

# 滋賀支部の課題・重点施策について

# 滋賀支部の課題・重点施策について

<p><b>課題</b> ①</p>	<p>◎被保険者の健診受診率は全国上位だが、特定保健指導実施率が全国下位となっており、生活習慣病リスク保持者へのアプローチが不十分な状況にある。特に初回面談の実施率が全国下位となっている。</p> <p>健診（生活習慣病予防健診＋事業者健診）          【2022年度 KPI 83.8%】実績81.9%（全国 5位）          【2021年度 KPI 80.5%】実績79.3%（全国 2位）          【2020年度 KPI 77.0%】実績75.5%（全国 5位）</p> <p>特定保健指導（被保険者）          【2022年度 KPI 34.5%】実績（初回面談）20.4%（全国 38位）、（実績評価）19.1%（全国 27位）          【2021年度 KPI 28.5%】実績（初回面談）20.8%（全国 35位）、（実績評価）18.6%（全国 27位）          【2020年度 KPI 24.0%】実績（初回面談）20.4%（全国 31位）、（実績評価）17.3%（全国 21位）</p>
<p><b>課題</b> ②</p>	<p>◎診療時間外受診が多い</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul> <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>
<p><b>課題</b> ③</p>	<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"> <li>・「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。</li> <li>・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。</li> </ul> <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>
<p><b>課題</b> ④</p>	<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。

課題①

◎ 被保険者の健診受診率は全国上位だが、特定保健指導実施率が全国下位となっており、生活習慣病リスク保持者へのアプローチが不十分な状況にある。特に初回面談の実施率が全国下位となっている。

これまでの取組と評価

【これまでの取組】

- 特定保健指導実施機関にアンケートを実施し、アンケート結果を全健診実施機関へ送付し、特定保健指導実施率向上のため、好事例を他の健診機関へ共有し、他機関の意識向上を図った。
- 対象者が多い健診機関へ支部長・企画総務部長によるトップセールスを実施し、実施率向上に向けて意見交換を行った。
- 対象者が多く利用率が低い事業所へ全職員による訪問による勧奨を行い、特定保健指導の必要性を理解してもらい、実施率向上を図った。
- 特定保健指導業務について委託契約を行っている専門業者（ベネフィット・ワン）の指導者と合同研修を行い、ICT活用の工夫など意見交換を実施することで、指導者相互のレベルアップを図った。

【取り組みに関する評価】

- 健診機関へ勧奨を繰り返した結果、令和4年度に特定保健指導の新規契約を1件締結した。
- 保健指導対象者数が多い健診機関と会議を実施し、実施率向上に向けての勧奨を実施したが、保健師の削減などマンパワー不足が課題となり、健診機関での健診当日の実施率が伸び悩んでいる。

今後の重点施策とその検証方法

【健康宣言事業所への働きかけ】

- 健康宣言事業所は特定保健指導実施率50%以上を目標に宣言をいただいているが、データ分析の結果、全宣言事業所の特定保健指導の実施率が26.6%と低調であることが判明した。そのため、健康宣言事業所への保健指導の案内の文言を変更することや、保健師、職員による事業所訪問を実施し保健指導の勧奨をすることで、健康宣言事業所の実施率を50%を目指す。

【保健指導専門委託機関の拡充】

- 自営での保健指導においては人員も確保できているが、保健指導を断られるケースが多く、自営のみの健康宣言事業所への働きかけだけではマンパワーが不足する。そのため、委託件数を増やすなどの外部委託の拡充も検討し、専門委託機関での保健指導の拡充を図る。

【検証方法】

- KPIの達成率、専門委託機関での実施率。

## 課題②

### ◎ 診療時間外受診が多い

<p>これまでの 取組と評価</p>	<p>【これまでの取組】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 定期広報紙や健康保険委員向けの広報紙を活用し、診療時間外受診に関する周知広報を実施した。</li><li>● 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。</li><li>● 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）</li></ul> <p>【取組みに関する評価】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li></ul>
<p>今後の重点施策 とその検証方法</p>	<p>【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】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li></ul> <p>【要因分析による効果的事業の検討】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li></ul> <p>【検証方法】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li><li>● 今後の診療時間外受診の算定回数等の推移を確認し、効果が出ているかの検証を行う。</li></ul>

### 課題③

## ◎ 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>これまでの 取組と評価</p>	<p>【これまでの取組】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li></ul> <p>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） ※件数には睡眠以外の講座も含む</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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）</li><li>● 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。</li></ul> <p>【取り組みに関する評価】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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、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。</li></ul>
<p>今後の重点施策 とその検証方法</p>	<p>【睡眠に関する情報提供および広報の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 支部の定期広報紙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。</li><li>● 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。</li><li>● 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。</li></ul> <p>【要因分析による効果的事業の検討】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li></ul> <p>【検証方法】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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。</li><li>● 宣言事業の登録数。</li></ul>

## 課題④

# ◎ 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

### 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、勧奨文書を送付。
- 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、登録勧奨を実施。
- 被保険者100名までの中規模事業所に対し、支部長名での文書勧奨を実施。

#### 【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）
- 大規模事業所への訪問勧奨や文書勧奨により、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。

### 今後の重点施策とその検証方法

#### 【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、登録勧奨を行う。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、登録勧奨を行う。

#### 【文書及び電話勧奨の実施】

- 他の事業で効果のあった文書送付後の電話勧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。