

令和7年度特定健診未受診者勧奨及び特定保健指導未利用者勧奨業務委託仕様書

1 委託業務名

令和7年度特定健診未受診者勧奨及び特定保健指導未利用者勧奨業務

2 業務の目的

特定健康診査及び特定保健指導については、被保険者の生活習慣病の予防につながる重要な取組であるが、本県内の市町村国保は平均で受診率及び実施率が国の定めた目標値に達していない状況である。

その一方で、これらの取組については、医療費適正化の観点から、多くの被保険者に確実に実施することの重要性が年々高まっている。

そこで、受診率等の低い市町村国保に関して、専門の事業者による効果的な個別勧奨通知等を企画提案の上、実施することで、県内市町村国保の特定健康診査の受診率及び特定保健指導の実施率の底上げを図る。

3 委託期間

契約締結日から令和8年3月31日まで

4 業務内容

埼玉県（以下「甲」という。）が受託者（以下「乙」という。）に委託する業務は次のとおりとする。

なお、委託業務の開始に当たり、乙は各参加保険者（以下「丙」という。）（別紙1のとおり。以下同じ。）とそれぞれ業務実施の詳細について打合せを実施すること。

打合せ場所や日時、方法については、乙と丙の間で協議の上決定する。

（1） 丙別の打合せ・調査・分析及び対策の提案

ア 概要

乙は、丙における受診率の低迷の原因について調査し、調査結果を甲に報告の上、丙別に受診率向上に寄与する可能性のある対策の提案を行う。令和6年度に埼玉県委託事業に参加した丙については、当該事業で整理した定性・定量的な課題に対して、厚生労働省が公開している受診率向上ハンドブック等を踏まえた対策を乙の支援のもと実行し、乙と丙で評価・振り返りを行う。令和7年度に初めて埼玉県委託事業に参加する丙については、特定健康診査受診率及び特定保健指導実施率向上のために、厚生労働省が公開している受診率向上ハンドブック等を踏まえて丙の健診環境全体を俯瞰し、乙が定性・定量的な課題の抽出を行う。丙は、この課題に対する計画の策定を実施する。

イ 手順・スケジュール

スケジュールはおおむね次のとおり。

- ・調査実施 令和7年5月末まで

・調査結果報告 令和7年5月末まで

・対策提案 令和7年6月末まで

丙の都合によりこのスケジュールでの対応が困難な場合は、甲、乙及び該当する丙の間で協議の上、時期を延長することができる。

ウ 留意事項

業務実施に必要な丙のデータのうち、特定健康診査受診対象被保険者データ、受診結果データ、その他の個人情報を含んでいるデータについては、受渡しはL G W A Nに限ることとし、乙と丙の2者間でデータ送受信を行う。（甲を経由しない。）

このため、乙はL G W A Nを適切に使用可能な事業者であることが必要となる上、この制限はこの委託契約に係る全ての業務に適用されるので留意すること。なお、データ形式については、乙が指定することができるものとする。

(2) 特定健康診査対象者のデータ分析、受診勧奨対象者リスト等の作成

ア 概要

乙は、丙別の令和6年度特定健康診査受診対象被保険者の名簿（郵便番号、住所、氏名の情報を含む。）及び過去の特定健康診査受診履歴等のデータを元に、対象者毎に受診確率（対象者が年度内に受診する確率）等を算出すること。丙別に、効率的・効果的な受診勧奨を実現するための分析と、優先して受診勧奨すべき被保険者の抽出、分類、優先順位付け等を行い、受診勧奨すべき被保険者リストを作成し、丙にデータで納品する。

イ スケジュール

(3)～(5)の業務日程に配慮しつつ、丙の状況に応じたスケジュールとすること。

ウ 留意事項

(ア) 乙は、リストの作成に当たり、被保険者毎の受診可能性予測値（受診確率）を算出するなどの分析を行った上で、受診勧奨の優先順位の順に並べること。また、対象者の年齢・性別・特定健康診査受診歴・生活習慣病レセプトの有無等の情報を基に、複数の特徴別に分けること。

(イ) 乙に提供するデータは、丙及び被保険者の個別事情による情報欠損部分がある場合、乙は、データ分析に当たり、各データファイル統合の他に、情報欠損部分を埋める入力を行う等の前処理加工作業が必要となるので留意すること。

(3) 特定健康診査未受診者に対する受診勧奨

ア 概要

乙は、丙が(2)のリストを元に指定した受診勧奨対象者（以下「対象者」という。）に向けた、勧奨通知（以下「受診勧奨用資材」という。）の企画デザイン、印刷（丙別に各2回）及び発送（丙別に各2回）を行う。（発送に係る郵送料等は委託料に含む。）

乙が行う発送は、丙の特定健康診査の時期等を考慮した最適な時期に、丙ごとに2回以上行う。

イ 受診勧奨用資材のデザインの手順・留意事項

(ア) 受診勧奨用資材のデザインは、対象者の特性に合わせた個別具体的なメッセージを込めたものとし、複数のパターンのデザイン案を提案すること。また、受け取った対象者にとって目につきやすいように工夫すること。受診勧奨用資材のデザインに当たっては、行動経済学の理論であるナッジ理論等を用いて、対象者の受診行動を促進できるようなものを作成する。健診対象者の個別特徴を加味し、通知勧奨の対象に合わせて、①受診勧奨すべき対象者を特定し、②その対象者が属するグループに適した受診勧奨メッセージを作成する。受診勧奨用資材のデザイン案は、5種類以上を基本とする。

デザイン案については、見やすさや受診意向への影響度、メッセージの伝わりやすさの観点で効果的な通知物開発、送りわけの提案を行うこととする。デザインの面数は、丙と乙で協議の上で決定とする。

なお、受診勧奨対象者の特性に合わせたデザイン面については、原則として全ての丙で統一のデザインとする。乙が示したデザイン案に対し、丙から改変要望がある場合は、乙と丙の間で別途協議を行い、乙は作業・費用等に支障がない場合に限り丙の改変要望に応じた上で、デザインの確定とする。

受診勧奨用資材の仕上がりサイズ等は、一般的なハガキのサイズかつ圧着形式ハガキとする。

(イ) 丙は(2)の受診勧奨対象者候補者リストを元に、受診勧奨対象者を指定し、乙へ連絡する。

(ウ) 乙は、受診勧奨用資材の1回目の印刷・発送に使用する宛名情報は、上記(2)で丙が提供したデータを使用する。乙が行う2回目の印刷・発送の前に、丙から乙に対して宛名情報の直近の更新データを提供し、乙は宛先・宛名を更新の上で印刷・発送を行う。なお、丙から提供する宛名情報のうち外字フォントは別途TTE形式でも提供する予定であり、乙は可能な限りこの外字フォントを使用して印刷すること。

(エ) 丙は受診勧奨用資材の校正を3回を上限として行い、校了させる。

(オ) 乙は、発送後、速やかに甲及び丙に対して受診勧奨用資材の現物見本を提出すること。(甲：各2部、丙：各10部。)

(4) 通院中の特定健康診査未受診者に対する受診勧奨

ア 通院中の特定健康診査未受診者に対するチラシによる勧奨

(ア) 概要

乙は、通院中の対象者に向けた、勧奨チラシの企画デザイン、印刷(甲に1回)及び納品(甲及び甲の希望先に1回)を行う。

(イ) 受診勧奨用資材のデザインの手順・留意事項

①利用勧奨資材のデザインの仕様については、フルカラー、両面、仕上がりサイズA4判タテ相当サイズとする。

②甲は受診勧奨用資材の校正を3回を上限として行い、校了させる。

③スケジュールは、甲の希望する時期に納品とするが、具体的な納品時期は甲と乙で別途協議した上で決定する。

イ 通院中の特定健康診査未受診者に対するハガキによる勧奨

(ア) 概要

①対象者のレセプト・健診データ情報等を元に、通知に印字する等の個別性の高い効果的な通知とすること。加えて、行動科学等の知見をもとに対象者の特性に応じ内容を変えるなど、より効果的な通知内容とすること。

②乙は、丙が(2)のリストを元に指定した受診勧奨対象者のうち、通院中の対象者に向けた、勧奨通知の企画デザイン、印刷（丙別に各1回）及び発送（丙別に各1回）を行う。（発送に係る郵送料等は委託料に含む。）

乙が行う発送は、丙の特定健康診査の時期等を考慮した最適な時期に、丙ごとに1回行う。

(イ) 受診勧奨用資材のデザインの手順・留意事項

①デザインの面数は、丙と乙で協議の上で決定とする。なお、受診勧奨対象者の特性に合わせたデザイン面については、原則として全ての丙で統一のデザインとする。乙が示したデザイン案に対し、丙から改変要望がある場合は、乙と丙の間で別途協議を行い、乙は作業・費用等に支障がない場合に限り丙の改変要望に応じた上で、デザインの確定とする。受診勧奨用資材の仕上がりサイズ等は、一般的なハガキのサイズかつ圧着形式ハガキとする。

②丙は受診勧奨用資材の校正を3回を上限として行い、校了させる。

③乙は、発送後、速やかに甲及び丙に対して受診勧奨用資材の現物見本を提出すること。（甲：各2部、丙：各10部。）

(5) 特定保健指導未利用者に対する利用勧奨

ア 概要

(ア) 乙は、対象者のうち特定健康診査を受診した健診結果から特定保健指導対象者と判定されながら特定保健指導を受けていない又は受ける予約をしていない者に対する利用勧奨通知（以下「利用勧奨用資材」という。）を、デザインし、印刷入稿データを丙に納品する。（丙において印刷し、宛名シールと切手を貼付して郵送することを想定している。）

なお、通知物の内容は、動機付け支援・積極的支援、それぞれの初めて対象となった者・過去にも対象者となったことのある者の、それぞれの特性に合わせた効果的なメッセージを込めた複数のデザインを提案すること。

(イ) 乙は、丙が利用勧奨資材を送付した相手に対し、特定保健指導に関するアンケートを実施する。アンケート方法は、回収率を上げるため、利用勧奨資材のデザインに2次元コードを入れ、web上でのアンケート受付とする。

イ 利用勧奨資材のデザインの手順・留意事項

(ア) 利用勧奨資材のデザインの仕様については、フルカラー、仕上がりサイズA4判タテ相当サイズ、計4ページとする。

丙において宛名シール及び切手を貼付するための空白スペースをデザインに含めること。

なお、丙が行う印刷の仕様は、A3判両面印刷を2つ折りA4判4ページ仕上げ、かつ圧着仕上げを想定している。

(イ) 丙は乙に対し、

①利用勧奨資材に入れるべき文字（保険者名、連絡先、説明文等）、画像（市町村章マーク等）

- ②空白スペースの寸法（可変枠とし、丙が開催日程、会場など必要事項を追記することを想定。）を示し、必要に応じて市町村章等の画像データを提供する。なお、②の可変枠の位置は乙が指定する。
- (ウ) 丙は利用勸奨資材の校正は3回を上限として行い、校了させる。
- (エ) 乙は通知物を圧着形式のはがきまたはリーフレットの形式で印刷し、丙へ納品する。丙が宛名シールと切手を貼付し郵送することとする。
- (オ) 乙は、甲及び丙に対して利用勸奨用資材の現物見本を提出すること。
(甲：各2部、丙：各10部。)
- (カ) スケジュール
6月末以降～10月頃の、丙の希望する時期に納品する。

ウ アンケートの手順・スケジュール

- (ア) アンケート内容は、基本的に甲が検討して乙に示した事項とする。乙は、アンケート回答の受付、集計、報告を行う。
- (イ) スケジュール
乙は甲及び丙に、契約期間末日までに集計結果を報告する。

(6) 特定保健指導対象者に対するデジタルコンテンツを活用した継続的支援

ア 概要

- (ア) 保健指導対象者に対してデジタルコンテンツを活用した双方向型のコミュニケーションを通じて、段階的な情報提供や目標設定および生活習慣の改善支援を行うこと。
- (イ) 乙はデジタルコンテンツの登録画面へ遷移する二次元コードを納品する。
二次元コードの読み取り可能期間は、甲乙丙が協議の上、定める。
- (ウ) 本事業の介入に用いるデジタルコンテンツに個人情報（氏名・生年月日等）を登録した者に対して、ウェブコンテンツを利用し、生活習慣改善に関するメッセージやコンテンツ等の配信等を行う。
- (エ) 本事業の介入に用いるデジタルコンテンツは乙が作成する。なお、本業務に係る甲のデジタルコンテンツ利用費用は委託料に含むものとする。
- (オ) 配信されるメッセージおよびウェブコンテンツについては、「予防・健康づくり大規模実証事業内特定健診・保健指導の効果的な実施手法に係る実証事業」で使用した手法を活用する。
- (カ) デジタルコンテンツの公開期間は乙が定めた期間に準ずるものとし、期間満了後は原則閉鎖するものとする。
- (キ) 配信されるメッセージやウェブコンテンツの閲覧状況について、利用者ごとの利用状況ログ（Excel形式）を月次で提供する。

(7) 甲及び丙への報告

ア 概要

乙は、甲に対し、委託期間中及び年度末において、効果検証と報告書提出を行う。乙は、委託期間中及び年度末において、最新の特定健康診査受診結果に基づき、4(3)の特定健康診査未受診者に対する受診勸奨の結果による受診率の変化（全体受診率・過去健診経験者受診率・過去健診未経験者受診率を年間及び月別の集計を含む）及び4(5)特定保健指導未利用者に対する利用勸奨の結果による実施率の変化等について、効果検証を実施する。乙は甲及び丙に対して、この検証結

果を、中間報告書及び年度末報告書により報告する。

イ 報告書に記載すべき項目

別紙2のとおり。

年度末報告書については、別紙2に記載した項目の他、丙が次年度以降に実施すべき受診勧奨業務の有効な施策の提案についても記載すること。

ウ 報告書の品質等

報告書に記載する内容は、受診勧奨における介入研究で論文を公表済の公衆衛生の修士・博士等の研究者による示唆を踏まえたものとする。報告書の量は、概ねA4判50ページ以上を想定する。

エ 報告書の作成・納品方法

報告書については、甲及び丙別に作成する。

乙は、甲及び丙に対して、報告書については成果物としてデータ納品を行う。

5 甲が行うべきその他の業務

甲は、委託業務の実施に必要な丙が保有するデータを、丙から乙に提供させる。なお、業務に必要なデータのうち、特定健康診査受診対象者データ、受診結果データ、その他の個人情報を含んでいるデータについては、受渡しはL G W A Nに限ることとし、乙と丙の2者間でデータ送受信を行う。（甲を経由しない。）

6 丙が行うべきその他の業務及び留意事項

丙は、4（1）から（6）までの記載事項の他、次のとおりなので留意する。

- (1) 「4（1）丙別の打合せ・調査・分析及び対策の提案」において、丙は乙に対して、この委託事業の履行に必要な情報を提供することとし、個人情報を含むデータについては、乙と丙の2者間で必ずL G W A Nを使用して受渡しを行い、甲を経由しないこととする。
- (2) 「4（2）特定健康診査対象者のデータ分析、受診勧奨対象者リスト等の作成」においても、上記(1)と同様の取扱いとする。
- (3) 「4（3）特定健康診査未受診者に対する受診勧奨」において、乙が宛名等を印刷する前に、対象者の郵便番号、住所、氏名の変更に備え、丙は乙に直近の更新状況のデータを提供する。
乙は印刷・発送を2回行うため、丙は乙に対して2回、更新状況のデータを作成して提供する必要があるので留意する。
- (4) 「4（4）特定保健指導未利用者に対する利用勧奨」において、利用勧奨資材の郵送等の費用は、丙が負担する。
また、丙が乙に対して、利用勧奨資材の印刷も希望する場合は、この委託契約の範囲外となるため、別途、丙が乙に発注し、印刷料金を支払うこととなるので注意すること。
- (5) 「4（5）甲及び丙への報告」において、報告書の作成に当たって乙が丙のデータを必要とする場合、丙から乙へデータを提供することとし、個人情報を含むデータの送受信は必ずL G W A Nを使用して参加者と乙の2者間で行う。
- (6) 当業契約に包含できない運用範囲がある場合は、別途、乙と丙の2者間によ

る個別契約となる。

7 その他の留意事項

- (1) 甲は乙に対し、随時、事業の進捗状況等について報告を求めることができる。
その場合乙は迅速かつ誠実に対応すること。
- (2) 委託契約書、仕様書及び特記仕様書に定めのない事項については、甲乙で協議して定めることとする。（なお、特記仕様書は、この公募型プロポーザルにより選定された委託先候補者の提案内容を記載したものを別途作成予定。）
- (3) 乙が甲及び丙から受領した個人情報の取扱いについては、乙は、委託契約書に定めのあることその他、丙の個人情報保護条例等についても遵守するものとする。
- (4) 乙が甲及び丙から受領したデータのうち個人情報については、委託業務終了後、乙による破棄を確実に行うものとする。

(別紙1)

丙規模等

- 1 丙数 5保険者程度
- 2 丙の特定健康診査対象者数の規模 合計 61,701人程度 (令和5年度法定報告時点の情報を元に算出)
- 3 参加候補保険者の特定健康診査受診率の現状 36.8%~43.1%台 ※ 丙は、埼玉県内の市町村から令和7年4月中に選定する予定。

業務内容(6)のみ

- 1 丙数 9保険者程度
- 2 丙の特定保健指導対象者数の規模 合計 6,388人程度 (令和5年度法定報告時点の情報を元に算出)
- 3 参加候補保険者の特定保健指導実施率の現状 6.5%~39.7%台 ※ 丙は、埼玉県内の市町村から令和7年4月中に選定する予定。

(別紙2)

報告書に記載すべき項目

- ・表紙

- ・目次
- ・用語の定義（連続受診者・不定期受診者の分類）
- ・事業結果まとめ
- ・事業環境の変化
 - 対象者数及び年代別構成比の推移
 - 対象者における受診履歴別構成比の推移
 - 対象者における構成比の推移（受診履歴×年代）
 - 令和7年度対象者の分布 セグメント別
 - 令和7年度対象者の分布 セグメント×年代
 - セグメント別 健診受診率（過去3年分データ）※受診経験者
 - セグメント別 健診受診率（過去3年分データ）※未経験者
- ・事業概要
 - 令和7年度 事業スケジュール
 - 令和7年度 特定健診受診勧奨概要
- ・事業結果
 - 受診者数・受診率の推移
 - リピート受診者数・受診率の推移
 - 月別 受診者数・受診率（昨年度との比較）
 - 月別 リピート率（昨年度との比較）
 - 月別 受診者数 受診履歴別
 - 年代別 受診者数・受診率の推移
 - 年齢別 受診率
 - 年代別 リピート率
 - 年齢別 リピート率
 - 受診履歴別 受診者数（昨年度との比較）
 - 受診履歴別 リピート率（昨年度との比較）
- ・受診率向上効果の分析
 - 受診履歴別の分析
 - 受診者における受診履歴別割合
 - 月別受診者数・受診率（連続受診者）
 - 月別受診者数・受診率（不定期受診者）
 - 月別受診者数・受診率（未経験者）

不定期受診者の詳細な分析（対象者における割合）

不定期受診者の詳細な分析（受診率）

健診未経験者の詳細な分析（受診率）

健診未経験者の詳細な分析（リピート率）

・受診率向上効果の分析

他市町村との比較

受診率・リピート率の他市町村比較

受診率の他市町村比較 年代別

受診率の他市町村比較 受診履歴別

受診率の他市町村比較 未経験（詳細）

リピート率の他市町村比較 年代別

リピート率の他市町村比較 受診履歴別

リピート率の他市町村比較 未経験