

—医療・介護周辺産業の見える化に関する基盤整備と展開—

実施地域: 全国

コンソーシアム代表団体: 慶應義塾大学医学部

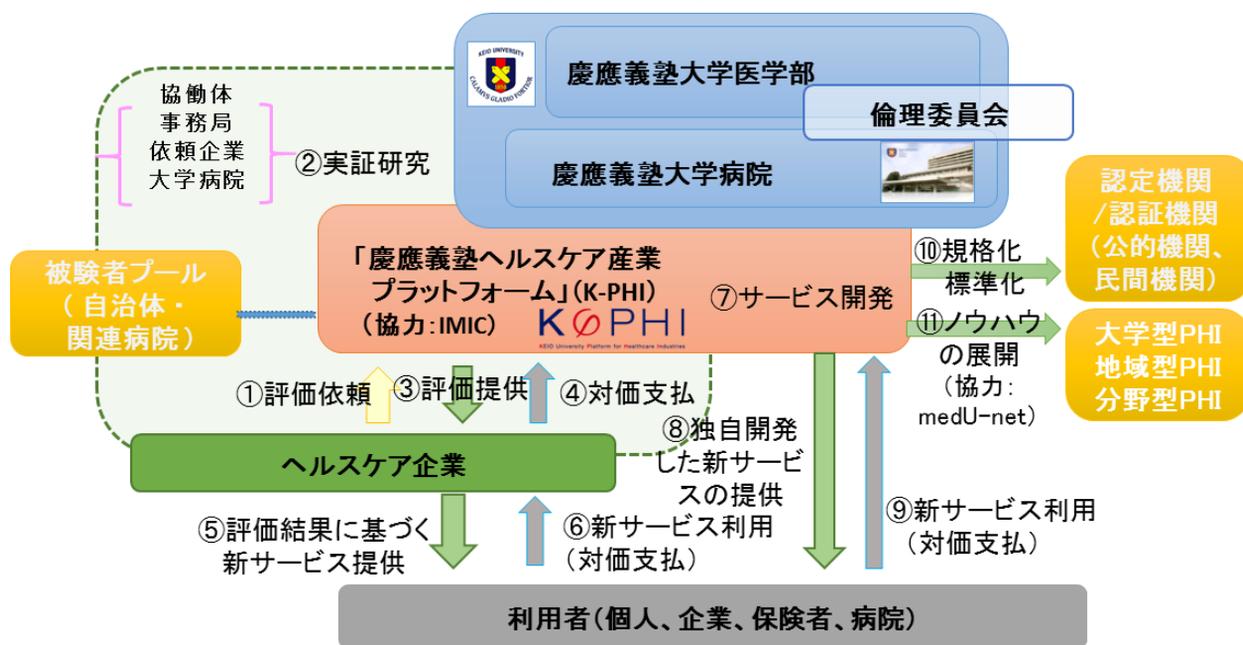
参加団体: なし

背景・目的

ヘルスケア企業が、またその利用者(個人、保険者等)が、サービスの科学的評価を欲していながら、知見の蓄積ある大学医学部・附属病院がそのニーズを満たせていない。健康長寿社会の実現のためには、ヘルスケア産業を応援し、品質の「見える化」を行うヘルスケア産業プラットフォーム(PHI)が必要であると考え、慶應義塾大学医学部においてそのモデル(K-PHI)の構築を行う。

事業概要

大学医学部が医療・介護周辺のヘルスケア産業における予防効果・品質の見える化を行い、国民への意識喚起を行えるような基盤として機能するために必要な、PHIとしての活動の仕組み(企業と大学の研究者とのマッチングや商品・サービスの広告表示方法、学内シーズの事業化)を、大学外部法人の協力のもと、実際の個別ケースを通して検討を行い、来年度以降の自立した事業実施並びに、他大学での同様の取り組みの実現を目指す。



【コンサルティングサービス】

- ①ヘルスケア企業から、提供したい新サービス内容に係る、K-PHIへ科学的評価の依頼
- ②依頼を受託しての実証研究
- ③評価結果の提供
- ④委託業務への対価支払
- ⑤ヘルスケア企業から利用者への新サービス提供(評価結果に基づく)
- ⑥利用者からヘルスケア企業への対価支払

【学内シーズ事業化サービス】

- ⑦大学内部のシーズ等に基づいたサービスの自主開発
- ⑧K-PHIが独自開発した新サービスの提供(蓄積した知見に基づく)
- ⑨利用者からK-PHIへ対価支払)

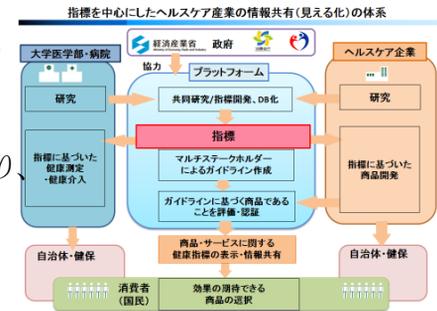
【標準化・展開】

- ⑩評価基準の規格化/標準化(認定・認証機関との調整)
- ⑪以上の運営ノウハウを、医学部を持つ他大学への展開

本事業での実施内容・結果

実施項目1:「見える化」の仕組みづくり

- 1-1 文献・ヒアリング調査:国内外事例調査、大学・自治体・企業・政府等へのヒアリング調査
 - ▶ 成果:国内外で様々な機関が作ったマークが乱立している実態を把握。
- 1-2 企画・プロジェクト創出:学内シーズの発掘、コンサルティング・共同研究実施企業の発掘、シーズ・ニーズマッチングの場の運営、「見える化」の仕組み・体制を企画、パンフレット・ホームページの整備を実施。
 - ▶ 成果:商品・サービスごとのエビデンスの程度がバラバラであり、段階的な仕組みが必要。特に、エビデンスが確立していないものへは医学部が技術相談を行うことへのニーズが確認された。そうした企業の具体的なニーズから、実効性のある、見える化の仕組みを体系化した(右図)。



実施項目2:「見える化」の効果検証

- 2-1 企業にとっての効果:効果的な表示手法開発の検討、対企業コンサルティングの条件等整備し、企業33社から具体的商品・サービス27件の相談を受付、その相談内容を踏まえ、うち5件に「共同研究実施の表示」を認める審査実施、HP上に公開
 - ▶ 成果:企業としては、研究開発段階での見える化の方法を慎重に選ぶ必要がある一方、医学的裏付けを持たせた効能表示の仕組みが必要であり、企業として活用する意義のある、段階的な見える化の基準や様式案を上記検討およびヒアリングを通じて整備した。
- 2-2 大学にとっての効果:学内シーズの事業化支援を3件実施。求められる体制を検証
 - ▶ 成果:支援体制の重要性を確認。業務フローに反映。



実施項目3: PHIの他大学・他機関展開に向けた基盤整備

- 3-1 特性の整理:80大学医学部等におけるヘルスケア領域の産学連携体制につきアンケート調査を実施
 - ▶ 成果:大学にヘルスケア企業への窓口が無いことが多く、PHIの窓口機能の必要性を確認
- 3-2 PHIの展開に向けた基盤整備:他大学や他地域の外部有識者を中心に12名での検討会議(右上写真)を3回開催し知見を集約。また業務フローマニュアルを改定し、HP上に公開
 - ▶ 成果:大学による認証の難しさを確認の上、見える化の段階を(1)「認知」、(2)「認定」、(3)「認証」と定義。今年度K-PHIでは(1)「認知」についてのガイドライン整備を開始し、(3)「認証」での今後の展開に向けて関係省庁と相談。

ヘルスケア分野における具体的な商品・サービスについて、大学医学部を活用した品質の見える化の仕組みの検討を行った。大学医学部が企業等のシーズに対し、医学的裏付けを公正・中立な立場から与える際の業務フローを開発するとともに、訴求力のある見える化の表示手法について検討を行った。本事業において企業等から27件の相談を受け、うち5件について、審査を経て「共同研究実施の表示」(認知)を実施した。企業における品質見える化の要望は数多く存在し、大学医学部を活用した品質評価基盤の重要性が確認された。

今後の取組と求めるパートナー

今後の取組予定:

- 今年度受入プロジェクトを中心に、引き続き他大学等と、「見える化」の段階の(2)「認定」として、安全性を前提としたAwardの付与(大学共通での最低限の基準の共有とベストプラクティスの表彰)と、(3)「認証」として、公的機関による、具体的表現も含めた有効性に関する見える化が行えるシステムの構築、を行う。

求めるパートナー:

- 科学的評価による高付加価値型商品・サービス開発を企図する企業。
- 医学部・大学病院における研究実施や、アドバイス、医療現場見学を、新商品・新サービス開発に活かしたい企業・自治体。また、地域住民の健康づくりの一環として研究協力者の提供が可能な自治体。および提携可能な大学・医療機関。

保険者と企業の連携による医療費実態把握とベストプラクティスの基盤整備

実施地域: 全国

コンソーシアム代表団体: 株式会社日本医療データセンター

参加団体: 株式会社ジークス

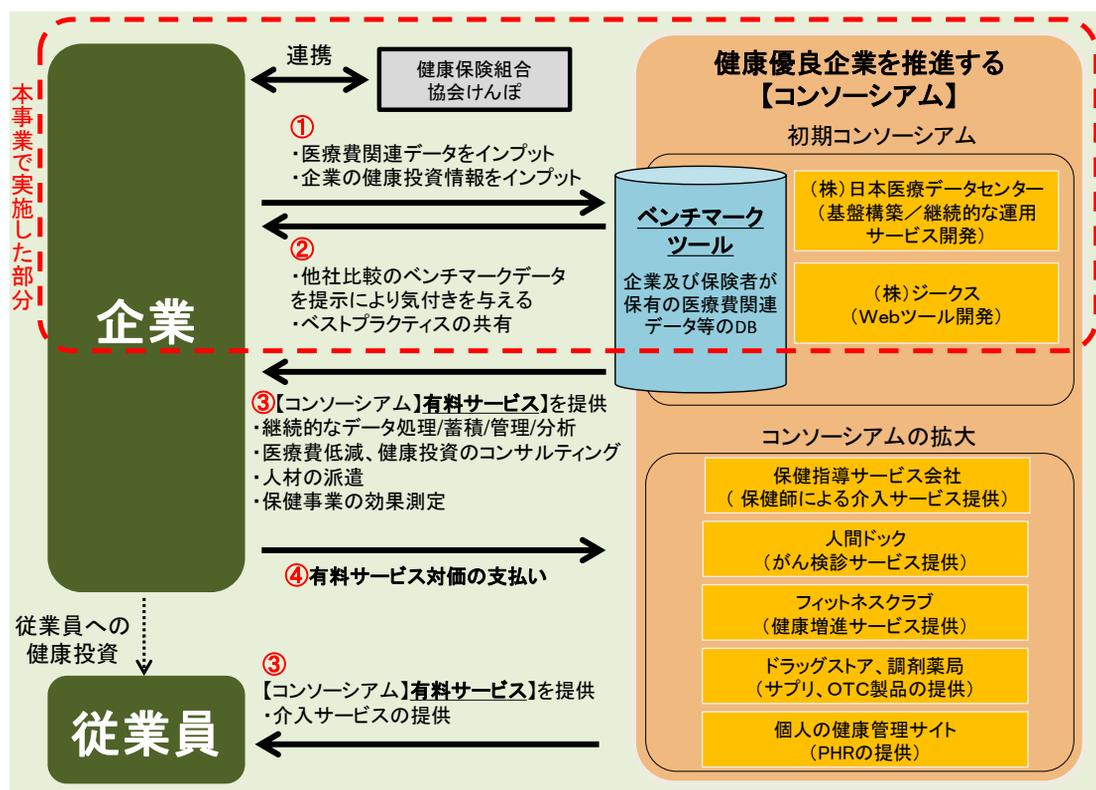
背景・目的

現在、「保険者は母体企業(事業主)に理解・協力を求めるが、耳を傾けてくれない」「企業は医療費関連コストへの関心が薄い」等の声が多く、保険者と企業が連携した取り組みができていない。これらの課題をクリアする為には、保険者単独での取り組みではなく、企業経営層が自社の生活習慣病患者数や削減可能な医療関連コストを正確に理解し、具体的な行動につなげていくことが重要である。

事業概要

(株)日本医療データが保有している医療関連データ(レセプトデータ及び健診結果データ等)を活用し、企業及び保険者へ気付きを与えるベンチマークデータを作成し、情報収集後、ベストプラクティスを周知する為の調査を実施した。その結果は、ベンチマークツール(ポータルサイト)を作成し、より多くの成功事例を発信・共有した。将来的には、構築した基盤を活用し、有料介入サービスを提供する。

創出を目指す事業モデル図



- ①各企業(及びその保険者)が、医療費関連データや企業の健康投資条を、コンソーシアムが構築したベンチマークツールに対し入力する。
- ②コンソーシアムは、ベンチマークツールを介して、医療費に係るベンチマーク情報や収集した健康投資活動のベストプラクティス情報を企業(及び保険者)に提供する。(これにより、企業が自社が講じるべき対策が見える化し、気付きをえることができる。)
- ③コンソーシアムは、各企業(及び保険者)や、その従業員に対して以下等の有料サービスを提供する。
 - ・対企業: データ処理/コンサルティング/人材派遣/効果測定
 - ・対従業員: 保健指導などの各種介入サービス
- ④各企業は、利用した有料サービスに対する対価をコンソーシアムへ支払う。

本事業での実施内容・結果

従業員（被保険者）への健康投資の重要性を広めるため、2回のセミナーを実施

- ・2013年11月12日 参加者:119名 企業:46社、56名 健保:44健保、55名 団体:5団体、8名
- ・2014年 2月17日 参加者:100名 企業:62社、72名 健保:19組合、25名 団体:3団体、3名

【セミナー風景】



【健康優良企業を推進するプロジェクト】(Webサイト)へ登録すると

- ・自社ベンチマークデータを見ることができる
 - ・登録後、マイページにてビッグデータの分析結果をダウンロードできる
- 2014年2月時点の登録企業数:100企業以上
登録サイトURL <https://www.kenko-shain.jp>

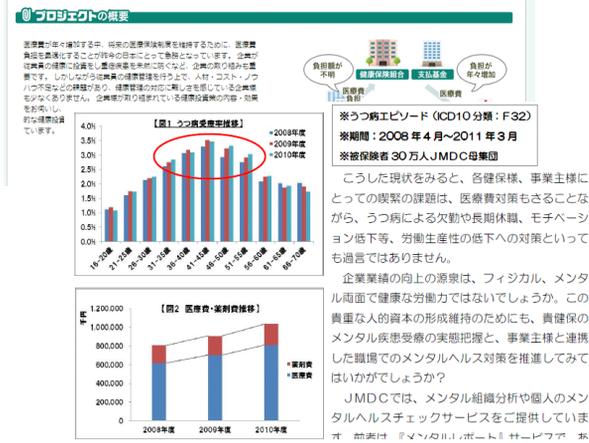
本事業において、企業に対して自社が講じるべき対策を見える化し、気付きを提供する社会基盤「ベンチマークツール」を構築した。
(今後も機能追加等ブラッシュアップを予定)

【Webサイト】



【自社ベンチマークデータのイメージ例】

「2型糖尿病」・「腰痛」の出現率に関する自社と企業平均との比較結果、及び医療費の対全体割合の推計結果のイメージ



企業・保険者を対象としたセミナーや、医療費や疾病傾向等の推計値から自社の立ち位置を客観的に把握可能なベンチマークデータ基盤の構築を通じて、企業経営層への健康投資の重要性に対する理解促進に一定程度の効果があることがわかった。今後はさらなるデータ収集を行いベンチマークツールの精度を高めることで、企業経営層への健康意識啓発から健康投資を促し、さらに従業員自らも健康への重要性を意識し行動を促す好循環サイクルの確立に向けた取組を進める。

今後の取組と求めるパートナー

- ・企業または保険者へハイリスク層への重症化予防サービス(訪問指導含む)・運動/食事の介入サービスを実施している民間業者
- ・医療関連データの収集・蓄積・メンテナンス・集計・メンテナンスのノウハウを必要としているヘルスケア産業に参入している企業又は自治体

健康マネジメントの標準化・可視化事業

実施地域: 全国

コンソーシアム代表団体: 一般財団法人日本規格協会

参加団体: 一般社団法人日本総合健診医学会、公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会、株式会社コスモプラン

背景・目的

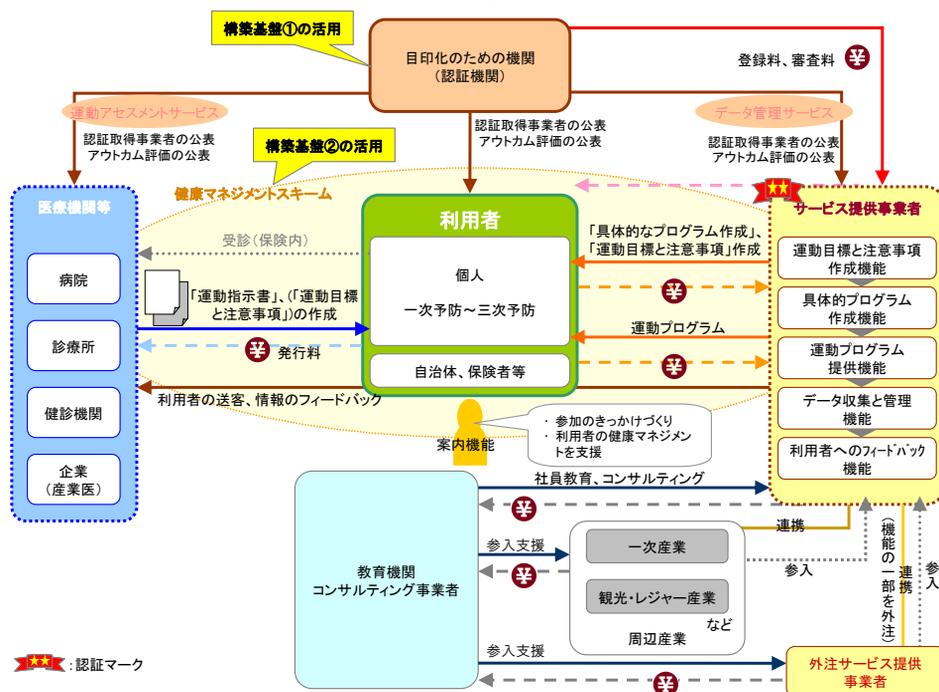
疾病予防対象者である国民が、生活の中にフィットネスや適正な食生活を自然に取り入れることにより健康寿命を延伸し、結果として医療・介護ニーズの適正化が図られる社会を目指し、健康マネジメントスキーム及び事業者認証サービスを確立し、既存の保険サービス外に、“安全性・効果性・継続性”が確保された医療連携によるフィットネスサービス”という新規マーケットを創出する。

事業概要

沼津・沖縄地域にて医療連携プロセス標準モデルの実効性を検証する実証事業を実施。この実証事業を通じて、医療連携プロセスの見直し・強化を実施するとともに集客・集患可能性検証を実施。

また、健康マネジメントスキーム内でサービスを提供する事業者の目印化と、サービス品質の可視化を行うための認証制度の設計、サービス事業者認証のためのポイントを見極め、実証事業を通じて新たなサービス提供を試行したサービス事業者の評価を実施。

創出を目指す事業モデル図



基盤①: 事業者の目印化のための認証制度

サービス提供事業者のサービス品質を可視化することで、サービスを利用する個人や自治体・保険者による選択の効率化を進める。さらに事業者にとってはサービス品質の訴求、サービス品質の向上による新規顧客獲得などの事業拡大の機会を創出する。

基盤②: 健康マネジメントスキーム

昨年度構築した医療連携プロセス標準モデルを活用し、医療機関との適切な連携のもと、安全かつ継続的に利用者の健康マネジメントを行うために活用する。

健康マネジメントスキームの認知率が低い段階では、医療機関や事業者などにおいて、本スキームをより多くの対象者に紹介し、参加のきっかけをつくる機能が求められる。さらに、利用者に合わせて安全性・効果性を担保したサービスを提供するためにも、利用者と医療機関および事業者をつなぐ案内機能が必要となる。

本事業での実施内容・結果

実証事業(沖縄、沼津)

医療連携
プロセス標
準の実効性
検証

医療機関に
おける集患・
集客可能生
検証

運動リスクア
セスメント手
法の開発

認証制度の
設計とサービ
ス提供者評
価

アウトカム評
価手法の検
討

合意形成・情
報発信活動

参入支援手
法の検討

- ・ 実証事業を通じた医療連携プロセス標準の実効性を検証。既存プロセスの見直しと新たなプロセスの追加
- ・ 個別ヒアリングによる集患・集客(事業拡大)可能性検証、要件の整理→新たな集客システムの検討・参入支援手法の開発
- ・ 臨床運動療学会のメンバー監修により、中等度以上の運動における心血管イベントのリスクアセスメント手法を開発
- ・ 国際標準に基づき、認証機関設立に向けた認証制度運用指針・認証制度の設計
- ・ 安全、継続性、効果を担保するためのサービス提供事業者における要求事項の整理とプロセス評価手法、評価項目の策定
- ・ 合意形成に向けた説明会・個別ヒアリングの実施、情報発信サイト「アクティブライフ365」の立ち上げ

【本事業の成果】

昨年度策定した医療連携プロセス標準モデルを活用し、運動サービスの品質認証に向けた実効性の検証を行い、利用者に対する品質の見える化・事業者の持続的な事業運営に資する第三者評価の基準・制度設計の指針を策定した。運動サービスの効果を見える化するには継続が必要なことから、継続性を担保するためにレジャーという要素が重要であり、既存ヘルスケア事業者以外の参入やノウハウ活用が重要であることがわかった。今後はこれらの要素を盛り込んだ品質基準・認証方法の確立・運用を進めていく。

実証事業の様子



【参加者の声】

屋外で実施することが楽しい
家族や友人と参加することにより楽しさが増幅された
楽しいことに使うお金はある程度の額でも納得
出来るようになることで一定の達成感が得られて楽しい
汗をかくことで爽快感が得られた
動植物とふれあうことで明るく楽しい気分になった

今後の取組と求めるパートナー

疾病予防を目的としたアクティブレジャー(身体活動をともなう余暇活動)産業の創出を目指し、既存ヘルスケア事業者のみならず、これまでヘルスケア産業とは見られていなかった観光・レジャー事業者、農林水産事業者、テーマパーク、商業施設などに加え、健康マネジメントスキームへの入り口(コンサルティング)となる機能をもつ事業者

【具体例】

健診機関、ショッピングモール、薬局・ドラッグストア等流通事業者、旅行代理店・リゾートホテル等観光事業者、レジャー関連事業者、健康づくり関連事業者 等

インセンティブ・マネジメントを活用した健康支援事業

実施地域: 全国

コンソーシアム代表団体: 株式会社ベネフィットワン・ヘルスケア

参加団体: 株式会社メディエイド

背景・目的

これまで特定保健指導をはじめとする保健事業は、「暗い・辛い」イメージが強く、参加率が低いことが大きな課題であった。そこで、本事業では、企業従業員・健保組合被保険者が健康への取り組みに対して経済的インセンティブを与えることで、参加率・継続率・体重減少率(効果)を格段に向上させる保健指導プログラムの構築を目指した。

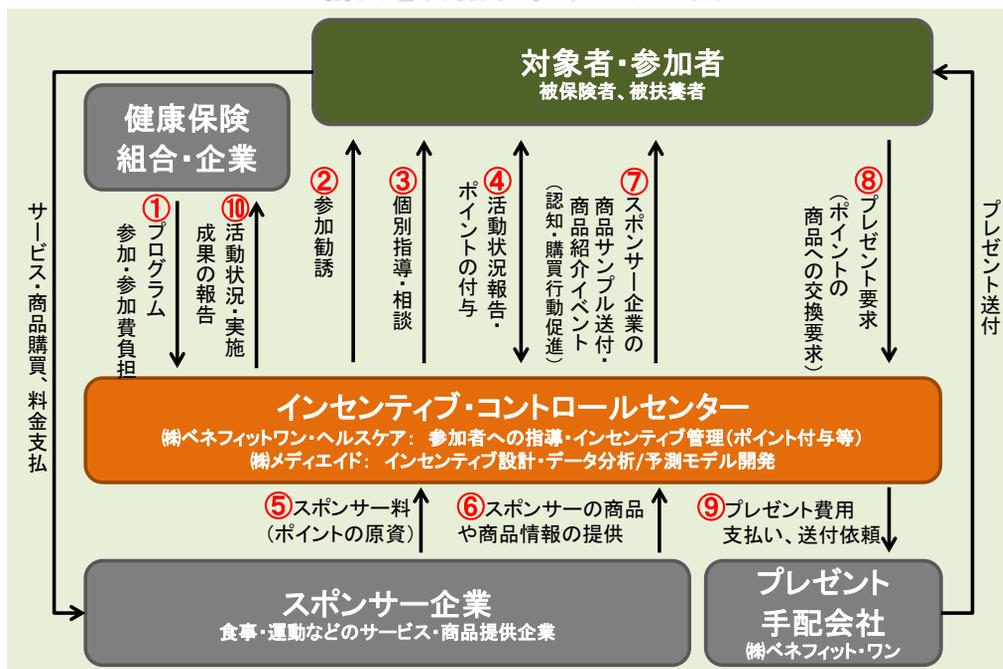
事業概要

企業従業員・健保組合被保険者に対して、健康への取り組みに対する経済的インセンティブを付与する保健プログラムを提供し、健保組合や企業からプログラム提供料を受け取る。保健プログラムの対象者は、BMI値が25以上・メタボリック症候群診断基準の予備群に該当する者とする。

本プログラムによって、対象者の参加率・プログラム継続率を高め、最終的に参加者の体重減少、そして参加者と企業・健保組合の将来的な医療費負担の抑制を目指す。

経済的インセンティブの原資は、スポンサー企業からスポンサー料を拠出してもらうことで、健康保険組合・企業負担の軽減を目指している。

創出を目指す事業モデル図



- ① 健康保険組合・企業はインセンティブ・コントロールセンター(以下、センター)に対してインセンティブ付保健指導プログラム(以下、プログラム)の参加を申込み
- ② センターは、プログラム参加対象者である被保険者(社員)・被扶養者に参加を促す
- ③ センターは、プログラム開始当初に参加者と個別に電話相談を行い、各自の目標・計画を作成する
- ④ 参加者は、センターに対して定期的に自身の活動状況・健康状態を報告し、センターはその結果に応じて経済的インセンティブ(ポイント)を付与する
- ⑤ スポンサー企業は、ポイントの原資となるスポンサー料をセンターに支払う
- ⑥ スポンサー企業は、スポンサー料支払いの対価として、自社の商品やサービスを参加者に情報提供できる
- ⑦ センターは、スポンサー企業からの商品や商品情報を参加者に伝達し、認知度向上等に寄与する
- ⑧ 参加者は、付与されたポイントを使って商品への交換をセンターに要求する
- ⑨ センターは、プレゼント手配のために委託先企業に費用を支払い、プレゼント送付依頼を行う
- ⑩ センターは、健康保険組合に対し、取組結果・成果をフィードバックする

本事業での実施内容・結果

- ・ 創出を目指した事業における効果的な経済的インセンティブの与え方を探るため、本事業では4パターンのインセンティブの与え方を行い、効果等の比較・検証を行った。
- ・ 4パターンは、下記の組合せで設定した。
 - I. 健康への取り組みの何を重視するか
 - 「成果重視」：目標達成可否を重視
 - 「行動重視」：行動した事実を重視
 - II. インセンティブを多く与えるタイミングをどこにするか
 - 「参加時重視」：参加直後に多くのインセンティブを付与
 - 「参加後重視」：プログラム期間内で均等か、後期に多くのインセンティブを付与
- ・ 本事業では3団体の健保組合・企業の協力の下、合計108名の参加者に対してプログラム提供と効果検証を行った。
- ・ 3か月終了時点での結果は下記の通り。この時点では、全パターンとも、インセンティブを付与しない類似プログラム(特定保健指導プログラム2013年度実績)より大きな効果が確認できた。

表:インセンティブのかけ方
4パターン

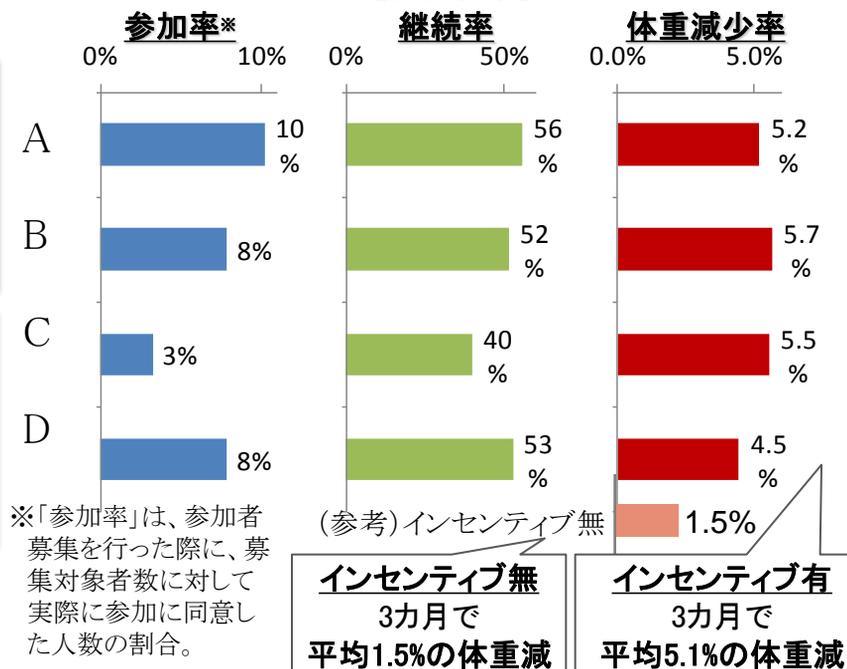
	参加時重視	参加後重視
成果重視	A	B
行動重視	C	D

【実施結果】

プログラム内で行った初回の電話面談風景



経済的インセンティブとして提示した商品例(ポイント交換可能商品例)



【本事業の成果】

本事業において構築した、インセンティブマネジメントによる健康支援基盤を活用することで、従業員等に対してより効果的な健康支援が可能となる。また、本基盤は従来まで健康行動を促すことが難しいとされていた、被扶養者の健康増進にも効果を有しており、今後、企業・保険者が実施する保健事業等への活用による全国展開の可能性が示された。

今後の取組と求めるパートナー

- ・ 今後の取り組みとして、対象顧客を健康保険組合、企業、自治体と幅広く拡大させていく予定である。
- ・ 今後、健康保険組合・自治体等にとってデータヘルス計画に基づいた効果の出る実践的な生活習慣改善プログラムの重要性が益々高まると考えられる。そのような状況において本プログラムが、計画と実行の橋渡しとなる強力なプログラムの1つになると考えている。
- ・ 今回の取り組みでは、100名強の対象者での検証であった。今後は、この効果的なプログラムを、より大規模な人数で検証を行い、参加者の属する環境や個人属性により最適化したインセンティブ活用型のプログラムを構築し、事業を推進していきたい。

「行動変容促進サービス」の基盤構築事業

実施地域: 首都圏・大阪

コンソーシアム代表団体: 株式会社コナミスポーツ&ライフ

参加団体: 株式会社損害保険ジャパン、日本興亜損害保険株式会社、富士通ゼネラル健康保険組合、千代田グラビヤ健康保険組合

背景・目的

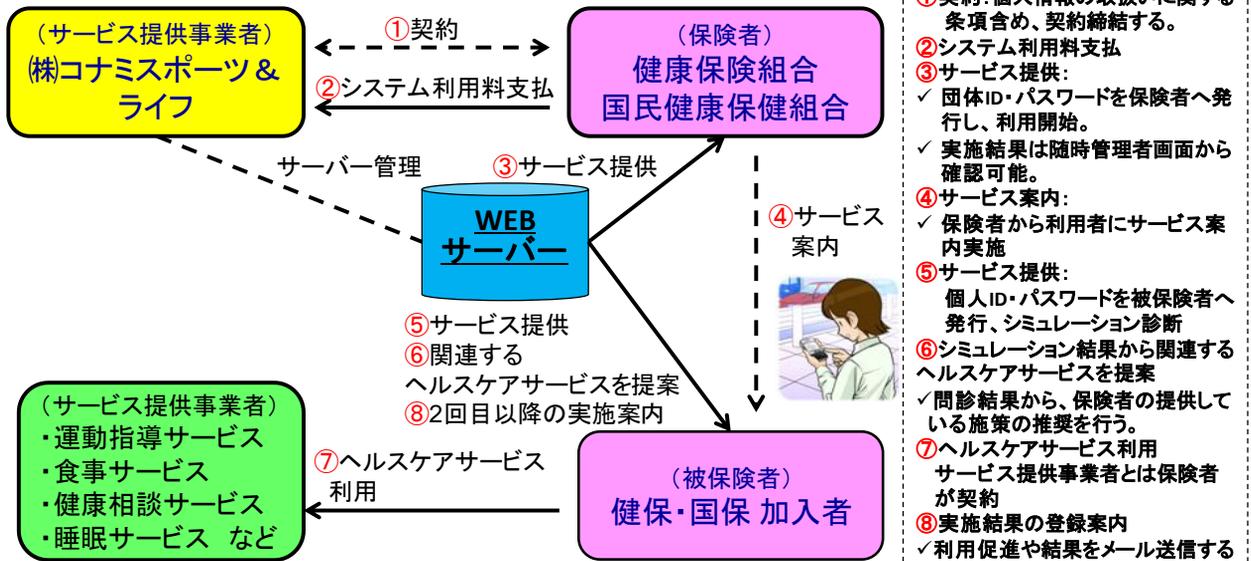
高齢化社会の到来と疾病構造の変化や医療技術の進歩により、社会保障給付費は高騰を続けており、国家財政負担の増大が危惧されている。一生涯を通じてかなりの負担額となる「健康を失うことによる金銭的ロス」を示すことで、「忙しい」等の理由から健康行動実践率が低い働き盛り世代の行動変容を「健康を失うことによる不安感」を絡めて促していくことができると、個人の将来設計と国家の社会保障費の両面からプラス効果が期待できる。このような背景を受けて「今、健康増進に取り組むか否か」が、将来の自分の医療費負担にどのように影響するかを数値化することで「健康づくり」を、若い世代の主たる関心ごとである「お金」に関連させ、無関心期あるいは関心期の人々の行動変容につなげる基盤構築を本事業を通じて推進する。

事業概要

本人の経済的データと健康に関するデータを活用して、健康の維持・増進が将来の経済的な生活設計に与えるインパクトを推計する「損するお金・トクするお金シミュレーション」サービスを推進する。

今期は、①「医療費削減効果の見える化」機能の追加等システム改良と、②1千人単位の大規模実証を行い効果を検証した。

創出を目指す事業モデル図



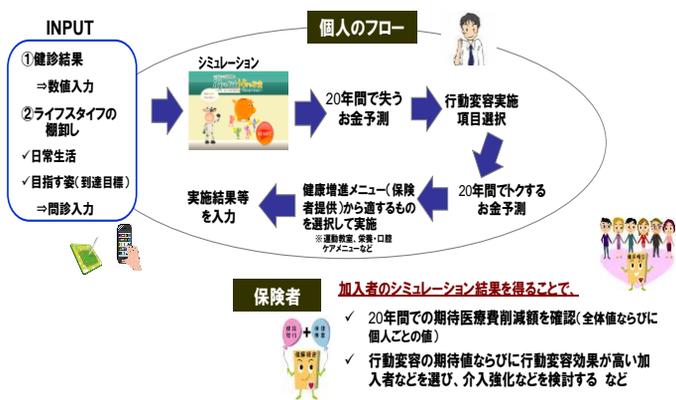
- ① 契約: 個人情報の取扱いに関する条項含め、契約締結する。
- ② システム利用料支払い
- ③ サービス提供: 団体ID・パスワードを保険者へ発行し、利用開始。実施結果は随時管理者画面から確認可能。
- ④ サービス案内: 保険者から利用者にサービス案内実施。
- ⑤ サービス提供: 個人ID・パスワードを被保険者へ発行、シミュレーション診断。
- ⑥ シミュレーション結果から関連するヘルスケアサービスを提案。問診結果から、保険者の提供している施策の推奨を行う。
- ⑦ ヘルスケアサービス利用: サービス提供事業者とは保険者が契約。
- ⑧ 実施結果の登録案内: 利用促進や結果をメール送信する。

本事業での実施内容・結果

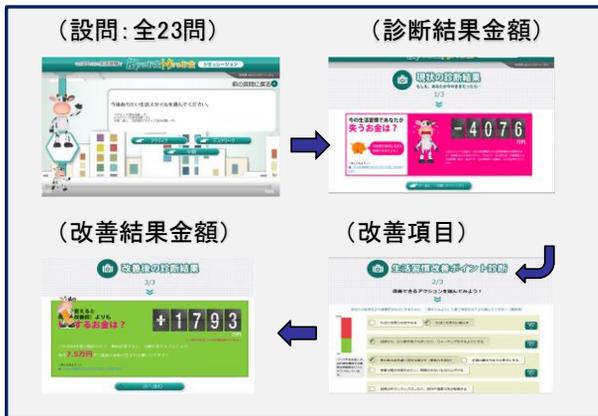
スマートフォンやパソコンから個人の健康情報・経済情報を入力し、今後20年間で「損するお金」「トクするお金」を推計する「健康FPシミュレーショントライアル」を、国保(自治体)・健康保険組合・事業者等1,441(平成26年2月28日現在)名に実施した。推計金額とともに、生活習慣等含めた改善項目が表示され、それに従い生活改善・健康行動に取り組んだかどうかについて検証を行った。

本事業において構築した「健康維持・増進」の効果を、個人の主たる関心事である「お金」に関連させ、簡易な方法で表示させる仕組みは、健康に対する無関心層への訴求力があることがわかり、個人の健康に対する気づきを与え、行動変容につながる可能性があることがわかった。今後、企業・団体等の従業員に対する健康意識の啓発ツールとして展開を進める。

健康FPシミュレーションの流れ



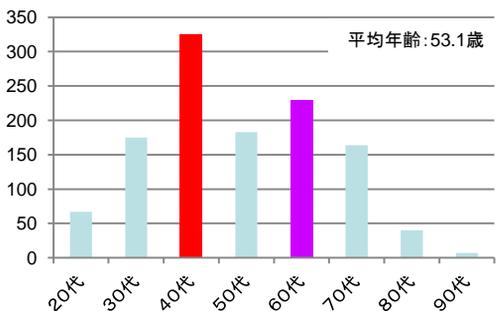
シミュレーション画面



【シミュレーショントライアル実施結果】(平成26年1月20日現在)

【トライアル参加者属性】

男女比	人数	構成比
男	696	59%
女	493	41%

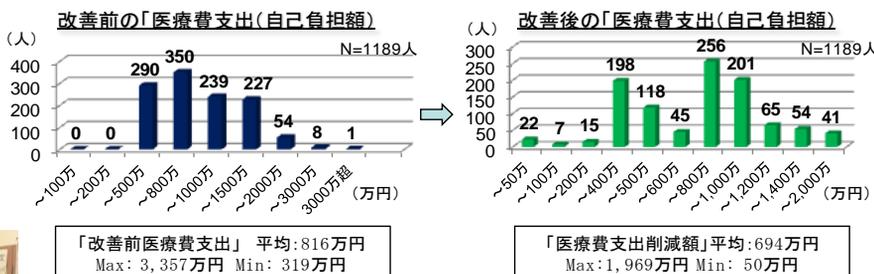
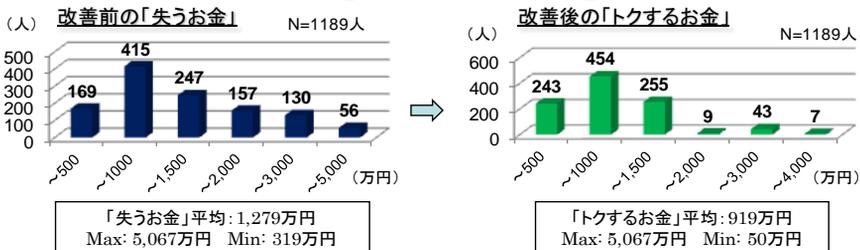


(健診会場で実施)

(イベント会場で実施)



【シミュレーション結果】

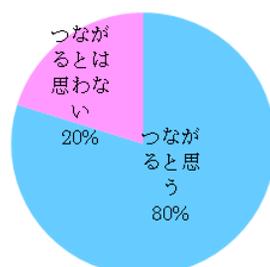


【アンケート結果】 N=1636人

「このソフトを今後も使いたいですか?」



「このソフトはあなたの行動変容につながりますか?」



今後の取組と求めるパートナー

- ・本システムを有料購入いただける企業・団体様
- ・たとえば、健康増進を検討している企業・団体様
- ・従業員の行動変容を起したい企業・団体様
- ・健康施策の利用率向上を目指している企業・団体様など

健康な個人を優遇する金融商品モデル事業

実施地域: 全国、長野県松本市

コンソーシアム代表団体: 一般財団法人長野経済研究所

参加団体: なし

背景・目的

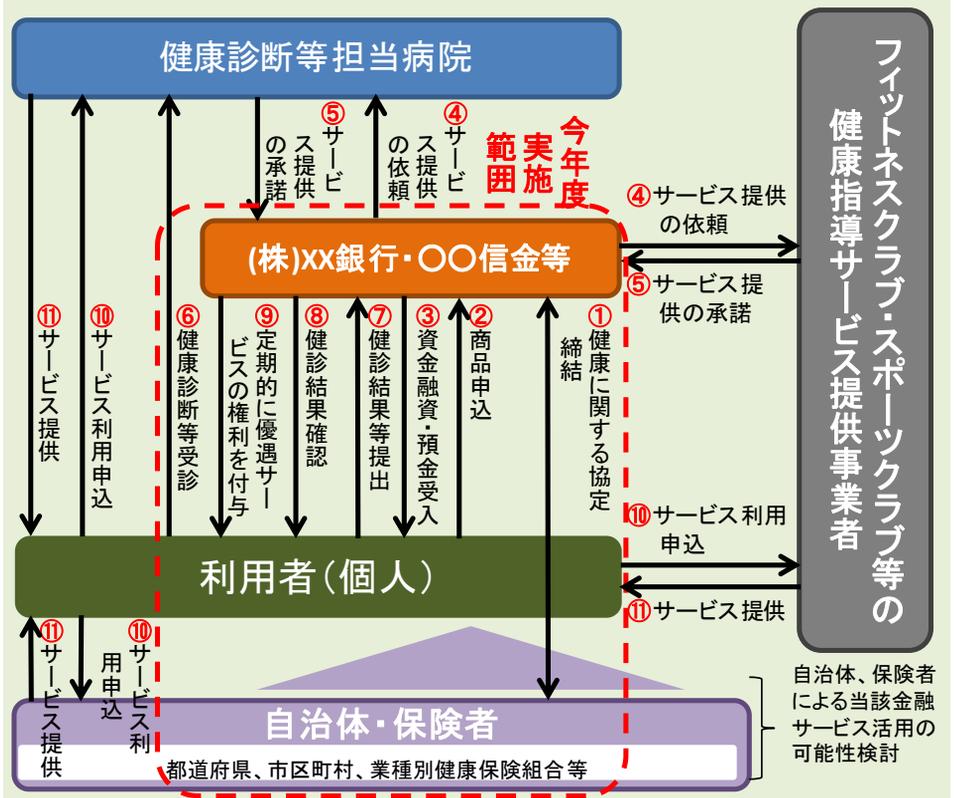
病気にならない・改善させる・再発しないという視点から、公的保険外の医療・介護周辺サービス産業の創出が求められており、この一環として、個人による健康への投資を促進する仕組み等、個人の健康行動を促す仕組みの構築が課題となっている。そこで、個人の健康投資を促進するため、健康状態を維持または増進に向けて努力している個人を優遇する金融商品モデルを構築することを目的として本事業を実施した。

事業概要

想定ターゲット層のニーズおよび商品性、健康人の判定指標・基準等を調査することによって、健康な個人を優遇する金融商品を事業化の際の課題、商品化に向けたプロセス、対象となる個人の判定指標・基準、属性等を明らかにした。

また、健康への投資を促すサービス内容についても検討し、構築した商品モデル案について、利用者ニーズとの異同を調査し、今後活用可能な基盤を構築した。

創出を目指す事業モデル図



- ① 自治体が発する健康づくり施策に金融機関が協力し、金融機関の関連商品開発に自治体が協力するための協定を締結
- ② 健康の維持・増進を図るためのサービスを付加した商品を取扱う金融機関に対し、当該金融商品の利用申込
- ③ 融資の実行または預金の受入
- ④ 提携する病院、健康指導サービス提供事業者、自治体、保険者に対し、健康を維持・増進するための付加サービスの提供を依頼
- ⑤ 当該付加サービスの提供を承諾
- ⑥ 利用者が、健康診断を実施している医療機関に出向いて健康診断を受診し、健診結果通知を受領
- ⑦ 金融機関に対し毎年、3年ごと等定期的に健診や人間ドックの結果、領収書等の受診証明を提出
- ⑧ 利用者に対し確認結果を伝達。優遇サービス適用可否の判断基準は、健康を維持していること、または、健康になりたいと努力し、そのための行動をしていることとする。
- ⑨ 一定期間ごとに、当該金融商品の利用者に対し、金融機関や提携機関が提供する健康付加サービスを利用する権利を付与
- ⑩ 提携機関に対して、サービス利用申込
- ⑪ 提携機関は、サービス利用の権利を確認し、サービスを提供

本事業での実施内容・結果

(1)金融機関ヒアリング調査

都銀、地銀、ネット専門銀行、信金、信連、労金等12社に対し、商品化に向けた課題・意向等を把握するため実施。その結果、対象者を極力限定しない方が、多くの人に行動を促せる可能性がある点、契約時の要件を簡素にし、優遇サービス付与時点で条件を確認する点など、モデル商品案の基本的方向性が導出された。

(2)健康と金融に関するアンケート調査

18～74歳の全国男女、1,036人を対象に健康度、健康増進のための行動の有無、金融商品利用経験、健康行動をしている個人を優遇する金融商品に対する関心度、金融機関のこの種の取組に対する評価等を調査した。健康を維持・増進する個人を優遇する金融機関の姿勢について、評価する人は半数を超えたことから、この種の取組が金融機関のイメージアップにつながる可能性があることがわかった。

(3)商品案に対する意向調査

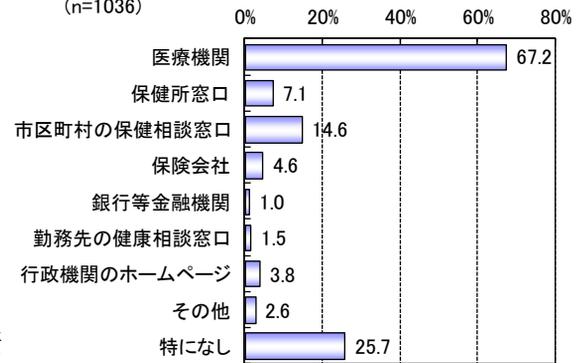
現在ローンを利用しているか、今後利用意向のある個人18人(首都圏11人、長野7人)に対し、グループ別に商品案に関する評価、利用意向等を調査するインタビューを実施した。その結果「ご褒美型健康応援住宅ローン」と「地域限定・官民連携による健康応援金融商品」について、利用意向が高いことがわかった。

【本事業の成果】

健康の動機づけとしての金融商品は、利用者にはインセンティブ、金融機関にとってはイメージ向上等、利用側・提供側双方にとってメリットがあることがわかった。また、これらの利用者インセンティブを地域の健康づくりの取組に結びつける等、様々な活用可能性があることがわかった。今後、本格的な商品設計・開発に向けて取り組みを進めていく。

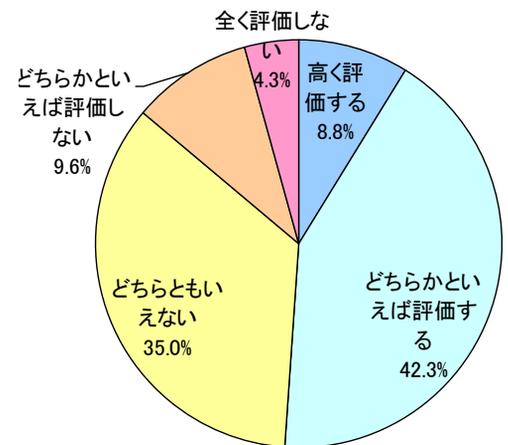
【健康と金融に関するアンケート調査結果】

[Q]健康に関する疑問や不安についての相談相談窓口
(n=1036)



医療機関に相談する人が3分の2に達した。診療を受ける必要のない人が相談する24時間健康相談サービスが普及すれば、医療機関への相談割合が減少する可能性がある。

[Q]金融機関が健康を維持・増進している個人を優遇する金融商品を開発・販売する取り組みに関する評価
(n=1036)



【実際のサービス提供場面と優遇サービス提供例】

①金融機関による健診結果の確認場面



②人間ドック利用券



③公共施設割引利用券



利用者は3年ごと等定期的に来店。健康状態確認後優遇サービスを受領し、各機関に出向く。

今後の取組と求めるパートナー

生命保険会社:商品案に対する意向調査の結果、「健康人の団体信用生命保険料を優遇する住宅ローンモデル」に対しても、一定の評価が得られたことから、事業パートナーとして連携を求めたい。

都道府県・市区町村:金融機関の営業範囲によって、都道府県と地銀・信連、市区町村と信金・農協等連携先が異なる可能性が高い。官民連携によって、商品の信頼性が高まるという利用者の意見もあることから、本事業により構築した基盤を幅広い金融機関、自治体に活用していただくことで、金融機関のイメージアップにつながるものと考えます。