

熊本県健康サービス産業振興戦略

平成20年3月

熊 本 県

はじめに

地域を取り巻く環境は急激に変化しており、人口減少社会の到来、少子高齢化の進展、ライフスタイルの多様化、経済のグローバル化など社会構造が大きく変化する中、付加価値、雇用のいずれにおいても製造業の比率が低下し、サービス産業の比率が上昇する、いわゆる「サービス経済化」が進展している。

本県では、昭和 59 年にスタートした「熊本テクノポリス計画」を契機に、半導体関連や輸送機器などの加工組立型産業が集積し、製造業を中心に本県経済の発展や雇用の創出に寄与してきたが、最近では、製造業においても自動車や情報家電、産業機器等への組み込みソフトウェアの市場が急拡大するなど情報サービス産業との関わりが深まっており、また、これとは逆にホテルや病院などサービス産業に製造業の生産管理システムの考え方が取り入れられるなど、双方が密接に関連することで、新たなイノベーションを通じた産業の創出が期待されている。

本県の産業振興策として3つのフォレスト構想（ものづくり・セミコン・バイオ）と2つの戦略（自動車・ソーラー）を策定し、製造分野を中心に産業振興に取り組んでいるが、加えて、サービス産業の分野を戦略的に推進していくことで、製造業における3つのフォレスト・2つの戦略の推進に寄与し、製造業を含めたあらゆる産業の付加価値を高め、次世代の産業を創ることが期待される。

中でも消費者の関心が高い「健康」をキーワードとした「健康サービス産業」は、従来の医療・保健・福祉サービスを核としながら、健康福祉機器や食品加工技術、バイオテクノロジーの応用など製造業のみならず、農林水産物や温泉、スポーツ・運動施設、観光など様々な地域資源やサービス、IT産業などへも波及が見込まれ、少子高齢社会においても、今後、高い市場の成長が期待される分野である。

しかし、健康サービスに関する情報が氾濫する中、中小企業が多い本県では、大企業が資金力を活かし、ブランドや特定保健用食品（トクホ）認証等により高いシェアを確保しているのに比べ、その技術力や商品の機能性を消費者へアピールできていないのが現状である。今後、市場での競争力を高めていくためには、科学的根拠に基づく付加価値の高い健康サービスを提供していくことが重要である。

そこで、今般、産学行政の連携により、健康サービス産業の振興に取り組み、付加価値の高い健康サービスを創出することで本県経済の発展に寄与することを目的として「**熊本県健康サービス産業振興戦略**」を策定することとした。

この戦略の実現を図ることにより、県経済の発展のみならず、県民の生活の質の向上や医療費の抑制という社会貢献も期待されるものである。

目 次

健康サービス産業とは	3
戦略策定の背景	3
1．国内の動き	
2．県内の状況	
戦略の理念	5
戦略の目標	5
1．目標となる指標	
2．目標とする健康サービス産業の姿	
健康サービス産業の振興における課題	6
目標を達成するための戦略基本方針	7
【戦略1】研究開発・経営活動の支援	
(1) 情報交換・交流ネットワークの構築支援	
(2) 産学行政連携による研究開発の支援	
(3) 地域資源を活用した健康サービスの創造支援	
(4) 資金調達の支援	
【戦略2】人材の創出・登用・育成	
(1) 新たなビジネスモデルに対応した人材の創出	
(2) 産学行政連携のためのコーディネート人材の登用	
(3) 質の高いサービスの提供に向けた人材育成	
【戦略3】健康意識の啓発と科学的根拠に基づく健康サービスの普及促進	
(1) 健康意識の啓発による健康サービスの普及推進	
(2) 科学的根拠に基づく健康サービスの普及啓発	
(3) 販路開拓に向けたマーケティング支援	
(4) 関係機関との連携による普及啓発	
戦略実現に向けた取り組み体制について	12

健康サービス産業とは

健康サービス産業とは、経済産業省「新産業創造戦略」の中で医療・介護、スポーツ、健康食品など健康に関連する産業とされており、本戦略では、「健康をキーワードに付加価値を生み出す産業」と位置づけ、産業分類上、関連する以下の項目を対象としている。

食料品製造業、医薬品製造業、化粧品・歯磨等化粧品用調整品製造業、医療用機械器具・医療用品製造業、医薬品・化粧品等卸売業、医薬品・化粧品小売業、スポーツ用品小売業、医療業、保健衛生、老人福祉・介護事業、訪問介護事業、スポーツ・健康教授業、フィットネスクラブ、その他の洗濯・理容・美容・浴場業、スポーツ施設提供業

戦略策定の背景

1. 国内の動き

社会経済情勢の変化により消費者ニーズは多様化し、生活の質（QOL = Quality Of Life）の向上を希求する人々が増え、また、BSE問題や最近の食に関する数々の不祥事により安心・安全な食への意識も急激に高まるなど、「健康」に対する人々の関心は年々強くなってきている。

また、わが国は、国民皆保険のもと、世界最長の平均寿命や高い保健医療水準を達成してきたが、急速な少子高齢化のなか医療保健制度を持続的かつ安定的に運営していくためには、疾病予防の重視等による医療費の適正化が急務となっている。そのため、国は医療制度改革の一環として、平成20年度より、40歳以上の加入者に対する健診を医療保険者に義務づけるとともに、保健指導が必要な人に適切な保健指導を提供することでメタボリックシンドローム（内臓脂肪症候群）を起因とする生活習慣病対策を実施することとしている。さらに、国民の健康寿命の延伸に向け、国民自らが予防を重視した健康づくりを行うことを国民運動として展開するよう支援する「新健康フロンティア戦略」（2007～2016）においても、国民自らがそれぞれの立場に応じて行う健康対策の一つとして「メタボリックシンドローム対策の一層の推進（メタボリックシンドローム克服力）」が盛り込まれるなど、健康の維持・増進は、国家を挙げた課題とされている。

我が国では、付加価値、雇用のいずれにおいても製造業の比率が低下し、サービス産業の比率が上昇する、いわゆる「サービス経済化」が進展し、健康サービス産業の市場規模が2002年の56兆円から2010年には75兆円に成長すると見込まれていることから、経済産業省が2004年5月に策定した「新産業創造戦略」において、「健康福祉機器・サービス」が7つの新産業分野の一つとして、今後の日本経済を支える戦略分野に位置付けられている。また、2006年6月策定の「新経済成長戦略」でも、サービス産業を製造

業と並ぶ日本経済の「もう一つの成長エンジン」と位置付け、「健康・福祉関連サービス」の分野について振興を図ることとされている。

また、九州でも、2007年9月に九州経済産業局が、予防医学・サービス産業と連携した機能性食品・健康食品による安心・安全な「フード・健康アイランド九州」の構築に向けて、「九州地域バイオクラスター計画」を立ち上げ、推進組織として「九州地域バイオクラスター推進協議会」が設立され、(財)くまもとテクノ産業財団を事務局として、機能性食品の評価システムの構築などの具体的な展開が進められている。

2. 県内の状況

いわゆる「サービス経済化」の進展は、本県でも事業所数、従業者数に占めるサービス産業の比率が上昇し、総生産額では、広義のサービス産業である第3次産業について、平成8年度の69%から平成16年度には約75%を占める状況となっている。

このように、本県の経済、雇用においてサービス産業が担う役割が極めて大きなものとなっている今、製造業の振興と並びサービス産業の振興に向けた取組みが喫緊の課題である。

サービス産業の中でも、本県は健康サービス産業分野で成長が期待される。全国平均と比較して平均寿命が高く（男性；全国第10位、女性；全国第3位）、支出に占める医療費の割合も高い（被保険者一人当たりの診療費；全国第16位）ことから、健康サービスへの潜在的需要が見込まれる。また、医師・看護師数が多く（医師数；全国第11位、看護師数；全国第2位/人口10万人当たり）、県のバイオフォレスト構想推進の原動力である高い研究開発力を持つ医学・薬学・工学・農学系の大学等研究機関と企業との連携体制による研究開発実績、優れた農林水産品、美しい自然、水などの地域資源、産学行政連携により構築された健康情報基盤「私の健康履歴」を持っているなど健康サービス産業が成長するための高いポテンシャルを有している。

このポテンシャルを活かし、健康サービス産業の振興を図ることを目的として、2007年1月、産学行政連携による「熊本県健康サービス産業協議会」が発足した。2008年1月現在、18名の大学等研究者と36の企業・団体が参加している。

平成20年度から始まる40歳以上を対象とした特定健診・保健指導を契機として、市町村や企業の健保組合などが、民間事業者に対して保健指導等のアウトソーシングを拡大し、関連する健康サービス市場にも参入する企業が増えて競争が激化していくことが予想されるが、会員企業の多くは県内中小企業であり、今後、市場での競争力を高めていくためには、科学的根拠を持つ付加価値の高い健康サービスを提供していくことが重要である。

戦略の理念

戦略の理念は、県内企業が、付加価値の高い様々な健康サービスを創出し、消費者が安心して利用できる、熊本の特徴を活かした質の高い健康サービスを提供することで健康サービス産業の市場規模を拡大することである。そのために、産学行政が連携して科学的根拠に基づく健康サービスを創出する。

また、その普及啓発により、県民が健康に対する意識を高め、サービスを積極的に活用するなど自ら健康維持・増進のために行動することで、県内健康サービス産業の振興とともに県民のQOL向上に寄与し、ひいては、健康寿命の延伸や医療費の適正化にも貢献することである。

戦略の目標

1. 目標となる指標

- (1) 県内の健康サービス産業市場規模（生産額）を2004年の6,000億円から2010年に7,500億円とする。
また、雇用規模を2004年の105,000人から2010年に120,000人とする。
- (2) 産学行政連携により、科学的根拠に基づく付加価値の高い健康サービスを2010年までに延べ40以上創出する。
- (3) オープンプラットフォーム型健康情報基盤「私の健康履歴」を健診機関等へ広く普及させ、登録利用者数を2010年までに50,000人とし、健康サービス利用の普及促進を図る。

2. 目標とする健康サービス産業の姿

- (1) 熊本の特徴を活かした健康サービス産業の創出支援

本県は農業県として豊富な農林水産物を有しており、また、県土の約6割を占める森林やその恵みともいえる豊富でおいしい地下水など豊かな自然環境を有している。

さらに、県内各地には数多くの温泉があり、グリーンツーリズムの取り組み等も盛んであることから、休養や癒しの資源も多く備えている。

このような地域資源を有効に活用し、熊本の特徴を活かした健康サービスの創出を

目指す。

(2) 産学行政連携による科学的根拠を持つ付加価値の高い健康サービスの創出

熊本県では、高い研究開発力を持つ医学・薬学・工学・農学系の大学等研究機関と企業との連携による研究開発実績が豊富であり、県のバイオフィレスト構想推進の原動力となっている。

また、日赤熊本健康管理センター、熊本県、熊本大学等を中心とするコンソーシアムにより開発した健康情報基盤「私の健康履歴」を有していることから、この健康情報基盤を活用して県内企業等の持つ健康サービスのエビデンス構築・高付加価値化を支援し、市場での競争力を高めることを目指す。

健康サービス産業の振興における課題

県内企業が、科学的根拠に基づく付加価値の高い健康サービスを創出するためには、大学等研究機関や医療機関・健診機関等との更なる連携が必要である。これからは、市場で競争力を発揮していくために産学間・異業種間をコーディネートできる高い資質を持つ人材を確保し、各分野における専門技術・経営感覚等に優れ、新たなビジネスモデルに対応できる人材が必要である。

また、県内健康サービス関連企業の多くは中小企業であり、産学行政が連携したサービス創出や販路開拓のための資金の調達が必要であり、国等補助金や制度融資といった公的な資金援助、あるいは民間等資金など資金調達に向けた支援が必要である。

一方で、創出された健康サービスが消費者の安全・安心を担保するものとなり、市場で認められる高い付加価値を示すためには、何らかの「評価」あるいは「認証」といったものが強く求められており、評価・認証等の方策について検討が必要である。

さらに、人々の健康意識の高まりを消費行動につなげていくために、健康サービス産業に資する情報提供や科学的根拠に基づく健康サービス・商品の普及啓発により、サービスの利用促進を図る必要がある。

目標を達成するための戦略基本方針

【戦略1】 研究開発・経営活動の支援

(1) 情報交換・交流ネットワークの構築支援

県内健康サービス関連企業については、同業種、異業種など企業同士での情報交換が重要であり、具体的に「どの企業がどういう技術やサービスを持っているのか知りたい」あるいは「自社ではこういう技術・サービスを持っており、他の企業と共同して新しいビジネスを展開したいので、広く一般に認知してもらいたい」といったニーズも高いことから、健康サービス産業に係る情報提供について、ITを活用した情報交換プラットフォームの構築、定期的な意見交換や提案を行うための交流会の開催、専門分野のコーディネーターによる産学間・異業種間のマッチング等の取り組みにより、効果的・効率的な情報交換の機会の充実を図る。

(2) 産学行政連携による研究開発の支援

市場で高い付加価値を発揮するためには、健康サービスの科学的根拠を如何に消費者に対してアピールするかが重要であり、そのためには大学等研究機関との連携による研究開発や予防医療としての側面から医療機関・健診機関との連携も重要である。

企業の研究開発ニーズに対応するため、研究開発・予防医療に関する産学行政の連携体制を確立し、企業へのワンストップ支援サービス体制の構築を目指す。

(3) 地域資源を活用した健康サービスの創出支援

成長が期待される健康サービス産業において、高い付加価値により市場で優位に競争していくためには、科学的根拠に基づく健康サービスであると共に、熊本の特徴を活かした健康サービスを創出する必要がある。

例えば同じ農産物でも気候や土壌などの違いによりその産地ならではの特徴があることや、さらには、熊本型特別栽培農作物「有作くん」やエコファーマーの認定による環境保全型農業の取り組みが進んでいることから、食の安全に対する科学的根拠など熊本産ならではのエビデンスを構築できる可能性が高い。本県には、全国有数の生産量を誇るスイカ、トマト、デコポン、い草などの豊富な農産物があり、これらを活用した新しい健康サービスの創出が期待される。

また、農林水産物の他にも広大な森林とその恵みともいえる豊富で上質な地下水などの自然環境を有し、県内各地に多数存在する温泉や世界最大級のカルデラを有

する阿蘇や美しい島々からなる天草などの観光資源、グリーンツーリズムの取り組みなど休養や癒しの資源も多く備えている。地元食材による食の提供と温泉や運動、保健・医療などを組み合わせたヘルスツーリズムによる県外からの集客なども考えられる。

このように様々な地域の資源を活用して、熊本の特徴を活かした付加価値の高い新しい健康サービスの創造を支援すると共に、旅館業による食や温泉のおもてなし、スポーツ産業などによる健康増進など「健康」をキーワードに既存の産業が新たな付加価値を生み出すことも期待される。

(4) 資金調達の支援

県内健康サービス関連企業は、バイオベンチャー等を含む中小企業が多く、研究開発や販路開拓などの事業展開において、その技術力やアイデアなどの経営資源を有効に活用するための資金調達が大きな課題である。

産学行政連携による付加価値の高い健康サービスを創出するために、国等補助金や制度融資に関する情報提供を行うとともに、民間金融機関等の投融資を呼び込むための情報提供等、資金調達の支援に努める。

【戦略2】 人材の創出・登用・育成

(1) 新たなビジネスモデルに対応した人材の創出

平成20年度からの特定健診・保健指導の義務化に伴い、市町村や企業の健康保険組合などが、民間事業者に対し保健指導等のアウトソーシングを拡大していくことが予想される。また、個人が保健指導を受けた内容を継続的に行い、自ら健康への取り組みを始めるなど「行動変容」を促すための新たなサービスへの需要が高まると考えられることから、経済産業省は「平成19年度先進的保健指導サービスプロジェクト（地域ヘルスケア重点化推進事業）」において、ITを活用した保健指導などの実証事業を行っている。

このように、新たなサービス市場の創出が予想される健康サービス産業の動向を見据え、既存事業から健康サービスへ展開する企業など新たなビジネスモデルに対応する人材の創出を支援する。

また、IT基盤を使った健康サービスを行うために必要な知識や技術を持つ人材については、在宅の栄養士、保健師等有資格者などを掘り起こし、在宅にしながらITを活用することで就労が可能となるなど新規雇用の創出につながることも期待される。

(2) 産学行政連携のためのコーディネーター人材の登用

科学的根拠に基づく付加価値の高い健康サービスを創出するためには、企業と大学等研究機関のシーズ・ニーズをマッチングさせ、情報提供や資金調達など様々な支援を行いながらビジネスモデルを確立させることが重要である。

そのためには、専門的知識や優れた経営感覚を持つ人材をコーディネーターとして登用し、ビジネスマッチングの機会を確保し、産学連携のネットワークを構築することで、付加価値の高い新たな健康サービスの創出を支援する。

(3) 質の高いサービスの提供に向けた人材育成

県民のQOL向上のためには、サービス提供事業者が質の高い健康サービスを提供する必要がある。

本県ではこれまで熊本大学との連携によりホスピタリティやヘルスプロモーションに関するモデル事業等を実施しており、今後も県内大学等教育研究機関と連携し、質の高いサービスの提供に向けた人材育成を支援する。

また、健康サービスについては、消費者に対して安全・安心を担保することが求められていることから、健康サービスの質の評価に資するための人材育成を検討する必要がある。

【戦略3】 健康意識の啓発と科学的根拠に基づく健康サービスの普及促進

(1) 健康意識の啓発による健康サービスの普及促進

県民のQOL向上のためには健康維持・増進が重要であり、個人自らが健康を維持・増進していく意識を持ち、行動していくことが最も重要となる。

県では、「第二次くまもと21ヘルスプラン」により生活習慣病対策に重点を置いた「生涯を通じた健康づくり」を推進するため、子どもの頃から生涯をとおした適切な生活習慣の定着や生活習慣病の発症・重症化等の予防等について具体的に取り組むこととされている。

このような「行動変容」を起こすための取り組みとの連携を図り、県民のQOL向上に寄与するよう健康サービスの普及促進を図る。

(2) 科学的根拠に基づく健康サービスの普及啓発

健康サービスは人々の健康ニーズの高まりとともにその市場を拡大しつつあるが、健康サービスに関する情報が氾濫する中、その効果や有効性について疑問視されるものもあり、必ずしも消費者の信頼が高いとはいえない状況である。

そこで、科学的根拠に基づく健康サービスを普及させるため、メディア等を活用した消費者への啓発を行う。

また、消費者は、健康サービスに安全・安心な質の担保を求めており、県内企業が、科学的根拠という付加価値を消費者へ示すための認証等の方策を検討する。

(3) 販路開拓に向けたマーケティング支援

産学行政連携による新たな健康サービスの研究開発に成功しても、消費者に受け入れられ、収益をあげるためのビジネスモデルを如何に構築するかが重要である。

このため、専門家等によるアドバイスを採り入れた商品開発やデザインプロダクト、コンセプトづくりなど販路開拓に向けたマーケティングを支援し、消費者ニーズに合ったビジネスモデルを構築する。

(4) 関係機関との連携による普及啓発

医療制度改革により、今後、各市町村や企業等医療保険者は、生活習慣病への取り組みの目標設定を行い、その結果によっては保険財政に大きな影響を及ぼす可能性があることから、被保険者らに如何に健康への取り組みを継続的に行わせ、健康維持・増進を図るかが課題となる。また、ある企業ではこのような取り組みを行うことで医療費の削減効果のみならず、業績向上にも貢献しているという事例もある。

このため、市町村・企業等保険者等に対して、健康維持・増進の取り組みの重要性を啓発するとともに、健康サービスの普及促進を促していく。

戦略実現に向けた取り組み体制について

当戦略を推進・実現していくためには、産学行政の連携を密に図りながら取り組む必要があり、本県では、他の多くの都道府県に先んじた形で産学行政連携による「熊本県健康サービス産業協議会」(以下、「協議会」)が発足していることから、協議会を推進組織として戦略を推進していく。

協議会の活動を通じて、県内企業の経営資源である技術力やサービス手法と、大学等研究機関の持つ研究シーズや医療機関・健診機関による医学的支援とのマッチングにより、科学的根拠に基づく付加価値の高い健康サービスを創出することを目指す。

県は、推進組織である協議会を活用しながら、産学間・異業種間の連携を図り、県内企業、大学等研究機関、医療機関・健診機関とのマッチングを支援する。また、資金調達や販路開拓に向けた情報提供、県民や各関係機関等に対する健康意識の啓発・醸成、健康サービス産業の普及啓発に取り組むことで健康サービス産業の振興、さらには県民のQOL向上、医療費の適正化に寄与するよう当戦略を推進していく。