

# 西日本インカレ（合同研究会）2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報に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）キュウシュウサンギョウダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）マキ ケイスケ
九州産業大学	経営学部	真木 圭亮 ゼミ

※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）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）ワサンボン	フリガナ）シモガワ ヒロリ	5	無
和三盆	下川 大慶		

※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）

ポインター（クリッカー機能付き） 1 個

研究テーマ（発表タイトル）

i care ～中小企業を元気にする 健康経営サービス～

※必ず<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）

本研究の目的は、中小企業が健康経営を持続的に実践できる手助けとなる新たなサービスである「i care」のビジネスモデルを構築・提案することである。健康経営とは、株式会社日本政策投資銀行によれば、「従業員の健康増進を重視し、健康管理を経営課題として捉え、その実践を図ることで従業員の健康維持・増進と会社の生産性向上を目指す経営手法」と定義される。近年の日本では、ブラック企業における劣悪な環境下での労働など、様々な理由によって企業で働く人々の健康状態が損なわれているため、従業員の健康状態の改善は、現在そして未来の日本にとって重要な課題であると言える。

この健康経営は、ただ従業員の健康状態を改善するだけではない。その結果として企業の業績を向上するものとされている。J&J が行った調査によれば、健康経営に1ドルの投資を行うと、結果として3ドルの投資収益を得られることが明らかにされている。従業員の健康状態を改善することは、企業にとっても従業員にとっても大きな意義がある。

しかし、2017年現在、多くの企業が健康経営を実践できていない。特に、大企業よりも中小企業において、健康経営は実践できておらず、数値にして約1%未満の中小企業しか実践できていない。また、日本の全企業に占める中小企業の割合は約99%であり、そこで働く人々は全労働者の約9割を占める。すなわち、日本の労働者の多くが働く現場で、健康経営が実践されていないと言える。

そこで、本研究では、まず公開資料から、中小企業が健康経営を実践できていない原因を調査し、次いで、それを解決するための健康経営サービス「i care」、及び、そのビジネスモデルを構築した。

## 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）

近年、日本企業全体における健康経営の関心は高まりつつある。例として、日本交通・ロート製薬・吉野家ホールディングスなどの大企業を中心に、最高健康責任者の CHO（Chief Health Officer）を設置する企業が出てきている。また、「経済産業省ヘルスケア産業課」では、健康経営に取り組んでいる企業に対して、健康経営銘柄や大企業と中小企業別に健康経営優良法人として表彰する顕彰制度を設けている。

## 3. 研究テーマの課題

前述のように、健康経営には大きな意義があり、また今後も健康経営に取り組んでいく企業は増加していくと考えられる。しかし、現状では必ずしも多くの企業が健康経営に取り組んでいるとはいえない。「経済産業省ヘルスケア産業課」は、健康経営を実施できている企業として大企業から 259 社、中小企業から 30 社をそれぞれ選定している。

しかし、2016 年における日本全体の大企業の本数は、約 11,000 社であるのに対して、中小企業の本数は、約 3,252,000 社である。この企業数に占める**健康経営実施企業の割合は、大企業では約 2.35%、中小企業は約 0.0009%にとどまっている**。大企業も中小企業も、どちらも実施割合は低く、特に中小企業ではほとんど実施できていないというのが現状である。

それでは、なぜ中小企業は健康経営を実施できていないのか。「横浜市 経済局 景況・経営動向調査 調査報告書」によれば、横浜市にある中小企業を対象に健康経営に対する認知度を調査したところ、健康経営という言葉を知っていると答えた中小企業の割合は、2013 年から 2016 年にかけての 3 年間で 30%から 53%に 23%増加している。中小企業の健康経営に対する認知度や意欲が低いということは原因ではないと言えるだろう。

中小企業が健康経営に取り組むことができていない原因は、**資金面と人材面において、健康経営に取り組む余裕がない**ということである。まず、中小企業は大企業と比較してどうしても資金面で劣る。健康経営に取り組んでいる大企業は、健康や衛生に関する外部の専門家を内部雇用するなど、金銭的なコストが必要な取り組みを行っているケースが多く、これらと同じことを中小企業が行うことは難しい。

また、企業内で健康経営を担う人材を確保できないという問題も、中小企業は抱えている。「労働安全衛生法」では、事業場を一つの適用単位として、各事業場の業種・規模等に応じて、総括安全衛生管理者・安全管理者・衛生管理者及び産業医などといった健康や衛生に関する専門家の配置を義務づけている。具体的には、従業員数が 50 人を超える事業場には、これらの従業員の健康や職場の衛生状況に関する専門家の配置義務がある。規模の大きい事業場や企業は、自然と専門家が配置されるよう、法整備がされているのである。

これは、裏を返せば、**50 人を下回る事業所は、これらの専門家を配置する義務がないということになる**。そして、人材面での余裕のない中小企業は、配置義務のないこれら専門家をわざわざ置いているとは考えにくい。日本において中小企業で働く人々の割合は、全労働人口の約 9 割を占めている。すなわち、**日本の労働人口の大部分が、健康に関する専門家が配置されていない職場で働いている可能性がある**のである。

## 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

以上のことを踏まえて、私たちは、**健康経営サービス「i care」を、中小企業、特に、若い従業員が働いている割合が高い小規模のベンチャー企業に提案することを考えた**。若い従業員に着目した理由は、私たちのように若い年齢のうちから、健康に気を使うことが重要だと考えたからである。そして、中小企業の中でもベンチャー企業の方が、健康に気を使うことができず余裕がないガムシャラな従業員が多いと考えたからである。また、私たちは初期段階においては 5 人で「i care」に取り組む。5 人という少ない人数の範囲では、中小企業で働いている 50 人全ての従業員の健康管理を行うことが困難であると考えたため、従業員数 20 人以下の小規模なベンチャー企業を想定することにした。

健康経営サービス「i care」とは、主に従業員の食事と運動を管理するサービスである。私たちのアンケート調査（n=357）の結果から、従業員の健康管理を行うにあたり、モチベーション管理が重要であることが判明した。そのため、私たちは、従業

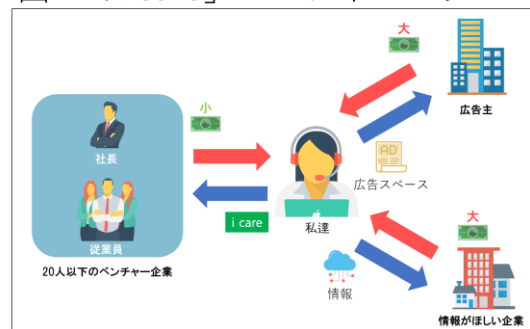
員の負担が少ないものを考えた。具体的には、**食事の面では、朝御飯と昼御飯に何を食べたかをその日の3時頃までに、LINE@のようなアプリを通して撮影した画像を私たちに送ってもらう。**その後、1日の健康的なカロリーを基準に、夜御飯に何を食べたら良いかを、手作り料理・近辺の全国飲食チェーン店・コンビニエンスストアの商品の中から、それぞれ選出を行う。そして、夕方までそれを各従業員に伝える。**運動の面では、1回30分程度で週2回の運動を基準に、歩数計アプリのようなもので各従業員の運動量を管理しようと考えている。**その際に、従業員内で現在の歩いた歩数を競わせるようなランキングを表示、歩いた歩数で日本を一周旅行できるような仕掛けを施す。これにより、**楽しく運動を継続的に取り組むことができ、モチベーションも維持しやすい。**

さらに、「i care」のビジネスモデルには、資金面に問題のある中小企業に健康経営サービスを安価に提供するための2つの仕掛けも施されている。**1つ目は、既存のモノを用いて、従業員の食事と運動を管理する**という点である。具体的には、**食事はLINE@のような既存のアプリを、運動は既存の歩数計アプリや、顧客となるベンチャー企業にある物品や設備を活用する。**これにより、ビジネスを行うにあたって、初期投資が少ない状態で始めることができる。**2つ目は、顧客となるベンチャー企業からの直接的な売上を主たる収益源にはしない**という点である。具体的には、**顧客となるベンチャー企業から得た従業員の健康度や、その企業の健康経営に関する情報を、就職活動や転職活動に関わる企業に有料で提供する。**今後、健康経営の重要度は増していくと考えられる。あるいは、企業が従業員の健康度にさらに気を配るようになることが予想される。そのような状況になれば、企業に就職する人々も、その企業の従業員の健康状態や、健康経営への取り組みについての情報を必要とするようになると考えられるため、こういった情報の持つ価値は増すであろう。また、**将来的には、私たちが従業員の食事と運動を管理できるアプリの開発を行う。**そのアプリ内に、**健康食品を商品として取り扱っている企業にアプリ内の広告スペースを販売する。**これら2つの工夫により、顧客となるベンチャー企業の抱える資金面の問題を解決できる。

表 「i care」のビジネスモデル

Who	小規模のベンチャー企業 (従業員数20人以下)
What	楽しい健康経営サービス
How	既存のモノを活用して 安価に提供するシステム

図 「i care」のビジネスモデル



## 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

本研究は、4つの調査方法から行った。1つ目は、20代から30代の学生とビジネスパーソンに対して、日常生活における健康意識と健康管理を行う際に何が面倒だと感じるかを調査するために、アンケート調査（n=357）を行った。2つ目は、一般人に対して、より密度の高い情報を得るためにインタビュー調査を行った。3つ目は、健康管理を生業とする専門職の方に、専門的情報を得るためにインタビュー調査を行った。4つ目は、中小企業が健康経営を実践できていない現状や原因を探るために、公刊資料を参考にした。

## 6. 結果や今後の取り組み

このビジネスを実践していくにあたり、次の2つのことを検討していく必要がある。**1つ目は、外部化の問題である。**外部化とは、何を外部に依存するかということであるが、健康経営サービス「i care」は、多くの経営資源を外部に依存している。つまり、いつ消滅するか分からないものを基盤として経営を行っているため、ビジネスの基盤が揺らぐ恐れが常にあるということである。**2つ目は内部化の問題である。**内部化とは、何を内製するかということであるが、内部化を行うと私たちの「i care」のサービスを提供する際に、コストが上昇し、低価格で「i care」を中小企業に提供できない可能性が出てくる。

以上のことから、この2つの問題については、継続的に検討していく必要がある。

## 7. 参考文献

※紙幅の都合上、主要なものだけを記載している。

日経 MOOK(2017)『働く人のメンタルヘルス』日経経済新聞出版社

『平成 29 年 5 月 経済産業省 ヘルスケア産業課 - 健康と経営を考える会』[https://kenko-keiei.org/document\\_dl/symposium0403.pdf](https://kenko-keiei.org/document_dl/symposium0403.pdf) (参照 2017.11.5)

『横浜市 経済局 景況・経営動向調査 調査報告』

<http://www.city.yokohama.lg.jp/keizai/happyou/keikyoureport.html> (参照 2017.11.5)

『健康経営 - 経済産業省 - 健康投資に対するリターン』

<http://www.meti.go.jp/press/2017/09/20170907002/20170907002-1.pdf> (参照 2017.11.5)

『共通 3 『総括安全衛生管理者』『安全管理者』『衛生管理者』『産業医』のあらし | 東京労働局』

[http://www.stat.go.jp/data/e-census/2016/kekka/pdf/s\\_gaiyo.pdf](http://www.stat.go.jp/data/e-census/2016/kekka/pdf/s_gaiyo.pdf) (参照 2017.11.5)

### <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、審査を行っていただく大学教員・企業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、翌年 3 月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※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、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局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、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。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、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。

---

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑