

【事例8】

第4章 データに基づく保健事業の展開 -1 意識づけプログラム

被保険者に対する「ポイントインセンティブ付与」健康増進活動について  
—参加者同士のはげましも支えに—  
(出光興産健康保険組合)

○取り組みの背景および目的

出光興産健康保険組合は、特定健康保険組合を採用しているため、特例退職被保険者制度の加入率が約30%（うち前期高齢者加入率が13%）と高齢者の割合が非常に高く、一般の健保組合と異なる加入者構成となっている。一般の健保組合の被保険者の多くは退職後、国保に移行するが、当健保組合の被保険者は、その大半が特定退職者として継続して74歳まで健保組合の特退制度に加入しているため、退職後の疾病状況及び医療費も把握できる状況にある。

しかし、特例退職者の疾病状況および死亡状況は表1のとおり放置できない事態にある。また、退職後まもなく、60～64歳で脳梗塞、心筋梗塞等で自力での生活が困難となるケースや死に至るケースも少なからず見受けられる。そのため、被保険者が現役時代から、健康に関する意識を持つことにより、このような状況を改善ができるのではないかと考えた。本来、健康管理は「自己管理」が基本であるが、この自己管理が困難な被保険者（従業員）が多く存在することが、疾病の発生に関係するのではと推測される。

表1. 年間死亡者数及び生活習慣病罹患者数（平成22年度）

年間死亡者数					単位:人・%	
	被保険者本人	被保険者家族	特退者本人	特退者家族	合計	比率
死亡者数	10	8	25	8	51	0.23%
(内、がんと生活習慣病)	7	3	22	7	39	0.18%
生活習慣病罹患者数					単位:人・%	
人工透析者	8	1	10	8	27	0.12%
高血圧症対象者	720	295	749	510	2,274	10.43%
糖尿病該当者	220	66	269	95	650	2.98%
虚血性心疾患	50	18	96	26	190	0.87%
脳梗塞	19	7	62	27	115	0.53%

※特退加入直後、61～65歳での死亡例あり

そこで当健保組合では、現役時代から退職後まで一貫して健康管理を可能とする手段を加入者に提供できないか、多方面から情報の収集を行ってきた。より多くの加入者に情報提供が可能なツールを提供したいという思いから、「楽しく」かつ「長く続けられる」方策が重要ではないかと考えた。さまざまな事業者から提案を受けたが、健保組合の要望に合致するものはなかった。そのなか

## 【事例8】

で、住友商事株式会社から「様々な健康活動にインセンティブ付与が可能」なサイトの提案を受けた。その提案をもとに企画を策定した結果、当健保組合が要望するサイトにすることが可能であることがわかった。平成24年11月1日が当健保組合の設立60周年の記念日であり、理事会・組合会に諮り、60周年の記念日に合わせ、新たなサイトを立ち上げる了承を得た。

### ○取り組みの内容

#### 「健康管理」の自己管理ツール「KENPOS」の特徴

- ・「健康日記」に応援の「拍手」、励ましの「コメント」のフィードバックがある。
- ・食事、運動、健康知識などの情報提供により健康に関する啓発・教育も実現可能。
- ・「インセンティブポイント」は「ウォーキング」はもちろん、どんな健康活動にも付与される。たとえば、犬の散歩、子供とのキャッチボール、ヨガ、禁煙などがあり、だれでもポイントを獲得できる。ポイントは、一部の「健康への関心が強い者」だけでなく、それぞれに応じた健康活動に付与される。
- ・バーチャル「ウォーキングイベント」等のキャンペーンにより、面白さが提供される。
- ・健診結果表示機能、健診手配代行連携機能、後発医薬品差額通知等、拡張機能が豊富に用意されており、今後の保健事業拡張の際にも活用できる可能性がある。

※別添1（「KENPOS」のトップページ画面）

### ○効果

#### 定量的評価

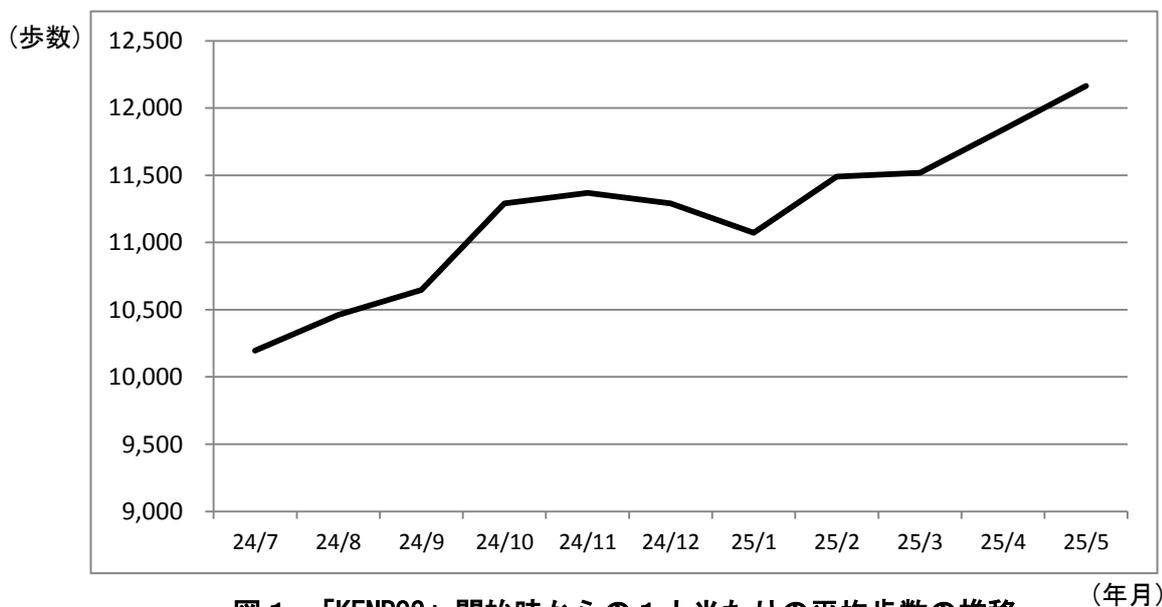


図1. 「KENPOS」開始時からの1人当たりの平均歩数の推移

【事例 8】

表 3. 歩数入力者の健診結果に見る改善の効果（平成 23～24 年度）

	対象者	改善した人数	改善者割合	平均変化量	改善最大値
BMI	96	75	78%	-2.1	-9
拡張時血圧	96	39	41%	-7	-21
空腹時血糖値	94	30	32%	-5.5	-14
HbA1c	96	32	33%	-0.3	-5
中性脂肪	96	53	55%	-43	-263
LDL コレステロール	96	46	48%	-9	-53
メタボ脱出（腹囲）	96	4			

単位：kg/m<sup>2</sup>、mmhg、mg/dl、%、cm

表 4. 登録のみ行った人の健診結果の変化（平成 23～24 年度）

	腹囲	BMI	血圧	血糖値	HbA1c
改善者数（人）	157	105	235	182	139
平均変化値	-3.3	-1.0	-9.4	-5.5	-0.2
悪化者数（人）	176	104	171	206	146
平均変化値	2.3	0.9	8.9	10.7	0.5

※登録だけした人でも約半数は改善している。

単位：cm、kg/m<sup>2</sup>、mmhg、mg/dl、%

表 5. 「健康日記」投稿数および拍手・コメント数（11 ヶ月間）

投稿数	5,189
投稿者数	173
平均投稿数	30
平均コメント数	1.4
平均拍手数	1.4

表 6. 「健康日記」の 카테고리別件数および比率

カテゴリ		投稿数	比率	
健康	運動	3,548	68.4	75.0
	食事	288	5.6	
	その他	55	1.1	
その他		1,298	25.0	25.0
総計		5,189	100	100

※健康に関する日記投稿が全体の 75%を占め、健康活動・情報の発信の場として活用されている。

※日記 1 投稿につき、コメント数・拍手共は 1.4 件と、投稿に対して登録者同士の交流がある。

それによって、励み・継続に繋がった等の投稿が寄せられている。

【事例8】

表7. 事業所（部署）別の登録率 平成25年6月5日現在

【本社】				【製油所・工場・研究所】				【関係会社】					
部署名	登録人数	在籍人数	参加率	部店名	登録人数	在籍人数	参加率	会社名	登録人数	在籍人数	参加率		
A事業部	0	35	0.0%	X製油所	62	603	10.3%	AK社	31	104	29.8%		
B部	7	17	41.2%	Y工場	40	386	10.4%	AL社	10	65	15.4%		
C部	25	76	32.9%	Z社	10	392	2.6%	AM社	23	212	10.8%		
D事業室	1	19	5.3%	AA社	5	24	20.8%	AN社	13	110	11.8%		
E部	3	77	3.9%	千葉地区計			117	1,405	8.3%	AO社	6	107	5.6%
F部	4	25	16.0%	AB製油所	39	296	13.2%	AP社	2	61	3.3%		
G部	7	54	13.0%	AC工場	28	240	11.7%	AG社	0	93	0.0%		
H室	4	15	26.7%	AD社	185	211	87.7%	AR社	0	24	0.0%		
I事業部	3	41	7.3%	徳山地区計			252	747	33.7%	AS社	0	12	0.0%
J部	1	31	3.2%	AE製油所	9	300	3.0%	AT社	20	232	8.6%		
K部	9	95	9.5%	AF社	45	80	56.3%	AU社	10	80	12.5%		
L部	40	288	13.9%	北海道地区計			54	380	14.2%	AV社	18	69	26.1%
M部	25	102	24.5%	AG製油所	23	339	6.8%	AW社	8	45	17.8%		
N室	6	20	30.0%	AH社	8	114	7.0%	AX社	7	44	15.9%		
人事部	52	86	60.5%	愛知地区計			31	453	6.8%	AY社	2	35	5.7%
O部(S)	2	48	4.2%	AI研究所	31	209	14.8%	AZ社	0	32	0.0%		
Pセンター	39	216	18.1%	AJ研究所	20	89	22.5%	BA社	1	32	3.1%		
Q部	27	144	18.8%	合計	505	3,283	15.4%	BB社	4	23	17.4%		
Rセンター	5	14	35.7%	【その他】				その他関係会社	10	103	9.7%		
S部	2	52	3.8%	名称	登録人数	在籍人数	参加率	合計	165	1,483	11.1%		
T部	3	53	5.7%	外部出向者	2	35	5.7%	出光健保の適用事業所(出向者含む)					
U部	10	139	7.2%	海外勤務者	4	177	2.3%	関係会社への出向者					
V室	2	12	16.7%	任意継続被保険者	3	103	2.9%	【総合計】					
W部	32	276	11.6%	特例退職被保険者	93	3,002	3.1%	名称	登録人数	在籍人数	参加率		
その他本社	2	9	22.2%	合計	102	3,317	3.1%	被保険者計	1083	10,027	10.8%		
合計	311	1,944	16.0%					現役社員計	987	6,922	14.3%		

- ・ 部署により登録率に大きな差が見られる。
- ・ 人事部は、「KENPOS」推進のおひざ元であり、AD社、AF社は代表者が社員の健康管理推進のため、登録を呼びかけている。AK社は代表者が本格的にジョギングを実践している会社である。
- ・ 経営者なり責任者なりが呼びかけることにより、より多くの登録者を得ることができていることが分かった。

定性的効果

表8. 「健康日記」とそれに対する「拍手」「コメント」数の例

タイトル	投稿内容	コメント数	拍手数
BMI改善教育 卒業	事業所で行っているBMI改善教育、本日個人面談の結果、無事卒業。これまで運動面、食事面の指導をいただき、ありがとうございました。体重が大幅に増えたら、再指導との事。 今後はKENPOSで健康管理に努め、再呼び出しがからないように、気をつけます。	1	3
健康診断	実は月曜日に健康診断です。“コレステロールを減らす”が目標でしたので、どうでしょうか。KENPOSのおかげでだいぶ歩くことを意識したので・・・期待しましょうか。	4	1
健康仲間：勿論、kenposのみなさんです	みんなの日記やコメントで、どんだけヤル気が出ていることか・・・。空気が読めず、的外れなコメントすることが多々あるかと思いますが田舎者の戯言と許して下さい(^_^);今後共によりしくお願いします。	9	2
健康仲間：KENPOSの仲間	拍手やコメントもらえるKENPOSの仲間感謝感謝。	1	2

## 【事例8】

### ○財源

- ・すべて健康保険組合で負担。

### ○事業評価

- ・参加者を増やし、内容を充実させながら今後とも継続していける事業であると考えている。
- ・「KENPOS」採用1年を振り返って、
  - ・独自インセンティブキャンペーン中は登録者も増え、日記、コメント数も多かったがキャンペーン終了後は若干低調に推移した。
  - ・被保険者（特退者は除く）の登録率は、14.3%であった。
  - ・キャンペーン期間中、チラシ配布、メール配信で告知を行ったが、「インセンティブ」があっても、それでも登録意欲が湧かない層がいることもわかった。また、健康な人間に健康に興味を持たせることがいかに難しいかもよくわかった。
  - ・ポイントをもらえるインセンティブがなければ、さらに参加の契機がなく、登録者が少なかったのではないかと思われる。
- ・今後の活動について
  - ・まずは、登録者を増やすことを最大の目標として取り組みたい。
  - ・健康のために「スポーツクラブに入りたい」と興味を示す被保険者がいることがわかったので、「スポーツクラブ」と契約をし、スポーツクラブ入会特典のチケットは「KENPOS」サイトに入らないとダウンロードできないようにして登録者を増やす試みを開始した。
  - ・10月の健保連の健康強調月間に向けて、25年度健康増進「KENPOS」ポイントキャンペーンを企画中。
  - ・事業所において課別対抗ウォーキング企画を検討しているところがあるので「KENPOS」内で実施することを提案中。
  - ・「健康診断結果閲覧サービス」など健康情報閲覧サービスの採用も検討していきたい。

### ○健保組合情報

- ・被保険者数（H25年5月末現在）：10,018名（男性92%、女性8%）（平均年齢43.2歳）
- ・加入者数（H25年5月末現在）：21,560名
- ・事業所数（H25年5月末現在）：14
- ・保険料率（H25年3月末現在）：70%<sup>o</sup>
- ・経常支出合計（H24年度決算（見込み））：約54億円（うち保健事業費：3.7% 約2億円）

【事例8】

添付1. 「KENPOS」のトップページ画面

The screenshot displays the KENPOS website homepage. At the top, there is a navigation bar with icons for 'TOP', 'マイページ', and 'ご利用ガイド'. A prominent banner reads 'みんなの日記をしてみよう'. Below this, a secondary navigation bar includes links for '歩数記録', '体重記録', '行動記録', and '日記入力', along with the user's name '所属 出光興産健康保険組合' and a 'ログアウト' button.

The main content area is divided into several sections:

- お知らせ (News):** A list of recent news items with dates and titles, such as '2013/06/26 7月1日(月)4時30分~9時(最大)までの間、システムを停止いたします。'.
- KENPOS抽選券:** A section showing '0枚' of tickets and options to '連携先を見る' or 'KENPOS抽選券とは?'. A '登録する' button is also present.
- やることリスト (To-do List):** A checklist of tasks including '健診日登録', '健康目標を決める', '行動項目が決定です', '本日やること', '歩数を入力する', '体重を入力する', '行動を記録する', '今日のおみくじを引く', and 'みんなの日記を見る'. Each item has a status indicator (e.g., '未' for 'not done').
- 健康についてもっと知ろう (Learn more about health):** A grid of content blocks:
  - 健康ピックアップ:** Lists recent health tips like '女性の心臓疾患 40歳を過ぎたら生活スタイルを見直し対策'.
  - KENPOS図鑑:** Features a 'みんなの健康体験記 KENPOS図鑑' with a 'テーマ「ダイエット」' and a link to '採用された投稿はこちら'.
  - お題日記:** Promotes 'みんなが書いたお題日記' with topics like '雨の日の過ごし方', '結婚式', and '歯と口の健康法'.
  - KENPOSクイックアンケート:** Two quick surveys: '今欲しい健康家電は?' (ending 2013/07/03) and '早起きしたら何をする?' (starting 2013/07/17).
  - 健康づくり ワンポイントアドバイス:** A series of advice articles, including 'vol.12 脂質異常症といわれたら・・・'.
  - 健康的な食べ方のススメ:** 'vol.12 梅雨のだるさに負けない食生活術'.
  - 健康レシピつき もっと知りたい毎日の食材:** '6月の食材: トマト'.
  - お役立ち健康サイト集:** A collection of useful health websites.
  - 実践!ウォーキング講座:** 'Vol.05 自然の中でリフレッシュ ハイキングで気分良く'.
  - ウォーキング豆知識:** 'Vol.05 歩くとどんな「いいこと」があるの? ウォーキングのメリット'.
- その他:** Promotional banners for 'KENPOS大抽選会' (ending 6/28) and '毎週水曜更新! 歩数ランキング'.