

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）

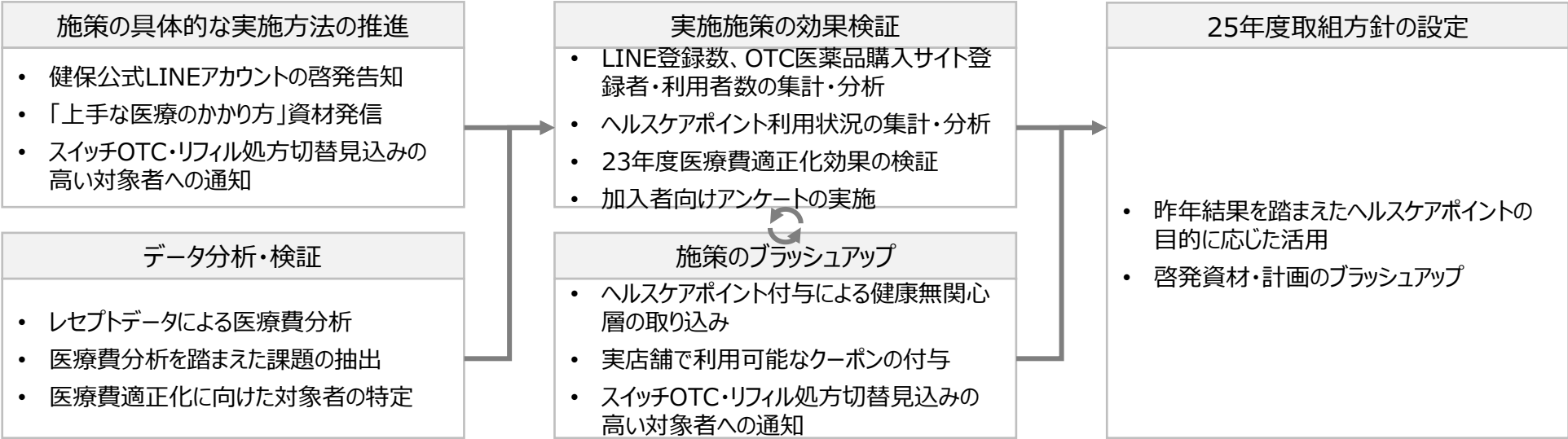
1. 事業の目的

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. 2024年度の推進アプローチ

2年度目は主に加入者とのタッチポイント作りの継続、ヘルスケアポイントの柔軟な活用、レセプトデータ分析による個別介入を進めた。



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. 2024年度の主な取組み概要

取組① 23年度の効果検証

花粉症・肩こり腰痛・皮膚疾患で医療機関に受診されていた6,868名へハガキを送付した結果、1,196名に受診回数の減少が見られた。

その結果、約1,200万円の医療費削減に成功。

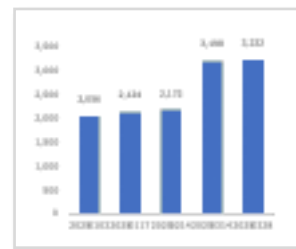
【効果検証レポートイメージ】



取組② 健康無関心層の取り込み

25年3月に健康無関心層取り込みを狙い、健康エール・あなたの薬箱新規登録者へヘルスケアポイントを付与。それぞれ600名以上の登録に繋がったため、目的に応じたヘルスケアポイント活用が肝要。

【LINE登録者遷移イメージ】



取組③ 実店舗クーポンの付与

25年1月OTC医薬品個別推奨通知送付に合わせて、実店舗で利用可能なクーポンを付与。クーポン利用先の多様化により利便性を高め、行動変容を強力に後押し。

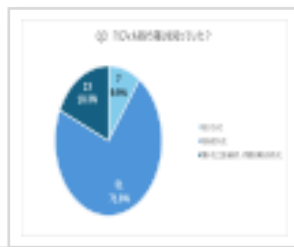
【クーポン利用フローイメージ】



取組④ リフィル処方箋に関するアンケート

25年2月リフィル処方箋
勸奨通知送付に合わせ
て、本制度の認知度や切
替意向に関するアンケート
を実施。本制度を認識し
ている方は1割にとどまっ
ていることからポピュラー
ンアプローチが肝要。

【アンケート集計イメージ】



取組⑤ 加入者向けアンケート

25年3月に健康エール・あなたの薬箱の認知度や登録経緯・利用経験・NPS等のアンケートを実施。集計した加入者の声を参考にして、啓発資材や取組方針をブラッシュアップ。

【アンケート集計イメージ】



4. 2025年度のスケジュール

2025年度										2026年度
6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月～
2024年度の 効果検証 (2024年度レセプトを 受領次第、実施予定)		効果検証に 基づく 改善点 洗い出し	2024年度 検証結果報告					OTC医薬品個別推奨 通知送付	リフィル処方箋 勧奨通知送付	2025年度 振り返り ・効果検証
健康エールによるデジタルチャネルでの周知/健保定期刊行物等によるアナログチャネルでの周知										
「上手な医療のかかり方」の啓発プロモーションの実行										
ECサイト設置・ヘルスケアポイント付与										
効果検証										
サポート体制設置										