

ジェイアールグループ 健康保険組合	保健事業カルテ
事業名	特定健診（被扶養者等）…ご家族向け特定健診・人間ドック（被扶養者等）
背景	各事業主の拠点数が多く、全国に分布している。そのため、加入者も点在している。
対応する健康課題	【特保（被扶養者）】特定健診受診率及び、特定保健指導実施率が低い
	【医療費（50歳以上）】健保全体では50%以上を占め、被保険者では60%以上を占める
	【疾病-生活習慣病（全体）】生活習慣病の医療機関受診率は、40歳を超えると高くなる傾向がある
	【疾病（全体）】生活改善により抑制を見込む疾患、予防・健診により抑制を見込む疾患は、外来医療費の65%以上を占める
事業目標	【重点施策2.特定健診・特定保健指導の推進】 ・被扶養者の生活習慣病リスク把握 ・生活習慣改善、疾病予防 ・後期高齢者支援金減算評価獲得

2021年度

	対象者	方法	体制
2021年度の実施内容	・40歳以上の被保険者等（任意継続者含む）	・人間ドック補助（特定健診項目部分） ・自治体健診（集合B） ・ご家族向け特定健診 ・パート先健診結果送付依頼	・事業主（人間ドック） ・JR健保（人間ドック・ご家族向け特定健診） ・自治体（自治体健診）

指標No.	評価指標	目標値						実績値					
		2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)
アウトカム指標 (成果を測る指標)	1 特定健診実施率（被扶養者等）	55.0%	59.0%	63.0%	51.0%	51.5%	52.0%	49.9%	50.3%	45.6%	算出中	-	-
	2												
	3												

対応する指標No.	分類	やり方の工夫	工夫をした理由	良かった点・苦労した点
1	d.プログラムの質の向上	パート先健診結果送付依頼	・既に健診受診している方の結果を確実に収集し、受診者数の上積みを図りたい	・送付インセンティブをつける（クオカード2000円分）
1	b.行動変容支援	受診勧奨ハガキデザインの全面改訂	・現状健診未受診者に直接アプローチできる方法であり、より効果的な受診勧奨をしたかった	・ナッジを活用し、わかりやすい勧奨ハガキにした ・受診勧奨後、申込者が増えた
1	e.その他	特定健診未受診者へのアンケート（Webのみ、回答数393名（1.77%））	・未申し込みの理由を知り、効果的な対策を模索したかった	・回答者の中から抽選で謝礼を付与 ・現状把握だけでなく、回答者には定期的な健康診断の重要性を伝え、受診についてきっかけ作りもできた ・回答率が低い
1	b.行動変容支援	現職社員で健保アプリに登録しており被扶養者が健診未申し込みである方へメール	・配信無料であり、コストをかけず新しい受診勧奨施策を模索したかった	・家族からの働きかけを活用 ・申込者増加傾向 ・申し込み集中を避けるため、2回に分けて配信（R3年11月、R4年1月）
1	a.意識付け	ご家族向け特定健診、自治体健診についてのご案内を発送	・定期的な受診が必要なことを意識づけさせたかった	・無料で受診できることをアピール ・ご自宅の近くやかかりつけ医で受けることができることをアピール（自治体健診）
1	a.意識付け	ホームページ等で健診制度の詳細を紹介	・定期的な受診が必要なことを意識づけさせたかった	・Web使用できる人が限定されてしまう
1	e.その他	自治体健診（集合B）受診券WEB申し込みの開始	・電話受付業務の軽減、加入者の利便性向上	・受診券申込件数が倍増した
1	e.その他	自治体健診（集合B）受診券電話申し込みの方へのアンケート（①受診券申し込みのきっかけ②ご家族向け特定健診でなく、自治体健診を受ける理由）	・受診者実態把握をし、積極的な受診券の案内等が必要かどうか検討した	・申し込み時に聞き取りを実施するため回答率が高く、自治体健診のニーズを把握することが出来た

指標No.	評価指標	目標値						実績値					
		2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)
アウトプット指標 (実施率を測る指標)	1 受診勧奨の実施	-	-	-	実施	実施	実施	1回 (ハガキ1回)	3回 (ハガキ2回・メール1回)	1回 (ハガキ1回)	3回 (ハガキ2回・メール1回)	-	-
	2 結果データ送付依頼実施	-	-	-	実施	実施	実施	1回 (2017年度アンケートにてパート先で受けたと申告のあった方のみ送付)	1回 (1月受診勧奨ハガキにて)	2回 (受診勧奨ハガキにて1回・医療費通知と一緒に1回)	1回 (1月受診勧奨はがきにて)	-	-

対応する指標No.	分類	やり方の工夫	工夫をした理由	良かった点・苦労した点
1	b.勧奨	受診勧奨のハガキを2回送付（R3年10月・令和4年1月）	・委託会社と調整し、より効果的な時期に発送するため	・申し込み締め切り間近の駆け込み需要を取り込むことが出来た

評価指標の設定、実績値についてのコメント

【健康課題の抽出と事業目標の明確化】
・事業目標が明示されています。第3期データヘルス計画では、被扶養者の生活習慣の特性についても整理すると事業の工夫につながります。

【評価指標（目標値）の設定と実績】
・第3期データヘルス計画では、アウトカム指標に生活習慣改善や疾病予防を測る指標を設定されると、事業の設計に役立ちます。

工夫についてのコメント

【実施率を上げる知見】
・全国に点在する被扶養者の特性や近くで受診したいという意向を踏まえて、健診の体制（契約を含む）を構築されていることがうかがえます。
・被扶養者の健診に対するニーズを電話やアンケートで把握し、それを申込方法など事業の運用に生かしています。こういった知見を明文化し、引き継いでいくことは有用です。
・既に様々な工夫を実践されているので、それぞれの取組でどのような効果があったか否かを実績値で確認すると、今後の判断につながります。

【その他の知見】
・事業主が注力しているウォーキングイベントを支援する機能を有する健保アプリの活用は有用です（70%の登録参加率）。今後もコラボヘルスを推進しながら、家族の健康増進という観点から事業設計をすることが実施率向上につながると考えられます。