

発刊にあたって

働く人の健康障害が社会的にも大きな問題になっています。働く人の病気や、業務に起因した健康障害は、いまや多くの場合、訴訟となり、企業責任が追求されるようになってきました。従来、業務に起因した健康障害は、経営者にその予防義務があり、職場の環境や働く人の健康管理が法によって義務づけられているところです。

一方、健保組合は、経営者、働く人がお互いに協力して万が一病気になったとしても、治療費を心配することなく安心して治療を受けられるよう保険給付を行うことになります。また、保健事業において、健康増進や生活習慣病対策を実施し、疾病予防に重点を置いた施策を展開するよう、法で規定されています。健保組合は、経営者と働く人の出資によって支えられていますが、医療費が増えてくると、経営者の出資、働く人の保険料率ともに増加することになります。経営者は利益の一部を拠出し、働く人は給与から拠出することになります。経営者が、経営努力して給与を上げたとしても、医療費が増大すれば、結果として上がった給与は減額されることになるでしょう。また、働く人の疾病は、生産性の低下をもたらし、企業にとっては、大きな損失となります。

このような中で、企業と健保組合が一体となって働く人の健康を支え、企業と従業員双方の利益をもたらすためには、どのような方法があるのかを考え、定期的に情報交換を行つてきました。その結果、「健康経営」という考えに至り、NPO法人を設立して、この考え方の普及を図つてきました。経営者、管理職、産業保健スタッフ、そして、健保組合、労働組合が三位一体となって力を合わせることで、大きな成果が期待できます。そのための手法を確立するため意見を交わしてきました。

健康経営は、大きく3つの視点があります。

まずは、経営者が取り組む経営の視点から見た健康づくりの展開です。健康づくりは、疾病治療と異なり投資額が少なくてもリターンが大きなものですが、その大きなリターンを得るためにには経営者の汗が必要です。経営者の健康への取り組みが何よりも大きな効果を生み出します。それは、企業の規模を問いません。たった一人の従業員の企業においても、その従業員が長期に休むことがないように経営者みずからがコミュニケーションを図ることで、経営上の利益がもたらされるのです。この利益は、損失を最大限に少なくすることでも得られるのですから。経営者が、従業員一人ひとりに声かけをし、メールを送ることで大きな効果が得られるのです。まさしく経営者の健康に配慮する時間が利益、つまりTime is Moneyなのです。

次に、企業で健康管理を担当する管理職の人が、組織の健康レベルを上げるために取り組む健康づくり風土の醸成です。いわゆるポピュレーションアプローチやマーケティング理論に基づく健康づくりです。これには、コンプライアンスやリスクマネジメントが関係します。

そして、3つ目の視点が、個人が取り組む健康づくりです。自分の健康に投資するに見合った効果（利益）を得るために知識やスキルを身に付け、また、専門家のエビデンスに基づいた知識を求めることがあります。自分の資金を効果的に健康に投資し、さらにバイタリティあふれる自分を創造することになるのです。

今回、健康経営の基本的な考え方と、健保組合におけるマネジメントの考え方について一冊の本にまとめることができたことは大きな喜びです。多くの企業や健保組合が、シックカンパニーの道をとらず、ヘルシーカンパニーの道を一步一歩歩むことになれば、きっとヘルシーな地域、ヘルシーな都道府県、そしてヘルシーな国が構築されるはずです。そのためにも、健康を視点において、経営を多くの方に実践していただければと望んでいます。

大阪ガス株式会社 人事部健康開発センター 統括産業医 岡田 邦夫
ワールド健康保険組合 専務理事 安倍 孝治

目 次

発刊にあたって 3

第1部 健康経営論

7

はじめに 8

I ヘルシーカンパニーの思想 9

1. ヘルシーカンパニー 9
2. シックカンパニー 10
3. 人を育てる企業 11
4. トップの役割 12

II 企業としての健康経営論 13

1. 健康経営の6つの柱 13
2. 健康経営を進めるための基本的な考え方 14
3. いますぐ始める！ 企業の健康管理－健康経営学事始－ 15
4. 健康管理とコンプライアンス 18
5. コンプライアンスとCSR 20
6. ワーク・ライフ・バランス 20
7. ディーセント・ワーク 21

III 個人としての健康経営論 23

1. 自分の健康を経営の視点からとらえる 23
2. 体重は大切な健康の指標の一つ 24
3. 体を動かし、筋肉量を保つ 24

IV 労働安全衛生法と健康管理 27

1. 健康経営を支える組織のしくみ 27
2. 企業は従業員に対する安全配慮義務を負う 27
3. 企業における健康管理は健康診断から 29
4. 職場の環境を快適に調整する義務 30

V リスクマネジメントとしての健康管理 31

1. 企業のリスクマネジメントとしての健康管理 31
2. 従業員の健康と賠償責任 32

VI 従業員の抱える健康リスク 35

1. 長時間労働と健康障害 35
2. 企業におけるメンタルヘルス 36
3. 生活習慣病予防と生活環境病予防 36
4. 社会に蔓延するメタボリックシンドローム 38
5. 正しい姿勢で健康管理 39

VII ポピュレーションアプローチとハイリスクアプローチ 40

1. 健康づくりの風土を醸成する 40
2. ソーシャルマーケティング 41
3. 健康保険組合と事業者の連携による健康管理 41

第2部 健康保険組合マネジメント論

43

はじめに 44

I 「健康経営」とは 47

II 健康経営への道 49

III 保健事業の目的 53

IV 健康経営の基本 54

1. 母体企業と一緒にになって進める 54
2. 健康管理の役割分担を明確に 54
3. 健康の大切さの風土づくり 57
4. 職域と地域の連携 61

V 健康保険組合マネジメント論 62

1. 保険者機能の強化 63
2. 健診デザインを考える 67
3. 健診データから効果的な保健事業を探る 69
4. 広報の重要性 72
5. 健康管理事業推進委員会の設置 73
6. 関係団体、関係者との連携 78
7. 健康支援事業者はパートナー 81
8. 価値を高める組織づくり 83

おわりに 90

(付) 特定非営利活動法人 健康経営研究会の活動 92