

『最強戦略としての健康経営 競争優位とサステナビリティを生む人的資本のためのビジネスモデル』 〈図書紹介〉

新井卓二

抄録

健康経営は、日経平均採用 225 銘柄のうち 8 割の企業が健康経営度調査票に回答し、上場企業全体では 30%弱が回答しており、大企業を中心に普及している。そうした状況を踏まえつつ、本書は、健康経営を経営戦略の一つと位置づけ、他の様々な経営戦略とも比較し、健康経営の取り組みの現状、健康経営の考え方とイノベーションまでを見据えた効果、効果を得るための具体的な手法についてわかりやすく解説する。また、地域への影響や健康経営を通じた新しいビジネスモデルまで紹介し、健康経営に取り組むことで生まれる企業競争力とサステナビリティについて考察する。出版社は同友館、発売日は 2022 年 6 月 20 日、言語は日本語、形式は単行本で 225 ページである。ISBN-10 : 4496056003、ISBN-13 : 978-4496056000

キーワード：経営戦略、健康経営、最強戦略、競争優位、サステナビリティ、人的資本、ビジネスモデル

I. 章割り

第 1 章 健康経営の現状

第 1 節 健康経営とは

- 健康経営の定義
- Well-being と健康経営の関係
- 健康経営の効果は多様な経営指標イノベーション

第 2 節 戦略としての必要性

- なぜ競争優位とサステナビリティを持つのか？
- 無形資産としての最強戦略
- 健康経営における無形資産とその考え方

第 3 節 オンラインの社会、コロナ禍の社会における 取り組み事例

- ワークライフバランスを求める働き方と幸福の関係
- リモートワーク・テレワーク、ワーケーション・ヘルスツーリズム
- コロナ禍での健康経営とキーワード

第 4 節 ビジネスモデル（ヘルスケアビジネスへ）

- 健康経営をビジネスモデルへ
- すべての企業がヘルスケア企業へ
- デジタル技術を活用したヘルスケア

第 2 章 健康経営の期待される効果

第 1 節 海外との比較

- 日本での効果
- 日本での特徴
- 日本的経営と健康経営

第 2 節 効果の測定方法

- 外的効果の測定方法（広報 IR / 人事採用）
- 内的効果の測定方法（経営企画 / 人事 / 保険組合 / そのほか）
- 想定していなかった効果の測定方法と波及図

第 3 節 健康経営の波及図

- 戦略広報による外的効果
- わかってきた内的効果
- まだ見えぬ長期的な効果と可能性 2

第 4 節 イノベーション

- 経済産業省が期待するイノベーション
- 3つのイノベーションの可能性
- 行動変容とイノベーション

第 5 節 人材開発とウェルネス（健康）キャリア開発

- ウェルネス(健康) キャリアの概念と女性の
キャリア&健康
- 自律的社員の育成
- 階層別研修

第 3 章 健康経営の取り組み手法

第 1 節 目標とする健康経営 /

Corporate culture of health

- 健康経営が目指す状態
- 健康経営を文化へ（Corporate culture of health）
- ストーリーとしての健康経営

第2節 STEP1～3

■守破離という健康経営

■STEP1・2・3

■「健康経営銘柄 2021」からみる

経営戦略としての健康経営

第3節 座組 / クロスファンクショナルチーム

座組 / クロスファンクショナルチームの概要

■メンバーの必要性とその担当

■推進担当者が必要とされる能力

第4節 従業員から家族、株主、地域へ

■一般的な企業内対象者

■家族、グループ会社向け

■株主・地域・取引先向け

第5節 介入方法

■オフィス内向け

■任意と強制

■世代間ギャップ

第4章 健康経営の今後の展開

第1節 平均から抜け出す健康経営

■ヘルスリテラシーと平均では見えない健康

■「十人十色の健康経営」と

「ONE to ONE 健康経営」

■健康経営度調査の限界とその先

第2節 地域や取引先、顧客との関わり方

■地域と健康経営（CSR 活動）

■取引先(仕入先や卸し先)も巻き込んだ健康経営

■顧客とつくる健康経営ビジネスモデル

第3節 関わることでできる戦略

■SDGs、ESG

■サステナビリティを目指す「三方よし」と

ステークホルダー経営と人的資本経営

■健康経営を使ってビジネスを進化

第4節 自治体が活用する健康経営

■健康都市宣言と健康経営都市宣言と地方創生

■日本発マネジメントシステムとして国際展開と

格付け機関の必要性

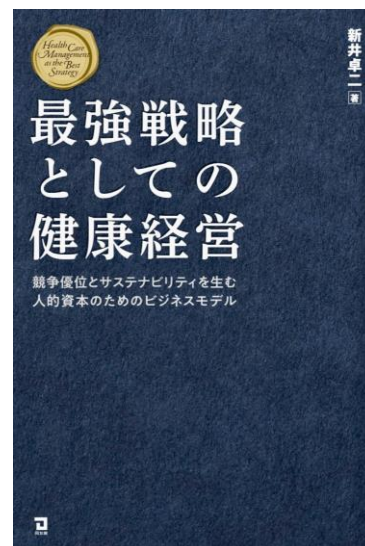
■環境経営と健康経営の価値

おわりに

あとがき

※「健康経営®」は、NPO 法人健康経営研究会の登録商標です。

II. 表紙



III. キーワード

Well-Being・幸福度

リモートワーク、ワークライフバランス

ウエルネス (健康) キャリア、テレワーク、ワーケーション、ヘルスツーリズム、介入方法

イノベーションの可能性

健康経営ヘルスケアビジネス、健康経営の新しい形期待される効果と特徴、無形資産、内的効果、外的効果、波及図、健康経営資源、企業文化、座組/クロスファンクショナルチーム、優位性、対象者 (社)、

サステナビリティ

SDGs、環境経営、ESG

健康経営ビジネスモデル、日本的経営、地方自治体としての活用方法、地域・取引先・顧客と作る健康経営

IV. 著者紹介 (刊行当時)

新井卓二

山野美容芸術短期大学教授。学術博士 (大阪大学)。新井研究室主宰、日本ヘルスケア協会健康経営推進部会副会長、社会的健康戦略研究所 運営委員特別研究員、健康行動ネットワーク advisor。

証券会社勤務を経て、法人向け出張リラクゼーション株式会社 VOYAGE を起業 (後に売却)。明治大学ビジネススクール TA、昭和女子大学研究員、山野美容芸術短期大学講師を経て現職。著書「『経営戦略としての「健康経営」』 (共著、合同フォレスト)、「ヘルスケア・イノベーション」 (共著、同友館) ほか。

提出日 : 2022/8/16 14:00