

## 健康寿命延伸のための予防インセンティブ

2014.8.7 発行

### 国民健康寿命の延伸

2013年6月14日に発表された日本再興戦略は、国民の健康寿命の延伸をテーマのひとつとし、具体的成果目標（KPI）として、2020年までに、①国民の健康寿命を1歳以上伸ばす、②メタボ人口を2008年度比25%減らす、③40歳から74歳までの健診受診率を80%に引き上げる、を目標に掲げています。同時に、この健康寿命の延伸を支える産業を健康長寿産業とし、日本の経済成長を支える戦略分野としてとらえていこうとしています。

先ごろ発表された日本再興戦略の改訂版（2014年6月24日発表）では、この健康寿命の延伸というテーマについても新たな課題を踏まえ、一步踏み込んだ内容が展開されています。特にヘルスケアポイントなど、健康寿命の延伸のための健康増進・予防に向けたインセンティブの付与について、より具体的な記述がされたことに筆者は注目しています。今回は健康増進・予防のために、このヘルスケアポイントなど、どのようなインセンティブが付与され、その結果として、どのような産業が恩恵を受けるのかを考えてみたいと思います。

### ヘルスケアポイントと現金給付

そもそもヘルスケアポイントとはどういう制度なのでしょうか？明確な定義は見当たらないのですが、2013年版再興戦略では、ヘルスケアポイントは「運動等の健康増進に関する取組・成果に対して付与され、健康・介護サービス施設や地域商店街等で利用するポイント」と記されています。具体例は、第7回産業競争力会議 医療・介護等分科会配布資料（厚生労働省作成）で取り上げられた出光興産健康保険組合の事例に見ることができます。出光興産健康保険組合は、組合員のウォーキングやジョギングなどの健康づくりに資する活動に対して、健康グッズやスポーツクラブ利用券等と交換できるポイント（ヘルスケアポイント）を付与している、とされています。つまり、ヘルスケアポイントとはポイントというインセンティブを与えることで、健康であるための努力を促す制度だといえるでしょう。

なお、健康増進・予防のインセンティブとしては、ヘルスケアポイントとは別に現金給付の方法もあります。先程の医療・介護等分科会配布資料に取り上げられているのが、岡山県総社市国保の例です。資料によると、総社市では、①被保険者が保険診療を受けず（過去1年間）、②40歳以上の被保険者（特定健康診査の対象者）がいる世帯では対象者全員が特定健康診査を受け（①と同期

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。

明治安田アセットマネジメント株式会社

## アナリスト・コラム

間)、③ 国民健康保険税を完納している世帯、であれば、その世帯には現金1万円が支給されているようです。

筆者個人の見解としては、現金を直接もらえる現金給付は、インセンティブとしてはポイント制度よりも即効性があり魅力的です。しかし、ヘルスケアポイントでは、健康グッズやスポーツクラブ利用券等に還元されることにより、健康増進の循環サイクルを形成することができるので、健康増進・予防に対するトータルの効果としては、やはりポイント制も捨てがたいのではないのでしょうか。

## 2014年改訂版再興戦略での位置付け

前回の再興戦略では、これらインセンティブについての記述は、2014年度から総合特区の枠組みを活用し、ヘルスケアポイントの大規模実証実験をすることのみにとどまっていました。

改訂版再興戦略では、ヘルスケアポイントに現金給付のインセンティブについての記述も加え、「その普及を図る（中略）、これらの保険制度上の対応など所要の措置を来年度中に講ずることを目指す」とされています。実験と同時に制度整備が進むことで、実施にむけて一段の弾みがつくことが期待される内容となったといえるでしょう。

なお、改訂版再興戦略では、「保険者が財政上中立な形で、個人の健康・予防に向けた取組に応じて、各被保険者の保険料に差を設けるようにすることを可能とするなどのインセンティブの導入についても、公的医療保険制度の趣旨を踏まえつつ検討する。」と新たな記述も追加されています。健康である努力をすれば、健康保険料が安くなる日も近いのかもしれない。

## 期待される効果

では、ヘルスケアポイントや現金給付などのインセンティブ制度が実施されると、どのような業界が恩恵を受けるのでしょうか？

残念ながら、制度の詳細について、まだまだ不明確なところがあり、はっきりとした結論は出せません。例えば、ヘルスケアポイントについての問題点だけでも、健康増進の取組は、例として掲げられたウォーキングやジョギング以外にどこまで範囲を認めるのか、取組んだことをどうやって計測・評価するのか、対価であるポイントの使用範囲はどこまで認めるのか？といったことが挙げられます。これらは、今後の実験結果を検証したうえで、順次決定していくのだと思われます。

ただ、確実にいえることは、このヘルスケアポイントなどのインセンティブが実施されるのであれば、国民の健康意識が高まるということではないでしょうか。そうすると、健康であるためにスポーツに取り組む意欲は増大しそうです。出光興産健康保険組合の例で取り上げられているようなジョギング、ウォーキングに取り組む人が増えれば、ウェアやシューズの需要が増加することも期待されますし、ポイントの使用対象として例にあげられたスポーツクラブは、利用者が増加する可能性もあります。

まだまだ、推測の域を超えませんが、これらのインセンティブの行方から目が離せそうにもありません。

国内株式運用部調査担当 シニア・リサーチ・アナリスト  
(食品・小売・サービス・メディア担当)  
小川 真澄

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。