

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

健保名：計機健康保険組合



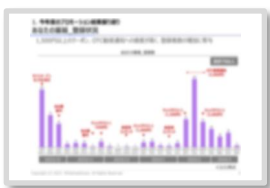

エグゼクティブサマリー

背景・目的

- <事業実施の背景>
- ✓ **医療費負担の重さ**
 - 加入者の1日あたり医療費は、**全組合・同業種平均と比較し、男女共に5~7%高い。**
 - ✓ **既存事業の限界**
 - 若年層の医療費が顕在化。中高年に加え**若年層も含めた医療費適正化の取組が必要。**
- <事業実施上の課題>
- ✓ **加入者とのタッチポイント**
 - 加入事業所の拠点が全国に点在。**健保からの情報伝達の手段が限定的。**
 - ✓ **事業のアウトカム測定・費用対効果**
 - 既存の保健事業において**アウトプット・アウトカムを設定・測定する体制が整っていない。**

- <事業目的>
- ① **デジタルツール導入により加入者とのタッチポイントを作り**、加入者への介入・情報発信を強化する。
 - ② 「上手な医療のかかり方」の普及をテーマに、**アウトカムを最大化する介入方法を特定**する。
 - ③ **ヘルスケアポイントを活用し**、付与額や配布方法の違いが行動変容・アウトカムに与える影響を複数年で検証する。
 - ④ アウトカム創出に必要な事業費用についてデータを蓄積し、**PDCAを回していく体制構築**を目指す。

事業内容

- <事業内容>
- 取組① 健保のLINEアカウント運用
- 
- 加入者とのタッチポイント設定
 - 配信へのリアクションを蓄積・検証
- 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
- 
- LINEで啓発資材を月2回発信
 - 上手な医療のかかり方資材
 - チェックテスト
 - OTC医薬品の購入サイトへ誘導
- 取組③ ヘルスケアポイントの段階的配布と行動変容の実証
- 
- ヘルスケアポイントを段階的に増額
 - インセンティブの金額と行動変容の関係性を検証。
- 取組④ セルフメディケーション、リフィル処方に関する個別通知
- 
- スイッチOTCやリフィル処方箋活用に適していると思われる加入者を抽出
 - 通知物を送付

効果・成果

成果指標①：
セルフメディケーション対象疾患の受診患者の減少数

年度	目標	実績
2023年度	800名	1,196名
2024年度	600名	1,245名
2025年度	600名	検証前

成果指標②：
リフィル処方箋が処方された加入者の数

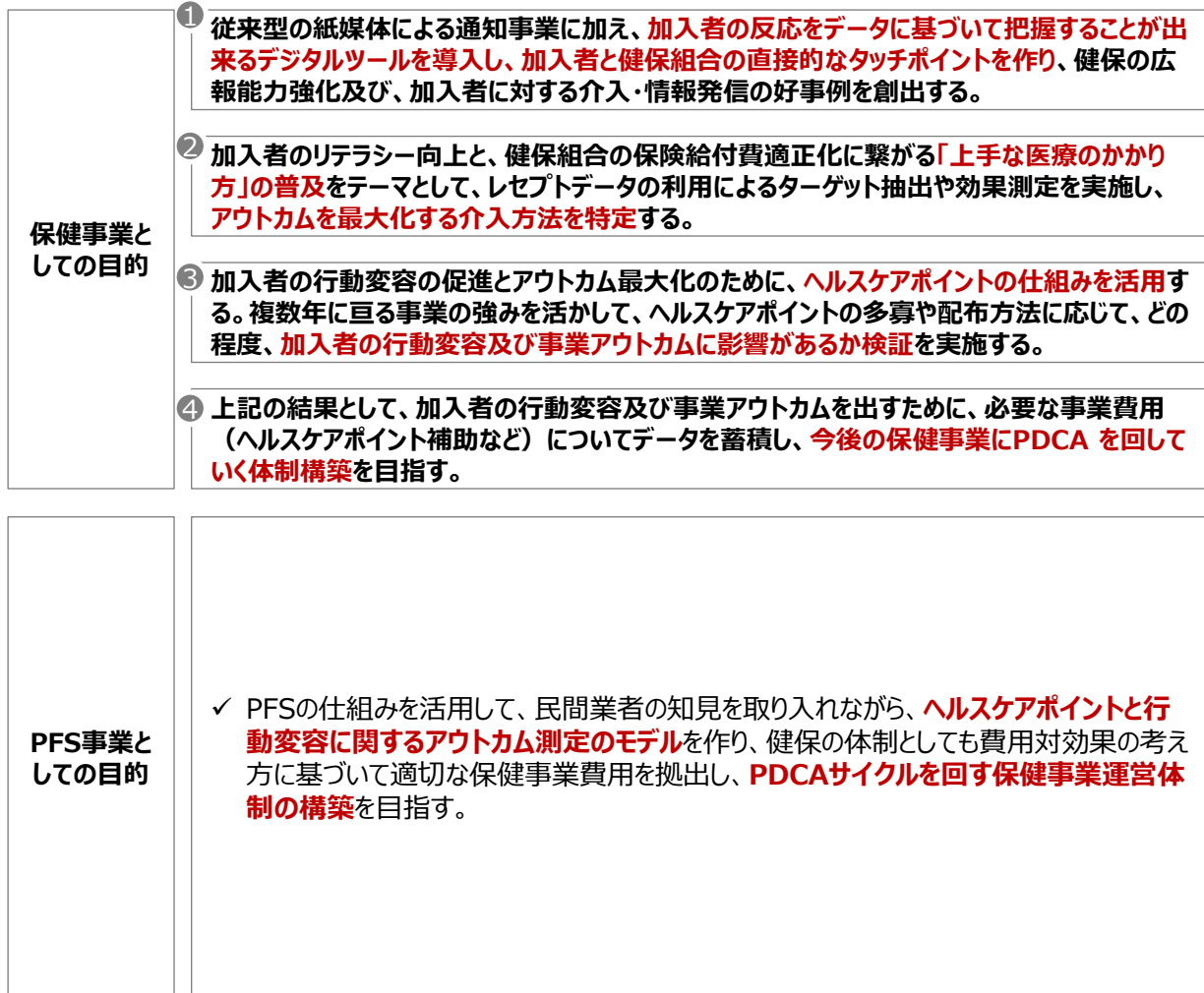
年度	目標	実績
2023年度	150名	10名
2024年度	200名	3名
2025年度	200名	検証前

1. 目的

課題感



目的



2. 事業内容

【事業内容】

① 健保公式のLINE運用

健保の公式LINEアカウントを作成し、加入者に登録を促すことで健保からプッシュ通知を送り出せるICTツールとして活用する。

② 上手な医療のかかり方ポピュレーションアプローチ

加入者のリテラシー向上を目的にナッジ理論を取り入れた情報発信を実施。加入者のニーズの高いテーマをデータで把握する。

③ 上手な医療のかかり方チェックテストの提供

テスト形式で回答を進めると、「上手な医療のかかり方」の実践方法を習得出来るコンテンツを提供し、加入者の能動的な行動を促す介入方法を検証する。

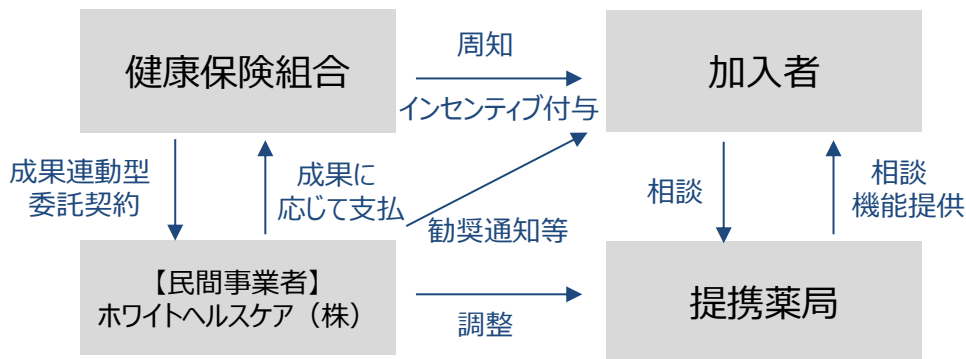
④ セルメ・リフィルの個別勧奨通知と行動変容機会提供

レセプトデータに基づき介入効果が高いと見込まれる対象者抽出を行い、個別勧奨通知を発送、合わせてセルメ実践の機会としてOTC医薬品のECサイトを提供。

⑤ ヘルスケアポイントの段階的配布と効果測定

上記①～④の施策それぞれに加入者へのヘルスケアポイントの配布を行い、アウトカム・アウトプットへの影響度を検証する。

【事業実施体制】



健康保険組合

- ✓ 加入者への周知・広報
- ✓ 事業主への協力要請等

委託業者

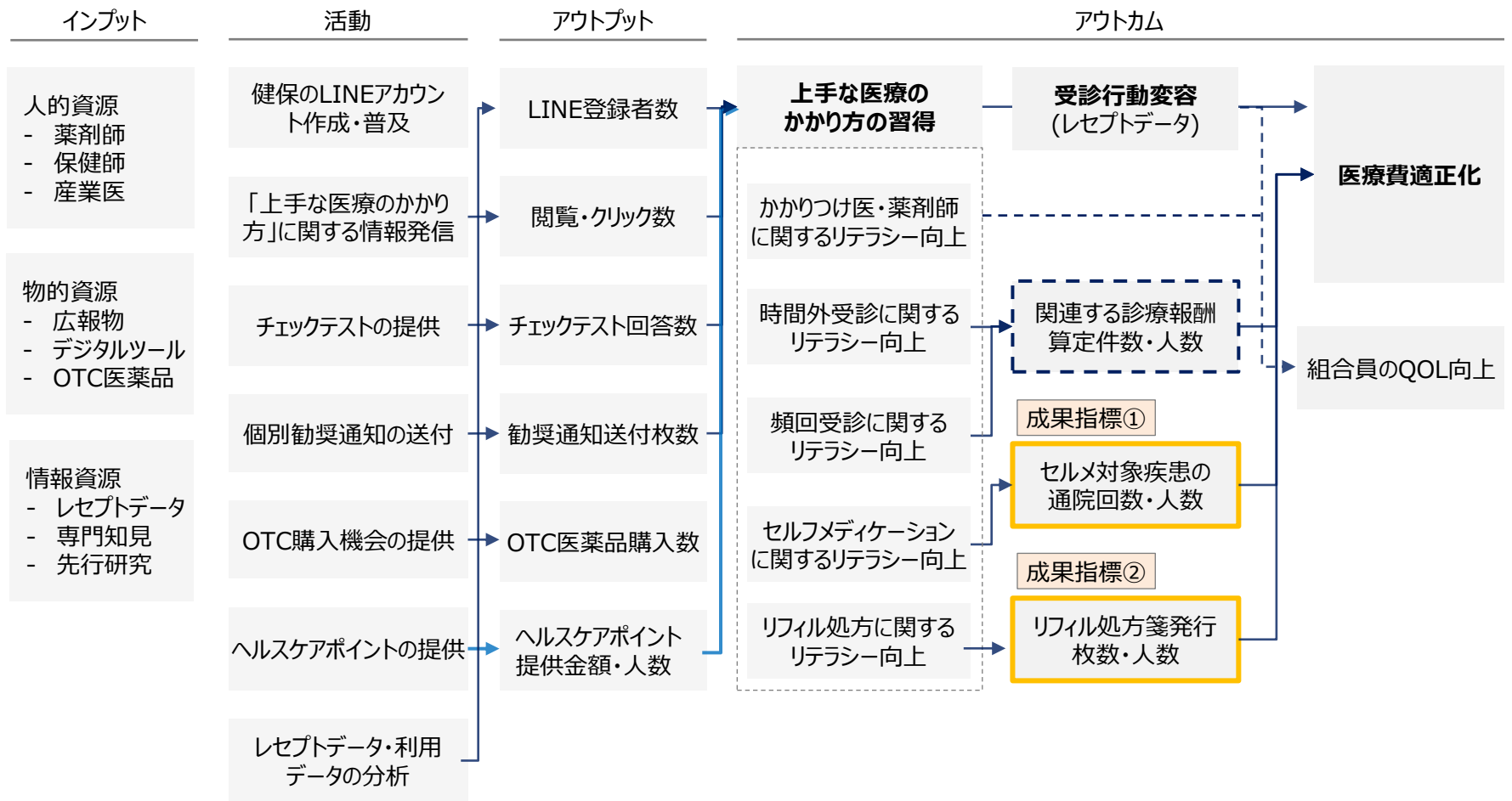
- ✓ レセプトデータ分析・効果検証
- ✓ ECサイト・相談窓口運営
- ✓ 個別勧奨通知のデザイン作成等

提携薬局

- ✓ スイッチOTC医薬品の発送
- ✓ お薬の選び方の相談対応

3. PFS事業の支払条件・ロジックモデル

【ロジックモデル】



成果指標①

指標名：セルフメディケーション対象疾患の受診患者の減少数

指標定義：セルフメディケーション対象疾患に起因して医療機関の受診を行う患者の減少数を成果指標とする。

成果指標②

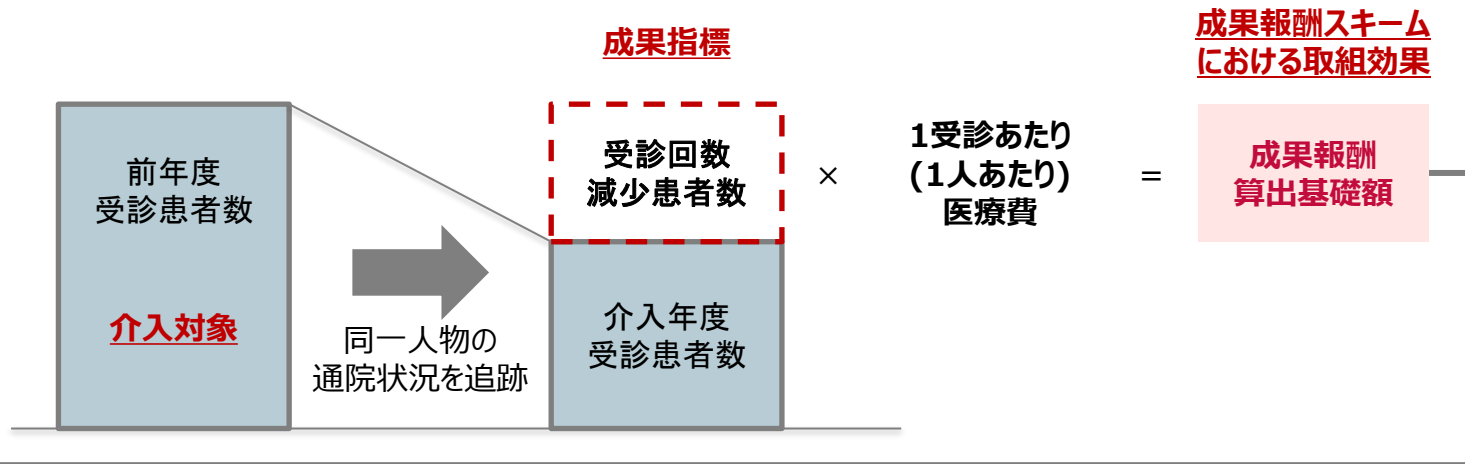
指標名：リフィル処方箋が処方された加入者の人数

指標定義：本取組における個別勧奨通知の対象者においてリフィル処方箋が処方された患者数を成果指標とする。

3. PFS事業の支払条件・ロジックモデル

【支払い条件】

成果指標①



【成果報酬金額算出方法】

成果報酬
算出基礎額

×

70%
(健保負担分)

×

覚書で締結した
成果報酬比率

=

成果報酬金額

3. PFS事業の支払条件・ロジックモデル

成果指標①

取組み年度の前後を比較し、対象疾患カテゴリ（花粉症・湿疹・関節炎等）による医療機関の受診回数が減少した場合を「行動変容あり」として定義。

受診回数減少者判定要件

判定の除外対象	<ul style="list-style-type: none">以下対象者を除外<ul style="list-style-type: none">✓ 資格喪失があった場合✓ 検証期間の途中に加入した場合✓ 宛所なし等により未着となった場合
受診回数減少の定義	<ul style="list-style-type: none">対象疾患カテゴリ（花粉症・湿疹・関節炎等）による医療機関の受診回数が減少、且つ医療費が減少した方が対象受診回数減少は介入年度の受診回数が0回の場合に判定（対象疾患による医療費増加や長期・リフィル処方を除外するため）
検証期間	<ul style="list-style-type: none">前年度4月～3月におけるレセプトから受診状況を抽出
対象疾患カテゴリ重複時のカウント方法	<ul style="list-style-type: none">対象疾患カテゴリ（花粉症・湿疹・関節炎等）のうち、2以上該当する患者については、該当するすべての対象疾患カテゴリで“受診回数減少”と判定された場合のみをカウント

3. PFS事業の支払条件・ロジックモデル

成果指標①

対象となる疾患カテゴリの患者の最もミニマムな診療行為のレセプトのみを抽出。
当該レセプトの平均医療費を1人あたり医療費として使用。

<1人あたり医療費の算出方法>

傷病名に関するスクリーニング

- ① **傷病名が対象疾患のみ：対象疾患以外での受診を排除する**
 - ・ 花粉症、アレルギー性鼻炎、アレルギー性結膜炎、
乾皮症、湿疹、肩こり、腰痛、神経痛 など
- ② **診療内容：“医薬品の処方のみ”の受診を抽出する**
 - ・ 処置や検査、手術などが行われていない
- ③ **1レセプトあたりの受診回数：受診1回あたりの医療費を抽出する**
 - ・ 受診回数が1回のみ
- ④ **対象年齢を制限：通知対象者の属性と揃える(小児管理料などを除外する)**
 - ・ 20歳以上の患者のみ



処方内容に関するスクリーニング

- ⑤ **対象疾患の処方のみ：対象疾患以外の医薬品が処方されている場合を除外する**

<対象医薬品の場合> →算出対象とする
対象疾患に関する医薬品のみが処方されているもの 例) アレグラ（内服）＋パタノール（点眼）など

<対象医薬品以外を含む場合> →算出対象としない
処方内容に関わらず、すべての処方薬を含むもの 例) アレグラ（内服）＋レバミピド（健胃剤）など

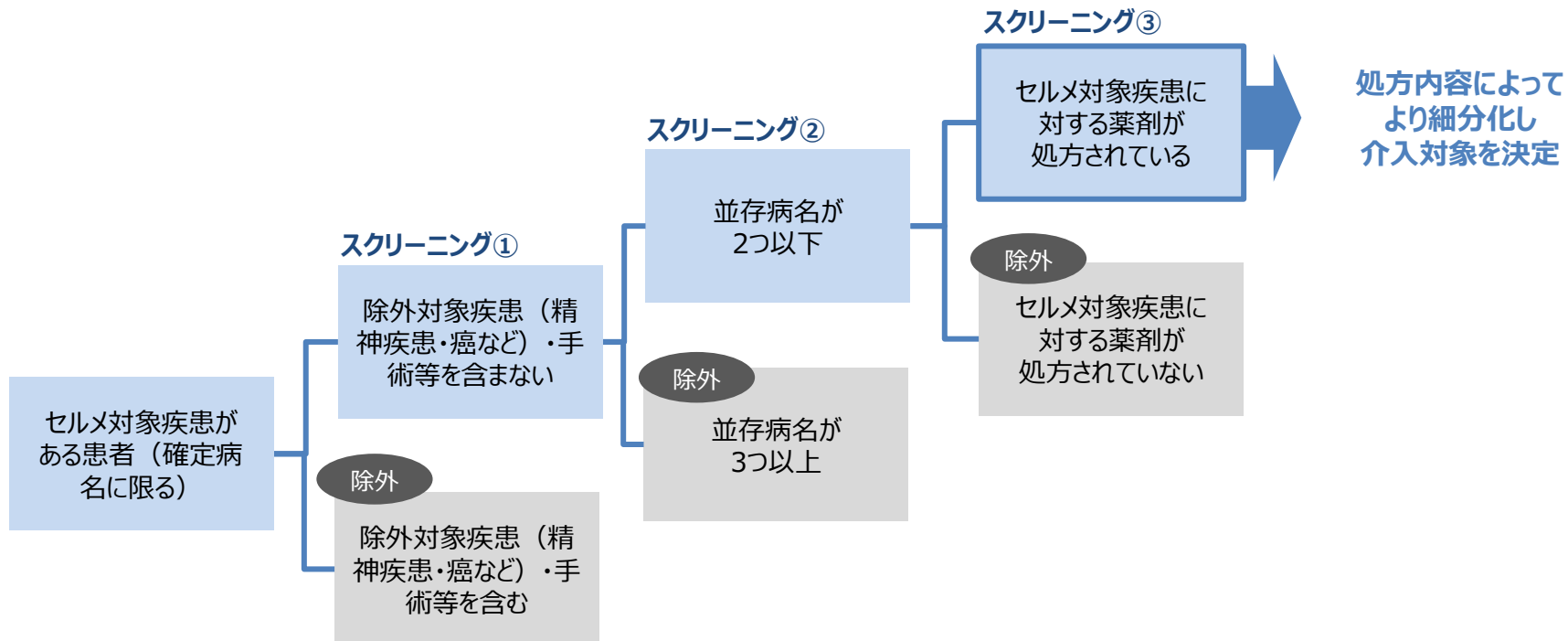
3. PFS事業の支払条件・ロジックモデル

成果指標①

レセプトデータに対し、下記スクリーニングロジックによりスイッチOTC医薬品の活用に適する考えられる患者を抽出。

セルフメディケーション（自分で自分の健康を管理する）の定義を考慮し、**対象は20歳以上の加入者様の医科外来及び調剤レセプトを対象とする。**

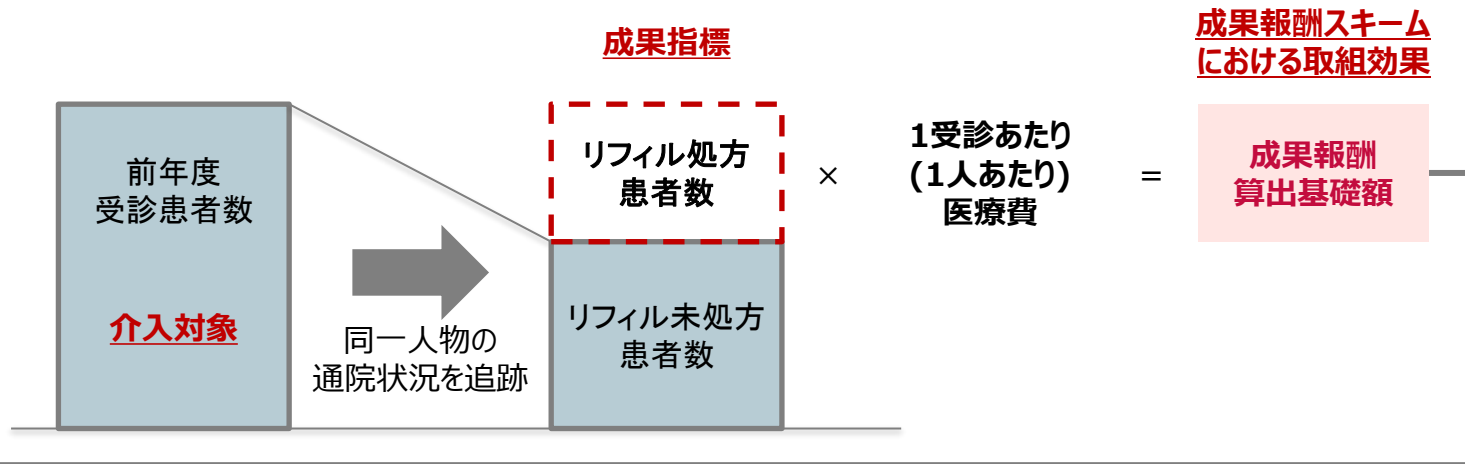
対象者抽出のためのロジック



3. PFS事業の支払条件・ロジックモデル

【支払い条件】

成果指標②



【成果報酬金額算出方法】

成果報酬算出基礎額

×

70%
(健保負担分)

×

覚書で締結した
成果報酬比率

=

成果報酬金額

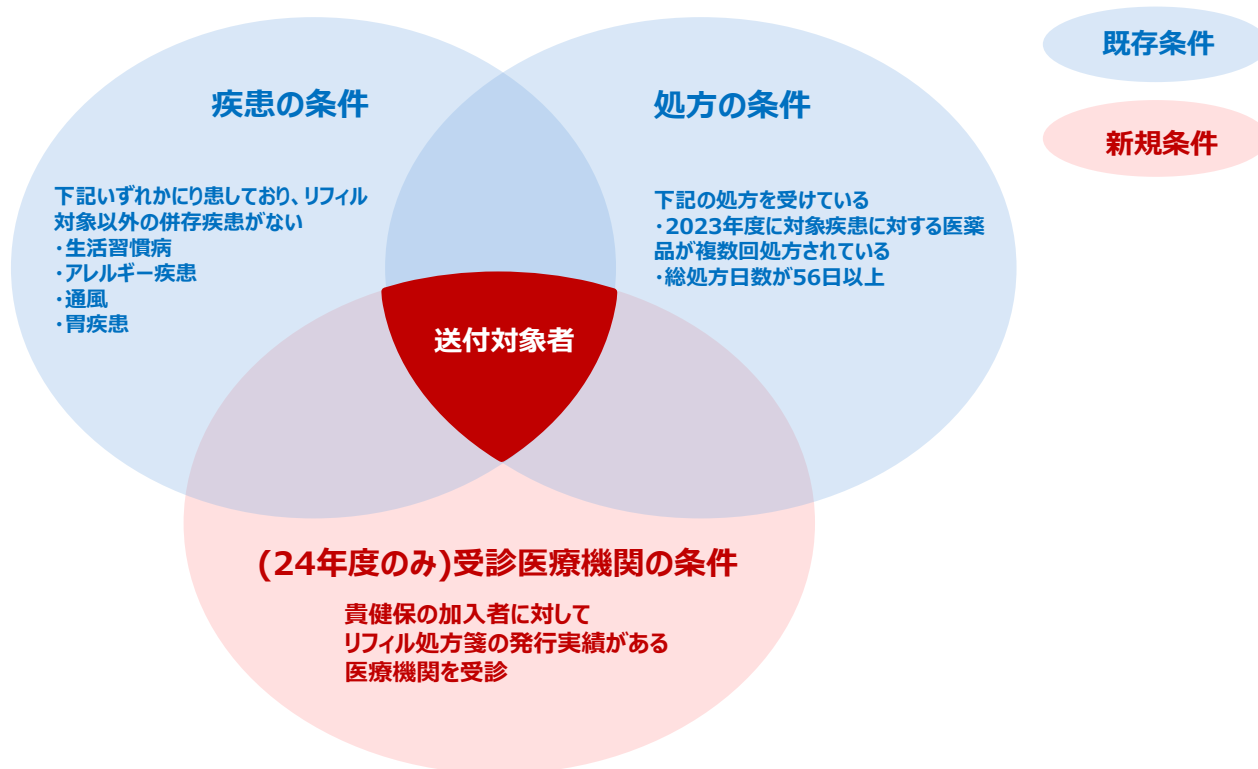
3. PFS事業の支払条件・ロジックモデル

成果指標②

23年度・25年度は疾患・処方の条件に従いレセプトデータより対象者を抽出。

24年度は、すでにリフィル処方箋の発行実績がある医療機関の受診患者に限定して通知を送付し、リフィル処方箋利用率の差異を検証。

対象者抽出のためのロジック



※セルフ Medikation 通知対象者およびリフィル処方箋利用履歴がある患者は除外

4. 主な活動報告

取組① 健保のLINEアカウント運用

【LINE登録・配信分析レポートイメージ】

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。



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

【勧奨通知イメージ】

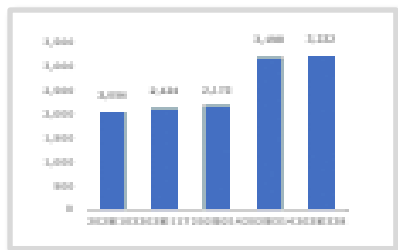
レセプトデータに基づき、スイッチOTCやリフィル処方箋の活用に適していると思われる加入者を抽出し、通知物を送付。



取組⑤ 健康無関心層の取り込み

【LINE登録者遷移イメージ】

健康無関心層取り込みを狙い、健保公式LINE・OTC医薬品の購入サイトに新規登録した加入者へヘルスケアポイントを付与。目的に応じてヘルスケアポイントを活用。



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

【プロモーションイメージ】

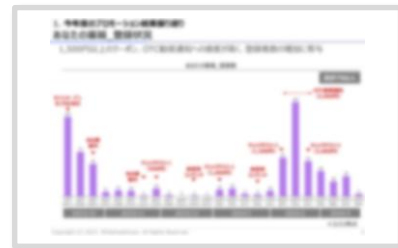
健保HP・刊行物での周知と併せ、LINEで啓発資材を月2回発信。セルフメディケーションやリフィル処方箋対象の疾患に関する情報や、主体的に学んでもらうチェックテストを展開。上記啓発時にOTC医薬品の購入サイトへ誘導。



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

【段階的付与時の利用状況イメージ】

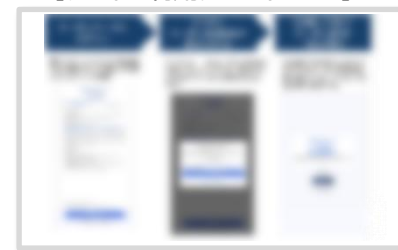
「上手な医療のかかり方」の啓発資材、OTC通知物に対してヘルスケアポイントを付与。また、内容によってポイント付与額を変更、段階的にポイントを増額することで、「インセンティブの金額と行動変容」の関係性を検証。



取組⑥ 実店舗クーポンの付与

【クーポン利用フローイメージ】

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。



5. 保健事業としての成果と評価

取組	成果	評価
<p>1</p> <p>健保のLINEアカウント運用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ヘルスケアポイントの活用や事業主との連携によって、毎年継続して1,000名近くの新規登録者を記録。 結果として、25年度末で4,045名の登録者となった。 	<ul style="list-style-type: none"> 加入者への配信チャネルとしての環境を整備し、当健保として強力な加入者とのタッチポイントが醸成できた。 今後は、本事業だけでなく他の保健事業でも積極的に活用予定。
<p>2</p> <p>「上手な医療のかかり方」の啓発に向けたプロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> 毎月1回、健保公式LINEで配信しているチェックテスト受講者は継続して100名を超える結果となった。 OTC医薬品の購入サイトの登録者は25年度末で2,649名となった 	<ul style="list-style-type: none"> 「上手な医療のかかり方」を主体的に学習する層の創出に成功。 OTC医薬品購入サイトにより、セルフメディケーション実践の環境を醸成。
<p>3</p> <p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> セルフメディケーション・リフィル処方合わせて、23年度から25年度の3年間で22,931名に個別勧奨通知を送付。 24年度までで、通知による医療費適正化額は24百万円となった。 	<ul style="list-style-type: none"> セルフメディケーションは通知対象者の約20%に行動変容が見られ、介入効果が見られた。 リフィル処方は行動変容が限定的であり、医療機関からの働きかけも肝要と思慮。
<p>4</p> <p>ヘルスケアポイントの段階的配布と行動変容の実証</p>	<ul style="list-style-type: none"> 23年度に段階的にポイントを増額し、行動変容への感度が高まる閾値は1,500円と把握。 以降、個別勧奨通知等に1,500円のポイントを付与し、上記の成果に繋げた。 	<ul style="list-style-type: none"> ポイント単価をデータに基づき最適化、費用対効果を踏まえた運用設計を実現。 検証結果を次年度以降の施策に反映し、エビデンスに基づくPDCAサイクルを構築。
<p>5</p> <p>健康無関心層の取り込み</p>	<ul style="list-style-type: none"> 25年3月に、健康無関心層をターゲットにしたヘルスケアポイントを付与。 健保公式LINE・OTC医薬品購入サイトそれぞれ600名以上が新規登録。 	<ul style="list-style-type: none"> ターゲットを明確にしたヘルスケアポイントの付与によって事業開始から2年近く接点を持てなかった層の取り込みに成功。 行動変容に向けた新たな母集団の形成に寄与。
<p>6</p> <p>実店舗クーポンの付与</p>	<ul style="list-style-type: none"> 24年度～25年度の個別勧奨通知で実店舗で利用可能なクーポンを付与。 2年連続でOTC医薬品購入サイトで利用可能なクーポンを上回る利用数となった。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 今後は個別勧奨通知以外のタイミングでも実店舗クーポンを付与することでさらなる行動変容を目指す。

6. PFS事業としての成果

成果指標①

レセプト分析の結果を踏まえ、セルフメディケーション対象疾患患者の内、スクリーニングした対象者に対し、個別勧奨通知を送付。行動変容者の目標値を2年連続で達成。通知による医療費適正化額は2年間で計24百万円を計上。

	2023年度	2024年度	2025年度
A:個別勧奨通知送付対象者数	6,868人	6,265人	4,046人
B:行動変容判定対象者数	6,356人	5,816人	-
C:行動変容判定対象者率(B/A)	93%	93%	-
D:行動変容者数	1,196人	1,245人	-
E:行動変容者率(D/B)	19%	21%	-
F:医療費適正化額（実績ベース）	17,381,000円	16,281,000円	-
G:医療費適正化額(健保負担分)	12,166,574円	12,596,700円	-

6. PFS事業としての成果

成果指標②

レセプト分析の結果を踏まえ、リフィル処方が適していると考えられる対象者に対し、個別勧奨通知を送付。通知対象者のリフィル処方利用意向こそ高いものの、行動変容者は限定的であった。よって、本制度の本格的な推進には、医療機関からの働きかけや保険制度の再設計も肝要と思慮。

	2023年度	2024年度	2025年度
A:個別勧奨通知送付対象者数	2,862人	328人	2,565人
B:行動変容判定対象者数	2,726人	325人	-
C:行動変容判定対象者率(B/A)	95%	99%	-
D:行動変容者数	10人	3人	-
E:行動変容者率(D/B)	0.4%	0.9%	-
F:医療費適正化額（実績ベース）	112,000円	33,600円	-
G:医療費適正化額(健保負担分)	78,400円	23,520円	-

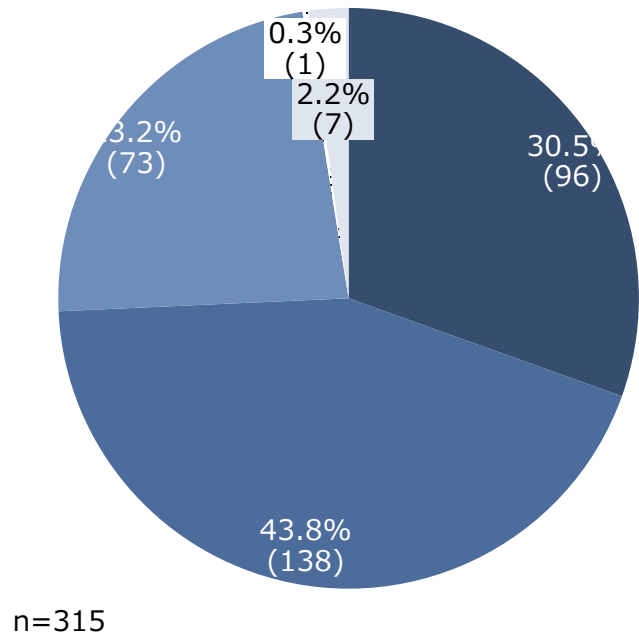
6. PFS事業としての成果_参考

成果指標②

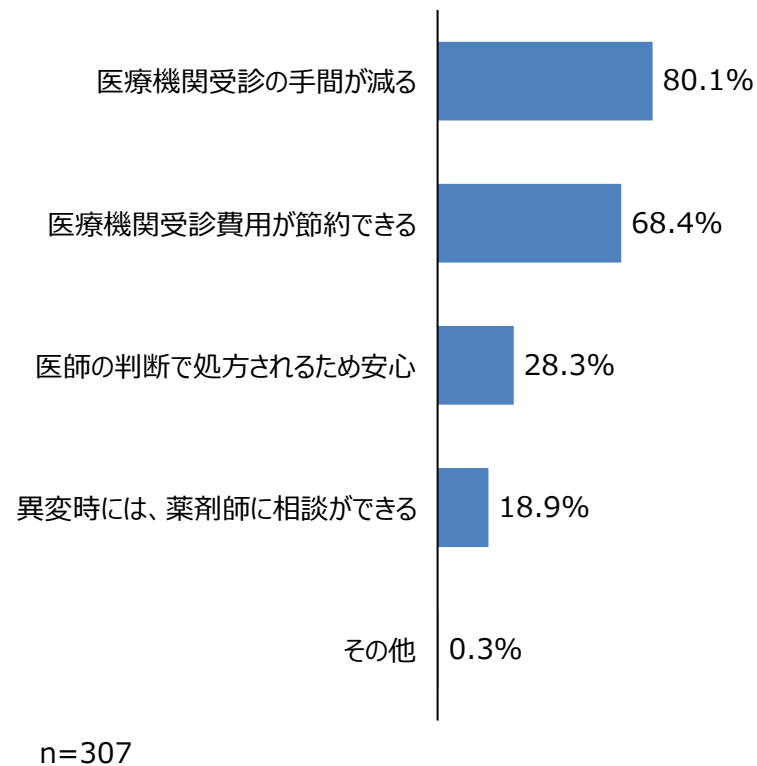
25年度のリフィル啓発通知に同封したアンケート結果では、リフィル処方への利用意向は90%を超えている。

リフィル処方の利用意向

- すぐにでも利用したい
- 機会があれば利用したい
- 利用を検討してもよい
- ▨ すでに利用している
- 利用したくない



リフィル処方を利用したい理由



7. 今後の事業方針

本事業の事業結果を踏まえ、今後の事業運営方針を以下の通り実施する。

セルフメディケーション事業への集中



- **リフィル処方**は医療機関の判断に依存するため、加入者の意思のみで切り替えを促進することが難しく、**普及拡大には構造的な制約**がある。
- このため本事業では、**加入者の行動変容に直接アプローチ**ができる**セルフメディケーション推進**に注力する。

セルフメディケーション通知対象疾患の拡大



- 本事業において、レセプト分析に基づく個別介入は3疾患*で実施。
(*：花粉症、皮膚疾患、肩こり腰痛)
- 今後は、**セルフメディケーション推進対象と成り得る疾患を広くターゲット**として設定、個別介入を実施予定。
- 対象疾患の拡大により、広くセルフメディケーションを啓発・推進する。

ヘルスケアポイントの継続活用



- 段階的配布の検証により、**行動変容への感度が高まる閾値を1,500円と把握**できたため、以降は当該水準を軸に運用する。
- 加入者を**健康無関心層／健康関心層**に区分し、**ターゲット特性に応じてポイント付与条件・訴求を出し分ける**ことで、行動変容の最大化と費用対効果の最適化を図る。

健保公式LINEの継続・拡大



- 健保公式LINEは、**加入者との重要なタッチポイントとして機能している**ため、他の保健事業での活用も視野にさらなる登録促進を実施する。