

横浜市景況・経営動向調査 第99回（特別調査）

特別調査

「健康経営の推進について」

横浜経済の動向(平成28年12月)

第99回横浜市景況・経営動向調査報告(特別調査)

横浜市経済局

【調査の概要】

1. 目的・内容：横浜市の経済・産業政策の効果的な展開に必要な企業動向・ニーズを早期かつ的確に把握するために、市内企業・市内に事業所をおく企業を対象にアンケート調査及びヒアリング調査を一連の「景況・経営動向調査」として、四半期毎に年4回(6月、9月、12月、3月)実施しています。
2. 調査対象：市内企業・市内に事業所をおく企業 1,000社
回収数 587社(回収率：58.7%) (特別調査有効回答数：569社)

| | 市内本社企業 | | | 市外本社企業 | 合計 |
|------|------------|--------------|--------------|------------|----------------|
| | 大企業 | 中堅企業 | 中小企業 | | |
| 製造業 | 21 (27) | 14 (27) | 193 (317) | 12 (22) | 240 (393) |
| 非製造業 | 30 (53) | 95 (151) | 202 (359) | 20 (44) | 347 (607) |
| 合計 | 51 (80) | 109 (178) | 395 (676) | 32 (66) | 587 (1,000) |

※()内は調査対象企業数

※規模別の定義は以下の通りです。

大企業・・・横浜市に本社を置き、資本金が10億円以上の企業

中堅企業・・・横浜市に本社を置き、資本金が以下の基準に該当する企業

製造業や卸売業、小売業、サービス業以外の非製造業：3～10億円未満

卸売業：1～10億円未満

小売業、サービス業：5千万～10億円未満

中小企業・・・横浜市に本社を置き、資本金が上記の基準未満の企業

市外本社企業・・・横浜市以外に本社を置く市内事業所

3. 調査時期：平成28年12月実施

4. その他：図表中の構成比は小数点第2位を四捨五入し表記しており、表示上の構成比を合計しても100%にならない場合があります。

目次

| | |
|-----------------------|----|
| 調査結果の概要 | 4 |
| 特別調査結果―「健康経営」の推進について― | 8 |
| 調査票 | 32 |

第 99 回横浜市景況・経営動向調査（平成 28 年 12 月実施）（特別調査）

調査結果のまとめ

【「健康経営」の推進について】

4 割強の企業が今後「健康経営」に取り組む意向を示す 「健康経営」の取組に必要な支援は「情報提供」、「表彰制度」

【ポイント】

- 「健康経営」に関する認知度は、「言葉の意味まで知っている」企業は 15.6%で、前回調査（平成 25 年 12 月）の 6.4%から増加したものの、いまだ低い水準である。
- 従業員の健康や健康づくりに配慮した活動は、前回調査と比較すると、すべての項目で実施状況が上回った。また、課題認識も上回っており、会社として従業員の健康への関心が高まっている。
- 「健康経営」に関する取組状況は、「すでに自社内で取り組んでいる」と回答した企業は 12.7%、「今後、積極的に取り組んでいきたい」と回答した企業は 42.7%という結果となっている。
- 「健康経営」に取り組むために必要な支援は、「情報提供」（44.1%）、「表彰制度」（39.5%）の順となっている。

【調査対象】 市内企業・市内に事業所を置く企業 1,000 社（回収数：587 社、回収率：58.7%、特別調査有効回答数：569 社）

【調査時期】 平成 28 年 11 月 1 日～11 月 25 日（調査票回答及びヒアリング調査期間）

（注）通常調査の結果概要（自社業況 B S I 等）については、平成 28 年 12 月 22 日発表の内容をご参照ください。

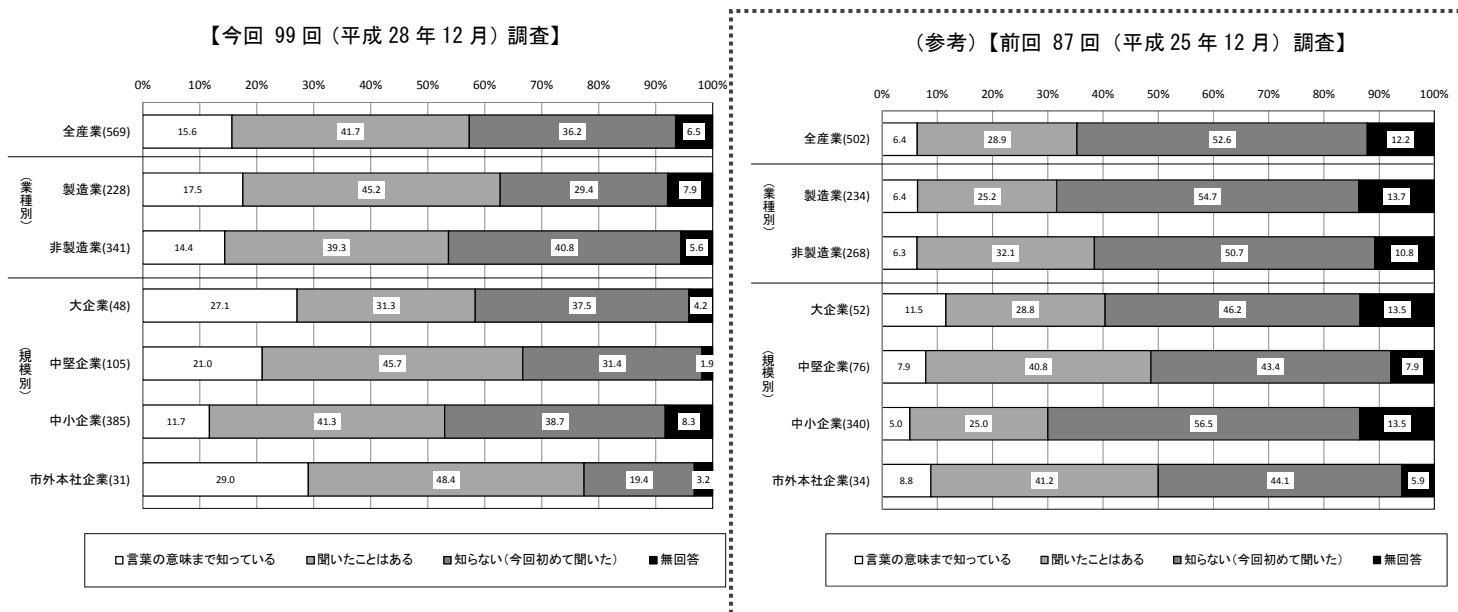
（注）「健康経営」は、特定非営利活動法人健康経営研究会の登録商標です。

【特別調査の概要】

1. 「健康経営」に関する認知度

- 「健康経営」に関する認知度については、「言葉の意味まで知っている」（15.6%）と「聞いたことはある」（41.7%）をあわせた「健康経営」の認知度は 57.3%と 6 割に近い。
- 前回調査と比較すると、「言葉の意味まで知っている」企業は前回調査の 6.4%から増加した。企業規模別では、大企業（27.1%）が最も高く、中堅企業（21.0%）、中小企業（11.7%）と続く。

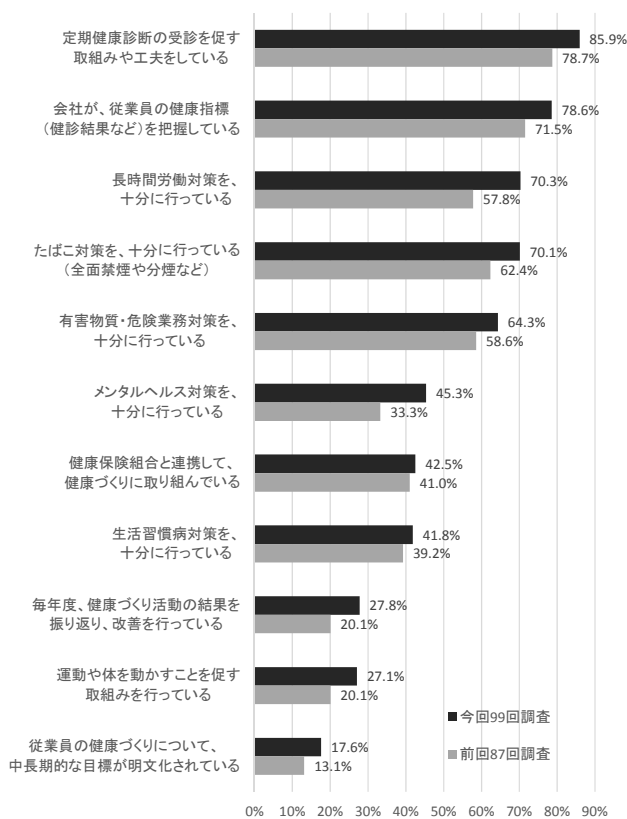
「健康経営」に関する認知度：業種別、規模別



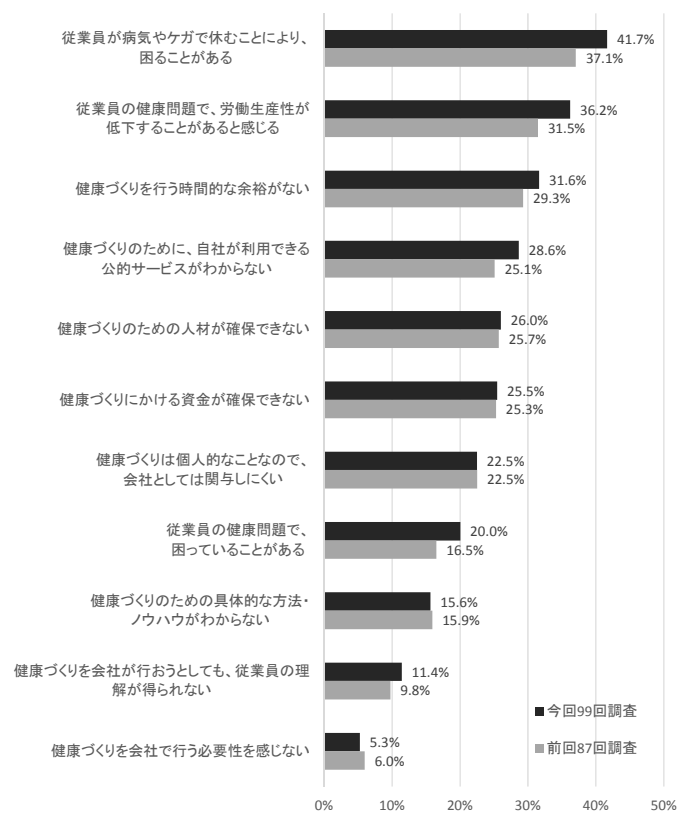
2. 従業員の健康や健康づくりへの配慮

- 従業員の健康や健康づくりに配慮した活動については、「定期健康診断の受診を促す取組みや工夫をしている」が、「非常にあてはまる」と「あてはまる」の合計で85.9%と最も多くなっている。以下、「会社が、従業員の健康指標を把握している」(78.6%)、「長時間労働対策を、十分に行っている」(70.3%)と続いている。
- 従業員の健康・健康づくりの課題については、「従業員が病気やケガで休むことにより、困ることがある」が、「非常にあてはまる」と「あてはまる」の合計で41.7%と最も多くなっている。以下、「従業員の健康問題で、労働生産性が低下することがあると感じる」(36.2%)、「健康づくりを行う時間的な余裕がない」(31.6%)と続いている。
- 従業員の健康づくりに配慮した活動については、前回調査と比較すると、すべての項目で実施状況が上回った。また、課題認識も上回っており、会社として従業員の健康への関心が高まっている様子がうかがえる。

具体的な健康づくり活動



従業員の健康・健康づくりの課題



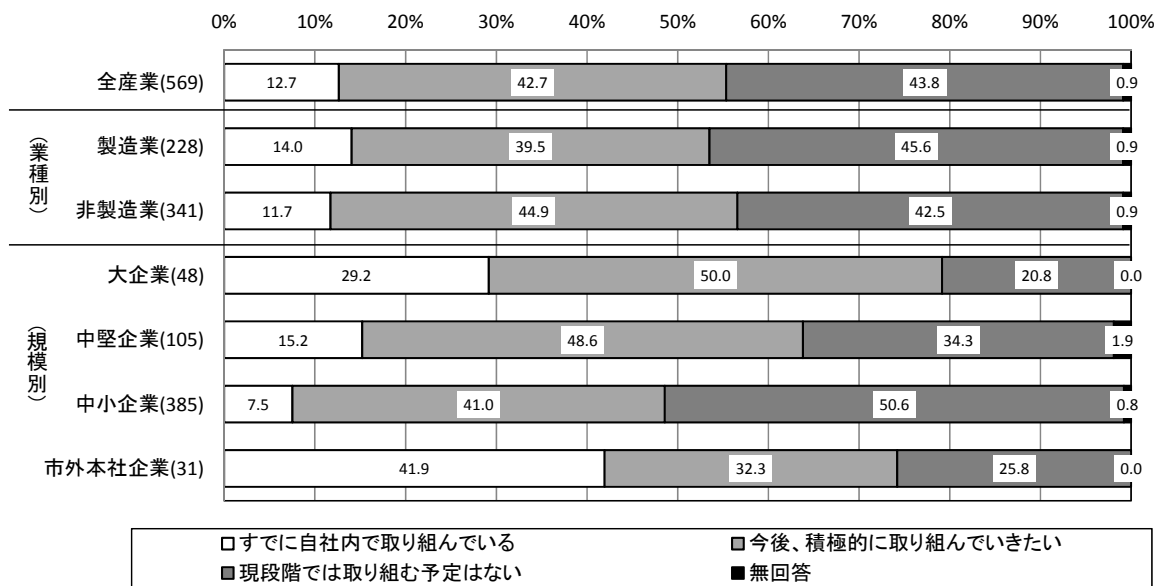
(注) 各項目いずれも「非常にあてはまる」と「あてはまる」の合計を全体の回答件数で除した値。

3. 「健康経営」に関する取組状況

- 「健康経営」に関する取組状況については、「すでに自社内で取り組んでいる」と回答した企業は12.7%、「今後、積極的に取り組んでいきたい」と回答した企業は42.7%という結果となっている。
- 前回調査と比較すると、「既に取り組んでいる」と回答した企業は、大企業では13.8ポイント、中堅企業では6.0ポイントとそれぞれ増加した。一方、中小企業では「既に取り組んでいる」との回答は、ほぼ変化がないが「今後、積極的に取り組んでいきたい」との回答が8.4ポイント増加した。

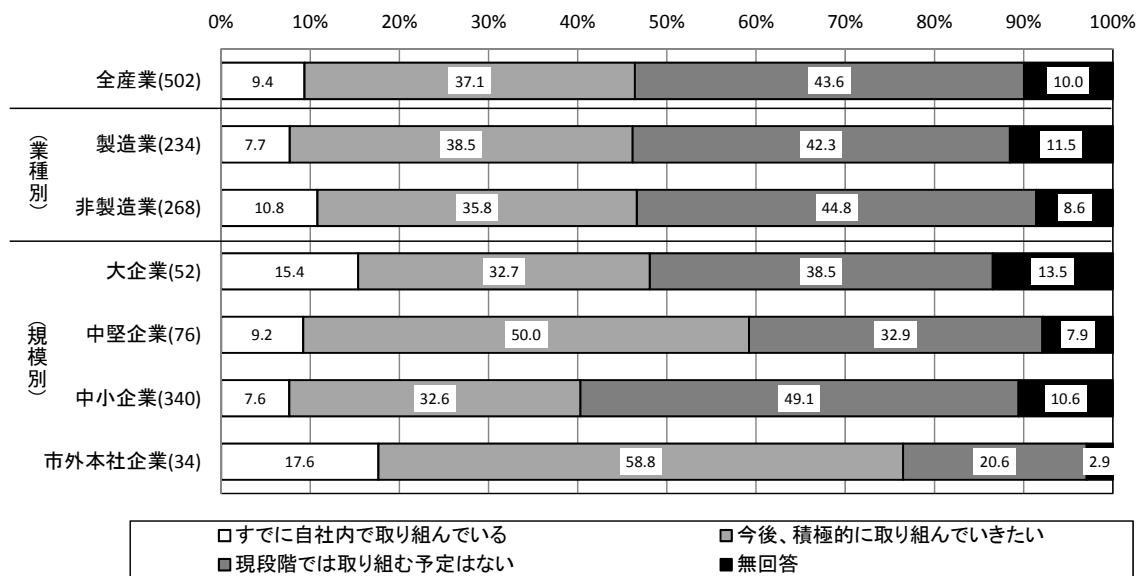
「健康経営」に関する取組状況

【今回 99回（平成28年12月）調査】



□すでに自社内で取り組んでいる □今後、積極的に取り組んでいきたい
 ■現段階では取り組む予定はない ■無回答

(参考) 【前回 87回（平成25年12月）調査】

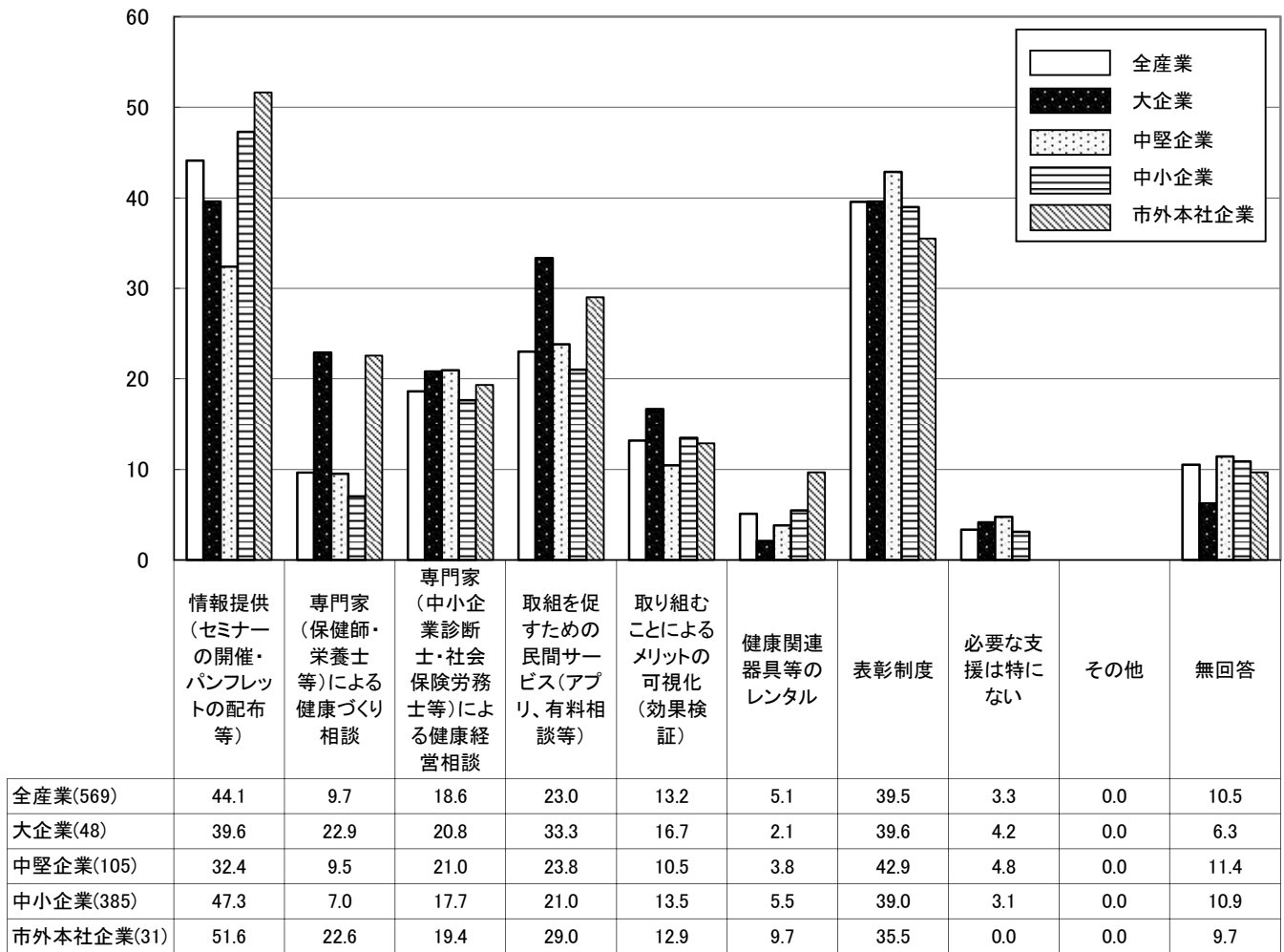


□すでに自社内で取り組んでいる □今後、積極的に取り組んでいきたい
 ■現段階では取り組む予定はない ■無回答

4. 「健康経営」に取り組むために必要な支援

- 「健康経営」に取り組むために必要な支援については、「情報提供」が 44.1%で最も高く、次いで「表彰制度」(39.5%)となっており、健康経営に関する情報を必要としているとともに、健康経営の取組が、表彰制度により評価されることで、社内外に情報発信したい様子がうかがえる。
- 以下、「取組を促すためのサービス」(23.0%)、「専門家による健康経営相談」(18.6%)など、具体的な取組に向けた支援を必要としている様子がうかがえる。

「健康経営」に取り組むために必要な支援（複数回答）



特別調査結果

—「健康経営」の推進について—

1. 「健康経営」の認知度

「健康経営」の認知度については、「聞いたことはある」が41.7%で最も高く、次いで「知らない（今回初めて聞いた）」（36.2%）となっている。「言葉の意味まで知っている」（15.6%）と「聞いたことはある」をあわせた『知っている』は57.3%と6割に近い。

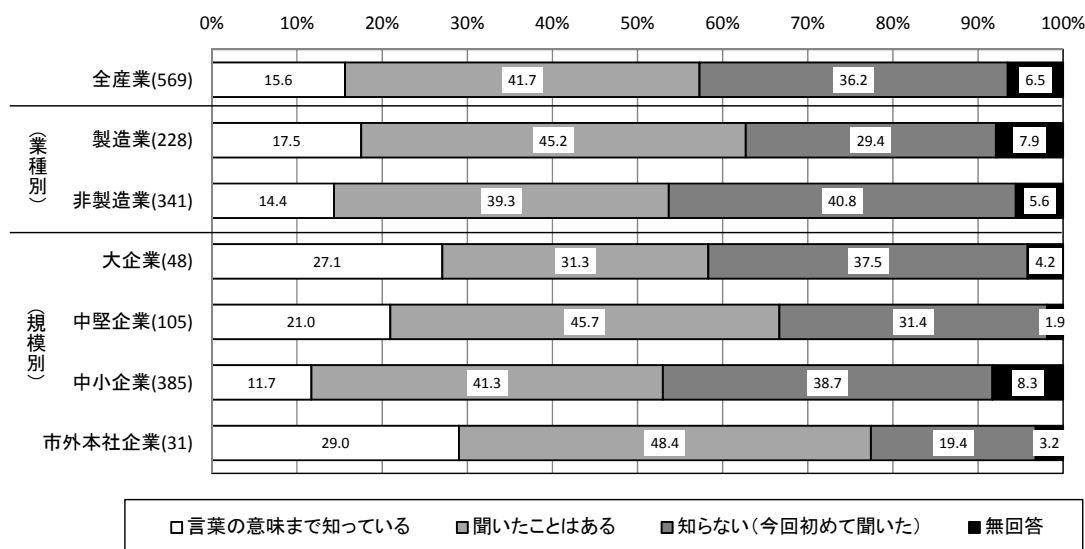
業種別にみると、製造業では「聞いたことはある」が45.2%で最も高く、次いで「知らない」（29.4%）となっている。「言葉の意味まで知っている」（17.5%）と「聞いたことはある」をあわせた『知っている』は62.7%となっている。非製造業では「知らない」が40.8%で最も高く、次いで「聞いたことはある」（39.3%）となっている。『知っている』は53.7%となっている。

業種別に比較すると、製造業の『知っている』は非製造業に比べて9.0ポイント高く、製造業での認知度が高い様子が見える。

規模別にみると、大企業では「知らない」が37.5%で最も高く、次いで「聞いたことはある」（31.3%）となっている。『知っている』は58.4%となっている。中堅企業では「聞いたことはある」が45.7%で最も高く、次いで「知らない」（31.4%）となっている。『知っている』は66.7%となっている。中小企業では「聞いたことはある」が41.3%で最も高く、次いで「知らない」（38.7%）となっている。『知っている』は53.0%となっている。

規模別に比較すると、『知っている』では中堅企業が最も高い。一方、「言葉の意味まで知っている」では大企業（27.1%）、中堅企業（21.0%）、中小企業（11.7%）と、規模が大きいほど割合は高く、理解が深まっている様子が見える。

図表 1-1 「健康経営」の認知度：業種別、規模別



2. 従業員の健康や健康づくりへの配慮

<具体的な健康づくり活動>

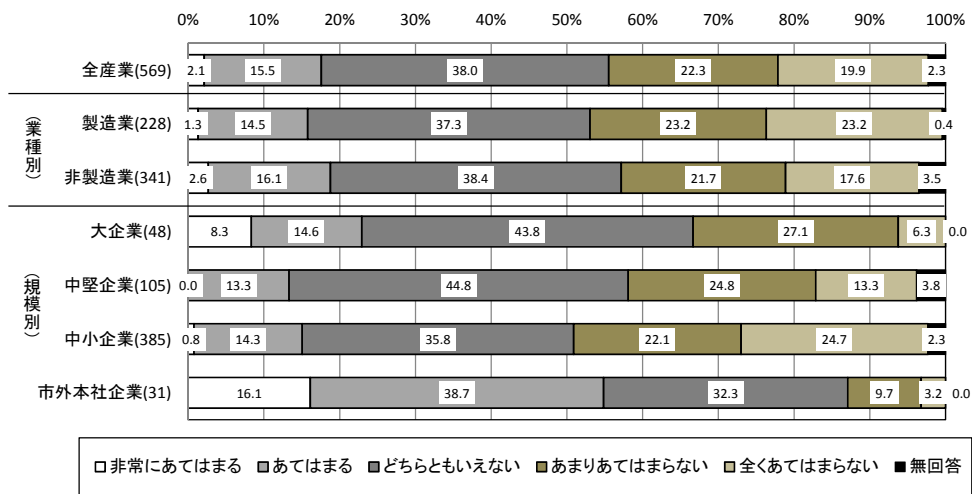
2-1 【中長期的な目標の明文化】

従業員の健康づくりについて、中長期的な目標が明文化されているかの設問については、「どちらともいえない」が38.0%で最も高く、次いで「あまりあてはまらない」(22.3%)、「全くあてはまらない」(19.9%)となっている。「あまり」と「全く」をあわせた『あてはまらない』は42.2%、「非常にあてはまる」と「あてはまる」を合わせた『あてはまる』は17.6%で、『あてはまらない』が2倍以上高い。

業種別では、製造業、非製造業ともに「どちらともいえない」が37.3%、38.4%で最も高い。『あてはまる』は製造業(15.8%)、非製造業(18.7%)、『あてはまらない』は製造業(46.4%)、非製造業(39.3%)となっており、非製造業がやや明文化されている割合が高い。

規模別では、「どちらともいえない」が大企業(43.8%)、中堅企業(44.8%)、中小企業(35.8%)といずれも最も高い。『あてはまる』は大企業(22.9%)、中堅企業(13.3%)、中小企業(15.1%)と規模が大きいかほど明文化されている割合が高い。

図表 2-1 中長期的な目標の明文化：業種別、規模別



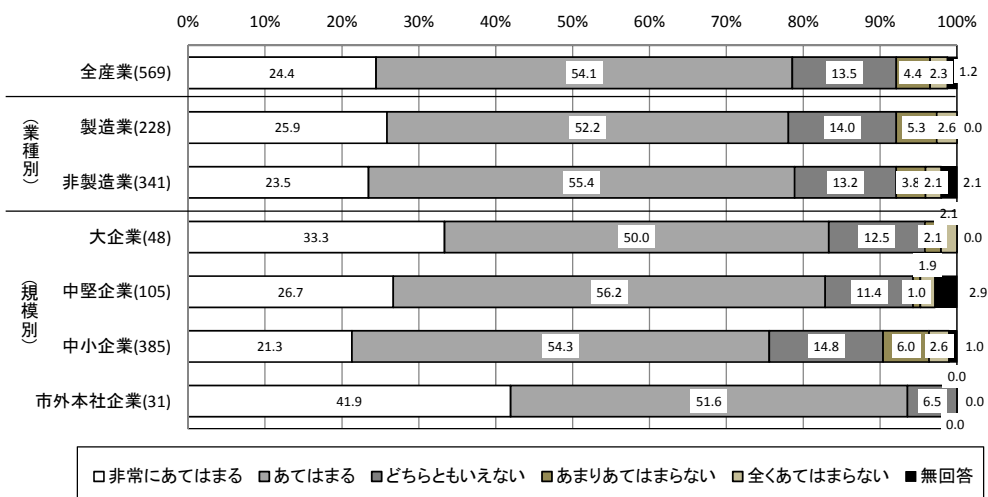
2-2 【従業員の健康指標（健診結果など）の把握】

会社が従業員の健康指標（健診結果など）を把握しているかの設問については、「あてはまる」が54.1%で最も高く、次いで「非常にあてはまる」(24.4%)、あわせた『あてはまる』は78.5%と8割に近い。

業種別では、製造業、非製造業ともに「あてはまる」が52.2%、55.4%で最も高い。『あてはまる』でも78.1%、78.9%と、業種別の差異は認められない。

規模別では、全ての規模において「あてはまる」が最も高い。『あてはまる』は大企業(83.3%)、中堅企業(82.9%)、中小企業(75.6%)と規模が小さいほど低くなっており、なかでも中小企業と大企業・中堅企業との差異は大きい。

図表 2-2 企業の従業員の健康指標（健診結果など）の把握度：業種別、規模別



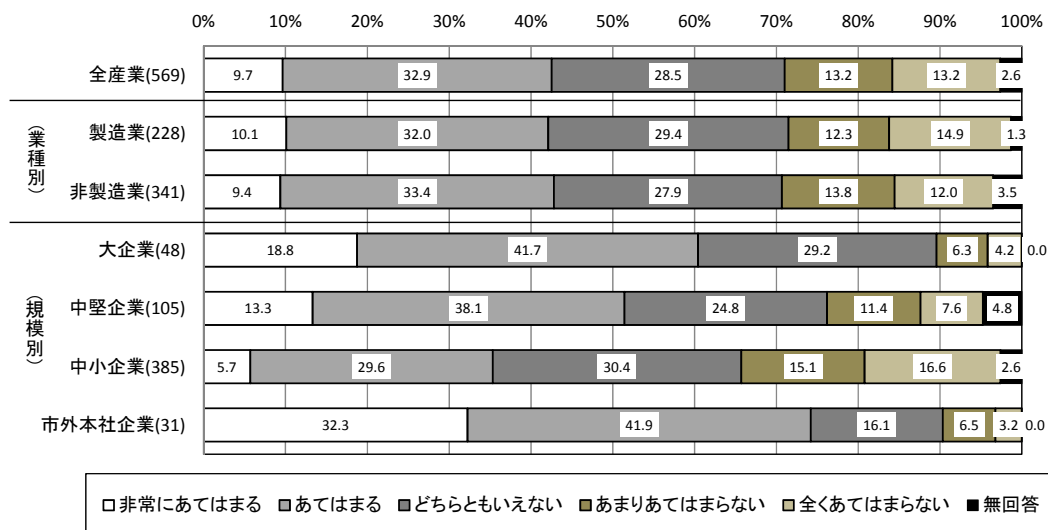
2-3 【健康づくりへの取組】

健康保険組合と連携して、健康づくりに取り組んでいるかの設問については、「あてはまる」が32.9%で最も高く、次いで「どちらともいえない」(28.5%)となっている。『あてはまる』は42.6%で『あてはまらない』(26.4%)に比べて高く、何らかの形で健康保険組合と連携している企業の割合が高い様子が見える。

業種別では、製造業、非製造業ともに「あてはまる」が32.0%、33.4%で最も高い。『あてはまる』でも42.1%、42.8%と、業種別の差異は認められない。

規模別では、『あてはまる』が大企業(60.5%)、中堅企業(51.4%)、中小企業(35.3%)と規模が小さいほど低く、なかでも中小企業と大企業・中堅企業との差は大きい。

図表 2-3 健康づくりへの取組：業種別、規模別



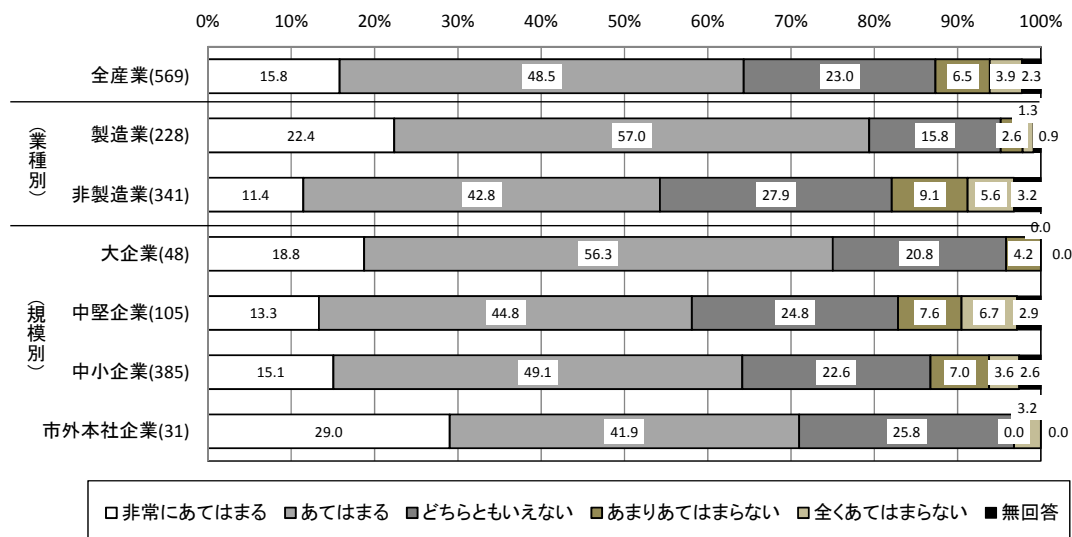
2-4 【有害物質・危険業務対策】

有害物質・危険業務対策を、十分に行っているかの設問については、「あてはまる」が48.5%で最も高く、次いで「どちらともいえない」(23.0%)となっている。『あてはまる』は64.3%で、『あてはまらない』(10.4%)に比べて約6倍に達している。

業種別では、製造業、非製造業ともに「あてはまる」が57.0%、42.8%で最も高い。製造業の『あてはまる』は79.4%で非製造業の54.2%に比べて25.2ポイント高く、その差は大きい。有害物質・危険業務対策には業種の特徴が強く表れている様子が見える。

規模別では、全ての規模において「あてはまる」が最も高い。『あてはまる』では大企業(75.1%)、中堅企業(58.1%)、中小企業(64.2%)で、中堅企業が最も低くなっている。中小企業においても有害物質・危険業務への対策が講じられている様子が見える。

図表 2-4 有害物質・危険業務対策：業種別、規模別



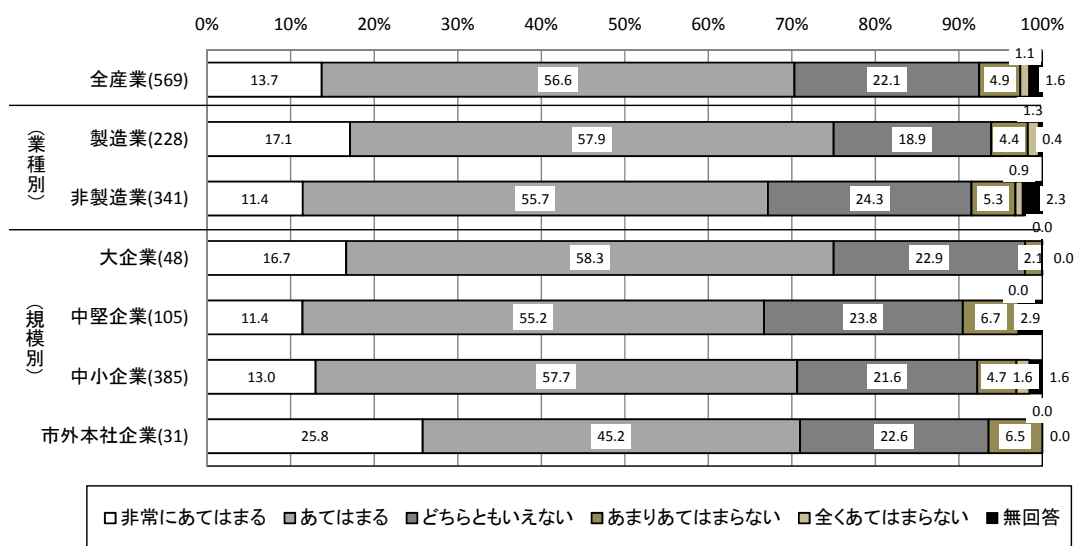
2-5 【長時間労働対策】

長時間労働対策を、十分に行っているかの設問については、「あてはまる」が56.6%で最も高く、次いで「どちらともいえない」(22.1%)となっている。『あてはまる』は70.3%で7割の企業が長時間労働対策に取り組んでいる様子が見えてくる。

業種別では、製造業、非製造業ともに「あてはまる」が57.9%、55.7%で最も高い。製造業の『あてはまる』は75.0%で、非製造業の67.1%に比べて7.9ポイント高い。また、『あてはまらない』は非製造業が高いなど、製造業での取組が非製造業に比べて高い様子が見えてくる。

規模別では、全ての規模で「あてはまる」が最も高い。『あてはまる』は大企業(75.0%)、中堅企業(66.6%)、中小企業(70.7%)と中堅企業が他の規模に比べてやや低い。

図表 2-5 長時間労働対策：業種別、規模別



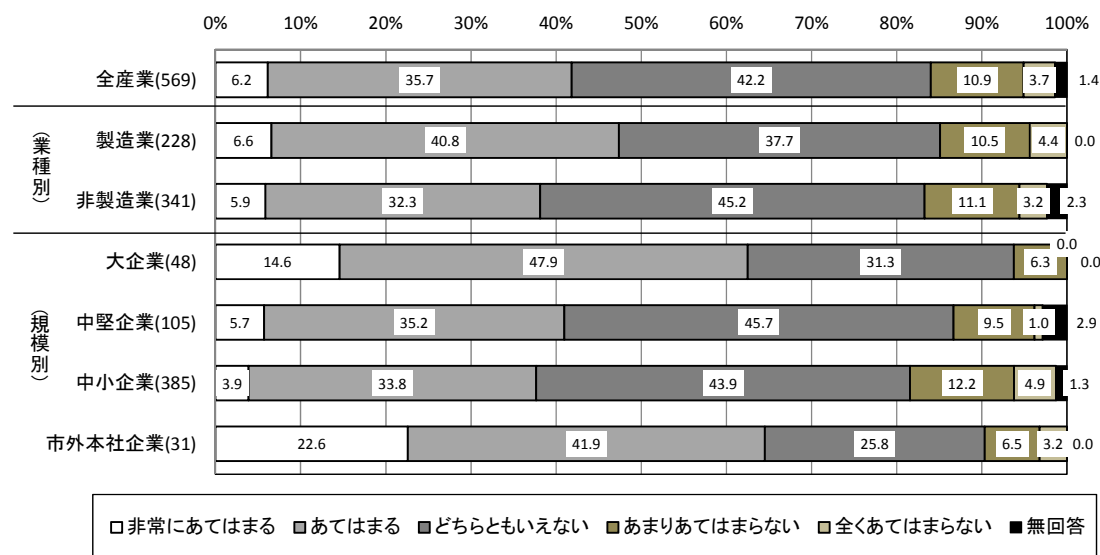
2-6 【生活習慣病対策】

生活習慣病対策を、十分に行っているかの設問については、「どちらともいえない」が42.2%で最も高く、次いで「あてはまる」(35.7%)となっている。『あてはまる』は41.9%で、『あてはまらない』(14.6%)に比べて約3倍となっている。

業種別では、製造業では「あてはまる」(40.8%)が最も高いが、非製造業では「どちらともいえない」(45.2%)が最も高い。また、『あてはまる』では製造業が47.4%で非製造業(38.2%)に比べて9.2ポイント高く、製造業での取組が進んでいる様子が見えてくる。

規模別では、大企業では「あてはまる」が47.9%で最も高いが、中堅企業、中小企業では「どちらともいえない」が45.7%、43.9%で高くなっている。『あてはまる』は、大企業(62.5%)、中堅企業(40.9%)、中小企業(37.7%)となっており、規模が大きいほど生活習慣病に対する対策が実行されている。

図表 2-6 生活習慣病対策：業種別、規模別



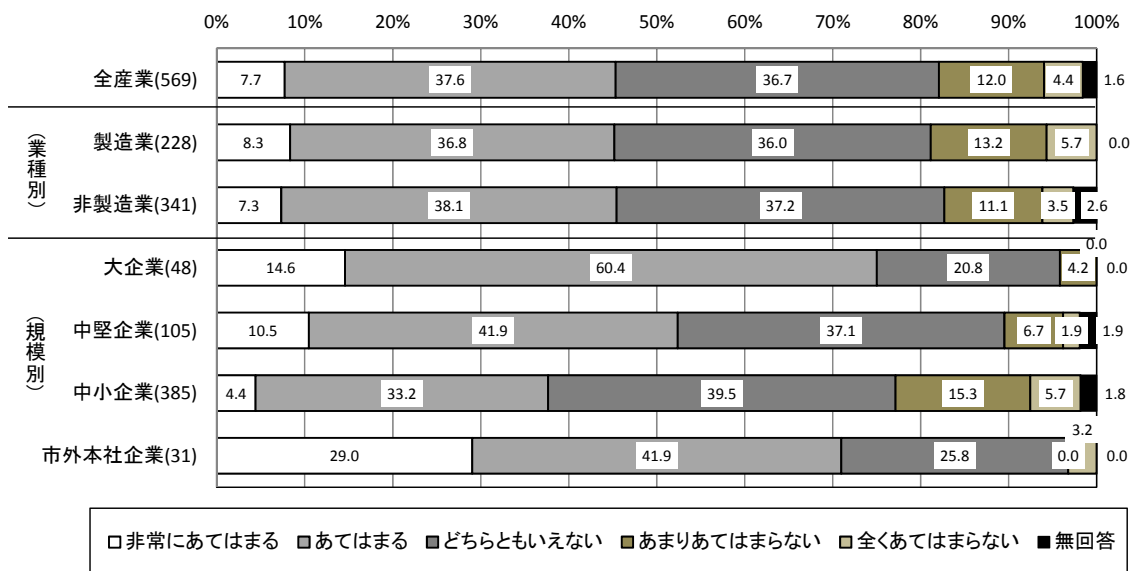
2-7 【メンタルヘルス対策】

メンタルヘルス対策を、十分に行っているかの設問については、「あてはまる」が37.6%で最も高く、次いで「どちらともいえない」(36.7%)で、両者は拮抗している。『あてはまる』は45.3%で5割に満たない。

業種別では、製造業では「あてはまる」が36.8%、「どちらともいえない」が36.0%、非製造業では38.1%、37.2%と、両業種ともに上位2つが拮抗している。また、『あてはまる』は製造業(45.1%)、非製造業(45.4%)で、業種別の差異は認められない。

規模別では、大企業、中堅企業では「あてはまる」が最も高いが、中小企業では「どちらともいえない」が最も高くなっている。また、『あてはまる』は大企業(75.0%)、中堅企業(52.4%)、中小企業(37.6%)で、大企業と中小企業の差異は37.4ポイントあり、メンタルヘルスへの取組は企業規模によって関心に温度差がある様子が見えてくる。

図表 2-7 メンタルヘルス対策：業種別、規模別



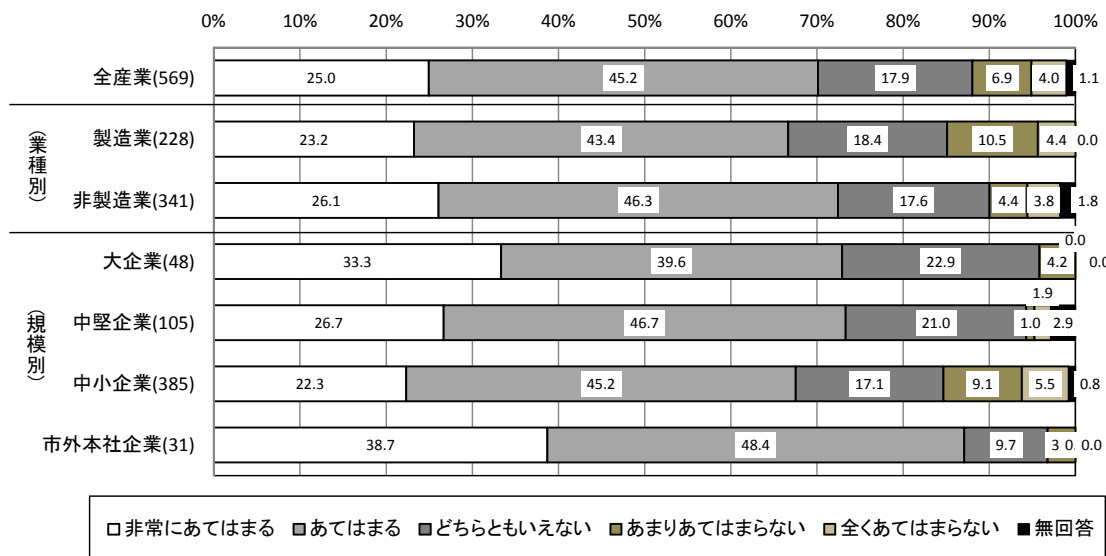
2-8 【たばこ対策】

たばこ対策を、十分に行っているかの設問については、「あてはまる」が45.2%で最も高く、次いで「非常にあてはまる」(25.0%)となっており、あわせて『あてはまる』は70.2%と7割に達している。

業種別では、製造業、非製造業ともに「あてはまる」が43.4%、46.3%で最も高い。『あてはまる』では製造業(66.6%)、非製造業(72.4%)と非製造業が5.8%高くなっている。

規模別では、全ての規模において「あてはまる」が最も高い。『あてはまる』は大企業(72.9%)、中堅企業(73.4%)、中小企業(67.5%)で中堅企業が大企業に比べて高くなっているが、「非常にあてはまる」では、大企業の33.3%は中堅企業(26.7%)、中小企業(22.3%)に比べて高く、対策を徹底している大企業の割合が高い様子が見えてくる。

図表 2-8 たばこ対策：業種別、規模別



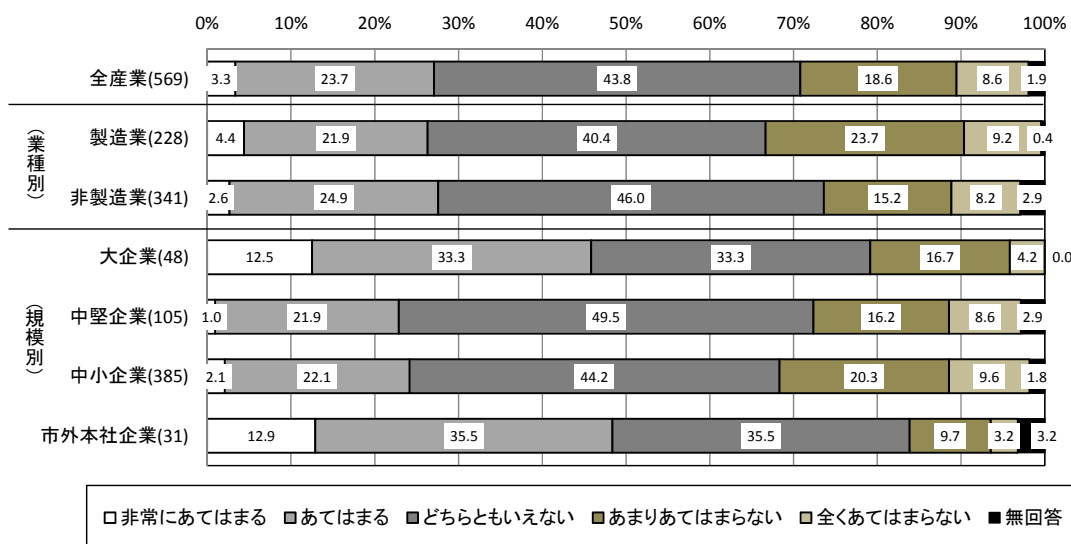
2-9 【運動や体を動かすことを促す取組】

運動や体を動かすことを促す取組を行っているかの設問については、「どちらともいえない」が43.8%で最も高く、次いで「あてはまる」が23.7%となっている。『あてはまる』と『あてはまらない』は、それぞれ27.0%、27.2%で同水準となっている。

業種別では、製造業、非製造業ともに「どちらともいえない」が40.4%、46.0%で最も高い。『あてはまる』は製造業(26.3%)、非製造業(27.5%)で非製造業が高く、『あてはまらない』は製造業(32.9%)、非製造業(23.4%)と非製造業が低い。非製造業が製造業に比べて取組が進んでいる様子が見える。

規模別では、大企業では「あてはまる」と「どちらともいえない」が33.3%で並び、中堅・中小企業では「どちらともいえない」が高くなっている。『あてはまる』は大企業(45.8%)、中堅企業(22.9%)、中小企業(24.2%)となっており、大企業と中堅・中小企業との差異が大きい様子が見える。

図表 2-9 運動や体を動かすことを促す取組：業種別、規模別



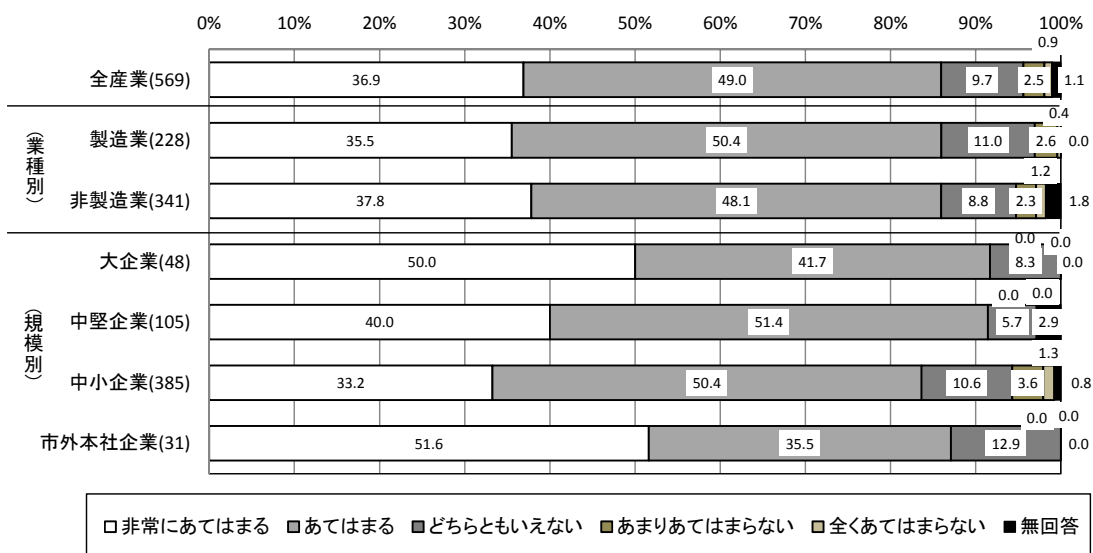
2-10 【定期健康診断の受診を促す取組や工夫】

定期健康診断の受診を促す取組や工夫をしているかの設問については、「あてはまる」が49.0%で最も高く、次いで「非常にあてはまる」が36.9%、あわせて『あてはまる』は85.9%に達しており、大半の企業が定期健康診断に取り組んでいる様子が見える。

業種別では、製造業、非製造業ともに「あてはまる」が50.4%、48.1%で最も高く、『あてはまる』は製造業、非製造業ともに85.9%となっており、業種別の差異は認められない。

規模別では、大企業では「非常にあてはまる」が50.0%で最も高く、中堅企業、中小企業では「あてはまる」が51.4%、50.4%と最も高い。『あてはまる』は大企業(91.7%)、中堅企業(91.4%)、中小企業(83.6%)と、大企業・中堅企業が9割を超えているのに対し、中小企業では達しておらず、中小企業での取組がやや弱い様子が見える。

図表 2-10 定期健康診断の受診を促す取組や工夫：業種別、規模別



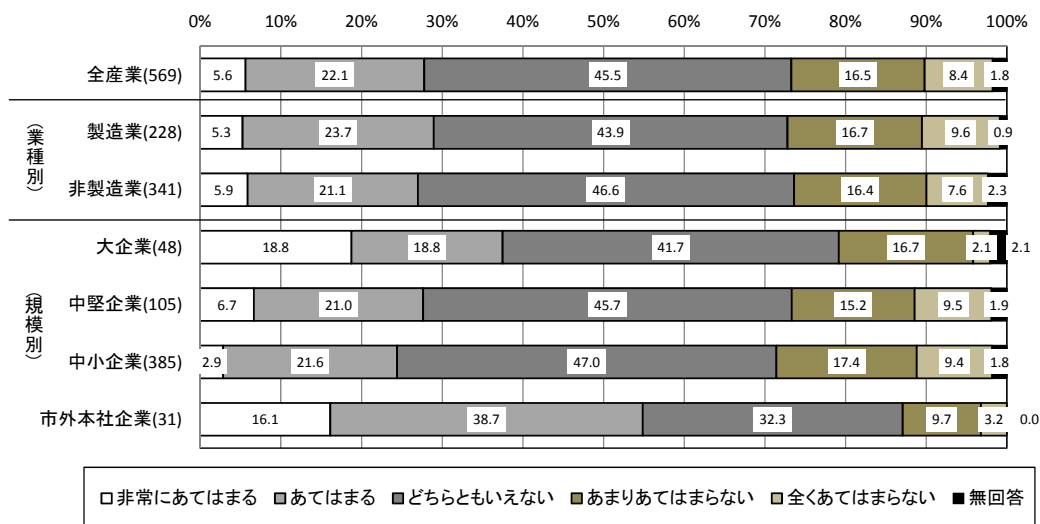
2-11 【健康づくり活動の結果を振り返り、改善】

毎年度、健康づくり活動の結果を振り返り、改善を行っているかの設問については、「どちらともいえない」が45.5%で最も高く、次いで「あてはまる」(22.1%)となっている。『あてはまる』は27.7%、『あてはまらない』は24.9%とその差は小さく、両者が同程度存在している様子が見られる。

業種別では、製造業、非製造業ともに「どちらともいえない」が43.9%、46.6%で最も高く、業種別の差異は認められない。

規模別では、全ての規模において「どちらともいえない」が最も高く、規模が小さいほど高くなっている。『あてはまる』は大企業(37.6%)、中堅企業(27.7%)、中小企業(24.5%)と規模が大きいほど高くなっており、規模が大きいほど健康づくり活動の結果を振り返り、改善に取り組んでいる様子が見られる。

図表 2-11 健康づくり活動の結果を振り返り、改善：業種別、規模別



<従業員の健康・健康づくりの課題>

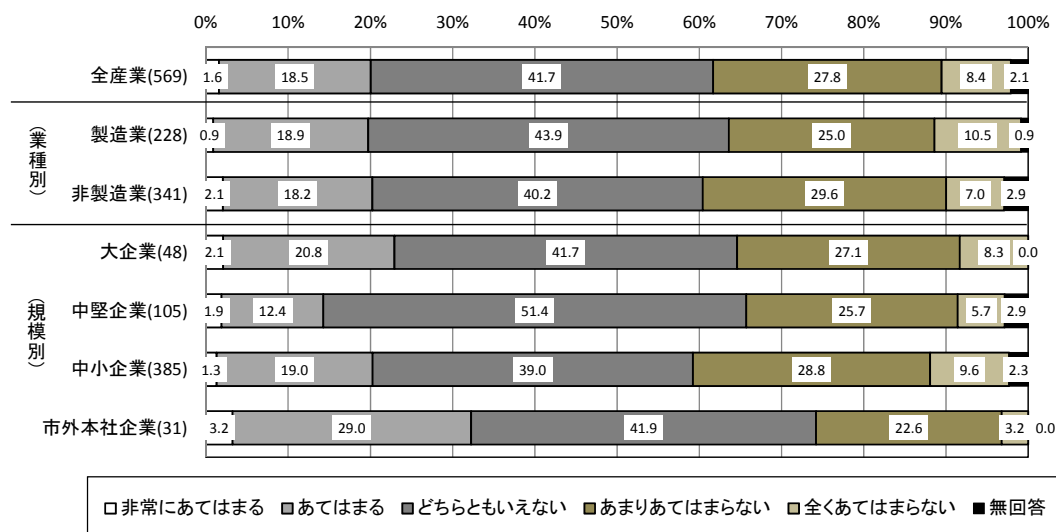
2-12 【従業員の健康問題で、困っていること】

従業員の健康問題で、困っていることがあるかの設問については、「どちらともいえない」が41.7%で最も高く、次いで「あまりあてはまらない」(27.8%)となっている。『あてはまる』は20.1%、『あてはまらない』は36.2%で『あてはまらない』の割合が16.1ポイント高い。

業種別では、製造業、非製造業ともに「どちらともいえない」が43.9%、40.2%で最も高い。『あてはまる』は製造業(19.8%)、非製造業(20.3%)、また、『あてはまらない』は35.5%、36.6%であり、業種別の差異は認められない。

規模別では、全ての規模において「どちらともいえない」が最も高く、なかでも中堅企業が最も高く51.4%と5割を超えている。一方、『あてはまる』は大企業(22.9%)、中堅企業(14.3%)、中小企業(20.3%)、『あてはまらない』では大企業(35.4%)、中堅企業(31.4%)、中小企業(38.4%)といずれにおいても中堅企業が最も低くなっている。

図表 2-12 従業員の健康問題で、困っていること：業種別、規模別



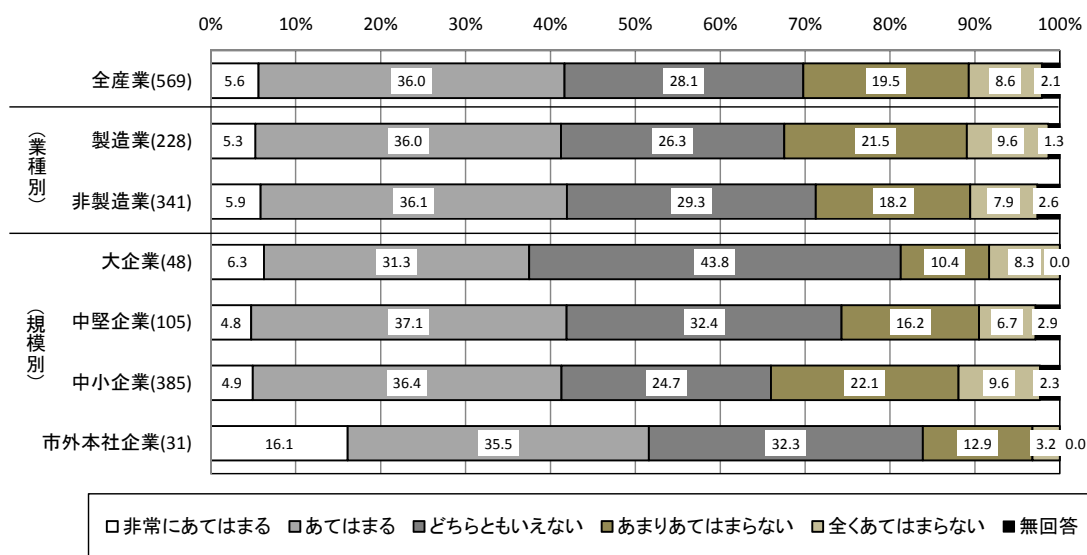
2-13 【従業員が病気やケガで休むことにより、困ることがある】

従業員が病気やケガで休むことにより、困ることがあるかの設問については、「あてはまる」が36.0%で最も高く、次いで「どちらともいえない」(28.1%)となっている。『あてはまる』(41.6%)は『あてはまらない』(28.1%)に比べて13.5ポイント高く、従業員の病気やケガで困る場合が発生している様子が見えてくる。

業種別では、製造業、非製造業とも「あてはまる」が36.0%、36.1%で最も高く、業種別の差異は認められない。

規模別では、大企業では「どちらともいえない」(43.8%)が最も高いが、中堅・中小企業では「あてはまる」が37.1%、36.4%で高く、また、『あてはまる』は大企業(37.6%)、中堅企業(41.9%)、中小企業(41.3%)となっており、大企業と中堅・中小企業とはやや差異が認められる。

図表 2-13 従業員が病気やケガで休むことにより、困ることがある：業種別、規模別



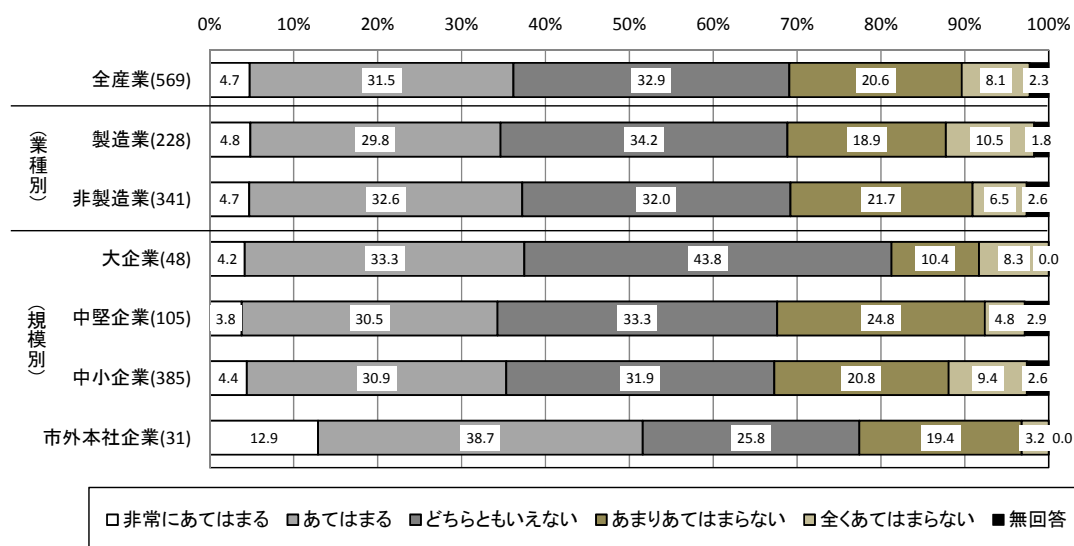
2-14 【従業員の健康問題で、労働生産性が低下することがあると感じる】

従業員の健康問題で、労働生産性が低下することがあると感じるかの設問については、「どちらともいえない」が32.9%で最も高く、次いで「あてはまる」(31.5%)となっている。『あてはまる』(36.2%)は『あてはまらない』(28.7%)に比べて7.5ポイント高く、従業員の健康問題で労働生産性の低下を感じている企業の割合の方が高い様子が見えてくる。

業種別では、製造業では「どちらともいえない」(34.2%)が最も高く、次いで「あてはまる」(29.8%)、非製造業では「あてはまる」(32.6%)が最も高く、次いで「どちらともいえない」(32.0%)となっているが、その差は小さい。

規模別では、全ての規模において「どちらともいえない」が最も高いが、大企業(43.8%)と中堅企業(33.3%)、中小企業(31.9%)とは10.0ポイント以上の差が認められる。『あてはまらない』は大企業(18.7%)、中堅企業(29.6%)、中小企業(30.2%)と大企業と中堅・中小企業とはやや差異が認められる。

図表 2-14 従業員の健康問題で、労働生産性が低下することがあると感じる：業種別、規模別



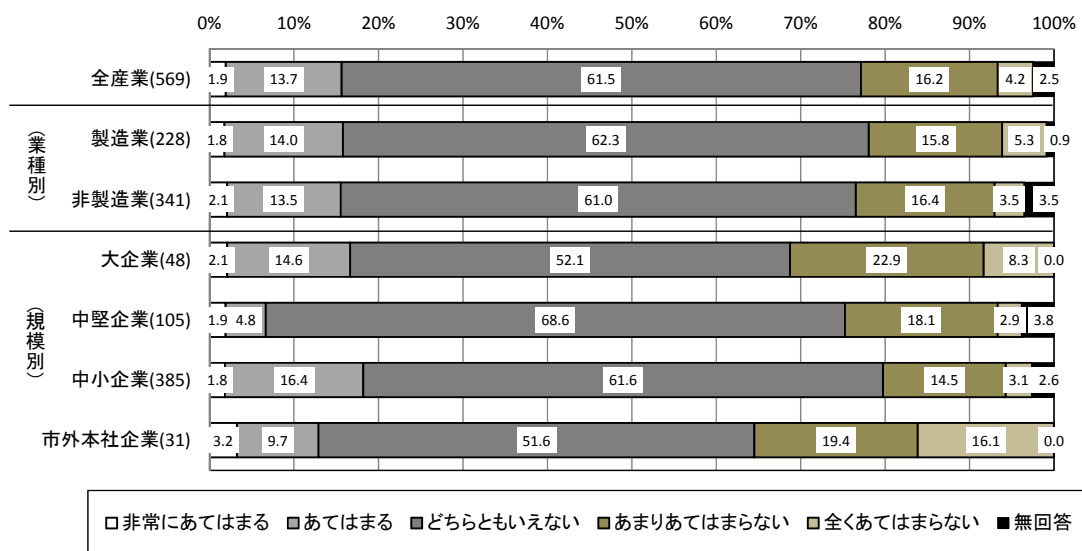
2-15 【健康づくりのための具体的な方法・ノウハウ】

健康づくりのための具体的な方法・ノウハウがわからないの設問については、「どちらともいえない」が61.5%で最も高く、次いで「あまりあてはまらない」(16.2%)となっている。『あてはまる』(20.4%)は『あてはまる』(15.6%)に比べて高くなっている。

業種別では、製造業、非製造業とも「どちらともいえない」が62.3%、61.0%で最も高く、業種別の差異は認められない。

規模別では、全ての規模において「どちらともいえない」が最も高く、なかでも中堅企業(68.6%)は大企業(52.1%)、中小企業(61.6%)に比べて高くなっている。一方、中堅企業の『あてはまる』は6.7%で、大企業(16.7%)、中小企業(18.2%)に比べて10.0ポイント以上低く、方法・ノウハウの知見が乏しい様子が見える。

図表 2-15 健康づくりのための具体的な方法・ノウハウ：業種別、規模別



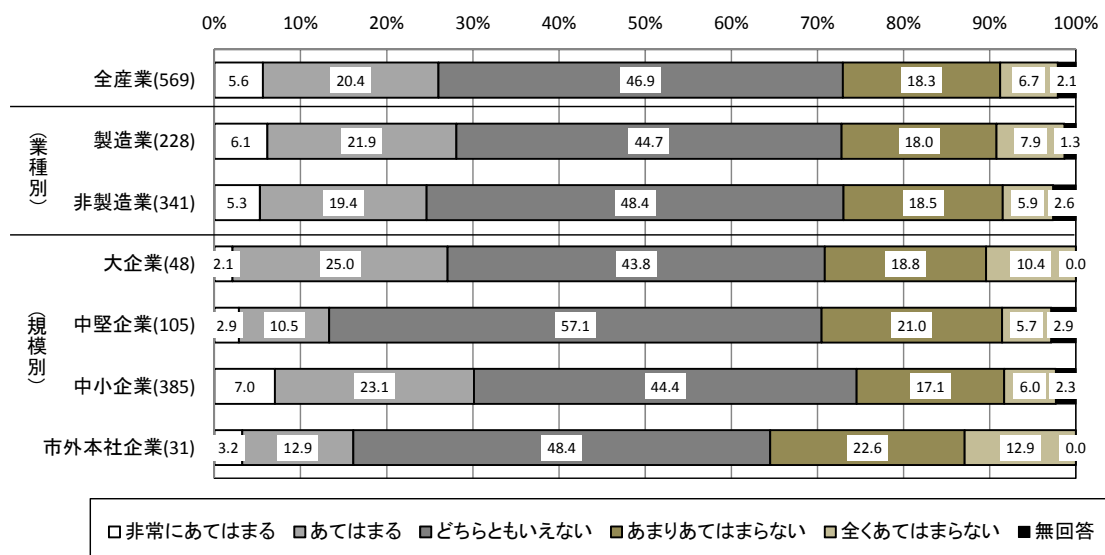
2-16 【健康づくりのための人材確保】

健康づくりのための人材が確保できないの設問については、「どちらともいえない」が46.9%で最も高く、次いで「あてはまる」(20.4%)となっている。『あてはまる』(26.0%)と『あてはまらない』(25.0%)は拮抗している。

業種別では、製造業、非製造業とも「どちらともいえない」が44.7%、48.4%で最も高い。『あてはまる』は製造業(28.0%)、非製造業(24.7%)で、製造業がやや高いが、その差は小さい。

規模別では、全ての規模において「どちらともいえない」が高く、大企業(43.8%)、中堅企業(57.1%)、中小企業(44.4%)で、中堅企業が大企業、中小企業に比べて10ポイント以上高くなっている。『あてはまる』は大企業(27.1%)、中堅企業(13.4%)、中小企業(30.1%)で中小企業が最も高く、人材確保が小規模企業の課題となっている様子が見える。

図表 2-16 健康づくりのための人材確保：業種別、規模別



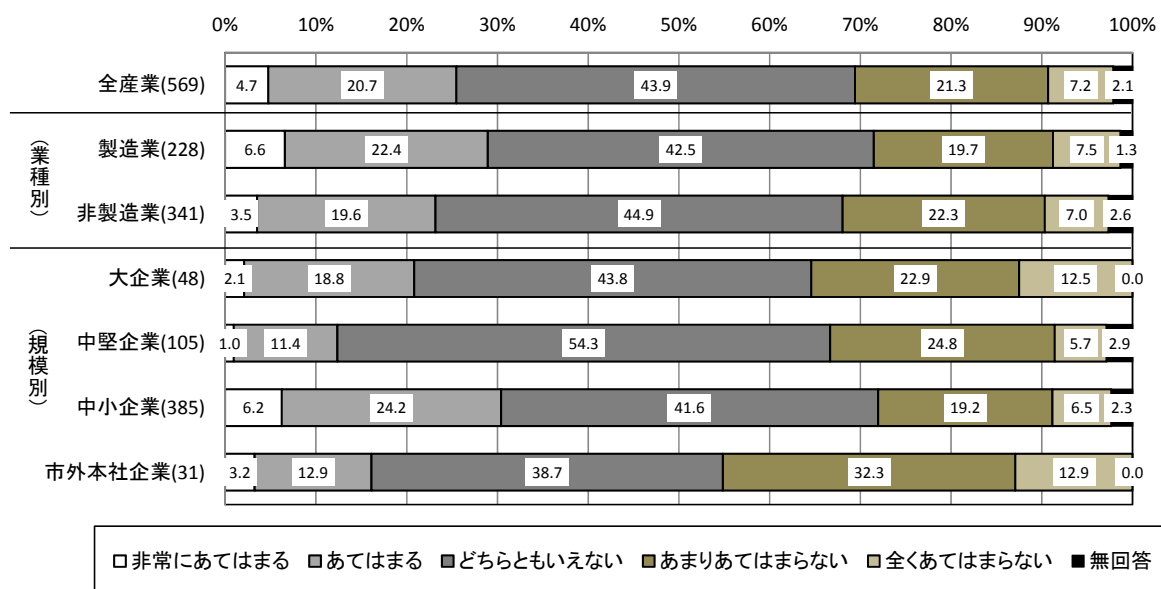
2-17 【健康づくりにかける資金が確保できない】

健康づくりにかける資金が確保できないの設問については、「どちらともいえない」が43.9%で最も高く、次いで「あまりあてはまらない」(21.3%)となっている。『あてはまる』(25.4%)は『あてはまらない』(28.5%)に比べて低い、その差は小さい。

業種別では、製造業、非製造業とも「どちらともいえない」がそれぞれ42.5%、44.9%で最も高い。『あてはまる』は製造業(29.0%)が非製造業(23.1%)に比べて5.9ポイント高く、製造業では健康づくりにかける資金確保にやや課題がある様子がうかがえる。

規模別では、全ての規模において「どちらともいえない」が最も高く、なかでも中堅企業は54.3%と5割を超え最も高い。『あてはまる』は中小企業の30.4%が高く、『あてはまらない』は規模が小さいほど低くなっており、小規模企業では資金面が課題となっている様子がうかがえる。

図表 2-17 健康づくりにかける資金が確保できない：業種別、規模別



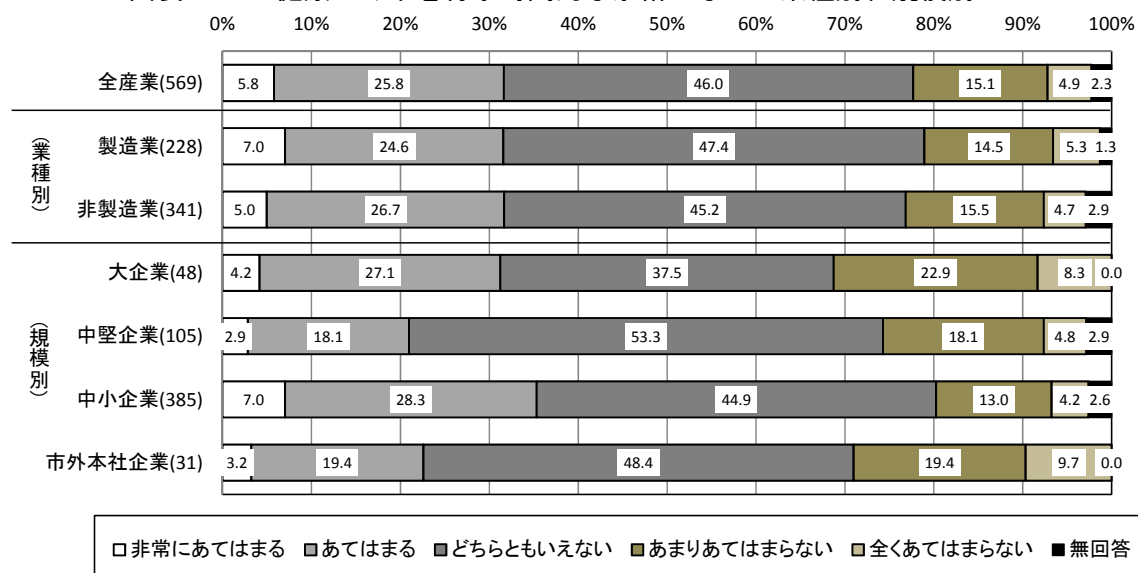
2-18 【健康づくりを行う時間的な余裕がない】

健康づくりを行う時間的な余裕がないの設問については、「どちらともいえない」が46.0%で最も高く、次いで「あてはまる」(25.8%)となっている。『あてはまる』は31.6%で『あてはまらない』(20.0%)に比べて11.6ポイント高く、時間的な余裕がない企業の割合が高い様子がうかがえる。

業種別では、製造業、非製造業とも「どちらともいえない」が47.4%、45.2%で最も高く、業種別の差異は認められない。

規模別では、全ての規模において「どちらともいえない」が高く、なかでも中堅企業(53.3%)は大企業(37.5%)に比べて15.8ポイント高く、その差は大きい。『あてはまる』は中小企業の35.3%が最も高く、『あてはまらない』は規模が小さいほど低くなるなど、小規模企業では時間的な余裕がない様子がうかがえる。

図表 2-18 健康づくりを行う時間的な余裕がない：業種別、規模別



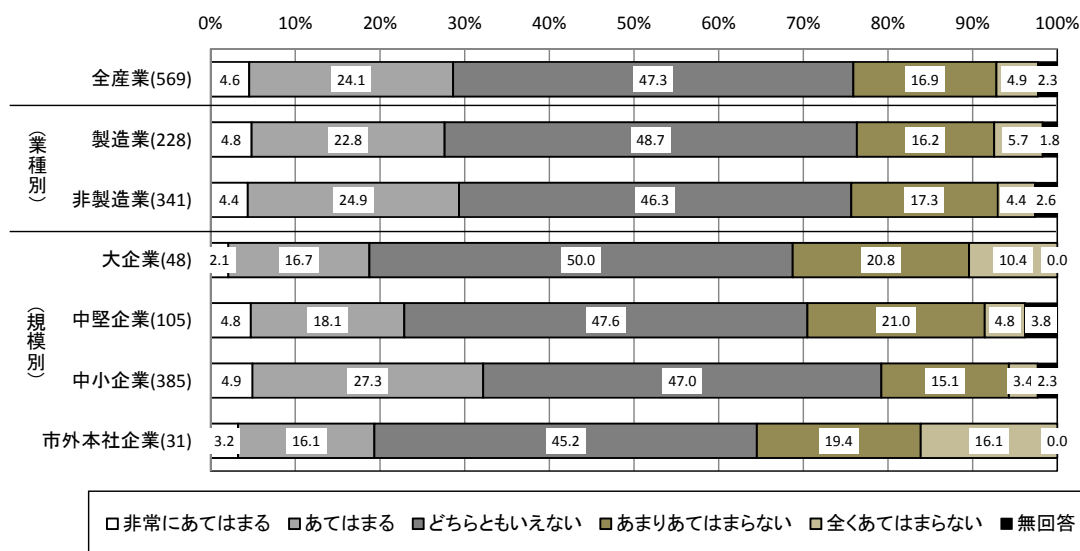
2-19 【健康づくりのために、自社が利用できる公的サービスがわからない】

健康づくりのために、自社が利用できる公的サービスがわからないの設問については、「どちらともいえない」が47.3%で最も高く、次いで「あてはまる」(24.1%)となっている。『あてはまる』(28.7%)が『あてはまらない』(21.8%)に比べて6.9ポイント高く、利用できる公的サービスについてわからないとする企業の割合がやや高くなっている。

業種別では、製造業、非製造業とも「どちらともいえない」が48.7%、46.3%で最も高く、また、いずれの業種も『あてはまる』が『あてはまらない』に比べて高く、業種別の差異は認められない。

規模別では、全ての規模において「どちらともいえない」が最も高い。また『あてはまる』は大企業(18.8%)、中堅企業(22.9%)、中小企業(32.2%)と規模が小さいほど高くなっており、利用できる公的サービスに関する情報入手が進んでいない様子が見える。

図表 2-19 健康づくりのために、自社が利用できる公的サービスがわからない：業種別、規模別



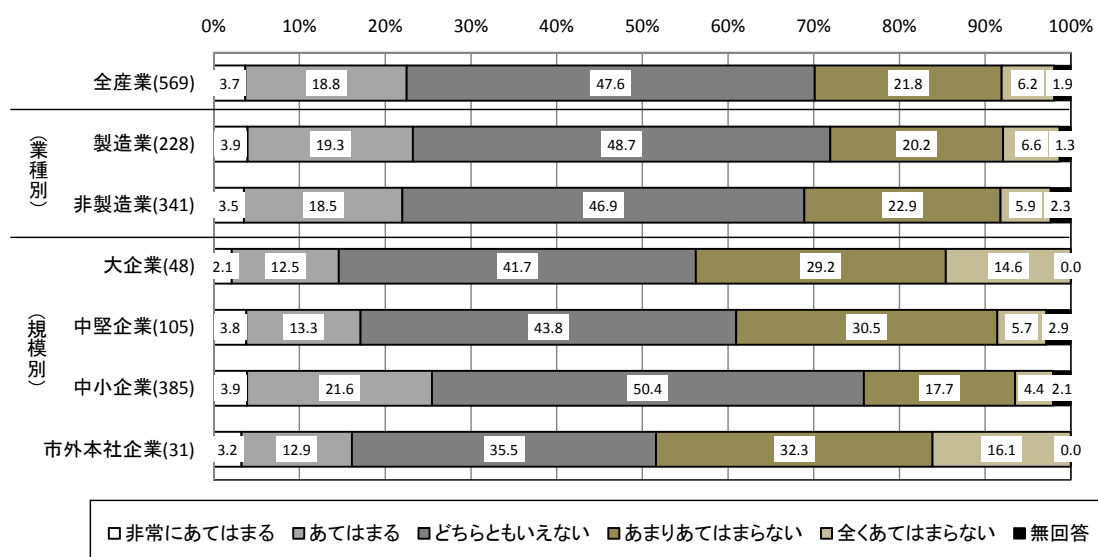
2-20 【健康づくりは個人的なことなので、会社としては関与しにくい】

健康づくりは個人的なことなので、会社としては関与しにくいの設問については、「どちらともいえない」が47.6%で最も高く、次いで「あまりあてはまらない」(21.8%)、「あてはまる」(18.8%)となっている。『あてはまる』(22.5%)は『あてはまらない』(28.0%)に比べて5.5ポイント低く、関与しにくいと感じている企業の割合の方が少ない様子が見える。

業種別では、製造業、非製造業とも「どちらともいえない」が48.7%、46.9%で最も高く、業種別の差異は認められない。

規模別では、全ての規模において「どちらともいえない」が最も高く、規模が小さいほど高くなっている。『あてはまる』は大企業(14.6%)、中堅企業(17.1%)、中小企業(25.5%)の順に高くなり、『あてはまらない』は大企業(43.8%)、中堅企業(36.2%)、中小企業(22.1%)の順に低くなる。規模が小さいほど個人の健康づくりに関与しにくいと感じている様子が見える。

図表 2-20 健康づくりは個人的なことなので、会社としては関与しにくい：業種別、規模別



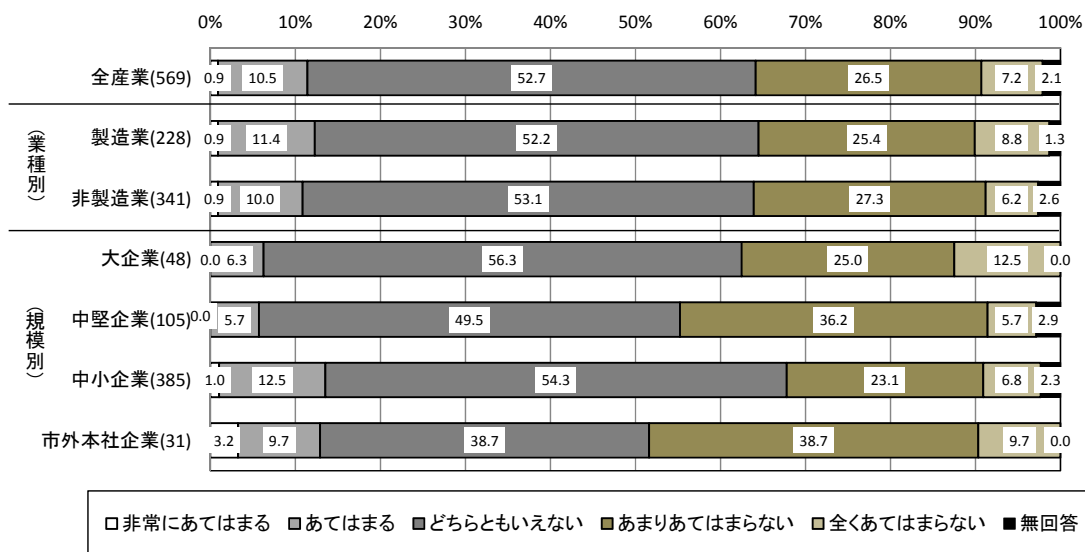
2-21 【健康づくりを会社が行おうとしても、従業員の理解が得られない】

健康づくりを会社が行おうとしても、従業員の理解が得られないの設問については、「どちらともいえない」が52.7%で5割を超え最も高く、次いで「あまりあてはまらない」(26.5%)、「あてはまる」(10.5%)となっている。『あてはまらない』は33.7%で『あてはまる』(11.4%)に比べて約3倍高く、従業員の理解が得られないと感じている企業は少ない様子が見える。

業種別では、製造業、非製造業とも「どちらともいえない」が52.2%、53.1%で最も高く、いずれも5割を超えている。両業種とも『あてはまる』(12.3%、10.9%)に比べて『あてはまらない』(34.2%、33.5%)が高く、業種別の差異は認められない。

規模別では、全ての規模において「どちらともいえない」が最も高い。中堅企業の『あてはまらない』は41.9%で、大企業(37.5%)、中小企業(29.9%)に比べて高く、『あてはまる』では中堅企業の5.7%が大企業(6.3%)、中小企業(12.5%)に比べて低い。中堅企業が最も従業員の理解を得られていると感じている様子が見える。

図表 2-21 健康づくりを会社が行おうとしても、従業員の理解が得られない：業種別、規模別



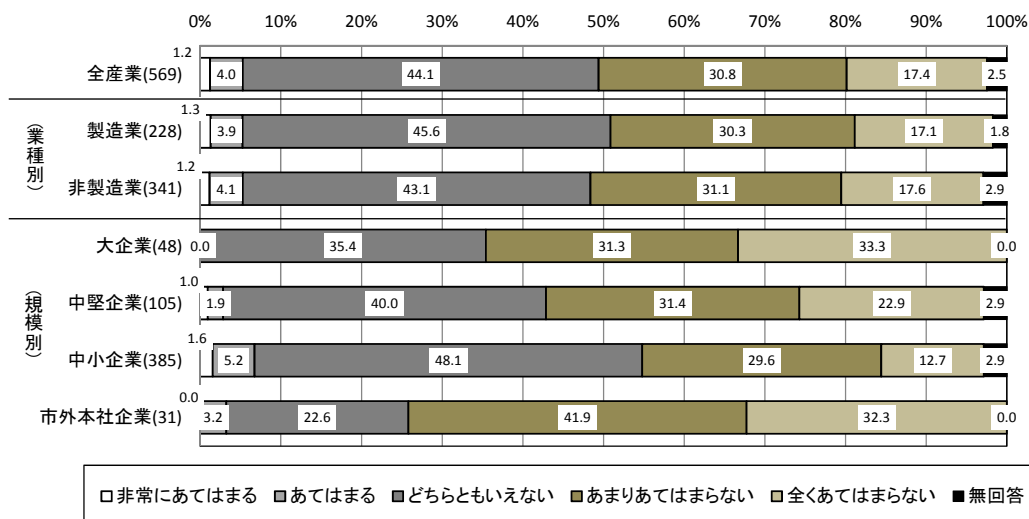
2-22 【健康づくりを会社で行う必要性を感じない】

健康づくりを会社で行う必要性を感じないの設問については、「どちらともいえない」が44.1%で最も高く、次いで「あまりあてはまらない」(30.8%)となっている。『あてはまる』は5.2%と低く、『あてはまらない』は48.2%と5割に近い。健康づくりを会社で行う必要性を感じている企業の割合が高い様子が見える。

業種別では、製造業、非製造業とも「どちらともいえない」が45.6%、43.1%で最も高い。『あてはまる』は5.2%、5.3%、『あてはまらない』は47.4%、48.7%で、業種別の差異は認められない。

規模別では、「どちらともいえない」が大企業(35.4%)、中堅企業(40.0%)、中小企業(48.1%)で高く、規模が小さいほど高くなっている。『あてはまらない』が大企業(64.6%)、中堅企業(54.3%)、中小企業(42.3%)、一方、『あてはまる』は大企業(0.0%)、中堅企業(2.9%)、中小企業(6.8%)となっており、大企業では健康づくりを会社で行う必要性を強く感じている様子が見える。

図表 2-22 健康づくりを会社で行う必要性を感じない：業種別、規模別



<健康状態>

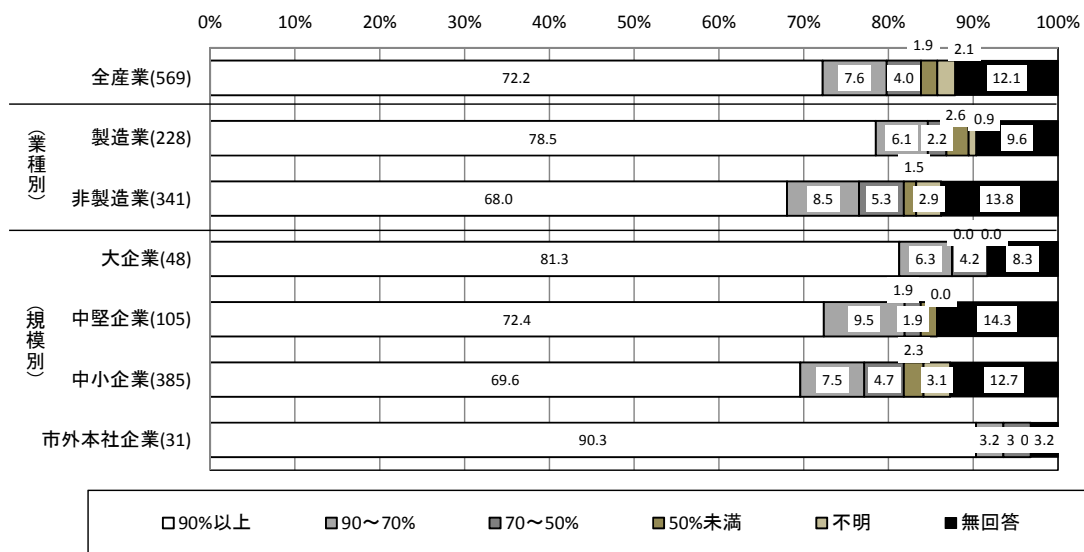
2-23 【従業員の定期健康診断（健診）の受診率】

従業員の定期健康診断（健診）の受診率の設問については、「90%以上」が72.2%で最も高く、次いで「90～70%」（7.6%）、「70～50%」（4.0%）となっている。「90%以上」と「90～70%」をあわせた『～70%』は79.8%となり、8割の企業で70%以上の従業員が健康診断を受診している。

業種別では、製造業、非製造業とも「90%以上」が最も高いが、製造業の78.5%は非製造業（68.0%）に比べて10.5ポイント高い。『～70%』でも製造業（84.6%）は非製造業（76.5%）に比べて高く、製造業の受診率が非製造業に比べて高い様子がうかがえる。

規模別では、全ての規模において「90%以上」が高いが、大企業（81.3%）、中堅企業（72.4%）、中小企業（69.6%）と規模が小さいほど低くなっている。『～70%』でも大企業（87.6%）、中堅企業（81.9%）、中小企業（77.1%）と中小企業が最も低く、8割未満となっている。小規模企業においては従業員の定期健康診断の受診率が低い様子がうかがえる。

図表 2-23 従業員の定期健康診断（健診）の受診率：業種別、規模別



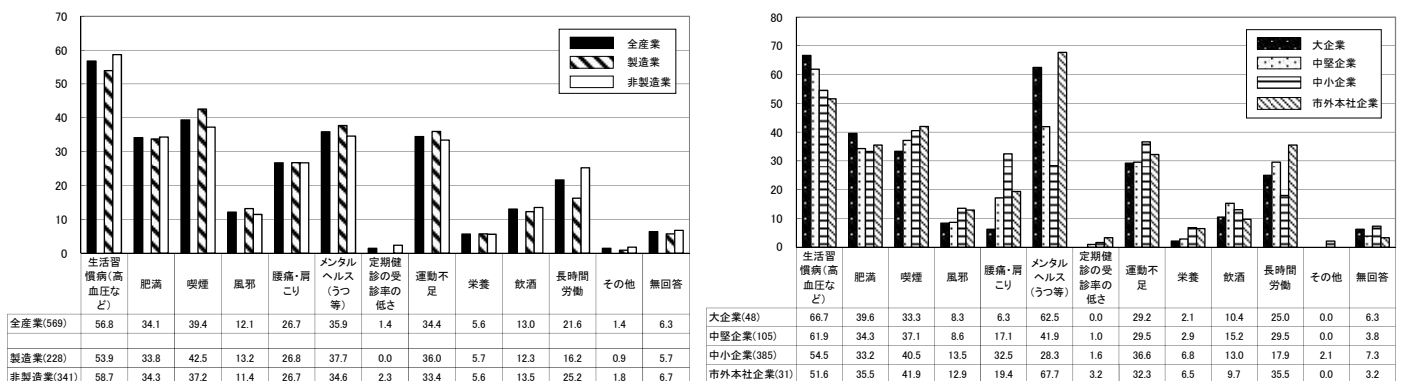
2-24 【従業員の健康上の課題】

従業員の健康上の課題だと感じる項目（複数回答）については、「生活習慣病（高血圧など）」が56.8%で最も高く、次いで「喫煙」（39.4%）、「メンタルヘルス（うつ等）」（35.9%）となっている。健康問題の定番ともいえる生活習慣病、喫煙に、近年、関心が高まっているメンタルヘルスが上位3項目を占めている。

業種別では、製造業、非製造業とも上位3位は「生活習慣病」、「喫煙」、「メンタルヘルス」となっている。「長時間労働」では非製造業は25.2%と製造業（16.2%）に比べて9ポイント高く、業種間に差異がある様子がうかがえる。

規模別では、全ての規模において「生活習慣病」が最も高く、規模が大きいほど高くなっている。次いで、大企業・中堅企業では、「メンタルヘルス」や「肥満」、「喫煙」が続くが、中小企業では「喫煙」、「運動不足」、「肥満」の順となっている。「メンタルヘルス」は大企業（62.5%）、中堅企業（41.9%）、中小企業（28.3%）と大企業は中小企業の2倍以上となっており、従業員の健康上の課題の把握に差異がある様子がうかがえる。

図表 2-24 従業員の健康上の課題（複数回答）：業種別、規模別



3. 健康づくり担当専門職の在籍状況

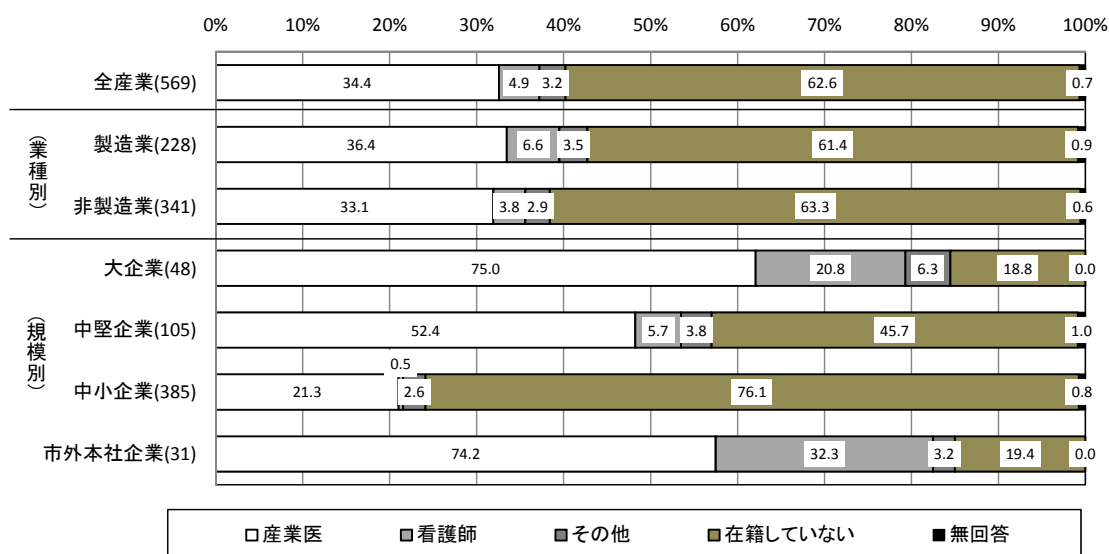
従業員の健康づくりを担当する専門職の在籍状況（複数回答）については、「在籍していない」が62.6%で最も高く、次いで「産業医」（34.4%）、「看護師」（4.9%）となっている。

業種別にみると、製造業では「在籍していない」が61.4%で最も高く、次いで「産業医」（36.4%）、看護師」（6.6%）となっている。非製造業では「在籍していない」が63.3%で高く、次いで「産業医」（33.1%）、「看護師」（3.8%）となっている。

業種別に比較すると、上位3位はともに同じで、業種別の差異は認められない。

規模別にみると、大企業では「産業医」が75.0%で高く、次いで「看護師」（20.8%）で、「在籍していない」は18.8%と低い。中堅企業では「産業医」が52.4%で高く、次いで「在籍していない」（45.7%）、「看護師」（5.7%）となっている。中小企業では「在籍していない」が76.1%で最も高く、次いで「産業医」（21.3%）、「その他」（2.6%）となっている。

図表3 健康づくり担当専門職の在籍状況（複数回答）：業種別、規模別



4. 「健康経営」への取組状況

「健康経営」への取組状況については、「現段階では取り組む予定はない」が43.8%で最も高いが、続く「今後、積極的に取り組んでいきたい」(42.7%)とは拮抗している。「すでに自社内で取り組んでいる」は12.7%となっている。

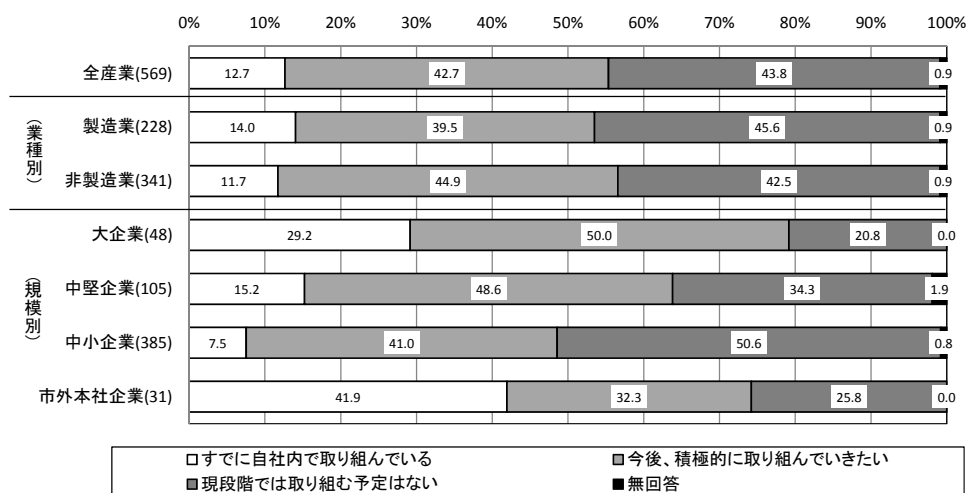
業種別にみると、製造業では「現段階では取り組む予定はない」が45.6%で最も高く、次いで「今後、積極的に取り組んでいきたい」(39.5%)となっている。非製造業では「今後、積極的に取り組んでいきたい」が44.9%で最も高く、次いで「現段階では取り組む予定はない」(42.5%)となっている。

業種別に比較すると、上位1位、2位の順位は入れ替わっているものの、全体に業種別の大きな差異は認められない。

規模別にみると、大企業では「今後、積極的に取り組んでいきたい」が50.0%で高く、次いで「すでに自社内で取り組んでいる」(29.2%)となっている。中堅企業では「今後、積極的に取り組んでいきたい」が48.6%で高く、次いで「現段階では取り組む予定はない」(34.3%)となっている。中小企業では「現段階では取り組む予定はない」が50.6%で高く、次いで「今後、積極的に取り組んでいきたい」(41.0%)となっている。

規模別に比較すると、「すでに自社内で取り組んでいる」で大企業(29.2%)、中堅企業(15.2%)、中小企業(7.5%)と規模が小さいほど取り組んでいる割合が低く、一方、「現段階では取り組む予定はない」は大企業(20.8%)、中堅企業(34.3%)、中小企業(50.6%)と規模が小さいほど高くなっている。規模が大きいほど「健康経営」への取組に向け積極的である様子がうかがえる。

図表 4-1 「健康経営」への取組状況：業種別、規模別



5. 「健康経営」に取り組むことによる経営上のメリット

「健康経営」に取り組むことによる経営上のメリット（複数回答）については、「従業員の生産性の向上」が67.8%で最も高く、次いで「労災予防などリスクマネジメント」(47.3%)、「人材の確保と定着」(35.1%)となっている。

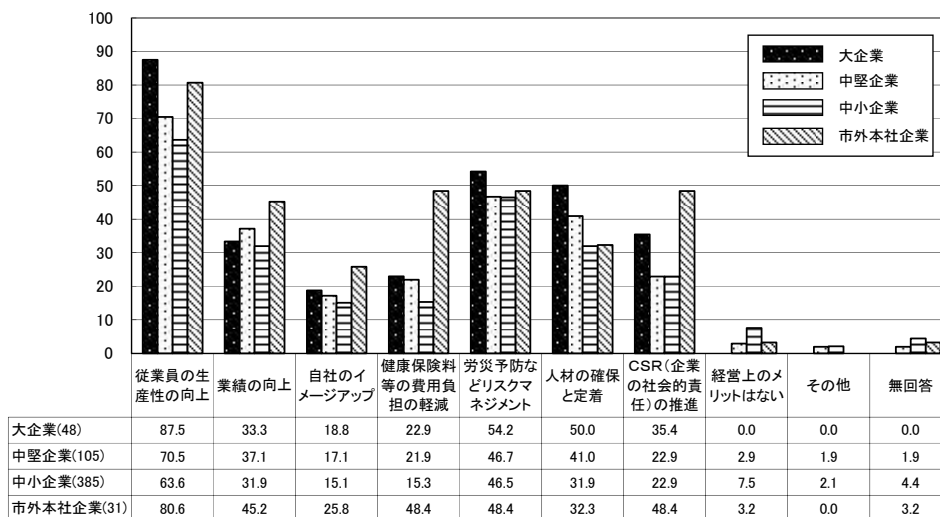
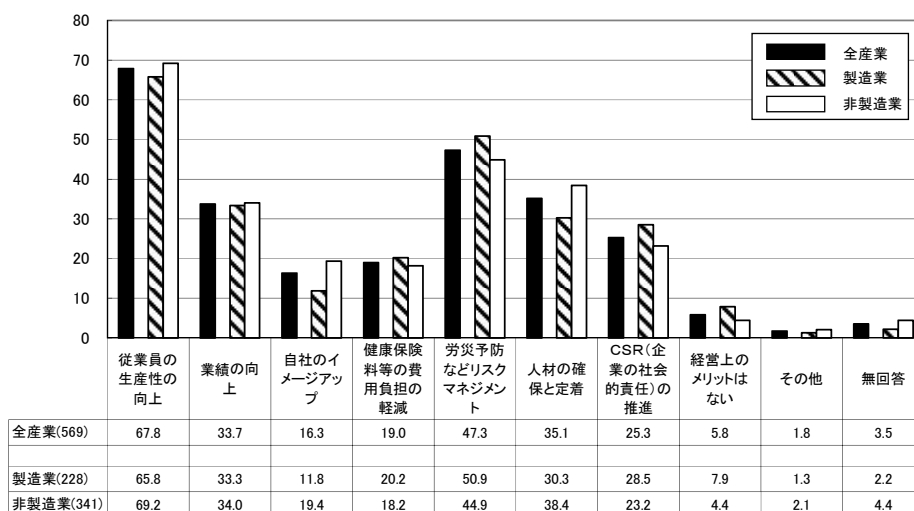
業種別にみると、製造業では「従業員の生産性の向上」が65.8%で最も高く、次いで「労災予防などリスクマネジメント」(50.9%)、「業績の向上」(33.3%)となっている。非製造業では「従業員の生産性の向上」が69.2%で最も高く、次いで「労災予防などリスクマネジメント」(44.9%)、「人材の確保と定着」(38.4%)となっている。

業種別に比較すると、両業種ともに上位2つは同一であるが、3位は製造業では「業績の向上」が、非製造業では「人材の確保と定着」となっており、非製造業は製造業よりも「健康経営」を人材の確保・定着に結び付けて考えている様子が見える。

規模別にみると、大企業では「従業員の生産性の向上」が87.5%で最も高く、次いで「労災予防などリスクマネジメント」(54.2%)、「人材の確保と定着」(50.0%)となっている。中堅企業では「従業員の生産性の向上」が70.5%で最も高く、次いで「労災予防などリスクマネジメント」(46.7%)、「人材の確保と定着」(41.0%)となっている。中小企業では「従業員の生産性の向上」が63.6%で最も高く、次いで「労災予防などリスクマネジメント」(46.5%)で、次に「業績の向上」と「人材の確保と定着」が31.9%で並んでいる。

規模別に比較すると、全ての規模において上位3項目には同一の項目が入っており、いずれの項目においても大企業の割合が最も高く、中小企業が最も低くなっている。規模が大きいほど「健康経営」に取り組むことによる経営上のメリットを見出している割合が高い様子が見える。

図表5 「健康経営」に取り組むことによる経営上のメリット（複数回答）：業種別、規模別



6. 健康経営に取り組むために、必要な支援

健康経営に取り組むために、どのような支援が必要だと思うか(複数回答)については、「情報提供」が44.1%で最も高く、次いで「表彰制度」(39.5%)となっており、健康経営に関する情報を必要としているとともに、健康経営の取組が、表彰制度により評価されることで、社内外に情報発信したい様子がうかがえる。以下、「取組を促すためのサービス」(23.0%)、「専門家による健康経営相談」(18.6%)など、具体的な取組に向けた支援を必要としている様子がうかがえる。

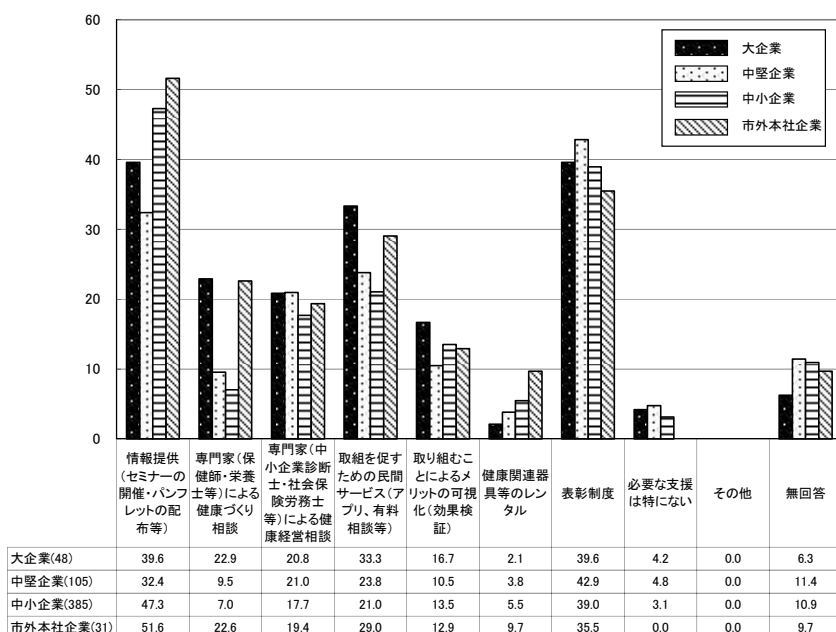
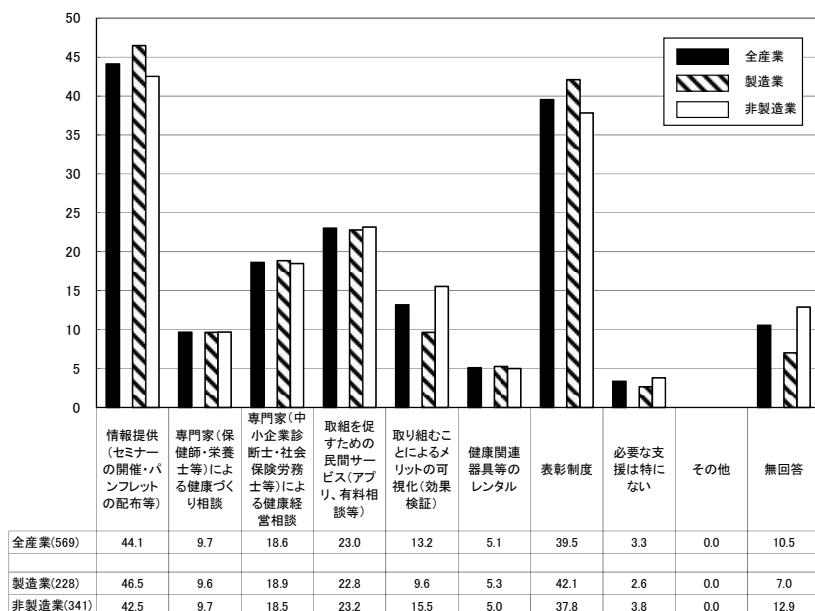
業種別にみると、製造業では「情報提供」が46.5%で最も高く、次いで「表彰制度」(42.1%)、「取組を促すための民間サービス」(22.8%)となっている。非製造業では「情報提供」が42.5%で最も高く、次いで「表彰制度」(37.8%)、「取組を促すための民間サービス」(23.2%)となっている。

業種別に比較すると、上位3項目は順位も同一となっており、業種別の差異は認められない。

規模別にみると、大企業では「情報提供」と「表彰制度」が39.6%で並び、次いで「取組を促すための民間サービス」(33.3%)となっている。中堅企業では「表彰制度」が42.9%で最も高く、次いで「情報提供」(32.4%)、「取組を促すための民間サービス」(23.8%)となっている。中小企業では「情報提供」が47.3%で最も高く、次いで「表彰制度」(39.0%)、「取組を促すための民間サービス」(21.0%)となっている。

規模別に比較すると、全ての規模において上位3項目は同一である一方、順位には相違があり、大企業では情報と表彰制度が同水準であるが、中堅企業では表彰制度に重点がおかれ、中小企業では情報に関心が高い様子がうかがえる。

図表6 健康経営に取り組むために必要な支援(複数回答):業種別、規模別



7. 知っている、利用・参加してみたい横浜市の応援事業

<よこはまウォーキングポイント（事業所参加）>

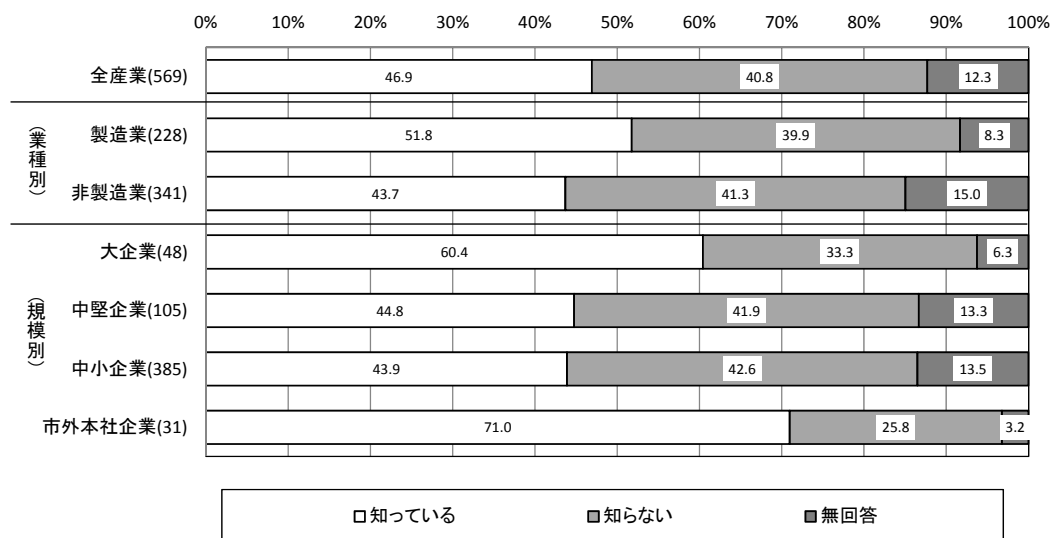
7-1 認知度

横浜市が応援事業として行っている<よこはまウォーキングポイント（事業所参加）>の認知度については、「知っている」は46.9%で、「知らない」（40.8%）に比べて6.1ポイント高くなっている。

業種別では、製造業、非製造業ともに「知っている」が高いが、製造業の51.8%は非製造業の43.7%に比べて8.1ポイント高い。

規模別では、全ての規模で「知っている」が高く、なかでも大企業は60.4%と中堅企業（44.8%）、中小企業（43.9%）に比べて高い。

図表 7-1 <よこはまウォーキングポイント（事業所参加）>認知度：業種別、規模別



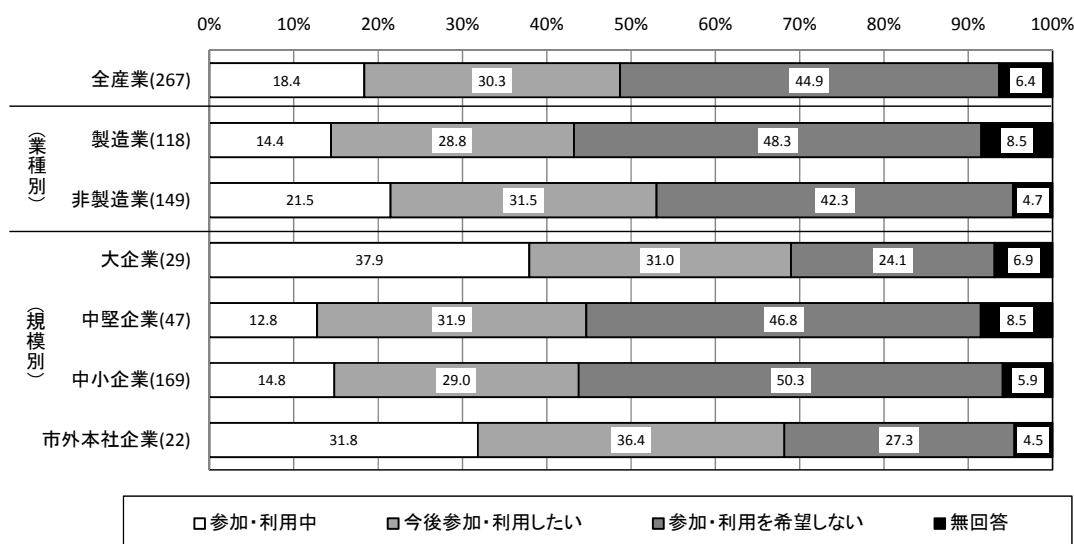
7-1-1 参加・利用の意向（知っている）

よこはまウォーキングポイントを知っていると回答した企業の参加・利用の意向については、「参加・利用を希望しない」が44.9%で最も高く、次いで「今後参加・利用したい」（30.3%）となっている。

業種別では、非製造業の「参加・利用中」は21.5%で製造業（14.4%）に比べて7.1ポイント高く、「今後参加・利用したい」についても31.5%で製造業（28.8%）と比べて2.7ポイント高いなど、関心が強い様子が見える。

規模別では、大企業の「参加・利用中」と「今後参加・利用したい」を合わせると68.9%と中堅企業（44.7%）や中小企業（43.8%）と比べて高く、大企業の利用意向の高さがうかがえる。

図表 7-1-1 <よこはまウォーキングポイント>参加・利用意向（知っている）：業種別、規模別



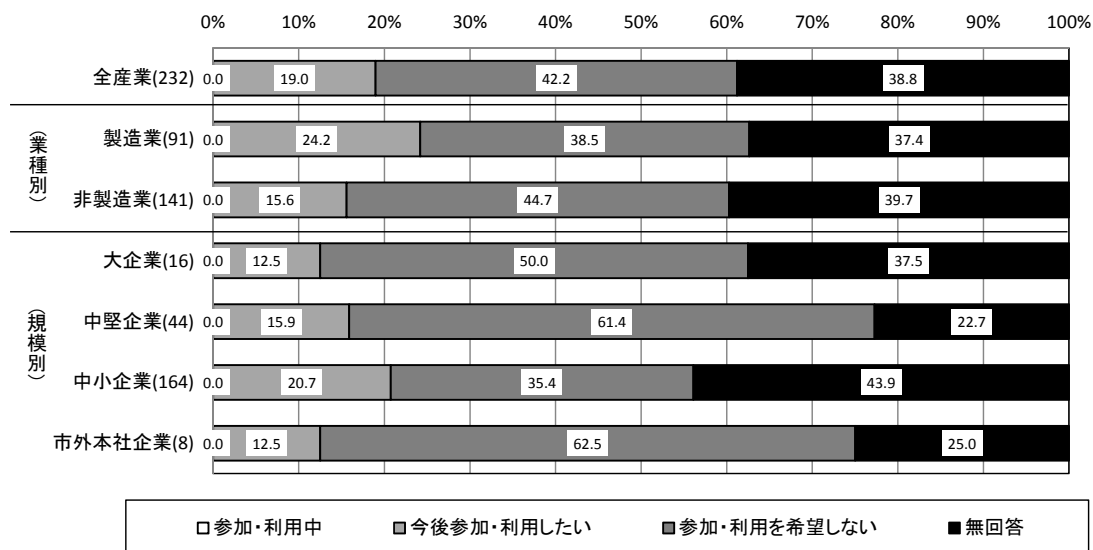
7-1-2 参加・利用の意向（知らない）

よこはまウォーキングポイントを知らないと回答した企業の参加・利用の意向については、「参加・利用を希望しない」が42.2%で最も高く、次いで「今後参加・利用したい」（19.0%）となっている。

業種別では、製造業、非製造業とも「参加・利用を希望しない」が38.5%、44.7%で最も高い。「今後参加・利用したい」は製造業（24.2%）が非製造業（15.6%）に比べて8.6ポイント高く、製造業の関心がやや高い様子がうかがえる。

規模別では、全ての規模において「参加・利用を希望しない」が最も高いが、大企業（50.0%）、中堅企業（61.4%）、中小企業（35.4%）と規模によって差が大きい。

図表 7-1-2 <よこはまウォーキングポイント>参加・利用意向（知らない）：業種別、規模別



<よこはま企業健康マガジン>

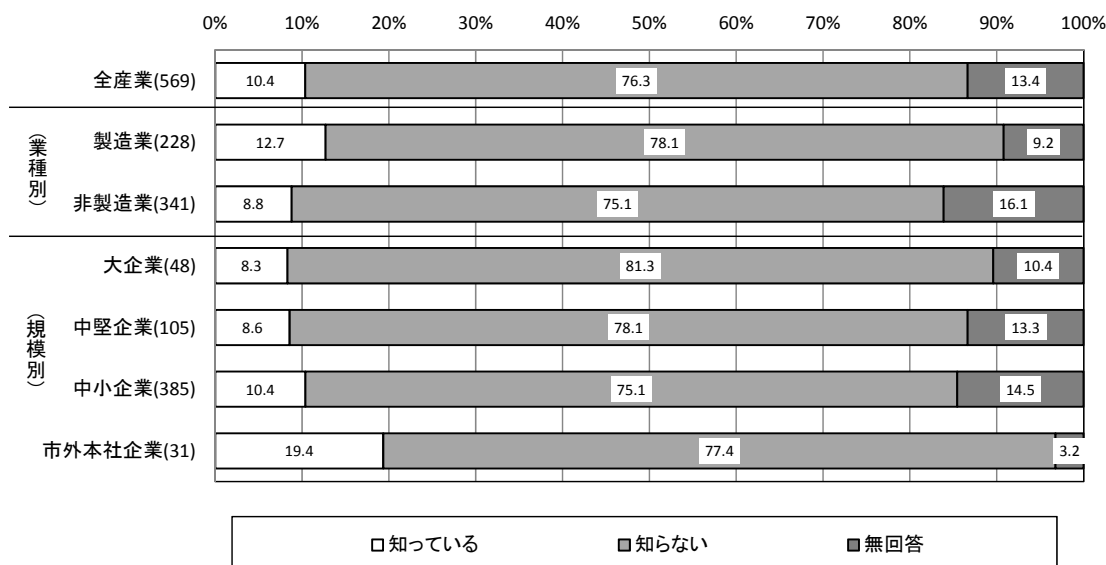
7-2 認知度

横浜市が応援事業として行っている<よこはま企業健康マガジン>の認知度については、「知らない」が76.3%で高く、「知っている」は10.4%となっている。

業種別では、製造業、非製造業とも「知らない」が78.1%、75.1%で高い。

規模別では、全ての規模において「知らない」が高く、7割を超えている。

図表 7-2 <よこはま企業健康マガジン>認知度：業種別、規模別



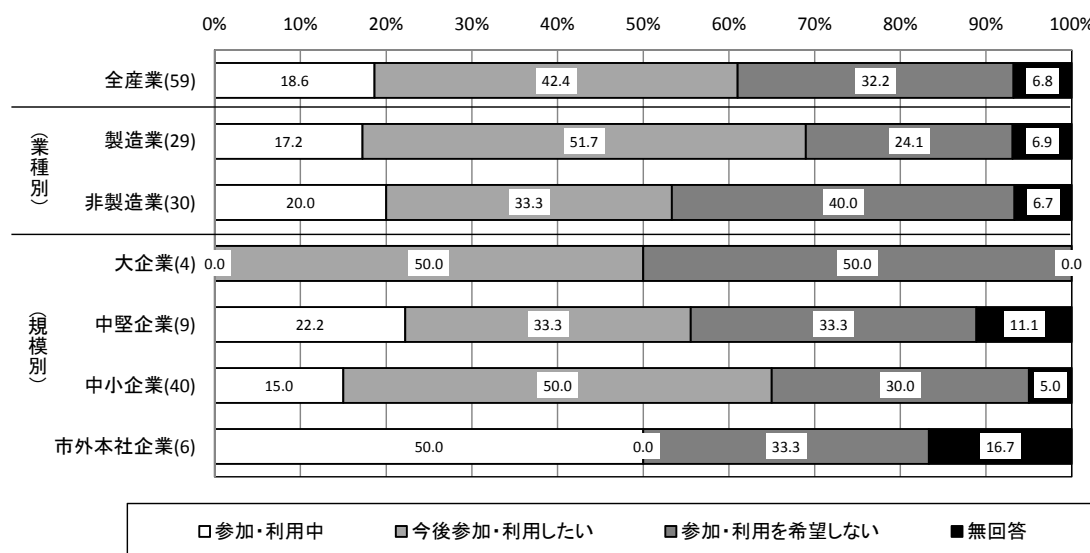
7-2-1 参加・利用の意向（知っている）

<よこはま企業健康マガジン>を知っていると回答した企業の参加・利用の意向については、「今後参加・利用したい」が42.4%で高く、次いで「参加・利用を希望しない」（32.2%）となっている。

業種別では、製造業の「今後参加・利用したい」は51.7%と半数を超えているが、非製造業では33.3%にとどまり、製造業の利用意向が高くなっている。

規模別では、大企業と中堅企業とも「今後参加・利用したい」と「参加・利用を希望しない」がそれぞれ50.0%、33.3%で同数となっている。中小企業では「今後参加・利用したい」が50.0%と高くなっている。

図表 7-2-1 <よこはま企業健康マガジン>参加・利用意向（知っている）：業種別、規模別



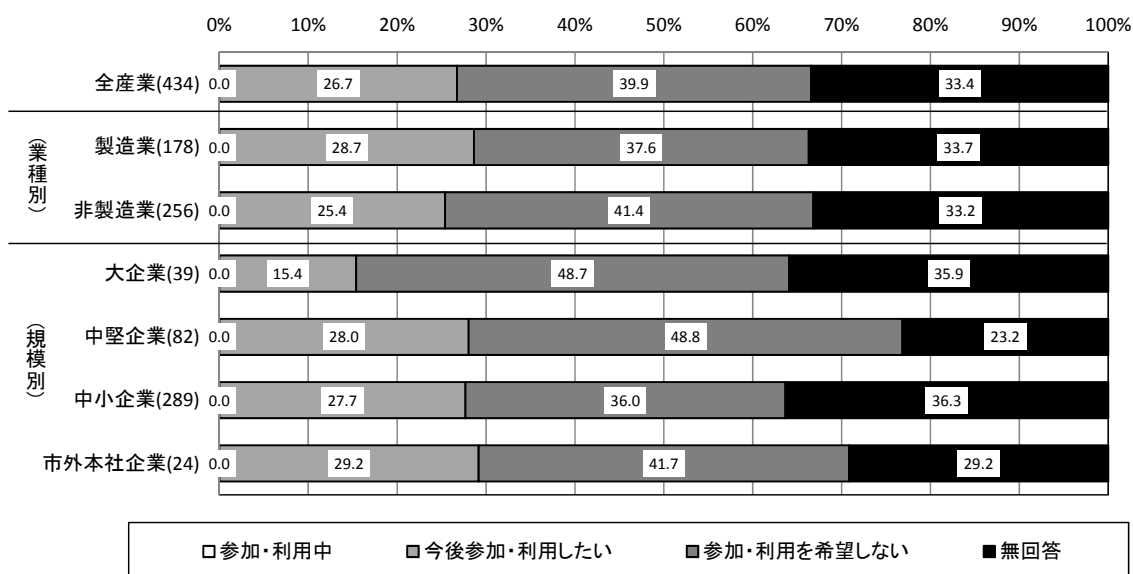
7-2-2 参加・利用の意向（知らない）

<よこはま企業健康マガジン>を知らないと回答した企業の参加・利用の意向については、「参加・利用を希望しない」が39.9%で最も高く、次いで「今後参加・利用したい」（26.7%）となっている。

業種別では、製造業、非製造業とも「参加・利用を希望しない」が37.6%、41.4%で高い。

規模別では、「今後参加・利用したい」が大企業（15.4%）と比べて中堅企業（28.0%）、中小企業（27.7%）の利用意向が高い。

図表 7-2-2 <よこはま企業健康マガジン>参加・利用意向（知らない）：業種別、規模別



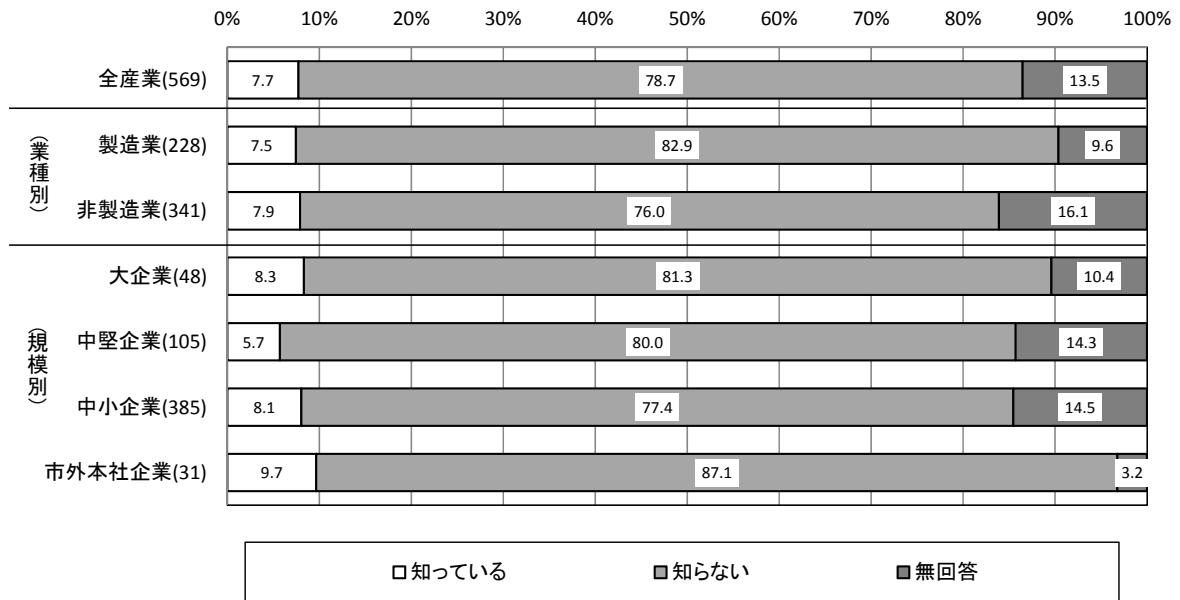
<よこはま企業健康推進員>

7-3 認知度

横浜市が応援事業として行っている<よこはま企業健康推進員>の認知度については、「知らない」が78.7%と高く、8割に近い。

業種別では、製造業、非製造業とも「知らない」が82.9%、76.0%で高く、製造業は非製造業に比べて6.9ポイント高い。

図表 7-3 <よこはま企業健康推進員>認知度：業種別、規模別



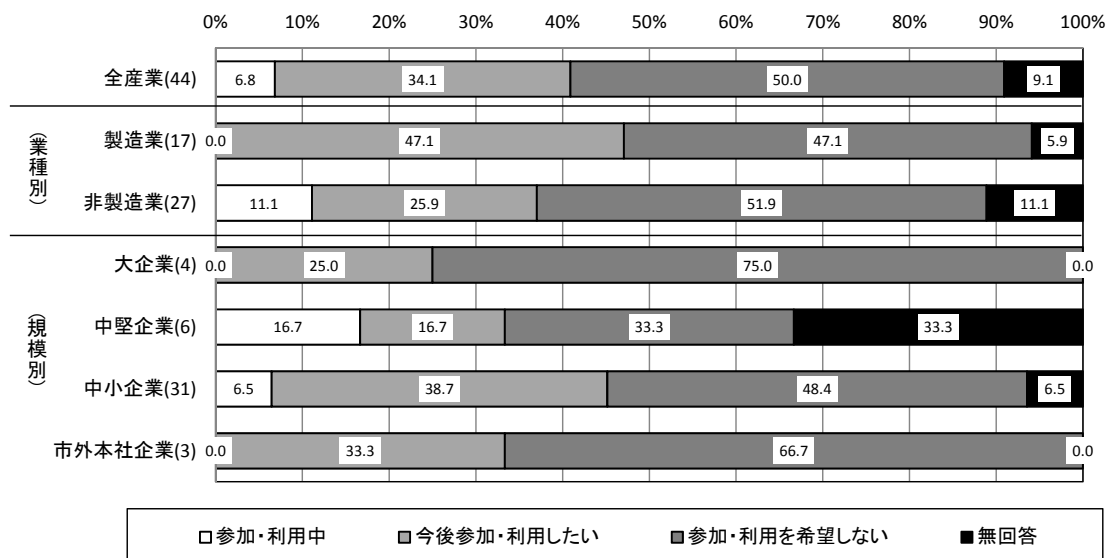
7-3-1 参加・利用の意向（知っている）

<よこはま企業健康推進員>を知っていると回答した企業の参加・利用の意向については、「参加・利用を希望しない」が50.0%で高く、次いで「今後参加・利用したい」(34.1%)となっている。

業種別では、製造業は「今後参加・利用したい」と「参加・利用を希望しない」が47.1%で同数となっている。非製造業では「参加・利用を希望しない」が51.9%で「今後参加・利用したい」(25.9%)との差が大きい。

規模別では、中小企業の「今後参加・利用したい」が38.7%と、他の規模に比べて高い。

図表 7-3-1 <よこはま企業健康推進員>参加・利用意向（知っている）：業種別、規模別



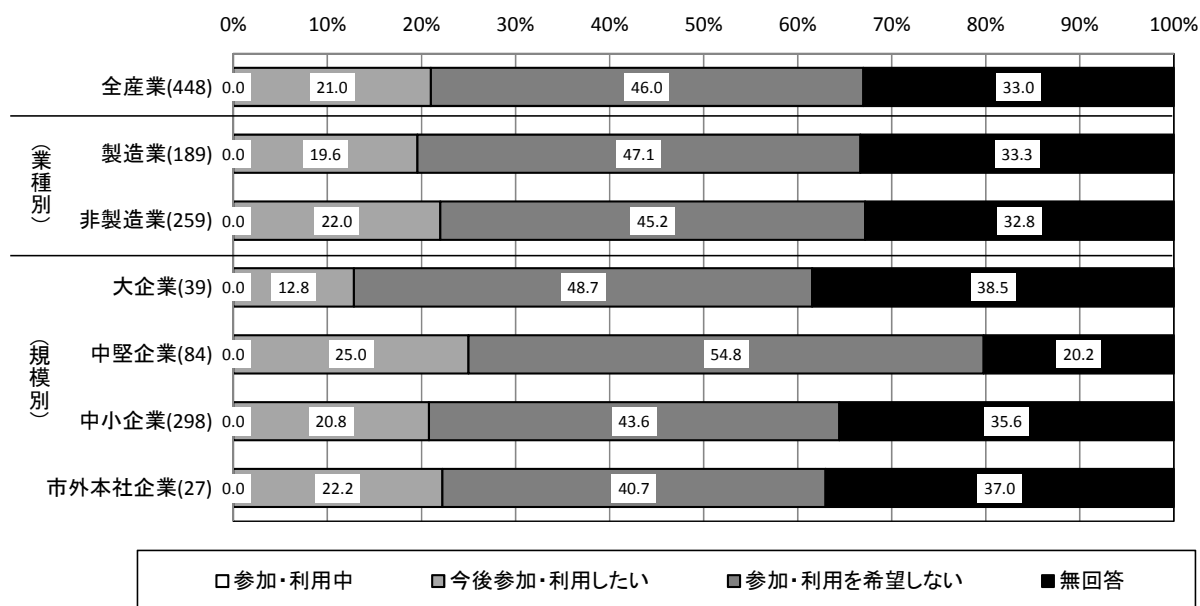
7-3-2 参加・利用の意向（知らない）

〈よこはま企業健康推進員〉を知らないと回答した企業の参加・利用の意向については、「参加・利用を希望しない」が46.0%で高く、次いで「今後参加・利用したい」（21.0%）となっている。

業種別では、製造業、非製造業ともに「参加・利用を希望しない」が47.1%、45.2%で高い。

規模別では、「今後参加・利用したい」が中堅企業と中小企業がそれぞれ25.0%、20.8%と大企業（12.8%）と比べて参加・利用意向が高い。

図表 7-3-2 〈よこはま企業健康推進員〉参加・利用意向（知らない）：業種別、規模別



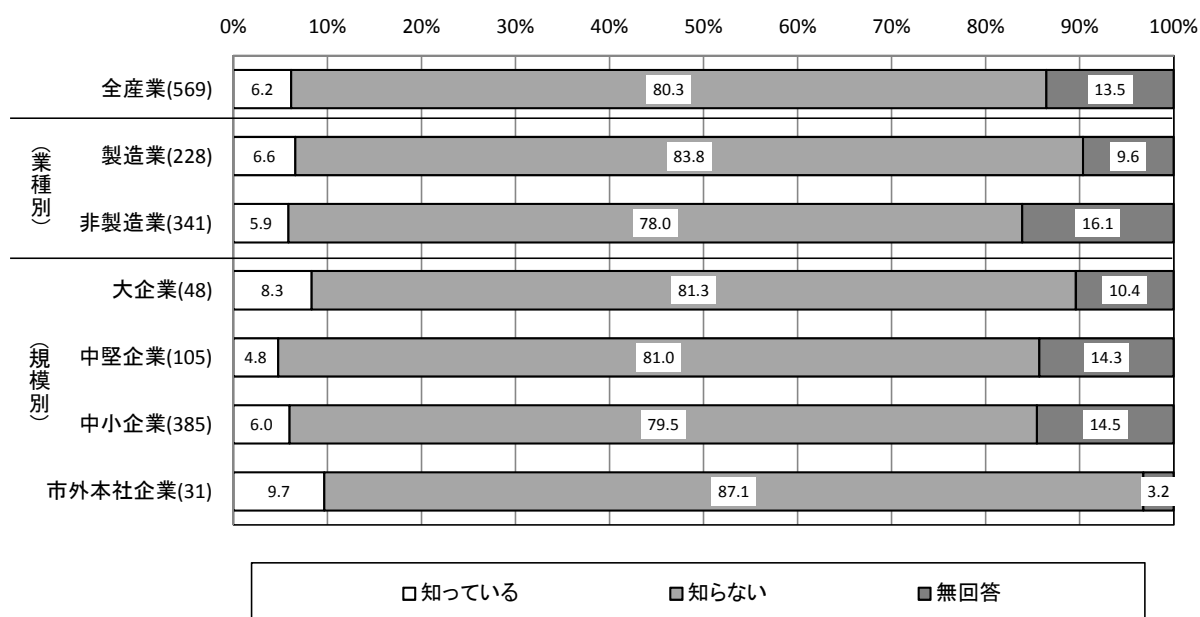
<横浜健康経営認証>

7-4 認知度

横浜市が応援事業として行っている〈横浜健康経営認証〉の認知度については、「知らない」が80.3%で高く、「知っている」は6.2%となっている。

業種別、規模別でみると、「知らない」が概ね80%と高くなっている。

図表 7-4 〈横浜健康経営認証〉認知度：業種別、規模別



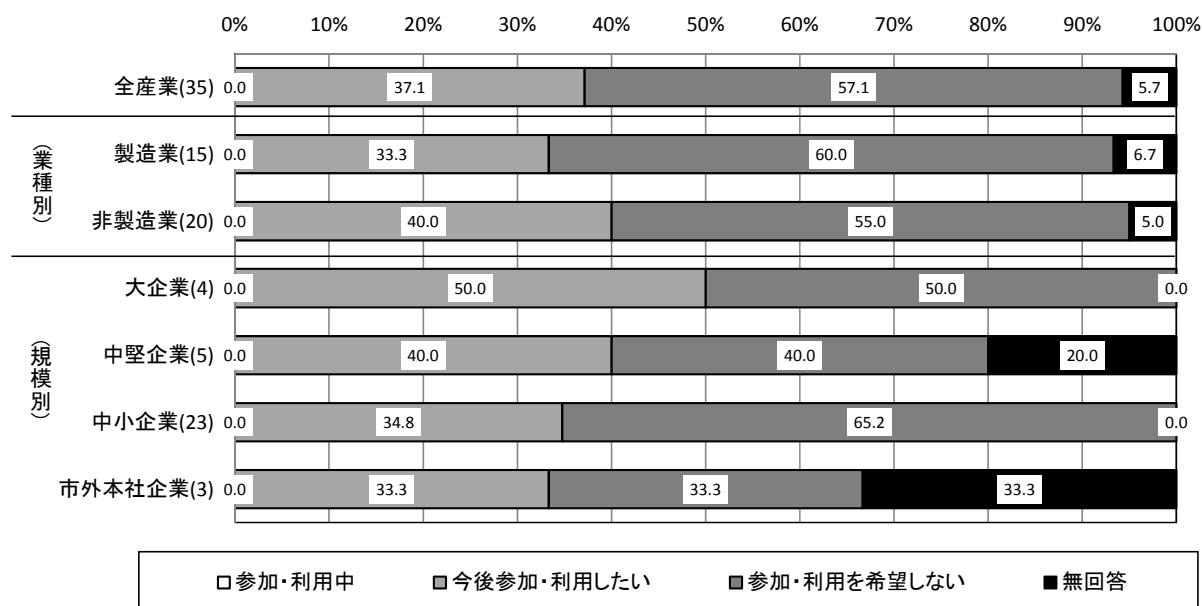
7-4-1 参加・利用の意向（知っている）

＜横浜健康経営認証＞を知っていると回答した企業の参加・利用の意向については、「参加・利用を希望しない」が57.1%で高く、次いで「今後参加・利用したい」（37.1%）となっている。

業種別では、製造業、非製造業ともに「参加・利用を希望しない」が60.0%、55.0%で高い。

規模別では、中小企業では「参加・利用を希望しない」が65.2%で「今後参加・利用したい」（34.8%）に比べて高い。

図表 7-4-1 ＜横浜健康経営認証＞参加・利用意向（知っている）：業種別、規模別



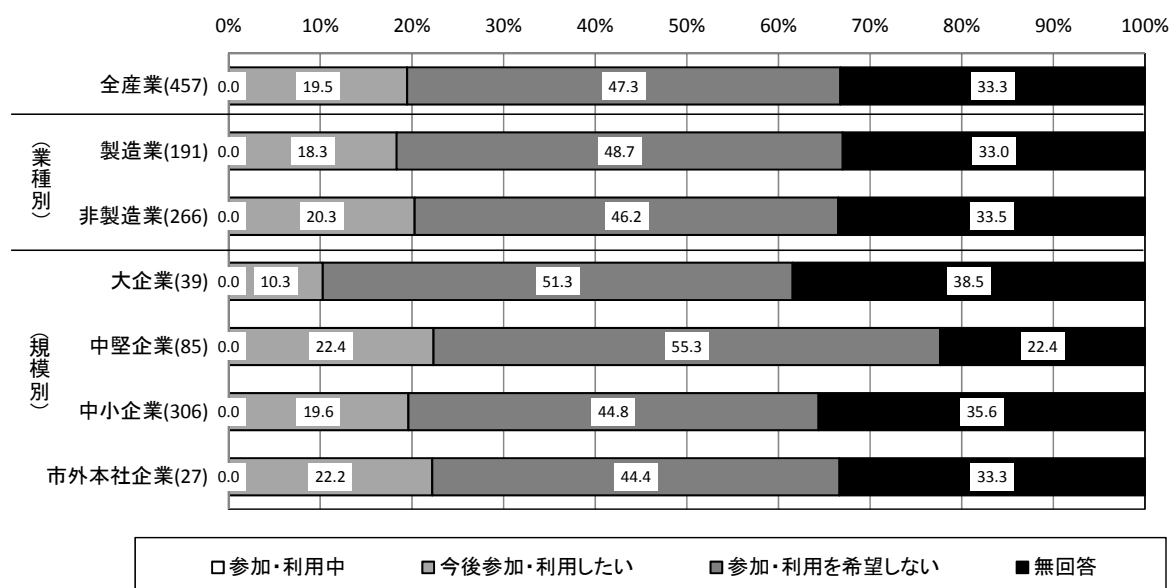
7-4-2 参加・利用の意向（知らない）

＜横浜健康経営認証＞を知らないと回答した企業の参加・利用の意向については、「参加・利用を希望しない」が47.3%で高く、次いで「今後参加・利用したい」（19.5%）となっている。

業種別では、製造業、非製造業ともに「参加・利用を希望しない」が48.7%、46.2%と高い。

規模別では、「今後参加・利用したい」が中堅企業、中小企業でそれぞれ22.4%、19.6%で大企業（10.3%）と比べて参加・利用の意向が高い。

図表 7-4-2 ＜横浜健康経営認証＞参加・利用意向（知らない）：業種別、規模別



第99回 横浜市景況・経営動向調査票 特別調査

—「健康経営」の推進について— 提出先：横浜市経済局

「健康経営」とは、企業の持続的成長を図る観点から、従業員の健康に配慮した経営手法です。「健康経営」に取り組むことにより、従業員のモチベーション向上等による生産性の向上や、健康保険料等の負担の抑制等を通じて収益性を向上させるなど、経営面においても業績向上につながる手法として注目されています。

Q1. 「健康経営」という言葉を知っていますか。該当する番号ひとつに○をつけてください。

| | | |
|-----------------|-------------|-------------------|
| 1. 言葉の意味まで知っている | 2. 聞いたことはある | 3. 知らない(今回初めて聞いた) |
|-----------------|-------------|-------------------|

※Q1の回答に関わらず、Q2以降もご回答ください。

| Q2. 「健康経営」の推進のためには、従業員の健康や健康づくりへの配慮が重要ですが、項目ごとに貴社の状況に近い番号ひとつずつに○をつけてください。 | | 非常に あてはまる | あてはまる | どちらとも いえない | あまり あてはま らない | 全く あてはま らない |
|---|--|--------------|--------|---------------|--------------------|-------------------|
| 具体的な健康づくり活動 | 従業員の健康づくりについて、中長期的な目標が明文化されている | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 会社が、従業員の健康指標(健診結果など)を把握している | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 健康保険組合と連携して、健康づくりに取り組んでいる | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 有害物質・危険業務対策を、十分に行っている | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 長時間労働対策を、十分に行っている | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 生活習慣病対策を、十分に行っている | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | メンタルヘルス対策を、十分に行っている | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | たばこ対策を、十分に行っている(全面禁煙や分煙など) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 運動や体を動かすことを促す取り組みを行っている | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 定期健康診断の受診を促す取り組みや工夫をしている | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 毎年度、健康づくり活動の結果を振り返り、改善を行っている | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 従業員の健康・健康づくりの課題 | 従業員の健康問題で、困っていることがある | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 従業員が病気やケガで休むことにより、困ることがある | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 従業員の健康問題で、労働生産性が低下することがあると感じる | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 健康づくりのための具体的な方法・ノウハウがわからない | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 健康づくりのための人材が確保できない | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 健康づくりにかける資金が確保できない | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 健康づくりを行う時間的な余裕がない | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 健康づくりのために、自社が利用できる公的サービスがわからない | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | 健康づくりは個人的なことなので、会社としては関与しにくい | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 健康づくりを会社が行おうとしても、従業員の理解が得られない | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 健康づくりを会社で行う必要性を感じない | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 健康状態 | 貴社の従業員の定期健康診断(健診)の受診率はどのくらいですか | 90%以上 | 90~70% | 70~50% | 50%未満 | 不明 |
| | 以下の選択肢のうち、貴社の従業員の健康上の課題だと感じる項目の番号 <u>すべてに○</u> をつけてください。 | | | | | |
| | 1. 生活習慣病(高血圧など) 2. 肥満 3. 喫煙 4. 風邪 5. 腰痛・肩こり 6. メンタルヘルス(うつ等) 7. 定期健診の受診率の低さ 8. 運動不足 9. 栄養 10. 飲酒 11. 長時間労働 12. その他() | | | | | |
| 従業員の健康上の課題で最も困っていることは何ですか () | | | | | | |

貴社で「力を入れている健康づくり活動」、もしくは「健康づくりに関する困りごと」があれば、ご記入ください。

Q3. 貴社に、従業員の健康づくりを担当する専門職は、在籍していますか(常勤・非常勤を問いません)該当する番号すべてに○をつけてください。

| | | | |
|--------|--------|-----------|------------|
| 1. 産業医 | 2. 看護師 | 3. その他() | 4. 在籍していない |
|--------|--------|-----------|------------|

Q4. 「健康経営」について、貴社の状況に近い番号ひとつに○をつけてください。

| | | |
|-------------------|---------------------|-------------------|
| 1. すでに自社内で取り組んでいる | 2. 今後、積極的に取り組んでいきたい | 3. 現段階では取り組む予定はない |
|-------------------|---------------------|-------------------|

Q5. 貴社で「健康経営」に取り組むことによる経営上のメリットについて、該当する番号すべてに○をつけてください。

| | | |
|---------------------|--------------------|---------------|
| 1. 従業員の生産性の向上 | 2. 業績の向上 | 3. 自社のイメージアップ |
| 4. 健康保険料等の費用負担の軽減 | 5. 労災予防などリスクマネジメント | 6. 人材の確保と定着 |
| 7. CSR(企業の社会的責任)の推進 | 8. 経営上のメリットはない | 9. その他() |

Q6. 健康経営に取り組むために、どのような支援が必要だと思いますか、該当する番号すべてに○をつけてください。

| | |
|-----------------------------------|------------------------------|
| 1. 情報提供(セミナーの開催・パンフレットの配布等) | 2. 専門家(保健師・栄養士等)による健康づくり相談 |
| 3. 専門家(中小企業診断士・社会保険労務士等)による健康経営相談 | 4. 取組を促すための民間サービス(アプリ、有料相談等) |
| 5. 取り組むことによるメリットの可視化(効果検証) | 6. 健康関連器具等のレンタル |
| 7. 表彰制度 | 8. 必要な支援は特になし |
| | 9. その他() |

Q7. 横浜市では、健康経営に取り組む企業を応援するため、次の事業を行っています。

知っている、利用・参加してみたい事業について該当する番号すべてに○をつけてください。

| | | | | | |
|---------------------------|---------------------|---|-----------|---------------|----------------|
| よこはまウォーキングポイント (事業所参加) | 1. 知っている 2. 知らない | ⇒ | 1. 参加・利用中 | 2. 今後参加・利用したい | 3. 参加・利用を希望しない |
| よこはま企業健康マガジン | 1. 知っている 2. 知らない | ⇒ | 1. 参加・利用中 | 2. 今後参加・利用したい | 3. 参加・利用を希望しない |
| よこはま企業健康推進員 | 1. 知っている 2. 知らない | ⇒ | 1. 参加・利用中 | 2. 今後参加・利用したい | 3. 参加・利用を希望しない |
| 横浜健康経営認証 | 1. 知っている 2. 知らない | ⇒ | 1. 参加・利用中 | 2. 今後参加・利用したい | 3. 参加・利用を希望しない |

なお、各事業については、別紙の参考資料をご覧ください。

Q8. 健康経営に関する率直な感想・意見がありましたらご記入ください。

●今後の横浜市の施策展開の参考とさせていただきますので、下記の設問にご回答ください。

| | | |
|---|---|--|
| 1 | 従業員のうち、40歳以上の方は全体の何割くらいですか | 約()割 |
| 2 | 従業員のうち、非正規雇用(パート・アルバイト等)は全体の何割くらいですか | 約()割 |
| 3 | あなた(回答作成御担当者)の社内でのお立場について、最も近い番号ひとつに○をつけてください | 1. 経営者層 () 2. 人事・総務担当者 () 3. その他 () |

————— ご協力ありがとうございました —————

記入に関するお問い合わせは、横浜市経済局政策調整部経済企画課(tel 045-671-2583)まで

第 99 回横浜市景況・経営動向調査（特別調査）

発 行：横浜市経済局政策調整部経済企画課
〒231-0017 横浜市中区港町 1-1
電話：045-671-2566 FAX：045-661-0692

調査機関：株式会社帝国データバンク 横浜支店
〒231-0007 横浜市中区弁天通 4-51
電話：045-641-0232 FAX：045-641-2555



OPEN
YOKOHAMA