

厚生労働省保険局

効果的な保健事業を実施するための
オンライン研修会

保健事業の基本の「き」



保健事業の基本の

き



保険加入者に**伝わるメッセージ**、

保険加入者の**行動が変わるメッセージ**とは？



講師



東京大学医学部附属病院大学病院医療情報ネットワークセンター

東京大学大学院医学系研究科医療コミュニケーション学分野 特任助教



後藤 英子



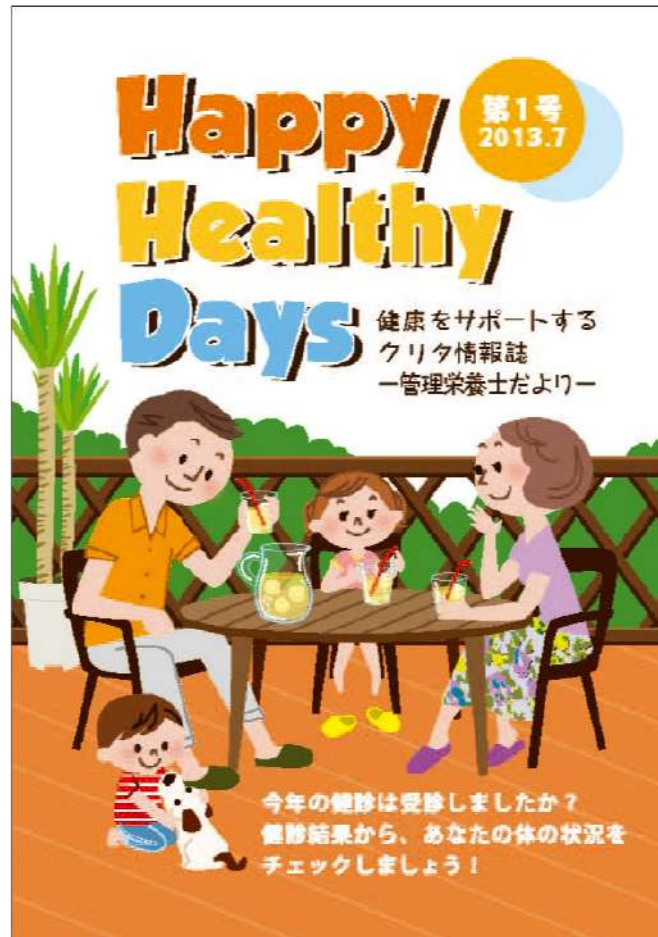
今日、皆さんと一緒に、考えたいこと

Q

「伝わるメッセージ」を作ると、
どんな良いことが起きる ?

Q

「伝わるメッセージ」を作るために、
必要なことは ?



出典：Happy Healthy Days（栗田健康保険組合）

Copyright © 2023 Eiko Goto All rights reserved

健保職員時代、1番ショックだったこと



管理栄養士／健康運動指導士 後藤英子

自己紹介

今年度より本誌を担当することになりました、
後藤英子と申します。
よろしくお願いいたします。

プロフィール

栗田健保に勤めて5年目の管理栄養士／健康運動
指導士です。
主に健康支援活動を行っており、個別で食事や運
動のアドバイスをしたり、会社で健康教室などを



いつでも、ご相談ください

食事や運動など、健康管理について
ご相談等がございましたら、下記までお気軽に
ご連絡ください。個別に対応させていただきます。

この経験で得た教訓①

**伝えたいことを、
伝わるように伝えることは、
簡単なようで実はとても難しい**

**「伝えた」ことは
「伝わった」ことにならない**

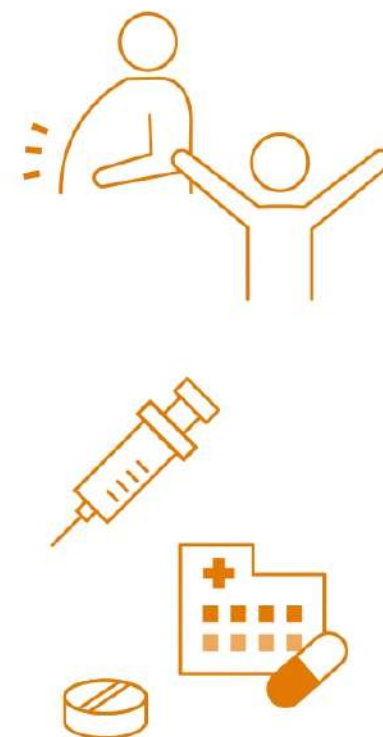
この経験で得た教訓②

メッセージが**伝わらなければ**
保健事業は回っていかない

だから「伝わるメッセージの発信」は
保健事業の基本の**き**

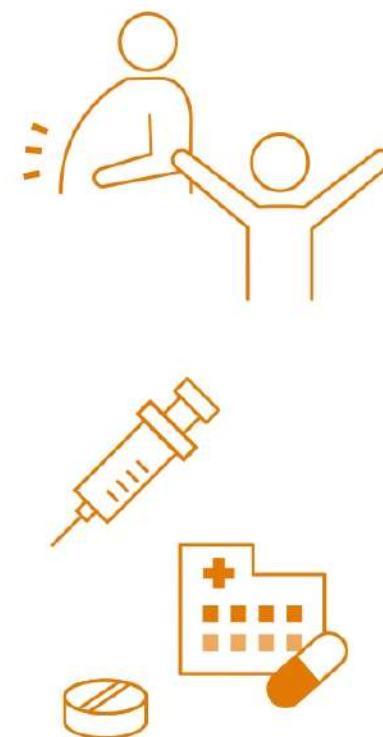
「伝わる」ことの効果は、たくさん検証・立証されている

- ・ 肥満が改善する
- ・ 糖尿病患者さんのHbA1cが下がる
- ・ 服薬指示を守らない患者さんが薬を正しく飲むようになる
- ・ ワクチン接種率が上がる
- ・ がん検診の受診率が上がる
- ・ 医療訴訟が起きにくくなる



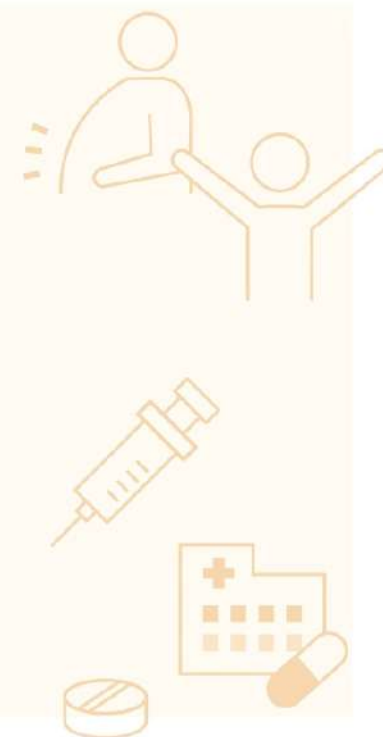
「伝わる」ことの効果は、服薬・治療による効果と同程度の力を発揮することもある

- ・ 肥満が改善する
- ・ 糖尿病患者さんのHbA1cが下がる
- ・ 服薬指示を守らない患者さんが薬を正しく飲むようになる
- ・ ワクチン接種率が上がる
- ・ がん検診の受診率が上がる
- ・ 医療訴訟が起きにくくなる



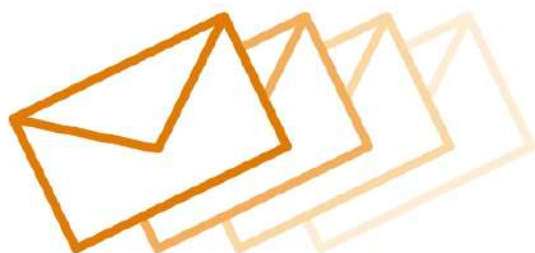
「伝わる」ことの効果は、服薬・治療による効果と同程度の力を発揮することもある

- ・ 肥満が改善する
- ・ 糖尿病患者さんのHbA1cが下がる
- ・ 服薬指示を守らない患者さんが薬を正しく飲むようになる
- ・ ワクチン接種率が上がる
- ・ がん検診の受診率が上がる
- ・ 医療訴訟が起きにくくなる



「伝わる」ことの効果は、服薬・治療による効果と同程度の力を発揮することもある

・肥満が改善する



メッセージが
伝わる効果



服薬・治療
による効果

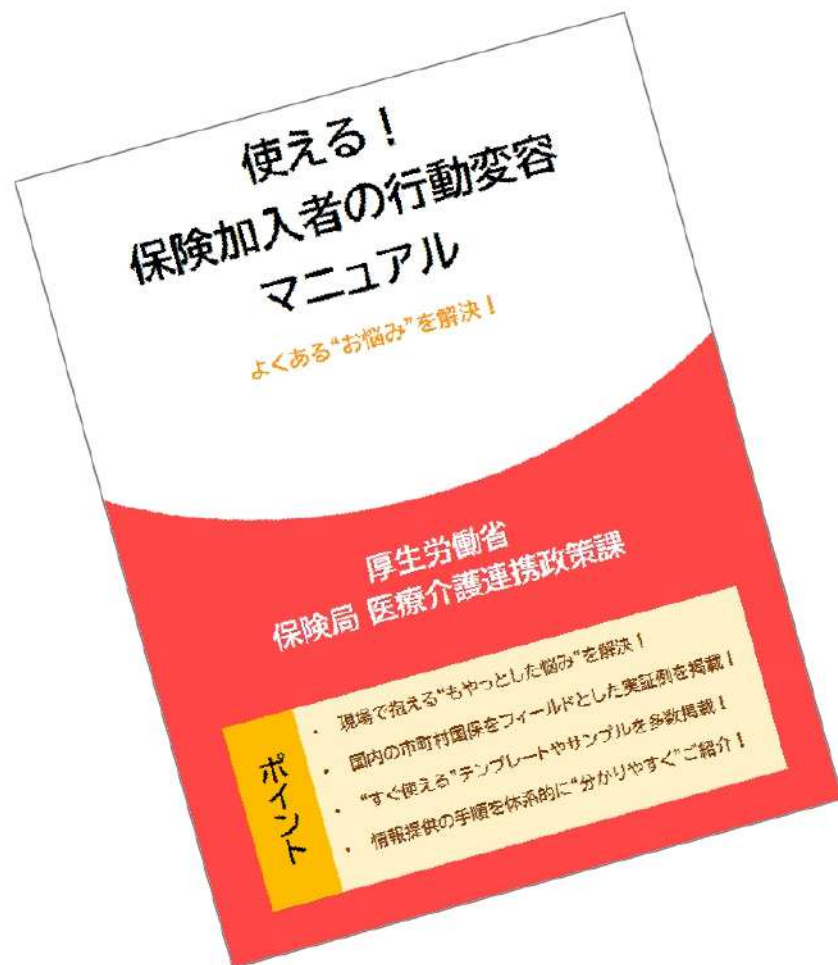
・医療訴訟が起きにくくなる

以下の3つについて、ご自身の経験や考えを書き出してみてください

- 1 加入者へ伝えたいメッセージがあったのにも関わらず、
うまく伝わらなかった出来事
受診勧奨通知を送っても、中身を読んでももらえなかった
- 2 なぜ、うまく伝わらなかった？ **伝わらなかった原因は？**
文字ばかり、専門用語ばかり、DMと間違えられた
- 3 どうしたら、うまく伝わった？ **どんな工夫をしたら良かった？**
健保名を大きくはっきり書く、シンプルにして余白を増やす

保健事業を進めるときの、救世主

こんなマニュアルがあるのは、
ご存知ですか？



伝わるメッセージの 作り方が載っています

<https://www.mhlw.go.jp/content/000817890.pdf>

6. 加入者の心に届くコンテンツを作る

はじめに	
本書の目的	4
本書の主な対象	5
行動変容の進め方	6
取組み手法	
1 「もやっとポイント」から仮説を立てる	9
1.1 日頃感じる現場での「もやっとポイント」を洗い出す	9
1.2 これまでの取組みを振り返る	11
1.3 これから注力することを整理して仮説を立てる	14
1.4 仮説を裏付ける情報を探す	18
1.5 仮説を検証する	22
2 加入者の大きな特徴や傾向をつかむ	26
2.1 加入者をグループに分ける	26
2.2 加入者に進んでもらいたい方向を決める	32
3 情報を届けたい加入者を決める	34
4 期間毎の目標と効果測定の方法を決める	38
5 加入者へ伝える情報を決める	41
5.1 加入者が求めていることや悩みを理解する	41
5.2 加入者へ伝えたい情報を特定する	51
6 加入者の心に届くコンテンツを作る	54
6.1 加入者へ情報を届けられる方法を確認する	54
6.2 加入者への情報の届け方を決める	65
6.3 加入者へ伝えたい情報を形にする	69
7 効果を確認して次に活かす	77
今後の課題	87
(参考) 事例情報	88
(参考) ワークシート	89

6 加入者の心に届くコンテンツを作る

分類	考え方	具体例
文字の大きさ	高齢者や視覚障害のある方にもわかりやすいサイズとする。	国内の事務作業で幅広く利用されているMS Office(WordやPower Pointなど)を利用する際には、14pt以上が比較的
書体	文字のきれいさと視認性の両方を考慮した書体を採用する。	

6 加入者の心に届くコンテンツを作る

具体例 本実証事業では、紙媒体(リーフレット)を用いた情報提供を行いました。そのコンテンツは、訴求ポイント(5.1参照)や加入者にとって読みやすく関心を持っていただける方法(6.3参照)等を考慮しつつ、保険者職員やその他事業関係者等にも確認及び意見をいただきながら修正を繰り返して作成しました。

リーフレットイメージ①:60代男性向け

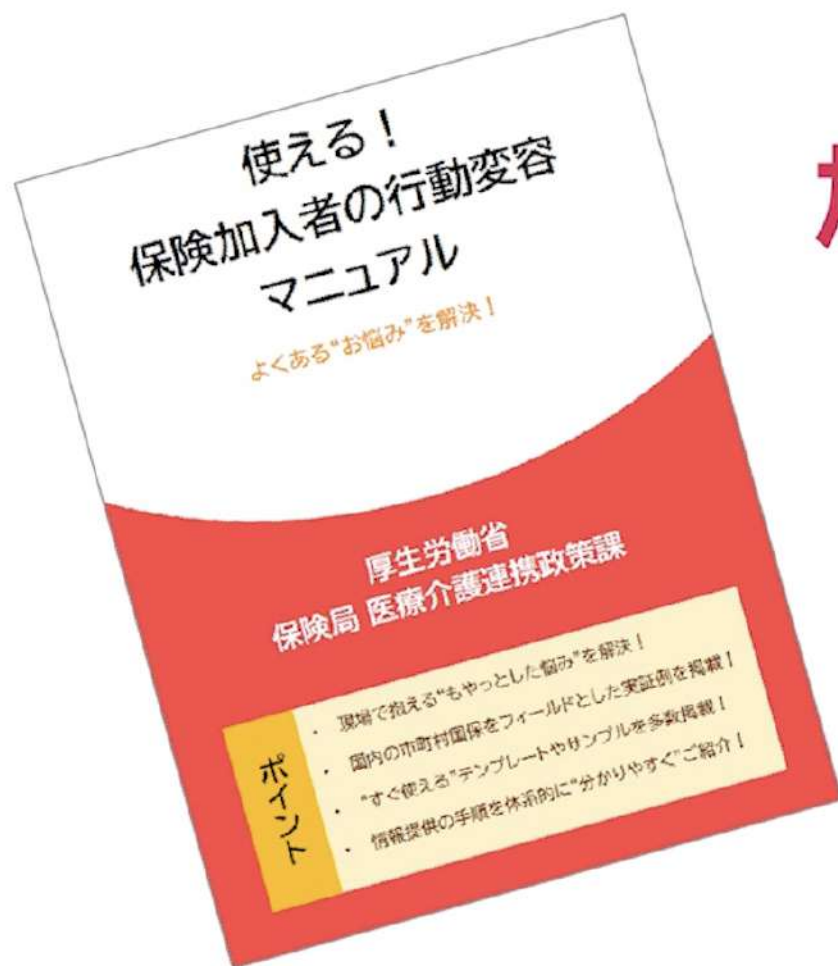
多くの男性の生活が変化する60代

いま、魅力あふれる60代がっこい!

ユニバーサルデザインのフォント(BIZ UDP明朝Medium)を利用し、基調色を統一

加入者の年代・性別に応じて「なりたい自分像」をタイトル化

該当グループの加入者の多くが共通しうる課題や悩みを大きく表示



加入者の声を聴く方法 も載っています



福吉先生のセッションの
課題解決方法が分かる

1. 仮説を立てる

はじめに	
本書の目的	4
本書の主な対象	5
行動変容の進め方	6
取組み手法	
1 「もやっとポイント」から仮説を立てる	9
1.1 目標とする現場での「もやっとポイント」を洗い出す	9
1.2 これまでの取組みを振り返る	11
1.3 これから注力することを整理して仮説を立てる	14
1.4 仮説を裏付ける情報を採す	18
1.5 仮説を検証する	22
2 加入者の大きな特徴や傾向をつかむ	26
2.1 加入者をグループに分ける	26
2.2 加入者に進んでもらいたい方向を決める	32
3 情報を届けたい加入者を決める	34
4 期間毎の目標と効果測定の方法を決める	38
5 加入者へ伝える情報を決める	41
5.1 加入者が求めていることや悩みを理解する	41
5.2 加入者へ届けたい情報を特定する	51
6 加入者の心に届くコンテンツを作る	54
6.1 加入者へ情報を届けられる方法を確認する	54
6.2 加入者への情報の届け方を決める	65
6.3 加入者へ伝えたい情報を形にする	69
7 効果を確認して次に活かす	77
今後の課題	87
(参考) 事例情報	88
(参考) ワークシート	89

ステップ1
これまでの取組みを一覧化する

前掲の取組み事項一覧に示した項目について、職員ヒアリングや過去の業務資料等を基に取組み内容を整理しました。

近年は特に、介護予防を担当している部署がフレイル予防事業には力を入れており、次ページの様にイベント開催やホームページを通じて普及啓発を行っています。イベントとしてフレイルの予防教室も実施しており、国保の担当部署と介護予防の担当部署は連携して前期高齢者もフレイルの予防教室にも参加してほしいという思いもあり、それぞれの取組みを一緒に振り返りました。

課題	取組み	対象	効果	残課題
高齢化による 要介護者の増 加にどのよう に対応するか	介護 じた 改善			

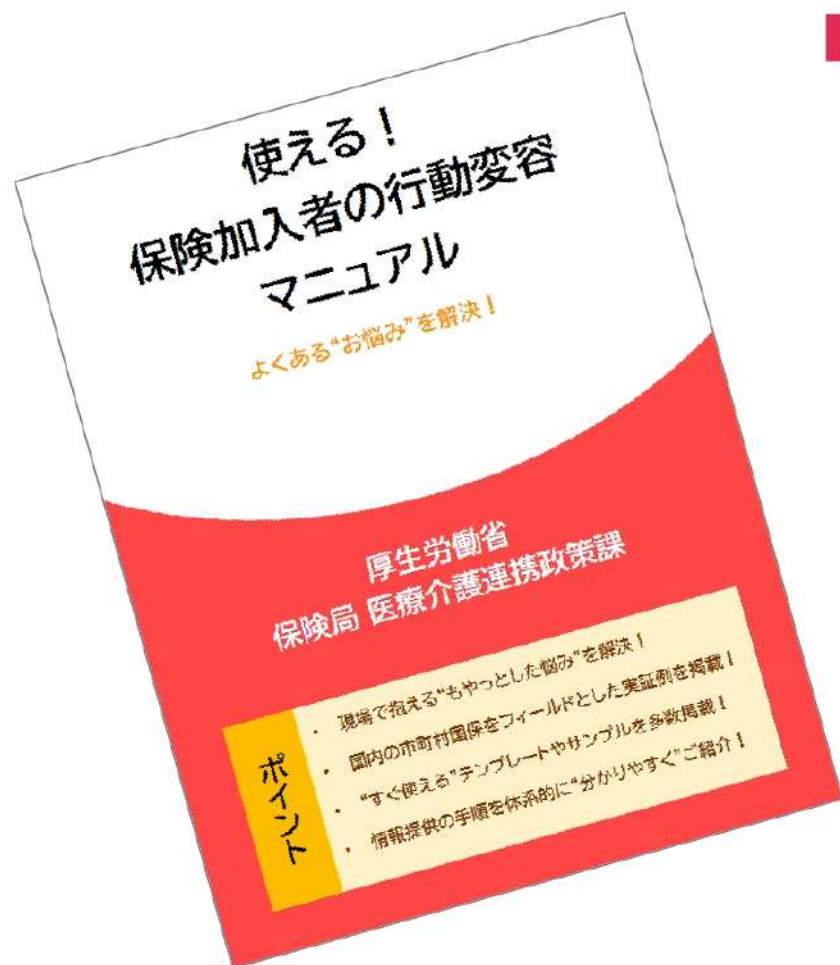
これまでの取組みへの成果は、現場担当者へのヒアリングや、加入者に対するアンケート調査等を通じて確認します。現場担当者はこれまでの取組みで加入者と関わってきた経験則からデータからは判断できない加入者の変化や特性を把握しています。

これまでの取組みによって改善しつつある事項や、課題がうまく解決していない事項を明確化することにより、今後の取組み方を検討する要素とします。

ステップ1
これまでの取組みを一覧化する

これまでに実施してきた取組みを整理します。整理にあたっては、「もやっとポイント」を課題として、取組み内容、対象となる加入者、取組みに対する加入者の反応、そして残課題を記載した一覧を作成します。

さらに!!



ワクワク感が高まる 保健事業の進め方

も載っています



山本先生のセッションの
課題解決方法が分かる

1～7の手順で、進めてみてください

はじめに	
本書の目的	4
本書の主な対象	5
行動変容の進め方	6
取組み手法	
1 「もやっとポイント」から仮説を立てる	9
1.1 日頃感じる現場での「もやっとポイント」を洗い出す	9
1.2 これまでの取組みを振り返る	11
1.3 これから注力することを整理して仮説を立てる	14
1.4 仮説を裏付ける情報を採す	18
1.5 仮説を検証する	22
2 加入者の大きな特徴や傾向をつかむ	26
2.1 加入者をグループに分ける	26
2.2 加入者に進んでもらいたい方向を決める	32
3 情報を届けたい加入者を決める	34
4 期間毎の目標と効果測定の方法を決める	38
5 加入者へ伝える情報を決める	41
5.1 加入者が求めていることや悩みを理解する	41
5.2 加入者へ届けたい情報を特定する	51
6 加入者の心に届くコンテンツを作る	54
6.1 加入者へ情報を届けられる方法を確認する	54
6.2 加入者への情報の届け方を決める	65
6.3 加入者へ伝えたい情報を形にする	69
7 効果を確認して次に活かす	77
今後の課題	87
(参考) 事例情報	88
(参考) ワークシート	89

1～7の手順で保健事業を進めると、
加入者に寄り添った保健事業へ
改良されます



ワクワク感を体感できるはず 😊

さらに!!!



保健事業を担当する
職員が知っておきたい
基本のき

- 

保険者の役割
保険者の役割を加入者に伝えられますか？
- 

インタビュー手法
実施している保健事業について、加入者の声を聞いたことはありますか？
- 

事例紹介
実際にどのように施策立案してですか？

簡単に読むことができます！
文字ではどうしても読む気にならない方のために・・・マニュアルを紹介する動画をご用意しています！
<https://www.youtube.com/watch?v=4zq9jgqzp1l>



 厚生労働省 保険局 医療介護連携政策課

マニュアルの紹介動画、あります！

概要もまとまっています！

動画でみることもできます！

健康保険組合に詳しい講師がわかりやすく紹介しています！
<https://www.youtube.com/watch?v=4zq9jgqzp1l>



使える！
保険加入者の行動変容マニュアル
活用方法のご紹介



東京大学大学院医学系
研究科 医療コミュニケーション学分野
後藤先生の講義動画へ

まとめ

- 伝わるメッセージの発信は、保健事業の基本の「き」
- 伝わるメッセージの発信は、加入者の健康に寄与する
- 「伝えたこと」は必ずしも「伝わったこと」には、ならない



マニュアルを参考に、
**伝わるメッセージの発信・加入者のニーズを
とらえた保健事業・ワクワクする保健事業を
進めてください**