

施 策 名：5-2-1 全ての世代に対する健康意識の醸成と動機づけ

担 当 部：福祉保健部

検証項目	検証結果					
	検証委員挙手数			市民評価者		
I 施策の実現に向けた取組について	そう思う	どちらともいえない	そう思わない	そう思う	どちらともいえない	そう思わない
課題がしっかりと捉えられているか	2	2	0	6	1	1
取組の方向性は合っているか	4	0	0	4	4	0
取組成果が、施策実現や成果指標の達成に効果があるか	1	3	0	3	4	1
II 施策の有効性について	有効である		有効ではない	有効である		有効ではない
政策目標の達成に向けた施策の有効性	4		0	6		2

1 検証委員からの主な指摘事項

- 課題把握が大雑把である。施策が全ての世代ということをテーマにしているのであれば、世代別のそれぞれの課題が認識されていなければならないと感じる。
- H26年から展開している健康活動ポイントの評価検証も必要。現状は健康活動ポイントを無自覚に追認している。
- 健診をなぜ受けないのかという仮説も必要で、それを課題としながら具体的な事業に落とし込んでいく必要がある。

<担当部 対応方針>

- ・市民アンケート調査から、健診の受診率は一定上昇傾向にあるが、それが生活習慣の改善に結びつかない実態があることから、引き続き、健診の受診率を成果指標に取り組みを進めるとともに、特に若い世代を中心として、生活習慣の改善を促進していく。
- ・現在の健康活動ポイント事業は、参加者の固定化と高齢化という課題があり、事業が施策の実現に結び付いていないことから、より幅広い年代層の健康づくりにつなげていくため、スマートフォンを活用した全く新しい形のポイント事業としてスタートさせる。
- ・健診を受けない年代別の理由を踏まえ、受診勧奨による個別の働きかけと並行し、ポイント事業等での企画を利用し事業者等への働きかけも展開する。

2 施策改善案など（検証委員、市民評価者が記載したコメントのとりまとめ）

（1）検証委員

- ・正解がない取組であると感じる。試行錯誤することが重要であり、しつこく活動を続けてほしい。
- ・保健師が現場で把握している生の情報をもっと見える化すると、市民向けの情報に厚みが出る。
- ・市民向けアプローチとして、健康に限らず商業面などの要素を入れたアプローチは有効。  
そのためにも様々なところと連携することは有効。
- ・各世代、生活状況（単身・子どもがいるなど）に応じた課題設定は大事なので、今後の事業展開や取組の中で、無関心層（関心はあるけど後回しにしている人も含めて）に情報がよりわかりやすく魅力的に届ける必要がある。
- ・議論を通じて、現場の保健師の皆さんの課題認識は的確だと感じた。現場での感覚をベースに仮説をたて、裏打ちするエビデンスで検証し課題設定ができるといい。

<担当部 対応方針>

- ・比較的若い世代の無関心層については、自身が健康であるという認識から、「減塩」「運動」といった制限をイメージするキーワードでは行動変容に結び付いていない。
  - ・今後の事業展開においては、「楽しく」「美しく」「アクティブでウェルビーイングに」といったアプローチで市民の生活習慣の改善を促がしていく。
- ※例：「広報ふくちやま 10月号」「健康アプリ」「(仮称) アクティブフェスタふくちやま 2022」など

## (2) 市民評価者

- ・課題認識、対応の方向についてはあまり知らない情報ばかりで、若い世代への発信といったところでは、企業への発信（長田野工業団地など）を通して発信したらどうか
- ・健康アプリ→他のアプリとの連携はどうか（マラソン、歩数、Apple Watch）
- ・各種健診の金銭的補助、平日に休みが取りにくい人へのサポートなどできればよいのではないかな。
- ・無関心な人が関心を持つようになるための取組が限定的
- ・ポイント事業がきっかけになるのか疑問が残った。他での成功例として参考にされているのはどんなものがあるのか。若い人が参加してもらえる工夫が難しいと思った（行動、ゲーム性、興味もってもらえる。）
- ・健康ポイントは、一部の人しか興味を持てないと感じる。①まず、マイナポイントに対して、マイナンバーカードを持っている人が少ない。②アプリ自体について知らない。③関心がない人は使わない。健診など受けた後の持続には意味があると考えるが、受けに行こう、始めようという動機付けにはなりにくい。最初の受診なら、「受けた人の中の〇人が〇〇が当たります。」のような形の方が興味を持てる人もいるのではないかな。他のイベントと共催することはできないのか。
- ・健康を押し付けるのではなく、「美」との結び付けなどの発想が印象に残りました。

### <担当部 対応方針>

- ・健康ポイント事業だけで、若年世代の健康への関心度が高まっていくとは考えにくく、これをひとつのきっかけとして日々の健康づくりにつなげていく必要がある。このため、健康アプリ内の企画やポイント等は、単なるインセンティブとして位置付けるのではなく、日々の行動変容につなげるためのものとして設計を行っている。
- ・事業実施にあたっては、福知山マラソンをはじめ、市主催事業だけでなく、市内のまちづくり団体等とも連携した形で進めることとする。