

健康増進型保険商品の調査と公衆衛生学からの分析

生命保険は、万が一の病気や死亡時に経済的な保障を提供するための金融商品である。近年、この経済的保障の役割に加えて、保険加入者の健康に介入する役割を持たせた商品（健康増進型保険）が、国内の大手各社から発売されている（例：健康診断を受けると保険料が割引になる商品）。加入者の発病や入院、死亡の頻度は保険金の支払い額と関連する。それゆえ、健康増進型保険によって保険者の健康状態が改善するか否かは、事業の継続性に直接影響する。商品の販売数だけでなく、商品による介入がもたらす健康上のアウトカムを重視しなくてはならない点で、健康増進型保険は特殊であり、公衆衛生的意義と企業の利益追求を両立できる例だと考える。

今回の発表では国内で販売されている健康増進型保険について調査し、簡単な分類を行った。続いて、それらの商品がどのように加入者に健康面での影響を及ぼし得るかについて、論文および企業の公開資料から考察を行った。

文献

1. DAVIS, Rachel, et al. Theories of behaviour and behaviour change across the social and behavioural sciences: a scoping review. *Health psychology review*, 2015, 9.3: 323-344.
2. ONO, Sachiko, et al. Impact of clinic follow-up visits on body weight control in people with prediabetes or diabetes mellitus: Japanese nonelderly cohort study. *Family practice*, 2017, 34.5: 552-557.
3. FAGHRI, Pouran D.; LI, Rui. Effectiveness of financial incentives in a worksite diabetes prevention program. *The open obesity journal*, 2014, 6: 1.
4. MEHROTRA, Ateev, et al. Impact of a patient incentive program on receipt of preventive care. *The American journal of managed care*, 2014, 20.6: 494.