

健康長寿社会の創出に向けて ～次世代ヘルスケア産業協議会の取組～

平成27年9月9日

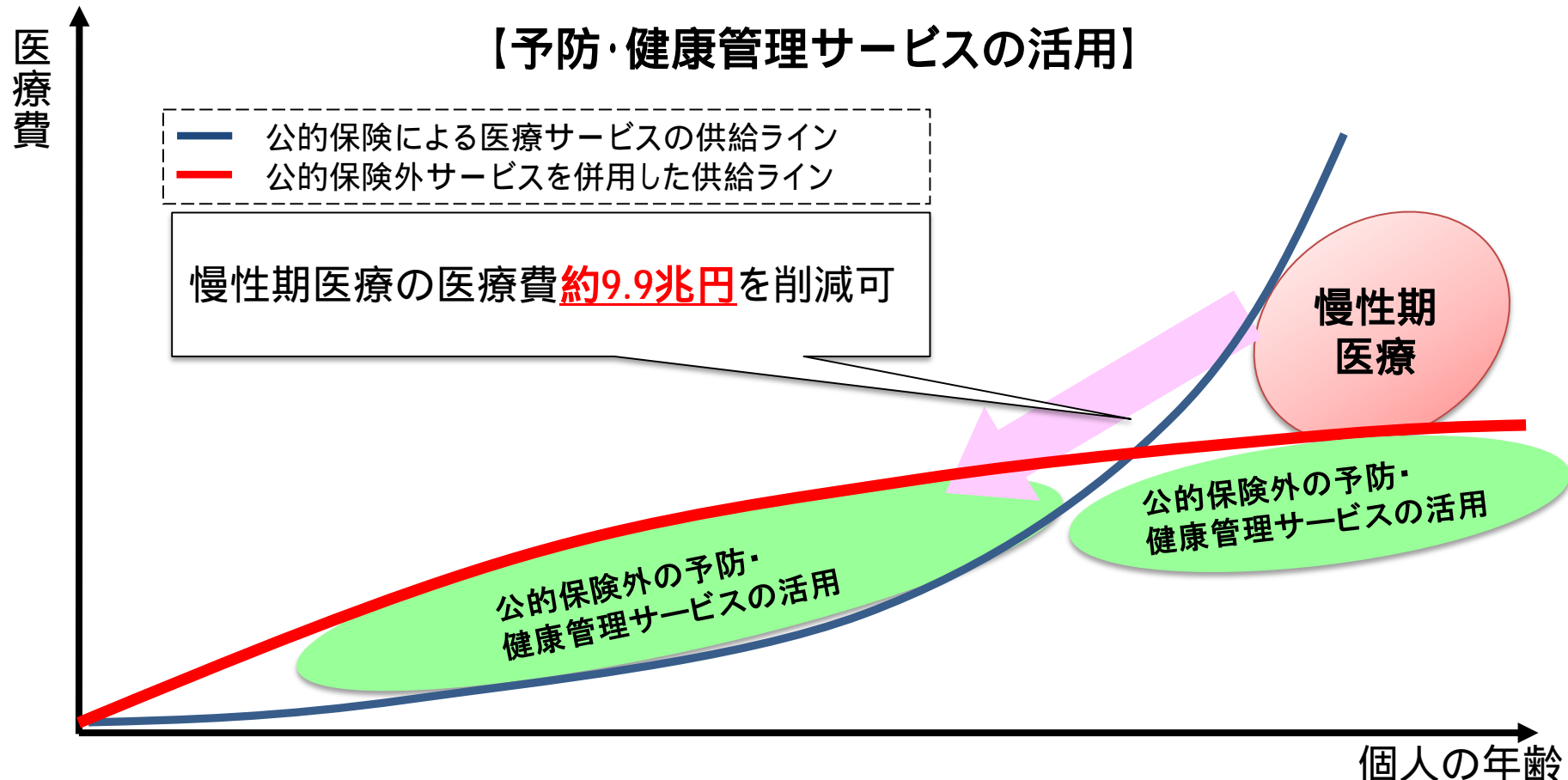
次世代ヘルスケア産業協議会

座長 永井 良三

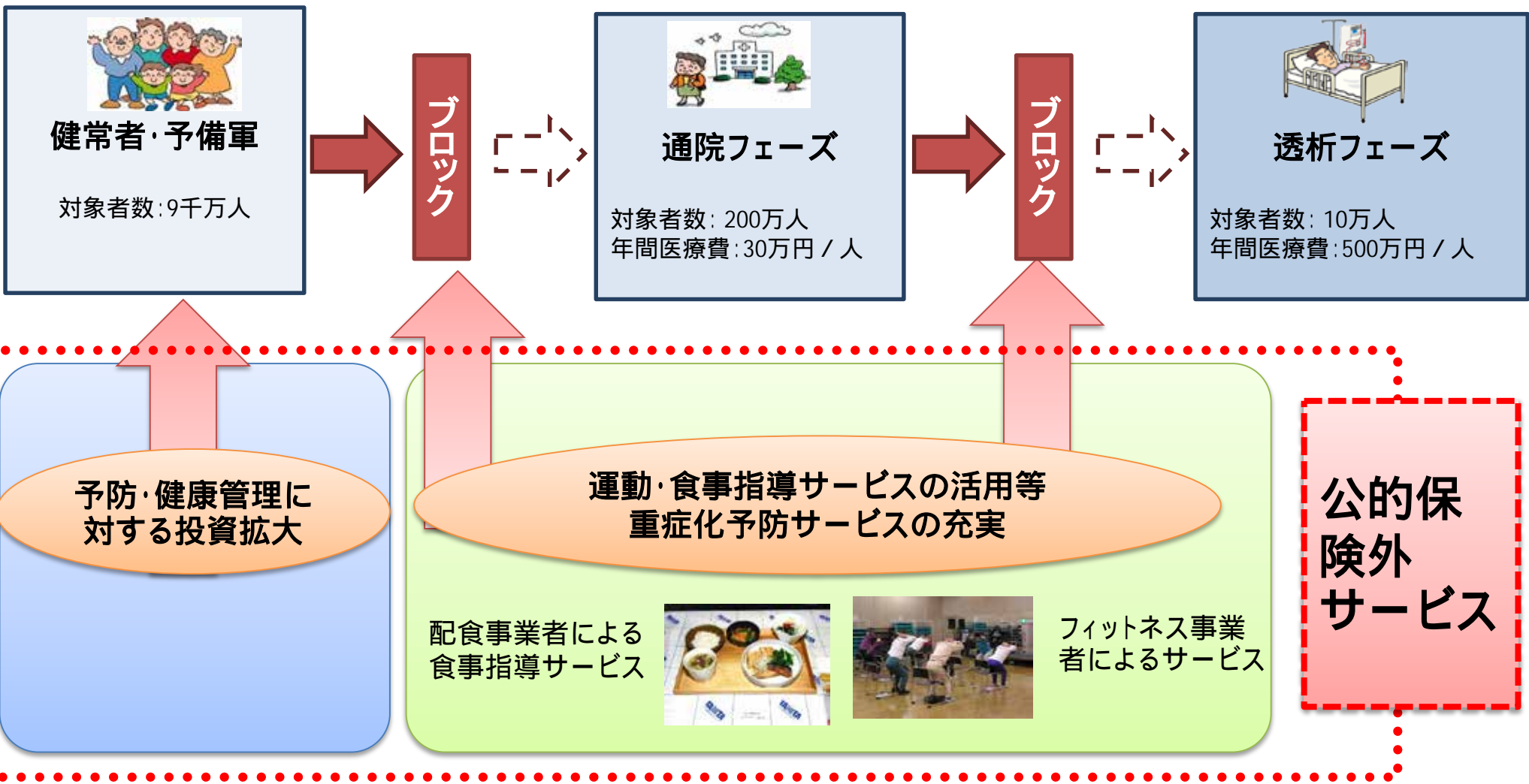
目指すべき方向性 ~ 予防・健康管理への費用のシフト ~

慢性期医療(生活習慣病関連)にかかる医療費を、公的保険外のサービスを活用した予防・健康管理にシフトさせることにより、「国民の健康増進」、「医療費の適正化」、「新産業の創出」を同時に実現。

そのために、**健康に投資をするという価値観の醸成や環境整備(需要面の対策)**を行うとともに、**受け皿となる産業育成(供給面の対策)**が必要。



(参考) 予防・健康管理サービスへの期待(糖尿病の例)



➡ **糖尿病以外の生活習慣病を合わせると、年間4兆円の市場創出、1兆円の医療費削減効果が見込まれる。**

(備考) 株式会社日本総研(2013)『経済産業省「平成24年度医療・介護等関連分野における規制改革・産業創出調査研究事業(医療・介護周辺サービス産業創出調査事業)調査研究報告書」図6-49。
(注) 各疾患について健康から重症(慢性化)に至るいくつかのステージ別人員、費用、対応するサービス単価を基に、例えば10%のサービス利用率で生まれる市場規模と医療費削減額を算出している。

次世代ヘルスケア産業協議会について

平成25年12月に「健康・医療戦略推進本部」の下に設置。
経済産業省が事務局を担い、内閣官房や厚生労働省、民間事業者、医療関係者等と連携し、政策を推進。
需給両面からの検討を行い、本年6月には「アクションプラン2015」をとりまとめ。

次世代ヘルスケア産業協議会
座長：永井良三 (自治医科大学学長)
事務局：経済産業省

健康投資WG (需要面)
主査：森晃爾 (産業医科大学産業生態科学研究所教授)
事務局：経済産業省

< 今までの成果や進行中の取組 >

- 取組1 健康経営銘柄の設定
- 取組2 健康経営アドバイザー制度の創設
- 取組3 健康経営企業による情報発信の促進
- 取組4 健康情報の利活用促進とフォーマット整備 等

新事業創出WG (供給面)
主査：武久洋三 (日本慢性期医療協会会長)
事務局：経済産業省

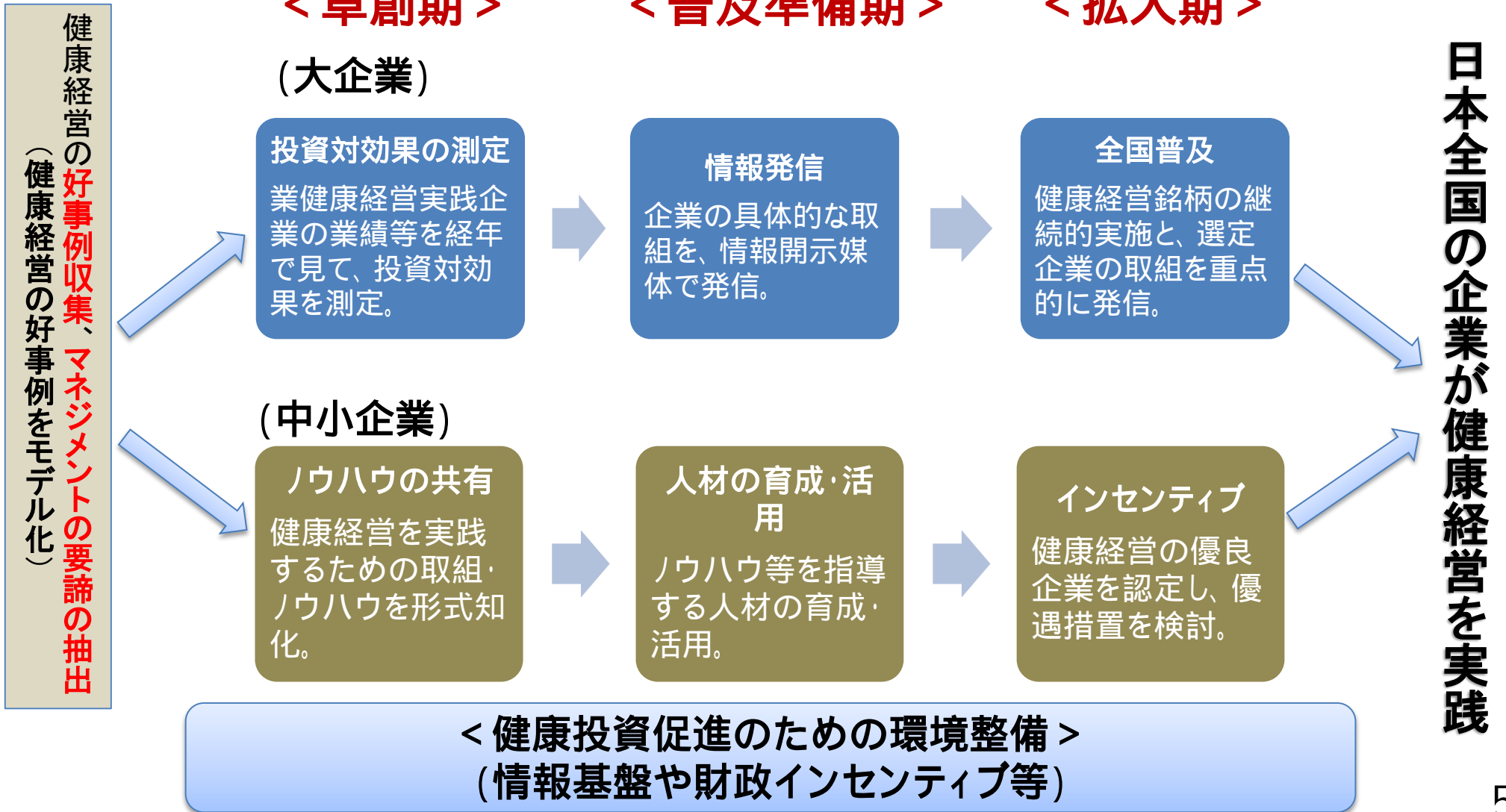
< 今までの成果や進行中の取組 >

- 取組1 関連規制法令のグレーゾーン解消
- 取組2 ヘルスケアファンドの創設とリスクマネー供給
- 取組3 健康サービスの品質評価制度の構築
- 取組4 地域版協議会の設置促進 等

需要面の取組

需要面における取組の方向性

広く「健康投資」を推進するため、企業規模を踏まえた段階的な支援・環境整備を実施。



これまでの取組 - 健康経営銘柄の設定・公表

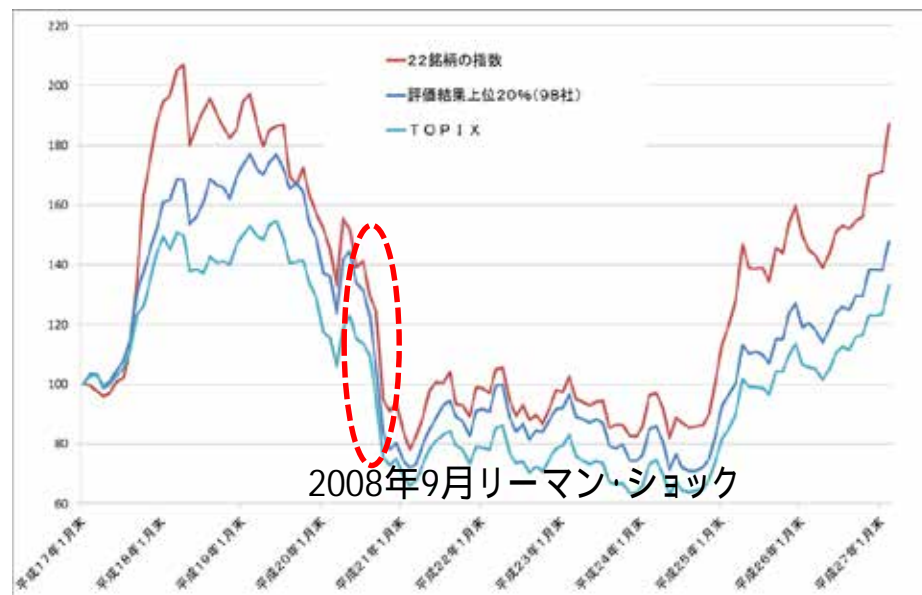
健康経営に取り組む企業を株式市場で評価する仕組みを構築するため、本年3月25日、東京証券取引所と共同で、「健康経営銘柄」として22業種22社を選定。

健康経営に優れる企業(評価上位20%)の平均株価はTOPIXを上回る水準で推移。特に、今回銘柄に選定された22社の平均株価は、それを更に上回る結果となった。

<「健康経営銘柄」選定企業一覧>

- | | |
|------------------|-------------------|
| ・アサヒグループホールディングス | ・広島ガス |
| ・東レ | ・東京急行電鉄 |
| ・花王 | ・日本航空 |
| ・ロート製薬 | ・SCSK |
| ・東燃ゼネラル石油 | ・丸紅 |
| ・ブリヂストン | ・ローソン |
| ・TOTO | ・三菱UFJフィナンシャルグループ |
| ・神戸製鋼所 | ・大和証券グループ本社 |
| ・コニカミノルタ | ・第一生命保険 |
| ・川崎重工業 | ・リンクアンドモチベーション |
| ・テルモ | |
| ・アシックス | |

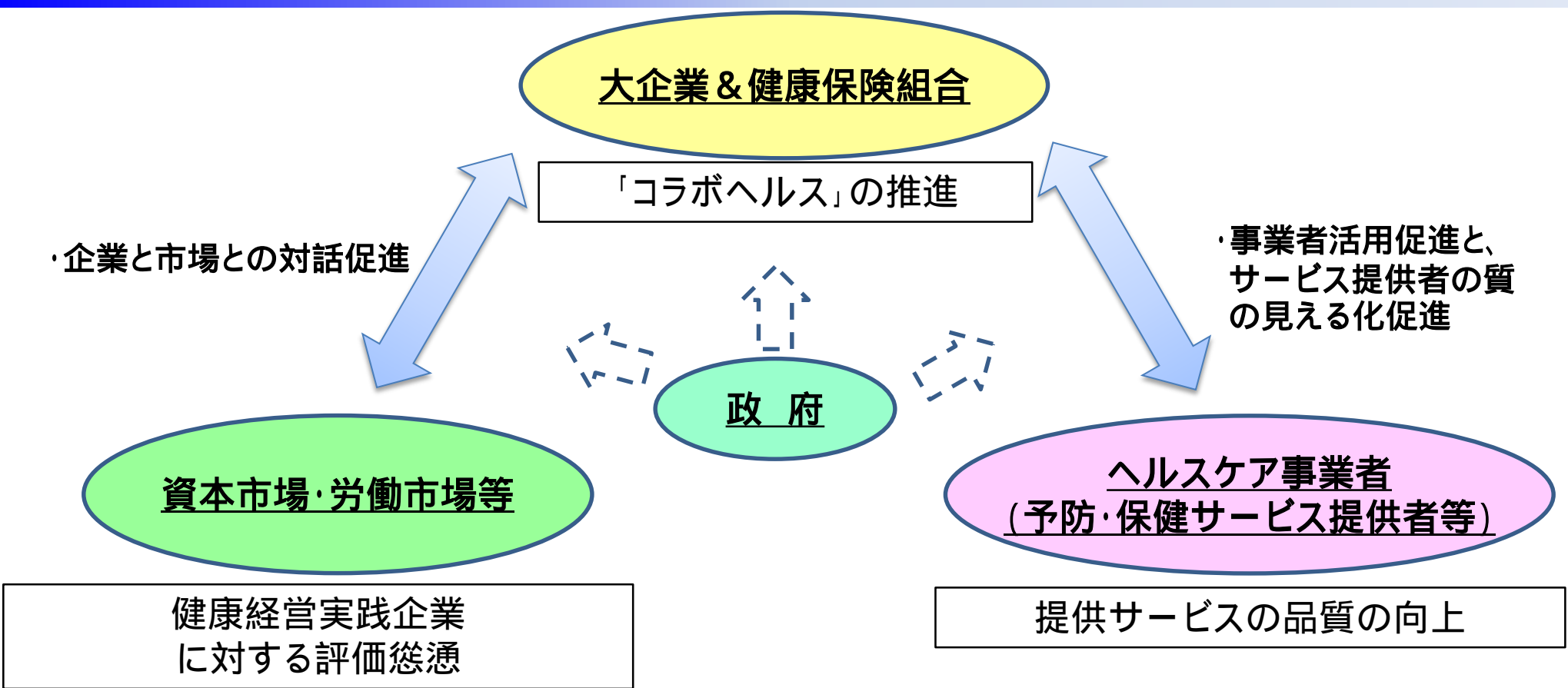
<健康経営と株価連動の図>



2014年11月「従業員の健康に関する取り組みについての調査」結果を基にして経済産業省が作成
2005年1月末を基点100とし、2015年2月末までの各月末時点の各社の時価総額から指数を作成。
新規上場など、基点のデータがない企業は除いた

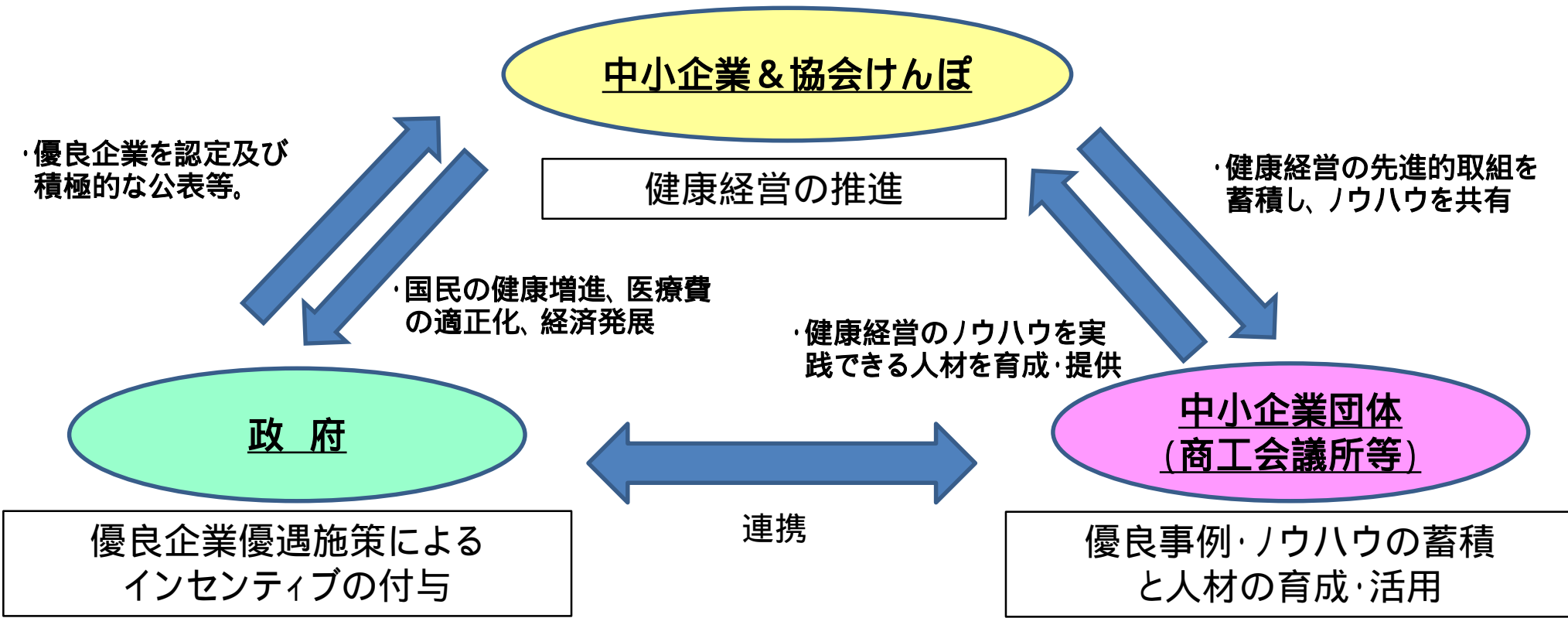


健康経営推進のイメージと具体策 (大企業編)



- < 政策パッケージ >
- 投資対効果の測定 → 優良企業の業績・生産性等を毎年で評価・投資対効果を測定
 - 情報発信の促進 → 市場と企業の対話促進のための「情報開示のための手引き書」策定
 - サービスの見える化 → 予防保健サービスの見える化(評価基準策定と第三者認証の検討)
- 優良企業の取り組みをマスコミ等を通じて継続的に発信し、企業イメージの向上を図る。

健康経営推進のイメージと具体策 (中小企業編)



- < 政策パッケージ >
- ノウハウの蓄積・共有 → 「健康経営ハンドブック」の策定・公表
 - ノウハウの導入 → 指導・助言を行う「健康経営アドバイザー制度」の認定制度創設
 - インセンティブの付与 → 「健康経営優良企業認定制度」の創設と制度的優遇措置の検討
(政策金利の優遇や企業のイメージ向上(採用条件の向上))
- これら取り組みをマスコミ等を通じて積極的に公表すると共に、国の各種支援策と連動させる。

I 優良企業の業績・生産性等を毎年で評価・投資対効果を測定

健康投資の効果(生産性・社会保障コスト適正化等)を類型化し、他の企業に横展開 など

I 健康投資を促進するための事業環境の整備

健康情報の利活用促進(個別化したサービス創出のためのIT基盤整備)、グレーゾーン解消(個人情報保護法) など

I 健康投資を促進するための保険制度上のインセンティブ

生活習慣病予防や健康増進に係る取組への保険制度上のインセンティブの創設・強化 など