

STEP 3 保健事業の実施計画

事業全体の目的

医療費の適正化を目指し、健康意識を高めるとともに、生活習慣病の発症・重症化予防やがんの早期発見・治療を推進していく。

事業全体の目標

被扶養者の健診受診率を50%、特定保健指導の実施率を30%、がん検診の受診率を50%、ヘルスアップキャンペーンの参加率80%を目指していく。

事業の一覧

職場環境の整備

加入者への意識づけ

保健指導宣伝	加入者とのコミュニケーション強化によるヘルスリテラシー向上
--------	-------------------------------

個別の事業

特定健康診査事業	特定健診受診率向上と健診データの活用
特定保健指導事業	特定保健指導
保健指導宣伝	ジェネリック利用促進通知
疾病予防	がん検診（婦人科含む）の受診率向上による早期発見・治療
疾病予防	生活習慣病重症化予防
疾病予防	ヘルスアップキャンペーンの実施（生活習慣見直し）
疾病予防	インフルエンザ予防接種

※事業は予算科目順に並び替えて表示されています。

予算科目	注1) 事業分類	新規既存	注2) 事業名	対象者				注3) 実施主体	注4) プロセス分類	実施方法	注5) ストラクチャー分類	実施体制	外部委託先	予算額(千円)	実施計画	事業目標	健康課題との関連
				対象事業所	性別	年齢	対象者										
アウトプット指標										アウトカム指標							

職場環境の整備

加入者への意識づけ

保健指導宣伝	2,5	既存	加入者とのコミュニケーション強化によるヘルスリテラシー向上	全て	男女	16～(上限なし)	加入者全員	1	ア,エ,ケ	①健保だより(機関誌)発行、HPの活用、各種通知の発送(健康年齢等)、ICTを活用した接点(メール等)を活用し、加入者にタイムリーな情報発信をし、ヘルスリテラシー向上につとめる。 ②健康年齢通知の発送により自分の健康状態を意識させ、ヘルスリテラシーを高める。	ア,サ,ス	健保だより、各種通知での折込情報(パンフ)、ヘルスアップキャンペーンのサイトメッセージ機能等による加入者へのアプローチ手段の構築および将来に向けてシステム導入も検討していく。	株式会社保健同人フロンティア	6,300	①「健保だより」の年2回発行。電子版配信。2,400千円 ②健康年齢通知を紙からアプリ変更の推進 ※通知2,900千円 対象者へのアプリ案内費用1,000千円 ③i-QP(グループグループ情報発信サイト)での情報発信による保健事業の認知啓発 ④新HPの機能活用し、より多くの人に見てもらえる情報発信の模索	①加入者への直接アプローチの手段を増やし加入者とのコミュニケーションを図り、保健事業の周知徹底を図る。②加入者の興味を引く健康情報を発信し、ヘルスリテラシーのアップを図る。	ヘルスリテラシーの向上
機関誌の活用(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：2回)④健保だよりの年2回の発行。けんぽ ②電子化による健保から直接の配信を実施。 ③がん検診リーフレットの折込 ③①、②へHPサイトのQRコードをつけHPへの誘導し、保健事業の啓発および理解の促進を図る。										ホームページアクセス数(【実績値】 12,302回/毎月以上 【目標値】 令和5年度：10,000回/毎月以上)HPの全体アクセス数への情報発信の効果を検証する。保健事業の認知。ヘルスリテラシー向上のアウトカムは、アクセス数で固定せず。今後も検討を継続する。							
健康年齢通知の発行(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：1切替)①健康年齢通知(紙)の配信 ②健康年齢通知の紙からアプリへの変更の準備。2024年度分より紙を廃止。目標値 切替が確定している。⇒2024年度目標よりPePUp(アプリ)登録率に変更する																	
健康情報の発信(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：12回)①HPのお知らせ欄の活用とアクセス状況の把握 ②外部コンテンツの活用(iQP等)の実践 ※外部の発信ではHPのQRコードを必ず掲載し、HPへ誘導する。 目標値 発信回数 月1回																	

個別の事業

特定健康診査事業	3	既存(法定)	特定健診受診率向上と健診データの活用	全て	男女	40～74	被保険者,被扶養者,任意継続者	3	ア,エ,カ,キ,ケ,シ	①被保険者：事業主との連携強化のため、データ共有と打ち合わせの実施 ②被扶養者(配偶者)：受診勧奨の強化	ア,コ,サ	①被保険者：事業主のき定期健診データを共有。データをまとめて事業主と共有し健康指標に活用 ②被扶養者：けんぽ共同健診を中心に配偶者の受診率をアップ	株式会社イーウェル	4,600	(被扶養者) ①共同健診受診者の傾向分析 ②共同健診システムの機能活用による勧奨強化(傾向をもとに対策)(データ活用) ①事業所別の状況をまとめて、配信 ②生活習慣リスクを事業所担当者と共有し、特定保健指導・重症化予防の強化を図る。	・被扶養者の特定健診の実施率を上げ、全体の受診率アップと健診結果を有効活用し健康維持・増進に役立てる。	被保険者の特定健診受診率の向上 被扶養者の特定健診受診率の向上
被扶養者への勧奨(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：10回)①案内冊子 1回/年 ②けんぽ共同健診のシステムでハガキ・メッセージ配信 4回 ②機関誌、HP等 5回										特定健診受診率(【実績値】 72.5% 【目標値】 令和5年度：90%)被保険者と被扶養者合計 ※被保険者は現状維持97%以上							
データ活用による情報発信(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：20回)※グループの健康状態をわかりやすく見える化する ①月報 12回 ②健康経営認定レポート支援 5事業所 ③事業所への個別対応										健康レポート配布(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：1回)・事業所別に健康レポートを作成し、配布する。 ※レセデータも含めて、加入者の興味を引くデータの見せる化をしていく。							

特定保健指導事業	4	既存(法定)	特定保健指導	全て	男女	40～74	基準該当者	1	エ,オ,ク,ケ,コ	①委託会社ごとの実施状況の見えるかと実施方法・委託先の見直し ②特定保健指導内容の周知(HP、健保委員会、委託会社による説明会) ③事業主との協働強化(労務部・事業所担当者)	ア,イ,コ,サ,ス	①(現状)特定保健指導対象者名簿を事業所に渡して、事業所が対象者へ保健指導についての説明及び意思確認を行う。また、面談までの運用は、事業所主体で実施 ②(見直し案)特定保健指導対象者を事業所に連絡後、委託会社と事業所担当者で実施スケジュールを調整してもらう。健保組合は、実施状況、進捗管理を担当。 ③被扶養者の特定保健指導の仕組みづくり	SOMPOヘルスサポート株式会社、株式会社ベネフィット・ワン、株式会社保健支援センター	12,100	①委託先の見直し(新規の採用) ※対象者がやりたくなるプログラム ②特定保健指導の認知啓発(情報発信) ③実施状況の発信(報告内容見直し) ④被扶養者特定保健指導開始	特定保健指導の実施率を上げることで対象者を減らす生活習慣病の重症者数を減らし、医療費適正化	特定保健指導の達成率向上
特定保健指導実施率(【実績値】 10.5% 【目標値】 令和5年度：20%)特定保健指導実施率(終了率)										内臓脂肪症候群該当者割合(【実績値】 14.0% 【目標値】 令和5年度：12.5%)共通評価指標							
										特定保健指導対象者割合(【実績値】 26.9% 【目標値】 令和5年度：18.5%)共通評価指標							
										特定保健指導対象者減少率(【実績値】 22.1% 【目標値】 令和5年度：30.0%)共通評価指標							

保健指導宣伝	7	既存	ジェネリック利用促進通知	全て	男女	18～74	基準該当者	1	キ,ク	①ジェネリックの認知啓発のため、健保だより、ICTを活用した直接アプローチ。 ②転換率の低い年代に対して差額通知送付による意識付けと行動変容の促進。	オ	①一定条件で該当者を抽出し、差額通知を送付(年1回)。委託会社が作成する効果検証レポートをもとに、次回の対象者抽出条件およびアプローチ方法を検討。(PDCAの構築)	株式会社エム・エイチ・アイ	500	■該当者を抽出し、差額通知送付を継続 ■抽出条件の検討 ■最適なアプローチ手法での認知啓発の実施。(被保険者・被扶養者両方)	ジェネリックの転換率向上(2020年度80%達成) 医療費適正化に繋げる	後発医薬品の転換率向上(2020年度80%の達成)
利用促進通知(【実績値】 1回 【目標値】 令和5年度：1回)利用促進通知 1回/年										転換率(【実績値】 72% 【目標値】 令和5年度：80%)国の目標数値が変更になった場合、アウトカム見直しを実施する。2022年度数量ベース86%で達成済。第3期に向け改善金額のアウトカムを検討する。							

予算科目	注1) 事業分類	新規既存	注2) 事業名	対象者				注3) 実施主体	注4) プロセス分類	実施方法	注5) ストラクチャー分類	実施体制	外部委託先	予算額(千円)	実施計画	事業目標	健康課題との関連
				対象事業所	性別	年齢	対象者										
アウトプット指標														アウトカム指標			
認知啓発アプローチ(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：3回/年)①健保だよりでの記事配信(年1回) ②HP等ICTを活用したメッセージ配信																	
疾病予防	3	既存	がん検診(婦人科含む)の受診率向上による早期発見・治療	全て	男女	20～74	基準該当者	3	ウ,オ,サ,シ	【被保険者】 ■事業主(労務部)との定期的な打ち合わせ実施。事業主と協同でがん検診の受診勧奨を強化 ■定期健診とがん検診の同時受診による受診率向上に向けて、定期健診を実施する健診機関との新規契約 ■がん検診結果のデータ化により、事業主の健診データベースから各事業所で検診結果の間覧ができ、二次検診の受診勧奨および検診受診者管理を可能にする。 【被扶養者である配偶者】 ■けんぼ共同健診の案内冊子にがん検診の受診勧奨パンフレットを同封	ア,イ,エ,キ,コ,サ	【被保険者】 ■単独がん検診(胃がん、大腸がん、腹部超音波検査)、婦人科検診(乳がん・子宮がん検査)、前立腺がん検査、人間ドック、生活習慣病健診の各種健診補助体制の構築 ■健診機関との新規契約・契約更新 【被扶養者である配偶者】 ■けんぼ共同健診での基本健診のオプション受診と検診補助 ■けんぼ共同健診以外での婦人科検診補助	外部委託しない	104,480	①がん検診(補助金)の周知徹底と受診勧奨強化。 ②がん検診システムの稼働により受診(予約)状況把握できるようにすることで、現場での受診勧奨を強化する。 ③現場の声を聴き、がん検診が受診しやすい環境を整備する。*契約医療機関の見直し、定健同時受診の強化等 ④将来に向けたがん検診補助金制度の見直し *検診種、補助金	誰もが受診しやすい環境を整え、がんの早期発見・早期治療を促し、QOLの維持と医療費適正化	がん検診の受診率向上
がん検診の周知・勧奨強化(【実績値】 2回 【目標値】 令和5年度：4回)勧奨パンフ・ポスターの配布(年2回)、健保だより記事(年1回)、ICTでの配信(事業主連動)																	
受診率データの作成発信(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：12回)事業所別の受診状況をまとめ、担当者と共に受診率アップ策を検討																	
4	既存		生活習慣病重症化予防	全て	男女	18～74	加入者全員,基準該当者	3	キ,ク,ケ	①ウェル・ビーイング社コンサル(健保連サポート事業)の実施 ②対象者選定、アプローチ、効果検証の重症化予防の手法を構築し、回復と進行防止をする。 ③重症化患者を減らし、医療費増加を防ぐ。	ア,イ,サ	①対象者にリスクを自覚させるための「からだつうしんぼ」の発送。 ②「からだつうしんぼ」発送による医療費増加防止の効果検証の仕組み(ノウハウ)をつくる。	株式会社ウェル・ビーイング	4,200	①定期健診結果の結果、生活習慣病要治療となった方へ、「カラダつうしんぼ」を配布し受診勧奨。 ②配布後の受診状況をレセから確認し、効果を確認。 ③未受診者への再勧奨、改善・維持状況、療費ベースの成果等の検証方法の検討を第3期に向けて検討する。 一例) 産業医判定の要治療者との連携、対象者の医療費や重症化疾患の医療費の推移確認	・生活習慣病段階での早期治療により重症化を阻止し、罹患患者数の減少により生活習慣病の医療費の抑制を図る。 ・治療により、重症化を阻止し、生産性およびQOLを維持する。	生活習慣病重症化対策
配布回数(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：22回/年)・定期健診結果でリスクポイント10以上(要治療)を対象にカラダつうしんぼを配布。																	
2,5	既存		ヘルスアップキャンペーンの実施(生活習慣見直し)	全て	男女	16～74	基準該当者	1	ア,エ,ケ	①ICTを活用し、参加者がいつでも記録がつけられるようにする。 ②途中経過(参加率、歩数、チーム成績等)を都度配信し、モチベーションを維持。 ③日記・メッセージ機能を活用し、参加意識をアップさせる。 ④データを集計しPDCAを回し、生活習慣改善の効果検証ができるような仕組みをつくる。(現状は実施のみ)	ア,コ	①WEB専用サイトを構築し、年1回実施 ②食生活・運動・日常生活の21コースから2つ選択し、達成者へインセンティブを贈呈 ③参加者データを集計し、定期的に事業所担当者に配信。 ④メッセージ機能を活用した、情報発信の実施。	株式会社法研	6,600	①前年データを活用し、システムの見直し・コースの追加(サラダファーストコース)・食・運動4コースの1つは必須選択とし、達成難度をアップ・前年課題の解決 ②参加勧奨の強化(特にweb参加) ③健康経営との協働による企画検討 ④参加者への最適な情報発信の実践	ヘルスアップキャンペーンの参加率上昇により、生活習慣を改善するきっかけづくりをする。(自身の生活習慣を意識させる)	ヘルスアップキャンペーンの参加率向上
web参加率(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：70%)web参加者構成比。 R4(2020)年度 70% ⇒ 2022年度 71% *参加率アップアップすると構成比が下がる傾向あり。*第3期アウトプットの要検討																	
情報発信(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：30件)①記録データ発信：参加率(参加締切まで)、歩数ランキング、チームランキング等を配信 ②情報発信：健康情報、保健事業企画(卒煙プログラム、エクササイズ)等を配信																	
3	既存		インフルエンザ予防接種	全て	男女	0～74	加入者全員	1	エ,ケ	①団体接種実施の推奨(事業所との連携) ②補助金請求方法の見直しによる加入者負担の軽減	ア,サ	①1回の接種につき2,000円の補助 ②補助回数 15歳以下 年2回、16歳以上 年1回 ③補助金請求システム導入検討(紙からICTへ)	外部委託しない	14,400	①団体接種の事業所別状況の把握 ②団体接種の推奨(未実施事業所毎に推奨) ③シーズン前に接種勧奨の実施 ④予防接種効果の見える化による勧奨	インフルエンザ発症の減少による医療費適正化 予防接種の接種体制の構築	インフルエンザ予防接種率向上
団体接種率(【実績値】 62.8% 【目標値】 令和5年度：55%)被保険者の団体接種率の向上(団体接種者数÷接種者数×100) *第3期では単位を要検討。実施部署数等																	
情報発信(【実績値】 - 【目標値】 令和5年度：10件)・受診状況の発信 年度報告(受診率、罹患状況) *接種開始前(9～10月) ・接種勧奨 機関誌、HP、けんぼ通信(事業所担当者へのメール)																	

注1) 1. 職場環境の整備 2. 加入者への意識づけ 3. 健康診査 4. 保健指導・受診勧奨 5. 健康教育 6. 健康相談 7. 後発医薬品の使用促進 8. その他の事業

注2) 事業名の後に「*」がついている事業は共同事業を指しています。

注3) 1. 健保組合 2. 事業主が主体で保健事業の一部としても活用 3. 健保組合と事業主との共同事業

注4) ア. 加入者等へのインセンティブを付与 イ. 受診状況の確認(要医療者・要精密検査者の医療機関受診状況) ウ. 受診状況の確認(がん検診・歯科健診の受診状況) エ. ICTの活用(情報作成又は情報提供でのICT活用など) オ. 専門職による対面での健診結果の説明 カ. 他の保険者と共同で集計データを持ち寄って分析を実施
キ. 定量的な効果検証の実施 ク. 対象者の抽出(優先順位づけ、事業所の選定など) ケ. 参加の促進(選択制、事業主の協力、参加状況のモニタリング、環境整備) コ. 健診当日の面談実施・健診受診の動線活用 サ. 保険者以外が実施したがん検診のデータを活用 シ. 事業主と健康課題を共有 ス. その他

予算科目	注1) 事業分類	新規/既存	注2) 事業名	対象者				注3) 実施主体	注4) プロセス分類	実施方法	注5) ストラクチャー分類	実施体制	外部委託先	予算額(千円)	実施計画	事業目標	健康課題との関連
				対象事業所	性別	年齢	対象者										
アウトプット指標										アウトカム指標							

注5) ア. 事業主との連携体制の構築 イ. 産業医または産業保健師との連携体制の構築 ウ. 専門職との連携体制の構築（産業医・産業保健師を除く） エ. 他の保険者との共同事業 オ. 他の保険者との健診データの連携体制の構築 カ. 自治体との連携体制の構築 キ. 医療機関・健診機関との連携体制の構築 ク. 保険者協議会との連携体制の構築
 ケ. その他の団体との連携体制の構築 コ. 就業時間内も実施可（事業主と合意） サ. 運営マニュアルの整備（業務フローの整理） シ. 人材確保・教育（ケースカンファレンス/ライブラリーの設置） ス. その他