

# T-P E C健康ニュース

発行：ティーペック株式会社  
長野県建設国民健康保険組合

## 今月のテーマ 『働く人の健康が企業を伸ばす』

最近、「健康経営」という言葉をよく耳にします。その名のとおり、従業員の<健康>を<経営>の視点でとらえ、そのために企業が積極的に投資をする経営手法のことです。従業員が心身ともに健康であり続けることが生産性を向上させ、企業ブランドの価値を高めるという考えがベースになっています。

ブラック企業、パワハラ、長時間労働…。世の中に氾濫するこうした言葉に代表されるように、経済の低迷が続く日本では労働環境の悪化が問題視されています。一方で少子高齢化と医療費の増大が進むにつれ、今後の労働力の確保や高齢者医療費負担の軽減のために、従業員を大切な経営資源としてとらえ、健康経営に取り組む企業が増えてきました。

「健康長寿」をスローガンに掲げる政府も、健康経営の実施を後押しする動きを始めています。働く人が健康づくりに努めることが個人の枠を超えた業務の一環となり、企業にとっても健康経営が将来を担う一大事業になる日が近いかもしれません。

### 米国の「ヘルシーカンパニー」の概念を日本の「健康経営」へ

「健康経営」という言葉は、NPO法人・健康経営研究会の登録商標で、同会は「経営者が従業員とのコミュニケーションを密に図り、従業員の健康に配慮した企業を戦略的に創造することによって、組織の健康と健全な経営を維持していくこと」と定義しています。そして、「企業が従業員の健康に配慮することによって、経営面においても大きな成果が期待できる」との基盤に立ち、健康管理を経営的視点から考え、戦略的に実践することを意味するとしています。

こうした健康経営の考え方は、もとは1980年代の米国で心理学者であり経営学者のロバート・H・ローゼンが提唱した「ヘルシーカンパニー」という概念からきています。ローゼン博士はそれまで別々に考えられていた「経営管理」と「健康管理」を統合することによって、企業の業績を向上させることができると考えました。

#### ●ローゼン博士が提唱した2つの対策

従業員の健康増進と生産性の向上の両方に活用できる企業の基本戦略について、ローゼン博士は以下の2つの対策を提唱しました。

- ①従業員のストレス管理や禁煙、体重コントロールなど、健康づくりと疾病予防の機会を提供して、「従業員の抵抗力を高める対策」
- ②人的資源政策やプログラムを通して、健康増進と生産性向上につながる「労働環境をつくりあげる対策」

#### ●日本では企業と従業員の双方向の視点が重要

日本は米国とは企業の経営環境が異なり、従業員の健康管理を義務づけた「労働安全衛生法」や企業が出資する健康保険組合の存在から、企業に求められる負担がより大きくなっています。そのため、日本での健康経営は経営者と従業員が協力して築いていく必要があります、従業員の視点も考慮した双方向からの健康管理への視点が重要となっています。

## 自分の役割を知って健康経営を推進

### ●経営者

経営者は、経営の視点から事業利益を求めするために健康経営に取り組むことが重要です。企業として健康経営に取り組むというメッセージを出し、具体的な実践方法や方針を社内に示し、健康経営を進める必要があります。

### ●健康管理を担当する管理職

経営者の考えを受け、従業員の健康づくりについて事業性のある健康づくり対策を推進します。

### ●産業保健スタッフ

産業医や保健師等のスタッフは、従業員の健康コンサルタントとして大きな働きを期待されており、職務や職場環境についての理解も必要になります。

### ●従業員

労働契約において健全な労務の提供が求められ、みずからの健康に責任をもち、そのために努力する義務があります。

### 中小企業の健康経営をサポートする新たな資格「健康経営アドバイザー」

これまで、多くの中小企業では健康経営を実践するにも、資金不足、人材不足などにより困難な状況がありました。そこで、政府は平成 28 年度中に中小企業をサポートする「健康経営アドバイザー」の資格を創設する方針を発表しました。

取得方法については、中小企業診断士や社会保険労務士などを対象に、中小企業の経営実体、長時間労働の抑制、社員の健康対策などを講義し、東京商工会議所で資格試験が実施され、合格者に資格が付与されます。その後、資格者を中小企業に継続的に派遣し、経営者の啓発や社員の健康増進に向けた体制整備などをアドバイスしていくとのことです。

## 健康経営が企業ブランド力向上と CSR（企業の社会的責任）を実現

経済産業省は昨年、東京証券取引所と共同で平成 26 年度の「健康経営銘柄」として 22 業種 22 社を選定しました。選ばれた企業はおのおのの課題に合ったさまざまな手法で、各種社内スポーツイベントやキャンペーンの実施、社員食堂のメニューの工夫・改善、ストレスチェックの実施、有給休暇取得の奨励など、従業員の健康増進と生活習慣病予防、メンタルヘルス対策のための健康経営を実践し、効果を上げたことが評価されました。

政府はさらに今年度中に、社員の健康確保に積極的に取り組む中小企業を、各地の労働局で「健康経営優良企業」に認定する制度も開始する予定です。

健康経営は今後、企業と従業員を健康にするだけでなく、従業員のモチベーションや企業のブランド力をアップさせ、CSR を実現し、学生などの就職活動において企業を選ぶ際の目安になることが期待されます。



戦後、高度経済成長期における日本の企業では、朝礼後や休憩時に職場で体操をし、昼食後にはバレーボール、休日は全社を挙げて運動会など、家族的な雰囲気の中で企業が従業員の健康づくりを支援する光景をよく見かけました。しかし、人びとの個人主義への意識が高まるにつれ、こうした家族主義的

な健康管理は敬遠されるようになり、しだいに衰退していきました。ところが、最近健康経営の広がりとともにこうした社内イベントの効果が見直され、復活させる企業が増えています。

人と人が影響し合い、絆が重視されるいまの日本。「健全なる精神は健全なる身体に宿る」という格言になぞらえるなら、健康経営は「健全なる従業員は健全なる企業に宿る」ということでしょうか。

<参考資料>

「健康経営とは」（特定非営利活動法人・健康経営研究会 ホームページより）

『これからの人と企業を創る健康経営』（発行／特定非営利活動法人・健康経営研究会、制作／社会保険研究所）

『月刊健康づくり・2015年10月号特集「活力ある人と企業を生み出す健康経営」』（発行／公益財団法人 健康・体力づくり事業財団、制作協力／社会保険研究所） ほか

原稿・社会保険研究所©