

生涯現役社会の実現に向けて

平成31年5月

経済産業省

商務・サービスグループ参事官室

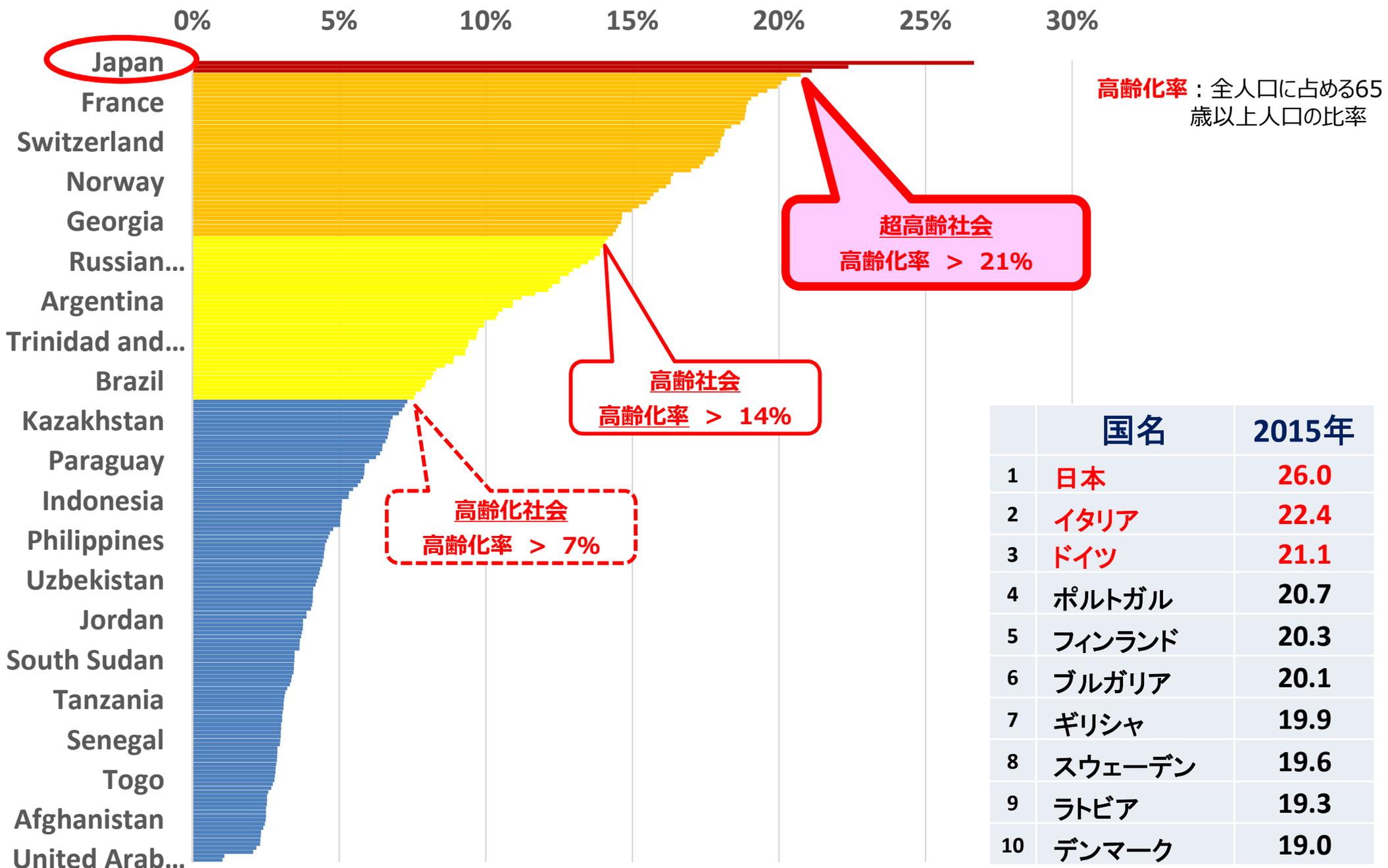
参事官 青木 幹夫

目次

1. **課題と目指すべき姿**
2. **「健康経営」の普及促進**
3. **ヘルスケアビジネスの需要創出と経済産業省の支援**
4. **認知症対策に関する官民連携の枠組み構築に向けて**
5. **食と健康の社会実装について**

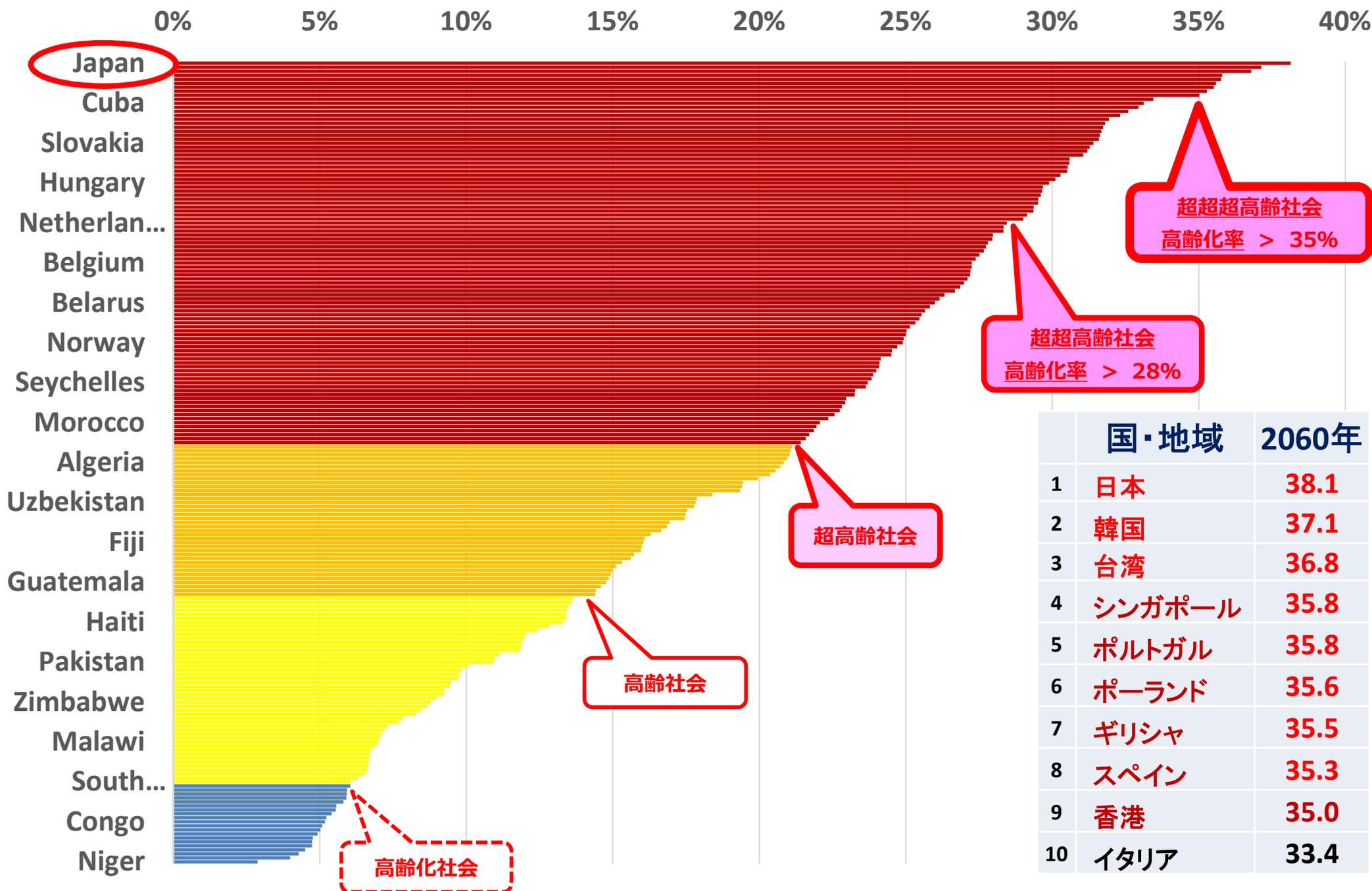
1. 課題と目指すべき姿

高齢化の現状 <2015年> (201カ国)



出典：未来医療研究機構代表理事長谷川敏彦氏資料を一部改変

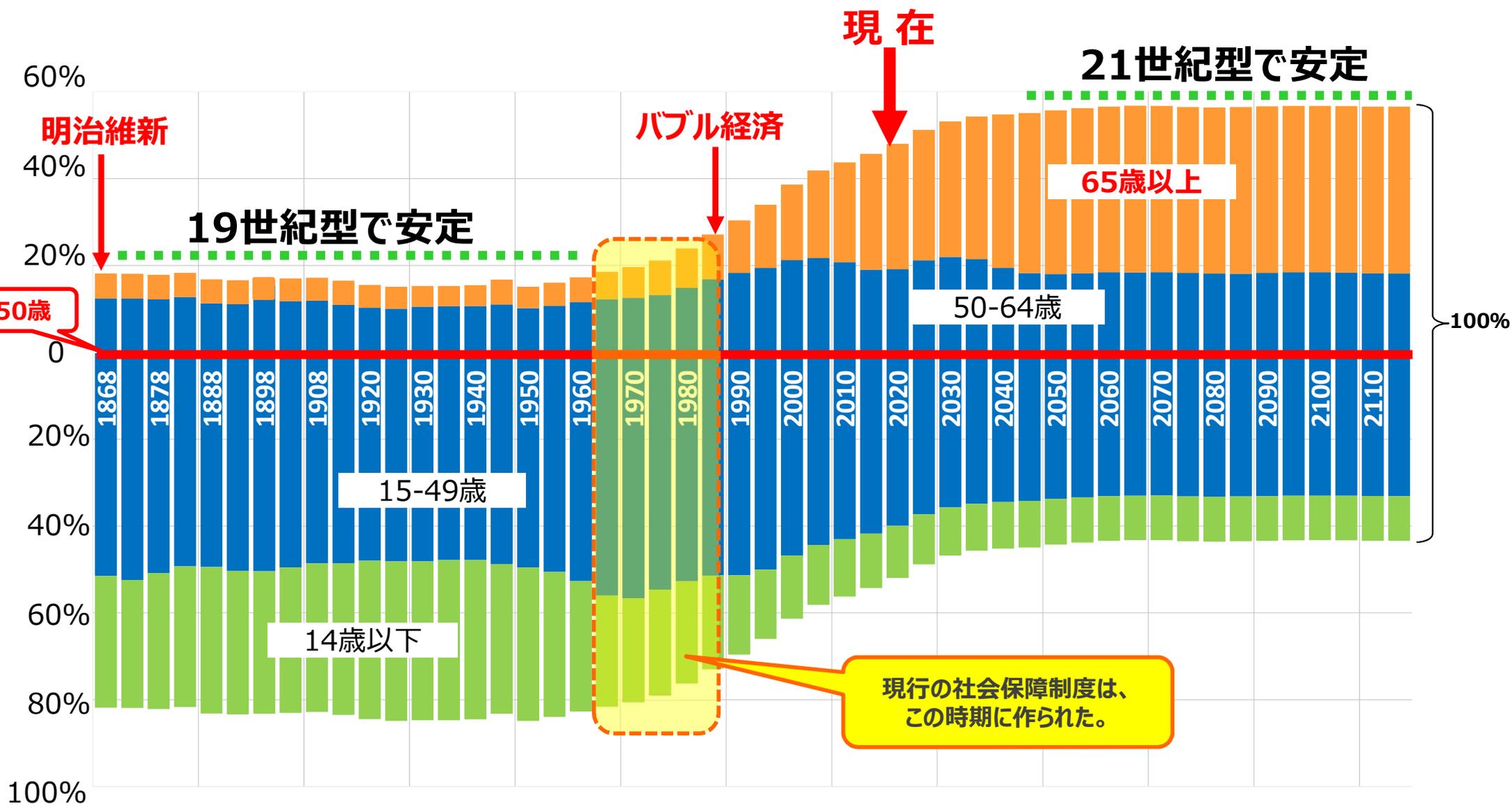
高齢化の進展 <2060年の推計>



出典：未来医療研究機構代表理事長谷川敏彦氏資料を一部改変

日本の人口構造（年齢層別人口割合の遷移）

人口遷移 50歳を基準とした日本の人口構成 250年間の推移

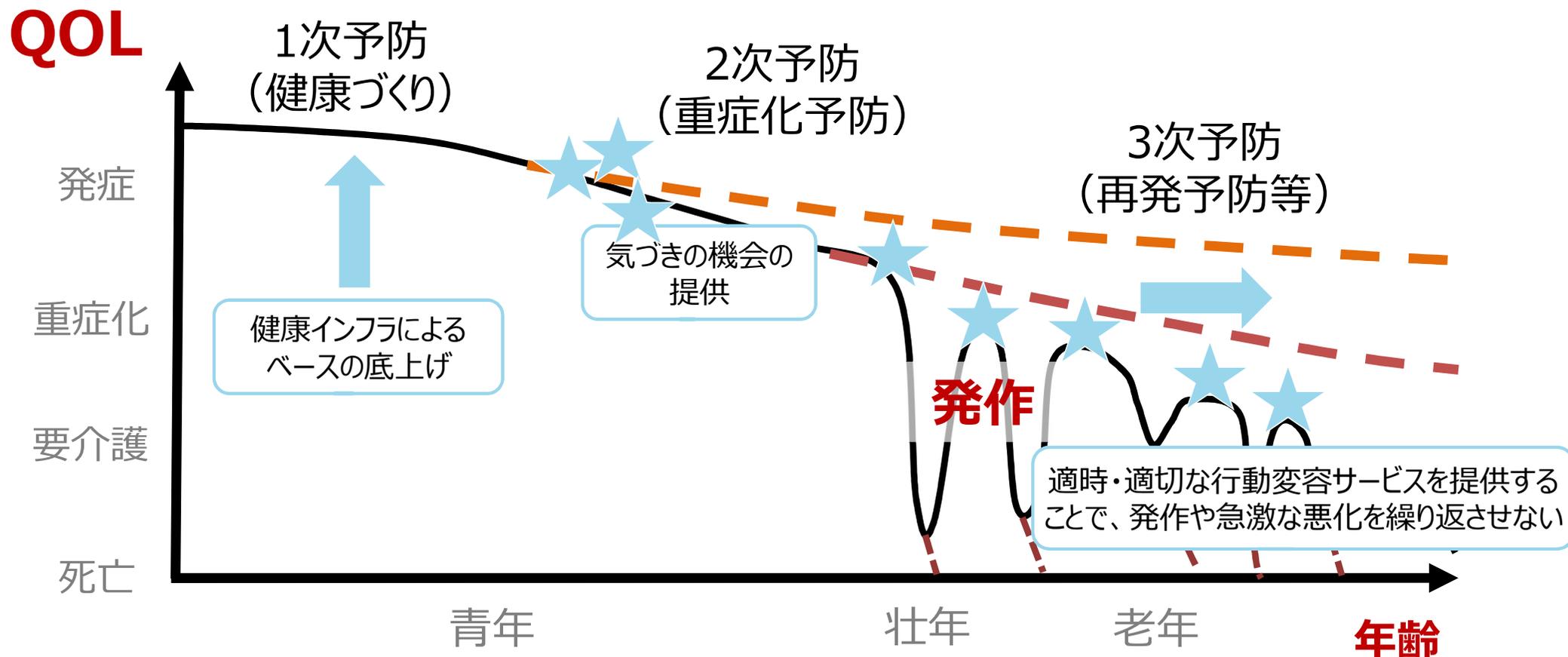


出典：未来医療研究機構代表理事長谷川敏彦氏資料を一部改変

生涯現役社会の構築に向けた方向性

- 一人一人が心身の健康状態に応じて経済活動や社会活動に参画し、役割を持ち続けることのできる「生涯現役社会」の構築に向けて、医療・介護関係者と民間事業者、関係省庁が一丸となって、以下の方向性で取組を進めていく。

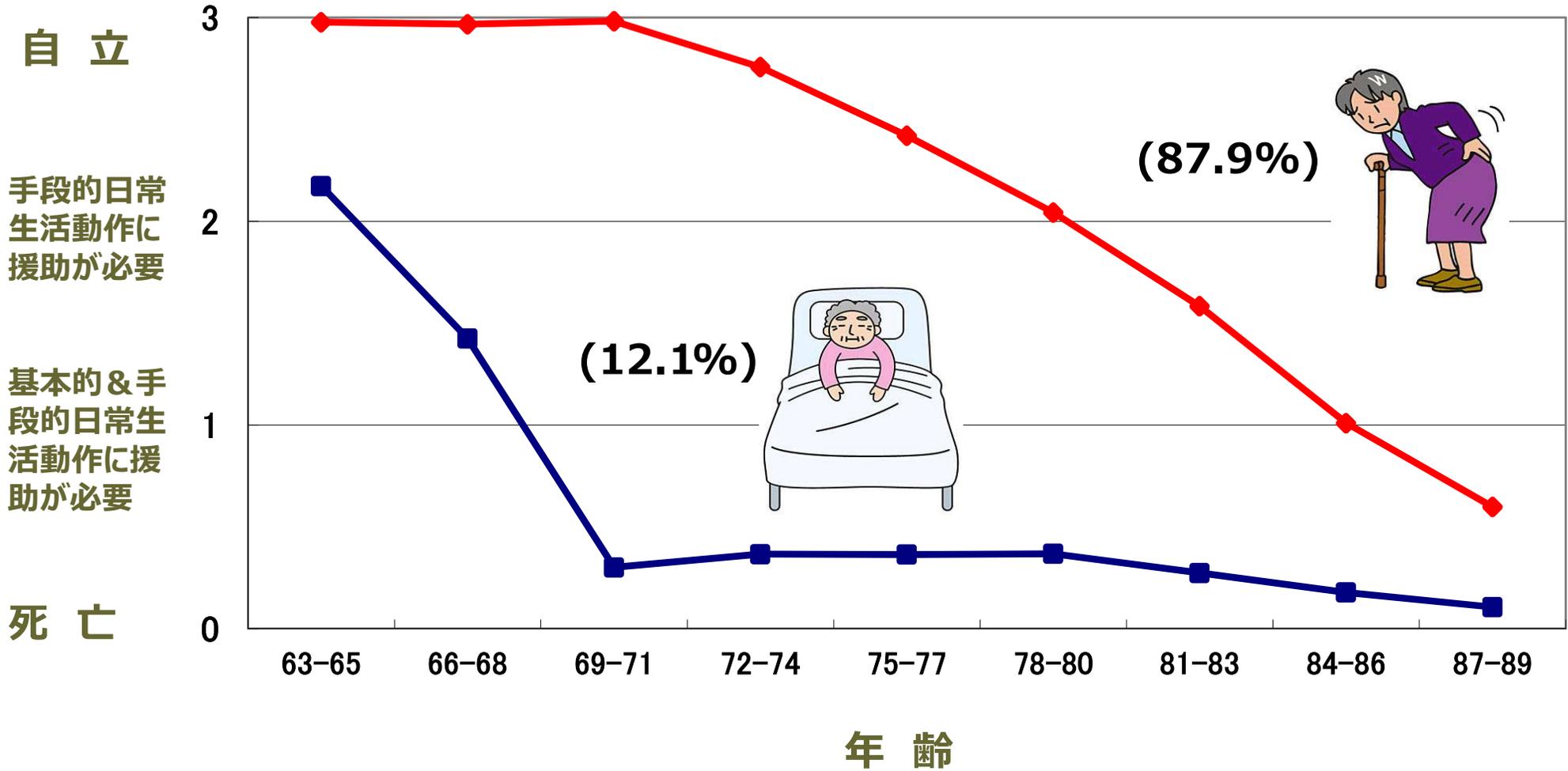
- ①産業・まちづくり・コミュニティ等の環境の変容による健康インフラづくり（一次予防）
- ②職域と地域が連携した気づきと重症化予防のサービスづくり（二次予防・三次予防）
- ③上記を促進するインセンティブの整備



自立度の変化パターン ①

— 全国高齢者20年の追跡調査 —

女性

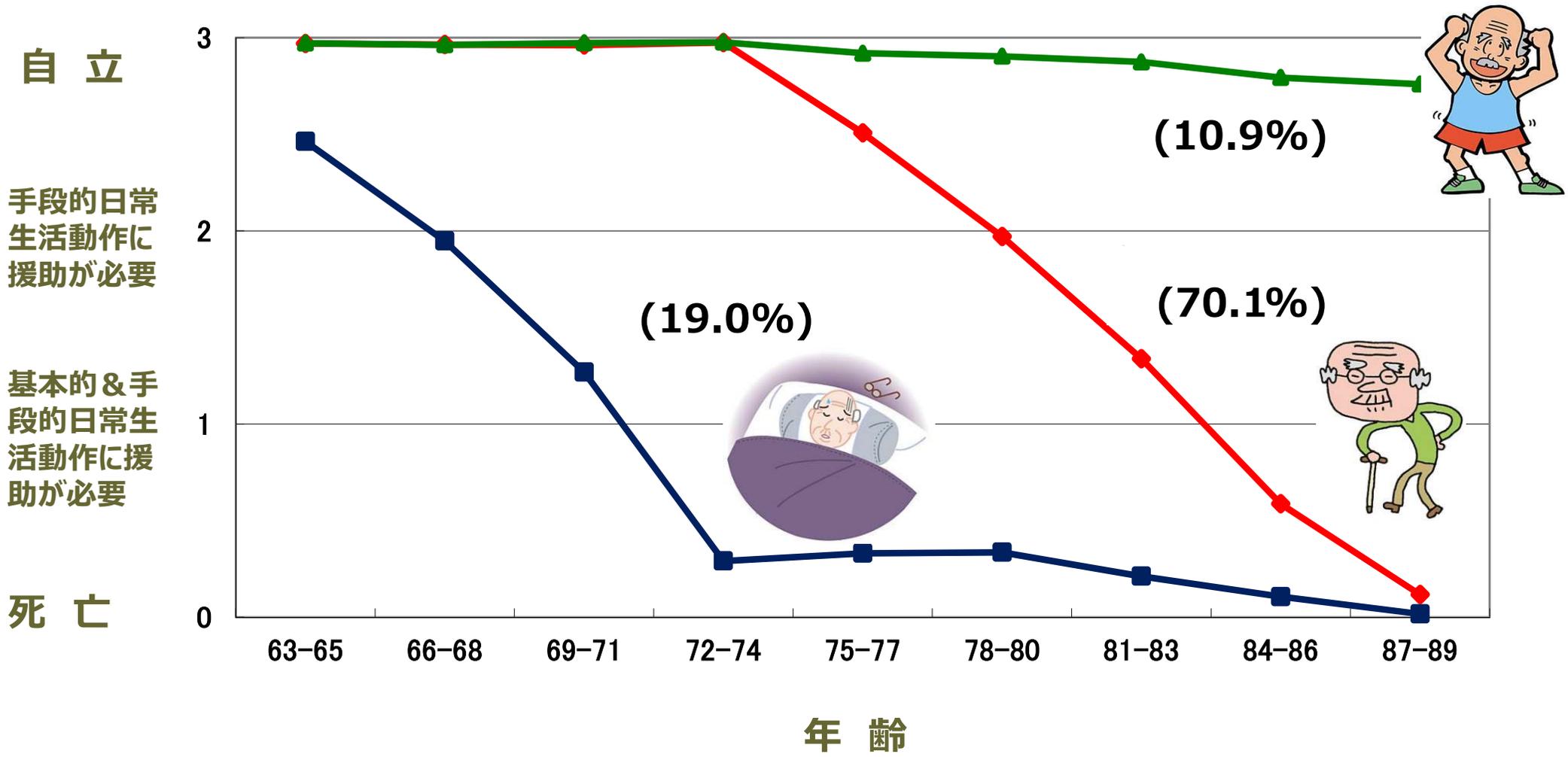


出所) 秋山弘子 長寿時代の科学と社会の構想 『科学』 岩波書店, 2010

自立度の変化パターン ②

— 全国高齢者20年の追跡調査 —

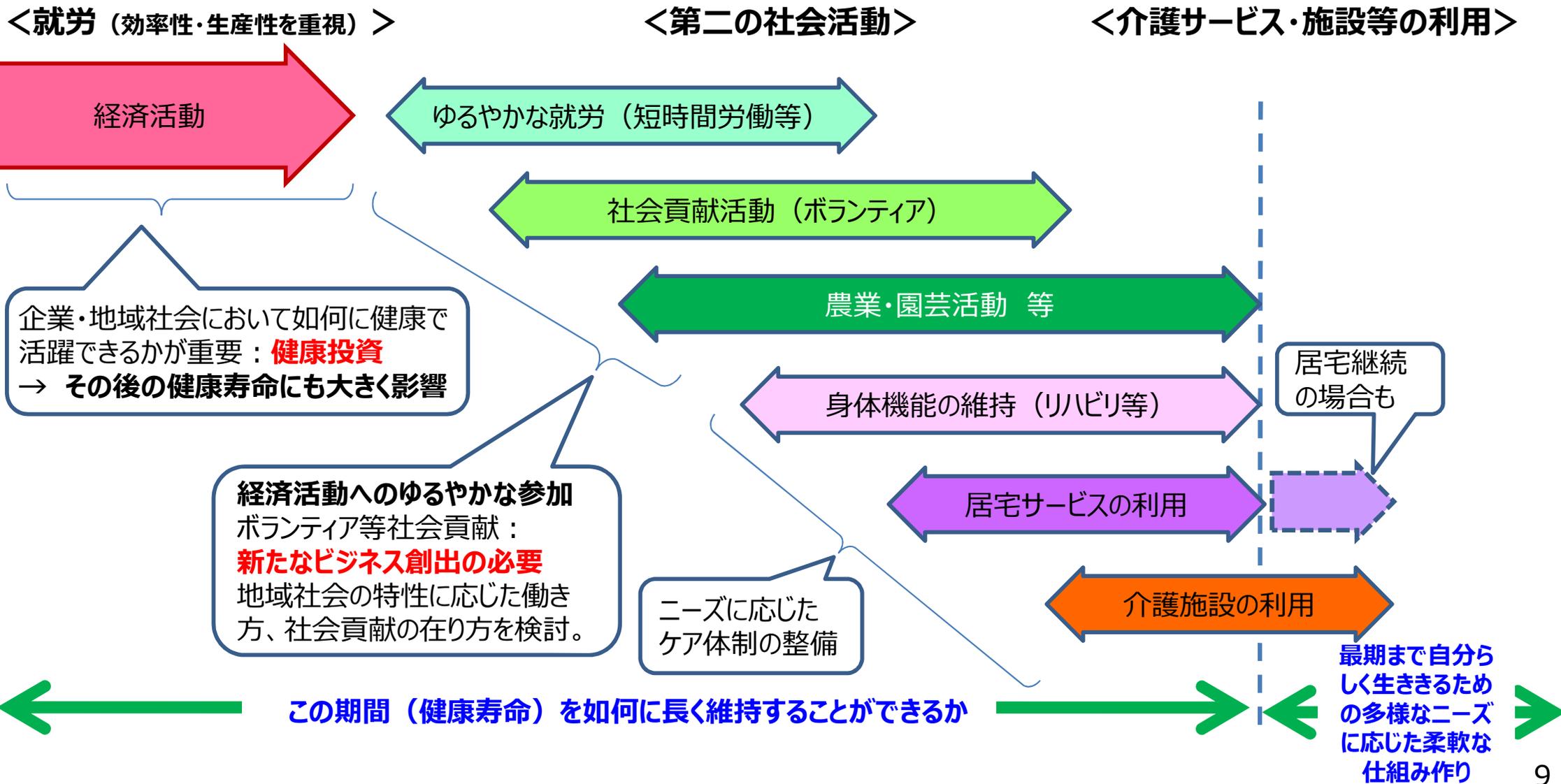
男性



出所) 秋山弘子 長寿時代の科学と社会の構想 『科学』 岩波書店, 2010

ヘルスケア産業政策の基本理念 ～生涯現役社会の構築～

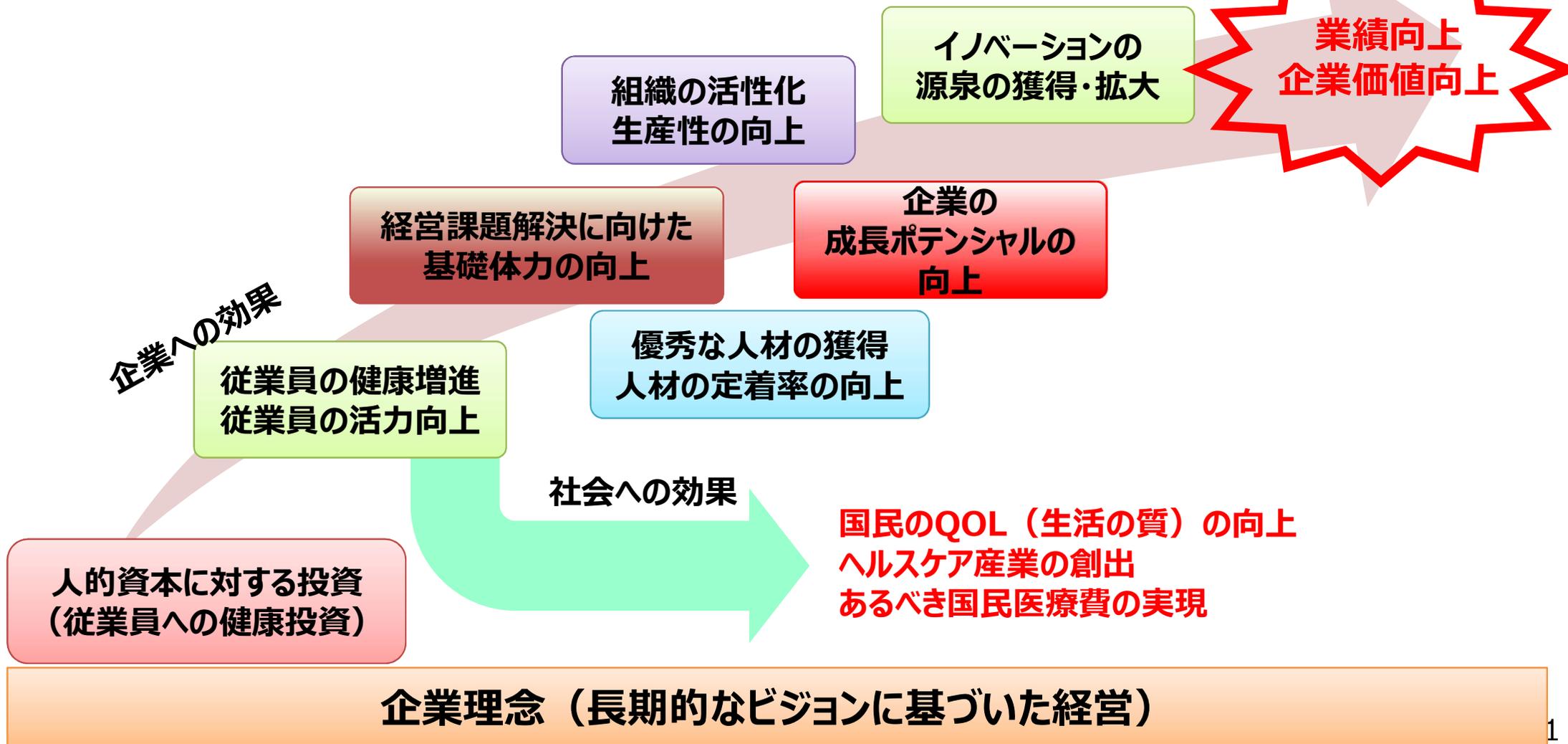
- 誰もが健康で長生きすることを望めば、社会は必然的に高齢化する。 → 「超高齢社会」は人類の理想。
- 戦後豊かな経済社会が実現し、平均寿命が約50歳から約80歳に伸び、「人生100年時代」も間近。
- 国民の平均寿命の延伸に対応して、「生涯現役」を前提とした経済社会システムの再構築が必要。



2. 「健康経営」の普及促進

「健康経営・健康投資」とは

- 健康経営とは、従業員の健康保持・増進の取組が、将来的に収益性等を高める投資であるとの考えの下、健康管理を経営的視点から考え、戦略的に実践すること。
- 健康投資とは、健康経営の考え方に基づいた具体的な取組。
- 企業が経営理念に基づき、従業員の健康保持・増進に取り組むことは、従業員の活力向上や生産性の向上等の組織の活性化をもたらし、結果的に業績向上や組織としての価値向上へ繋がることが期待される。



「健康経営の企業価値」への寄与

- 例えば、ジョンソン・アンド・ジョンソン（J&J）で75年前に作成された“Our Credo”では、全世界のグループ会社の従業員およびその家族の健康や幸福を大事にすることを表明している。
- 同社では、**健康経営に対する投資1ドルに対するリターンが3ドルになるとの調査結果**も出している。

J&Jの“Our Credo”

Our Credo

We believe our first responsibility is to the doctors, nurses and patients, to mothers and fathers and all others who use our products and services. In meeting their needs everything we do must be of high quality.

We must constantly strive to reduce our costs in order to maintain reasonable prices.

Customers' orders must be serviced promptly and accurately.

Our suppliers and distributors must have an opportunity to make a fair profit.

We are responsible to our employees, the men and women who work with us throughout the world. Everyone must be considered as an individual. We must respect their dignity and recognize their merit. They must have a sense of security in their jobs. Compensation must be fair and adequate, and working conditions clean, orderly and safe. We must be mindful of ways to help our employees fulfill their family responsibilities. Employees must feel free to make suggestions and complaints. There must be equal opportunity for employment, development and advancement for those qualified. We must provide competent management, and their actions must be just and ethical.

We are responsible to the communities in which we live and work and to the world community as well.

We must be good citizens — support good works and charities and bear our fair share of taxes.

We must encourage civic improvements and better health and education.

We must maintain in good order the property we are privileged to use, protecting the environment and natural resources.

Our final responsibility is to our stockholders. Business must make a sound profit. We must experiment with new ideas. Research must be carried on, innovative programs developed and mistakes paid for. New equipment must be purchased, new facilities provided and new products launched. Reserves must be created to provide for adverse times. When we operate according to these principles, the stockholders should realize a fair return.

Johnson & Johnson

健康経営への投資に対するリターン

- J & J がグループ世界250社、約11万4000人に健康教育プログラムを提供し、投資に対するリターンを試算。
- 健康経営に対する投資1ドルに対して、3ドル分の投資リターンがあったとされている。

投資リターン（3ドル）

- 生産性の向上**
欠勤率の低下
プレゼンティーズムの解消
- 医療コストの削減**
疾病予防による傷病手当支払い減
長期的医療費抑制
- モチベーションの向上**
家族も含め忠誠心と士気が上がる
- リクルート効果**
就職人気ランキングの順位上昇で採用が有利に
- イメージアップ**
ブランド価値の向上
株価上昇を通じた企業価値の

健康経営への投資額（1ドル）

- 人件費**
(健康・医療スタッフ・事務スタッフ)
- 保健指導等利用費、システム開発・運用費**
- 設備費**
(診療施設、フィットネスルーム等)

健康経営に係る顕彰制度について（全体像）

- 健康経営に係る**各種顕彰制度**を推進することで、優良な健康経営に取り組む法人を「見える化」し、従業員や求職者、関係企業や金融機関などから「**従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる企業**」として社会的に評価を受けることができる環境を整備する。
- 各地域においても、自治体等による健康経営の顕彰制度が広がっている。

全国規模の取組

【 大企業 等 】



健康経営銘柄

健康経営銘柄
Health and Productivity

33社

健康経営優良法人

健康経営優良法人
Health and productivity
ホワイト500

健康経営に取り組む法人・事業所
(日本健康会議 宣言4)

500法人

健康経営度調査への回答

大企業・大規模医療法人 等

【 中小企業 等 】



健康経営優良法人
Health and productivity

健康経営優良法人

健康宣言に取り組む法人・事業所
(日本健康会議 宣言5)

30,000法人

中小企業・中小規模医療法人 等

自治体における取組

(例)

※ヘルスケア産業課調べ

- 青森県 健康経営認定制度
 - ・ 県入札参加資格申請時の加点
 - ・ 求人票への表示
 - ・ 県特別補償融資制度
- 静岡県 ふじのくに健康づくり推進事業所宣言
 - ・ 県によるPR
 - ・ 取組に関する相談・支援
 - ・ 知事褒章への推薦案内 等

首長による表彰

地方自治体による表彰

・認定（登録）

地域の企業 等

「健康経営銘柄」の選定

- 平成27年3月、初代となる「**健康経営銘柄**」を選定以後、主要な新聞社やテレビ放送において「健康経営」を取り上げる機会が大幅に増加。
- 平成31年2月には、第5回となる「**健康経営銘柄2019**」として**28社業種37社を選定**。選定に用いる**健康経営度調査**には、**過去最高の1,800法人からの回答**があり、社会からの関心の高まりが見受けられる。



＜健康経営アワード2019の様子＞

- (上) 左から主催者の東京証券取引所 岩永取締役、
関経済産業副大臣、プレゼンターの青木 愛 氏
(左) 健康経営銘柄2019選定企業によるフォトセッション

「健康経営優良法人2019」の認定

- 日本健康会議が「健康経営優良法人2019」を認定。
- 3回目の認定となる今回は、**大規模法人部門に820法人、中小規模法人部門に2,503法人が認定**され、前回から大規模法人で約1.5倍、中小規模法人部門では約3倍の認定数となった。
(平成31年3月1日現在)

<「健康経営優良法人2019(大規模法人部門)」代表法人 認定証授与>



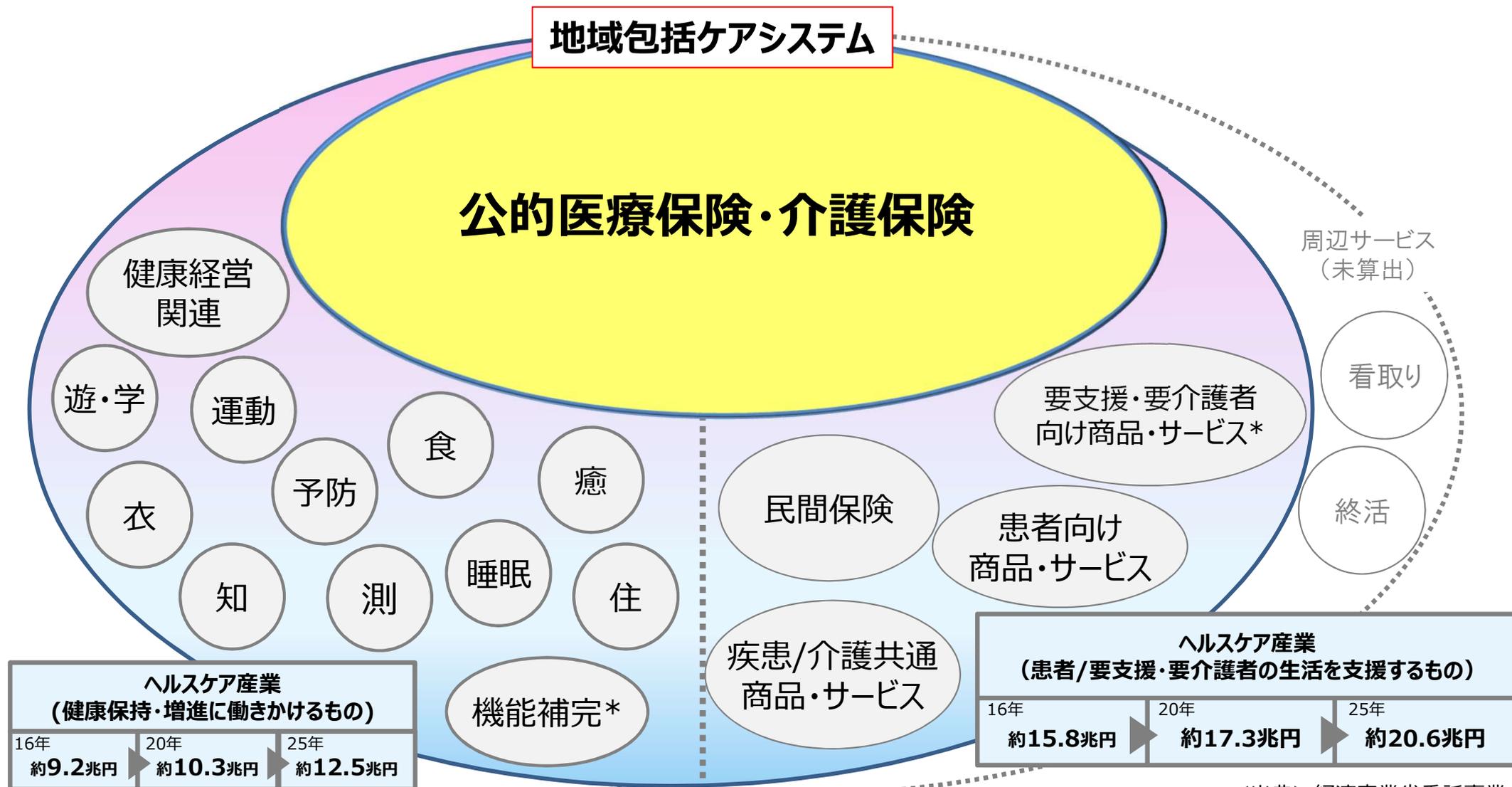
<「健康経営アワード2019」の様子 (第2部 パネルディスカッション) >



3. ヘルスケアビジネスの需要創出と 経済産業省の支援

ヘルスケア産業（公的保険外サービスの産業群）の市場規模（推計）

- ヘルスケア産業（公的保険を支える公的保険外サービスの産業群）の全体像を整理した上で、民間調査会社等が既に試算している各産業分野の市場規模を集計し、現状及び将来の市場規模を推計。2016年は約25兆円、2025年には約33兆円になると推計された。
- 今後、ヘルスケア産業政策の動向等を踏まえ、随時見直しを行っていく。



【参考】ヘルスケア産業（公的保険外サービスの産業群）の市場規模（推計）の内訳

- 2016年のヘルスケア産業市場規模は、約25兆円、2025年には約33兆円になると推計された。
- ただし、今後、新たに産業化が見込まれる商品やサービス等（例えば健康志向住居や健康関連アドバイスサービス）は含んでいない。

ヘルスケア産業 (健康保持・増進に働きかけるもの)		16年 約9.2兆円	25年 約12.5兆円
健康経営を支えるサービス	2016年 5,600億円	▶	2025年 7,600億円
✓ 健診事務代行 ✓ メンタルヘルス対策 等			
食	2016年 3兆2,000億円	▶	2025年 4兆1,600億円
✓ サプリメント・健康食品 ✓ OTC・医薬部外品 等			
知	2016年 300億円	▶	2025年 600億円
✓ ヘルスケア関連アプリ ✓ ヘルスケア関連書籍・雑誌 等			
測****	2016年 1兆200億円	▶	2025年 1兆1,200億円
✓ 検査・健診サービス ✓ 計測機器 等			
癒	2016年 4,000億円	▶	2025年 5,200億円
✓ エステ・リラクゼーションサービス ✓ リラクゼーション用品 等			
運動	2016年 7,100億円	▶	2025年 1兆5,900億円
✓ フィットネスクラブ*** ✓ トレーニングマシーン 等			
住	2016年 1,000億円	▶	2025年 1,300億円
✓ 健康志向家電・設備			
睡眠	2016年 1,500億円	▶	2025年 1,900億円
✓ 機能性寝具			
遊・学	2016年 2兆3,800億円	▶	2025年 3兆2,000億円
✓ 健康志向旅行・ヘルスツーリズム			
機能補完*	2016年 2,700億円	▶	2025年 3,400億円
✓ メガネ・コンタクト 等			
予防(感染予防)	2016年 3,600億円	▶	2025年 4,000億円
✓ 衛生用品 ✓ 予防接種**** 等			
衣	2016年 -	▶	2025年 -
✓ 健康機能性衣服 等 ※当該項目についてはデータ収集が困難であり推計していない。			

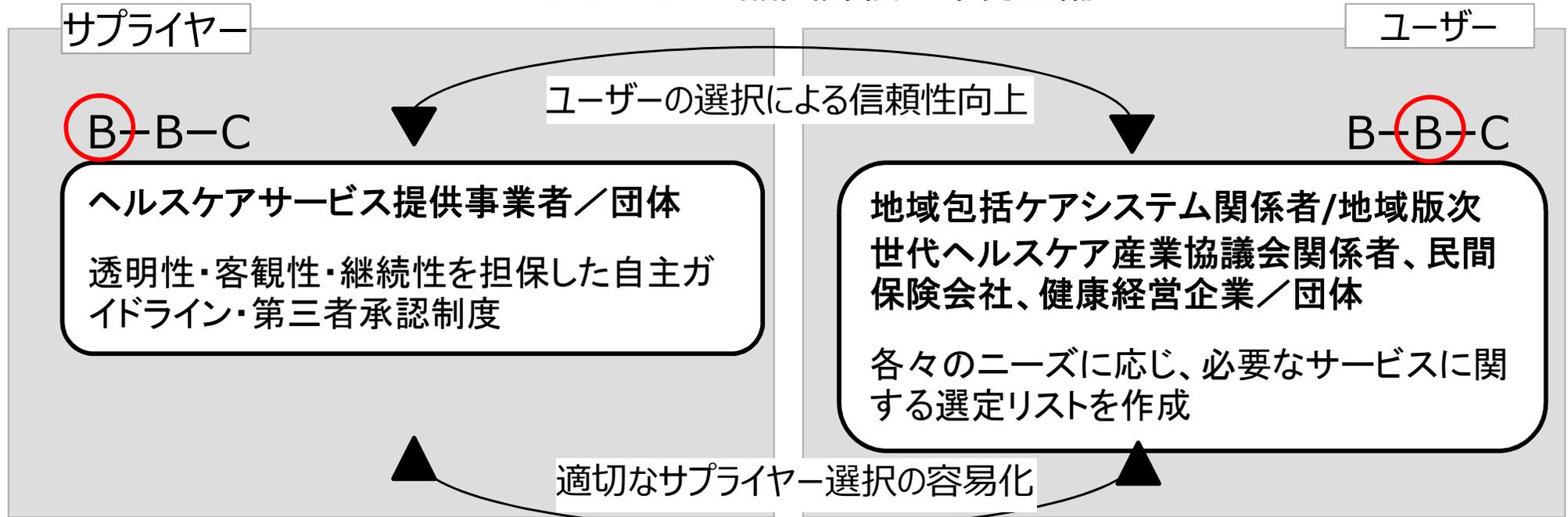
ヘルスケア産業 (患者/要支援・要介護者の生活を支援するもの)		16年 約15.8兆円	25年 約20.6兆円
保険	2016年 7兆2,200億円	▶	2025年 9兆3,600億円
✓ 第三保険			
患者向け商品・サービス**	2016年 600億円	▶	2025年 1,000億円
✓ 病者用食品 等			
要介護/支援者向け商品・サービス	2016年 8兆3,800億円	▶	2025年 10兆8,600億円
✓ 介護用食品**介護旅行/支援付旅行 ✓ 介護住宅関連・福祉用具* 等			
疾患/介護共通商品・サービス	2016年 1,200億円	▶	2025年 2,300億円
✓ 高齢者向け食事宅配サービス			
終活			
周辺サービス			
看取り			

*: 保険内外の切り分けが困難であり一体として試算
 **: 施設向け/個人向けの区分が困難であり一体として試算
 ***: 要支援・要介護者向けサービスの切り分けが困難であり一体として試算
 ****: 自治体/企業等の補助と個人負担の切り分けが困難であり一体として試算

ヘルスケアサービスの社会実装に係る取組（品質評価の環境整備）

- ヘルスケアサービスの普及に向けては、適切な品質評価が必要。一部の業種では自主的な認証制度等が整備されているが、今後は、業界ごと／業界横断の自主的な基準整備等を促しつつ、将来的に、継続的な品質評価を可能とする環境整備が重要。

<ヘルスケアサービスの品質評価の環境整備>



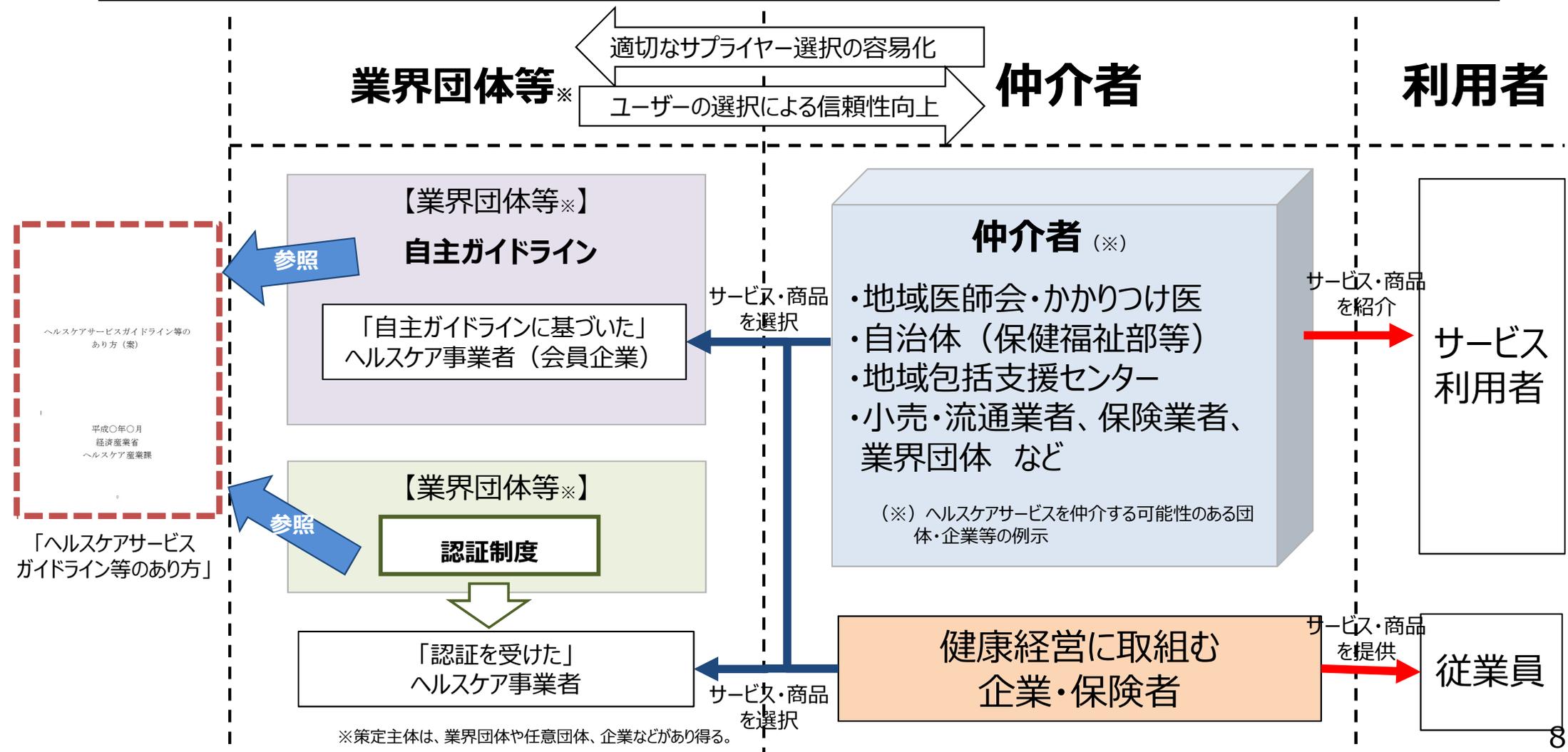
【国によるサポート】

- ヘルスケアサービスを提供している業種のリストアップ
- 望ましい認証制度やガイドラインのあり方の提示
- 認証制度、ガイドライン、選定リスト活用支援

「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」の位置づけ

- 「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」は、ヘルスケアサービスを提供する事業者が属する業界団体が自主的に策定するガイドライン等に対してあり方を示すもの。
- 業界自主ガイドライン等に基づき一定の品質が確保されたヘルスケアサービスが、仲介者に選択されることにより、利用者（消費者）が安心してサービスを利用できる環境の整備を図っていく。

ヘルスケアサービスが仲介者や利用者から選択される仕組み（流通構造）のイメージ



「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」〈概要〉

「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」の概要

- 策定の背景：①業界団体と仲介者との間（いわゆるB-B）における望ましい流通構造の構築
②ヘルスケアサービスの品質評価の仕組みの構築
- 指針の対象：業界団体が策定する業界自主ガイドライン等
- 指針の内容：業界団体が業界自主ガイドラインを策定・改定する際に踏まえるべき観点をまとめたもの

◆業界自主ガイドライン策定において踏まえるべき3つの観点

透明性…指針5. (ア)

- ・透明で中立的な場における議論等を経て、策定及び公表されるべき
- ・社会的責任に関わる情報（倫理規程や利益相反規程等）の策定や開示を求めるべき

客観性…指針5. (イ)

- ・事業者が自身のヘルスケアサービスによる健康の保持増進や介護予防の効果（安全性に関するものも含む。）を関係法令等を遵守した上で提示する場合、その効果の裏付けとなる根拠を開示する体制の整備を求めるべき
- ・根拠については、用語の定義や情報源、対象者、測定方法等を明確に示すことで、健康の保持増進や介護予防の効果の信頼性を確保することを求めるべき

継続性…指針5. (ウ)

- ・継続性を示すため、人的資源や財務基盤がどの程度用意されているのかを示すことを求めるべき
- ・サービスの提供を中止する場合に備え、当該サービスの補償や事業者における対応等を事業者が利用者と契約締結前に明らかにすることを求めるべき

◆健康寿命の延伸に資する基本的な考え方

- ヘルスケアサービスが健康寿命の延伸に寄与するという妥当性を仲介者や利用者に示す上で、その前提となる「健康寿命の延伸に資する基本的な考え方」を例示

考え方の例：①病状遷移のフロー図 ②健康日本21（第2次）概念図、栄養・運動・こころの健康・高齢者の健康の目標設定の考え方
③認知症の容態に応じた適時・適切な医療・介護等の提供（新オレンジプラン） ④高齢者の保健事業の目標設定の考え方（高齢者の特性を踏まえた保健事業ガイドライン） 等

- 「健康寿命の延伸に資する基本的な考え方」を踏まえたヘルスケアサービスの活用が促進され、健全なヘルスケア産業の発展に資することを期待

【参考】「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」の今後について

「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」を普及促進するための今後のスケジュール（予定）

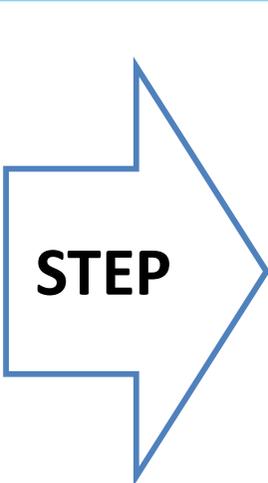
- 3月29日 次世代ヘルスケア産業協議会 第11回新事業創出WG
「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」を取りまとめ
- 4月12日 第8回次世代ヘルスケア産業協議会
「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」を報告
- ~今夏 ①業界団体に対する「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」の周知・説明、②業界自主ガイドラインの策定支援、③「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」を踏まえた業界自主ガイドラインのリスト化
- 今秋~ 仲介者（団体）等に対する「ヘルスケアサービス等のあり方」の周知・説明、業界自主ガイドラインリストの周知 など

4. 認知症対策に関する官民連携の枠組み構築 に向けて

認知症対策の社会実装に向けたステップ

【目的】

- 認知症対策については、医療・介護関係者を中心とした活動が進められてきたところであり、そうした取組は引き続き重要。
- 他方、認知症は、認知症の人の増加や、関連する社会的費用も踏まえると、幅広い生活産業との連携が求められ、新たな機器・サービスの開発・普及が必要。
- こうした観点から、進行抑制・自立支援等に関する取組の実態把握を行い、「既に一定の効果が認められるもの」「有望であり、実証が必要なもの」等を整理し、**関連協議会を通じた発信**や**実証事業での評価指標の策定**を通じ、社会実装を促進。



STEP

① **実態把握**

→企業・自治体・介護施設・アカデミア等における取組や、ニーズ・シーズに関する実態を把握する。

② **現状整理**

→把握した実態について、既に一定の効果が認められるものと、有望かつ実証が必要なもの等に整理・分類する。

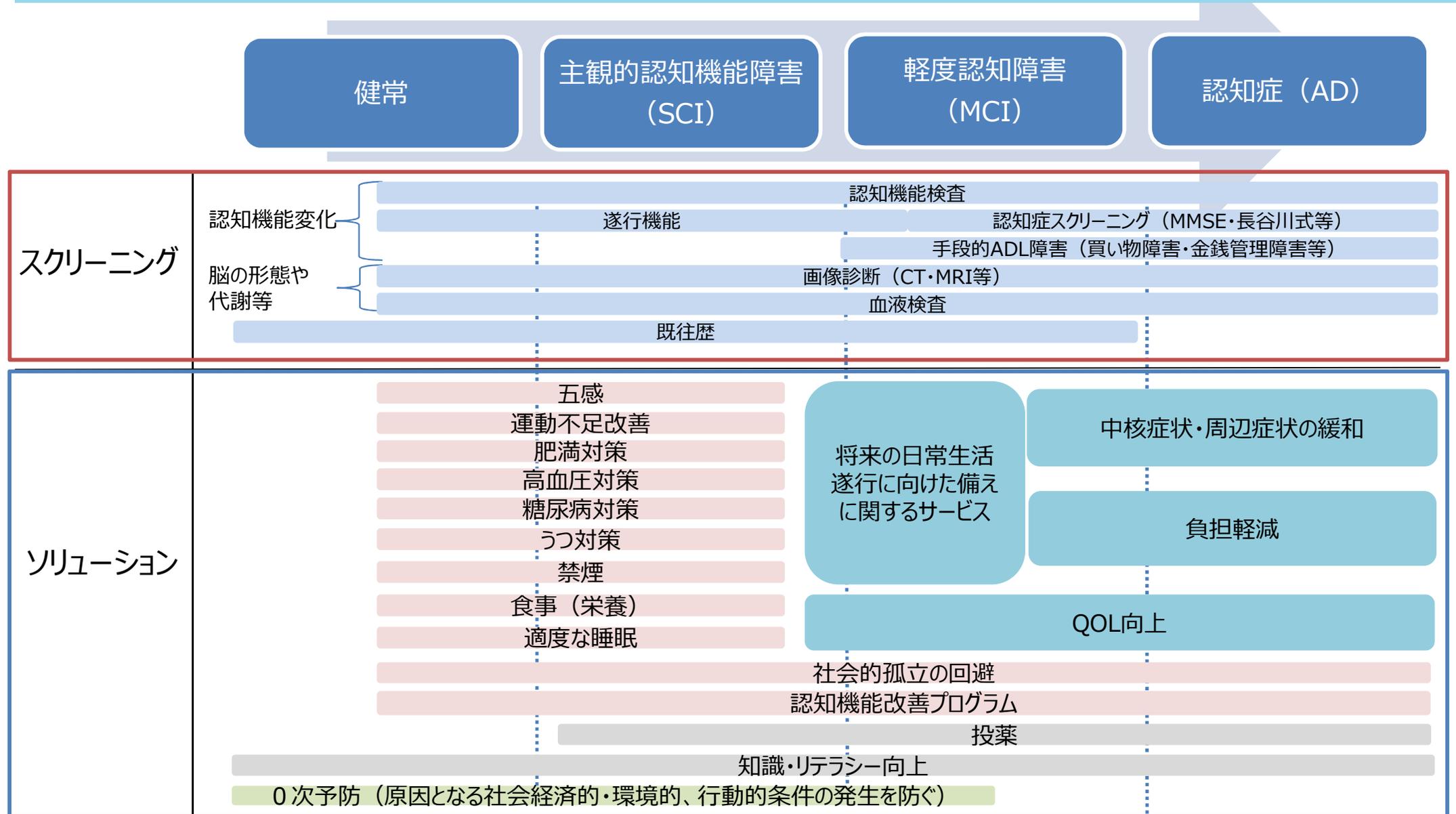
③ **社会実装の促進**

→政府の取組等での発信

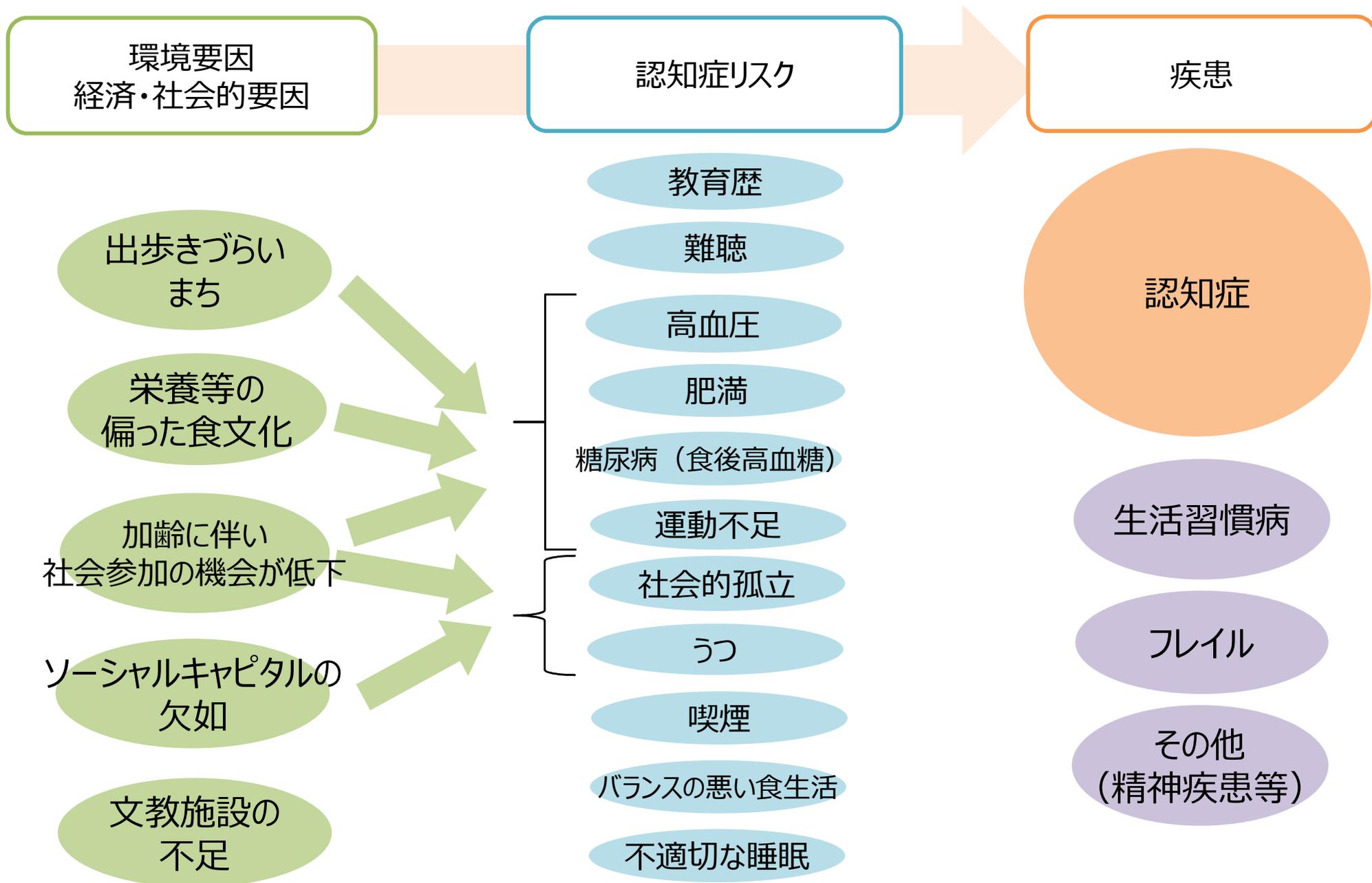
実証に関する研究開発事業 →AMED実証を通じた評価指標の策定

スクリーニング、ソリューションの整理

- 認知症対策について、スクリーニング・ソリューションの全体像を整理。

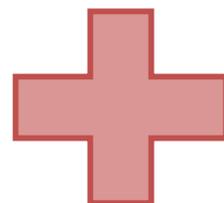
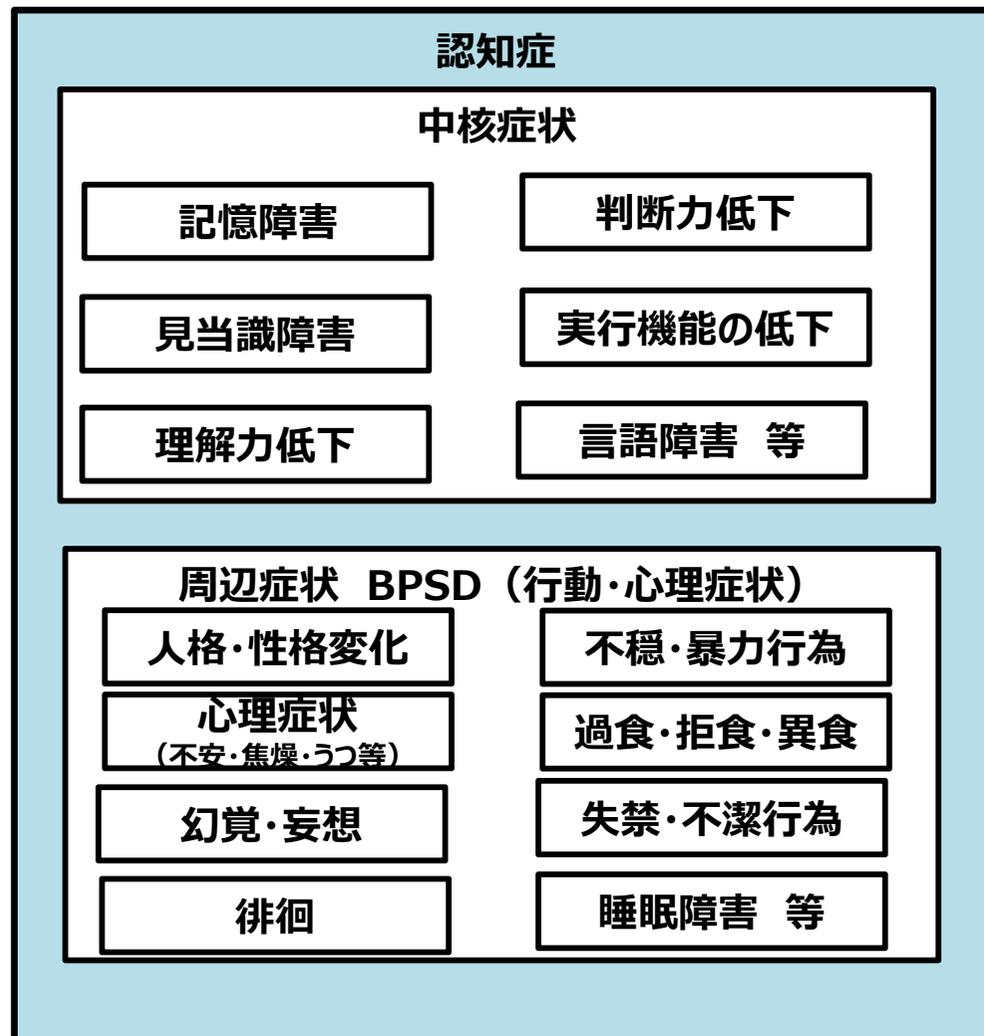


主な環境要因・リスクの整理イメージ



自立支援・社会受容のイメージ

- 自立支援・社会受容の領域においては、主に認知症の症状の緩和・対処、介護負担の軽減・本人QOL（意思決定支援 等）の向上をターゲットとする。



**QOLの向上
(意思決定支援 等)**

介護負担の軽減

実証の方向性

- 認知症分野ではリスク低減・進行抑制や自立支援・社会受容についてニーズが高まっており、一部の事業者が関連のサービスや製品を提供する中で、製品・サービスの効果について事業者等が独自に実証結果・エビデンスを提示しているが、評価指標（認知機能検査、脳画像等）や評価手法（対象者、介入期間等）がばらばらな状況で、効果の比較が難しい状況である。
- そのため、本事業を通じて、個別の介入手法の効果の統計的有意性を確認するための評価指標・手法（メソロジー）について、科学的に適切で、非医療関係者でも広く活用可能なレベルで立証されたものの確立を目指す。

<参考> プロジェクトイメージ

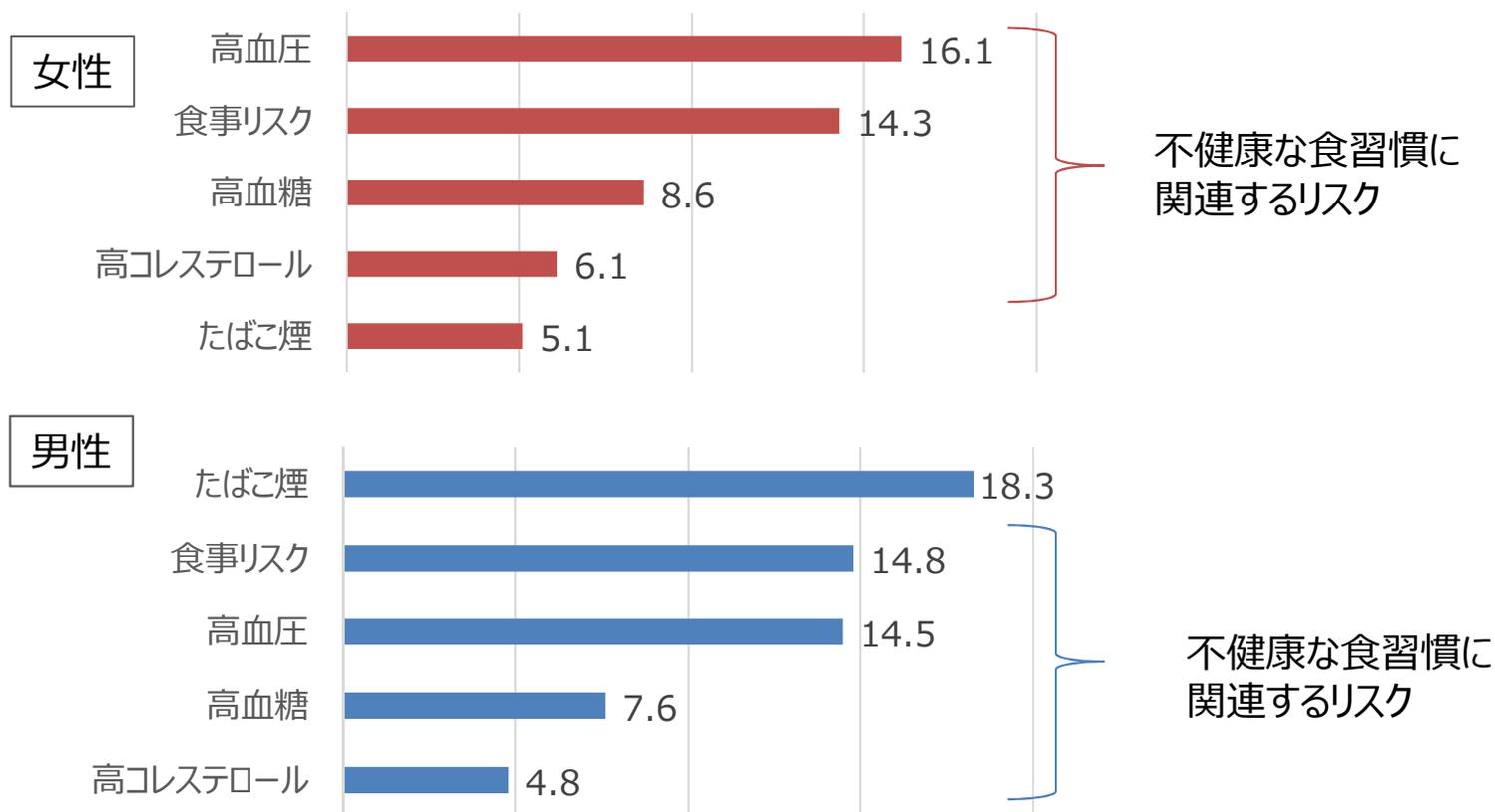
- 代表研究者を中核とした研究コンソーシアムで実施（アカデミア・民間企業・医療介護関係者・自治体等）。テーマごとに研究コンソーシアムにおいてラウンドテーブルを開催し、民間による実証結果やアカデミアの研究成果を収集し、評価手法の確立を目指す。その際、必要に応じてフィールドを設定し、国が被験者のリクルート等に関与することで、各社による集中的な実証を促す。

5. 食と健康の社会実装について

1. 不健康な食習慣のリスク

- 「不健康な食習慣」は「代謝リスク」、「たばこ煙」と並ぶ主要な健康リスク。
- 「不健康な食習慣」に食習慣と関係の深い「代謝リスク（高血圧、高血糖、高コレステロール）」を含めると健康リスクの4割以上をしめる。

リスク因子別の死亡への寄与割合（%）



2. 健康課題（リスク）としての「食」へのアプローチ

- 喫煙に対しては大規模キャンペーンが奏功。
- 不健康な食について、十分にアプローチできているか？

受動喫煙防止法

受動喫煙防止法が成立、100平方メートル以下の既存飲食店は例外 32年4月から全面实施

2018.7.18 11:36

受動喫煙問題

受動喫煙の対策強化を盛り込んだ健康増進法改正案は、18日の参院本会議で採決され、自民、公明両党などの賛成多数で可決、成立した。ホテルの客室以外の場所や飲食店など多くの人が利用する施設や店舗は原則屋内禁煙とし、喫煙専用室での喫煙を可能にしたのが柱。東京五輪・パラリンピック開催に先立つ平成32（2020）年4月1日から全面实施に移す。

焦点だった飲食店については、個人経営または資本金5000万円以下の中小企業で客席面積100平方メートル以下の既存飲食店は、店頭で「喫煙」などと表示すれば、喫煙専用室がなくても喫煙を認めた。厚生労働省は、規制の例外となる飲食店が全体の約55%と推計している。

（出典）読売新聞 2018年7月18日

分煙活動



東京都受動喫煙防止条例

東京都受動喫煙防止条例

目次

前文

第一章 総則（第一条～第七条）

第二章 受動喫煙を防止するための措置（第八条～第十九条）

第三章 罰則（第二十条～第二十二條）

附則

受動喫煙が健康に及ぼす影響は大きく、がん、虚血性心疾患、脳卒中等の発症との関連や、母子においては乳幼児突然死症候群の危険性が高まるなど、健康に悪影響を及ぼすことが科学的に明らかにされている。

全ての都民が生涯を通じて健やかで豊かな生活を送ることができるようにするためには、受動喫煙が健康に及ぼすこうした悪影響について、都民一人一人が正しく理解することが必要である。

東京都は、都民の健康増進を一層図る観点から、受動喫煙を自らの意思で避けることが困難な者に対し、受動喫煙を生じさせることのない環境を整備するとともに、受動喫煙に対する都民の理解の促進に努めなければならない。

このような認識の下に、どこに住んでいても、生涯にわたり健やかに暮らせる社会の実現を目指し、この条例を制定する。

第一章 総則

（目的）

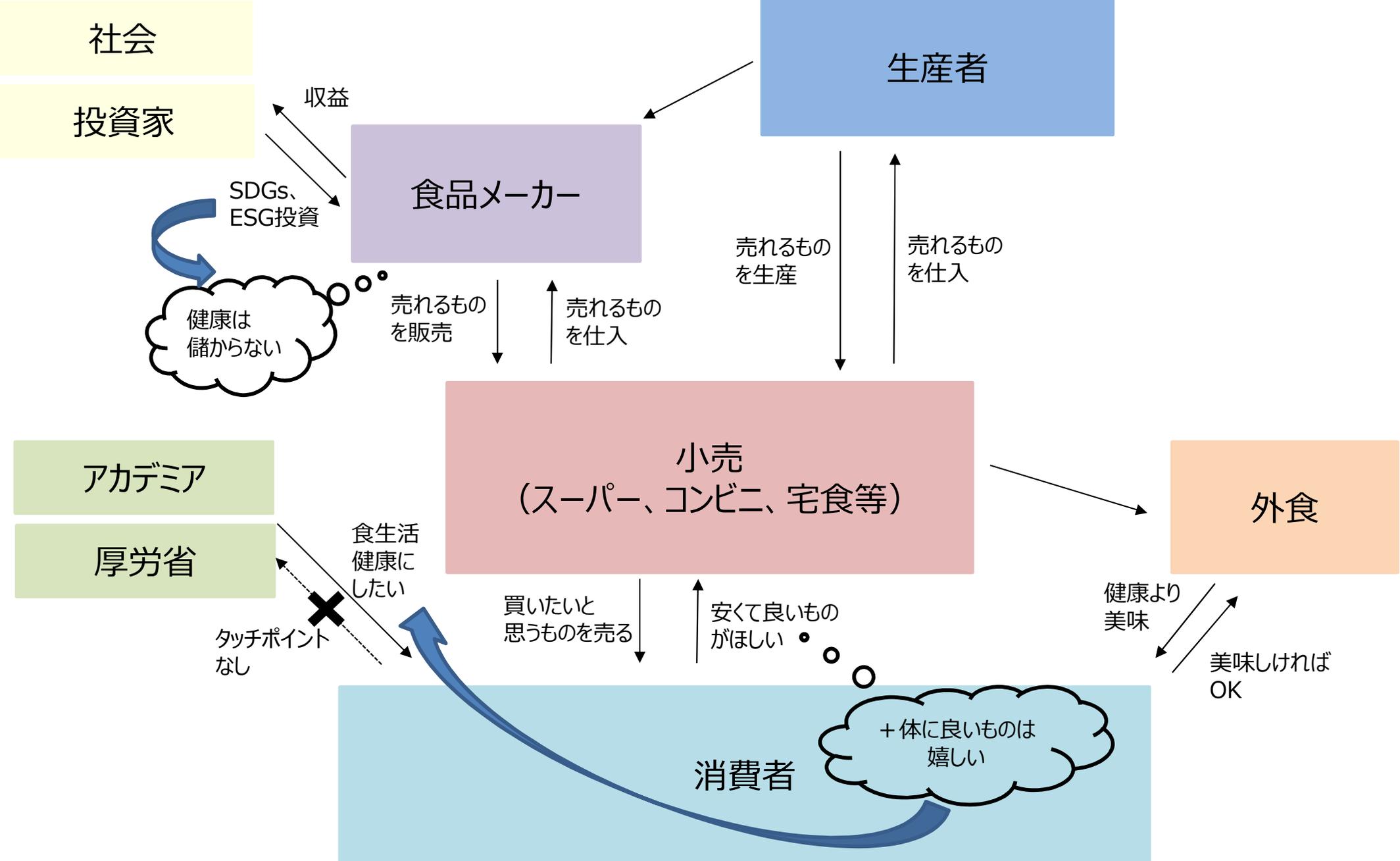
第一条 この条例は、東京都（以下「都」という。）、都民及び保護者の責務を明らかにするとともに、都民が自らの意思で受動喫煙を避けることができる環境の整備を促進することにより、受動喫煙による都民の健康への悪影響を未然に防止することを目的とする。

（定義）

第二条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- 一 たばこ たばこ事業法（昭和五十九年法律第六十八号）第二条第三号に掲げる製造たばこであって、同号に規定する喫煙用に供されるもの及び同法第三十八条第二項に規定する製造たばこ代用品をいう。
- 二 喫煙 人が吸入するため、たばこを燃焼させ、又は加熱することにより煙（蒸気を含む。以下同じ。）を生じさせることをいう。
- 三 受動喫煙 人が他人の喫煙によりたばこから発生した煙にさらされることをいう。
- 四 特定施設 第一種施設、第二種施設及び喫煙目的施設をいう。
- 五 第一種施設 多数の者が利用する施設（敷地を含む。以下同じ。）のうち、次に掲げるものをいう。イ 学校、病院、児童福祉施設その他の受動喫煙により健康を損なうおそれが高い者が主として利用す

3. 食に関わるステークホルダーマップ

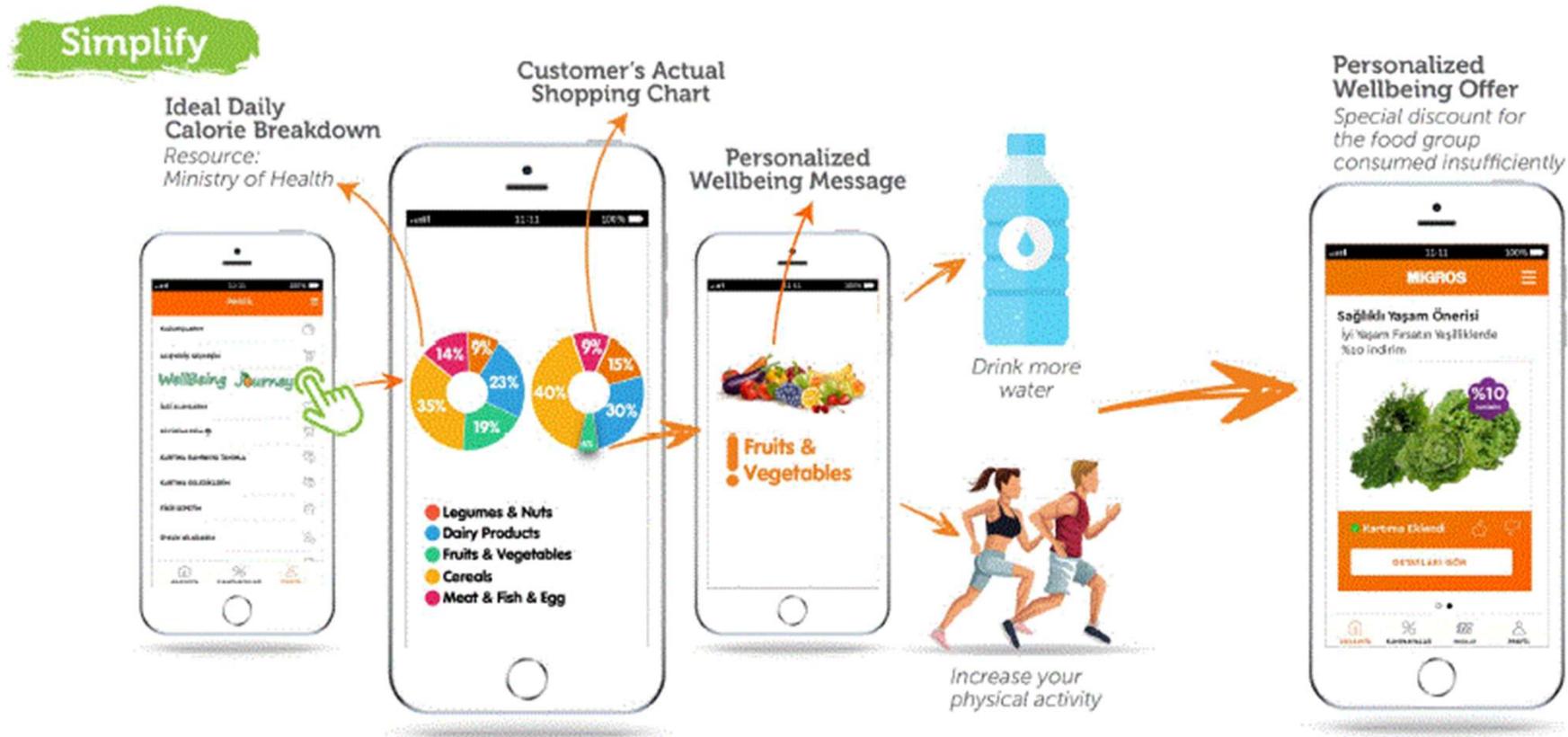


4. 世界的には示唆に富むイノベーションの社会実装の例が生まれ始めている

配布者限り

Migros (トルコのスーパーマーケット)

- 食材を①豆、ナッツ類、②乳製品、③果物、野菜、④穀類、⑤肉、魚、卵、の5種に分類。
- 顧客の過去3ヶ月の購買データから5種類の食材のバランスを円グラフにしてスマホアプリで表示。
- 左隣に理想の食材バランスが表示されて比較可能。不足している食材は10%値引きで提案。



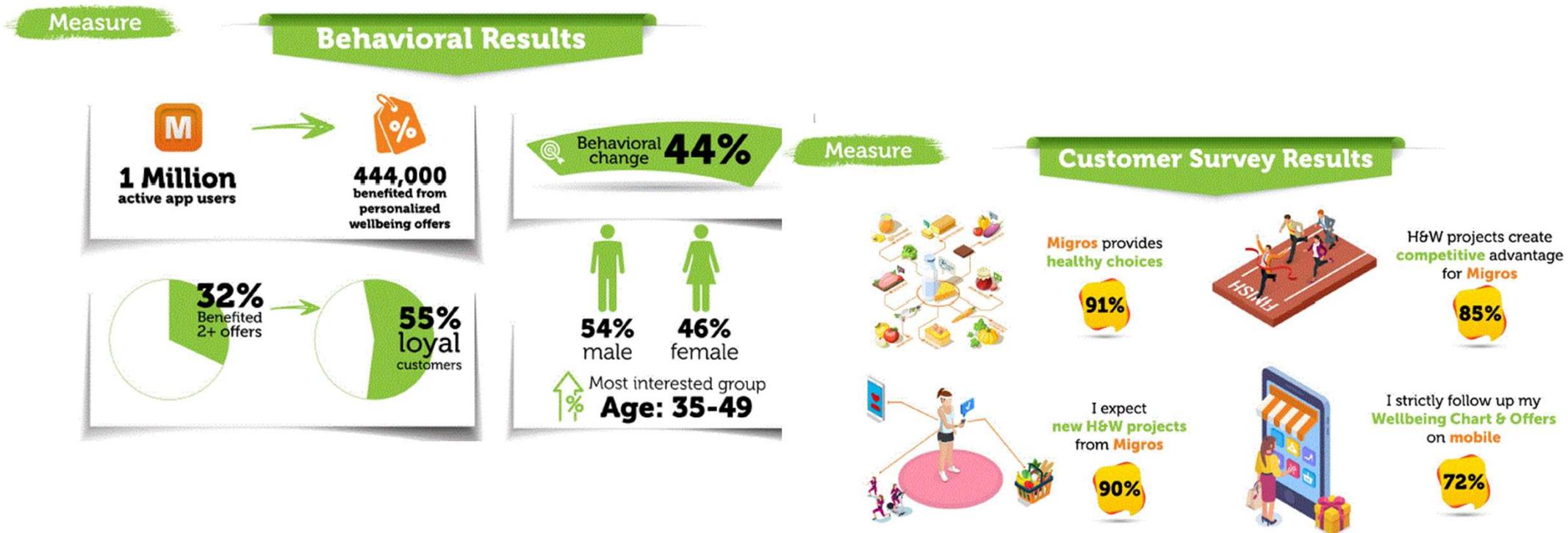


4. 世界的には示唆に富むイノベーションの社会実装の例が生まれ始めている

配布者限り

Migros (トルコのスーパーマーケット)

- 100万人がアクティブユーザーとして登録。
- うち44%が行動変容。
- 72%がスマホアプリの円グラフとオファーに厳格に従っていると回答



(出典) Migros提供資料

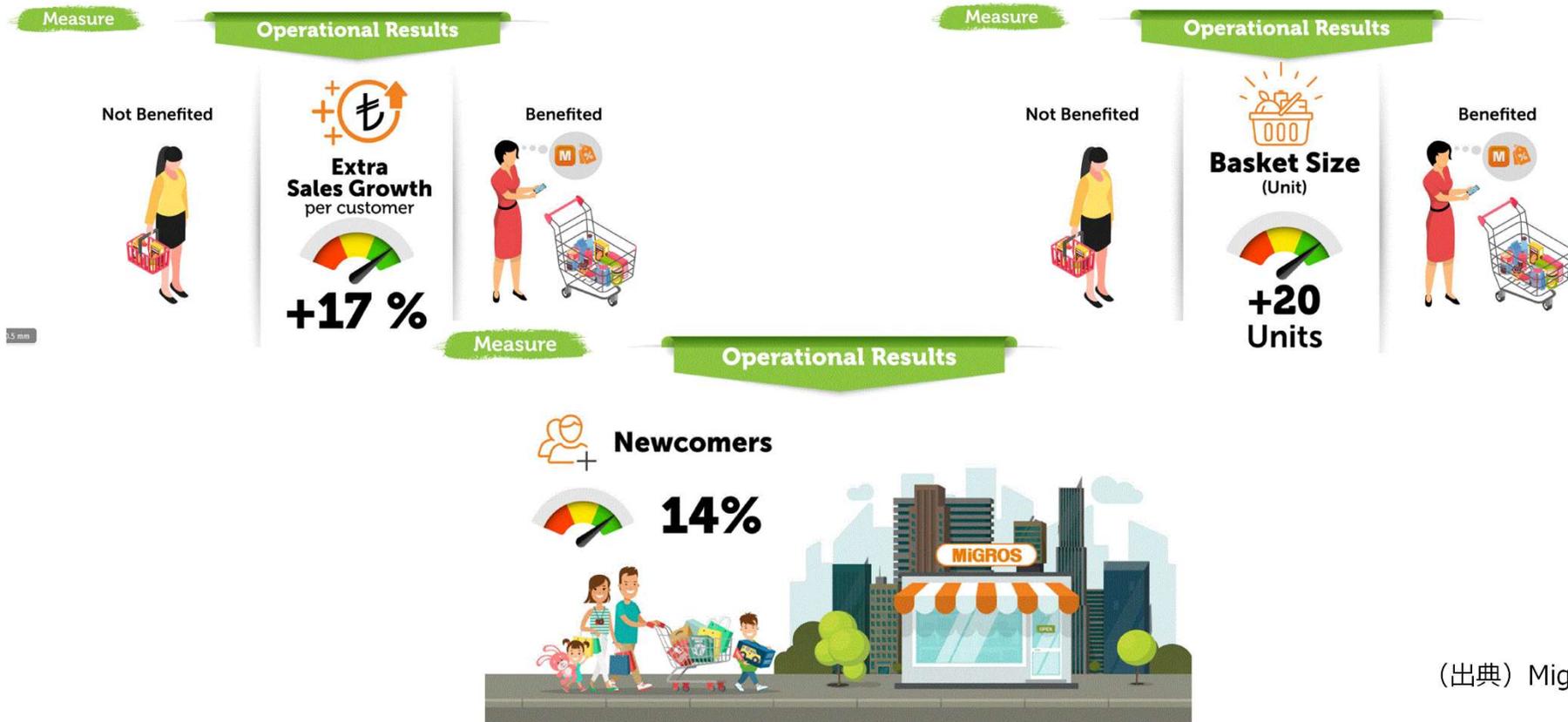
4. 世界的には示唆に富むイノベーションの社会実装の例が生まれ始めている

配布者限り

Migros (トルコのスーパーマーケット)

・業績へのインパクトとしては以下の通り

- アプリ利用顧客の一人当たり売上高は17%増加
- アプリ利用顧客の一人当たり購入点数は20点増加
- 顧客数は14%増加



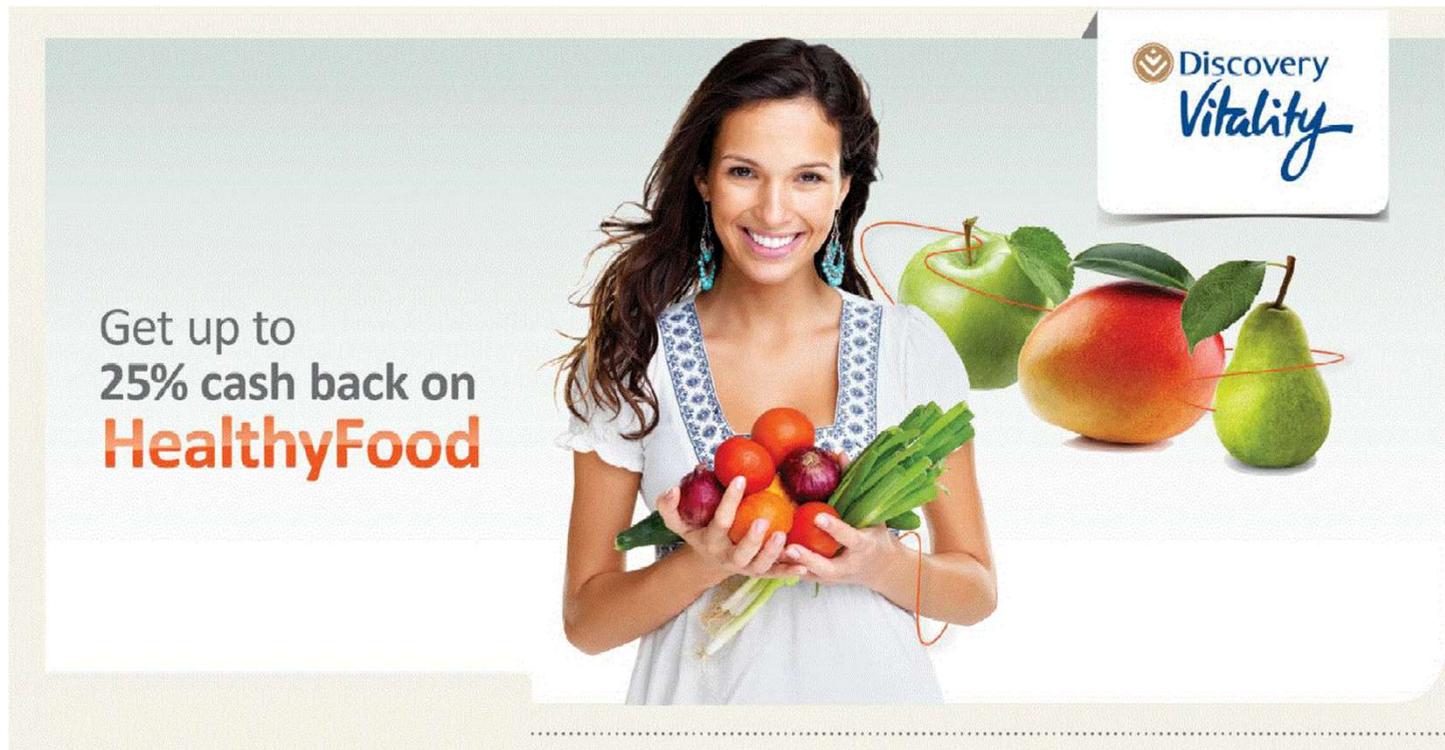
(出典) Migros提供資料

4. 世界的には示唆に富むイノベーションの社会実装の例が生まれ始めている

配布者限り

Vitality

- 南アフリカでDiscovery社が提供する健康増進型保険Vitalityでは提携スーパーで扱う健康な食材が指定されている。
- 顧客はそれら健康な食材の購入額に応じてポイントが貯まり、最終的にはキャッシュバックの特典を受けられる。
- この他に外食においても提携しているレストランで健康なメニューをオーダーするとポイントが貯まる。



(出典) Discovery公表資料



4. 世界的には示唆に富むイノベーションの社会実装の例が生まれ始めている

配布者限り

Health Star Rating (オーストラリア)

- ・食品パッケージの表に1/2から5つ星で栄養成分を評価。
- ・違いが紛らわしい同種の食品のなかでより健康な食品を選んでもらうことと目指す。
- ・格付けは、エネルギー量、リスク栄養素（飽和脂肪酸、塩分、糖類等）、健康栄養素（植物繊維、タンパク質、果実類、野菜、ナッツ・豆類等）の含有量から算出するアルゴリズムから導かれる。

Advertisement

**The Health Star Rating.
The more stars, the healthier
the choice. Simple.**

Choosing healthier food is getting easier with the introduction of Health Star Ratings on the front of many packaged foods. Ranging from 1/2 to 5 stars, Health Stars help you make healthier choices at a glance. The number of stars is based on energy, nutrients such as saturated fat, sugars, sodium and protein, and the fruit and vegetable content. To find out more, visit www.healthstarrating.gov.au

The Health Star Rating | A joint Australian, State and Territory governments initiative in partnership with industry, public health and consumer groups.

The more stars, the healthier.

Authorised by the Australian Government, Capital Hill, Canberra.

(出典) オーストラリア政府公表資料



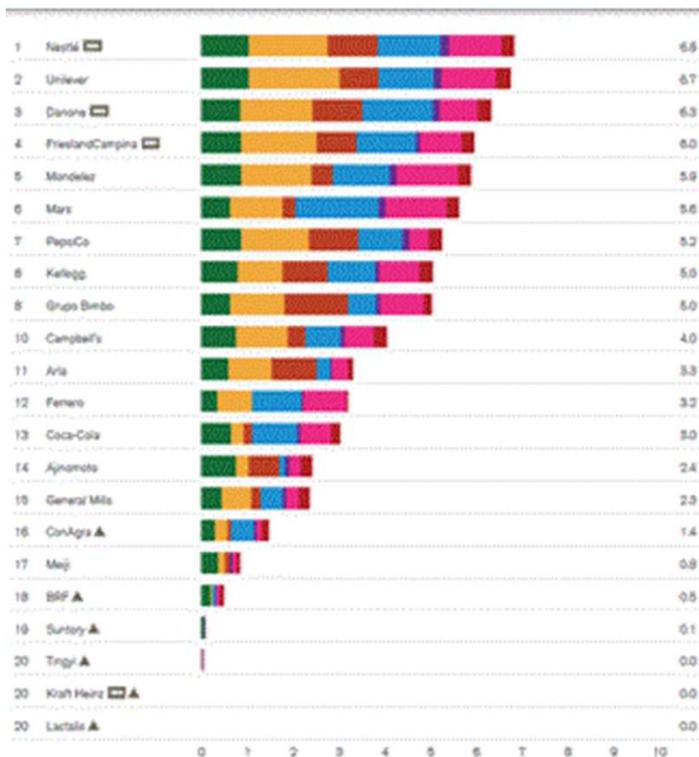
4. 世界的には示唆に富むイノベーションの社会実装の例が生まれ始めている

配布者限り

ATNI

- 世界の栄養状態の改善を目指して、世界的な食品メーカーの製品ポートフォリオや取組を栄養面からスコア化してランキングを公表。
- 肥満と栄養失調の両方に対応。

2018 Global Index ranking



1 Nestlé scores 6.8 (second in 2016)
 2 Unilever scores 6.7 (first in 2016)
 3 Danone scores 6.3 (third in 2016)

~ Average score improved: 2.5 in 2016 to 3.3 in 2018.

9 No. of companies that score 5 or more vs. only 2 in 2016.

↑ Companies showing biggest increase in score: FrieslandCampina and Kellogg

↓ Two companies' scores decreased: General Mills and BRF

Assessed against the BMS methodology. An adjustment based on the BMS score is incorporated in the overall score.
 ▲ Did not provide information to ATNI

(出典) Access to Nutrition Fund (ATNF) 提供資料

4. 世界的には示唆に富むイノベーションの社会実装の例が生まれ始めている

配布者限り

CIA

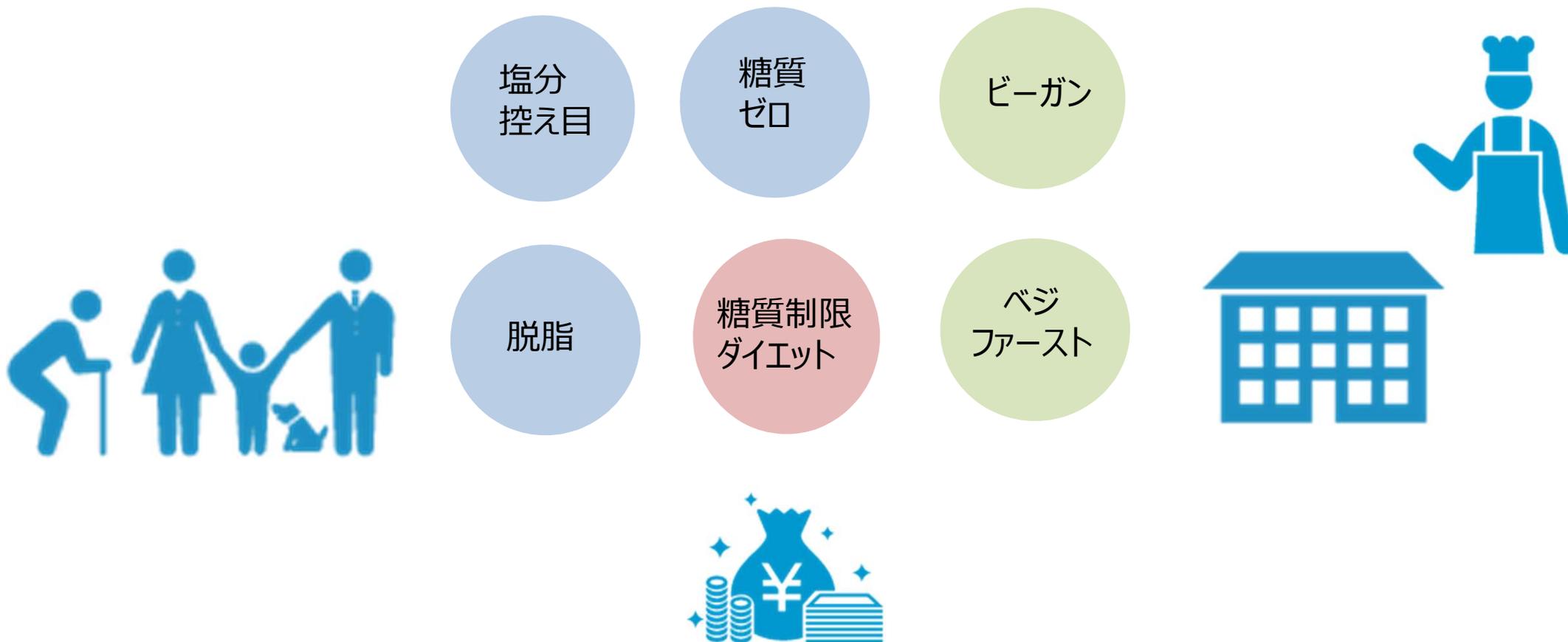
- 食のハーバードといわれるCulinary Institute of Americaではハーバード大学公衆衛生学科と提携して健康で美味しい食を伝授するHealthy Kitchens, Healthy Livesプログラムを提供。



(出典) Culinary Institute of America公表資料

5. 企業も健康は商機ととらえている

- 脱塩糖脂、糖質ダイエット、ベジファースト、ビーガン等のキャンペーン
- 食品メーカー、食品スーパー、外食産業は健康をマネタイズできる数少ない産業なのではないか。= 人々に行動変容を促すのに絶好の立ち位置にいる。



6. 購買行動を通じて人々を健康にすることはできないか。

- 買い物をしない人はいない。
- 買い物は金銭決済なのでデータが残る。
- 買い物は金銭決済なので価値還元しやすい。(ポイント還元、値引き等)
- 買い物はコミュニケーションである。(ラベル表示)

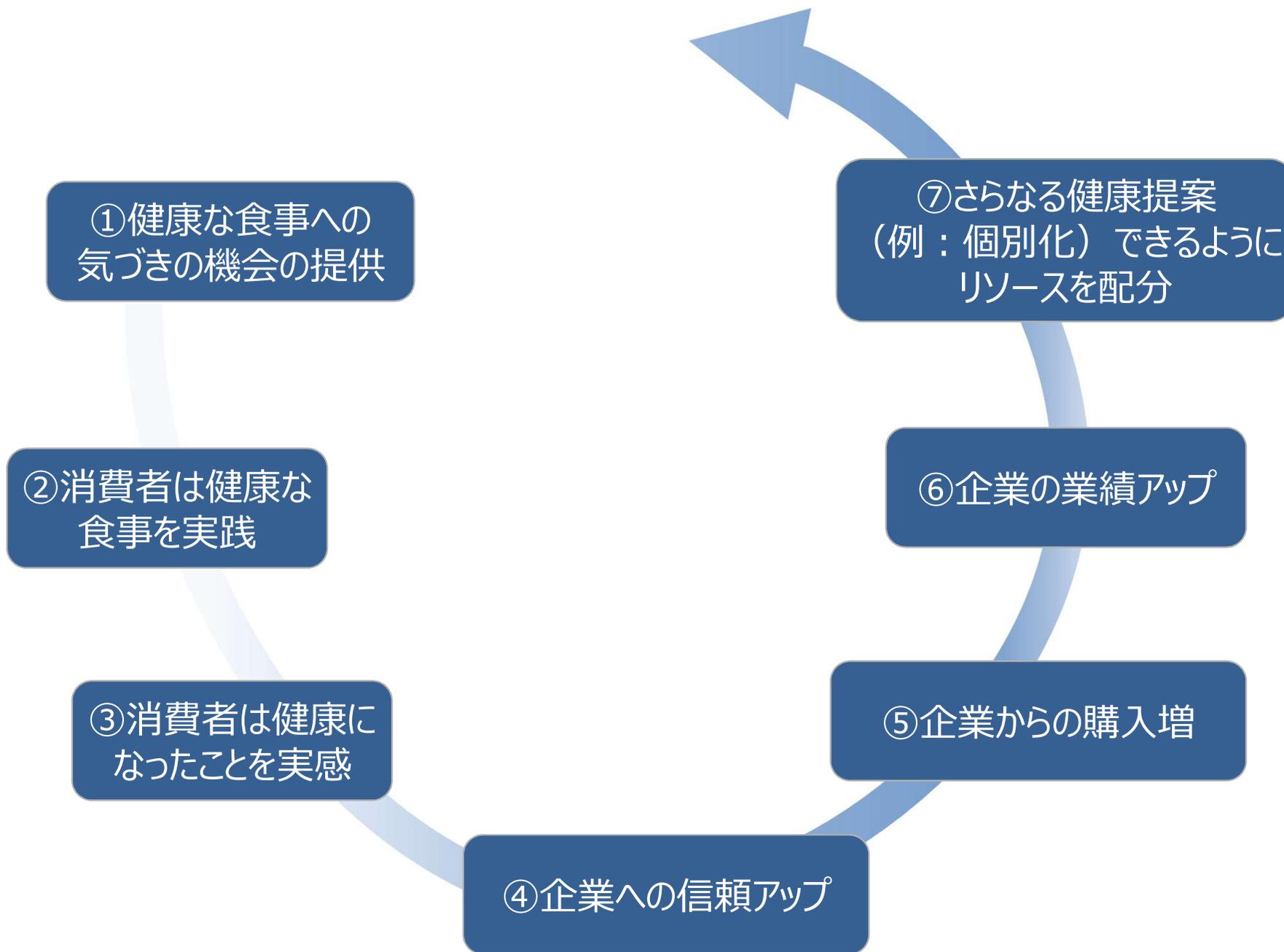
⇒その際に栄養学会、疫学会による指針と政府による支持が呼び水となるのではないか。

“Government endorsement is critical.” By migros

⇒消費者へのタッチポイントを有する食品メーカー、小売と公衆衛生、栄養学会を巻き込んだムーブメントにできないか。

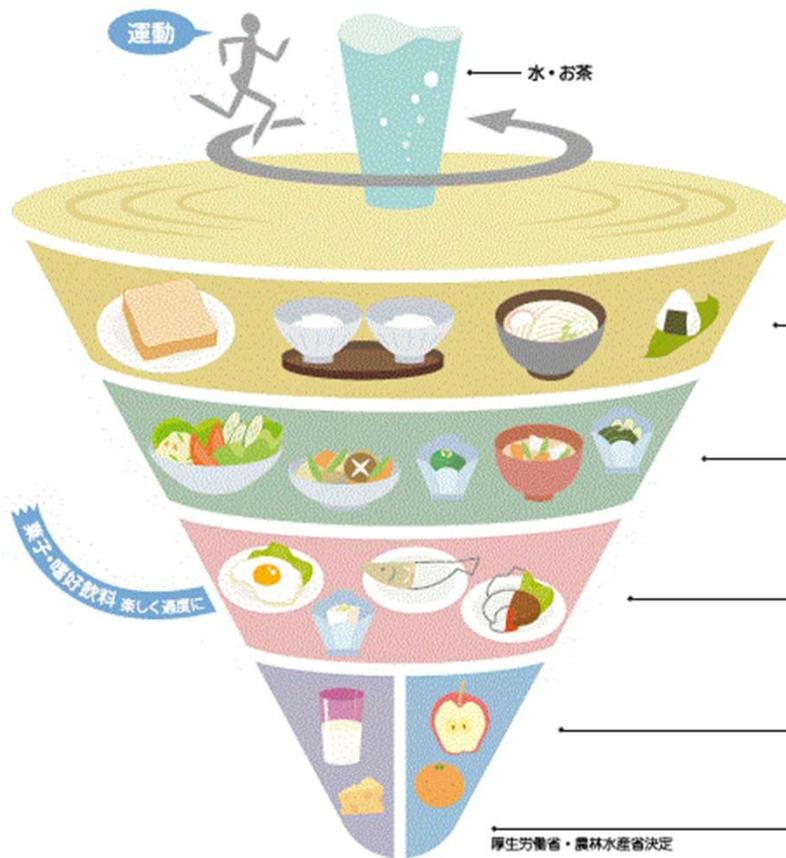
(参考) 食と健康のループ図

配布者限り



(参考) 食事バランスガイド

- 健康で豊かな食生活の実現を目的に平成17年に厚生労働省と農林水産省が決定。
- 1日に、「何を」、「どれだけ」食べたらよいかの参考となるよう、食事の望ましい組み合わせとおおよその量をイラストでわかりやすく示したもの。



食事バランスガイド

あなたの食事は大丈夫？

1日分	料理例
想定エネルギー量 2,200kcal±200kcal (基本形) 5~7 主食(ごはん、パン、麺) つ(SV) ごはん(中盛り)だったら4杯程度	1つ分 = ごはん(小盛り)1杯 = 玄米(きり)1握 = 食パン1枚 = ロールパン2個 1.5つ分 = ごはん(中盛り)1杯 = 2つ分 = うどん1杯 = もりそば1杯 = スパゲッティ
5~6 副菜(野菜、きのこ、いも、海藻料理) つ(SV) 野菜料理5皿程度	1つ分 = 野菜サラダ = きゅうりとわかめの酢の物 = 具たくさん味噌汁 = ほろろ湯のお浸し = ひじきの煮物 = 煮豆 = きぬぎし 2つ分 = 野菜の煮物 = 野菜炒め = 芋の煮っころがし
3~5 主菜(肉、魚、卵、大豆料理) つ(SV) 肉・魚・卵・大豆料理から3皿程度	1つ分 = 肉類 = 卵類 = 白玉焼き一口 = 2つ分 = 焼き魚 = 鶏の天ぷら = まぐろとイカの味噌 3つ分 = ハンバーグステーキ = 豚肉のしょうが焼き = 鶏肉のから揚げ
2 牛乳・乳製品 つ(SV) 牛乳だったら1本程度	1つ分 = 牛乳(コップ半分) = チーズ(1cm) = スライスチーズ1枚 = ヨーグルト(1つ) = 2つ分 = 牛乳罐1本分
2 果物 つ(SV) みかんだったら2個程度	1つ分 = みかん1個 = ひんご半分 = かき1個 = 梨半分 = ぶどう半房 = 桃1個

※SVとはサービング(食事の提供量の単位)の略

(出典) 農林水産省HP