

令和元年度第1回 茨城支部健康づくり推進協議会の概要報告

開催日	令和元年7月29日 月曜日 15:00~17:00
出席委員	麻生委員、小関委員、金澤委員、小又議員、庄司委員、田邊委員、中崎委員、藤田委員、渡邊議長 (五十音順)
事務局	支部長、企画総務部長、業務部長、企画総務グループ長、保健グループ長、保健グループ長補佐、 保健専門職、保健グループ主任、企画総務グループ長補佐、企画総務主任、企画総務スタッフ
議題	1. 第2期データヘルズ計画 1年目の取り組みと今後の対策について 2. 健康経営事業 3. 保健事業広報について
議事概要 (主な意見等)	1. 第2期データヘルズ計画 1年目の取り組みと今後の対策について 議題1について、資料に基づき説明を行いました。 【保健医療関係者】 事業所訪問について、マンパワーがかかり過ぎている面があるとはどういうことか。 《事務局》 平成30年度は保健グループの職員が大きく変わり、経験が浅い職員が多かったため、2人1組で実施していた関係でマンパワーがかかり過ぎていた。今年度は職員のレベルもあがったため、1人で訪問できる事業所も増やし、効率化を図っていきたい。 【保健医療関係者】 事業者健診結果データの取得について、関係機関との連携強化によるデータ取得が進まなかった理由はなにか。社労士会とは協定を結んでいると思うが、現在はどのような状況なのか。 《事務局》 社労士会との協定に関しては、以前からアプローチをかけていたが、なかなか協定が結ばなかった。平成30年度は、やっと協定を結んだが、実際進めていくうえでの課題を解決したりして時間がかかってしまい、十分な時間を使って取り組んでもらうことが出来なかった。今年度は土台がしっかり出来たので、前年度よりは時間をかけて取り組むことが出来ると思う。

【行政等】

社労士会の他に、連携できる機関はどういうところがあるのか。

《事務局》

例えば、トラック協会を想定している。理由としては、運送業は年に2回健診を行ったりしているので、その内の1回を生活習慣病予防健診に切り替えてもらいたいと利用が進んでいない。また、受診後の保健指導についても運転手は、勤務地が点在しているので実施が困難なところが多い。そういった部分を改善していくために、組織と一度しっかり協議をして、連携を強化していきたい。

【保健医療関係者】

事業者健診結果のデータを提供してもらえない大きな理由はなにか。

《事務局》

事業所訪問等で個人情報保護法等により責任を問われることはない旨説明はしているが、個人情報の提供に抵抗がある事業所が多く見られる。

2. 健康経営事業

議題2について、資料に基づき説明を行いました。

【事業主代表】

健康経営に関する体験型研修会（ワークショップ）の参加事業所は、どうやって選定したのか。

《事務局》

健康づくり推進事業所の中から、「事業所健康度カルテ」を提供できる事業所が250社程度あるので、その事業所から募集をかけた。

【被保険者代表】

ワークショップに参加した事業所へのフォローアップはしたのか。

《事務局》

これから各事業所にヒアリングを実施する。4ヵ月が経過してモチベーションも落ちてくる頃だと思うので、スモールステップの定着状況を確認し、出来ていない部分があればフォローアップしていく。

【保健医療関係者】

ワークショップで「健康経営事例紹介」をしてくれた事業所の報告内容はどのようなものか。

《事務局》

A事業所では、ウォーキングクラブを立ち上げ、毎週火曜日にメンバーが集ってウォーキングやラ

ンニングをしている。最初は、3名程度の活動だったのが地道に続けていくことで20名程度まで増えて、今ではマラソン大会にも出場して会社全体で盛り上げて健康経営を実践している。

また、B事業所は従業員の二次検査の受診率を100%にするためのツールや方法等を紹介してもらった。2社とも健康経営優良法人の認定事業所であるため、認定を受けるための方法や苦勞した体験談等を報告してもらった。

【保健医療関係者】

とても良い取組事例なので、ワークショップの参加事業所だけでなく、「健康経営事例紹介」として幅広く広報をしていったほうが良いと思う。

3. 保健事業広報について

議題3について、資料に基づき説明を行いました。

【学識経験者】

インターネットの調査は、簡単だが限界がある。対象者はインターネットを使用している者のみや、加入者数から比較してサンプル数も少ない。今回の結果は真摯に受け止める必要はあると思うが、全てを鵜呑みにする必要はないと思う。調査している方法について、どのように調査しているのか業者に確認してみるのも大切。

そのうえで、今回の認知率の結果をみて加入者にとってメリットになることを知らない人が多いのが気になる。「生活習慣病予防健診の費用補助」や「保健指導」のお得感をPRのポイントとすると良いのではないかと。

【健康保険委員代表】

当社でもこの1年間で20名程度の従業員が保健指導を受けた。毎年、半分くらいは実施しない従業員がいたので、PRも大事だが今の事業をこつこつと続けていくことが大事だと思う。認知してもらうためには、どうしても時間がかかるものである。

【事業主代表】

茨城県はテレビ局もないし、ラジオだけでは聞く人も限られてくる。そういった部分で全国と比べてもハンデはあると思う。今回の調査項目は、事業主が知っておくことが大切なので、商工会と連携して広報活動を進めれば有効的なのではないかと。

【保健医療関係者】

ラジオも茨城放送は、地域によっては入らない所もある。私は、通勤時、埼玉のFMラジオが入るのでそれを聞いているが、協会けんぽ埼玉支部のCMは流れている。各支部で独自の広報をしていくことは、良いことだとは思いますが、もっと広範囲で電波の振り分けをした広報というのは、本部ではやらないのか。

《事務局》

現時点では、各支部と関係団体が連携して地域にあった広報を行っていくというのが本部の見解である。

【行政等】

茨城県のヘルスケアポイントアプリを全面的にだして広報していくと効果的かと思う。このアプリで、健診の記録や、日々の体重、血圧等を登録していく等、健康づくりの取組について活用できる仕組みとなっている。このアプリを利用して健康経営に取り組むことにより、ポイントを貯め、インセンティブを受けることができるため、個人のお得感に繋がっていく。

【行政等】

現在の市町村の広報では、例えば特定健診等の内容でも国保加入の方に向けて発信している内容になっているが、市民の中には社保加入の方もたくさんいるため、そこを念頭に入れ発信できるような内容にしていけるよう今後尽力していきたい。

特記事項

- | |
|-------------------|
| ・次回は令和元年12月頃開催予定。 |
|-------------------|