

令和4年度の特定健康診査受診率向上事業について

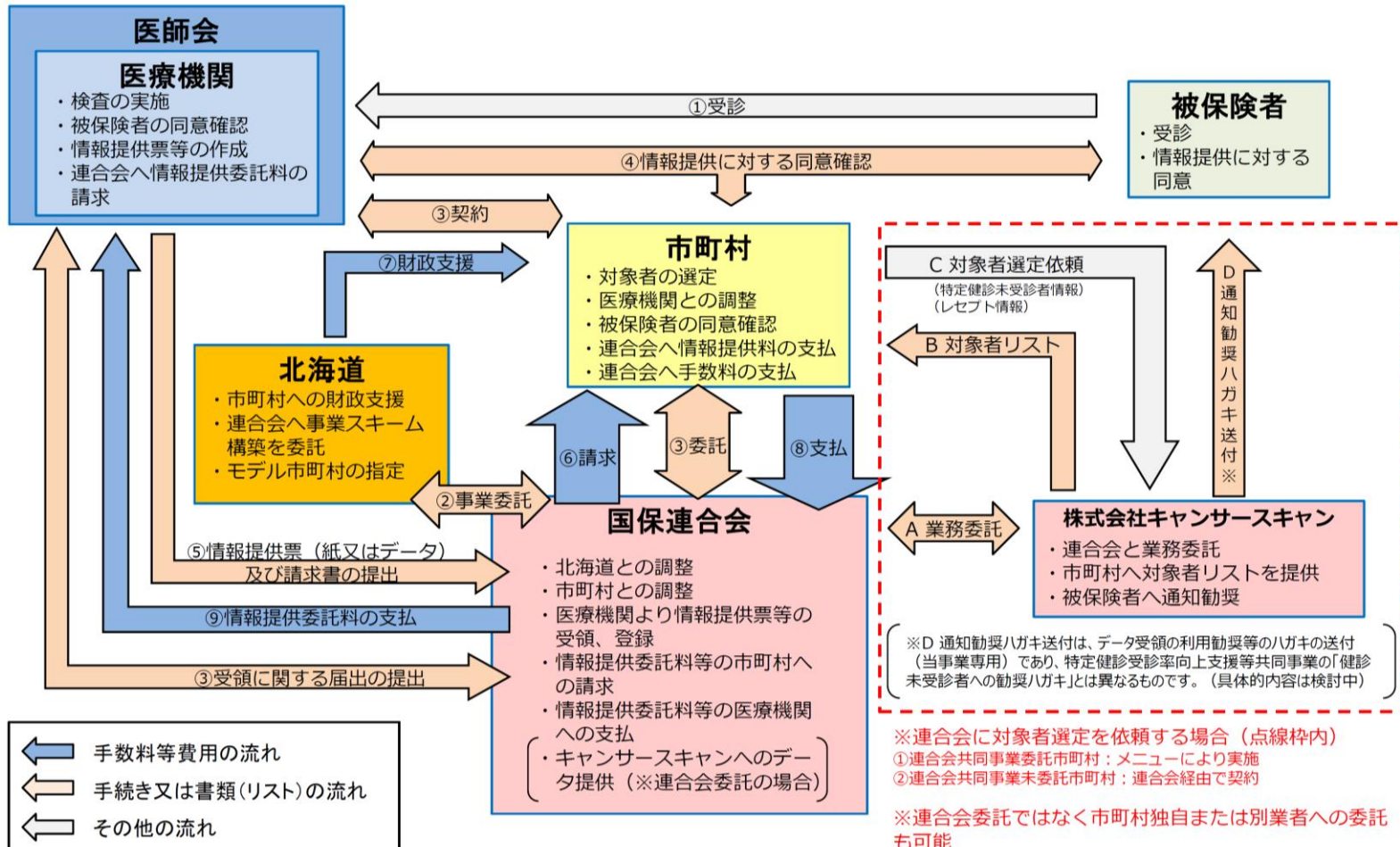
北海道保健福祉部健康安全局国保医療課
令和5年（2023年）3月

① 特定健診受診率向上対策事業（データ受領：みなし健診）

事業概要について

北海道では、国保加入者の予防・健康づくりを推進するため、特定健康診査の受診率向上に取り組んでいますが、令和元年度における受診率は28.9%（全国第46位 全国平均38.0%）と低迷し、国からの財源支援を減額（マイナスインセンティブの適用）されるため、加入者1人あたり保険料負担の増につながっております。

そこで、令和2年度から医療機関に定期通院されている方のうち、特定健診を受診されていない方を対象とした、医療機関、住民、行政のそれぞれにとってメリットのある、新たなデータ受領の仕組みづくりを進めています。



①特定健診受診率向上対策事業（データ受領：みなし健診）

【令和3年度速報】

・旭川市：R2（法定） 25.7% → R3（速報値） 27.3%

年間を通じてコロナの影響を受け、昨年度前半は低迷するも、勧奨開始した年度後半に巻き返しに成功。

→データ受領と健診勧奨の併用により、738人が受診。（連続受診者を除く）

・釧路市：R2（法定） 26.1% → R3（速報値） 29.3%

モデル実施した1医療機関で64件（通年では78件）のデータ受領に成功

→釧路市の既存の診療情報提供事業とあわせても、542件から570件に増加

・岩見沢市：R2（法定） 21.8% → R3（速報値） 25.5%

データ受領の同意率は8%に留まるも、R3年度の特定健診手数料予算が不足する事態に

→データ受領と特定健診を比較して、特定健診に流れた模様。

【令和4年度の取組】

○今年度は、令和5年度に向け、事業の横展開を図るとともに、医療機関が積極的に参加しやすい仕組みを検討する。

・医師会への情報提供（医療機関受診勧奨・データ受領の推奨）

・提出データの誤記入が目立ったため、返戻等の医療機関調整を減らすための情報提供用ツールの検討

・令和5年度の本運用に向けた手続整備

② 特定健診受診率向上対策事業（薬局受診勧奨・普及啓発）

① 特定健診受診率向上対策事業概要

勧奨対象者：全道の40歳以上の国保被保険者

対象時期：令和4年11月～令和5年2月

事業形態：(株)キャンサーズキャンと(株)電通北海道のコンソーシアムとの委託業務

(1) キャンペーンの統一ロゴ作成

- 当キャンペーン用に共通のキャッチフレーズを制作
- すべての媒体で一貫したメッセージを投げ掛け、「特定健診を受けよう」から、危機感と義務感を加えた「特定健診うけなくちゃ！」とすることで、「必ずうけなくちゃいけない」ものであることを強く印象づけ
- 薬局勧奨、ラジオ及びWEB広告に共通してラジオパーソナリティーの「顔」を押しだし、訴求効果を最大化する

(2) 薬局からの受診勧奨

- 昨年の事業結果から、広報掲示だけではなく、薬剤師からの受診勧奨を受けることが、受診の行動変容を促すことがわかった
- より薬剤師が被保険者に声かけしやすい環境構築をすることにより、効果を最大化する

(3) ラジオ及びWEBによる広報

【ラジオによる広告】

- 聴取者が特定健診受診層とマッチしやすい
- 特定のターゲットに集中しての刷り込みが可能
- パーソナリティーへの感情移入度が高い
- 社会的メッセージの啓発・機運づくりに強い媒体

【WEBによる広告】

- ターゲットセグメントによりきめ細やかなアプローチが可能
- 可視化可能な抜群の費用対効果

○薬局受診勧奨概要

札幌市・北見市・岩見沢市及びその周辺の「北海道健康づくり支援薬局」を中心とした薬局における、薬剤師等による受診勧奨

・今年度参加薬局数

札幌市 277件 北見市 33件 岩見沢市 61件

※参考 昨年度参加薬局数 札幌市のみで160件

○ラジオCM概要

4局(HBC、STV、AIR-G'、northwave)による合同キャンペーン

- ・20秒スポットCM 160本
- ・パブリシティ 9本
- ・ミニコーナー 8回

○WebCM概要

- ・yahoo!への広告 約29,000回(想定)
- ・Youtubeへの投稿
動画再生回数 約62,000回(想定)