# 保健事業に関するアンケート結果報告書

調 査 期 間　令和8年9月1日～9月30日

（健保だより「活」№297掲載）

調査担当課　保健事業課

今般実施したアンケート調査について、下記の通りご報告いたします。

1.目的

**現状のサービスに対する意見を収集し、見直しや改善を図ることで加入員へのサービスの向上、強化に努める。また加入者のニーズを掴むことで、今後の施策や事業の実施・検討に活用する。**

2.調査期間

令和 8年 9月 1日～ 9月30日（1ヶ月間）

3.対象者

被保険者・被扶養者

4.調査方法

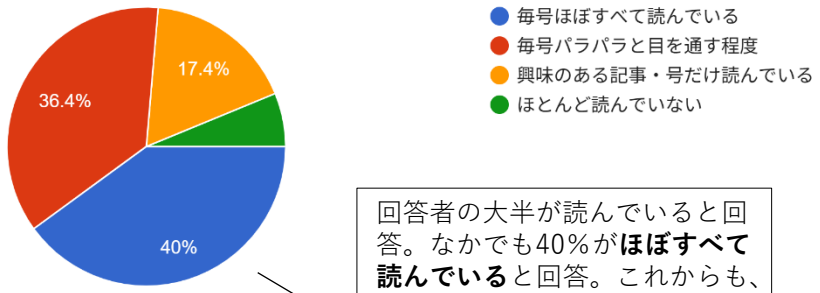
健保だより「活」№297掲載、Web回答方式

5.調査結果

回答数　**998**名（うち被保険者 **921**名・被扶養者 **77**名）＊**詳細は次ページ以降**

Q1：年に3回発行されるこの機関誌「活」 を、普段どれくらい読まれていますか？

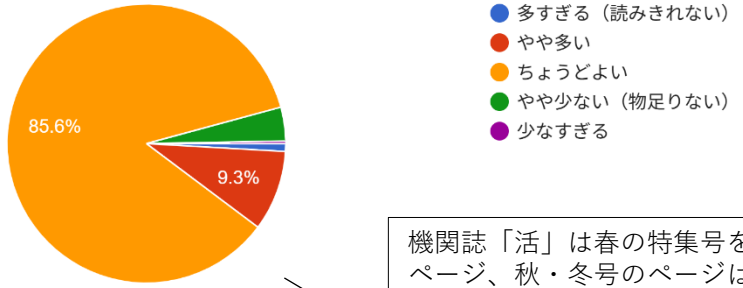
998 件の回答




回答者の大半が読んでいると回答。なかでも40%が**ほぼすべて読んでいる**と回答。これからも、より良い機関誌発行と加入者へ情報提供をしていくために、Q2以降で分析を行っていく。

Q2：1冊あたりの「全体のボリューム（ページ数や文字量）」はいかがですか？

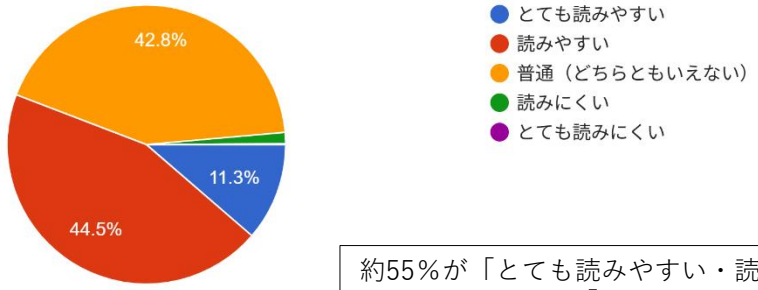
998 件の回答




機関誌「活」は春の特集号を36ページ、秋・冬号のページは16～20ページで構成している。
年々、情報量が増加傾向であるが、引き続きこの**ページ構成で発行**していきたい。

Q3：読みやすさ（文章の分かりやすさ、文字の大きさ、デザイン）」はいかがですか？

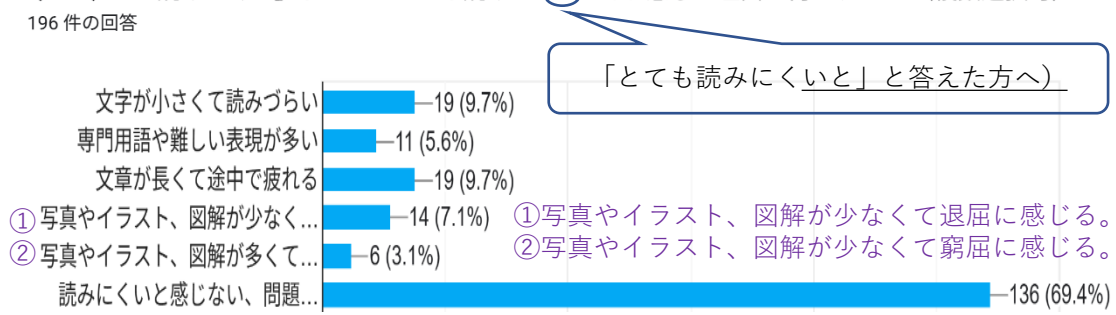
998 件の回答




約55%が「とても読みやすい・読みやすい」と回答、「普通」と回答した方は約43%であった。一方「読みにくい」と回答した方は僅か1.3%（13人）であることから、読みやすさの観点から**高評価**を得ることができたと考える。

Q4：Q3で「読みにくい」または「とても読みにく…）そう感じる理由は何ですか？（複数選択可）

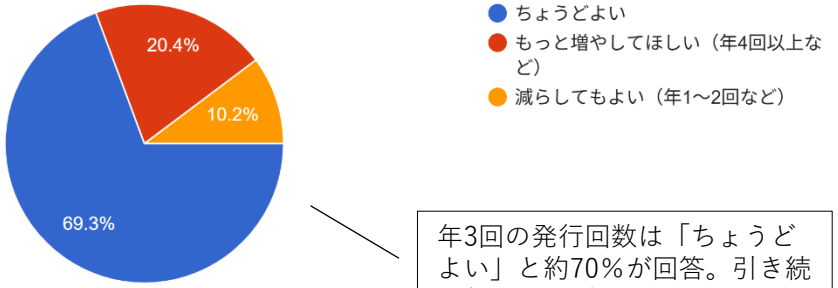
196 件の回答




「読みにくい」の理由として専門用語の引用があげられる。**専門用語の使い方を工夫**しながら**分かり易い文章構成を目指す**必要があると考える。

Q5： 年3回という現在の発行回数について、どう思われますか？

998 件の回答



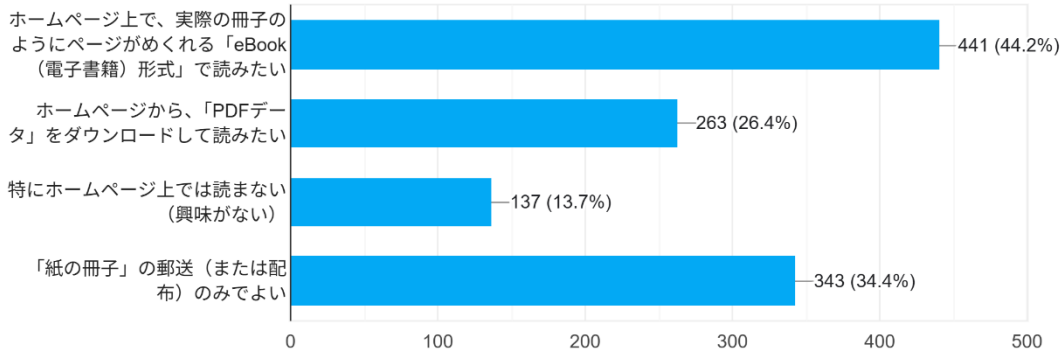

年3回の発行回数は「ちょうどよい」と約70%が回答。引き続き**年3回の発行**で進めていきたい。

提供する場合、どのような形式が最も読みやすい

Q6：

今後、機関誌を「ホームページ上で読める形式」でほしい（利用してみたい）ですか？（複数選択可）

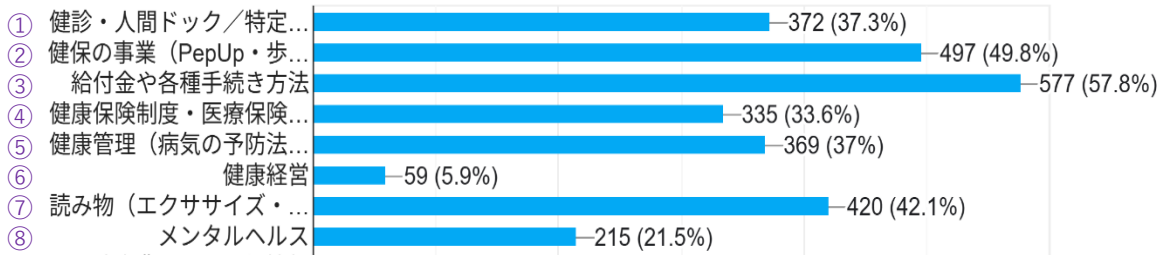
998 件の回答




現在ホームーページにPDFデータは掲載しているが、認知度が低い可能性がある。しかし近年は電子書籍も出回っていることから、紙の冊子での発行は継続しつつ、**eBook（電子書籍）の導入も検討**していきたい。更にPep Upとの連動も視野に入れていきたい。

Q7： 今後「活」で充実させてほしい内容や取り上げてほしい内容はありますか？（複数選択可）

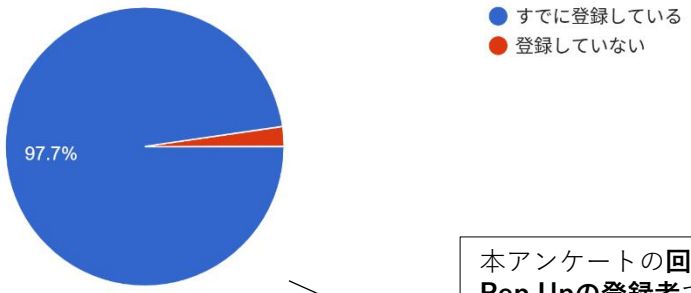
998 件の回答




①健診・人間ドック/特定保健指導（**37.3%**）
②健保の事業（Pep Up・歩け歩け大会・契約スポーツ施設・禁煙プログラム・保養所（**49.8%**）
③給付金や各種手続き方法（**57.8%**）
④健康保険制度・医療保険制度（**33.6%**）
⑤健康管理（病気予防法/健診結果の見方/子ども/女性/退職後など）（**37.0%**）
⑥健康経営（**5.9%**）
⑦読み物（エクササイズ・健康レシピ/暮らしのアイデアなど）（**42.1%**）
⑧メンタルヘルス（**21.5%**）

保健事業の分野に限らず、給付・適用に関する設問も設けた。その結果一番多かったのは**給付金や各種手続き方法**であった。この辺りは給付課・適用課にも情報共有し、組合全体で考えていきたい。また健康経営は、あまり数値が伸びなかったことから、活で取り上げることも大事ではあるが、周知するターゲット層を経営者へ向けることも必要ではないかと考えさせられる結果であった。

Q8：健康ポータルサイト「Pep Up（ペップアップ）」の登録状況を教えてください。
998 件の回答



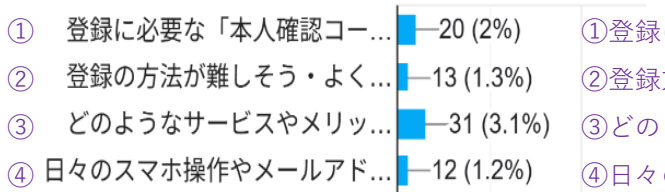

本アンケートの**回答者ほぼ全員がPep Upの登録者**であることが判明。日頃から健保組合の活動に興味があり、ヘルスリテラシーも高いことが伺える。次にQ9ではPep Upの評価について確認していきたい。

Q9：【登録者向け】Pep Up（ペップアップ を実際に使ってみて、どのように感じていますか？
989 件の回答




**とても満足・まあまあ満足が85%を上回り、活用度も高い**ことが伺える。本事業は国が求めるPHR事業としての位置づけであるが、数社あるサービスの中でPep Upを導入したことは、非常に効果的であったと考える。ただし今後の課題は依然として登録率の向上であり、本アンケートを分析しながら向上の施策を考えていきたい。

Q10：【未登録者向け】Pep Up（ペップアップ にまだ登録していない理由を教えてください。（複数選択可）
998 件の回答



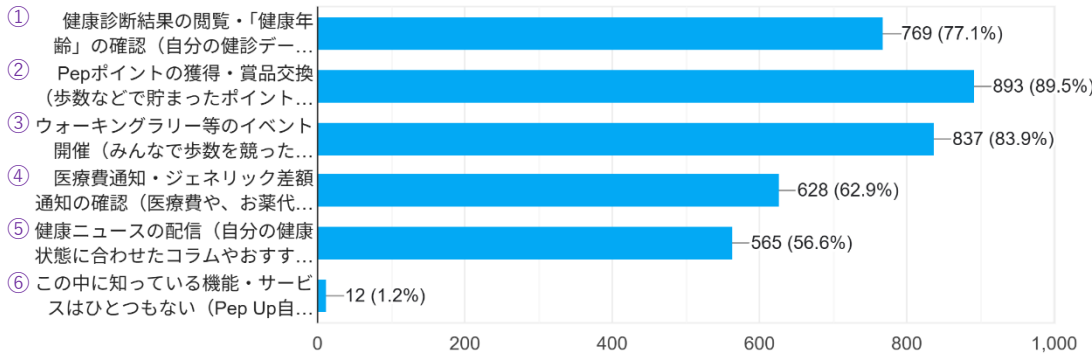

①登録に必要な「本人確認コード」が分からない、紛失した（**2.0%**）
②登録方法が難しそう・よく分からない（**1.3%**）
③どのようなサービスやメリットがあるのか知らない（**3.1%**）
④日々のスマホ操作やメールアドレスの登録が手間に感じる（**1.2%**）

そこで未登録者の意見は登録率向上のための貴重な意見と考える。今までも**本人確認コードの不明者は一定数存在し、大規模事業所を中心に再発行を行ってきた。**今後も大規模事業所を中心に依頼事業所には対応していきたい。また、**登録方法は至ってシンプル**であること、**操作方法・使用感もシンプル且つ登録するメリットやアプリの魅力**を、**今までとは違う見せ方や方法**を使って登録率向上に努める必要があると考える。

サービスがあることを知ご存じですか？（知っているものをすべて選択してください。）※まだ登録していない方も、

Q11：【全員】Pep Up（ペップアップ）に、以下のような便利な機能や…知っているものがあれば選択してください。

998 件の回答

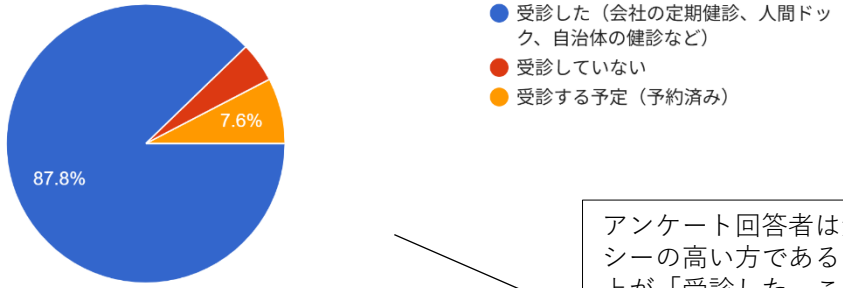



①健康診断結果の閲覧・「健康年齢」の確認（自分の健診データをいつでも確認できる）（**77.1%**）
②Pepポイントの獲得・賞品交換（歩数などで貯まったポイントをAmazonギフトカードや電子マネー、健康グッズ等に交換できる）（**89.5%**）
③ウォーキングラリー等のイベント開催（みんなで歩数を競ったり、目標達成で特典がもらえたりする（**83.9%**）
④医療費通知・ジェネリック差額通知の確認（医療費やお薬代がどれくらいお得になるかの目安が分かる（**62.9%**）
⑤健康ニュースの配信（自分の健康状態に合わせたコラムやおすすめレシピなどの記事が届く（**56.6%**）
⑥この中に知っている機能・サービスはひとつもない（**1.2%**）

①～③のポイント付与やイベント系の認知度は高いが、④の**医療費通知、ジェネリック差額通知**は思ったほど高くなかった。このことから**認知度向上の施策**を打ち、**医療費適正化に繋げると共に登録率向上にも繋げたい**。

Q12：あなたは昨年度（または今年度）、健康診断（人間ドックを含む）を受診しましたか？

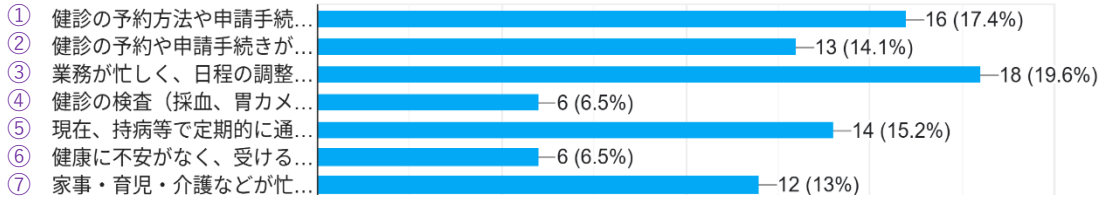
998 件の回答




アンケート回答者は元々ヘルスリテラシーの高い方であることから、90%以上が「受診した、これから受診する予定」と回答。受診していない4.6%の理由についてはQ13以降で分析して対応を検討していきたい。

Q13： 受診していない（または受けていない年がある）主な理由は何ですか ？（複数選択可）

92 件の回答

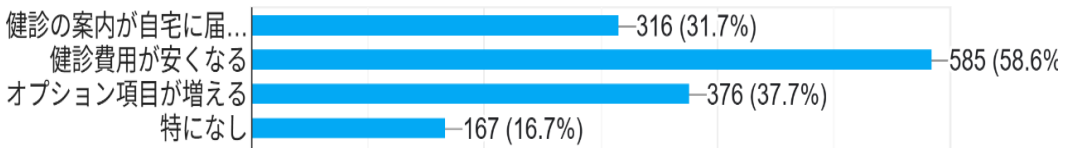



①健診の予約方法や申請手続の方法がよく分からない（**17.4%**）
②健診の予約や申請手続きが面倒なため（**14.1%**）
③業務が忙しく、日程の調整が難しいため（**19.6%**）
④健診の検査（採血、胃カメラなど）が苦手なため（**6.5%**）
⑤現在、持病等で定期的に通院・検査を受けているため必要ないと考えている（**15.2%**）
⑥健康に不安がなく、受ける必要性を感じないため（**6.5%**）
⑦家事・育児・介護などが忙しく、時間が取れないため（**13.0%**）

①の「予約方法・申請手続が分からない」の理由に対しては、ホームページ、Pep Up等で対応していくとともに改善を図っていく。その他の理由に対する対応策として、1つ1つメッセージを込めて健診の重要性をアピールしていきたい。例えば**業務が忙しい方には自身の健康との比較してどちらが重要**か、健診**予約の面倒な方には手続きは簡単であること**、更には**持病があっても健診は重要であること**（理由も添える）などの対応を検討していく。

Q14：どのようなサポートがあれば、より健診を受けやすくなると思いますか？ （複数選択可）

998 件の回答

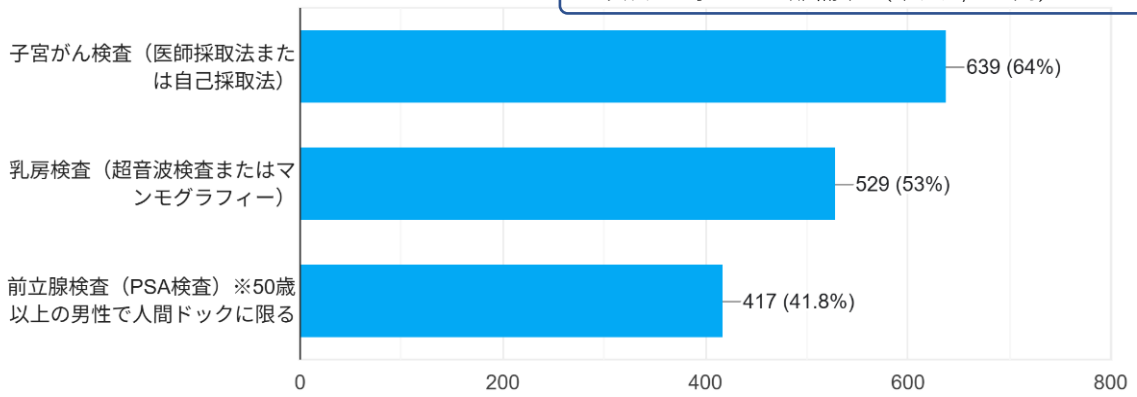



組合内で調査したところ、<u>健診の未受診者の傾向として小事業所が多い</u>ことがあげられる。これはおそらく労働安全衛生法（報告の義務）と関係しているのではないかと推測する。報告義務のない事業所の所属者や1人事業所が結果的に健診を受けるタイミングを逃しているのでないか、日頃から健保組合の活動にもあまり積極的でない可能性も考えられる。まずは該当する者の**自宅へ健診受診勧奨通知を送付**していきたい。また健診料金の自己負担額変更案は慎重に検討していきたい。オプション項目の増加も同様であるが、加入員の疾病リスクを洗い出し検討していく必要があると考える。

Q15：当健康保険組合では、以下のオプション項…項目にチェックを入れてください。（複数回答可）

998 件の回答

項目に対して一部補助（最大2,000円）をしています。知っている

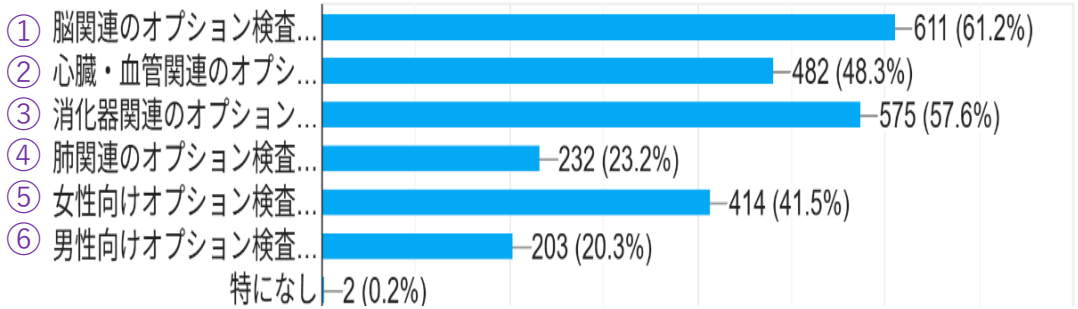



現在、補助の対象としているオプション項目3項目の認知度は高いもので6割強、低いものは4割程度であった。
組合ではどの項目に対しても**2,000円を限度に補助**をしていることから、その辺りを**しっかりアピールして受診率向上と疾病予防対策**に取り組んでいく。

Q16：オプション項目として、どのような検査の…添えると嬉しいとは限りませんが、ご意見お聞かせください

998 件の回答

補助があると望ましいと考えますか？（複数回答可）※必ずしもご希望に




オプション項目の追加を**希望する意見として脳関連、消化器系が多かった。**
組合員の疾病予備軍や傾向を分析し、予防的効果等あらゆる角度から考慮のうえ、直ぐには難しいがオプション検査の追加導入を検討していけたらと考える。
例えば50歳、60歳、70歳の節目に頭部CT検査を一部補助するや、50歳以上の女性に骨密度検査を一部補助するなどがあげられる。

①脳関連のオプション検査（例：頭部MRI、CT）（**61.2%**）
②心臓・血管関連のオプション検査（例：冠動脈CT、心臓エコー）（**48.3%**）
③消化器関連のオプション検査（例：ピロリ菌検査、大腸カメラ）（**57.6%**）
④肺関連のオプション検査（例：喀痰細胞診、胸部CT）（**23.2%**）
⑤女性向けオプション検査（例：骨密度検査など）（**41.5%**）
⑥男性向けオプション検査（例：テストステロン検査など）（**20.3%**）

気軽に医師に健康相談（チャットやTV電話）ができる「first call」

Q17：スマートフォンやパソコンを利用していつでも…call(ファーストコール)」を知っていますか？

998 件の回答

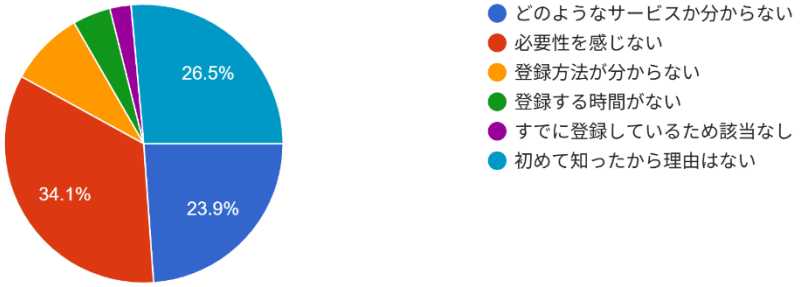



first call登録者は僅か6.2%、**約40%が今回初めて知ったと回答**。他、名前は聞いた事あるが、どのようなものか知らないも17%を上回った。このことから、いかに**本事業の認知度が低い**かが判明。本サービス内容を含め周知の強化を図り、まずはR9.1月号の掲載に取り掛かりたい。

登録していない方は理由を

Q18：「first call（ファーストコール）」を知っているが、登…由を教えてください。（1つだけ選択してください）

771 件の回答

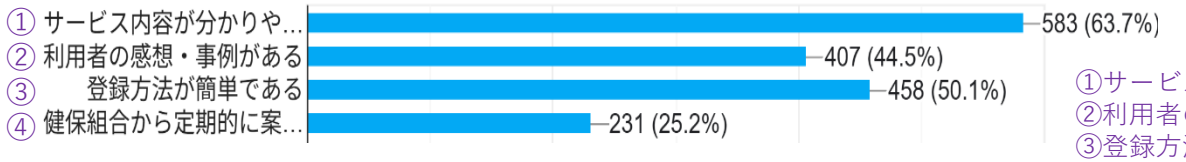



登録しない理由は様々であるが、**サービス内容を周知し、登録のメリットを全面的にアピール**していきたい。また**登録方法も簡単で時間がかからない**等も謳っていきたい。

Q19：今後「first call（ファーストコール）を登録してみようかな…うなものがあれば教えてください。（複数選択可）

915 件の回答

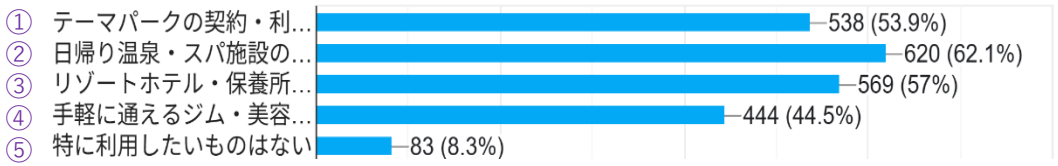
かな」ときっかけになりそう




①サービス内容が分かりやすく紹介されている（**63.7%**）
②利用者の感想・事例がある（**44.5%**）
③登録方法が簡単である（**50.1%**）
④健保組合から定期的に案内がある（**25.2%**）

Q20： 健保組合で導入してほしい補助・優待サービスはありますか？（複数選択可）※必ずしもご希望に添えるとは限りませんが、ご意見お聞かせください

998 件の回答

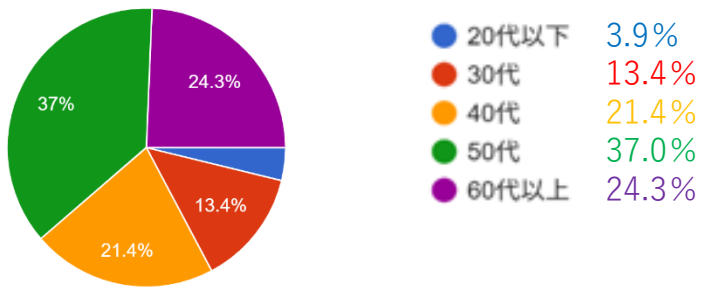



所属事業所の**福利厚生的な立ち位置**や**組合員へのサービス強化**として、いずれかの契約・導入を検討していきたい。一度に多くは難しいことから、中長期的に計画を立てて導入していけたらと考える。

①テーマパークの契約・利用補助（東京ディズニーリゾート、USJ等）の新規導入（**53.9%**）
②日帰り温泉・スパ施設の契約・利用補助（万葉の湯、スパラクーア等の新規導入（**62.1%**）
③リゾートホテル・保養所の契約・利用補助（ラフォーレ倶楽部、HIS、提携ホテル等）の拡充（**57.0%**）
④手軽に通えるジム・美容施設の契約（ホットヨガスタジオLAVA、チョコザップ等の法人契約の拡充（**44.5%**）
⑤特に利用したいもとはない（**8.3%**）

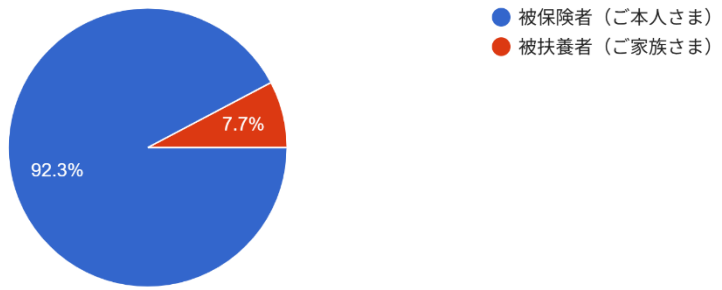
Q21：ご回答者さまの年代を教えてください。

998 件の回答




Q22：ご回答者さまの区分（被保険者・被扶養者）を教えてください。

998 件の回答



# まとめ

①機関誌「活」の発行回数・時期、ページ数は現状を維持しながら専門用語の使い方を工夫し、今まで以上に分かり易い構成を目指す。更に電子書籍の導入も視野に入れ、活用していく。

②Pep Upユーザーの満足度が高いことをアピールしつつ、医療費通知やジェネリック差額通知の周知ほか、健保組合が加入員に安心して健康管理を任せることが出来るアプリケーションであることを前面に押し出し、登録率向上に繋げていく。

③健診の受診率向上には未受診者の傾向を割り出し、例えば該当者の自宅へ受診勧奨通知を送付する等の対策もとる。また加入員の疾病リスク等を分析し、医療費適正化に繋がる事業や健診時のオプション項目の追加も検討していきたい。

④オンライン医療相談サービス「first call」の登録率向上には、周知の方法を全面的に見直す必要があると判明。どのようなサービスか、いつ使えるのか、登録方法は簡単なのか・・・これら基本的なことを図解とともに分かり易く、何より登録したくなるような切り口でアピールしていく。

⑤加入員の満足度に繋げやすい事業として、テーマパーク等の施設の割引き補助、法人会員施設の利用等が考えられる。組合財政に負担とならない範囲で効果が見込める施設との契約や補助を導入していきたい。