



損害保険業界の 健康経営の現状と課題

小樽商科大学 商学部 商学科 4年

2016326 水島 早希

目次

第一章 問題意識

第二章 先行研究レビュー

第三章 事例分析

第四章 まとめ

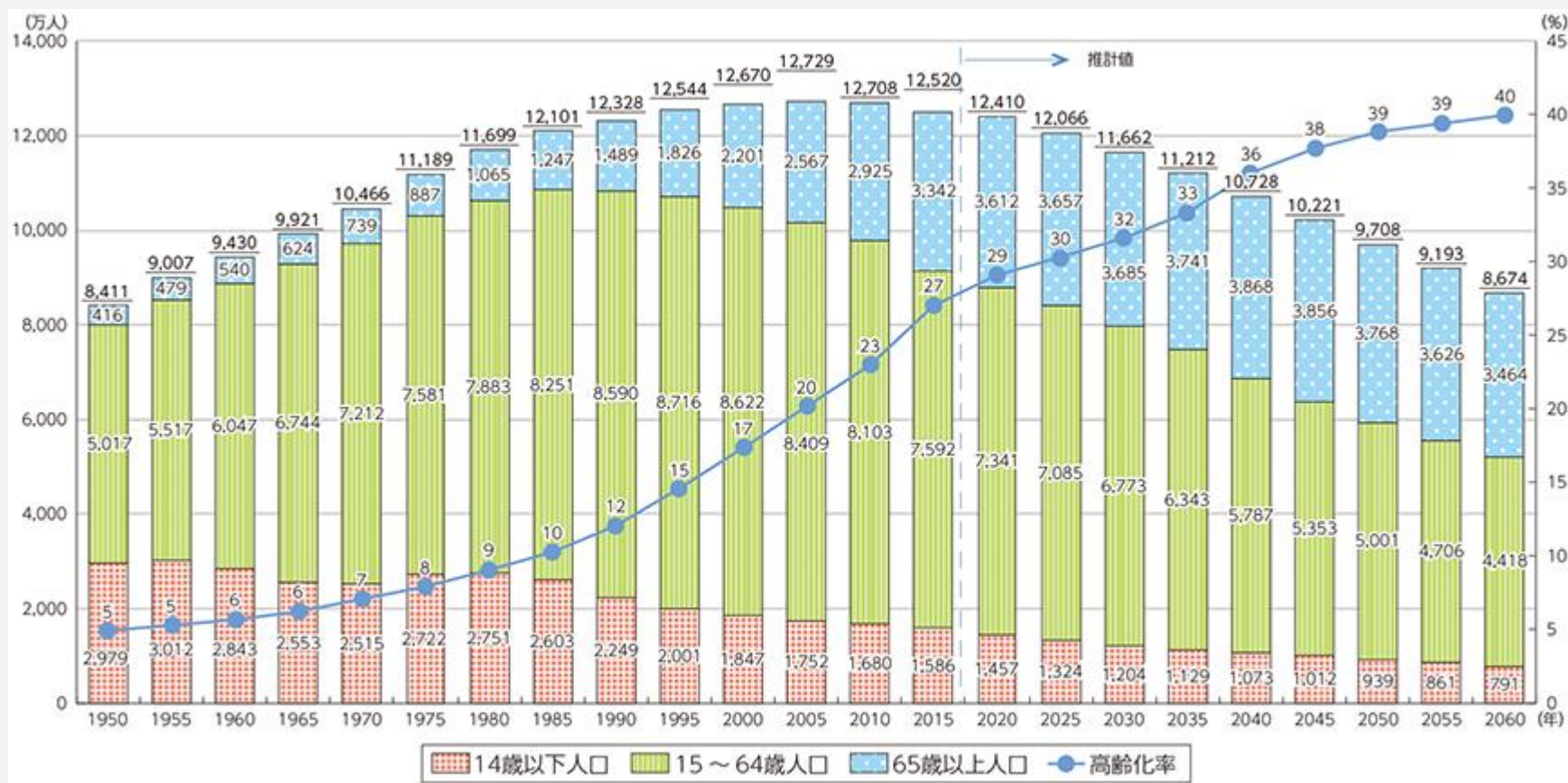


問題意識
健康経営が注目される背景

日本が抱える問題

○超高齢社会による人材不足

⇒15歳から64歳の生産年齢人口が、2020年には約7300万人、2040年には約5800万人というように減少し続ける。

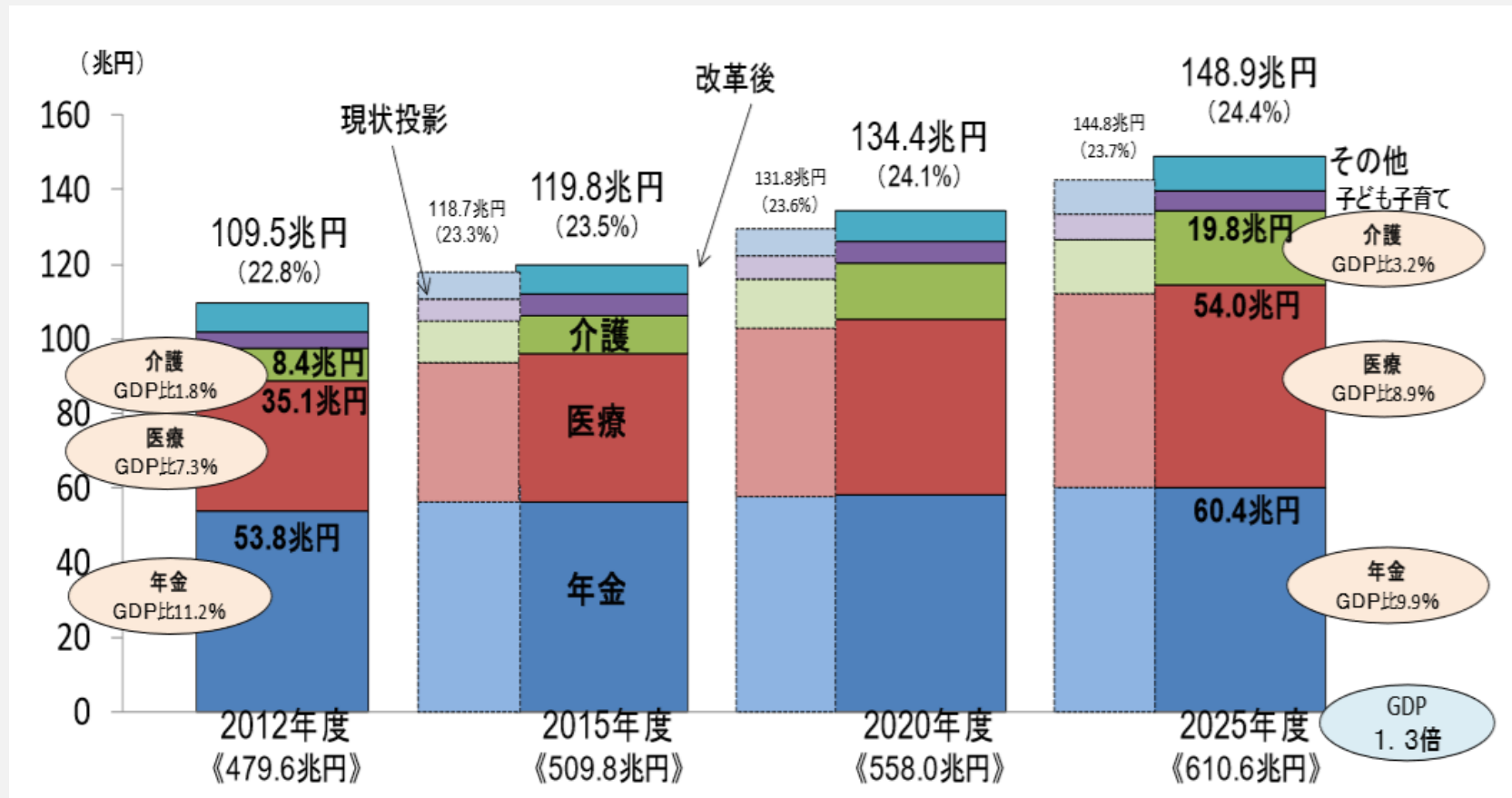


(出典) 2015年までは総務省「国勢調査」(年齢不詳人口を除く)、
2020年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」(出生中位・死亡中位推計)

日本が抱える問題

○医療費や介護費用の増加

⇒増加し続けると費用を賄いきれなくなり、将来の世代への負担増加



出典：厚生労働省(平成24年3月)

これらの課題を踏まえ

安倍政権による日本再興戦略が始まる。

⇒「国民の『健康寿命』の延伸」をテーマの1つに掲げた。

現在…平均寿命と健康寿命の差は **10歳**



超高齢社会⇒全員が長生きしている証

健康経営に
取り組む
必要がある

年をとっても
元気に働くことが
出来る個人



健康に関心の
ある社会

健康経営とは

「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」との基盤にたって健康管理を経営的視点から考え、戦略的に実践すること

○健康経営を行うメリット

- ◆ 医療費の削減
- ◆ 生産性の向上
- ◆ 従業員の創造性の向上・組織の活性化
- ◆ 企業イメージの向上
- ◆ 健康問題の早期発見
- ◆ 人財の確保、人材の定着

健康経営銘柄

「健康経営銘柄」とは、優れた健康経営を実践している企業を、東京証券取引所の上場企業33業種から、経済産業省と東京証券取引所が共同で各業種につき原則1社ずつ選定するもの。5回目となる「健康経営銘柄2019」では28業種37社が選定された。



**損害保険業界からの選定が
他業界に比べて多い**



なぜ、損害保険業界の
健康経営の推進が
上手くいっている
のかを分析し、
健康経営の推進に
必要となる要因を探る。

本研究の目的

The background of the slide features a collage of financial data visualizations. On the left, there is a large pie chart with three segments in shades of blue, labeled with the numbers 348, 129, and 608. Above it is a bar chart with numerous thin vertical bars in blue and brown. On the right side, there are several overlapping documents or reports. One document prominently displays a horizontal bar chart with four bars of varying lengths, colored in blue and brown. Another document below it shows a line graph with a blue line. The overall color scheme is a mix of light and dark blues, with brown accents from the charts.

先行研究レビュー

先行研究からみる健康経営の抱える問題点

先行研究から見る健康経営の課題

- ◆ プレゼンティーズムの測定のあいまいさ
- ◆ プログラム内容が生活習慣病の予防を中心としたものに偏っている。

(森晃爾(2018)「健康経営の展開と課題」『総合健診』Vol.45,No.2,pp.331-335)

- ◆ 健康経営の優先度が低い

(尾崎弘之(2017)「健康経営と企業価値の向上」『国民経済雑誌』Vol.216,No.5,pp.57-72)

- ◆メンタルヘルス対策に関しては、より幅広いメンタルヘルス対策が推進されるべきと考える。
- ◆現行のプログラムはリスクマネジメント型であるため、健康経営の展開においては如何にして支援・増進型活動に広げていくかが課題となる。
- ◆健康経営の課題が適切に評価されていない
- ◆目標が不明瞭

(森晃爾(2018)「健康経営とメンタルヘルス」『関西福祉科学大学EAP研究所紀要』Vol.12,pp.1-4)

- ◆「取り組みの目的が分からなかった」「効果がないと思った」などの活動の趣旨伝達不足
- ◆「現状には特に支障がない」「健康管理に興味がない」という問題意識の低さ
- ◆「忙しい」「活動場所が遠い」などの物理的な問題
- ◆「干渉されたくない」という心理的な問題

(栗原勝・月間紗也(2018)「企業における健康経営の現状」『心身医学』Vol.58,No.3,pp.255-260)



事例分析

損害保険業界三社の比較

分析方法

- ★ A社、B社、C社各企業の特徴を見つける
- ★ 業界全体としてみられる健康経営の特徴を探る
- ★ A社の北海道支社において健康経営に積極的に取り組む社員さんにインタビューを実施。最も積極的に健康経営に取り組むA社の分析を深める
- ★ 今後取り組むべき課題の抽出

3社の取り組み

A社	B社	C社
• 全国の拠点にリーダーと産業保険スタッフを置く • データに基づいたPDCA • キーパーソン中心の取り組み • 健康経営の資格を用いた中小企業への支援 他	• イン트라ネットを活用した情報供 • 被扶養者の健康診断受診の促進 • プレゼンティーズムの測定 他	• グループ統一の健康診断制度 • グループ内で統一のストレスチェック • 休暇取得による社員の心身の健康確保、能力開発 他

3社からみる保険業界の健康経営の強み

★経営理念と健康経営の密接な関係

A社

「お客様に安心をお届けし、選ばれ、成長し続ける会社」であるために、その原動力となる社員の健康は重要なテーマ。

B社

お客様の安心や安全、健康に資する最高品質のサービスの実現を目指している。

C社

社員が健康であることは社員自身のQOLの向上のみならずグループの経営理念の実現に欠かせない

⇒健康経営の優先度の向上に繋がる

3社からみる保険業界の健康経営の強み

★働き方改革×健康経営の実現

○休暇取得は3社が推進している

- ⇒特別連休（5日間連続で休暇）有給休暇、リフレッシュ休暇など
- ⇒仕事の効率アップ

○女性の活躍支援

- ⇒損害保険業界は女性社員が多い
- ⇒女性が長く働けるような制度、女性特有の健康に関する情報提供やセミナーを行う

3社からみる損害保険業界の強み

★他者へ向けた健康経営の実現

○A社

【市との協働】

⇒市の抱えている課題を健康経営の視点から解決
（苫小牧市の中小企業に対する人材確保のための健康経営支援）

【資格を用いた中小企業への健康経営推進】

⇒多くの社員が資格を取得
（健康経営アドバイザーや日本健康マスター検定）
⇒豊富な知識を持ち、各地域の企業に対し健康経営のアドバイス
⇒健康経営の関心を高めると共に、自社商品を用いて健康経営を後押し

3社からみる損害保険業界の強み

OB社

【被扶養者への健康診断受診の推進】

⇒「社員本人の健康と同様に、社員を支えてくれている家族の健康も欠かせない」という考え

⇒会社の評判アップ

OC社

【お客様の健康増進を目的としたアプリやイベント】

⇒お客様からの企業イメージ向上

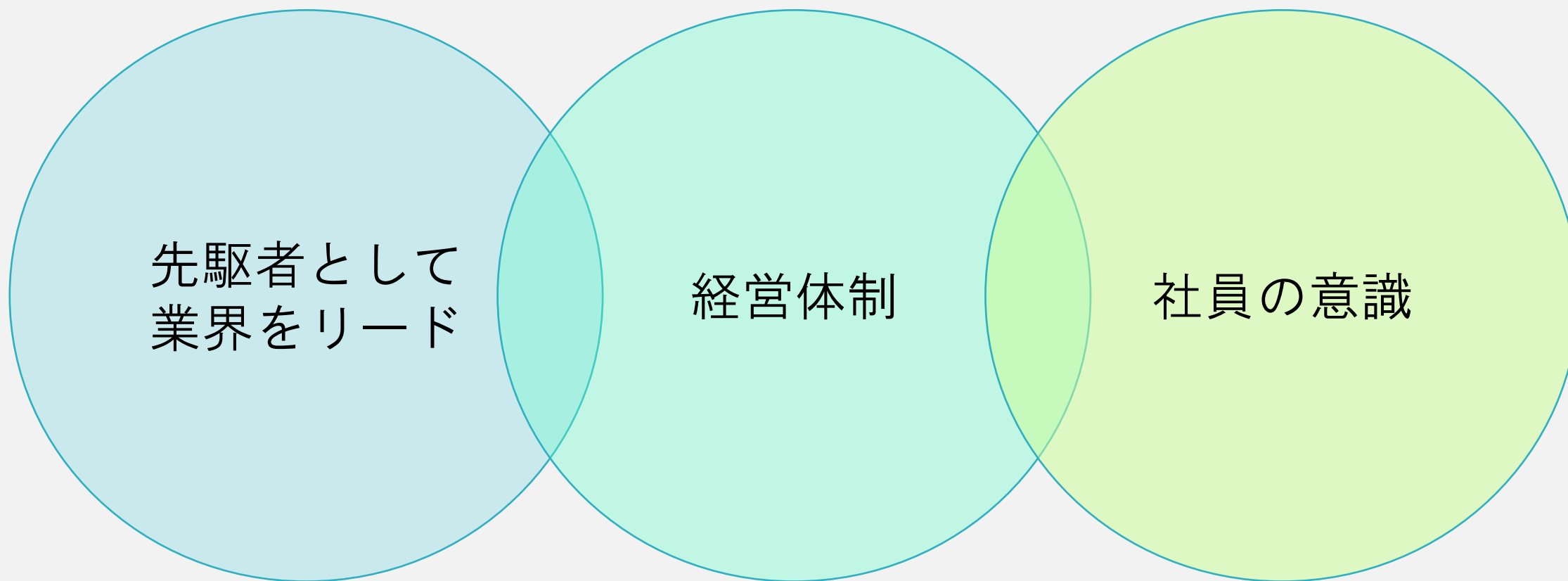
⇒新規顧客獲得の機会

A社へのインタビュー

インタビューでの質問事項

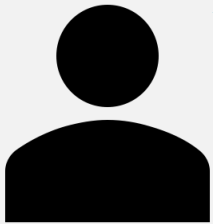
- ① 健康経営に取り組もうと思ったきっかけ
- ② 健康経営に取り組んだことで社内に見られた効果
- ③ 健康経営に関する資格取得について
- ④ 健康経営をする上で欠かせない要素
- ⑤ メンタルヘルスの取り組みについて
- ⑥ 全社員の健康に関する意識を高めるために心がけていること
- ⑦ 苫小牧支社が力を入れている取り組み
- ⑧ 健康経営を早くから取り組んでいることで、同業他社に影響を与えたか
- ⑨ 本社ではなく支店での健康経営の取り組みについて
- ⑩ 今後もっとこうあるべきという課題

インタビューからみたA社の強み



先駆者として業界をリード

A社は早期から健康経営に取り組んでおり、他社は追随できない状態。A社は業界の先駆者となり健康経営を進めているため、他社はA社の取り組みを参考にして健康経営を行っていることが多い

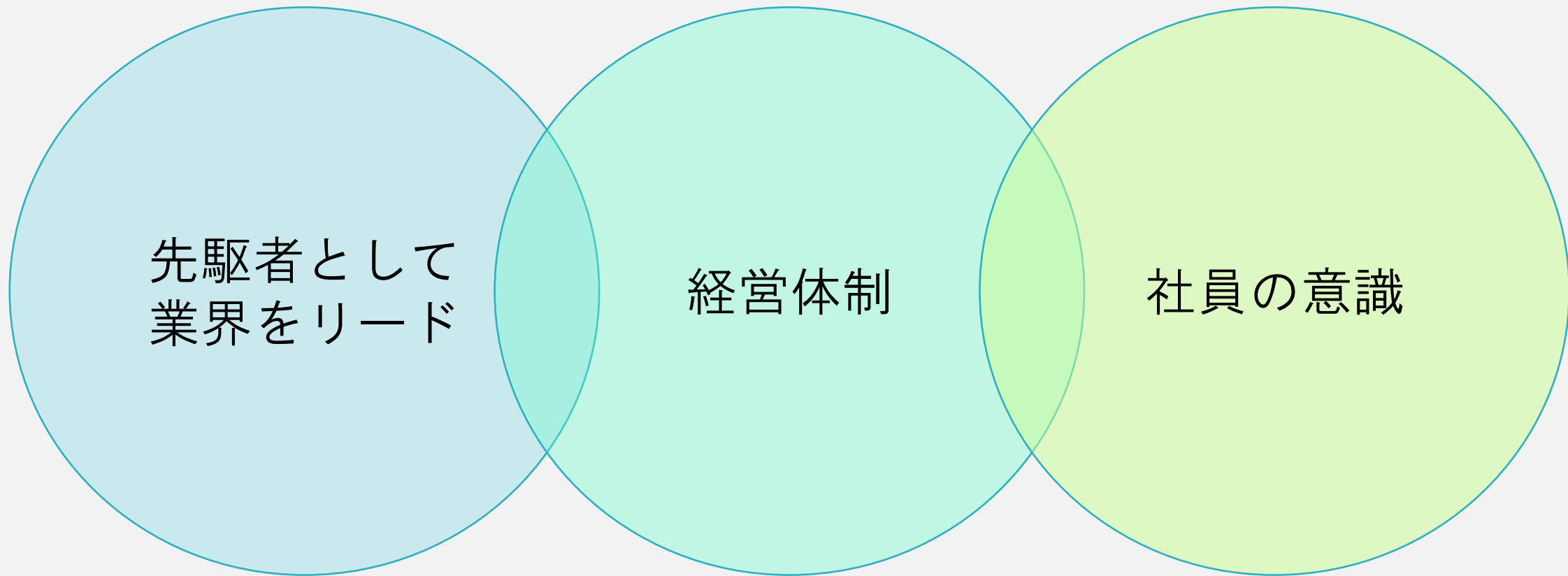


例：中小企業の健康経営支援、お客様のための施策、イントラネットでの情報発信など



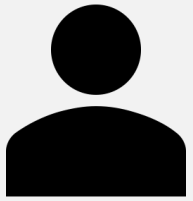
業界に健康経営を推進するための基盤を形成

A社の強み



経営体制

全国各拠点にリーダーがいて、本社の指示がまず各拠点のリーダーへ、その後各支店へ伝達される。また、各支店ごとにも健康経営に取り組む体制がある。

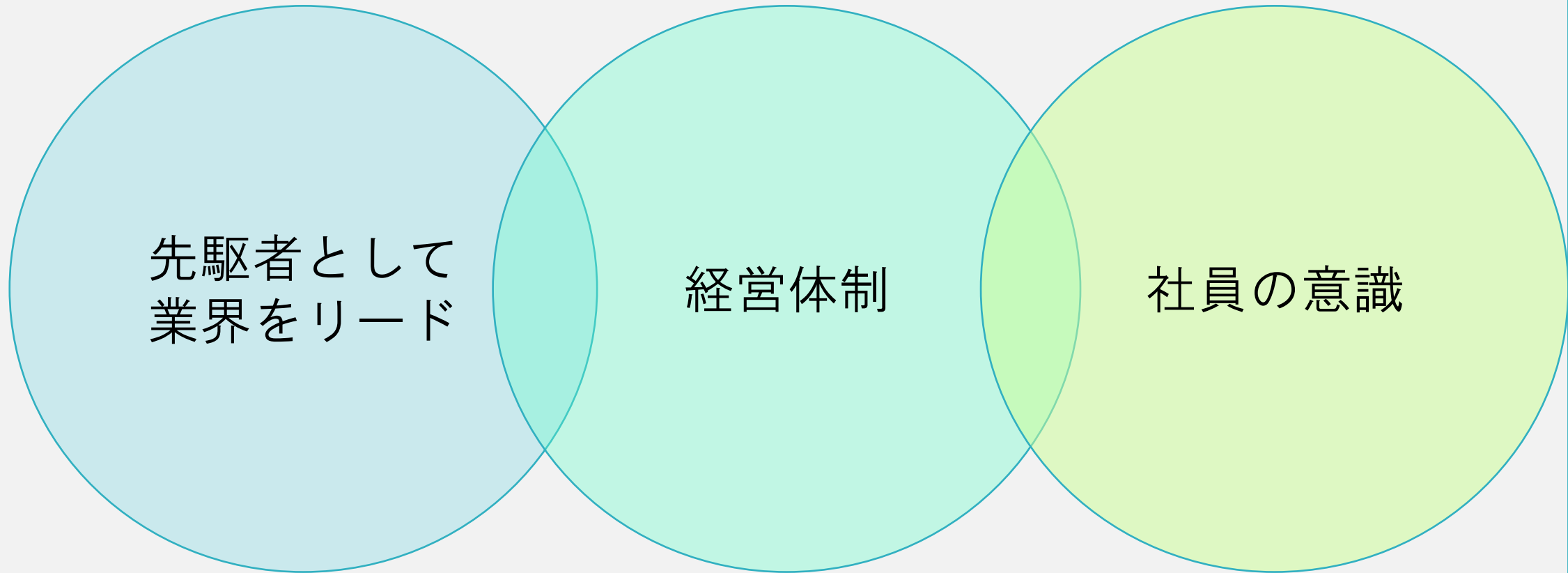


◆「取り組みの目的が分からなかった」「効果がないと思った」などの活動の趣旨伝達不足



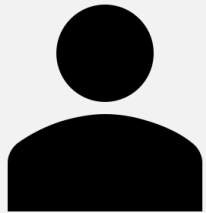
細分化された経営体制により、健康経営のコンセプトが浸透しやすい。

A社の強み



社員の意識

健康チャレンジカードや**健康増進月間**を設けていることで、社員の健康に関する意識を高められている。また今年度から過去5年分の健康診断の結果を端末上でみれるようになったことも意識を高めるきっかけになると思う。喫煙対策についても看護師さんからメールがくる。



- **健康チャレンジカード**：全社員が持っていて、個人の健康目標を記入している。（毎日〇歩あるく、禁煙する など）
- **健康増進月間**：年に1回設けられており、支店ごとにラジオ体操の導入など健康増進の取り組みを行う。健康アプリでは毎日の食事、体重、運動などを管理、AIからのアドバイスや経過をグラフで表示

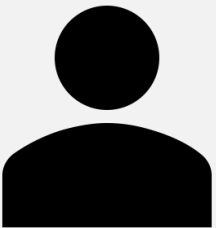
社員の意識

- ◆「現状には特に支障がない」「健康管理に興味がない」という問題意識の低さ

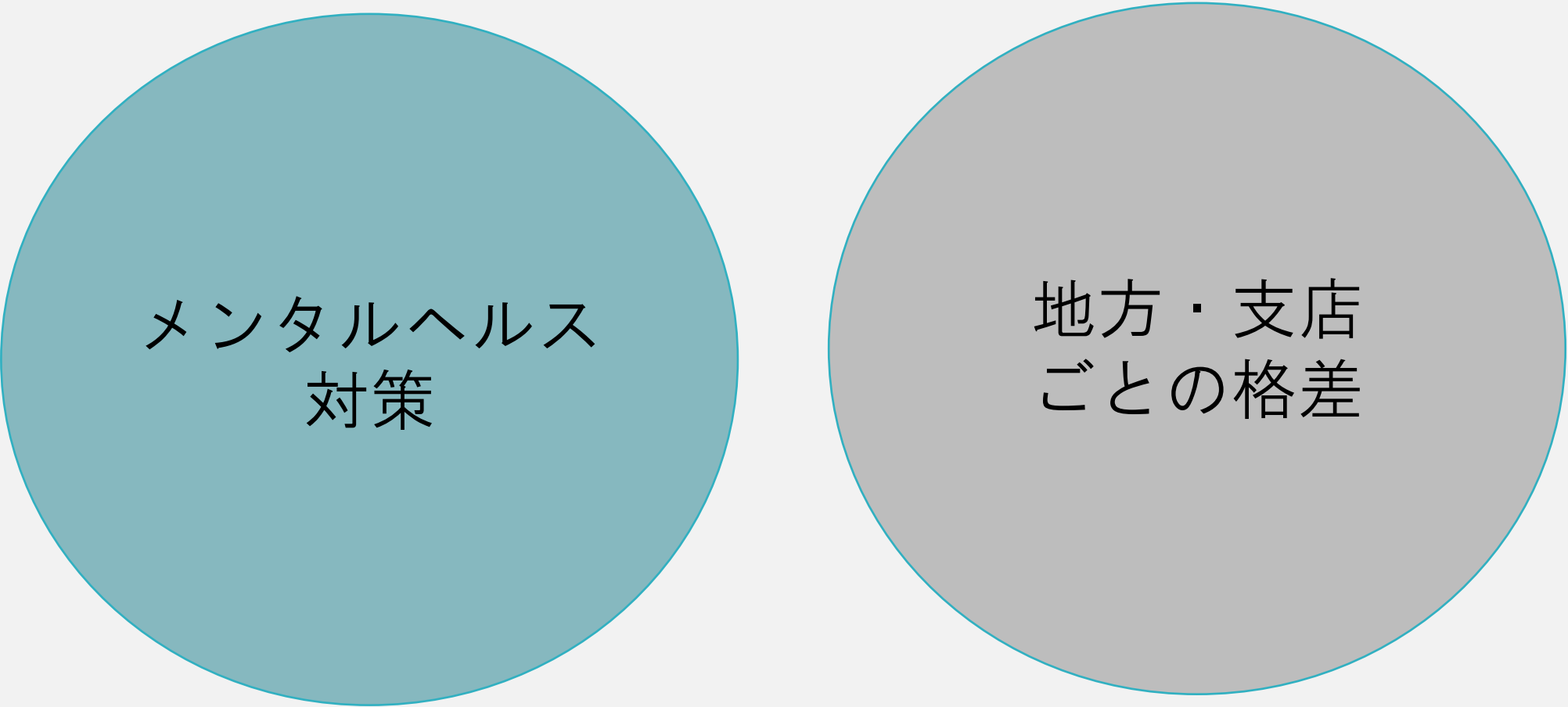


個々が主体的に健康増進に取り組むようになる。

苫小牧支社では、日本健康マスターの資格の勉強を始める社員も増加してきている。



A社の課題



メンタルヘルス
対策

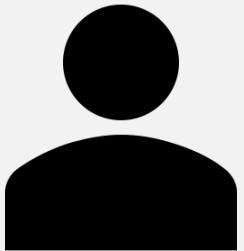
地方・支店
ごとの格差

メンタルヘルス対策

WEB上でのストレスチェックやカウンセリングサービスの提供が現時点で出来る取り組み。



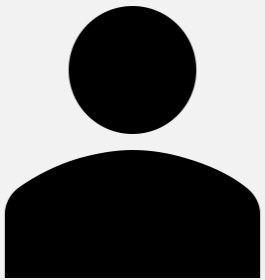
そのような取り組みだけではなく、結局大切になるのは現場ごとにマネジャーや周囲の人が社員の異変に気付き、声をかけるというようなことが出来るかどうかが重要になる。



**メンタルヘルスにも関心を持てる
マネジャーや社員の育成**

地方・支店ごとの格差

もっと厳しめに取り組むべき。各取り組みに対して全社が一律に取り組むように決まりを作るべき。



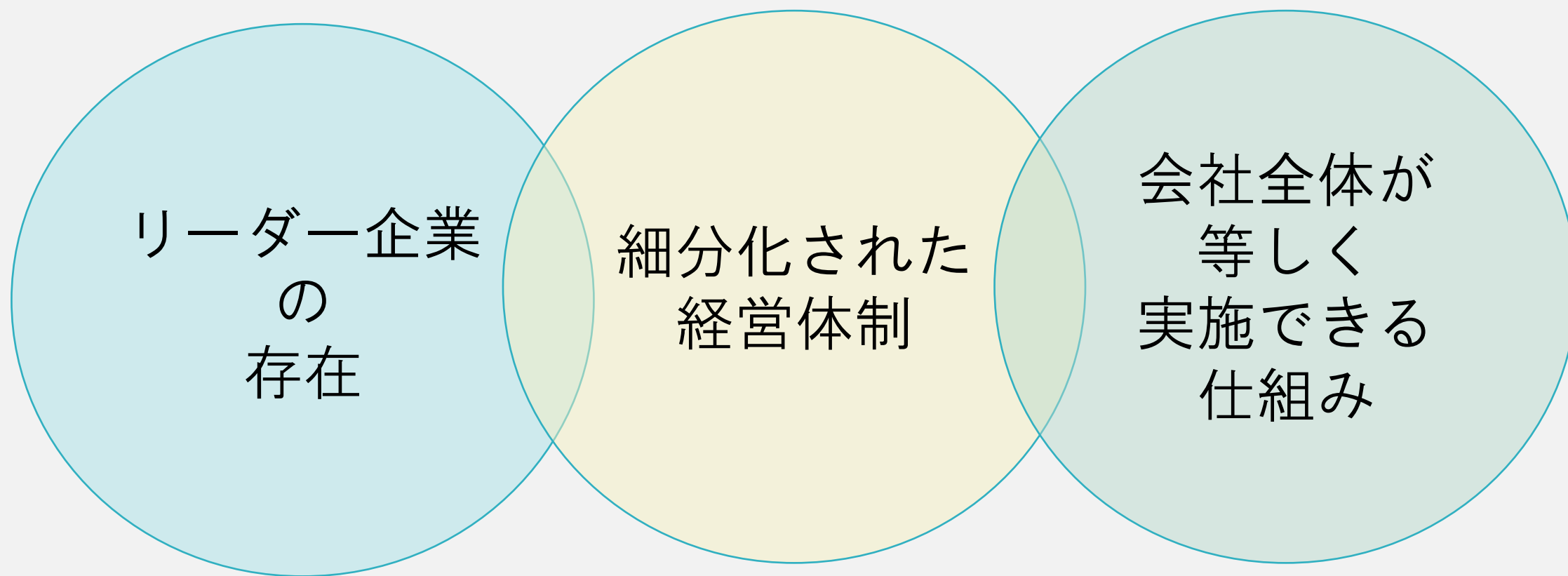
○現状

- ・ 札幌の支店などの従業員が多い支店では、喫煙所を閉鎖しているが、それを各支店が行っているわけではない。
- ・ ラジオ体操を旭川支店や苫小牧支社ではおこなっているが他の支社が行っているかはわからない。

まとめ・考察

今後健康経営を進めていくにあたって

健康経営推進のために重要となる要素



参考文献・参考URL

- ・ 江口康正,(2018)「大企業の健康経営の経験を中小企業の健康経営にどう活かすか？-健康経営アドボカシーの実践ワークショップにおけるディスカッションから-」『日本健康教育学会誌』 Vol.26,No.2,pp.185-192
- ・ 尾崎弘之(2017)「健康経営と企業価値の向上」『国民経済雑誌』 Vol.216,No.5,pp.57-72
- ・ 栗原勝・月間紗也(2018)「企業における健康経営の現状」『心身医学』 Vol.58,No.3,pp.255-260
- ・ 武神健之(2019)「ストレスチェック制度開始後の企業のメンタルヘルス対策に必要なこと」『情報処理』 Vol.60,No.3,pp.202-203
- ・ 津野陽子・尾形裕也・古井祐司(2018)「康経営と働き方改革」『日健教誌』 Vol.26,No.3,pp.291-297
- ・ 福田洋(2018)「健康経営の現状と最新動向：組織のヘルスリテラシー向上を目指して」『日健教誌』 Vol.26,No.2,pp.162-168
- ・ 森晃爾(2018)「健康経営とメンタルヘルス」『関西福祉科学大学EAP研究所紀要』 Vol.12,pp.1-4
- ・ 森晃爾(2018)「健康経営の展開と課題」『総合健診』 Vol.45,No.2,pp.331-335
- ・ 森晃爾(2019)「健康経営の背景と推進方法、そして目指すもの」『人事実務』 Vol.56,No.1195,pp.8-15
- ・ (2019)「最高のコンディションで仕事に向き合える企業に」『へるすあっぷ21』 No.414,pp.4-6
- ・ (2019)「健康いきいき職場づくりチームにより事業所ごとに主体的な健康経営を推進」『人事実務』 Vol.56,No.1195,pp.16-24
- ・ 東京海上ホールディングス サステナビリティレポート,2018
- ・ MS&ADホールディングスCSRレポート,2017
- ・ SMPOホールディングスHP
- ・ 経済産業省「健康経営推進の概要」
(https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/downloadfiles/180710kenkoukeiei-gaiyou.pdf)

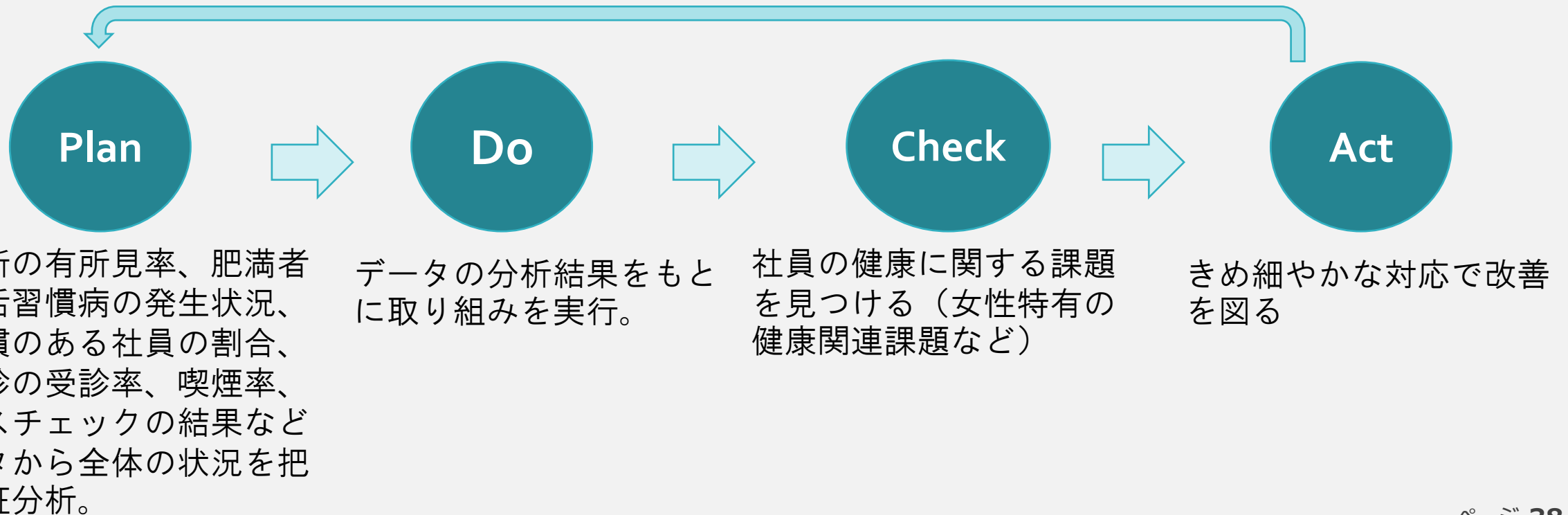
参考URL

- ・ 経済産業省 健康経営銘柄選定企業紹介レポート
(https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/downloadfiles/meigara_report2019.pdf)
- ・ 経済産業省HP
(https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/kenko_keiei.html)
- ・ 首脳官邸HP (https://www.kantei.go.jp/jp/headline/seicho_senryaku2013_old.html)

ご清聴ありがとうございました

参考資料：A社の健康経営

- 経営理念に沿った施策
⇒A社の目指す姿を創る原点は健康経営そのものであると考える。
- 全国の出発点にリーダーと産業保険スタッフを置き連携する
- 膨大なデータに基づきながらPDCAサイクルを回す。



参考資料：健康増進策

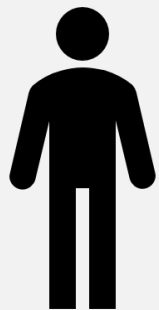
- **キーパーソン**を中心に職場ごとにラジオ体操、ウォーキングなどの健康増進の取り組み実施

⇒ コミュニケーション活性化、健康リテラシー向上

- 快適な職場づくり（照明、騒音、換気、温度湿度など）

- 社員が**健康経営アドバイザー**の資格を取得

⇒（東京商工会議所が健康経営の推進を図るために作った制度）



社員が健康経営アドバイザーの資格を取得



各拠点にある企業（主に中小企業）へ健康経営を推進するためのアドバイスをする。



健康経営に取り組む企業が増える。新規契約に繋がる。社員自身の健康経営に対する意識も高まる。

肥満対策

- 社員食堂のメニュー

⇒本店の食堂において社員の健康に配慮したメニューを提供。

- 糖尿病や高血圧対策

⇒データを基に分析し階層を定めている。各階層ごとに介入方法も明確に定め、着実に実施

その他の施策

- 禁煙対策・重症化予防・女性の活躍などの多様な働き方支援

- メンタルヘルス対策

⇒「メンタルヘルス対策基本方針」を定め積極的に実施。

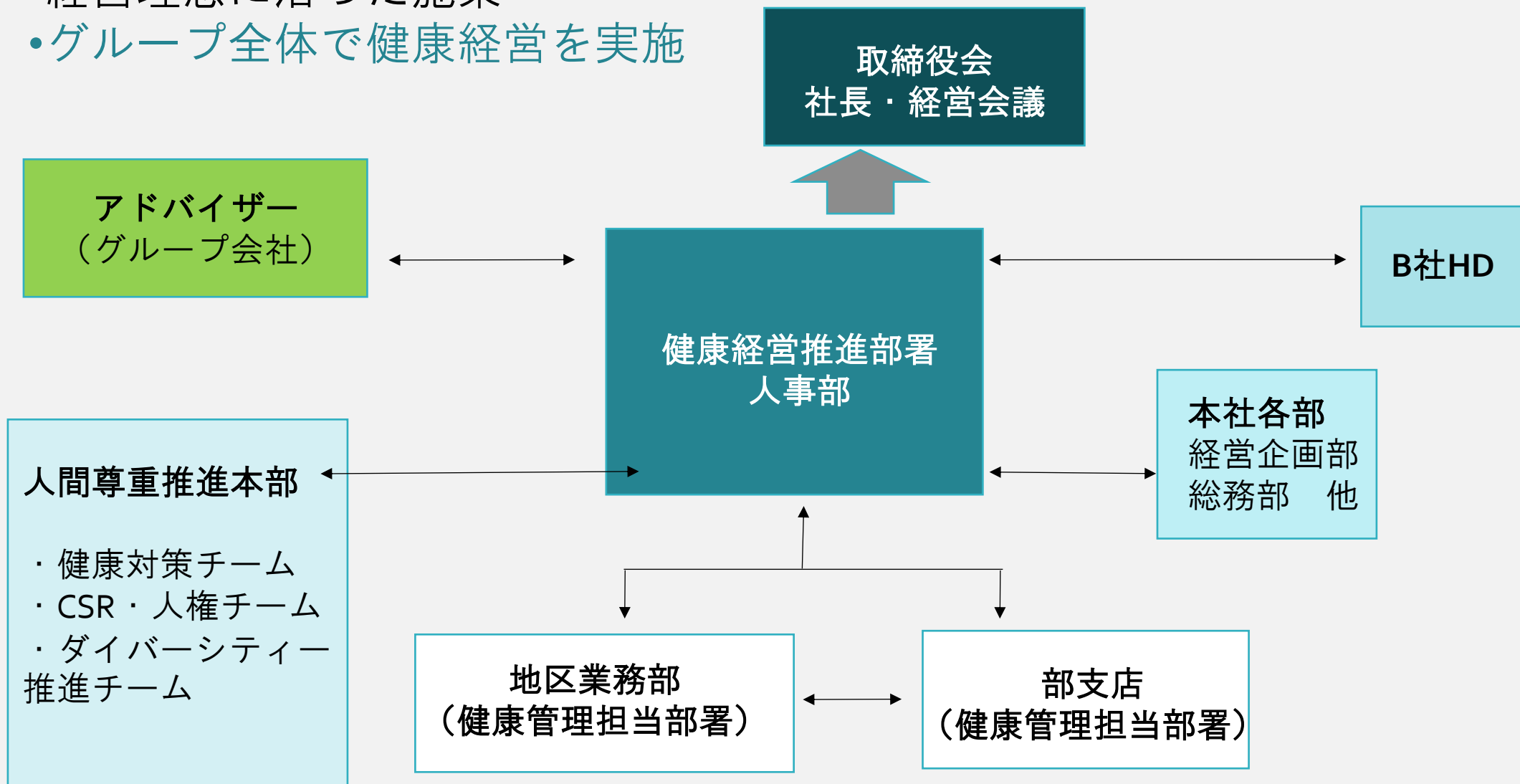
⇒ストレスチェックは義務化される前の2010年から実施。

⇒2012年からはワークエンゲージメントの向上に力を入れている

⇒相談窓口やカウンセリング、職場復帰支援を実施

参考資料：B社の健康経営

- 経営理念に沿った施策
- グループ全体で健康経営を実施



参考資料：B社の健康経営

•イントラネットを活用した情報提供

⇒健康診断や、食事・運動・睡眠、メンタルヘルスなどについて年30回以上発信

⇒社員が健康について考えるきっかけに

•被扶養者の健康診断受診の促進

⇒健康保険組合と連携。社員から被扶養者へ呼びかけるだけではなく、会社からも受診を勧める手紙を送る

•プレゼンティーズムの測定

⇒グループ会社が提供する労働生産性プログラムを用いて測定

参考資料：C社の健康経営

- 健康経営を中長期経営計画の重点目標に定めている。
「健康づくり宣言」「心の健康づくり宣言」
- グループ統一の健康診断制度
⇒全国の従業員に対し均質な健康診断、結果判定
- 社員の健康増進に繋がるサポート
⇒eラーニング、心身の健康に関する情報、食生活・運動・睡眠・喫煙など生活習慣に関する情報、スマホアプリ、イベントなど
- グループ内で統一の方法でストレスチェックを実施

参考資料：C社の健康経営

- お客様の健康増進

⇒お客様の健康増進を目的としたアプリの提供やスポーツ教室の開催

- 休暇取得

⇒夏季休業や特別休暇などの休暇取得を促す。

⇒社員の心身の健康確保、能力開発

- メンタルヘルス対策

⇒産業医などの配置、相談窓口の設置

- 環境整備

⇒照明、換気、温度湿度など