

「データヘルス計画」 先進的な保健事業の実証 かけだしメタボへの早期介入事業 報告書

2015年3月31日
グラクソ・スミスクライン健康保険組合



目次

1. 背景
 - (1) これまでの取り組み
 - (2) 新たな切り口の発見
 - (3) メタボ分類と新たな対策の構築
2. 目的
3. 具体的な事業内容
 - (1) プログラム内容
 - (2) プログラムの特徴
 - (3) 事前準備
4. 実施状況
 - (1) 実施内容
 - (2) WebTV面談の参加者評価
 - (3) KENPOSの参加者評価
 - (4) プレミアムコースの参加者評価
 - (5) 目標達成状況と体重意識変化
 - (6) 参加後の変化 ①食事習慣
 - (7) 参加後の変化 ②運動習慣
 - (8) 参加後の変化 ③食事×運動 改善状況
 - (9) 参加後の変化 ④体重・BMI変化
 - (10) プログラム不参加者の状況
5. 事業の評価指標およびその結果
6. 保健指導実施者の所感からみる本プログラムの評価
7. 事業評価
8. 評価結果を踏まえた今後の事業の方向性
9. 事業実施体制

1.背景 (1)これまでの取り組み

当組合では生活習慣病予防の対策として、メタボ対策を重点課題として捉え、特定保健指導を主軸に課題を解決しながらメタボ該当率の減少をめざし成果を出してきました。

I)H24年までの取り組み=参加率増加のための施策 (契約医療機関の見直し・介入強化、委託業者の追加)

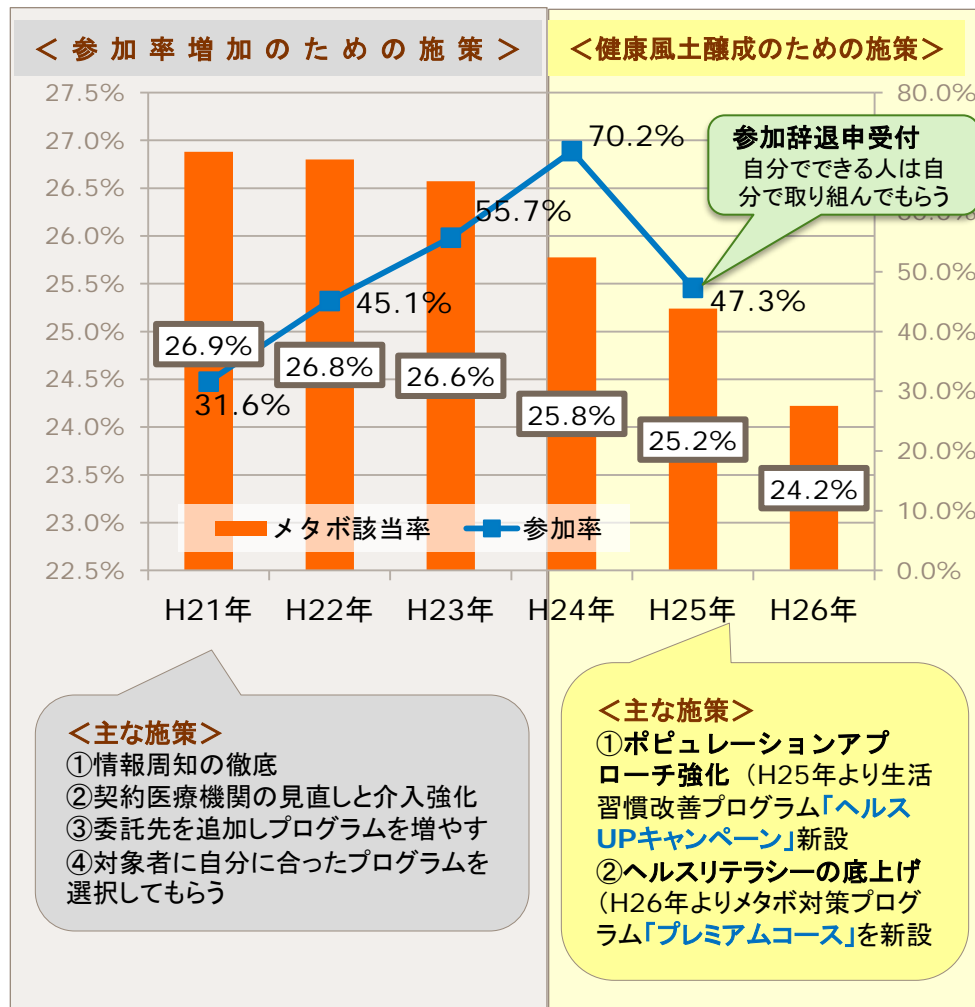
趣向のあるプログラムの種類を増やし、多くの人に関心を持ち参加してもらえるよう、情報周知を徹底しました。しかしながら、特定保健指導を継続して実施するに当たり以下の問題点が挙げられました。

- 対象者の選定基準について(年齢や服薬などの除外条件、やりすぎ・やりこぼれの懸念)
- 手法について(面談や支援方法すべて細かいルールがあることの弊害)

II)H25年度以降の取り組み=健康風土の醸成

「参加率の増加とメタボの減少の相関性」が得られにくかったため、参加率を上げなくても効果が得られる施策として、ポピュレーションアプローチの強化およびヘルスリテラシーの底上げとして、自分でできる人は自分で取り組んでもらう(「参加辞退申請書」を提出)健康風土の醸成に注力しました。

◆メタボ該当率と特定保健指導参加率

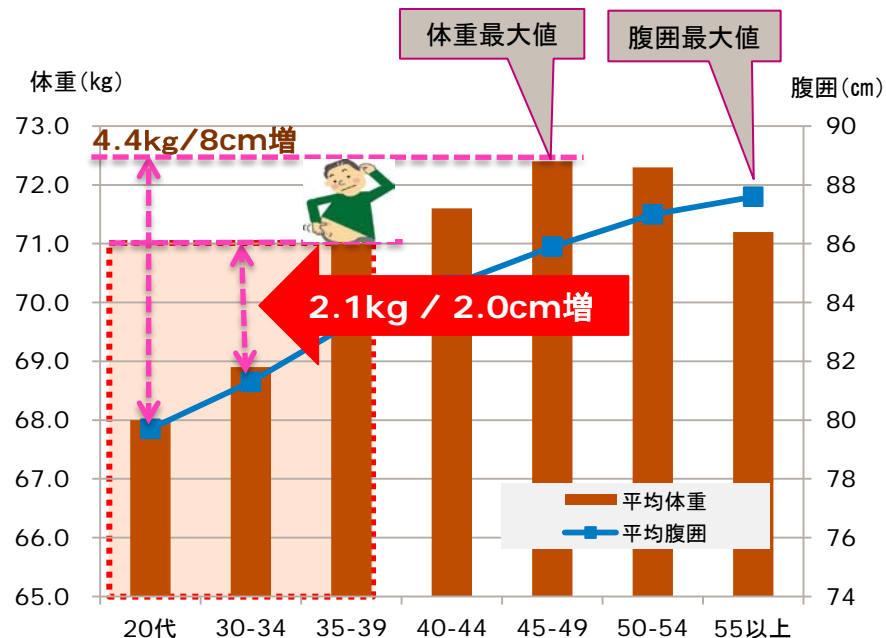


1.背景 (2)新たな切り口の発見

健康課題を分析すると、男性の体重・腹囲が30代前半から後半にかけて最も増加しており(右図)、20-30代のメタボ(かけだしメタボ)への早期介入の必要性が明らかになりました。また、これまで経過観察していたメタボのリスクがある服薬者(服薬メタボ)に対しても、さらに拡大して保健指導を実施する方針となりました。

このような状況を踏まえて、平成26年度はメタボリスク者を再定義して、かけだしメタボへの早期介入を目的とした「プレミアムコース」(以下、「本事業」)を設定しました。メタボリスク者には健康リスクの高い(食事が不規則・運動不足・睡眠時間が短い)営業職であるMRが多く含まれているため、プレミアムコースではMRが参加のしやすいWebTVの活用、事業主との連携、インセンティブ付与などを工夫し、参加者の「満足度と効果」が得られる当組合オリジナルのプログラムにて多くの参加者のメタボ防止に役立つことを目指しました。

◆年代別GSK男性社員の平均体重・腹囲

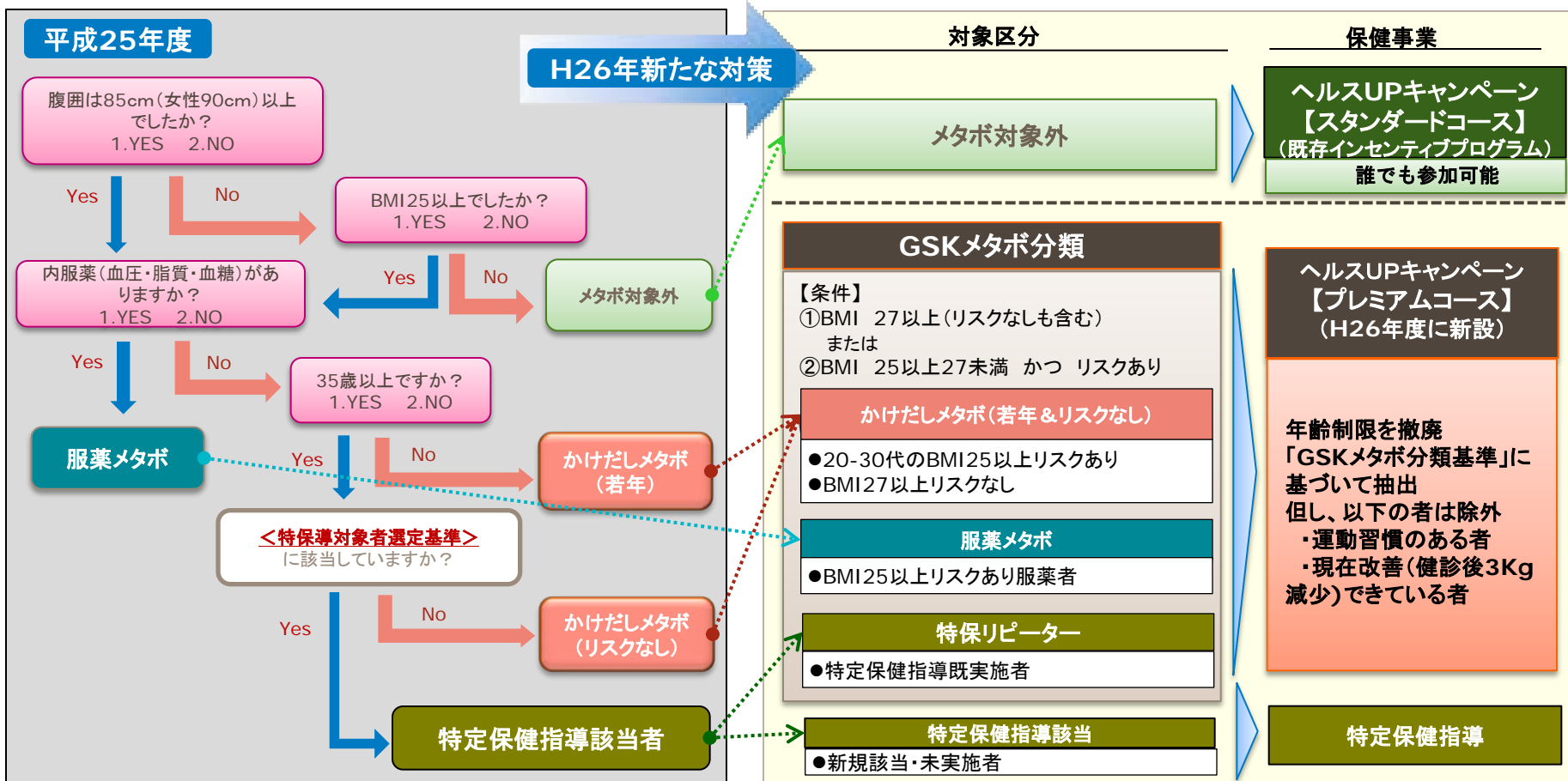


GSK社員は50代になるまで平均4.4kg/8cm増加することになる
最も大きく変化するのは30代前半から後半である



1.背景 (3)メタボ分類と新たな対策の構築

これまで特定保健指導でカバーできなかったメタボリスク者を「GSKメタボ基準」に基づき「GSKメタボ分類」し、平成26年度からは特定保健指導枠外の層にも対応できる保健指導プログラム(プレミアムコース)を構築しました。



2.目的

- 特定保健指導の基準ではカバーできない以下の者に対し、幅広く保健指導を実施して生活習慣の改善を促し、メタボの重積化・生活習慣病発症を防止すること
 - ① かけだしメタボ（20－30代の若年層メタボ&リスクなしメタボ）
 - ② 服薬メタボ（服薬者のメタボ）

- 業務で使い慣れているWebTV(Live Meeting)を活用することで、参加率の低かった健康リスクが高い営業職(MR)が、興味を持ちプログラムに参加しやすくすること

- “プレミアム感”というイメージ、自ら申し込み参加することで、“呼び出されてやらされる感”を払拭させ、中長期的に加入者全体のヘルスリテラシー向上による自発的な行動を促し、健康風土を醸成していくこと

3.具体的な事業内容 (1)プログラム内容

参加しやすく継続的に取り組みやすいプログラムであることに注力し、WebTVを活用した保健指導を実施して、動機付けから行動変容を支援しました。

事業主



- ・就業時間内の許可
- ・未反応者へのアプローチ

プレミアムコースの流れ

2 プレミアムコース案内送付

・メールや電話にて対象者へアプローチ

3 継続支援

・連絡の取れない者・参加意思の確認が取れない者への仲介およびサポート

・中だるみ防止に、定期的に応援メッセージ

・WebTV予約補助/変更など委託業者と密に連携

ポイント付与

4 インセンティブ

・達成者へインセンティブポイントの付与



保健師

1 抽出

・全年齢のメタボ該当・予備群を抽出



健診データ

連携

KENPOSにアクセス

メタボ対象者

支援

WebTV活用

サポート

<Web問診>

<目標の設定>

<記録&Web保健指導>

イーウェル社 KENPOS

- ・KENPOSを利用し自分でエントリー
- ・問診結果より、自分で目標を決め、4か月間実行



メディヴァ社

- ・WebTVによる面談20分/回 × 3回実施



連携

5 結果評価

- ・アンケートを実施し、満足度・効果評価
- ・委託業者からのヒアリング

GSK健保

対象者の動き

健保の動き

3.具体的な事業内容 (2)プログラムの特徴

プレミアムコースを実施する上で、考慮すべき事項を洗い出し、一つ一つ対策を立てて効果的なプログラムとなるよう策定しました。

考慮事項

参加率の向上 動機付け

- 健康リスクの高い(運動不足、外食が多い)営業職の参加率が低かった
- 面談会場に向かうための移動時間や、スケジュール確保が困難な者が多かった
- 押し付けられた(やらされた)感があり、自発的に取り組みにくい傾向があった

モチベーション 維持と 効果

- 時間の経過に従い、対象者の中弛みや、やる気の減少が生じていた
- 効果がいま一つ得られない
- 導入のきっかけやモチベーション維持の一つとして褒賞が有効となる可能性がある

本事業の特徴

“気軽に手軽” WebTVを 利用した面談

- 車での移動時間が長いため、車中で気軽に面談ができる
- ふだん使い慣れたPCで手軽に参加できる

ヘルスリテラシー の向上

- 自分で生活習慣を振り返り、改善すべき問題を把握し、取り組むべき目標を決める
- 日々の記録を付けながら、ヘルスリテラシーを実践できる力を身につける

密度の濃い サポート

- 4カ月でWebTV面談20分を3回実施(特定保健指導は6ヶ月で初回面談のみ)
- 業者と連携し、健保からも定期的なサポートで、脱落の防止、モチベーションの維持をはかる

インセンティブ 付与

- 健康管理の動機付けとして、目標に対する達成度に応じて、商品と交換できるポイントを付与

3.具体的な事業内容 (3)事前準備

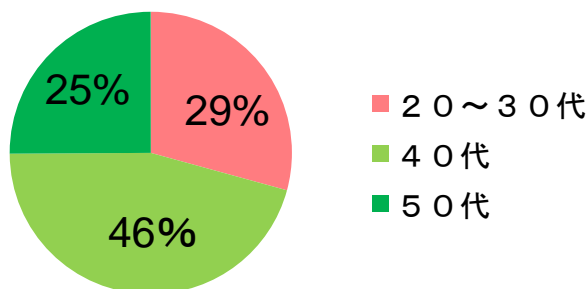
本事業を実施するにあたり、当組合が中心となって事業主および委託企業と調整・準備を行いました。

調整先		内容
組合会		<ul style="list-style-type: none"> 健康経営の重要性および本事業の企画を説明し、本事業を実行するにあたり事業主/組合会の了解を得た。
事業主	コマーシャル部門 (営業管理部門)	<ul style="list-style-type: none"> WebTV等の会社の資源を利用することを説明し、特定保健指導に準ずるプログラムとして対象者が業務時間中に保健指導を受けることの承認を得た。 コマーシャル部門経由で業務マネージャー(支店におけるMRの管理者)に本事業の説明を行い、協力を要請した。
	IT部門	<ul style="list-style-type: none"> Web保健指導を実施するにあたり、WebTVに関する仕様検討、カスタマイズ、事前テスト等に協力を依頼した。 メディヴァと連携して、本事業の実施前にWebTV保健指導のリハーサルを実施した。
労働組合		<ul style="list-style-type: none"> ヘルスUPキャンペーン実施の社内告知(ポスター掲示等)について協力を依頼した。
委託事業者	メディヴァ	<ul style="list-style-type: none"> 事業主IT部門と複数回に渡って打ち合わせを行い、Web保健指導に必要となるシステム要件の洗い出しに協力を依頼した。 Web保健指導に必要となる対象者ごとの健康状態確認および指導資材の準備をした。
	アイ・エム・エス・ジャパン	<ul style="list-style-type: none"> 先進事業を企画するにあたり、実施方法、評価方法等に関してアドバイスを依頼した。
	イーウェル	<ul style="list-style-type: none"> 対象者がKENPOSを利用できるよう初期設定を担当した。

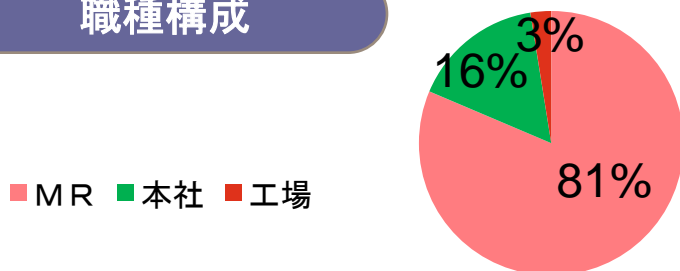
4.実施状況 (1)実施内容

- エントリー期間: H26年8月1日～9月20日 (1.5ヶ月間)
- プログラム参加期間: H26年10月1～H27年1月31日 (4ヶ月間)
- KENPOS登録人数: 335名 (参加率 335/692=48.4%)
- プレミアムコース参加者: 324名 ……WebTV面談参加(電話・メール利用含む)
- 参加者アンケート回答率: 98% (317名/324名)

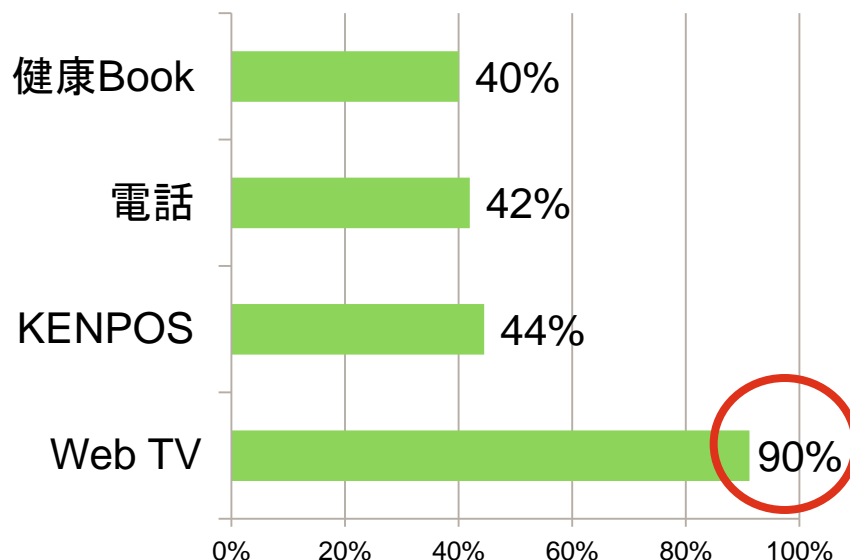
年齢構成



職種構成



継続支援(ツール)利用状況

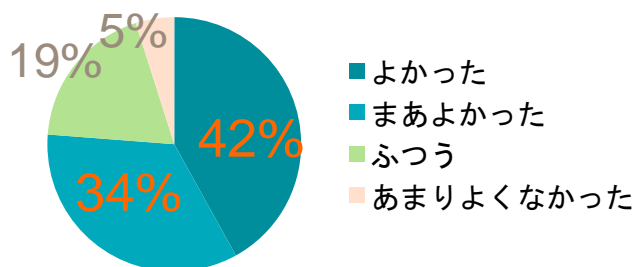


4.実施状況 (2) WebTV面談の参加者評価

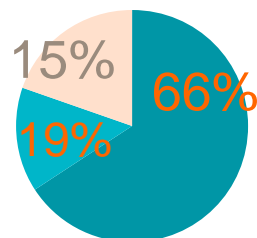
■ 参加者アンケートによるWebTV 面談の評価を以下に示します。

1.支援ツール①WebTV 面談について

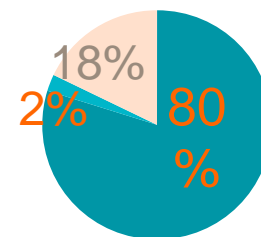
よかった **76%**



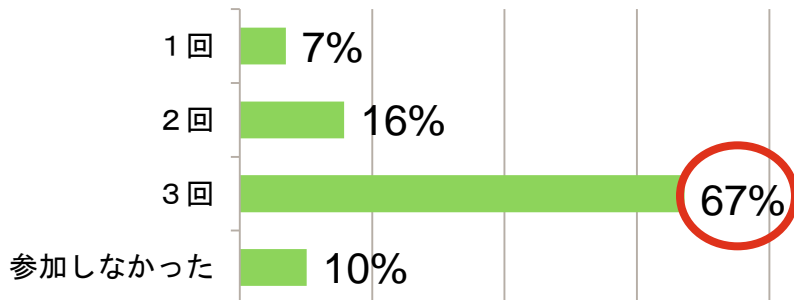
面談回数3回よい **81%**



面談時間20分よい **82%**



面談3回利用 **67%**



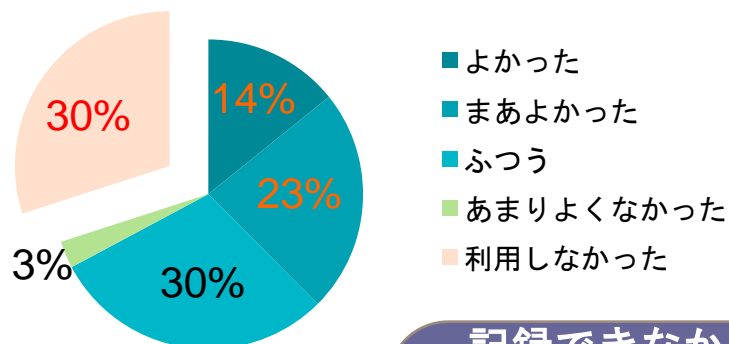
- WebTVによる保健指導面談に対して、76%がよかったと評価しています。手軽で気軽に参加できるWebTV面談は、参加者のニーズに合っていたと言えます。
- また、面談回数3回、面談時間20分も適切であったと言えます。

4.実施状況 (3)KENPOSの参加者評価

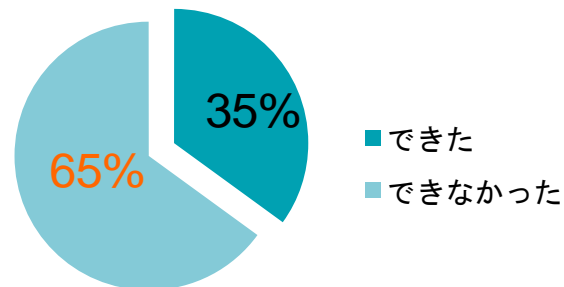
■ 参加者アンケートによる継続支援ツールとしてのKENPOIについての評価を以下に示します。

1.支援ツール②KENPOSについて

KENPOS **よかった37%**

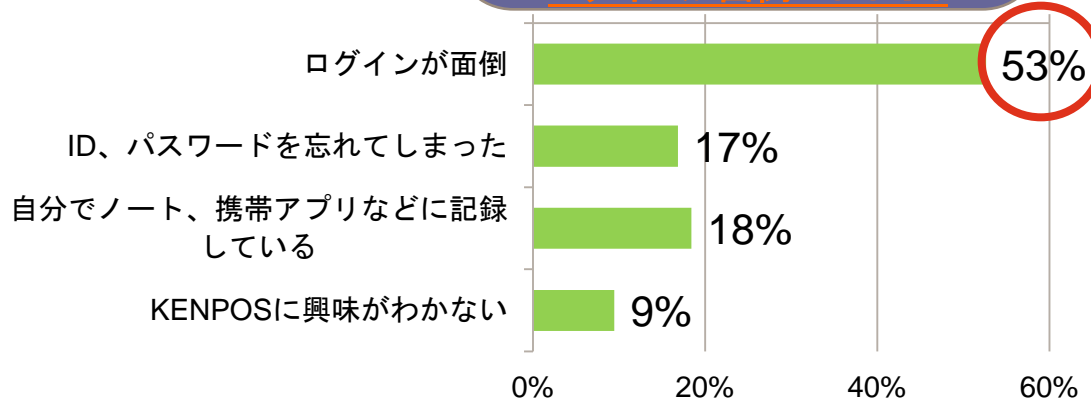


KENPOS **記録ができなかった65%**



記録できなかった理由

ログインが面倒 53%

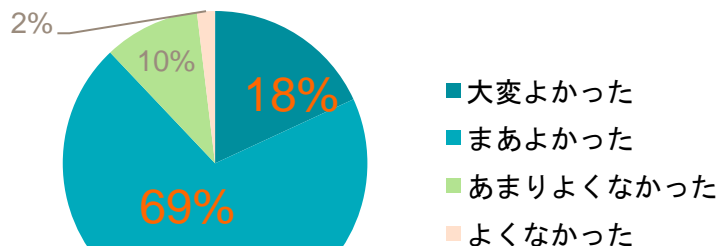


- KENPOSの利用については、記録できなかったと答えている方が65%おり、そのうち53%の方が、理由としてログインが面倒であると答えています。KENPOSを使い慣れ、使い込むまでには、もう少し道のりが必要と言えます。

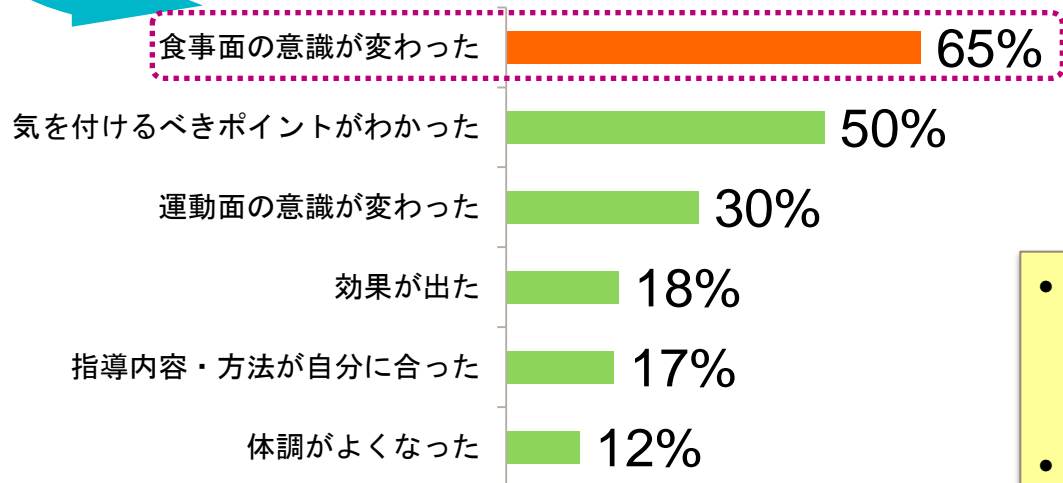
4.実施状況 (4)プレミアムコースの参加者評価

■ 参加者アンケートによるプレミアムコースについての評価を以下に示します。

コースに参加して **よかった87%**



良かったと思う理由



(感想から一部抜粋)

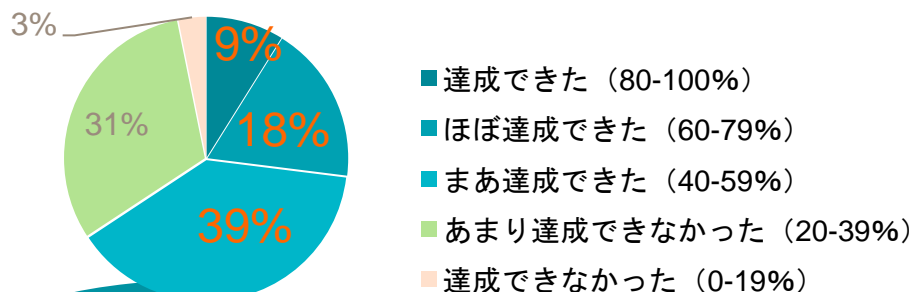
- 気づきを具体的に提示してもらえてリマインドになり良かった。
- 次回の約束があるため、次回までにしっかりやろうという気になりました。
- 丁寧で優しかった。次の面談に向けて頑張る意欲につながった。大変わかりやすく指導いただきました。
- 色々とアドバイスを頂き、非常に勉強になりました。
- さすが専門家、と思いました。単身での食生活が良い方向に改善することができました。
- 現在の内容を伝えてほめてもらったので三カ月続く動機づけとなった。
- 環境も把握して頂き前回からの振り返りとアドバイスを明確に教えて頂けて良かった。
- とても丁寧な対応で、提案も頂いたので助かりました。

- 87%の方が参加してよかったと回答し、感想も支援者への感謝の言葉が多く、指導内容が参加者のニーズに合っていたことも評価できます。
- 満足度が高いことは、健康意識が高められたことに繋がったと考えられます。

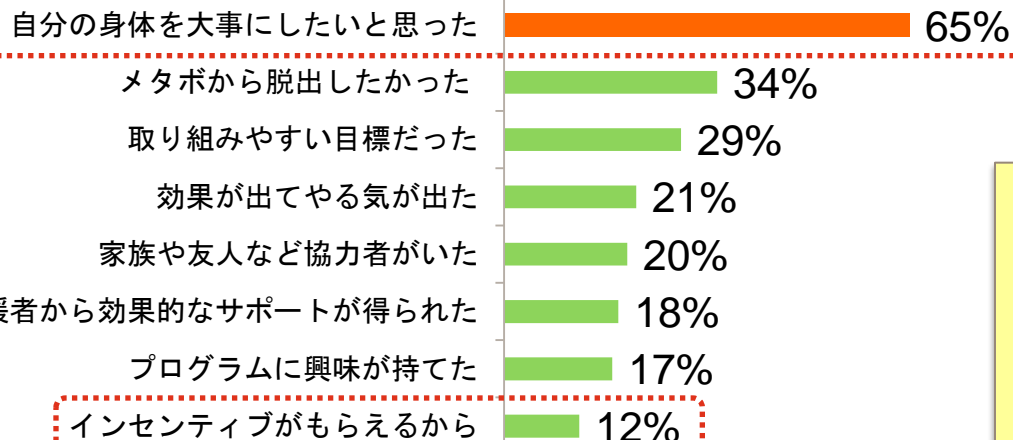
4.実施状況 (5) 目標達成状況と体重意識変化

■ 参加者アンケートによるプログラムにおける目標達成状況と体重意識変化を以下に示します。

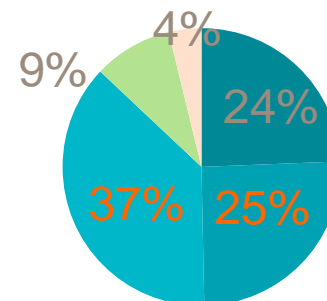
目標に対して **達成できた66%**



達成できたと思う理由



体重 **以前より測るようになった62%**



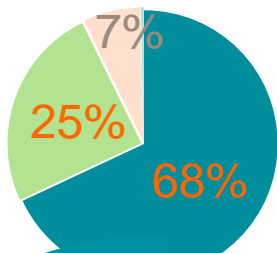
- 以前から毎日測っている
- 以前より測るようになった (毎日)
- 以前より測るようになった (週に1回以上)
- 測っていない
- 体重計を持っていない

- 「自分の身体を大事にしたい」と思い、体重を意識されるようになった方が、大幅に増えています。
- 目標を達成できた理由として、「インセンティブがもらえるから」という方は12%と低く、自分自身のために目標に取り組もうとした方が多いようでした。

4.実施状況 (6)参加後の変化 ①食事習慣

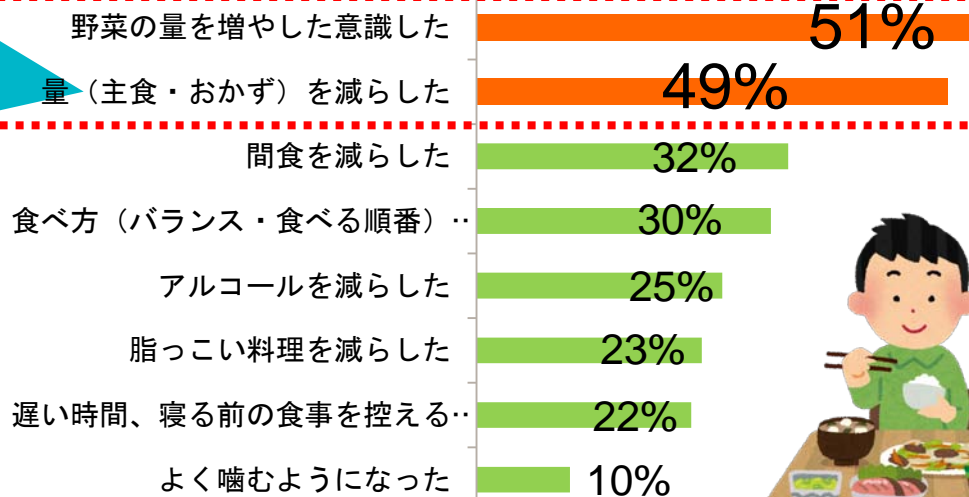
■ 参加者アンケートによるプログラム参加後の食事習慣変化を以下に示します。

食事習慣 **改善できた68%**

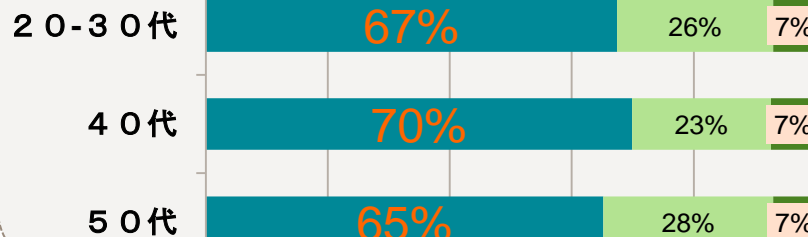


- 改善した
- 変化なし (以前から気を付けていた)
- 変化なし (改善できなかった)
- 悪化した

改善内容



年代別変化



改善 (68%) + 維持 (25%)
93%

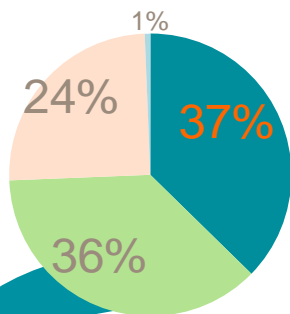
- 参加した93%の方が食事習慣において健康を意識しており、行動変容につながったと考えられます。
- 年代別にみると、50代はもともと意識が高いので、若年層の方が行動変容しやすいことが分かります。



4.実施状況 (7)参加後の変化 ①運動習慣

■ 参加者アンケートによるプログラム参加後の運動習慣変化を以下に示します。

運動習慣 改善できた37%

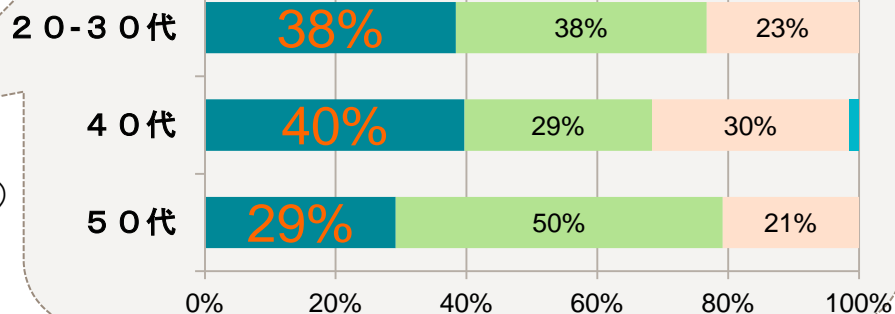


- 改善した
- 変化なし (以前から気を付けていた)
- 変化なし (改善できなかった)
- 悪化した

改善内容



年代別変化



改善 (37%) + 維持 (36%)
73%

休日の運動・活動量を増やした **64%**

普段の歩数を増やした **51%**

自宅でストレッチや体操などするようになった **36%**

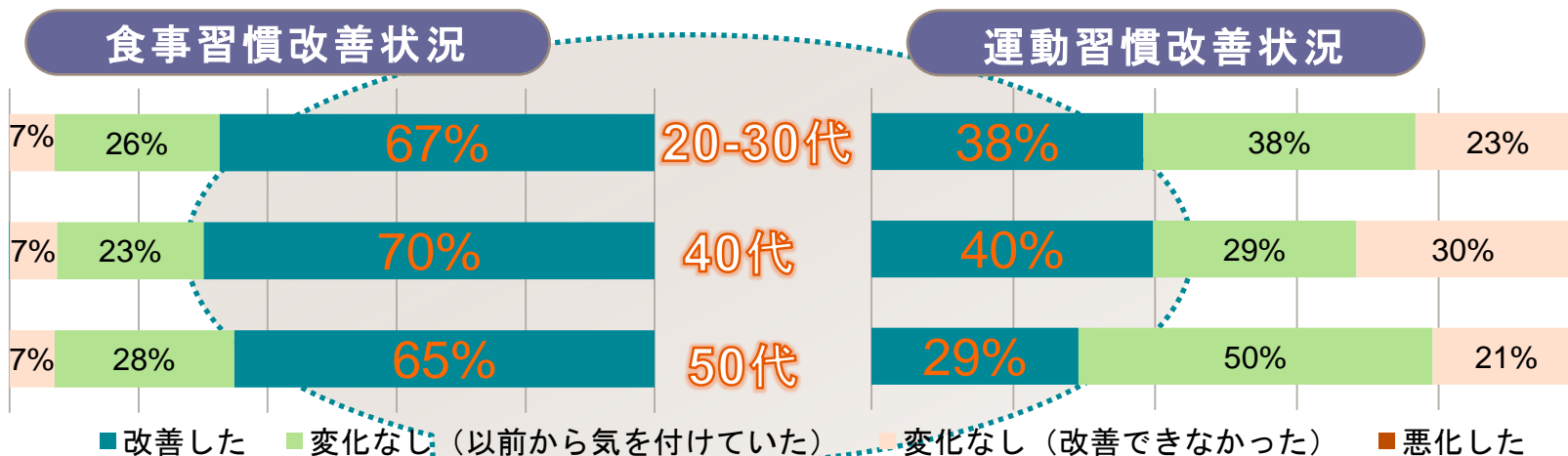
ウォーキングやランニングを始めた **27%**

0% 20% 40% 60% 80% 100%

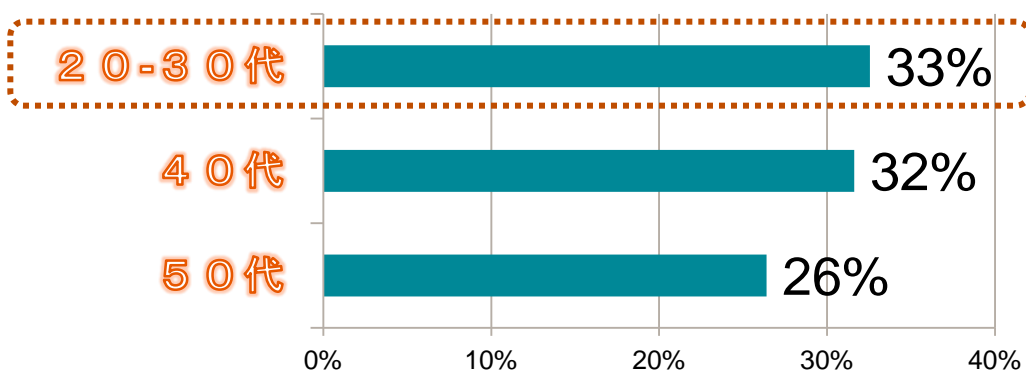
- 参加した73%の方が運動習慣を意識しており、行動変容につながったと考えられます。
- 年代別にみると、50代はもとも意識が高いため、若年層の方が行動変容しやすいことが分かります。

4.実施状況 (8)参加後の変化 ③食事×運動 改善状況

■ プログラム参加後の食事習慣と運動習慣の両方改善できた割合を以下に示します。



食事×運動 両方改善できた



• 食事と運動両方の行動変容につながったのは、50代に比べ、若年層の方に優位に差ができています。

4.実施状況 (9)参加後の変化 ④体重・BMI変化

■ 参加者アンケートによるプログラム参加後の体重変化を以下に示します。

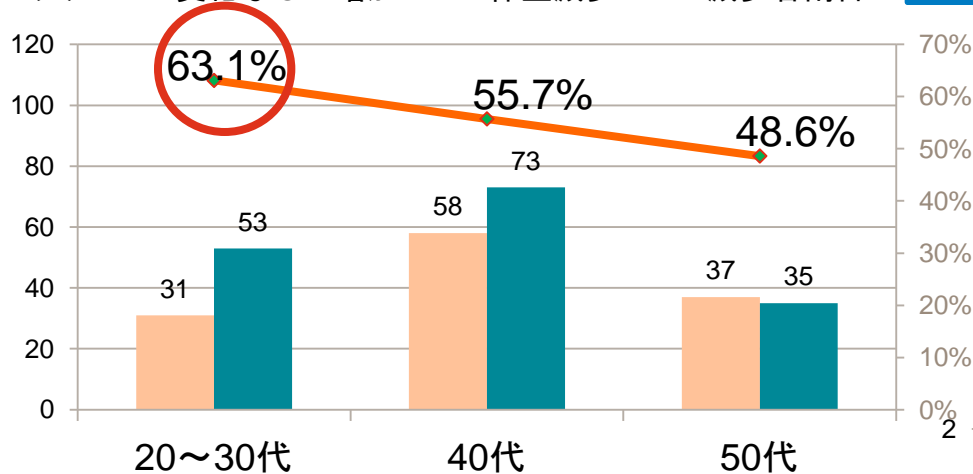
体重変化した人の割合

56.4% 減少者162人

BMI減少者 54.4%

参加者全員のBMI変化幅 -0.21kg/m^2

(人) 変化なし・増加 体重減少 減少者割合



体重変化幅(参加者全員)

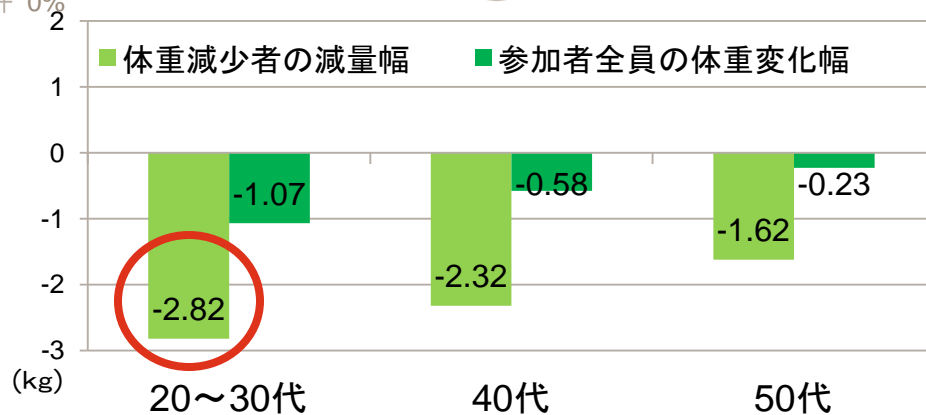
-0.54kg

体重減少者の減量幅

-2.32kg



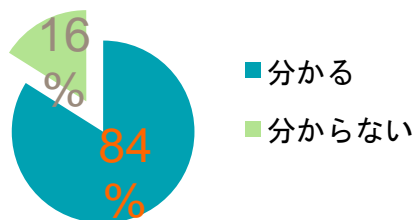
- 若年層の方が体重減少者の割合も高く、減量幅も大きく、結果に表れています。



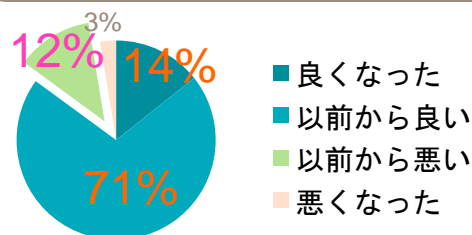
4.実施状況 (10)プログラム不参加者の状況

- プログラム不参加者に不参加の理由と現在の状況についてアンケートを実施しました。
- 不参加者アンケート: 平成27年1月23日～2月3日
- アンケート回答率 45% (153名/ 340名)

直近の体重 **分かる84%**

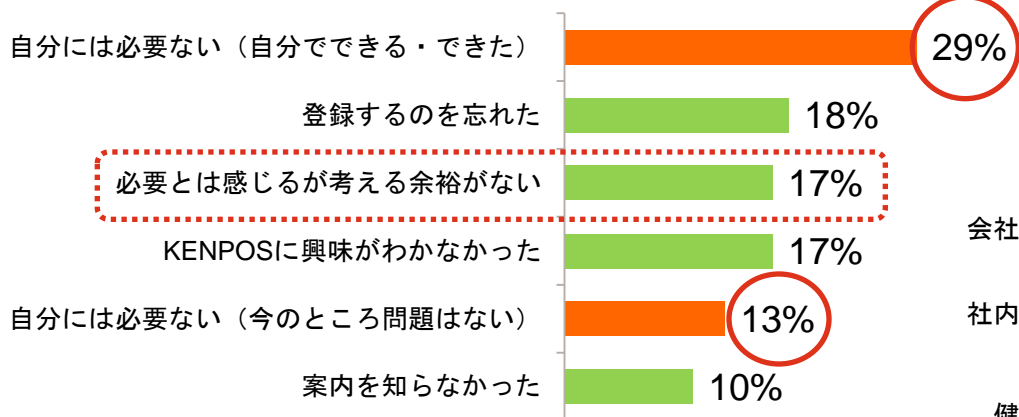


最近の体調 **良い85%**

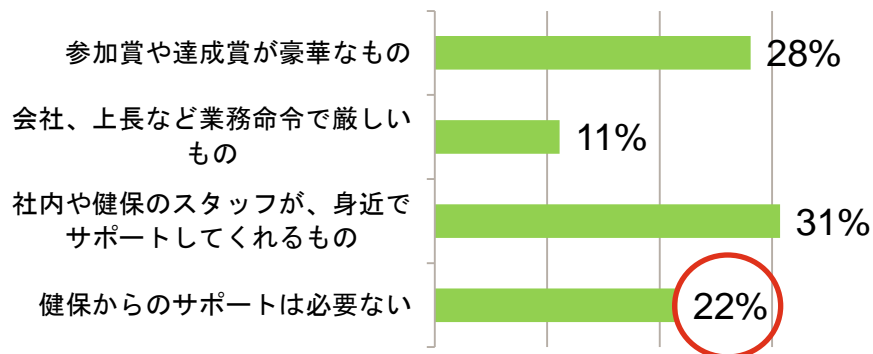


- 不参加者においては、体重管理ができ(84%)、体調が良い(85%)割合が高く、プログラムに参加しない理由として、自分には必要がない(42%)と答える方も多いことがわかりました。
- 「必要と感じるが考える余裕がない」(17%)方とアンケートに未回答の方(55%)には、個別のアプローチまたはフォローなどが必要であると考えられます。

参加しなかった理由 **自分には必要ない42%**



どんなプログラムなら参加したいか



5.事業の評価指標およびその結果

事業の評価指標

検証項目	種類	項目説明	結果
事業主連携の体制構築	ストラクチャー	WebTVを保健指導に利用すること、および就業時間内の面談実施を事業主が承認すること	○ 完了
介入手順の確立	プロセス	WebTVを活用した面談、KENPOSによる目標・行動管理、インセンティブ付与のプロセスを確立すること	○ 完了
対象者数	アウトプット	プレミアムコースの対象者数	692人
プレミアムコース参加率	アウトプット	プレミアムコース対象者のうち、参加した人(324人)の比率	48%
アンケート回答率	プロセス	プレミアムコース参加者のうち、アンケートに回答した人の比率	98%
食習慣に気を付けている人の比率	アウトプット	プレミアムコース参加者のうち、食習慣に「以前から気を付けていた」、「改善した」と回答した対象者の比率	93%
運動習慣に気を付けている人の比率	アウトプット	プレミアムコース参加者のうち、運動習慣に「以前から気を付けていた」、「改善した」と回答した対象者の比率	73%
BMI改善者の比率	アウトカム	プレミアムコース参加者のうち、BMI値が改善した参加者の比率	54%
満足度	プロセス	プレミアムコースに参加して「大変よかった」または「まあよかった」と回答した人の比率	87%

6. 保健指実施者の所感からみる本プログラムの評価

保健指導を実施した専門職の所感から、本プログラムの効果検証をしました。

保健指導面談実施者の所感

評価

WebTV面談の回数及び時間(20分 × 3回)について

- 初回はプログラムの説明や目標設定などを含めると少し短いと感じたが、2回目・3回目は十分だと感じた。
- 3回の面談であれば、約7割の対象者には十分なアセスメントや目標達成に向けたアドバイス、モチベーション維持のための励ましなどが行えた。

- アドバイスや励ましを行ううえでは20分でも効果的な面談を実施できる
- 面談回数を重ねることで対象者との距離感が近くなる

WebTVの活用について

- 面談場所の確保や移動時間がない分、多くの対象者と効率良く面談できた。
- 資料を見ながら説明ができ、短時間でもポイントを抑えつつ、効果的な面談ができた。
- 目標実施に向けたモチベーション維持は、対面指導と同じくらいの効果が期待できた。
- その場で体重や腹囲の測定が実施できなく、対象者に触ったりできないので、効果や評価などのリアリティー感が乏しく感じた。

- 時間・場所を選ばないため双方にとって効率が良い
- 相手の表情や映し出される背景も見ながら、データを使って効果的な指導を実施することが可能

プログラム提供期間(4ヶ月)について

- 前向きに取り組んでくださった方が多く、質問も多かった。動機付けにはなっていると感じた。
- 継続的な行動(無理のない減量ペースであるか・継続可能な目標であるか等)は4ヶ月の中では十分に確認できなかった。

- モチベーションが継続でき、脱落リスクがない
- 「行動変容を促す」動機付けとしては4ヶ月間でも十分

7. 事業評価

(当健保による主観的評価 : ◎大変良い ○良い △課題あり)

体制構築および プロセス確立	<ul style="list-style-type: none"> 本事業に対して事業主から承諾を得て、事業主との協業体制を構築した。 営業管理部門・システム部門等と協力してプレミアムコース参加を促すフローを確立した。 	○
参加率	<ul style="list-style-type: none"> 健康リスクが高いが外出が多くスケジュールが流動的だった営業職が多く参加したことは評価できる。 50%以上の対象者が不参加者となっており、健康状態が悪化しないよう対応が求められる。 	△
WebTV活用	<ul style="list-style-type: none"> 参加者の67%がすべての面談をWebTVによって実施しており、利便性の高さが検証できた。 直接面談ではないが、ツール上でデータを活用しながら保健指導できるなどメリットが多かった。 	◎
KENPOS活用	<ul style="list-style-type: none"> KENPOSについて参加者の約5割がログインを面倒だと感じ、67%が記録できなかった。行動変容を促すという観点では期待通りの結果が出なかった。 	△
若年層の行動変容	<ul style="list-style-type: none"> 20代および30代において、食習慣および運動習慣の両方を改善した人が33%となっており、他の世代と比べて高い割合を示した。若年層は強制力が効き、行動変容に繋がりがやすいことが高く評価できる。 	○
プレミアムコース満足度	<ul style="list-style-type: none"> 食事面・運動面の意識が変わったという参加者が多く、高い満足度を得た。 プログラム内容、提供方法等が適切だったと考えられる。 	◎
BMI改善	<ul style="list-style-type: none"> プログラムに参加した54%がBMIが減少しており、特に20～30代でBMI減少、体重減量者の割合が高かった。若年層のほうが結果に表れやすいと考えられる。 	○
インセンティブ付与	<ul style="list-style-type: none"> 目標達成者のうち、達成理由として「インセンティブ」は12%であり、「自分の身体を大事にしたい」(65%)を大きく下回った。インセンティブによる効果は限定的だったと考えられる。 	△
総合評価	<ul style="list-style-type: none"> これまでカバーできていなかったメタボ対象者、特に20～30代の若年層に対して、本プログラムを提供し、食習慣・運動習慣の改善に繋がったことは高く評価できる。 健康リスクの高い営業職が多く参加できるように、業務で使い慣れているWebTVを利用したことは効果的であった。 参加者の満足度が高く、多くの参加者が生活習慣に気をつける状態になり、ヘルスリテラシー向上の第一歩となっている。本プログラムを継続して、より高い効果を得ていきたい。 	○

8. 評価結果を踏まえた今後の事業の方向性

● 対象者の拡大

WebTVを利用したWeb保健指導が効果的であることが検証できたので、今後はメタボ対象者に限定せず、単身赴任者、新入社員、食生活の問題がある人など、ニーズの高い群への展開を検討する。

● 参加者の経過観察

継続的に参加者の健診データを確認して、行動変容が脱メタボ(体重減・腹囲減)に繋がっているかどうか確認する。

● 利用ツールの検討

KENPOSだけではなく、簡単に利用できて、対象者の気付きやきっかけに繋がるツール/サービスの検討を継続的に行う。

● プログラム不参加者へのアプローチ

プレミアムコースに反応がないメタボリスク者に対して、啓発活動やプログラム提供を行い、必要であれば、個別に対応していく。

9. 事業実施体制

事業主、労働組合および当組合が連携して、専門的な経験・スキルが必要となる領域は外部業者に委託しました。

