

健康経営向け健康コンテンツ紹介制度の新規構築

1. 先進事例、市場ニーズに係る調査

市場ニーズをヒアリングした結果

健康づくり事業は総務・人事などの部署が担当するケースが多く、他業務に圧迫されやすい。また、健康経営優良法人認定制度の改正や注意事項の複雑化など、必要とする知識も専門性を極めており、取り組み実施の障害となっている可能性がある。

以上から健康経営優良法人認定の取得を目標とした健康づくり計画の策定から申請書の作成まで一連の支援を行うサービスの需要が高いと仮定した。

2. 実証事業の目的

- 企業、健康保険組合等に対し、専門知識を生かした健康経営への取り組み支援をおこなうことで、より効果のある健康づくり事業を実現する。
- 健康づくり事業の計画策定から、健康経営優良法人認定申請までの一連の支援サービスをマニュアル化し、支援に必要となるツールを制作する。この取り組みにより、本ツールを活用し、企業の健康づくりを支える外部人材「健康経営ソーシャルプランナー」の認定資格制度の開発、導入によるビジネス拡大のベースづくりとする。
- 専用WEBサイトを制作し、より興味の強い企業を見込み客として獲得する。
- ニーズに合った健康コンテンツを実施することで、参加者の反応と担当者の反応を確認。健康づくり事業が企業へ与える影響を明らかにする。

3. 実証実験の内容

<実施概要>

実施期間 2019年10月～2020年3月

実施すること A ヒアリング調査

B コンサルティングフロー及びツールの作成

C 専用WEBサイトの制作

D 健康コンテンツの実施

対象者

A 健康づくり支援サービスの利用を希望する3社
健康経営ソーシャルプランナー想定企業3社

B 自社スタッフ

C 全国公開

D 県内企業1社および健康保険組合1団体



Q.健康づくり支援サービス利用の理由

- ・健康経営優良法人認定の申請に必要な情報を持っているから
- ・健康コンテンツも充実しており、健康づくりのノウハウがあるから
- ・担当者の手間が削減できるから

Q.今後支援サービスに求めること

- ・自社の目標設定から実施内容の選定まで相談したい
- ・年間を通して相談したい
- ・申請後認定が受けれるかわからないものにお金を払うのは不安。後払いなどの制度が欲しい。

4-A.ヒアリング調査

方法:ヒアリング調査

対象:健康づくり支援サービス利用企業3社

主に申請書の作成支援を中心に展開、ヒアリングを行ったが、年間を通じた支援も需要が高い。不明点の問い合わせ先としての役割も大きく、訪問支援以外にも電話での相談を受けるサービスも必要であることが明らかになった。以上を踏まえ、コンサルティングのフローおよび支援ツールを作成した。

4-B.コンサルティングフロー及びツールの作成

健康経営コンサルティングサービスのフロー及びツールを作成するとともに、サービスの実践実績を資格制度に反映する「健康経営ソーシャルプランナー認定制度」の構築を検討した。本事業では当制度の基盤づくりと妥当性の検証を目的とし①②を実行、④の講座受講の見込みがある企業へのヒアリングを行った。

- ①当社が以前より実施している健康経営支援サービスのフローを固定し、標準化する。
- ②支援に使用するツールをフォーマット化する。
- ③②の情報をテキスト化し、認定講座のカリキュラムを決定する。
- ④中小企業診断士や社会保険労務士などの事業者を中心に希望者を募集し講座を開講、ライセンスを発行する
- ⑤ライセンス取得事業者は地域の企業と密接に関係していることを生かし、当社提供の健康経営コンテンツを自身のサービスとして提案できる

各企業へのヒアリング結果を参考に、健康づくり事業支援サービスを確立。年間を通して計画の策定から取り組み実施、申請書の作成まですべてを支援する体制を整えた。

また、健康経営優良法人認定に基づいた支援マニュアルを作成した。これにより、自社スタッフや外部スタッフなど、経験の有無にかかわらず一定のレベルでの支援が可能となり、支援者の認定制度を定める基盤を整えることができた。



4-C.健康経営ソーシャルプランナーについての調査

健康経営ソーシャルプランナー想定企業3社に対し、ビジネスモデルの共有、ヒアリングを行った。

健康経営支援を通して、業種に関わらず販売促進につながる可能性が示唆された。

支援方法、スキルはマニュアル化することで不安なく活動することができるが、日々変動する社会情勢や、予備知識の拡充の負担がソーシャルプランナーとして活動する障害になりうることから、フォローアップの仕組みや、ポータルサイトなどの情報共有ツールを整備する必要性が高いと考えられる。

また、必ずしも支援サービスでの収益は必要でなく、顧客となる企業へ健康経営をサブツールとして提案し、バックフィーを得るビジネスモデルのニーズが新たに変わった。今後は新たにニーズのあった一般企業における紹介制度と、当初想定の上業への資格制度の両面からビジネスモデルを検討する。

4-D.専用WEBサイト・健康コンテンツの制作

主にサービス利用企業からのヒアリング内容をもとに作成したサービスの専用WEBサイトを制作。<https://www.hatachi-wellsmile-np.com/>
 さらに、健康経営優良法人認定の取得に必要な基準を満たすことができる健康コンテンツ全19種（外部提携6コンテンツ）を企画した。



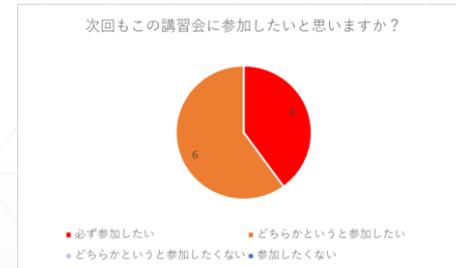
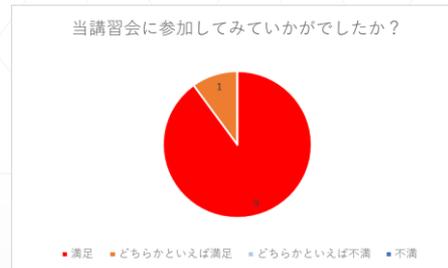
| コンテンツ | 金額(税) | 備考 | 提供元 |
|---------------------------|----------|----------------|---------------------|
| 健康経営優良法人認定の取得 | ¥0 | | 株式会社 |
| 健康づくりセミナー-個別指導 | ¥20,000 | 1名あたり | 株式会社 |
| 健康づくりセミナー(社内版・メルマガ) | ¥50,000 | 1名あたり | 株式会社 |
| 自立体位安定装置 | ¥500 | 1名あたり | 株式会社 |
| 健康経営を推進する自動販売機の設置 | ¥0 | | 株式会社、サントリービレッジサービス |
| 企業事業用へのマスクと消毒液の配布(展示データ付) | ¥10,000 | | 本誌 |
| 健康づくりセミナー-アロマワークショップ | ¥30,000 | 1名あたり | 株式会社 |
| 健康づくりワークショップ(養生法) | ¥50,000 | 1講座あたり/最大50名まで | 株式会社 |
| 健康づくりワークショップ(運動習慣) | ¥50,000 | 1講座あたり/最大50名まで | 株式会社 |
| 健康づくりワークショップ(栄養) | ¥50,000 | 1講座あたり/最大50名まで | 株式会社 |
| 健康づくりワークショップ(メンタルヘルスマテ) | ¥50,000 | 1講座あたり/最大50名まで | 株式会社 |
| 健康づくりワークショップ(認知) | ¥50,000 | 1講座あたり/最大50名まで | 株式会社 |
| 健康づくりワークショップ(働き方) | ¥50,000 | 1講座あたり/最大50名まで | 株式会社 |
| メルディックワークショップ | ¥30,000 | 1講座あたり/最大15名まで | 株式会社メルディック・ワークショップ |
| 健康経営講演会(経営者・管理職向け) | ¥100,000 | 1講座あたり | 株式会社AYARI(静岡大学名誉教授) |
| 健康経営講演会(従業員向け) | ¥30,000 | 1講座あたり | 株式会社AYARI(静岡大学名誉教授) |
| ボデイワーク講習会(肩こり腰痛ケアコース) | ¥50,000 | 1講座あたり/最大20名まで | 株式会社AYARI |
| ボデイワーク講習会(メンタルヘルスマテ) | ¥50,000 | 1講座あたり/最大20名まで | 株式会社AYARI |
| 健康経営管理セミナー | ¥50,000 | 1講座あたり | 株式会社 |

WEBサイトにて「すでに健康経営に取り組んでいる企業」と「これから健康経営に取り組む企業」に分け、適する内容のサービスを紹介した結果、具体的な解決コンテンツを欲するケースや、組織としての取り組み全体の促進を希望されるケースが見られ、現在の健康経営への取り組み状況に応じてニーズが異なる可能性が示唆された。

4-E.健康コンテンツの実施・検証

アンケート結果(n=10) 当サービスを通して**90%**の従業員が満足であると感じた

対象:A組合
 開催日:2020年1月31日(金)
 開催場所:朝日テレビカルチャー 清水スクール
 講師:株式会社AYARI 公認インストラクター(外部)
 参加実績:10名
 実施内容:①ボデイワーク講習会(肩こり・腰痛ケアコース)
 費用:トライアル実施につき無償にて提供



健康づくり担当者2名へサービスについてのアンケートを実施。結果よりコメント抜粋

■良かった点

- ・リフレッシュできた
- ・従業員の健康意識の向上につながった
- ・各々のコンディションに合った動作で行えるため、年齢性別問わず体験できる
- ・20名程度が利用できる金額で妥当。多くの事業所にすすめたい。

■課題・改善点

- ・開催場所の確保が難しい
- ・大人数での実施が開催が難しい

サービス内容には高い満足度を得ることができた。一方で、開催場所の確保や大人数での実施などには課題が残る。今後、大人数でのパッケージプランや、オフィスで実施可能な簡易コースなど、企業にて実施しやすい企画を検討し、より多くの従業員の参加を促すための仕掛けが必要である。

5.ビッグデータ活用の検討

企業1社が実施した体力検定結果とアンケート内容をデータ化。トライアル実施として無償で健康づくり担当者へ提供し、ヒアリングを行った。

単純な体力測定データの検証のみでなく、健康づくり事業全体の評価分析としての活用の可能性が示唆された。他社との比較が可能な仕組みを整えることで、新たなサービスを生み出すことができる。また、健診データとの紐づけを行うニーズがあることもわかり、健康経営自体の有効性が確認可能になると考えられ、企業が健康経営に取り組む手助けとなる可能性が高い。今後専門機関との連携によりシステムの開発を検討するとともに、健康経営のデータ活用の専門家へ相談、活用方法や有効性等を検討する。



6.考察と課題

健康経営コンサルティング・プランナー認定制度について

・各企業に適したサービスを、専門知識に基づき提案することは有効であることが分かった。一方で、当初想定した資格制度のほかに、一般企業が自社の販促のためにサブツールとして健康経営を進め、サービスの提供自体は当社が行う紹介制のビジネスモデルのニーズが確認された。今後は予定通り資格制度の準備を進めるとともに、対象を士業のみでなく一般企業にも広げ、紹介料の支払いを前提としたビジネスモデルの検討を行う。

コンテンツ提供について

・健康経営コンサルティングのフローをもとに、各企業のニーズにあわせコンテンツを提供したことにより、高い満足度を得ることができた。
 ・提供先企業の業種や従業員人数、複数事業所の有無などにより、コンテンツの提供の際に求められる内容が異なることが明らかになった。今後はコンテンツ提供者の募集を行いながら提供可能なコンテンツ数の増加を図るとともに、講座の映像配信や省スペースでの実施モデルなど、各コンテンツのバリエーションの充実にも取り組んでいく。

既存システムのビッグデータ活用、医療分野の専門家による外部評価の方向性について

・既存システムの活用により、顧客先での社内傾向を分析するサービスの企画を検討するとともに、他社との比較検証や、健診データとの紐づけによる健康づくりの取り組み評価ができるシステムの開発および専門機関による有効性の検証の実行を検討する。

ビジネスモデル例(国の健康宣言等に取り組む中小企業の目標30,000社*×1%の300社へサービス展開)

- (1) 100社に対して当社スタッフによる健康経営優良法人認定取得支援サービス実施(600,000円)、自立体力検定(200,000円/1社)、健康コンテンツ(ボディワーク+健康ネタ発信利用想定 100,000円)
- (2) 紹介制度により獲得した顧客(提携企業100社、各2社ずつ紹介と想定、紹介料2万円支払い)へ当社スタッフによる健康経営優良法人認定取得支援サービス実施(600,000円)、自立体力検定(200,000円/1社)、健康コンテンツ(ボディワーク+健康ネタ発信利用想定 100,000円)

(1) 600,000円×100社+100,000円×100社+200,000円×100社=90,000,000円

(2) 600,000円×200社+100,000円×200社+200,000円×200社-20,000円×200件=176,000,000円

計 266,000,000円

以上より、健康コンテンツ及び健康経営コンサルティングの拡充、新たにニーズの確認された紹介制度のビジネスモデル化を図ることで、さらなる収益性の拡大を狙う。

*参考：日本健康会議「健康なまち・職場づくり宣言2020の見直しについて」