

第2回健康経営推進検討会

【日時】2025年3月18日（火） 13:00-15:00

【場所】経済産業省本館 17階国際会議室及びオンライン開催

【委員】森主査、池井委員、岡田委員、小木曾委員、小松原委員、洪澤委員、辻委員、津下委員、樋口委員、古井委員、八尾委員、山本委員

健康経営の効果の可視化と質の向上

- ポスト ESG 実現に向けては、企業側が主体性を持って、「財務的・非財務的な価値を創造している」ことを発信すべき。
- 日本本社だけでなく、海外子会社等を含めた健康経営を浸透させることが重要。それにより、「日本企業は健康含め従業員をサポートしている」ことが伝わり、日本企業のブランド価値が海外でも高まる。
- ガイドブックに人的資本と社会関係資本を重視する、とある。従来は、社会関係資本に家族は含まれないと認識されていたが、ワークライフバランスや両立支援といった点を重視するのであれば、家族も社会関係資本に含まれる前提での研究等を実施してほしい。
- 企業には、様々な立場の人がおり、取組は同じなのにも関わらず、成果が相違しているとばらばらに取組を進める状況がある。「取組は同じでも目指す成果は相違する」といったように成果について整理すると一緒に取り組めるようになると思う。
- 労働人口の高齢化に伴うロコモ・フレイルや視聴覚等の感覚機能の問題をサポート出来ると良い。
- 投資家視点からは、「企業価値にどのようにインパクトを与えるか」という点が重要。インパクトが明確に見えれば投資家にとって有用と判断され、普及が進む。
- 企業価値向上の可視化には、財務パフォーマンスや人的資本経営に関わる KPI を数値で示し、IR 活動での訴求を強化することが重要。
- 非財務価値の可視化については企業側も課題感を抱えている。証券会社等への説明を通じ、健康経営の意義を伝えることも有効。
- 健康経営が企業成長につながるナラティブ（物語）が重要。現在はそれがわかりづらく、経営者や社員のインタビューでその部分を埋めている。健康経営に参加することで社員の主体性・創造性が測れるようになると有用。
- PHR について、体力測定データを把握し、従業員の高齢化への対応を考えている企業や健保組合が多い。PHR データの活用方法だけでなく、どのようなデータを使っているかを把握してはどうか。
- 中小企業ほど人手不足は深刻であり、人員の確保に手段を講じなければならない状態にある。女性活躍・シニアの活躍について、重要度は高いため、今後の展開に期待。
- 魅力的な健康関連サービスの提供には、エビデンスは欠かせない。健康関連サービスにより、各従業員が変化を実感できるような効果の可視化が大切。これは、テクノロジーやイノベーションで実現

することが必要であり、政府の支援により発展すると感じる。

- 取締役会等の経営レベルでの会議や専門家の関与は、評価改善と相関関係があることが分かっている。しかし、何が起きて数字に変化として表れているのか、その文脈がわかっていない。そこを明らかにする必要がある。
- 継続企業において、継続自体の目的化や、社内の健康経営に対する意識の希薄化が懸念される。健康経営の意義や効果を社内だけでなく市場や地域等の外部から見える化し、企業が能動的に参加する仕組みが有用。

新たなマーケットの創出

- 企業が従業員に福祉・医療のオンラインサービスを提供することで、医療 DX 化が進む。そのような視点でも健康経営に取り組んでほしい。
- サービス提供事業者の質の担保には、第三者の視点をいかに入れるかが重要。例としてベンチャーキャピタルの協力が得られると「どこに新たなマーケットがあるか」が見えてくると思う。
- 健康課題が顕在化していて、日本と文化的・社会的な繋がりのある国に対する健康経営の普及は可能性がある。
- 健康経営のマーケット拡大には、①健康経営実践企業の質の向上、②サービス提供事業者の質の担保が必要。企業の目的・目標をサービス提供事業者が具体的にどう解決するのかを事例として多く挙げることで、サービス提供事業者の質の可視化が進むことを期待したい。
- 各国の健診制度等の違いを認識したうえで国際展開を図ると良い。
- サービス提供の対象者、利用率、効果を正確に情報提供することが重要。
- ウェルココは、企業ニーズに沿った情報を提供しているが、サービス提供事業者の質は分からない。利用者からの評価を反映できる仕組み作りを求める。
- グローバル展開について、多くの企業がポリシーを共有しているという調査結果であったが、現地で聞いた実感と乖離があり、懐疑的。今後は、ポリシーを各国に浸透させるためのプロセスを詳細に調査すべき。
- 日本産業衛生学会のデジタルメンタルヘルスのガイドラインでは、いくつかのデジタルメンタルヘルスサービスは有効性が推奨されるという結果だったが、多くの項目に「日本語のエビデンスがない」という注釈がついた。日本の事業者を検証したり応用したりする努力が足りていない。そういった努力を促す施策が必要。

社会への浸透・定着について

- 持続可能な地域社会の構築という観点で、人材不足という大きな課題を持っている自治体との共創が重要。第3次健康増進計画において、健康経営を KPI に設定している自治体は、健康経営の実効性も上がっている、という例もある。
- 自治体により健康経営に対する取組の差がある。第3次健康日本 21 では健康経営に取り組む事業者数や産業保健サービス提供事業者数等が挙げられているが、産業部門だけでなく、健康

増進部門等の他の部局と一体的に取り組むことが必要。

- 大阪府の調査では、キャリアセンターでの健康経営の認知が低いという結果が得られた。企業と教育機関の連携を進める必要性がある。
- 今後、健康経営を進める中で1つのチャネルだけで何かが進むわけではない。地域や自治体、学校は大切だと感じる。

事務局へのご要望

- 中小規模法人部門について、形式基準で不認定となる法人があるのは残念。中小規模法人に対する周知を検討してはどうか。
- 地域差の背景の調査をしてほしい。周知・露出を増やすことも検討してはどうか。
- 調査票が「取組の評価」から「成果の評価」へ移行していることを強調してほしい。
- 単年事業だけでなく中長期で継続している事業も評価してほしい。
- 多くの統合報告書では、認定取得を中心に記載されており、健康経営による効果は触れられていない。個社単位では分析が困難。調査結果を活用し、業種平均や傾向を示してはどうか。
- 健康経営の発展については、わかりやすい情報発信がポイント（例：ショート動画など）。
- 経営層自らがどのような発言をしているか、どのようなテーマを大切にしているか等、質の評価の方法を検討してほしい。
- 申請数・認定数について、地域差がある。地域の認定制度の現状把握ができると良い。
- 自治体の認定取得が進まないことを懸念。評価結果の開示・比較が他の業種と同じになっており、良い結果が得られないことが進まない原因の1つではないか。自治体がやりがいを感じる評価をしてはどうか。
- 健康経営が進展する一方で人の流動化も想定され、個人のライフパフォーマンスに繋がる取組が必要。「企業が施策を実施するからよい」ではなく、その経験を個人の行動変容に繋げ、社会が変化しても健康を維持できる人を増やしていくという理念のもと制度が動いていくことを期待。
- 地方経産局や協会けんぽ、商工会と協力し、100～299人の法人に戦略的に普及を進めてはどうか。地方ごとの100人以上の企業に広がればより小規模な法人にもトリクルダウンすることも考えられる。
- 申請しない法人、申請を離脱した法人、認定数が落ち込んだ自治体にヒアリングを行ってはどうか。
- 地域別の進捗状況を加味して施策を実施してほしい。
- 協会けんぽには260万事業者が加入し、健康宣言を実施しているのが約10万事業者。そのうち認定されているのは2万強の事業者であり、残りの約7万事業者の状態を検証すべき。
- 参考資料1-2 16頁について、調査研究を整理して頂けるとのことだが、それぞれの分析した結果は、エビデンス量がかかなり相違しているため、そういった情報も併せて掲載してほしい。
- 健康経営は、実践企業やサービス提供者の拡大、投資家や市場での評価、海外展開、各業界での規格化、自治体や教育機関の関与など、様々なステークホルダーが参画し、ますますの拡大が期待されることから、こうしたステークホルダーが連携し自律的に継続する仕組みになっていくことを期

待する。

- 回答率の低い業種・地域への重点的な PR、調査回答のみ行った不認定企業の認定企業への向上などを期待する。

その他

- スポーツエールカンパニーについて、「企業が運動・スポーツに取り組んでいる」という成果だけではなく、この領域で市場がどのように拡大できるのかを考えた省庁間連携を期待する。

以上