

1. 事業目的

営業職の従業員をターゲットとして、ICTツールを活用したメタボリックシンドローム予防プログラムを健保組合横断で実施し、その効果を検証する。また、今後の共同事業の普及に資するため、共同事業を効果的・効率的に実施するためのポイントや、共同事業を実施したことによる副次的効果を整理することを目的とした。

2. 事業概要（サマリー）

1 コラボヘルス促進のためのワークショップの開催



- 介入プログラムの実施に先立ち、**参加健保組合と母体企業の担当者を対象としたワークショップを開催**した。
- コラボヘルスによる職場でのプログラム実施率の向上と、営業職の健康課題とその背景（職場環境、働き方）の事前整理・共有を目的とした。

2 企業対抗！ダイエットレースの企画・実施



- **健保組合横断で、企業・チーム対抗のダイエットレースを実施**。歩数イベントと、食生活改善プログラム（My栄養コーチ）を組み合わせたプログラムを提供した。
- 歩数記録、体重記録、栄養コーチへのアンケート回答、減量成功の有無により、各チーム・企業の平均獲得ポイントを算出し、毎週ランキングを発表した。
- ランキング上位の企業には賞状を、チームには景品を贈呈した。

3 営業職に共通する健康課題とその背景等の整理

- ワークショップにはコンソーシアムメンバーの健保組合・母体企業12社のうち、10社から計21名が参加した。
- ワークシートを用いて営業職共通の課題、本事業の実行性を上げるためのポイントを整理した。
- 営業職に共通する健康課題として、**運動不足、食事が不規則、長時間労働**などが挙げられた。
- 本事業の実行性を上げるために、**上下ラインを通したアプローチ、競争意識**などのポイントをとりまとめた。

4 介入プログラムの効果に関する分析

- 介入プログラムの効果を検証するため、アプリを通じて収集した介入前後のアンケート結果、イベント期間中の歩数データ、体重記録データ、栄養コーチによるアンケート回答回数、減量成功の有無に関するデータを用いて分析を行った。
- その結果、**体重が有意に減少し、運動習慣や食生活、主観的な健康状態で改善効果**が見られた。
- また、アンケート回答者の6割以上が、**イベント期間中の職場のコミュニケーションが増加**した。

5 共同事業の効果分析とポイントの整理

- 参加組合・企業へのアンケート、ヘルスケア事業者へのヒアリング等を通じ、**共同事業の効果について分析、整理**した。
- さらに、**共同事業を効果的・効率的に進めるためのポイント**を、事業のPDCAに沿って整理した。

共同事業を効果的・効率的に進めていくためのポイント

1. 対象者の特徴（健康課題と働き方）に合った介入プログラムの設計
2. 参加組合・対象者の参加率・継続率を高める仕組みの導入
3. 共同事業の運営・管理の効率化・円滑化
4. 共同事業の評価を踏まえた振り返り

3. 事業内容

- 営業職は、仕事の特性上食事時間の確保が難しく、早食い、主食単品の食事で済ませる、食事のタイミングが不規則など、食習慣が乱れがちである。また、特に地方では自動車で営業先に訪問するケースが多く、日常的に運動不足になりがちである。さらに、外回りが多いため、対面での健康教育や保健指導が困難といった課題がある。
- こうした背景を踏まえ、以下の4つの基本方針に従って共同事業を実施した。

《本事業の基本方針》

1 営業職の特性と健康課題に着目した介入プログラムの提供

《営業職の特徴》

- 営業職は食習慣と運動習慣に問題がある場合が多い。
- 営業職は他社・他事業所との競争や、数字による比較を好む特性がある。

《実施方針》

- 食事及び運動習慣の改善を促すプログラムを採用
- 数値による成果の見える化や他者との競争の仕組みを導入
- 参加健保組合に同業他社を複数含め、競争意識を高め、プログラムの参加率及び効果を向上させる工夫

3 コラボヘルスの起点となる共同事業の実施

《営業職の特徴》

- 営業職はオフィスを不在にしていることが多く、健保組合からの個別のアプローチは非常に難しい。
- 営業職は自社の売上に直結しない事柄に対し、あまり協力的でない傾向がある。

《実施方針》

- 共同事業をコラボヘルスの起点と位置づけ、参加組合の母体企業にも参画してもらい、企業が主体的に取り組める事業内容とした。
- コラボヘルスの観点から、営業職の健康状態の改善だけでなく、職場のコミュニケーションや一体感を高めることで生産性やワーク・エンゲイジメントの向上を図る介入プログラムを実施した。

2 営業職の働き方や職場環境にフィットする介入プログラムの提供

《営業職の特徴》

- 営業職はオフィスでの机上業務は少なく、一日の多くの時間を営業先への訪問に費やすため、集合研修のようなプログラムの場合、参加率や継続率が低くなることが想定される。

《実施方針》

- 営業職が通常業務でもよく使用しているスマートフォンを活用
- 移動先でも効率的に実施可能なプログラムを採用

4 保険者機能を高め、ステークホルダーにとっても意義ある共同事業のポイントの整理

《実施方針》

- 共同事業の普及に資するため、保険者機能を高め、かつ加入者、企業、ヘルスケア事業者それぞれに効果やメリットが得られるような共同事業を行うためのポイントを整理
- 共同事業のメリットや効果、課題について整理し、今後共同事業を普及させるための方策について検討。
- 共同事業を実施することで得られる副次的な効果も整理

3. 事業内容

3-1. コラボヘルス促進のためのワークショップの開催

- 介入プログラムの実施に先立ち、コラボヘルスによる職場でのプログラム実施率の向上と、営業職の健康課題とその背景（職場環境、働き方）の事前整理・共有を目的として、参加健保組合と母体企業の担当者を対象としたワークショップを開催した。

《開催概要》

日時：

平成30年8月29日（水）14：00～16：00

場所：

東京大学 伊藤国際学術研究センターB1ギャラリー1

参加者：

参加組合・企業、東京大学、エムティーアイ（ヘルスケア事業者）、事務局（三菱総合研究所）

議題：

1. 共同事業の意義、狙いについて（東京大学）
2. 営業職の健康課題に関するレクチャー（MTI）
3. グループワーク：営業職の健康課題とその背景（働き方）の整理、共通課題の抽出
4. 講評（東京大学）

《グループワークの流れ》

1. グループワーク

- 自己紹介
- 営業職の健康課題とその背景の整理
ワークシート【自社用】の記入
自社の営業職の健康課題とその背景について（プレゼンテーション）
- 共通課題の抽出（ディスカッション及びワークシート【グループまとめ】の記入）

2. グループワークの結果報告（プレゼンテーション）

- 各グループからの結果報告
- 質疑応答、ディスカッション

3. 講評

- 東京大学による講評

《グループワークの様子》



《ワークシートの作成》

ワークシート【グループまとめ】	
・ 営業職に共通する健康課題とその背景（働き方、職場環境、企業文化等）について	
<p><営業職に共通する健康課題></p> <p>営業職に共通する健康課題とその背景の整理</p> <ul style="list-style-type: none">■ 職場の環境 ・ (例) 社食がないため、ランチはコンビニで済ませる人が多い、軽食が買える自販機あり。■ 働き方 ・ (例) 繁忙期は長時間労働になる（PC作業の時間が長くなる）■ 生活習慣 ・ (例) 睡眠不足、食事のタイミングが不規則、早食い	<p><健康課題に対するこれまでの取り組みと課題></p> <p>介入プログラムの実行性を上げるための工夫点の整理</p> <p>実行性を上げる</p> <ul style="list-style-type: none">■ 本事業の実行性を上げるためのポイント

3. 事業内容

3-2. 企業対抗！ダイエットレースの企画・実施

- 営業職の特徴に着目して、健保組合横断で行うメタボ予防プログラム『企業対抗！ダイエットレース』を実施した。具体的には、企業・チーム対抗の歩数イベントと、食生活改善プログラム（My栄養コーチ）を組み合わせたプログラムを提供した。
 - 健康だけでなく、コミュニケーションを促し、職場の一体感につながるようなプログラムとした。
- 参加者にはガイドブックを配布するとともに、各事業所で説明会（セミナー）を開催し、プログラムの利用を促した。
- 歩数記録、体重記録、栄養コーチへのアンケート回答、減量成功の有無により、各チーム・企業の平均獲得ポイントを算出し、ランキング。
- レース期間中は毎週1回ランキングの中間発表を行った。ランキング上位の企業には賞状を、チームには景品を贈呈した。

《企業対抗！ダイエットレースの概要》

- ✓ **開催期間**：2018年10月～2018年12月
- ✓ **参加企業**：14社
- ✓ **ルール**：
 - ・ 3～8人1チームのチーム対抗戦。
 - ・ 営業職が対象（メタボか否かは問わない）
 - ・ 歩数記録、体重記録、栄養コーチへのアンケート回答、減量成功の有無によりポイント化。企業、チームの平均総得点で競う。

《参加者向けガイドブック》

企業対抗！ダイエットレース ガイドブック

SCOOP!

健康状態を

営業職の健康実態を

企業対抗！ダイエットレース ルール編

企業対抗イベント！記録された歩数と体重記録に応じて、優待を贈ろう！

企業対抗！ダイエットレースにチャレンジ！

《プログラムの内容》

歩数イベントの内容

参加者は毎日歩いて適宜歩数だけ

歩数から連携ボタンを押す

CARADAのサーバーに歩数を送られ集計

集計と中間発表(週1)のポスター作成

毎週1回会社からのおしらせで配信

企業対抗・チーム対抗の歩数イベントを実施。



歩数記録、減量成功等をポイント化して競争。毎週ランキングが可視化される。



栄養コーチとのチャットを通じ、食生活の改善が促される。

My栄養コーチの内容

ユーザーが**食事写真**や**食事テキスト**を送ると

健診結果やアンケートから目標達成をして、食事や生活を見直して**改善プラン**を設定。

ヘルスコーチング手法を取り入れ、無理ない範囲で行う**チャットでの栄養コーチ**。

STEP1 目標設定

STEP2 食事記録 食生活改善に食事写真やテキスト

STEP3 コーチング チャットで1対1相談

EMTイー・アイ Confidential Standard

4. 活動報告と主な結果

4-1. コラボヘルス促進のためのワークショップの開催

- ワークショップにはコンソーシアムメンバーの健保組合・母体企業12社のうち、10社から計21名が参加した。
- 4グループに分かれてグループディスカッションを実施し、各グループでワークシートを作成。それらの内容に基づき意見交換を行った。
- ワークショップでは、営業職に共通する健康課題とその背景（働き方等）を整理し、メンバー間で共有。また、営業職の特性を踏まえ、本事業の実行性を上げるためのポイントを取りまとめた。

《ワークシートを用いたとりまとめ結果》

ワークシート【全体まとめ】

- 営業職に共通する健康課題とその背景（働き方、職場環境、企業文化等）について

<営業職に共通する健康課題>

- （車を使用するため）**運動不足、腰痛**になる。
- **メタボ判定者が多い。BMIが高い。**
- **喫煙率が高い。**
- **ストレスが多い。**
- **メンタル不調者、睡眠不足者が多い。**

健康課題の背景

■ 職場の環境

- 社食がない、外食が多い。周辺はボリューム多めの飲食店が多い。
- 常にお菓子等が食べられる環境にある。
- **地方拠点では車を利用せざるを得ない。**

■ 働き方

- **顧客優先の行動（拘束時間長い）。**
- 他の職種より裁量がある。
- **上下関係・ラインを重視する**→先輩からの飲み会の誘いは断りにくい。
- **競争意欲が強い。**
- **数値目標によるストレス**→飲酒・喫煙
- 外回りを終えた夕方以降、書類仕事にとりかかる→**長時間労働**
- 車を長時間運転する。

■ 生活習慣 ※特に運動や食事に関する生活習慣について

- **食事が不規則（朝食抜き、タイミングがまちまち、早食い）。**
- **車移動が多く、運動不足になりがち。**
- （長時間労働）→**夕食が遅くなりがち、外食でボリュームのある食事**をとる
- **睡眠時間が短い、睡眠不足**

<健康課題に対するこれまでの取り組みと課題>

■ 企業、健保組合での取り組み

- 健保&企業でウォーキングイベントの開催
- スポーツクラブ利用推進
- 体重計、血圧計の設置
- 健保&企業で健康増進プログラムを提供
- 食生活改善のためのセミナーの実施
- 全員が集まる機会を利用した、朝食摂取の推進
- 健保&企業で禁煙支援
- 営業車内禁煙

■ 成果と課題

- **参加率が低い。**
- **外回りが多いため社員食堂やオフィスの血圧計等を利用しにくい。**
- 最もアプローチしなければならない層にも関わらず、**アプローチ方法含め決手に欠ける。**
- **本社と地方の温度差がある。**

実行性を上げる

■ 本事業の実行性を上げるためのポイント

- **コラボヘルス**
- **上下ラインを通したアプローチ、上層部・営業責任者の理解**とその方々からの働きかけ
- 健康意識を高める（特に事業所の**トップの意識を高める**）
- **競争意識・意欲を高めるアプローチ**
- **健康リテラシーを高める**
- **本業に影響がないこと、本人への負荷はかからないことを強調**
- **地方と都市部では課題が異なるのでアプローチを変える**必要性あり
- 裁量があることを活かした飲酒・喫煙以外のアプローチ

《参加組合・企業からの意見》

営業職の健康課題や背景について新たな発見や気づきがあった

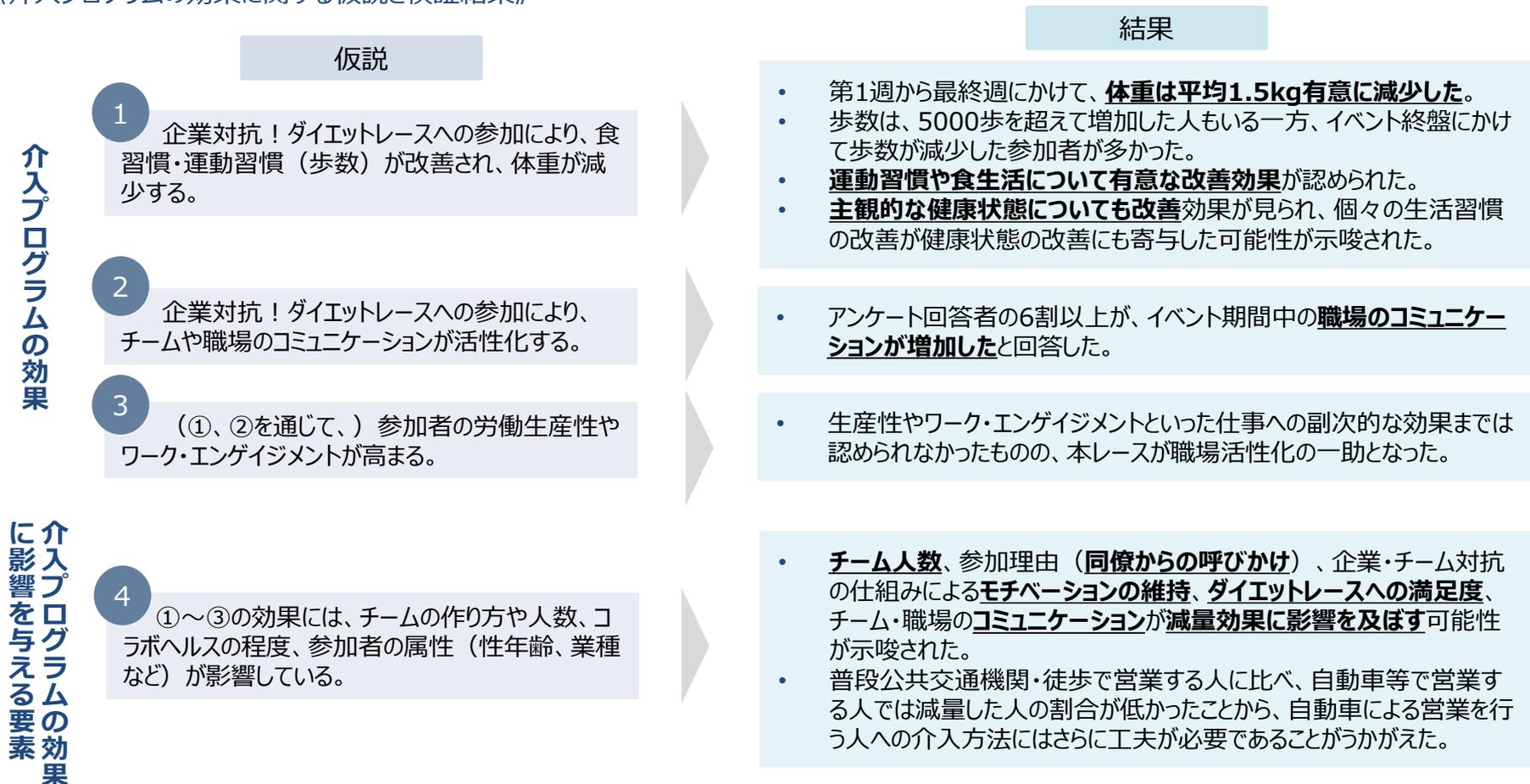
- ✓ 他社も同様な課題があることが改めて認識できた。
- ✓ どの企業の営業職でも同様な健康課題（不規則な食事・喫煙等）を抱えていると感じた。
- ✓ 営業職の健康リスクが通常よりも高いことが理解できた。
- ✓ 車を利用する営業が多く、腰痛に悩む営業職が多い事が新たな発見となった。
- ✓ 喫煙、飲酒以外でのストレスに対するソリューションが必要という点。
- ✓ 地方と都市部ではアプローチを変える必要がある。

4. 活動報告と主な結果

4-2. 企業対抗！ダイエットレースの効果検証

- 介入プログラムの効果を検証するため、アプリを通じて収集した介入前後のアンケート結果、イベント期間中の歩数データ、体重記録データ、栄養コーチによるアンケート回答回数、減量成功の有無に関するデータを用いて分析を行った。また、介入プログラムの効果に影響を与える要素について、分析を行った。
- その結果、**レース前後で体重が有意に減少し、運動習慣や食生活、主観的な健康状態で有意な改善効果**が見られた。また、アンケート回答者の**6割以上で、イベント期間中の職場のコミュニケーションが増加**していた。
- また、**チーム人数やレースへの参加理由、企業対抗・チーム対抗によるモチベーションの維持、職場やチームのコミュニケーションが、減量効果に影響を及ぼす可能性**が示唆された。

《介入プログラムの効果に関する仮説と検証結果》

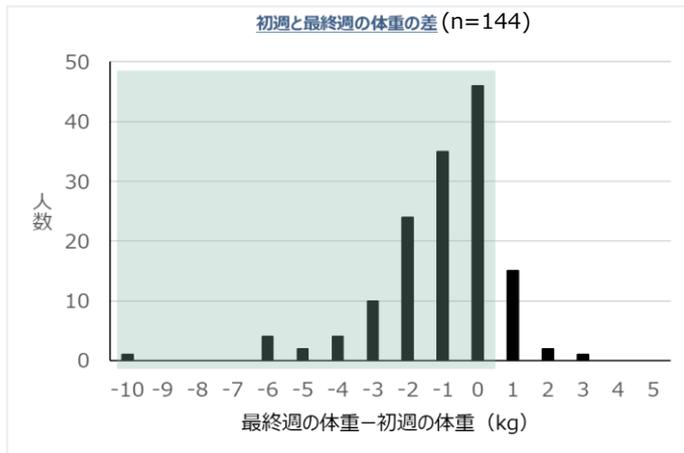


4. 活動報告と主な結果

(参考) 介入プログラムの効果

《体重結果》

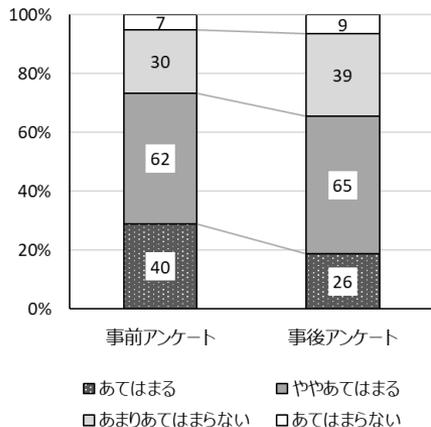
- 初週から最終週にかけて体重が減少した人が多い。
- **平均1.5kgのマイナスで、有意な減少傾向**が認められた。



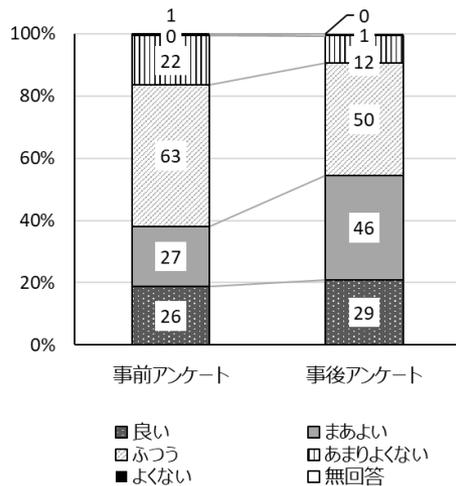
《食習慣に関するアンケート結果》

- レース前後で**食習慣が改善している人が有意に増加。**

揚げ物など脂っこい料理をよく食べる(から揚げ、回鍋肉などアブラたっぷりの炒め物、ハンバーグなど)
(n=139) p<0.05



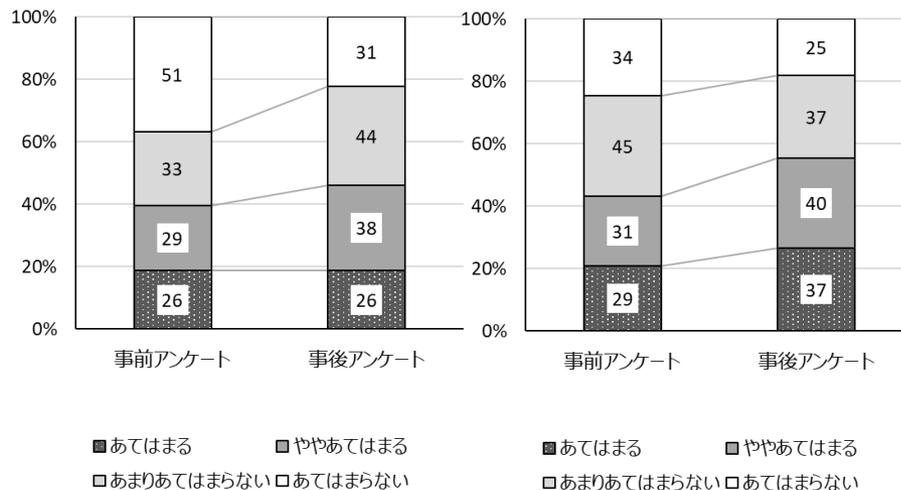
あなたの現在の健康状況はいかがですか
(n=139) p<0.01



《運動習慣に関するアンケート結果》

- レース前後で**運動習慣が改善している人が有意に増加。**

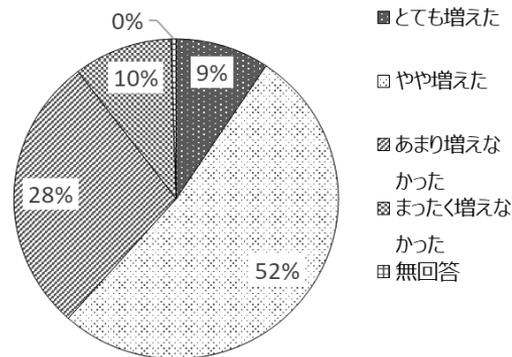
1回当たり30分以上の運動を週2回以上 仕事や生活の中で、1日当たり平均80分以上
できている (n=139) p<0.01 (8,000歩)歩くことができている(n=139) p<0.05



《コミュニケーションに関するアンケート結果》

- レースにより**職場のコミュニケーションが増加した人が6割以上。**

レース期間中の
職場コミュニケーションについて (n=203)

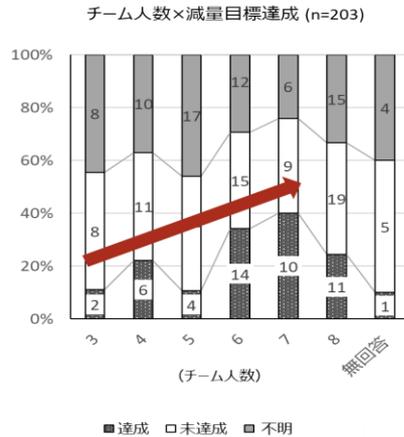


4. 活動報告と主な結果

(参考) 介入プログラムの効果に影響を与える要素

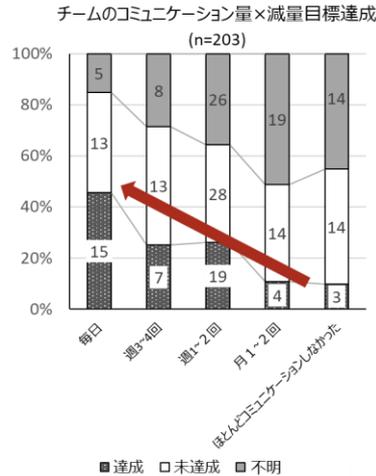
《チーム人数に関する分析結果》

- チーム人数が6-7人の場合、減量目標に達成している人が多い。



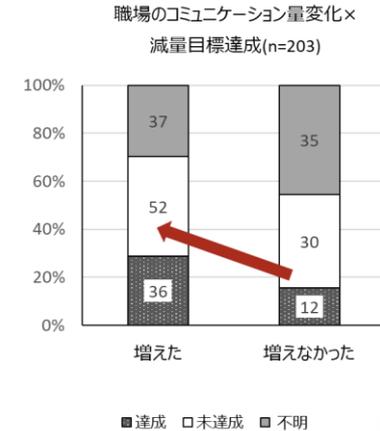
《チームのコミュニケーションに関する分析結果》

- 毎日コミュニケーションがあるチームは減量目標に達成している人が多い。



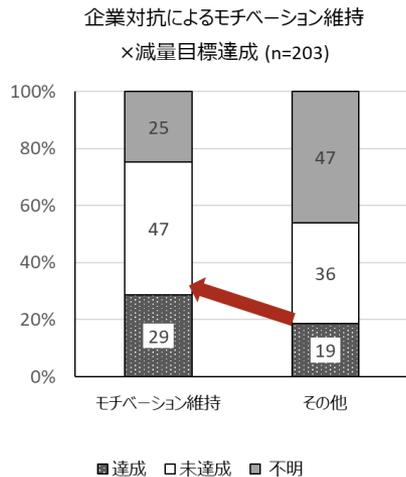
《職場のコミュニケーションに関する分析結果》

- 職場のコミュニケーションが増加した人は減量目標に達成している人が多い。



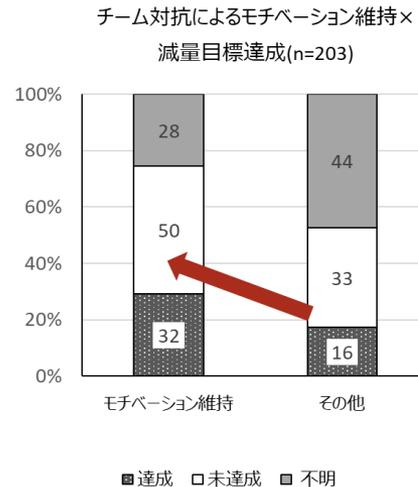
《企業対抗の仕組みに関する分析結果》

- 企業対抗がモチベーション維持に影響していた人は、減量目標に達成している人が多い。



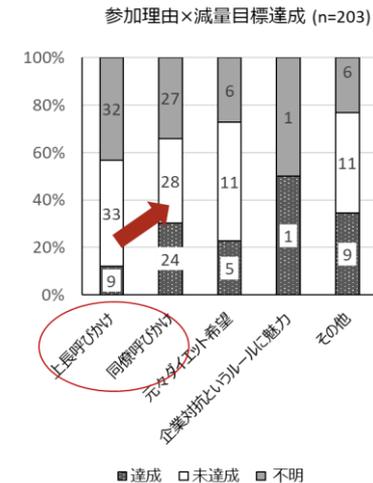
《チーム対抗の仕組みに関する分析結果》

- チーム対抗がモチベーション維持に影響していた人は、減量目標に達成している人が多い。



《レースへの参加理由に関する分析結果》

- 同僚の呼びかけにより参加した人は、減量目標に達成している人が多い。



5. 本モデル事業への参加組合からの意見・感想

効果1 被保険者の健康課題とその背景となる働き方が分かった

- 他組合と比較できたことで、自健保が相対的に歩数が少ないことが確認できた
- 地域による健康課題の違いがあることが理解できた
- 車を使用が原因の営業職の慢性的な運動不足や、食生活の乱れが理解できた

効果2 共同事業の企画・運営について今後活かせる知見が得られた

- 異なる健保と保健事業を実施することによる効果を認識できた
- アプリの有用性を確認できた
- 業種業態による特性を自健保に活かせる結果になった
- 調整・相談窓口・リード役として事務局は必須
- 単一健保だけでは踏み込めないデータ分析をしていただけた

効果3 他組合、他企業とのネットワークが構築できた

- 他健保の事例を聞くことができ、自健保で活用できる要素が多くあった
- 他健保・企業の状況や考え方を聞く良い機会だった

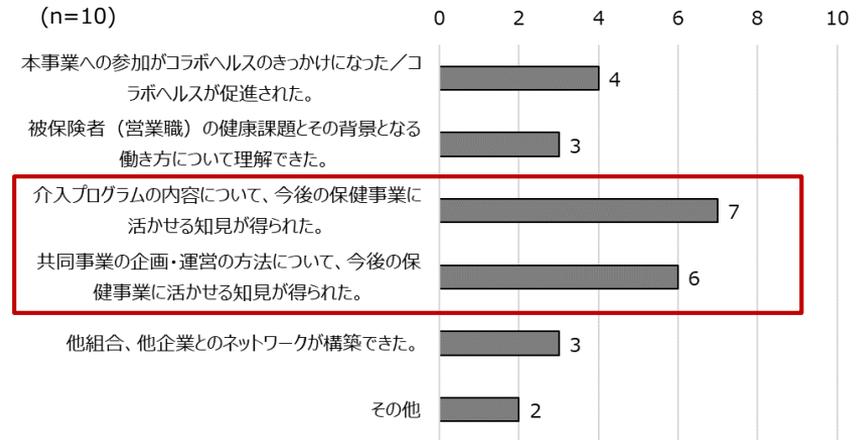
効果4 介入プログラムについて、今後活かせる知見が得られた

- チームを組んだ方が継続性および結果が出やすいと改めて感じた
- イベントを盛り上げるためには、チーム対抗という仕組みは必要
- 企業・チームでそれぞれの順位が出ることは、参加者の励みになったと思う
- 社内コミュニケーションの一助となった
- チームを組むことで、目標設定が容易になり、主体性に繋がる
- イベント中の声掛けや歩数の見える化がモチベーションアップにつながることでデータから読み取れた

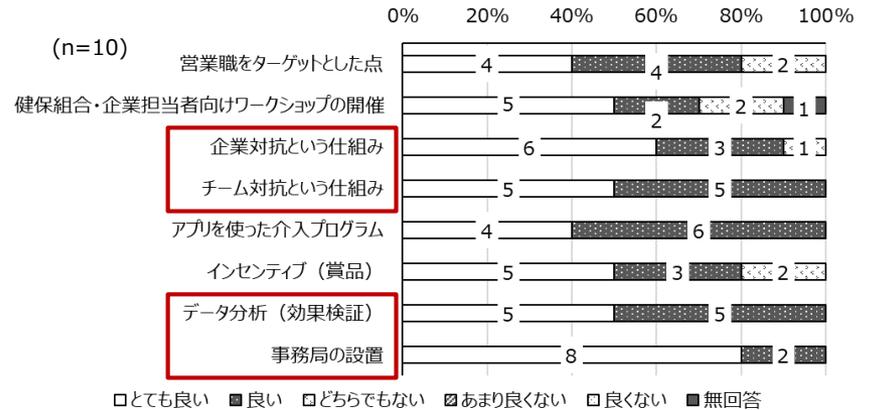
効果5 コラボヘルスのきっかけとなった

- 社内の新たな部署とコラボするきっかけになった
- 関係会社との連携により、健康経営のさらなる推進につながった

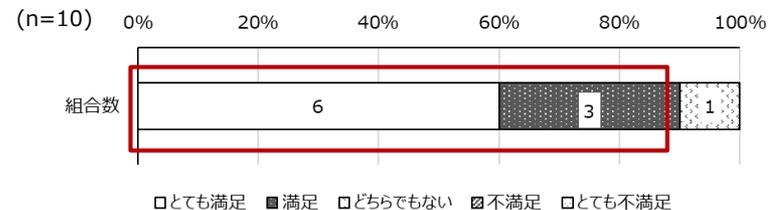
《共同事業に参加したことで得られた知見や示唆》



《今回の共同事業に対する感想・意見》



《今回の共同事業の満足度》



5. 共同事業を効果的・効率的に進めていくためのポイント

1 対象者の特徴（健康課題と働き方）に合った介入プログラムの設計

参加者の健康課題とその背景に着目した事業設計

- 営業職特有の健康課題と、その背景となる働き方を理解したうえで、介入プログラムを設計することが重要である。

普通の働き方にフィットする介入方法の採用

- **外回りが多い営業職にとって、時間や場所を選ばない介入プログラムが有用。**
- 通常の業務で使用するスマホのアプリを活用した健康イベントについて、参加者の8割が参加・継続しやすいと回答していた。

2 参加組合・対象者の参加率・継続率を高める仕組みの導入

《健保組合・企業の参加率・継続率を高める仕組み》

コラボヘルスを目的としたワークショップの実施

- 多忙な営業職にアプローチするには、**事業主とのコラボヘルスが不可欠**である。ワークショップにより従業員の健康課題を事業主と共有することで、健保組合が実施する保健事業のねらいや意義を理解してもらえ、従業員の参加率・継続率の向上に向けた協力が得られやすい。

参加者リクルート方法の工夫

- 営業職は上下のラインの影響が強いという特徴があるため、**キーパーソンをいかに巻き込むかが参加率向上のためのポイント**となる。
- 効果が出やすいのは、上司からの呼びかけで参加した人よりも、同僚からの呼びかけで参加した人だった。上司からの呼びかけに加え、現場の若手リーダー等のキーパーソンを巻き込み、**ボトムアップで参加を促す仕掛けが重要**である。
- 参加者の脱落を防ぎ、やる気を喚起するために、**共同事業の目的を十分に共有することが大切**である。

《対象者の参加率・継続率を高める仕組み》

競争意識を喚起（企業・チーム対抗の仕組み）

- 競争や数字での比較を好むという営業職の特性を利用し、**企業対抗やチーム対抗の仕組みを取り入れたことで、参加者のモチベーションを喚起**し、参加率・継続率の向上につながった。特に同業種の企業を意識するとの声が聞かれた。
- 今回の共同事業では、チーム人数が多いほうが効果が出やすいとの傾向が見られた。

チーム単位のインセンティブ付与

- チーム対抗の仕組みを導入したことで、**チームのコミュニケーションが増えた**。
- チームビルディングに資するという意味では、賞品も個人単位ではなく、チームメンバー全員で楽しめるものが良い。

参加者への適時適切なコンタクト

- 営業職は特に多忙であるため、いつまでに何をすればよいのかを短いメッセージでコンパクトに伝えることが重要。
- レースの中間結果発表を週1回行う、健保組合や企業から応援メッセージを発信するなど、**イベントを盛り上げていくことがモチベーション維持に効果的**である。

5. 共同事業を効果的・効率的に進めていくためのポイント

3 共同事業の運営・管理の効率化・円滑化

事業運営委員会による進捗管理

- 共同事業の運営・管理を円滑に行うため、**月1回程度の委員会を開催することは有用**である。

ミーリングリストを活用した健保組合・企業担当者の情報共有

- 事業の進捗状況や検討事項、課題を共有するため、**専用のミーリングリストを活用**した。
- 事務局からの情報提供以外にも、参加組合同士の意見交換にも活用できる。

事務局の設置

- 複数の健保組合で共同事業を実施する場合、事務手続きや運営管理が煩雑になる、意見や方針を統一させることが難しいなどの課題がある。そのため、**第三者的な立場にある事務局機能は必須**となる。マンパワーが不足している中小規模の健保組合にとつては、事務局機能を外出しできることは、**コスト面からも大きなメリット**となる。

アドバイザーの活用

- 事業の運営や分析方針などについて、**専門的な立場から助言、評価するアドバイザーを活用**することで、より円滑で効果的な事業と適切な効果検証を行うことができるとともに、今後の事業への示唆を得ることが可能となる。

4 共同事業の評価を踏まえた見直し

定量的な評価

- 共同事業は複数の健保組合から参加者を募るため、参加者が数多く集まり、定量的な分析を行うことが可能となる。
- 共同事業の効果を評価するためには、**評価指標と評価のタイミングを前もって設定しておくことが重要**である。
- また、本事業では、効果を適切に検証するために、東京大学がアドバイザーとしてコンソーシアムに参画した。

イベント参加者からの意見収集

- 事業の評価を行うには、参加者の意見を収集する仕組みが必要である。
- 本事業では**アプリを通じたアンケートを実施**し、参加者からの意見や感想を収集し、今後の参考とした。

健保組合やヘルスケア事業者からの意見収集、意見交換

- 介入プログラム自体の効果だけではなく、共同事業を実施したことに対する評価を行うことも、保健事業のPDCAを回すという観点から重要である。そのためには、健保組合・企業の担当者やヘルスケア事業者からの意見を収集することが重要である。
- 本事業では、**健保組合・企業担当者へのアンケートを実施**するとともに、**ヘルスケア事業者に対してはヒアリング**を行って、共同事業のメリットやデメリットも含めたご意見を収集した。
- また、健保組合やヘルスケア事業者が**意見交換をする場を設けた**ことで、**共同事業の効果や工夫点、今後の課題等を共有することができた**。

6. まとめ：共同事業の効果

- 本事業では、12の健保組合が共同で、営業職の健康課題とその背景（働き方）に着目した介入プログラムを実施し、その効果を検証した。また、保健事業を共同で実施することによる効果を整理した。
- 本事業を通じ、健康課題を共有しコラボヘルスを推進するワークショップの開催、参加率・継続率向上に資する企業・チーム対抗の仕組み、介入プログラム・共同事業の評価方法など、保健事業の実行性と効果を高めるためのノウハウや知見を得ることができた。
- 今後は、本事業の成果を広く発信するとともに、営業職以外の職種への適用可能性や、共同事業によるメリットが得られやすいテーマについて検討する。また、本事業で実施した介入プログラムの効果検証については、引き続き詳細な分析を行っていく予定である。

《共同事業による効果》

関係者	事業効率	事業効果
保険者・事業主	<ul style="list-style-type: none"> ・ 共通のプログラム・ツール（外部委託事業者）を活用することで、健保組合の事業運営が効率化される。 ・ 事務局を設置することで、各健保組合の事務等の負担が軽減される。また、各健保組合の意見集約や方針決定がしやすくなる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 他組合・企業との比較を通じて自組合の被保険者・従業員の働き方の特徴や健康課題が明確になり、効果的な保健事業を実施するためのヒントが得られる。 ・ 複数の健保組合と事業主が参加するワークショップを通じ、事業主の意識を高め、コラボヘルスを推進することができる。 ・ チームメンバーとの協力や、他社との競争の仕組みにより、対象者の参加率や継続率が向上し、保健事業の効果を高めることができる。 ・ 他組合・企業との意見交換やノウハウ・課題の共有によって、効果的な保健事業を実施するための知見が得られる。
被保険者・従業員	<ul style="list-style-type: none"> ・ — 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 共同事業による企業対抗、チーム対抗の仕組みが事業への参加・継続のモチベーション向上につながり、結果として減量や生活習慣改善効果が高まる。 ・ 共同事業をきっかけに、職場のコミュニケーションが活性化する。
ヘルスケア事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 効率的に顧客接点を創出することができる。 ・ 提供する事業をパッケージ化することにより、効率的にサービスを提供できる。 ・ サービス、プログラムの運営ノウハウを効率的に獲得できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 複数の顧客からニーズや意見を聞き出すことができ、サービスやプログラムの改善につなげることができる。 ・ 多数の参加者のデータを用いた分析により、エビデンスに基づく効果を把握でき、サービスやプログラムの改善につなげることができる。