

## 健康経営の理解促進のためのインストラクショナルデザインの検討

Instructional Design for Promoting Understanding  
Health and Productivity Management八十 さゆり<sup>\*1</sup>, 真嶋 由貴恵<sup>\*1</sup>Sayuri YASO<sup>\*1</sup>, Yukie MAJIMA<sup>\*1</sup><sup>\*1</sup>大阪府立大学 現代システム科学域<sup>\*1</sup>College of System Sciences, Osaka Prefecture University

Email: yaso\_mnis@kis.osakafu-u.ac.jp

あらまし： 企業経営において、生産年齢人口の減少と医療費増大はその成長を阻む課題である。その対策として従業員の健康増進をはかり会社の生産性向上を目指す健康経営の実施が重要であるが、実践している企業は少なく、経済産業省の「健康経営銘柄」の認知度も低い。そこで本研究では、経営者層を対象に健康経営への理解の促進、具体的な取り組み方法の紹介、健康経営銘柄の認知度の向上を目指したインストラクショナルデザインを検討する。

キーワード： 健康経営, インストラクショナルデザイン, ARCS モデル, ガニエの9教授事象

## 1. はじめに

近年、日本では少子高齢化が急速に進み、生産年齢人口は平成25年には8000万人を下回り、40年後には5000万人を下回り、今後も減少が続くと見込まれている<sup>(1)</sup>。一方国民医療費は、平成28年度には42兆円にまで上り、今後も上がり続けることが予想されている<sup>(2)</sup>。これらの問題は、企業成長を阻む課題である。その対策として従業員の健康増進をはかり会社の生産性向上を目指す「健康経営」の実施が重要であるが、実践している企業は少なく、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に対して選定される経済産業省の「健康経営銘柄」の認知度も低い。

そこで本研究では、経営者層を対象に健康経営への理解の促進、具体的な取り組み方法の紹介、健康経営銘柄の認知度の向上など健康経営に対する関心を向上させることを目指したインストラクショナルデザインの検討を目的とする。

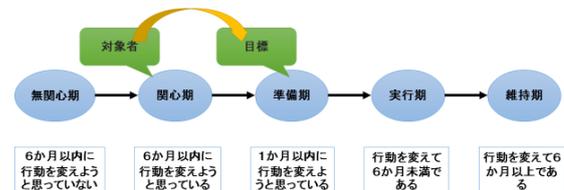
## 2. インストラクショナルデザインの検討

東京商工会議所が実施した調査によると<sup>(3)</sup>、「健康経営」という言葉を聞いたことがないと答えた企業は全体の40%を占め、内容は知らないが聞いたことはあると答えた企業は32.6%であった。この結果から健康経営自体の認知度はまだまだ低いと考えられる。また、健康経営の実践に対する関心について、健康経営を実施していないがいずれ実施したいと回答している企業は、半数以上(67.1%)にのぼる。しかし、健康経営を実践する上での課題についても、「方法が分からない」「ノウハウがない」が半数以上(60.8%)を占めている。これらの調査の結果から、健康経営への関心はあるがどのように実施すればよいのかが分かっていない企業が多く、健康経営の実施の指針を示すようなインストラクショナルデザインを検討する必要がある。

## 2.1 対象者

対象者は、健康経営について名前は知っているが内容については詳しく知らないような企業の経営者層とし、図1に示す行動変容モデルの関心期（健康経営を実施したいと考えているが方法がわからず未だ行動を変えていない）に該当するものとする。

行動変容を行うことが企業にとっても従業員にとっても重要なことであるという認識をもたせるためのはたらきかけを行う。

図1：行動変容モデル<sup>(4)</sup>

## 2.2 方法

健康経営の方法を理解でき、健康経営銘柄の紹介を含めたコンテンツを制作する。これにより、健康経営の取り組みの意欲促進、健康経営銘柄や健康経営実施方法の理解促進を目指し、行動変容モデルの関心期から準備期への移行を学習到達目標とする。

コンテンツを制作する上で、学習意欲を引き出すために必要な要素をまとめた Keller の提唱した「ARCS モデル」と人の学びのプロセスにさかのぼって教材を構成する枠組みである「ガニエの9教授事象」を利用する。

## 2.2.1 ARCS モデル

ARCS モデルは「Attention : 注意」「Relevance : 関連性」「Confidence : 自信」「Satisfaction : 満足」の頭文字をとったものである。表1にそれぞれに対応する学習目標と方法を示す。

## 2.2.2 ガニエの9教授事象

ガニエの9教授事象（以下、ガニエ）を表2に示す。本コンテンツは、その時点での関心を高めることを目的とするため、学習の前後を含むNo.3とNo.9については除外して、教材を構成した。

健康経営実施の必要性の説明、チェックリストの実施などにより対象者の注意を獲得し (No.1)、健康経営を実施という目標を伝える (No.2)。次に、健康経営の実施の具体的方法 (No.5)、健康経営銘柄の紹介や選定企業がどのようなメリットがあったかなど健康経営を実施する上で必要となる知識を提供する (No.4)。そして損失額を実際に出して試してみるという練習の機会をつくり (No.6) 健康経営を実施すべき必要性を伝える (No.7)。最後に、対象者にコンテンツを通して得た知識や実務での実施方法の確認という全体構成にして作成した (No.8)。

表 1: ARCS モデル

主分類	方法	学習目標
A: 注意	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チェックリストを用い、健康経営実施に対する好奇心を高める</li> <li>・表紙で金額を提示することにより健康経営に対する興味をもたせる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・健康経営の実施方法や健康経営銘柄に興味をもたせる</li> </ul>
R: 関連性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業への効果、社会課題への貢献などのメリットの提示</li> <li>・実際に一人の従業員が病気で休んだ場合の損失額を示し、健康経営を実施するやがたい(意義)の提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自分の企業も健康経営を実施したほうがよいということを認識させる</li> </ul>
C: 自信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・健康経営を実施するために必要なことやかかる金額を示し、健康経営の方法を具体的に示す</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・具体的方法を知り、自社でもできるという自信をもたせる</li> </ul>
S: 満足感	<ul style="list-style-type: none"> <li>・健康経営銘柄に選ばれた企業の効果などを紹介し健康経営銘柄選定のメリットを示す</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他社の効果を知り、健康経営実施の意欲をもたせる</li> </ul>

表 2: ガニエの 9 教授事象<sup>(5)</sup>

No.	内容
1	学習者の注意を獲得する
2	授業の目標を知らせる
3*	前提条件を思い出させる
4	新しい事項を提示する
5	学習の指針を与える
6	練習の機会をつくる
7	フィードバックを与える
8	学習の成果を評価する
9*	保持と転移を高める

\*: 今回は除外

2.2.3 コンテンツの内容

今回は忙しい経営者に対して健康経営への関心を向上させるためのコンテンツであるため、まず、関心をもたせることを意識し、さらに短時間 (3分ほど) で読めるように工夫した。そのため、メディアとしては全 9 ページのパンフレットとして作成した (図 2、図 3)。

また内容では、経営者にとって最も興味のある項目である「損失額」を数値で提示することや、目を引く副題を提示することにより、ARCS モデルの A: 注意を引く、ガニエの No.1: 学習者の注意を獲得する、ということを取り入れた。

特に、ガニエの No.6: 練習の機会をつくることは、知識の定着や興味関心の向上につながると考えられる。そこで、健康経営実施の具体例の 1 つとして、禁煙対策を行わなかった際の損失額を実際に計算してもらおう (No.6) ことにより、ARCS の R: 関連性の側面をもつ自社との関連性の側面を提示した。またこれは、ARCS の R: 関連性の側面をもつ。

そのほか、具体的な健康経営銘柄の内容や健康経営の効果、や様々な取り組み事例 (ガニエ No.4: 新しい事項を提示する) を知ることで、「これなら自社でもできるかもしれない」という自信 (C) をもたせる。また、実際の効果を知ることで、自社でもやってみようという健康経営実施への意欲がわき、知識を得られたことに満足感 (S) が得られるようにする。



図 2: コンテンツの中身 1

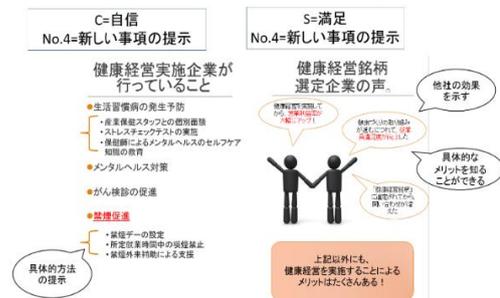


図 3: コンテンツの中身 2

3. 評価

制作コンテンツに対して経営者層 3 名を対象に意見を聴取したところ「健康経営についてよくわかった」、「健康経営に取り組んだほうが良いということ」を改めて認識した」というコメントがあったことから、このコンテンツにより、健康経営の理解の促進ができたと考えられる。さらに、「もう少し具体的な金額が知りたい」、「健康経営について実施すべきだが、なにか国の援助はないのか」など、健康経営実践の具体的方法を知りたいという意欲の向上がみられた。今後は具体的な実施計画を立てられるように経営者の興味関心の高い内容 (健康経営における損失額や投資額) を加えてコンテンツの充実をはかる。

4. おわりに

本研究では、健康経営について詳しく知らない(関心期の初期) 経営者層を対象にその関心を向上させることを目的としたインストラクショナルデザインを検討し、ARCS モデル、ガニエの 9 教授事象を用いて、コンテンツを制作した。本コンテンツにより、健康経営に関する知識の理解と健康経営実施に向けた意欲を促進することができた。今後は具体的行動に移すためのコンテンツの充実が必要である。

参考文献

- (1) 平成 29 年度人口動態統計(確定数)の概況, 厚生労働省(2018)
- (2) 平成 28 年度国民医療費の概況, 厚生労働省(2018)
- (3) 「健康経営に関する実態調査」調査結果, 東京商工会議所(2017)
- (4) Prochaska J.O., Velicer W.F. The transtheoretical model of health behavior change. American Journal of Health Promotion 12(1), pp.38-48(1997)
- (5) 鈴木克明, 「教材設計マニュアル」, 北大路書房(2002)