

【事例 2 4】

第 5 章 事業主（事業所）との協力・連携（コラボヘルス）

事業主の強力な支援により保健事業の参加率を向上
（SCSK 健康保険組合）

○取り組みの背景および目的

SCSK 健康保険組合の平成 24 年度の特定健診の結果は、特定健診受診者のうち 20.5%が「動機づけ支援」または「積極的支援」に該当した（図 1）。さらに、これらの対象者について特定健診の間診結果を見ると、運動習慣のない者は 79.6%、喫煙習慣のある者は 25.7%にのぼっていた（図 2）。こうした結果から、被保険者・被扶養者の健康増進のためには「生活習慣の改善」が重要であると改めて考え、その効果的な施策を検討してきた。その結果、「喫煙対策」と「運動習慣改善」にポイントをおいて施策を開始することとした。

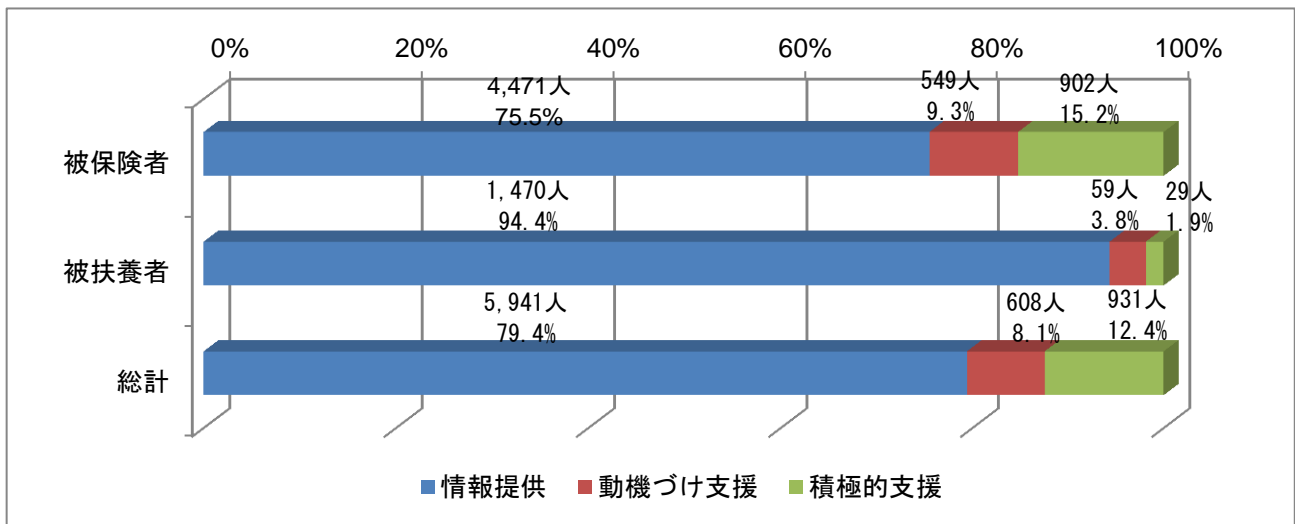


図 1. 特定健診結果

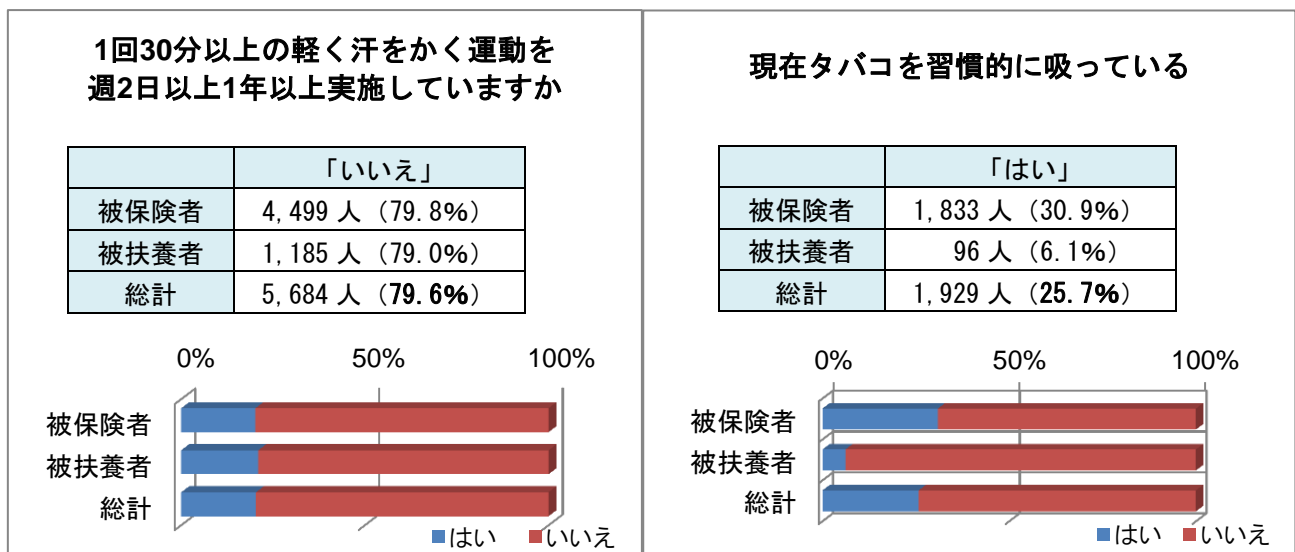


図 2. 問診結果

【事例 2 4】

現在の当健保組合の母体企業は SCSK 株式会社であるが、平成 23 年 10 月に設立事業所である旧株式会社 CSK と旧住商情報システム株式会社が合併、シーエスケイ健康保険組合から SCSK 健康保険組合に名称変更した。旧住商情報システム株式会社では、合併以前から社員の健康増進に熱心に取り組んできており、平成 22 年から平成 23 年にかけては「喫煙対策」や「ウォーキング」のキャンペーンを実施し、大きな成果を上げていた。

今回、当健保組合において「生活習慣改善施策」を進めるにあたっては、これらの実績を持つ SCSK 株式会社のノウハウを参考にし、連携を深めながら行うことが効率的・効果的であると考え、また加入事業所にも事前に十分な趣旨説明を行ない、協力の要請を行った。

○取り組みの内容

1. 喫煙対策（平成 25 年 4 月～）（対象者：被保険者、20 歳以上の被扶養者）

「喫煙対策」開始にあたっては、各事業所において専門で利用している Web（イントラネット）に「お知らせ」の掲示を出してもらうよう依頼した。また、特定健診の間診で喫煙していると回答した約 2,400 名に対し、らくらく禁煙コンテストの参加案内と禁煙治療費用補助金支給規程の説明資料を自宅宛に郵送した。

① 株式会社法研の「らくらく禁煙コンテスト」を採用

“コンテスト”と称しているが、他人と競うものではなく、参加者は送付された教材に従って禁煙について学習し、保健師からの電話フォローを受けながら禁煙にチャレンジするプログラム。期間は約 3 ヶ月、費用は全額健保組合負担。（平成 25 年 4 月に 2 回、7 月に 1 回、参加者を募集。）

② 禁煙治療費用補助金支給規程を新設

保険外診療による禁煙外来を受診した場合、上限を 28,000 円とし、費用の 10 分の 7 相当額を受診した被保険者・被扶養者に補助する制度。

③ 禁煙講習会の実施、リーフレットの配付

ファイザー株式会社に依頼し、喫煙者向け禁煙セミナーを上記施策と同時に実施。また、同社からはホームページリンクの許可をもらい当健保組合ホームページにリンクをつけるほか、同社発行の喫煙者向けリーフレット類の提供を受け、加入事業所、喫煙者に禁煙を促すお知らせを配付して教育啓発の活動を強化した。

2. 運動習慣改善（平成 25 年 6 月～）（対象者：被保険者、被扶養配偶者）

参加者個人のマイページ（住友商事株式会社の健康支援サイト「KENPOS」を利用）を開設し、自身の歩数、体重などを自ら記録することで、健康に対する意識を高め、運動習慣を改善して

【事例 24】

いく。また、Web 上では種々のイベントが企画されており、楽しみながら継続的に健康活動が支援されている。

参加者募集では、次の事項を実施した。

- ① 各被保険者の自宅宛に参加者募集の案内ハガキを送付
- ② 各事業所に依頼してポスター、お知らせを掲示
- ③ 運動習慣の動機づけとして、参加者募集開始後先着 300 名に歩数計を支給
- ④ 同じく、参加者募集開始後 1 ヶ月以内に参加登録した者には健康グッズなどの賞品が当たる抽選券を付与

3. 事業主の強力な支援

母体企業である SCSK 株式会社では、平成 22 年から平成 23 年にかけて旧住商情報システム株式会社が「禁煙」、「ウォーキング」に関するキャンペーンを実施した。今回は健保組合が実施する「生活習慣改善施策」に対して SCSK 株式会社は以下のキャンペーンを行った。

- (1) 被保険者（社員）の家族宛の社長メッセージを被保険者（社員）の自宅に送付。
メッセージの内容は、会社がいかに社員の健康を大切に考えているかという強い思いを伝えるとともに、健康の向上のため、健康増進キャンペーンに積極的に参加することを促す要請となっている。
- (2) 事業主独自によるさらなるインセンティブの提供。
 - ① 「ウォーキング」キャンペーンでは、追加で 3,000 名に歩数計を無料で配布。
 - ② 禁煙成功者には 5 万円相当の福利厚生で利用できるポイントを付与。
 - ③ 禁煙治療費を全額会社で負担（社内外の診療所で受けた診療費自己負担額全額を補てん）。
- (3) ポスター作製・掲示、パンフレット作成・配布。

○効果

表 1. キャンペーンの成果

	今回（平成 25 年～（7 月 5 日現在））	前回（平成 22 年～平成 23 年（6 ヶ月間））
主催	SCSK 健康保険組合	SCSK 株式会社
禁煙対策	・らくらく禁煙コンテスト参加者：約 240 名	・禁煙キャンペーン参加者：529 名 うち禁煙達成者：257 名 達成率 約 49%
運動習慣改善	・「KENPOS」参加者：募集開始後 1 ヶ月で 4,000 名 参加率 約 22%	・ウォーキングキャンペーン参加者： 2,690 名（対象社員数 3,314 名） 参加率 約 81% ・6 ヶ月平均 1 万歩/日 歩行達成者（「KENPOS」 入力 80%以上）：900 名

【事例 2 4】

○費用および財源

費用は全額健保組合が負担。財源に関しては健康保険料収入のほとんどを保険給付費、納付金に充てているため、他の保健事業費と同様に別途積立金を取り崩し対応。

○事業評価

今回の「喫煙対策」、「運動習慣改善」については半年前より計画の準備を進めてきたが、適用加入事業所数は 24 事業所、加入者数は、被保険者と被扶養者を合わせて約 25,000 人と規模が大きいため、事業を効果的に実施するためには、広報活動が大きなポイントになると考えた。ポスター等の媒体の効果も大きいですが、何より事業所との連携が重要である。施策開始前には、加入事業所担当者と打ち合わせを重ね、協力の同意を得たことが参加者促進につながった。

また、①母体企業である SCSK 株式会社 が当健保組合の施策と同時にキャンペーンを実施したこと、②当健保組合内で「喫煙対策」と「運動習慣改善」の施策をほぼ同時期に開始させたことが相乗効果を生み、被保険者、被扶養者の生活習慣改善に対する関心を高めることにつながったと考える。

なお「KENPOS」に関しては、本年度と次年度の健康診断結果を比較することにより、効果を測定していく予定。また現在の課題としては、イベントに参加したものの、現実には運動習慣につながっていない者も存在するため、運動習慣につながるための有効なモチベーションアップ策を検討したい。

○健保組合情報

- ・被保険者数（平成 25 年 5 月末現在）：14,011 名（男性 75%、女性 25%）（平均年齢 38.8 歳）
- ・加入者数（平成 25 年 5 月末現在）：25,660 名
- ・事業所数（平成 25 年 5 月末現在）：24
- ・保険料率（平成 25 年 5 月末現在）：64‰
- ・経常支出合計（平成 24 年度決算）：57 億円（うち保健事業費：9% 約 5 億円）
- ・業態：その他サービス業