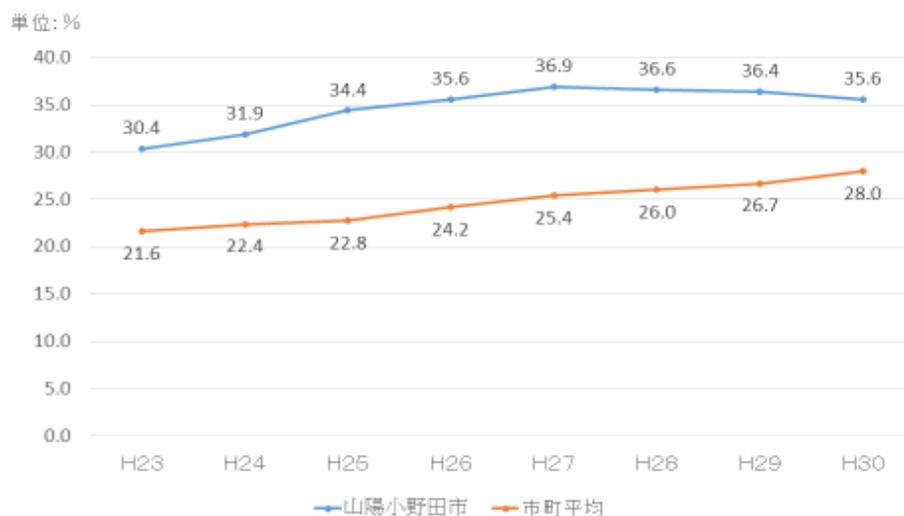


1、特定健診受診勧奨事業

1	事業の目的	特定健診受診率の向上
2	事業概要	本市の特定健診受診率は、およそ35%で県内では高いほうですが、ここ数年伸び悩んでいます。現在、市独自の受診勧奨ハガキを使い受診勧奨を行っていますが状況は好転していません。このたび、国民健康保険団体連合会が、AIを活用した行動分析により受診勧奨を行うロジックについて特許を有する業者に業務委託し、効果的な受診勧奨を行う事業を新たに令和2年度から実施することとなり、各市町にも参加の打診があったことから、受診率の向上を目指し、本市もこれに参加しようとするものです。
3	対象者	特定健診未受診者
4	予定対象件数	11,200件
5	委託内容	A Iによる分析 受診勧奨文の作成及び発送
6	予算額	業務委託料 4,449,000円 (基本料金：2,640,000円+資材：330,000円 +印刷発送費用：1,478,400円)
7	委託先	山口県国民健康保険団体連合会
8	その他	国保ヘルスアップ事業補助金対象事業

山陽小野田市特定健診受診率の推移



特定健診受診勧奨事業

人工知能を活用したターゲット選定

人工知能で解析し、行動変容を起こしやすい方を可視化します。

対象者	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年	受診確率	反応確率	健康特性
A	○	○	○	○	○	○	93%	1.1%	甘えん坊さん
B	○	○	○	○	×	○	85%	1.7%	頑張り屋さん
C	○	○	○	×	×	○	74%	3.5%	面倒くさがりさん
D	×	○	○	×	×	×	65%	9.1%	心配性さん
E	×	×	○	○	×	○	58%	8.9%	頑張り屋さん
F	○	○	×	×	○	×	52%	8.3%	甘えん坊さん
G	×	○	○	○	×	×	48%	7.8%	心配性さん
H	×	○	×	○	○	×	43%	7.5%	頑張り屋さん
I	○	×	×	×	○	×	33%	3.6%	甘えん坊さん
J	×	○	×	×	×	×	10%	2.3%	頑張り屋さん
K	×	×	×	×	×	×	3%	1.1%	面倒くさがりさん

優先順位 低：
再勧奨を送らなくても
受診する確率の高い方

優先順位 高：
再勧奨を送れば
受診する確率の高い方

優先順位 低：
再勧奨を送っても
受診する確率の低い方

特性に合わせたメッセージ

ソーシャルマーケティングの手法を活用し、不定期受診者向けには心理特性の応じ、4パターンのメッセージを用います。

対象者の心理に合わせたメッセージ

心理特性(やり抜く力等)を含む、230項目にわたるインターネット調査658名分、50名以上のインタビュー調査を分析した結果、4つのグループの心理特性が明らかになりました。

甘えん坊さん [タイプ別 対象人数比率 20%]

- やり抜く力が弱い
- 今の生活が幸せ
- やや太り気味

頑張り屋さん [タイプ別 対象人数比率 20%]

- 運動習慣がある
- 健康意識が高い
- やり抜く力が強い

心配性さん [タイプ別 対象人数比率 26%]

- 睡眠が浅い
- 病気を心配している
- やや神経質

面倒くさがりさん [タイプ別 対象人数比率 25%]

- 生活改善意欲がない
- 健康に興味がない
- やり抜く力が弱い

※ 日比谷の平均値を基準として算出