

# ポピュレーションアプローチ研究会

平成29年度 活動計画

PPAP

平成29年6月20日

# ～参加メンバー（36健保47名）～

## 【運営メンバー】

担当理事	丸井
リーダー	B I J
サブリーダー	KDDI・日本航空
グループリーダー	住友不動産販売・野村證券・武田薬品・三越伊勢丹
事務局	ローソン・B I J・日本マクドナルド・ファイザー・ソニー・丸井・日立

## 【研究会メンバー】

azbilグループ	SGホールディングスグループ	オリンパス
オリンパス	麒麟ビール	栗田
グラクソ・スミスクライン	コスモスイニシアグループ	小松製作所
小松製作所	サノフィ	資生堂
第一三共グループ 2名	東洋ゴム工業 3名	トッパングループ
トランスコスモス	ニコン 2名	日本航空
日本アイ・ビー・エム	ノバルティス	野村證券
パナソニック	ブリヂストン	プレス工業
ボッシュ	丸井	山崎製パン
ヤマトグループ		

# ～参加者の特徴～

理事長・常務理事～医療専門職まで、幅広く参加

理事長 常務理事	12名
事務長	8名
事務職	18名
医療職	9名

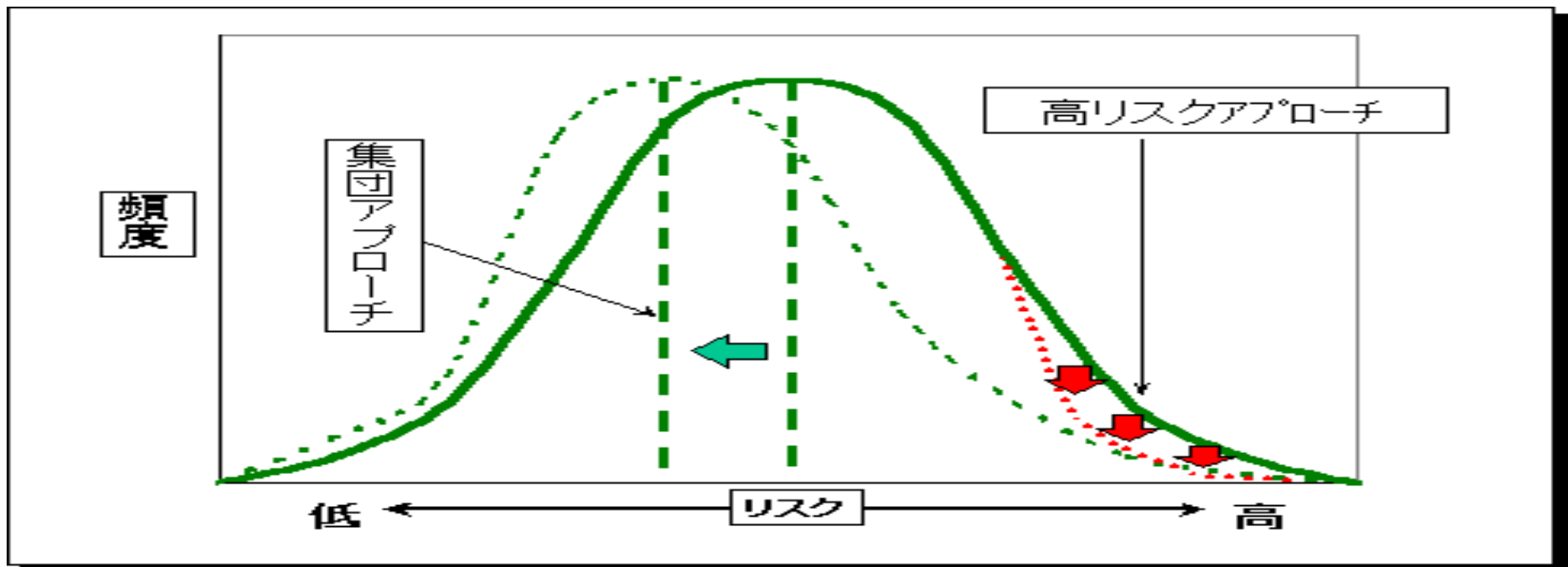


自己紹介シートでメンバーの情報交流に...  
明るく、楽しく！！

## ～目的～

健康保険組合の保健事業として、リスク者に対してのアプローチと共に、「1人ひとりの健康意識の向上」「組織としての健康づくりの風土醸成」を目的とした『健康層を含めた幅広い健康施策』の重要性が増しています。

「広報・インセンティブ・健康教育など」各健保の特性に適った効果的な方法論を提案していきたい。



## ～研究会活動の進め方～

### <想い>

研究会の活動が自分個人だけでなく、  
所属健保・加入者・推進する会・世の中への拡がりを目指して  
「全員で学び、つくり上げる」

### <進め方>

- 司会進行輪番制、事務局制
- 1会合3時間（14：30～17：30）
- 目的（何故・何のために）と成果検証（やってどうだったの？）  
を常に意識
- 研究会として目指すことと、参加者ニーズのマッチングを大切に

## ～皆の参加動機は??～

- 取組みがうまくいっていない。
- 他健保の事例が知りたい。
- どう進めたらよいのか知りたい。

「やれと言われてるんだけど、どうやれば…？」

「やってるんだけど、もっとうまくやるには…？」

ICT、広報誌、キャンペーン、ベンダー比較…  
答えを知って、持ち帰りたい～！！

## ～会合を始めたら…～

- 「いいベンダー探し、うまくいくキャンペーンの情報  
は大事。でも、同じことをやってても（同じベンダー  
を使ってても）成果は分かれることがあるみたいだ」
- 「各健保ごとの母体事業主との関わり具合によって、  
取組みは大きくばらつくみたいだ」
- 「効果測定？難しいよね…。そもそも何のためにやっ  
ているんだっけ？」
- 「やることが目的？人を動かす仕掛けになってる？」

話はまとまらず  
時間はあっという間に  
経つばかり...



# ～今後の進め方（STEP I：7～10月）～ 全員の意識合わせ

○毎月テーマを決めて、参加者から各健保の事例紹介

ex) 7月：広報、8月：キャンペーン…

- 何故うまくいっている？
- 何故うまくいっていない？
- 何故やっていない？

背景・プロセス・要因の掘り下げ  
阻害要因は何？

○成功要因・課題の明確化

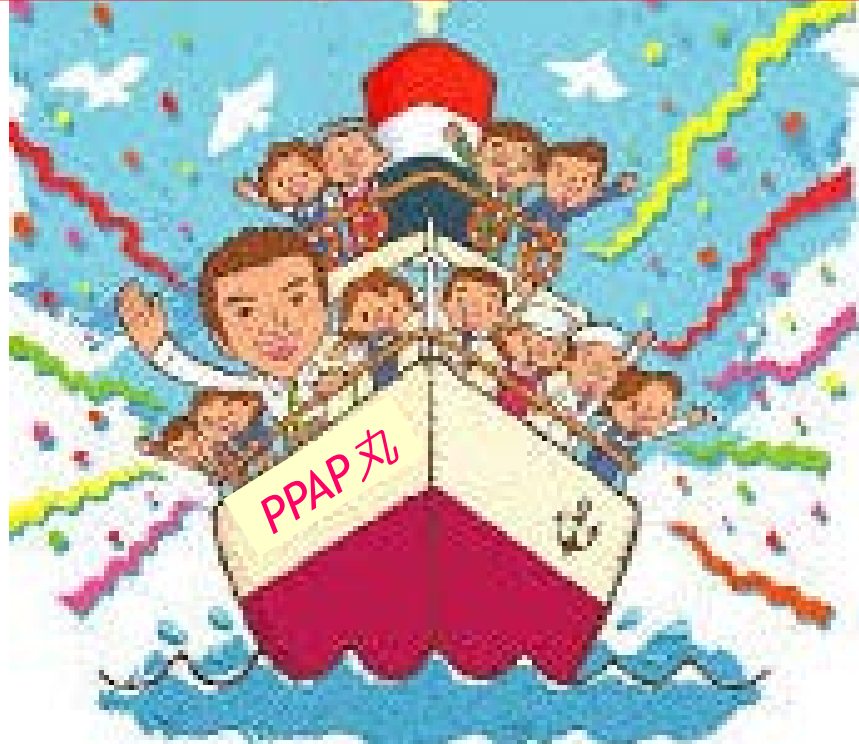
皆でもっと掘り下げたいポイントはこれだ！！

## ～今後の進め方（STEPⅡ：11～2月）～

○顕在化した課題をさらに掘り下げる  
（すでに現段階で）

- 母体・事業所との連携
- 効果測定（PDCAのまわし方）
- アウトカム、そもそも何のために？
- 「人を動かす」マーケティング視点、行動科学  
※講師を招いての勉強会もやりたいなあ…

# PPAP丸 船出しました!!!



皆が悩んでいる幅広い研究対象で、明快な成果物（ゴール）は  
???ですが、「実践」と「本質」の両輪をにらみ、全員の力  
で意義ある研究会にしていきたいと考えています