

シリーズ
データヘルス最前線
(保険局)

官民連携による 市民の健康増進に向けたデータ活用 千葉市

© bigfoot - Fotolia.com

千葉市では、国民健康保険における健康づくりでの課題解決に向け、無関心層への働きかけを通じた特定健診受診率の向上や効果的なポピュレーション・アプローチ、ハイリスク・アプローチなどの施策を検討しています。具体的な計画の内容について、総務局次長の三木浩平さんにお話を伺いました。

—データヘルス計画に向けて、どのような取り組みをされているのでしょうか？

三木 ● 2013年度より、千葉大学予防医学センターと連携し、特定健診データやレセプトデータの分析を開始しました。居住地の近隣に特定健診の施設が存在しない場合は受診率が下がる傾向にあることや、収入格差と受診率や有病率が関連することが報告されています(2013年度千葉市・大学等共同研究事業「千葉市国民健康保険事業の医療費分析」)。

—どのような課題やチャレンジがあるのでしょうか？

三木 ● 当市の2013年度の国民健康保険における特定健診受診率は31%です。今後、どのように無関心層に働きかけていくのか(ポピュレーション・アプローチ^{※1})、そして、健診から疾病リスクが高いと判断された方々に健康活動を開始していただくのか(ハイリスク・アプローチ

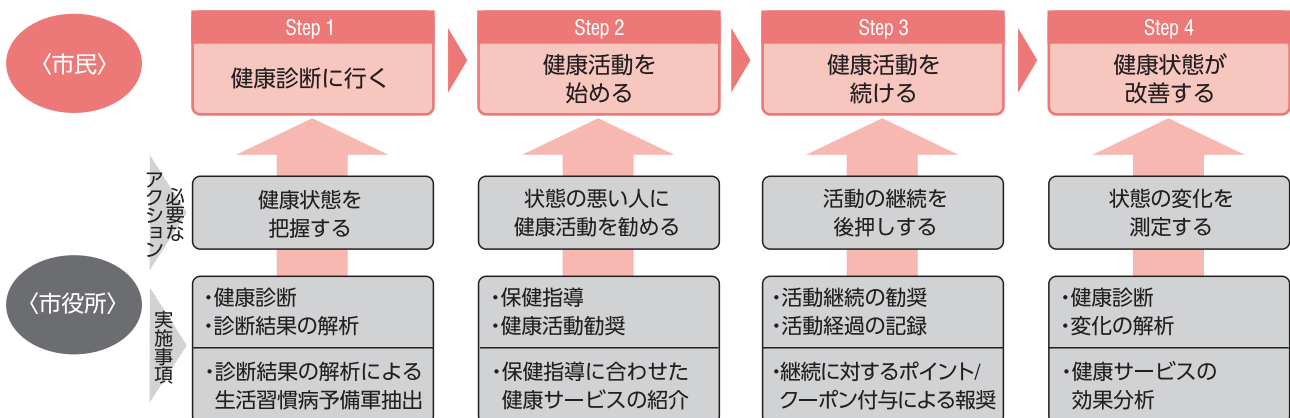
チ^{※2})を考え、施策を講じる必要があります。特に無関心層については、健診データすら存在しないので、データヘルスを進めるうえで大きな障害になります。

—無関心層を取り込む有効な方策はあるのでしょうか？

三木 ● 健康キャンペーンを前面に押し出しても、健康に関心のある人しか集まりません。いかに日常生活の延長線上から健康活動に誘導するのか工夫が必要です。たとえば、「家族とショッピングモールに行った際、買い物待ち時間に休憩がてら健康測定ができる」、「血圧が高いとの結果が出た人がスーパーマーケットに行くと、減塩食品のクーポンが出てくる」などがあります。本人が健康活動を特段意識しなくても結果的に健康活

図表1 健康増進のステップ

市民が健康になるために活動(Step1~4)するのを、市役所はさまざまな施策により支援(後押し)することが不可欠です。



図表2 けんこうコンシェル サービスフロー(案)



動に取り組んでいるという「ステルスプロモーション^{※3}」が理想です。これについては今年度、小売店と連携した調査研究を準備しています。そのなかで、どのようなインセンティブ(クーポン、ポイント、特典など)が行動を促すのか解析したいと考えています。

——ハイリスク層に健康活動を促すためには、どのような工夫が必要でしょうか？

三木 ● 現在、ハイリスク層には特定保健指導を行っています。しかし、保健指導の「動機づけ」のみでは、本人の自主性に委ねられるので、もっと踏み込んだことができないかと考えています。自治体が健康増進に資する施設やサービスを提供する事例があるようですが、都市部の住民には多様な生活パターンやニーズが見られるので、一律なサービスでは魅力が低いと言わざるを得ません。一方で都市部には、民間サービスがたくさんあります。フィットネスクラブや給食サービス、家庭用

計測機器によるモニタリングなどです。このような健康サービスとハイリスク層をうまくつなげることができれば、市民の健康増進と産業振興が同時に図れるわけです。

——具体的にどのようなサービスの流れになるのでしょうか？

三木 ● これはあくまで将来のイメージですが、「けんこうコンシェル(案)」(図表2)というサービスを検討しています。特定健診からリスク層を抽出し、保健指導のあと健康サービスメニューを提示します。このメニューには、公共サービスと民間サービス(市内の健康サービス)の両方を含みます。市民が民間サービスを希望した場合は、そこに市民を紹介することにより、市役所が手数料をもらえないかを検討しています。そして、その手数料収入を原資としたポイントプログラムを提供できるようにするわけです。健康ポイントは、健康活動を促すインセンティブのひとつですが、原資を確保することにより魅力的なプログラムにすることができると考えています。

——民間サービスとの連携に課題はありますか？

三木 ● 民間サービスの信頼性が課題です。毎年のように「○○ダイエツト」というブームがあり、消えていきます。民間サービスのなかには効果に乏しいものも含まれているのではないのでしょうか。健康増進を図るために、民間サービスと連携する場合は、効果の検証が不可欠です。健診結果とサービス利用情報を比較することによって、どの健康サービスがどの数値に影響を与えるのかを解析することができます。つまり、1年目の健診結果、健康活動への取り組み情報、2年目の健診結果を追いかけていくことにより、その情報が得られます。健診やレセプトといった体の状態を把握する情報に、どのような活動をしたかというインプット情報を加えることにより、データヘルスを深化させることを狙っています。ひとつひとつ課題をクリアすることに、事業の実現をめざします。

※1 ポピュレーション・アプローチ
対象を一部に限定することなく、集団全体へ働きかけ、全体としてリスクを下げる手法

※2 ハイリスク・アプローチ
疾患を発生しやすい、ハイリスクを持った人を対象に絞って、病予防などの対処をしていく手法

※3 ステルスプロモーション
あからさまなのではなく、それとわからないようにプロモーション活動を行うこと