

令和6年度 支部事業計画・支部保険者機能強化予算の 事前意見聴取について

1. 協会けんぽの事業計画の体系

保険者機能強化アクションプラン

○協会けんぽ全体の3か年の中期的な運営方針

プラン終了時（3年後）を見据えたKPIを設定

3か年の中期的な運営方針をもとに、単年度での事業計画を策定

本部

事業計画（協会けんぽ全体）

○単年度での事業計画

単年度のKPIを設定

事業計画（協会けんぽ全体）をベースに、支部ごとの課題を踏まえた事業計画を策定

支部

事業計画（支部ごと）

○単年度での事業計画

単年度のKPIを設定

事業計画（支部ごと）

○単年度での事業計画

単年度のKPIを設定

.....

事業計画（支部ごと）

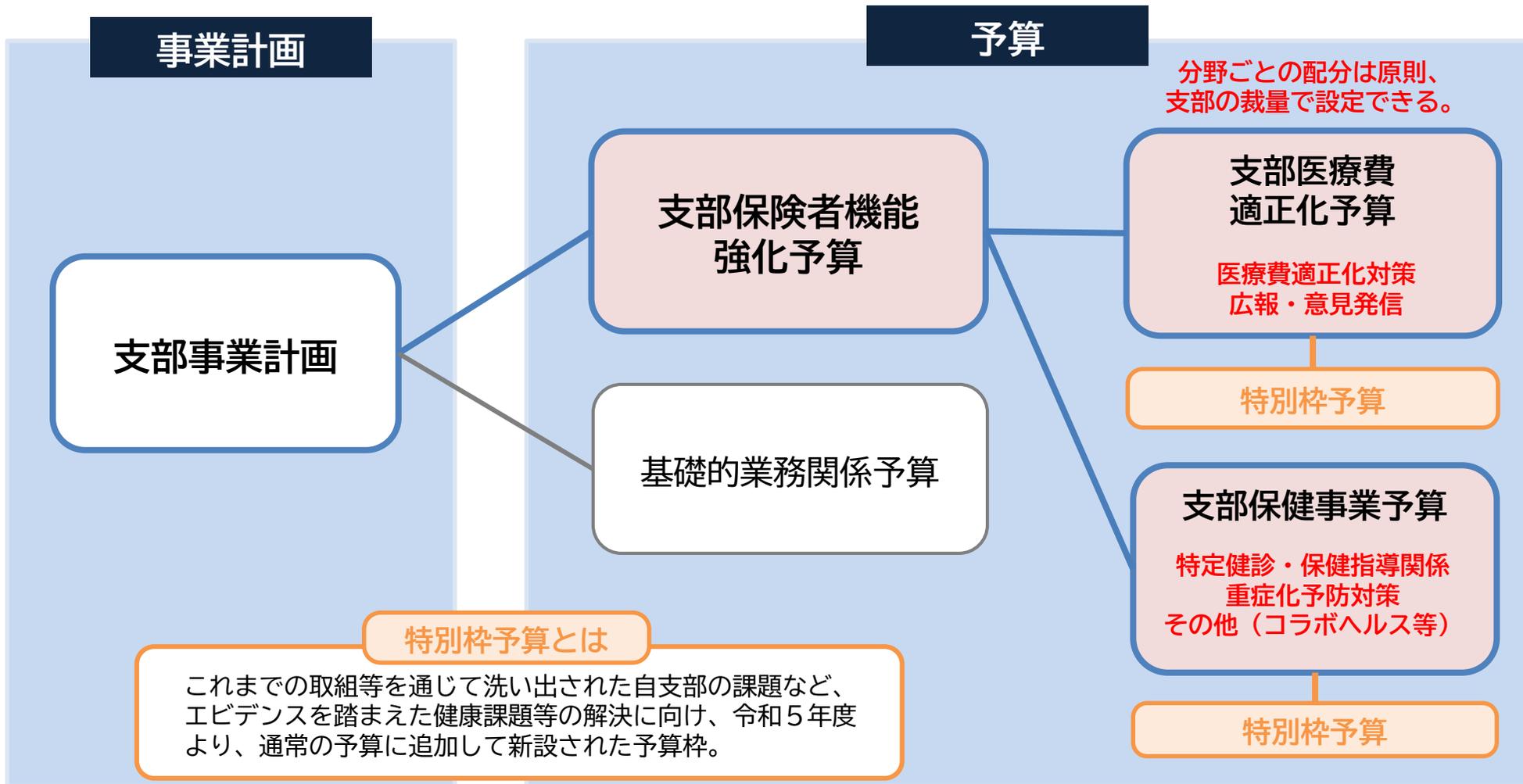
○単年度での事業計画

単年度のKPIを設定

2. 支部保険者機能強化予算について

●支部保険者機能強化予算とは

中長期的な財政運営という観点も踏まえて、協会の将来的な医療費の節減につなげていくことを目的に、医療費適正化や健康づくり等の保険者機能を発揮・強化する取り組みを実施する場合に計上する経費



【参考】令和5年度予算

①支部医療費適正化等予算

(単位：千円)

分野	区分	事業名	経費(詳細)	経費
医療費適正化対策 経費	企画部門	【継続】医療機関に対するジェネリック医薬品使用状況等の情報提供	602	1,668
		【継続】ジェネリック医薬品使用促進セミナー(動画作成)の実施	654	
		【継続】自治体との共同事業を見据えた地域の健康課題の分析	412	
	小 計		1,668	1,668
広報・意見発信経費	紙媒体による広報	【継続】月次で県内全加入事業所に送付する納入告知書に同封する 広報誌「協会けんぽしが」	1,030	2,596
		【継続】制度の周知用のリーフレット(任継・限度額適用認定証セット)	634	
		【新規】協会けんぽガイドブックの印刷	858	
		【新規】協会けんぽガイダンスの印刷	74	
	その他の広報	【継続】メディア及びWEBを活用したインセンティブ制度の広報の実施	2,777	6,099
		【継続】WEBを活用した医療費適正化の広報の実施	2,772	
		【継続】子ども医療費等の適正化に向けたハンドブックへの広報記事掲載	220	
		【継続】健康保険証の正しい使い方に関する周知広報	330	
小 計		8,695	8,695	
合 計			10,363	10,363

②支部保健事業予算

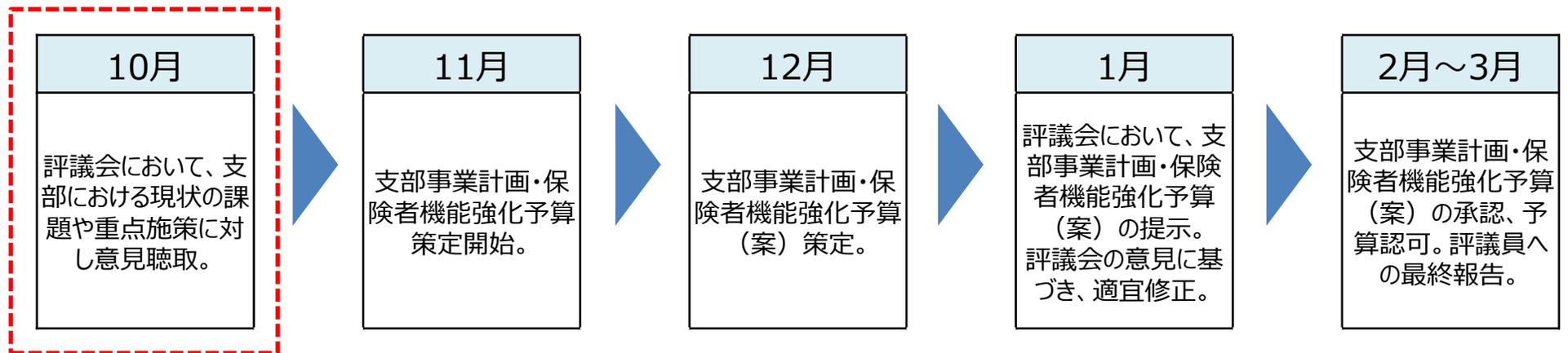
(単位：千円)

分野	区分	事業名	経費(詳細)	経費
健診経費	事業者健診の結果データ取得	【継続】健診実施未確認事業所への電話勧奨及び紙媒体で提供された事業者健診結果のパンチ業務委託	1,187	21,948
	集団健診	【継続】協会主催の集団健診の実施(被扶養者)	12,628	
	健診推進経費	【継続】生活習慣病予防健診、事業者健診データ取得	6,182	
	健診受診勧奨等経費	【継続】健診受診勧奨(年次案内)	1,368	
		【継続】健診受診勧奨(はじめての健診案内)	220	
		【継続】健診受診勧奨(DMIによる勧奨・小規模事業所)	363	
保健指導経費	保健指導利用勧奨経費	【継続】特定保健指導の受診勧奨(事業所・被保険者 リーフレット作成)	374	1,392
		【継続】健康ファイルを活用した特定保健指導の書類管理及び満足度向上	385	
	保健指導推進経費その他	【継続】前年度実績超過分を報奨金の対象とする実施機関	633	
重症化予防事業経費	未治療者受診勧奨	【継続】未治療者に対する二次勧奨の実施(リーフレット作製)	108	381
	重症化予防対策	【継続】糖尿病性腎症重症化予防対策事業(パンフレット作製)	22	
		【継続】ポスター作製	251	
コラボヘルス経費	コラボヘルス事業	【継続】血管年齢測定器等の健康測定機器の貸出	2,388	9,900
		【継続】健康づくりに関する好事例集の作成	1,144	
		【継続】健康経営セミナーの開催	956	
		【継続】健康アクション宣言事業所を対象とした健康情報誌の提供	1,003	
		【継続】健康アクション宣言事業所の拡大に係る広報物の作成及び電話勧奨業務委託	1,409	
		【継続】健康づくり講座(健康教室)の実施	3,000	
その他の経費	その他の保健事業	【継続】自治体等との連携による健康行動の意識啓発(健康推進アプリ BIWA-TEKUの運用)	232	507
		【継続】自治体(11市町)との連携による健診受診啓発(ラッピング電車・バス後部広告)	275	
合 計			34,128	34,128

3. 支部事業計画・予算策定に関するスケジュールについて

- ・支部における現状の課題や重点施策を取りまとめた「現状評価・課題・重点施策シート」を各支部で作成し、10月の評議会で意見聴取を実施。その結果を踏まえ、11月より支部事業計画・保険者機能強化予算策定を開始。
- ・12月下旬までに支部事業計画・保険者機能強化予算（案）を策定、1月評議会に提示し、評議会の意見を基に適宜修正等を行い、3月に確定する。
- ・支部の現状の課題や重点施策について、本部・支部が認識を共有し、協力して課題解決に取り組むことで、更なる保険者機能の発揮に繋げることとしている。

●10月以降のスケジュール



4. 滋賀支部の課題・重点施策について

○課題シート

①	<p>◎ 診療時間外受診が多い</p> <ul style="list-style-type: none">・加入者1人当たりの診療時間外受診の算定回数が全国平均より多い。・初診より再診の診療時間外受診が多く、緊急ではないケースが含まれると考えられる。・直近3年間の数値（地域差指数-1）に大きな変化もなく、改善の傾向がみられない。 <p>【2022年度 地域差指数-1】 初診 0.239（全国 43位） ・ 再診 0.366（全国 42位） 【2021年度 地域差指数-1】 初診 0.228（全国 42位） ・ 再診 0.367（全国 42位） 【2020年度 地域差指数-1】 初診 0.245（全国 42位） ・ 再診 0.407（全国 43位）</p>
②	<p>◎ 健診時の問診結果において、睡眠の指標が全国下位となっている</p> <ul style="list-style-type: none">・「睡眠で休養が取れていない者」の割合が全国平均より高い。・直近3年間の数値（地域差指数-1）に大きな変化もなく、改善の傾向がみられない。 <p>【2022年度 地域差指数-1】 睡眠 0.078（全国 43位） 【2021年度 地域差指数-1】 睡眠 0.084（全国 44位） 【2020年度 地域差指数-1】 睡眠 0.063（全国 40位）</p>
③	<p>◎ 全被保険者に占める健康保険委員が委嘱されている事業所の被保険者の割合（被保険者カバー率）が全国下位となっている</p> <p>【2022年度 KPI 47.0%】 実績 43.2%（全国 43位） 【2021年度 KPI 46.0%】 実績 41.1%（全国 43位） 【2020年度 KPI 42.0%】 実績 43.0%（全国 38位）</p>

（*）「地域差指数－1」について …… 全国平均と比較した場合の高低を見ることができます。

地域差指数－1とは、医療費等の地域差を表す指標として、1人当たり医療費等について、年齢調整し、全国平均を「0」として数値化したものであり、0より大きい数値であれば全国平均より高い水準にあり、0より小さい数値であれば全国平均より低い水準にあることを示しています。

（協会けんぽ本部にて算出）

これまでの取組と評価

【これまでの取組】

- 定期広報誌や健康保険委員向けの広報誌を活用し、診療時間外受診に関する周知広報を実施した。
- 地元メディアを活用し、診療時間外受診に関するテレビCMを放映（25回）。緊急時以外は平日昼間の受診を勧める広報を実施した。
- 診療時間外受診に関するショート動画を作成。YouTubeチャンネルへアップするとともに、各種広報媒体に当動画へリンクするQRコードを掲載し、周知広報を実施。また、過去に作成した動画を活用したWeb広報（YouTubeインフィード広告）も実施した。
（ショート動画視聴回数：4,214回 / YouTubeインフィード広告：表示回数 1,456,727回、クリック回数 18,534回）

【取り組みに関する評価】

- 動画の視聴回数や、Web広告の表示回数及びクリック回数より、一定の広報効果があったと考えられるが、診療時間外受診の算定回数は高止まりしており、加入者へ情報が届いているか等の検証や、新たな施策の検討が必要。

今後の重点施策（案）

【メディア等を活用した診療時間外受診に係る広報の継続】

- これまでの取組結果より、動画を活用したWeb広告の視聴回数は一定数あり、広報ツールとしては有効と思われるが、診療時間外受診の算定回数は高止まりしている状況にある。よって、今後は動画のみならず、各種メディアを複合的に組み合わせた広報をキャンペーン的に実施するなどの手法を検討し実施する。また、広報の効果検証についても、アンケートを取るなどして、加入者の声を今後の事業に反映できるよう工夫する。

【要因分析による効果的事業の検討】

- より効果的に事業を実施するため、診療時間外受診が多い要因について、年齢や地域など様々な角度から分析を行う。

【検証方法】

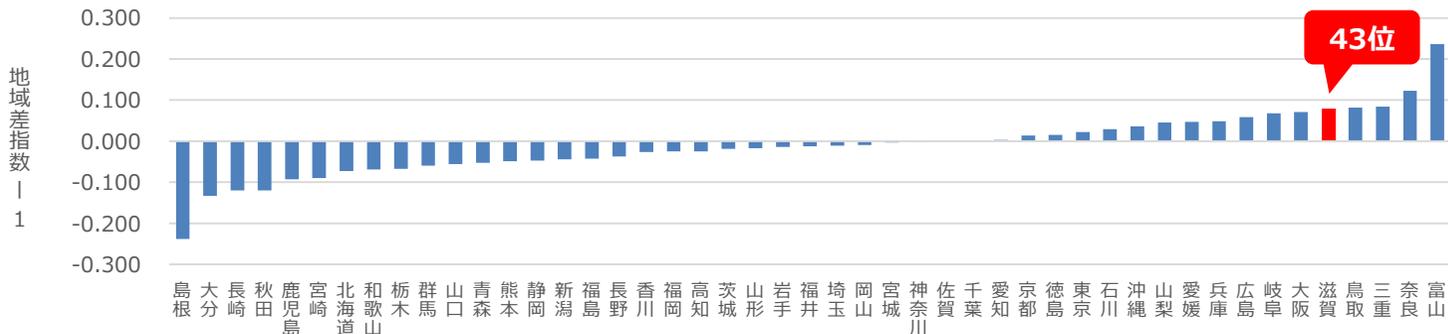
- アンケート等を実施し、協会けんぽの広報に関する意見聴取を行う。
- 今後の診療時間外受診の算定回数の推移を確認し、効果が出ているかの検証を行う。

課題②

◎ 健診時の問診結果において、睡眠の指標が全国下位となっている

現 状

睡眠で休養が取れていない者の割合 地域差指数-1 (2022)



地域差指数-1	
2022年度	0.078 (全国 43位)
2021年度	0.084 (全国 44位)
2020年度	0.063 (全国 40位)

課 題

- ・「睡眠で休養が取れていない者」の割合が全国平均より高い。
- ・直近3年間の数値（地域差指数-1）に大きな変化もなく、改善の傾向がみられない。

これまでの取組と評価

【これまでの取組】

- 健康教室（無料の健康講座）を実施。講座の中には睡眠に関するものもあり、事業所を通じた健康づくり事業に寄与している。
健康教室開催件数（直近3年分）：令和3年度 67回、令和4年度 84回、令和5年度 86回（9月末）
※件数には運動・睡眠以外の講座も含む
- 令和5年2月に開催した健康経営セミナーにおいて、睡眠との関連も深いメンタルヘルスに関する講演を実施。（参加者：60名）
- 令和5年8月に開催した健康経営オンラインセミナーを機に、睡眠との関連も深いメンタルヘルスの分野に関し知見のある、滋賀産業保健総合支援センターとの関係構築に至る。セミナーでの講演や広報に関する協力を行っている。

【取り組みに関する評価】

- 過去3年の「睡眠で休養が取れていない者」の割合は高止まりしており、睡眠に関しては増加傾向にある。
事業実施による効果検証や、睡眠に特化した取り組みを実施していく必要がある。

今後の重点施策（案）

【睡眠に関する情報提供および広報の強化】

- 支部の定期広報誌等を通じた睡眠に関する情報提供を強化する。広報の実施に当たっては、健康経営と絡めた睡眠に関する取組を紹介する内容とするなど、これらへの取組が従業員の健康や生産性の向上、健康経営優良法人の認定へつながること等を強調し、事業所として取り組むメリットを押し出したものとする。
- 引き続き健康教室事業を実施し、睡眠に関する講座の利用を促す。
- 滋賀産業保健総合支援センターとの連携を強化し、睡眠と関連の深いメンタルヘルス分野に関する広報やセミナー講演等を通じた情報提供を行う。

【要因分析による効果的事業の検討】

- 年齢層や業種等に特徴が無いか問診データの分析を行い、ターゲットを絞った広報についても検討する。

【検証方法】

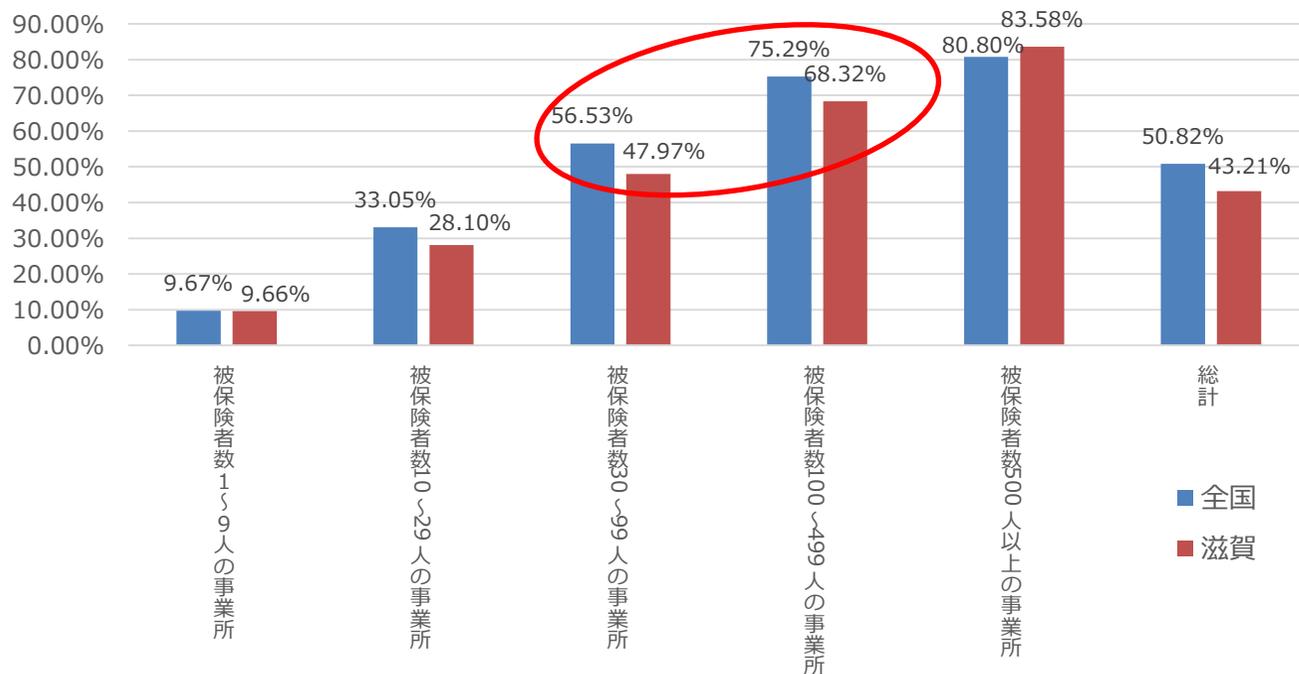
- 問診結果より「睡眠で休養が取れていない者」の割合の経年推移を確認する。
- 宣言事業の登録数。

課題③

◎ 全被保険者に占める健康保険委員が委嘱されている事業所の被保険者の割合（被保険者カバー率）が全国下位となっている

現 状

事業所規模別 被保険者カバー率（2022）



被保険者カバー率	
2022年度 KPI 47.0%	43.2%（全国 43位）
2021年度 KPI 46.0%	41.1%（全国 43位）
2020年度 KPI 42.0%	43.0%（全国 38位）

課 題

・事業所の規模別では、特に、30名～99名、100名～499名の規模で全国値より割合が低くなっている。

これまでの取組と評価

【これまでの取組】

- 健康保険委員未登録事業所、新規適用事業所に対し、勸奨文書を送付。
- 健康アクション宣言登録時に、担当者を健康保険委員に登録。
- 健康測定機器貸出申込時に、担当者を健康保険委員に登録。
- 被保険者100名以上の大規模事業所に対し、幹部職員が訪問の上、登録勸奨を実施。
- 被保険者100名までの中規模事業所に対し、支部長名での文書勸奨を実施。

【取り組みに関する評価】

- 登録者数 2,664名、被保険者カバー率 43.7%（令和5年6月末時点）
- 大中規模事業所への訪問勸奨や文書勸奨により、委員の登録数は増加しているが、KPI（47.0%）達成に向けては、約7,000名の被保険者をカバーする必要がある。よって、カバー率向上にあたっては、引き続き、大規模事業所へのアプローチが必要となる。

今後の重点施策（案）

【大規模事業所への幹部職員の訪問によるトップセールスの継続】

- KPIの達成に向けては、大規模事業所の登録が不可欠であることから、引き続き、被保険者100名以上の事業所に対し、幹部職員が訪問の上、登録勸奨を行う。なお、訪問に当たっては、他の協会けんぽの事業（宣言事業、健診、保健指導等）についても併せて案内し、トータルとして協会の事業を活用いただくことで、他の事業への効果波及も狙う。

【関係団体との連携】

- 経済団体（商工会・商工会議所・中小企業団体中央会）等と連携の上、登録勸奨を行う。

【文書及び電話勸奨の実施】

- 他の事業で効果のあった文書送付後の電話勸奨を実施するなどして、直接、担当者に健康保険委員登録のメリットをお伝えすることで登録拡大を目指す。

【健康保険委員登録のメリット拡大】

- 令和5年度より、ヘルスケアサポート事業として、健康保険委員登録事業所の加入者を対象としたスポーツジム等の優待を実施しており、これらメリットの拡大（協賛事業者の拡大等）を図る。

【検証方法】

- KPI達成率、健康保険委員登録件数の確認。