

支部保険者機能強化の取組み（案）について

新規

取組名：ジェネリック医薬品使用状況のお知らせの送付

➤ 目的

広島支部のジェネリック医薬品の使用割合80%以上の達成を目指す。医療機関、薬局、加入者へ各々の状況を把握してもらうことで、ジェネリック医薬品の使用促進を図る。

➤ 実施概要（効果含む）

医療機関・薬局へジェネリック医薬品の使用状況のお知らせ（見える化ツール）と医薬品実績リストを送付する（医療機関約2,300件、薬局約1,500件）。加入者へは、被保険者数10名以上の事業所（約11,000件）へ事業所ごとの使用割合、ジェネリック医薬品希望シール（5枚程度）、ジェネリック医薬品希望シール希望申請書を送付する。

➤ 備考

実施時期は、令和3年11月に送付予定。（令和3年4月診療分のデータが9月に本部より提供されるため）

新規 取組名：ジェネリック医薬品軽減額通知送付後の未切替者への再勧奨

➤ **目的**

広島支部のジェネリック医薬品の使用割合80%以上の達成を目指す。ジェネリック医薬品軽減額通知は、生活習慣病や慢性疾患など一般的に長期間服用される先発医薬品を使用している加入者を対象に送付していることから、ジェネリック医薬品への切替は医療費抑制の効果が期待される。令和2年2月送付後の広島支部の切替率は27.4%であり、未切替者へ再勧奨を行うことで、ジェネリック医薬品の使用割合の向上を目指す。

➤ **実施概要（効果含む）**

令和2年8月のジェネリック医薬品軽減額通知の送付者のうち、ジェネリック医薬品への切替が確認できなかった加入者に対し、ジェネリック医薬品への切替を促す啓発文書を送付する。広島支部のジェネリック医薬品使用割合への影響度が高い40代、50代の未切替者をターゲットとする（約25,000件）。令和3年8月の軽減額通知送付の効果検証結果より、再勧奨の効果を測定する。

➤ **備考**

実施時期は、令和3年5月に送付予定。

（本部より令和2年8月軽減額通知送付分の効果測定データが令和3年3月提供予定。令和3年8月の軽減額通知送付前に実施。）

継続

取組名：ジェネリック医薬品取扱い優良薬局認定・表彰事業

➤ **目的**

ジェネリック医薬品の使用について顕著な実績を残している保険薬局へ感謝の意を称するために実施する。また、これによりこれまでジェネリック医薬品の取扱いに消極的であった保険薬局にも積極的な使用を促していきたい。

➤ **実施概要（効果含む）**

広島県薬剤師会の保険薬局部会の会員である県内の保険薬局において、ジェネリック医薬品の調剤割合が高い保険薬局を「ジェネリック医薬品取扱い優良薬局」として広島県薬剤師会長と協会けんぽ広島支部長の連名で認定し、認定証を贈呈する。

さらに、認定薬局の中でも、令和2年度におけるジェネリック医薬品の調剤割合の上昇率が顕著である保険薬局を広島県薬剤師会長及び協会けんぽ広島支部長が訪問のうえ、表彰する。

表彰式の実施前には、メディアで取り上げてもらえるようプレスリリースを実施する。

➤ **備考**

認定証の発送作業への事務負担を軽減させるため、令和3年度から認定証の印刷・梱包を外部委託とする。

実施時期は、令和3年10月に認定証送付、11月に表彰式を予定。

新規

取組名：ジェネリック医薬品使用促進動画の作成

➤ **目的**

広島支部のジェネリック医薬品の使用割合は全国平均を下回っているが、一般名処方率は全国平均よりも高いという特徴がみられる。そのため、薬局および加入者向けにジェネリック医薬品使用促進につながる動画を広島県および広島県薬剤師会と連携し、作成・配信する。

➤ **実施概要（効果含む）**

薬局向けには、ジェネリック医薬品の調剤割合が高い薬局の取り組み事例（好事例）や広島支部の現状の紹介動画を、加入者向けには、ジェネリック医薬品の安全性や使用の必要性を紹介する動画をそれぞれ3分程度のもの2本作成し、配信する。

➤ **備考**

広島県が主催し、協会けんぽは共催として従来セミナーを開催しており、令和3年度も広島県主催で当支部は共催での実施を基本とするが、新型コロナウイルスの影響によりセミナー形式での開催が不可となった場合の代替策として本件を実施する。

継続

取組名：新聞等マスメディアを活用した広報

➤ 目的

協会けんぽの取組み事業について、訴求力の高い広告を広範囲に周知することで、効果的に医療費適正化や加入者の健康増進に繋げる。

➤ 実施概要（効果含む）

新聞等のマスメディアを活用した広報を実施することにより、重要施策である健康経営の普及やジェネリック医薬品の使用促進につながる訴求力の高い広告を県内全域など広範囲に周知する。新聞広告を実施する場合は、県内でも発行部数が多く、加入事業所の購読が高いと見込まれる中国新聞へ広告掲載を行うことで、より訴求力の向上を図る。

➤ 備考

新規

取組名：SNSを活用した広報

➤ 目的

健康経営の認知度向上を図り、インターネット上で健康経営に関する動画を紹介し、健康経営に積極的に取組む事業所の増加に繋げる。

➤ 実施概要（効果含む）

インターネット上で、宣言事業所の取組みを紹介する動画を制作・掲載し、これと連動したWEB広報を行う。これにより、ひろしま企業健康宣言参加事業所の増加等、健康経営に積極的に取り組む事業所の増加に繋げる。

➤ 備考

継続

取組名：健康宣言事業所へ情報提供する定期通信「い・ろ・か」の作成

➤ **目的**

ひろしま企業健康宣言エントリー事業所に対して、事業所で健康経営や健康づくりを行う際に役立つ情報の提供を行うことにより、宣言事業所のフォローアップを行う。

➤ **実施概要（効果含む）**

健康保険や健康づくりに関する情報を掲載した季刊誌（年4回）を「い・ろ・か」（ひろしま企業健康宣言定期通信）として発行。

➤ **備考**

印刷、封入封緘、郵便局持込まで業者委託とする。

継続

取組名：納入告知書同封チラシ印刷作成

➤ **目的**

毎月1回、納入告知書同封チラシ（A4カラー両面）を作成し、加入事業所に情報提供を行うことで、加入者への健康保険制度の周知・喪失後受診防止等の医療費適正化や、加入者の健康増進に繋げる。

➤ **実施概要（効果含む）**

納入告知書同封チラシの原稿を支部で作成し、校正・印刷・納品を外部業者に委託する。毎月1回発行（2月は本部作成）のため、事業主及び加入者へ定期的に情報を届けることが可能。

➤ **備考**

令和2年10月 59,500枚を起点として、事業所の増加を加味して月200件ずつ増刷する計算。

令和3年4月 60,700枚～令和4年3月 62,900枚（11回）計：678,900枚

継続

取組名：サンフレッチェ広島との共同事業

➤ **目的**

広島支部加入者にも認知度の高いサンフレッチェ広島（プロサッカーチーム）の協力を仰ぐことで、ジェネリック医薬品の使用促進などの協会けんぽ広島支部の事業への認知度および理解度の向上を図るために実施する。

➤ **実施概要（効果含む）**

サンフレッチェ広島のマスコットキャラクターを使用したジェネリック医薬品希望シールを作成し、配布する。

サンフレッチェ広島主催の試合開始前にブース出展を実施する。ブースでは、無料の血管年齢測定など健康に関するサービスを提供し、ブースへ多数の来場者を募る。血管年齢測定の待ち時間等にクイズを行い、協会けんぽ広島支部の現状を知ってもらう。また、当日のメルマガ登録者の中から抽選でサンフレッチェ広島のグッズをプレゼントすることで、メルマガ登録者数の増加を図る。

➤ **備考**

実施時期は、4月と10月の試合でのブース出展を予定。血管年齢測定器は2台使用予定（1台レンタル）。

継続

取組名：社会保険事務説明会資料印刷費用

➤ **目的**

社会保険事務説明会で使用する資料を作成し、説明会に参加する健康保険事務担当者に対し、健康保険制度や健康づくりに関する情報提供を行うことで理解を深めてもらい、その後従業員へ周知していただくことで、喪失後受診防止等の医療費適正化や、加入者の健康増進に繋げる。

➤ **実施概要（効果含む）**

社会保険事務説明会で使用する資料の原稿を支部で作成し、校正・印刷を外部業者に委託する。説明会用に資料を作成するため、事業主及び加入者へ届けることが可能。

➤ **備考**

令和2年度は中止。

継続 取組名：メルマガの登録勧奨やインセンティブ制度周知等にかかる広報物印刷

➤ 目的

メールマガジンの登録拡大やインセンティブ制度の周知といった、協会けんぽから加入者への重要な情報発信について、チラシ等を作成し、各事業や制度の認知度及び理解度向上に繋げる。

➤ 実施概要（効果含む）

メルマガの登録勧奨チラシやインセンティブ制度の周知チラシ等の作成を外部業者に委託する。登録勧奨時や説明会、訪問時等に活用することで、事業主及び加入者への説明を分かりやすく実施し、認知度及び理解度向上に繋げることが可能。

➤ 備考

新規

取組名：動画による限度額利用促進の広報

➤ **目的**

限度額認定証の利用促進のため。

➤ **実施概要（効果含む）**

- ・支部マスコットキャラクターを使用した限度額認定証の利用促進に関する動画を作成する。
- ・協会けんぽホームページ上に、動画を掲載することにより、限度額認定証の利用を促進する。
- ・ホームページに掲載することで、対象者を協会けんぽに興味があり、アクセスされた方に絞ることができる。
- ・CMや広告のように掲載期間に縛られず、ホームページ上に常時掲載することができる。
- ・マスコットキャラクターを活用することで親しみが生まれるとともに、キャラクターの認知度も上がる。
- ・媒体化し、支部主催の研修会等で活用することにより、視覚にも訴えることができ、制度周知、利用促進に大きな効果を期待できる。

➤ **備考**

新規

取組名：支部マスコットキャラクターの積極的な活用（支部窓口にパネルの設置）

➤ **目的**

加入者の皆様に、支部マスコットキャラクターを知っていただき、愛着を持っていただくことにより、協会けんぽ広島支部の認知度を向上させるため。

➤ **実施概要（効果含む）**

- ・支部マスコットキャラクターのパネルを作成する。
- ・普段は、支部窓口の入口に置くことで、支部の顔として、気持ちよくお客様をお出迎えし、マスコットキャラクターの存在を知っていただく。
- ・支部のイベント時には、イベント会場に持ち込み、受付等に設置する。
- ・マスコットキャラクターを多くの方に知っていただくことで、広報誌やホームページで登場させる際に、協会けんぽ広島支部を連想していただくだけでなく、周知したい事柄も抵抗なくスムーズにお伝えすることができる。

➤ **備考**

継続

取組名：健康保険委員の登録勧奨委託

➤ **目的**

加入者と協会けんぽの橋渡し役を担う健康保険委員の登録者数を増やし、加入者への健康保険制度の周知・喪失後受診防止等の医療費適正化や、加入者の健康増進に繋げる。

➤ **実施概要（効果含む）**

健康保険委員の登録拡大を図るためには、電話や訪問による勧奨が効果的であると考えられるが、支部職員のマンパワーが不足しているのが実状である。そこで、健康保険委員の勧奨業務（電話勧奨等）を外部業者に委託することによりマンパワー不足を補い、健康保険委員の委嘱数拡大を効率的に推進する。登録勧奨による効果として、委託件数の15%（新規委嘱者数300人）の登録を見込む。

➤ **備考**

印刷、封入封緘、郵便局持込まで業者委託とする。

継続

取組名：商業施設での集団健診の実施

➤ **目的**

特定健診の集団健診会場を生活圏が近く、集客率の高い商業施設で実施することで、受診率の向上に繋げる。

➤ **実施概要（効果含む）**

集団健診実施機関を募集する際に、どのような商業施設で実施予定かを確認し、立地が良く集客率の高い商業施設で集団健診を実施することで、集客との相乗効果により受診率の向上を見込む。費用については、実際に借り上げにかかった費用を支払い、1会場あたりの上限を55,000円（税込）に設定する。商業施設の実施割合を50%に設定し、実施する。

➤ **備考**

商業施設等会場使用料の上限（昨年度は22,000円（税込））を上げることにより、実施会場の選択肢を増やす。

今までに実施回数が多いイオンモールについては、賃料が1日あたり平日100,000円（土日200,000円）となっており、また他の商業施設についても30,000円を超えることが多いため、会場使用料を55,000円に設定。

継続

取組名：集団健診の実施

➤ **目的**

商業施設や文化センターで集団健診を実施することで、加入者の受診機会を増加させる。

➤ **実施概要（効果含む）**

検診車を保有している健診機関に、協会主催の集団健診の参加の有無を確認し、参加を希望している健診機関には、地域や期間を設定したうえで、実施前に会場付近の加入者にダイレクトメールを送付し、受診勧奨を実施する。

市町との連携状況により、がん検診を同時に実施可能である旨を掲載することで、受診率の向上に繋げる。

➤ **備考**

継続

取組名：骨密度等のオプションを付与した健診

➤ 目的

健診項目の充実。通常の特健診に追加のオプション健診を無料にて受診可能とすることで、健診受診の魅力を増やし、受診率の向上に繋げる。

➤ 実施概要（効果含む）

無料で特定健診の実施可能な健診機関が、集団健診及び施設で健診を行う際、骨密度等のオプション健診を付与することで、加入者の受診意欲の向上に繋げる。また、集団健診ではオプション検査の項目を1つ付与することにより、健診機関が独自で他のオプション検査を無料（貧血等）、もしくは安価（腫瘍マーカー等）で実施することが可能となる。オプション健診の付与については、施設での健診は4月～12月、集団健診は通年で実施し、オプション検査費用の加入者の負担は無く、健診機関に対し、1件当たり550円（税込）円を支払う。

➤ 備考

単価は令和2年度から変更なし。30年度1000円、1年度800円と、前々年度から半額になっており、さらに下げると実施しない機関が増えると思われる。（検査によっては、2,000円程度かかるものもある。）

10月～12月を受診強化月間とし、受診勧奨を行う際に無料オプション検査についても受診できることを強調して無料健診機関を案内する。また、1月～3月を未実施にすることで、前年同月1、2月と比較し効果検証を行う。

継続

取組名：事業者健診結果データの取得

➤ **目的**

同意書の管理などを同一の外部委託業者に委託することで、一連の作業を一括管理し、効率的なデータの取得につなげる。

➤ **実施概要（効果含む）**

- 1.健診機関がデータ提供を行うため、定期検診を実施している事業所の同意書を取得した際に委託費を支払う。
- 2.同意書の管理や、事業所への電話勧奨、データ提供の委託契約を締結している健診機関への定期的なデータ提供案内を送付することで、データ取得率の向上と、健診機関からのデータ未提出を防止する。

➤ **備考**

継続

取組名：わかりやすいパンフレットの作成

➤ **目的**

生活習慣病予防健診：わかりやすいパンフレットを作成することで、事業所からの問い合わせを減少させる。また、新規適用事業所については、案内文書を作成・同封することで、加入時から受診意欲が湧くよう勧奨を行う。

特定健診：わかりやすいパンフレットを作成することで、加入者の受診意欲を向上させる。

➤ **実施概要（効果含む）**

生活習慣病予防健診：パンフレットに県内の受診可能な健診機関を掲載し、「よくある質問」を作成・同封することで、事業所からの問い合わせを減少させることができる。

特定健診：パンフレットに県内の無料で受診可能な健診機関を掲載することで、加入者の受診意欲の向上を図る。また、がん検診に関する共同利用を記載することで、受診券（セット券）送付時に全加入者に通知することができる。

➤ **備考**

令和2年度から作成物を見直し（任意継続被保険者用のパンフ・封筒を廃止）、勧奨に使用するパンフレット類（特定健診の無料健診機関一覧）の作成数を増やした結果、金額はほぼ変更なし。

継続

取組名：健診機関への報奨金支払い

➤ **目的**

令和2年度はコロナの影響で健診の受診率低下が予想されるが、以前の実施率にできる限り速やかに回復させるため、健診機関で目標としている受診者数を達成した際に達成率に応じた報奨金を健診機関に支払うことで、健診機関に受診者増加への動機付けを行い、受診者数の増加に繋げる。

➤ **実施概要（効果含む）**

前年度の受診者数に応じ、年度初めに健診機関の目標件数を設定することで、どれだけ受診者数を増加させなければならないかを早い段階で計画を練ることができる。生活習慣病予防健診については、4月～2月の受診者数が令和2年度より15%増により達成、20%増を上限とする。特定健診については、4月～11月の受診者数が令和2年度より15%増により達成、30%増を上限とする。目標達成した場合、総件数に応じた報奨金を支払う。

また、可能な限り長い期間を設定することで、受診者数の多い月と少ない月の偏りを解消することができる。

➤ **備考**

継続

取組名：健診予約状況照会システムの運用

➤ **目的**

生活習慣病予防健診実施機関の予約状況をインターネットで閲覧することで、加入者が健診機関へ予約することを容易とする。

➤ **実施概要（効果含む）**

県内の生活習慣病予防健診実施機関が予約状況をシステムに登録することで、リアルタイムで混雑具合を加入者がインターネットで閲覧することが可能となり、加入者が健診年月日の予定を立てやすくなり、受診機会の向上となる。

➤ **備考**

契約変更を行い、SSL証明取得代行手数料を増額。

継続

取組名：GPSを利用した健診施設の可視化システムの運用

➤ **目的**

近隣の集団健診の会場及び、無料で特定健診の受診可能施設の予約状況をスマートフォンで閲覧可能とすることで、加入者の利便性につなげる。

➤ **実施概要（効果含む）**

年次案内にサイトのQRコードを掲載し、加入者がスマートフォンのGPS機能等を利用することで、近隣の集団健診の会場や、近隣の特定健診の受診可能施設の混雑状況の確認ができる。また、集団健診のダイレクトメールにも掲載することにより、集団健診の日程が合わない場合等に無料健診機関を調べることができる。

➤ **備考**

令和2年度から内容変更せず継続とする。特別システム保守費用は、ブラウザ等大幅アップデートによりシステム改修が必要となった場合に使用。

継続

取組名：事業者健診HbA1c追加検査費

➤ **目的**

事業者健診の際に、HbA1cの追加検査を実施することで、特定健診データに取り込みを可能とし、事業者健診データ取得率の向上に繋げる。

➤ **実施概要（効果含む）**

事業者健診の際に、随時血糖3.5時間未満の場合は特定健診のデータに取り込めないが、HbA1cの追加検査を実施することで、特定健診データに取り込みが可能となり、HbA1cの追加検査費用を健診機関に支払う。

➤ **備考**

継続

取組名：治療中の者の検査結果情報提供料

➤ **目的**

治療中により血液検査等を実施している対象者について、診療機関から検査結果の情報提供を受けることで、健診を受診したとみなし、治療中の者の健診受診の負担軽減と、受診率向上につなげる。

➤ **実施概要（効果含む）**

広島県医師会との契約により実施。治療中のために検査した項目に、特定健診に不足する検査項目（身体測定等）を追加実施し、保険者に検査結果を送付することにより、診療機関に情報提供料を支払う。

➤ **備考**

継続

取組名：健診実施機関実地指導旅費

➤ 目的

生活習慣病予防健診実施機関の現地に赴き、設備や実施内容を確認し、要領・要綱に基づき適正に実施しているかを確認することで、委託内容の適正な実施を促す。

➤ 実施概要（効果含む）

令和2年度は、コロナの影響のため健診と指導合わせて37機関中2機関のみ実施。令和3年度は、令和2年度分を含めて4月～9月に実施予定。

➤ 備考

継続

取組名：集団健診時における健康相談

➤ **目的**

健診当日に受診勧奨や食事等生活習慣についてのアドバイスなどの健康相談を実施することにより加入者全体の健康増進を図る。

➤ **実施概要（効果含む）**

<対象者> 検診車での集団健診（生活習慣病健診または事業者健診）を受診した40～74歳の受診者全員

※特定保健指導対象者に該当した者については、健康相談ではなく特定保健指導初回面談を実施する。

<実施機関> 特定保健指導業務委託契約機関より参加を募る

<内容> 健診当日の健診結果及び問診票等から、対象者の健康状態や生活習慣等を把握し、生活習慣アドバイスや受診勧奨等の健康相談を行う。1人あたりの健康相談時間は5分程度とする。健康相談を実施することで、生活習慣病予防や早期医療機関受診を図る。

➤ **備考**

被保険者の健康相談モデル実施をR2年度に1,100人分計画し、現在3機関で実施中。

令和2年度健康相談実施数は、700～800人になる見込み。

継続

取組名：保健指導実施機関への報奨金支払い

➤ **目的**

被保険者に対する特定保健指導業務委託実施要綱及び要領に示されている報奨金について、一定の条件を満たす受託健診機関からの請求に対して支払いを行う。

➤ **実施概要（効果含む）**

当年度の健診実施数が1,000人以上あり、① 前年度の特定保健指導実績評価件数が61人以上の実施機関については、当年度の特定保健指導終了者が前年度実績を超過した場合、② 前年度の特定保健指導実績評価件数が60人以下の実施機関または新規契約機関については、当年度の特定保健指導終了者数が60人を超過した場合に、報奨金の支払請求ができる。報奨金があることにより、特定保健指導に関わる健診機関スタッフ（指導者・事務職員他）の指導実施に対する意欲向上を図り、健診機関での実施率拡大につながることをねらう。

➤ **備考**

特定保健指導業務委託している健診機関は、令和2年度40機関。令和3年度は42機関になる予定。

健診実施数が1,000人に満たないため、報奨金の対象とならない機関は8機関。

継続

取組名：保健指導機関委託

➤ **目的**

健診機関において被保険者に対して、健診当日に遠隔面談を実施する場合の補助者配置費用として、請求があった場合に支払いを行う。

➤ **実施概要（効果含む）**

健診機関が、事業所等の会場を借用して健診当日に特定保健指導の初回面接を遠隔で実施する場合で、必要に応じ補助者を配置することにより、特定保健指導対象者がスムーズに遠隔での初回面談を利用できるようになる。

➤ **備考**

補助者費用については、『遠隔保健指導における「補助者の配置」に係る取扱いについて』に示されている単価より予算算出。

「補助者の配置」に係る費用については、事前申請をした健診機関と、特定保健指導業務委託契約とは別に、覚書等を締結し支払いを行う。

継続

取組名：糖尿病性腎症治療中断者に対する受診勧奨

➤ **目的**

糖尿病性腎症重症化予防の取り組みとして、重症化リスクが高い治療中断者を対象に適切な受診勧奨を行い、治療に結び付けることで、人工透析等への移行を防止するまたは遅らせることを目的とする。

➤ **実施概要（効果含む）**

治療中断者の抽出、受診勧奨文書発送、受診確認等を委託により実施。

受診勧奨文書（回答書つき）の作成、発送、回答書の返送がない場合に電話勧奨を行う。

対象者約2,000人に文書を送付。

➤ **備考**

継続

取組名：未治療者に対する受診勧奨

➤ **目的**

生活習慣病予防健診を受診した結果、血圧・血糖検査の結果が要治療域にある被保険者について、早期に医療機関を受診し、適正な医療を受けることができ、高血圧・糖尿病の重症化予防を図る。

➤ **実施概要（効果含む）**

<対象者>

本部より示されている「未治療者受診勧奨業務 実施要領」の2次勧奨対象者に該当する検査結果の者

- ・実施内容1 健診実施機関による紹介状等の文書を用いた受診勧奨

<実施機関> 生活習慣病予防健診委託契約機関より参加を募る。

<内容> 健診結果の送付時に、紹介状等受診を促す文書を同封し、対象者に送付する。

その結果、対象者が、健診後早期に医療機関を受診できるようになる。

- ・実施内容2 保健指導機関による文書・電話を用いた受診勧奨

<実施機関> 業務を実施できる保健指導機関へ委託

<内容> 本部の受診勧奨通知送付から約1か月後、2次勧奨対象者に対して、保健指導機関より文書・電話での受診勧奨(受診確認)を行う。

➤ **備考**

2次勧奨対象者見込み数は2,500人。実施内容2の電話勧奨は通話できた場合のみ支払いとする。
通話率80%を見込む。

継続

取組名：ヘルスケア通信簿（事業所カルテ）の作成

➤ **目的**

事業主や事業所担当者とのコラボヘルスを推進。課題や悩みを聞き出すためのツールや健康宣言エントリー事業所による健康経営推進に活用してもらうため。

➤ **実施概要（効果含む）**

事業所ごとの健康課題を「見える化」したヘルスケア通信簿（事業所カルテ）を外部業者に委託し、データの作成及び印刷・送付を実施する。送付対象は、被保険者数10人以上の約11,000事業所（一般版：被保険者50人以上、約2,500事業所 小規模版：被保険者10名以上49名未満、約8,500事業所）を対象とする。

➤ **備考**

印刷、封入封緘、郵便局持込まで業者委託とする。

継続

取組名：外部委託による健康づくり講座

➤ **目的**

ひろしま企業健康宣言エントリー事業所に対して、事業所で健康経営や健康づくりを行う際に役立つ健康づくり講座の提供を行うことにより、宣言事業所のフォローアップを行う。

➤ **実施概要（効果含む）**

ひろしま企業健康宣言エントリー事業所を対象に、専門業者への外部委託による健康づくり講座（生活習慣病予防・がん予防・メンタルヘルス・各種運動・禁煙等）を出張またはオンラインで実施する。また、若年期（35才未満）を対象年齢とした講座を一部盛り込んだ内容を検討する。

➤ **備考**

継続

取組名：各関係団体とのセミナー開催や行事への参加

➤ **目的**

広島支部加入事業所における健康経営・ひろしま企業健康宣言の普及促進

➤ **実施概要（効果含む）**

健康経営に関するテーマでセミナー等を関係団体と連携して開催し、健康経営の普及推進やひろしま企業健康宣言のエントリー数増加を図ることにより、従業員の健康づくりに積極的に取り組む事業所の拡大を図る。

※関係団体：健康経営の普及推進にかかる連携協定を締結している東広島市、商工3団体、生損保事業者8社

➤ **備考**

新規

取組名：ひろしま企業健康宣言リーフレット等の作成

➤ 目的

広島支部加入事業所における健康経営・ひろしま企業健康宣言の普及促進

➤ 実施概要（効果含む）

ひろしま企業健康宣言リーフレットやエントリーシートの内容の改訂を行い、より訴求力の高いものの作成・配布を行うことにより、健康経営の認知度向上やひろしま企業健康宣言のエントリー事業所数の拡大を図る。

➤ 備考

継続

取組名：ひろしま企業健康宣言エントリー勸奨外部委託

➤ **目的**

健康経営の普及推進及びひろしま企業健康宣言エントリー企業数の拡大。

➤ **実施概要（効果含む）**

ひろしま企業健康宣言のエントリー数拡大を図るためには、電話や訪問による勸奨が効果的であると考えられるが、支部職員のマンパワーが不足しているのが実状である。外部委託を行うことにより、マンパワー不足を補い、ひろしま企業健康宣言エントリー勸奨業務を実施する。

ヘルスケア通信簿を送付後のタイミングを見計らって、電話勸奨を行う。登録勸奨による効果として、委託件数の10%（新規エントリー数250社）の登録を見込む。

➤ **備考**

印刷、封入封緘、郵便局持込まで業者委託とする。