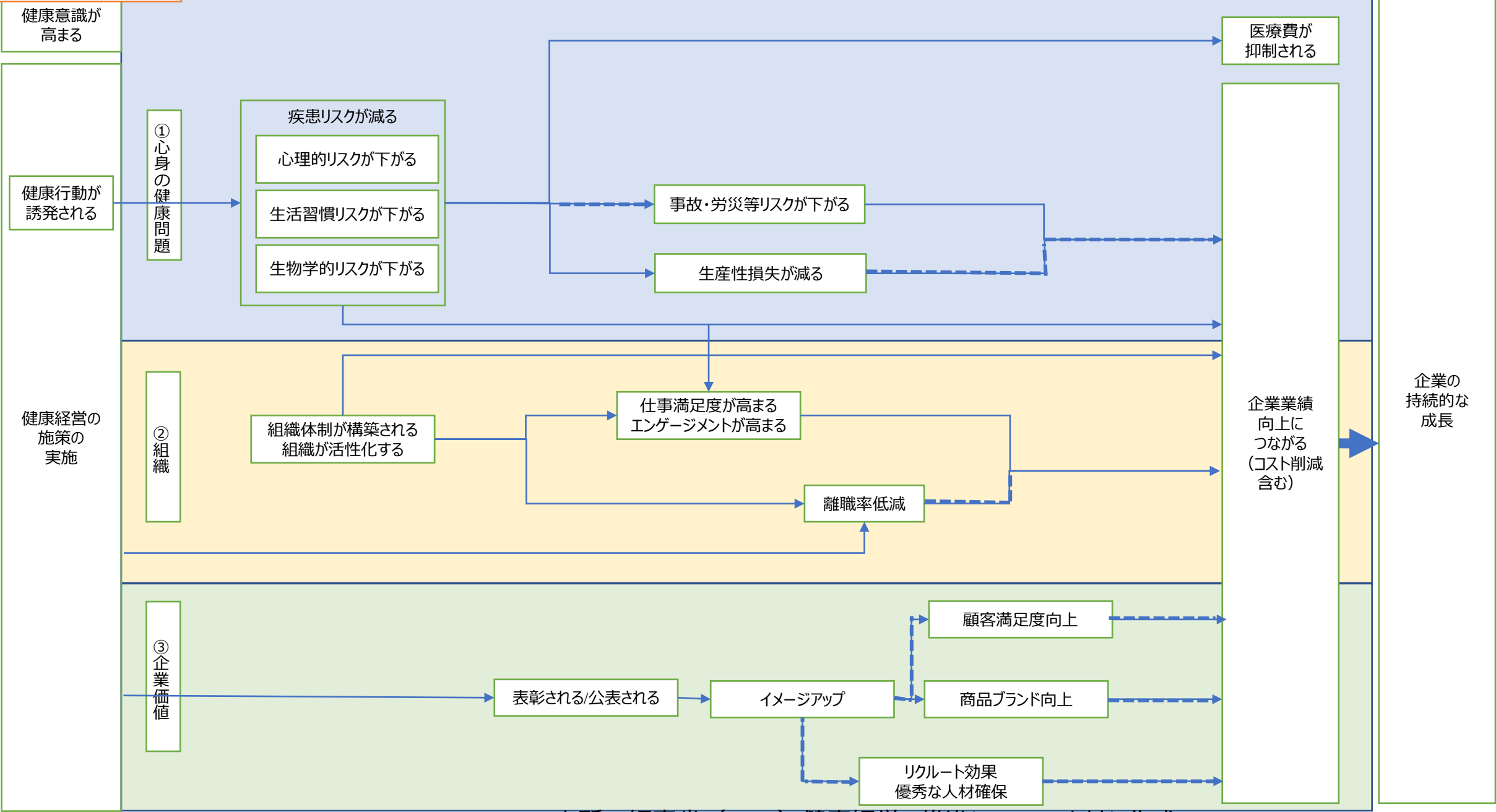


健康経営と Workforce Nutrition Programmes (WFNP)

2つの概念の比較
および
コミットメントへの提案

健康経営の俯瞰図

健康経営効果の時間軸



出所：経産省（2020）健康経営の推進について を基に作成

健康経営の目的（俯瞰図より）

健康経営の俯瞰図から以下のとおり理解できる。

活動：健康経営の施策を実施する。

アウトプット：①心身の健康問題、②組織、③企業価値に対してポジティブな影響が発生し、企業業績が向上する

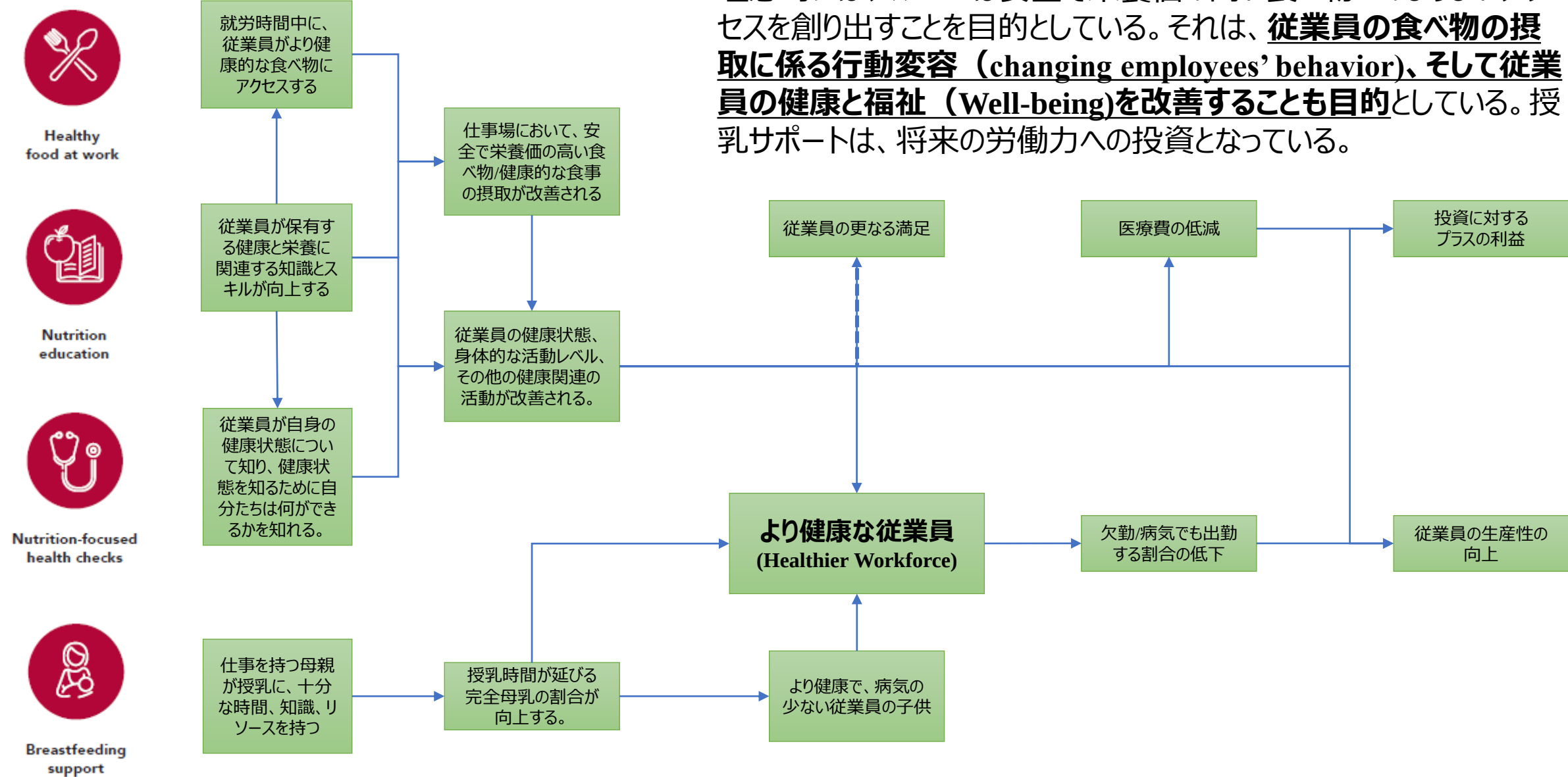
ゴール：企業の持続的な成長につながる。

⇒健康経営のゴールは「**企業の持続的な成長**」

WFNPの俯瞰図 (Pathway to program impact)

《WFNPの目的》

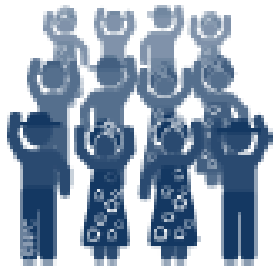
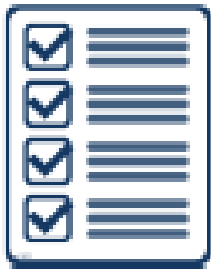
理想的には、WFNPは安全で栄養価の高い食べ物へのよりよいアクセスを創り出すことを目的としている。それは、**従業員の食べ物の摂取に係る行動変容 (changing employees' behavior)、そして従業員の健康と福祉 (Well-being)を改善することも目的**としている。授乳サポートは、将来の労働力への投資となっている。



WFNPに取り組む利点

潜在的利点

企業の利益



欠勤の減少

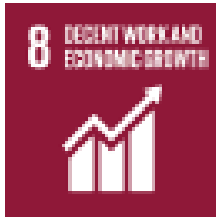
生産性向上

事故と間違い
の減少

仕事への
満足度

経済的利益

マクロレベル



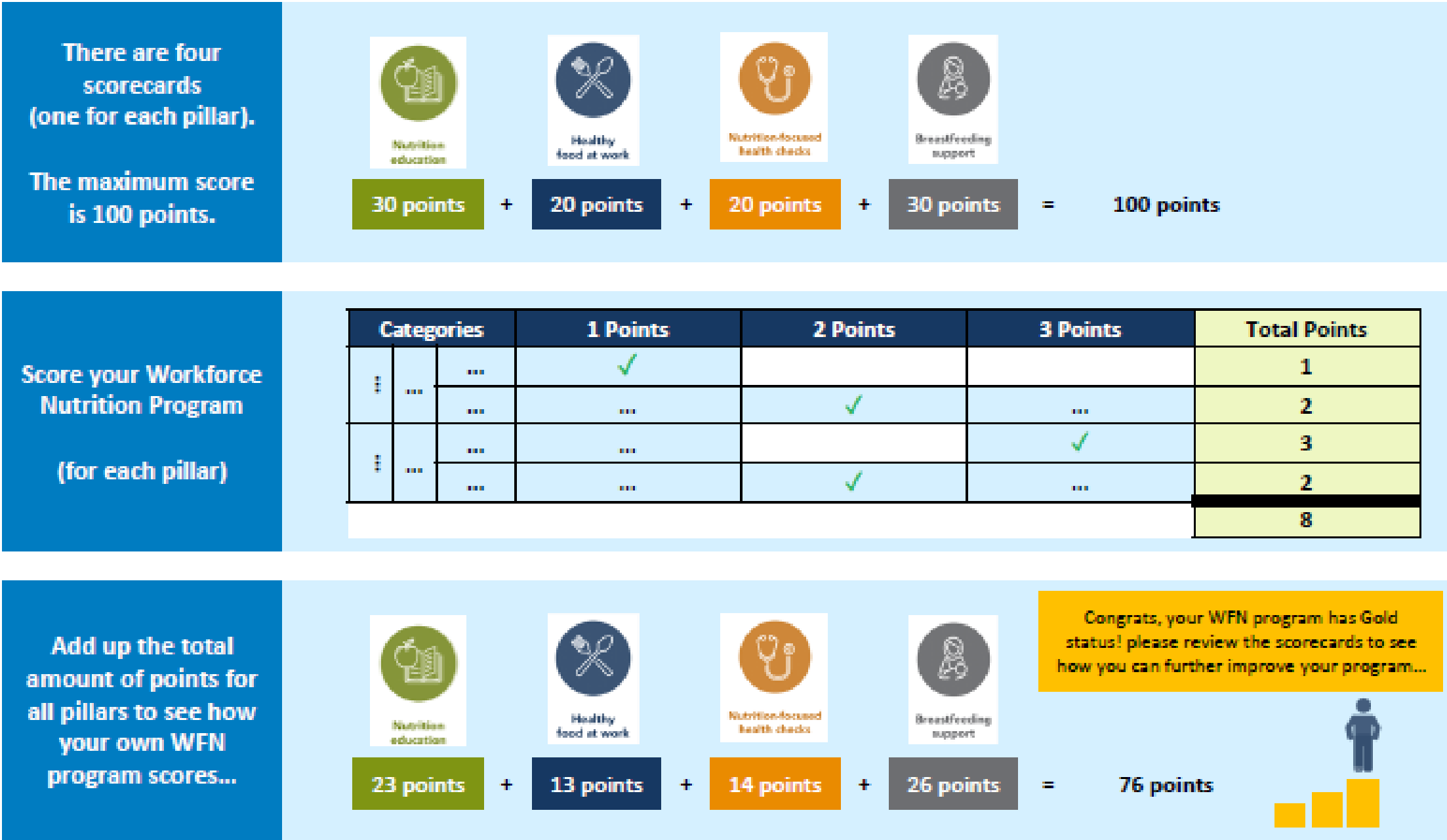
飢餓をゼロに

すべての人に健康
と福祉を

働きがいも
経済成長も

出所：GAIN(2020) The Workforce Nutrition alliance The strategy and Value propositionを基に作成

Workforce Nutrition Allianceが普及するScorecard



Add up the total amount of points for all pillars to see how your own WFN program scores...



Nutrition education



Healthy food at work



Nutrition-focused health checks



Breastfeeding support

23 points

+

13 points

+

14 points

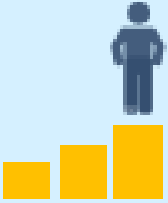
+

26 points

=

76 points

Congrats, your WFN program has Gold status! please review the scorecards to see how you can further improve your program...



WFNPの目的 (俯瞰図より)

WFNPの俯瞰図から以下のとおり理解できる。

活動：職場での健康的な食べ物、栄養教育、栄養状態に焦点をあてた健康診断、授乳サポートを実施する（WFNP自体）。

アウトプット：従業員をより健康にする（Healthier Workforce）

ゴール①：投資に対するプラスの利益、従業員の生産性の向上

⇒WFNPのゴールは「**投資に対するプラスの利益**」「**従業員の生産性の向上**」

健康経営

活動：健康経営の施策を実施する。

アウトプット：①心身の健康問題、②組織、③企業価値に対してポジティブな影響が発生し、企業業績が向上する

ゴール：企業の持続的な成長につながる。

⇒健康経営のゴールは「**企業の持続的な成長**」

WFNP

活動：職場での健康的な食べ物、栄養教育、栄養状態に焦点をあてた健康診断、授乳サポートを実施する（WFNP自体）。

アウトプット：従業員をより健康にする（Healthier Workforce）

ゴール：投資に対するプラスの利益、従業員の生産性の向上

⇒WFNPのゴールは「**投資に対するプラスの利益、従業員の生産性の向上**」

健康経営とWFNPの俯瞰図

健康経営効果の時間軸

健康意識が高まる



健康行動が誘発される

① 心身の健康問題

- 疾患リスクが減る
- 心理的リスクが下がる
- 生活習慣リスクが下がる
- 生物学的リスクが下がる

より健康な従業員
(Healthier Workforce)

事故・労災等リスクが下がる

生産性損失が減る

欠勤/病気でも出勤
する割合の低下



従業員の生産性の
向上



医療費の低減

医療費が
抑制される

投資に対する
プラスの利益



② 組織

組織体制が構築される
組織が活性化する

仕事満足度が高まる
エンゲージメントが高まる

従業員の更なる満足



離職率低減

企業業績
向上に
つながる
(コスト削減
含む)

企業の
持続的な
成長

健康経営の施策の
実施

③ 企業価値

表彰される/公表される

イメージアップ

顧客満足度向上

商品ブランド向上

リクルート効果
優秀な人材確保

Category	Description	Target score
Gold	Employee is a role model and wants to share his/her experience	75 - 100
Silver	Employee acts in a way that shows he/she is committed to the company's mission	51 - 75
Bronze	Employee has a good understanding of the company's mission and values	25 - 50
Beginner	Employee is on the way but has not yet taken part in the workplace wellness programme	0 - 25

健康経営 & WFNP

健康経営にWFNPをマッピングした結果、以下のとおり理解できる

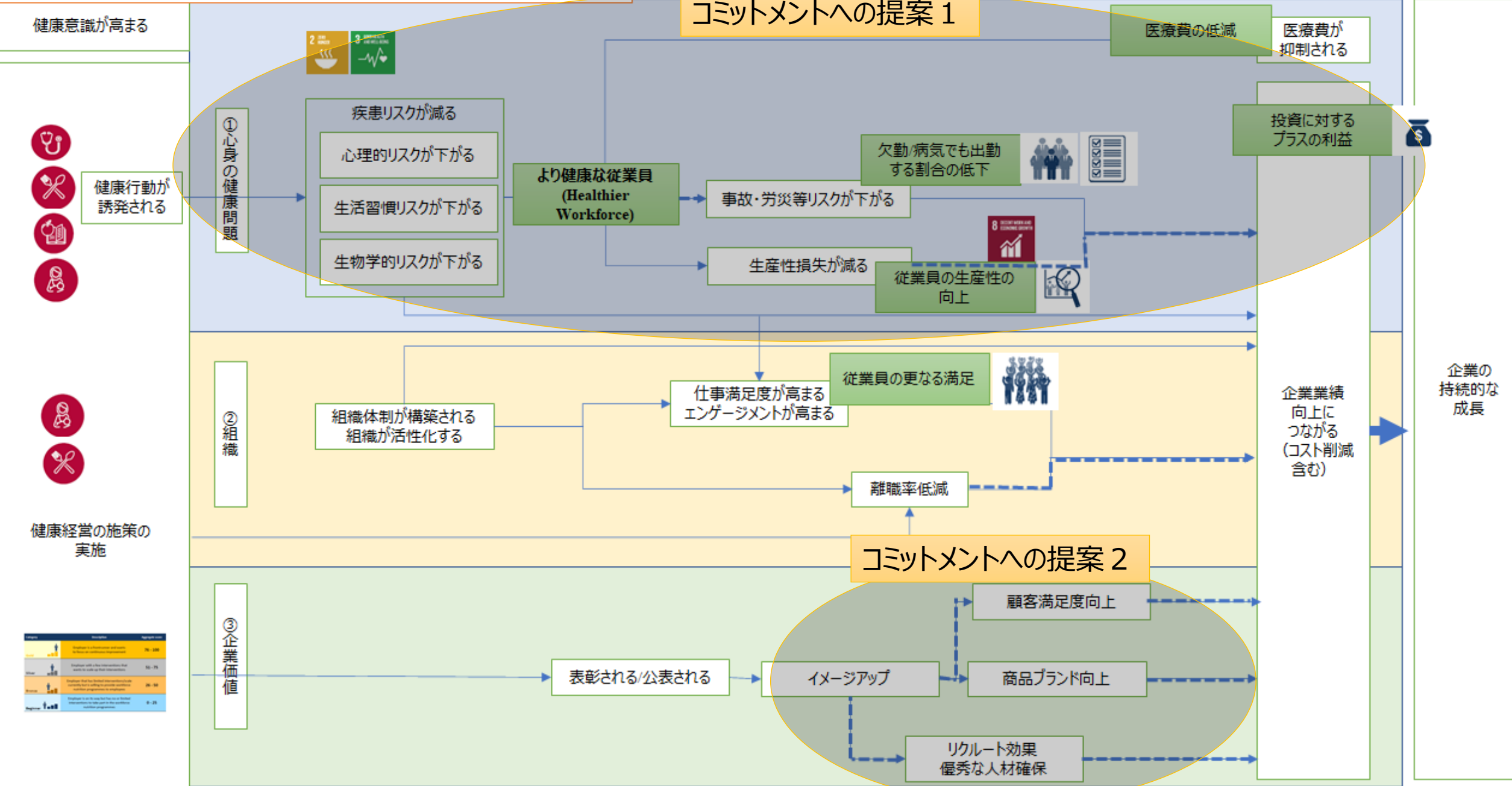
1. 健康経営とWFNPで親和性が一番高いのは「①心身の健康問題」のエリア
2. WFNPで抜けている部分は「企業価値」エリア
3. 最終的なゴールのレベルが異なる（健康経営：企業の持続的な成長、WFNP：企業業績の向上（投資に対するプラスの利益））
⇒それでは、健康経営とWFNPの関連において、企業は自社ビジネスと絡めてどのようなコミットメントを検討できるのか。

コミットメントへの提案

2つの概念の比較からの示唆を基に

健康経営とWorkforce Nutrition Programの俯瞰図

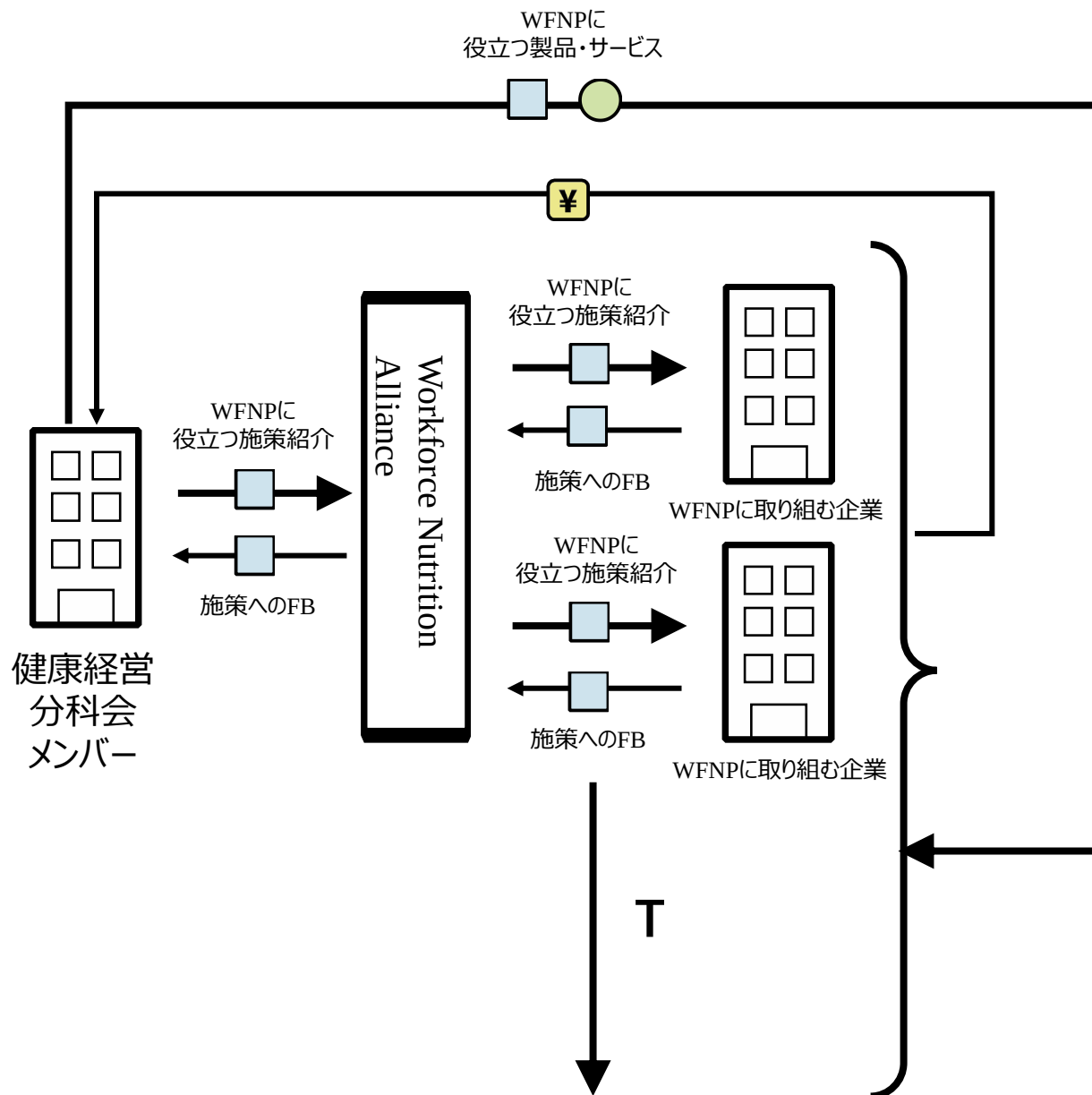
健康経営効果の時間軸



【コミットメントへの提案①】

健康経営からWFNPへのインプット

- 健康経営とWFNPで親和性が一番高いのは「①心身の健康問題」のエリア
- 特に最初の「疾患リスクが減る（心理的リスク、生活習慣リスク、生物学リスク）」は、WFNPが最も重要視する「より健康な従業員」の育成に直結している。
- よって、GAINが取り組んでいるWFNPをさらに改善していくために、**健康経営の「疾患リスクが減る」ことに直結する「健康経営の各企業の施策」をインプットしていくことがコミットメントとなり得る。**
- 「各企業の健康経営の施策」で活用している自社製品・サービスをWFNPに組み込み、WFNPの改善（既に取り組んでいる企業）普及（今後取り組む企業）と共に自社製品・サービスの普及を目指す。



【コミットメントへの提案①】

- ①健康経営分科会メンバー（健康経営を実施している企業）から、これまでのエビデンスを基にしたよりよいWFNPにするための施策を、Workforce Nutrition Alliance（WFNA）に共有する。
- ②WFNAは共有された施策をWFNPに取り組む企業もしくは取り込もうと計画している世界中の企業に共有する（**エビデンスに基づいたWFNPの取り組みが普及する＝健康経営で取り組まれた施策が普及する**）。
- ③共有された施策を実施した企業よりWFNAがフィードバック（FB）を受ける。
- ④WFNAは同FBを健康経営分科会メンバーへ共有する（**健康経営分科会メンバーは自社の健康経営に係る施策をさらに改善できる。**）。
- ⑤健康経営の施策を基にしたWFNPに取り組んだ企業から、同WFNP実施に必要な製品・サービスを、健康経営の施策を共有してくれた健康経営分科会メンバーから購入する（**WFNPの活動が改善される。**）。
- ⑥健康経営分科会メンバーの健康経営に係る企業業績が向上する（**エビデンスに基づいたWFNPが広がることで、健康経営の施策を世界中に広がり、企業の持続的な成長が期待される**）。

【コミットメントへの提案②】

健康経営からWFNP(WFNA)へのインプット

- 健康経営とWFNPのアウトプットを照らし合わせ、抜けている部分は「企業価値」である。日本では、健康経営企業として表彰されることで投資効果を得るなど、企業価値が向上する仕組みを有している。
- 現在、WFNPの推進に取り組んでいるWorkforce Nutrition Alliance (WFNA) では、Scorecardを用いて、WFNPに関する自社活動のパフォーマンスを評価するために使用することを提案している。
- Scorecardを基に、自社の取り組みをブラッシュアップし、”Reap Rewards”を目指す、具体的な”Rewards”による具体的な企業価値向上における効果が明らかでないため、”Reap Rewards”となった際のインセンティブを明確にする必要がある。
- よって、GAINが取り組んでいるWFNPをさらに企業に普及していく（Scorecardを使ってもらう）ためには、”Reap Rewards”の部分のエビデンスを強化する必要がある。**日本の健康経営に係る表彰システムである「健康経営優良法人」「健康経営銘柄」による企業価値向上の効果のエビデンスは、WFNPのScorecard推進の理論的根拠となり得る。**
- 「健康経営優良法人」「健康経営銘柄」となった企業が活用している自社製品・サービスを、Scorecardを使う企業に活用してもらうことで、WFNPの改善・普及と共に自社製品・サービスの普及を目指す。

【コミットメントへの提案②】

①健康経営分科会メンバー（「健康経営優良法人」「健康経営銘柄」類似の表彰を受けた企業）から、表彰を得たことで得たポジティブな影響をエビデンスベースでWFNAに共有する（エビデンスだけでなく取り組んだ施策（自社製品・サービス）も共有する）。

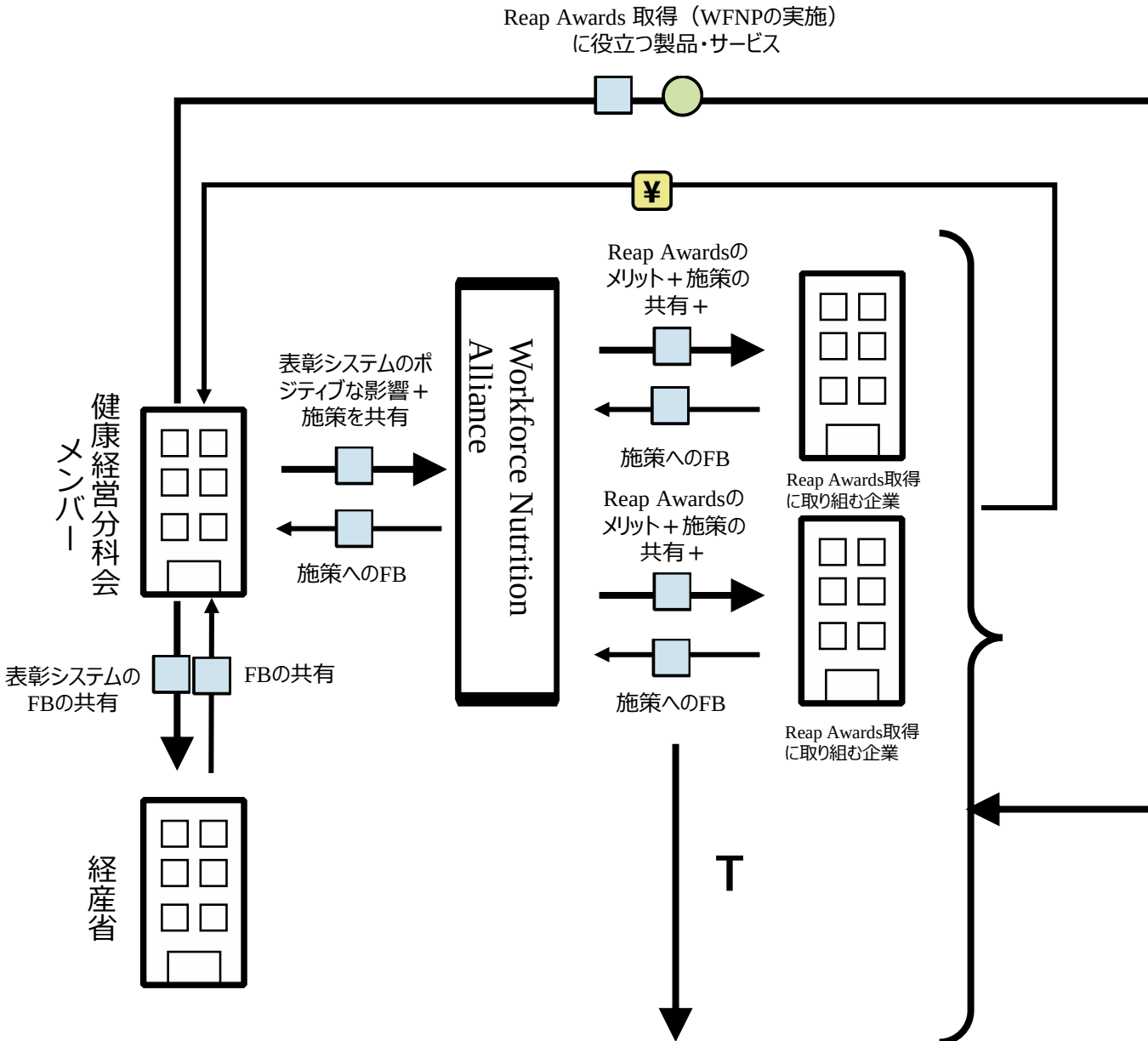
②WFNAは共有されたエビデンスを基にScorecardを活用したReap Awards獲得のメリットをまとめ、WFNPに取り組むもしくは取り組むことを計画している企業に共有する（Reap Awardsの位置を明確にする必要あり）。

③共有された企業はScorecardを利用してWFNPの実施に取り組み、そのFBをWFNAに共有する。

④WFNAは同FBを健康経営分科会メンバーへ共有する
（健康経営分科会メンバーは同FBを基に、日本の健康経営の表彰システムの改善を経産省に提案することで、同システムをより良いものにすることに貢献できる）。

⑤Scorecardを基にしたWFNPに取り組んだ企業から、Reap Award取得に必要な製品・サービスを、健康経営の健康経営分科会メンバーから購入する（WFNPの活動が改善される）。

⑥健康経営分科会メンバーの健康経営に係る企業業績が向上する（Reap Awardsの取得を目指したWFNPが広がることで、健康経営の施策が世界中に広がり、企業の持続的な成長が期待される）



コミットメントへの提案まとめ

健康経営とWFNPには類似性が認められる。一方、健康経営は「企業」が最終的な目標の主体であり、WFNPは「従業員」が目標の主体となっている（※健康経営が従業員に焦点をあてていないわけではなく、また、WFNPが企業に焦点をあてていないわけではない）。健康経営の施策実施による効果である「①心身の健康問題」との関係性が高い一方、「③企業価値」との関係性が希薄であると見受けられる。

「健康経営」を軸にしたビジネスと国際的な目標への貢献（SDGsも含まれる）にたいして、WFNPの改善を中心に添えた以下の2点のアプローチが検討できる（詳細はスライド11. 12）

①「各企業の健康経営の施策」で活用している自社製品・サービスをWFNPに組み込み、WFNPの改善（既に取り組んでいる企業）普及（今後取り組む企業）と共に自社製品・サービスの普及を目指す。

②「健康経営優良法人」「健康経営銘柄」となった企業が活用している自社製品・サービスを、Scorecardを使う企業に活用してもらうことで、WFNPの改善・普及と共に自社製品・サービスの普及を目指す。

⇒健康経営のこれまでの知見はWFNP（国際的な職場の栄養改善）の改善および普及に役立ち、自社の健康経営で活用する製品・サービスを用いてビジネス展開も可能である。