タイ国における職場健康づくり施策 Happy Workplace Program の普及状況[†]

大 和 茂* 中 村 好 男**

The Penetration Situation of the Happy Workplace Program,
a Workplace Health Promotion Program in Thailand[†]

Shigeru YAMATO* and Yoshio NAKAMURA**

Abstract

This study examined and compared the penetration situation of the Happy Workplace Program (HWP) in Thai and Japanese companies which have their business operations in Thailand. As a local workplace health promotion program that encourages exercise and sport for working people, the HWP has been promoted by the Thai Health Promotion Foundation (Thai Health), an autonomous state agency in Thailand. The number of Thai and Japanese companies was collected through the “White Paper of SMEs 2015” published by the Office of Small and Medium Enterprise in Thailand (OSMET) and the Japan External Trade Organization (JETRO) 2017 survey on Business Conditions of Japanese Companies in Thailand. In regards to the number of the companies which implemented the HWP, the company name list found in the official website of the Happy Workplace Center, an affiliated organization of Thai Health was used. The results of the study showed that the penetration rate of the HWP in all Japanese companies in Thailand is higher than the rate of all Thai companies in Thailand. However, regarding the penetration rate by size of a company, 0.01%, 2.92%, and 7.73% were found for small, medium and large size Thai companies respectively, while 0%, 1.67%, and 4.98% were shown for small, medium, and large size Japanese companies in Thailand. These results indicate that there is room to strategically disseminate and promote the HWP to the Japanese top management of Japanese companies in Thailand. Also, implementation of a certification scheme such as the Health and Productivity Stock Selection in Japan could be one of the effective ways to motivate Japanese companies in Thailand to introduce the HWP as a corporate strategy.

Key words : Workplace Health Promotion, Happy Workplace Program, Japanese Company in Thailand

1. 緒 言

企業の持続可能な成長, 国家全体としての医療費削減や健康寿命延伸などの観点から我が国

日本でも「健康経営」や「データヘルス」といった職場における健康づくりに係る施策が注目されつつあるが¹⁾, このような傾向は世界各国にて広がりをみせている²⁾.

[†] 原稿受付 2018年2月15日 原稿受諾 2018年5月17日

* 早稲田大学大学院スポーツ科学研究科 〒359-1192 埼玉県所沢市三ヶ島2-579-15

** 早稲田大学スポーツ科学学術院 〒359-1192 埼玉県所沢市三ヶ島2-579-15

* Graduate School of Sport Sciences, Waseda University, 2-579-15, Mikajima, Tokorozawa, Saitama, Japan (359-1192)

** Faculty of Sport Sciences, Waseda University, 2-579-15, Mikajima, Tokorozawa, Saitama, Japan (359-1192)

多くの日本企業が進出するタイにおいては2006年からHappy Workplace Program (HWP)と呼ばれる職場健康づくり施策がタイ政府専門機関のタイ国健康促進財団(タイヘルス)により推進されてきている³⁾。HWPは、職域における運動・スポーツを含めた身体活動量増加を目指す「Happy Body」をはじめとした「Happy8」と呼ばれる8カテゴリから構成されており、多面的アプローチを通して従業員が心身共に健康でかつ幸せになることを目指している⁴⁾。タイ政府の職場健康づくりに係る基準がある以上、タイに進出する日本企業は従業員の健康づくりについて日本の基準を適用することはできず、HWPのような当国の慣行に従うことは当然である。近年、スポーツビジネスの業態は様々な形でグローバルに展開・発展し、東南アジア諸国での日系企業の経済・社会的役割も大きくなることが予想されることから、現地での労働慣行の正しい理解が重要になるといえる。

日本国内では、日本企業の健康保険組合や人事部などが中心となり従業員の健康づくりを日本の基準に基づいて推進していることが多いが、事業のグローバル化に伴い2017年11月に労働安全衛生に係るグローバルスタンダード案として発行されたISO (International Organization for Standardization) 45001⁵⁾、職場での安全衛生を優先している証明となるOHSAS (Occupational Health and Safety Assessment Series) 18001⁶⁾やサプライチェーンにおける労働者人権の観点から職場の健康・安全を評価するSA (Social Accountability) 8000⁷⁾など、国を越えて通用する国際基準に係る取り組みの必要性も高まりつつある。

しかしながらグローバルスタンダードに加えて、日本企業が現地における労働慣行を尊重することは重要であり、タイに進出している日本企業がHWPをどの程度導入しているのか、特に地元タイ企業の普及状況も踏まえつつ、日本企業におけるHWP導入率の向上に係る検討を行うことは意義深い。

本論文では10年以上にわたりタイヘルスにより推進されてきているHWPがタイの実際の職場においてどの程度導入されてきているのか、タイにおける企業総数及び在タイ日系企業におけるHWP普及率を明らかにすることを目的とした。またHWPを導入している企業の規模別普及状況及び在タイ日系企業における導入率向上に係る考察を行った。

2. 研究方法

2.1 調査対象

タイの企業総数の観点からは、タイ政府の専門機関Office of Small and Medium Enterprise Promotion (OSMEP) が公表している「White Paper on SMEs 2015 (OSMEP, 2015)」⁸⁾を用いた。また在タイ日系企業数については日本貿易振興機構(ジェトロ)が2017年10月に発表した「タイ日系企業進出動向調査2017年」調査結果⁹⁾を参照し、企業規模も同機構による分類基準を参照した。本研究にて用いたタイ全企業の規模別区分の基準をTable 1、在タイ日系企業の規模別区分の基準をTable 2に示す。

なおHWP導入企業数やその規模については、2016年1月時点でタイヘルスの関連組織Happy Workplace Center (HWC) 公式ホームページ上で公表されていたHWP導入登録企業リスト¹⁰⁾を用いた。

2.2 調査方法

HWC公式ウェブサイト内でタイの地域別(北部、中部、東部、南部など)に分けて公表されている登録組織名をエクセルファイルに入力し、企業のみを選別すると共に重複して登録されていた企業名を削除した。同ウェブサイト上で登録されていたHWP導入企業数に関する留意点としては、登録は審査を必要としない申告制となっており、各社の人事担当者などが企業名や所在地などの基本情報に加えHWP活動情報を入力すると登録が完了する仕組みとなっている点が挙げられる。このため入力ミスなどにより、同一企業による重複した投稿や、記載項

Table 1 タイにおける企業規模別区分基準

	製造	サービス	卸売	小売
大規模	201人以上	201人以上	51人以上	31人以上
	200超	200超	100超	60超
中規模	51～200人	51～200人	26～50人	16～30人
	50超200以下	50超200以下	50超100以下	30超60以下
小規模	1～50人	1～50人	1～25人	1～15人
	50以下	50以下	50以下	30以下

上段：従業員数 下段：土地以外の固定資産（百万タイバーツ）

注）小規模区分基準に「土地以外の固定資産50百万又は30百万バーツ（約1.7億円又は1億円相当）」があるが、それを超える固定資産を持つ会社を個人の出資で設立することは稀であるため、後述「Table 2：在タイ日系企業の規模別区分基準」における「個人（日本側株主が個人のみで構成される会社）」はタイにおける「小規模企業」とした。

Table 2 在タイ日系企業の規模別区分基準

規模	条件
大企業	日本側株主が大企業のみ、もしくは大企業と個人で構成されている場合
中小企業	日本側株主に中小企業（個人を除く）が含まれている場合
個人	日本側株主が個人のみで構成され、法人を含まない場合
不明／その他	日本側株主について回答拒否もしくは不明な場合

<中小企業の定義>

- ・製造・その他：資本金3億円以下、又は従業員300人以下
- ・卸売業：資本金1億円以下、又は従業員100人以下
- ・小売業：資本金5,000万円以下、又は従業員50人以下
- ・サービス業：資本金5,000万円以下、又は従業員100人以下

目が部分的であっても登録可能なため、企業規模やHWPに係る活動内容の情報が欠如しているケースも少なくない点が挙げられる。

2.3 分析方法

タイ企業総数の企業規模別割合を算出すると同時に、タイ企業総数及び在タイ日系企業数を分母、HWP導入企業数を分子として、タイの全企業と在タイ日系企業におけるHWP普及率を求めた。同様にHWP導入全企業とHWP導入在タイ日系企業における企業規模別の割合を比較・検証した。

3. 結 果

Table 3には、タイの企業総数ならびに日系

企業数（内数）を規模別に示した。2014年時点のタイにおける企業総数の構成は、企業規模別に見てみると、小規模企業が企業総数の99.26%（2,723,932社/2,744,198社）を占めている。一方、タイの大規模企業と中規模企業の数とは0.26%（7,062社/2,744,198社）と0.47%（12,812社/2,744,198社）であり、共に全体の1%にも満たなかった。

在タイ日系企業については大規模企業の企業数が最も多く49.1%（2,288社/4,660社）、中規模企業においても39.9%（1,859社/4,660社）を占めた。タイの企業総数においては99.26%（2,723,932社/2,744,198社）を占めた小規模企業の在タイ日系企業における割合は11.0%（513社/4,660社）であった。

Table 3 タイの規模別企業数

企業規模	企業数	日系企業（内数※2）
小規模	2,723,932（99.26％）	513（11.0％）
中規模	12,812（0.47％）	1,859（39.9％）
大規模	7,062（0.26％）	2,288（49.1％）
N/A（※1）	392（0.01％）	
合計	2,744,198（100％）	4,660（100％）

※1：企業規模未回答又は不明の企業が一定数存在しており、それら企業はN/Aという区分に分類されている

※2：2017年10月時点のジェトロの統計において、事業活動が確認されているタイ日系企業数5,444社の内、日本側株主についての回答があった4,660社について規模別に分類

Table 4 企業規模別にみたHWP導入企業数ならびに普及率

企業規模	HWP導入企業数〔普及率〕	
	タイの全企業	在タイ日系企業
小規模	182〔0.01％〕	0〔0％〕
中規模	374〔2.92％〕	31〔1.67％〕
大規模	546〔7.73％〕	114〔4.98％〕
合計	1,102〔0.04％〕	145〔2.66％〕

こうした企業の規模別状況を把握した上で、タイの全企業におけるHWP導入企業数をみると、2016年1月時点でHWC公式ホームページにて確認ができた数値に限って言えば、Table 4で示された通り、小規模企業が182社、中規模企業が374社、大規模企業が546社であり、Table 3の企業数を分母としたHWP普及率は、各々0.01％（182社/2,744,198社）、2.92％（374社/12,812社）、7.73％（546社/7,062社）となった。この内、日系企業のHWP普及率は中規模企業1.67％（31社/1,859社）、大規模企業が4.98％（114社/2,288社）となり、日系企業全体での普及率はタイの全企業への普及率と比べて大きいものの、規模別にみると普及率が低いということがわかった。

4. 考 察

本論文ではタイヘルスが推進するHWPがタイの企業においてどの程度普及しているのかを

明らかにすべく、タイ企業総数及び在タイ日系企業数の現状を分析するとともにHWP普及率及び導入企業の特徴を検証した。結果としてタイ全企業における普及率に比べて在タイ日系企業の普及率は、総体としては高いものの、規模別にみるとタイ企業全体の普及率の半分程度に留まっていることが明らかとなった。

また、タイの全企業における企業規模別HWP普及率を見てみると、小規模企業では普及率0.01％（182社/2,744,198社）であったが、中規模と大規模企業においては2.92％（374社/12,812社）と7.73％（546社/7,062社）であった。このことは、HWPは企業規模が大きいほど導入しやすい傾向にあることを示している。ヨーロッパにおいても、小規模企業では職場健康づくりの導入率が大企業と比較して低く¹⁴⁾、日本の「健康経営」においても「大規模企業を中心には浸透しつつあるものの中小企業においては未だ普及は限定的」¹⁵⁾といわれているが、タイにおける職場での健康増進施策においても同等であるといえる。

この傾向は、在タイ日系企業におけるHWP導入に関しても同等であり、小規模企業では普及率0.00％（0社）であったが、中規模企業では1.67％（31社/1,859社）、大規模企業では4.98％（114社/2,288社）と、規模が大きくなるほど普及率が高かった。しかしながら、いずれの規模においてもタイの全企業のHWP普及率よりも

低いことから、在タイ日系企業におけるHWPの普及・促進に関しては、いまだ改善の余地があることが示唆された。なお、本論文では企業規模別のHWP普及率のみに着目したが、タイでは都市部、郊外、工業団地エリアなど、地域間の格差も大きいことから、地域別の検討も重要になる。しかしながら、本研究で取り扱ったデータでは当該企業の地域を特定することは難しく、その分析が困難であった。今後より詳細なデータを用いた分析の実現を目指したい。また、タイにおいては、農村部などをはじめとした地域レベルのPrimary Health Care (PHC) 活動が活発に実施されてきている。従って、今後の研究においてはPHC活動が企業内にてどのように実施され、ヘルスプロモーションの観点からどの程度寄与しているのかについても検討されることが望まれる。

5. 今後の課題

在タイ日系企業におけるHWP普及率を高めることが今後の課題として挙げられる。本研究の結果からも示唆された通り企業規模に着目し、まずは大規模企業に絞った情報発信及び導入支援が効果的と考えられる。とりわけ、大規模に区分される在タイ日系企業の経営者は日本本社からの日本人駐在員である場合が多いため、タイ文化や労働価値観を踏まえたHWPを日本語で正しく理解する機会を用意することは重要である。そうすることで日本人経営者とタイ人人事総務責任者がHWPに関して十分な理解を得た上で、経営方針の一つとしてHWP導入に関する検討を進めることが可能となり、在タイ日系企業におけるHWPの認知度が向上すると共に今より多くの日系企業が導入することが望まれる。

また、日本において東京証券取引所一部上場企業を対象とした「健康経営銘柄」や企業規模別（大規模法人部門と中小規模法人部門）に選定される「健康経営優良法人」などの認定制度に応募する企業が増加傾向にある¹⁶⁾点を考慮すると、HWP導入企業向けにも同様の認定や表

彰制度を用意することで、日本本社の経営方針に準拠する在タイ日系企業にとってHWPの導入に踏み切る一つのインセンティブとなることが期待される。

参考文献

- 1) 厚生労働省報道発表 (2017年7月12日) ; データヘルス・健康経営を推進するためのガイドライン <http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000170819.html>.
- 2) WHO Press Release on 21st November 2016 ; “9th Global conference on health promotion : Global leaders agree to promote health in order to achieve Sustainable Development Goals” <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2016/conference-health-promotion/en/>.
- 3) Wasanthanarat, C. : The “Happy8” : A Holistic Approach towards a Healthy Organization, The Global Occupational Health Network Newsletter, 21 : pp.20-23, 2013.
- 4) 大和茂, 中村好男 ; Happy Workplace Program - タイ国健康促進財団が推進する職場健康づくりの取組み, 産業衛生学雑誌, 56(3) : pp.87-89, 2014.
- 5) 一般財団法人日本規格協会ISO45001特設ページ <https://www.jsa.or.jp/iso45001sp/>.
- 6) The British Standards Institution 2018 <https://www.bsigroup.com/OHSAS18001>.
- 7) SGSジャパン株式会社 <http://certification-services.jp/sgs/service/csr/SA8000.html>.
- 8) Office of Small and Medium Enterprise Promotion; White Paper on SMEs, 2015.
- 9) 日本貿易振興機構 (ジェトロ) ; 「タイ日系企業進出動向調査2017年」調査結果.
- 10) Thai Health Promotion Foundation ; Number of organization, which implemented HWP http://www.happy8workplace.com/hwp_partner/.
- 11) International Organization for Standardization ; The Full Survey Data <https://www.iso.org/the-iso-survey.html>.
- 12) 公益財団法人 日本適合性認定協会 ; マネジメントシステム認証組織件数 <https://www.>

- jab.or.jp/files/items/5/File/QuartelyFigures-CertifiedOrganization-2017Q3.pdf.
- 13) Social Accountability Accreditation Services; SA8000 Certified Organization <http://www.saasaccreditation.org/certifacilitieslist>.
- 14) European Agency for Safety and Health at Work; Motivation for employers to carry out workplace health promotion, p.19, 2012.
- 15) 白波瀬康雄：健康経営を巡る政府・企業取り組み, ニッセイ基礎研究所レポート, 2016.
- 16) 平成29年度健康経営度調査 前回の結果と今回の方針, 株式会社日経リサーチ http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/downloadfiles/2017nikkeiresearch_presentation.pdf.