

# AIを活用した特定健康診査受診率 向上支援事業について

島根県国民健康保険団体連合会

# 島根県市町村国保の状況

## ○平成29年度実施状況

特定健康診査 44.1% (対前年+1.2%)

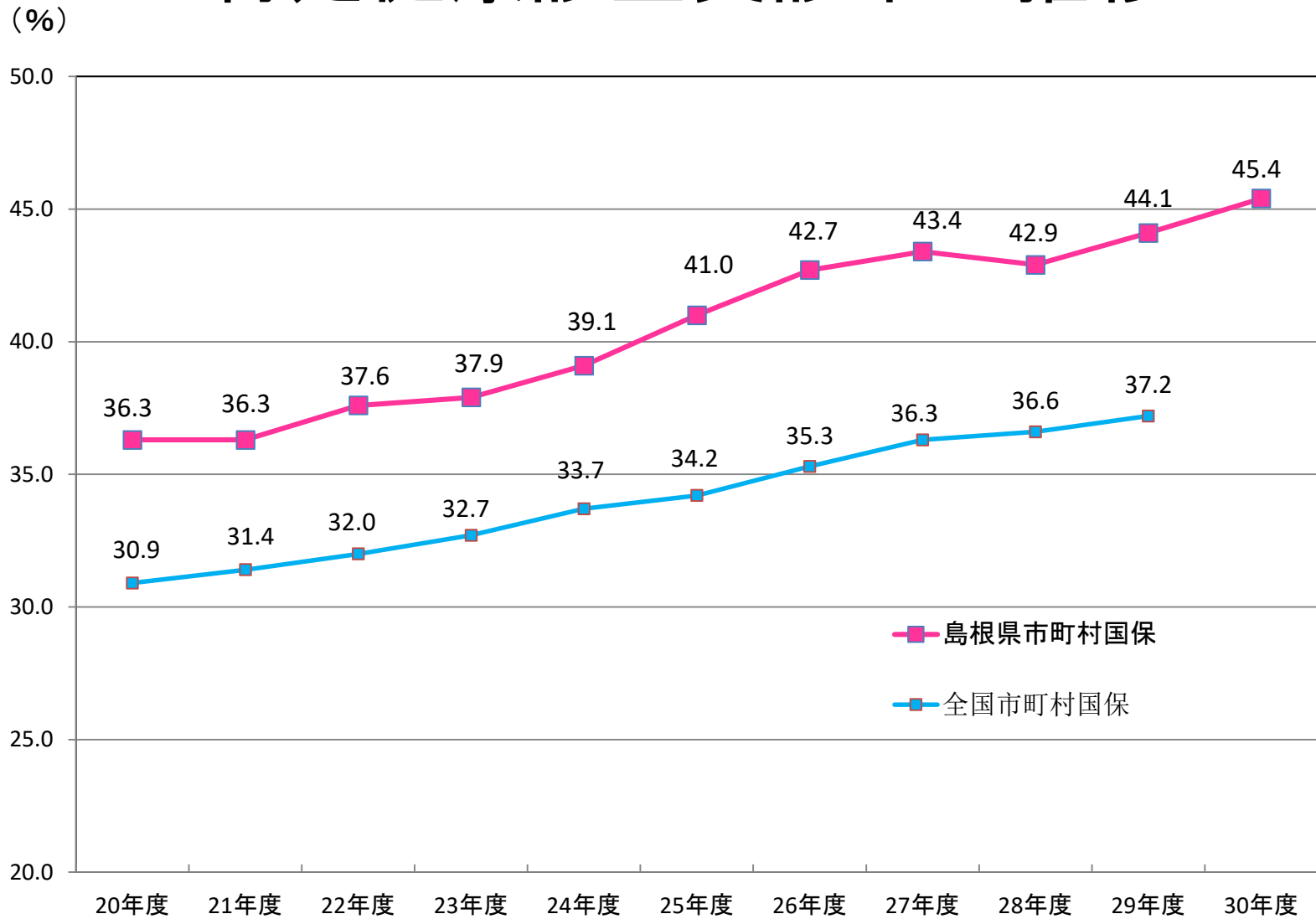
特定保健指導 24.1% (対前年-0.3%)

## ○平成30年度実施状況(※速報値)

特定健康診査 45.4% (対前年+1.3%)

特定保健指導 28.2% (対前年+4.1%)

# 特定健康診査受診率の推移



## 【目的】

人工知能(AI)を活用し、特定健康診査データ及びレセプト情報データ等に基づく受診行動に対する意識分析を行い、対象者特性に応じた勧奨資材を作成・受診勧奨することにより、効果的に受診率向上を図る。

## 【事業開始】

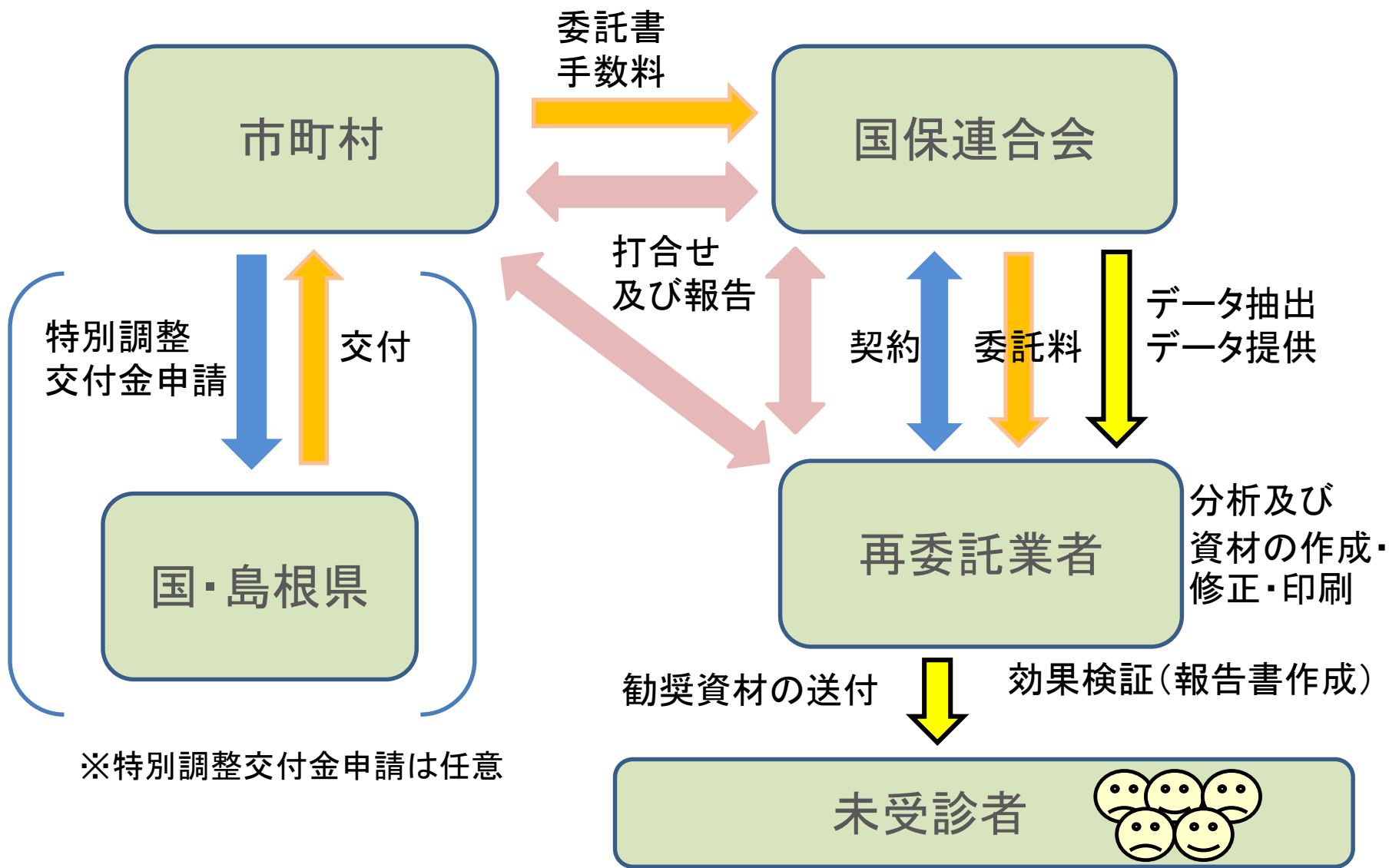
令和元年度

7市町村から受託

## 【共同事業で実施するメリット】

- スケールメリットにより、市町村単独で実施するより安価でサービス享受が可能。
- 契約・通知発送業務を含む、市町村での事務負担を軽減。  
⇒市町村は保健指導等その他業務に注力。
- 事業実施に必要なデータを国保連合会が一括作成し、市町村の負担を軽減。

# AIを活用した特定健康診査受診率向上支援事業概要図



# 1 受診勧奨業務（通知勧奨） ※R1～実施

AI×ソーシャルマーケティングの手法により、効率的かつ効果的な受診勧奨を実施。

## ①対象者選定

AIによるターゲット選定で効率的に受診率を上げる  
(誰に送るべきかを人工知能で解析)

- A：連続受診者（勧奨しなくても受診する確率が高い方） ⇒優先度 低
- B：不定期受診者（勧奨すれば受診する確率が高い方） ⇒優先度 高
- C：連続未受診者（勧奨しても受診する確率が低い方） ⇒優先度 低

## ②送り分け

心理特性に合わせたメッセージで効果的に受診率を上げる  
(マーケティング技術を駆使し効果の出るメッセージ制作)

## ③効果検証

効果検証し、次につなげる  
(各市町村の状況にあわせ単年ではなく経年で受診率UP)

# 特性に合わせたメッセージ例（不定期受診者への勧奨通知）

ソーシャルマーケティングの手法を活用し、不定期受診者には心理特性に応じ、4パターンのメッセージを送り分け。

## 対象者の特徴に合わせた勧奨資材

心理特性（やり抜く力等）を含む、230項目にわたるインターネット調査658名分、50名以上のインタビュー調査を分析した結果、4つのグループの心理特性が明らかになりました。

### 甘えん坊さん



- やり抜く力が弱い
- 今の生活が幸せ
- やや太り気味

不健康である自覚はあるが、今の生活に幸せを感じており、積極的に改善しようとは思っていないタイプ



### 頑張り屋さん



- 運動習慣がある
- 健康意識が高い
- やり抜く力が強い

日々健康に気を遣っているため、病気になる心配をしておらず、健診に行く意義を感じていないタイプ



### 心配性さん



- 病気を怖がっている
- 病気を心配している
- やや神経質

将来病気になることをとても心配しており、「健診に行くと怖い病気が見つかりそうだから行きたくない」と思っているタイプ



### 面倒くさがりさん



- 生活改善意欲がない
- 健康に興味がない
- やり抜く力が弱い

自分のことを健康だと思っており、健康に関する情報・健康診断に興味がないタイプ



※自治体の平均値をキャンサースキャンで算出



# 効果検証

## 事業概要

- 勧奨資材発送日、発送内容、発送件数等を記載

## 時系列比較

- 過年度データとの比較、受診率遷移を分析

## 他自治体比較

- 他自治体と比較、受診者の属性を明確化

## グループ別比較

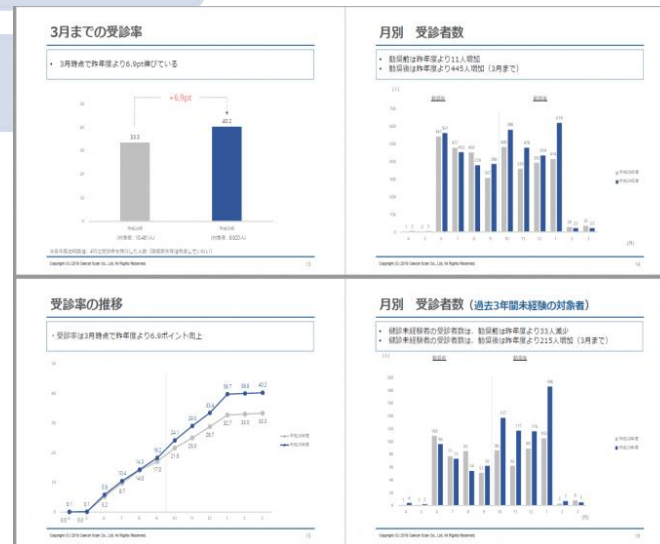
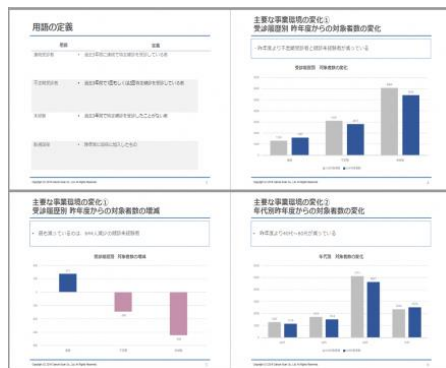
- 性別、年代等で受診対象者を分類

## セグメント別比較

- 受診履歴、発送セグメント別に比較

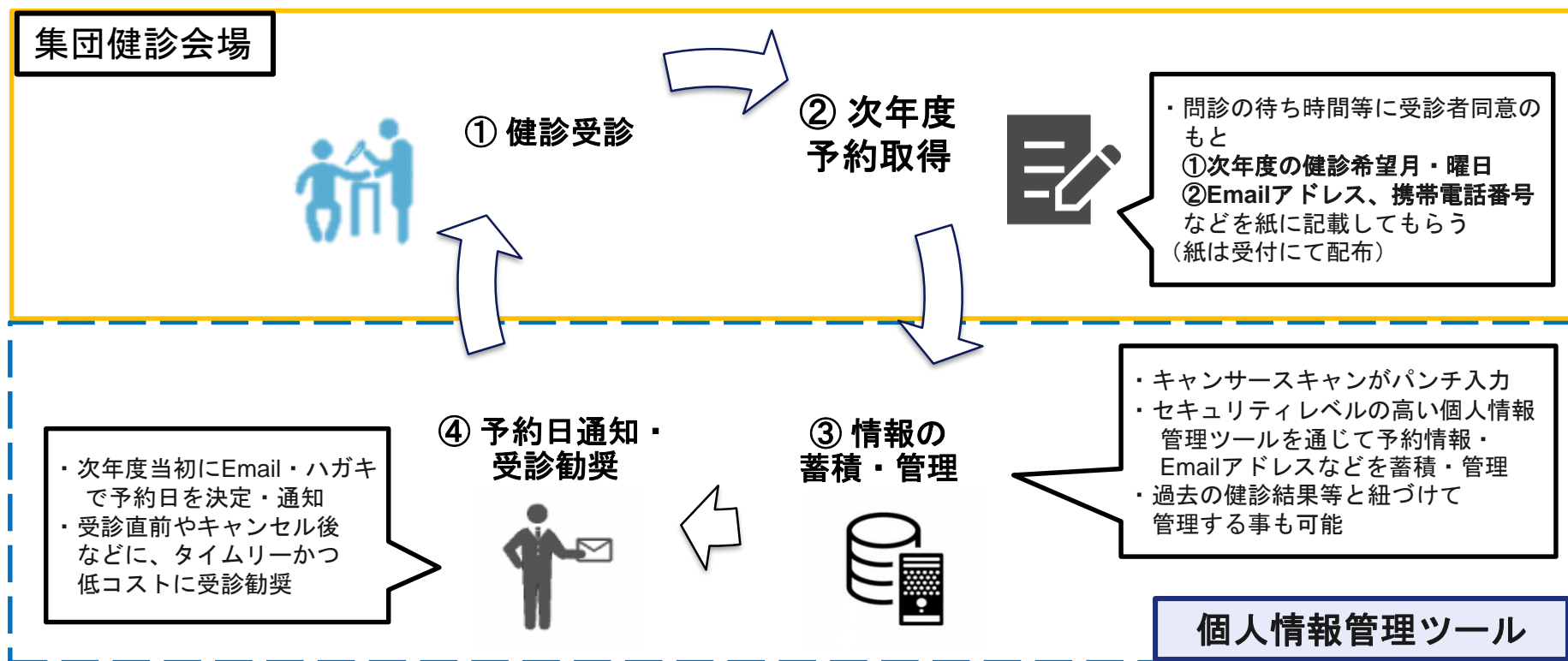
## 次年度施策提案

- 分析結果を基に次年度の施策を提案



## 2 自動予約システム(集団健診) ※R2新規事業

受診意向が最も高まる「健診直後」のタイミングに次年度の予約を取得し、リピート率を最大限に高める。  
また、デジタル化により情報管理やキャンセル後のフォローが容易に。将来的な勧奨コストの抑制にも。



### 3 ポテンシャル分析 ※R2新規事業

#### ＜個別医療機関ポテンシャル受診者数分析＞

特定健診受診履歴とレセプトの分析から、レセあり新規健診受診者獲得の伸び代の大い医療機関を抽出し、市町村の医療機関への働きかけ効率化を支援。




市町村は、ポテンシャル受診者が多い機関へ優先的に働きかけ、医師からの勧奨につなげる。

ポテンシャル受診者とは・・・

特定健診を実施している医療機関から生活習慣病のレセプトが出ているにも関わらず、特定健診を受診していない健診対象者

ナッジ理論を用いた  
「医師からの勧奨資材」の事例  
(※A市特別業務で実施)

医師である私からも  
年に1回の特定健診の受診  
を推奨します。



詳細は裏面をご確認ください。  
40～74歳の国民健康保険に加入している方が対象です。

市の補助で通常約00,000円の健診が  
000円で受診可能です

□□市医師会 □□市 □□課

# 令和元年度事業参加市町村の状況

市町村	対象者数	受診率	県内順位	備考
A市	7,667人	51.7%	5位	H30～事業実施 医師会との関係良好
B町	2,122人	37.5%	17位	約7割が集団健診 電話等の勧奨するも受診率低迷
C町	807人	47.5%	7位	ほぼ全数が集団健診 前年度中に申込受付終了
D町	534人	56.9%	1位	約8割が集団健診 希望調査実施、高い回収率
E町	831人	53.7%	3位	約6割が集団健診 希望調査実施、高い回収率
F町	1,426人	42.7%	15位	勧奨するも受診率低下傾向 県外の医療機関へ通院する方も
G町	1,116人	45.7%	11位	世帯ごとに申込受付 町外機関への受診案内せず

## ○連合会が行ったこと

- 契約等の事務手続き
- 事業の打合せ・連絡調整等
- データの抽出・提供
- 全体報告会(研修会)

## ○今後の課題

- 3者間の情報共有の徹底
- 除外者リスト作成作業の軽減
- 医療機関の理解・協力

## ○最後に～事業を実施した感触～

- 市町村の熱意
- やってみよう
- 被保険者の反応
- 受診率だけではない
- 市町村保健師としての役割
- 考えるきっかけ