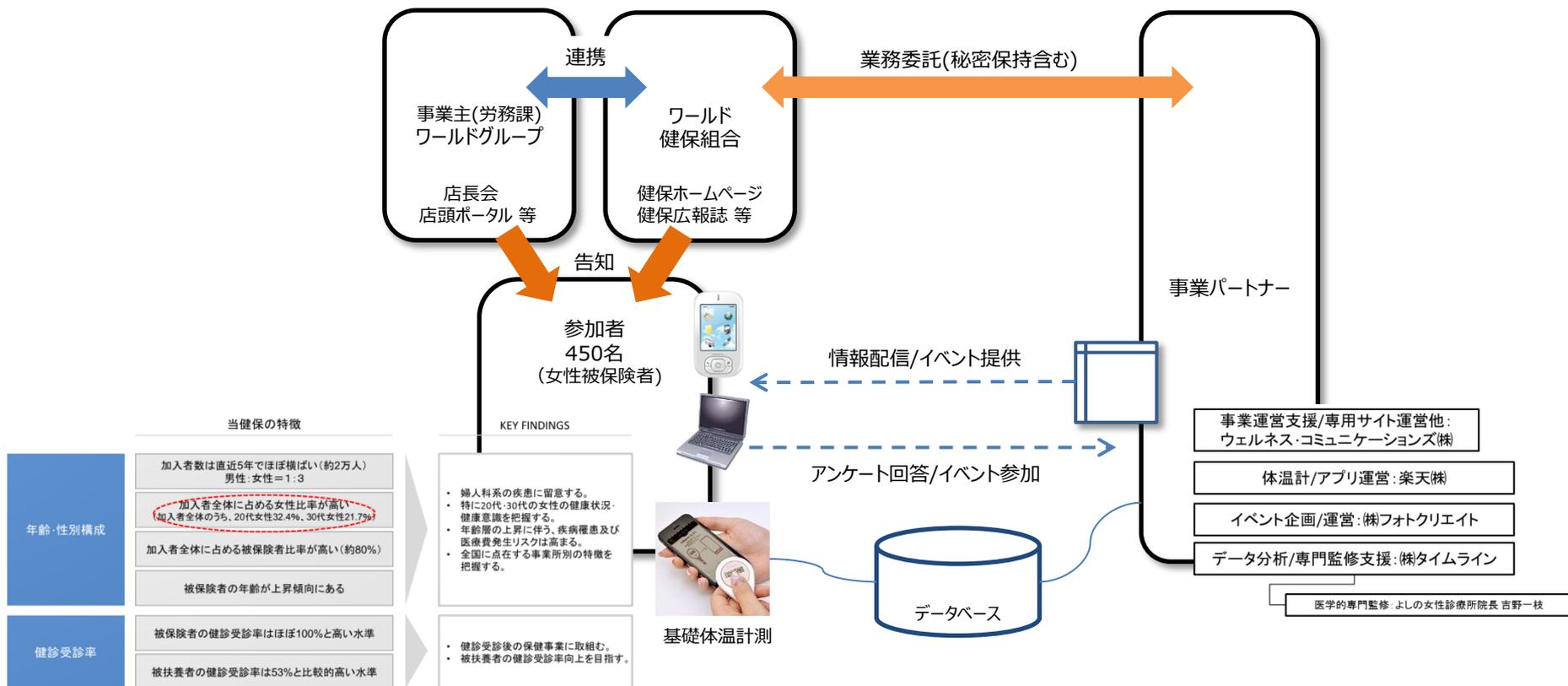


①基礎体温を記録する事の習慣化による「自分の体を知る」事業
 ②スマホ健康情報配信サービスを通じた婦人科疾患知識教育事業

(事業目的)

健康診断結果及び医療費の経年変化分析に基づき得られた結果を活用し、女性の健康課題をテーマとした保健事業の実証事業に取り組む。健保加入者の約75%を占める女性加入者、高い比率を占める被保険者の高齢化を見据え、中長期的な予防啓発取組みにより、周産期及び婦人科系医療費の抑制に取り組む。



	当健保の特徴
年齢・性別構成	加入者数は直近5年でほぼ横ばい(約2万人) 男性:女性=1:3
	加入者全体に占める女性比率が高い (加入者全体のうち、20代女性32.4%、30代女性21.7%)
健診受診率	加入者全体に占める被保険者比率が高い(約80%)
	被保険者の年齢が上昇傾向にある
	被保険者の健診受診率はほぼ100%と高い水準 被扶養者の健診受診率は53%と比較的高い水準

KEY FINDINGS
<ul style="list-style-type: none"> 婦人科系の疾患に留意する。 特に20代・30代の女性の健康状況・健康意識を把握する。 年齢層の上昇に伴う、疾病罹患及び医療費発生リスクは高まる。 全国に点在する事業所別の特徴を把握する。
<ul style="list-style-type: none"> 健診受診後の保健事業に取り組む。 被扶養者の健診受診率向上を目指す。



(事業効果)

- 約半年間にわたり、計450名の女性加入者が参加し、基礎体温計測及びスマホ専用サイトを利用した情報閲覧を行い、自身の体の事を知る、健康づくりのきっかけを掴む(意識の変化)事ができるかどうかを事前事後調査等を通じて分析し、特に基礎体温計測によりその目的に一定の効果が得られた。
- コンテンツ配信については役立ち度の面での有効性が検証されたが、参加者の属性やニーズに応じて、その有効性も異なり、情報配信の経路としての有効性を確認する一方で、コンテンツ内容については、ユーザーの属性やニーズに合わせた企画/制作の必要性が明らかになった。
- 健康意識の低い層に対する参加呼びかけ等、若い世代の女性を対象とした保健事業の企画/推進におけるヒントと課題を再認識または顕在化した。