

1. 事業の目的

小規模店舗等を多く抱える健保組合において、単独では費用対効果の観点等から実施が難しい以下①～④に関する効率的な運用の実現を目指し、スマホアプリを活用した効率的な介入の枠組み構築（全体業務フロー構築）、アプリ登録率向上・継続利用率向上に向けた手法検討を行う。

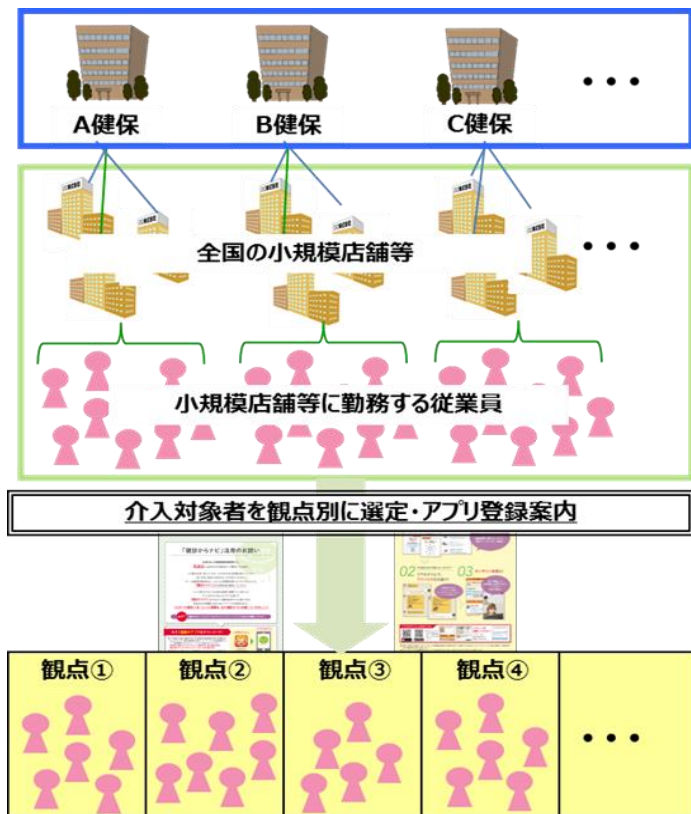
①健診後フォロー体制の充実、②効果的な医療機関への受診勧奨、③健康リテラシー獲得のための効果的な教育・ヘルスポモーション、④対象者毎に異なる健康課題に対する個別介入

2. 事業内容

- 対象健保組合の特性・ニーズに合わせて、「介入対象者の観点（健康リスク・働き方等）」を設定。
- 観点別の介入対象者に対して、アプリの登録勧奨を実施。アプリ登録者には、観点別に日々のアドバイス、定期的なコラム配信等を実施。

コンソーシアム

代表組合：すかいらーくグループ健保 参加組合：イオン健保（ミニストップ）、オートバックス健保、スターバックスコーヒージャパン健保、日本中央競馬会健保、ローソン健保（ローソンストア100）



①健康関連データの閲覧

- 健康診断結果（過去分含む。常時閲覧可能）

②介入対象者の選定観点、健診結果、生活状況等に合わせて介入

- 毎日発信の健康情報：朝の一言、一日の振り返り
- 入力した都度、健康のアドバイス：朝食、昼食、間食、夕食、睡眠、気分
- 一週間に1度発信の健康情報：一週間の振り返り

③二週間に1回程度のアンケートや、観点別の連絡、コラムの配信等を実施

- アンケート：身体愁訴の確認、生活習慣のアンケート
- 観点別の連絡：受診勧奨、受診の確認、禁煙推奨
- コラム：観点別に健康に介するコラムを配信



介入対象者

3. 主な結果・活動報告

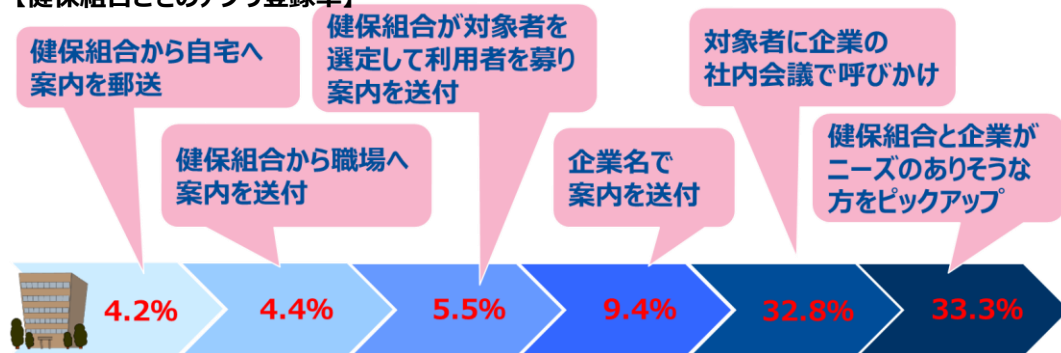
- メタボ対象者という共通の課題もある一方で、勤務地等の働き方に合わせた介入ニーズも存在した。
- 今後、多くの健保組合が参加することで、更に幅広い観点に分けた対応も可能になる。

【健保組合ごとに使用した観点】

実施観点	①高血圧	②痩せ	③メタボ	④受療勧奨	⑤働き方	⑥その他
A健保	○	○	○	○		
B健保	○	○	○			
C健保	○		○			
D健保			○			
E健保					○	
F健保						○

- 介入対象者へのご案内方法によって、アプリ登録率には大きなばらつきがあった。特に事業主と連携した案内を実施したケースにおいて、高い登録率につなげることが明らかとなった（コラボヘルスの効果）。
- コンソーシアム横断で、属性・観点別の分析を行うことで、異なる傾向が見える点を確認できた。（更にきめ細かい保健指導を行うことも可能に）

【健保組合ごとのアプリ登録率】



【対象健保組合合計の対象者および登録者数】

(単位：名)

年齢階層	対象者							登録者						
	合計	①高血圧	②痩せ	③メタボ	④受診勧奨	⑤働き方	⑥その他	合計	①高血圧	②痩せ	③メタボ	④受診勧奨	⑤働き方	⑥その他
20歳未満	41	9	12	20	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
20代	732	141	243	315	29	0	4	40	3	10	24	1	0	2
30代	1174	320	197	611	41	0	5	68	10	9	48	1	0	0
40代	744	257	163	147	45	125	7	80	8	8	16	2	44	2
50代	588	305	94	136	20	31	2	48	19	6	9	0	12	2
60代	126	74	15	33	2	2	0	5	2	0	3	0	0	0
70歳以上	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
不明	71	0	0	0	0	71	0	19	0	0	0	0	19	0
合計	3477	1106	725	1262	137	229	18	261	42	33	101	4	75	6

※対象健保組合毎に異なる登録勧奨手法による登録率の影響も含む参考値

健康リスクに関する実施観点

①高血圧

②痩せ (BMI18.5未満)

③糖尿病・高脂血症・肥満 (メタボ指導対象)

④受診勧奨対象

⑤特徴的な働き方 (特定の事業場に所属しない)

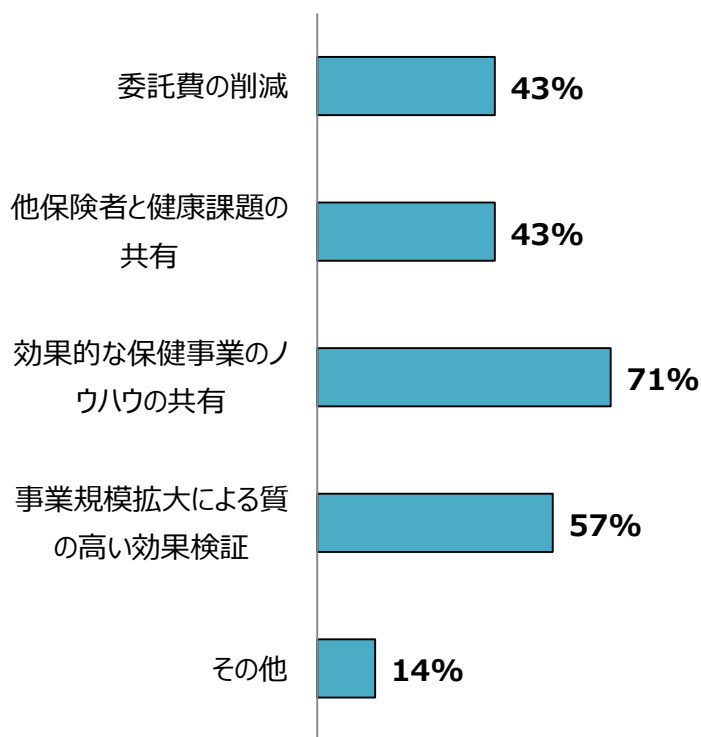
介入に関する実施観点

⑥その他 (勤務場所が遠隔地等でアプローチが難しい)

4. 協働開発・実施のメリット

- 当初目的通り、共同事業として構成することで、同一のプラットフォームとしてアプリを活用することができ、多様な課題（観点）で分けたいきめ細かい介入対象者の選定、介入を低コストで実施することが可能となった。
- また、更なる工夫が必要ではあるが、複数健保が同一の保健事業に参加し、同一の課題を有する健保組合の取組み結果、工夫等を横展開することで、効果的・効率的な保健事業の実施につながったものと考えられる。
- 今後、期中のイベントやインセンティブ付与、アプリのユーザビリティ向上等を実施することで、登録率・継続率の向上が期待される。

共同で保健事業を実施するメリット 参加組合対象アンケート n=7（健保：5、企業：2）



5. 本モデル事業に参加してみた感想

- 登録者および利用継続者を増やすためには、登録方法・操作方法等の簡単な説明や入力の簡素化、「アプリを利用することで、どうすれば何がわかるか」の簡単な事前説明等が必要と感じた。事業実施期間を長くし、実施期間中の最新健診結果のアップデートなどのイベントを挟む工夫等による効果も試してみたい。（すかいらくグループ健保組合）
- 参加者の多くから「満足度の高い評価」が得られたことに満足。日常的に自身の健康状態を意識し、生活習慣の改善へとつながっていくことに大いに期待したい。（イオン健保組合）
- 参加者、常時稼働させている従業員が少なく、全社で健康リテラシー向上が必須と感じた。（ミニストップ株式会社）
- 結果を踏まえると、やはり最初の告知をいかに効果的に実施するか、登録後、継続してもらうために「入力の手軽さ」等がポイントと思われる。今後こうしたアプリの活用は、店舗勤務者への保健事業で非常に重要な役割を担うと思われる。事業主からの利用勧奨や、個人に対するインセンティブ等を連携させることで、さらに効果的な事業になるのではないかと。（オートバックス健保組合）
- アプリについては、一つでも煩わしさを感じると継続が難しくなるため、すべての項目で「手軽さ」と「効果」を実感できる必要がある。共同事業として他健保と組んでいる利点を活かし、各健保の仕様や途中経過の情報共有がもっとあれば、他健保のやり方なども参考にできるのでないかと。（スターバックスコーヒージャパン健保組合）
- スマホ等に抵抗感がなさそうな世代を対象としても、「登録が面倒」等、取り組んでももらうためにはハードルがあるということを実感した。複数回の案内、参加勧奨、参加後のフォロー等、手当てをすべきことがあると感じた。（日本中央競馬会健保組合）
- 期間限定（3か月）でも継続利用は難しく、対象者の健康意識を強めること、会社からの継続使用についてのアプローチが必要なが実感できた。今後、健康増進を進めていくにあたりとても参考になった。（株式会社ローソンストア100）