

令和 6 年 6 月 25 日現在

機関番号：32634

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2021～2023

課題番号：21K01764

研究課題名（和文）ニューノーマル時代の健康経営：若者世代の身体的・精神的・社会的健康に着目して

研究課題名（英文）Health and Productivity Management in the New Normal Era : focus on Physical, Mental, and Social Well-being of the Younger Generation

研究代表者

大崎 恒次 (Osaki, Koji)

専修大学・商学部・准教授

研究者番号：70712678

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,100,000円

研究成果の概要（和文）：本研究では、健康経営におけるマーケティング分野のアプローチとして、従業員基点のインターナル・マーケティングの考え方や実践が参考になることを示すとともに、健康経営実践企業へのインタビュー調査を通して、健康経営に取り組む企業の組織体制がトップダウン型では身体的健康、心理的健康をKPIの中心とする傾向があり、ミドルアップ型では身体的・心理的健康だけでなく、社会的健康までをKPIとする傾向があることを明らかにした。また、大学生の健康に関するリテラシーの向上を目指したコンペティションの実践的な試みを実施した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

健康経営を先進的に実践する企業においては、社長や役員など企業の意思決定機関が中心となり全社戦略として健康経営に取り組むトップダウン型と、健康経営の担当部署や担当者を中心に取り組むミドルアップ型ではKPIに違いがみられること、また、コロナ禍を契機に、会社をコミュニティとして捉え直し、従業員の心理的安全性を高める方略が試みられている点が明らかになった。加えて、産学連携の取り組みとして、健康経営を実践する企業や組織と共に大学生の健康に関するリテラシーの向上を目指したコンペティションの実践的な試みを継続して実施した。これらは、学術的にも、実務的・社会的にも意義深いものといえる。

研究成果の概要（英文）：In this study, we showed that internal marketing approach is relevant to Health and Productivity Management. Through interviews with companies implementing health and productivity management practices, we revealed that organizational structures in top-down oriented companies tend to prioritize physical and psychological health as key performance indicators (KPIs). In contrast, middle-up oriented companies show a tendency to include not only physical and psychological health but also social health as KPIs. Furthermore, we discussed how to improve the health literacy of undergraduate students, who will be the members of society in the future, through a competition.

研究分野：流通・マーケティング

キーワード：健康経営 社会的健康 産学連携 マーケティング ヘルスリテラシー インクルージョン

1. 研究開始当初の背景

企業において、持続可能な開発目標である SDGs を前提とした事業活動の推進には、社会的価値と経済的価値の両立を通じた共通価値の創造を目指すことが求められる。特に SDGs の 17 の目標のうち、目標 3 の「健康と福祉」や目標 8 の「働きがいも経済成長も」は、少子高齢化や人口減少に伴う医療介護や社会保障費の急増といった諸問題を抱えるわが国において、特に重要な課題といえる。

こうした状況の中、日本再興戦略の 1 つとして位置づけられていた健康経営は、従業員の健康保持・増進への取り組みを通して組織の活性化や生産性向上、優秀な人材の獲得や人材の定着といった企業価値への貢献が目指されていた。しかし、実際には、健康保持や健康増進など福利厚生提供のみに留まることが多く、企業価値への貢献といった健康経営の目標と齟齬が生じていた。健康意識は、世代やライフステージによって異なるため、健康経営の取り組みが健康経営の保持や増進などに留まる場合、若い世代への健康に関する取り組みとしては不十分であり、その有効性は低いものとならざるを得ない。加えて、コロナ禍の影響による訪れたニューノーマル時代において、年齢や世代に関係なく、社会への不安や健康への関心、企業の従業員に対する対応を求める声が高まっていた。特に新社会人となった新規学卒者は、オンラインでの入社式、その後の社員研修や社員教育なども在宅勤務にてオンラインで実施されるなど、多くの企業で従来とは異なるオンラインを中心とした対応というこれまでとは想定外の状況を余儀なくされた。その結果、企業内のコミュニケーション問題が浮き彫りとなり、その対応こそが喫緊の課題となっていた。

研究代表者及び研究分担者らは、中見・圓丸・大崎・大野(2020)において、流通業者に注目し、ニューノーマル時代における健康経営の可能性について検討を行っていた。その中で、ニューノーマルを前提とした健康経営のあり方が問われていること、WHO の示す健康の定義から「社会的健康が、健康経営を考えていく上で前提となり、肉体的、精神的健康がバランスよく組み合わせることにより、企業の業績へ繋がる」とことを指摘した。また、健康経営と業績との関係性においては、Kumar and Pansari(2016)の示すエンゲージメントの観点から分析することの有効性を論じた。そして「健康管理側面だけではなく、社会的な関係性や従業員のマインドフルネスも含めて、従業員を『コスト』としてではなく、『投資』対象と捉え、企業業績を向上させる施策を考えていくことが必要」と指摘している。

このような問題意識及び知見を活かし、本研究では、マーケティング、消費者行動、マーケティング・コミュニケーション、感情心理学の研究分野を専門とする研究者と健康経営銘柄に選定されている健康経営を実践する企業を会員企業とする実務家が連携して研究を行うべきとの問題意識を共有するに至った。

2. 研究の目的

本研究は、上述の問題意識と連携体制を背景として、以下の 2 点を研究目的としている。第 1 に、WHO の示す健康の概念に則った健康経営を実践する企業の実態(特徴)を明らかにし、健康経営企業のマネジメントがどのように従業員エンゲージメントに作用しうるか、また、ニューノーマル時代における健康経営のあり方について検討を行い、健康経営がどのように企業成果に資するのかを考察することである。第 2 に、大学生を対象とした健康経営実践企業の課題解決型コンペ実施と運動促進アプリを用いた運動を習慣化させるという学習プログラムを通じて、健康に関するリテラシーが向上しうるかを調査、検討することである。

第 1 の目的については、WHO の示す健康の中でも社会的健康に注目し、健康経営実践企業のマネジメント・レベルや従業員レベルでの特徴を明らかにすることである。また、企業において 20-30 代といった若い世代(企業の平均年齢が高い場合は、平均年齢よりも低い年齢層を若い世代として捉える)を主な対象としていること、そして、ニューノーマルにおける健康経営のあり方について検討することを主な論点としている。第 2 の目的については、大学を卒業した新社会人の早期離職率の高さが問題となっている昨今において、大学生のうちに健康に関するリテラシーを向上させることの有効性があるのではないかと、という実践的な試みである。

3. 研究の方法

本研究では、上記の研究目的を達成するべく、健康経営を実践している先進企業を対象としてインタビュー調査を実施することで、企業が求める健康経営の実態を確認する。健康経営を実践する先進企業については、研究の連携者が代表理事を務める一般社団法人健康戦略研究所に加盟する健康経営を実践する企業の中でも健康経営のエクセレントカンパニーと呼ぶにふさわしいと考えられる企業などへの調査を行った。

また、第 2 の目的を遂行するべく、上記研究所が主催する産学連携プロジェクトである「大学対抗『健康経営』×『マーケティング』コンペティション」の開催を通して調査・検討を試みている。このコンペティションは、マーケティングや消費者行動、流通などを専門分野として学ぶ学生たちを対象に、研究の連携者が代表理事を務める一般社団法人健康戦略研究所が主催とな

って、2020年7月より開催した「大学対抗『健康経営』×『マーケティング』コンペティション」である。本コンペティションに賛同し、課題を提示している参画企業や組織は、健康経営銘柄を取得していたり、健康経営を実践している企業や組織である。そうした企業や組織が大学生に健康経営をより理解してもらうために、また健康経営に実際に取り組む中で、現状抱えている課題などを学生たちへの課題として提示してもらい、学生たちは、その課題に取り組んでいる。このコンペティションを通して大学生の健康に関するリテラシーが向上しうるか、コンペティションの事前事後にアンケート調査を実施している。また、本コンペティションの中では、運動促進アプリを用いて運動習慣化によって大学生の健康に関するリテラシーが向上しうるかについても調査を行っている。

さらに、上述の健康経営実践企業の他にも、健康経営を実践している企業の取り組み状況を発表する場としたり、上述の「大学対抗『健康経営』×『マーケティング』コンペティション」の試みを発表したり、意見交換・情報共有をする場として、日本マーケティング学会におけるリサーチ・プロジェクト「健康アセット・マーケティング研究会」を活用し研究成果等を蓄積することとした。

4. 研究成果

本研究における研究成果の概要は、以下の2点である。

第1に、健康経営におけるマーケティング分野のアプローチとして、従業員基点のインターナル・マーケティングの考え方や実践が参考になることを示した点にある。具体的には、従業員満足や従業員体験などの促進が、離職防止や企業の労働生産性向上の誘因となりうる。

また、健康経営を先進的に実践する企業へのインタビュー調査を通して、健康経営を取り組む組織体制として、社長や役員などの企業の意思決定機関を起点に全社戦略で行うトップダウン型と、健康経営の担当部署や担当者を中心として行うミドルアップ型の企業があることが明らかになった。KPIに関しては、インタビュー調査を行った全社が共通して禁煙や運動量、体重などの身体的健康の評価指標の導入は行っているが、心理的健康や社会的健康の評価指標については相違があることが明らかになった。また、身体的健康、心理的健康をKPIの中心とする企業ではトップダウン型を採用し、社会的健康までを含むKPIを設定する企業ではミドルアップダウン型を採用していた。そして、コロナ禍を契機に会社をコミュニティとして捉え直し、従業員の心理的安全性を高める方略が試みられている点についても明らかになった。

第2に、大学生の健康に関するリテラシーの向上を目指したコンペティションの実践的試みを通して、このコンペティションのキックオフ時及び最終報告会の後にコンペティションに参加した大学生を対象に参加前後の健康や健康経営に対するリテラシーや態度の変化を検証するため、Google Formを用いたアンケート調査を行った。その結果、健康への自己意識(HCSC)については事後の方が事前よりも有意に得点が高くなり、コンペティションを通じた経験が自らの健康について意識する要因となったことが確認できている。ただし、健康への関心や健康への自己管理については、事後の方が事前よりも得点は高かったものの有意差は観られなかった。健康への危機管理については事後の方が事前よりも得点が低く、有意差は観られなかった。この結果より、健康への関心や健康への自己管理、健康への危機管理については、健康状態が良好な学生に対してコンペティションを通じた経験だけでは効果が得られにくかったものと考えられる。

なお、本コンペティションは、1度だけの開催ではなく、2020年以降継続して実施している。こうした健康経営を実践する企業の課題解決を目指したコンペティションを継続していくことそのものが、地道な取り組みではあるものの、大学生の健康に関するリテラシーの向上にも寄与するものと考えられる。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計2件（うち査読付論文 2件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 0件）

1. 著者名 脇夕希子、三井雄一	4. 巻 32
2. 論文標題 日本版インクルージョン尺度の作成と信頼性および妥当性の検討	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 労務理論学会誌	6. 最初と最後の頁 113-125
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 大崎恒次、圓丸哲麻、三井雄一、大野幸子	4. 巻 202311
2. 論文標題 大学生のヘルスリテラシー向上に関する検討:ニューノーマル時代における産学連携による『健康』×『マーケティング』コンペティションの試み	5. 発行年 2024年
3. 雑誌名 経営情報学会 全国研究発表大会要旨集	6. 最初と最後の頁 265 ~ 268
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.11497/jasmin.202311.0_265	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計2件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 大崎恒次、圓丸哲麻、三井雄一、大野幸子、中見真也
2. 発表標題 健康経営に取り組む企業の事例に関する一考察：質的研究手法を用いた分析を中心として
3. 学会等名 日本商業学会 第73回全国研究大会
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 大崎恒次、圓丸哲麻、三井雄一、大野幸子
2. 発表標題 大学生のヘルスリテラシー向上に関する検討:ニューノーマル時代における産学連携による『健康』×『マーケティング』コンペティションの試み
3. 学会等名 経営情報学会 2023年 全国研究発表大会
4. 発表年 2023年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究分担者	圓丸 哲麻 (Emmaru Tetsuma) (00636996)	大阪公立大学・大学院経営学研究科・教授 (24405)	
研究分担者	三井 雄一 (Mitsui Yuichi) (00782145)	西南学院大学・商学部・准教授 (37105)	
研究分担者	大野 幸子 (Ohno Sachiko) (30740005)	和光大学・経済経営学部・教授 (32688)	
研究分担者	中見 真也 (Nakami Shinya) (30794797)	神奈川大学・経営学部・准教授 (32702)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------