

## ビジネスリーダーの対話から、健康で幸せな社会を目指す

原題: Japan CEO aims for healthy, happy society by drawing from business leaders' dialogue



株式会社アーティザン代表の岸伸久氏は、20年来、日本のビジネスリーダーの間で開かれた対話を促進し、その知見を、各地域そして同時に世界の社会問題の解決に役立てることを目指す。今年は、「健康」というテーマを取り上げ、「健康は生涯の幸福につながる」という信念のもとに活動している。

岸氏は、アーティザンのCEOとして、グローバル経営に携わる日本のビジネスリーダーが社会的課題に取り組むための知見を共有する場として「First Wednesday」を主宰している。当時、ウォールストリート・ジャーナル紙のインターンだった岸氏は、日本の政治家や経済人の訪米が新聞紙面をにぎわすことがないことに困惑し、悔しかった。岸氏は、元財務官の行天豊雄氏にそうした不満を伝えたところ「言葉の

問題だけではなく、メッセージを伝えるための気概が足りないのだ」と言われたとのこと。以来、岸氏はファースト・ウェンズデーを通じて、日本企業の強みを掘り起こし、世界に伝える活動を続けている。そして、国内外のトップ企業が実は同じような哲学を持ち、対話と協働によって社会的課題解決に向けて生産的に取り組むことができることを知った。しかし、「自社単独なアプローチをとる企業が多いため、社会全体として直面している課題解決が進みづらい」ということも実感したと言う。

岸が取り組みたい社会課題のひとつに、日本の高齢化社会がある。内閣府の2022年度年次報告書によると、日本の総人口約1億2600万人のうち、65歳以上の高齢者は28.9%を占めるようになった。高齢化社会は、世界的にも直面している問題である。2020年には世界人口の9.3%が65歳以上となり、2060年には17.8%に達すると予想されている。

一方、日本の2021年度の医療費は、厚生労働省の統計によると約44兆2千億円（約3230億ドル）となっている。岸氏は、高齢者が病気になってから対応するのではなく、個人の健康意識を高めることが費用対効果に優れ、生活の質の向上にもつながると考えている。

高齢の家族を介護した経験がある一方で、多くの方は自分や身近な人が病気になるまで、自分の健康に気を配ったり、投資したりすることはないと岸氏は感じている。2014年に厚生労働省が委託した調査では、65歳以上の層に比べ、20～39歳の方は食生活など健康に気を配っている人が少ないことがわかった。さらに、健康意識の高い人の42.5%が「自分や大切な人が病

気になってから健康を意識するようになった」と回答し、「もともと健康に気を使っていた」23%の2倍近くになっているとのことだ。

また、岸氏が懸念するのは、多くの人が生涯を通じて1つか2つのコミュニティーにしか属さず、特に COVID-19 が大流行する中、高齢になると孤立しがちになることである。これは、内閣府が日本、アメリカ、ドイツ、スウェーデンでそれぞれ 1,000 人以上を対象に行った 2020 年度国際比較調査の統計からも裏付けられている。隣人との交流について、「病気になったときに助け合う」と答えた人は、日本ではわずか5%で、4カ国中最も低い割合だった。また、「家族以外に相談できる親しい友人がいない」人の割合も日本が最も高い。

そこで、岸氏は新たな試みとして、高齢化が進む日本の健康における社会問題について、組織の枠にとらわれずに考えることを促す「統合ヘルスケアイニシアチブ」をファースト・ウェンズデーから 20 年目の 4 月に立ち上げた。



このイニシアチブは、ゲストスピーカーを招き、健康関連トピックのノウハウを共有するインタラクティブなセッションを開催している。参加企業は、食品、医薬品、介護、小売、医療機器などの健康関連企業をはじめ、研究機関、医療機関、メディアなど多岐にわたる。その他、国内外の研究機関や医療機関、メディアなどからも参加している。これまでに、発酵学者 食文化論者 小泉武夫博士、元厚生労働事務次官 辻

哲夫氏、元ネスレニュートリション グローバル CEO Nandu Nandkishore 氏などをゲストスピーカーとして招聘している。

10 月の第 4 回目は、小売業大手の株式会社丸井グループの産業医 CWO (Chief Well-Being Officer) である小島玲子氏がゲストスピーカーとして登壇した。約 20 名の参加者を前に、「健康とは何か」という問いかけから講演が始まり、ある出席者は「よく食べ、よく生きよう」(食品メーカー味の素株式会社のスローガン)と答え、笑いが起こった。小島氏は、特に昔のビジネスマンは「健康」を病気のないことと同一視する傾向があったが、現代では、世界保健機関が 1946 年の憲法で定めた「身体的、精神的、社会的に完全に幸福な状態」という全人的な健康観の重要性が増してきていると強調した。

産業医として、健康上のリスクを抱える社員が「仕事が忙しくて受診できない」とアドバイスを無視し、対策を講じないことにもどかしさを感じてきたと小島氏。

長年にわたる試行錯誤の結果、「リスクを提示するだけでは、個人の行動は変わらない」ということに小島氏は気づいたという。「個人が自ら行動し、選択したいと思うことが、ウェルビーイングの一つの鍵である」と語った。

その一例として、丸井グループが 10 年以上前から取り組んでいる、プロジェクトの企画や健康への取り組みなど、会社のさまざまな会議に社員が自ら参加する制度を紹介した。この制度は、自ら手を挙げ、志望動機を記したエッセイを提出した人の中から会議の参加者を選定する。個人名や肩書きを伏せて審査されるため、新人を含むあらゆる年代・性別の人が会議に参加するようになった。

そこで出されたアイデアは、3 月に東京・新宿

の丸井で開催された「Well-being Village」のようなアクションにつなげている。このイベントでは女性の不妊や生理周期に配慮した「フェムテック（女性技術）」に関連する商品やサービスが紹介された。こうした社内会議への参加は任意だが、この10年間で、82%の社員が何らかの形で「挙手」する制度を利用しているようだ。

岸氏は、丸井グループの事例が、個人の健康意識を高めるためのヒントになると考えている。

「高齢化社会で健康を確保するためには、早期の意識改革と行動変容が必要だ」と毎日新聞の取材に答えている。小島氏は、「人々が自分の健康管理の意義に気づき、楽しんでもらうための課題にも応用できる」、「企業が社員の健康増進に取り組むことは、社会全体の健康問題の解決に貢献すると思う」と述べた。

質疑応答では、丸井の斬新な試みを評価する声や、社員一人ひとりの健康増進が生産性を高めると思われることから、同様の取り組みを検討するとの声が多く聞かれた。一方、丸井の取り組みに対して、福利厚生と利益の関係を示す具体的なデータを求める声も聞かれた。

質疑応答は、講演時間とほぼ同じ長さに及んだ。これは「異論が出ない会議ではなく、リーダーが本音で語れる場を作りたい」という岸氏の思いと一致する。「リーダーが互いに刺激し合い、個人として力をつけ、それがそれぞれの会社の成長、さらには社会全体の成長につながるというサイクルをつくりたいというのが、私の狙いです」と岸氏は語る。

岸氏は、数年後、統合ヘルスケア構想会議で得たノウハウをもとに、構想のメンバー企業や病院、自治体と連携して、住民に健康サービスを提供する拠点を日本の各地域に作ることを計画している。そして、「歳を重ねるほど幸せになれる」そんなコミュニティを世界中の地域に広

げていくことが夢だという。

「日本は、免疫力を高める発酵食品の伝統文化など、健康分野では先進国。日本の強みを伝えて、海外の健康志向を高めることもしたい」と岸氏は語った。これからも、より健康的な世界を実現するために、日本国内外にメッセージを発信していきたいと意欲を燃やしている。

(毎日新聞社 英文毎日 記者 武市 智菜実)