

1. 事業の目的

参加健康保険組合の多くがICTとして導入しているWebの仕組みから、加入者に向け情報発信をしている。しかしながら、利用率は上がらず、費用対効果が見えないという共通の悩みを抱えていた。一方、事業所と協働して加入者への働きかけを行っている健康保険組合においては、利用率の明らかな効果が見えていた。そういった背景の中、事業所経営者の行動変容を促す仕掛け作りをしていくことともに、加入者の行動変容につながるコンテンツを共同で開発し、結果として加入者のヘルスリテラシー向上につなげることをこのコンソーシアムでの目的とした。

2. 事業内容

(1) 事業主向けアプローチ

事業所経営者などのガバナンスへ影響与えられる方が、事業所ごとの健康課題を理解して、その対策に健康保険組合と協働で取り組むことが効果的で効率的であることを気付いていただくことで、従業員へのアプローチへつなげていく。

①事業主向け説明資料

事業主の理解度が業種・業態・規模などによっても異なっていること、本事業申請後にコラボヘルスガイドラインが発刊されたことなどを受け、健康課題への取り組みが大事であることの説明をコンパクトにし、具体的で効果が視覚的にわかるコンテンツを作成することで、事業主が実際に取り組むきっかけになるような説明資料を作成した。

②事業主向けレポート

説明資料だけでは、事業主に響かないという意見が参加組合に多く、資料と一緒に持って行って説明できるレポートの必要性を共有した。また白書のように多くの項目が網羅されたレポートでは、説明のポイントにフォーカスが当てづらく、数枚レベルのレポートを心掛け、事業所毎に出力可能なレポートを作成した。

(2) 加入者アプローチ

加入者への直接的なヘルスリテラシー向上へのアプローチとして、Webサービスでのコンテンツの充実を図るため、2種類の記事を作成した。

①ポピュレーションアプローチ

Webのサービスの更新頻度を上げ、健康保険組合が情報発信するサイトへ誘導すること、されに掲載された記事の内容を意識させることで加入者への行動変容を促した。

月次健康ニュースとして、運動習慣、食習慣など、季節的にも関心を持ってもらえるようなニュースを月1回配信した。

②ハイリスクアプローチ

健診結果に合わせ、リスク別のコンテンツを作成した。

今後、加入者ごとに個別性が高い記事を提供することで、予防への行動変容を促す予定である。

3. 主な結果・活動報告

(1) 活動内容

- ・参加組合への採択結果と実施事業についての説明を事務局からすべての健保へ訪問し説明。(8月～9月)
- ・加入者向けコンテンツに9月より制作着手。10月から配信可能な参加組合より順次公開。
- ・事業主向けコンテンツの作成について、意見交換会を実施。開催日11月29日 11組合+3企業(21名)
- ・事業主向けリーフレットの事例作成のため、各団体の選定・調整後、事例原稿を作成。
- ・加入者向けコンテンツ、事業主向けコンテンツ、評価指標作成のためのツールが3月末で完成。

(2) 加入者向けアプローチ

- ・ポピュレーションアプローチのコンテンツについては、3月末時点で24組合中21組合へ導入済み。
- ・ハイリスクアプローチのコンテンツについては、期中であったため効果的に公開するためにもH30年の健診結果に紐づけて順次公開予定。

(3) 事業主向けアプローチ

- ・説明リーフレットとしてA4版8頁もの(表紙1頁、説明3頁、事例4頁)を制作。
事例として参加団体以外にも協力いただき、受診勧奨、飲酒習慣改善、運動習慣改善、禁煙対策事例を掲載。
- ・事業主向けレポートとしてA3版3頁ものを作成できるツールを作成。

人員構成・医療費関連レポート、特定健診(問診項目)レポート、特定健診(リスク関連検査値)レポート

(4) 事業結果

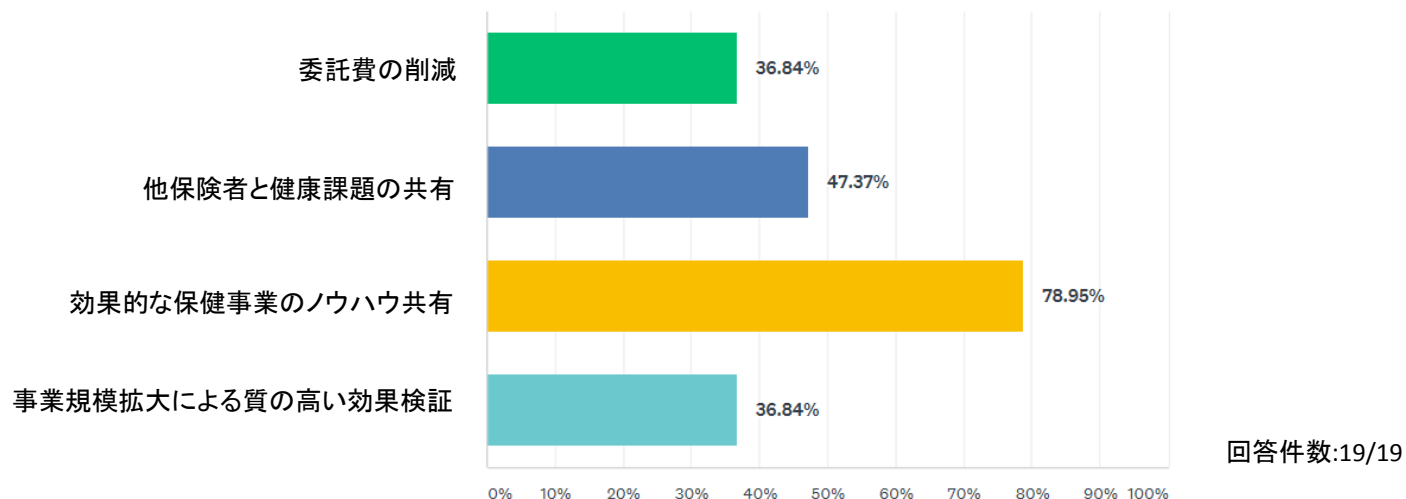
- ・加入者へのアプローチによりWebの利用に関する変化を計測するためのツールを作成。
- ・加入者アプローチに関しては、公開時にメール配信するなどのアクションをしている健保組合に関しては、最大で73%程度の閲覧があった。
それ以外の健保では、コンテンツ提供だけでは効果が見られていない。
- ・事業主を取り込む活動に関しては、説明資料を作ったものの、実際の説明を行うまでのステップに至っていないため、今後、説明して
事業主から加入者へアプローチした健保とアプローチ出来なかった健保のWeb利用の変化を継続して計測し、効果測定を行う。
- ・今回の事業における成果物に関して、参加組合の評価はアンケートで収集し、全てのコンテンツにおいて80%強の満足を得られており、高いものでは90%を超えていた。

アンケート結果で見る事業結果

4. 協働開発・実施のメリット

コンテンツ参加健保が多業種に亘り、それぞれが抱える課題も異なる中で、「効果的な保健事業のノウハウ共有」、「他保険者との健康課題の共有」がメリットと感じられていた。これは、コンソーシアムに参加したことが、普段とは異なる繋がりを形成したことが有効に機能したことを示している。また、作成した成果物に対しては、全て高い満足度を示した。これは、各健保の意見を聴きながら本事業を進めた結果であること、特に事業主向けのコンテンツに関しては、コンソーシアムの利点を活かして、参加組合の協力を受け、効果的な実践例を掲載することができたことが要因であると考えられる。また、今後も共同事業に参加する意志のある組合が約3/4存在し、「参加したいと思わない」と回答した組合が存在しないことから、コンテンツの内容に加えて、統一したシステムを用いて、健康リテラシーの向上に繋がる記事を配信することが、費用面、作業面で効果的であったと認識していることが推察される。

■本事業において、共同で実施する保健事業のメリットは何ですか。あてはまるものを教えてください。（複数選択可能）

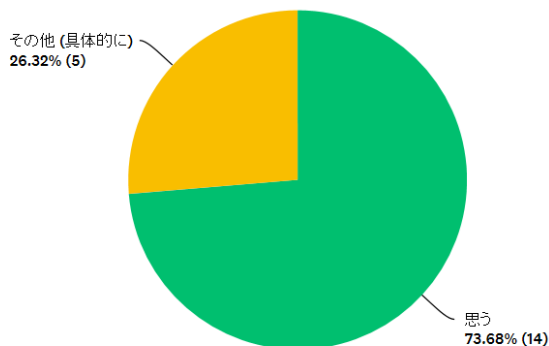


5. 本モデル事業に参加してみた感想

- 普段接触のない他健保の方々と意見・情報交換できて今後の活動の参考になりました。一方、各健保の実情や、事業主との関係がそれぞれ異なるので、共通の成果物を作るのはなかなか難しかったです。
- いろいろな視点からの意見交換ができ、情報交換の大切さを改めて感じた。
- 月次コンテンツは週次にできないか。利用者からすると閲覧頻度が高くなると思われる。
- コンテンツ配信に一番期待し、十分その期待に応えていただけてありがとうございました。
- 参加健保間での同様の問題に対する意識の共有化はもとより成果物を横展開できるメリットが大きいと感じました。
- 直接的に触れ合う場が無くても、外部の優秀な健保の活動をベースにした内容に多くの刺激を受ける機会になっているため、力不足を感じながらも、今後も継続的に参画したいと感じています。
- 事業主向けの冊子、データ集は今後も使用できるものになったと感じている。1年間の縛りの中では、活動した結果の共有・評価までは難しい面があったが、今後期待している。

■コンソーシアムに、今後も参加したいと思いますか。

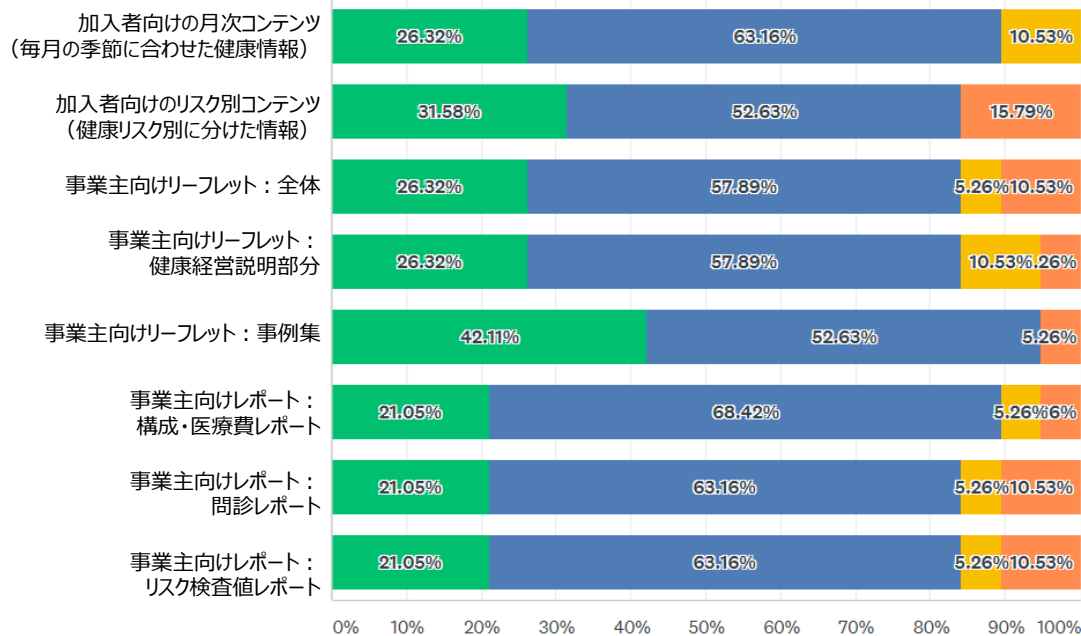
回答数: 19 スキップ数: 0



【その他のコメント】

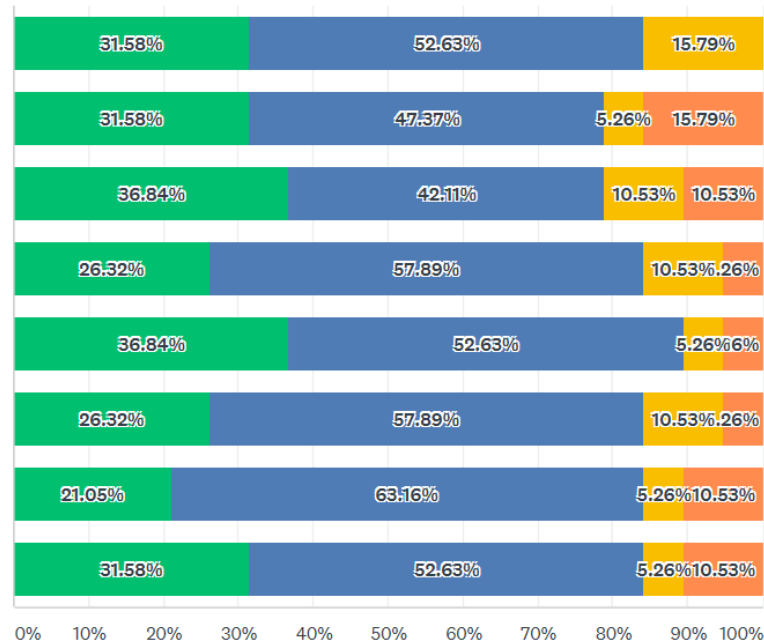
- 主導的な位置づけでは困難だが、具体的取り組みにより参加したい
- テーマによっては参加を検討します。
- 課題解消に資するものであれば参加したい
- 内容で検討したい
- コンテンツの配信以外にあまりメリットが感じられない。

■コンソーシアムでの成果物に対して、コンテンツ評価をしてください。



とても良い まあまあよい 悪い かなり悪い わからない

■各コンテンツは、加入者への健康リテラシー向上や、事業主への説明に役立つと思いますか。



とても役に立つと思う まあまあ役に立つと思う あまり役に立たないと思う 全く役に立たないと思う わからない

別紙1：加入者向けアプローチ成果物

(1)ポピュレーションアプローチコンテンツ

10月号 食習慣改善

11月号 疾病対策・予防

12月号 食習慣改善

1月号 疾病対策・改善

2月号 運動習慣改善

3月号 飲酒習慣改善

24組合中 20組合が、加入者へ記事を公開中。

うち17組合においては、公募事業期間内に1か月以上掲載。

(2)ハイリスクアプローチコンテンツ

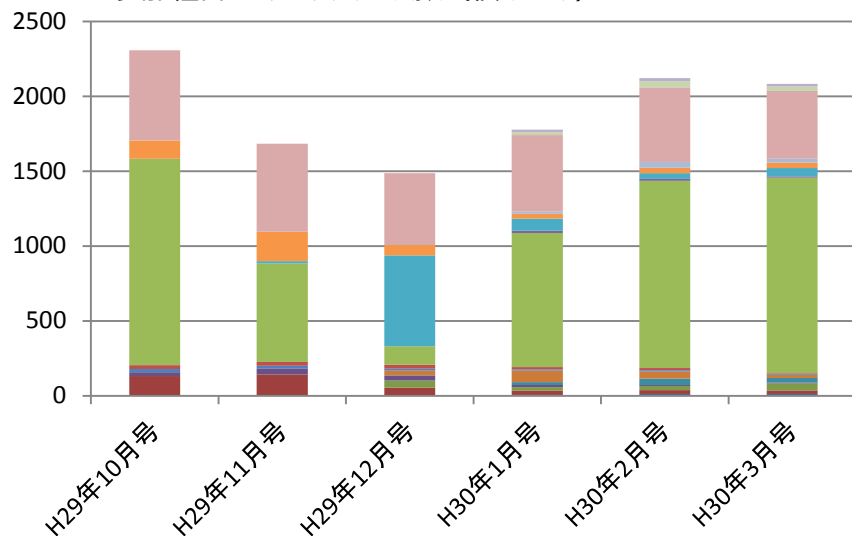
参加組合が採用しているWebサイトで、加入者の健診結果に合わせたコンテンツを表示するための、記事を作成。

既に健診情報を公開済みだった参加組合も多く、次の健診結果を公開するときに加入者の健診結果に合ったコンテンツを掲載予定。

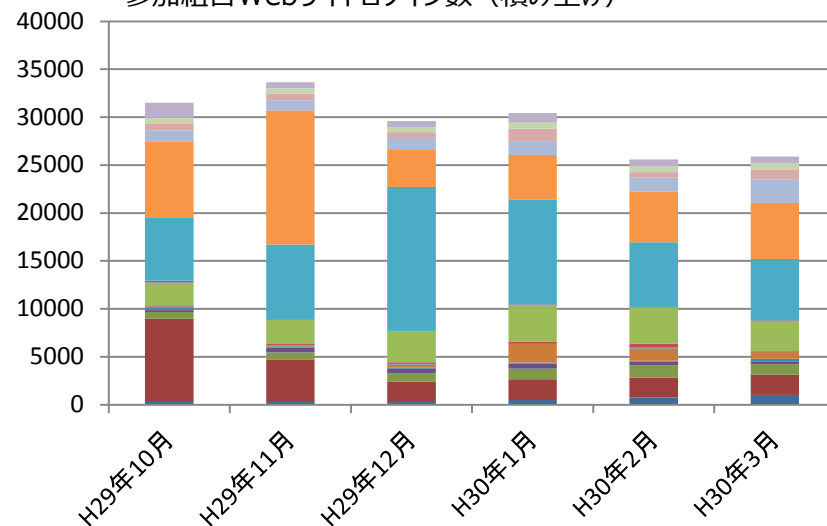
※いずれの記事も、有識者の方の監修をしていただいたものになります。

別紙2：加入者向けアプローチ成果物（利用実績比較）

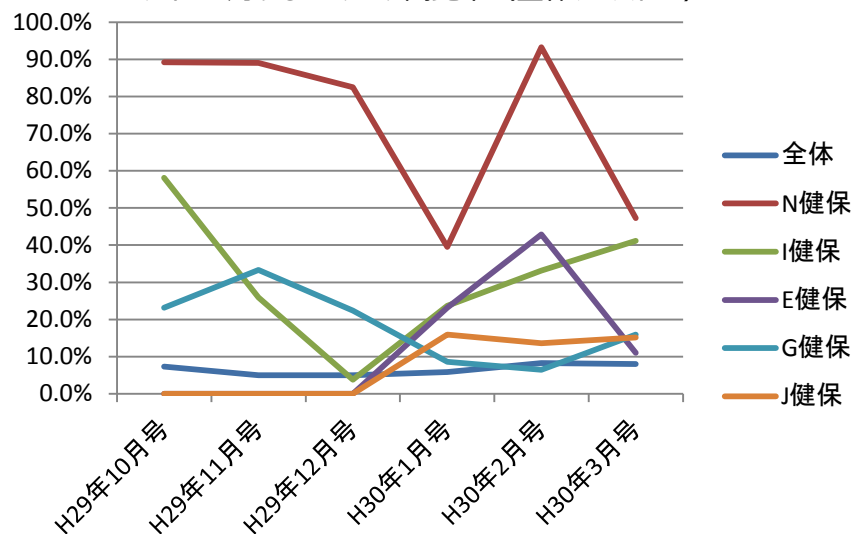
参加組合コンテンツアクセス数（積み上げ）



参加組合Webサイトログイン数（積み上げ）



ログインに対するコンテンツ閲覧率（全体、ベスト5）



月次コンテンツにおいては、毎月2000アクセス程度の利用がある。
月のログイン数から割合で見ると、全体が7%程度と決して高くはないが、医療費通知閲覧や他のサービスのためにログインすることもあり、継続して個人の健康サイトに接続する役割の一端は担えている。

特にログインに対して、閲覧率の高い参加組合は、コンテンツだけでなくメールマガジンを併用したICTサービスへの誘導などを行っている。
サービスが始まっただけをアナウンスしたケースとは、閲覧率やアクセス数の傾向が違うことが確認できた。
ただ一方、メールマガジンなどを配信しても、医療等の知識を必要とする事業主では、閲覧率が上がらないケースがあることも分かり、職種など加入者の状況などに合わせたアプローチが必要と思われる。

別紙3：事業主向けアプローチ成果物

(1)事業主向けリーフレット

健康経営

健保と連携しないと

もったいない!

ヘルスリテラシー向上コンソーシアム
～専任員：レシート・健診情報等を活用したデータヘルスの推進事業～

従業員が不健康だと

従業員が不健康だと、会社や事業主にとって、多大なコストがかかります。健康経営を推進することで、従業員の健康を維持・向上させることが、企業の持続的な成長につながります。

健康経営しないと

健康経営をしない場合、従業員の健康が低下し、生産性が低下し、企業の持続的な成長が阻害されます。

健康経営のメリット

健康経営を推進することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

健康経営のメリット

健康経営を推進することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

健康経営のゴール

健康経営を推進することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

健保と連携しないと

健保と連携しない場合、従業員の健康が低下し、生産性が低下し、企業の持続的な成長が阻害されます。

健保と連携すると

健保と連携することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

健保と連携するメリット

健保と連携することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

生活習慣病の発症予防と重症化防止活動

生活習慣病の発症予防と重症化防止活動を推進することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

生活習慣病の発症予防と重症化防止活動の成果

生活習慣病の発症予防と重症化防止活動を推進することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

睡眠時無呼吸症候群の早期発見と飲酒習慣の改善を目指した「ノンアルプラン」

睡眠時無呼吸症候群の早期発見と飲酒習慣の改善を目指した「ノンアルプラン」を推進することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

睡眠時無呼吸症候群の早期発見と飲酒習慣の改善を目指した「ノンアルプラン」の成果

睡眠時無呼吸症候群の早期発見と飲酒習慣の改善を目指した「ノンアルプラン」を推進することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

「Workise（ワークサイズ）」働きながらオフィスで健康増進

「Workise（ワークサイズ）」働きながらオフィスで健康増進を推進することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

「Workise（ワークサイズ）」働きながらオフィスで健康増進の成果

「Workise（ワークサイズ）」働きながらオフィスで健康増進を推進することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

「喫煙者ゼロ」に向けた取り組み

「喫煙者ゼロ」に向けた取り組みを推進することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

「喫煙者ゼロ」に向けた取り組みの成果

「喫煙者ゼロ」に向けた取り組みを推進することで、従業員の健康を維持・向上させ、企業の持続的な成長を実現します。

事業主向けリーフレットは、11組合での意見交換会を実施し、説明部分についてはコラボヘルスガイドラインなどの冊子を活用することを想定し、コンパクトで印象的なものになった。

それに対して、事例については、目的、取り組み、成果に分けて説明し、特に成果を視覚的に見せることで、事業主の行動変容を期待するものとなった。

別紙4：事業主向けアプローチ成果物

(2)事業主向けレポート

