

健康度を可視化するポイントプログラム

実証事業に関する報告書
(先進的な保健事業の実証等)

平成27年3月
富士通健康保険組合

目次

第1章	事業実施に至る背景	3
1.1	富士通健康保険組合の概要	3
1.2	これまでの取組み	4
第2章	事業目的	5
2.1	目的	5
2.2	目標	5
第3章	具体的な事業内容	6
3.1	実証事業（富士通 健康増進マイレージプラン）	6
3.2	マイル取得イメージ	7
第4章	実施状況	8
4.1	富士通 健康増進マイレージプランの実施状況	8
第5章	事業の評価指標及びその結果	8
5.1	事業の評価指標	8
5.2	事業の評価結果	8
第6章	事業実施体制	14
6.1	実証事業の実施体制	14
第7章	評価結果を踏まえた今後の事業の方向性	15
7.1	実証事業の評価結果と課題を踏まえた今後の方向性	15
7.2	今後の事業スケジュール	15

第1章 事業実施に至る背景

1.1 富士通健康保険組合の概要

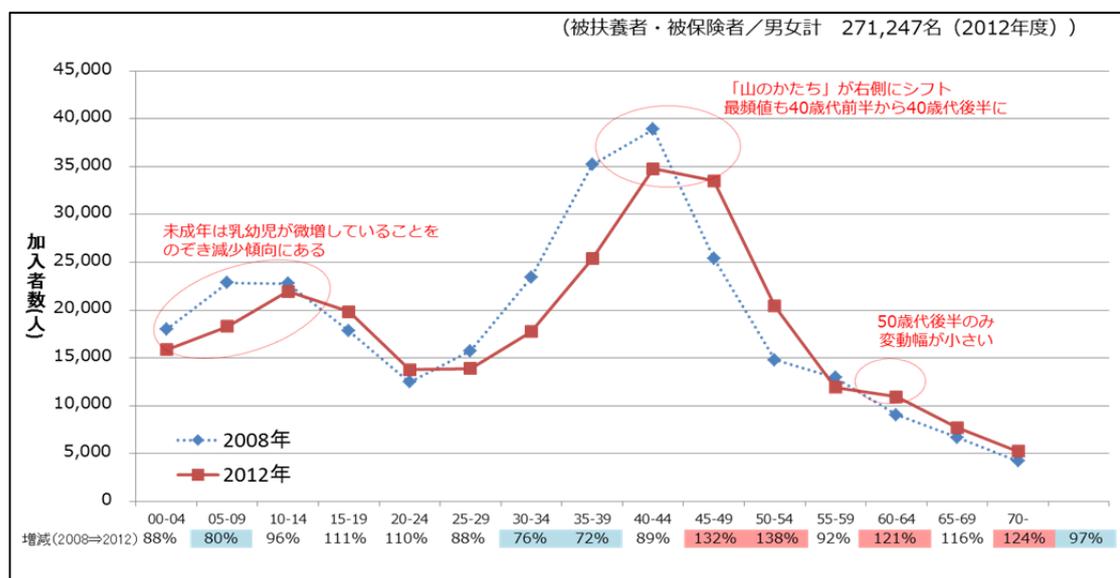
(1) 基本情報

平成26年3月末現在の当健保組合の概要は以下の通りである。

所在地	神奈川県川崎市中原区小杉町3-264-3			
設立	昭和15年4月1日			
事業所数	148事業所			
加入者数		一般	特退	合計
	被保険者数	112,397	10,018	122,415
	被扶養者数	126,971	8,814	135,785
	合計	239,368	18,832	258,200
平均年齢	42.30歳（特退除く）			
保険料率	一般：86‰ / 介護：13‰			

(2) 加入者の年齢分布

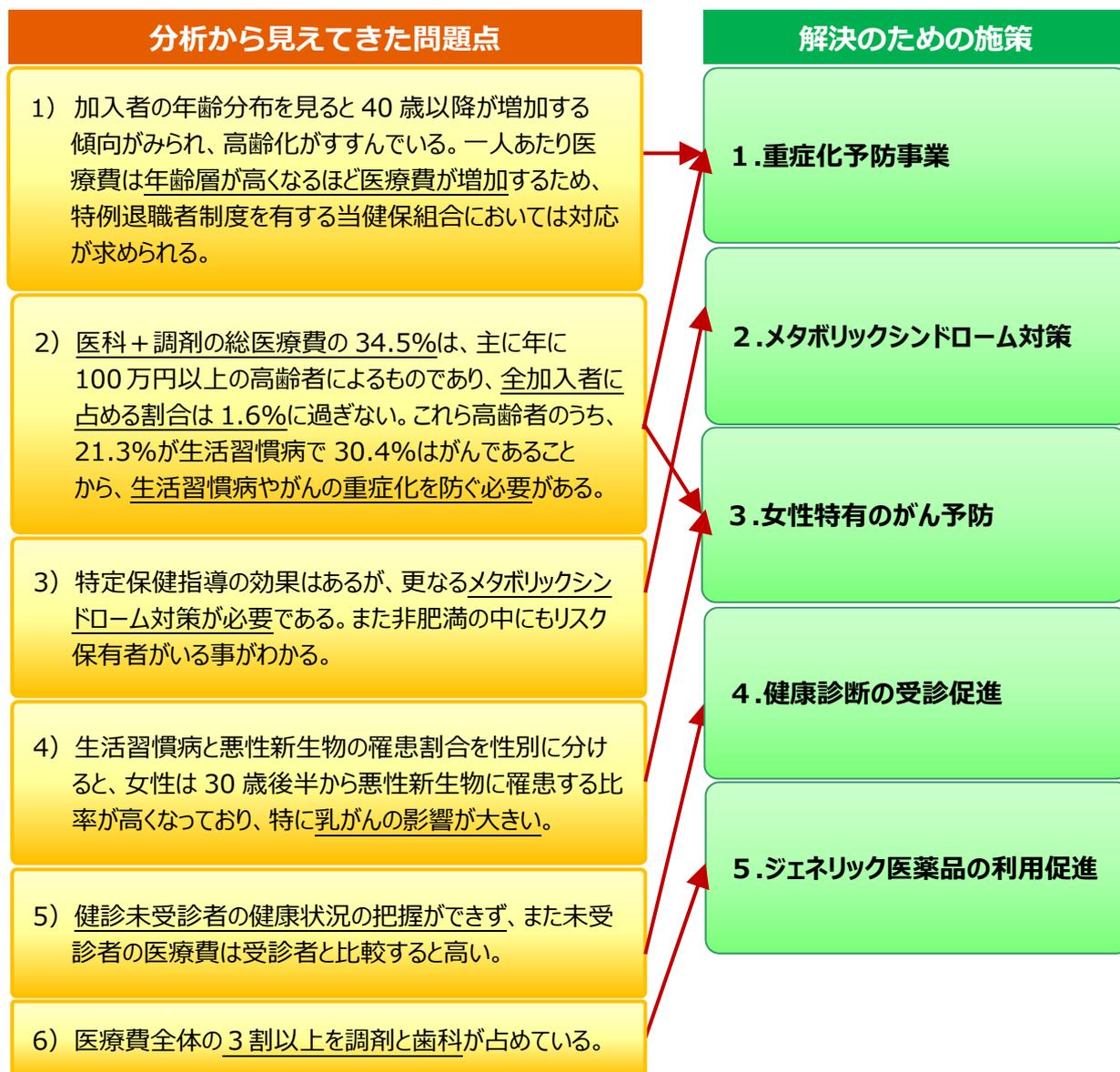
加入者全体の年齢階層ごとの人数と、その変化を2008・2012年度でみたものである。30歳代が2割以上減少した一方で、40歳代後半・50歳代前半は3割近く増加している。全体数は微減。



1. 2 これまでの取組み

当健保組合では、「データヘルス計画書」内においてレセプトデータや健診データを活用したデータ分析から、当健保の課題が見える化し、またそれらの課題を解決するための施策について以下の通りまとめた。（図1）

■図1 健康課題と施策



上述した施策が効果を発揮するには、サービスの受け手である加入員本人の参加が前提となるが、集団には健康に無関心な層（無関心期層）や関心があっても実際の健康活動にはいたらない層（関心期層）がいるものも事実である。

当健保組合の特定保健指導対象者の初回面接時における行動変容レベルを集計した（2008年-2013年の6年間。対象者約24,400人）ところ、約5%の対象者が無関心期、約40%が関心期であった。つまり「健康維持のための取組みを行っていない層」が約45%、そのうち特に「関心はあるが活動にいたっていない層」が約40%にものぼり、

こうした層に対して健康活動を始めるきっかけを与えることが保健事業の効果を高めるために必要な土壌づくりの第一歩であると考えた。

第2章 事業目的

2.1 目的

第一章で述べた保健事業の効果を高めるための土壌作りは、若年層や健康な層も含め、広く組合員全体に対するポピュレーションアプローチとして行う考えである。当健保組合では平成20年より、組合員全員が利用できる健康管理ツール「ヘルスアップF@m i l y」を立ち上げ、健診結果データを中心に、保健指導データ・個人の日々の健康データ等も含めた個人の健康情報の一元管理を推進してきた。

本ツールは、平成26年度時点でグループ全体の従業員のおよそ6割が実際にログインし活用している状況にあるが、健診結果のWeb参照や特定保健指導受診時の目標入力・評価入力などが主な利用目的となっており、日常的な健康増進ツールとして活用している層は一部に限られている現状にある。

そこで本事業では、ヘルスアップF@m i l yにヘルスケアポイント機能を追加し、富士通グループの健康増進を図る仕組みづくりを目的とした「富士通健康増進マイルージプラン」を展開する。具体的には、個人の健康活動への取り組みや健診データの適正化等に応じた健康ポイントをインセンティブとして付与し、インセンティブをきっかけに組合員の健康意識を向上させること、ひいては保健事業の効果を高め、最終的には医療費の適正化につなげる事を目的とする。

2.2 目標

本事業における目標は下記の通り設定した。

～短期目標～※平成26年度に実証事業を行い検証

- (1) インセンティブ付与の有無による健康イベントへの参加率を比較する
- (2) 本事業実施による行動変容への効果を測定する

～中期目標～

- (3) 実証事業の課題を踏まえ効果的なインセンティブプログラムを検討する
- (4) 健診結果データの改善

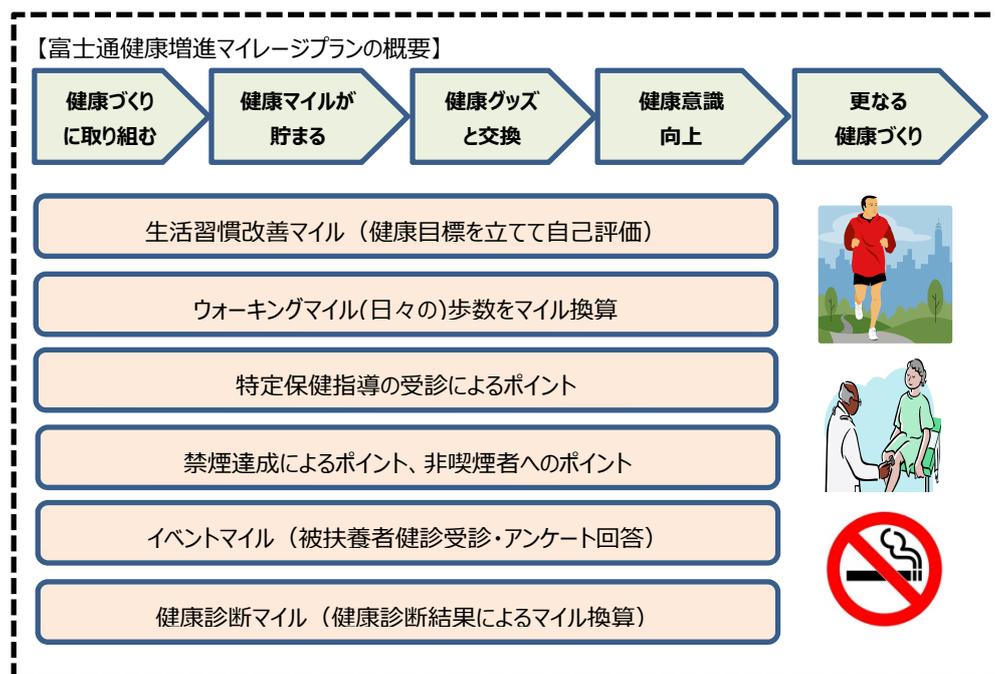
～長期目標～

- (5) 生活習慣病関連医療費の抑制

第3章 具体的な事業内容

3. 1 実証事業（富士通 健康増進マイレージプラン）

富士通グループの健康増進を図る仕組みづくりのため、「富士通健康増進マイレージプラン」運用トライアルを当健保組合及び健康推進本部との協働により富士通沼津工場において展開した。具体的な事業内容は下記の通りである。



1. 実施時期
2013年11月～2014年10月
2. 対象者
富士通沼津工場に勤務する富士通グループ従業員約1,400名から希望者募集
3. ポイント取得の仕組み
「ヘルスアップ F@mily」を活用し、健康目標の立案や日々の進捗入力、歩数等の健康情報登録や健康イベントへの参加、また健康診断結果の適正化（本事業ではBMIの値を評価）や保健指導の受診などをポイント化し、蓄積する
4. 効果検証
 - ・インセンティブ付与の有無による健康イベントへの参加率を比較
 - ・健康意識アンケート（初回・最終）により行動変容の変化を検証
 - ・健診データへの効果を検証
 - ・参加者のシステム利用状況を検証
 - ・獲得契機毎のポイント付与のバランスを検証
5. インセンティブの内容
 - ・事業に参加し、アンケートに回答した者全員の中から抽選で2名に5万円旅行券を贈呈（当選確率は獲得マイレージポイント数に連動）
 - ・獲得マイレージポイント上位100名に記念品を贈呈
※記念品の例：健保保養所ペア宿泊券、スポーツクラブ利用券、歩数計、歯ブラシセットなど

3. 2 マイル取得イメージ

【マイル取得イメージ】

前ログイン日時: 2013/07/11 9:10:14

HOME 健康情報 健康増進 エクササイズログ 家族の健康 食事ログ

印刷 オプション

日々の変化 2013/06/12~ 2013/07/12

体重 歩数 収縮期血圧 拡張期血圧

お知らせ

健康ポイントランキング

2013/07/11
19 pt
6位/67人

進捗 2013年07月

日	月	火	水	木	金	土	日
1	60kg 18,358歩 84/129	60.4kg 18,134歩 66/133	58.9kg 22,868歩 71/132	60kg 20,718歩 83/124	60kg 17,351歩 78/133	59.5kg 22,052歩 55/117	59.7kg 19,128歩 75/113
8	60kg 17,618歩 81/124	60.6kg 20,761歩 69/133	60.2kg 17,732歩 58/129	59.8kg 20,371歩 81/121	59.4kg 64/134		
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							

食事

体中(kg) 59.4 05:18

BMI(kg/m) 20.1

腹囲(cm) 76

収縮期血圧(mmHg) 134 05:30

拡張期血圧(mmHg) 64 05:30

＜ポイント取得の仕組み＞

- 参加者によるヘルスアップ F@mily への入力によるポイント
 - システムへのログイン
 - 自身の健康目標を立案し、目標に対する日々の進捗を入力
 - バーチャルウォーキングラリーにより日々の歩数をマイル換算
 - 日々の食事バランスチェックの入力
 - エクササイズ記録の入力
- 自動的に貯まるポイント
 - 健康診断の受診
 - 健診結果 (BMI) の評価 (適正值継続、減量、増量)
 - 特定保健指導の受診
 - 禁煙達成者、非喫煙者へのポイント (健診時の問診で確認)
 - 配偶者健診/婦人科健診など健保補助制度の利用
 - 各種健康セミナーへの出席

第4章 実施状況

4. 1 富士通 健康増進マイレージプランの実施状況

- ・第3章で概要を述べた「富士通健康増進マイレージプラン」について、上述のスケジュール通り実施した。
- ・事業開始時と終了時に参加群・非参加群への健康意識アンケート実施。
(対象者数：富士通沼津工場に勤務する富士通グループ従業員約1,300名に募集をかけ、そのうち参加を希望した約200名が参加群となった。)
- ・次章以降に述べる通り、本トライアル事業の評価・課題整理を行ない、富士通グループ全体への展開を見据えた改善を行っている。

第5章 事業の評価指標及びその結果

5. 1 事業の評価指標

本事業における評価指標は、以下の通りとした。

No	評価指標	評価手段	評価の目的
1	本事業への参加率	本事業への参加率と、同規模の他事業所において同時期に実施するシステムを活用したウォーキングラリーイベント（インセンティブなし）との参加率を比較する	インセンティブを付与した際の健康イベントへの参加率を確認し、インセンティブそのものの有用性を検証する
2	行動変容への効果測定	参加群・非参加群への初回・最終アンケートの実施により測定	本事業の短期目標である、行動変容への効果を評価する
3	健診結果への効果検証	参加群・非参加群の事業開始前・開始後の健診結果データにて測定	本事業の中期目標である、健診結果の改善についての効果を検証する
4	システムの利用状況	システムの操作履歴の集計	インセンティブを付与した際の健康ツール活用度を測定し、ポピュレーションアプローチの手段としての有用性を検証するとともに、グループ展開時のシステム面での課題を整理する
5	ポイント取得のバランス	マイレージポイント獲得契機毎の総ポイント数と全体に占める割合	ポイント獲得契機毎の全体に占める割合を集計し、グループ展開時の適切なポイント数設定を検証する

5. 2 事業の評価結果

1. 本事業への参加率について

<参加者>

206名 参加率：約15%（206人／1,399人中）

※同規模の別事業所における非インセンティブイベントの参加率：約1%

2. 行動変容への効果測定

<解析対象者数> (初回・最終のアンケートへの有効回答者数)

参加群：144名 対照群（非参加群）：322名

<初回・最終の健康意識アンケート結果>

以下アンケート項目において、有意差が認められた。

- No.1 「健康には気を付けている」
- No.3 「仕事と生活のバランスがとれている」
- No.4 「私には”健康目標”がある」
- No.6 「食事について気を付けている」

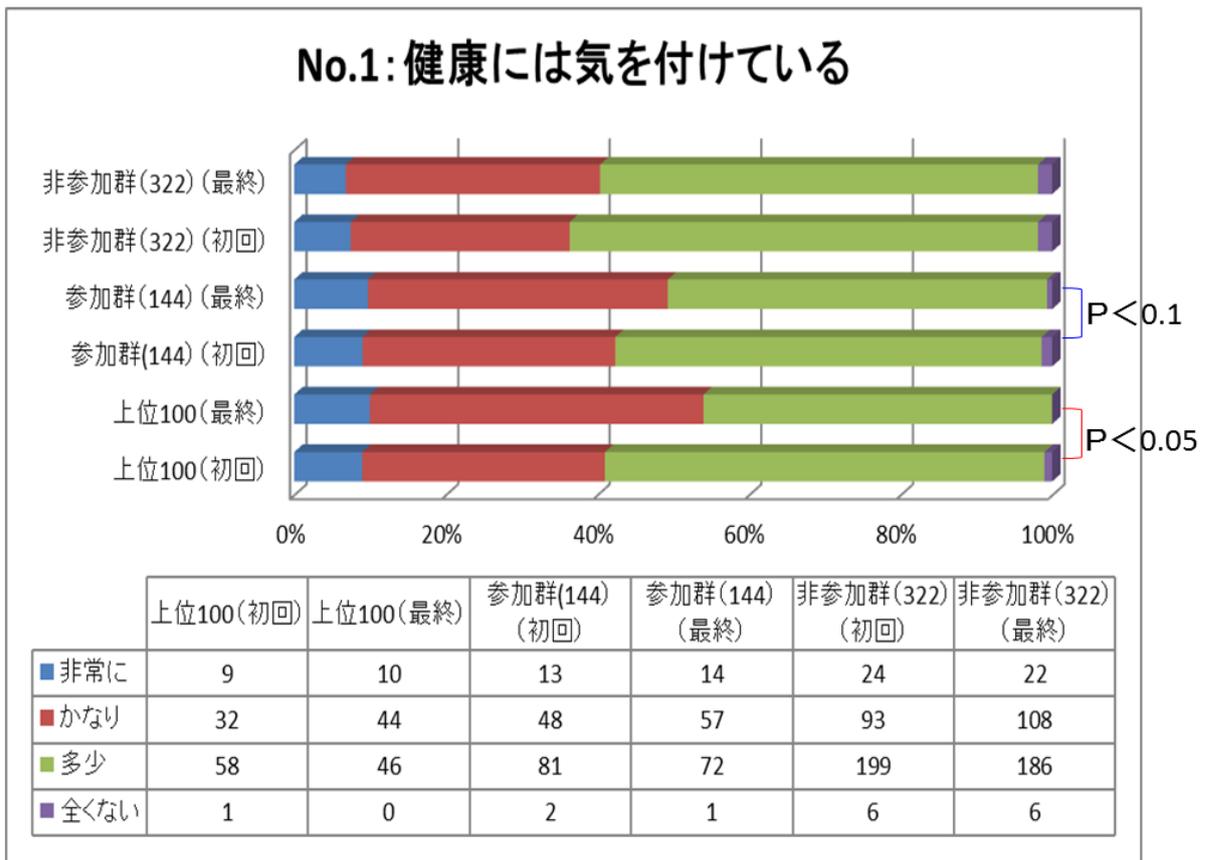
上述の通り、自己健康管理意識向上や行動変容改善効果が認められた。

3. 健診結果への効果測定

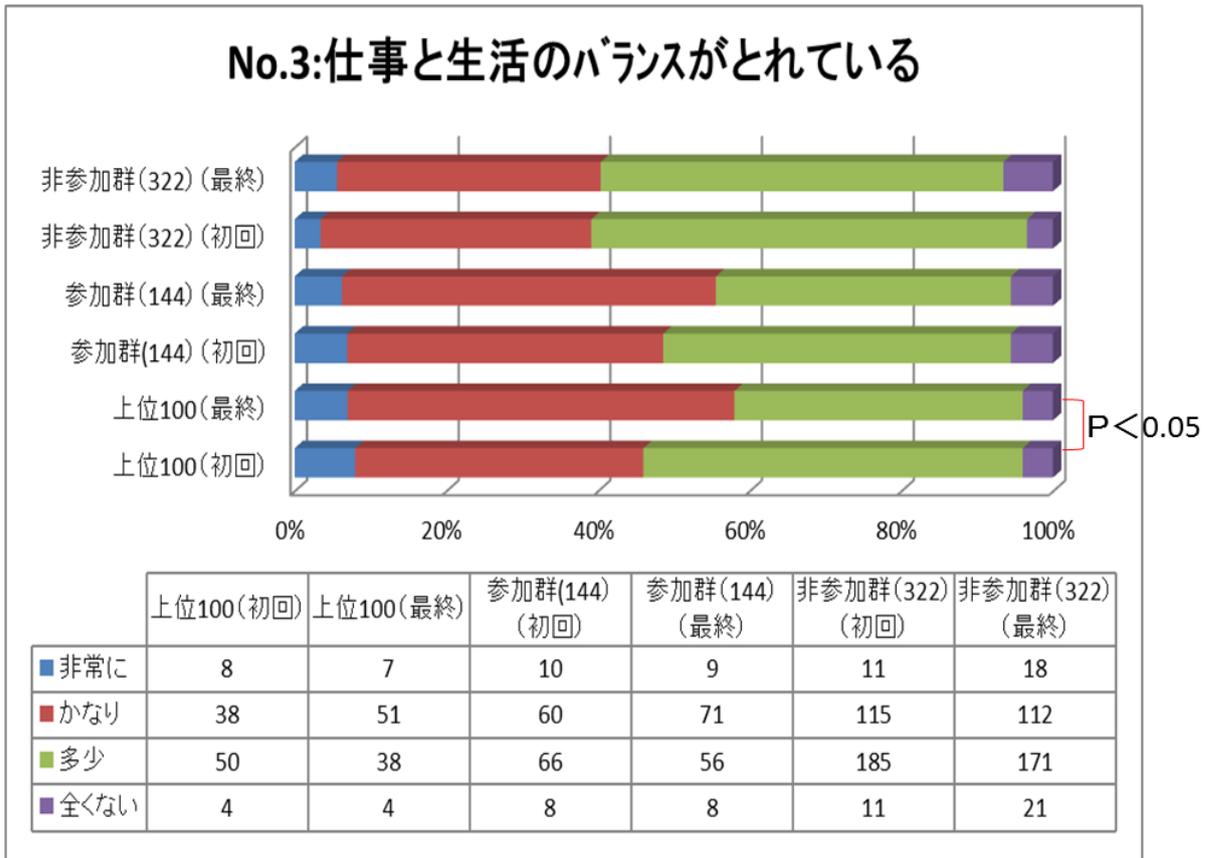
一方で、健康診断データ（体重・血圧等）等については有意差が認められなかったが、健康ツールの活用とインセンティブの付与による効果が健康診断データに表れるには、もう少し中長期的観測が必要であると考えており、引き続きフォローを行なう。

以下に有意差が確認できたアンケート項目について集計結果を示す。

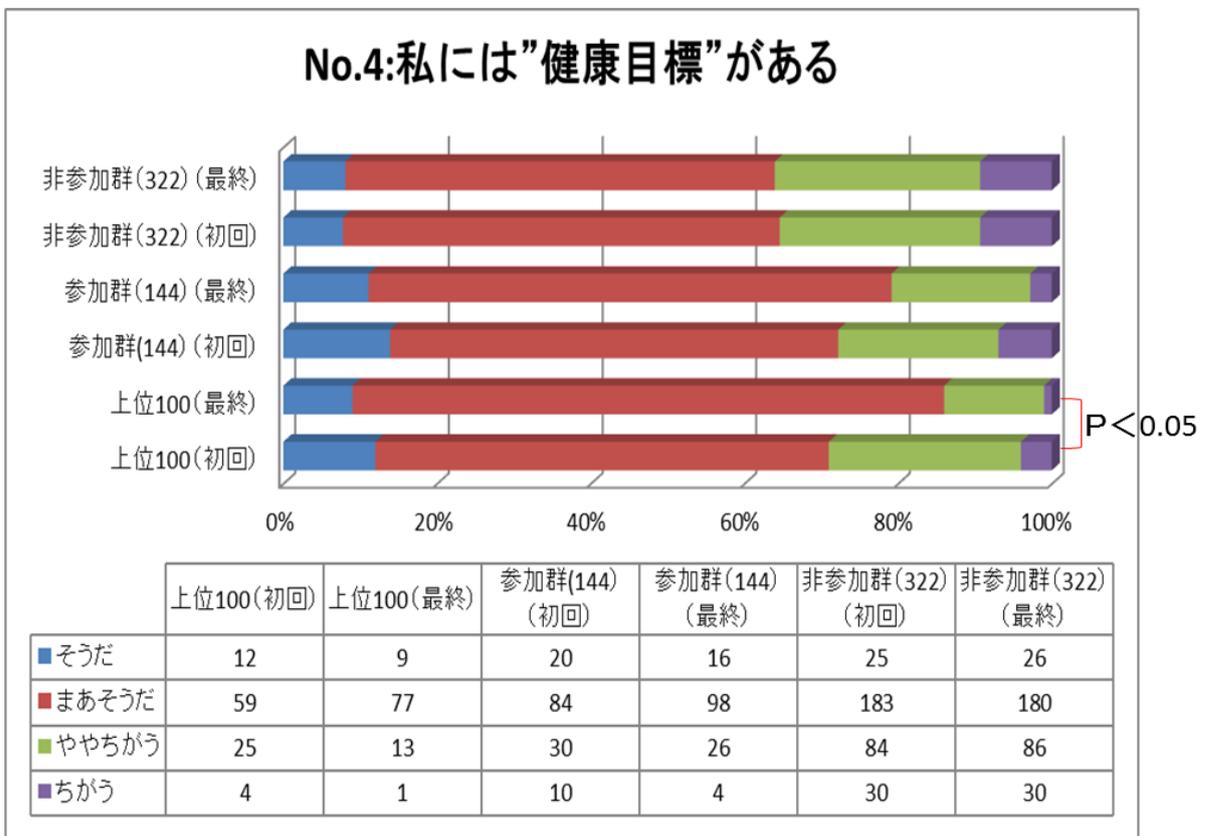
アンケートNo.1「健康には気を付けている」の集計結果



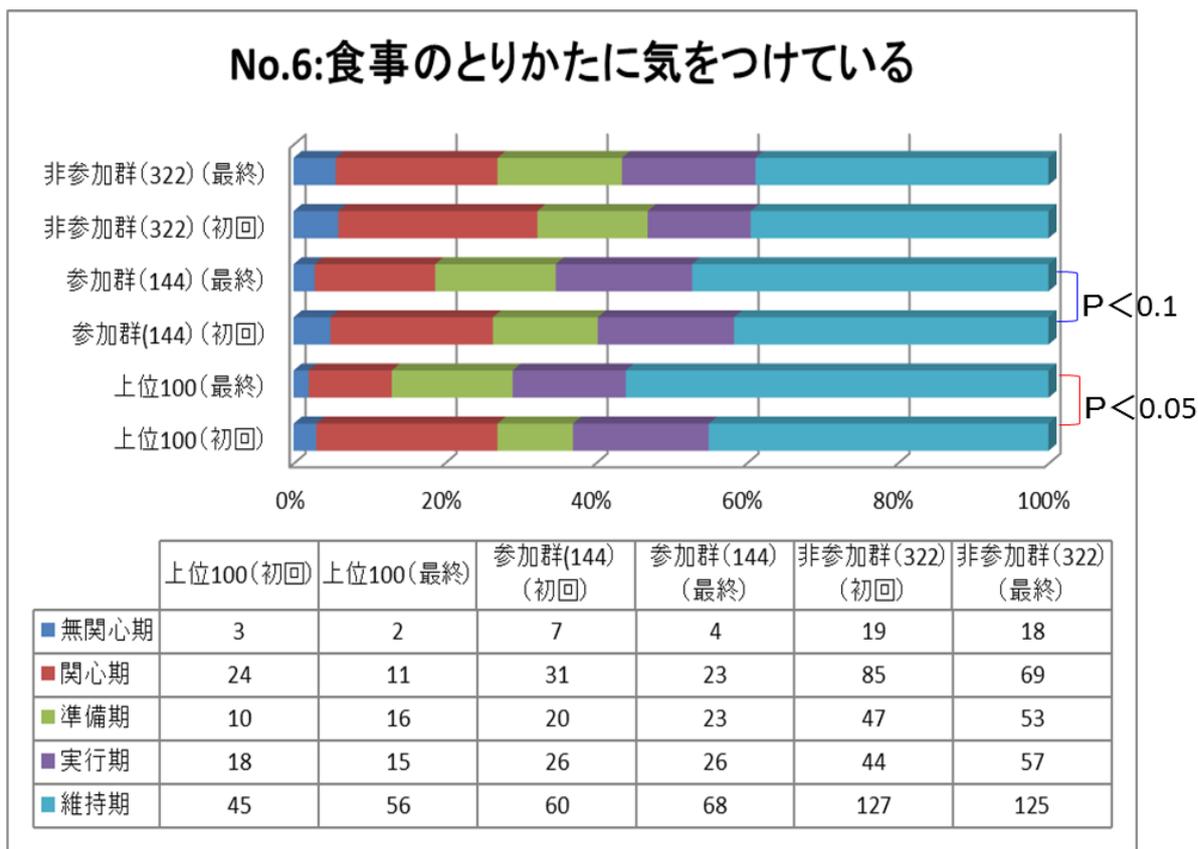
アンケートNo.3 「仕事と生活のバランスがとれている」の集計結果



アンケートNo.4 「私には“健康目標”がある」の集計結果



アンケートNo.6「食事のとりかたに気をつけている」の集計結果



4. システムの利用状況

本事業に参加を希望した者のほぼ全員（99%）がシステムにログインした事が確認できたが、実証事業の期間を通じて日常的に活用していた層は一部に限られた。その理由は様々考えられるが、終了時のアンケート結果によると、入力に面倒、使い勝手が悪いなどシステムの操作性を理由にあげる者が多く、特に、PCでWebサイトにアクセスして健康データを入力するという行為を日々続けていくことの難しさを訴える声が多かった。また、改善要望としてスマートフォンでの入力や、システムを利用せずともポイントが貯まる仕組みの構築を求める意見が多くあがった。

5. ポイント取得のバランス

第3章の3-2で述べたとおり、本事業におけるポイントの獲得契機は大きく分けて下記の2種類に分けられる。

- ① 参加者によるシステムの入力により発生するポイント
- ② 健康診断の受診などにより自動的に貯まるポイント

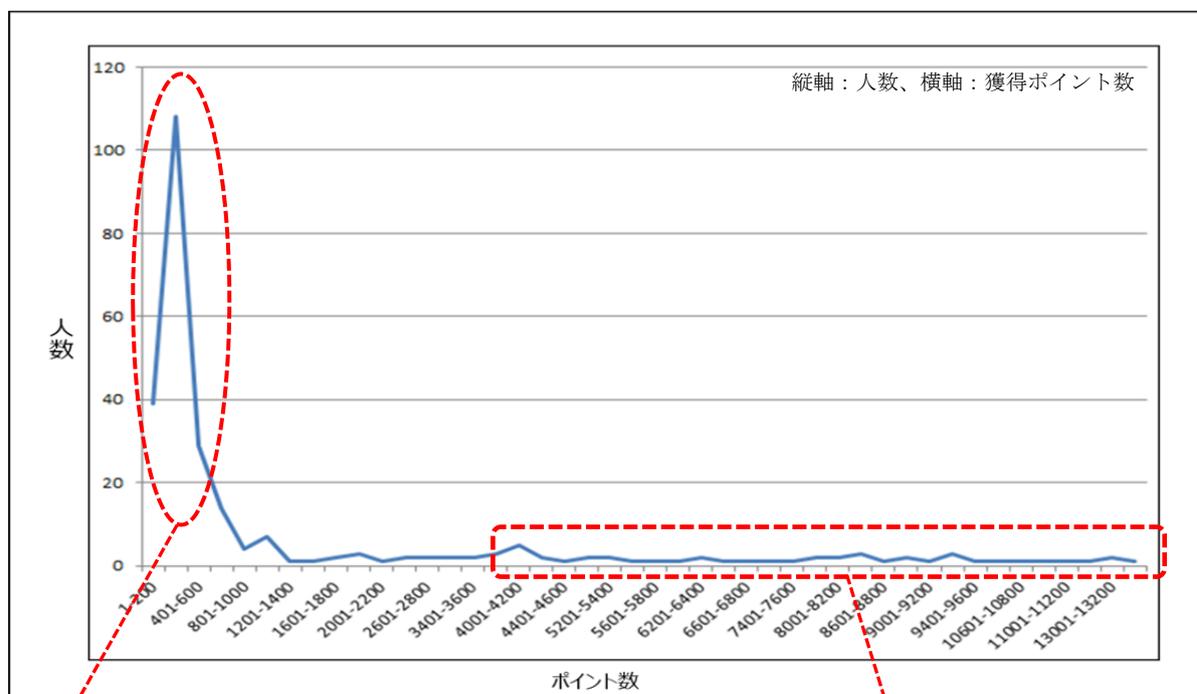
次頁に示すように①、②それぞれに様々なポイント獲得契機があり、ポイント数にも重み付けを行って事業を推進したが、終了時の集計では全ポイント数に占める①の割合が85%を占めた。また、本章の「4. システム利用状況」で述べた通り、システムを日常的に活用していた層は一部に限られたが、これら一部のヘビーユーザーが①のポイントの過半数を占めていた。

次頁にシステム利用状況とポイント取得のバランスに関する集計結果を示す。

ポイント取得のバランスとシステム利用状況

No	種別	ポイント数設定	人数	利用率	ポイント合計	ポイント占有率
1	ログイン	1	264	99.6%	9,149	2.0%
2	健診結果の登録	2	262	98.9%	796	0.2%
3	行動計画の設定	3	112	42.3%	336	0.1%
4	進捗管理入力	1	137	51.7%	19,626	4.3%
5	初回面接記録入力	10	30	11.3%	260	0.1%
6	中間自己評価入力	10	6	2.3%	60	0.0%
7	最終自己評価入力	20	16	6.0%	320	0.1%
8	最終評価確認	5	1	0.4%	5	0.0%
9	歩数	1~18 (歩数により増減)	91	34.3%	95,455	21.1%
10	歩数 (ボーナスポイント) (1万歩以上)	3	91	34.3%	28,034	6.2%
11	健康計画実績入力	○・・・2 △・・・1	114	43.0%	210,027	46.4%
12	非喫煙者	100	243	91.7%	28,300	6.3%
13	禁煙達成者	500	5	1.9%	1,500	0.3%
14	食事バランスガイドの新規登録	1	51	19.2%	2,608	0.6%
15	エクササイズ記録	20	81	30.6%	17,020	3.8%
16	BMI減少ポイント	25~100	51	19.2%	1,150	0.3%
17	BMI維持ポイント	100	168	63.4%	21,500	4.8%
18	BMI増加ポイント	25~100	12	4.5%	425	0.1%
19	配偶者健診受診ポイント	100	78	29.4%	7,800	1.7%
20	婦人科健診受診ポイント	100	73	27.5%	7,100	1.6%
21	睡眠セミナー出席	20	52	19.6%	1,040	0.2%

・・・システムの利用によるポイント。全体に占める割合は84.5%であった。



約8割はシステムの日常的な活用には至らず。

ヘビーユーザーは参加群の中でも一部

5. 評価のまとめ

本事業の評価について、下記の通りまとめた。

No	評価指標	評価の目的	評価結果
1	本事業への参加率	インセンティブを付与した際の健康イベントへの参加率を確認し、インセンティブそのものの有用性を検証する	本事業への参加率が約15%であったのに対し、インセンティブのない同様健康イベントへの参加率は約1%であった。当然ではあるが、インセンティブが健康イベントへの参加率を高めるという実証は出来たと考える。
2	行動変容への効果測定	本事業の短期目標である、行動変容への効果を評価する	参加群・非参加群に対する初回・最終のアンケートにおいて、自己健康管理や行動変更の改善効果が認められた。
3	健診結果への効果検証	本事業の中期目標である、健診結果の改善についての効果を検証する	事業期間が1年間という事もあり、開始前と開始後で健診データの有意差は認められなかったが、中長期的観測が必要と考えられ、引き続きフォローする。
4	システムの利用状況	インセンティブを付与した際の健康ツール活用度を測定し、ポピュレーションアプローチの手段としての有用性を検証するとともに、グループ展開時のシステム面での課題を整理する	参加者のうち約99%がシステムを利用はしたが、日常的な健康管理ツールとしての活用には至らなかった。Webサイトの操作性向上、スマートフォン等の活用による簡便な利用が課題と考える。
5	ポイント取得のバランス	ポイント獲得契機毎の全体に占める割合を集計し、グループ展開時の適切なポイント数設定を検証する	本事業では、全体のポイントのうち85%がシステム利用によるポイントとなった。またそれらのポイントのうち、ヘビーユーザーが占める割合が非常に高く、一部のユーザーのためのツールになってしまった印象が強い。

<総括>

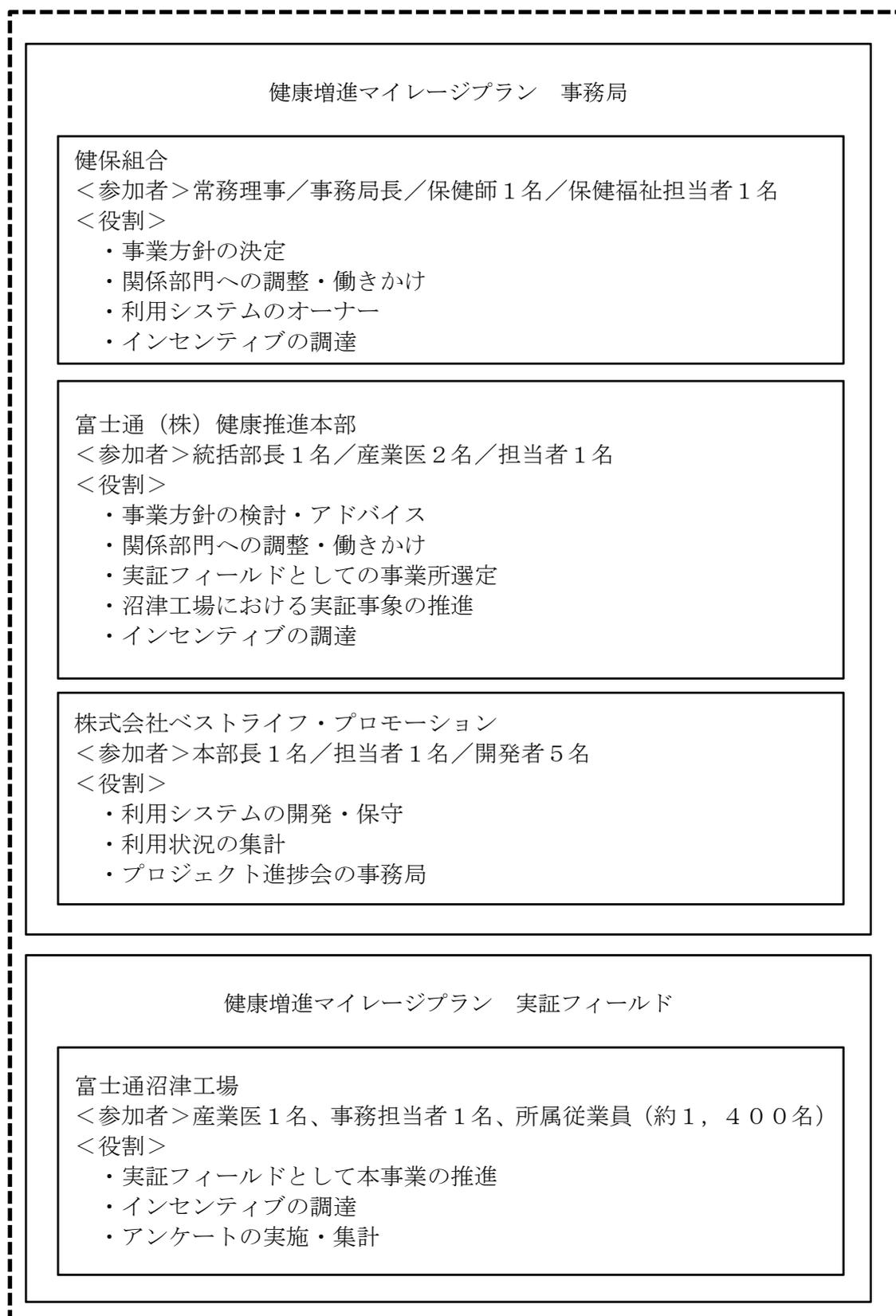
インセンティブの活用により、組合員の健康イベントへの参加率が高まる事は本事業の評価を通して確認ができ、且つ本事業の短期目標である参加群の健康意識の高まりや行動変容への効果が認められた。今後、中期目標である健診データの改善及び長期目標としての医療費への効果について、グループへの展開を行いながら引き続きフォローしたい。

また本事業を通じた課題としては、事業のインフラとなるシステムの利便性の改善（操作性の向上やスマートフォンなどのデバイスの活用、またポイントの重み付けの改善によるバランスの改善）が挙げられる。

特に、システムを利用する事で得られるポイントの割合を下げ、健康診断の受診などを契機に自動的に貯まるポイントの割合を高める事で、インセンティブを得る可能性がある組合員の範囲を拡大し、広く組員向けのポピュレーションアプローチに資する仕組みとする必要があると考える。

第6章 事業実施体制

6.1 実証事業の実施体制



第7章 評価結果を踏まえた今後の事業の方向性

7. 1 実証事業の評価結果と課題を踏まえた今後の方向性

本事業の評価結果と課題については、第5章で述べた通りであるが、これを踏まえた今後の事業の方向性は下記の通りである。

- ・富士通グループ内への展開を見据え、今回の実証事業で整理した課題を改善したうえで再度トライアル事業を実施する。（グループ会社から数社の希望を募り、実証フィールドとする）
- ・システム利用により貯まるポイント以外の、健康診断の受診や各種健康活動の実施により自動的に貯まるポイントの種別を増やす。また、ポイントの割合を高める。具体的には、以下の通り。
 - ① 実証事業では健診結果の評価として、BMIのみを用いたが、メタボリスク因子（血糖・脂質・血圧）を評価項目として追加し、健診結果でこれらの値が適正であった場合や、前年度から改善が見られた場合にポイントを付与する。
 - ② 配偶者健診の受診・婦人科健診の受診は、実証事業でもポイント取得の契機として用いたが、これらのポイント数を高くする事で、健保として推進したい保健事業への参加・受診に高いインセンティブを与え、保健事業の推進との相乗効果を図る。
 - ③ 各種健康セミナーへの参加など、事業所独自の健康イベントへの参加もポイントとして取り込めるインタフェースとする事で、健保事業のみでなく事業所とのコラボヘルスの一助となる仕組みを構築する。
 - ④ 医療費の評価を検討する。具体的には、医療費の多寡やジェネリック医薬品の利用を評価し、ポイントとしてフィードバックする。

※上記①～④の仕組みについては、既に健康管理システム「ヘルスアップF@family」において機能開発を実施済みであり、再トライアル事業において活用し、評価する予定である。
- ・健康管理ツールとしての利便性向上のため、スマートフォンによる情報登録、参照を可能とする。

7. 2 今後の事業スケジュール

No	イベント	2015年度上期	2015年度下期	2016年度上期	2016年度下期
1	トライアル事業所決定				
2	トライアル実施				
3	評価・課題整理				
4	グループ展開の検討				

以上