

### 背景と事業目的

総合健保特有の課題

#### 健保加入者とのタッチポイント

適用事業所数が450ヶ所以上に及ぶことから、加入者に対する**健保からの情報伝達的手段が限られ**、保健事業の健保からの周知が難しく、加入者の反応・ニーズも掴みづらい

健保として直接加入者に対してオフライン／オンライン両面の接点（タッチポイント）を増やし**広報能力を強化すると共に、加入者の反応・ニーズをデータで捉える。**

#### 保健事業のアウトカム測定と費用対効果

財政逼迫から、アウトカム実績のない新規事業に予算をつけづらい。組合員へのヘルスケアポイントの付与についても、**費用対効果の検証が困難で単一健保のように柔軟に実施できていない**

PFSの仕組みを使い、保健事業の最終アウトカムである**医療費適正化効果を測定しつつ、加入者の行動変容及び事業アウトカムを出すために、必要な事業費用（ヘルスケアポイント補助など）についてデータを蓄積。**

健康課題

#### 若年層の1人あたり医療費

当健保の30代の加入者の1人あたり医療費が、同業種平均と比較して約10%高い傾向があるが、**若年層に向けた保健事業を戦略的に実施できていない。**

**年代を問わず医療費の適正化に直結する取組の一つとして、上述のタッチポイントを活かして「上手な医療のかかり方」を普及する事業を実施する。**

総合健保も取り組みやすいモデル事業を創出

### 事業内容

#### ①健保公式のLINE運用

健保の公式LINEアカウントを作成し、加入者に登録を促すことで健保からプッシュ通知を送付出来るICTツールとして活用する。

#### ②上手な医療のかかり方 ポピュレーションアプローチ

加入者のリテラシー向上を目的にナッジ理論を取り入れた情報発信を実施。加入者のニーズの高いテーマをデータで把握する。  
(詳細テーマ例は次頁)

#### ③上手な医療のかかり方チェックテストの提供

テスト形式で回答を進めると、「上手な医療のかかり方」の実践方法を習得出来るコンテンツを提供し、加入者の能動的な行動を促す介入方法を検証する。

#### ④セルメ・リフィルの個別勧奨通知と行動変容機会提供

レセプトデータに基づき介入効果が高いと見込まれる対象者抽出を行い、個別勧奨通知を発送、合わせてセルメ実践の機会としてOTC医薬品のECサイトを提供。

#### ⑤ヘルスケアポイントの段階的配布と効果測定

上記①～④の施策それぞれに加入者へのヘルスケアポイントの配布を行い、アウトカム・アウトプットへの影響度を検証する。

### 「上手な医療のかかり方」の取組テーマ

	加入者 関心	介入による 行動変容	アウトカム 検証方法
かかりつけ医・薬剤師を持つ	○	○	△
子供の体調急変への対応	○	△	△
頻回受診を避ける	△	△	△
時間外受診を避ける	△	△	○
リフィル処方箋の活用	△	○	◎
セルフメディケーションの活用	○	○	◎

上手な医療のかかり方

\*各テーマへの評価は委託業者との意見交換における整理

### 成果指標・効果検証

成果指標

他の効果検証項目

**①セルメ対象疾患に係る受診患者減少数**

セルメ対象疾患で通院歴のある対象者

受診患者減少数

他事業で実績有

**②リフィル処方箋が処方された患者数**

長期DO処方の対象者

リフィル処方を受けた患者数

他事業で実績有  
先行研究有り

**★時間外受診の介入による医療費適正化効果**

時間外加算算定件数

減少分

本事業で検証

**★ポイント付与額と行動変容の相関関係**

行動変容人数

本事業で検証

「最終アウトカム」医療費の適正化

「中間アウトカム」行動変容

- ✓ 本事業においては、厚生労働省の公式ウェブサイト（上手な医療のかかり方.jp）等で紹介されている、患者の適切な医療受診を促すリテラシー教育について、加入者に全般的に発信する。
- ✓ 一方で、既に他事業においてアウトカムの実績が出ている「セルフメディケーション普及」、「リフィル処方」をテーマに、医療費適正化効果の測定を行なっていく。
- ✓ 加えて、関連する診療報酬の算定回数の把握によって最終アウトカムへの影響度を測定しやすいと思われる「時間外受診」の啓発についても、成果指標からは外すものの本事業を通じて、情報提供の実施によるアウトカム測定の検証を行う。