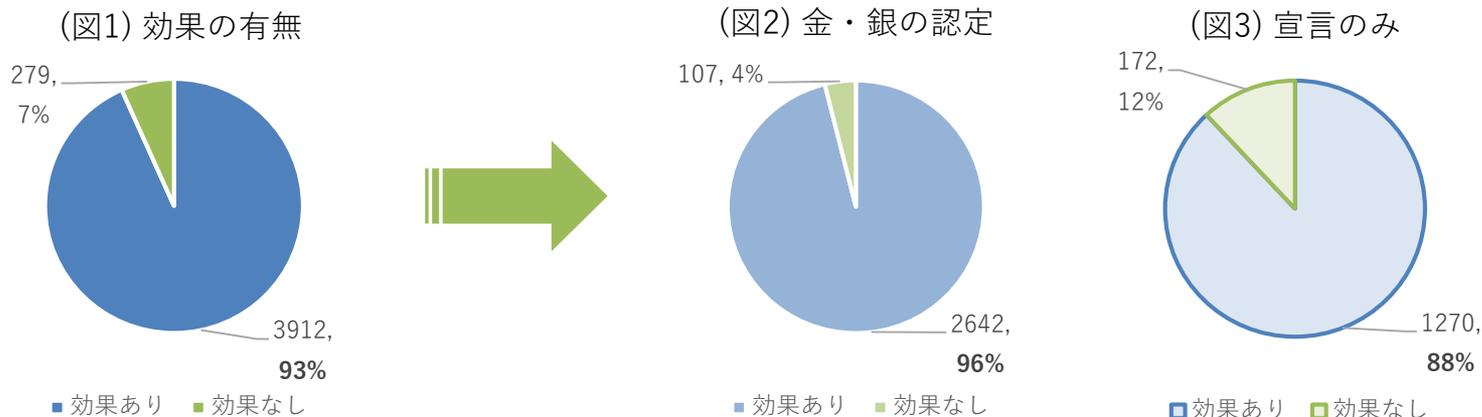


3. 健康企業宣言アンケート分析結果について (令和5年度)

① 分析（健康企業宣言の効果）

取り組み状況別宣言の効果

全体の**93%**以上の事業所が健康企業宣言を行って、なにかしらの効果があったと回答した(図1)。そこから「金・銀の認定」を取得している事業所と「宣言のみ」の事業所で分けると下図のようになる。「金・銀の認定」を取得している事業所だけで見ると、**96%**の事業所が効果ありと回答している(図2)。一方で「宣言のみ」の事業所の場合は、**約88%**の事業所が効果ありと回答をしている(図3)。この結果から、健康企業宣言のみでは効果を感じづらく、認定を取得、つまり一定以上の取り組みを行った事業所が効果を感じていることがわかった。



メリットの見える化①

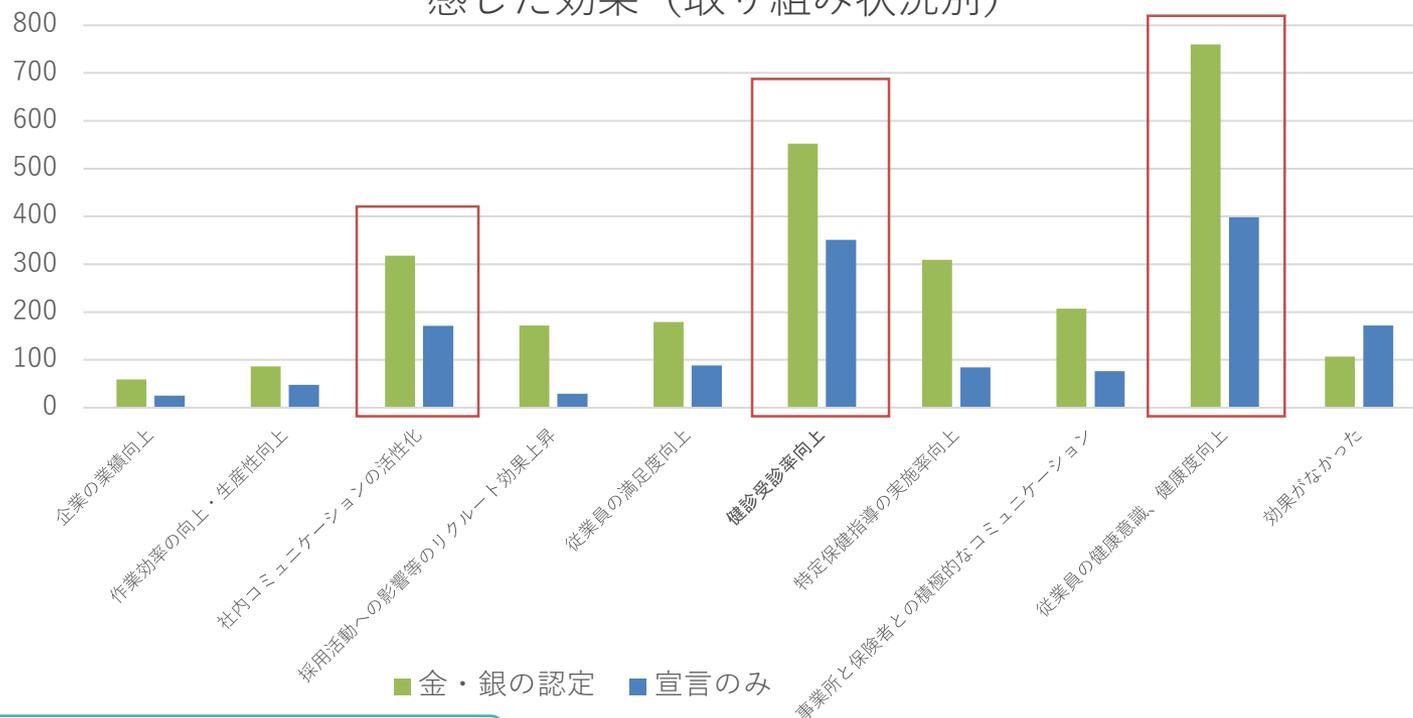
宣言をしている段階で88%、認定取得に至っては96%の事業所が効果を実感

① 分析（健康企業宣言の効果）

取り組み状況別宣言の効果Ⅱ

取り組み状況に関わらず、「社内コミュニケーションの活性化」「健診受診率向上」「従業員の健康意識、健康度向上」の効果を感じられる企業が多く、宣言をするだけでも社内にポジティブな影響を与えられることがわかる。「効果がなかった」と感じている企業も一定数存在するが、「金・銀の認定」を取得することによってその数値は大幅に減少するため、「金・銀の認定」を取得することの重要性がわかる。

感じた効果（取り組み状況別）



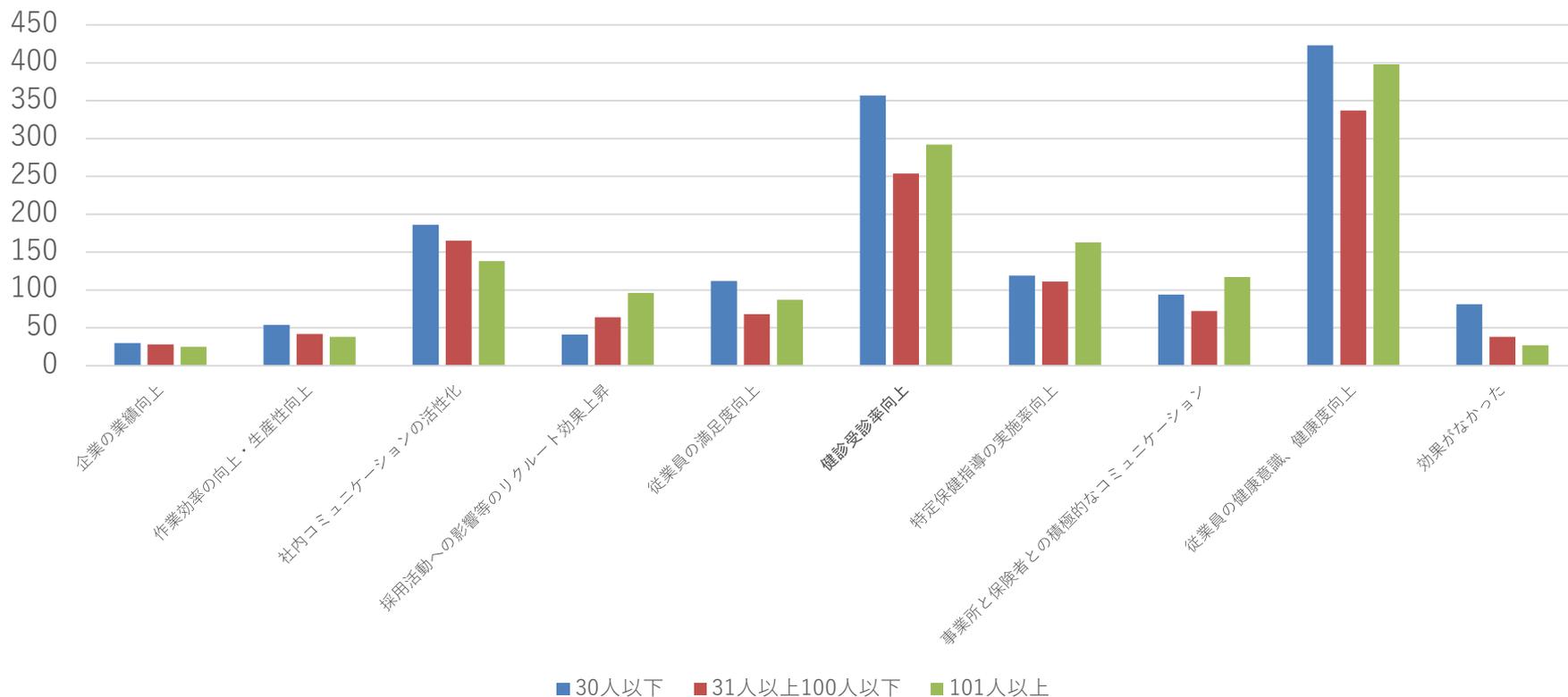
メリットの見える化②

宣言の段階でも「社内コミュニケーションの活性化」「健診受診率向上」「従業員の健康意識、健康度向上」を感じている事業所が多い

① 分析（健康企業宣言の効果）

規模別の効果 I

規模別効果（実数値）



上記の表の事業所数と回答数が比例していることから、規模が異なっても効果は感じることがわかる。

感じられる効果の種類は「社内コミュニケーションの活性化」「健診受診率向上」「従業員の健康意識、健康度向上」の回答が多く、取り組み状況別で見た時と大きく変わらない。

	事業所数	回答数
30人以下	733	1554
31人以上100人以下	591	1255
101人以上	696	1479
計	2020	4288

各規模の事業所数と回答数

① 分析（健康企業宣言の効果）

規模別の効果 II

すべての規模で効果が全くない項目はなく、一定以上の効果は感じることができている。

規模で差が出ている項目は「採用活動への影響等のリクルート効果上昇」…a「健診受診率向上」…b「特定保健指導の実施率向上」…c「社内コミュニケーションの活性化」…dの4つ。acは規模が大きくなるにつれて効果を感じており、bは規模が小さくなるにつれ効果を感じている。また、dは規模が一定数以上になると効果を感じづらくなっていることがわかる。

このような規模別効果の違いの要因として、規模によって取り組みの難易度が変わることが考えられる。大規模事業所は、健康経営の体制は整っているが個々の従業員に対してのアプローチの難易度は高く、小規模事業所では逆のことが言える。こういった規模の特徴が、感じた効果の差を生み出していると考えられる。

各項目の回答割合

	30人以下	31人以上 100人以下	101人以上
企業の業績向上	1.9%	2.2%	1.7%
作業効率の向上・生産性向上	3.5%	3.3%	2.6%
社内コミュニケーションの活性化…d	12.0%	13.1%	9.3%
採用活動への影響等のリクルート効果上昇…a	2.6%	5.1%	6.5%
従業員の満足度向上	7.2%	5.4%	5.9%
健診受診率向上…b	23.0%	20.2%	19.7%
特定保健指導の実施率向上…c	7.7%	8.8%	11.0%
事業所と保険者との積極的なコミュニケーション	6.0%	5.7%	7.9%
従業員の健康意識、健康度向上	27.2%	26.9%	26.9%
効果がなかった	5.2%	3.0%	1.8%
その他	3.7%	6.1%	6.6%
計	100.0%	100.0%	100.0%



メリットの見える化③

それぞれ特徴はあるが、どのような規模でも効果を感じることができる

① 分析（健康企業宣言の効果）

具体的な取り組みと効果

右記のレーダーチャートはそれぞれの効果を感じている事業所がどのような取り組みを行っているかを表し、図形が大きければ大きいほど満遍なく取り組みを行っている。効果を感じている事業所は①「健康診断の受診勧奨」や②「健診後の再検査や要治療者への勧奨」といった、健康経営の基本的な取り組みがほとんどできている。

「採用活動への影響等のリクルート効果上昇」を感じている事業所は、全体的に取り組めており、健康経営に取り組む環境が整備されていることが考えられる。

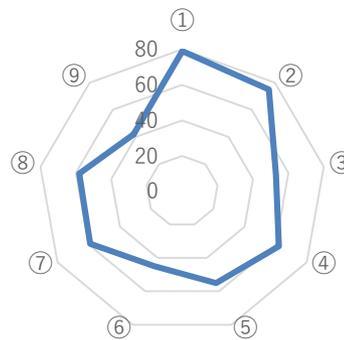
一方で⑨「健康づくりイベントの実施」については、どのような効果を感じた事業所でも取り組めておらず、難易度が高くなっている。

しかし、取り組めていない項目が存在しても多くの事業所が効果を実感しているため、難易度が高い取り組みを行えなくとも、効果は実感できることがわかる。

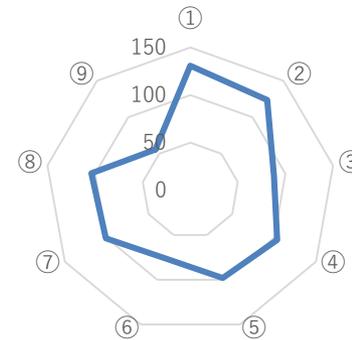
具体的な取り組み一覧

- ① 健康診断の受診勧奨
- ② 健診後の再検査や要治療者への勧奨
- ③ 特定保健指導の参加促進
- ④ 職場の健康づくりの環境の整備（健康測定機器の設置等）
- ⑤ 飲み物、食事に関する情報発信
- ⑥ 従業員の運動機会の提供
- ⑦ 喫煙・受動喫煙の対策
- ⑧ 心の健康に関する情報発信
- ⑨ 健康づくりイベントの実施

企業の業績向上



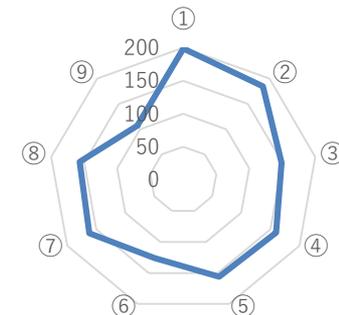
作業効率の向上・生産性向上



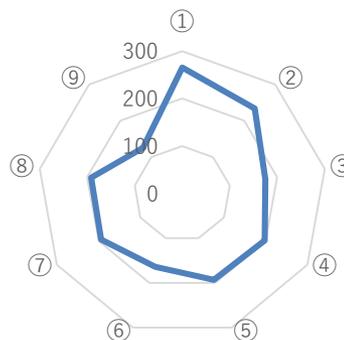
社内コミュニケーションの活性化



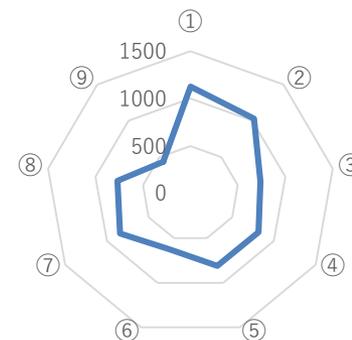
採用活動への影響等のリクルート効果上昇



従業員の満足度向上



従業員の健康意識、健康度向上

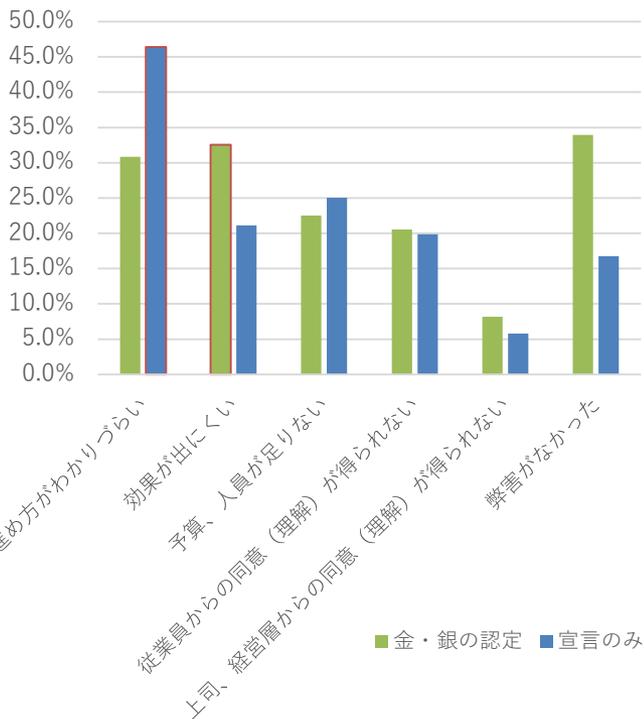


② 今後の課題

弊害とサービス

銀の認定を取得するうえでの弊害（図4）では、認定を取得した事業所は「効果が出にくい」、宣言のみの事業所は「取り組みの進め方がわかりづらい」の回答が多い。

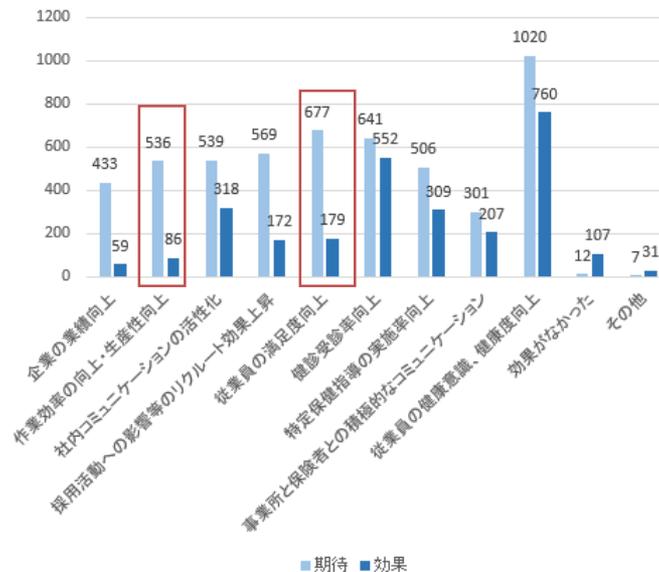
図4 「銀の認定」取得の弊害



効果が出にくい

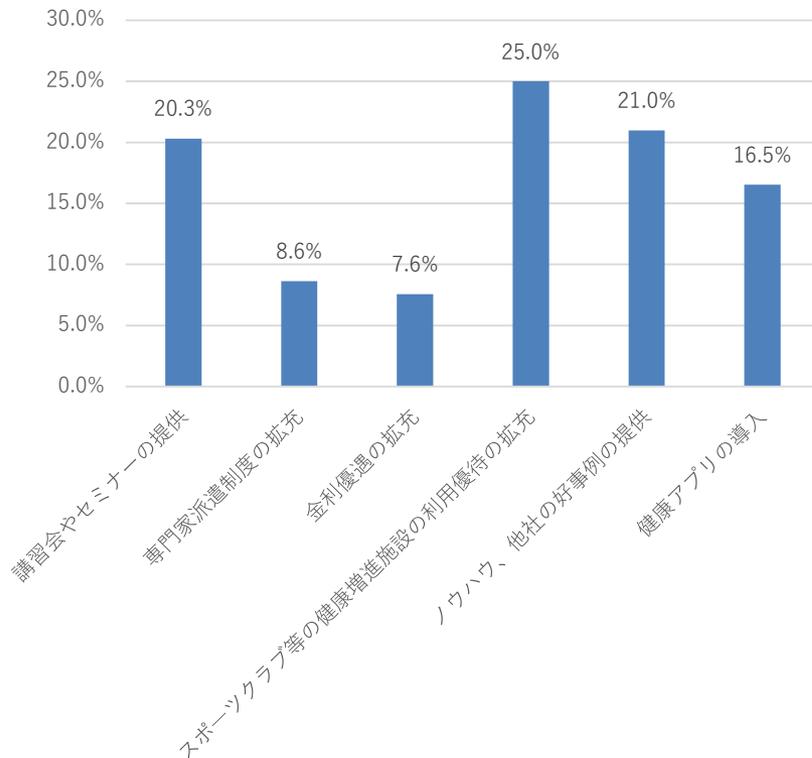
認定を取得した事業所の期待と効果（図5）では、「従業員の満足度向上」や「作業効率の向上・生産性の向上」などで大きな乖離が存在する。満足度や作業効率・生産性の向上のためには、**従業員のニーズに合い、プレゼンティズムを改善できるようなサービスが必要となる。**

図5 認定取得事業所の期待と効果



弊害とサービスII

拡充が必要だと思うサービス（宣言のみ）



取り組みの 進め方がわかりづらい

宣言のみの事業所が拡充が必要だと思うサービスは「スポーツクラブ等の健康増進施設の利用優待の拡充」、「ノウハウ、他社の好事例の提供」、「講習会やセミナーの提供」の順で回答数が多くなっている。特に、ノウハウや好事例、講習会、セミナーの提供は健康経営の進め方などの情報提供であり、回答した事業所の40%以上を占めている。

各保険者でこういった進め方などの情報提供は行っているが、まだまだ周知が必要だということがわかる。

課題①

認定を取得している事業所には効果が実感できるようなサービス、宣言のみの事業所には取り組みの進め方を伝えるサービスが必要

更新制度

健康企業宣言に対する意見・要望申告がない限り、認定の自動更新希望

- 1年に1度の更新に時間と手間が掛かる
- 更新を複数年ごとにしてほしい
- 更新時期の統一、更新頻度の見直し（2～3年に1回の更新等）
- 1年に1度の更新が手間になっております。
- 1年に1度の更新が手間です。
- 更新が手間
- 更新頻度、認定期間を長くしてほしい
- 更新に手間がかかる
- 1年に1度の更新が手間
- 2年目以降の更新時は添付書類を免除してほしいです。
- 1年に一度の更新はまだ未経験ですが、できるだけ更新手続きは簡素化してほしいです。
- 1年に1度の更新が手間
- 更新手続きや情報収集がスムーズにできるような環境の提供があればよい
- 更新手続きをもう少し早くさせてほしい。2～3ヶ月は余裕を持って取り組みたい。
- 1年に1度の更新が中々厳しい
- 1年に1度の更新が手間
- 初めて取得したのでわかりませんが、1年毎の更新を延ばしてほしい
- 1年に1度の更新が手間
- 1年に1度の更新が手間（3年くらい有効期間があると良いのかなと思いました）
- 1年に1度の更新が手間
- 1年に1度の更新が手間なので、簡単にできるようにしてほしい。
- 1年に1度の更新が手間
- 1年に1度の更新が手間
- 更新の間隔を2年ごとにしてもらいたい
- 1年に1度の更新が手間であり、少なくとも複数年の有効期間を設けてほしい。
- 1年に1度の更新が手間
- 更新の手続きを簡易化していただけると実際の活動に注力できますのでありがたいです
- 1年に1度の更新が手間
- 1年に1度の更新が手間
- 例文の通り一年に一度の更新が手間に感じます
- 2年に1度更新
- 1年に1度の更新が手間とは思いますが。
- 継続して取り組んでいることに関しての更新が手間です。
- 1年に1度の更新が手間
- 年度更新の手間がもう少し簡易的になって頂けると助かります。
- 申請に関する資料が膨大、認定基準が不明確、1年に1度の更新が手間
- 1年に1度の更新は手間だと感じます。
- 更新書類を期限の1ヶ月程度前に送付して欲しい。ファックス受理後に受け取り確認のメールを送信していただきたい。

更新に対する意見・要望

健康企業宣言に対する意見・要望の中で更新に関するものは649件中267件（41.1%）だった。特に多い意見は「1年に1度の」更新が手間」という更新の期間に関するもの。

1年に1度という期間は制度上の話であり、『「健康優良企業」認定制度実施要領』で定められている。そのため、協議会全体でこれらの意見に対し期間の見直し等の検討をしていく必要がある。

そのほかにも更新に関して、「簡単にできるようにしてほしい」「ネットやアプリから手続きできるようにしてほしい」など更新方法に関する意見もあった。更新方法はWEBやFAXなど保険者ごとにさまざまであり、今後も各保険者で効率化を図る。

宣言事業所数は毎年増加しており、今後も増加していくことが考えられる。その中でこの更新制度については事業所の手間や、保険者の事務量等の様々な面から改善が必要となる。

課題②

更新制度の改善