


ポピュレーションアプローチのアウトカム評価～医療保険者の視点から～			
ガイドラインステップ	キーワード (6つ以内)	・ポピュレーションアプローチ ・アウトカム評価 ・インセンティブ	・予防活動 ・ ・
9			
改善・取組みの背景と課題	平成 27 年の医療保険制度改革において、医療保険者が行う保健事業として、よりインセンティブの高い取り組みを推進していくことが示され、そのガイドラインの策定が行われている。当健保では、一年間医療機関を受診しなかった方を表彰する「健康者表彰」を以前から実施していたが、平成 21 年より健康づくりへの取り組みとその成果を称えるとともに、組合員の健康意識高揚を促すために「健康 MVP 表彰」を創設した。その活動内容と効果を報告する。		
改善・取組みの着眼点	一年間医療機関を受診しなかった方が本当に健康かどうかは疑問であり、「健康者表彰」が若年者に偏る傾向であった。また、健診後の保健指導ではマンパワーの問題もありハイリスク者が優先されるため、自ら健康づくりをして改善された方を表彰するアウトカム評価のできる仕組みを創設した。		
改善・取組みの概要	<p><応募要項>下記の条件で募集</p> <p>① 組合員で健康づくりに取り組み、何らかの改善が見られた（自薦）</p> <p>② 保健師が健診結果の年度比較において、体重が 10%以上減少している方（健保推薦）</p> <p><選考></p> <p>応募された中から健保理事長・常務理事・事務長・統括産業医・保健師で構成された選考委員会にて最優秀賞 1 名、優秀賞 2 名の受賞者を選考し決定する。その他、平成 22 年より病気等ではなく努力して取り組み前の体重より 10%以上スリムになった方をドリム賞として受賞者を選出している。</p> <p><表彰式></p> <p>母体企業のグローバル安全防災大会にて健保理事長より副賞を添えて表彰を行う。</p>		

<p>写真・図表・イラスト</p>	<p>毎年母体企業のグローバル安全防災大会で改善内容が英語・中国語で同時通訳され、改善内容のすごさに会場よりどよめきが起こります。</p> <p><最優秀賞改善内容>【体重】-30kg 【腹囲】-21.5cm 【体脂肪率】-20% 【健診結果】血圧、脂質代謝改善</p> 		
<p>効果</p>	<p>健康 MVP の応募者数は、平成 21 年 6 名、平成 22 年 116 名、平成 23 年 113 名、平成 24 年 110 名、平成 25 年 197 名、平成 26 年 197 名、平成 27 年 217 名と増加傾向にある。また、ドリム賞の表彰人数は、平成 22 年 23 名、平成 23 年 17 名、平成 24 年 25 名、平成 25 年 26 名、平成 26 年 22 名、平成 27 年 35 名である。ドリム賞受賞者の医療費と健康診断時の問診の自覚症状項目数をそれぞれ前年度と当該年度で比較してみました。平成 26 年受賞者し前後比較ができた 22 名について分析したところ、医療費の減少率は 52.6%、自覚症状項目数の減少率は 12.1%であった。</p>		
<p>この GPS の経験から学ぶことができるポイント</p>	<p>医療保険者としては目先のハイリスク者に注目しがちであるが、中長期的な視点に立つとポピュレーションアプローチの有用性が高いことに今回気づき、表彰制度というインセンティブを付与することによって、医療費の改善や健康度の向上を図ることができる可能性が示された。今後も個人の積極的な健康づくりを推進すべく、より効果の高いインセンティブを検討し、医療保険者としてのアウトカムを意識しつつ保健事業を推進していきたい。これらの情報は、健保ホームページやけんぽたよりも掲載して、啓蒙活動に活かしています。</p>		
<p>参考資料</p>	<p>個人の予防・健康づくりに向けたインセンティブを提供する取組に係るガイドラインについて(厚労省)</p>		
<p>投稿者</p>	<p>中根 弥枝</p>	<p>e-mail</p>	<p>2016 年 12 月 22 日</p>