

第4章 データに基づく保健事業の展開 -1 意識づけプログラム

ポピュレーション・アプローチをベースにした保健事業の運営 (大和証券グループ健康保険組合)

○取り組みの背景および目的

大和証券グループは、持ち株会社である(株)大和証券グループ本社を中核に、証券ビジネスの中心を担う大和証券(株)、システム・シンクタンク部門、アセットビジネス部門、ネット銀行部門といった業務を展開する事業所等で構成されている。多忙な業務などを背景に、被保険者(社員)の健康意識は必ずしも高くなかったが、全社をあげてのワーク・ライフ・バランスの推進により、19時退社を励行するなど、健康づくりに取り組みやすい環境の整備を進めている。

平成20年度に特定健診・特定保健指導制度が始まり、健保組合にはレセプトだけでなく、特定健診データが集約され、両データに基づく現状分析を実施したところ、医療費の上位3疾患は生活習慣病であること、生活習慣病のリスクを持っている被保険者は38%にのぼることなどが新たに判明した。これらの結果から、以下を保健事業の方針とした。

- ① 顕在化している主な疾病は生活習慣病であり、対策の中心を生活習慣病予防とする
- ② 自覚症状がない生活習慣病を予防する観点から、被保険者への意識づけを対策のベースに位置づける
- ③ 受診勧奨域の被保険者も少なくないことから、あわせて高リスク者対策を実施する

また、保健事業の実行性を高めるために、会社の安全配慮義務と被保険者の健康づくりの観点から、人事部、健保組合、医務室の産業保健スタッフが協力した三位一体の体制で進めることとした。

○取り組みの内容

現状を踏まえ、平成20年度以降はポピュレーション・アプローチとしての保健事業を先行実施した。主な取り組みを時系列で示した(表1)。

表1. 主な取り組み

年度	概要	実施方法(体制)
平成20年度	<ul style="list-style-type: none"> ・役職員の健康状況および医療費の現状把握および課題に基づく対策検討 ・特定保健指導を開始、段階的に実施状況を高めていく 	<ul style="list-style-type: none"> ・分析および課題抽出は専門会社に委託 ・医務室の保健師が対応
平成21年度	<ul style="list-style-type: none"> ・有所見者への受診確認票(イエローペーパー)製の導入による高リスク者対策 ・被保険者への意識づけ事業(健診データに基づく)を開始 ・ウォーキングイベントを実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・医務室、人事との連携で実施 ・健康支援サイト QUPiO(クピオ)を導入し運営
平成22年度	<ul style="list-style-type: none"> ・後発医薬品促進の通知送付 	<ul style="list-style-type: none"> ・レセプトを用いて委託実施
平成23年度	<ul style="list-style-type: none"> ・グループ内広報誌の発行 ・特定保健指導を拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・「けんぽだより」 ・複数社に委託
平成24年度	<ul style="list-style-type: none"> ・効果検証 	<ul style="list-style-type: none"> ・特定健診データに基づき実施、他健保組合とも比較

被保険者への意識づけ事業

平成20年度以降の保健事業は、被保険者全体の健康意識の引き上げとその具体的な仕掛けが重要と考えた。以前は、事業主が実施している健診の受診率が限りなく100%に近い状況にあったものの、受診そのものが目的化している側面もあった。そのため、手元に送られてきた紙面での健診結果は、本人の目にあまり触れることなくその後紛失することも多かった。その結果、経年変化はもとより自身の健康状況をしっかり認識する状況に欠け、また自ずと健診後の医療機関での受診状況も芳しくなかった。

そうしたことから、仕掛けとして最初に行ったのは健康支援サイト QUPiO(クピオ;ヘルスケア・コミッティー株式会社)の導入であり、従来の冊子媒体だけでなく、Web媒体を導入することで、全国各支店でも、いつでも利用でき、双方向での情報提供が可能となった。主な事業所において QUPiO 普及のためのプロモーションを何度か実施したことにより、その認知度およびアクセス状況もあがっていった。QUPiOは生活習慣改善のポイントや病気の知識もふんだんに掲載されているが、被保険者は主に自身の健診結果の状況と経年変化を確認し、ウォーキング等の各種イベントの参加ツールとして利用するなど、個々人のリスクに対する健康ソリューション提供のインフラとして定着し始めた。当健保組合としては QUPiO 上で行うウォーキングイベントに特に力を入れ、被保険者に対し参加しやすい環境を整え、歩数のランキング表示、成功体験を広報誌「けんぽだより」に紹介する等を行った。

さらに QUPiO の導入とほぼ同じ時期に産業医等医療スタッフが所属する医務室が、被保険者に対して健診結果に基づく医療機関への受診勧奨(イエローペーパー制度)を始めた。このことに

【事例10】

より、被保険者の健診結果に対する関心は、QUPi0の導入と相俟って格段に向上した。

ポピュレーション・アプローチの考え方

当健保組合では、意識づけ事業を中心に、20歳代を含め被保険者全員へのポピュレーション・アプローチを重視してきた。ポピュレーション・アプローチはハイリスク・アプローチへの橋渡し役であり、またハイリスク・アプローチにおいて効果を上げるためのツールとして位置づけた。すなわちポピュレーション・アプローチは、新たなメタボ等のリスク者を最小限に抑え、また重症化予防にもつながり、ハイリスク・アプローチを実施後も同時並行で行うことが全体の保健事業にとって有益だと考えた。実際には、ポピュレーション・アプローチの浸透が図られたと思われた平成23年度から特定保健指導の拡大に踏み切った。

○効果

健康状況の維持効果（悪化率の低下）

特定健診結果データ（平成21年度40～60歳のグループ社員のうち、平成21～24年度の4年間すべての健診データがある5,723人）を経年で分析したところ、平成23年度の翌年度から「非肥満」あるいは「肥満のリスクなし」の者のうち、肥満化あるいは健康状況が悪化して特定保健指導対象者（肥満でかつ「低・高リスク」者）へ移行した者の率（悪化率）は8%台から6%台に低下した（図1）。

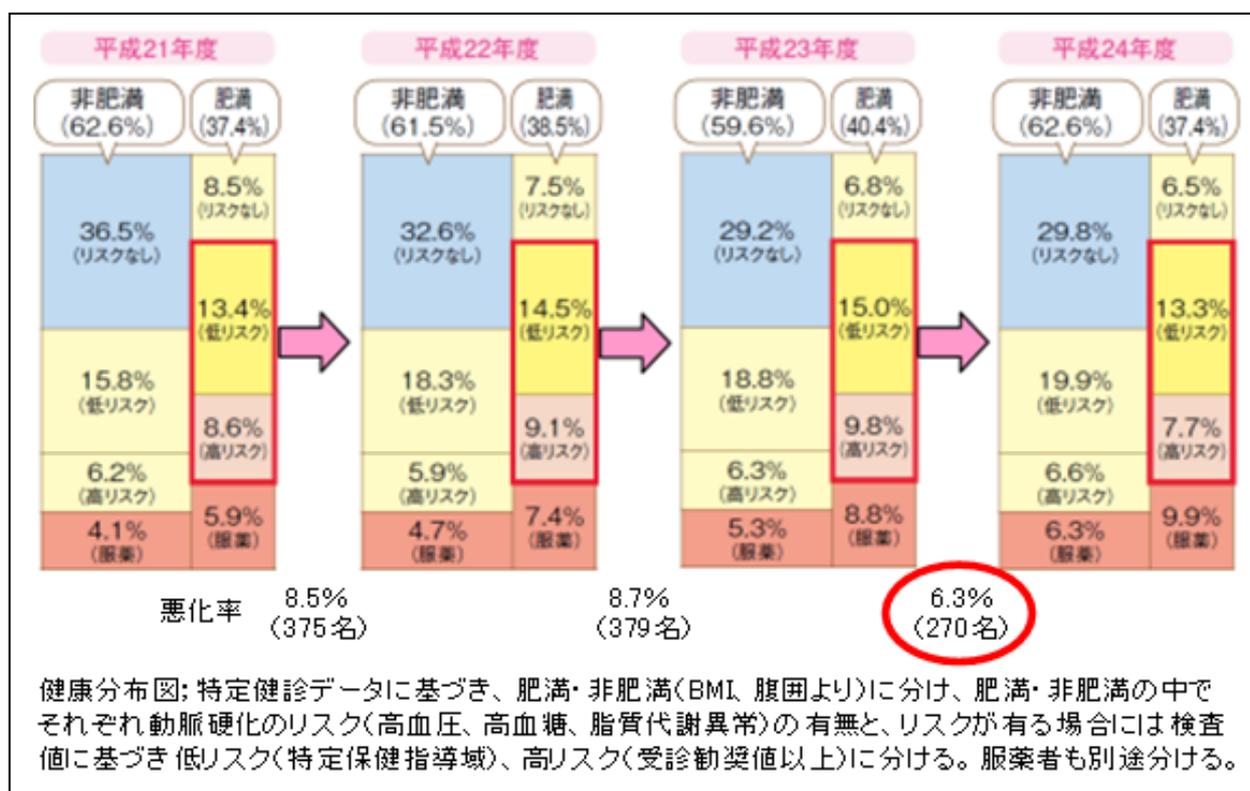


図1. 健康分布図®に基づく健康状況の推移

【事例10】

一般社団法人「保険者機能を推進する会」のレセプト・健診データ分析研究会に参加する30の健保組合（23万人の経年データ）の分析によると、悪化率が高い組合ほどメタボリック・シンドロームの割合も高くなっており、集団全体の健康維持（悪化防止）は最も重要な施策である。なお、30組合の悪化率の平均は平成23年度は7.5%となっており、平成24年度の動向を把握する必要があるが、当健保組合のポピュレーション・アプローチによる効果がかがえる。

なお、取り組みの拡大を図った平成23年度・特定保健指導の実績は、役職員のみ（対象者全員を実施対象）でみた終了率が95.3%と健保組合の全国平均17.1%（平成23年度速報値、厚生労働省）に比較して高く、三位一体の取り組みに加えて、集団への意識づけが参加促進の背景にあると考えられる（表2）。

表2. 特定保健指導の終了者率

	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
特定保健指導終了率	1.3%	3.5%	2.8%	75.4%	71.6%（見込み）

厚生労働省への報告数値

特定保健指導は主に株式会社保健支援センターと株式会社メディヴァに委託している

○事業評価

- ①データに基づく現状の可視化が、社内のステークホルダーに問題意識の共有を図り、三位一体の体制構築を促したと考えられる。
- ②データ分析を起点として対策を検討したことで、保健事業の優先順位づけ（事業の組み立て）が可能となり、段階的かつ着実に事業を進めることができた。
- ③生活習慣病の予防には、健診結果データに基づく意識づけ事業は必須である。今後は、被保険者がモチベーションを維持できる、飽きさせない仕掛けが重要であり、外部資源を活用した事業運営が求められる。
- ④その他；特定保健指導の参加者アンケート（平成23年度）によると、初回面接前には4割が特定保健指導にネガティブな印象を持っていたが、面接後はそのうち74%が好印象に変化しており、必要な情報を提供することで、施策（保健事業）に対する感度は一層あがることが期待される。今後は、保健事業のベースとなる三位一体の体制強化および被保険者への健康に対するさらなる意識づけの向上、被扶養者・特例退職者への予防対策、人間ドック制度の再構築を課題と考えている。

○健保組合情報

- ・被保険者数（平成25年4月末現在）：14,219名（うち特例退職被保険者数 1,220名）
男女比 2（男）：1（女）（平均年齢 38.9歳）
- ・加入者数（平成25年4月末現在）：27,564名

【事例 10】

- ・ 事業所数（平成 25 年 4 月末現在）： 20
- ・ 保険料率（平成 25 年 4 月末現在）： 85%
- ・ 経常支出合計（平成 24 年度決算）： 約 78.4 億円（うち保健事業費： 9.7% 約 7.6 億円）