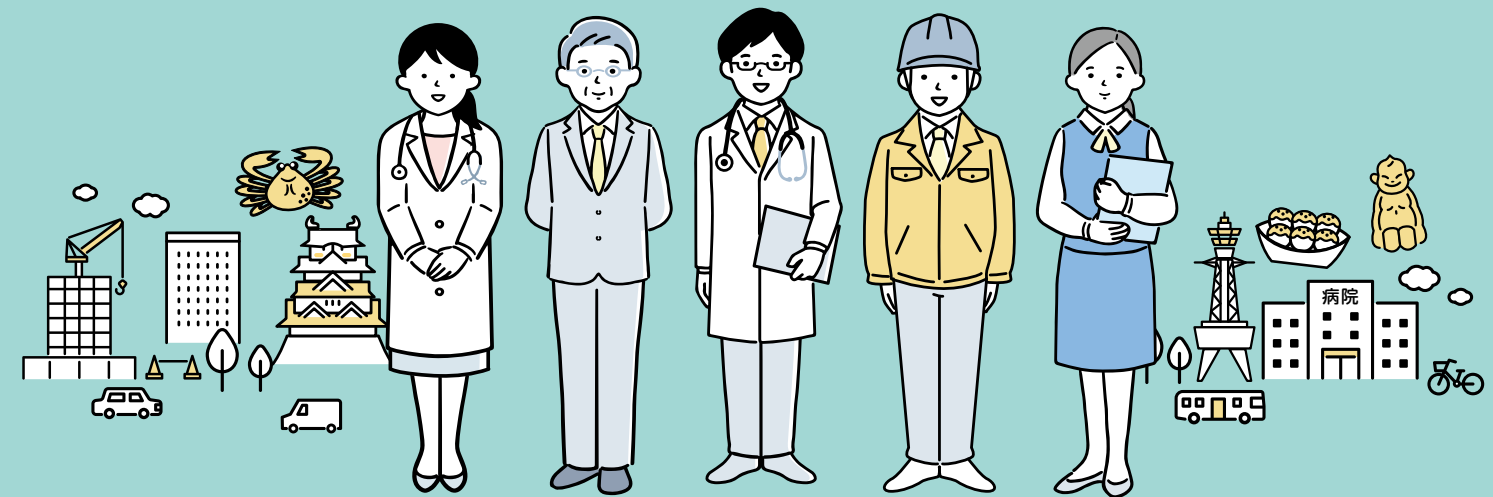


全国健康保険協会 大阪支部

特定保健指導 事例集

～実践者の声から学ぶ！実施率向上の秘訣～



特定保健指導事例集 -CONTENTS-

特定保健指導とは

「特定保健指導は健康になる生活習慣をプロと一緒に作るプログラムです!」

特定保健指導を活用している事業所にインタビュー



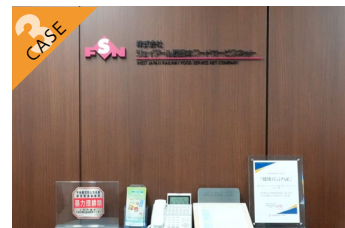
受けて当たり前の意識改革と
健診機関との連携で
特定保健指導実施率100%を継続

タイガー魔法瓶株式会社
大阪府門真市速見町 3-1



担当者の熱意と行動力で、
特定保健指導を組織の文化として
定着させる

株式会社ホテル日航大阪
大阪府大阪市中央区西心斎橋 1-3-3



社内文化の醸成で
実施率を飛躍的に向上

株式会社ジェイアール西日本フードサービスネット
大阪府大阪市淀川区西中島 5-4-20

特定保健指導の実施率が高い健診機関にインタビュー



小さな気づきを積み重ねて、
実施率向上を実現

社会医療法人愛仁会 愛仁会総合健康センター
大阪府高槻市幸町 4-3



巡回健診でも事前準備と
指導者の寄り添う姿勢で
多数の初回面談実施数

医療法人 朋愛会
大阪府大阪市中央区平野町 3-4-14

特定保健指導の実施方法について

特定保健指導の実施方法について「健診受診後の特定保健指導が重要です!」

掲載されている各事業所様、健診機関様の声は、2026年度に行ったインタビューをまとめたものです。
ご協力いただいた事業所様、健診機関様ありがとうございました。

特定保健指導は 健康になる生活習慣を プロと一緒に作るプログラムです!

特定保健指導は、健診結果で生活習慣病のリスクがある方に、保健師や管理栄養士などのプロが面談し、個人に合わせた生活習慣改善を図るプログラムです。

■ 特定保健指導の対象者

健診を受けた40歳以上の方のうち…

腹囲
男性 **85cm** 以上 女性 **90cm** 以上
または
BMI **25** 以上

さらに、

以下の追加リスクが1つでもあれば
特定保健指導対象者に該当

血圧

血糖

脂質

+

喫煙

※喫煙については、血圧、血糖、脂質のリスクが1つ以上の場合にのみ追加。

■ 特定保健指導の流れ

Step1 ご案内

協会けんぽから事業所へ
対象者一人ひとりの案内
が送付されます。
この案内が届いたら、対
象者の方に渡し指導を受
けるように勧めましょう。



Step2 初回面談

ライフスタイルや体の
状態に合わせて、生活
習慣改善に向けた取組
を提案。目標や行動計
画を保健師・管理栄養
士とともに考えます。

20～30分



Step3 取組

初回面談で設定した目
標や行動計画を実践。
保健師または管理栄養
士がサポートします。

3～6か月



Step4 評価

目標を達成できたかを
確認するとともに、引
き続きの健康づくりに
ついてアドバイス。



■ 特定保健指導のメリット



従業員の生活習慣病を
未然に防ぐ効果あり!



無料で専門家の
アドバイスが受けられる!



特定保健指導を
活用している
事業所・健康機関に
お話をうかがい
ました!

受けて当たり前前の意識改革と健診機関との連携で 特定保健指導実施率100%を継続



業種：機械器具製造業

タイガー魔法瓶株式会社

お話を聞いた方

【人事グループ】

マネージャー 鈴木 翔一郎さん（左）

リーダー 山本 幸代さん（中）

竹中 美奈さん（右）

「受けて当たり前」の習慣に

「健康経営優良法人」認定を契機に、社員が特定保健指導を定期健診と同様の「受けて当たり前のもの」として認識できるようになることを目標に取り組みを行いました。

2019年度より健康経営の推進体制を構築していますが、その一環で「従業員の健康は最重要課題である」という明確な目的の下、特定保健指導の実施についても経営層や所属長を起点として、会社全体で推進する体制を整えました。



具体的には、通知は本人に直接ではなく、必ず所属長を経由して行います。これは業務時間中に実施する面談について、部署内でのスケジュールリングの円滑化にも貢献しています。面談の日時は実施機関とあらかじめ調整した上で人事グループ主導で決定するので、あくまで業務の一環として受けるというマインドの醸成にもつながっていると思います。

健診機関と連携し特定保健指導を実施

春の健診で特定保健指導の対象者となった方について、秋頃に健診機関の指導者による初回面談を実施しています。担当者が決定したスケジュールに特定保健指導の予定を組み込み2～3日の日程で一斉に行います。面談方法は専用ブースを準備しPCを使ってリモートで行います。リモートで行うことでより手軽な感覚で受けてもらえるようになりました。保健指導を積極的に実施している健診機関と契約したことも実施率向上に繋がりました。



POINT

「タイガー魔法瓶株式会社
ならではの特徴」

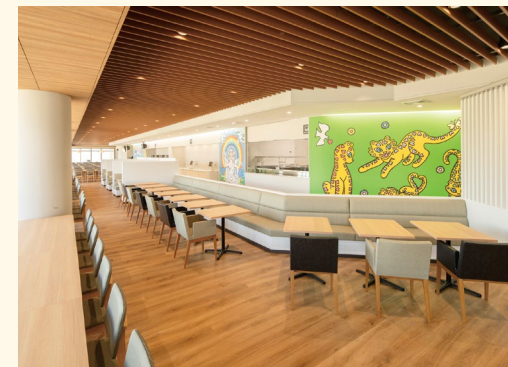
- 1 所属長経由で通知
- 2 整備した環境に対象者を誘導
- 3 健診機関との連携



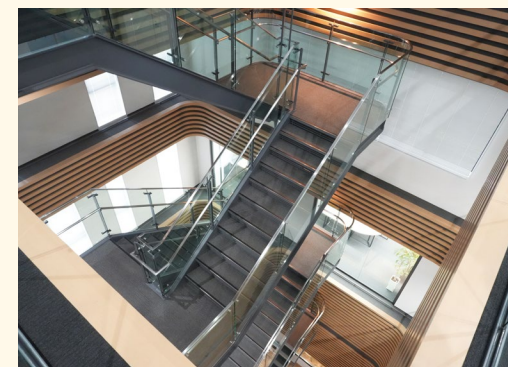
様々な健康施策

健康経営の一環として、従業員の健康意識を高め、生活習慣を改善するため、様々な健康増進施策に取り組んでいます。

例えば、社員食堂で食事を通じて健康をサポートする目的で健康米や減塩食などのヘルシーメニューを提供したり、定期的な健康セミナーの開催、保健師による健康フォロー、健診におけるオプション検査の補助も行っています。また、年2回開催している専用アプリを用いたウォーキングイベントは、部署の垣根を越えた交流につながるなど、副次的な効果も見せています。



▲社員食堂



▲社内では階段の利用も推進される

特定保健指導が不要な状態が理想

新しく策定したタグライン「HEAT TO HEART」には、タイガー魔法瓶の企業理念である「世界中に幸せな団らんを広める。」の意味も込められています。その実現を目指すために、従業員が心身ともに健康で生き活きと働ける環境を構築することが健康経営の目的です。特定保健指導においては「指導が必要な状態にならないようにすること」が次のフェーズであると捉えています。



業務の一環として習慣化を実現

key1
全社的な健康増進
の風土づくり

様々な角度から健康増進の施策を推進することで社内の機運を盛り上げ、客観的な基準（数値）の提示により説得力のある特定保健指導への導入を実施。自発的な行動を促す取り組みも模索中。

key2
ハードルを排除し
自然な流れに

所属長経由での通知、業務時間中の特定保健指導実施、事前の日時設定、リモートでの面談などで、業務の一部であるという意識を醸成。「受けるのが当たり前」という概念を構築。

概要

タイガー魔法瓶株式会社

大阪府門真市速見町 3-1 <https://www.tiger-corporation.com>

- 設立 1923年 2月
- 事業内容 真空断熱ボトル、及びジャー炊飯器、電気ケトル・電気ポット、コーヒーマーカー、ミキサーなど電気調理器具の製造販売
- 従業員数 715人



担当者の熱意と行動力で、 特定保健指導を組織の文化として定着させる



業種：宿泊業

株式会社 ホテル日航大阪

お話を聞いた方

【代表取締役社長兼総支配人】

呉服 弘晶さん（左）

【管理部 人事総務グループ】

中嶋 美紗さん（右）

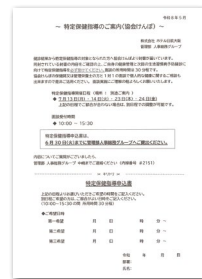
取り組みのスタートは危機感から

当社は「健康経営優良法人 2026」に認定されていますが、それより以前から従業員の健康増進について積極的な取り組みを行っていました。きっかけは体調不良の従業員が続いたことで危機感を抱いたからです。スタッフの健康が一番大事と再認識し、その取り組みの一步として特定保健指導の実施率についても、改めて課題として取り上げ、改善を図りました。

管理部主導で ポジティブな空気を醸成

まず管理部長名で通達を出して周知と同時に受診意識の醸成を図りました。この段階で「受けてください」から「必ず受けるようにしよう」という空気を作ることができたのが大きいと思います。

対象者に対しては、専用の用紙を作成して通知しています。定期健診受診後の再受診のお願いとセットで配布していますが、この用紙に**特定保健指導の申し込み欄**を設け、提出してもらう形式にしています。この形にして数年が経過して、かなり定着してきている感覚があります。



▲特定保健指導の案内

勤務時間内のスケジュールリングと トップメッセージで意識改革

特定保健指導はあらかじめこちらで決めた日程の中から、対象者の希望と照らし合わせてスケジュールリングしています。面談は協会けんぽの保健師の方に来ていただいて社内で実施し、原則として勤務時間内で行います。総支配人自らが、機会あるごとに「**スタッフの健康がお客様に信頼される確かなサービスを提供するための礎である**」ことを社内外に宣言しており、従業員の間で健康意識が当たり前の文化として定着しつつあることも、実施率の向上につながっていると思います。

POINT

ホテル日航大阪
ならではの特徴

- 1 担当者の熱意
- 2 管理部でリード
- 3 トップメッセージで企業文化定着へ

こまめなアプローチで健康意識の底上げ

特定保健指導に限らず、対象となる従業員に対しては直接アプローチを図ることで意識改革を促しています。用紙が未提出の従業員を見かけた際にその場で状況を確認するなど、後回しにされがちな事務連絡を対面でのコミュニケーションでサポートすることで、確実な提出を促しています。また、健診後の再検査・要治療対象者に対し、前年度の健診結果との比較や注意すべきポイントなどの具体的なメッセージを添えたレターを個別に自作して送付しています。年間120通ほどを作成するので業務量はありませんが、心理的な距離を縮める効果があるのではないのでしょうか。

再検査・要治療の勧奨には視認性を考慮し緑の紙を使用して通知▲

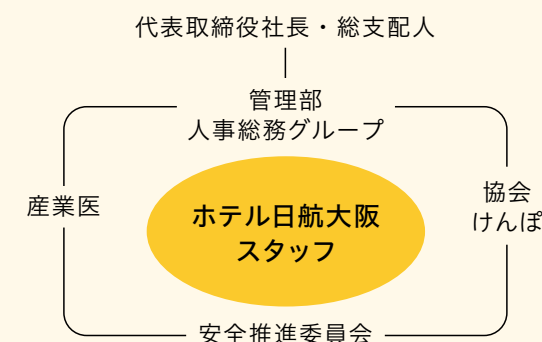


従業員の健康が企業価値の向上に

健診における独自の補助制度として、会社が費用を負担して個人が自由に選べるオプション検査を提案して導入しました。これによって早期に病気を発見できた例もあり、健康経営の一助となっています。健康経営優良法人の認定マークを見て応募してくる就職活動中の学生もいて、企業価値の向上を実感しています。



健康経営の推進体制



組織的・個人的関与のバランスで推進

担当者の熱意で
組織を動かす

総支配人を起点とした健康経営への提言を管理部が牽引。経済的支援も含めて組織的な関与を行うことで意識改革を促し、企業文化としての定着を図る。

複合的な
アプローチ

システムやメールだけに頼らず、担当者が直接対象者にアプローチすることで意識改革を促進。一人ひとりに合わせたレターを作成し、心のあるコミュニケーションで受診に誘導。

【概要】

株式会社 ホテル日航大阪

大阪府大阪市中央区西心斎橋 1-3-3 <https://www.hno.co.jp>

- 設立 1980年 12月
- 事業内容 ホテル日航大阪の運営
- 従業員数 約268人



社内文化の醸成で 実施率を飛躍的に向上



業種：飲食店

株式会社 ジェイアール西日本 フードサービスネット

お話を聞いた方

【総務部 総務人事グループ】

リーダー 遠田 哲 さん (左)

徳丸 礼子 さん (右)

健康をサービス提供の基盤として

当社は「すべての人に安全・安心を」というワードをバリューの一つとして掲げ、従業員が心身ともに健康であることがお客様への安全・安心なサービス提供の基盤であると考えており、健康経営へ積極的な取り組みを行っています。協会けんぽと相談し、社員の健康増進において特定保健指導の実施率向上は急務であると判断しました。

各事業拠点に足を運んで 直接の働きかけを実施

まず定期健診実施後に「安全衛生委員会ニュース」というもので、健診結果の活用や特定保健指導について周知します。その後、特定保健指導対象者に届いたお知らせを、各事業拠点に担当者が持参し、管理者と直接顔を見てお話することで意識づけを図るようにしました。

また、面談の実施日はあらかじめ決めておき、勤務時間内に受けることを原則として徹底しています。店舗を運営している拠点もあり、勤務シフト等の調整においても各拠点の管理者の理解と協力が必要なため、直接足を運んでコミュニケーションをとることがよい効果をもたらしています。



現状からさらに 上を目指した取り組み

特定保健指導を受けた対象者の声を聞くと「受けてみたらかった」という内容が多かったので、引き続き発信を続けて意識改革に取り組んでいきます。



POINT

ジェイアール西日本
フードサービスネット
ならではの特徴

1 各拠点へのアプローチ

2 シフトに保健指導を組み込む

健康経営への様々な取り組み

当社は社員の健康管理を単なる福利厚生ではなく、将来の収益性を高めるための戦略的投資として捉えており、健康増進に向けた様々な取り組みを進めています。例えば健康チェックイベントとして、野菜の摂取量や血管硬度、骨密度の測定ができる催しを開催したり、事業拠点によってはフットマッサージ機を設置して、立ち仕事の多い職種の従業員の疲労回復に役立てたりしています。

また、カロリー計算などもできる健康サポートアプリも導入予定です。導入後は、その機能を活用して、歩数イベントやオンラインセミナーの実施、特定保健指導の受診勧奨を含む健康情報の提供などを行っていく予定です。



▲5つのバリュー

社員の意識改革を目指して

健康にテーマを限定したものではありませんが、社員の意識をより高めるため、他社の事例を研究し、「バリューカード」というものをスタートしました。社員間でお互いによいところを称え合う取り組みで、誰が誰に書いてもよいことになっています。カードの一部は本社のエントランスに貼り出して、エンゲージメントやロイヤリティ向上に役立てています。今後、さらなる高みを目指して健康経営に取り組んでまいります。



▲ボードに貼られたバリューカード



広い事業エリアと拠点の多さを考慮した推進

全社一丸での
意識統一

2025年にミッション&バリューを策定し、ホームページ等で内外に周知。その一つに「すべての人に安全・安心を」を謳うことで健康への意識改革の風土を醸成し、様々な取り組みへの理解を促進。



各拠点との
関係強化

各事業拠点に足を運ぶことで、顔の見える関係を構築し、連携を強化。拠点責任者の理解と協力を得ることで、スムーズな取り組みの実現。現場視点からの安全・安心に関するボトムアップの意識も強化推進中。

【概要】

株式会社 ジェイアール西日本フードサービスネット

大阪府大阪市淀川区西中島 5-4-20 <https://www.jwfsn.com>

●設立

1988年 5月

●事業内容

カフェ事業、フード事業、リテール事業、新幹線事業

●従業員数 約2,400人



小さな気づきを積み重ねて、 実施率向上を実現



社会医療法人 愛仁会 愛仁会総合健康センター

健診受診者数 **9,619人**
特定保健指導対象者数 **1,722人**
初回面談実施率 **87.2%**

お話を聞いた方

健診科長・品質管理室長 **田中 芳生さん** (右)
保健師・副主任 **小嶋 友美さん** (左)

健診当日にスムーズに初回面談に誘導



以前は健診と保健指導を別個のものとして運用していましたが、それでは実施率を上げることは難しいと危機感を持ち、一連の流れで誘導するようにフローを組み直しました。

対象となる受診者に対しては、対応するすべてのスタッフ間で情報を共有し、健診中の複数のタイミングで声かけをして事前周知を行っています。そうすることで対象者も「そういうものがあるんだ」と認識し、初回面談に入りやすくなるようです。声かけの内容は検討を重ね、今では「**健診の結果説明があります**」という表現を使い、できるだけハードルを下げています。検査着から私服に着替える前に保健指導に誘導することもポイントです。一度着替えてしまうと心理的に帰宅するモードに入ってしまうので、その前に健診の一環としてご案内しています。

このように常に受診者の目線で考えることを大切にしてい、「お待たせしない」「面倒に感じさせない」点を重視して運用方法の改善を継続しています。対象者の血液検査の順番を調整し、結果をあまり待つことなく保健指導に移れるようにしたり、問診票への記入がなるべく楽になるようにチェックリスト方式に改めたり、細かな取り組みをこつこつと積み重ねた結果が実施率の向上につながりました。



POINT

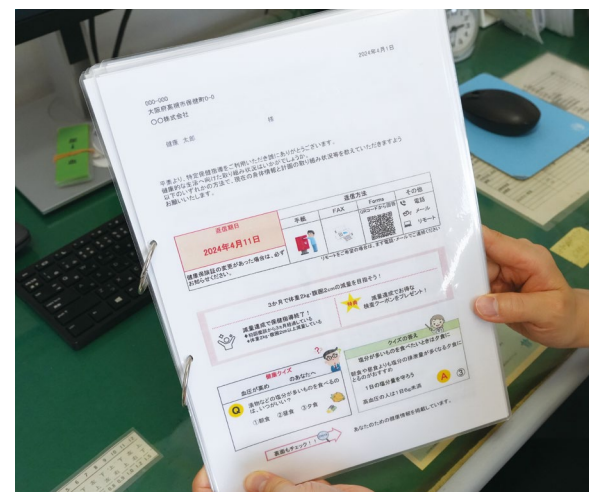
「愛仁会総合健康センター
ならではの特徴」

- 1 声かけフレーズの工夫
- 2 検査着から私服に着替える前に保健指導に誘導
- 3 問診票はWebで回答しやすく

継続支援は全方向アプローチで

初回面談後の継続支援は、郵送・メール・電話の複数の連絡手段を活用してアプローチしています。保健指導者が、**それぞれの事例を定期的に持ち寄って**、より効果のある手法を常に模索しています。最近では返信用の二次元バーコードが反応が良く、積極的に活用しています。

継続支援のお手紙を送る時の封筒に「必ず開封してください」と記載したり、開封後には興味を持ってもらうため、「健康クイズ」などを入れ、「必ず返信してください」と添える工夫もしています。さらに支援用のアプリケーションを現在開発中です。この運用が始まれば、質の標準化や業務負担の軽減につながるものと期待しています。



前向きではない対象者への工夫

実際の指導場面では、対象者のバックグラウンドをしっかりと聞き取り、それを尊重した実施可能な選択肢を提示するのが基本方針です。一方的な指導ではなく、**ともに考えるというスタンスで**、例えば厚生労働省のデータを基に、体重と運動メニューからカロリー消費を自動計算できる独自のフォーマットを構築し、その画面を見ながら一緒に計画を立てるという取り組みも行っています。



それぞれの気づきや思いを蓄積して共有



担当者制から
チーム制へ

初回面談から実績評価までの担当を固定せず、計6名の保健師が互いにフォローし合うチーム制へ移行。他者の経験値を共有することで新しい視点を学び、個々のレベルアップに。



週1回の
勉強会

難しい事例については定期的にケースカンファレンスを実施。当事者意識を醸成するとともに、個々への負担を軽減。さらに組織としての対応力向上に。



標準化と
意識改革

基本となる指導文面を標準化し、負担軽減と高い指導レベルを両立。指導内容を記録に残し共有することで、実施者の緊張感を保ち意識改革も。

【概要】

社会医療法人 愛仁会 愛仁会総合健康センター
大阪府高槻市幸町 4-3 <https://k-center.aijinkaikenshin.jp>

- 開設
2008年 4月
- 事業内容
健康診断(定期健診、生活習慣病予防健診、特定健診、出張健診、特定保健指導、他)
人間ドック(半日コース、CTコース)



巡回健診でも事前準備と指導者の寄り添う姿勢で 多数の初回面談実施数



医療法人 朋愛会

健診受診者数 **67,318人**
特定保健指導対象者数 **13,263人**
初回面談実施人数 **3,795人**

お話を聞いた方

【健診・医療部健康増進グループ栄養科】
管理栄養士 **鍋島 いくみさん** (右)
管理栄養士 **大嶋 涼さん** (左)

巡回健診当日実施に向けて体制強化



私たちには健診拠点が3つありますが、それ以外に健診用バスを8台保有しており、巡回健診にも強みを持っています。したがって、特定保健指導の実施率を上げるには、巡回健診の対象者に対してどうアプローチするかが重要でした。

大きな転換点は、第3期で健診当日の分割実施が可能になったことです。このタイミングで人員を大きく増員し、多くの巡回健診現場で当日実施ができる体制を整えました。現在は管理栄養士が17名在籍しており、ローテーションを組んで巡回健診に同行し、特定保健指導を実施しています。

巡回先では、特定保健指導実施を想定した運営フローを組むことで、スムーズな誘導に努めています。具体的には、血圧や腹囲測定を担当スタッフが対象者を判別した段階でマークをし、その情報を基に特定保健指導へ誘導する流れです。その際、レントゲンバスへ移動する前に面談を実施する導線をおくことが重要なポイントです。

巡回健診ならではの工夫

巡回健診特有の傾向ですが、バスでの検査が終わってしまうと、どうしてもそのまま職場に戻ってしまいがちなので、健診の途中で実施するようにしています。

誘導時には「特定保健指導」というワードの代わりに「管理栄養士のお話があります」という声かけをするなど、心理的ハードルを下げる工夫も行っています。そうした積み重ねにより、声かけした対象者の内約8割の初回面談実施率となりました。



POINT

朋愛会
ならではの特徴

- 1 指導員の体制強化
- 2 健診の流れの中で分割実施
- 3 企業との密な連携

オリジナル資料を作成して活用

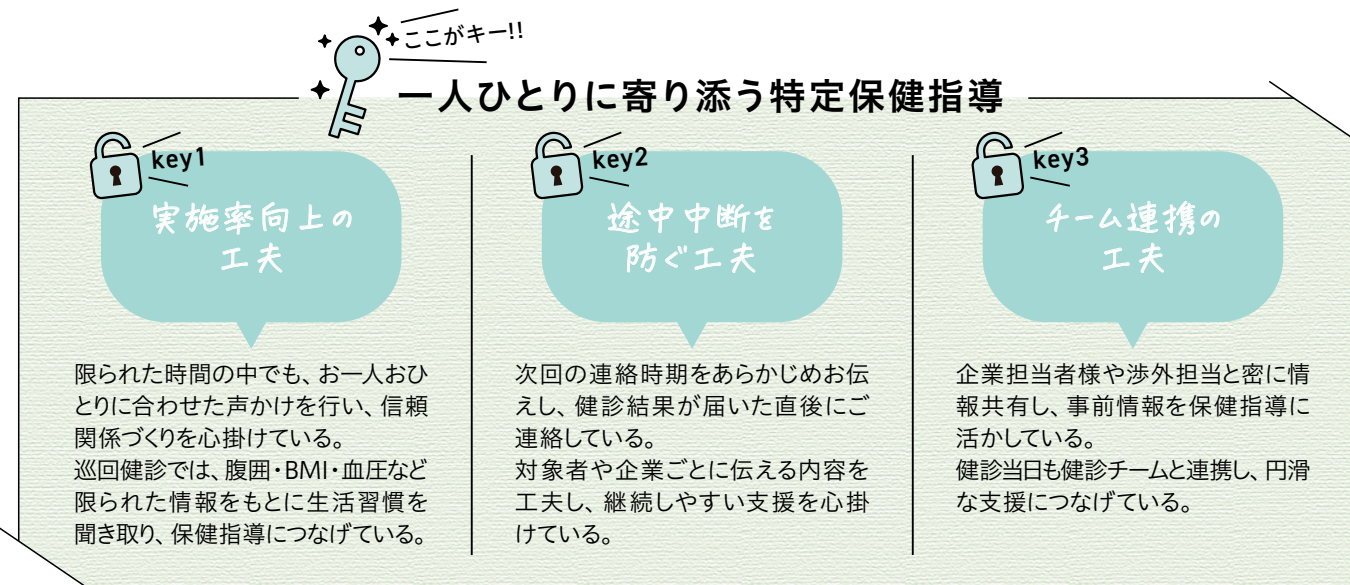
面談では、「何のために必要なのか」を理解していただくことを大切にし、生活習慣改善に前向きに取り組んでいただけるよう心掛けています。その後の支援では、食事・運動だけでなく、季節や生活環境、健康課題に応じたさまざまなテーマのオリジナル資料を作成し、一人ひとりの課題や関心に合わせたオーダーメイドの提案を行っています。資料はすべて管理栄養士が手作りしており、現在では数十種類以上にまで増えています。また、リモート面談でも活用しやすいよう画面共有に適した形式へアレンジし、対面・オンラインを問わず分かりやすく継続しやすい支援につなげています。



▲オリジナル作成の資料

渉外担当が企業と密接に連携

巡回健診では、企業担当者様へ特定保健指導の重要性をご説明するとともに、企業担当者様からいただいた情報を渉外担当と共有し、管理栄養士の配置や面談会場、時間割などを事前に調整しています。業務中の実施であることを踏まえ、対象者の時間的負担や企業様への影響をできるだけ軽減できるよう、面談時間が集中しないよう工夫しています。こうした事前調整により、対象者がスムーズに面談を受けられる環境づくりにつなげています。



【概要】

医療法人 朋愛会

大阪府大阪市中央区平野町 3-4-14 大阪 TK ビル 7F <https://houai-group.com/bus>

●開設

2010年 4月

●事業内容

健康診断(定期健診、生活習慣病予防健診、特定健診、婦人科検診、訪問バス健診、特定保健指導、他)
人間ドック



特定保健指導の実施方法について

健診受診後の 特定保健指導が重要です！

健診結果をもとに専門家（保健師・管理栄養士など）によってアプローチできる特定保健指導は、本人の生活習慣の改善や健康意識の向上に関わる重要な取組です。健診機関の実施形態や状況に合わせて、特定保健指導を実施しましょう。

主な実施方法

I. 初回面談一括実施

- 1 健診
健診当日に対象者を階層化・選定！
- 2 初回面談
当日！
- 3 継続支援
3～6か月
- 4 評価

こんな健診機関様におすすめ！



階層化に必要な検査結果が
当日に出せる

II. 初回面談分割実施

- 1 健診
健診当日に出せる検査結果※で
対象者を階層化・選定！
※腹囲、体重、血圧、喫煙等
- 2 初回面談①
当日！
- 3 初回面談②
後日！
- 4 継続支援
3～6か月
- 5 評価

こんな健診機関様におすすめ！



巡回健診を実施している
血液検査を外部に委託している

III. 後日初回面談実施

- 1 健診
健診から初回面談までに
対象者を階層化・選定！
- 2 初回面談
後日！
- 3 継続支援
3～6か月
- 4 評価



健診機関で



事業所で



オンラインで

Memo
ご自由にお使いください

特定保健指導について詳しくは



◀ 協会けんぽ