



経済化する健康経営 : 健康経営銘柄の制度化プロセスに対する批判的検討

四方, 邦宗
松嶋, 登

(Citation)

国民経済雑誌, 223(5):11-31

(Issue Date)

2021-05-10

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(JaLCD0I)

<https://doi.org/10.24546/E0042461>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/E0042461>



国民経済雑誌

経済化する健康経営：
健康経営銘柄の制度化プロセスに対する
批判的検討

四 方 邦 宗
松 嶋 登

国民経済雑誌 第223巻 第5号 抜刷

2021年5月

神戸大学経済経営学会

経済化する健康経営： 健康経営銘柄の制度化プロセスに対する 批判的検討

四 方 邦 宗^a
松 嶋 登^b

従業員への健康投資により企業価値向上を実現しようとする経営ツールに、健康経営がある。今日では、証券市場における健康経営銘柄の認定を通じて、健康経営の目的は従業員の心身の健康というより、企業の経済性に対するお墨付きを与える制度にもなっている。本研究では、このような傾向を健康経営の経済化と捉え、その制度化プロセスを、価値評価実践を捉える三つの概念で分析する。まず、我が国において政府主導で健康経営が構想された際に、従業員の心身の健康という健康ロジックと、営利目的の企業が追求する経済ロジックの主従の逆転を含んだ混合が生じていたことを制度ロジックス概念で追う。そして、健康経営銘柄の認定という証券市場でのお墨付きを得ることで、経営ツールとして企業に認知されていくプロセスを評価装置概念で検討する。最後に、価値増殖概念を通じて、制度化された健康経営銘柄の認定取得を目指し多くの企業がより営利を求めるようになるプロセスを分析し、健康経営銘柄の経済化がもたらす帰結を批判的に検討する。

キーワード 健康経営，経済化，制度ロジックス，評価装置，価値増殖

1 はじめに

今日の経営学において「健康経営¹⁾」が勃興している。健康経営とは、「利益を創出するための経営管理と、生産性や創造性向上の源である働く人の心身の健康の両立をめざして、経営の視点から投資を行い、企業が事業として起業しその利益を創出すること」（岡田，2015，10-11頁）と定義される。つまり、健康施策を通じて従業員の健康を維持，増進することによって、企業の生産性を高めることが想定されている。さらに、岡田・高橋（2015）によれば、健康経営への取り組みが社会に広まることで企業イメージの向上につながり、中長期的

a 神戸大学大学院経営学研究科，ks19720728@gmail.com

b 神戸大学大学院経営学研究科，nobo@kobe-u.ac.jp

には株式市場や人材市場における優位性の獲得に結びつくことも期待されている。

我が国においては、健康経営が注目されてきた背景にはいくつかの契機があった。まず、2014年に「国民の健康寿命の延伸」を重要課題と位置づけた日本再興戦略がある。政府主導で企業が健康経営に取り組むよう促し、従業員の生活習慣の改善や定期健康診断の受診を勧奨することで、結果的に国民全体の医療費削減につなげ、増加する社会保障給付費を軽減していくことがその狙いであった。政府だけではなく、企業もまた少子高齢化で労働人口が減少していく中で、熾烈な人材獲得競争に対応するために、企業価値向上施策の一環として健康経営を受け入れてきた。長時間労働など従業員の健康に配慮しない企業は、ブラック企業と烙印を押され企業価値を大きく毀損するリスクがあったからである。

しかし、今日の健康経営のブーム化を決定づけたのは、2015年に始まった東京証券取引所（以下、東証）での健康経営銘柄である。健康経営銘柄は経済産業省が主体となって企業を健康経営に誘導するために設けられた制度であるが、単なる証券市場における銘柄コードの割り当てではなく、表彰制度として位置付けられている点に注意が必要である。つまり、従業員の心身の健康の増進に取り組む企業が、経営面でも優良であるはずだという期待に対して東証を通じてお墨付きを与えようとしたのである。しかし、政策的誘導の意図はともあれ、健康経営に取り組むことで企業業績が向上しそれが株価にも反映するという仮定は必ずしも成立しない。企業業績ないし株価は、それ以外のファンダメンタルズやアノマリーにも大きく左右されることは言うまでもない。それでも我が国における健康経営銘柄は、多くの企業が認定取得を目指す存在として制度化されてきたのである。

本研究では、いかに今日の健康経営が経済化（economizing）し、企業価値を査定する経営ツールとして制度化されてきたかを分析する。第二節では、本研究が依拠する三つの概念として、制度ロジックス（institutional logics）、評価装置概念（valuation device）、価値増殖（valorizing）の理論的含意を整理する。第三節では、我が国において健康経営が議論され始めた2007年の「健康資本増進グランドデザイン研究会」に遡り、健康経営が人々の健康という健康ロジックと、営利企業が追求する経済的価値（経済ロジック）が混合されながら制度化されてきた経緯を追う。第四節では、特に経済産業省が主体となり、健康経営銘柄という評価装置を通じて、健康経営が急速に経済化していくプロセスに注目する。第五節では、制度化された健康経営銘柄をめぐる、より多くの企業が認定取得に躍起となりつつも、従業員の心身の健康という健康経営の本来の目的が見失われつつある現状を批判的に検討する。最後に、健康経営の今後の取り組むべき課題に触れる。

2 経済化における制度ロジックス、評価装置、価値増殖の理論的含意

本研究が理論的な主題としている経済化とは、科学人類学におけるアクターネットワーク

理論の提唱者の一人としても著名な Callon が投げかけた感受概念である (Muniesa and Callon, 2007)。今日の資本主義社会において、支配的制度である市場はいかに作られてきたのか、すなわち、これまで与件とされてきた資本主義社会の制度化プロセスの解明を改めて我々に問いかけるものである。感受概念とは、壮大な問いかけとともに非常に広範な意味合いを持つところに魅力があるものの、それは議論を曖昧にする諸刃の剣でもある。本研究では、経済化に対するよくある誤解とともに、経済化のプロセスを解きほぐす主要概念を検討しておきたい。

第一に、経済化として進む制度化プロセスは、経済的な価値の一元化を意味するわけではない。経済化とは、常に多様な価値の混合を通じて達成されるものだからである。一見すると、違和感が残るかもしれないこの概念定義は、制度派組織論の理論的含意を紐解けばよく分かる。Friedland and Alford (1991) によれば、制度ロジックスは「個人と組織が、物質的実存を再生産および時空間を組織化する基礎となる超組織的な活動のパターンであり、同時に、その活動のカテゴリ化および意味付与の基礎となる(複数の)象徴システムである」(p. 232, カッコは著者による加筆)と定義される。一見すると幻惑しそうな定義であるが、重要なのは、制度ロジックスは日常の実践において参照される究極的な価値であり、例えば、一口に西欧社会と言っても、資本主義市場、官僚制国家、民主主義、核家族、キリスト教という固有の価値を持つロジックが混合して構成されていると説明される (Friedland and Alford, 1991, p. 248)。

それ故に、経済化のプロセスも、経済ロジックが突如として出てくるものでも、他のロジックから経済ロジックへと置き換えられるという単純なものでもない。Friedland and Alford (1991) によれば、それぞれの社会制度を特徴づける構成原理およびそれに沿った人々や組織の実践には、相互に対立、矛盾する要素が多く含まれている。例えば、Thornton らが発表した高等教育向けの出版業界における経済化も、編集者ロジックから市場ロジックへという単純なロジックの置き換えではなく、それら諸価値の混合配分が時代とともにいかに変わってきたかに注目するものであった (Thornton, 1995, 2002; Thornton and Ocasio, 1999)。このように考えれば、制度ロジックス概念は、古い制度ロジックが新しい制度ロジックに入れ替えられる変化を説明しようとしたのではなく、二つの異なった正当性をうまく混合させながら実践の変化を説明しようとしたと考えられるのである。

また、この制度ロジックの混合は組織が競争優位を獲得するために戦略的にも用いられてきた。例えば、1970年代初頭にフランスにおいて、伝統的な高級レストランが自らの料理の伝統と権威を脅かすことになるヌーベルキュイジーヌを支持した理由もそこにある (Rao, Monin and Durand, 2005)。Durand, Szostak, Jourdan and Thornton (2013) によれば、当時高い社会的権威を有していた高級レストランは、新たな料理界の潮流であるヌーベルキュイ

ジューヌを排除するのではなく、古いロジックを維持しつつ新たなロジックを加える意思決定を行うことで、社会的権威の利点や基盤を維持しつつ新しいヌーベルキュイジューヌの調理技術を取り入れることによって、競争上の優位性を獲得することができた。他方で、古典的な料理に固執することで、ヌーベルキュイジューヌの時流に乗るのが遅れたレストランは、ヌーベルキュイジューヌ技術の習得に失敗し、料理業界の制度的空間において競走優位性を失っていったのである。

第二に、経済化には、象徴システムである制度ロジックスだけではなく、物的な存在が大きく関わってくる。この点は、制度ロジックの混合を戦略的に操作しようとする場合に特に重要になる。じつは、Friedland (2014) においても、制度ロジックスの一つに物質性 (materiality) が挙げられていた。彼の理論的関心が Weber の近代化に迫るものであり、形式合理性に裏付けられた物的な制度ロジックが視野に入れられていたからである。

経済化を提唱した Callon and Muniesa (2007) もまた、我々が判断を下す際に用いる物的な道具立てに注目し、これを評価装置として概念化してきた。例えば、Beuscart, Mellet and Trespeuch (2016) は、評価装置としてインターネット上での製品レビューやランキングに注目する。具体的には、ウィキペディア、オンライン・ビデオ・プラットフォーム、ブログ・ネットワークなど、消費者の生の声を反映した製品レビューやランキングが開示されている。しかしながら、Beuscart, Mellet and Trespeuch (2016) によれば、これは純粋に消費者の嗜好を示しておらず、データのソートを行うアルゴリズムに強く規定されている。例えば、アマゾンの広告はユーザーが過去に閲覧したウェブサイトの履歴がそのまま反映されるものではなく、アルゴリズムによって事前に用意された分類軸に従っている。そのアルゴリズムにはプログラムを組んだ製作者の意図が強く反映されており、製作者が売りたい製品を最も目立つところに配置するアルゴリズムを組むであろうし、さらには、そうしたアルゴリズムを利用して出品者が一般消費者になりすまして製品の評価を上げたり、ランキングそれ自体の正当性を高めることさえある (Beuscart, Mellet and Trespeuch, 2016, p. 89)。

第三に、経済システムの物象化に伴う価値増殖もまた、経済化の制度化プロセスの帰結として重要な論点になる。評価装置概念が、経済化を規定する物的な道具立てに注目していたのに対して、物象化 (reification) は経済システムそれ自体が物的性質を帯びる点に注目する。企業価値に対する様々な測定尺度についても、その具体的な計算方法を見れば実は多様なモデルが含まれている。それらの中でも特定のモデルが採用され、他の多くのモデルは採用されることはない。これは、単に測定尺度は評価装置になるという指摘を超えて、ある特定の測定尺度を利用するという行動自体が、モノ化していることにほかならない。これを物象化という。この概念は、マルクス社会学を参照して価値評価を論じる Vatin (2013) によって精緻化されており、数量的評価である価値査定 (evaluation) と、価値増殖 (valorizing)

の二面性を指摘する。つまり、Marx が示したように一方で、資本家による生産手段の占有を通じて労働価値が査定されつつ、他方でそれが人間の肉体労働を搾取する根拠となって資本主義社会の生産関係が拡大してきた。

例えば、Heuts and Mol (2013) では、トマトの専門家による「良いトマト (good tomato)」の格付けに注目している。専門家による格付けは、当然ながら市場でのトマト相場に影響を与えるであろう。しかし、Heuts and Mol (2013) によれば、その影響は、Vatin (2013) が指摘する資本主義的市場に留まるものではない (pp. 129-130)。専門家による「良いトマト」の格付けは、種子開発者だけではなく、栽培者、加工業者はもちろん、販売業者、料理人、さらにはトマトを食べる人に対しても広範な影響を与え、そもそもどのようなトマトを選択するかという判断基準、トマトの保存方法、さらには人々のトマトの食べ方など全般的な実践へと影響するのである (Heuts and Mol, 2013, p. 141)。

本研究においても、次節以降、制度ロジックス、評価装置、価値増殖の三つの概念の理論的含意に留意して、我が国における健康経営の経済化の制度化プロセスを、公文書を紐解きながら具体的に分析していく。すなわち、第一に、我が国の健康経営が、実際にそれを実践する企業経営者に受け入れられるように、制度ロジックの混合を通じて模索されてきた経緯を追う (第三節)。第二に、健康経営という抽象概念が具現化され、健康経営銘柄として企業価値を査定する評価装置として作り上げられていくことによって、経済化が加速していく局面に注目する (第四節)。第三に、経済化された健康経営が物象化され、健康経営銘柄の認定取得を目指す企業によって、さらなる広範な実践が生み出されていく価値増殖プロセスを検討する (第五節)。そこでは、経済化した健康経営が皮肉にも健康ロジックから乖離していく今日の問題状況を批判的に分析することになる。

3 挫折した健康ロジック

3.1 初期の健康経営構想

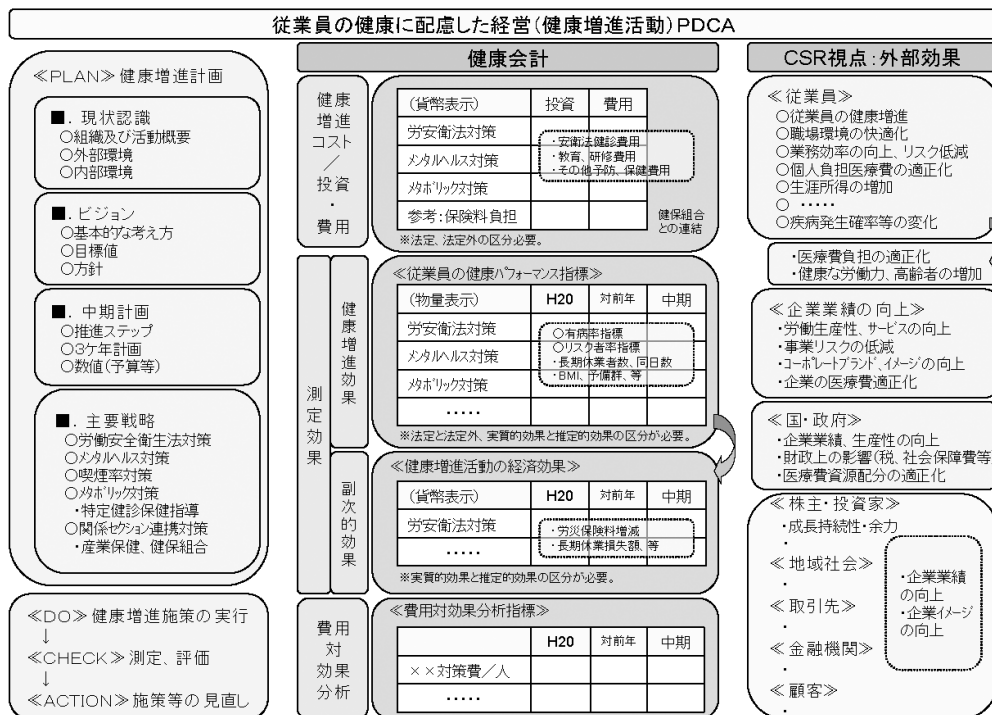
本節では、我が国において健康経営の基本概念が着想された2007年に遡り、政府主導で発足した健康資本増進グランドデザイン研究会が考案した「健康会計」を振り返り、営利企業に健康経営を根付かせることが困難であった理由を検討する。そもそも、企業で働く従業員の健康保持、増進の取り組み自体が批判されることはないだろう。それ自体として正当化される価値を持った制度ロジックとしての健康ロジックを持っているからである。しかし、営利目的である企業の経営者に、健康経営を新たな経営ツールとして認識させるには、健康会計で目標とされていた国全体の医療費削減という長期的でマクロな経済的效果では十分ではなく、企業業績に直結する短中期的な費用対効果を示していかなければならないという課題を認識するに至る。

2000年代の日本では、社会保障の増大による厳しい財政状況が続くなか、プライマリーバランスの黒字化を実現する目標が掲げられ、医療制度を含む社会保障制度についても公費負担削減の方針が示されていた。政府の産業構造審議会基本政策部会報告書においても、「不健康（病気）は貧困に陥る最大の要因である。逆に健康の増進は、生産性や労働力率の向上を通じ経済成長に寄与するとともに、事後的なセーフティネットへの需要を減少させる」という問題意識が述べられていた。²⁾このような背景から、各企業の健康増進を後押しする環境作りが必要であるとの認識が生まれ、2007年に厚生労働省と経済産業省が連携した健康資本増進グランドデザイン研究会が設立された。同研究会は、同年10月から翌年3月まで半年間にわたって計7回開催され、医療経済学、医療経営学、予防医学、健康産業、健康保険組合、日本経団連、企業の社会的責任（CSR：Corporate Social Responsibility）、会計学、人事マネジメント、IT、金融の各分野における学識者を中心として実務家を加えた15名の委員と、厚生労働省および経済産業省から選抜された10名の委員で構成された官民一体の大規模な研究会であった。³⁾

2008年には、健康資本増進グランドデザインに関する調査研究報告書が発刊された。第I章の「研究会の背景・目的と概要」に続き、第II章と第III章では、それぞれ企業の事業主と健保組合等医療保険者における健康増進・疾病予防の取組みの現状と課題などが記されている。特に、第II章の「企業等における健康増進・疾病予防とCSR」においては、CSRにおける健康分野の位置づけや当時の先進企業や日本経団連における取組み、環境会計やCSR会計等の検討結果が記載されている。⁴⁾また、第III章の「健保組合等における健康増進・疾病予防」においては、背景となっている当時の医療制度動向や先進的な健康保険組合における取組みなどの検討結果が整理されている。第IV章では、企業・健保組合での健康増進に向けた取組みを引き出す上で必要となる、「健康増進活動効果等の『見える化』」についての検討がなされる。具体的には、第1節で先行して開発された環境会計を参考とした健康会計の全体像とフレームワークが示され、第2節から第4節でその構成要素である健康増進活動、健康増進コスト、副次的効果に関する検討結果が記載されている。そして、第V章『『健康会計』（案）に関する検討』では、健康会計およびその活用例が示され、第VI章では本研究会で実施した先進的取組み事例のヒアリング結果等を、第VII章では「従業員の健康に配慮した経営」に関する企業および個人へのアンケート結果が記述されている。最後に、第VIII章において、研究会以後の方向性と課題についての検討結果が整理された構成となっている。⁵⁾

ここで重要な点は、同報告書の健康会計は、「事業主の健康増進活動のマネジメント（PDCA）サイクルを促進・支援する健康情報ツール」、「健康増進活動を健康増進コスト、健康増進効果、副次的経済効果という枠組みで可視化するもの」であり、あくまで健康増進効果の可視化を目的とし、健康増進にかかるコストに限定して、従業員の有病率や長期休業

図1 企業等事業主版「健康会計」



経済産業省「健康資本増進グランドデザインに関する調査研究報告書」(平成20年3月, 114頁)

者数, 従業員のBMI (Body Mass Index) を測定尺度とし, 従業員の健康に関する費用対効果を数値化するものであったことである(図1参照)。

医療費の削減といった社会的要請が大きくなっていた当時でも, 企業内の健康増進に関する効果の可視化を行っている企業が少なく, ましてや企業の健康増進の取り組みを社会に公開する仕組みは存在していなかった。換言すれば, 健康増進の取り組みの費用や効果が測定でき, それらが, 比較できるようになれば, 企業経営者や企業内健康保険組合がどのように健康経営に取り組むべきかの意思決定に資するという仮説を基に健康会計は検討されていた。医療費に関する行政所管は厚生労働省であったが, 健康資本増進グランドデザイン研究会には経済産業省も加わっていた。当初, 健康会計が参考にしていた環境会計は, 他ならぬ経済産業省が推進してきたものであったからである。しかし, あくまで健康会計の概念は, 厚生労働省が所管していた企業の労働安全衛生の域を超えるものではなかった。

3.2 経営者に受け入れられなかった健康会計

本報告の後, 健康会計に関する書籍や報告もいくつか出されるも, 世の中に浸透すること

7)

はほとんどなかった。その最大の理由は、健康会計はあくまで健康ロジックを主軸として構成されたものであった点に求められる。奥・森・永田（2011）によれば、「健康会計の考え方が普及しない最大の原因は、健康会計の導入が企業に直接のプラスを与えることが、現実の（費用対）効果に踏み込めていない」、「具体的な効果が見えないことにお金を出すほど日本の企業は豊かではない。果たしてこの部分が健康会計の普及への大きな問題点である」（奥・森・永田、2011、5頁、カッコは筆者による加筆）とし、健康会計上の成果が、企業経営者の関心を惹くかたちで尺度化されていなかった点にあるとしている。

第一に、図1で示されたように具体的な測定尺度が、長期休業者数の発生率や健康診断の有所見率などいわゆる安全衛生、健康管理に関わることに限定されていたことである。健康会計は企業の健康への推進とその効果の可視化を試みるも、その内実は専ら労働安全衛生にかかわる従業員や産業医の person 費、補助的に同業務にかかわる従業員の person 費や教育研修費用などの労働安全衛生コストを積算するのみに留まり、企業経営者が通常重視する労働生産性の低下の解消や、健康保険財政への寄与についての可能性を示唆するものの、「トータルとして、どれだけの健康会計上の効果があったという総和を求められるところに至っていない」（奥・森・永田、2011、7頁）とされてきた。第二に、健康経営の最終的な目標もまた、健康ロジックに偏ったものであった。個人レベルでは従業員の健康増進に始まり個人の医療負担の軽減と生涯所得の増加、企業レベルでも従業員の健康の結果として労働生産性やサービス向上などが触れられつつも、企業が負担する医療費の適正化などが設定され、それが国⁸⁾全体の医療費の抑制へ繋がるというシナリオが描かれていた。⁹⁾

こうした健康ロジックに基づいた健康会計の課題は、健康資本増進グランドデザイン研究会の委員構成や研究会での議論の進め方からも読み取れる。本研究会の委員構成は、厚生労働省と経済産業省、さらに各分野における有識者と企業の実務家らで構成された官民一体の、言い換えれば呉越同舟の研究会であった。呉越同舟ではありながらも、当初は厚生労働省が有する健康ロジックが主軸で研究会の運営が進められた。具体的には、第1回の研究会は、「生活習慣病対策について」（厚生労働省）、「企業における健康管理活動、健康経営の重要性」のテーマで議論が開始され、第2回は、「予防医療とその効果」、「健康対策の費用及び効果測定」、第3回は、「予防医療と疾病管理」、第4回は、「医療・健康市場の将来像」など、健康ロジックを主眼に活発な議論が交わされてきた。¹⁰⁾第7回は、経済産業省が研究会のメインを担当するも、全体の取りまとめを研究会事務局が行い、第8回は開催されず、報告書案が事務局から送付され、各委員からメール上の意見聴取と調整を経て、全207頁の最終報告として「健康資本増進グランドデザインに関する調査研究」が纏められた。¹¹⁾目玉となる健康会計の議論は、第3回から第6回まで採り上げられていた。このような委員会の議論の進め方を見れば明らかなように、健康会計は厚生労働省が主体となって、健康ロジックを主軸とし

て進められていたことが読み解けるであろう。

それゆえに研究会以降の課題も健康ロジックに基づいた指摘がなされ、「不健康な人を排除する仕組みにしないこと」に加え、保険給付費の減少額を実質的効果として捉えていた健康会計の測定方法では、複数年度の健康増進に対するコストやその投資効果を捉えることができないことが「健康会計の測定期間」をめぐる課題として指摘されていた。¹²⁾

しかし、現実としてこうした課題に取り組むことは困難であることは言うまでもない。¹³⁾ 実際、本研究会が解散された後に、医療費抑制に関する長期的な測定に関する検討が続けられることはなかった。ところが、研究会から4年後に新たな動きが生まれることになる。それが、厚生労働省が全く関与せず、経済産業省と東証によって設立された健康経営銘柄である。そこでは、本節で追ってきた厚生労働省が主体となって健康ロジックを主軸とした健康会計の取り組みとはまるで異なり、経済産業省が主体となって経済ロジックを主軸とした健康経営の経済化が加速していくのである。

4 健康経営の経済化

4.1 健康ロジックと経済ロジックの主従の入れ替え

前節では、健康会計の考え方には、測定尺度や課題認識に至るまで、健康ロジックが主軸にあったことを確認してきた。ところが健康資本増進グランドデザイン研究会終了後には、健康経営の課題認識に変化が見られていく。研究会が終了した後に示された「新健康フロンティア戦略アクションプラン」では、「国民の行動を促すための取り組みの一つとして」企業の健康会計の概念についての研究を行うことが明記されていたものの、2011年に発刊された「健康日本21」の中では、「今後の国民健康づくり運動の方針検討において、自治体や企業等の長が積極的に進めようとする目的意識や目標達成へのインセンティブとなる仕掛けを組む」と記載されることになる。¹⁴⁾ このことは、健康ロジックを主軸とした健康資本増進グランドデザイン研究会では、企業の経営者の関心を得ることができなかったという反省を踏まえたものであることは言うまでもない。

その後、2013年に「日本再興戦略」が閣議決定され、戦略市場創造プランに国民の健康寿命の延伸が盛り込まれ、施策として、個人、保険者、企業の意識、動機付けを高めることと、健康寿命延伸産業の創出を両輪で取り組むことが明記されることになる。ここにきて、これまで生活習慣改善、国民の健康増進行動を促すためという健康ロジックを主軸とした論調から、戦略市場創造、健康寿命延伸産業の創出という経済的なロジックが現れ、健康ロジック単独ではなく経済的なロジックとの両立（両輪）なくしては国民の健康は達成しえないという論調に変容していくのである。

さらに、健康ロジックと経済ロジックの両立は名ばかりに、しだいに経済ロジックが支配

的となっていくという健康ロジックと経済ロジックの主従の逆転が起こったのである。それは、経済産業省による健康経営の主たる取り組みの変遷にも見てとることができる。そのなかでも際立っているのが、2014年の「日本再興戦略 改訂2014」では、健康経営に取り組む企業へのインセンティブとして、「東京証券取引所において、新たなテーマ銘柄（健康経営銘柄）の設定」、「企業の従業員の健康増進に向けた優良取組事例の選定・表彰」、と踏み込んだ記載がなされたことである。¹⁵⁾

その同年に、経済産業省が主導となって健康経営銘柄基準検討委員会が設置され、銘柄認定企業の評価指標および財務指標スクリーニングが盛り込まれた銘柄認定の大まかな流れが決められた。同委員会の冒頭記載の趣旨は下記のとおりである。¹⁶⁾ 政府として社会保障制度の改革と共に政策的に取り組むべき医療費の適正化を企業の経営課題に置き換え、従業員の生産性向上と企業価値を向上させることで医療費の適正化が同時に実現できるとし、その課題達成のインセンティブとして投資家にとって魅力ある企業としてのお墨付きを銘柄認定として与える戦略が検討されたのである。

「少子高齢化が進行する中、生産年齢人口の減少や社会保障費の増大など、我が国を取り巻く状況は厳しさを増しています。生産年齢人口は平成25年に32年ぶりに8,000万人を下回り、今後も減少が続くと見込まれています。また、国民医療費は平成24年度に39兆円を突破、平成27年度には約60兆円に達する見込みです。今後、企業においても同様の状況が予想される中、企業が自らの経営課題として「健康経営」に取り組むことにより、「従業員の生産性向上」「企業価値の向上」、さらに「医療費の適正化」を同時に実現することが重要です。本取組は、東京証券取引所の上場会社の中から「健康経営」に優れた企業を選定し、長期的な視点からの企業価値の向上を重視する投資家にとって魅力ある企業として紹介をするものです。それにより、「健康経営」という視点から資本市場が評価することを通じて、企業による「健康経営」の取組を促進することを目指しております。¹⁷⁾」（下線は筆者強調）

興味深いことに、本検討基準委員会のメンバーは、先の健康資本増進グランドデザイン研究会の構成とは大きく異なり、森晃爾（産業医科大学産業生態科学研究所教授）、尾形裕也（東京大学政策ビジョン研究センター特任教授）の僅か2名が学識者で、残りの委員は、大井孝光（株式会社日本政策投資銀行）、洪澤健（コモンズ投信株式会社）、藤野英人（レオス・キャピタルワークス株式会社）、前田善三（ガバナンス・フォー・オーナーズ・ジャパン株式会社）ら民間の金融機関ならびに投資顧問会社関係者ら6名で構成されていた。政府側からの正式な参加者は設けられなかったが、委員会のメンバーの選定は経済産業省が行い、東証がオブザーバーとして参加していた。

4.2 健康経営の評価装置

我々が物事を評価する際に、何らかの道具立てすなわち評価装置を用いて行うのは通例であろう。健康ロジックを主軸にした健康資本増進グランドデザイン研究会では、従業員の休業日数やBMIなど健康に関する測定尺度が用いられてきた。これに対して経済産業省が主導した経済ロジックを主軸とした健康経営銘柄では、当然ながら経済的な評価尺度や測定ツールを利用することになる。こうした測定尺度や計算ツールが、健康経営の評価装置になっていくのである。経済的な評価装置が価値評価に利用されている典型的な例としては、M&Aを行う際に買収対象となる企業価値を評価する各種概念であろう。買収対象となる企業の価値そのものには極めて多様なものが含まれるが、岡本（2020）が指摘するように、今や割引配当モデル、フリーキャッシュフローモデル、残余利益モデル、株式資本倍率モデルなどの経済的な評価装置に導かれた数値こそが、M&Aの判断基準になっているのである。

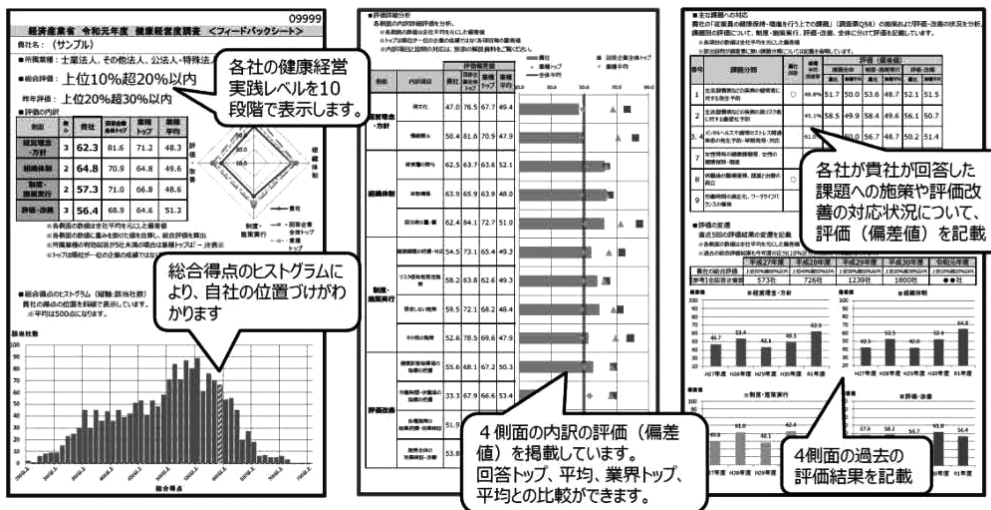
換言すれば、いかなる評価装置を利用するかによって、健康経営の価値評価もまるで異なってくる。例えば、国民全員を対象とする公的医療保険がない米国では、従業員の医療費負担が企業の財務を圧迫するため、疾病管理（Disease Management）という集団の疾病リスクを低減する活動がある。生活習慣を改善するために個人の自己管理能力を政府が支援する仕組みである。そこでは、評価装置として従業員の健康にかかる費用の1ドルの投資に対して何ドルのリターンがあるのかという投資利益率（ROI：Return On Investment）が一般的に使われている。これは、一定期間において健康増進における投資を何もしなかった場合と、健康増進の取組みを行なった場合の健康リスクを比較し、それをリスクと医療費やプレゼンティズムとの関係について損失に換算してリターンを求め、投資額で割ることによって算出するプロセスであり、この評価尺度によって各企業の健康経営への取り組みが比較可能になっている（Goetzel and Fabius et al., 2016）。

これに対して、我が国においては国民全員が公的医療保険の対象となっているため、企業の経営者は従業員の医療費についてはほとんど関心がなかったのが現実である。また、米国のように疾病管理費用対効果が浸透していない状態では、各企業を比較するROIを求めることもできない。我が国において、健康経営の評価尺度として利用されるのは、健康経営銘柄に認定された企業の株価や自己資本比率（ROE：Return On Equity）といった財務指標の比較が中心とならざるを得ない。実際、経済産業省によると健康経営銘柄に認定された企業について過去の株価推移を検討した結果、東証株価指数（TOPIX）に比べて高いパフォーマンスを示しているとされている¹⁸⁾。また、羽田（2019）によれば、健康経営認定銘柄62社の比較から、株価時価総額、売上高、従業員数、勤続年数、平均給与が改善している傾向があるとの報告がある。

しかし、健康経営銘柄と株価および企業業績の関係には、実はごまかしも含まれている。

健康経営銘柄の選定プロセスは、まず、健康経営銘柄の取得を希望する企業がエントリーし、経済産業省所定の健康経営度調査票に従業員の健康管理に関する施策やその成果を回答することから始まる。次に、エントリー企業の直近3年間の平均ROE平均が、業種の平均以上の企業が絞り込まれる²⁰⁾。最後に、調査票の定性的な調査項目から構成された「経営理念（経営者の自覚）」、「組織体制」、「制度・施策実行」、「評価・改善」、「法令遵守・リスクマネジメント」からなる5つのフレームワークから健康経営度が評価され、その上位20%の中から最終的に経済産業省と東証が合議の上、全33業種に対してそれぞれ1社を選定する²¹⁾。したがって、選定プロセスとしてROEが優れている企業を絞り込んでいる以上、健康経営銘柄を認定されている企業は当然ながらROEが優れているのはあたり前のことなのである。健康経営銘柄基準検討委員会のメンバーですら、「健康経営に取り組んだから株価が上がるのか、株価が上がるような経営状況だから健康経営に取り組むことができたのかその因果関係はわからない」（森, 2018, 332頁）と述べている。

図2 健康経営度調査の調査項目のフィードバック



経済産業省「健康経営の推進について」（令和2年4月，28頁）

5 暴走する健康経営

5.1 制度化した健康経営

前節で触れたように、健康経営銘柄はその評価装置に注目してみれば、ごまかしも含まれたものであったことが分かる。企業としても当然ながら、健康経営銘柄には様々な制度的な問題があることは承知であろう。しかし、それは企業が健康経営銘柄の制度を全く利用できないという理由にはならない。むしろ、健康経営銘柄として制度化されることによって、そ

れが実際には問題を含んでいようが、自社を正当化する道具立てとして戦略的に利用することが可能になるという点を見過してはならない。

まず、投資家に対しては、財務スクリーニングによって選別された認定企業について、投資対象企業として優良であるというお墨付きを政府や東証から得られることになる。健康経営に対する理念が正しく理解されていようがいまいが、投資家にとって重要なのは経済的な価値である。健康経営銘柄について言えば、2016年健康経営認定銘柄の22社のうち、株式収益率とリスクをみると、15銘柄がTOPIXより高い収益率であったとされている²²⁾。また、三菱UFJモルガン・スタンレー証券の健康経営銘柄についての調査によると、健康経営銘柄はボラティリティ（価格変動比率）が有意に低いこと、純資産より純利益での株価対比の割安度が高いという報告がある。健康経営に取り組む企業では、投資家が重視する指標である、一株あたりの当期純利益（EPS：Earnings Per Share）や株価収益率（PER：Price Earnings Ratio）の上昇に繋がり、それが株価に影響することが謳われているが、そのメカニズムは自明ではないし、検証されたものでもない。先述のようにごまかしを含んだ財務スクリーニングを通じた健康経営銘柄への認定プロセスを考えれば当然である。だからといって意味がないかというところではない。財務適正化から逆算したとしても、それに健康というラベルをつけることで、投資家の関心を惹くことができるからである。

さらに、投資家以外にも、就職活動における受験企業を健康経営銘柄の中から絞り込むといった学生がいることや、健康経営に取り組む企業が信頼に足りうる企業であるという取引先や顧客からの評価になるなど、企業は様々なアクターを巻き込み健康経営銘柄を戦略的に利用しはじめている。新井・玄場（2019）によると、健康経営銘柄に取り組む企業を対象とした調査において、対社外向けのプレスリリースの実施を通してメディア掲載数など企業担当者の実感として「イメージアップ」について健康経営銘柄は有意に効果があったという回答を得ている。また、「リクルート効果」も採用応募者数が有意差をもって上昇していることから、「健康経営には、イメージアップ、リクルート（応募者数）において効果が期待できる」（新井・玄場，2019，90頁）とされている。例えば、就活生向けに会社説明会資料や会社案内に健康経営銘柄の認定ロゴを盛り込むことによって、学生が注目し、その企業の認知度が向上し受験する就活生が大幅に増加するだけでなく内定辞退率が減った企業が存在する。ビジネス上の取引相手に対しても、名刺やホームページ、製品紹介パンフレットに、健康経営銘柄の認定ロゴを掲載し会社紹介冊子に健康経営の取り組みを記載することによって、自社の組織の健全性をPRできるなどの前向きな声が上がっており、健康経営に関する記事やメディアへの露出数も年々増加している²⁶⁾。また、高橋（2019）によれば、企業の従業員の健康増進の取り組みそのものを商品化し「健康道場」として顧客向けサービスとしてブランド化を実現している企業も存在する。こうした、企業による健康経営銘柄の戦略的利用が増え

るほどに、制度化は強化されていくことになる。経済産業省としても「社外や投資家からの高い評価をもらった」という企業の声を根拠として、健康経営銘柄が企業価値向上に寄与していると喧伝することができるようになる。²⁷⁾

しかし、こうした健康経営の広がり新たな問題を作り出すことになる。まず、健康経営銘柄が戦略的に利用できるようになるほどに不満を持つのが、健康経営に積極的に取り組みつつも、ROEスクリーニングによって銘柄認定されなかった企業である。1業種1企業という銘柄指定のやり方では、日の目を浴びる企業はどうしても限られてしまうからである。これは、より多くの企業に対して健康経営を働きかけようとする当初の政策的意図からしても、解決すべき問題となる。さらに言えば、東証に上場していない非上場企業、とりわけ中小企業や地方自治体は、端から健康経営に取り組むインセンティブが与えられないことになるであろう。ROEを算出できない彼らに対しては、健康経営銘柄の測定尺度をそのまま適用することはできないが、その一部にあった健康経営度のフレームワークを転用する仕組みが必要となるのである。

5.2 投資商品化される銘柄企業、健康経営の全域化

健康経営銘柄の制度化が進むことは、その制度を前提とした実践が加速化していくことでもある。例えば、今や投資信託にも健康応援と銘打った商品が売り出されている。SOMPOアセットマネジメントの「好循環社会促進日本株ファンド（愛称：みんなのチカラ）」は、複数年度に亘って健康経営銘柄に認定されているSCSK社などを組み入れ銘柄とした投資信託商品である。²⁸⁾また、ニッセイアセットマネジメントが運用する「ニッセイ健康応援ファンド」は、健康経営銘柄に認定された企業であるオムロン、テルモなどが組み入れられている。これらの投資信託商品はあたかも健康経営銘柄のみで組み入れられているファンドのように思えるが、決して健康経営銘柄だけから構成されているわけではない。実際、ファンドの中身を見てみると、健康経営に関係ない企業も含まれており、ファンドの入れ替えによっては銘柄さえ含まれていないこともありえる。しかしながら、健康経営銘柄を含んでいるとアピールすることができれば、そのファンド自体が健康に対して特別な取り組みをしている企業群を対象としていると錯覚しても不思議ではないだろう。事実、後者のファンドの基準価格はコロナショックで一旦は下がったものの、分配金を再投資したベース（税引き前）の上昇率は過去3年で約20%と、配当込みのTOPIXを上回っている。²⁹⁾ただし、これらのパフォーマンスは、健康経営への取り組みの結果というより、コロナ禍によって生まれた事業機会に合致したオムロンやテルモなどの企業が含まれていたためであろう。

また、健康経営銘柄をより多くの企業や組織に普及させていく全域化の傾向が見られている。1業種1企業という制限された銘柄認定が抱えていた問題に対して、2018年には健康経

営度調査のフレームワークをもとに、健康経営銘柄に選抜されなかった企業群のカテゴリが作成され、集計されたうち上位500社についてはホワイト500という名称が与えられた³⁰⁾。このように東証の健康経営銘柄取得へのエントリーを通じて評価される企業の範囲が広がったことで、健康経営銘柄の認定取得に走る企業が激増することになった。第1回（平成26年度）で僅か493社であったエントリー企業は、第4回（平成29年度）には1239社と2倍以上になり、直近、令和元年度では2328社と、国内上場企業3740社の半数以上を占める勢いに至っている³¹⁾のである。

さらに、東証の健康経営銘柄ではカバーされていなかった中小企業や自治体組織に対しても、健康経営優良法人の表彰制度が拡大している。これらの組織は、ROEのスクリーニングはできないものの、すでに制度化していた健康経営銘柄の選考プロセスの一部である、健康経営度のフレームワークを利用することができるわけである³²⁾。その結果、健康経営に取り組んでいるとされる約30000法人の非上場の中小企業のうち、6095社が健康優良法人として申請し、4816社が認定されたのである。まだ、全中小企業に占める割合は少ないものの、本制度が認知されることによって認定企業は前年比で約2倍になり、健康経営の全域化が進んでいると言えるよう。

図3 拡大した健康経営の顕彰制度



経済産業省「健康経営の推進について」(令和2年4月, 17頁)

以上、ここまで示した通り、我が国の健康経営は、当初は、社会保障の厳しい財政状況を背景に、健康の増進は生産性や労働力率の向上を通じ経済成長に寄与するとともに、国民の医療費を削減させるという考えを基に検討が開始され、健康ロジックを前面に押し出した健康会計を作り出した。しかし、健康会計の測定尺度はもっぱら健康増進に関連する項目に限

られており、さらに一企業レベルでは達成しえない医療費削減を目的としていたため、営利企業の経営者に受容されることなく世の中に浸透することがなかった。この健康会計の失敗を受け、経済産業省がイニシアチブを取り、本来の従業員の健康増進という目的を、経済的成果の象徴である株価上昇に置き換えるべく健康経営銘柄という制度を作り上げてきた。今や健康経営は、従業員の健康を維持、増進すること、およびそのことを通じて生産性を高める経営ツールというより、投資家に対して優良銘柄であるというお墨付きを与え、また、就活生や社外の取引先や顧客など、多様なアクターに対して自社の「経済的に健康」な企業イメージをアピールする評価装置と化しているのである。

6 おわりに

世界保健機関（WHO）憲章では、人々の健康について次のように謳われている。「健康とは、完全な肉体的、精神的及び社会的福祉の状態であり、たんに病気あるいは虚弱でないことではない³³⁾」。すなわち、人々の健康とは、単に肉体的な状況を指すものではなく、精神面あるいは社会的な観点も交えた多面的な概念であるとしている。制度ロジックスと同様に、究極的な価値であるシテ（Site）の参照を通じて、多元的な価値評価実践を探求する Boltanski によれば、産業の世界において「人々の尊厳、この産業的秩序が依拠する人間本性の特徴は、潜在的活動力である。…中略…人間の潜在力を活用しないことは、人々の尊厳に対する重大な棄損となる」（Boltanski and Thevenot, 2006, 邦訳257頁）。すなわち、我々の健康とは、肉体や精神に内在するものではなく、社会生活を充足させるための規範的判断（normative judgement）を通じてはじめて真価（worth）が問われるものなのである（Strand, 2014）。

本研究は、健康経営の経済化を分析することによって、経済化を推進してきた我が国の健康経営がこうした理念に沿ったものであるとは到底言い難いものであったことを明らかにしてきた。健康ロジックに基づいて医療費を抑制するための健康会計が、企業経営者からの理解を得ることができないという危機感から、従業員の健康増進という本来の目的を、株価上昇という経済的な成果の象徴に誘導し、経営者に対する証券市場における優良企業であるというお墨付きを与える巨大な評価装置に変容させていく制度化プロセスであった。こうした制度化プロセスには様々な問題点が指摘されてきたが、それでも健康経営銘柄が広く受け入れられたのは、心身の健康が究極的価値として無視し得るものではないという根拠から来るものでもある。換言すれば、今日の健康経営は、経済ロジックを支配的なロジックとして実質的に置きつつも、表向きには健康ロジックをうまく利用することによって制度化されてきたとさえ言えるのである。

今日、ますます全域化する経済化に対して警鐘を鳴らす Skeggs は、「資本のロジックと

いう目隠しの中にいる限り、われわれは単一価値を超えて存在している複数価値を理解することも、認識することもできないだろう」(Skeggs, 2014, p. 16) と述べ、すべての複数価値が単一価値に還元されていく現代社会の傾向を批判している。今、健康経営には、人々の心身の健康増進に必要な多様な取り組みを、株価という経済的価値からのみ評価してしまわないような枠組みが必要とされているのではないだろうか。本研究では触れることができなかったが、そのためには、企業の生産性向上を目的とするモデルを構築した O'Donnell (2000) に影響を受けた組織行動論の概念体系が持つ限界点を整理し、ウェルビーイングなど経済的成果によらない評価尺度³⁵⁾、さらには多様な価値を併存させる複数価値評価の手法を開発することなどが必要になってくる。今後の課題としたい。³⁶⁾

注

- 1) 「健康経営」は特定非営利活動法人健康経営研究会の登録商標である。
- 2) 経済産業省「産業構造審議会基本政策部会報告書」(平成19年10月)
- 3) 健康資本増進グランドデザイン研究会の外部委員は、青砥伸治(トヨタ自動車健康保険組合常務理事)、秋山美紀(慶應義塾大学総合政策学部 専任講師)、井上洋(日本経済団体連合会 産業界第一本部長)、魚住隆太(あずさサステナビリティ株式会社 代表取締役社長)、金井壽宏(神戸大学大学院経営学研究科 教授)、川渕孝一(東京医科歯科大学大学院医療経済学分野 教授)、木村道弘(小松製作所健康保険組合)、久保田長典(小松製作所健康保険組合専務理事)、小林篤(株式会社損保ジャパン総合研究所 代表取締役常務)、清水谷論(財団法人世界平和研究所 主任研究員)、田中滋(慶應義塾大学大学院経営管理研究科 教授)、野田啓一(株式会社ベリソース 代表取締役)、倍和博(麗澤大学国際経済学部 准教授)、平山浩一郎(株式会社マベリックトランスナショナル 代表取締役社長)、古井祐司(東京大学医学部附属病院22世紀医療センター健診情報学講座 助教)であった(役職名は当時のもの)。
- 4) 詳しくは、國部(2000; 2007)を参照されたい。
- 5) 経済産業省「健康資本増進グランドデザインに関する調査研究報告書」(平成20年3月, 10頁)
- 6) 経済産業省「健康資本増進グランドデザインに関する調査研究報告書」(平成20年3月, 114頁)
- 7) 詳しくは、森・奥・永田(2010)『よくわかる「健康会計」入門』を参照されたい。
- 8) 経済産業省「健康資本増進グランドデザインに関する調査研究報告書」(平成20年3月, 114頁)
- 9) 医療費は一企業レベルでは達成しえない社会保障制度の構造的な要因が大いに影響するものであり、健康会計の成果はもはや単一企業の管理レベルを超えたものになってしまい、従来の公衆衛生学や産業保健分野で説明してきた従業員の傷病、療養給付、障害・労働災害補償、病気療養休暇日数等の数値項目ではその達成目標を説明できなくなったのである。
- 10) 経済産業省「健康資本増進グランドデザインに関する調査研究報告書」(平成20年3月, 9頁)
- 11) 経済産業省「健康資本増進グランドデザインに関する調査研究報告書」(平成20年3月, 198-207頁)
- 12) 経済産業省「健康資本増進グランドデザインに関する調査研究報告書」(平成20年3月, 205-206頁)

- 13) 医療費について田中・川淵・河野(2010)によると、日本においては、米国の保険制度と異なり国民皆保険制度というインフラもあり、健康状態は経済状態や教育水準とも関連があることが指摘されている。医療費の増加は単に健康状態の悪化に伴うものだけではなく、一部は経済成長や教育水準の上昇によるものとの指摘もある。健康経営のアウトプットとして、医療費の抑制を設定するのは困難である。
- 14) 厚生労働省「健康日本21」最終評価(平成23年10月, 95頁)
- 15) 「日本再興戦略」改訂2014, 92-95頁。 <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/honbun2JP.pdf> (2021年1月9日アクセス)
- 16) 経済産業省「平成26年度健康経営銘柄」(平成26年4月, 1頁)
- 17) 経済産業省「平成26年度健康経営銘柄」(平成26年4月, 1頁)
- 18) 労働生産性は一般的には健康問題によって発生した労働能力の損失として評価され、アブセンティズム(absenteeism)やプレゼンティズム(presenteeism)といった指標が用いられている。アブセンティズムは疾病休業とほぼ同義であり、一方のプレゼンティズムは、出勤している労働者の健康問題による労働遂行能力の低下を指す。これらの指標は、本来業務が行われることによって得られる賃金に相当する生産性が、健康状態によって損失した(機会損失)ことを前提に、その損失を金額として評価するというものである(厚生労働省、「生産性を意識した産業保健活動のプランニングガイド」平成28年3月)。本邦のプレゼンティズムに関する研究は、Nagata and Mori et al. (2018)を参照されたい。
- 19) 経済産業省「平成26年度健康経営銘柄」18頁を参照。
- 20) 「健康経営の推進について」(平成29年経済産業省資料)までは、「…財務指標スクリーニングを経て健康経営銘柄の選定。ROEの直近3年平均が8%以上又は業種中央値以上…」 「…評価結果が業種内で最上位の企業を選定…」と記載されていたが、令和2年9月の現在の説明資料においては、ROEによる財務スクリーニングの記述は削除されている。記載上では、健康施策の評価結果の後、ROEスクリーニングとなっている。
- 21) 経済産業省「健康経営の推進について」(令和2年4月, 13頁)
- 22) ニッセイ基礎研究所「「健康経営」で株価も元気!」 <https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=52437?site=nli>。(2021年1月9日アクセス)
- 23) レオス・キャピタルワークス「健康経営への投資家の視点」 https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/downloadfiles/2_fujinosama.pdf。(2021年1月9日アクセス)
- 24) 日本経済新聞「就活本番、いい企業とは? 「健康経営認定」一つの目安」(令和2年6月2日)
- 25) 経済産業省「健康経営の推進について」(令和2年4月, 20頁)
- 26) 経済産業省「健康経営の推進について」(令和2年4月, 15頁)
- 27) 経済産業省「健康経営の推進について」(平成30年7月, 20頁)
- 28) 好循環社会促進日本株ファンド(愛称 みんなのチカラ) <https://www.sompo-am.co.jp/fund/0978/> (2021年1月9日アクセス)
- 29) 日本経済新聞「「健康経営」で企業を評価 コロナ下、選別の目安に」(令和2年7月18日)
- 30) 経済産業省「健康経営の推進及び健康経営銘柄2021健康経営優良法人2021について」(2020年9月, 27-28頁)参照。2021年より、健康経営優良法人(中小規模法人部門)認定法人の中で、「地域において、健康経営の発信を行っている企業」として優良な上位500法人を「ブライツ500」

として認定することとなった。もはや、健康経営は、環境経営や女性活躍推進、SDGsと同様に、企業が取り組まざるを得ない経営テーマになっているともいえる。これらの流行性を持った経営手法は、上位企業が特定の経営手法を最初に取り入れ下位企業が模倣して取り入れることで、強い制度的圧力（例えば資格認証・許認可・取引条件等）による組織構造の同型化と相まって経営手法が普及していくことになる。大企業との取引の為に、多くの企業がISO 認証取得に躍起になって取り組んだのは記憶に新しい（高橋，2019）。

31) 経済産業省「健康経営の推進について」（令和2年4月，26頁）

32) ただし、健康経営銘柄の選考プロセスにおける健康経営度調査にも問題点が含まれていたことは留意すべきであろう。亀田（2018）によれば、健康経営銘柄にエントリーする企業の経営状態を把握するために、エントリー企業が自己申告する調査票に基づいていることにも問題があると指摘しており、実際に3年連続で健康経営銘柄に認定された某有名企業において製品、品質管理データ改ざんと捏造が明らかになった事例がある。

33) 世界保健機関ウェブサイト <https://www.who.int/about/who-we-are/constitution>（2021年1月9日アクセス）

34) O'Donnell（2000）は、人は身体的、精神的に業務を遂行できる状態であり勤務意欲が高い時に優れたパフォーマンスを発揮するという考え方を基本に、健康施策を実施することで職場全体の組織風土や雰囲気がよくなり職場のモラルが向上し職場内の関係性もよくなり、従業員の業務遂行能力や仕事に対する欲求が高まり、その結果として個人の業績に結び付くという考え方を示した。また、島津（2014）らを中心に、職場環境の改善が従業員の健康および生産性の改善につながるという考え方で2000年代以降に急速に普及したのがワーク・エンゲイジメントという概念がある（Schaufeli and Bakkar, 2004; 島津, 2014）。労働者が生き生きと働く度合いを測るワーク・エンゲイジメントは、ポジティブなメンタルヘルスの尺度であり、職場における「仕事の資源」を充実させることにより労働者のワーク・エンゲイジメントを高め、それが生産性の向上につながると解釈されている。しかしながら、成果変数を生産性の向上という経済的価値に定義しているところがウェルビーイングと考えを異にしている。

35) ウェルビーイングとは、人生あるいは生活全般の経験を通して獲得される快適、健康、幸福な状態のことであり、多元的な意味を内包している言葉である。モチベーションや自尊感情あるいは抱負（aspiration）などポジティブな心理のファンダメンタルという側面もある（Donna and Griffin, 1999）。森永（2018）は、質問票を用い健康増進施策への参加率や健康意識への影響、ウェルビーイングや主観的業績の変化について報告している。森永（2018）の研究では、いくつかの従業員ウェルビーイングの変数や主観的業績を向上させたことが明らかにされた。健康増進施策をチーム単位で実施することが、従業員ウェルビーイングへの介入としても一定の貢献を果たす可能性も示唆されている。

36) 國部（2017）は、グローバル経済の行き過ぎによる経済の諸課題については、「経済をいかに制御するか」が最大のテーマだと強調し、会計の立場から経済を超えた「倫理的な」アプローチを試み、その実践として「複数評価原理の会計」という構想を提案する。従業員の健康から生み出される複数の価値が業績や生産性、株式市場での評価といった経済価値に一元化されないような制度的な枠組みを検討するうえで、複数評価原理の会計の考え方は先行研究と異なる視点からの示唆が得られる。

参 考 文 献

- Beuscart, J. S., Mellet, K. and Trespeuch, M. (2016) "Reactivity without Legitimacy?: Online Consumer Reviews in the Restaurant Industry," *Journal of Cultural Economy*, Vol. 9, No. 5, pp. 458-475.
- Boltanski, L. and Thevenot, L. (2006) *On Justification: Economies of Worth*, Princeton University Press (三浦直希 訳『正当化の理論：偉大さのエコノミー』新曜社, 2007年).
- Callon, M. and Muniesa, F. (2007) "Economic Markets as Calculative Collective Devices," *Organizations Studies*, Vol. 26, No. 8, pp. 1229-1250.
- Donna, K. and Griffin, R. W. (1999) "Health and Well-being in the Workplace: A Review and Synthesis of the Literature," *Journal of Management*, Vol. 25, No. 3, pp. 357-384.
- Durand, R., Szostak, B., Jourdan, J. and Thornton, P. H. (2013) "Institutional Logics as Strategic Resources," in M. Lounsbury and E. Boxenbaum Eds., *Institutional Logics in Action*, Emerald, pp. 165-201.
- Friedland, R. and Alford, R. R. (1991) "Bringing Society Back in: Symbols, Practices and Institutional Contradictions," in W. W. Powell and P. J. DiMaggio Eds., *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, University of Chicago Press, pp. 232-263.
- Friedland, R. (2014) "Divine Institution: Max Weber's Value Spheres and Institutional Theory," in P. Tracey, N. Phillips and M. Lounsbury Eds., *Religion and Organization Theory*, Emerald, pp. 217-258.
- Goetzel, R. Z., Fabius, R., Fabius, D., Roemer, E. C., Thornton, N., Kelly, R. K. and Pelletier, K. R. (2016) "The Stock Performance of C. Everett Koop Award Winners Compared with the Standard & Poor's 500 Index," *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, Vol. 58, No. 1, pp. 9-15.
- Heuts, F. and Mol, A. (2013) "What is a Good Tomato? A Case of Valuing in Practice," *Valuation Studies*, Vol. 1, No. 2, pp. 125-146.
- Muniesa, F. and Callon, M. (2007) "An Introduction to Market Devices," *The Sociological Review*, Vol. 55, No. 2, pp. 1-12.
- Nagata, T., Mori, K., Ohtani, M., Nagata, M., Kajiki, S., Fujino, Y., Matsuda, S. and Loepcke, R. (2018) "Total Health-Related Costs Due to Absenteeism, Presenteeism, and Medical and Pharmaceutical Expenses in Japanese Employers," *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, Vol. 60, No. 5, pp. 273-280.
- O'Donnell, M. P. (2000) "Health and Productivity Management: The Concept, Impact, and Opportunity: Commentary to Goetzel and Ozminowski," *American Journal of Health Proportion*, Vol. 14, No. 4, pp. 215-217.
- Rao, H., Monin, P., and Durand, R. (2005) "Border Crossing: Bricolage and the Erosion of Categorical Boundaries in French Gastronomy," *American Sociological Review*, Vol. 70, No. 6, pp. 968-991.
- Schaufeli, W. B. and Bakker, A. B. (2004) "Job Demands, Job Resources, and their Relationship with Burnout and Engagement: A Multi-Sample Study," *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, Vol. 25, No. 3, pp. 293-315.
- Skeggs, B. (2014) "Values Beyond Value?: Is Anything Beyond the Logic of Capital?," *The British Journal of Sociology*, Vol. 65, No. 1, pp. 1-20.

- Strand, M. (2014) "Authenticity as a Form of Worth," *Journal for Cultural Research*, Vol. 18, No. 1, pp. 60-77.
- Thornton, P. H. (1995) "Accounting for Acquisition Waves," in W. R. Scott and S. M. Christensen Eds., *The Institutional Construction of Organizations: International and Longitudinal Studies*, Sage Publications, pp. 199-225.
- Thornton, P. H. and Ocasio, W. (1999) "Institutional Logics and the Historical Contingency of Power in Organizations: Executive Succession in the Higher Education Publishing Industry, 1958-1990," *American Journal of Sociology*, Vol. 105, No. 3, pp. 801-843.
- Thornton, P. H. (2002) "The Rise of the Corporation in a Craft Industry: Conflict and Conformity in Institutional Logics," *Academy of Management Journal*, Vol. 45, No. 1, pp. 81-101.
- Vatin, F. (2013) "Valuation as Evaluating and Valorizing," *Valuation Studies*, Vol. 1, No. 1, pp. 31-50.
- 新井卓二・玄場公規 編 (2019) 『経営戦略としての「健康経営」：従業員の健康は企業の収益向上につながる！』合同フォレスト.
- 岡田邦夫 (2015) 『「健康経営」推進ガイドブック』経団連出版.
- 岡田邦夫・高橋千枝子 (2015) 『これからの人と企業を創る健康経営：健康経営評価と企業価値創造』特定非営利活動法人健康経営研究会.
- 岡本紀明 (2020) 「海外 M&A における複数評価原理の探究：価値評価研究における知見に基づく学際的分析」『日本情報経営学会誌』, 第40巻, 第1-2号, 65-74頁.
- 奥真也・森晃爾・永田智久 (2011) 「危機管理の費用対効果について：健康会計という考え方」『産業保健21』第16巻, 第3号, 5-7頁.
- 亀田高志 (2018) 「断絶の時代の健康経営®とメンタルヘルス：総論はOK, では各論は？」『関西福祉科学大学 EAP 研究所紀要』第12号, 5-9頁.
- 國部克彦 (2000) 『環境会計 (改訂増補版)』新世社.
- 國部克彦 (2007) 「CSR 会計の体系」『廃棄物学会誌』第18巻, 第4号, 231-236頁.
- 國部克彦 (2017) 『アカウンタビリティから経営倫理へ：経済を超えるために』有斐閣.
- 島津明人 (2014) 『ワーク・エンゲイジメント：ポジティブ・メンタルヘルスで活力ある毎日を』労働調査会.
- 高橋千枝子 (2019) 「健康経営ブランディング」『マーケティングジャーナル』第39巻, 第1号, 119-130頁.
- 田中滋・川渕孝一・河野敏鑑 (2010) 『会社と社会を幸せにする健康経営』勁草書房.
- 羽田明浩 (2019) 「ダイナミックケイパビリティからみる健康経営企業の研究」日本経営学会関東部会 (2019年4月27日)
- 森晃爾・奥真也・永田智久 (2010) 『よくわかる「健康会計」入門』法研.
- 森晃爾 (2018) 「健康経営の展開と課題」『産業保健と総合健診』第45巻, 第2号, 331-335頁.
- 森永雄太 (2018) 「チーム単位の健康増進施策と従業員のウェルビーイング (特集「新しい働き方の科学)」『一橋ビジネスレビュー』第66巻, 第1号, 84-97頁.