

## 健康ビジネス

2024年11月20日

『そもそも論』の第31回は、「健康ビジネス」です。健康食品や健康経営など、健康とビジネスを連結する施策が広がっています。内閣府が所管する「健康・医療戦略推進法」という法律は、「世界最高水準の技術を用いた医療の提供に資する医療分野の研究開発」や「健康長寿社会の形成に資する新たな産業活動の創出及び活性化」が狙いになっており、医学領域の法律とはいえ産業振興が主眼となっています。さらには医学研究の倫理指針にまで「生命科学・医学系研究は、(中略)人類の健康及び福祉の発展や新しい産業の育成等に重要な役割を果たしている」と、数年前にあらたに「産業の育成」の文字が加わりました。国を挙げて産業振興を図っている感じです。

「健康食品」には「特定保健用食品」「機能性表示食品」「栄養機能食品」の3種類がありますが、このうち有効性を実証する臨床試験の実施を求めるのは特定保健用食品のみであり、それも、(たとえ錠剤やカプセル剤の形状をしていても)“食品”ということで大まかなガイドラインが示されているだけです。厳密な臨床試験の基準(GCP)および製造管理や品質管理の基準(GMP)が定められていて監視も厳しい医薬品とは格段の違いがあります。機能性表示食品は臨床試験は必須ではなく、成分がもつ一般的な効能に関する研究のレビューの提出で足ります。また、栄養機能食品は必要な栄養素を含んでいることは必要ですが、許可申請不要の自己認証方式となっています。

これらの食品は、特定の保健の目的が期待できる旨や特定の成分を含むことを「表示すること」が認められるだけであって、実際に健康度が維持・向上することや安全であることに国としてお墨付きを与えるわけではありません。ちなみに所管は「消費者庁」です(虚偽・誇大広告防止の観点から)。

「健康経営」には「健康銘柄」と「健康経営優良法人」があり、前者は健康管理に戦略的に取り組む企業を一業種一社を原則として毎年30~50社が選定され、後者については会社の健康施策が一定の水準に達していれば認定され、その中の上位法人に「ホワイト500」(大企業)や「ブライト500」(中小企業)という称号が与えられます。これらも「従業員の健康施策によって企業価値を高められる」(従業員の採用に有利、融資を受けやすくなる)ことが導入の動機になっています。従業員の健康施策として、労働安全衛生法の規定やISO45001(旧・労働安全衛生マネジメントシステム)の規格をベースに、種々の取り組みをしていることを求めています。

この施策も従業員の健康度が高いから健康経営企業として選定・認定されたとか、健康経営企業になれば従業員の健康度が高まると言っているわけではなく、健康度の水準やその変化を証明する必要もありません。企業側もブランド価値として求めていること多く、熱心なのは社内の担当部署だけということもままあります。ちなみに所管は経済産業省です。

そうは言っても健康食品や健康経営のアイデアは悪くなく、健康は個人や会社における基本的な資産だという考えを持つことは大切であって、産業医としても表示・標榜の有無にかかわらずそのようなものの見方を推進しています。ただ、政府の制度は「食する人や働く人の健康を意識した製品開発や企業経営をどんどん進めましょう」という趣旨であって、「健康食品や健康経営によって消費者や従業員の健康度を高める」ことを直接の目的としているわけではないことは承知しておく必要があります。健康度の向上は、個人、家庭、学校、職場などにおいて、健康に関する現状や課題を認識し、目標を立ててコツコツと実践を重ねることによって得られるものなのです。