

健康・医療新産業協議会健康投資ワーキンググループ（第3回）議事要旨

日 時：令和3年7月19日（月） 14：00～16：00

開催場所：Webex によるオンライン会議及び経済産業省17階国際会議室

出席委員：

森主査、今村委員、岡田委員、栗原委員、小松原委員、塩野委員、渋澤委員、辻委員、津下委員、樋口委員、八尾様（藤野委員代理）、古井委員、安田委員、山本委員、渡辺委員

議題

- ・ 今年度の健康経営顕彰制度について
- ・ 健康経営施策の長期ビジョンについて

議事要旨

<1. 今年度の健康経営顕彰制度について>

大規模法人部門

(1) 申請プロセスの改善

- ・ 認定フローの効率化について、このまま電子化を進めてほしい。エビデンス調査についてはどの程度の件数実施するのか関心がある。
- ・ 調査票の簡略化について、調査項目の見直しなどは重要であるが、どういう項目を落としたか、客観的に情報がとれるようにしておく、あるいは資料として配布すると良い。
- ・ 評価尺度の透明性の向上について、ウェイトだけではなく各内訳の採点を示していくというのは良い方向性である。なぜそのウェイトであるのかということの合理性・戦略性を示し、なぜこの評価尺度となっているかの背景の説明が必要だと考える。

(2) 昨年度以前からの継続論点

- ・ 回答法人単位の特定健診・特定保健指導の実施率を記入することが認定要件の案となっているが、健康スコアリングレポートで出すのは事業所単位の実施率である。この案では、保険者が回答できなかったために優良法人認定されないということが起きるのではと危惧する。

- 健康経営度調査の中で実施率を問うことは、特定健診や特定保健指導を促進する効果があるが、保健指導というのは数字の取り方が難しく、事業所ごとに保険者が分かっている場合などは、異なる保険者のデータを合算する必要もある。これらのデータの整合性を保険者が確認することは難しいと考える。
- 保険者側へのデータ提供も大事だが、コラボヘルスとして具体的に何をやっているのかも大事である。例えば、従業員のメールアドレスが分からず、保険者から対象者に効果的にアプローチできないという声もある。こうした取組で保険者の費用も変わってくる。保険者が従業員に直接連絡できる仕組みを構築することを調査票で促してはどうか。
- 新型コロナ対応に関連して、感染症対策では、ワクチンに対する正しい認識を従業員に持ってもらうことが重要。新型コロナウィルスのワクチンについても、ネットを通じた誤った情報によって接種率が低くなるのではないかという危惧がある。感染症対策として、正しい情報を共有しているかを問う項目があると良い。
- パンデミックに対峙した際に企業がどのように取り組んでいくのかを検討していくことが必要。新型コロナの流行拡大においては、先進国として日本だけが自殺が増えていると報道されたこともあり、不況時における自殺対策において、企業の役割は極めて重要。エミール・デュルケムの「自殺論」の中で自殺の予防ができるのは企業だと明確に述べている。
- 喫煙対策に力を入れることは重要。たばこの影響について従業員に正しい知識を持ってもらうことが大切。

(2) 健康経営の深化

- 情報開示の促進について、ホワイト 500 認定法人のうち約 9 割にあたる 441 社から同意を得たとあるが、開示しなかった 1 割強は何か明確な理由があったのか。分かれば教えて欲しい。
⇒事務局：今回は既の実施した調査結果について、後から開示可否を聞いたもので理由の確認はしていないが、開示しなかった企業から社内で確認をとる時間がなかったという声もあり、追加で開示できないかという問合せもある。
- フィードバックシートの活用状況や、この開示による企業への影響・効果を分析すると良い。

- サプライチェーンにおける取組について、パートナーシップ構築宣言に関し、健康経営が自社の商品やサービスと親和性が高い企業は取り組みやすいと考える。そうではない企業にとって、真似できないレベルになっていないかどうかについては確認して欲しい。
⇒事務局：サプライチェーンにおける取組は様々あると認識しており、商品・サービスとの親和性が高い企業もあれば、メーカーなどで健康経営に関する情報提供を行っている例も確認している。
- 健康経営の推進に関しては、企業だけでなく、サプライチェーンや社会との共生が大事である。
- 「社会全体を健康に」という説明があったが、これは非常に重要な論点である。食品や健康商品については、エビデンスに基づいたものを利用しているか、単なる営業の道具になっていないか実態を見極めることが重要。
- 「社会全体を健康に」という話は非常にすばらしい。企業活動が社会全体の健康に貢献するという観点では、Access to Nutrition Initiative (ATNI)という非営利団体の取組がある。世界の食料・飲料メーカートップ 25 社を健康・栄養の観点で評価してランキング化し、食料品の質を高めることで世界の食糧事情を改善することを目指す取組である。こういった活動を参考とすると良い。

中小規模法人部門

(1) 申請プロセスの改善

- 中小規模法人の保険者が健康宣言事業を行っていないために、健康経営優良法人の申請ができない事があるとのことだが、むしろ保険者が中小企業に働きかけるよう促していきたい。そのためにも保険者に対して健康経営をインプットしていく必要がある。

(2) 昨年度以前からの継続論点

- PDCA を回しながら健康経営を実施していることの評価を、中小規模法人にも拡大していくのは非常に良いことで、企業が健康経営を持続的に取り組むことに寄与すると考える。都道府県でも、健康経営を支援するところが増えており、企業がどのような健康経営を目指しているかが分かると支援しやすくなる。

<2. 健康経営施策の長期ビジョンについて>

情報開示の促進について

- ESG と絡めて健康経営を深化していくという方向性について、フィードバックした情報を開示することは大変評価できる。
- 何をもって健康経営を評価するか、評価軸を決めていくことが課題ではないか。情報開示を進め、その要素の中から評価軸を作っていくという順番であると認識しているが、情報開示が投資家にどのような受け止められ、そこからどのように評価軸に発展していくのかについては今後もフォローして欲しい。
- ESG における健康経営の評価といった観点では、まずは社内で情報共有することが重要。申請を担当している部署だけが認定状況を知っていて、経営陣が知らないという場合が多いので、せめて取締役会で報告して経営陣に認識してもらい、それが ESG の評価になっていくという機運を作ることが重要。
- 健康という資源をどのように定量化して経営に生かしていくかについては、民間企業としても改めて答えていく必要があると考える。経営者自らが、健康経営をどのように位置づけるのかということが課題で、それが情報開示の姿勢にも繋がっている。

パフォーマンスの評価・分析について

- アブゼンティーイズムやプレゼンティーイズムについて、リモートワークが当たり前になってくると定義が変わり得るのではないか。
- プレゼンティーイズムの評価指標について、測定指標の統一化は丁寧に検討するべきである。
- アブゼンティーイズムやプレゼンティーイズムは、健康経営のアウトカム指標であり、アブゼンティーイズムやプレゼンティーイズムの低減がなされることは重要。他方、業務パフォーマンスの測定方法の把握については、実態としてどこまで中身を理解しているか、どこまで機能しているかという危惧がある。これらの指標について、測定手法によって評価が異なれば、背景を比較することも難しい。海外ではどのような手法を使って測定しているのかを把握し、整合性を持って取り組むことが、海外への発信といった観点でも将来的に役に立つのではないか。
- プレゼンティーイズムは、海外の論文を見ると基本的には WHO-HPQ による測定が多いと認識している。業務パフォーマンスに関しては、健康経営の中で位置づけているにも関わらず、プレゼンティーイズム、アブゼンティーイズム共にほとんど測定さ

れていないというのが現状である。プレゼンティーズムの測定指標はそれぞれの相関関係が示されていないなどの課題も指摘されているが、今回はあくまでも実態把握を目的として調査票で記載できるようにしていると理解している。

持続的な発展（優良法人制度の再構築）について

- 国が認証してくれるからこそ申請しているという企業も多数存在すると聞く。例えば、大阪で中小企業の関心度が非常に高くなった背景として、行政が積極的に関わったからという話も聞いている。国の信頼ということを高く評価をいただいて認定を受けていると考えるので、民間への移行については今後しっかり議論し、丁寧に説明することが重要。認定への行政の何らかの関与が重要と考える。
- 将来民間に移行することを否定はしないが、ここを強く出してしまうと新たに顕彰制度にチャレンジする企業が混乱しないか懸念する。
- 健康経営優良法人認定を事業としてビジネスにするにあたっては、これから健康経営に取り組む企業を顕在化させることが重要であると考えます。そのため、健康経営にこれから取り組む企業を認証するような健康経営優良法人の下位の認証制度も検討するべきではないか。

健康経営のロードマップ（案）について

- 現状の調査項目は、日本の法制度に基づいて精緻化されたものなので、法制度の異なる海外に持って行っても伝わらない可能性がある。国際化については、健康経営を一般化したらどうなるのか、日本としてはどのあたりを目指すのかを考える必要がある。
- 健康経営の評価を行うにあたっては、正しい情報に基づいた対応をしているかということも念頭において評価することが重要。顕彰制度をどうするかだけでなく、国際発信を念頭に含めた効果検証に取り組むべき。
- 現場からすると健康経営自体に対しては誰も反対しないが、優先順位が上がらないという現実がある。自ら考えてやるというだけでなく、こうやりなさいと誘導してあげる方が分かりやすいのではないか。また、短期のメリットを見せないと優先順位が上がらないのではないか。
- 健康経営の市場が拡大していないことが課題。経営戦略としてなぜ健康経営が必要なのかを啓発し、どのような戦略パターンで健康経営に取り組むべきなのか、

企業からも発信してもらおう仕組みを民間団体としても取り組んでいきたい。健康経営に取り組む企業を見える化して課題を類型化すると、健康経営をビジネスにする企業とのマッチングが進むと考えている。

- 民間企業がビジネスとして健康経営を支援することやソリューションを提供することが重要。ロードマップには、健康経営をビジネスとして取り組む側の視点も加えると良い。
- ESGは資本コストを下げるのが目的で、分母である資本コストが下がれば企業価値は上がるが、時差を持って反映されるのが難しいところ。取組を継続し、得られたデータを世の中に開示していくことでマーケットに知らしめていくことが、これからのステップだと考える。
- 投資家の視点から見ると、日本企業によるESG関連の説明が少ないと感じる。以前よりは会社内部でESGについて話し合う場面は増えているが、IR担当部署等だけの取組となってしまう、会社として取り組んでいくべきというコミットメントが感じられない。海外ではESGの活動に対する評価がボードメンバーの報酬体系に組み込まれており、ボードメンバーがコミットしている。従業員だけではなく、マネジメントにもコミットメントを求めるべきである。企業価値が上がることで、自分たちに返ってくるという視点を加えることも必要ではないか。
- 健康経営と企業の価値については、ポストESGの流れも関係がある。非財務的価値は、企業の見えない価値であり、開示の基準が無いという課題がある。企業がどのような社会的インパクトを与えているか、それを把握しているかという視点から、インパクト会計（Impact-Weighted Accounts）という考え方がある。財務的価値だけではなく、社会的インパクトを企業会計に反映する研究が始まっている。ハーバード・ビジネス・スクールのジョージ・セラフェイム教授がリードしており、全てでは無いがインパクトは比較可能で、会計の枠組みの中で測定されるべきとしている。エーザイが、昨年の統合報告書で、非財務資本が会社のPBRにどのように影響するか発表した。今の研究段階から、インパクト会計の検討に関わっていくことが日本企業にとって重要ではないかと考える。健康経営がウェルビーイングに繋がることを提言する土台が、この7年の顕彰の取組にある。政府がしっかりと関与することが国家戦略として重要である。
- 働き方が大きく変わっていく中で、経営者が健康経営をどのように捉えていくのか、健康経営を推進する体制が保持できるのかどうかという事は、社会との共存という

意味でも重要な課題である。企業そのものが従来の健康管理だけではなく、一歩進んだ健康経営を考えていかなければ企業のサステナビリティが崩壊する。社会と企業が共存し、連携するような世界づくりが必要。従業員に投資しても退社してしまう、といった声も聞かれるが、退社しても別の企業で活躍してくれるなら、社会が活性化していくので良いことであるという考え方を浸透させることが重要。

<3. その他>

- 経営層の関わりというのがまだ不十分である。良い質問が組み込まれているが、たくさん設問の中に紛れているので、もう少しうまく設計できないか。
- 健康スコアリングレポートについては、これまでは保険者単位での集計であったものが事業所単位になってくる。比較するときには、生活習慣のリスク面のバイアスを考える必要がある。ミスリードにならないよう、従業員の年齢や性別といった情報も併せて公開する方が良い。
- 日本健康会議の活動において、健康経営に関して掲げる宣言については、今後どのような形にしていくのか相談していきたい。

お問合せ先

商務・サービスグループ ヘルスケア産業課

電話：03-3501-1790

メール：healthcare@meti.go.jp