

# 一社一健康宣言事業

(加入者等に対するインセンティブ事業)

平成27年10月28日



# 1. 背景

(1) 協会けんぽ 加入者、加入事業所の実態

県民の**3人に1人**は、協会けんぽ加入

大分県	
大分支部加入者数	415,263人
県人口 (H27.4.1 単位:人)	1,164,886人
人口比 加入率	<b>35.65%</b>

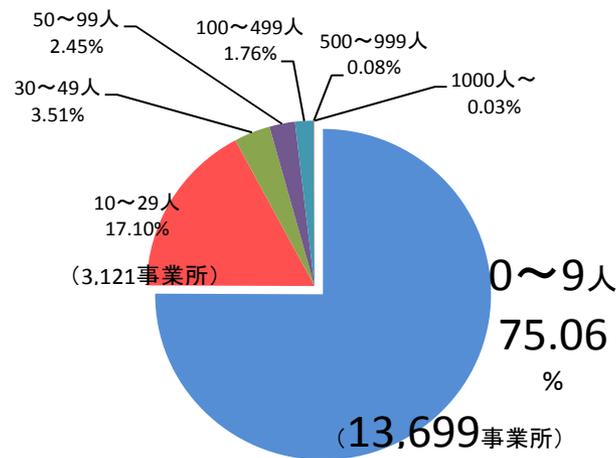
中小企業が中心の加入事業所

9人以下の事業所が、全体の**3/4**

大分支部の加入事業所数

**18,250社**

<平成26年度末 大分支部規模別事業所別構成割合>



## (2) 中小企業の加入者の健康を取り巻く状況

# 中小企業は厳しい労働環境により、個人レベルだけでは健康増進が難しい

仕事が忙しくて、健診受診や通院(治療)できない。

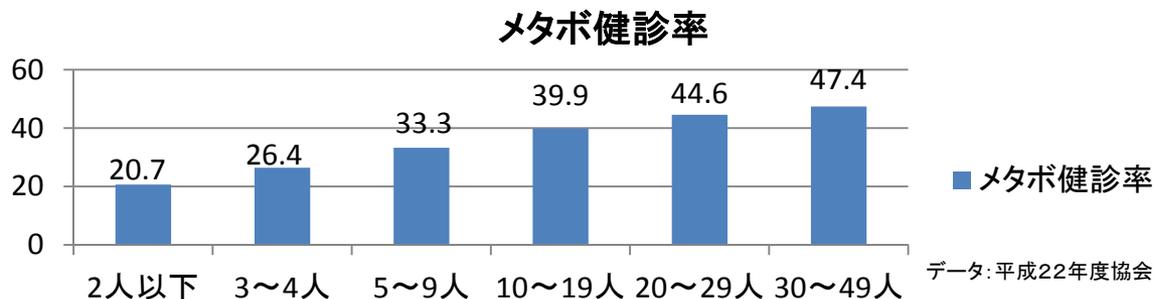
勤務シフト等の関係で、欠食や夜遅い時間の食事となる。

健康より仕事が優先。

毎日残業で、運動する時間がない。

### ★事業所規模が小さいほど、受診率低い・・・

参考：メタボ健診(生活習慣病予防健診)の50人未満規模別受診率

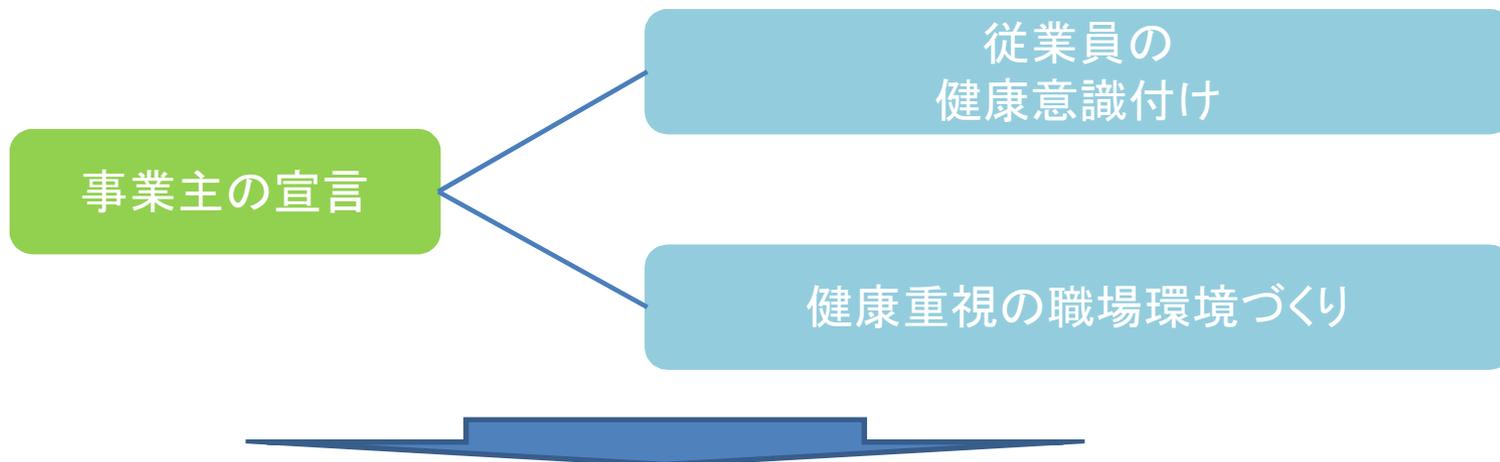


## 2. 一社一健康宣言事業

### (1) 健康経営への着目と、導入における企業の課題

事業主による宣言が必須！！

積極的な職場環境整備の促進



### 中小企業への健康経営普及の課題

①コストや労力時間をかけられない

②健康が個人の問題になっている

③健診結果を認識していない(従業員の健康度)

## (2) 一社一健康宣言事業の主な概要

**企業宣言を サポート!**

社内宣言で従業員に宣言するのに必要な宣言書を提供!

私たちは、「はたしめ一人が、心身ともに元気で暮らせる会社」を健康企業を目指します。

健康増進企業 一社一健康宣言

- 健康診断の実施
- 検査・治療を推奨
- 生活習慣改善の支援

社員の皆さんと取り組む

健康診断の実施

検査・治療を推奨

生活習慣改善の支援

Support by 九州ヘルスケア産業推進協議会

・企業の健康実態の見える化  
～事業所健康診断シート～

・他社の好事例を紹介  
～一社一健康だより～

**自社にあった健康増進を しっかりサポート!**

・従業員の健康増進に  
～生活習慣予防WEB「クビオ」～

平成26年度はポイントプログラム事業も実施!!

### 事業所の様々な取組促進

- ・九州ヘルスケア産業推進協議会への参画
- ・経営者セミナー開催
- ・事例交流会の開催
- ・厚生労働省研究事業への参加

### 3. インセンティブ付与について

---

(1) 26年度は、インセンティブの導入を主眼に

『25年度の総括より』

積極的な企業が増えていく一方、色々な課題が明らかに・・・

- ・ 企業のエントリー数の伸び悩み
- ・ 宣言事業主の理解不足
- ・ 従業員の参加意識不足
- ・ 生活習慣病予防WEBの周知不足

『インセンティブの導入』

もともと健康に関心がある者だけでなく、関心の低い者への健康意識醸成、健康行動への変容のきっかけとするため、インセンティブ付与が必要

- ・ 事業主へのインセンティブ
- ・ 従業員へのインセンティブ

## (2) 事業主へのインセンティブ

### 大分県との連携

中小企業のもう一步を後押しする認定制度創設

- ・中小企業向けの基準設定
- ・インセンティブにつながる県知事による認定・顕彰

### 大分県による健康経営事業所認定制度（H26. 9～）

STEP 1

#### 健康経営を目指す事業所登録

自薦（県告知）条件：健康経営の趣旨に賛同する事業所  
他薦（けんぽ）条件：宣言事業所であること。（原則全社を自動登録）

一社一健康宣言事業所

オプトアウトによる自動加入

#### 県知事による認定

県と協会けんぽ  
による実践支援

STEP 2

#### 健康経営事業所認定

下記の認定基準を満たしている事業所をもれなく認定  
健診受診率、特定保健指導実施率、事業主主導、受動喫煙対策、健康情報の提供、健康イベントへの参加

中小企業にあった基準設定

STEP 3

#### 健康経営優秀事業所県知事顕彰

・認定を受けている事業所の中から、特に優れた取組みを実施している事業所を大分県が表彰する。

## 4. 加入者へのインセンティブ付与について

### (1) 被保険者（従業員）へのインセンティブ概要

#### わくわく健康プラス事業概要

参加

～平成27年1月末

・生活習慣病予防WEBへのログイン  
(宣言されていない事業所の被保険者の方は事業所が宣言事業へエントリーしていただく必要があります)

協賛企業の公募

・事業に賛同いただける企業をホームページ等により募集  
(公募規定に則って)

ポイントをためる

平成26年9月19日～平成27年1月31日

健康行動の実施

- ・健診
- ・特定保健指導
- ・運動（歩数）
- ・食事
- ・記録

WEBへのログイン

項目によりポイント蓄積

景品獲得

・獲得したポイントの順位や抽選により、協賛企業からの景品獲得

公募いただいた企業をホームページで公表

平成26年7月～  
平成27年1月末

## (2) ポイント付与の流れ

### 生活習慣病予防Web「クピオ」上での、付与、管理

#### 《参加》

クピオへの登録（ログイン）でイベント参加となります。よって、クピオをご利用の皆様は、既に参加となっています。

#### <ご注意>

「わくわく健康プラス」は、一社一健康宣言事業のイベントです。本企画へのエントリーは、お勤め先（企業）による事業参加が必要となります。

#### 《ポイントを貯める①》

ポイントは、「クピオ」（生活習慣病予防WEB）上で、貯まります。



#### 《ポイントを貯める②》

指定の健康行動を行うと、クピオ上にポイントが貯まります。

#### ポイント獲得例

健診受診で・・・300ポイント



クピオ→マイページ→「ポイント」でポイント確認可能。

#### 《ポイントを貯める③》

色々な健康行動でポイントが貯まります。



#### 《ポイント獲得期間》

平成26年9月19日～平成27年1月31日の間に獲得したポイントが、対象となります。  
（1月31日時点での獲得ポイント）



#### 《景品獲得》

獲得したポイントの順位や、抽選で、協賛企業からの景品が獲得。

※ポイント付与条件等の詳細は、

別途クピオの「ポイント」→「ポイントを貯める」をご覧ください。トップページのお知らせか、協会けんぽのホームページ（わくわく健康プラス）をご覧ください。

※景品獲得条件の詳細は、景品の獲得方法のページをご覧ください。

### (3)ポイント付与方法、管理

検討の課題	<ul style="list-style-type: none"><li>・ポイント付与項目は、真に健康増進につながる健康行動とすべき</li><li>・ポイント付与、管理も、マンパワー等をなるべく割かないものを検討する</li><li>・参加者が自身のポイントが見える形で積算していく形式とする</li></ul>
結果	<ul style="list-style-type: none"><li>・ポイント付与項目は、健診受診、健診結果、特定保健指導、健康イベント参加、健康メルマガ、健康WEB利用（歩数記録、ログイン）など。</li><li>・付与管理に関しては、生活習慣病予防WEB（ICT）により実施した。</li></ul>
良かった点	<ul style="list-style-type: none"><li>・歩数等にとどまらず、健診や生活習慣改善（保健指導）等もポイント化することで、健康行動促進に直結する項目とすることができた。</li><li>・WEBのポイント機能を活用することで、利用者の入力等による付与と、データ投入による自動付与で、多くの参加者のポイントの付与が省力化して可能であった。</li><li>・ポイントの累計はもちろんいつ何のポイントが付与されたかをユーザーが確認できるため、モチベーション維持に活用できた。</li></ul>
問題点	<ul style="list-style-type: none"><li>・ポイント付与の項目が多すぎて、複雑となりユーザーにわかりにくいものとなってしまった。</li><li>・健診・保健指導のポイントについては、現在の協会システムも踏まえると、受診→データ抽出→投入→ポイント化の段取りに多くの時間がかかり、リアルタイムのポイント化とはならなかった。</li><li>・約4か月間だけのポイント付与としたため、公平性を担保するため、他の期間の健診受診等も、加算したため、そういう者については、これからの動機づけという意味では、弱くなってしまった。</li><li>・ICT利用は、マンパワーの省力化には、大きく寄与するが、WEB利用（ログイン）が、中高年層では、ハードルとなっているようであった。</li></ul>
総括	<ul style="list-style-type: none"><li>・ポイントの集計等で、ICTの利用することで、簡単にインセンティブ事業を導入することが可能だった。しかし、ICTへの抵抗感がある者の取り込みを増やすには、シンプルなWEBの作りが必須となる。</li><li>・また、健診受診の有無、健診結果、保健指導利用のポイント化に関しては、加入者の健康増進に直結する健康行動促進に対するインセンティブとしては、有効と思われるが、データの整理、反映時期、など、データ等をどう活かしていくかをもっと、検討していく必要がある。</li></ul>

## ポイント付与参考資料①

### 健診の受診によるポイント付与について

「健診の受診によるポイント付与」は、平成26年中（H26.1.1～26.12.31）に健康診断を受診したことによる「**受診ポイント**」と、健康診断の結果に基づいて健康状態が良いと評価されたことによる「**健康ポイント**」に大別され、1回のみ付与されます。詳しいポイント付与条件は以下の通りです。

受診ポイント	下記いずれかの健診で、受診ポイントが付与されます。 ※ご自身の健診が、生活習慣病予防健診か、定期健康診断のどちらか、判断つかない場合は、お勤め先にご確認ください。			獲得ポイント
	生活習慣病予防健診	35歳以上	平成26年中の生活習慣病予防健診受診の状況を、協会けんぽ大分支部で確認しポイントが付与します。	300
	定期健康診断	40歳以上	平成26年中に受診された定期健康診断の結果データを、お勤め先から協会けんぽ大分支部へ提供いただくことで、ポイントが付与します。	
40歳未満		平成26年中に受診された定期健康診断の結果を、ご本人が自ら“QUPIO”に登録していただくと、ポイント付与となります。		

健診結果に基づいて、下記の大項目別に基準値を満たしている場合にポイントが付与されます。			獲得ポイント
大項目	小項目	基準値*	
肥満度	腹囲	男性：85cm 未満 / 女性：90cm 未満	50
	BMI	25.0 未満	
血糖	ヘモグロビンA1c	5.6% 未満	50
	空腹時血糖	100mg/dl 未満	
血圧	最高血圧（収縮期血圧）	130mmHg 未満	50
	最低血圧（拡張期血圧）	85mmHg 未満	
脂質	中性脂肪	150mg/dl 未満	50
	HDLコレステロール	40mg/dl 以上	
	LDLコレステロール	120mg/dl 未満	
肝機能	AST	31U/l 未満	50
	ALT	31U/l 未満	
	γGTP	51U/l 未満	

※健康ポイントの付与は大項目単位に行われます。小項目の健診結果が片方（もしくは一部）しか登録されていない場合は、登録されている小項目のみで評価となります。

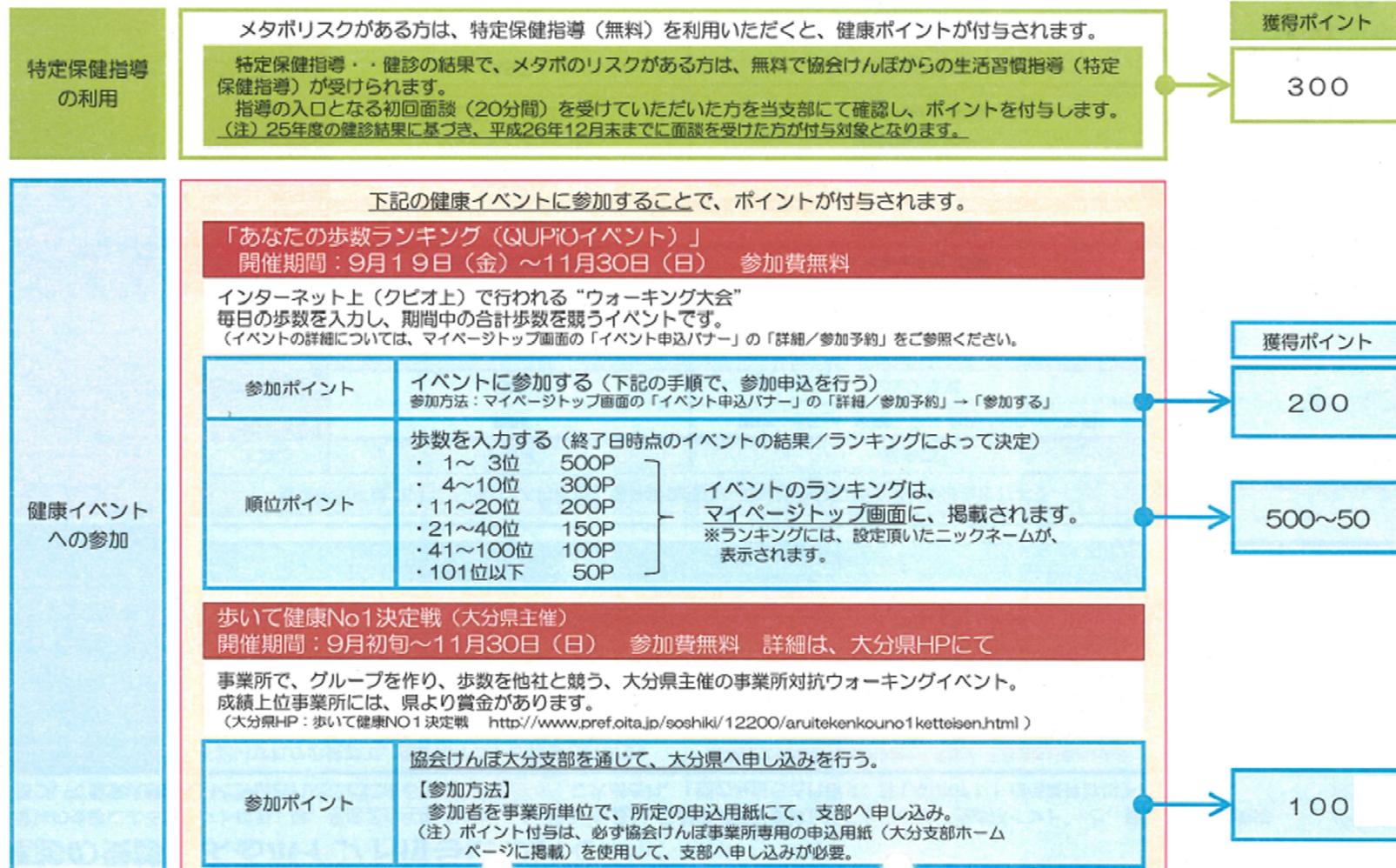
注）健診受診に係るポイント付与時期  
健診の受診によるポイント付与には、条件を満たした後、遅い方で半年程度と、かなりの時間がかりますが、平成27年1月末時点で、全ての方への付与を行います。

※ 基準値は、厚生労働省が示す「標準的な健診・保健指導プログラム（確定版）」の保健指導判定値に準拠しています。

## ポイント付与参考資料②

### 各健康行動へのポイント付与について

「健診の受診によるポイント付与」以外にも、色々な健康行動に対して、ポイントが付与されます。詳しいポイント付与条件は以下の通りです。



#### (4) 景品獲得の基準等

<b>検討の課題</b>	<p>無関心層の取り込みのため、下記の観点を踏まえた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・健康増進に関心が無い者の取り込みのため、一定のがんばりで、評価される形式。</li> <li>・支部の望む健康行動を行ってもらえる事も加味する。</li> <li>・とことん頑張った者も評価される形式。</li> <li>・景品は公募による提供だが、無関心層でも響く、景品を用意。</li> </ul>
<b>結果</b>	<p>景品獲得は①順位による獲得と、②抽選による獲得の2種類を作る。</p> <p>①順位による獲得・総獲得ポイントの上位3人が獲得 景品は、家電「わくわく特賞」</p> <p>②抽選による獲得・最低ポイント700Pの獲得で、抽選権利獲得。（比較的簡単に達成可能） 権利獲得者の中から、支部にて抽選による獲得の2名も家電。</p> <p>※700Pの例：WEBログイン+WEBメルマガ登録+健診受診+WEBイベント参加 ポイントの配分については、保険者の期待する健康行動ほど、高い値とした。</p>
<b>良かった点</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一定の基準を超えた場合でも、抽選参加が可能となり抽選でも家電獲得のチャンスがあるため、動機が薄い（健康行動あまりやらない）者でも参加があった。</li> <li>・最低ポイント獲得を設定したため、事業開始からの日数経過に関わらず、いつでも参加できる（抽選のチャンスある）形式とすることができた。</li> <li>・追加景品時にも、獲得チャンス拡大として周知が行うことができた。</li> <li>・参加者のモチベーションとしては、上位者は毎日クピオログインを行うとともに、毎日2万歩歩くなどかなりのこだわりを見せた方もいた。</li> </ul>
<b>問題点</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・WEB上の自動ポイント付与条件の認識が、一部相違しており最低ポイントの獲得がかなり容易となってしまった。</li> <li>・事前に、どれだけの者が最低ポイントを獲得しそうだという見込みが立てにくく、最低ポイントの設定、景品総数確定の面で、かなり苦慮した。</li> <li>・景品の獲得パターン違いを色々設定したことにより、内容がわかりにくく周知広報に関しても説明しにくいものとなった。</li> </ul>
<b>総括</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・狙いが分散し、わかりにくい獲得条件になってしまったので、参加者全体の底上げ、一歩前にという目的であれば、最低ポイントによる抽選だけで統一することも可能だと思われる。</li> </ul>

## 景品獲得基準等参考資料①

### わくわく特賞

(健康アシスト企業様提供)

3名様  
わくわく健康プラス  
参加者の中からポイント  
獲得順位1~3位まで

2名様  
ダブルチャンス  
抽選で獲得できる

トリプルチャンス

40名様

景品の追加で  
獲得チャンス拡大!

(1月まで景品の公募は継続!)

### 抽選参加条件

700ポイントで抽選参加可能♪



最低ポイント(700ポイント)  
到達のための  
ポイント獲得例!

#### <クピオの利用>

- ★ログイン……………150P
- ★メルマガ登録……………50P
- ★WEBイベントの参加…200P

#### <健康診断>

- ★会社の健診受診……………300P

合計…700P

【参考資料】事業所からの景品の公募（広報）

募集中！

## 健康アシスト企業 （景品・特典提供協賛）



協会けんぽ大分支部では、会社で働く社員の皆さまの健康づくりを「わくわく健康プラス事業」で応援します！そこで、ともに健康づくりを応援していただける「健康アシスト企業」を募集いたします！

### わくわく健康プラスとは



会社で働く社員様が健康づくりを行うと、ポイントが貯まり、健康にプラスし、景品をゲットできる、楽しみながら健康づくりができる事業です。

### 景品・特典提供企業（健康アシスト）とは



この事業に賛同し、ポイント交換景品等を提供いただける企業・団体（健康アシスト）様です。

### 提供内容

ポイントと交換する商品、製品、サービス（無料券）等

### 健康アシストに登録するメリット♪

- ・協会けんぽのHPへの掲載（会社や製品のPR）
- ・事業所HPとのリンク
- ・各種景品掲載時に提供企業の記載



### 募集期間

平成26年7月～平成26年12月まで

## (5) 周知・広報

事前告知	内容	宣言企業に対するメール、一般へのメルマガ、告知書広報誌等で、事業予定を告知するとともに、宣言のエントリーを促した。
	結果、考察	新規宣言エントリーは、数社に留まる。メルマガと告知書広報誌による広報では、対象も定まらず、また内容も未確定部分が大きく、ふんわりした広報であったため。
事業開始	内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・9月中旬、全宣言企業へ事業開始文書（事業主宛）及び紹介チラシを送付。</li> <li>・平行して、宣言担当者宛のメールでもチラシデータを添付し、企業内の展開依頼実施。</li> <li>・その他、HP、告知書広報誌、プレスリリースでも周知。</li> </ul>
	結果、考察	事業へ参加者は、9月末で、530人参加。各種周知を行うものの、問い合わせ等のリアクションは薄く、プレスリリースも行うものの、取り上げは見られなかった。
宣言勧奨	内容	事業の開始に併せ、健康保険委員事業所へ勧奨。（事業勧奨チラシ添付）
	結果、考察	新規宣言エントリーが、20社あり。事前告知と異なり、具体的な事業チラシや景品掲載がされていたことで、興味を引いてのエントリーと思われる。
社内掲示ポスター	内容	社内掲示用をポスターを作成し、宣言企業へ送付することで、参加者の増加を推奨。
	結果、考察	10月末時点で、550人参加。宣言企業内のチラシでの周知の困難性等が、申出としてあり、掲示することで、休憩室や通路等に掲示することで従業員が関心を持ち、参加する環境作る。
景品追加による勧奨	内容	景品追加した旨を絡め、宣言企業へのメールにて、参加勧奨を行う。
	結果、考察	景品が、40個追加され、獲得チャンスが拡大したことを、前面に、企業内での参加勧奨を行ってもらうため、実施。
委員研修会による勧奨	内容	景品追加と事業の丁寧な説明を行い、参加委員411名に勧奨実施。
	結果、考察	12月末時点で、565人参加。景品追加で、景品獲得チャンス拡大した旨、最低限のポイント獲得で、抽選に参加できる旨を説明し、まずはWEBログインを勧める。

一社一健康宣言事業所 健康づくり

全国健康保険協会 大分支部 PRESENTS

参加無料

# わくわく健康プラス

健康づくりしたい！  
でも続かない方必見！  
楽しく健康づくり！景品もGet!

開催期間 2014年9月19日(金) ▶ 2015年1月31日(土)

一社一健康宣言企業への加入を希望の健康づくりを促進する、健康づくりポイントプログラム「わくわく健康プラス」。楽しく無理なく健康づくりが続けられることができます。

健康づくりを行い QUPPIO(クビオ)でポイントを貯める ▶ ポイント獲得順位や抽選で、景品をGet!

POINTを  
貯めて景品をGet!

健康アシスト企業様からのご寄付

健康アシスト企業様

クビオの利用は、スマホでも可能です。

景品の抽選や、ウェルネスイベントへの参加等の健康づくりを行って、どんどんポイントを貯めよう!

健康アシスト企業様からの景品

## わくわく特賞! Get!!

1位 2位 3位

1位 2位 トリプルチャンス  
景品の抽選で  
獲得チャンス拡大!  
(1月まで抽選の景品は抽選)

3位  
ダブルチャンス  
景品の抽選で  
獲得チャンス拡大!  
(1月まで抽選の景品は抽選)

クビオで貯めたポイント  
抽選で1〜3位まで

テレビ AM09  
ファン AM09  
プリンター AM09  
自転車 AM09  
iPhone 5s  
iPad mini

※景品は、1月まで公開中! 抽選について詳しくは、抽選結果発表ページをご覧ください。抽選結果発表ページは、抽選結果発表ページにて公開いたします。

スタートは、いつでも可能! ▶ 早めのスタートが有利です!!

## わくわく健康プラス

に参加して、生活習慣病を予防し  
元気な毎日を過ごそう!

### ① まずは、「一社一健康宣言」へのエントリーから

お集めの企業様が、「一社一健康宣言」にエントリーしていること が必要です。  
企業様の健康増進を協会けんぽ大分支部がサポートする事業です。詳細は、支部ホームページをご覧ください。



### ② 「クビオ」への登録! (無料) クビオの利用は、スマホでも可能です。

わくわく健康プラスは、「クビオ」(生活習慣病予防 WEB) を利用したイベントです。  
協会職員様が、クビオへ登録 (ログイン) を行っていただければ、参加登録完了です。

<https://www.qupio.jp/oita> QUPPIO 大分 検索

※ログイン方法詳細は、宣言エントリー時に、企業様へ送付しています。



### ③ 「クビオ」を利用(無料)し、楽しく健康行動の実施

(ポイント付与項目)

- 生活習慣病予防 WEB の活用
- 健康相談等
- 改善への取り組み
- ログイン(日々)
- 歩数等の記録入力
- 健診受診
- 健診受診
- 生活改善
- メルマガ登録
- 健康な健診項目
- 健康イベント参加

※ポイント付与条件等の詳細は、別途クビオトップページのお知らせか、  
協会けんぽのホームページ (<http://www.kyokaikenpo.or.jp/shibu/oita>) 「わくわく健康プラス」  
をご覧ください。



### ④ 行動に応じたポイントが「クビオ」で貯まる

### ⑤ ポイント確定

平成27年  
1月末

●ランキング確定 ●抽選参加者確定

平成27年  
3月頃

●景品獲得者確定及び、景品発送

## (6)事業所、参加者の取組み状況

事業参加者 (WEB利用者)	内容	「わくプラ」の開始に伴い、利用事業所数及び参加者は1.2倍程度の伸びに留まっている。
	結果・ 考察	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用事業所数及び参加は最終的に1.2倍程度に留まっており、無関心層への拡大への効果は一定に留まっている。拡大の状況についても、各勧奨において微増の伸びとなっている。</li> <li>・継続利用に関するインセンティブとしては、通常時の1.8倍となり関心が一定程度伺える。よって、元々関心があるWEB利用者への利用動機づけには、一定の効果があると思われる。</li> <li>・参加状況、ポイント獲得状況ともに企業毎で格差がある。企業ぐるみで行うことで利用につながる。</li> </ul>

	利用事業所数(利用率)	ログイン数	当月初回ログイン
26年7月末	150社 (50.8%)	494人	13人
26年8月末	150社 (50.6%)	498人	4人
26年9月末	161社 (54%)	530人	32人
「わくわく健康プラス」開始			
26年10月末	169社 (52%)	553人	23人
26年11月末	173社 (52%)	565人	12人
26年12月末	174社 (51.6%)	579人	14人
27年1月末	180社 (50.3%)	591人	12人

大分県企業 対抗ウォー キング	内容	20社が参加
	結果・ 考察	新規宣言エントリーが20社あり。事前告知と異なり具体的な事業チラシや景品掲載がされていたことで興味を示してのエントリーと思われる。
WEBイベン ト	結果・ 考察	23社41名が参加。全期間毎日歩いた者が11人。1位は160万歩(1日22,000歩以上)。3位以上は100万歩越え(1日換算13,700歩以上)。会社数と参加者数の対比から、個人で参加している者が多いことがわかる。ただし、結果が良い者(取組み徹底者)は、一定の会社に集中しており、企業ぐるみで行っているか次第といえる。

## 事業所・参加者の取組状況参考資料

### 「わくプラ」による参加者増の内訳

利用事業所	「わくプラ」開始による増加数 (H26.5→H27.1)
A	12
B	10
C	9
D	6
E	4
F	4
G	4
H	3
I	3
J	3
K	3
L	2
M	2
N	2
O	2
P	2
Q	2
R	2
S	2
T	2
U	2
V	2
W	1
X	1
Y	1
Z	1

以下、各社1名増

### 1人当たりのポイント獲得数

利用事業所	一人当たりの獲得ポイント数 (獲得ポイント/利用者数)
A	2,858
B	2,430
C	1,556
D	1,219
E	1,100
F	1,037
G	945
H	912
● ● ● ●	中略
I	200
J	200
K	191
L	153
M	150
N	150

上記からもわかるように、企業毎で、新規参加、取組みに大きな格差が見られる。

## (7) 加入者に対するインセンティブ事業(全体総括)

### (加入者へのインセンティブの効果)

- ・加入者へ動機づけについて、無関心層の取り込みという観点では、新規の参加者数（WEBログイン）ベースでいくとあまり伸びずに、効果があまり出ていない。ただ、参加不参加が、企業毎で差があることから、企業側の周知の徹底程度に違い(企業によっては不周知ケースも)があり、ポイント制(景品事業)＝インセンティブを全否定というわけではなく、企業の周知をどう支援する(企業の意識も含め)のかが重要となる。
- ・従前よりWEB利用者(元々関心高い者)に関しては、日々のログイン等が増加しており、目標をもった取り組みが実施月間中続いており、一定の効果が見られる。
- ・健診受診や保健指導の利用に関しての促進効果(けんぽ事業促進)は、今後の分析であり、現状は不明。

### (全般的に)

- ・事業を通じ、一定の豪華景品を用意したとしても、そのインセンティブだけでは、行動変容につながらない。  
企業を挙げて、周知をし、声かけ等をしているかが最も重要となる。
- ・また、参加の促進、事業の運営、双方の意味でも、事業内容が難しい形となってしまった。ポイント付与基準も、種類が多く、特に、健診受診(結果)、保健指導などは、参加者理解が難しく、付与時期もリアルタイムでなかったため、参加に対するハードルとなった。また、生活習慣病予防WEBを利用したが、そのはじめのログインもハードルとなっていた。
- ・景品の確保に関しては、事前で危ぶんだ程、難しくなく、確保、管理含め特に大きな問題はなかった。よって、支部として、今後事業で、同様に景品事業を行うことは、問題ないかと思われる。

## (8) 今後の課題

### 加入者へのインセンティブ

#### ①従業員への周知徹底(参加)

今回の事業は、結果として、参加が一定数にとどまってしまった。これは、企業からの声かけを徹底しなかった点が多い。(チラシ、ポスターでの従業員個人の意識まかせ)協会けんぽの企業では、インセンティブを用意し、かつ意識の高い宣言企業であったとしても、企業としての事業参加の従業員への勧奨が不可欠であり、今後、事業を行う上で、企業側の意識、周知に対するフォロー等の対応を考える必要がある。

#### ②ポイント付与方法、基準の平易化

事業全体として、複雑なポイント付与方法や基準)、中小企業になじみにくいIT利用等、事業が複雑となり、参加する上でのハードルとなった。参加者の実態(時間や手間)を考えると、今後、事業を行う上では、限りなく基準は平易化が必要。健診・保健指導等の直接的なポイント付与は、現在の協会のデータ管理運営上では、なじまないため、あくまでも、現状ではポイント事業は、間接的な健康増進促進としての実施となる。

#### ③企業ぐるみで実施する仕掛け

今回、参加に関しても、取組みに関しても、企業ぐるみで実施したかで、結果に違いが出ている。加入者に対するインセンティブとして、当事業を実施したが、やはり事業主(企業)の関与・促進が不可欠といえる。今後、加入者が参加する事業を行うケースでも、企業を挙げて行う仕組み(企業対抗等)をどう作っていくかが、もっとも重要となる。

(最後に) 一社一健康宣言事業の歩み

年度	事業概要	概況	結果
20年度	4月 特定健康診査・特定保健指導開始 10月 全国健康保険協会設立		
21年度	職場における健康づくり事業をパイロット事業として開始	支部職員による訪問で実施	参加事業所12社
22年度	21年度の事業を細分化して継続	支部職員による訪問で実施	参加事業所26社
23年度	事業を見直して継続実施	健康保険委員が中心になって実施	参加事業所130社
24年度	23年度事業の継続	参加事業所へプランのDVDを配布	参加事業所329社
25年度	5月 一社一健康宣言事業開始 9月 生活習慣病予防WEB導入 12月 経営者セミナー開催 1月 厚労省研究事業協力 3月 健康ステップアップセミナー開催	8/23 大分合同新聞掲載 9/12 厚労省HPデータヘルス事例集に掲載 9/18 毎日新聞掲載 1/30 NHK大分で放送	参加事業所282社 被保険者数 23,072名
26年度	6月 九州ヘルスケア産業貢献大賞 特別賞受賞 9月 大分県との協定締結 大分県の健康経営拡大事業開始 パイロット事業「わくわく健康プラス」 開始 11月 スマートライフプロジェクトアワード団体部門 優良賞受賞 12月 健康経営セミナー開催	4/20 NHK「サキどり」で放送 6月 厚生労働省発行誌への掲載 6/27・30 読売新聞「医療ルネサンス」掲載 9月 県の「歩いて健康No1」事業への協力 大分市のウォーキング事業へのモニター協力 10月 大分県の「健康経営」サポートニュース発行開始 3月 「産業保健21」に掲載	参加事業所365社 被保険者数 31,658名
27年度	4/1 県の健康経営事業所認定発表 45社 8/17 県の健康寿命延伸フォーラム開催 10/7 健康増進・予防サービス・プラットフォーム参加 10月 県のみえる化促進事業開始	7月 厚生労働省発行パンフに掲載	10/23現在 参加事業所389社 被保険者数 33,549名