

2026 年 7 月 17 日

## 「健康経営に関する企業調査（2026 年）」について

常陽銀行（頭取 秋野 哲也）の子会社である常陽産業研究所（代表取締役社長 大森 範久）は、このたび「健康経営に関する企業調査（2026 年）」を実施しましたので、その結果を下記のとおりお知らせいたします。

当社は、地域のシンクタンクとして各種調査研究および総合金融サービスの提供を通じ、今後とも、地域の課題解決のためのさまざまな情報発信および取り組みを展開し、地域の成長と活性化に貢献してまいります。

### 記

#### 1. 調査結果

茨城県内企業における 2026 年の「健康経営」の認知度は、全産業で「聞いたことがあり、内容も知っていた」が 59.3%で最も多く、次いで「聞いたことはあるが、内容は知らなかった」が 30.9%、「聞いたことがなかった」が 9.8%となりました。

取り組み状況は、「現在実践している」が 41.5%で最も多く、次いで「いずれ実践したいと思っている」が 23.3%、「必要だと思うが、実践予定はない」が 17.6%、「まだ実践していないが、近いうちに実践する」8.8%でした。

従業員の健康への投資に対する意識の高まりに加え、行政による認定制度の推進などを背景に、健康経営の認知度と実施割合はともに、調査開始以来過去最高となりました。なお、調査結果の詳細は別紙を参照してください。

#### 2. 調査の特徴

本調査は「茨城県内主要企業の経営動向調査」※（以下、経営動向調査）の特別調査として、2026 年 6 月 1 日～18 日に実施したものです。有効回答数は 194 社（製造業 86 社、非製造業 108 社）でした。なお、経営動向調査では、従業員数 300 人以上の大企業から 30 人未満の企業まで、茨城県内企業を幅広く調査対象としています。

※＜参考ニュースリリース＞ [2026 年 7 月 2 日付「茨城県内主要企業の経営動向調査結果（2026 年 4～6 月期速報）」について](#)

以 上

本件に対するご照会は、下記までお願いいたします  
常陽産業研究所 地域研究センター（中橋・荒澤） 029-233-6735

## 「健康経営に関する企業調査（2026 年）」

**健康経営を「現在実践している」と回答した企業は 41.5%**  
—健康経営の認知度と実施割合、いずれも調査開始以来最高に—

### 今回調査の概要

「健康経営」※1とは、従業員などの健康管理を経営的視点で捉え、戦略的に実践することであり、健康投資は生産性や企業価値の向上につながるとされている。企業の健康経営への関心は年々高まっているとみられ、県が推進する「いばらき健康経営推進事業所認定制度」※2の認定数も増加傾向にある。そこで当社では、茨城県内企業に対し健康経営の認知度や取り組み状況などに関するアンケート調査を行った。調査結果は次の通りである※3。

### 健康経営の「聞いたことがあり、内容も知っていた」企業は 59.3%

茨城県内企業における 2026 年の健康経営の認知度は、全産業で「聞いたことがあり、内容も知っていた」が 59.3%で最も多く、次いで「聞いたことはあるが、内容は知らなかった」が 30.9%、「聞いたことがなかった」が 9.8%だった（図表 1-1）。

「聞いたことがあり、内容も知っていた」と回答した企業は、調査開始当初（2022 年）と比較し 24.9pt 増加、前年調査（2025 年）比 4.0pt 増加し、認知度は調査開始以来最高となった（図表 1-2）。

### 「現在実践している」と回答した企業は 41.5%

健康経営の取り組み状況は、「現在実践している」が 41.5%で最も多く、次いで「いずれ実践したいと思っている」が 23.3%、「必要だと思うが、実践予定はない」が 17.6%、「まだ実践していないが、近いうちに実践する」が 8.8%であった（図表 2-1）。

「現在実践している」と回答した企業は、調査開始当初（2022 年）と比較し 21.9pt 増加、前年調査（2025 年）比 13.3pt 上昇し、実施割合は調査開始以来最高となった（図表 2-2）。認知度と実施割合の上昇には、従業員の健康に投資する意識の高まりに加え、行政による認定制度の推進などが寄与しているものと考えられる。

### 取り組み企業では従業員の意識向上に効果を実感する一方、人手・ノウハウ不足が課題に

健康経営の具体的な取り組みでは、「従業員へ健康診断の受診を促す」(87.5%) が最も多く、次いで、「長時間労働の是正・ワークライフバランスの推進」(68.8%)、「企業・事業所での健康宣言の明文化」(60.0%)、「メンタルヘルス対策」(55.0%) であった（図表 3-1）。また、健康経営で得られた効果では、「従業員の健康意識の向上」(67.1%) が最も多く、次いで「企業イメージ・ブランド力の向上」(30.3%)、「社内コミュニケーションの活性化」(30.3%) であった（図表 4-1）。

企業からは、「健康経営優良法人」※4に認定中である（建設業）、「ブライツ 500 認定」※5をいただいている（その他の非製造業）など、認定制度を活用して健康経営に取り組んでいるとの声が多く聞かれた。一方で企業からは「担当を配置できるほど人手が足りていない」（卸売業）、「認定を受けたいがノウハウがない」（卸売業）など、人手やノウハウの不足により健康経営に取り組むことが困難と回答する企業もみられた。このため、健康経営のさらなる普及には、県や支援機関などがこうした課題を抱える企業に対し、相談対応や情報提供などを強化することで、取り組みを後押ししていくことが必要と考えられる。

※1 「健康経営」は NPO 法人健康経営研究会の登録商標

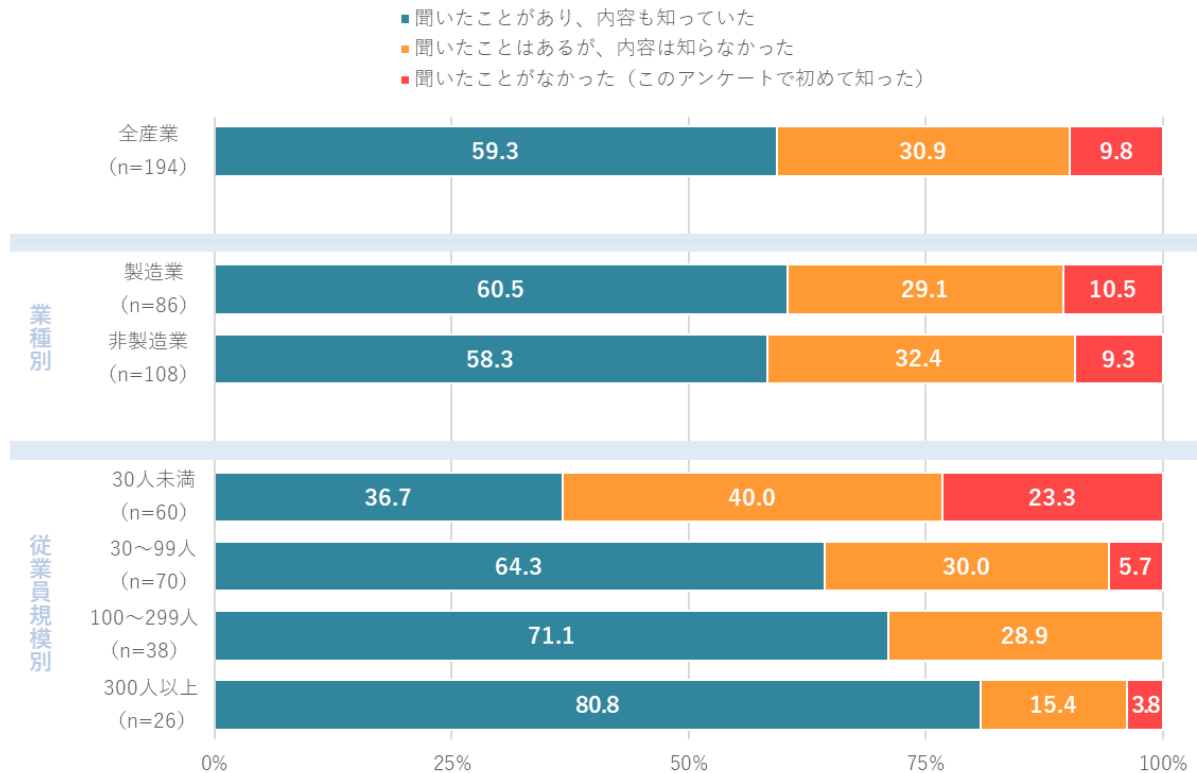
※2 2018 年度に始まった、健康経営に取り組む茨城県内の企業や事業所を県が認定する制度  
当社は事務局として申請に関する相談を受け付けています

※3 2025 年までの調査結果はこれまで非公表

※4 2016 年度に経済産業省が創設した「健康経営優良法人認定制度」で、従業員の健康管理を戦略的に実践し、特に優良と認められた法人のこと

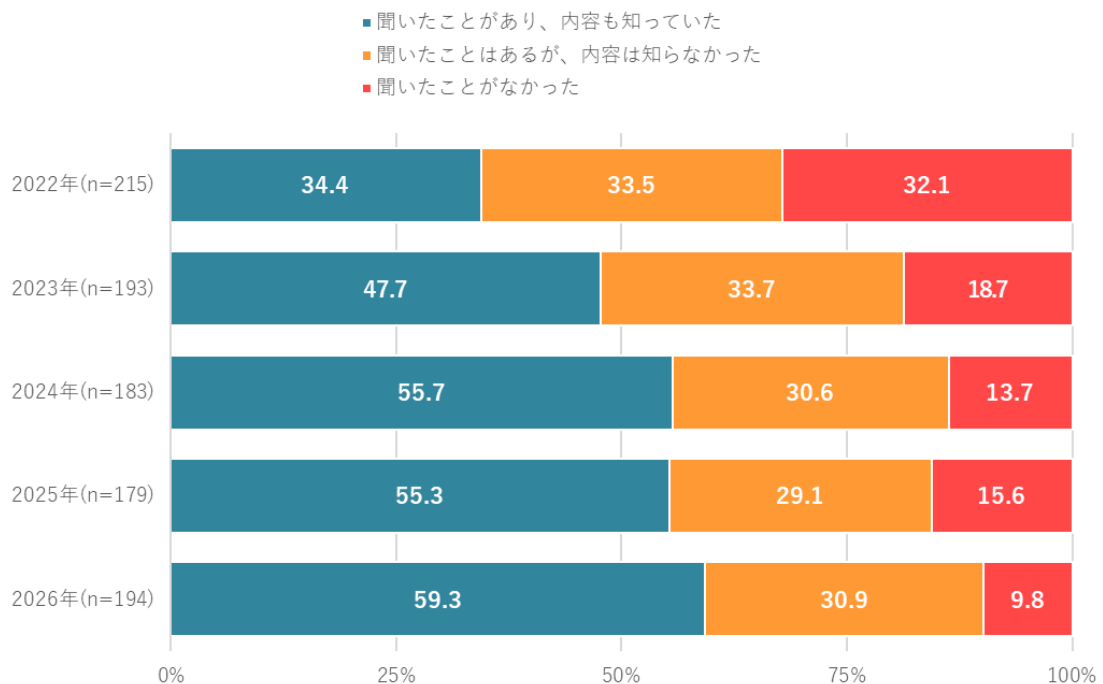
※5 健康経営優良法人のうち、中小規模部門の特に優良な上位 500 社に付与される称号

図表 1 - 1 「健康経営」の認知度（業種・従業員規模別）



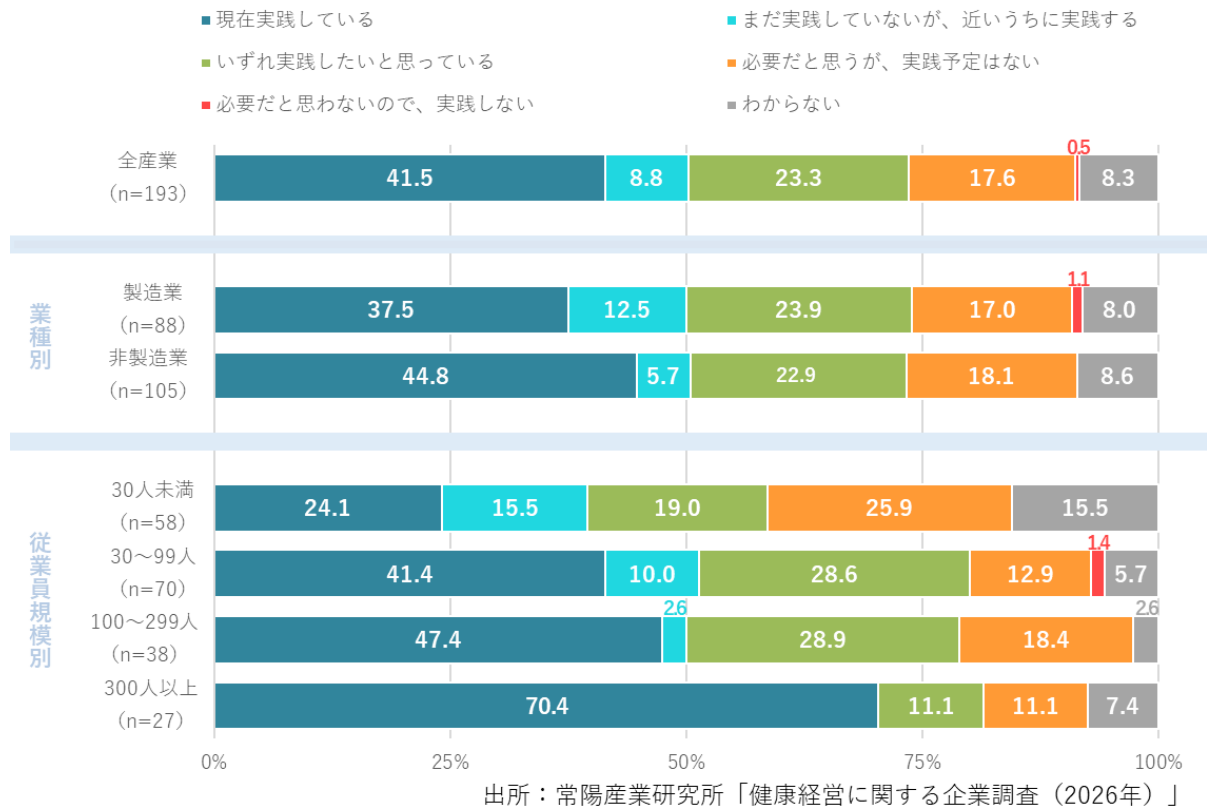
出所：常陽産業研究所「健康経営に関する企業調査（2026年）」

図表 1 - 2 「健康経営」の認知度（推移・全産業）

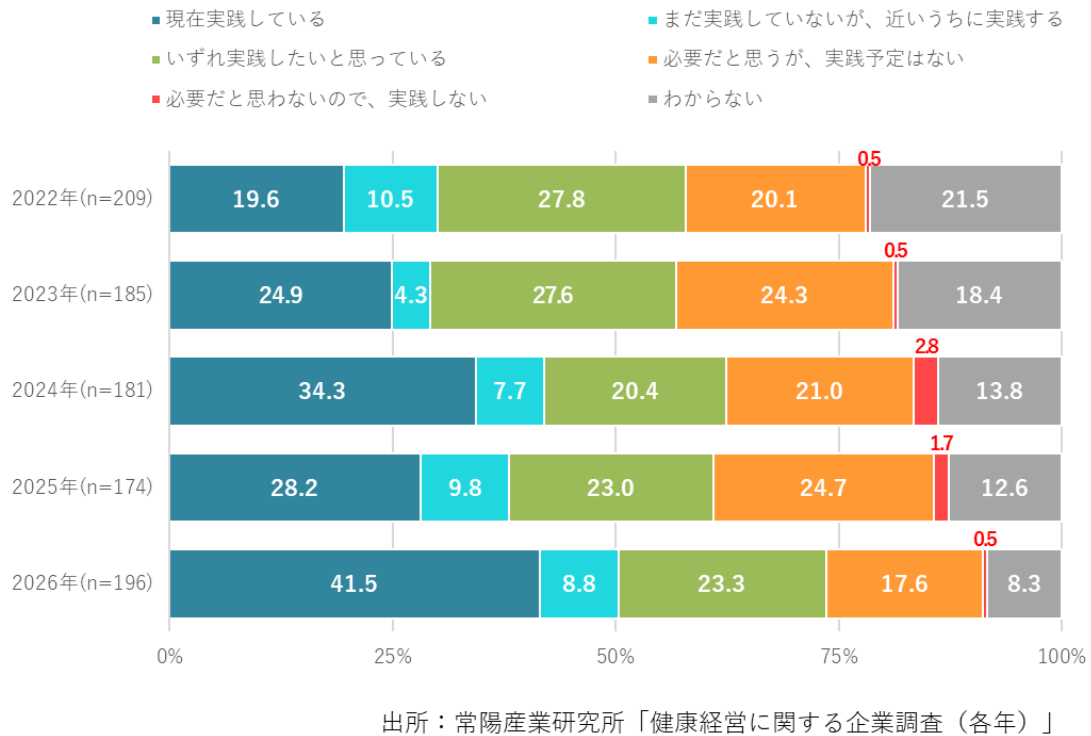


出所：常陽産業研究所「健康経営に関する企業調査（各年）」

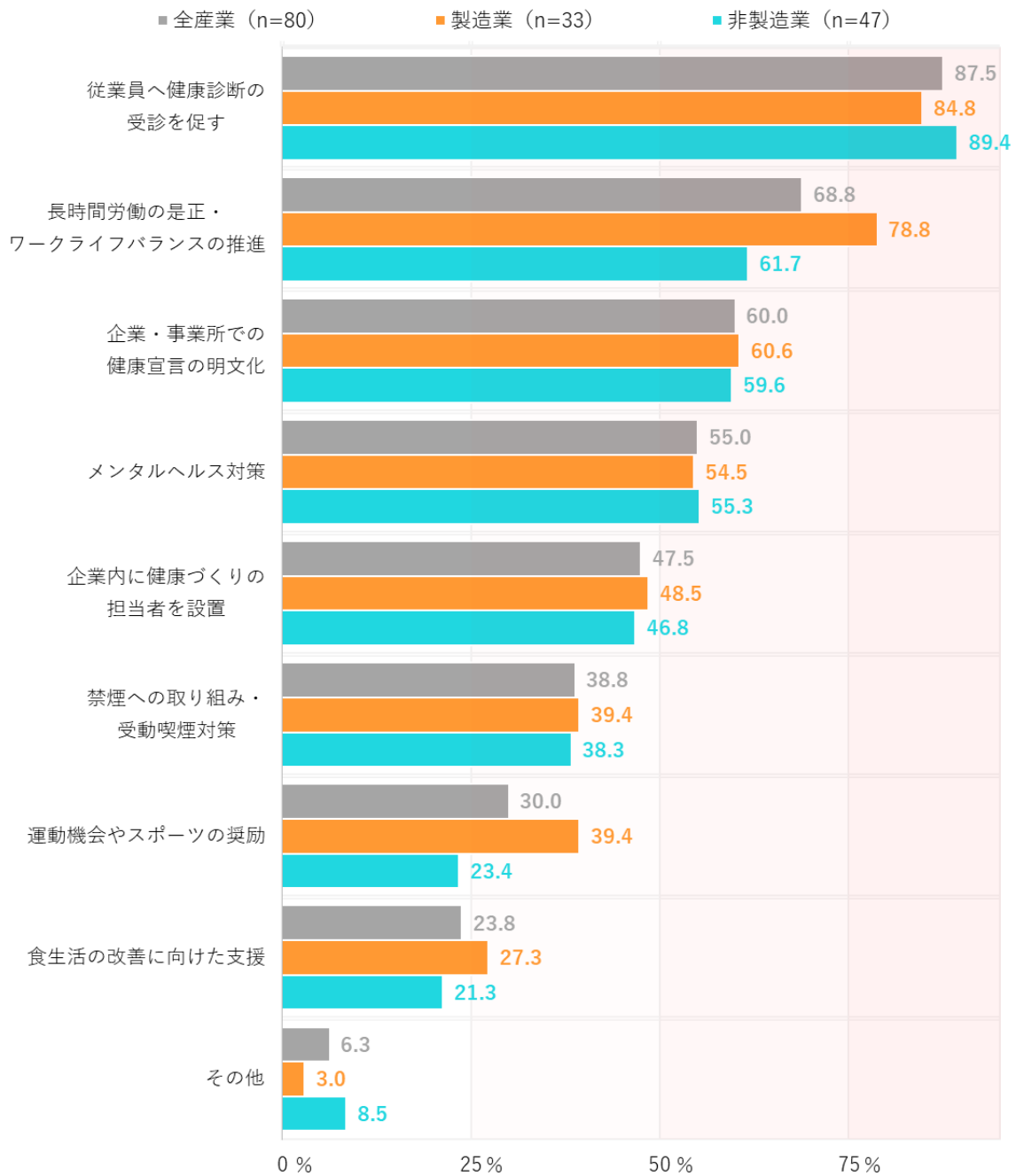
図表 2 - 1 「健康経営」 への取り組み姿勢（業種・従業員規模別）



図表 2 - 2 「健康経営」 への取り組み姿勢（推移・全産業）

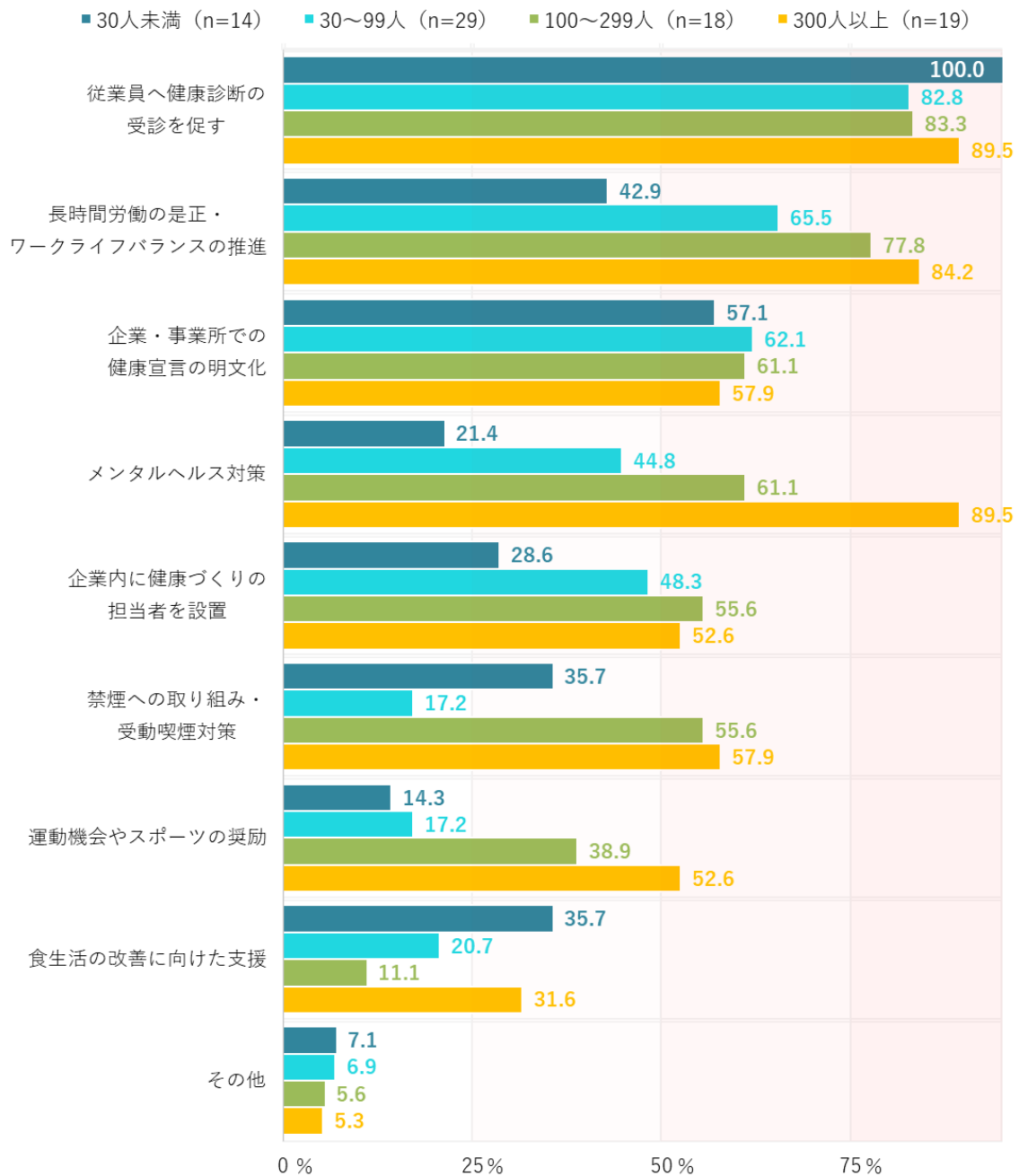


図表 3 - 1 企業で実施している「健康経営」の取り組み（業種別）



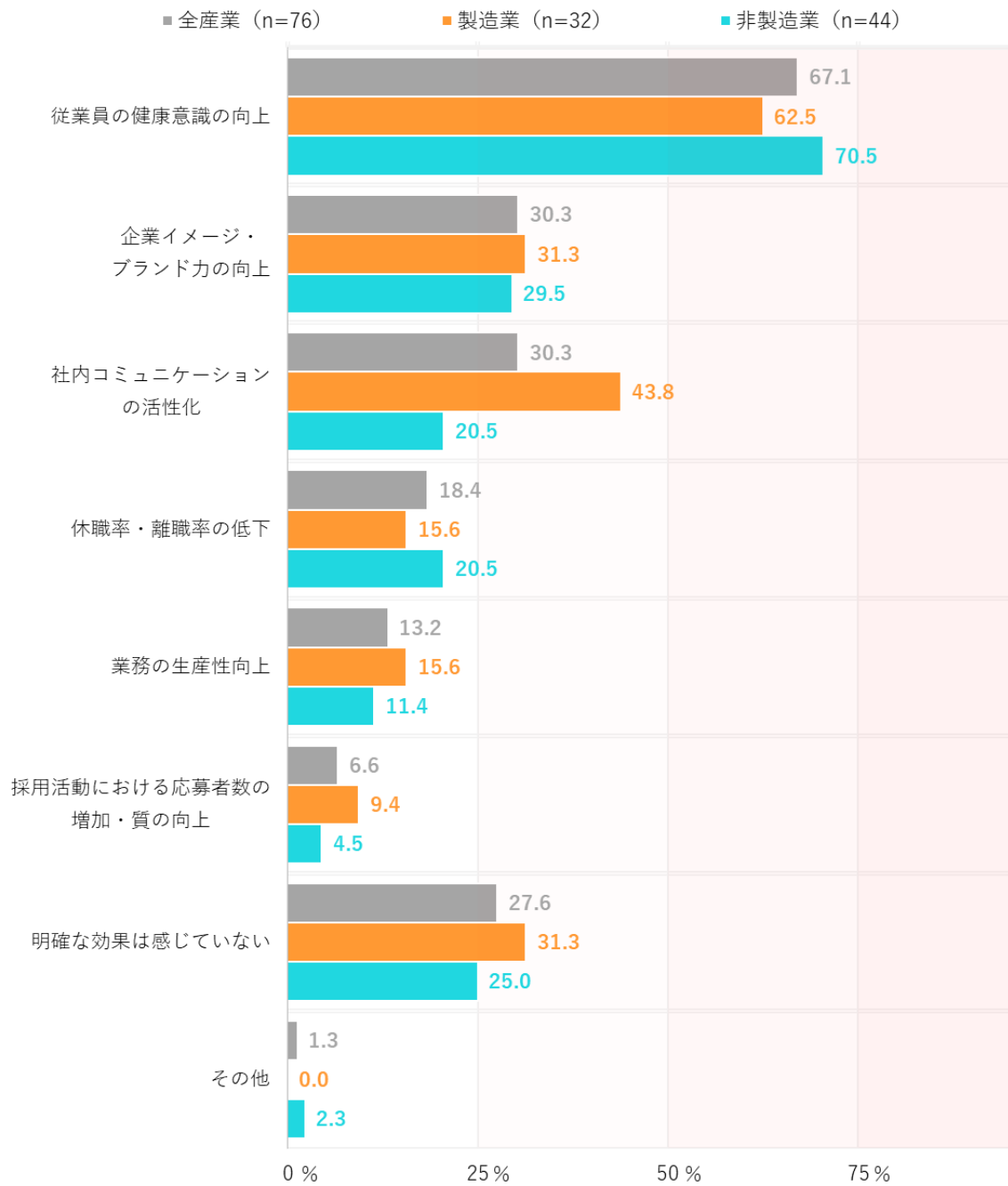
出所：常陽産業研究所「健康経営に関する企業調査（2026年）」

図表 3-2 企業で実施している「健康経営」の取り組み（従業員規模別）



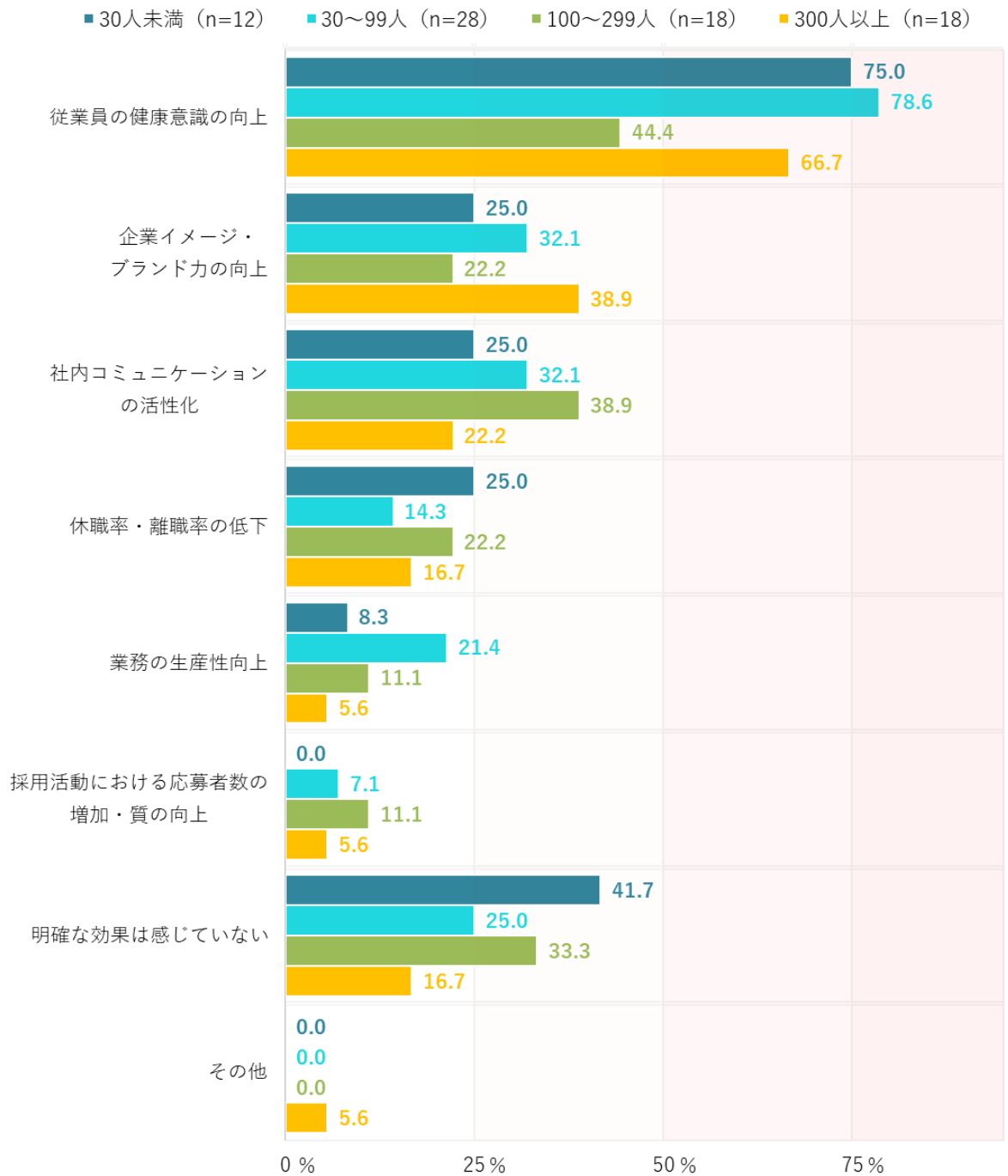
出所：常陽産業研究所「健康経営に関する企業調査（2026年）」

図表 4 - 1 「健康経営」から得られた効果（業種別）



出所：常陽産業研究所「健康経営に関する企業調査（2026年）」

図表 4 - 2 「健康経営」から得られた効果（従業員規模別）



出所：常陽産業研究所「健康経営に関する企業調査（2026年）」