

事業名	子どもを通して家族の健康と生活習慣改善を見直す保健事業		
主幹健保名	ヤマトグループ健康保険組合		
参加健保組合数	6健保組合(ヤマトグループ、コニカミノルタ、グラクソ・スミスクライン、ニューオータニ、B I J, 石塚硝子)	うち加入者1万人未満の健保数 (割合)	4組合 (66.7%)
コンソーシアムの特徴	製造、製薬、運送、宿泊業など 全国地域を対象		

エグゼクティブサマリー

背景・目的	事業内容	効果・成果
-------	------	-------

保健事業

<健康課題や事業実施上の課題>

- ・健康診断未受診、健診結果放置など健康への無関心
- ・悪い生活習慣の常習化、定着化

<保健事業の実施目的>

- ・子どもを通して家族の健康を考える
- ・子どもを通して悪い生活習慣や健康問題の行動変容を促す
- ・健康づくりをきっかけに家族の働き方への理解を深める

子ども向け「けんぼだより☆キッズ」作成、発送  
(マンガを多用した子ども向け健康広報誌)



家族みんなで参加する夏休みの  
「職場見学つきオンラインワークショップ」  
開催



家族みんなのヘルスリテラシーが向上し  
「いきいき健康家族」の誕生！！



事前・事後アンケートを実施し、比較を含め効果検証を実施。

**96.5%の家族で健康づくりに関する話題が上がり  
大人88.7%、子ども83.7%で家族の生活習慣に変化があった**

共同事業

- ・規模拡大による実施コストの削減と組合相互の知見共有
- ・健康スコアリングレポートなどを活用し、働き盛り世代の生活習慣と健康の関係を把握
- ・大学等研究機関との連携による事業の設計および評価
- ・健保組合と事業主が連携し「健康は家族全員の問題」との認識を広める

- ・自身の健康は二の次になりがちな働き盛り世代の健康について共通課題を解決する目的で複数健保組合でコンソーシアムを構成。
- ・健保組合が把握する健康課題と事業主の働き方や生活習慣の特徴を組み合わせることでプログラムを設計。職場見学の要素を入れることで家族の職場への理解や社員のやりがいが高まる。
- ・子ども向けの健康広報誌の製作やワークショップの開催、効果検証は外部機関との共創で実施し、全国どこでも実現できるスキームを構築。

「けんぼだより☆キッズ」発行数  
**13,142部(前年比+114.6%)**  
ワークショップ2日間開催  
計**299家族参加(前年比154.6%)**

- ・職種別の健康問題や課題を共有し自健保の課題を客観視できた。
- ・ワークショップでのオンライン職場見学など他健保と協力し内容を充実させた。
- ・健保組合の取り組みへの理解を深め事業会社の健康経営を後押しし持続可能社会へ貢献できた。

## 1. 目的

### <保健事業としての目的>

#### <健康課題や事業実施上の課題>

- ・健康診断未受診、健診結果放置など健康への無関心
- ・悪い生活習慣の常習化、定着化

#### <保健事業の実施目的>

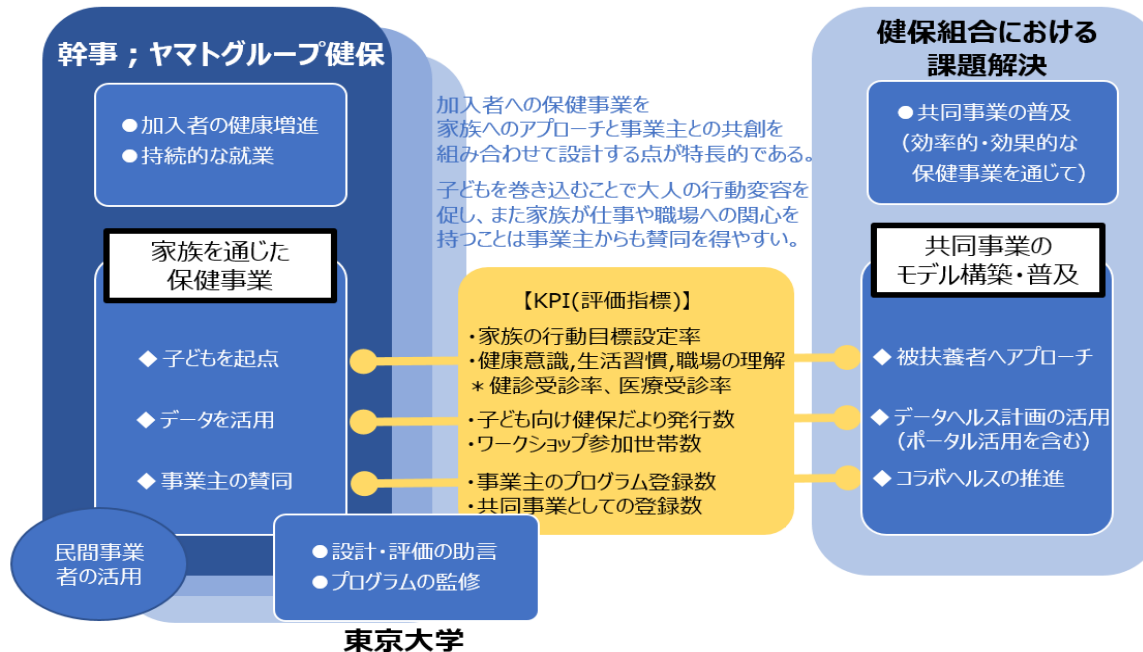
- ・子どもを通して家族の健康を考える
- ・子どもを通して悪い生活習慣や健康問題の行動変容を促す
- ・健康づくりをきっかけに家族の働き方への理解を深める

### <共同事業としての目的>

- ・規模拡大による実施コストの削減と組合相互の知見共有
- ・健康スコアリングレポートなどを活用し、働き盛り世代の生活習慣と健康の関係を把握
- ・大学等研究機関との連携による事業の設計および評価
- ・健保組合と事業主が連携し「健康は家族全員の問題」との認識を広める

## 2. 事業内容 (その1)

### 子どもを通して家族の健康と生活習慣改善を見直す保健事業



### 健康スコアリングレポートを共有し職業（働き方）による健康状況の特徴を分析共有



各健保組合の特徴が  
みえた

健康状況を冊子  
ストーリーやワーク  
ショップに反映させ  
より身近な問題として  
考えてもらう

## 2. 事業内容 (その2)

### 子どもを通して 家族の健康を考える 仕組み



1. 子ども向け  
「けんぽだより☆キッズ※」発送  
※マンガを多用した子ども向け  
健康広報誌



2. 家族みんなで参加  
職場見学付き健康セミナー開催



3. 家族みんなのヘルスリテラシー向上



4. いきいき健康家族誕生!

### 読みたくなる仕組み、 家族の健康意識が芽生える仕掛けづくり



#### 【マンガ+解説】

マンガで興味を持ち  
解説でより詳しく学ぶ!



#### 【健康カルテ】

おとなと子ども  
健康チェック!



#### 【健康10日間チャレンジ】

家族で決めた目標に  
家族みんなで取組む!



#### 【東京大学オンラインワークショップ】

全国の友達と一緒に  
リアルライブで学ぶ!

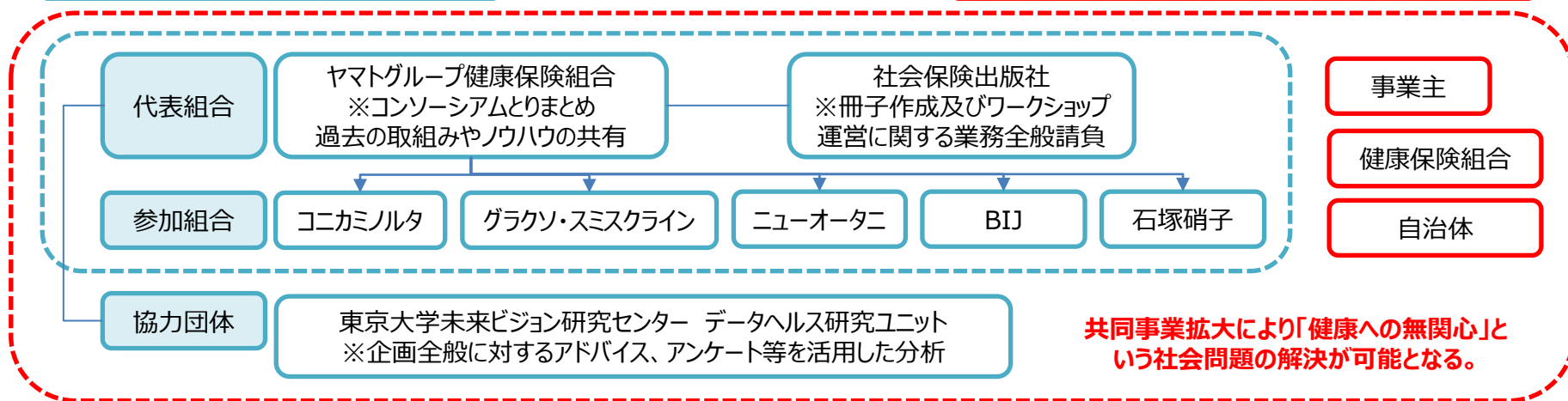


### 3. 共同事業の運営方針（その1）

- ・自身の健康は二の次になりがちな働き盛り世代の健康増進という保健事業の共通の課題を解決する目的で、複数の健保組合および事業主が参加したコンソーシアムを構成する。
- ・コンソーシアムでは、健保組合が把握する健康課題と事業主が熟知する働き方・生活習慣の特徴を組み合わせ、効果的なプログラムの設計および運営を行う。  
また、事業主からは企業活動の意義や働き方を紹介する要素を入れることで家族の職場への理解や社員のやりがいが高まる効果も期待される。
- ・子ども向け健保だよりの製作やオンラインワークショップの開催、効果検証などは外部機関との共創で実施し、全国どこの健保組合でも実現できるスキームを構築する。

#### コンソーシアムにおける実施体制

#### 規模の拡大による将来的な社会課題の解決



- ・ワークショップ運営全般を冊子を作成する社会保険出版社に依頼し健保業務負荷を軽減した。
- ・ヤマトグループ健保と東京大学で実施していた企画について、取組みやノウハウについて参加健保へ共有しブラッシュアップを行うことで、多くの健保が参加できる、効率的かつ効果的な企画とした。

#### 4. 主な活動報告

実施月	内容	
4月22日	東大とのコンソーシアムについての打ち合わせ	過去の企画内容整理
6月3日	東大・出版社打ち合わせ（課題やスケジュール確認）	
6月14日	参加健保と課題確認、企画のブラッシュアップ	各健康課題共有企画への反映
7月14日	健康スコアリングレポートを活用した各健保課題共有（東大分析）	
<b>8月4日</b>	<b>けんぽだよりキッズ発送</b>	各課題をワークショップに反映
8月22日	ワークショップに関する打合せ（説明資料など）	
8月24日	ワークショップに関する打合せ（当日進行など）	
<b>1週間前まで</b>	<b>ワークショップ事前アンケートの実施</b>	
<b>8月27日</b>	<b>ワークショップ実施</b>	前後アンケートにて効果検証実施
<b>9月10日</b>	<b>ワークショップ実施</b>	
<b>2週間後まで</b>	<b>ワークショップ事前アンケートの実施</b>	東京大学による分析・効果検証
1月13日	ワークショップや事前事後アンケート分析内容報告会	

メールでの情報共有やオンライン会議を都度実施したため、企画がスムーズに実施出来た。

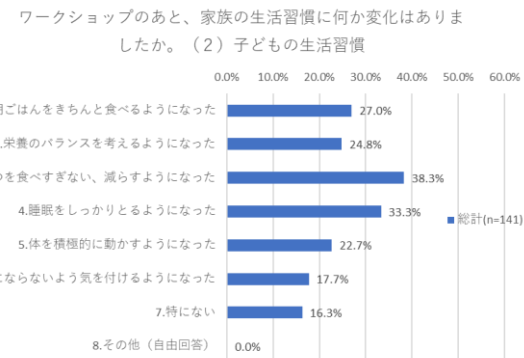
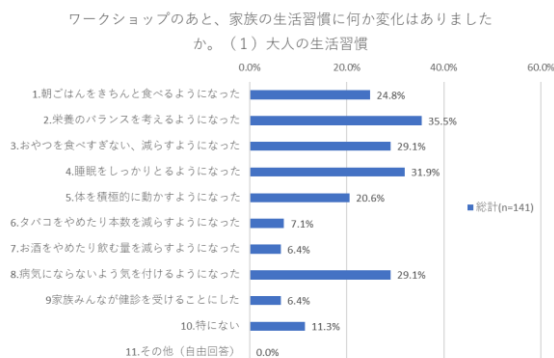
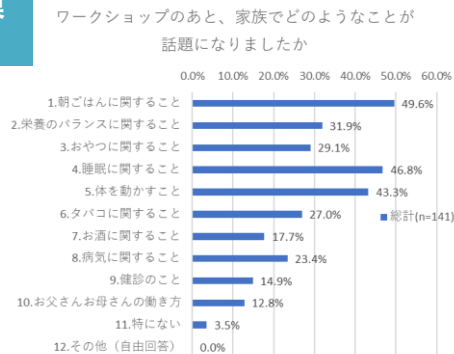
## 5. 主な成果報告 (その1)

### 事前・事後アンケートを実施し、比較を含め効果検証を実施

#### <保健事業としての成果>

- 「けんぼだより☆キッズ」のマンガは、ワークショップ終了2週間の時点で、大人/子ども共に約半数がすべてを読んでおり、「だいたい読んだ」を併せて8割を超えた。一方、「我が家の健康カルテ」は大人の半数、子どもの4割が未記入。「10日間チャレンジ」に取り組んでいるのは1/4程度。ワークシート形式のコンテンツは、取り組みやすい様式や仕掛けの工夫も今後の課題といえる。
- ワorkshop後、ほとんどの家族で健康づくりに関する話題が出ている（特に話題はないは3.5%）。食事・睡眠・運動については、参加世帯の半数近くで話題になっている。
- ワorkshop後、男性の3割以上に睡眠をしっかりとり・病気になるように気を付ける・栄養バランスを考えるようになった等の変化があった。女性では4割が栄養バランスを考えるようになった、としている。
- ワorkshop後、子どもの4割がおやつを食べ過ぎに気を付けるようになっている。
- 「けんぼだより☆キッズ」の取組状況とワークショップ後の生活習慣の変化をみると、マンガを読んだり、健康カルテを記入した群のほうが、生活習慣に変化が生じている。ワークショップと冊子との組み合わせによる効果が考えられる。

#### アンケート結果 (一部抜粋)



**ワークショップ終了後、96.5%の家族で健康づくりに関する話題が上がり、「大人88.7%」「子ども83.7%」の家族の生活習慣に変化があったと答え、ともに健康意識が高まり、行動変容が起きている事が確認できた。**

## 参加者からの意見・反響

### <各健保や参加者からの声>

#### 参加者からの声



- ・毎日遅くまで働くお父さんにずっと元気でいて欲しいと思った。
- ・お父さんと一緒に、家族みんなで健康に気を付けようと思った。



- ・ワークショップでは大人でも知らなかった気付きがあり、改めて生活習慣を見直すきっかけとなった。
- ・生活習慣病について子どもでも理解できる内容になっており、子どもへ良い意識づけが行われたように思う。これから習慣づけしていきたい。

#### 各健保からの声



- ・事業主の評判が良く、健保健康事業を認識してもらえるきっかけとなった。
- ・子どもと大人が同時に、良い生活習慣の意識づけが出来る事業だと思った。
- ・他業種と比較し、自健保の特徴や課題を再認識することが出来た。
- ・今回のように、工夫により加入者の健康意識を高める仕組みを増やしていきたい。



## 5. 主な成果報告

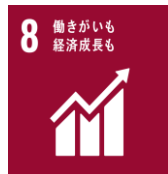
### <共同事業としての成果>

子ども向けけんぽだより発行数：13,142部(前年比114.6%)  
 ワークショップ参加者：第1回112家族 第2回187家族  
 合計299家族(前年比154.1%)

- 各健保にかかる業務や費用の負担を軽減することが出来た。
- 健康スコアリングレポートを活用し、業種や職種別の健康問題や課題等を共有することで、自健保の課題を客観視することができた。
- ワークショップでのオンライン職場見学など、他健保と協力することで、内容を充実させることができた。
- 参加勧奨などのノウハウを共有し参加家族を増やせた。
- 健康保険組合の取り組みに関する理解を深め、事業会社の健康経営を後押しし、持続可能社会への貢献を行うことが出来た。
- データヘルスポータルサイトからの問い合わせは無かったものの、出版元に地方自治体からの問い合わせが入った。
- 社員の口コミが会社内に伝わり、取り組みについて再評価を受けた。

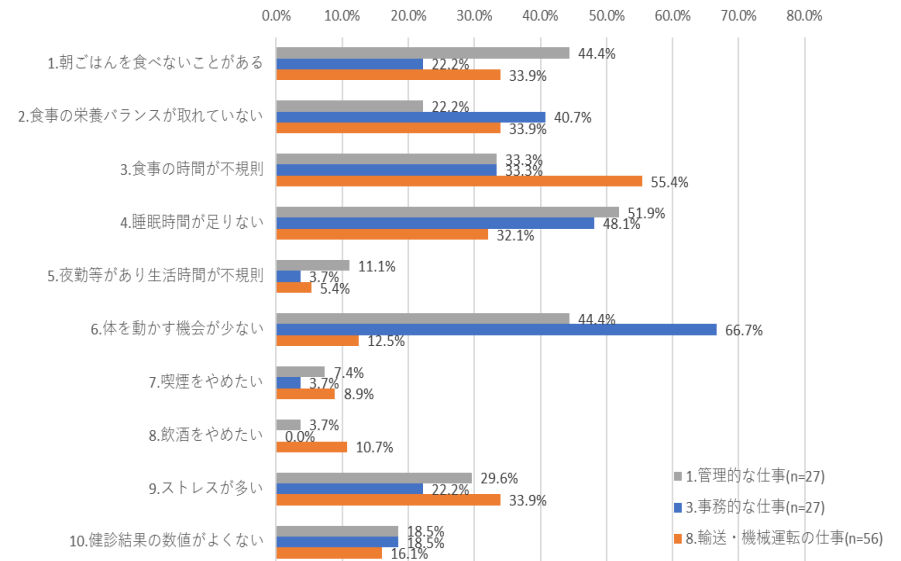
### ～持続可能な社会への貢献～

SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS



健保組合の保健事業による健康増進（No3）を起点に、子ども時代からの教育（No4）や働きがいのある職場づくり（No8）に貢献します。今後、多くの組合がこの共同事業に参画することによって、相互に関連した社会課題の解決に、健康保険が貢献します。

健康づくりや生活習慣について、普段気になることはありますか。【被保険者】



(資料一部抜粋)

### オンライン職場/社会見学

(家族の仕事・働くことへの認識や理解)



## 6. 今後の事業運営方針

・共通の冊子配布や合同でのオンラインセミナーの開催などを主体としているため、健康保険組合や事業主が準備に手間をかける必要がなく、全国の加入者を対象にどこでも開催することができ、いつでも簡単に参加できる企画となっているため、より多くの健康保険組合や自治体からの参加を募り、事業の拡大を図ります。

・健康保険組合と事業主の双方にメリットがあるため、協力して社員の家族単位での健康づくりを推進するとともに、事業主から企業活動の意義や働き方を紹介することで家族の職場への理解や社員のやりがいを高める活動とします。

・本事業はSDGsに沿った取り組みでもあり、健康保険組合の保健事業による健康増進（No3）を起点に、子ども時代からの教育（No4）や働きがいのある職場づくり（No8）に貢献します。

また、日本健康会議の宣言4（加入者や企業への予防・健康づくりや健康保険の大切さについて学ぶ場の提供）を内包するため、相互に関連した社会課題の解決に、健康保険組合が貢献します。