

インナー大会プレゼン部門 2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ）ドッキョウダイガク	フリガナ）ケイザイガクブ	フリガナ）タカヤス ケンイチ
獨協大学	経済学部	高安 健一ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ）ショクイク	フリガナ）タカネ カズキ	5	無
食育チーム	高根 一樹		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

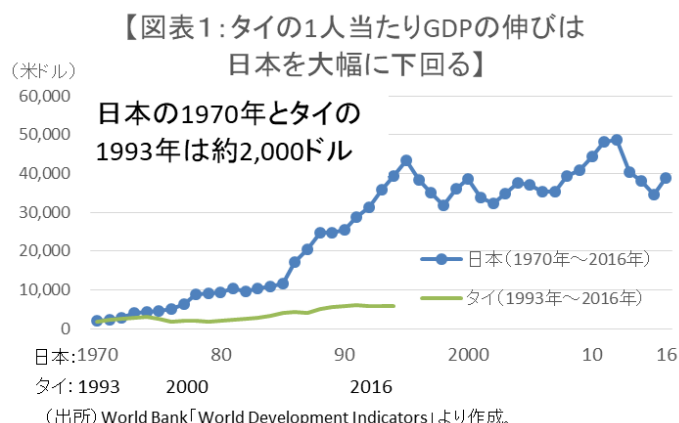
使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

研究テーマ（発表タイトル）
タイに健康経営を届ける～健康でつくるタイと日本の明るい未来～

※必ずく企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

私たちは、東南アジア諸国の経済発展について研究している。そのなかで、1人当たりGDPが約6,000ドル（2016年）に達したタイが、中所得国から高所得国へ移行できない可能性に注目した。図表1は、日本の1人当たりGDPが2,000ドルに



達した1970年に、タイの1人当たりGDPが同じく2,000ドルに達した1993年を重ねて表示したものである。日本と比較して、タイの高所得国へのキャッチアップが遅れている。その背景の一つとして、知識や技術を備え、高い付加価値を生み出す人的資本が十分には蓄積されていないことが指摘できる。タイでは、経済発展に不可欠な人的資本育成の前提となる健康が失われている。食生活の課題は、栄養不足から、カロリーの過剰摂取と栄養バランスの偏りに急速にシフトしており、タイ経済に根ざしている日系企業にとっても従業員の健康管理は重要な課題になっている。

こうした背景から、私たちは日本の「健康経営」の理念やノウハウをタイで展開することによって、タイの人々の人的資本としての

価値を高める方法に関心をもった。健康経営とは、「健康な従業員こそが収益性の高い会社をつくる」という考え方である（ロバート・ローゼン）。日本企業は国内で従業員に健康経営を推進することで、生産性や利益の向上を実現している。しかし、タイで事業を展開している日系企業に注目すると、タイ人従業員の健康改善へのニーズはあるものの、現地の社会・文化的要因を十分に考慮した健康経営のコンテンツをもっていない。将来タイ人と共に仕事をする世代である私たちは、タイの社会・文化的要因を十分に考慮した、日本企業向けの咀嚼育のコンテンツを開発・提供する。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

【図表 2：タイ人従業員が企業に求める待遇】

順位	内 容	回答率
1 位	ボーナス支給	86%
2 位	生命保険などの保険	73%
3 位	医療費補助	66%
4 位	自己啓発奨励金	60%
5 位	健康診断	59%

（出所）マンパワー調査（2014 年）より作成

タイの健康問題は深刻である。BMI 値が 30%を超える肥満人口の割合が日本の約 3 倍の 12%とかなり高く、生活習慣病が蔓延している。社会保障制度の整備が遅れているタイでは、健康の喪失は医療費の増加や所得減少に直結する。他方、日系企業は、欠勤や生産性の低下に悩まされている。政府は財政事情が苦しく、国民の健康維持に十分な役割を果たすことはできない。

タイ人は、政府に健康を委ねることができないため、企業に健康維持に必要な費用の負担を期待している。図表 2 は、タイ人が就職先の企業を選ぶ際に重視する項目を示している。上位に生命保険、医療費補助、健康診断が並んでいる。こうした

状況は、日本企業にとって絶好のチャンスである。なぜなら、日本での健康経営の経験をタイで生かすことができれば、有能な人材を長期間確保でき、生産性を高めることができるからである。

3. 研究テーマの課題

日本企業がタイで健康経営を展開するニーズを理解したとしても、実現はそれほど簡単ではない。日本企業には、タイの社会・文化的要因を反映した、食育のノウハウがない。実は、タイでは、日本で当たり前の食育の「概念」さえない。むしろ、好きな時に好きなだけ食べるマイペンライ精神や、屋台で食事を済ますタイ独特の食習慣が健康経営の妨げになっている面もある。加えて、食育には長期間続けなければ効果が期待できないという特性があり、タイの人々に行動変容を促す仕組みも必要である。私たちの課題は、これらタイ独特の要因を加味した、日本企業向けの咀嚼育のコンテンツを開発・提供することである。

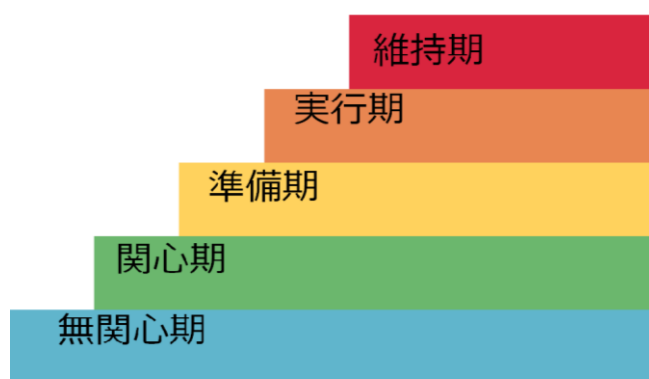
4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

上記の課題を解決するために、私たちは、咀嚼育のコンテンツを開発した。咀嚼とは、①正しく座り、②両足を地面に着け、③一口 20 回噛みながら、時間をかけて食事をすることである。脳の中樞神経が刺激され満腹感が増すことから、食べる量とカロリー摂取量を減らすことができる。ライオン歯科衛生研究所・武井典子氏の研究によると、咀嚼を心掛ける人は心掛けない人よりも BMI 値が 1.7 ポイント低いという結果が得られている。咀嚼

は、所得格差や民族の多様性があるタイの社会的要因に費用ゼロで対応できる。さらに独特の食習慣に何処でも誰でも対応できる。

私たちは、タイにおいて、行動変容を短期間で計測しやすい年齢層である小中学生に、咀嚼の情報を提供し、定着させるための授業プログラムを実施した。一般的に、禁煙の例に見られるように、人が行動を変える場合、無関心期、関心期（ある程度の知識を持つ）、準備期（自分で行動し、試してみる）、実行期（6 カ月間継続）、維持期（6 カ月以上継続して定着）という 5 つのプロセスを順番に辿る（図表 3）。私たちは、

【図表 3：咀嚼育授業と行動変容】



授業を、咀嚼についての情報提供による注意喚起（無関心期の克服）、咀嚼チェックガムを用いた咀嚼力判定（関心期）、実際に咀嚼を体験する（準備期）、実行期へ向けた伏線としての噛むことを定着させるための数字の読み上げの順で展開した。

授業前後に行ったアンケート調査で、生徒が咀嚼そのものの存在を十分に認識するようになったことと、咀嚼に関する知識の定着を確認できた。

大人向けの咀嚼育のプログラムも、子供向けと同じ行動変容モデルに従い構成する。その際に、大人は文字情報で健康や咀嚼に関する情報を得ることができることから、私たちが咀嚼に関するリーフレットを作成し、咀嚼チェックガムと共に配布することにした。これにより咀嚼が継続的に行われることを狙う。これら2つを届けるルートは二つある。一つは、タイで日系企業に食育をビジネスとして提供しているmarimo5を通じて、日系企業の従業員に届けるものである。同社は、日系企業に対し Happy Workplace Programという食育プログラムを提供している。もう一つは、日本生命が出資する現地生命保険会社であるバンコクライフに、顧客に配布していただくルートである。顧客には日系企業の従業員が多く含まれるという。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

私たちは、国内とタイで研究活動を行った。

（1）国内調査

咀嚼機能研究所の益子裕二先生、日本タイ学会の先生方、株式会社ロッテ、タイの地域研究者などを訪問し、情報収集と専門知識の蓄積に努めた。ロッテからはタイで使用した咀嚼チェックガムを無償で提供していただいた。

（2）タイ現地調査

メンバー5人はタイに2017年8月4日から25日まで19日間滞在して現地調査を行った。

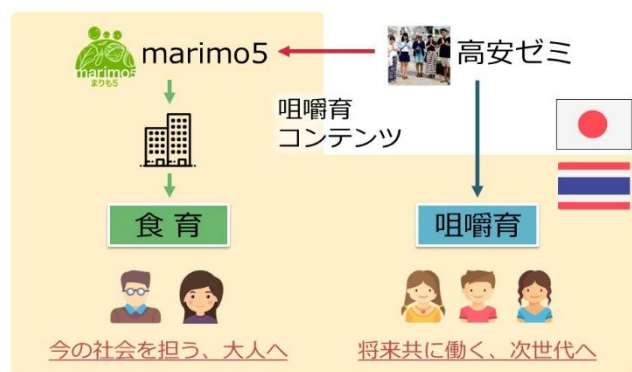
- ・健康と咀嚼に対するニーズが存在することを、小中学校と大学でのヒアリングと、生徒へのアンケート調査で確認した。
- ・咀嚼チェックガムを用いた咀嚼力の測定を行ったところ、咀嚼力の弱い子供たちが15%程度存在していることが判明した。
- ・咀嚼育がタイで受け入れられることが確認できた。どの地域でも子供たちは咀嚼授業に積極的に参加してくれた。授業に対する関心度や親密さも高かった。
- ・現地生命保険会社3社を含む企業ヒアリング調査を実施した。marimo5の食育プログラムを実施した日系企業A社を訪問し、健康経営へのニーズを確認するとともに、健康の維持増進による効果を示すデータを入手した。

（3）学校でのアンケート調査

授業を行った4か所（うち2つは小学校）で、咀嚼育の前後に生徒に咀嚼に対する意識変化に関するアンケート調査を実施した。タイの所得格差と民族構成を考慮し3つの地域（チェンライ・コンケン・バンコク）の4か所を選定した。アンケートは、子供達の年齢、性別、身長、体重などの基本情報に加えて、「咀嚼は大切だと思うか」「咀嚼は痩せることに関係があるか」などを問うものである。アンケート結果より、私たちが考案した咀嚼育により、生徒に知識を的確に伝達できたことを確認した。基礎学力を持つ小学校高学年の生徒が、咀嚼育の対象として相応しいことが判明した。

6. 結果や今後の取り組み

【図表4：咀嚼育を届ける仕組み】



今回私たちが挑戦した課題は、「日本企業へタイの事情を考慮した健康経営のためのコンテンツを開発・提供すること」である。図表4は、先述の咀嚼育コンテンツを、日系企業従業員に提供する仕組みである。marimo5が食育、私たちが咀嚼育を届ける体制を構築できた。タイ人従業員、日系企業、日本の生保が出資し大勢の生保レディーを抱える現地生命保険会社はいずれも、健康経営の推進から利益を獲得できる。加えて、食育を実施するのに必要な費用が少ないことから、有益な食育コンテンツを提供することができれば、持続可能な仕組みになる。

さらに、私たちの仕組みが広く日本企業に受け入れられ、健康経営が定着した場合の経済効果は大きい。marimo5の食育プログラムを実施しているA社は、1人当たり年間医療費を約2,500円削減している。磐谷日本人商工会議所に加盟している約1,800社だけでおよそ70万人のタイ人を雇用しており、全員に食育が届いた場合の医療費削減額は約17億円にもなる。すべてのタイ国民が食育に取り組むと政府は医療費負担額を1,800億円削減できる。これに咀嚼育が加わると、経済効果はさらに大きくなる。

私たちの仕組みはまだスタートラインに立った段階にある。より多くのタイの人々に健康経営のコンテンツを届けるために、咀嚼育についての映像をタイ語で作成し、インターネットを通じて配信することを検討している。

7. 参考文献

- ・小澤幸治（2016）『おむすびでやせる本』自由国民社。
- ・ジェトロバンコク事務所（2017）「タイの概況とアセアン経済（8月版）」。
- ・日本咀嚼学会（2006）『咀嚼の本～噛んで食べることの大切さ～』口腔保健協会。
- ・柳沢幸江（2004）『ビジュアル版 見てわかるすぐ使える楽しい食教材 そしゃくで健康づくり育てようかむ力』少年写真新聞社。
- ・Prochaska JO, DiClemente CC（1983）“Stage and processes of self-change of smoking; toward an integrative model of change.” *Journal of Consulting and Clinical Psychology*.
- ・『日経 BP』「タイ人“ぽっちゃり化”に抗う日本企業」（2016年6月1日号）。
- ・『日本経済新聞』「生保レディ開拓」（2017年5月11日）。
- ・大和亜基（2016）「タイ料理と生活習慣病の関係性―従業員の肥満問題の解決に向けて」盤谷日本人商工会議所。
- ・大和茂（2014）「Happy Workplace Program-タイ国健康促進財団が推進する職場健康づくりの取り組み」（産衛誌、5月号所収）。
- ・World Bank（2017）「World Development Indicators Database」。
- ・Marimo5（2017）“Analysis and Suggestion for Healthy Employees and Low Medical Cost”。
- ・株式会社帝国データバンク（2016）「ASEAN 進出企業実態調査」（閲覧日：2017年9月12日）
<https://www.tdb.co.jp/report/watc g hing/press/pdf/p160504.pdf>。
- ・経済産業省（2017）『医療国際展開カントリーレポート-新興国等のヘルスケア市場環境に関する基本情報 タイ編』（閲覧日：2017年9月12日）。
http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/iryou/downloadfiles/pdf/countryreport_Thailand.pdf。
- ・ニッセイ基礎研究所（2016）「健康経営を巡る政府・企業の取り組み」（閲覧日：2017年8月29日）
<http://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=52405?site=nli>。
- ・みずほ銀行産業調査部（2016）「世界の潮流と日本産業の将来像-グローバル社会のパラダイムシフトと日本の針路-」（閲覧日：2017年9月12日）。
https://www.mizuhobank.co.jp/corporate/bizinfo/industry/sangyou/pdf/1054_02_01.pdf

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員（ビジネスパーソン・大学教員）の方々に事前にお渡しいたします。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、インナー大会・東京経済大学大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経 BP マーケティング社様に作製していただく大会結果 HP に本企画シートは掲載されます。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。
- ※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会（プレゼン局）にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。
- ※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。
- ※プレゼンツールを使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを 4 ページ以内におさめて、提出してください