

及および自己啓発に努めている。

○事業所との連携

事業所ごとに健康管理委員を配置し、同委員を対象に健康管理研修会を開催するほか、専門スタッフが事業所訪問指導を通じて各事業所における各種健診の受診勧奨の促進と各種大会への参加など健康への意識高揚に努めるとともに、事業の推進に向けた職場のリーダー養成に取り組んでいる。

【 効 果 】

18年には32名がヘルシーライフ教室に参加し、数値改善に至っているほか、事業所との連携による広報活動により健康フェスタ参加者も年々増加しており、健康づくり活動の普及が進んでいる。

森永健康保険組合

【 取組内容 】

健康日本21運動にあわせ、健保独自に「個人の健康づくり」「保健活動の推進」を事業計画として掲げ“健康モリナガ21”運動（22年までの8年計画）を実施している。主な内容は以下のとおり。

○生活習慣改善プラン「健康モリナガ21—ハビット」（ハビットの意味は「生活習慣」）

参加者：エントリー制であり、被保険者及び配偶者（扶養如何を問わず）が参加資格を持つ。

実施方法：自己の生活習慣を振り返り、改善目標を最低2つ設定しチャレンジを行う。2ヵ月間達成度を記録し、達成状況によって達成賞、努力賞が授与される。

○普及・啓発活動の推進

健診やセルフケア情報満載の「けんぽモリナガ21」の発行や、社内報、労働組合の機関紙等による広報活動の強化を行っているほか、ハビットに関する冊子の作成や事業所訪問による参加の呼びかけを行っている。

【 効 果 】

第1回ハビット参加率は24%（本人）であったが、広報活動等を強化した結果、近年では50%にまで上昇した。達成率についても、34%から76%にまで上昇するなど効果をあげており、個人の健康づくりへの意識も高まってきている。

トヨタ自動車健康保険組合

【 取組内容 】

治療から予防へとシフトする今後の環境変化を見据えて、「TOYOTA KENPO VISION 2015」を策定。

その「中期計画」は、健康づくりの基盤を構築する18～20年度、健康づくり支援実践・評価をする21～24年度、そして25～27年度でトップレベルの健康水準を実現する—の3

段階。具体的施策として、「健康支援センター・ウェルポ」（健康づくりの拠点）、「健康支援プログラム」（データに基づいた健康 PDCA サイクルの実施）、「健康応援プログラム・るぷる」（やる気を起こさせるシステム）—の3大戦略がある。

レセプト情報や健診データに加えて、日常の運動や勤務中・通勤の歩行、睡眠、食事など個人の生活実態が把握できる問診データも活用し、リスクに応じた個別指導を実施する。

パナソニック健康保険組合

【取組内容】

19年で検診開始から50周年を迎える伝統と実績をもつ。病院、老人保健施設、看護専門学校等を運営し、被保険者・被扶養者の健康、医療に関することを一手に引き受けている。特定健診、特定保健指導の実施に先立ち、19年度からモデル事業を実施。事業所、労働組合、健保組合が三位一体となり、そこに産業医や保健師などの専門職も加わって推進体制を築いている。

その他、母体事業所の強みを活かし、定期健診の結果を各自が閲覧できるシステムや喫煙と肥満の状態を事業所単位で比較できるシステム、1日の活動量を時系列に計測するシステムなどを開発し保健事業に活用している。

川崎重工業健康保険組合

【取組内容】

被保険者・被扶養者の健康維持・増進を図るため、事業所と連携しつつ様々な保健事業を実施している。具体的には、PR広報宣伝の「インフォメーション・サービス」、指導者の養成・配置等の「リーダーサービス」、フィットネスプログラム、高血糖改善プログラム、健康教室等の「プログラムサービス」、歯科検診、人間ドック等の「ヘルスチェック・システム」の4つの事業を展開している。

○家庭用情報誌「健やかな明日へ」配布

季刊の広報誌に加え、3年に1回、各家庭に健保組合のしくみや保険給付の受け方、また新しい制度の説明等の情報誌を発行し、健保組合の取り組みの周知や、健診制度の周知等を行っている。

○保健指導協議会

特定健診・特定保健指導制度の開始に備え、保健衛生スタッフのいる事業所と健保組合との調整を図る場として、19年11月に「保健指導協議会」を立ち上げた。同協議会では、両者の有機的な連携のもと、特定健診等の効率的な事業実施に向け協議を重ねるとともに、保健事業全体について情報交換、検討の場としている。

【効果】

健康への関心を高めるための広報活動等や受診しやすい環境づくりによって、各種検診受診者や健康教室参加者が増加しており、被保険者、被扶養者の健康の保持・増進につな

がっている。

ワールド健康保険組合

【 取組内容 】

「事業所と一緒に取り組む」ことが成功の哲学と考え、役割分担を明確化し、労働安全衛生法関連は事業所、その他の健診・保健指導等は健保組合が責務を負うことを前提とし、事業所と健保組合が協力・連携しながら種々の事業を実施している。また、『最少の費用で最高のサービス』を実現するために、性差と世代別に分析するなどマーケティング発想で健保組合マネジメントに取り組んでいる。

○健康管理事業推進委員会の設置

事業所の健康管理委員及び健保組合の職員・保健師等で構成され、委員自らが健保組合がまとめた健診結果などのデータを基に、事業所の特性やニーズによる健康づくり活動を企画・立案・推進し、健保組合は企画の段階から、健康管理委員を全面的にサポートしていく。これらの健康づくり活動は、年2回開催される委員会で全委員の投票によって、優秀事業所を選出することで評価を行っている。

○健康を大切にす風土づくり（ポピュレーションアプローチ）

明るいデザインのホームページや広報誌づくり、食堂の机上ポップスタンドへの「食情報」の提示など、事業所と連携しながら多彩な広報活動を行っている他、インセンティブ制度を実施し、被保険者や家族の健康づくり活動への自主的な参加を促すなど、健康づくりの大切さを理解してもらうための普及啓発活動に力をいれている。

【 効 果 】

事業所と健保組合で役割を明確化し、それぞれの事業に集中することで、被保険者の健診受診率・保健指導実施率において100%に近い成果につながっている他、健康管理事業推進委員会における各事業所の健康づくり活動の発表を全委員で評価することにより、事業所間の競争意識喚起につながり、各事業所の自主的な取組姿勢を引き出している。

また、配偶者向け広報活動や巡回健診など受診環境の拡大に力をいれたことにより、被扶養者の健診受診率も25%（13年度）から40%（15年度）に改善した。

健保連 愛媛連合会

【 取組内容 】

国の補助金を活用して「効果的な保健事業の手法等の開発事業」を17～18年度の2カ年にわたって実施。県内健保組合の被保険者・被扶養者を対象に8組合が事業に参加した。17年度は実態調査を実施。参加組合の被保険者・被扶養者のレセプト、健診結果、アンケート結果を集計・分析した。対象者はレセプトで約6万人、健診結果とアンケートで各々約2万人分。18年度は、参加者個々の目標設定から「健康づくり」実践段階へ移行。継続的に参加者を支援し、最後、再度のアセスメントで効果を測った。