

消費行動変容型ヘルスプロモーション事業

実施地域：関東・関西

コンソーシアム代表団体：国立大学法人 大阪大学 医学部

参加団体：エクセルエイド少額短期保険 株式会社、株式会社 ウェルネス阪神、
公益財団法人 三越厚生事業団、日本健保 株式会社

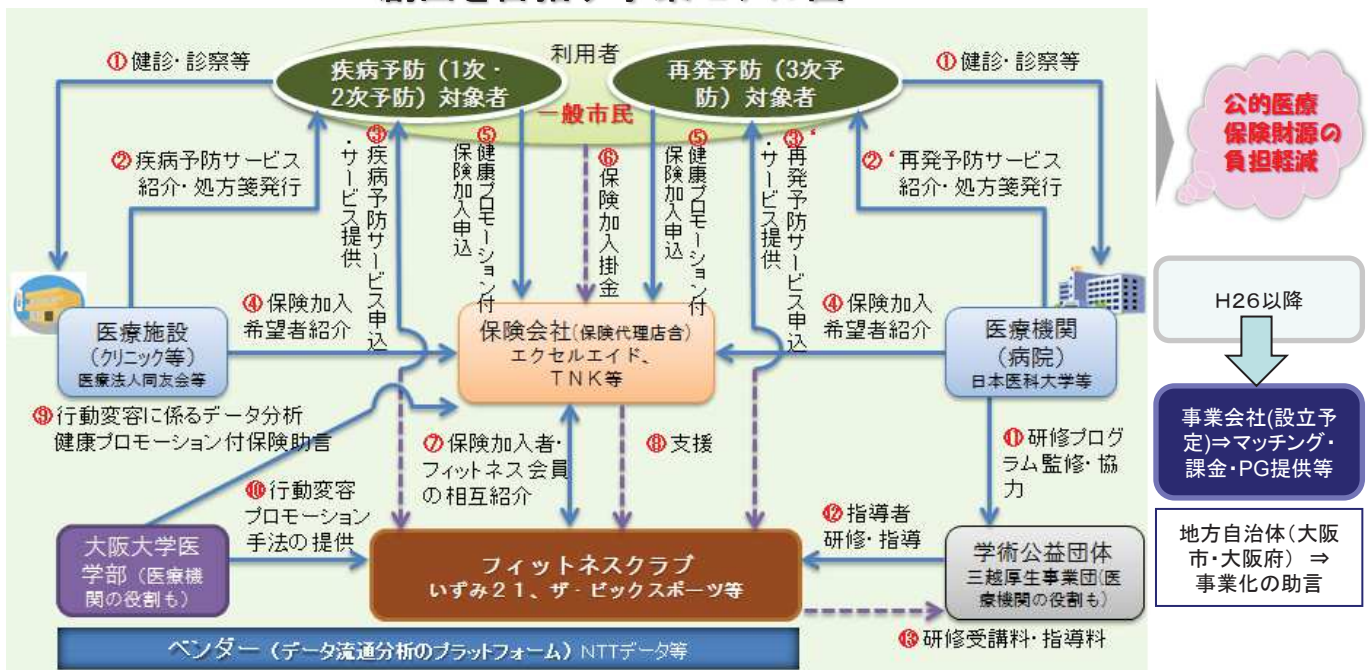
背景・目的

将来の保険事故(入院加療等)、疾病負担の軽減等を経済的な価値とし、医療機関(介護含)、フィットネス事業者、医療保険事業者(保険代理店含)、一般市民(罹患者等含)の4者が相互にWin-Win(消費行動の変容)となる新たなヘルスプロモーションサービスを展開し、医療周辺の産業創出を行うと同時に、国民の健康増進と公的医療費の軽減に資するのを目的とする。

事業概要

民間保険への加入者増やその健康増進による支払い額(保険事業の費用)の低減を原資に、フィットネスクラブの会員数の増加や単価の改善、医療者の新サービスの構築、それに伴う各種サービス産業の拡大と収益増を目指す予定である。主に、疾病予防者(1次・2次予防：一般市民・健診者等)、再発予防者(3次予防)を適度な食事・運動習慣へプロモーションするために、金融商品および保険ビジネスの特性(長いライフステージを視野に入れた商品設計等)を利用する。公的医療システムとは異なり、消費者と支払者の関係(受益や負担)を直接リンクさせ、新規の保険商品(例：健康成果に応じた料率変更)や費用効果の高い運動栄養プログラムを開発し提供する。

創出を目指す事業モデル図



- ① 医療機関(病院・クリニック(開業医))において健診または診察
- ②② ‘利用者の健康状態に応じ、疾病予防・再発予防サービス紹介・処方箋
- ③③ ‘疾病予防・再発予防サービスの申し込みと、民間事業者によるサービス提供
- ④ 医療機関は健康プロモーション付保険を希望者に紹介
- ⑤⑥ 保険加入の申し込み・掛金支払
- ⑦ 保険会社、民間フィットネス事業者は、一般市民の勧誘、または相互会員・加入者の共有化(サービス紹介)
- ⑧ 保険会社はフィットネス事業者のプログラムに参加した保険加入者の健康活動に応じフィットネス事業者へ支援
- ⑨⑩ 大学は健康プロモーション付保険への助言や相互集客モデルにおける行動変容プロモーション手法を提供
- ⑪ 医療機関は特に再発予防サービスを実施する民間事業者のための研修プログラム等設計に対する監修
- ⑫ 公益団体は医療機関の助言・協力で、民間事業者に研修・指導を実施
- ⑬ 民間フィットネス事業者は研修受講料・指導料を公益団体等に支払う

本事業での実施内容・結果

プロモーションと契約者等の市場分析、運動・栄養プログラムの開発や事業化の策定を行った。

◆ 実施内容1: 健康プロモーション付保険事業(保険会社)

保険商品(主に少額短期保険)の募集のプロモーションを実施(パンフレットデザイン、マテリアル一式作成;約12,000件)。セミナーを含む複数のチャンネルで十数名の新契約者を確保

◆ 実施内容2: 健康プロモーション付保険事業(フィットネスクラブ)

上記の実施内容1を共同で推進。併せて、募集行為に必要な代理店契約(保険商品)の交渉・締結等を実施(約2社)。保険商品の募集要件である「生保募集人」のフィットネス各店舗への配備(採用・試験等)。十数名の参加者を確保しつつ、保険会社等との連携(契約)手法を検証

◆ 実施内容3: 運動・栄養指導事業(医療機関系、学術公益団体系)

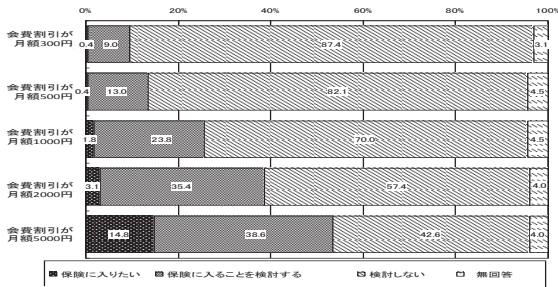
中・長期の疾病イベント(糖尿病重症化や心血管イベント)を予測することが可能で、フィットネス現場または一般医療機関が測定可能かつ効率的・効果的(費用効果に優れた)なプログラムを検討。10名程の母集団で各パラメータ(ストレス指標、血管内皮機能、中心血圧等)の実効性を検証

◆ 実施内容4: インフラ構築事業(コンソーシアム全体)

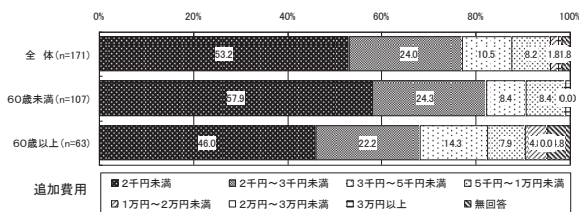
従来にない臨床指標と経済指標を融合した新データベースの倫理委員会申請。個人情報や2次利用に関わる同意取得の確認(通常の売買契約で対応)。行動変容型のヘルスプロモーションに関する特許出願。事業推進の中核となる受け皿の検討(有限会社等の準備)。運営コスト削減のための新規のデータ登録モデル(SNS系)の検討

【市場調査のアンケート結果】

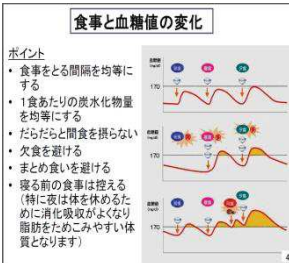
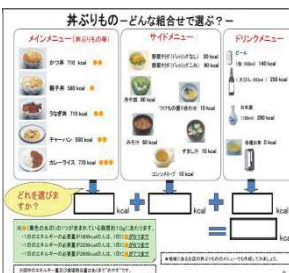
新サービスに対する労働生産層の購入意欲(医療保険)



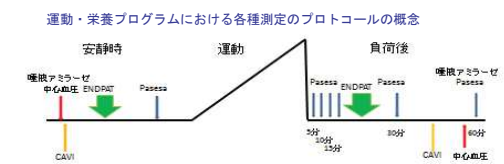
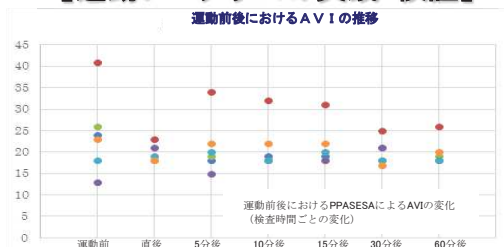
新サービスに対する購入意欲(フィットネス系の新プログラム)



【プロモーションサービスの一案の栄養指導】



【運動プログラムの実践・検証】



今後の取組と求めるパートナー

H25は短期間の中での実施となったため、引き続き、保険業法第300条第1項第5号等に留意しつつ、既存の商品・サービスを活用して新たな保険商品や運動・栄養プログラムの開発(ステップ2)に必要なデータを収集する。なお、当面は糖尿病・心疾患をターゲットにするが、ガン保険等を除く保険商品の多くを対象とすることが可能と考えられる。将来的には、生命保険の新契約者約71万件/年の5%程度を主な対象にする。価格水準は、運動・栄養プログラム一般を5千円前後/年、およびインセンティブとして付帯サービス(個人トレーナー/栄養指導等)を予定する。また事業会社としては、保険のコミッションおよびフィットネスの収入の数%程度の手数料収入等を目標にする。さらに、事業化促進や体制強化として、事業会社の人材(社長等)のリクルート等を検討する。