

事業名：個人へのインセンティブ提供の仕組みを活かした「上手な医療のかかり方」の普及事業のモデル構築（計機健康保険組合）

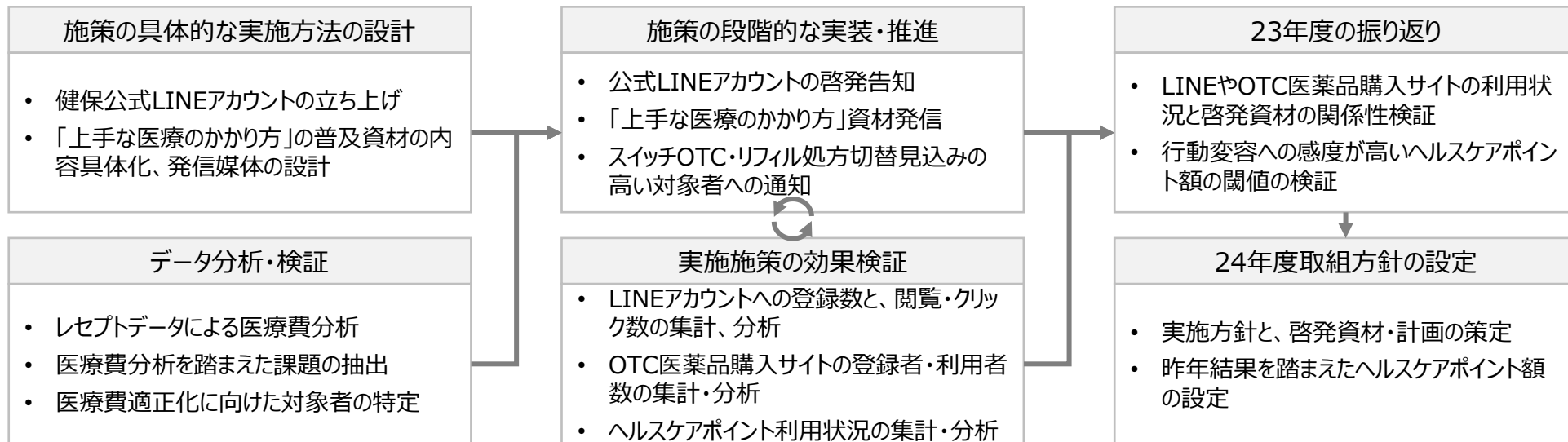
1. 事業の目的

当健保の加入者が抱える健康課題と総合健保特有の事業実施上の課題を解決するために、以下4つを目的として「上手な医療のかかり方」の普及事業に取り組む。

- 1 従来型の紙媒体による通知事業に加え、**加入者の反応をデータに基づいて把握することが出来るデジタルツールを導入し、加入者と健保組合の直接的なタッチポイントを作り**、健保の広報能力強化及び、加入者に対する介入・情報発信の好事例を創出する。
- 2 加入者のリテラシー向上と、健保組合の保険給付費適正化に繋がる**「上手な医療のかかり方」の普及**をテーマとして、レセプトデータの利用によるターゲット抽出や効果測定を実施し、**アウトカムを最大化する介入方法を特定**する。
- 3 加入者の行動変容の促進とアウトカム最大化のために、**ヘルスケアポイントの仕組みを活用**する。複数年に亘る事業の強みを活かして、ヘルスケアポイントの多寡や配布方法に応じて、どの程度、**加入者の行動変容及び事業アウトカムに影響があるか検証**を実施する。
- 4 上記の結果として、加入者の行動変容及び事業アウトカムを出すために、必要な事業費用（ヘルスケアポイント補助など）についてデータを蓄積し、**今後の保健事業にPDCAを回していく体制構築**を目指す。

2. 2023年度の推進アプローチ

初年度は加入者とのタッチポイント作りを前提として、レセプトデータ分析による課題抽出、介入方法の具体的な設計～実行を進めた。



事業名：個人へのインセンティブ提供の仕組みを活かした「上手な医療のかかり方」の普及事業のモデル構築（計機健康保険組合）

3. 2023年度の主な取組み概要

取組① 健保のLINEアカウント運用

加入者への直接的なタッチポイント設定だけでなく、配信へのリアクションを蓄積・検証し、**より効果的な施策を打てる環境を設定**。初年度は導入フェーズとして捉え、加入者への案内・登録を推進、**現在では約1,400名の加入者が登録、直近でも約100名/月で登録増加**しており、加入者への配信チャネルとしての環境を整備できた。

【LINE登録・配信分析レポートイメージ】



取組② 「上手な医療のかかり方」の啓発に向けたプロモーション

リテラシー向上へ、健保HP・刊行物での周知と併せ、**LINEで啓発資材を月2回発信**。セルフメディケーションやリフィル処方箋対象の疾患に関する**賢い市販薬の活用方法**や、主体的に学んでもらう**チェックテスト**を展開。上記啓発時にOTC医薬品の購入サイトへ誘導、**結果約800名が登録**し、「上手な医療のかかり方」の周知に寄与した。

【プロモーションイメージ】



取組③ セルフメディケーション、リフィル処方に関する個別勧奨通知

レセプトデータに基づき、スイッチOTCやリフィル処方箋の活用に適していると思われる加入者を抽出し、通知物を送付。**OTC通知物は約6,800名、リフィル処方箋通知は約2,800名へ通知**。多くの加入者に「上手な医療のかかり方」の実践の機会を提供した。

【勧奨通知イメージ】



取組④ ヘルスケアポイントの段階的配布と行動変容の実証

「上手な医療のかかり方」の啓発資材、OTC通知物に対してヘルスケアポイントを付与。また、内容によってポイント付与額を変更、**段階的にポイントを増額**することで、「**インセンティブの金額と行動変容**」の関係性を検証。結果、**行動変容への感度が高まる閾値の金額が判明**、結果を踏まえて24年度以降のヘルスケアポイントの付与方針を定めた。

【段階的付与時の利用状況イメージ】



4. 2024年度のスケジュール

