと思う（ベンダー、消費者とも）
- ・保健指導はアウトカムが求められており、エビデンスをガイドラインで組み込むことは必要性を感じた
- ・扱っているサービスやものにより、エビデンスが有効な場合もあるが、サービスにエビデンスをつなげるのが難しい

3. 会合の開催（アンケート結果）

今後団体として実施を検討したい取組として、広報・宣伝活動が最も多くあがり、次にガイドライン・認定制度の策定・改訂に言及するものが多かった。

Q2. 今後、団体として実施を検討したい業界自主ガイドラインに関連する新たな取組についてご記入ください。

広報・宣伝活動

対事業者

- ・協会内役員および協会員への周知
- ・加盟企業への周知徹底
- ・まずは、全加盟企業（クラブ）の認証取得を目指す

対利用者

- ・認証制度、エンドユーザーへの周知
- ・サービスの利用者である保健者への認知向上に取り組みたい

両方

- ・まずはこの認識を高めていく事を先頭に活動していく
- ・広報活動
- ・認知向上
- ・当協会の業界資格者（睡眠環境寝具指導士）の方々にも新たにこの制度を教育して、消費者まで啓もうできれば広がりも出ると感じる

イベント開催

- ・展示会（経産省で枠をとってほしい）
- ・団体間での共同セミナー
- ・アカデミアや専門家に発表を頂くようなセミナーの開催
- ・消費者向けイベントへの参加

ガイドライン・認証制度の策定・改訂

ガイドライン策定

- ・まずは、団体のガイドラインが未作成なので作成していきたいと思います
- ・ガイドライン策定中 新たな取組は未定
- ・まずはガイドラインを作りあげます

ガイドライン・認証制度の改訂

- ・ガイドラインのQ&Aの拡充
- ・エビデンスの強化
- ・エビデンスの確保に着手していきたいと思います
- ・認証マーク（宣言）の活用範囲を広げていけるよう取り組んでいく

認証制度等の立ち上げ

- ・評価認証制度の立ち上げ
- ・エビデンス指導 認証制度化（Hマーク）
- ・自己宣言等の品質確保の仕組み

その他

- ・団体間連携
- ・ガイドライン活用事例の共有（サービス開発がスムーズに進んだなど）
- ・ガイドライン運用企業との成功事例づくり

3. 会合の開催（アンケート結果）

業界自主ガイドラインの制度全般について、サービスの認知拡大や信頼性向上を目的とした取組を要望するものが多かった。具体的には、ロゴマークの使用範囲の拡大や認定制度の創設を求める意見があった。

Q3.次年度、ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方ならびにロゴマーク使用規約、宣言書の改訂を検討しています。改訂すべき事項・内容について、ご意見がございましたら自由にご記入ください。 Q4.業界自主ガイドライン等の制度全般について、ご意見がございましたら自由にご記入ください。

ロゴマークについての意見

ロゴマークの使用範囲

- ・マーク採用（認定）企業のHPでの掲載の許可
- ・ロゴマークは、個社が使用できるようにご検討いただきたいです
- ・業界団体が付けるだけでなく、会員（事業者）もマークがHPや商品に付けられると広がっていくと思います
- ・個別サービスへの掲示、認証マークとの併記

- ・ロゴマーク（経産省さん）の使用が商品までつけられると消費者への気づきとなる
- ・ロゴマークをガイドライン遵守事業者・サービス・製品が利用できるようお願いしたい

ロゴマークのデザイン変更

- ・ロゴマークがわかりにくいので、経産省としてのマークを入れてくれると有難い
- ・マークに「経産省」を入れてほしい
- ・経産省さんの名前をもう少し前面に出していただきたいです

経産省による認定制度の創設

- ・ガイドラインを遵守している企業を評価する仕組み（GL優良法人）
- ・トクホマークのような全体での統一とそれの順守を世に出していただきたい
- ・経産省、健康経営法人企業の条件に、ヘルスケアGL企業の採用を促す
- ・A.ガイドライン、B.それに基づく認証制度、C.個別の製品サービスの段階がある中で、Aは経産省がやっているが、B・Cも認定を検討してほしい
- ・評価認証制度の第三者認証に行政のおすみ付きを頂きたい

経産省HPの改善

- ・どのようなGLがあるのか検索してすぐみ分かる経産省さんのHPがあると効果的だと思います
- ・ロゴマークの認知度向上になるHPなどの内容の検討をお願いしたい

イベントの開催

- ・関連団体のセミナーや情報交換会をする
- ・どこかの展示会などで、経産省も協賛してのブースを出せると幸いです。また、このような団体で連合セミナーなど実行できれば良いかなと思います
- ・経産省 ヘルスケア産業として展示会ブースに参加していただきたい。ガイドライン活動をより多くの業界団体や消費者に理解を広げる活動をお願いしたい

上記に当てはまらない認知拡大について

消費者、事業者等への認知拡大

- ・経産省内、政府関係者内、地方行政機関に対して知名度を上げてほしい
- ・消費者の認知が進む活動支援
- ・消費者への認知が課題。御行の広報支援があればよりありがたいと思います
- ・経産省ならではの産業の発展と流通の川下（小売）を通した消費者活動
- ・あり方マークの使用を広める

連携による認知拡大

- ・行政、団体、メディア（集客）の連携による広報
- ・消費者に向けては、メディア、団体、行政の三位一体で取り組む
- ・制度、マークの認知拡大に向けて、各団体ごとだけでなく、全体として何等か、やっていけばよいと考えます
- ・ヘルスケア団体間での横ぐし連携支援
- ・ガイドラインを定める学会や組織が相互に評価しながら連携できる企画を検討いただきたい
- ・小売業協会などの連携をさせ啓もうに務める

その他

- ・次回会合では、本制度の認知度向上のために、貴省としてどのような活動を実施されたかそのご報告を伺いたいです。グループに分かれての意見交換のテーマは、事業者・消費者への認知度向上がメインであるので、各団体はその点を大きな課題と捉えているとご認識されていると思うので、その点について貴省としての取り組みが伺いたいです。

4. あり方の改訂

今回の改訂では、「客観性の担保」と「普及・改善の活動促進」、「策定主体の代表性」の3つを主な改訂事項とした。

あり方の策定・改訂の変遷



<策定時に踏まえるべき観点・項目の明確化>

- 策定に参加させる最低限のメンバーを例示。
- 策定に係る議論の要旨（議論の経緯、策定委員会の議事内容）の公開を要件化。
- ガイドラインに盛り込むべき10の項目を提示。

<ガイドラインの見直しを要件化>

- 有効期間を最長2年間とし、必要に応じて随時見直ししていくように促す。
- ガイドラインを見直す際に重点的に確認する項目を示す。

<客観性の担保>

- AMEDの「予防・健康づくりに関する医学会による指針」の確認を推奨。

<普及・改善の活動促進>

- ガイドライン策定後において、「認知や理解を広げる活動」「利用者の声を聞き、取組に生かす活動」「賛同する事業者を広げる活動」を実施するように促す。

<策定主体の代表性>

- ガイドラインを策定する業界団体は、業界の多様な構成員を代表し、その意見を反映できることが望ましいことを明記。

4. あり方の改訂

業界自主ガイドラインを策定するに当たり、客観性を担保するために踏まえるべき指針を追加し、ガイドライン策定後の活動や策定主体となる業界団体を要件化するため、「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」の見直しを実施し、**令和7年3月31日に改訂**。

「あり方」の課題

- ヘルスケアサービスの効果に対する客観性が不十分である。
 - ・何を指針として、必要なエビデンスを規定すればよいか明確でない。
- ガイドライン策定後の活動についての規定がない。
 - ・策定後に、どのような普及・改善の活動をすればよいか示されていない。
- ガイドラインの策定主体となる業界団体の要件を設けていない。
 - ・どのような要件を満たした業界団体がガイドラインを策定できるのか不明。



<客観性の担保>

- AMEDの「予防・健康づくりに関する医学会による指針」の確認を推奨。

<普及・改善の活動促進>

- ガイドライン策定後において、「認知や理解を広げる活動」「利用者の声を聞き、取組に生かす活動」「賛同する事業者を広げる活動」を実施するように促す。

<策定主体の代表性>

- ガイドラインを策定する業界団体は、業界の多様な構成員を代表し、その意見を反映できることが望ましいことを明記。

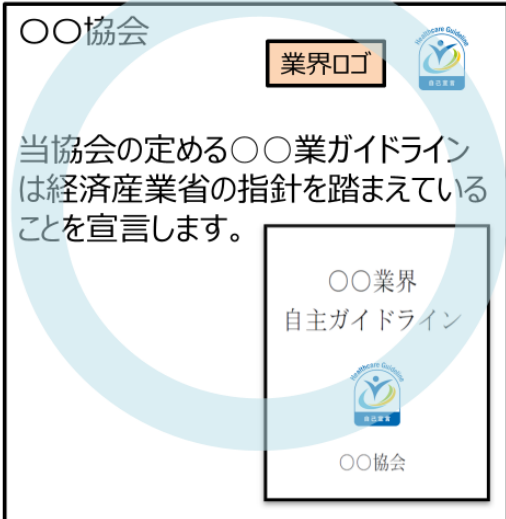

4. あり方の改訂（ロゴマークの使用可能範囲）

ロゴマークの使用可能範囲について、従来は業界団体会員による使用は認めていなかったが、業界自主ガイドラインや認証制度の普及のための活動のみに使用できるよう変更した。

ロゴマークの使用可能範囲について

ロゴマークの使用可能範囲について

- ロゴマークを付与された業界団体と会員企業は、業界自主ガイドラインや認証制度の普及のためにロゴマークを使用することができるものとする。
- 一方で、会員企業が、その企業のサービスや製品等にロゴマークを表示することは認めない。

業界団体	業界団体の会員企業
<p>・業界自主ガイドラインや認証制度に係る文書への添付や、業界自主ガイドライン等に関する業界団体HPへのロゴマーク掲載は可能。</p> <p>【業界団体HPのイメージ】</p>  <p>〇〇協会 業界ロゴ</p> <p>当協会の定める〇〇業ガイドラインは経済産業省の指針を踏まえていることを宣言します。</p> <p>〇〇業界 自主ガイドライン</p> <p>〇〇協会</p>	<p>・業界自主ガイドラインや認証制度の普及活動のみに会員企業HPやプレスリリース等にロゴマークを掲載することは可能。(令和7年3月31日改訂)</p> <p>【個社HP・プレスリリース等のイメージ】</p> <p>〇〇株式会社 業界ロゴ</p> <p>当企業が加盟する〇〇協会の定める〇〇業ガイドラインは経済産業省の指針を踏まえていることを宣言しています。</p> <p>・一方で、個社のサービスや製品等への掲載は不可。</p> <p>〇〇株式会社 会社ロゴ</p> <p>当企業は経済産業省の指針を踏まえたガイドラインに基づくサービス・製品を提供しています。</p> <p>●商品の紹介 〇〇会社の健康〇〇サービスは、経産省指針に認定されたサービスです。</p>  <p>※本写真はイメージであり、記載事項と関係はありません。</p>

4. あり方の改訂（宣言書のチェックリスト）

宣言書のチェックリストについて、あり方の改訂による項目追加に対応した他、記載すべき内容の明確化やあり方に沿った内容となるように加筆を行った。

宣言書におけるチェックリストの改訂ポイントについて（下線部が変更箇所）

「あり方」に示された業界団体の要件・踏まえるべき観点 チェックリスト

	「あり方」 該当箇所	要件・踏まえるべき観点	理由・根拠
1	業界団体の要件	業界団体としての代表性（当該業界における代表的な複数の事業者が、業界団体に所属し、ガイドライン策定に携わっていることの確認）	業界団体としての代表性を担保する根拠（例：市場シェア率上位〇位までの事業者が参画）を記載ください。
12	(ア) 透明性	1) 業界自主ガイドライン等の公開	公開される場所（例：業界団体 HP 等）を記載ください
23		1)① 策定委員会メンバー構成の適切性 専門性のある意見を聴取できる者の参画	策定委員会メンバー構成について示したガイドラインのページを記載ください
4		1)② 業界団体以外に広く意見を聴取する仕組み等を用い、仲介者や利用者の視点を踏まえた議論	仲介者や利用者の視点を踏まえた議論に用いた仕組み（例：パブコメ）を記載ください
35		1)② 制度を所管する関係省庁（課室）への確認	確認した関係省庁（課室）の名称と確認した日付を記載ください
46		1)③ 議事要旨（議論の経緯、策定委員会等の議事内容）や関連資料等の公開	公開される場所（例：業界団体 HP 等）を記載ください
57	2)	事業者に対する、社会的責任に関わる情報の策定（倫理規程や利益相反規程、プライバシーポリシー並びにそれらの管理体制等）の策定や開示	当該項目を規定したガイドライン上のページと規定内容を記載ください

あり方改訂による
チェック項目の追加

あり方に記載されている
内容の反映

あり方に合わせた
詳細な情報の追記

記載すべき内容の
明確化

5. 業界団体による年次報告の取組支援

業界団体が年次で活動報告（以下、フォーマット）を作成し、経済産業省のHPへの公開により、消費者や事業者へ団体の活動を周知できる仕組みを検討。業界団体提出の年次報告は、別紙参照。

年次報告のフォーマットと記入例

フォーマット案		団体 ロゴマーク	
業界団体名 ：〇〇〇			
団体の基本情報			
活動概要	あああ		
会員企業数	000（昨年：000）	Webページ	https://xxxxxxxxxxxxxx
ガイドラインの概要			制度の ロゴマーク (あれば)
ガイドライン名	あああ		
概要	あああ		
ガイドラインURL	https://xxxxxxxxxxxxxx		
ガイドラインに係る今年度の活動実績			
活動実績	消費者の認知や理解を広げる活動 ・ あああ ・ あああ 消費者の声を聞き、取組に生かす活動 ・ あああ ・ あああ ガイドラインに賛同する事業者を広げる活動 ・ あああ ・ あああ		写真 (あれば)

記入例		団体 ロゴマーク	
業界団体名 ：一般社団法人〇〇〇協議会			
団体の基本情報			
活動概要	食品データを活用したサービス開発のための品質の基準作りの取り組みを契機に、様々な事業者と連携し、食関連サービス以外の健康増進・予防やQOL向上に資するサービス開発へ展開し、また、医療・介護等への連携も視野に、個人の様々な情報を活用するためのプラットフォーム構築や環境整備を目指す。		
会員企業数	15社（昨年：12社）	Webページ	https://xxxxxxxxxxxxxx
ガイドラインの概要			制度の ロゴマーク (あれば)
ガイドライン名	健康増進食関連サービスに関するガイドライン		
概要	消費者が、食関連サービスの品質を正しく判断し選択できることを目的に、事業者が自主的に品質の確保を行う仕組みとして、①有効性②安全性③社会性の3つの評価項目を設ける。その具体内容や評価方法をガイドラインで定める。		
ガイドラインURL	https://xxxxxxxxxxxxxx		
ガイドラインに係る今年度の活動実績			
活動実績	消費者の認知や理解を広げる活動 ・ 消費者にガイドラインの意義や利点を伝えるため、消費者と接点のある仲介業者向けのオンライン講座を実施。2024年は10回開催し、合計30社が出席。参加者の8割からガイドラインの意義が理解できたという回答を得た。 消費者の声を聞き、取組に生かす活動 ・ ガイドラインに従った商品とそうでない商品の顧客満足度を比較するために、消費者アンケートを実施。ガイドラインの有用性を示すデータとして活用するとともに、〇〇という機能に対しての顧客満足度が低かったため、ガイドラインの改訂に本機能に対する項目をいれる。 ガイドラインに賛同する事業者を広げる活動 ・ 上記の消費者アンケートの結果をもとに、ガイドラインを遵守するメリットを示した事業者向け資料を作成。資料を活用した〇〇セミナーを2024年〇月〇日に開催。		写真 (あれば)

6. 今後の課題

ガイドラインが対象とする領域の重複対応

多くの業界で業界自主ガイドライン策定の取組がされる一方で、複数のガイドラインにおいて対象とする商品・サービスが重なってしまう課題が顕在化。今年度は、「睡眠」領域における睡眠ヘルスケア協議会とSleep Innovation Platformのガイドラインの共同発出への支援を行ったが、このように**業界団体同士がガイドライン策定において連携できるように支援することが必要**。

ガイドライン策定後に2つの団体のガイドラインを1つに統合することは困難であることから、**策定「前」にガイドラインが対象とする商品・サービスを把握し、他ガイドラインとの重複の有無を確認することが適切**。もし重複の懸念があるようであれば、2つの団体間で連携するよう促すことが必要である。今年度は、介護関連サービス事業協会と日本保険外看護サービス協会間での連携を促した。

一方で、ヘルスツーリズムや健康経営関連など、**ガイドラインが策定していない領域の業界団体に個別にアプローチすることも重要**。

業界・事業者の品質レベルの底上げ

現状では各ガイドラインが採用する品質を確保するための仕組みは、第三者認証ではなく、業界認証や自己宣言が多い。特に、自己宣言は事業者が単独で判断していることから、ガイドラインを遵守しているという保証に対する信頼性に乏しく、また消費者への訴求もそれだけ困難になると推測。そのため、業界認証や自己宣言を採用している業界団体に、会合の場を活用して**第三者認証を採用している団体にメリットを共有してもらうなどして働きかける**ことが適切。

今年度の会合で団体に紹介した日本医療研究開発機構（AMED）の支援のもとで医学会が策定をしている**「予防・健康づくりに関する医学会指針」を業界団体が活用していく**ことも品質レベルの底上げにつながる可能性がある。

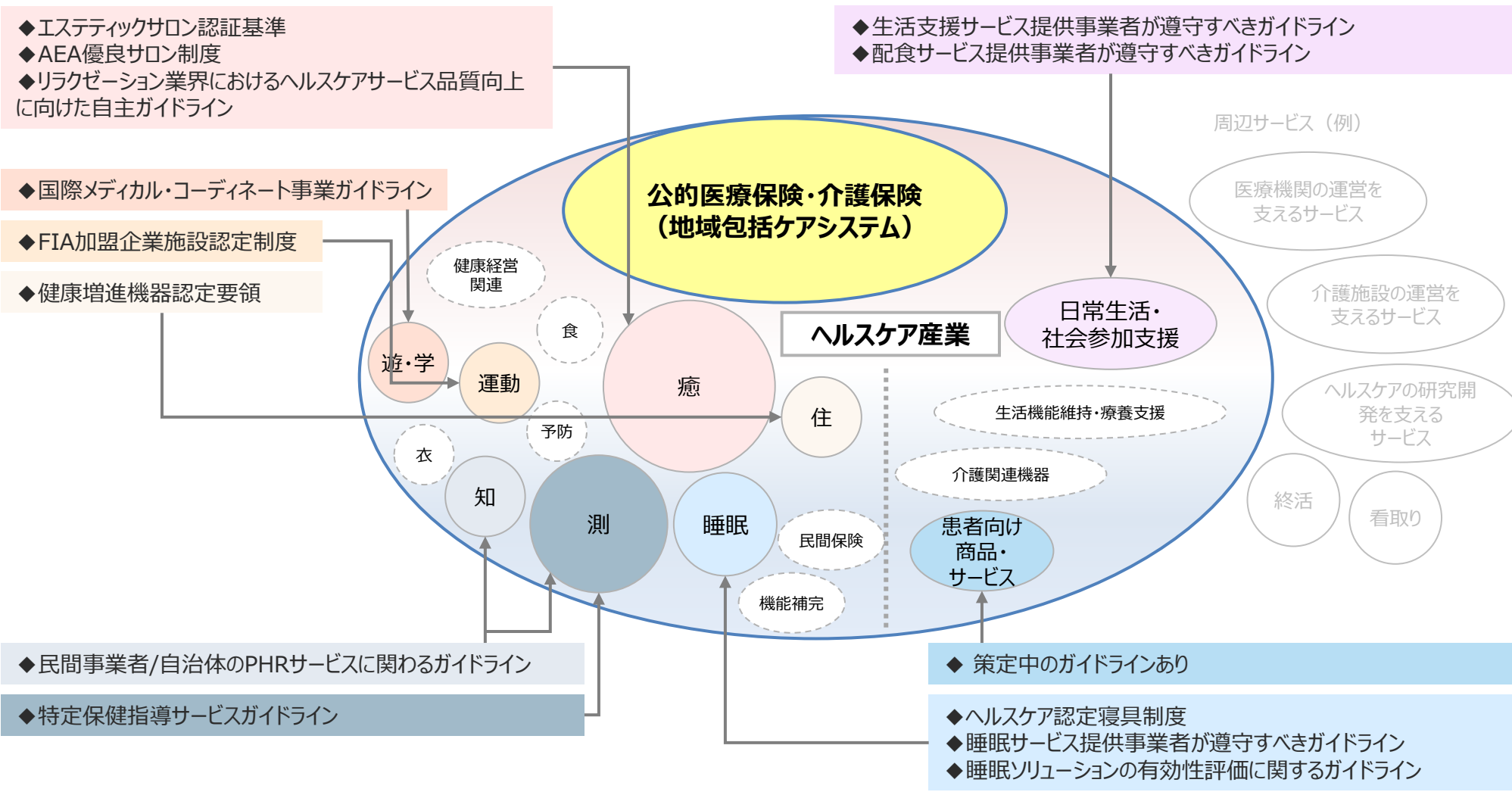
ガイドラインの認知拡大

業界自主ガイドラインの制度自体に対する消費者や事業者への認知が高いとは言い難い状況ではあるものの、団体の認証制度のなかには認知が進んでいるものもある。例えば、日本フィットネス産業協会では多くの大手の事業者が認証制度に参画しているため比較的認知されており、さらに非加盟企業への認証制度の普及拡大に努める。睡眠ヘルスケア協議会では、品質レベルに合わせた3段階の認証制度を創設し、睡眠フェアの開催や展示会への出展など消費者への普及に努める。このような好事例を他の業界団体にも横展開できるように、**会合の開催や今年度新たに始めた年次報告を継続して、団体同士が好事例を共有できるようにする**ことが重要。

一方で、会合のアンケート結果からわかるように業界自主ガイドラインそのものの認知度を課題とする声が多いが、制度そのものの認知度が高まったからといって各団体の認知度向上につながるとはいえない。さらには、経産省による商品・サービスへの認証制度の創設をしてほしいという声もあるが、既存の国による認証制度の事例からも、容易に効果が見込めるとは考えづらい。各団体の取組を幅広く認知できるように、まずはコストがそこまでかからない**経済産業省のHPの改訂**を検討すべき。

6. 今後の課題（ガイドラインが対象とする領域の重複対応）

ヘルスケア産業の各類型において業界自主ガイドライン策定の取組がされるようになってきた。その中で、複数のガイドラインにおいて対象とする商品・サービスが重なってしまう課題に今後対処すべき。
※各類型とガイドラインの領域が、必ずしも対になっていない点には留意が必要



6. 今後の課題（業界・事業者の品質レベルの底上げ）

各ガイドラインが採用する品質を確保するための仕組みは、第三者認証ではなく、業界認証や自己宣言が多い。特に、自己宣言はガイドラインを遵守しているという保証に対する信頼性に乏しいため、第三者認証を採用するよう働きかけていくことが求められる。

業界団体	ガイドライン名称	策定日 (最終改訂日)	品質を確保するための 仕組み
一般社団法人睡眠ヘルスケア協議会	睡眠サービス提供事業者が遵守すべきガイドライン	令和4年9月1日 (令和6年9月3日)	第三者認証 (組織は団体から独立)
一般社団法人日本ホームヘルス機器協会	ヘルスケア健康増進機器認定制度ガイドライン	令和6年3月7日	第三者認証 (組織は団体から独立)
特定非営利活動法人日本エステティック機構	エステティックサロン認証基準	平成21年4月1日 (令和4年4月19日)	第三者認証 (組織は団体内)
一般社団法人日本エステティック業協会	AEA優良サロン制度	令和元年9月10日 (令和6年2月8日)	第三者認証 (組織は団体内)
一般社団法人日本フィットネス産業協会	FIA加盟企業施設認定制度	令和元年12月6日 (令和6年9月13日)	業界団体認証
一般社団法人日本寝具寝装品協会	ヘルスケア認定寝具制度	令和2年2月28日 (令和4年1月31日)	業界団体認証
一般社団法人日本保健指導協会	特定保健指導サービスガイドライン	令和4年2月 (令和6年4月)	自己宣言
一般社団法人国際メディカル・コーディネイト 事業者協会	国際メディカル・コーディネイト事業ガイドライン	令和5年2月28日	自己宣言
一般社団法人日本リラクゼーション業協会	リラクゼーション業界におけるヘルスケアサービス 品質向上に向けた自主ガイドライン	令和5年4月1日	自己宣言
Sleep Innovation Platform	睡眠ソリューションの有効性評価に関するガイドライン	令和6年4月8日	自己宣言
PHRサービス事業協会/ 一般社団法人PHR普及推進協議会	民間事業者/自治体のPHRサービスに関わる ガイドライン	令和6年6月	自己宣言

6. 今後の課題（ガイドラインの認知拡大）

経産省Webページ「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」における「本指針を踏まえた業界自主ガイドライン等リスト」については、訪問者に団体が策定するガイドラインを認知してもらえるように、下記のように業界団体ごとに団体・ガイドライン情報を記載するのが良いと考える。

HP改訂案

一般社団法人日本フィットネス産業協会

団体Webページ	https://fia.or.jp/	団体ロゴマーク	
団体概要	フィットネス産業及びスポーツや健康増進等に関する調査・研究・情報収集並びに提供を行うことにより、フィットネス産業の健全な発展と、我が国経済の発展に寄与するとともに、国民の健康増進に寄与することを目的とする。		
ガイドライン名	FIA加盟企業施設認証	認証制度ロゴマーク	
ガイドラインの概要	施設・設備への安全性や危機管理体制、明朗な料金体系の提示など、このサービス提供の本質においてきわめて重要な“品質”の確保において、FIA加盟事業者が営む施設の安心と安全性を認証する新たな制度的枠組み。今後さらに安心して運動を継続できる場所を日本中に広げていくことを目的とする。		
活動報告 (令和6年度)	日本フィットネス産業協会活動報告		

特定非営利活動法人日本エステティック機構

団体Webページ	...	団体ロゴマーク	...
----------	-----	---------	-----

別紙 1 : 心の健康保持・増進領域でエビデンスに基づいたサービスの 選択を可能とする仕組みの検討

令和6年度ヘルスケア産業基盤高度化推進事業（職域等におけるヘルスケア産業推進事業）

**（3）心の健康保持・増進領域でエビデンスに基づいたサービスの選択を
可能とする仕組みの検討
報告書**

2025年3月

株式会社NTTデータ経営研究所

1

事業概要

背景・目的

- 心の健康に係る個人・組織の課題解決に向け、質の高いサービスの提供と活用が求められる。

職域の心の健康分野における産業育成の必要性

2000年以降、労働安全衛生法に基づく、企業の実践の底上げ

制度運用だけでは対応しきれない心の健康に係る諸課題※

- 法定業務の実施が目的化
- 不調を早期に把握できない
- 効果的な対策がわからない
- 施策の利用率が低い
- 専門人材が不足 等

心の健康はワーク・エンゲイジメント*や仕事の生産性に影響

*ワークエンゲイジメントとは、仕事へのポジティブで充実した心理状態

→人的資本経営においても心の健康の取組は重要

経営・医療・心理・行動科学等の専門的かつ複合的な知見・ノウハウが必要
(企業が単独でノウハウを獲得する難しさ)

専門性を持つサービス提供者が知見・ノウハウを蓄積の上、質の高いサービスを提供することが重要

産業育成に向けた課題

サービス提供事業者

多様な事業者の参入があり、品質基準や規範が機能していない※

- 人材分野の企業やテクノロジーを強みとしたスタートアップ企業等の参入が増加している
- EAP*1サービスにおいては、価格競争も起きている
- 業界としての品質確保の取組がない（個社努力に依存）
- DMH*2、ポジティブメンタルヘルスへの関心の高まり

新たな技術を含むサービス品質や信頼性の確保

雇用主

必ずしも満足な品質のサービスが提供されていない※

- 購買者である雇用主の約半数が外部のサービスが役立っていないと回答
- 外部サービスの品質が不透明、サービス比較の尺度が整理されていない等、サービスの選択における課題認識がある

自社のニーズに合った質の高いサービスの導入・活用

心の健康に係る個人・組織の課題解決、それを実現するサービス産業の創出と普及

※出典：経済産業省、令和3年度ヘルスケアサービス社会実装事業
(心の健康保持増進に関する製品・サービスの普及に向けた調査事業)

*1 EAP・・・Employee Assistance Programs

*2 DMH・・・Digital Mental Health

背景・目的

- 心の健康に係る産業育成に向け、研究会を通じて「サービスの情報開示のあり方」を提言（2023年度）。

研究会の目的と期待する波及効果

令和5年度（2023年度）の目的

職域向け心の健康関連サービスの情報開示のあり方をとりまとめ
(ステークホルダーが参画する研究会を通じて作成)

波及効果（令和6年度～）

サービスの情報開示が促進され、
品質・有用性が担保される仕組みへ発展

研究者

サービス
提供事業者

仲介者
(専門職や
メディア等)

雇用主・
利用者

研究開発・
品質評価
に活用

開発・提供における
品質確保

効果的なサービス
選択を支援

効果的な
サービス
選択と活用

産業の
創出・育成

職域における心の健康関連サービス活用に向けた研究会（2023年～）

- 雇用主・サービス提供事業者・アカデミアが、民間サービスの情報開示のあり方について検討。
- 心の健康関連サービスの選択支援ツールの開発や検証を実施。

研究会・部会2024年度メンバー ※カテゴリごとに五十音順

職域における心の健康関連サービス活用に向けた研究会 親会メンバー		
雇用主	サービス提供事業者	アカデミア
荒木 郁乃 積水化学工業株式会社 人事部 組織開発・労働政策グループ 健康推進室長	市川 佳居 一般社団法人 国際EAP協会日本支部 理事長	池田 浩 九州大学大学院 人間環境学研究院 人間科学 部門心理学講座 准教授
佐藤 光弘 株式会社富士通ゼネラル 人事本部 本部長付（健康経営担当）	川本 周 株式会社アトラエ	井上 幸紀 大阪公立大学大学院 医学研究科 神経精神医学 教授
菅 優一郎 日本航空株式会社 人財本部 人財戦略部 人財戦略グループ	武川 大輝 emol株式会社 代表取締役COO	川上 憲人 東京大学名誉教授 東京大学大学院医学系研 究科デジタルメンタルヘルズ講座・特任教授
杉岡 孝祐 SCSK株式会社 ビジネスデザイングループ統括本部 事業企画推 進部 副部長 兼 人事本部 DEIB・Well-Being推進部 担当部長	鳥越 慎二 株式会社アドバンテッジリスクマネジメント 代表取締役社長	島津 明人 慶應義塾大学総合政策学部 教授
中村 史恵 日本郵政株式会社 人事部 厚生室 担当部長	前田 一寿 日本EAP協会 会長	山本 勲 慶應義塾大学 商学部 教授

雇用主部会

- SCSK株式会社
- コニカミノルタ株式会社
- 積水化学工業株式会社
- 日本航空株式会社
- 日本郵政株式会社
- 株式会社富士通ゼネラル

サービス提供事業者部会

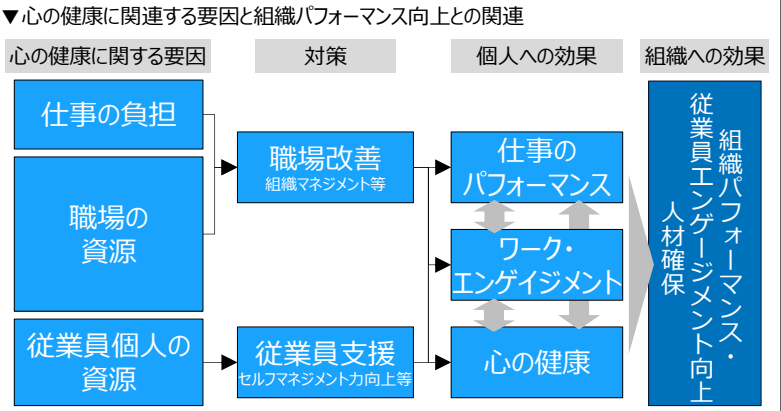
- 株式会社Awarefy
- Upmind株式会社
- 株式会社アドバンテッジリスクマネジメント
- エムスリーヘルスデザイン株式会社
- 株式会社MD.ネット
- 株式会社オネスト
- 株式会社ジャパンEAPシステムズ
- ピースマインド株式会社
- boost health株式会社
- 株式会社MentaRest
- 株式会社ラフル

参考) 職域における心の健康関連サービス活用に向けた研究会 令和5年度とりまとめ結果

職域の心の健康関連サービスの創出と活用に向けて－民間サービスの情報開示のあり方－ (要約)

企業(雇用主)の取組の方向性 労働安全衛生法に則った企業の責務を果たすとともに、**人的資本を重視した経営課題への取組として、心の健康に関わる取組を強化することが必要**

- 従業員の心の健康要因への対策は、個人の心の健康の保持増進・不調予防に加え、仕事の生産性やワーク・エンゲイジメントの向上等を通して**仕事のパフォーマンス向上**にもつながる(右図)。
- 従業員が効果を実感できるよう施策を展開することが、**従業員エンゲイジメント**を高め、**人材確保や組織業績等のパフォーマンスの向上**にもつながる。
- **経営・管理職・人事・健康管理担当・産業保健スタッフ等が連携し、専門的知見・ノウハウを持つ外部サービスも活用しながら取組をマネジメント**していく視点が重要。



産業育成に向けた方向性 **供給側と需要側の情報格差の解消**によって、**雇用主による自社の課題に基づくサービスの選択・活用と、サービスの品質・信頼性の確保**につなげていくことが必要

- 雇用主が自社のニーズ・課題に基づき対応の方向性や活用可能なソリューションを認知することができるよう整理。
- サービスの情報開示のあり方を示すため、サービスの特性や機能に応じて求められる開示事項を整理。

体制・業務構築	職場環境改善
<ul style="list-style-type: none"> ・法令順守の観点で体制整備したい ・人事・産保スタッフの質を向上させたい ・不調対策にとどまらないポジティブな対策を強化したい ・経営層の関心を高めたい 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・集団分析結果を活かしたい ・部門主体で職場環境改善を行えるようにしたい ・管理職による従業員へのケアやマネジメント力を向上させたい 等
現状分析・評価	従業員支援
<ul style="list-style-type: none"> ・離職・休職や従業員エンゲイジメントに関する課題を分析したい ・取組の指標を設定したい／評価したい ・個人や組織の状態をタイムリーに把握したい 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・組織・従業員の特徴に応じたセルフケア対策を打ちたい ・不調者を把握したい ・産保スタッフ等の業務効率化、負担軽減をしたい 等

カテゴリ	主な開示項目	
サービス共通	期待される効果と根拠,導入後の有用性評価,レポート率,提供実績,専門家による品質担保,導入・利用促進支援,等	
サービス類型別	現状把握・分析支援	分析項目,分析方法,等
	職場環境改善支援	対応可能な内容,提供形態,等
	従業員支援	対応可能な内容,提供形態,対応手段,危機発生時対応,支援者教育,プライバシー確保,実績報告,等
DMH (Digital Mental Health)	リマインド機能,レポート機能,データ連携,プライバシー保護,アプローチ,モニタリング項目,等	

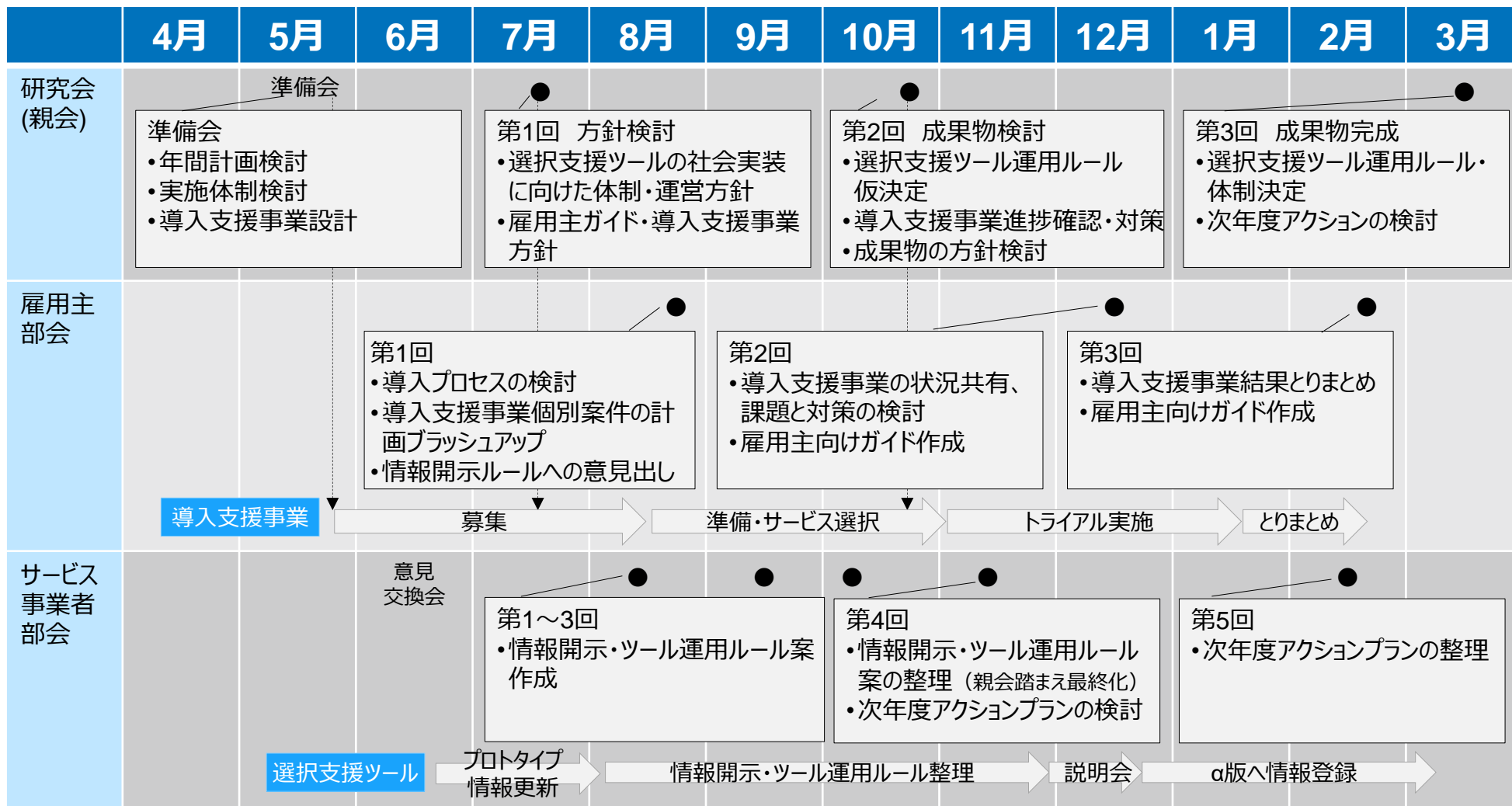
特に雇用主の開示ニーズとして、期待される効果とその根拠が高かった。
 根拠の内容は、「導入した企業の担当者や従業員の評価」が高く、サービス活用経験がある企業では、「学術研究機関等による科学的な効果検証結果」や「サービスに採用されている理論の有効性」の開示も求められた。

令和6年度の目標

- 従業員の心の健康のための取組の重要性は、企業においてまだ十分に理解・浸透していない。
- 企業を取組を促す動機付けと環境整備を目的として、令和5年度に策定した提言※の社会実装や需要喚起・供給力強化に向けた検討を行う。 ※[職域の心の健康関連サービスの創出と活用に向けてー民間サービスの情報開示のあり方ー](#)

令和5年度事業の成果	今後必要な取組	令和6年度目標
<ul style="list-style-type: none"> ✓雇用主・サービス提供事業者・アカデミアの意見を取り入れた提言を作成 <ul style="list-style-type: none"> • 雇用主は、人的資本経営の一環として心の健康に関わる取組を強化することが必要 • 産業育成に向けて、供給側と需要側の情報格差の解消が必要 ✓サービス選択支援ツールのプロトタイプの開発・検証により、ツールの有用性と改善点を確認 ✓複数の関係団体と連携した施策の実現(雇用主向けアンケート・ワークショップ等) ✓サービス提供事業者48社154サービスの情報を収集(154件中33件はDMH※オンラインカウンセリングサービスは除く) 	提言の社会実装 選択支援ツールの開発・運営体制構築	雇用主が活用可能なβ版の開発・試運転開始 <ul style="list-style-type: none"> • 掲載される情報の質を担保するための運営体制・ルールver1を決める • 主要なサービス事業者100%掲載
	ツールの普及	雇用主向けガイドの完成 <ul style="list-style-type: none"> • サービスの意義と選択・活用のポイントが理解できる
	需要喚起 心の健康関連サービスの有用性啓発	供給力強化策の検討 <ul style="list-style-type: none"> • 心の健康取組普及に向けて業界として取り組むべき課題が共有される
	供給力強化 雇用主のニーズを充たすサービスの開発・提供	
	供給力強化 業界としての取組促進	

令和6年度の実施概要・全体スケジュール



令和6年度の開催経緯

会合		日時	場所
研究会 (親会)	準備会	5月20日(月) 10:00-12:00	NTTデータ経営研究所会議室
	第1回	7月29日(月) 14:00-16:30	AP東京丸の内会議室
	第2回	10月28日(月) 14:00-16:30	AP東京八重洲会議室
	第3回	3月10日(月) 15:00-17:30	AP東京丸の内会議室
雇用主部 会	第1回	8月26日(月) 10:00-12:00	NTTデータ経営研究所会議室
	第2回	12月12日(木) 9:00-11:00	〃
	第3回	2月10日(月) 10:00-12:00	〃
サービス提 供事業者 部会	第1回	8月23日(金) 14:00-16:30	麹町セントラルビル
	第2回	9月12日(木) 15:00-17:30	クワイエット紀尾井町
	第3回	10月1日(火) 15:00-17:30	〃
	第4回	11月12日(火) 15:00-17:30	NTTデータ経営研究所会議室
	第5回	2月13日(木) 15:00-17:30	〃
導入支援事業説明会		6月4日(火) 13:00-14:30	オンライン開催
サービス提供事業者向け施策説明会・意見交換会		12月17日(火) 15:00-18:00	JA共済ビルカンファレンスホール
アカデミア協議		1月20日(月) 13:00-14:00	オンライン開催

2

健康経営を実践する企業のエビデンスに基づいたサービス選択促進に向けた検討

選択支援ツールβ版について

ーコンセプト・特徴

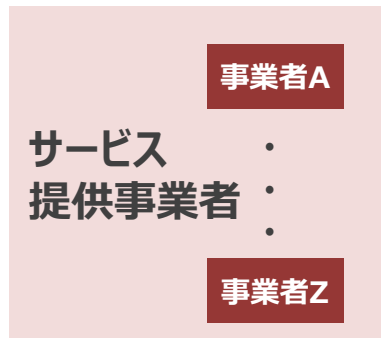
- 雇用主が**自社のニーズに応じたサービスの選択肢を知り、一定の品質が確保されたサービスの選択を支援**する仕組みを構築することで、サービス提供事業者による**サービスの品質確保と情報開示**、雇用主による**適切なサービスの選択と活用**を促進する。

ウェルココが目指す姿

供給側

需要側

現状



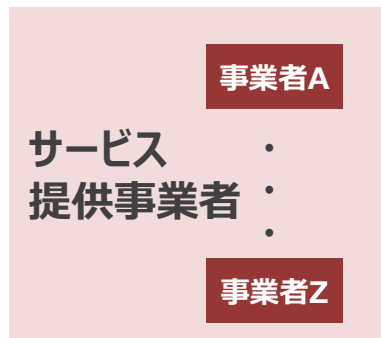
それぞれの価値基準
で訴求

サービスの選択を
支援する仕組み

どのサービスを選べば
いいのかよくわからない



目指す姿



コンセンサスが得られた
評価軸で情報開示



自社のニーズ・課題に
応じてサービスを選択



サービス産業の育成／心の健康投資の普及拡大

選択支援ツールβ版について

ーコンセプト・特徴

ウェルココとは？



- 心の健康サービスの選択を支援するWebツール。
- 活用できるソリューションを知ったり、相談できる専門的なサービス提供事業者を見つけることができます。

※ウェルココの正式リリースは2025年秋頃を予定しています。

| ウェルココの特徴

産官学が「心の健康」投資の普及を目指して運営

産官学で検討した共通の指標でサービスや事業者の情報が開示されています。広告メディアではなく、掲載基準をクリアしたサービスが掲載されます。※

「期待される効果」の根拠を提示できるサービスのみを掲載

掲載基準の一つとして、サービス導入企業の評価、理論的裏付け、実証結果のうちいずれかの根拠を示せることを求めています。

自社のニーズ・課題にあったサービスを探せる

雇用主がサービスを探したり選んだりする観点がわかり、サービスを検索できます。

※ウェルココはサービス提供事業者が情報開示をするプラットフォームであり、サービス自体の質を担保するものではありません。開示した情報が真実であることを誓約したサービス提供事業者だけが掲載できます。

選択支援ツールβ版について

一名称・ロゴ

- 名称とロゴデザインを検討した。
- 名称はサービス事業者から公募し、42件の応募の中から「ウェルココ」（株式会社ラフール提案）に決定した。

名称

名称の解説

ウェルココ

「ウェルココ」という名前には、「Wellbeingなところ」を目指す想いが込められている。心の健康を支える取り組みを、少しでも身近で親しみやすいものにしたいという願いから、かわいらしい響きを表現した。メンタルヘルスにあまり関心のない企業にも、愛着を持ってもらえるような柔らかな印象を持っていただくことを重視した。

ウェルココ ロゴデザイン

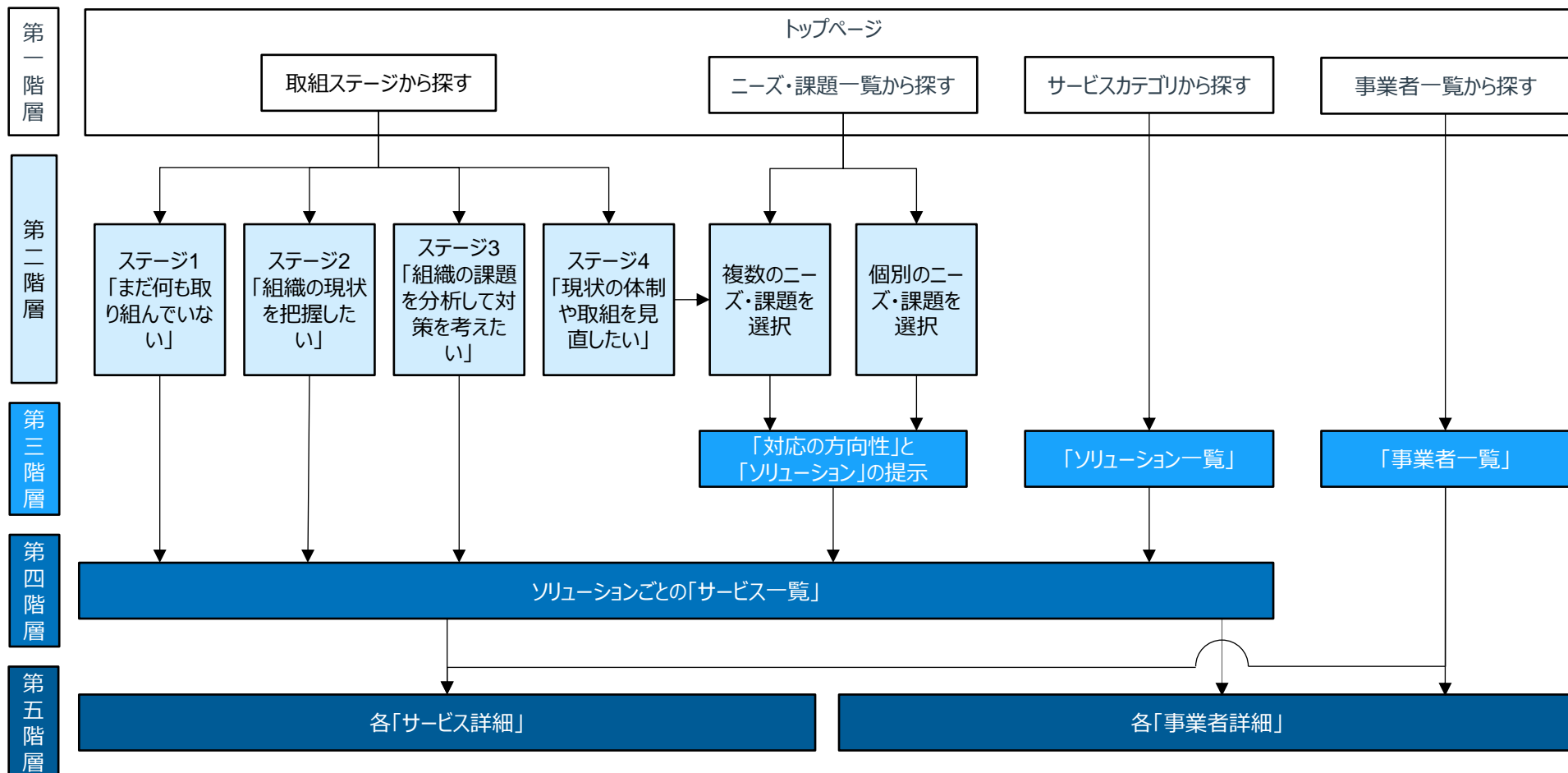
パターン	縦ロゴ	横ロゴ	ロゴの解説
ツール 掲載用			<ul style="list-style-type: none">• 心が重なり、つながる。• シンボルマークは、2つのハートを重ね、頭文字の「W」を表現しています。
事業者 配布用			<ul style="list-style-type: none">• ウェルココに掲載されたサービスは、当該サービスを紹介する媒体（Webサイトや営業資料等）に「ウェルココ掲載サービス」のロゴを使用することができます。

選択支援ツールβ版について

一機能全体像

- 雇用主の「取組ステージ」や「ニーズ・課題」に応じて、対応の方向性やソリューションを提案するとともに、ソリューションごとのサービス一覧へナビゲートするフローを検討した。

雇用主向けWebサイト構成イメージ



選択支援ツールβ版について

一機能全体像

- サービス提供事業者が自ら情報開示（登録）できるサービス事業者向け管理画面の搭載を検討した。
- 登録された情報の承認機能などの搭載も検討している。

サービス事業者向け管理画面イメージ



経済産業省 令和6年度ヘルスケア産業基盤高度化推進事業（職域等におけるヘルスケア産業推進事業）心の健康パート

職域における心の健康サービス選択支援ツール(アルファ版)

事業者名：
テスト入力用事業者

事業者メニュー

ログアウト

サービス情報を確認・編集・
削除することができる。

サービス情報を新規登録する
ことができる。

サービス情報一覧（表示・編集）

サービス新規登録

事業者情報編集

事業者情報表示

事業者情報を編集することが
できる。

事業者情報を確認することが
できる。

選択支援ツールβ版について

一開示項目

- サービス情報の比較をしやすくするため、サービス全般およびサービス種別ごとに、開示を掲載の条件とする必須開示項目の制定を検討した。（必須開示項目は青色でハッチングしている。）

1. サービス全般に求められる開示事項

- 提供内容
- 導入企業の評価を根拠とする効果
- 理論的裏付けを根拠とする効果
- 実証評価を根拠とする効果
- 提供可能エリア
- サービス提供実績
- 受賞歴
- サービス提供手順
- 導入・利用促進支援
- サービス導入後の有効性評価
- 有害事象の確認
- サービス提供不可範囲
- 実務責任者の経歴開示
- 価格体系
- トライアル
- 多言語対応

7. 事業者情報として求められる開示事項

- 本社所在地・事業拠点
- 資本金
- 財務情報の開示可否
- 従業員数
- 事業者概要（得意領域など）
- ストレスチェック制度対応支援
- サービス提供体制
- 情報セキュリティ
- 苦情窓口
- 情報開示請求への対応
- 人的資本に関わる情報開示

サービスの特性や機能に応じて求められる開示事項

2. 体制・業務構築支援

- ストレスチェック制度対応支援内容

3. 現状把握・分析支援

- 分析項目
- 分析方法
- 統計解析可否

4. 研修・組織づくり支援

- 対応可能な内容
- 対象者別カスタマイズ
- 専門家による品質担保
- 研修等実施方法
- 提供形態
- 対応手段
- 支援者教育
- スーパーバイズ
- 相談記録
- 相談記録管理
- プライバシー確保
- 面接指導実施後の事業者への通知

5. 従業員支援

※セルフケア支援アプリを除く

- 対応可能な内容
- 専門家による品質担保
- 対応手段
- 対応可能日・時間
- 危機発生時対応
- 主治医確認
- 支援者教育
- スーパーバイズ
- 専門家リファー
- 相談記録
- 相談記録管理
- プライバシー確保
- 面接指導実施後の事業者への通知
- 企業向け実施報告
- 実績報告
- BCP対応

6. DMH

(Digital Mental Health)

- 分析項目
- 分析方法
- 統計解析可否
- 専門家による品質担保
- アプローチ
- モニタリング機能
- リマインド機能
- レポート機能
- データ連携
- プライバシー保護機能
- 緊急時相談先の掲示
- 対応デバイス・OS
- システム提供形態
- ソフトウェアのカスタマイズ可否
- ユーザビリティ
- バージョンアップ

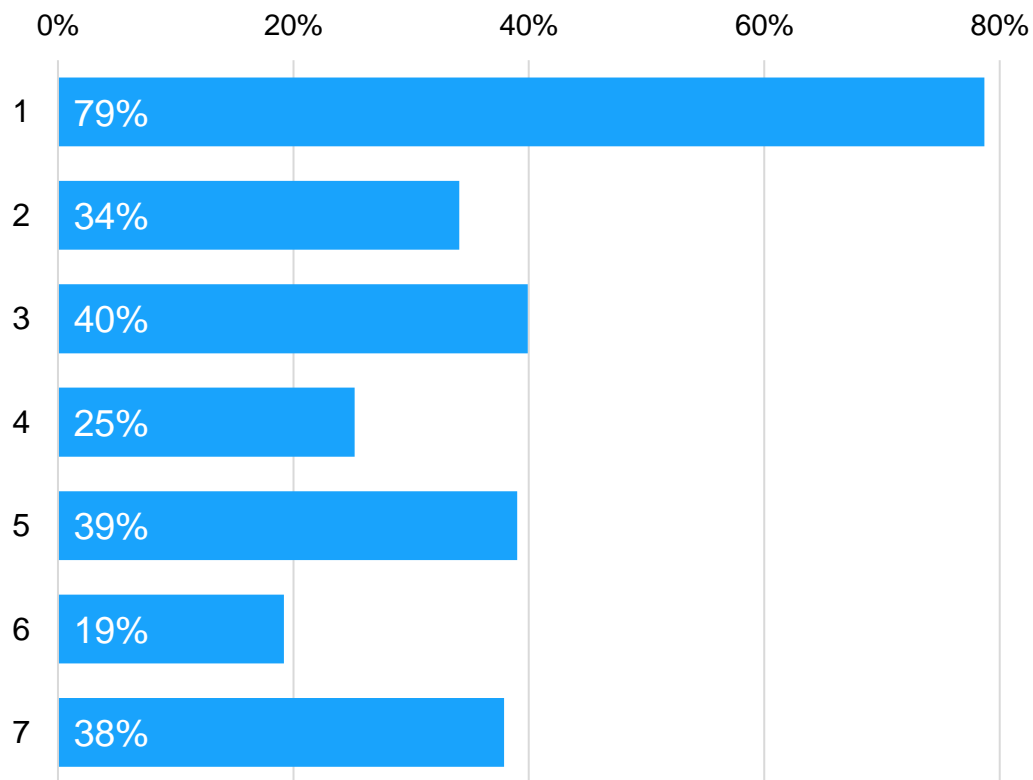
選択支援ツールβ版について

—参考) 雇用主が重視する開示項目

- 重視する開示項目は「期待される効果とエビデンス」が最も高く、いずれのサービスでも7割以上となった。
- 「期待される効果」の根拠として開示を求めるのは、導入企業または利用者の評価が最も高く、次いで「学術機関による科学的効果検証」、「採用されている理論」となった。

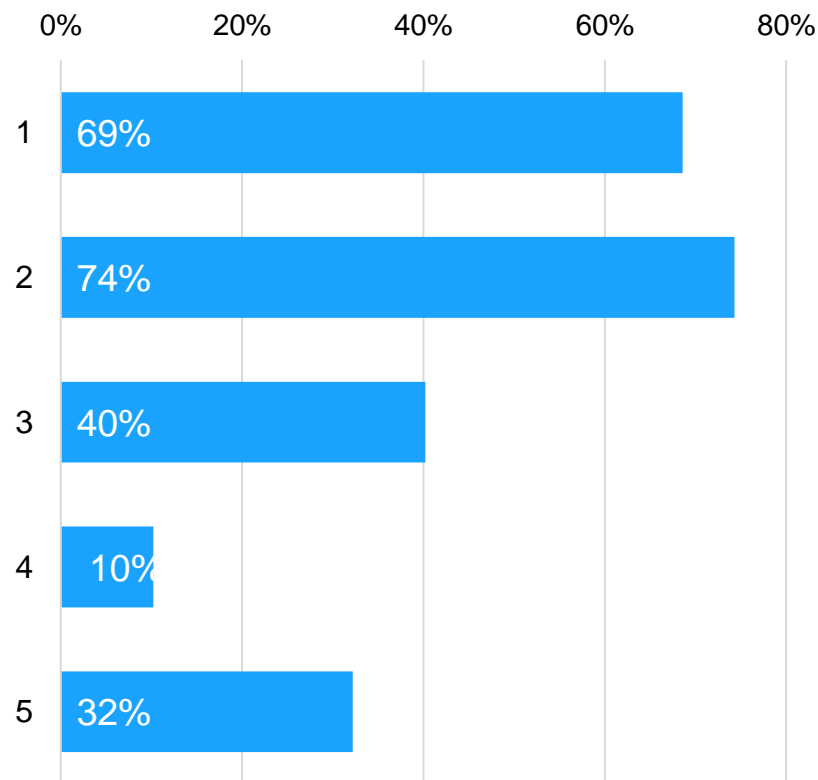
重視する情報開示項目

(例) 組織開発・研修等のサービスの例 (n=671)



期待される効果の根拠として開示を求める事項

(n=1,025)



選択支援ツールβ版について

—サービス—覧画面

- サービス一覧画面では、「目的・期待される効果」の根拠情報の表示を検討した。
- サービス種別に応じて、サービス比較のために表示したい項目を選択できる機能を検討した。

サービス一覧画面表示イメージ

選択されたソリューションのサービス一覧 前画面に戻る

2 調査・分析支援 (人的支援)

表示項目選択 縮小表示 表全体表示

操作方法

表示項目選択 (上部)で、表示する見出し項目の切替ができます。表示切替できる見出し項目はサービスカテゴリごとに異なります。**事業者詳細** (事業者名右)で、事業者詳細情報が開きます。**"サービス名"**で、サービス詳細が開きます。**●**(見出し内)、**□**(各行内)で説明が開き、再クリックで閉じます。**▽**(見出し下)で「○△●」の項目を絞り込み・解除ができます。**▽**複数で「AND絞り込み」ができます。**▽**解除 (この種下部)で、絞り込みの全解除ができます。

縮小表示 表全体表示 (右上)で表示状態の変更ができます。クリックで♥が切り替わり、ブラウザに記憶されます。**♥**のみで♥のみの絞り込み表示を切り替えます。サービスの表示順は、閲覧環境(IPアドレス)ごとにランダムです。同じ閲覧環境(IPアドレス)での表示順は同じになります。

No.事業者名 / サービス名 ♥のみ

No.事業者名 / サービス名	目的・期待される効果										採用している理論の要約	実証評価の有無	理論的裏付けの有無	実証評価の有無	価格体系	無償提供の有無	
	法的対応	基本機能関連	取組の普及・浸透	ヘルスケア	仕事のストレス要因低減	心理的安全性・上司のサポート力向上	問題のサポート力向上	生活習慣の改善	健康状態・心理状態改善	アセスメント・心理検査改善							ワーク・エンゲージメント向上
9998 テスト事業社エプロ テスト用サービス	○	●	●	-	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
9999 テスト入力用事業者 nttdata	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
9999 テスト入力用事業者 テスト1223	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

表示する項目を選択できる

期待される効果と根拠の種別がわかる

<根拠の種別>

- : 導入企業の評価あり
- : 理論的裏付けあり
- ◎ : 実証評価あり

※いずれかの根拠があるサービスのみ掲載

選択支援ツールβ版について

一効果と根拠（サービス詳細画面）

- サービス詳細画面では、3種類の効果の根拠の詳細を確認できる表示を検討した。
- サービス提供事業者には、①導入企業の評価、②理論的裏付け、③実証評価を入力いただき、入力結果から判定した④の内容をサービス一覧画面に表示することを検討した。

サービス詳細画面表示イメージ

選択されたソリューションのサービス詳細 画面を閉じる

テスト事業社エプロ 事業者にお問い合わせる 表示枠高さ解除
 テスト用サービス ❤️

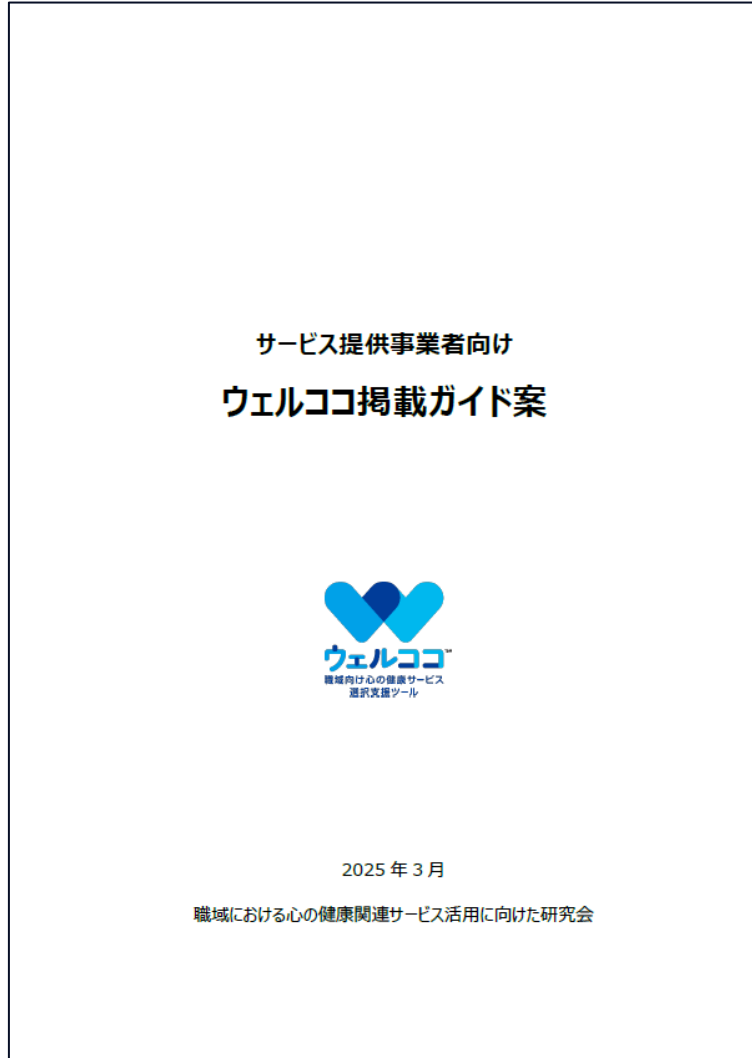
目次	目的・期待される効果		根拠の詳細				
	「効果の根拠★」の種別 ○：導入企業の評価あり ●：理論的裏付けあり ◎：実証評価あり		効果の根拠★	ユーザー評価	理論的裏付け	実証評価	
基本情報	基盤構築関連	法制度対応	○	○	-	-	
提供内容		制度・施策体系の整理	●	-	●	-	
目的・期待される効果		人事・産業保健業務の効率化・負担減	●	○	●	-	
ユーザー評価を根拠とする効果		組織状況の把握	-	○	-	-	
理論的裏付けを根拠とする効果		その他	●	○	●	-	
実証評価を根拠とする効果		その他の内容	-	目	目	目	
提供可能エリア		取組の普及・浸透	サーベイ受検率向上	◎	○	-	◎
サービス提供実績			相談窓口の利用率・認知率向上	◎	-	-	◎
受賞歴			プログラムへの参加率・利用率向上	●	○	●	-
サービス提供手順			不調の早期発見・対応	●	-	●	-
導入・利用促進支援		ヘルスリテラシー・意識向上	○	○	-	-	
サービス導入後の有効性評価		仕事のストレス要因低減	○	○	-	-	
有害事象の確認		心理的安全性・上司のサポート力向上	◎	-	●	◎	
サービス提供不可範囲		周囲のサポート力向上	-	-	-	-	
実務責任者の経歴開示		その他	◎	-	●	◎	
価格体系		その他の内容	-	目	目	目	
トライアル	心の健康・パフォーマンス関連	生活習慣の改善	◎	-	-	◎	
多言語対応		健康状態・心理指標改善	○	○	-	-	
ストレスチェック制度対応支援内容		アブセンティーズム改善	●	○	●	-	
分析項目		プレゼンティーズム改善	-	-	-	-	
分析方法		ワーク・エンゲージメント向上	◎	-	●	◎	
統計解析可否							

2種類以上の根拠がある場合、根拠種別の序列に応じて「効果の根拠」の種別を判定する
 記号の順位：◎ > ● > ○ > -

選択支援ツールβ版について

一運用ルール

- 運用ルールをウェルココ掲載ガイド（案）として整理した。



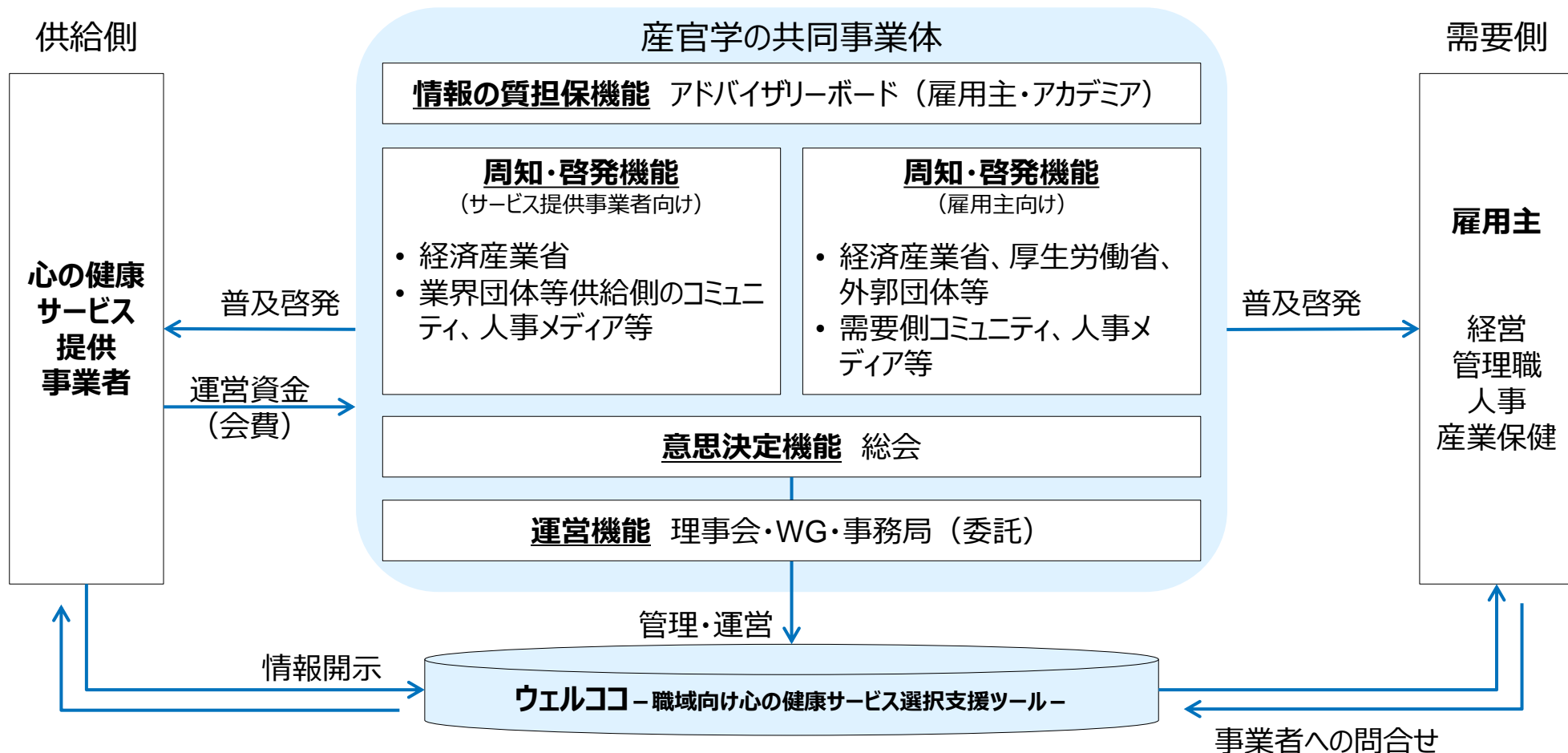
目次	
第1章 ウェルココ-職場向け心の健康サービス選択支援ツールの概要.....	2
1. 目的.....	2
2. 特徴・コンセプト.....	2
3. 主な機能.....	3
4. 運営体制.....	3
5. 運営スケジュール.....	4
第2章 掲載基準及び承認プロセス.....	5
1. 掲載基準.....	5
1) サービス提供事業者の資格.....	5
2) サービスのスコop.....	5
3) サービス概要資料.....	6
4) 期待される効果の根拠.....	6
5) 必須項目の開示.....	6
6) 誓約書の提出.....	6
7) ペナルティの有無.....	6
2. 掲載承認の体制.....	7
1) 雇用主.....	7
2) アカデミア.....	7
3) 事務局.....	7
3. 掲載承認プロセス.....	7
1) サービス提供事業者による申請.....	7
2) 事務局による確認.....	8
3) アドバイザリーボードメンバーによる書面確認.....	8
4) サービス提供事業者へのヒアリング.....	9
5) アドバイザリーボードメンバーによる協議.....	9
6) ウェルココへの掲載.....	9
4. 免責事項.....	9
別紙1 サービス概要資料様式.....	11
別紙2 期待効果の根拠証明様式（導入企業の評価）.....	12
別紙3 期待効果の根拠証明様式（理論的裏付け）.....	13
別紙4 期待効果の根拠証明様式（実証評価）.....	14
別紙5 ウェルココ掲載申請にあたっての誓約書.....	18
別紙6 ウェルココ開示項目一覧.....	18

選択支援ツールの運営体制

―事業モデル全体像

- ・ 職域向け心の健康サービス産業の育成と活用促進を目的とした産官学の共同事業体がウェルココを運営。
- ・ ツール運営にかかる費用は取組に賛同し参加する会員（主にサービス提供事業者）の会費でまかなう。

ウェルココの運営モデル案



選択支援ツールの運営体制

一年間の運営サイクル

- 雇用主が予算執行を開始する4月、次期予算検討を開始する10月をターゲットとして新規掲載・周知を行う。
- 共同事業体の運営方法の大枠はルーティン化することで効率的な運営を目指す。

ウエルココ掲載・共同事業体年間スケジュールイメージ（事業年度は4月～3月を想定）

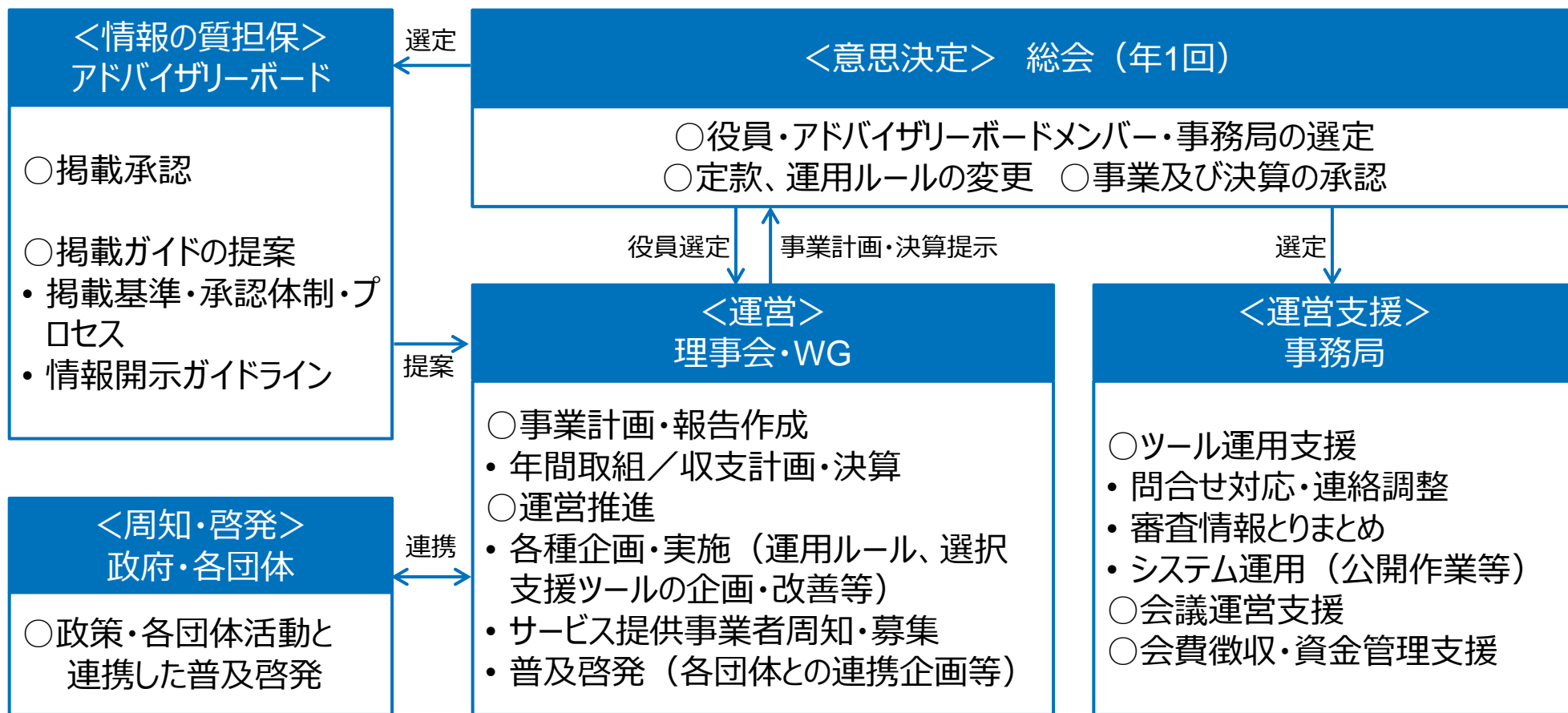


選択支援ツールの運営体制

— 共同事業体の体制

- 民主的な意思決定を可能とする総会を設置し、会費を負担する会員が議決権を持つ。
- 機動的な運営推進のため、理事会・WGを設置する。理事会にも一定の権限を持たせる。

共同事業体の体制（案）



選択支援ツールの運営体制

— 共同事業体の設計骨子案

- 共同事業体は、ウェルココの運営だけでなく、サービス産業の育成と活用促進を通じた取組の普及を目指す。

共同事業体の設計骨子（案）

テーマ		内容案	
概要	目的	(活動目的) 職域向け心の健康サービス産業の育成と活用促進 (目標指標) 企業*の心の健康に関する取組の普及及び質の向上 ※法人格を問わず従業員を雇用する団体と健康保険組合を想定 (目指すインパクト) 従業員の心の健康の保持増進、組織の課題解決の促進	
	名称	・心の健康投資推進協議会、心の健康サービス産業推進協議会 等 ※設立までに決定する	
	事業	・サービス活用促進（ウェルココの運営、企業向け普及啓発・対話、他） ・サービスの質の向上に向けた検討・実践（勉強会、他）	
会員	種別	・一般会員／賛助会員 ※入会は理事会の承認・会費の支払いが条件。入会基準は別途要作成。	
	会費	・一般会員：年会費一口10万円・入会金なし	・賛助会員：年会費一口5万円・入会金なし
	権利	・総会での議決権 ・ウェルココへのサービス掲載及びウェルココロゴ使用権利（一口につき1サービス） ・各種イベントへの参加（勉強会、ネットワーキング等） ・メール等での情報提供	・意見募集への参加 ・各種イベントへの参加 ・メール等での情報提供
総会	構成	・一般会員で構成。議決権は一般会員1団体につき1個	
	権限	・理事、監査役、審査委員の選任・解任、事務局（委託先）の選定 ・事業及び決算の承認、定款、ウェルココ運用ルールの変更 等	
	開催	・定時総会（年1回）、臨時総会（必要に応じて開催）	

選択支援ツールの運営体制

ー共同事業体の設計骨子案

- 理事会、ワーキング（WG）を設置し、共同事業体の業務執行に係る意思決定や検討・実践を行う。
- 本年度内に検討した設計を踏まえ、2025年度に定款を作成する等の基盤整備を進める。

共同事業体の設計骨子（案）

テーマ	内容案	
役員・理事会	構成	<ul style="list-style-type: none"> • 理事3名以上10名以内、監査役1名以上3名以内 • 一般会員から公募し総会の決議で選任・解任。任期は2年。再任可
	権限	<ul style="list-style-type: none"> • 理事会：業務執行の決定（総会議案の作成、会員の入退会、委員会の設置）、理事の職務執行の監督、代表・副代表の選定及び解職 • 監査役：理事の職務執行の監査、監査報告
	報酬	<ul style="list-style-type: none"> • 無報酬
WG	構成	<ul style="list-style-type: none"> • 一般会員から公募し理事会が選任。役員との重任可。
	業務	<ul style="list-style-type: none"> • 事業・収支報告/計画案の作成 • ウェルコ運用ルール改定、質向上や普及啓発の企画・運営
	報酬	<ul style="list-style-type: none"> • 無報酬
アドバイザー	構成	<ul style="list-style-type: none"> • 雇用主、アカデミアから選出
	権限	<ul style="list-style-type: none"> • ウェルコへのサービス掲載、掲載情報のレビュー
	報酬	<ul style="list-style-type: none"> • 謝礼あり

3

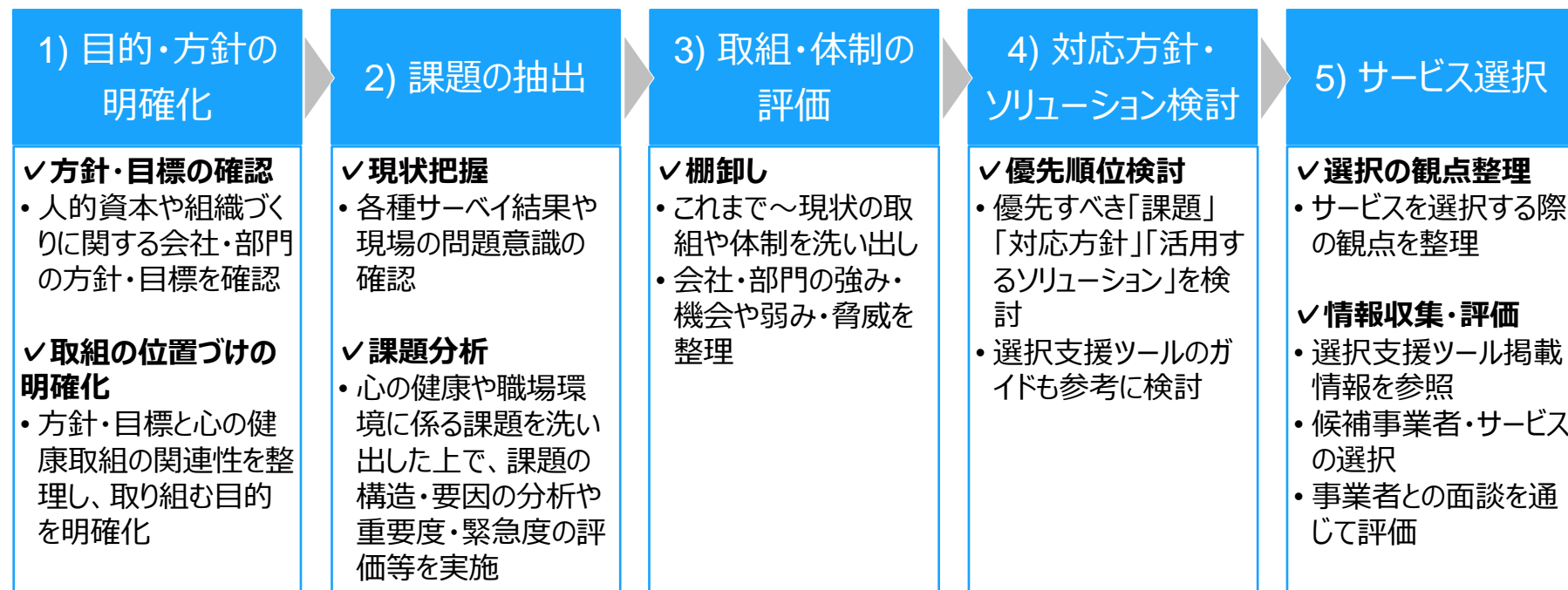
健康経営を実践する企業のエビデンスに 基づいたサービス選択への需要喚起

導入支援事業の実施

ー実施プロセス

- ・事務局にて検討の枠組みを標準化するためのワークシートを用意し、取組の検討を伴走した。
- ・アドバイザー同席の打ち合わせを各団体につき2回実施し、取組やサービス導入の検討を支援した。
- ・ウェルココ（プロトタイプ版）を活用してサービスを選択し、サービサーを含めた打合せで取り組み内容を検討した。

■ 実施スケジュール



導入支援事業の実施

ーアドバイザーの選任

- サービス選択にあたり、実践支援経験を有するアカデミアに第三者の視点でアドバイザーとして参加頂き、サービス選択の考え方の整理への助言を頂いた。
- 各アドバイザーの専門領域やご経験等と各参加団体のニーズを踏まえて、担当制で打合せに参加頂いた。

■ アドバイザー一覧

所属	氏名（敬称略）
筑波大学大学院 人間総合科学学術院 人間総合科学研究群	教授 大塚泰正
株式会社健康企業	代表 亀田 高志
甲南大学 経営学部 経営学科	教授 北居 明
法政大学 現代福祉学部 臨床心理学科	准教授 小林由佳
神戸大学 経営学研究科	教授 鈴木 竜太
北里大学 医療系研究科 産業精神保健学	教授 田中克俊
上智大学 経済学部 経営学科	教授 森永 雄太

導入支援事業の実施 —実施団体の概要

- サービス導入支援事業を規模・業種の異なる6つの団体に対して実施した。
- 実践結果を整理し、「心の健康」実践事例集として雇用主ガイドに掲載した。

カテゴリ	事例タイトル	企業名	取組概要	導入ソリューション
現状分析 ・ 評価	複数データを 活用した課題分析	日本振興 株式会社	外部専門家が複数のデータを統合的に分析することで、具体的な課題を明らかにし、解決に向けた改善策を検討した	調査分析支援 (人的支援)
職場環境 改善	社員一人ひとりの ウェルビーイングの 実現に向けた取組み	三菱マテリアル ITソリューションズ 株式会社	対話型組織開発(自己理解と他者理解を深める活動)を通じて、やりがい、主体性を持って働ける職場環境づくりを行った	組織開発
	中高年層が いきいきと働く 職場環境づくり	株式会社東振精機	管理職を対象にジョブクラフティング研修を実施し、管理職自身がいきいきと働くための方法を学び改善に向けた導入を行った	管理職向け研修
	風通しの良い 職場環境づくり	社会福祉法人 海辺福祉会 海辺こども園	EQI検査・EQ向上研修を実施し、自己理解・他者理解を深めることで、価値観や想いを理解し尊重し合える職場づくりを行った	従業員向け研修
	職員が助け合い、 お互いに感謝しあえる 職場の醸成	あさぎり病院	責任の重さを超えるやりがいを感じられる職場づくりとして、職員が助け合い、お互いに感謝しあえる職場の醸成に取り組む	従業員向け研修
従業員 支援	睡眠の質改善を通じた メンタル不調予防・ パフォーマンス向上	三菱UFJ信託銀行 健康保険組合	睡眠とメンタルヘルス不調の関連に着眼し、睡眠時無呼吸症候群のリスク者へのアプローチを実施した	セルフケア支援

雇用主向けガイドの作成

- 「心の健康」投資に関わる方向けに取組の意義や取り組み方を知って頂くことを目的とした雇用主向けガイドを作成した。
- 「心の健康」投資の意義や、「心の健康」投資の進め方について記載し普及啓発を図るとともに、参考として導入支援事業の実践事例等を掲載している。

■ ガイドの特徴

① 産官学の知見を集結

- ✓ 心の健康投資の実践者、アカデミアが参加する研究会を通じて作成

② 「心の健康」投資の進め方や事例を紹介

- ✓ 心の健康投資の考え方を「マネジメントサイクル」として整理
- ✓ 実践事例や自社で使えるワークシート例を付録として掲載

③ 実践に役立つソリューションや支援ツールを紹介

- ✓ 活動を外部から支えるソリューションや、サービス選択支援ツール“ウェルココ”を紹介

■ ガイドの構成

1. 「心の健康」投資に取り組む意義
2. 「心の健康」投資のマネジメントサイクル
3. ウェルココー職域向け心の健康サービス選択支援ツールー
付録 1) 「心の健康」投資に関連する事例・調査（詳細）
付録 2) 「心の健康」投資のマネジメントサイクルガイド
付録 3) 「心の健康」投資をサポートするソリューション
付録 4) サービス選択の事例（導入支援事業事例）



4

サービス提供事業者の供給力強化

供給力強化の取組

ーサービス提供事業者向け施策説明会・意見交換会

- ウェルココの社会実装に向けて、本取組の意義と自社事業へのメリットの認識を促し、サービス提供事業者が主体的に本事業に取り組むための機運の醸成を目的とした意見交換会を行った。
- 約160名のサービス提供事業者が参加し、事後アンケートでは約90%の参加者が「今後も本取組に主体的に関わっていききたい」と回答した。サービス提供事業者間での取組の継続を期待する声が多く挙げられた。

施策説明会の概要

項目	内容
日時・場所	2024年12月17日（火）15時～18時 JA共済ビルカンファレンスホール
プログラム	経済産業省からの政策説明 産業育成に向けた展望と具体策 今後のスケジュールとツール登録方法の説明 ワールドカフェ形式で「本事業を通じてサービス事業者として取り組みたいこと」についての意見交換を実施

約70名が現地参加をし活発な意見交換を実施



【参加者を対象とした事後アンケートの結果】

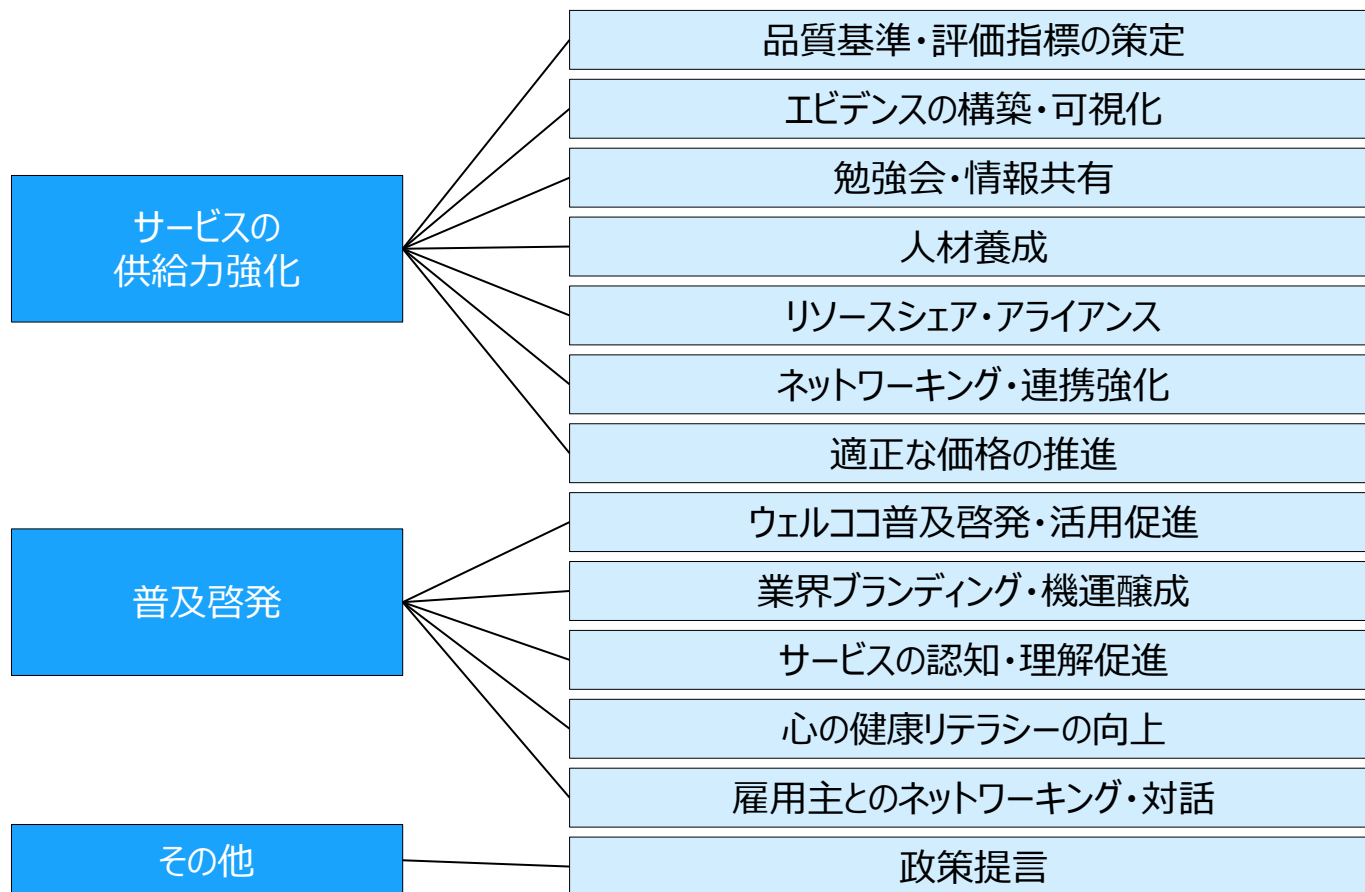
- 企業の健康投資が伸ばせるのかは共通の事業課題でありウェルココに関する活動を本気で取り組むインセンティブになる
- 業界認知の底上げなど、1社単体では実現できない風土と環境づくりが期待できる

供給力強化の取組

ーサービス提供事業者向け施策説明会・意見交換会での意見

- 意見交換会では事業者間で取り組みたいこととして、供給力強化や普及啓発に関する意見が多く挙げられた。

サービス提供事業者間で協力して取り組みたいこと（意見交換会結果）



(3) 心の健康保持・増進領域でエビデンスに基づいたサービスの選択を可能とする仕組みの検討

心の健康保持増進領域における当事者参画型開発の検討 報告書

2025年3月

株式会社NTTデータ経営研究所

目次

1 本事業の概要

- 本事業の全体像
- 当事者参画型開発とは

2 なぜ、心の健康領域での当事者参画型開発が必要なのか？

- 日本における心の健康・不調の現状
- 心の健康・不調に関わる生活課題例
- 当事者参画型開発のメリット
- 当事者参画型開発に対する企業・当事者の声

3 どのような取組事例があるのか？

- 令和6年度の3事例（VIE株式会社・サンドボックス株式会社・株式会社ジャパンイノベーション）
- 参考：令和5年度の3事例（西川株式会社・コガソフトウェア株式会社・NTT社会情報研究所）

4 取組事例のまとめ

- 当事者参画型開発のプロセス（全体像）
- 当事者参画型開発のプロセス（プログラム設計・当事者募集・当事者参画）
- 各事業者の事例（VIE株式会社・サンドボックス株式会社・株式会社ジャパンイノベーション）

5 今後に向けて

- 今後に向けて

1

本事業の概要

本事業の全体像

背景・目的

- 心の健康・メンタルヘルスのスティグマ（偏見）により、不調を抱える当事者は**不調や不安についての声を挙げにくく、生活や仕事における具体的な支障の内容が見えにくい**。一方、メンタルヘルスに関する様々なアプローチの効果が実証されているものの、**サービスの使い勝手やインターフェイスの問題から社会実装に至っていない**。
- そこで様々な技術や製品・サービスのシーズの社会実装を目指すため、当事者参画のもと製品・サービスを開発するモデルケースづくりを目指す。
- 実施した結果は、今後の当事者参画型開発の普及に資するよう、モデルケースとして整理し、メンタルヘルス分野における当事者参画型開発の価値・可能性や留意点を示唆とともにとりまとめる。

実施内容

有識者委員会での検討

- 熊谷 晋一郎
東京大学先端科学技術研究センター 教授
- 西 大輔
東京大学大学院医学系研究科 公共健康医学専攻
精神保健学分野 教授
- 山田 悠平
一般社団法人精神障害当事者会ポルケ 代表理事

設計・結果
の確認

当事者参画型開発の実践

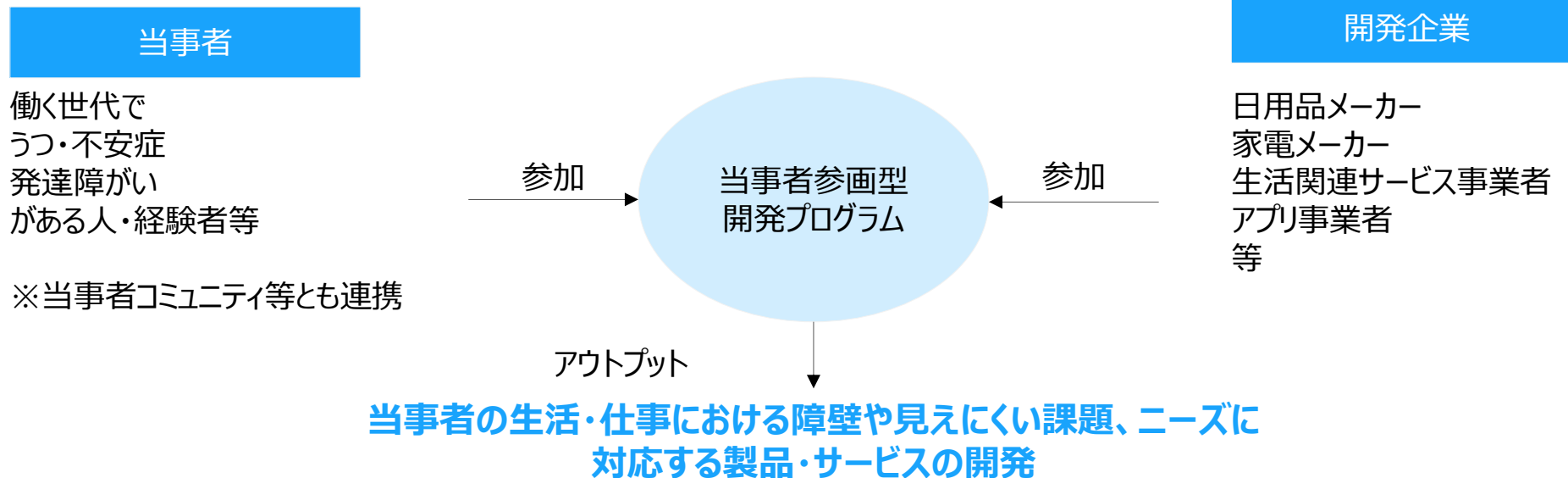
- 【令和6年度】
- VIE株式会社
 - サンドボックス株式会社
 - 株式会社ジャパンイノベーション

事務局にて報告書とりまとめ（当事者参画の価値・可能性や留意点等）

当事者参画型開発とは

- 「当事者参画」とは、製品やサービスに対するニーズをもつ当事者（本人）自身が、協力の意思を持って、それらの製品・サービスの開発プロセス（企画、実施、評価等）に『参画』すること。
- 当事者の主体的な協力意思を伴わない、一方的な観察や意見聴取は「当事者参画」とは言えない。
- 「当事者のニーズを反映した製品・サービス」であること条件として、当事者の意見が製品・サービスの「コアあるいはそれに近い部分」への反映を意図したものである必要がある。
- ここでの「開発」は新しい製品・サービスの創出だけでなく、既存の製品・サービスを当事者の意見をもとに改良することも含む。

心の健康保持増進分野における当事者参画型開発のイメージ



2

**なぜ、心の健康領域での
当事者参画型開発が必要なのか？**

日本における心の健康・不調の現状

心の健康・不調に関する統計

- ✓ 精神疾患を有する外来患者数は

586万人

出典：令和2年度 患者調査（厚生労働省）

- ✓ 日本における精神疾患の生涯有病率は

27.1%

出典：精神疾患の有病率等に関する大規模疫学調査研究, 2014

- ✓ 仕事や職業生活で強い不安、悩み、ストレスを感じる人は

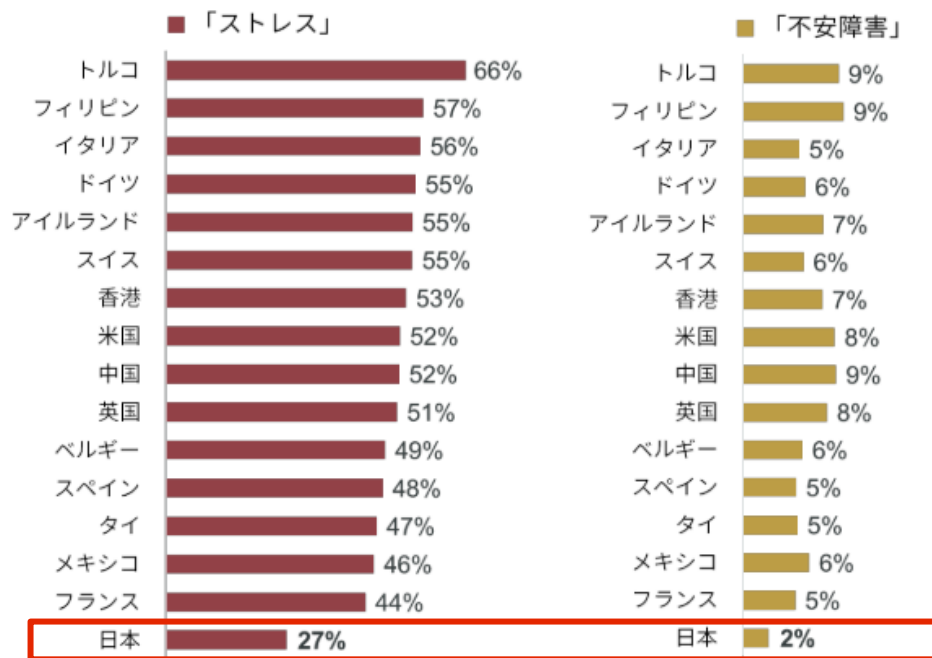
82.7%

出典：令和5年 労働安全衛生調査（実態調査）（厚生労働省）

(<https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/r05-46-50b.html>)

心の不調は、診断の有無に関わらず、
誰にでも起こる身近なもの

自身の症状について自ら表明する割合



出典：アクサ、マインドヘルス（心の健康）とウェルビーイングに関する研究, 2023

心の健康・不調について発信されにくい
（特に日本においては顕著）

心の健康・不調に関わる生活課題例

- ✓ **食事** 料理に対するハードルや不摂生な食生活
 - ✓ **睡眠** 入眠や中途覚醒の悩み
 - ✓ **清潔保持** 入浴、メイク、掃除・片付け、洗濯、ごみの処理
 - ✓ **外出** 家から出られない、買い物・通院が難しい、公共交通の利用が不安
 - ✓ **金銭管理** 銀行口座の入出金、公共料金の支払い手続き
 - ✓ **健康管理** 過集中でどっと疲れる、運動がおっくう、服薬支援、通院困難
 - ✓ **情報処理** タスクの整理や優先順位付けが苦手、注意力散漫、もの忘れ
 - ✓ **コミュニケーション** 感情理解や共感的コミュニケーションが難しい
 - ✓ **思考の癖や特性** べき思考や特定の言葉に囚われる、感覚過敏
 - ✓ **安全確保** 緊急時の避難や応援要請、火元の消し忘れ
- 等

当事者参画型開発

- 心の健康に関する課題は発信されにくく、企業は課題やニーズに気づきにくい。
- 当事者が参画することによって、企業は具体的な課題やマーケットの可能性に気づくことができ、当事者の方の困りごとを解決するだけでなく、あらゆるひとの課題解決につなげることができる。

当事者が参画しない開発

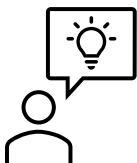


開発企業

- 当事者像やニーズが不鮮明
- 課題・ペインに気づけない
- 開発者の思い込みで開発
- ニーズとズレたプロダクトを上市
(売れないし、課題も解決しない)



当事者が参画する開発



開発企業

- 開発者の思い込みに気づける
- ペイン・マーケットを発見できる
- 真のニーズがわかる
- 課題を解決するプロダクトを開発



当事者

- 自分の体験を活かせる
- プロダクトによって課題が解決する
- 自己効力感が上がる

社会的インパクト

開発したプロダクトを通じて、当事者だけでなく、あらゆるひとのお困りごとを解決する



当事者参画型開発に対する企業の声

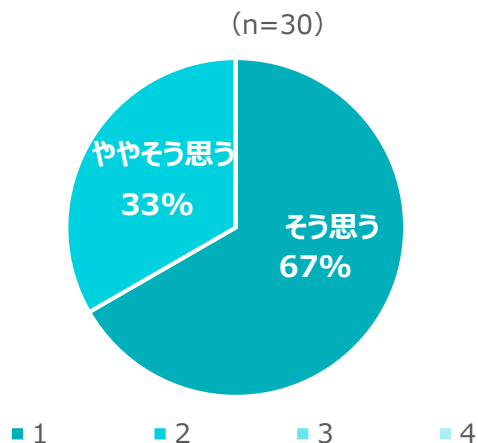
- 本事業に参加した企業からは、当事者の課題感やニーズは当初想定していたものとは異なることがわかり、貴重な視点を得ることができたという前向きな意見が多くあった。

サービス名	当初の想定	得られた気づき
センサー内蔵型 サンドバッグ	当事者はストレス過多が引き起こす精神的不健康と運動不足の悪循環に陥っており、これらを解消する方法として、定期的な格闘技運動はニーズがあると考えていた。	ストレスを抱える就労世代である当事者の中でも、 運動習慣の有無やストレス対処行動の志向、ボクシング経験の有無により、ニーズが異なる ことがわかった。
イヤホン型脳波 デバイス	当事者の課題意識は、苦労や困難さ（タスク管理の難しさ、注意の欠如、気分の落ち込み）であり、これらを解消することに対してニーズがあると考えていた。	「 脳疲労 」や「 睡眠の改善 」において潜在的なニーズがあるという 想定外の気づきを得られた 。また、脳波や周波数帯表示の機能が高度であり、実生活での使用イメージが難しいという課題を発見した。さらに、 音楽に対するニーズは想定以上に高い ことがわかった。
過食および過食による代償行動の緩和支援アプリ	当事者の課題意識は、過食・代償行動後の罪悪感、代償行動であり、これらをコントロールすることに対してニーズがあると考えていた。	当事者の 真の課題は孤独感、誰にも話せない悩み であるという 想定外の気づきを得られた 。また、 過食のコントロールではなく、寄り添うことが重要 であることが明らかになった。さらに、試作機を利用してもらうことで、活用してもらえる対象者像がより具体的になった。

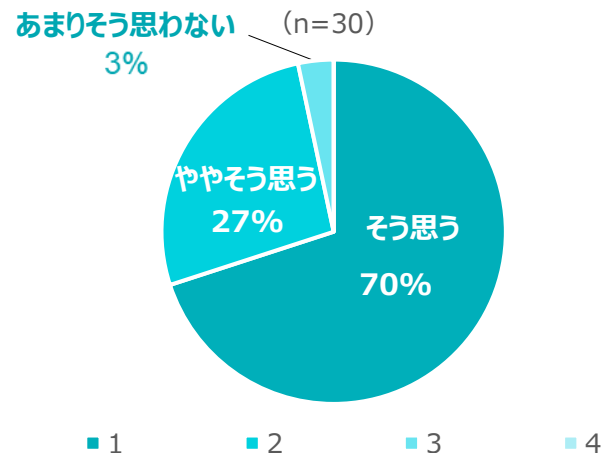
当事者参画型開発に対する当事者の声

- 当事者からも類似プログラムへの参加に対して「そう思う」「ややそう思う」と前向きな意見が多くあった。また、経験や考えを話せたと感じる方が殆どであり、本プログラムは企業・当事者の両者にとって意義があったと考えられる。

1. 本プログラムと類似のプログラムがあれば、また参加したいと思いますか。

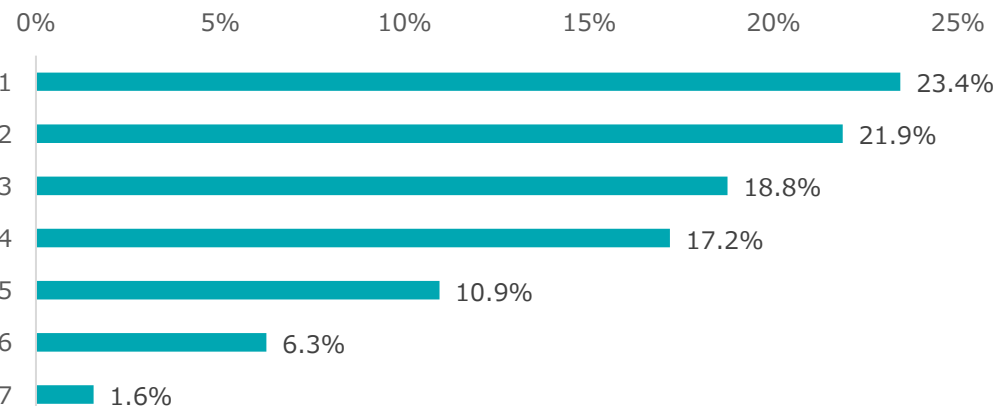


3. 本プログラムに参加して自分の経験や考えを話すことができましたか。



2. 本プログラムに参加しようと思った動機をお教えてください。

(最大3つまでお選びください。) (n=30) ※回答数64



当事者の意見

少人数で話しやすい雰囲気を作ってもらうことで、否定される心配をせず、自分のペースで考えを伝えることができたと思うから。

プログラムを数日使用した上でどのように感じたかをメモしており、自身の考えを予めまとめておくことができたから。

様々な質問をいただき、自身でも日々感じていることを言語化するきっかけになったから。

言語化できていないところを、他の参加者と話すことで自身の考えを整理することができたから。

実際に苦しんでいたこと、現在支えになっていること等の意見を出すことができたが、性質として多くの人がある場で話すのが得意では無いため、軽くパニックになり話がまとまらず、上手くアウトプットできない感覚もあったから。

短期間・短時間だったためか、あまり大きな変化を自分自身で見つけられなかったため。長期的なものであれば見つけられたかもしれない。

3

どのような取組事例があるのか？

伴走支援事業者の事例紹介

- 本事業の伴走支援では、計6事例（令和6，5年度）実施した。各事例の概要を以降で紹介する。

実施年度	企業名	タイトル	プロダクト概要
令和6年度	VIE株式会社	Neuro music（イヤホン型脳波デバイス）の当事者向けカスタマイズ	なりたい自分になれるNeuro musicを流すアプリケーション「VIE Tunes」と脳波計測と連動した「VIE Tunes Plus」
	サンドボックス株式会社	ストレスのある就労世代を対象にしたサンドバッグの開発	センサー内蔵型サンドバッグ
	株式会社ジャパンイノベーション	当事者支援アプリの開発	AIとのLINEでのやり取りを通して過食及び過食の代償行動（嘔吐/下剤乱用/絶食等）を緩和するサービス
令和5年度	西川株式会社	入眠を支援するブランケットと抱き枕のブラッシュアップ	安心感を提供する重みのあるブランケット、リラックス感を提供する抱き枕
	コガソフトウェア株式会社	運動で安定したメンタルをつくるワークショップ	身体活動状況に応じたオンラインパーソナルトレーニング
	NTT社会情報研究所	いきいきと自分らしく過ごすためにWell-beingの発見支援ワーク開発	自分のWell-beingを引き出すことを目的としたカード

令和6年度

事例① Neuro music（イヤホン型脳波デバイス）の当事者向けカスタマイズ

開発企業	VIE株式会社 <div style="float: right; text-align: right;"> <small>開発段階</small> 課題・機会の把握 コンセプト検証 プロトタイプ検証 販売方法の検証 </div>																		
当事者の参画方法	<ul style="list-style-type: none"> 製品説明会を実施し、座談会形式にて困りごとや製品への期待について議論 製品試用体験（5日間）および試用前後にインタビューを実施。困りごとや製品の使いやすさ、効果を聴取 																		
取組概要	<p>【製品概要】なりたい自分になれるNeuro musicを流すアプリケーション「VIE Tunes」と脳波計測と連動した「VIE Tunes Plus」</p> <p>【対 象】グレーゾーンの自覚のある方 1名 精神障害者保健福祉手帳保有者 6名</p> <p>【認知経路】当事者支援をする企業1社、特例子会社1社</p> <p>【目 的】当事者ニーズの把握、プロダクト（案）のアップデート</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  <p>イヤホン型脳波デバイス</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>VIE Tunes Plus (アプリ)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>個別インタビューの様子</p> </div> </div> <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <caption>実施事項とスケジュール</caption> <thead> <tr> <th>実施事項</th> <th>内容</th> <th>期間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>製品説明会</td> <td>製品の体験と困りごとを共有するWSを実施</td> <td>1時間</td> </tr> <tr> <td>インタビュー①</td> <td>困りごとや解消方法、製品への期待を聴取</td> <td>1時間</td> </tr> <tr> <td>製品試用</td> <td>業務中（休憩時間）や自宅にて製品を試用</td> <td>5日間</td> </tr> <tr> <td>インタビュー②</td> <td>製品の効果や使い心地、改良案について聴取</td> <td>1時間</td> </tr> </tbody> </table>				実施事項	内容	期間	製品説明会	製品の体験と困りごとを共有するWSを実施	1時間	インタビュー①	困りごとや解消方法、製品への期待を聴取	1時間	製品試用	業務中（休憩時間）や自宅にて製品を試用	5日間	インタビュー②	製品の効果や使い心地、改良案について聴取	1時間
実施事項	内容	期間																	
製品説明会	製品の体験と困りごとを共有するWSを実施	1時間																	
インタビュー①	困りごとや解消方法、製品への期待を聴取	1時間																	
製品試用	業務中（休憩時間）や自宅にて製品を試用	5日間																	
インタビュー②	製品の効果や使い心地、改良案について聴取	1時間																	
取組成果	企業	<ul style="list-style-type: none"> 「脳疲労」や「睡眠の改善」において潜在的なニーズがあるという想定外の気づきを得られた。 脳波や周波数帯表示の機能が高度であり、実生活での使用イメージが難しいという課題を発見した。 音楽に対するニーズは高く、VIE Tunesの機能を拡充し、提供することが有益だと見出した。 																	
	参加者	<ul style="list-style-type: none"> 製品使用で困りごとが軽減した（睡眠：29.1%、ストレス23.0%改善）※VASによる主観評価 プロダクトチームの一員になれた実感があり、同じ悩みを抱える方に貢献できて非常に楽しかった。 外部の方との協業することが良い刺激になり、生き生きとしている姿が見られ良かった（企業担当者様） 																	
今後の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 当事者向け製品（VIE Tunes plus）のローンチ予定は発展的に延期。当事者のニーズの応えるため、まずは動画サイトで睡眠改善のための音源公開を行い、その後、VIE Tunesの機能拡充を目指す。 																		

1. プログラム設計

1-1 仮説を整理する

- 発達障害者に特有の周波数特性を踏まえVIE社のニューロフィードバック技術を改良することで、当事者のリラックスや睡眠の改善が期待できるのではないかと考えた。その中で、発達障害者の方だけではなく、グレーゾーンの方々に対してもニーズが高いのではないかと考えた。

1-2 対象者像を設計する

- 日常生活や業務での困りごとを改善したいという目的があったため、就労中の方や就労を目指している方の参画を希望した。
- 就労移行支援事業者や、特例子会社等に在籍している当事者が想定ユーザーに最も近いと考えられた。

1-3 当事者の参画方法を定める

- 困りごとやニーズがあいまいであったため、製品説明会（座談会）、試用前インタビュー、終了後インタビューの3stepで、当事者のニーズ把握からプロダクトの感想までを連続的に把握できるような参画方法を設計した。

2. 当事者募集

2-1 当事者コミュニティより協力を得る

- 当事者コミュニティとの接点はなく、独自に協力先を探すことは困難であった。
- 事務局と関係性があった、就労移行支援事業者1社、特例子会社1社より協力を得た。

2-2 参画する当事者を募集する

- グレーゾーンの自覚がある方：就労移行支援事業を実施している企業に直接依頼した。
- 精神障害者保健福祉手帳の保有者：特例子会社に直接依頼した。

2-3 当事者より参画の同意を取得する

- 就労移行支援事業者や特例子会社を通して、事業の概要や目的、実施内容を記載した資料を作成し、関心のある社員に配布してもらった。
- 精神障害者保健福祉手帳の保有者に対しては、説明会（座談会）を開催し、参加希望者を募った。

3. 当事者参画

3-1 詳細を設計する

- 医学部精神科や脳神経科学分野の研究者と連携体制を構築し、発達障害者やグレーゾーンの方に有効な音楽の開発を進めた。

3-2 実践する



- 製品試用前に1時間のインタビューを行い、日常生活の中で感じる苦労や困難さおよびその程度について、Visual Analogue Scaleも活用して聴取した。
- 5日間、業務中の休憩時間（約10分間×3回）、「VIE Tunes Plus」を使用した。製品に関心がある方は、自宅に持ち帰り、就寝前等にも使用した。研究ではないので、明確な使用時間や制約は設けず、日常生活の中で自然な利用を促した。

3-3 評価・フィードバックを行う

- 「VIE社の重点項目（音楽の種類毎の効果）」「苦労や困りごとの仮説」「プロダクトの使い方」「製品の使いやすさ」の4項目を中心としたインタビューシートと9項目からなるウェブフォームアンケートを策定した。
- VAS評価では、睡眠は29.1%、ストレスは23.0%の改善が見られた。UXについては、アプリ自体の使い心地は快適であるとの回答が多かった。一方、忙しい日常の中で、手順を頻回に行うこと自体が難しいのではないか、という意見もあった。

令和6年度

事例② ストレスのある就労世代を対象にしたサンドバッグの開発

開発企業	サンドボックス株式会社	開発段階 課題・機会の把握 コンセプト検証 プロトタイプ検証 販売方法の検証															
当事者の参画方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ ストレスの対処行動・原因に関するアンケート調査への回答・サンドバッグの体験会への参加 ・ 参加者同士でのストレスへの対処行動等を話し合うワークショップ（WS）やフィードバック会への参加 																
取組概要	<p>【製品概要】センサー内蔵型サンドバッグ 【対象】ストレスを抱えている自覚がある就労世代の当事者7名 【認知経路】事務局経由での紹介7名 【目的】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① プロトタイプ版の使用感の確認 ② 当事者のストレス対処行動・課題感の把握と製品コンセプトの明確化 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>WSの様子</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>体験会の様子</p> </div> </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="text-align: right;">実施事項とスケジュール</th> </tr> <tr> <th style="width: 15%;">実施事項</th> <th style="width: 60%;">内容</th> <th style="width: 25%;">期間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>事前アンケート</td> <td>参加者の主観的なストレスの程度の把握</td> <td>11月後半～12月前半</td> </tr> <tr> <td>体験会 + WS</td> <td>1人10分程度のボクシング体験を実施。その後ストレス対処行動等を話し合うWSへの参加</td> <td>約1時間半/回×3クール</td> </tr> <tr> <td>フィードバック会</td> <td>アンケート・体験会での意見を踏まえた今後の方針について参加者へフィードバックしディスカッション</td> <td>約30分/回×3クール</td> </tr> </tbody> </table>		実施事項とスケジュール			実施事項	内容	期間	事前アンケート	参加者の主観的なストレスの程度の把握	11月後半～12月前半	体験会 + WS	1人10分程度のボクシング体験を実施。その後ストレス対処行動等を話し合うWSへの参加	約1時間半/回×3クール	フィードバック会	アンケート・体験会での意見を踏まえた今後の方針について参加者へフィードバックしディスカッション	約30分/回×3クール
実施事項とスケジュール																	
実施事項	内容	期間															
事前アンケート	参加者の主観的なストレスの程度の把握	11月後半～12月前半															
体験会 + WS	1人10分程度のボクシング体験を実施。その後ストレス対処行動等を話し合うWSへの参加	約1時間半/回×3クール															
フィードバック会	アンケート・体験会での意見を踏まえた今後の方針について参加者へフィードバックしディスカッション	約30分/回×3クール															
取組成果	企業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当事者と数か月間にわたるオンライン・対面での継続的な対話を実施し、意見を収集 ・ 物理的な使用感や使いやすさ等の製品の改善点と、初心者向け動画の開発可能性を明確化 															
取組成果	参加者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 無料でセンサー内蔵型サンドバッグを使ったボクシングを体験し、ストレス解消に有用である気づきを得た ・ 開発者と当事者間での複数回の対話を通じて、自身の体験や考えを活かした製品開発への貢献意欲が高まった ・ 経験の差に関わらず初心者から経験者まですべての参加者が自身のストレス対処行動や健康習慣を振り返る機会を得た 															
今後の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当事者からの意見を踏まえて、短期的には製品の使いやすさの改善、提供する動画コンテンツを増やす検討を実施していく ・ 中長期的には、製品の導入先として初心者が通うジムを考慮する、ボクシングを継続するためのUX設計の工夫等を検討していく。 																

1. プログラム設計

1-1 仮説を整理する

- 当事者の課題とその解決方法としての開発プロダクトはすでに検討されていた。
- 製品の開発が進んでいたため、仮説の検証と修正を主体としたプログラムの設計を行った。

1-2 対象者像を設計する

- 本プログラムの開発責任者は自身の経験から就労世代のストレス対処に課題を感じていた。
- 就労しており、かつストレス対処に課題を抱えている人を対象とした。

1-3 当事者の参画方法を定める

- プロトタイプを用いて、当事者に確認しておきたい事項を定めた。
- 開発における当事者との関わり方を単なるプロトタイプ製品の使用だけにならないように複数回の意見聴取の機会を設ける等の工夫をした。
- 当日と後日の2回に分けて数名の座談会形式で当事者より意見を募った。

2. 当事者募集

2-1 当事者コミュニティより協力を得る

- テーマが普遍的であり、適した当事者コミュニティを探すことは難しかった。
- 当事者コミュニティと協力した当事者集めは事業者のニーズと合致しておらず実施しなかった。
- 協力者を経由せず、事務局の繋がりのある方へ直接協力を依頼することとした。

2-2 参画する当事者を募集する

- 事務局の繋がりから、就労世代でストレスを抱えている人を募集した。
- 応募フォームを作成し、申し込み状況および申込者の情報を把握した。
- 事前アンケートでストレス状況を把握し、ストレスが全くない人を除外した。
- 参加いただいた当事者は、ストレスを抱えており、かつ対処方法を探している人やボクシングに日ごろから取り組んでいる人等、様々な背景の当事者が集まった。

2-3 当事者より参画の同意を取得する

- 同意書を作成し、参画を検討している当事者にプログラムの内容を理解してもらったうえで参画の意向を確認した。
- 開発責任者が対面の体験会時に直接説明を行い参画の意向を確認し、不明点を解消したうえで参画してもらえよう努めた。

3. 当事者参画

3-1 詳細を設計する

- センサー内蔵型サンドバッグと、合わせて使用する動画コンテンツを体験会にて使用した。
- 当事者の情報から、すでに開発されているプロダクトの新たな活用方法を検討する会とした。

3-2 実践する


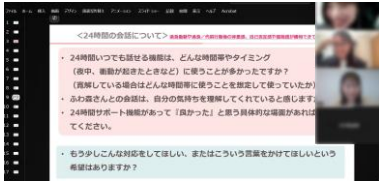
- 事前アンケート、実際にサンドバッグを試す体験会、体験会後にワークショップ（WS）での意見交換、フィードバック会を実施し、当事者から短期・中長期的な製品開発に関する意見収集を行った。
- 体験会では試打会のあとにWSを実施し当事者同士が話しやすいように設計をした。
- フィードバック会では、開発責任者からの今後の改善案を提示するだけでなく当事者から意見を伝える時間を設けた。

3-3 評価・フィードバックを行う

- 当事者のニーズは共通してストレス対処であるものの、各当事者間で付随する目的が異なることがわかった。
- プロダクトのコンセプトに幅を持たせることで、多くの当事者の利用体験の創出につながる可能性が示された。

令和6年度

事例③ 当事者支援アプリの開発

開発企業	株式会社ジャパンイノベーション <div style="float: right; text-align: right;"> 開発段階 <div style="display: inline-block; border: 1px solid black; padding: 2px;">課題・機会の把握</div> <div style="display: inline-block; border: 1px solid black; padding: 2px; margin-left: 10px;">コンセプト検証</div> <div style="display: inline-block; border: 1px solid black; padding: 2px; margin-left: 10px;">プロトタイプ検証</div> <div style="display: inline-block; border: 1px solid black; padding: 2px; margin-left: 10px;">販売方法の検証</div> </div>																					
当事者の参画方法	<ul style="list-style-type: none"> 座談会形式でアプリのモックアップに対する当事者の意見を聴取 当事者の意見をアプリに反映したうえで当事者に使用感を確認してもらい、再度座談会形式で意見を聴取 																					
取組概要	<p>【製品概要】AIとのLINEでのやり取りを通して過食及び過食の代償行動（嘔吐/下剤乱用/絶食等）を緩和するサービス</p> <p>【対象】過食行動と体重増加を防ぐための代償行動を繰り返す方、過食行動を繰り返してしまう方</p> <p>【認知経路】SNSや知人からの紹介</p> <p>【目的】ペーパープロトを用いた当事者ニーズの把握、プロダクト（案）の開発</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p style="text-align: center;">開発中のプログラム等 ディスカッション・WSの様子</p> <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="text-align: center;">実施事項とスケジュール</th> </tr> <tr> <th style="width: 20%;">実施事項</th> <th style="width: 60%;">内容</th> <th style="width: 20%;">期間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>座談会①</td> <td>ペーパープロトに対する意見について聴取</td> <td>3時間</td> </tr> <tr> <td>フィードバック</td> <td>座談会より変更した内容、今後の予定を共有</td> <td>各1時間</td> </tr> <tr> <td>製品試用</td> <td>アプリを試用</td> <td>1か月間</td> </tr> <tr> <td>座談会②</td> <td>アプリの使用感、改良案について聴取</td> <td>2時間</td> </tr> </tbody> </table>				実施事項とスケジュール			実施事項	内容	期間	座談会①	ペーパープロトに対する意見について聴取	3時間	フィードバック	座談会より変更した内容、今後の予定を共有	各1時間	製品試用	アプリを試用	1か月間	座談会②	アプリの使用感、改良案について聴取	2時間
実施事項とスケジュール																						
実施事項	内容	期間																				
座談会①	ペーパープロトに対する意見について聴取	3時間																				
フィードバック	座談会より変更した内容、今後の予定を共有	各1時間																				
製品試用	アプリを試用	1か月間																				
座談会②	アプリの使用感、改良案について聴取	2時間																				
取組成果	企業	<ul style="list-style-type: none"> 当事者の課題は孤独感等であるという想定外の気づきを得ることができた。 提供するサービスは過食のコントロールではなく、寄り添うことが重要であることが明らかになった。 試作機を利用してもらうことで、より活用いただける対象者像が具体的になった。 																				
取組成果	参加者	<ul style="list-style-type: none"> 同じような悩みを抱えた人の役に少しでも立てると思えば、辛かった経験も無駄ではなかったと思うことができた。貴重な機会を作っていただき、ありがたかった。 自分としても同じ症状の人の意見が聞いて寛解状態とはいえ、勉強になった。 																				
今後の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 引き続きペーパープロトを用いたヒアリングを実施し、来年度の秋頃のサービス提供を目指す。 																					

1. プログラム設計

1-1 仮説を整理する

- 当事者の抱える課題、解決方法、開発製品のコンセプトを仮説段階でよいので定めた。
- 開発するプロダクトの市場性について、大まかに試算した。
- ローンチしても良いと思える大まかな目標・基準を定めた。

1-2 対象者像を設計する

- 本プログラムの開発責任者は過去に当事者であり、症状の全体像を把握していた。
- 有識者の意見を参考に、安全面でのリスクが比較的小さい当事者（症状が寛解した人）を対象とした。

1-3 当事者の参画方法を定める

- 開発する製品・サービスをローンチするにあたり、当事者に確認しておきたい事項を定めた。
- 開発における当事者との関わり方を定めた。
- 数名の座談会形式で当事者より意見を募った。

2. 当事者募集

2-1 当事者コミュニティより協力を得る

- 日頃より連携をしていない当事者コミュニティに協力いただくことは困難であった。
- 知人の紹介など、信頼関係のある方を經由して、当事者に対して影響力のある方に協力を依頼した。

2-2 参画する当事者を募集する

- 当事者に影響力のある方よりSNSで呼びかけてもらった。
- 応募フォームを作成し、申し込み状況および申込者の情報を把握した。
- 概ね寛解に近く、比較的当時の自身の状態を客観的に捉えて言語化できそうな方を募った。
- 募集する際は、開発者の想いや社会的意義に関する内容を打ち出した。
- 参加いただいた当事者は、いずれも自身の経験を何かに役立てたいとの思いがあった。

2-3 当事者より参画の同意を取得する

- 同意書を作成し、参画を検討している当事者にプログラムの内容を理解してもらったうえで参画の意向を確認した。
- 開発責任者がオンライン上で個別に面談を行いながら参画の意向を確認し、不明点を解消したうえで参画してもらえるよう努めた。

3. 当事者参画

3-1 詳細を設計する

- ペーパープロトで記載したサービスの具体的な機能を反映した試作機を作った。
- アジャイル開発ができるよう、既存の基盤を用いて試作機を作成した。

3-2 実践する



- 座談会を2回（ペーパープロト、試作品）設け、より当事者の求めるプロダクトに近づくよう努めた。
- ペーパープロトを用いて機能を示し、座談会形式で課題やアプリ機能への意見を聴取した。
- 使用期間は当事者が食の困難に直面しやすい時期に設定をした。（クリスマス／年末年始）
- 使用状況を常に確認し、うまく使用できていない当事者には随時連絡を取った。
- 試作品配布時に使い方や確認事項を一覧表で提供し、機能を漏れなく確認してもらえるよう工夫した。
- 座談会2日前に未使用機能の通知、座談会で聴取する内容を通知した。
- 当事者が話しやすいよう自己紹介を設け、司会者が発表者を指名し円滑に進行した。

3-3 評価・フィードバックを行う

- 当初の課題意識と異なり、当事者のニーズは代償行動のコントロールではなく、寄り添い方に関心があることがわかり、コンセプトを変更した。



令和5年度

事例① 入眠を支援するブランケットと抱き枕のブラッシュアップ

開発企業	西川株式会社 <div style="float: right; text-align: right;"> 開発段階 課題・機会の把握 コンセプト検証 プロトタイプ検証 販売方法の検証 </div>															
当事者の参画方法	<ul style="list-style-type: none"> 睡眠に関する悩みや寝具に対する希望を聞くためのワークショップ（WS） 睡眠データの計測 															
取組概要	<p>【製品概要】安心感を提供する重みのあるブランケット リラックス感を提供する抱き枕</p> <p>【対象】不安等で睡眠に悩んでいる当事者9人</p> <p>【認知経路】当事者団体経由が1人、その他（webサイト等）8人</p> <p>【目的】現在開発中の試作品の検証から使用感や改善点、新規商品開発へのニーズを明らかにする</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  <p>睡眠データ測定デバイス</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ディスカッションの様子</p> </div> </div> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <caption>実施事項とスケジュール</caption> <thead> <tr> <th>実施事項</th> <th>内容</th> <th>期間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>イベント①</td> <td>西川社にて各商品を体験、睡眠の悩みを共有するWSを実施</td> <td>約2時間/回×3</td> </tr> <tr> <td>自宅検証</td> <td>当事者が第1回イベントで選択した商品を自宅で使用。睡眠時に活動量計でのデータを測定</td> <td>約3週間</td> </tr> <tr> <td>イベント②</td> <td>希望者のみを対象として使用後WSを開催</td> <td>約2時間</td> </tr> </tbody> </table>				実施事項	内容	期間	イベント①	西川社にて各商品を体験、睡眠の悩みを共有するWSを実施	約2時間/回×3	自宅検証	当事者が第1回イベントで選択した商品を自宅で使用。睡眠時に活動量計でのデータを測定	約3週間	イベント②	希望者のみを対象として使用後WSを開催	約2時間
実施事項	内容	期間														
イベント①	西川社にて各商品を体験、睡眠の悩みを共有するWSを実施	約2時間/回×3														
自宅検証	当事者が第1回イベントで選択した商品を自宅で使用。睡眠時に活動量計でのデータを測定	約3週間														
イベント②	希望者のみを対象として使用後WSを開催	約2時間														
取組成果	企業	<ul style="list-style-type: none"> 試作品の使用により睡眠データの改善傾向があった一方で、ブランケットの商品化に向けて重みの付け方の工夫の必要性が明らかになった 製品だけでなく、睡眠データの可視化が当事者への販売時の訴求点になる気づきを得られた 														
取組成果	参加者	<ul style="list-style-type: none"> 睡眠に関する意識が変わり、睡眠環境の整備のきっかけとなった プログラム内では、自分たちの発言が受け止められたと感じた 														
今後の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 試作品の更なる改良を行い、商品化を見据えて規模を拡大した実証計画へとつなげる 															

令和5年度

事例② 運動で安定したメンタルをつくるワークショップ

開発企業	コガソフトウェア株式会社 <div style="float: right; text-align: right;"> 開発段階 課題・機会の把握 コンセプト検証 プロトタイプ検証 販売方法の検証 </div>																		
当事者の参画方法	<ul style="list-style-type: none"> はじめやすく、継続しやすい運動の在り方を考えるためのワークショップ（WS） 身体活動状況に応じたオンラインパーソナルトレーニングの体験 																		
取組概要	<p>【製品概要】身体活動状況に応じたオンラインパーソナルトレーニング</p> <p>【対象】心の不調等で運動に課題を感じている当事者7人</p> <p>【認知経路】その他（webサイト等）7人</p> <p>【目的】運動の開始や継続に向けた障壁、パーソナルトレーニング利活用の可能性を明らかにする</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;">  <p>WS内での運動指導の様子</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ディスカッションの様子</p> </div> </div> <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="text-align: right;">実施事項とスケジュール</th> </tr> <tr> <th style="width: 15%;">実施事項</th> <th style="width: 65%;">内容</th> <th style="width: 20%;">期間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>WS①</td> <td>運動に対するイメージや、不便に感じていることを共有するWSを実施</td> <td>1時間</td> </tr> <tr> <td>自宅検証</td> <td>自宅にて、オンラインプログラム（カウンセリング、運動指導）体験</td> <td>1週間</td> </tr> <tr> <td>WS②</td> <td>運動の継続に向けた障壁に対する考えを共有するWSを実施 運動プログラムで感じたことを共有するWS実施</td> <td>1時間</td> </tr> <tr> <td>WS③</td> <td>理想的な運動プログラムについてのWS実施</td> <td>1時間</td> </tr> </tbody> </table>	実施事項とスケジュール			実施事項	内容	期間	WS①	運動に対するイメージや、不便に感じていることを共有するWSを実施	1時間	自宅検証	自宅にて、オンラインプログラム（カウンセリング、運動指導）体験	1週間	WS②	運動の継続に向けた障壁に対する考えを共有するWSを実施 運動プログラムで感じたことを共有するWS実施	1時間	WS③	理想的な運動プログラムについてのWS実施	1時間
実施事項とスケジュール																			
実施事項	内容	期間																	
WS①	運動に対するイメージや、不便に感じていることを共有するWSを実施	1時間																	
自宅検証	自宅にて、オンラインプログラム（カウンセリング、運動指導）体験	1週間																	
WS②	運動の継続に向けた障壁に対する考えを共有するWSを実施 運動プログラムで感じたことを共有するWS実施	1時間																	
WS③	理想的な運動プログラムについてのWS実施	1時間																	
取組成果	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 10%; text-align: center; vertical-align: middle;">企業</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 運動強度や目標設定を調整することで心理的抵抗感が軽減できた一方、理想とするプログラムの時間や提供方法（対面・オンライン）については多様であることが明らかになった 企業が心の不調を感じている従業員に提供する仕組みが必要であるとの気づきがあった </td> </tr> </table>	企業	<ul style="list-style-type: none"> 運動強度や目標設定を調整することで心理的抵抗感が軽減できた一方、理想とするプログラムの時間や提供方法（対面・オンライン）については多様であることが明らかになった 企業が心の不調を感じている従業員に提供する仕組みが必要であるとの気づきがあった 																
企業	<ul style="list-style-type: none"> 運動強度や目標設定を調整することで心理的抵抗感が軽減できた一方、理想とするプログラムの時間や提供方法（対面・オンライン）については多様であることが明らかになった 企業が心の不調を感じている従業員に提供する仕組みが必要であるとの気づきがあった 																		
参加者	<ul style="list-style-type: none"> 運動を開始するきっかけとなり、習慣化することができた WSでは、自身の意見に対して企業が言葉で共感を伝えてくれたことで、自分たちの発言が受け止められたと感じた 																		
今後の方向性	<ul style="list-style-type: none"> サービス改善を行うとともに、提供対象者像の明確化を進める 																		

事例③ いきいきと自分らしく過ごすためにWell-beingの発見支援ワーク開発

開発企業	NTT社会情報研究所 <div style="float: right; text-align: right;"> 開発段階 課題・機会の把握 コンセプト検証 プロタイプ検証 販売方法の検証 </div>									
当事者の参画方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 受講したリワークプログラムの内容や、回復の起点となった事象に関するインタビュー ・ 自分自身と向き合う際の課題や、対話システムやツールに対する希望を聞くワークショップ（WS） 									
取組概要	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 60%;"> <p>【製品概要】自分のWell-beingを引き出すことを目的としたカード</p> <p>【対象】リワークプログラムを経験した当事者9人</p> <p>【認知経路】当事者団体経由2人、その他（webサイト等）7人</p> <p>【目的】リワークプログラム受講経験者のWell-beingを考え再発見する対話のあり方や、求められる要件を明らかにする</p> </div> <div style="width: 35%; text-align: center;"> <p>実施事項とスケジュール</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">実施事項</th> <th style="width: 50%;">内容</th> <th style="width: 30%;">期間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">インタビュー</td> <td>リワークプログラムの内容や、メンタル不調の改善のきっかけとなった要因についてのインタビューを実施</td> <td style="text-align: center;">1時間</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">WS</td> <td>「よい状態」について考えるためのツールとして、ウェルビーイングカードが活用できるかについてのWSを実施</td> <td style="text-align: center;">3時間半</td> </tr> </tbody> </table> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>©2024 NTT社会情報研究所 わたしたちのウェルビーイングカード</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ディスカッションの様子</p> </div> </div>	実施事項	内容	期間	インタビュー	リワークプログラムの内容や、メンタル不調の改善のきっかけとなった要因についてのインタビューを実施	1時間	WS	「よい状態」について考えるためのツールとして、ウェルビーイングカードが活用できるかについてのWSを実施	3時間半
実施事項	内容	期間								
インタビュー	リワークプログラムの内容や、メンタル不調の改善のきっかけとなった要因についてのインタビューを実施	1時間								
WS	「よい状態」について考えるためのツールとして、ウェルビーイングカードが活用できるかについてのWSを実施	3時間半								
取組成果	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%; text-align: center; vertical-align: middle;">企業</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・ リワークプログラムのように回復そのものを促す可能性を含め、ウェルビーイングカードの有用性が確認できた ・ カードの内容がネガティブな影響を与える可能性もあり、回復期には対象者や実施時期、表現などを見直す必要性を検証できた </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">参加者</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・ 会話が弾み気持ち明るくなった（通常のリワークプログラムは復職に向けた準備を目的としており、参加者の密な交流は生まれにくい）が、本WSは自分自身や相手を知ることができるため </td> </tr> </table>	企業	<ul style="list-style-type: none"> ・ リワークプログラムのように回復そのものを促す可能性を含め、ウェルビーイングカードの有用性が確認できた ・ カードの内容がネガティブな影響を与える可能性もあり、回復期には対象者や実施時期、表現などを見直す必要性を検証できた 	参加者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 会話が弾み気持ち明るくなった（通常のリワークプログラムは復職に向けた準備を目的としており、参加者の密な交流は生まれにくい）が、本WSは自分自身や相手を知ることができるため 					
企業	<ul style="list-style-type: none"> ・ リワークプログラムのように回復そのものを促す可能性を含め、ウェルビーイングカードの有用性が確認できた ・ カードの内容がネガティブな影響を与える可能性もあり、回復期には対象者や実施時期、表現などを見直す必要性を検証できた 									
参加者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 会話が弾み気持ち明るくなった（通常のリワークプログラムは復職に向けた準備を目的としており、参加者の密な交流は生まれにくい）が、本WSは自分自身や相手を知ることができるため 									
今後の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者の状態像や使用時期を踏まえ、今後のカードの活用目的や表現の見直しを検討する 									

4

取組事例のまとめ

当事者参画型開発のプロセス

➤ 本年度、昨年度事業で実施した内容を踏まえて取りまとめたプロセスは以下の通り。

1. プログラム設計

1-1 仮説を整理する

- 想定課題の解決策を検討する
- 市場性を調査する
- 目標を設定する

1-2 対象者像を設計する

- 当事者に関する情報を収集する
- 適格基準を定める
- 除外基準を定める

1-3 当事者の参画方法を定める

- 得たい成果を踏まえた実施方法を検討する
- 参画方法（一例）

2. 当事者募集

2-1 当事者コミュニティより協力を得る

- 協力候補者を探す
- 協力候補者へ打診する

2-2 参画する当事者を募集する

- 当事者が参加したくなる環境を整える
- 当事者へ告知する

2-3 当事者より参画の同意を取得する

- 同意取得の内容を検討する
- 当事者より同意を取得する

3. 当事者参画

3-1 詳細を設計する

- プログラムを通じて確認したいことを整理する
- 確認手段を検討する
- 事前準備をする

3-2 実践する

- トラウマに配慮する
- 当事者との信頼関係を構築する
- 当事者が発言しやすい環境を整備する

3-3 評価・フィードバックを行う

- 評価の観点を整理する
- 結果を総合的に評価する
- 当事者へフィードバックする

1 プログラム設計 : 1-1 仮説を整理する

- 当事者の特性や困りごとについて、文献調査や当事者の声を参考に情報収集し、自社シーズに基づいて解決すべき課題に関する仮説を構築する。その際、「課題の解決策」「市場性」「目標設定」について検討する。

想定課題の解決策を整理する

開発を成功につなげるため、当事者の現状と課題を把握した上で解決策を考案する

1. **当事者の課題について情報収集する**
文献調査で当事者の特性や困りごとについての情報を集める。可能であれば、**当事者数名または当事者のことを知る専門家に話を聞く**などして、文献調査の結果を検証しながら、課題等の洗い出しを行う。
2. **課題に対する解決可能性を検討する**
1.で挙げた課題に対し、**自社の新規事業シーズや既存プロダクトが解決できる可能性を検討**する。この時、自社シーズでの課題解決に向けて仮説を構築し、**専門家にその妥当性や安全性を確認**することも有用。その中で、**具体的なプロダクトがどのように課題解決に寄与するかについて明確化**する。

市場性を整理する

開発コストをかける意義を明確にするため、開発後の市場性について検証する

1. **市場ニーズを定量的に推計する**
統計データ等で**課題を抱える人の人数**や**かかるコストを推計**する。一方、心の健康に関する課題の場合、連続性があることから、疾患や障害の診断を受けていない人であっても、同様の課題を抱えている可能性がある。そのため、疾患・障害の該当者数だけでなく、**同様の課題を持っている人も含めて、市場を広めに捉えておくことが重要**。
2. **競合・代替のプロダクトを把握する**
既存の**類似製品・サービスの種類**や、**市場規模を調査**する。また、類似のプロダクトがない場合は、課題を抱えている人が行っている対応方法やかけているコストを推計することで、**代替可能な市場があるかを検証**する。

目標を設定する

実施するプログラムの内容設計の土台とするため、開発を通じて獲得したい目標を設定する

1. **当事者像の理解の度合いやシーズの開発状況を踏まえた目標設定をする**
現時点の開発状況を客観的に評価し、開発状況に応じた当事者参画型開発の目標を定める。

(目標設定の例)

- 当事者理解が不十分と判断した場合**：まずは当事者のニーズ・課題に関する解像度を上げ、解決策を再考。
プロダクトが構想段階の場合：想定する課題・ニーズやプロダクトのコンセプトを当事者参画により検証し、開発の方向性を定める。
プロダクトや試作品がある場合：想定する機能やUXを当事者参画によりテスト的に検証し、改良点を抽出する。

1 プログラム設計：1-2 対象者像を設計する

- 整理した仮説に基づき、開発に参画する当事者の対象者像を定める。属性による分類だけではなく、選定基準や除外基準も詳しく定める。一方、多様性の観点も組み入れる余地を残すことも重要。

当事者に関する情報を収集する

参加者募集時の訴求力を高めるとともに、適格・除外基準を定めるため、参画してもらいたい当事者像を具体化する

1. 参画する当事者象を明確化する

構築した仮説について、専門家等（想定する当事者と臨床現場に係る医療・福祉専門職や研究者、当事者コミュニティ）に意見を求め、**仮説を精緻化し、参加を依頼する当事者像の解像度を上げる**。当事者および当事者コミュニティの意見を聞くことができるとなおよい。

（専門家への相談の観点例）

- ・想定する当事者の多様性
- ・当事者の行動特性
- ・当事者によくある課題認識やニーズ
- ・当事者コミュニティの有無
- ・当事者の情報源
- ・安全面で配慮すべき点（参加者として除外すべき対象者像や判別基準）等

適格基準を定める

目的達成を見据え、よりの確な意見を集めるために、参加者の適格基準を定める

1. グループ・セグメントを定める

対象者の**グループ・セグメント**（例：就労世代でストレスを抱える人、発達障害、グレーゾーン、精神障害者保健福祉手帳保有者など）を定める。

2. 状態象や課題・ニーズを定める

対象となる疾患や障害の種別に限らず、**想定する状態象や具体的な課題・ニーズ**を具体的に定義する。

3. 具体的な指標を定める

参加可否の判断のため、告知に記載する文章や、参加前の事前アンケートで**スクリーニング**を行う。その際に使う指標を検討する。

※指標を検討する場合は専門家の助言を受けることが望ましい。

除外基準を定める

除外基準を設け、当事者の負担増加や症状悪化が生じないように配慮する

1. 除外基準を定める

参画自体が心身に負担になってしまう場合、想定する課題の体験やニーズがない場合等、一時的または断片的な参加になってしまう場合は参画の対象外とすることも検討する。

2. 多様性の組み入れを検討する

心の健康課題の場合、連続性があるため、想定対象者以外からも重要な示唆が得られる場合（例：発達障害の方の意見が、他属性の方の困難解決につながる）もある。そのため、属性情報だけで除外とすることは避け、**関連のある状態象や課題・ニーズを抱える方を組み入れる余地を残す**ことも大切。

1 プログラム設計：1-3 当事者の参画方法を定める

- 当事者の参画方法は多様な形式が考えられる。当事者が参画する効果を最大限に引き出すためには、単発的な参加に留まらず、開発の展開に沿って連続的に参画できるような方法とすることが重要。

得たい成果を踏まえた実施方法を検討する

当事者参画型開発のメリットを理解し、得たい成果を検討することで、最適な参画方法が検討できる。

1. 当事者参画型開発で得たい成果を検討する

当事者参画型開発のメリットは、様々なバックグラウンドや経験をもつ当事者の参加によって、実体験に基づき困りごとの実態やメカニズムを明らかにしながら、**多様なニーズを尊重した社会的包摂が促進されること**、および、当事者の体験や視点が取り込まれることにより、**従来の枠を越えた解決策が生まれること**にある。これらのメリットを活かし、単にプロダクトの使いやすさを向上させるだけでなく、どのような成果を得たいのかについて検討する。

2. 得たい成果を引き出すための参画方法を検討する

参画方法を決定する際は、この成果をいかに引き出せるかを念頭に検討する。重要なのは、当事者に「**主体性**」と「**帰属感**」が醸成されるような**共創 (co-production)** の仕組みを構築することである。つまり、形式にこだわり過ぎず、事業の実態や開発の内容に沿って、**連続的に参画できる仕組み**を構築することが必要となる。方法を定める前に、事前説明会や座談会、個別面談などを通じ、最適な方法を検討することも有効と考えられる。

参画方法（一例）

当事者の参画方法は例として、以下のような方法が考えられる。それぞれにメリットがあるので、一つの形式にとらわれず、多様な形で連続的に参画いただくことも有効である。

- **コンサルタント契約/パートナー契約**
契約を結び、強固な関係を構築し、密に参画してもらう。
- **開発チームへの参画**
研究員等の役割を提供し、開発チームの一員として、コミットを高めて参画してもらう。
- **実証実験や試験への参加/プロトタイプの使用**
行われる実験や試験、試用に一時的な被験者として参画する。データの取得だけでなく、当事者の生活や困りごとに関する情報を深く聞く。
- **座談会/ワークショップへの参加**
当事者のニーズやプロダクトへの期待、試用した感想について意見交換する座談会を開催し、当事者としての意見やディスカッションに参加する。
- **インタビュー協力（半構造化面接）**
半構造化面接やデプスインタビューに参加し、生活の様子や困りごと、対処方法、ニーズについて深く聴取する。

2 当事者募集： 2-1 当事者コミュニティから協力を得る

- ▶ 当事者像を理解し、その特性に応じたプログラムの設計や参加者募集を成功させるためには、当事者に理解があり、ネットワークを持つコミュニティ等との協力が重要である。

協力候補者を探す

複数の関係団体やインフルエンサーより、本事業に関心がありそうな組織や個人を見つけるためにあたりをつける。

1. 当事者のコミュニティを探す

参加してほしい当事者の当事者コミュニティや自助会および当事者に影響力やネットワークがありそうな方をウェブやソーシャルメディア等を用いて探す。

2. コミュニティの一覧表を作成する

- ・ 調査結果を整理した一覧を作成し、可視化する。
- ・ 各団体の活動、理念および実施内容を確認し、協力に前向きだと思われるコミュニティ※のあたりをつける。

伴走支援事業者	当事者コミュニティ等
VIE株式会社	株式会社マイナビパートナーズ 株式会社キズキ
株式会社ジャパンイノベーション	一般社団法人Allyable 竹口 和香

※ 既につながりのあるコミュニティや知人からの紹介の方が信用を得やすいため、優先的にアプローチすることも一案である。

協力候補者へ打診する

協力を打診する際は、相手の価値観や活動を尊重して共感を生むことが重要であり、そのためにも継続的に対話する。

1. 協力候補者にビジョンや想いを伝える

- ・ 民間企業との連携でうまくいかなかった体験がある可能性も考慮して、相手の意見に耳を傾ける。
- ・ 当事者参画の意義を伝える。
- ・ 開発したいプロダクトへの共感を得る。
- ・ プロダクトの改良には多様な意見が重要であるため、開発に反対する当事者の意見も聴く姿勢を示す。

2. 協力者との関係性を構築する

- ・ 当事者コミュニティ等は想いをもって活動しており、当事者のことをよく知っているので、もらう意見を真摯に受け止め、プログラム内容や見せ方などを改善していくことが重要である。

3. 協力者に共感してもらう

- ・ プロダクト開発が当事者のよりよい生活への一助となる、といった社会的意義を伝え、積極的な協力を得つつ、両者にとって有意義な活動となるように努める。
- ・ 想定される課題をプロダクトでどう解決し、当事者にどのような未来を提供するのか、そのビジョンを伝える。

2 当事者募集：2-2 参画する当事者を募集する

- 単発のインタビューや製品モニター等とは異なり、プログラムへ継続的かつ主体的に参画してもらえる当事者の協力を得るためには、募集の方法や内容を工夫することが重要である。

当事者が参加したくなる環境を整える

当事者は不安やストレスを感じやすい可能性もあるため、当事者が安心して前向きな気持ちで参加できるように工夫する。

1. 当事者参画型開発の社会的意義を整理する

当事者自身の経験が、プロダクト開発を通じて、同じ苦しみや悩みを持つ他の当事者の役に立ち、社会貢献につながる等、参画することへの社会的意義を整理する。

2. 当事者のサポート体制を設計する

- 開発を円滑に進めるために、当事者との連絡方法を検討する。当事者コミュニティに依頼する場合、**可能であれば窓口担当者を配置**してもらおう。

3. 参画に対する物理的・心理的な負担を下げる

- **事業内容を把握**してもらうために、**説明会を開催**する。
- 当事者のライフスタイルにあわせて参画できるように、開催する時間帯、場所、方法等を複数設ける。
- **つながりのある協力者が声をかける**ことで、**当事者の安心感を高める**ことができる。

当事者へ告知する

より多くの当事者に周知するため、**当事者が目にしやすい媒体での告知**を検討する。

1. 告知内容を整理する

当事者が必要な内容を十分に把握したうえで、申込が行えるようにする。告知する項目の一例を以下に記す。

#	記載項目
1	プログラムの目的・概要
2	参画・除外条件、プログラムにおいて当事者に実施いただきたいこと
4	開催日程、所要時間、開催場所
5	当事者の募集期間、募集人数
6	参画するメリット
7	申込方法
8	事業者への問い合わせ先

2. 告知する手段を検討する

- 事業者のホームページの他、ソーシャルメディア等、**当事者が利用する可能性が高い媒体**を調査する。
- **当事者コミュニティや影響力のある個人**と協力して、告知を広める。

2 当事者募集：2-3 当事者から参画の同意を取得する

- 同意取得は、参加者の権利と安全を確保し、本人の意思で参加の有無を決定できるよう、事前にプログラム内容について説明したうえで参画の意向を確認することが重要である。

同意取得の内容を検討する

プログラム内容や参加方法、参加者の権利とリスク等について、十分に理解できるよう説明すべき内容・項目を検討する。

1. 同意書に記載する内容を検討する

同意書に記載すべき項目の一例を以下に記す。

#	記載項目	詳細
1	プログラムの目的	目的および当事者参画型開発の定義
2	開発中のプロダクトの概要	プロダクトの概要および提供価値
3	プログラム内容	選定・除外基準、プログラムにおいて当事者に実施いただきたいこと、参画するメリット
4	参加による予測される利益、リスクおよび負担	参画するうえで想定される当事者の利益・不利益
5	リスク最小化の対策	当事者より取得する情報の種類、利用目的、情報共有の範囲、情報の管理方法等
6	個人情報の取扱い	取得する情報、情報共有の範囲、情報の管理方法等
7	参加の自由と撤回の権利	当事者が情報の削除を求める権利等
8	お問い合わせ先	事業者の連絡先 例：企業名、電話番号、問い合わせフォーム等
9	同意の確認	記載内容の把握、事業への参画の可否を確認

当事者より同意を取得する

当事者がプログラムの内容を十分に理解し、納得した上で参画の意思決定ができるよう、事前の説明を行う。

1. 同意書を作成する

- 同意説明文、同意書、同意撤回書の3種類を作成する。
- 電子*または書面で同意書を作成する。

2. プログラム内容を説明する場を設ける

- 同意取得前に事業の内容を正確に理解してもらうべく、説明会を開催する。
- 説明会の開催方法および形式は、当事者の特性に合わせて設計する。
(例：対面 / オンライン、個別対応 / 複数対応 等)

* 電子で取得する方法は様々だが、参画する当事者が複数名いる場合は、申込フォームを用いて取得すると管理がしやすい。

3 当事者参画：3-1 詳細を設計する

- ▶ プログラムを通じて得たい目標から逆算し、必要な情報を効率的かつ漏れなく取得し、仮説検証や改善点の特定を通じて、精度の高いプロダクト開発を円滑に行うべく、当事者への確認事項の整理、確認手段および実践方法を検討する。

プログラムを通じて確認したいことを整理する

開発するプロダクトの目的を意識し、プログラムで確認すべき詳細な内容と具体的な確認事項を洗い出す。

- ニーズ・解決策の仮説を立てる**
当事者の課題（仮説）から想定されるニーズおよび解決策の仮説を立てる。
- 開発中のプロダクトへの確認事項を整理する**
 - プロダクトのコンセプト、機能、提供価値を整理し、各項目の説明資料（文章だけでなく、イラストや図を活用して視覚的に伝える工夫を）を作成する。
 - 各項目で確認したいことを整理する。
- 設問を設計する**
 - 確認したい内容が得られるような設問を設計する。
 - 設計した設問より得たい情報が抜け漏れなく取得できるか確認する。

確認手段を検討する

当事者の属性、確認したい事項およびプロダクトの開発段階に応じて手段を検討することで、**当事者が意見を出しやすい方法を検討**する。また、参画方法に関わらず、参加者の意見を引き出す方法を以下に示す。

- アンケートを実施する**
事前にアンケートを実施することで、**当事者本人が自身の状態を把握**するための一助となる。
- 個別インタビューを実施する**
1対1の対話形式にすることで、**他の当事者がいると話にくいようなことでも、話すことができる**可能性がある。
- グループディスカッションを実施する**
複数人での意見交換により、**他の当事者の発言が新たな気づき**となり、活発な意見交換につながる可能性がある。

事前準備※をする

心の不調を抱える方は、些細なことが気になったり不安やストレスを感じやすいため、安心して参加してもらうためにも、事前に準備は重要である。一例を以下に記載する。

#	準備することの一例
1	説明資料作成や質問紙の作成
2	試作品の準備
3	当事者コミュニティ等との内容検討
4	ファシリテーター等のアサイン
5	当日の進行スケジュールの整理

※**当事者の対象領域および当事者コミュニティの意向も加味**した上で、**実施方法を検討**すること。また、当事者が話やすい雰囲気を作るべく、必要に応じてファシリテータを外部に依頼することも一案である。

3 当事者参画：3-2 実践する

- 当事者が積極的に参加して意見を出すためには、当事者との信頼関係を築き、感謝や配慮の姿勢を示すこと、当事者に負担をかけすぎないことが重要である。

トラウマ※に配慮する

心の健康領域では当事者がトラウマ（心身に有害な影響を与える過去の体験）を抱えている可能性があることに配慮する。

1. 支援体制を整備する

すべての人にトラウマ体験があるかもしれないことを念頭にコミュニケーションをとる。開発側が医療・福祉の専門家からサポートを受けられる体制をつくることが望ましい。

2. トラウマに配慮した対応の一例

- 物理的・身体的・精神的な安全を確保すること。
- 当事者が予測できるよう、これから実施すること。
- 本人が決められるよう選択肢を示すこと。
- 過去の経験を抱えながらも参加し、話してくれたことに感謝の気持ちを示すこと。

当事者との信頼関係を構築する

積極的な関与や活発な意見交換のためには丁寧なコミュニケーションによる信頼関係づくりが重要である。

1. プロダクトに込めた開発側の想いを示す

開発側が思い描くビジョンを共有し、当事者がより生活しやすい社会を共に作り上げたいという意識を共有する。

2. 当事者への尊重と配慮を示す

- 当事者が持っている意見や感情を真摯に受け入れ、プロダクトへの否定的な意見も尊重する姿勢を示す。
- 当事者一人一人の状況やニーズに応じた配慮（個別にヒアリングを行う等）を行い、個別の状況に合わせたサポートを提供する。

3. 迅速なコミュニケーションを心掛ける

心に不調を有する方は感情が繊細であり、少しの連絡の遅れが心配を招く可能性がある。不安にさせないような配慮が重要となる。

当事者が発言しやすい環境を整備する

当事者が安心して意見を出すためには、プログラム進行上の様々な工夫が必要である。

1. 安心できる空間をつくる

ヒアリングの冒頭で参加者の自己紹介やアイスブレイクを行い、発言しやすい空間を作る。

2. メンバー構成を考慮する

グループディスカッションを行う際は、類似する属性（年代、状態）の当事者を集める。

3. 事前確認

- 当事者にヒアリングシートやVASを用いて、事前に確認したいことを共有する。
- 試作品を使ってもらうときに、確認してほしいポイントもあわせて共有する。

※ 西大輔,トラウマインフォームドケアをもっと知るために (2021)
https://traumalens.jp/wp-content/uploads/2021/05/210331_tic_guidance.pdf

3 当事者参画：3-3 評価・フィードバックを行う

- 当事者参画型開発を通じて得たいと考えていた成果や目標に対する結果を総合的に評価し、今後の開発の方向性を定め、参画した当事者とも共有する。

評価内容および方法を設計する

当事者の意見を総合的に評価するために、予め評価したい内容・方法を検討する。

1. 評価の観点を整理する

実施するプログラムごとに、**得たい成果**や**獲得目標**は何か、またそれらが**達成されたのか**を**評価の観点**とする。

2. 評価項目を作成する

定性的な情報（共感を得たニーズや意見の獲得）、参加する当事者の主観（満足度等）、客観的指標（使用頻度、継続期間等）、等の観点から評価項目を作成する。

3. 評価方法を定める

- 評価方法（アンケート、ヒアリング、試作品の利用等）を定める。
- ヒアリングと改良案の紹介を複数回繰り返すことで、製品の質の向上につなげる。

結果を総合的に評価する

得られた結果を総合的に評価し、製品のコンセプトや機能に反映させる。

1. 仮説を検証する

- 当初想定した仮説の是非に加えて、**より深掘りされた具体的な仮説**も確認できるとよい。

2. プロダクトを見直す

- 当事者の意見をどの程度プロダクトに反映させるべきかを考慮する。
- 機能の是非が半々の場合、機能として採用するかは、課題の深刻さ、類似したニーズ・課題を抱える人の規模感等を踏まえて検討する。
- 当事者の要望に過度に応えると、事業者が目指す方向性から外れてしまう可能性があるため、プロダクト開発のコストや事業性も踏まえ、**優先的に対応する内容を検討**する。

当事者へフィードバックする

参画した当事者にも、開発に関わった一員として、評価結果や見直しの方向性について**フィードバックすることは重要**である。

1. 結果をフィードバックする

共に開発に関わった**当事者の意見が**、**プロダクトにどのように反映されたのか**を説明する。

2. 今後の見通しを共有する

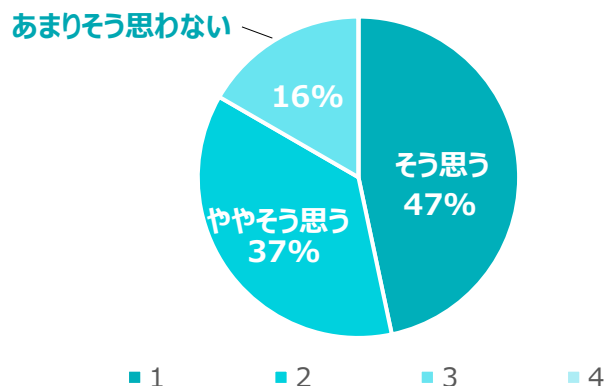
- プロダクトへ反映した後の実施事項およびスケジュール等を共有する。
- 当事者の達成感や自己効力感にもつながるように、参加した当事者の貢献や意義について伝える。
- 今後の方向性を共有し、**継続的な協力が得られるような関係性を構築**する。

3 当事者参画：3-3 評価・フィードバックを行う 当事者の声

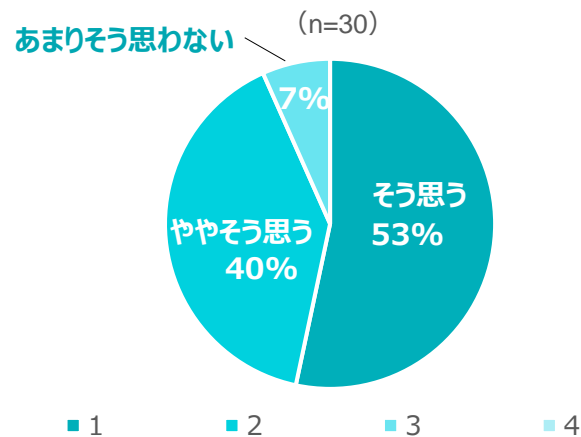
- 参画した当事者の多くは、自身の経験や考えが企業のプロダクト開発に役立ててもらえそうだと感じていた。
- また、殆どの当事者は、今後のプロダクト開発に興味関心があると回答しており、自分ごととして積極的に関与していたと考えられる。

1. 本プログラムにおいて、あなたの話した経験・体験を企業側に役立ててもらえ

うだと思いましたか。(n=30)



2. あなたの意見がプロダクト開発にどのように役立ったか知りたいと思いますか。



1. 当事者の意見

企業の担当者が本気で当事者を助けようとしていることが伝わったから。

上手く話せてない気がしても、企業の担当者がしっかり耳を傾けようとして、自身の伝えたいことを汲み取ってもらえてとても嬉しく、有難かったから。

開始前・開始後にインタビューにおいて、話を聞いてもらったから。

話を聞いてもらえている感覚や尊重してもらえている感覚があったから。

プロダクトを使用した上での不便だった点、気になった点を率直に話せたから。

当日やアンケートで挙げた意見を集約して、今後の開発可能なかを整理されていたから。

フィードバック会において、自身の発言がプロダクトにそれほど反映されていたように感じなかった。ただ、この短期間で直ちに軌道修正できるような性質のプロダクトではないと思うので仕方ないのではないかな。

3. 本プログラムに参加した当事者の意見・感想

自分の症状が寛解した今、同じような悩みを抱えた人の役に少しでも立てると思えば、辛かった経験も無駄ではなかったと思うことができた。

今後、類似のプログラムを企業が開催する場合、事前にもう少し詳しい機能の説明があると、より参画したくなると思う。

自分のことを見つめ直す良い機会にもなったので、参加して良かった。

自分としても同じ症状の人の意見が聞けて勉強になった。

人前で話すのが得意では無く、文章で書く方が考えをまとめやすいため、予め話したい内容をテキスト形式で主催者に共有したうえで、インタビューに参加できると安心する。また、他の方の話を聞いて考えが変わったり、忘れてたことを思い出すこともあるので、グループインタビューも有意義だと思う。

5

今後に向けて

今後に向けて

- 本事業を振り返り、各関係者がどのような役割を担うとよいか、以下の通り整理した。

～本事業で得られた示唆※1～

項目	詳細
コミュニケーション	<ul style="list-style-type: none">内発的動機があれば当事者は積極的に関与でき、開発の意味・目的も洗練され共通認識が生まれる。継続的なインフォーマルな対話と情報交換により、企業と当事者が共創し続ける仕組みがあるとよい。
課題・目的意識の共有	<ul style="list-style-type: none">企業は当事者の課題や背景に関心を持ち、当事者は体験や想いを共有することで、共通認識を持ちながら開発を進めることができる。企業と当事者が懸念事項※2を把握し、歩み寄ることで相互理解を深め、共創することが重要である。
専門知識の重要性	<ul style="list-style-type: none">開発にあたり、当事者との接し方や注意点について理解しておく、円滑に開発をすすめることができる可能性がある。専門知識や過去の知見を専門家から共有してもらい、開発を進めることが望ましい。

※1 委員会の意見等を踏まえて整理

※2 商業利用、ヒストリカル・トラウマ等

※3 各関係者（当事者・当事者コミュニティ、企業、専門家等）が、対等な立場で共に開発に関わること

～各関係者の役割（一例）～



当事者・当事者コミュニティ：

- ✓ 興味関心のあるプロダクト開発に積極的に参画していく姿勢



企業：

- ✓ 当事者と共創する姿勢
- ✓ 当事者の心情を理解するための努力
- ✓ 当事者との日常的な交流



専門家（アカデミア・専門職等）：

- ✓ Co-Production※3に関する学術的な知見
過去の失敗例や、持続可能なコミュニティの構築等に関する知見を共有
- ✓ 医療・福祉の立場からの専門的な助言
当事者が参画する上での接し方や、配慮すべき事項等についての知見を提供



国：

- ✓ 心の健康領域における、当事者参画型開発の社会的意義の更なる研究と啓発

別紙2：業界団体提出の年次報告

一般社団法人睡眠ヘルスケア協議会



団体の基本情報

活動概要

睡眠サービスを提供する事業者が、サービスの品質を自律的に高める意識を持ち、一定の基準のもとに自社のサービス等を評価し、それを公開する土壌を形成することで、睡眠サービスに対して消費者の信頼を獲得できる仕組み作り、消費者自身の利用目的に適したサービスを正しく選択できる状態づくりを目指し活動しています。

会員企業数

19（昨年：16）

Webページ

<https://shca.jp/>

ガイドラインの概要

ガイドライン名

睡眠サービス提供事業者が遵守すべきガイドライン

概要

睡眠サービスを提供する事業者に対して、睡眠関連の商品やサービスを消費者に提供するための、根拠データなどエビデンスなどの取得方法や、消費者への情報明示・開示がわかりやすく適切に行われることを更に促進するために策定。スリープサポート認証制度と連動し、エビデンスに対する事業者のリテラシー向上も目指します。

ガイドラインURL

<https://shca.jp/activity/guideline>

ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績

消費者の認知や理解を広げる活動

・Wellness Tokyo 2024（11月27日～29日）@東京ビッグサイト 19,483名（3日間合計）

内容：セミナー登壇、ブース設置

・江戸川区 睡眠フェア2024（2025年3月19日～3月20日）@タワーホール船堀 1,500人程度を予定

・日本リハビリテーション連携科学学会第26回大会 市民講座（2025年3月15日～16日）@東京医療学院大学

消費者の声を聞き、取組に生かす活動

上記イベントなどで認知度、エビデンスの重視度合いなどアンケートを実施

ガイドラインに賛同する事業者を広げる活動

・認証制度発表会（2024年7月8日）@都内

・日本睡眠学会第48回定期学術集会（2024年7月18日（木）～19日（金））@横浜

・健都フェス2024（2024年11月17日）@大阪（摂津市／吹田市）

・外部有識者登壇の勉強会（2024年12月9日）@都内



団体の基本情報

活動概要

ホームヘルス機器（主として、電子・電気応用の機器であって、家庭においてセルフケアを目的として用いられる家庭用の治療機器並びに健康管理機器及び疾病予防機器をいう。）に関する技術の向上、品質及び安全性の確保、流通及び販売の適正化等を図ることにより、国民の健康の自主的な保持増進とホームヘルス機器産業の発展に寄与し、もって国民福祉の向上に貢献することを目的とする。

会員企業数

136社
(2024年10月11日現在)

Webページ

<https://hapi.or.jp/>

ガイドラインの概要

ガイドライン名

ヘルスケア健康増進機器認定制度ガイドライン

概要

人の健康・美容の増進、QOLの向上に資する機械器具等の安全性や機能の妥当性を審査し、一定の基準に達している機器等を「健康増進機器」に認定することにより、消費者が自らのニーズに合った機械器具等を自主的かつ合理的に選択できる環境の確保を図ることを目的とする。その具体的内容等を本ガイドラインで定める。

ガイドラインURL



ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績

消費者の認知や理解を広げる活動

- 健康博覧会（開催期間2024年2月20日～22日、来場者3日間合計30,048人、東京ビッグサイト）、バリアフリー2024（開催期間2024年4月17日～19日、来場者合計47,795人、インテックス大阪）及びダイエット&ビューティーフェア2024（開催期間2024年9月30日～10月2日、来場者合計15,035人、東京ビッグサイト）に出展し、本制度の意義や利点について発信した。
- さらに、上記会期中に講演を行い（講演タイトル：家庭用医療機器と健康増進機器で行うセルフケア）、合計約100名が出席した。



団体の基本情報

活動概要

日本エステティック機構[JEO]は2004年5月、エステティックに関する認証活動を行う中立・公平な第三者機関として発足しました。経済産業省が発表した「エステティック産業の適正化に関する報告書（2003年）」を受け、「消費者利益の保護」と「エステティックの健全な発展」を目的に消費者が安心してエステティックサービスを受けられる仕組み（制度）を策定・実施する、業界独自の取組みを行う機関として設立され現在に至ります。

会員企業数

17名（昨年：17名）

Webページ

<https://esthe-npo.org/>

ガイドラインの概要

ガイドライン名

エステティックサロン認証基準

概要

教育管理、技術サービスや機器の安全・衛生管理、関連法令・業界自主基準の遵守など、上記5項目から更に細分化し、継続型サロンは48項目、非継続型サロン（都度払いサロン）は30項目の基準を定めています。

ガイドラインURL

https://esthe-npo.org/esthe/pdf/salon_v4v4syusi1_231124.pdf



ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績

消費者の認知や理解を広げる活動

・ホームページにて消費者向けのエステティック利用の注意喚起やQ&Aのページを設け、それらの活動を通じて認証サロンのメリットを紹介している。

消費者の声を聞き、取組に生かす活動

・消費者アンケート実施しサロンの対応に関する認識や第三者機関認証の評価を聴取し、認証基準の改定などに活かしている。

ガイドラインに賛同する事業者を広げる活動

- ・展示会に出展しサロン認証の取得に関する講演活動を行っている。
- ・オンラインセミナーを毎月実施しサロン認証制度等の説明を行っている。



団体の基本情報

活動概要

エステティックを通じた美と健康への貢献、エステティシヤンの社会的地位向上を目指し、会員へのコンプライアンス意識、情報の浸透活動、エステティシヤン教育、資格制度の運営を行う。

会員企業数

157法人
(昨年：159法人)

Webページ

<https://www.esthesite.jp/>

ガイドラインの概要

ガイドライン名

AEA優良サロン制度

概要

ヘルスケアサービスガイドラインの在り方に基づき策定したエステティックサロン運営の自主基準。基準を満たしているサロンを優良サロンとして認証。特定商取引法に規定される事項に加え、従業員の労務環境、教育、及びキャリア形成を審査項目に加え、法令遵守と従業員の自己啓発によるサロンの価値向上、消費者からの信頼獲得を目指す。

ガイドラインURL

<https://www.esthesite.jp/aboutus/excellentsalon/>

ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績

消費者の認知や理解を広げる活動

- ・ 当協会HP上における紹介
- ・ 優良サロン制度の漫画冊子を作成しエステティックサロンを通じ消費者の目に留まるようにしている。美容学校に配布し学生への認知を広げる。

消費者の声を聞き、取組に生かす活動

- ・ AEAエステティック相談センターでの相談事例を基に、会員への注意喚起、ガイドラインの策定を行う。
- ・ 相談員による会員向けコンプライアンスセミナーを実施

ガイドラインに賛同する事業者を広げる活動

- ・ JARO,消費生活センター等の公的な機関でのセミナー、寄稿を通じ広く賛同者を広げる。
- ・ 美容関連の展示会に出展し冊子の配布、説明等を行い同業者への認知を広める。

団体の基本情報

活動概要

フィットネス産業及びスポーツや健康増進等に関する調査・研究・情報収集並びに提供を行うことにより、フィットネス産業の健全な発展と、我が国経済の発展に寄与するとともに、国民の健康増進に寄与することを目的とする。

会員企業数

200社

Webページ

<https://fia.or.jp/>

ガイドラインの概要

ガイドライン名

FIA加盟企業施設認証



概要

施設・設備への安全性や危機管理体制、明朗な料金体系の提示など、このサービス提供の本質においてきわめて重要な“品質”の確保において、FIA加盟事業者が営む施設の安心と安全性を認証する新たな制度的枠組み。今後さらに安心して運動を継続できる場所を日本中に広げていくことを目的とする。

ガイドラインURL

<https://ninshou.fia.or.jp/about.php>

ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績

消費者の認知や理解を広げる活動

- FIA全国カラダ年齢測定フィットネス体カテスト事業2023年より本格スタート。生活者の体カレベルを可視化する体カテスト実施のLINEアプリを開発し、FIA加盟企業のみが実施できるシステム。2024年度は、東京都、鳴門市などの自治体に於いて自治体生活者の運動参加の動機付けとして活用。さらに健康保険組合連合会との連携により、健保連加盟被保険者（2,900万人）への健康診断と並行した体力測定実施を目指す。

消費者の声を聞き、取組に生かす活動

ガイドラインに賛同する事業者を広げる活動

- 体力測定事業への参加を希望する非加盟企業を募ることを通して、施設認証制の意義を示し、同時普及に努める。

団体の基本情報

活動概要	本協会は、寝具寝装品産業の振興と啓発普及活動を継続的に行い、寝具寝装品業界の健全なる発展とともに、国民生活の向上に寄与することを目的とする。		
会員企業数	50社（昨年:51社）	Webページ	https://www.jba210.jp/



ガイドラインの概要

ガイドライン名	ヘルスケア認定寝具®制度		
概要	寝具寝装品のヘルスケアに係わる機能、品質の基本条項を定めることにより、一般健常者や在宅の要介護者がヘルスケア認定寝具のサービスを有効利用するために、仲介事業者（介護施設、ケアマネージャー、福祉用具ショップ、寝具小売店等）が、サービスの品質を正しく判断し、選択できる流通システム構築を目的とする。		
ガイドラインURL	https://www.jba210.jp/healthcare/		

ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績	<p>消費者の認知や理解を広げる活動</p> <ul style="list-style-type: none"> • 本年度の認定委員会は2/13開催にて3アイテム認定、5/23開催にて10アイテム認定、続いて9/末に認定委員会を開催を予定し加盟企業からの認定アイテムの拡大を進めている（昨年6月開催は4アイテムのみ） • ガイドライン改定に向け加盟企業との協議。特に1/1能登半島沖地震の発生後、災害健康被害者や災害2次関連死に伴う対策の協議を実施（防災対応ヘルスケア認定寝具の確立検討中） <p>ガイドラインに賛同する事業者を広げる活動</p> <ul style="list-style-type: none"> • 他のヘルスケアガイドライン（SIP、SHA）との相互連携や相互補完を目指した協議を実施 • 当協会内で本年度事業方針の主力事業として、需要創出・啓発委員会の発足にて5月より委員会にて啓蒙活動。併せて、事業活性員会にてIP施策やSNS施策等の広報策を中心に一般消費者への周知策実施。 • 認定ラベルの下げ札掲示に併せ、商品パッケージへの印字対応もを行い一般消費者への認知策実施。
-------------	--

団体の基本情報

活動概要

当協会は、保健指導の質の向上と社会的地位確立を図り、ひいては生活習慣病の発症・重症化予防、医療費適正化、健康寿命の延伸に寄与することを目的とする。保健指導のアウトカム、アウトプット成果の向上に資する活動を行う。具体的には、以下の活動内容とする。
特定保健指導サービスガイドラインの作成／保健指導サービスに関する人材の拡大と育成／保健指導データの集計・分析、エビデンス構築／保健指導事業者間の情報共有／関係機関との意見交換・情報共有／その他保健指導サービスの品質向上に向けた活動

会員企業数

34団体

Webページ

<https://www.hokenshidou.or.jp/>

ガイドラインの概要

ガイドライン名

特定保健指導サービスガイドライン

概要

本サービスガイドラインは、厚生労働省が定める実施基準に加えて、特定保健指導サービスを提供する事業者が踏まえるべきルール、規範及び努力すべき事項を定めることで、特定保健指導の質の向上に貢献することを目的に、下記を中心に必要と考えられる事柄を検討し、提示するものである。

①特定保健指導サービス提供にあたっての基本理念／②事業者が遵守すべき事項と実施体制／③品質を確保するための取組み

ガイドラインURL

<https://www.hokenshidou.or.jp/guideline>

ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績

消費者の認知や理解を広げる活動

- 各種保険者団体（健康保険組合連合会）等に対するガイドラインの説明

消費者の声を聞き、取組に生かす活動

- 各種保険者団体からの意見徴収

ガイドラインに賛同する事業者を広げる活動

- 協会HPへの掲載、会員総会・セミナー開催時の説明
- ガイドライン遵守事項適合事業者の公表（協会HPにて公表）

団体の基本情報

活動概要

弊会は、日本の医療機関受診を目的に来日する外国人患者のコーディネーターを行う事業者の集まる業界団体。医療滞在ビザの身元保証機関を正会員とし、それ以外の法人を準会員、個人は個人会員として入会できる。会員どうしの活発な情報交換を基に会員に役立つ弊会としての事業を行い、各会員の業務の品質向上と医療機関との信頼関係の強化を目指している。

会員企業数

20社（昨年：11社）

Webページ

<https://jimcajp.or.jp/jp/index.html>

ガイドラインの概要

ガイドライン名

国際メディカル・コーディネーター事業 ガイドライン 第1版

概要

まだ一般的に広くは知られていない訪日外国人患者のためのコーディネーター事業（国際メディカル・コーディネーター事業）を正確に定義し、事業における基本的なポイントと事業者が持つべき責任を明記することで、事業者の業務の品質の良さと安全性を示すことができるようなガイドラインとした。また、事業において参照すべき法令も整理して、医療機関にとっても役立つものとしている。

ガイドラインURL

<https://jimcajp.or.jp/assets/file/Guideline-1st.ed-jp.pdf>

ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績

消費者の認知や理解を広げる活動

- 日本の医療機関との連携のしかたを検討した上で、実際に連携医療機関を広げることに努めた。
- 来日する外国人患者の個々のケースにおいて、可能な時に弊会の存在とガイドラインの存在を各事業者（会員）からお知らせした。

消費者の声を聞き、取組に生かす活動

- 連携医療機関に対してヒアリングを行った。

ガイドラインに賛同する事業者を広げる活動

- 新規会員を増やすとともに、全ての会員を対象とするガイドライン勉強会を行った。
- 弊会の活動をHP上で広報した。
- 今年度事業に関連するイベント（勉強会）のお知らせを事業者（医療滞在ビザ身元保証機関）に送った。

団体の基本情報

活動概要

当法人は、リラクゼーションサービス（リラクゼーションとは、手技・空間演出・コミュニケーションを用いて、心身の緊張を弛緩させることで、ストレスを解消し、心と身体を心地よい状態にすることを目的とする行為である）の提供を支援することによって、業界の健全な発展を図り、人々の幸せに貢献することを目的とする。

会員企業数

285（昨年：270）

※4月1日時点

Webページ

<https://www.relaxation-net.jp/>

ガイドラインの概要

ガイドライン名

リラクゼーション業界におけるヘルスケアサービス品質向上に向けた自主ガイドライン

概要

リラクゼーション業界の品質確保やリラクゼーション事業者の信頼性向上、利用者からの信頼確保などを念頭にリラクゼーション（業）のあるべき姿について業界団体の考えを宣言し、利用者が享受する価値を分かりやすく周知していくことにより、品質の確保されたリラクゼーションサービスが選ばれるような環境の構築を行うことを目的として、リラクゼーション業のあり方（推奨する形、手技・空間・コミュニケーションに関する遵守事項、広告表示に関する遵守事項等）を定める。

ガイドラインURL

<https://www.relaxation-net.jp/wordpress/wp-content/uploads/jisyuguideline.pdf>

ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績

消費者の認知や理解を広げる活動

- 協会会員店舗に対して、「自主ガイドラインを遵守する店舗」である旨を示した認定ステッカーを発行し、消費者への認知を図った。

ガイドラインに賛同する企業を広げる活動

- 協会会員外の手先リラクゼーション企業を訪問し、代表者やリラクゼーション部門の責任者等に対して自主ガイドラインの目的や内容について個別に説明を行い、賛同を得た。※訪問企業数14社（店舗数1,024店）

ガイドラインの認知や理解を働き手に広げる活動

- 当協会が実施する「リラクゼーションセラピスト認定資格試験」にて、自主ガイドラインの内容を盛り込んだテキスト、試験問題への改訂を行い、リラクゼーションセラピストに対して認知浸透を図った。
- 協会会員の各店舗責任者に対して、自主ガイドラインの目的や内容を説明した動画視聴を実施した。

団体の基本情報

活動概要

当会は、国民の健康やQuality of Life向上を睡眠の視点から支援することを目的に、睡眠ソリューションを開発・製造・輸入・販売及び利用を検討する事業者等を行う事業者と、最先端の睡眠研究を行うアカデミアが連携したコンソーシアムです。睡眠データを活用したサービス開発のための睡眠品質の基準作りの取り組みを契機に、様々な事業者と連携し、睡眠サービス以外の健康増進・予防やQOL向上に資するサービス開発へ展開し、また、医療・介護等への連携も視野に、個人の様々な情報を利活用するためのプラットフォーム構築や環境整備を目指します。

会員企業数

21（昨年：16）

Webページ

<https://sleepip.jp/>

ガイドラインの概要

ガイドライン名

睡眠ソリューションの有効性評価に関するガイドライン

概要

睡眠ソリューション※について、消費者の睡眠の質の向上その他消費者の利益に資するために、科学的根拠をもって、それらの安全性、機能性その他の性能評価を行い、またそれらの適正な表示を行うための指針として策定するもの。

食品を睡眠ソリューションとする場合は、本ガイドラインの内容が、機能性表示食品の届出にかかる届出資料となりうるもの。

※睡眠ソリューション：日本国民の健康を睡眠の観点から支援することの実現のために開発する製品・サービス。

ガイドラインURL

https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/downloadfiles/sip.pdf

ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績

消費者の認知や理解を広げる活動

・一般社団法人睡眠ヘルスケア協議会(SHA)との連携

→SHAが発行するガイドラインと、SIPが発行したガイドラインについて、

重複部分を整理し、総論として結合することで睡眠業界におけるガイドラインを1本化する

・「ガイドラインに準拠する」ことを判断するための基準の整理

→将来的に申請制または認証制度を立ち上げるための前準備

団体の基本情報

活動概要

多様なステークホルダー間の協調を促進し、PHRサービス産業の発展を通じて、国民の健康寿命の延伸や豊かで幸福な生活（Well-being）に貢献することを目指し、PHRサービス事業に係る業界自主ルールの策定、ステークホルダーとの対話や政策提言などの活動を行う。

会員企業数

131事業者
(2025年1月時点)

Webページ

<https://phr-s.org/>

ガイドラインの概要

ガイドライン名

民間事業者のPHRサービスに関わるガイドライン（第3版）

概要

PHRサービス事業協会とPHR普及推進協議会では、PHRの適正な普及推進のため情報交換・情報発信を行い、人々と社会の健康・安全のより一層の向上に寄与することを目指して、わが国におけるPHRの普及推進に向けた活動を進めています。その一環として、PHRサービスガイドライン策定を行っており、このたび本ガイドラインを公表しました。

ガイドラインURL

<https://phr-s.org/news/20240628.html>

ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績

消費者の認知や理解を広げる活動

- 外部イベントでの講演、原稿執筆などの実施。大阪万博での出展に向けた企画推進中。

消費者の声を聞き、取組に生かす活動

- ライフログのロングリスト作成。服薬、運動、食事、睡眠カテゴリでのユースケース整理。ポータビリティ実現に必要な論点の整理。
- 「民間PHR事業者による健診等情報の取扱いに関する基本的指針」改定に対する団体意見集約、提案。
- オンラインガイドライン説明会（2024年7月23日）にて、多くの参加者のもと、ガイドライン策定の経緯、及び本ガイドラインの説明会を実施。引き続き、ガイドライン（第4版）の2025年6月発出に向け改定中。
- 業界団体活動に関する勉強会を実施し、会員企業の「業界自主ガイドライン策定活動」に対する理解を深める。

評価認証制度の立上を検討する活動

- 評価認証制度の「目的（メリット）」の明確化、必要となる費用／リソースの整理、持続可能な制度にするための施策検討、認知度を高めるための施策検討等を実施。それら内容を踏まえ、評価認証制度の立上を検討中。



団体の基本情報

活動概要

Personal Health Record（以下「PHR」）の適正な普及推進のため、情報交換・情報発信を行い、社会の健康、安全のより一層の向上に寄与することを目的とする。

会員企業数

47（昨年：42）

Webページ

<https://phr.or.jp/>

ガイドラインの概要

ガイドライン名

民間事業者のPHRサービスに関わるガイドライン（第3版）

概要

PHRサービス事業協会とPHR普及推進協議会では、PHRの適正な普及推進のため情報交換・情報発信を行い、人々と社会の健康・安全のより一層の向上に寄与することを目指して、わが国におけるPHRの普及推進に向けた活動を進めています。その一環として、PHRサービスガイドライン策定を行っており、このたび本ガイドラインを公表しました。

ガイドラインURL

<https://phr.or.jp/archives/2211>

ガイドラインに係る今年度の活動実績

活動実績

消費者の認知や理解を広げる活動

- ・ プレスリリース発行（2024年6月28日） 50社ほどのメディアで取り上げられ大きな関心を得られた
- ・ メディア向けにPHRに関する勉強会を実施（2024年12月11日）
- ・ モダンホスピタルショー2024、ITヘルスクア学会・一般公開向けパネルディスカッション等5件の講演(2024年12月末時点)

消費者の声を聞き、取組に生かす活動

- ・ オンライン ガイドライン説明会（2024年7月23日）
多くの参加者のもと、ガイドライン策定の経緯、及び本ガイドラインの説明会を実施 ご意見を次年度以降の活動に取り組む

ガイドラインに賛同する事業者を広げる活動

- ・ 団体説明会、年次フォーラムを通じ、賛助会員・特別会員を募っている
- ・ 賛助会員・特別会員向けの説明会を実施（2024年8月26日）
- ・ メディカルDX・ヘルステックフォーラムパネルディスカッション、学会学術集会での講演・シンポジウム4件（2024年12月末時点）