

平成28年4月4日

第18回保険者による
健診・保健指導等に関する検討会

参考資料

個人にインセンティブを 提供する取組事例等

○グラクソ・スミスクライン健康保険組合

「GSKインセンティブプログラム」

○基本情報

- ・グラクソ・スミスクライン健康保険組合（単一） <平成 26 年 3 月末>
平成 16 年設立
加入者数：8,656 人（被保険者：3,760 人、被扶養者：4,896 人）
適用事業所数：3 カ所
- ・グラクソ・スミスクライン株式会社（本社：英国）
医療用医薬品、ワクチン、一般用医薬品、オーラルケア用品を生産

○健康づくりのとりくみ概要

（平成 25 年度法定報告）

	G S K 健保組合	全国（健保組合：単一）
特定健康診査の実施率	86.9%	74.1%
特定保健指導の実施率	52.9%	22.1%

- ・経常支出のうち、保健事業費は 11%。（平成 26 年度決算）
- ・健診と福利厚生の一歩化、健康風土の醸成＝ポピュレーションアプローチの強化、生活習慣の改善、社員一人一人のヘルスリテラシーの向上、セルフメディケーション能力の向上を背景として、GSKインセンティブプログラム制度を平成 25 年より導入

○ポイント事業の概要

- ・（株）イーウェルと独自にプログラム開発してKENPOSを活用している
- ・個人のヘルスケアを支援する仕組みでポイントを付与している
- ・被保険者期間中は事業参加が可能であり、獲得したポイントは翌年度末まで有効

（ポイント付与）

1. 成果に応じたポイント（健診結果）

健診結果が良かった人、改善した人

①GSK判定非該当者 ②メタボ判定非該当者

2. 努力に応じたポイント（生活習慣改善への努力）

健保が実施するキャンペーンへの参加、フィットネス利用

・ヘルスUPキャンペーン（問診の回答、生活習慣改善/良好）

・プレミアムコース（特定保健指導に準じる独自のプログラム）

特定保健指導対象者以外にも拡充

①かけだしメタボ（20-30 代の若年層メタボ、リスクなし

メタボ）②服薬メタボ（服薬者のメタボ）

・歯科予防キャンペーン（歯科健診受診）

1. 成果に応じたポイント例

■GSK 判定非該当者	1,000
■メタボ判定非該当者	1,000
■2 年連続 GSK 判定非該当者	500
■2 年連続メタボ判定非該当者	500
■GSK 判定前年比改善者	1,000
■メタボ判定前年比改善者	1,000

2. 努力に応じたポイント例

■ヘルスUPキャンペーン	300-3500
■プレミアムコース	300-6500
■問診全てが健全	2,000
■歯科キャンペーン	1000-3000

- ・フィットネス利用
- ・ポイントの経費として 885 万円（5,000 円/人）を予算計上し、支出額は 460 万円（報奨）

ポイントは、①Web ポイント（Amazon など）、②歯ミガキセット、③その他（グルメ（米・肉）、キッチン用品・家電、美容、ヘルスケア、スポーツ用品）と交換できる。

KENPOS GSKオリジナルページ

The screenshot shows the KENPOS GSK Original Page interface. At the top, there's a navigation bar with 'KENPOS' and 'ヘルスUP プレミアムコース' banners. Below the navigation bar, there are several tabs: 'お知らせ', 'ヘルスUP キャンペーンのお知らせ', and 'ヘルスUP プレミアムコース'. A sidebar on the right displays 'GSKポイント 7,300 ポイント' and 'やることリスト'. Red arrows point to the 'ヘルスUP キャンペーンのお知らせ' banner and the 'GSKポイント' box.

○事業の工夫

- ・キャンペーン参加率を増加させるための戦略として、以下の取組を実施
 - ①情報周知（社内メール、季刊誌）、②イベント開催（抽選会、説明会）、③事業主の協力（事業所内ポスター掲示、参加呼びかけ）、④キャンペーンの質と参加者満足度の調査、⑤ポイント交換できる商品の拡充

○事業の課題と今後

- ①健診予約以外の利用の経験がない：ポイント制度を知らない、興味がない、使ったことがない、アクセスが面倒
- ②利用の偏り（ヘルスUPキャンペーン）：リピーター等一部の利用で面として拮がっていない
- ③インセンティブの魅力：魅力ある商品の模索
- ④利用率：社員の 95% KENPOS 利用、被扶養配偶者へも浸透（ポイント付与は被保険者のみ）

これらの課題への対応として、KENPOSアクセスへの広報強化、ウェアラブル端末の利用、携帯で活動量を見える化する等を検討

○全国健康保険協会 大分支部

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）

○基本情報

- ・協会けんぽ 大分支部＜平成 26 年度末＞
 - 加入者数：415,263 人（被保険者：234,553 人、被扶養者：180,710 人）
 - 適用事業所数：18,250 社
- ・大分県民の 3 人に 1 人は協会けんぽ加入
- ・事業所は中小企業が中心で、9 人以下の事業所が 3 / 4

○健康づくりの取組概要

- ・事業所規模が小さいほど、受診率が低い

参考：生活習慣病予防健診（協会独自）の平成 22 年度 50 未満規模別受診率

2 人以下 20.7%、3～4 人 26.4%、5～9 人 33.3%、10～19 人 39.9%、
20～29 人 44.6%、30～49 人 47.4%

（平成 25 年度法定報告）

	全国健康保険協会	全国（全保険者）
特定健康診査の実施率	42.6%	47.6%
特定保健指導の実施率	15.3%	17.7%

- ・協会けんぽ大分支部が中小企業の健康経営を支援する「一社一健康宣言事業」*の中で、参加した事業所の従業員にポイントプログラム「わくわく健康プラス事業」を平成 26 年度より提供。

* 事業主が従業員の健康づくりに取り組むことを宣言し、協会けんぽ大分支部が事業所の取組を支援する事業

○ポイント事業の概要

- ・生活習慣病予防 Web「クピオ」を活用
- ・被保険者（従業員）を対象として、健康行動の実施（健診、特定保健指導、運動（歩数）、食事、記録）に対してポイントを付与する取組を行っている。

（ポイント付与）

1. 健診の受診によるポイント付与

- 受診ポイント 300 ポイント
- 健康ポイント：肥満度、検査値が基準値を満たす場合 各 50

2. 健康行動へのポイント付与

- 特定保健指導の利用 300
- 健康イベントへの参加：参加ポイント 100～200、順位ポイント 50～500

- ・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（商品、製品、サービス（無料券）等）が獲得できる。

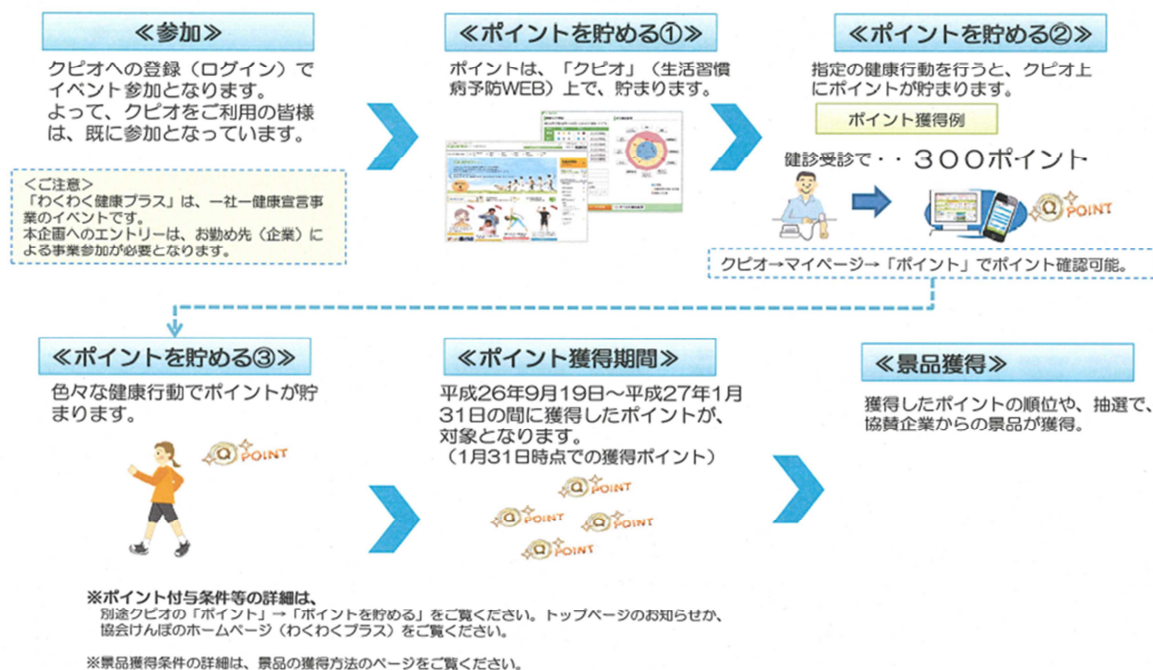
(報奨)

景品の獲得

- 順位 1～3位まで等
- 抽選 700ポイントで参加可能

わくわく健康プラス概要

生活習慣病予防Web「クピオ」上での、付与、管理



○事業の工夫

- ・事業所からの景品・特典提供協賛の公募を行っているため、インセンティブには経費を支出していない。

(健康アシスト企業の募集)

事業に賛同いただける企業をHP等により募集

登録企業のメリットとして、①協会けんぽHPへの掲載（会社や製品のPR）、②事業所HPとのリンク、③各種景品掲載時に提供企業の記載がある

○事業の課題

- ①従業員への周知徹底（参加）：企業側からの声かけの徹底により参加者を増やす
- ②ポイント付与方法、基準の平易化：ポイント付与形態・基準が複雑になったため見直す
- ③企業ぐるみで実施する仕掛け：企業を挙げて行う仕組み（企業対抗等）の検討

○今後の展開

「一社一健康宣言事業」の効果をより高めるため、宣言事業所に対して、県や保健所と連携をしながら宣言内容のサポートを引き続き行って行く。

なお、わくわく健康プラス事業は、パイロット事業として平成26年度に試験的に実施したものであるが、県内で行っているインセンティブ事業との連携や対象者の選定等の整理を含めて、今後の実施について検討をしている。

○静岡県藤枝市

～めざそう！“健康・予防日本一” ふじえだプロジェクト～

○基本情報＜平成 27 年 3 月末＞

- ・位置：静岡県中部、人口：146,427 人、高齢化率：26.8%、面積：194.03 km²
- ・事業担当：藤枝市健康福祉部健康企画課
- ・第 1 回健康寿命をのばそう！アワード 健康局長優良賞（自治体部門）

○健康づくりの取組概要

- ・藤枝市は、特定健康診査の受診率が高く、内臓脂肪症候群の該当者割合が低い。また、内臓脂肪症候群以外の指標（高血圧有病者、糖尿病有病者率、習慣的喫煙者等）も、県内平均より優れている。

（平成 24 年度）

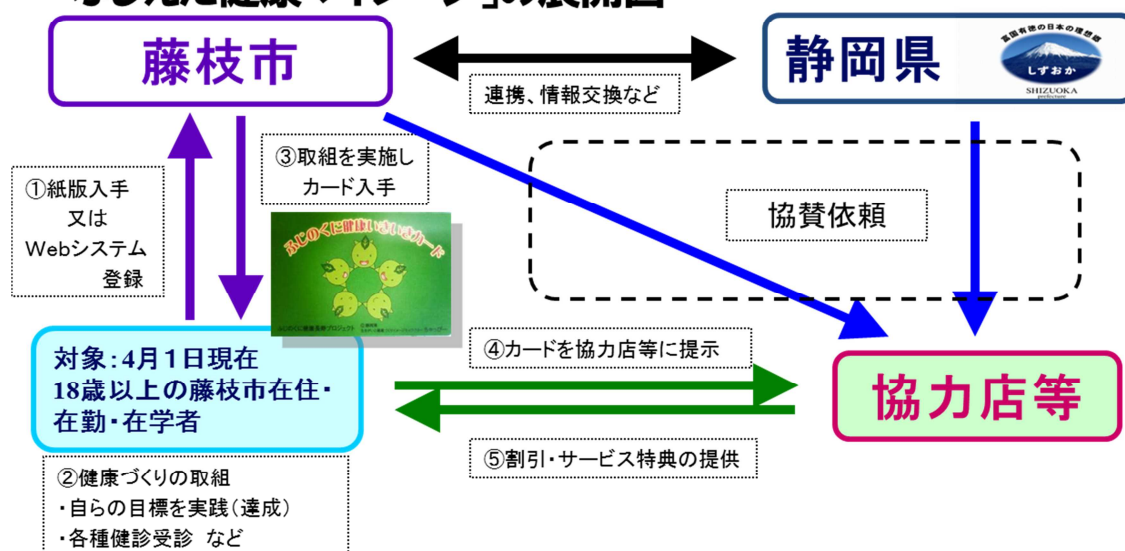
	藤枝市	全国
特定健康診査の受診率	47.2%（国保）	33.7%（市町村国保）
メタボリックシンドローム該当者割合	11.7%	14.5%

- ・“健康・予防日本一”をめざし、市民・事業者・行政が一体となって推進
- ・世代に応じたアプローチ方法とツールを活用した市民参加型ヘルスプロモーションとして、①ウォーキング習慣の普及啓発「日本全国バーチャルの旅」、②健康を切り口にしたスポット紹介「健康スポット20選」、③“楽しく”“お得に”をキーワードに健康行動へ誘導する「健康マイレージ」を展開

○ポイント事業の概要

- ・「ふじえだ健康マイレージ」は、静岡県「ふじのくに健康長寿プロジェクト」の一つ「ふじのくに健康マイレージ」のパイロット事業として平成 24 年 10 月にスタート

「ふじえだ健康マイレージ」の展開図



- ・健康行動の2週間以上（事業開始当初は4週間以上）の実践等でポイントを貯め、合計100ポイント以上になると、1年間有効の「ふじのくに健康いきいきカード」が発行される。

（ポイント付与）

■日々の行動

運動・食事・休養・歯・体重測定の5項目⇒計80点

■ボーナス

健（検）診の受診・禁煙・社会参加（イベント・地域行事への参加）⇒計20点

※健康行動（80点）とボーナスポイント（20点）の合計100点で申請

- ・カードを協力店に提示すると各店が用意したサービスを1年間利用できる

（報奨）

商品購入の割引サービス、飲食店で1品サービス、スポーツクラブの無料体験、観光スポットの入館料割引、健康ドック予約で骨密度前腕検査サービスなど（市内約70件登録）

○事業の工夫

- ・市内の企業や店舗の協力により割引・サービス特典が提供されるため、インセンティブには公費を投入していない。

（協力店開拓）

商工会議所ニュースへの折り込み、商店組合等への依頼、紹介による営業活動（戸別訪問）、個別開拓、HPでの募集

※静岡県や県内各市町も協力店開拓を実施

- ・Webシステム（携帯サイト、スマホ・PC向けサイト）を導入し、付加機能・利便性の向上により若年層の取込や事務量の軽減を図った。

（付加機能）

- ①メール送信機能、②歩数入力で自動的に「バーチャル東海道の旅」が楽しめる、③日々の体重管理（BMI自動計算・グラフ化）④健（検）診日程や休日当番医の閲覧・検索、⑤マイレージ協力店情報の閲覧・検索、⑥歩数ランキング表示（月間、前日）

○事業の課題

- ・2週間のチャレンジでは健康行動の定着が困難
- ・Web版では、入力不要な簡便な方法を求める声がある
- ・自己申告によらない客観的なデータの取得
- ・科学的に効果（評価）を測定できる手法の導入

○今後の展開

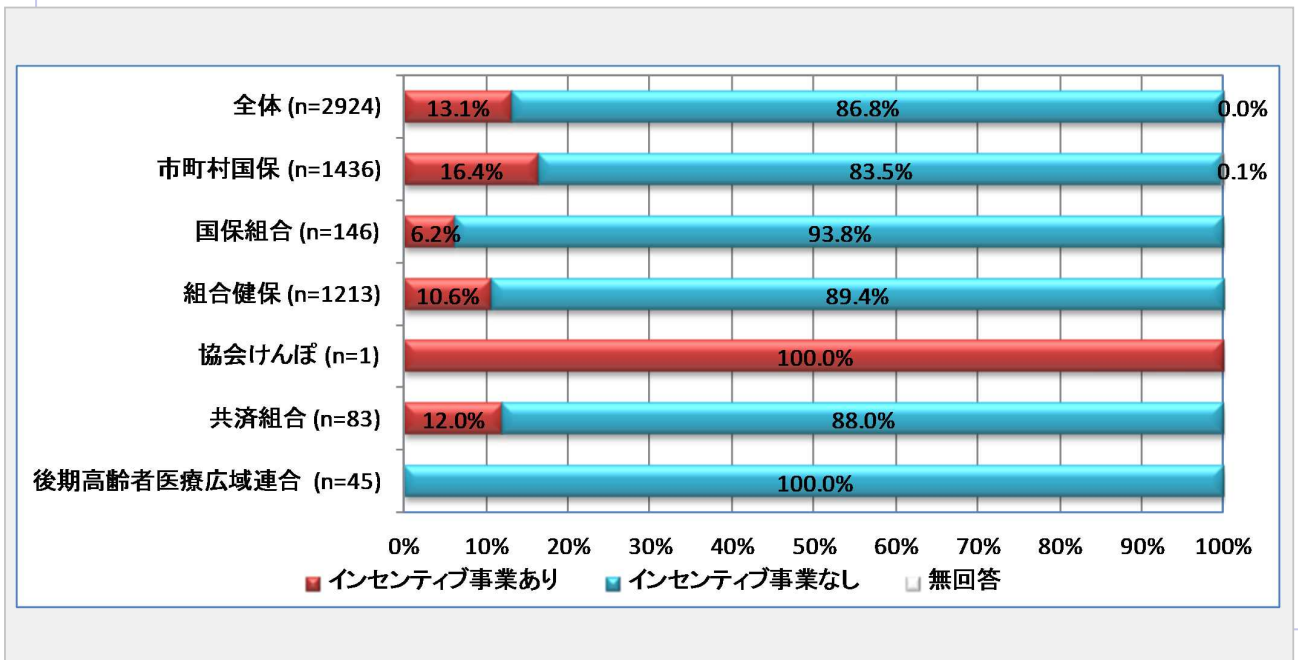
- ・マイレージ事業を、本市の他の重点施策「教育」「環境」「交通安全」にも拡大させ、4K☆推進プロジェクト「ふじえだマイレージ」として平成27年11月から開始。
- ・現在、“健康・予防日本一”ふじえだプロジェクトの連携及び次なる展開を構想している。

保険者のインセンティブプログラムの 実施状況に関する調査【概要】

(平成27年9月)

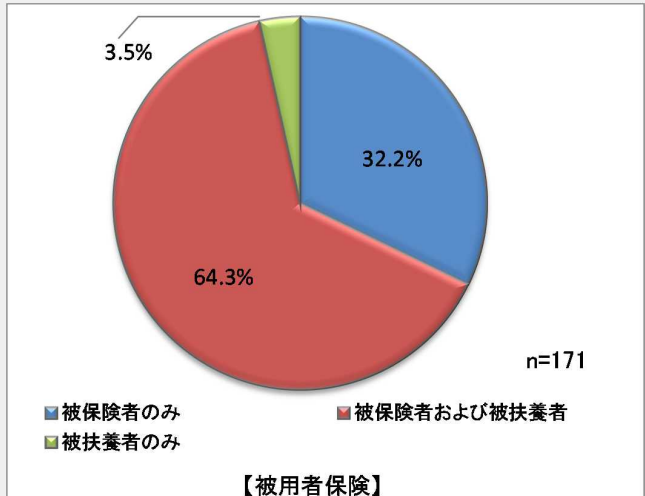
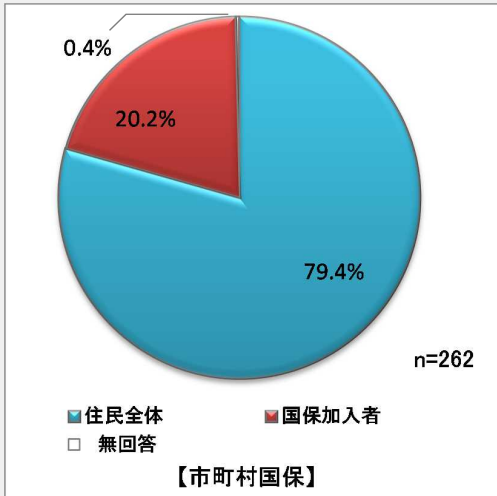
アンケート調査結果概要 (1)

インセンティブ事業の実施状況



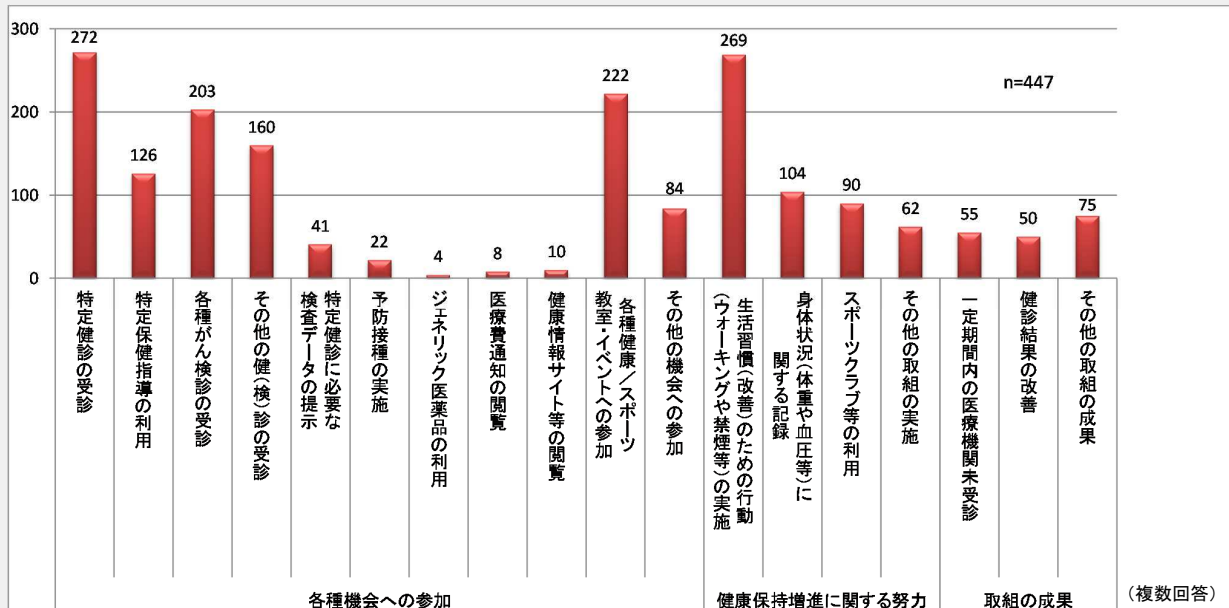
アンケート調査結果概要（2）

インセンティブ事業の対象者



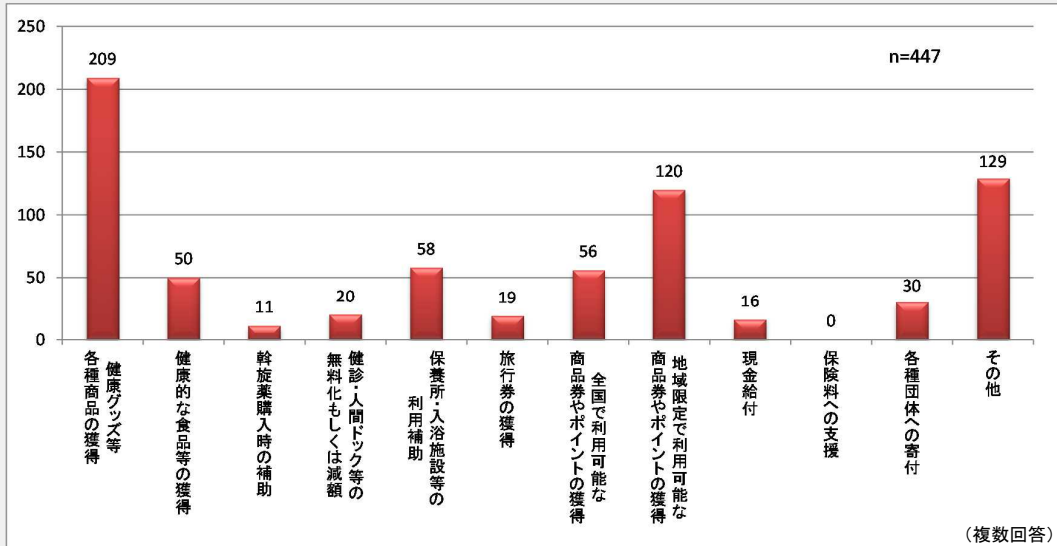
アンケート調査結果概要（3）

インセンティブ事業の概要<ポイント等付与の条件>



アンケート調査結果概要（４）

インセンティブ事業における報奨の内容

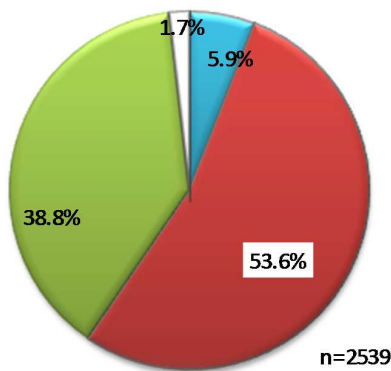


4

アンケート調査結果概要（５）

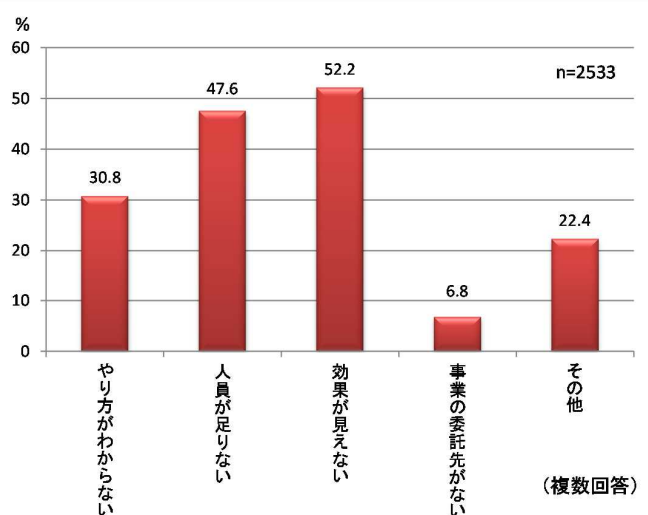
未実施保険者におけるインセンティブ事業の今後の実施予定

<今後の実施予定>



- これから実施を予定している
- まだ実施を検討していない
- 実施を予定していない
- 無回答

<事業の実施上の課題>



5