

デジタル時代の  
リスクと保険 (16)

健康活動で保険料を割引

デジタル技術の普及に伴い、新しいリスクが次々と生まれているが、悪いことばかりではない。デジタル技術を使って保険の在り方や保険が支える人の営みをより良い方向に変えていこうとする動きもある。その一つが「健康増進型保険」である。デジタル端末などで集めた個々人の健康への取り組みなどに応じて保険料の割引などをする新しい保険商品だ。各人の健康の増進と費用の低減につながる一石二鳥の医療保険といえる。

健康増進型保険はもともと海外で生まれたもので、日本では2018年から大手生命保険会社が順次、提供を始めている。その時々の健康状態や健康増進への取り組みによって保険料割引や還付金などがあるタイプの保険である。健康状態の管理や把握には、ウェアラブル端末やスマートフォンなどを利用する。

例えば、契約後の所定の期間内にBMI（体格指数）や血圧などの健康状態や喫煙状況などが改善され、保険会社の定める基準を満たすと、保険料が割安になるとともに祝い金を受け取れる保険商品がある。ほかにも1日あたりの歩数によって、保険料面で優遇を受けることができる商品もある。

保険の仕組みの観点からみると、大きく変わっていることが分かる。これまでの医療保険は年齢や性別、病歴などの静的なデータに応じて保険料を算出していたのに対し、この新しい健康増進型保険はデジタル端末などを通じて集

めた健康状態や健康改善活動など動的なデータを用いて保険料・疾病リスクを算定しているからだ。

さらに、そうした仕組みが、保険契約者の健康増進に向けたインセンティブ（動機づけ）となり、病気になるリスクを減らすことにもなっている。保険はもともとは万が一に備えるものだが、万が一の事態そのものを減らすことにもつながっている。保険の意味合いを大きく変える商品とも言える。

今後、人体に埋め込む小型センサーなどデジタル機器がさらに進化すれば、個人の行動をよりつぶさに把握して保険料に反映する保険が登場する可能性もある。ただ、課題もある。プライバシーの問題だ。ヘルスデータを活用するうえで、情報管理やセキュリティ管理は大きな課題であり、「匿名化」などプライバシー保護の技術も求められる。

健康増進型保険は個人が契約するタイプの商品が多いが、企業も活用できそうだ。企業の経営課題の一つとして注目されている「健康経営」を推進する有力なツールになり得るからだ。

健康経営とは、従業員の健康づくりを進めることで生産性向上など組織の活性化をもたらし、結果的に業績向上につながる取り組みを指す。経済産業省では健康経営に取り組む優良な法人を認定する制度を設けて後押ししている。

認定基準では、定期健診などによる従業員の健康課題の把握と必要な対策の検討、受動喫煙対策や保健指導などを通じた従業員の心と身体への健康づくりに向けた具体的対策の実施などを求めている。

ただ、企業側の働きかけだけでは従業員の健康づくりが進みにくい面もある。従業員自身に何らかのインセンティブがあると、自らの健康増進により積極的に取り組むことが期待できる。そんな時、活用できるのが健康増進型保険だ。従業員にこうした保険を案内し、加入を促進すれば従業員が自発的に取り組むきっかけづくりになるかもしれない。

健康増進型保険で使う機器やデータ	
使うデジタル機器	スマートウォッチ、スマートバンド、スマートフォン、スマート体組成計
デジタル機器などで集めるデータ	歩数、心拍数、血圧、血糖、コレステロール、尿タンパク、BMI、健康年齢、非喫煙実績
データに応じた特典	保険料の割引、還付金、提携企業の割引