

健康・医療新産業協議会 健康投資WG（第11回）

日時：2024年03月15日 10:00-12:00

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

出席委員：森主査、池井委員、岡田委員、栗原委員、小松原委員、辻委員、津下委員、樋口委員、八尾委員、古井委員、山本委員、渡辺委員

議題

- 今年度の進捗と今後の方向性について

<論点>

1. 健康経営の可視化と質の向上

女性の健康

- プレコンセプションケアでは男性も対象となっているので、このような考え方を周知していくことが必要ではないか。
- 今回はじめて経済産業省が女性特有の健康課題による経済損失を試算したことは大変意義があった。特にこれが健康経営における女性の健康づくりを強化するうえで重要な役割をもつと思う。
- 女性の健康問題は（通院し治療を受けた結果等）レセプトで把握可能なものもあるが、必ずしも通院などの形で表れていないものの働きにくさを感じている状態の方もいるので、生活習慣病のような数字に表れる問題と数字に表れない問題があることを理解し、現状の整理をすることが必要である。

データの取得・情報管理

- 外部の機関がPHRも含めてきちんと従業員の健康情報を管理し、健康管理システムと連携できるようにすることが重要である。
- 効果の可視化及び質の向上については、数年にわたってデータを取得して、効果検証を実施する必要がある。企業の協力が必須となるため、銘柄企業に協力を要請するなどやり方や検証方法を工夫してほしい。
- 効果の可視化と質の向上について、評価指標やデータの取得方法といった情報をガイドブックに明示できるとよい。
- 事務局資料によれば、健康経営度調査に回答し、健康経営優良法人認定制度へ申請したが不認定となった理由の多くは、（認定要件の必須項目である）健康経営の取組に産業保健スタッフが関与していない点にある。産業医が経営的視点から健康経営の取り組みに参画することが重要である。
- 健康経営の裾野を広げるために、先進的企業の取り組みや、その開示情報の範囲を広げる必要がある。健康経営先進企業事例集では、各社のサービスを利活用の状況・各社の具体的な取り組みなどの情報を整理している。ぜひ活用してほしい。参考資料 3 の事例集では各社の課題をサ

ービスでどのように解決しているのかわかるようにしている。銘柄企業のホームページなどでの開示は、各社なりの開示を掲載しているため、様々な企業が参考になる情報を掲載する必要がある。（この事例集では PHR に関する）取り組みのユースケースを 3 パターン出している。従業員本人が PHR を活用する方法や、PHR のターゲットを明確にする必要がある。調査票で PHR を問う際には、主語を明確にし、調査票に反映する必要がある。PHR の利活用については、企業が情報を取得し管理するにあたってのルールが明確になっておらず、普及していない状況である。

効果検証

- 特に人的資本経営の領域では、効果検証をしている法人がほとんどいない。効果を実感している企業と効果を実感していない企業の差分を明確にした上で、ガイドラインに盛り込む方向で議論を行った方がよい。

2. 新たなマーケットの創出

健康経営の推進に資するサービスを比較検討できる仕組み

- メンタルヘルスについて、産業保健支援センターで相談員を行っている、欠勤している従業員に出勤できない理由を説明してもらう際に、個人情報保護の観点から病名を明かさないとといった対応が困難な例もある。企業が対応することが難しい事例もある中で、安心して利用できるサービスが分かりやすく提示されるなどの検討が必要である。
- 民間サービス事業者について、健康経営優良法人や銘柄企業がどのような取り組みをしているのか、調査票の内容だけでなく、利用しているサービスを開示し、横展開できるようにしてほしい。
- 様々なサービスとのマッチングは、よいと思う。しかし、コンサルティングサービスのマッチングは各企業が健康経営の推進を外部機関に任せきりになる恐れがある。それよりもメンタルや食事といった個別のサービスの提供状況がわかるようなマッチングサービスの方がよい。
- 特に女性の健康についてはサービスを提供している企業が分からないという声を聞く。併せて、自治体の予防健康づくりのサービスを検索できるとよい。本社が東京、工場が地方にあり、どのようなサービスが地域で提供されているのか分からないケースがあるので、各自治体のサービスや取り組みに関するマッチングサービスが整備されるとよい。
- 保険者のデータヘルス計画は 1 保険者ではなく複数保険者が協力して立案できるということになった。工業団地のように地域の企業が集まって健康経営に取り組むといったことを認めることも一案ではないか。

健康経営コンサルティング自己宣言制度

- コンサルティング事業者の自己宣言について、慎重に進めた方がよい。健康経営優良法人を認定取得に関する傾向と対策について問い合わせが入ることがあるが、企業が外部機関に任せており、主体性がないことが問題である。食品やサービスを提供している企業が延長でコンサルティングをしているケースもあるがこういった事業者は外すなど工夫してほしい。
- 一定の質を担保していることをどのように判断するのが課題である。利用した企業がコンサルティング事業者を評価するような食ベログのようなものを構築した方がよい。

- 保険者等が実施する健診や健康づくり事業は基本的に外部機関に丸投げの状態である。特定保健指導については、基準をクリアすれば実施したことになってしまうが、健康経営も同様とならないよう留意する必要がある。すべてを外部に任せてしまうといった状況が生じる原因は、発注企業側に問題を把握したいというニーズがないことが原因である。銘柄レベルの企業では認識している課題の解像度が高いため、（コンサルティング事業者側の自己宣言制度の整備とともに）企業側の課題認識を高めていくことも必要である。

健康経営の国際展開

- 海外の従業員に健康経営を適用するだけでなく、健康経営の価値が海外で認められて、海外に非常に注目されているという仕組みになることが国内の健康経営を推進する後押しになるので、海外の国々への普及を狙ってほしい。
- 日本独自の部分と海外でも対応できるところがあると思うのでそのあたりは整理しながら、無理のない範囲で展開を促すことが必要である。
- 各国の中で、健康経営の取組のベンチマーク企業があるのではないかと。各国ごとにベンチマーク企業を中心に企業群をまとめて（健康経営の国際展開を進めて）いくべきではないか。
- 日本の健康経営に取り組む企業は、海外法人においても職場や社員のデータの取得ができる。来年度からデータヘルス計画も標準化が本格化するので、民間サービスが横展開しやすくなると思っている。もともと多様性のある様々な企業文化に応じた健康経営をスタートアップのエコシステムに適用していくということで、国内・国外の ESG や SDGs の市場を活性化していく挑戦を行ってほしい。
- 健康経営の国際展開について、健康経営のポリシーは共通化しながら、取り組みは国ごとに考えるということが理想的な進め方ではないか。

3. 健康経営の社会への浸透・定着

小規模法人の健康経営の在り方と要件緩和

- 協会けんぽでは 260 万の事業所が加入しており、そのうち 8 割の事業所は中小企業である。中小企業と話をすると、健康経営の費用対効果が分かりにくいという意見を聞くことが多い。ビジネスベースで費用対効果があるかは難しいところではあるが何らかのエビデンスが出てくると、健康宣言事業が広がるのではないかと感じた。
- 小規模法人への対応ということで広報活動の強化があげられているが、事業所を回っていると健康経営について知らないという事業所が多い。協会けんぽも周知に努めているが、国と協力しながら進めていきたい。
- 小規模法人の要件緩和について賛成である。しかし、要件緩和をした基準をクリアしているということと、銘柄やブランドでは位置づけが異なると思うので、位置づけが異なっていることを提示した方がよい。
- （健康経営に取り組む企業であっても）自社の課題を明確に把握していない企業が一定数存在する。本来であれば、企業ごとの課題に焦点を当て、課題解決のための取り組みを推進すべきである。何らかの施策をやっているという状態をなくすために、従業員の健康課題に焦点を当て取り組み

を推進しているかどうかといった形で聞いていけるようにした方が良いのではないかと。

- 就職活動を行っている学生に対するアプローチについて、できれば大学の意識や学生の健康経営に対する意識を確認する必要がある。面接で健康経営を知っているか学生が企業に聞いたときに、知らないと回答した企業には入社しないケースも聞く。学生が入社する企業を選ぶ際の一つの判断基準として、健康経営が含まれていることを周知する必要がある。
- 中小企業への健康経営の普及拡大について、健康日本21でも自治体が健康経営に取り組むといったことも掲げられているので、自治体など地域の関係者が具体的な目標を立てながら取り組んでほしい。
- 都道府県レベルの認定までは取り組むが、国の認定までは取り組むことができない企業がいる。そのような企業をさらにレベルアップしていくといった観点での取り組みも重要である。
- 今後は非正規雇用や高齢者の従業員が増えていく。民間企業は先駆事例をつくる必要がある。
- 求職者就活生へのアピールについては当然だが、一般的なビジネスマンやMBAを取得しているようなビジネスマンにさえ健康経営が浸透していない。今後はMBAを取得しているような企業の意味決定の中核にいるようなビジネスマンにもアプローチが必要である。
- 投資家目線で見ると投資判断にビルドインするのであれば、多くの企業が回答している、ベンチマークがあるといったことが重要な要素なので、より多くの上場企業が健康経営に取り組むことで投資家は健康経営を投資判断に使いやすくなる。上場企業全体の数値が開示されると、投資化目線で判断しやすい。
- 小規模法人は経営者との距離が近く理念が浸透しやすいので、健康経営を実践する際には健康経営のビジョンを示すことが有効である。
- 小規模向けについて要件の緩和は賛成であるが、認定要件は3項目必要であると思う。自治体への推進により取り組んでほしい。
- 費用対効果がわからなく、健康経営を実施しない企業のケースを聞くことがある。これの主たる原因は企業が自社の経営課題を理解していないことである。健康経営の効果を定量的に図ることは難しいが、課題が解決していることを示すことで理解してもらえる企業が多い。
- 中小規模法人での健康経営の普及は、協会けんぽが大きな貢献をしてきた。今後、自治体と地域の企業が連携し、健康経営を地域へ浸透するためにどのように取り組んでいくか、検討が必要である。また、自治体として認定を受けている苫小牧市のように、自治体自身も健康経営を進めていくべきではないか。

調査票及び回答方法の負担軽減

- 調査票の記入が煩雑であり負担が大きいため、申請しない企業が存在する。そのため、調査票の負担軽減を検討してほしい。しかし、調査票の設問数を削減すると回答の質が低下するので、質を担保しながら、回答の負担軽減に取り組んでほしい。
- 調査票の回答について、現状は少し電子化した程度であると認識している。継続性という観点からは過去と比較してどの点が良くなったかといったことを意識しながら回答できるようにしてほしい。

- 国庫の補助なく自走できるようにという話があったが、お金の切れ目が縁の切れ目という形になって国が全く関わらずにやっていくという形になってしまうと腰砕けになってしまう。
- 健康経営は PDCA が重要であり、かつスコアリングレポートデータの活用と健康経営の連動が重要である。体系的に整理し、PDCA が回るような調査票の内容を目指すべきである。
- 健康経営度調査票の改訂について、なるべくシンプルな仕様にしたほうがよい。このような類の調査票は Excel 形式が多いが、記入側からすると、回答する際の負担が大きい。そのため、グーグルフォームのように簡単に回答できる仕様が最適である。
- 申請書の仕様の考え方について、賛成である。オンラインと紙を併用した運用があってもよいと思う。
- 調査票について、課題を把握する項目の充実が必要である。現在は選択式だが、例えば、メンタルの課題について必ず記載するように設定し、課題意識をもっているのか問うような内容にする必要がある。
- 調査票の簡素化について、賛成である。簡素化について、データを入力する簡素化と項目を減らす簡素化の 2 種類があると認識している。調査票を回答するにあたり、他の部署からデータを取る必要があり、大変という声を聞くことがあるが、それはむしろ企業の健康経営を広めるために価値のある負担感であるといえる。調査票の項目を減らす場合には全体のバランスが崩れる可能性があるので十分な検討が必要である。
- 今年度の調査票ではアウトカムの開示を要件にした。開示をするということは部長レベルでは意思決定ができないので、企業は開示を行うことで自社にどのように影響を及ぼすか考えた上で、それなりのレベルで意思決定する必要があった。情報開示については、開示を求めた結果が企業にどのような影響があるかも含めて検討していく必要がある。

お問合せ先

商務・サービスグループ ヘルスケア産業課

メール : bzl-healthcare@meti.go.jp