

令和元年度第1回栃木支部評議会意見を受けての支部の方向性（事業案）

※本事業案は、今後検討を重ね、事業概要・方法、予算概算を含め修正をまいります。

資料3-2

論点項目	評議員意見の趣旨・概要	評議会意見を受けての栃木支部の方向性					
		目的	対象	事業概要・方法	事業期間	予算概算	予算枠
ジエリック医薬品使用促進	—	ジエリック医薬品の説明媒体を病院や保険薬局を通じ、患者の待ち時間等を活用しジエリック医薬品の情報提供を行うことで、加入者の理解を促進する。	栃木県内の750病院及び550薬局を通じ、15歳未満の子を持つ者及び40から60歳の者	病院、薬局個別の使用割合等の情報を提供する際に、チラシを同封する。 ※チラシ：医療費負担の無い若年層の親向け、40～60歳の慢性疾患新患向け	令和2年6月、12月	59万円	1,302.6万円
		若年層の使用割合が低いことから、子がいる家庭へ、医療保険への財政効果や安全性などの情報提供を行うことで、親世代の理解を促進する。	ジエリック医薬品軽減額のお知らせを送付した加入者のうち、15歳未満者がいる7,700世帯	財政効果や安全性などの情報を圧着型ダイレクトメールで送付する。	令和2年11月	204万円	
広報活動による加入者の理解の推進	①事業主の理解、健康保険委員の拡大が必要。 ②加入者が利用及び信頼するマスメディアからの発信が必要。	事業主に響く媒体を調査し、有効な媒体を活用したインセンティブ制度の広報を実施する。	調査対象：被保険者10人以上事業所事業主6,500人	事業主が情報収集のために利用する媒体を事業主にアンケートを行い調査し、その結果から有効な媒体を活用した広報を実施する。	令和2年4月から令和3年3月	387万円	(R2年度左記以外の経費見込595万円)
医療費適正化予算計					650万円		
健診勧奨強化、実施拡大特定保健指導の拡大	④身近な受診機会の提供が必要。 ⑤事業所へインセンティブがあると向上するのではないか。	定期健康診断（事業者健診）から生活習慣病予防健診への切り替えを促すことにより、受診率の向上を目指す。	生活習慣病予防健診を受診していない事業所（事業者健診結果データ提供に関する同意書なし）	生活習慣病予防健診は費用補助があり、検診車（集団健診）や医療機関（施設健診）が選択できること等について電話勧奨（外部委託）を行う。併せて、定期健康診断からの切り替えが難しければ、健診結果提供にかかる同意書の提出または紙媒体での提供を依頼する。	令和2年6月から12月	550万円	5,427.3万円
	⑥共感される広報活動が必要。	特定保健指導を受けた者に次年度の健診前にアプローチすることにより、再び特定保健指導の対象者とならないよう「気づき」を与える。	令和元年度の特定保健指導実施者3,000人	特定保健指導の初回面談を受けた者を対象に、令和2年度の健診受診日を予測し、2か月前を目途に手紙を送付することで、改めて自身の生活習慣を意識してもらう機会を提供し、再び特定保健指導の対象者とならないよう「気づき」を与える。	令和2年7月から12月	120万円	
重症化予防対策の推進	—	健診結果で血圧値・血糖値が「要治療」または「要精密検査」と判定された方に、確実に医療機関を受診していただくことにより、生活習慣病の重症化を防ぎ、QOLの維持を図る。	健診結果で血圧値・血糖値が「要治療」または「要精密検査」と判定され、健診後3か月以内に医療機関の受診が確認できない被保険者	協会けんぽから受診勧奨通知発送後、対象者への電話勧奨（外部委託）を実施することにより、医療機関への受診に結び付ける。	令和2年4月から令和3年3月	360万円	(R2年度左記以外の経費見込4,350万円)
	⑧事業主が根拠データをもって受診勧奨することが必要。	栃木支部の医療費や健診データから、地域別、業態別の特徴を分析し、広報を行うことで、加入者の受診行動を促す。	栃木支部加入者	栃木支部広報媒体を活用し、事業主、健康保険委員、加入者へ提供する。	令和2年4月から令和3年3月	20万円	
保健事業予算計					1,050万円		