

研究ブランディング事業の背景とねらい

— 手つかずであった現役世代の運動指導への着目 —

研究ブランディング推進・実施委員長 等々力 賢治

本学の事業プランが、昨年11月に文部科学省の「私立大学研究ブランディング事業」に選定されたことは、12月25日発行の本誌Vol.129でご報告したとおりです。5年間にわたって助成を受けるのですが、1年目の今年度は、選定決定が遅かったこともあり、今後4年間の本格実施に向けてデータ収集のための各種機器類の購入・準備、人的体制の整備、事業実施協力企業との打合せなどに追われています。

ところで、多くの読者の方は「運動指導」というと高齢者を連想するでしょうが、本事業が対象とするのは、主に企業で働く従業員（以下、現役世代）です。いったいなぜでしょうか？今回は、この研究事業を進めるにあたり、運動指導の必要性和有効性、企業との連携・協力が必要な理由と、その可能性について説明したいと思います。

平均寿命と健康寿命

我が国が世界的にもトップを争う長寿国であることは、各種メディアでも取り上げられ、広く知られているところですが、その平均寿命の長さに比べて、食事をしたりお風呂に入るといった日常生活を、他人の力を借りずに送ることのできる「健康寿命」に目を向けてみると、**図1**にあるように、男性で10年弱、女性では13年弱も短いことが

明らかになっています。ここに運動指導を中心とする健康づくりの意義と必要性があり、急速に増え続ける医療費削減が政策的課題として位置づけられ、種々の施策が展開されている理由があるのです。多くの自治体が進めている住民対象の運動教室などは、その典型であるといえるでしょう。

ところが、私たちは、運動指導の対象世代に注目することにより、さらによりいっそうの効果が期待できると考えています。

図1 日本人の平均寿命と健康寿命

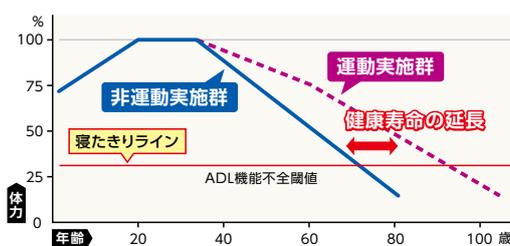


資料：平成27年 簡易生命表
平成27年 厚生労働科学研究補助金健康日21（第二次）の推進に関する研究

健康寿命の延長を目指して～現役世代への運動指導の有効性～

図2にあるように、人間の体力は生まれてから向上し続け20歳代にピークに達することは、さまざまな研究で明らかになって

図2 運動実施の有無と体力の変化



います。そして、しばらくそのまま推移後、現役世代の30歳代から低下が始まり、やがてはADL機能不全（自らの身体的な力だけでは日常生活を送ることができない）閾値、多少誇張して言えば“寝たきりライン”に達することについても同様です。にもかかわらず、これまでの運動指導は多くの場合、60歳以降の高齢者を対象とするものであり、ある意味“遅きに失した”状況にあるといっ

いでしょ。したがって、これまでほぼ手つかずであった現役世代に上手く指導の手が入れば、**図2**の水色ラインの非運動実施群から赤色ラインの運動実施群が示すように、寝たきりラインに達するのを大幅に遅らせることができると予測されるのです。

今回、研究ブランディング事業の対象として着目したのがこの点です。つまり、現役世代を対象に、所属企業の協力を得て運動指導を実施して、その効果を測定し明らかにしようということなのです。

企業との連携・協力が必要な理由とその可能性

多言するまでもなく、ここで問題なのが、企業がそれに応じてくれるか否かということです。ところが、この点について近年大きな追い風が吹きつつあります。それが、2015（平成27）年末に法制化された、従業員**50人以上規模の企業に対する年1回のストレスチェックの義務化**と、それをきっかけとする「健康経営」への注目です。

前者は、ICT企業などを中心に目立つようになったメンタルヘルス（心の健康）不調者の増加を受けて、その早期発見を企業に義務づけるものであり、後者は、企業自身が従業員

の健康づくりを経営課題として捉え、その維持・増進に努めるというものです。いうまでもなく、その背景には、国家予算に占める医療費増大の抑制と、企業の労働力確保や生産性向上、さらには企業価値の向上などの要因があります。メンタル面の不調などの病欠によって欠員が生じた際の影響は大きく、従業員の健康が企業経営上大きな課題であるのは分かりやすいのではないのでしょうか。

したがって、健康経営に取り組む企業が増加しつつあるのですが、健康診断の実施や検査・治療の推奨、分煙や禁煙など生活

習慣の改善などといったことはともかく、問題として指摘されるのが運動の実施だそうです。多くを語るまでもなく、ここに現役世代を対象にしようという本事業の切り口がありますし、可能性が広がりつつあると判断して事業を構想したところですが、付言すれば、それが、近年声高に叫ばれている「人生100年時代」への具体的対応策でもあるのは間違いありません。

以上、今回は事業の背景とねらいについて概観しましたが、次号では、3月に始める予定の事業の実際と進捗状況について、データ収集の項目や方法なども合わせ紹介させていただきます。