



# 健康増進プログラム

RGA リンシュアランス・カンパニー グローバル R&D 部門  
調査研究報告書 2014 年 11 月号

ジュリアン・キャロウェイ、ダイアナ・ボスワース、ソニア・トーレ

**RGA**

The security of experience. The power of innovation.

[www.rgare.com](http://www.rgare.com)

## 要旨

医療機関が慢性疾患のコスト削減を図り、企業が健康的な職場を目指す中、健康状態を定量化するテクノロジーの発達により消費者自身が自己の健康管理への意識を高めるにつれ、健康増進プログラムが社会に広がっている。健康増進プログラムの内容はそれぞれ多くの点で異なるが、目的は大概類似しており、健康増進への動機づけと参画の強化を中心に据えている。

### 健康増進プログラムの三大要素

- ヘルス・リスク・アセスメント：開始段階に健康状態の基準値を測定することで参加者に健康情報を理解してもらう
- 健康状態モニタリング・分析ツール：継続的に個人のデータを提供する。測定可能な目標を設定し、進捗をモニタリングすることができる
- インセンティブ：プログラムへの参加を促し、既存参加者のやる気を維持する

プログラムの効果測定は難しい面がある。しかし、禁煙、食生活の改善、および身体運動の増加等、ライフスタイルにおける行動に重点を置いた効果的な健康増進プログラムが慢性疾患の経済負担を軽減することが証明されている。プログラムのコストを上回る測定可能な健康上のメリットを達成するまでには、大半の健康増進プログラムにおいて、実施後5年経過を要する。

健康増進プログラムは、医療保障の上乗せプランまたは追加の保障として、企業の従業員福利厚生制度によく組み込まれている。そのような団体保険には、死亡保障や就業不能保障が多くみられ、健康増進プログラムは、保険契約の引受査定やプライシングに有益である。

健康増進プログラムの展開の一つは、個人保障性商品に対する保険料割引の提供にある。生命保険と健康増進プログラムを連動させることで、消費者は、健康づくりと保険料削減につながる行動に動機づけられる。保険会社では、経験値の改善および革新的な新商品開発につながる。

## はじめに

毎年、世界で 3600 万人が非伝染性疾病で死亡する。心血管疾患、特定のがん、慢性呼吸器疾患、および糖尿病が世界の死亡数の 63%を占め、大半の原因がライフスタイルにある。世界保健機関によると、早死の殆どが喫煙、不健康な食生活、運動不足、およびアルコールの有害な摂取に起因すると言われている。<sup>1</sup> デューク大学のラフル・キーニィは、「主な死因は個人の意思決定にある。（中略）個人の決定を改善するだけで、10 年あたり何百万もの早死を防止できるかもしれない」と述べている。<sup>2</sup>

不健康なライフスタイルは、早死に加えて、個人の生活の質や職場の生産性に影響を与える慢性疾患の原因になる。腰痛、うつ病、糖尿病、および肥満等、一般的な慢性疾患は、欠勤、およびプレゼンティーズム（病気やケガによる職務遂行能力の低下。詳細は後述）を増やし、生産性を悪化させる。<sup>3</sup> 世界経済フォーラムは、コストの高い慢性疾患を引き起こす 8 大行動要因を特定し、喫煙、運動不足、栄養価の低い食事、アルコールの消費量、標準治療の遵守不良、不適切なストレスマネジメント、睡眠不足、および人間ドック等スクリーニングの欠如を挙げた。<sup>4</sup>

慢性疾患は医療費の急上昇を推し進める要因であり、医療費の上昇は世界で年間およそ 8%にもおよぶ。<sup>5</sup> 世界の医療保険会社、事業主、および政府の悩みのタネだ。医療支出は、GDP に占める割合を増し、企業支出や家計においても大きな負担になりつつあるため、慢性疾患に要するコストを管理する手段として、健康増進プログラムの人気が高まっている。

健康増進プログラムは、近年一段と普及している。医療保険会社が従来の保障を向上させるために健康増進プログラムを提供することもある。また、健康増進プログラムに特化した会社も出現した。更に、体調管理のアプリケーションや行動をモニタリングするデバイスを用いた健康づくりに参画を促す QS（自己の健康状態や行動を定量化するという意味。Quantified Self）の動きが本格化している。<sup>6</sup>

新たな展開により、従来の健康づくりに変化が起きている。従来何時間も運動をしないで過ごすデスクワークでは、スタンディング型デスクやルームランナー型デスクの発明が活用されようとしている。<sup>7</sup> モニタリング・デバイスを製造する Fitbit は、独自の健康増進プログラムを企業向けに販売している。<sup>8</sup> Apple は、米国の医療保険会社と協力し、HealthKit や期待の集まっている Apple Watch 等のテクノロジーと医療保険会社の商品の統合を図る。<sup>9</sup>

健康増進を奨励するプログラムは、個人保障性商品にも組み込まれている。革新的な保険会社が健康的な行動を奨励し、健康増進プログラムの一部として保険料割引を提供している。

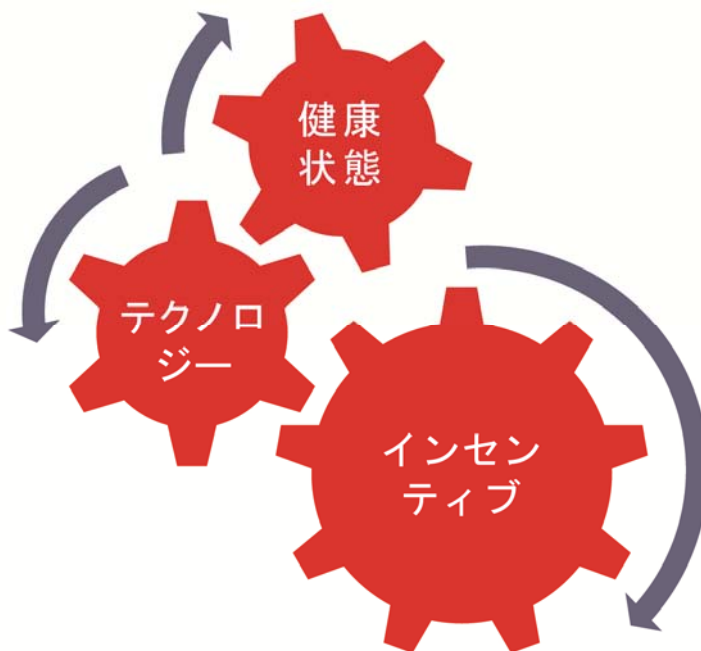
健康増進プログラムの利用が増加し、プログラムの効果に注目が集まるようになった。しかし、プログラムの効果を測定するためには、世界各国で実施されている健康増進プログラムにはそれぞれ著しい相違点があることをまず理解する必要がある。

## 健康増進プログラムのラインアップ

大半の健康増進プログラムの目的は、健康的なライフスタイルを奨励することにある。健康増進プログラムが益々広がっていくにつれ、プログラム間の類似点や相違点が浮き彫りになってきた。

主な相違点の一つは、マーケットに到達する方法にある。医療保険会社は既存の医療保険の魅力を増すものとして健康増進プログラムを提供しているが、米国に本拠地を置く Keas や Sonic Boom 等、他の例では、事業主に直接販売する健康増進プログラムが開発され、<sup>10, 11</sup> 単独で販売されたり、企業の既存の健康増進プログラムに統合されたりしている。

広く普及した健康増進プログラムについては、すべてとは言わないまでも、殆どの場合において、共通の基本的構成要素がある。開始段階におけるヘルス・リスク・アセスメント、健康状態モニタリング・分析ツール、およびインセンティブである。



### 健康情報

健康増進プログラムでは、参加者にスクリーニングを受けてもらったり、ヘルス・リスク・アセスメントを提出してもらったりすることが多い。このサービスに特化した企業の一つが英国で事業を行う Road to Health である。オンラインによるヘルス・リスク・アセスメント、健康リスク管理、診療、および臨床管理に関するソフトウェア・ソリューションの販売・サポートを行っている。オンラインでアセスメントを実施すれば、Q スコアという指標が得られ、同じ人種で同年齢・同性の 100 人において健康状態を比較した順位がわかる。<sup>12</sup>

健康状態の情報を本人に提供することは、健康を増進する上で重要である。実際の健康状態よりも、自分は健康だと思い込んでいる人は多い。Aon Hewitt が米国企業 2800 社を対象に最近実施した調査によると、ヘルス・リスク・アセスメントを実施後、フォローアップが提案された参加者のうち、86%が何らかのアクションをとり、65%がヘルス・リスク・アセスメントの結果、ライフスタイルの改善を少なくとも 1 項目実行したと言われている。<sup>13</sup> 健康状態への意識を高めた結果、不健康な行動を調整するようになれば、全般的な健康状態の改善につながり得る。ヘルス・アセスメントだけでなく、プログラムの参加者各自に合わせてアドバイスを与え、目標設定をサポートしてくれる、健康に関するオンラインのコーチングを提供する企業もある。

## テクノロジー

健康増進プログラムにおいて、テクノロジーが果たす役割はこれまでになく高まっている。活動をモニタリングするデバイスにより、歩数や運動を定量化する体調管理が奨励されている。このようなデバイスが広く入手可能になり、体調や睡眠パターン、栄養摂取をモニタリングするモバイル・アプリと共に、個別化されたデータの提供に一役を担っている。肥満に関連した体況もこのように新しいテクノロジーを継続的に使用することで低減できる可能性がある。

健康増進プログラムにおけるテクノロジーの活用には多様な方法がみられる。Virgin Pulse や Fitkik 等の企業は、自社専用のデバイスを健康増進プログラムの中核に添えている。<sup>14, 15</sup> 歩数や移動距離、消費カロリー、行動時間等、アクティビティのモニタリングをするものだ。通常、プログラムには個人目標の設定や他の参加者との共有等、差別化したプログラムが提供されている。

第 3 者機関が提供するデバイスを健康増進プログラムに利用する方法もよくみられる。これにより、参加者は自分に最もあったデバイスを柔軟に選べるようになる。Keas や Shapeup 等、健康増進プログラムのプロバイダーは、第 3 者機関による体調管理やアクティビティ・モニタリングのデバイスの統合を可能にしている。<sup>10, 16</sup>

## インセンティブ

健康増進プログラムの多くは、ユーザーにいかに関与させるか戦略を備えている。活用如何でプログラムの効果が高まるからであり、継続的に健康的な生活をおくるよう奨励したプログラムのデザインに心理学者が関わることも多い。2013 年に Buck Consultants は大手多国籍企業 360 社を対象に健康増進プログラムへの参画戦略について調査を実施したが、大半の企業がゲーミフィケーション（ゲームの要素を動機づけに取り入れること）を活用していると回答している。同調査では、ゲーミフィケーションが従業員の参画を奨励する上で最も効果的な方法と評価されている。ソーシャル・ネットワーキングや特典の提供も健康習慣維持の動機づけによく使われている方法である。<sup>17</sup>



どのような健康増進プログラムにおいても、参加者をやる気にさせることが基盤となるが、動機づけの方法は各プランにおいて大きく異なる。インセンティブは、新たな参加者に魅力的であるだけでなく、現在の参加者が積極的に参画し続けるよう動機づける必要がある。目標達成やマイルストーンの到達により仮想のバッジを付与する Fitbit のオンライン特典のように、非常にシンプルなインセンティブもある。<sup>18</sup> その他、Shapeup 等のプログラムでは、Amazon のギフトカード等、金銭的な特典を提供するインセンティブもある。<sup>16</sup>

Humana の Vitality は、インセンティブ・プログラムに行動経済学まで応用している。つまり、仮想のショッピング・モールを構築し、プログラムのメンバーはそのモールで使える Vitality Bucks (バイタリティ通貨) を貯めることができる。<sup>19</sup> 映画のチケットやホテルの宿泊、デジタル・カメラ、Apple の製品等、同ショッピング・モールでは多様な商品の購入が可能だ。

健康増進プログラムの参加者をもっと巻き込んでいくには多くの方法がある。プログラムの参加者集団はそれぞれ異なるので、プログラムの応用形が多数存在するのも無理はない。一つのプログラムで参加者に効果的だからといって、他のプログラムでも必ず効果があるとは限らない。効果的な健康増進プログラムは、参加者集団のニーズを理解し、必要な時に変更するダイナミックなプログラムだと言える。

## プログラムの効果

健康増進プログラムは医療費の削減や従業員の生産性の向上に効果があるが、プログラムの効果を測定するのは難しい。RAND Corporation が米国企業を対象に実施した調査によれば、一般に、事業主は慢性疾患のコスト対策として健康増進プログラムの効果を認めているが、実施の効果を定量化した企業は少ない。<sup>20</sup>

ROI の算定を試みた実証的研究もあるが、比較対象つまり対照群を欠くものが多い。更に、現在健康で健康増進にやる気のある人が任意加入の健康増進プログラムに参加する割合が非常に大きいので、比較がなされても選択バイアスのリスクがある。効果測定が困難なもう一つの理由は、家族やコミュニティーにいずれ浸透していく個人の行動変化を測定する点にある。しかし、医療費削減、主な危険因子の改善、および生産性の向上はすべて健康増進プログラムの ROI に加味すべきものである。

### 欠勤とプレゼンティーズム

健康増進プログラムは、欠勤の削減に効果を有する。従業員の欠勤を調べた研究によれば、健康増進プログラムによって従業員 1 人あたり 1 年で 2 日の欠勤を削減できると推定されている。<sup>21</sup> 更に、PricewaterhouseCoopers の調査では、欠勤等の間接費用は、慢性疾患を抱える従業員では、そうでない場合と比べて、約 4 倍も増加すると示されている。<sup>22</sup>

プレゼンティーズムとは、出勤はしているものの、病気や体調不良（頭痛、片頭痛、うつ病、腰痛、胸やけ等）による職務遂行能力の低下を意味する。いくつかの健康状態が従業員の生産性に与える影響を Lockheed Martin 社が調査したところ、生産性の低下により会社が負担する年間費用推定値は、約 3400 万ドルに上る。<sup>23</sup>

計測するのは難しいが、健康でストレスの少ない従業員は生産性が高い傾向にある。

### 主な危険因子

身体運動の強化に重点を置くプログラムは、心血管疾患のリスクの削減に効果がある。<sup>24</sup> 運動を増やすことが健康増進プログラムでコスト効果の最も高い要素と言える。身体運動は、うつ病、慢性の痛み、頭痛、心疾患、高血圧、および糖尿病の治療に役立つ。<sup>25</sup> インセンティブを付与する健康増進プログラムについて効果を検証した研究では、プログラムの参加者において身体運動の量が増え、入院率や医療費用の低下がみられる。<sup>26</sup>

### 医療費

健康増進プログラムの多数において、長期間でコスト削減につながる行動が奨励されている。例えば、入院する日数が短縮するかわりに、予防ケアのための診察や薬局の利用は増えるかもしれない。RAND Corporation によれば、健康増進プログラムには 2 つの共通項があり、ライフスタイル管理と疾病管理と言える。ライフスタイル管理は、測定可能なコスト削減を達成するのに長い時間を要するが、慢性疾患が原因の健康状態改善の取り組みでは、医療費に対する短期的影響が顕著にみられる。<sup>27</sup>

健康増進プログラムのコスト削減効果については意見が分かれる。RAND Health が実施した職場の健康増進プログラムの研究によると、ライフスタイル管理を重視した

健康増進プログラムが医療費の削減に与える影響は少ない。そのため、新たな健康増進プログラムでは、ROI がプラスに転じるのはもとより、コストのインパクトを吸収するまでに平均で 5 年経過するとしている。対照的に、Harvard の検証によると、健康増進プログラムのコスト 1 ドルあたりの医療費削減は約 3 ドルになる。<sup>21</sup> しかし、健康増進プログラムの平均 ROI を測定した研究では、健康増進プログラムの多様な効果は反映されていない。<sup>28</sup>

## 企業向け健康増進プログラム

企業向け健康増進プログラムはすべて類似した目的を持っている。従業員が健康を改善し、満足感を高めることで、生産性の向上と医療費の削減を図る。健康増進プログラムの効果は、個々のプログラムの具体的な内容如何によって決まるが、成功した企業向け健康増進プログラムは、トップマネジメントをはじめとした組織的支持を受け、従業員の特定のニーズに対する取り組みに適合している。<sup>29</sup>

健康増進プログラムは、医療保険との組み合わせまたは単独の健康増進プログラムとして、従業員向け福利厚生プログラムの一部をなしている場合が多い。パッケージでは、通常、団体保険の死亡保障や就業不能保障が提供されている。ダイナミック・アンダーライティングを用い、団体のプライシングを調整するプログラムもある。しかし、企業向け健康増進プログラムにおいては著しい数の応用形が存在する点に留意すべきである。

### 事業内容別プログラム例

鉱業、ホスピタリティ業、情報通信業、および製造業等、多岐にわたる産業において、健康増進プログラムを従業員に提供する企業がみられる。多くの事例において、健康と安全の観点からプログラムが開始され、健康増進の概念が後に加えられている。従業員の身体的な健康に加えて、メンタルヘルスや安寧、ワークライフバランス、およびストレス管理を中心にした総合的なアプローチをとる企業例もある。

<p>事務職向けプログラムの事例</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 重点：メンタルヘルスおよびワークライフバランス</li> <li>● 課題：ストレス、いじめ、薬物嗜癖、うつ病、摂食障害、気分障害</li> <li>● 内容：教育、同僚によるサポート・グループ、従業員支援プログラム、短期就業不能</li> <li>● 柔軟な働き方や有休取得の促進等も含まれる</li> <li>● 健康増進プログラムは家族にも適用される</li> </ul>
<p>製造業向けプログラムの事例</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 重点：健康および安全を中核とした健康増進の取り組み</li> <li>● 課題：敏捷性や柔軟性に対応した人間工学的介入・改善</li> <li>● 内容：現場における検査や医療クリニックの実施、自動販売機で健康的なオプションを提供</li> <li>● プログラムに組合のサポートを要するが多い</li> </ul>





## 文化的相違点

グローバル企業は、一つの医療・健康増進プログラムをすべてに適用できるわけではなく、多様性や文化的な相違点を考慮し、各拠点に合わせて医療・健康増進プログラムをデザインしなければならないと認識している。

<p>グローバルなプログラムの事例</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Unilever の従業員数はグローバルで 174,000 名</li> <li>● 健康増進プログラム Lamplighter は、栄養管理、運動、メンタル管理からなる。アセスメントを継続実施し、6 カ月後に検証する</li> <li>● 結果：従業員において高血圧、運動不足、栄養不良、および喫煙が減少し、減量やメンタルヘルスの改善がみられる。ROI は 3.5:1</li> </ul>
<p>各国プログラムの事例</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 南アフリカの Volkswagen の従業員数は 6,000 名で、そのうち多数が以前差別を受けていた社会集団出身</li> <li>● 内容：総合的な基本医療・職業上のケア、HIV・AIDS の予防、心理的ストレスに対応した医療・健康増進策</li> <li>● パートナー：Careways、Loveliflife</li> <li>● 重点取組：定期的なスクリーニング、ジム・リハビリのオンサイト提供、教育や情報提供のための同僚によるカウンセリング</li> <li>● 全従業員に隔年で健康診断を実施、オンサイトによる医療・社会福祉サービス、AIDS の予防</li> <li>● 結果：欠勤率が 4%をはるかに下回る</li> </ul>

出典：Unilever. Progress Report 2012. Unilever Sustainable Living Plan. [Online]  
[http://www.unilever.co.uk/Images/USLP-Progress-Report-2012-FI\\_tcm28-352007.pdf](http://www.unilever.co.uk/Images/USLP-Progress-Report-2012-FI_tcm28-352007.pdf).

Volkswagen South Africa. People Behind the Volkswagen Wheel. [Online]  
[http://www.vw.co.za/en/volkswagen\\_groupsouthafrica/about/people.html](http://www.vw.co.za/en/volkswagen_groupsouthafrica/about/people.html).

### 小規模企業と大規模企業の相違点

小規模企業（従業員数 100 名未満と定義される）が米国およびカナダの事業所数で 98%超を占めている。<sup>32, 33</sup> 健康増進プログラムのコストには、プログラム自体の直接費とプログラムのスタッフや時間に要する間接費がある。小規模企業には、大規模企業と同じだけ投入するリソースはないので、従業員向け健康増進プログラムは小規模となる。米国には、小規模企業が健康増進プログラムを策定するのに必要な要領についてアドバイスや情報を提供する組織 WELCOA がある。<sup>33</sup>

対照的に、大規模企業は従業員に大規模な健康増進プログラムを提供する財務力がある一方、従業員の多様なニーズに対応しなければならない。例えば、SAS Institute Inc. は従業員にオンサイトによる医療クリニックを提供している。<sup>34</sup> British Telecom の健康増進プログラム Workfit は、多様かつ変化し続ける従業員グループのニーズに対応するよう設計されている。同プログラムのテーマは毎年変わるが、これまで人の健康、禁煙、メンタルヘルス、がんの理解、および身体運動等が取り上げられた。<sup>35</sup>

<p>小規模企業のプログラムの事例</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Dekalb Molded Plastics</li> <li>● 従業員数 130 名（2014 年）</li> <li>● 健康増進プログラムにより、チェアで行うマッサージを無料で提供、ズンバのクラスや健康フェアを開催</li> <li>● 職場をタバコなしの環境に整備し、就業時間中に喫煙する従業員数を削減</li> <li>● 従業員はプログラムに参加することで、医療保険の保険料割引\$400 を得られる</li> </ul>
<p>大規模企業のプログラムの事例</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 南アフリカの Nestle</li> <li>● 従業員数 333,000 名（2013 年）、国籍は 100 種類におよぶ</li> <li>● 2006 年に Wellness for Me を導入</li> <li>● 医療・健康増進に対する統合的なアプローチで、栄養、運動不足になりがちなライフスタイルの改善、疾病の予防、および生活の質の改善が中心</li> <li>● パートナー：レストラン、スポーツ・レジャー施設、医療組織、保険会社</li> <li>● 重点取組：新鮮なフルーツや飲料水の配布、スポーツ・サークルの創設、フィットネスセンター、スポーツイベントの開催。ワーキンググループには人事、広報、および衛生管理の各部門から代表者が参画</li> <li>● 結果：体調不良を原因とした欠勤が 2.5%（2006 年）から 1.9%（2013 年）へ低下</li> </ul>

出典：Todd-Gustafson and Associates. Customer Service and Employee Relations: Here's Something Worth Noting. [Online] <http://toddgus.com/blog/customer-service-and-employee-relations-heres-something-worth-noting>.

World Economic Forum. CASE STUDY Nestlé. [Online] [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_HE\\_Nestle\\_CaseStudy\\_2014.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_HE_Nestle_CaseStudy_2014.pdf).

## 個人保障性商品における健康増進プログラム ーグローバルな視点から

健康増進プログラムの延長として、生命保険の保険料割引が提供されている。こうしたプログラムの先駆けとなった保険会社がいまや世界の多くの国々でプログラムを展開している。



Discovery の健康増進プログラム Vitality は、1997 年に南アフリカで発売開始になり、2000 年には健康増進プログラムへの参加に生命保険の保険料割引が組み込まれるようになった。<sup>38</sup> Vitality のメンバーは、Vitality のステータスに応じて、食品、運動器具、旅行、その他の消費財の購入時にディスカウントを受けられる。このステータスは、ヘルス・アセスメントを受け、ヘルシーな食品の購入や喫煙、減量、運動等、健康的な行動を選択することで決定される。<sup>39</sup>

健康増進プログラム Vitality は、Discovery の生命保険と連動している。プログラムの参加者は、標準体の場合、契約時に 17.5%の保険料割引を得られる。その後は、保険契約者の Vitality ステータスに応じて、15%~18.25%の保険料割引が決定される。つまり、健康増進プログラムに積極的に参画すればするほど、保険料の割引率は高まる。また、メンバーは、ステータスに応じて、5 年毎に払込保険料総額に基づき 5%~25%のキャッシュバック (Payback Benefit) を受けられる。

Discovery は、世界中の保険会社と提携することで、健康増進への取り組みを更に拡大させている。英国で Discovery グループは Prudential と協力し、2007 年に PruProtect Vitality を開始した。PruProtect を通して、Prudential の特定疾病保険、生命保険、および就業不能保険に健康増進プログラムが提供されている。このプログラムでは、参加状況に応じて、毎年年末に累計保険料に基づき最大 3%の割引が付与される。例えば、保険契約者が 25 年間プラチナのステータスを維持すれば、契約時の半分以下の保険料になる。<sup>40</sup>

また、健康増進プログラムをアップグレードして月会費を払えば、保険料割引やキャッシュバックが更に向上し、契約期間や契約年齢に基づき、5%~40%の初年度保険料

割引が得られる。商品ディスカウント、キャッシュバック、および更新保険料の割引は、ステータスに反映されたプログラムへの参加度合いによって決定される。<sup>41</sup>

AIA は、Vitality と提携し、シンガポール<sup>42</sup> およびオーストラリア<sup>43</sup> に進出した。AIA は、生命保険、特定疾病保険、就業不能保険、および医療保険を対象に健康増進プログラムを提供している。オーストラリアにおける AIA の Vitality のしくみは Discovery のプログラムと非常に類似している。毎年 6%~8.5%の保険料割引と 5 年毎の払込保険料総額に基づいた 2%~10%のキャッシュバックを提供している。初年度保険料の割引は 7.5%で、保険契約者のステータスに応じて、更新保険料の割引が決定される。<sup>44</sup>

健康増進プログラムの参加状況に基づき、個人保障性商品に保険料割引を提供する保険会社は他にも数社ある。南アフリカに本拠地を置く Momentum は、生命保険 Myriad と一緒に購入できる健康増進プログラム Multiply を提供している。Multiply の会員になれば、Myriad の保険契約者はプログラムのステータスや体力チェックに応じて、10%~60%の月払保険料の割引が得られる。ステータスは、活動の継続や健康状態のモニタリング（身体的な健康および財務健全性を含む）で決定される。体力チェックは、保険契約者が毎日歩いた歩数、スポーツジムに通った回数、およびフィットネス・アセスメントの結果によって決まる。<sup>45</sup>

Great Eastern Life は、シンガポールで特定のプランを対象に最初の 2 年間に 15%の保険料割引を付与している。割引を得るために、保険契約者はまずオンライン登録を済ませ、年に 1 度ヘルス・アセスメントを受けなければならない。またリスク評価の結果が基準範囲でなければ、保険料割引を得られないことになっている。<sup>46</sup> 更に、Great Eastern Life は、マレーシアにおいて、早期特定疾病保険（重大疾患の早期段階も支払う）の特別条件体を対象に健康増進プログラムを提供している。BMI やコレステロール値、血圧が高い申込者が標準体料率で引受けられ、その後 2 年以内に健康増進プログラムで設定した目標を達成すれば割引が適用される。<sup>47</sup>

オーストラリアの Clearview Wealth は、10%の初年度保険料割引を付与している。2 年毎に健康状態に関する質問事項に回答することで割引を継続することができる。被保険者が健康増進プログラムに参加している間そうしなければ、割引率は年に 1%低下する。保険契約者が医師のアドバイスに従い、運動や食事療法を行った場合は、保険料割引が増加する。<sup>48</sup>

2012 年に、Aviva Life は米国で健康増進プログラム Wellness for Life を開始し、現在、このプログラムは Accordia Life により提供されている。<sup>49,50</sup> 健康的な体重の範囲を維持し、少なくとも隔年で身体検査を実施した保険契約者に生命保険の保険料割引を付与している。<sup>51</sup>

## まとめ

慢性疾患に伴うコストが上昇し、テクノロジーの発展により個人のアクティビティをモニタリングするツールが拡大する中、医療保険会社や健康増進プログラム・プロバイダーは、健康的なライフスタイルを奨励するプログラムの開発を進めてきた。プログラムの参加者に身体運動の増加、栄養摂取の改善、喫煙やアルコール摂取の削減を奨励するものである。プログラムの効果を測定することは難しいが、インセンティブを付与した健康増進プログラムが参加者の健康増進への参画や医療費の削減に効果を発揮することが証明されている。

健康増進プログラムは、死亡保障や就業不能保障といった団体保険を含む企業の従業員福利厚生制度によく組み込まれている。企業向け健康増進プログラムでは、医療費の削減に加えて、保険会社が料率を調整したり、効率的に引受査定を行ったりする上で有益な情報を収集することが可能である。健康増進プログラムの発展の結果、個人保障性商品に伴う健康増進プログラムの提供が保険業界のトレンドになっている。保険契約に連動して健康増進プログラムを提供することで、顧客の保険会社への忠誠心を高め、健康な消費者が加入するよう促すことができる。

### 引用文献

- [1] World Health Organization. Global Action Plan for the Prevention and Control of Noncommunicable Diseases . 2013–2020.
- [2] Personal Decisions Are the Leading Cause of Death. Keeney, Ralph L. November– December 2008, OPERATIONS RESEARCH, Vol. 56, pp. 1335-1347.
- [3] World Economic Forum. The Workplace Wellness Alliance – Investing in a Sustainable Workforce. 2012.
- [4] Enhancing Corporate Performance by Tackling Chronic Disease. 2010. [5] Towers Watson. 2014 Global Medical Trends Survey Report. 2014.
- [6] Quantified Self. Self Knowledge Through Numbers. [Online] <http://quantifiedself.com/>.
- [7] Steelcase. The movement toward wellness in the workplace. [Online] <http://web.steelcase.com/wellness/index.html>.
- [8] Fitbit. Fitbit Wellness. [Online] <http://www.fitbit.com/fitbit-wellness>.
- [9] Tung, Laim. Apple steps up Health push as it begins talks with insurers. [Online] August 22, 2014. <http://news360.com/article/254042898#>.
- [10] Keas. Health Management Made Easy. [Online] <http://keas.com/>. [11] Sonic Boom. [Online] <http://www.sonicboomwellness.com/>.
- [12] roadtohealth. [Online] <https://www.roadtohealth.co.uk/>.
- [13] Emerman, Ed. National Business Group on Health. New Survey Reveals Employer Health Strategies That Are Helping Workers Improve their Health and Wellness. [Online] January 9, 2013. <http://www.businessgrouphealth.org/pressroom/pressRelease.cfm?ID=206>.
- [14] Virgin Pulse. Changing Lives for Good. Making Companies Better. [Online] <http://www.virginpulse.com/>.
- [15] Fitkik. Does Your Wellness Programs Get Your People Moving? [Online] <https://fi>
- [16] Shapeup. [Online] <http://www.shapeup.com/>.
- [17] Buck Consultants. Employers Show Increasing Appetite for Technology to Improve Employee Health Engagement . [Online] March 26, 2013. <http://news.xerox.com/news/Buck-Consultants-A-Xerox-Company-and-WorldatWork-Survey-Emerging-Technology-in-Health-Engagement>.
- [18] Fitbit Wellness. Corporate Wellness just got a lot more fun. [Online] <http://www.fitbit.com/fitbit-wellness>.
- [19] Humana. HumanaVitality – a wellness and rewards program. [Online] <https://www.humana.com/vitality/>.
- [20] Rand Health. Workplace Wellness Programs Study. 2013.
- [21] Katherine Baicker, David Cutler, and Zirui Song. Workplace Wellness Programs Can Generate Savings. Health Affairs. 2010.
- [22] PricewaterhouseCoopers. Workplace Wellness in Australia. [Online] 2010. <http://www.pwc.com.au/industry/healthcare/assets/Workplace-Wellness-Sep10.pdf>.
- [23] Hemp, Paul. Presenteeism: at Work But Out of It. Harvard Business Review. 2004.
- [24] Effiveness of Lifestyle Medicine. Dunn, Andrea L. 2009.
- [25] Bullen, Andrew Sykes and Colin. An Exercise in Wellbeing. The Actuary. 2014.
- [26] Deepak Patel, MD, MSc, et al., et al. Participation in Fitness-Related Activities of an Incentive-Based Health Promotion Program and Hospital Costs: A Retrospective Longitudinal Study. American Journal of Health Promotion. 2011.
- [27] Rand Corporation. Do Workplace Wellness Programs Save Employers Money? 2013. [28] Steven F. Cyboran and Sadhna Paralkar, M.D. Wellness Program ROI Depends on Design and Implementation. Society for Human Resource Management. 2013.
- [29] Tufts Health Plan. Worksite Wellness Program Development. [Online] [http://www.tuftshealthplan.com/employers/health/pdfs/worksite\\_wellness\\_program\\_development\\_guide.pdf](http://www.tuftshealthplan.com/employers/health/pdfs/worksite_wellness_program_development_guide.pdf).

- [30] Unilever. Progress Report 2012. Unilever Sustainable Living Plan. [Online] [http://www.unilever.co.uk/Images/USLP-Progress-Report-2012-FI\\_tcm28-352007.pdf](http://www.unilever.co.uk/Images/USLP-Progress-Report-2012-FI_tcm28-352007.pdf).
- [31] Volkswagen South Africa. People Behind the Volkswagen Wheel. [Online] [http://www.vw.co.za/en/volkswagen\\_groupsouthafrica/about/people.html](http://www.vw.co.za/en/volkswagen_groupsouthafrica/about/people.html).
- [32] SME Research and Statistics. Key Small Business Statistics – August 2013 . [Online] <http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/eng/02804.html>.
- [33] WELCOA. Wellness for Small Business. [Online] <http://www.welcoa.org/services/build/wellness-small-business/>.
- [34] MITSloan Management Review. 7 Reasons On-Site Health Care Works For SAS . [Online] December 29, 2011. <http://sloanreview.mit.edu/article/why-on-site-health-care-works-for-sas/>.
- [35] BT Workfit. [Online] <http://www.cwu.org/bt-workfit.html>.
- [36] Todd-Gustafson and Associates. Customer Service and Employee Relations: Here’ s Something Worth Noting. [Online] <http://toddgus.com/blog/customer-service-and-employee-relations-heres-something-worth-noting>.
- [37] World Economic Forum. CASE STUDY Nestlé. [Online] [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_HE\\_Nestle\\_CaseStudy\\_2014.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_HE_Nestle_CaseStudy_2014.pdf).
- [38] Vitality. Vitality History. [Online] <http://www.thevitalitygroup.com/company/>.
- [39] Discovery. How to Earn Points. [Online] <https://www.discovery.co.za/portal/individual/vitality-how-to-earn>.
- [40] PruProtect with Vitality. Premium Discounts. [Online] <https://www.pruprotect.co.uk/vitality/premium-discounts/>.
- [41] PruProtect with Vitality. Upfront premium discounts. [Online] <https://www.pruprotect.co.uk/personal-protection/vitality-optimiser/upfront-premium-discount/>.
- [42] AIA. AIA SINGAPORE LAUNCHES “AIA VITALITY” TO ENCOURAGE IMPROVED HEALTH FOR SINGAPOREANS. [Online] July 17, 2013. [http://www.aia.com/en/resources/99d61a00405e91989b08db0dfc3c5ea9/AIA\\_Vitality\\_Press\\_Release\\_17\\_July\\_2013.pdf](http://www.aia.com/en/resources/99d61a00405e91989b08db0dfc3c5ea9/AIA_Vitality_Press_Release_17_July_2013.pdf).
- [43] Discovery. Discovery and AIA Group joint venture launches in Australia. [Online] March 6, 2014. <http://www.mynewsdesk.com/za/discovery-holdings-ltd/pressreleases/discovery-and-aia-group-joint-venture-launches-in-australia-969279>.
- [44] AIA Vitality. [Online] [https://www.aiavitality.com.au/vmp-au/partners/insurance\\_premium\\_discount#/need\\_to\\_know](https://www.aiavitality.com.au/vmp-au/partners/insurance_premium_discount#/need_to_know).
- [45] Momentum Rewards. [Online] <https://www.momentum.co.za/for/you/rewards/enjoy/benefits>.
- [46] Great Eastern. [Online] <http://www.greateasternlife.com/sg/en/rewards/rewards2.html>. [47] The Star Online. Critical illness insurance coverage widens. [Online] April 20, 2014. <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2014/04/20/Critical-illness-insurance-coverage-widens/>.
- [48] Millan, Laura. Financial Standard. ClearView launches online health reward system. [Online] March 7, 2014. <http://www.financialstandard.com.au/news/view/38445441>.
- [49] Marquand, Barbara. Insure.com. Aviva ‘wellness’ rider provides life insurance discounts for healthy lifestyle. [Online] February 14, 2012. <http://www.insure.com/articles/lifeinsurance/aviva-wellness-rider.html>.
- [50] Aviva USA acquisition completed. [Online] <http://news.ashbrokerage.com/?p=3571>. [51] Accordia Life. A Consumer Guide to Wellness for Life. [Online] [http://www.accordia.com/sites/default/files/upload/files/Doc/accordia\\_resources/AR2008\(05-14\)%20W4L\\_ConsumerBrochure.pdf](http://www.accordia.com/sites/default/files/upload/files/Doc/accordia_resources/AR2008(05-14)%20W4L_ConsumerBrochure.pdf).

本誌は Global Research and Development Research Bulletin 2014 年 11 月号の日本語版です。

無断複写・転載を禁じます。RGA は、本誌において提供される情報の正確性を確保するために相応の努力を払うものとし、いかなる不正確な記述や脱落があろうとも、これによる一切の責任を負いません。

RGA リインシュアランス カンパニー日本支店  
〒107-6241 東京都港区赤坂 9 丁目 7 番 1 号 ミッドタウンタワー41F  
TEL 03-3479-7191 (代表)  
URL <http://www.rgare.com/>

**RGA**