

5.18.4. NEC:「健康ポイント(仮称)」付与

図表. 5.17.4. NEC:「健康ポイント(仮称)」付与

「健康ポイント(仮称)」付与 概要

生活習慣(食事・運動・禁煙・飲酒等)改善活動への取組及び健康増進活動への参加状況をポイント化し賞状、景品等を授与。

内容の一例

(運動セミナー)



5.18.5. NEC:「食事バランスガイド」を中心とした食育の推進

図表. 5.17.5. NEC:「食事バランスガイド」を中心とした食育の推進

「食事バランスガイド」を中心とした食育の推進 概要

- (1) 情報提供・啓発活動(イベント、HP)
 - ・メニューの見直し、トータルカロリー摂取量抑制
 - ・**栄養展示会やセミナーの開催**
- (2) 個人への食事情報フィードバック
 - ・社員食堂POSレジでのカロリー表示

(食事バランスガイド展示)



内容の一例

(栄養展示会)



5.19. 取組事例⑫IBM

5.19.1. 日本IBM(日本アイ・ビー・エム健康保険組合)における優れた点

日本IBMは、「社員のウェルビーイング」という基本姿勢のもと、自宅にいながら参加できるツールの活用で、参加の敷居を低減する等多数の優れた点を保有している。

図表. 5.19.1. 日本IBM(日本アイ・ビー・エム健康保険組合)における優れた点

経営理念等の基本姿勢(一例)

「社員のウェルビーイング」※1

社員が自主的に正しい生活習慣を身につけて、身体的・精神的・社会的に健康な状態(ウェルビーイング)を維持することができるよう、安全衛生、産業保健部門やライン管理者から十分な支援を受けることができるようになっていきます。

優れた点(一例) ※2

- 自宅にいながら参加できるツールの活用で、参加の敷居を低減
ex) 健康診断の郵送検診、電話カウンセリング、WEBカウンセリング等時間、場所を問わないサービスの提供 等
- 社内と同様に家庭内での習慣化を目的とした家族の巻き込み
ex) WEBコンテンツ「家族のストレスマネジメント」等家族も参加できるコンテンツの提供 等
- 個人の疾病に合わせた管理プログラムの提供
ex) 健康アドバイザー「QUPIO」など、健診データを入力し、その疾病に合わせたアドバイスの実施 等

※1IBM公式HP 企業活動「CSRの取組」ページ内より抜粋、※2ヒアリング結果をもとにesにおいて考察したもの

5.19.2. IBM:「日本アイ・ビー・エム健康保険組合」

図表. 5.18.2. IBM:「日本アイ・ビー・エム健康保険組合」

「日本アイ・ビー・エム健康保険組合」概要

被保険者・被扶養者に対して、医療保険給付を行うとともに、健康づくり特に力を入れ「健康づくり支援制度」(健保カフェテリアプラン方式)を実施している



内容の一例／頂戴したコメント(一部)

(健康診断/HPより一部抜粋)

<p>家族総合健診 (従来の委託先【タイプ1】に加え、新規委託先【タイプ2】を増強。受診先は選択自由。) 2009年度は、【タイプ2】を終了し【タイプ1】に統合します。</p>	<p>「家族総合健診」提携医療機関タイプ1で受診する場合</p>
<p>オプション健診</p>	<p>肺がん健診、前立腺がん健診、消化器健診、婦人科健診等のほか各種オプション健診の受診が可能です。また、人間ドックもオプションの一つとなりました。ご自分の健康状態に合わせて、ご家族の方は家族総合健診(基本健診)との組み合わせでもご利用ください。</p>
<p>がん総合健診</p>	<p>40歳以上の5年目面日は「節目」としてがん総合健診を受診できるようにしています。</p>
<p>ピタミンドック</p>	<p>簡単な問診票や血液検査などでがんリスクインジカトールレベルがわかる、予防医療のためのドックで、通常の健康診断では調べないピタミンドックやミネラルのレベルも測ります。</p>
<p>郵送検診 (大腸がん/前立腺がん/メタボリック)</p>	<p>がん疾患の中でも消化器系がんは、食生活の欧米化で増えていきます。早期発見のため、まずは郵送検診の受診をお勧めします。</p>
<p>乳幼児健診</p>	<p>誕生後の発育状態、先天的疾患及び慢性疾患の有無など、母親・父親もお子さんのヘルス・ケアをしっかりと実践してください。</p>
<p>産科健診</p>	<p>乳幼児・学童期のう蝕、成人期の歯周病等、歯の喪失防止は正しい歯磨きと歯間ブラシ・フロス等の清掃器具を使用することで更に効果的になります。</p>
<p>あなたと家族の健康アドバイザー【QUPIO】</p>	<p>自分の健康診断結果や問診票を入力することにより、現在の健康状態や5年後の疾病予測等を知ることができます。</p>

5.19.3. IBM: 「I-Support」

「I-SUPPORT」概要

各種健康診断だけでなく、電話カウンセリングやWEBカウンセリングを行うI-Supportを実施。「減塩」料理など健康体を維持するための食事に関するコンテンツも開設。

(HPトップより抜粋)



図表. 5.18.3. IBM: 「I-Support」

内容の一例



※掲載写真・画像は、すべて取材において受領した資料より抜粋

Copyright © 2008 e-solutions All Rights Reserved.

5.20. 5章 まとめ

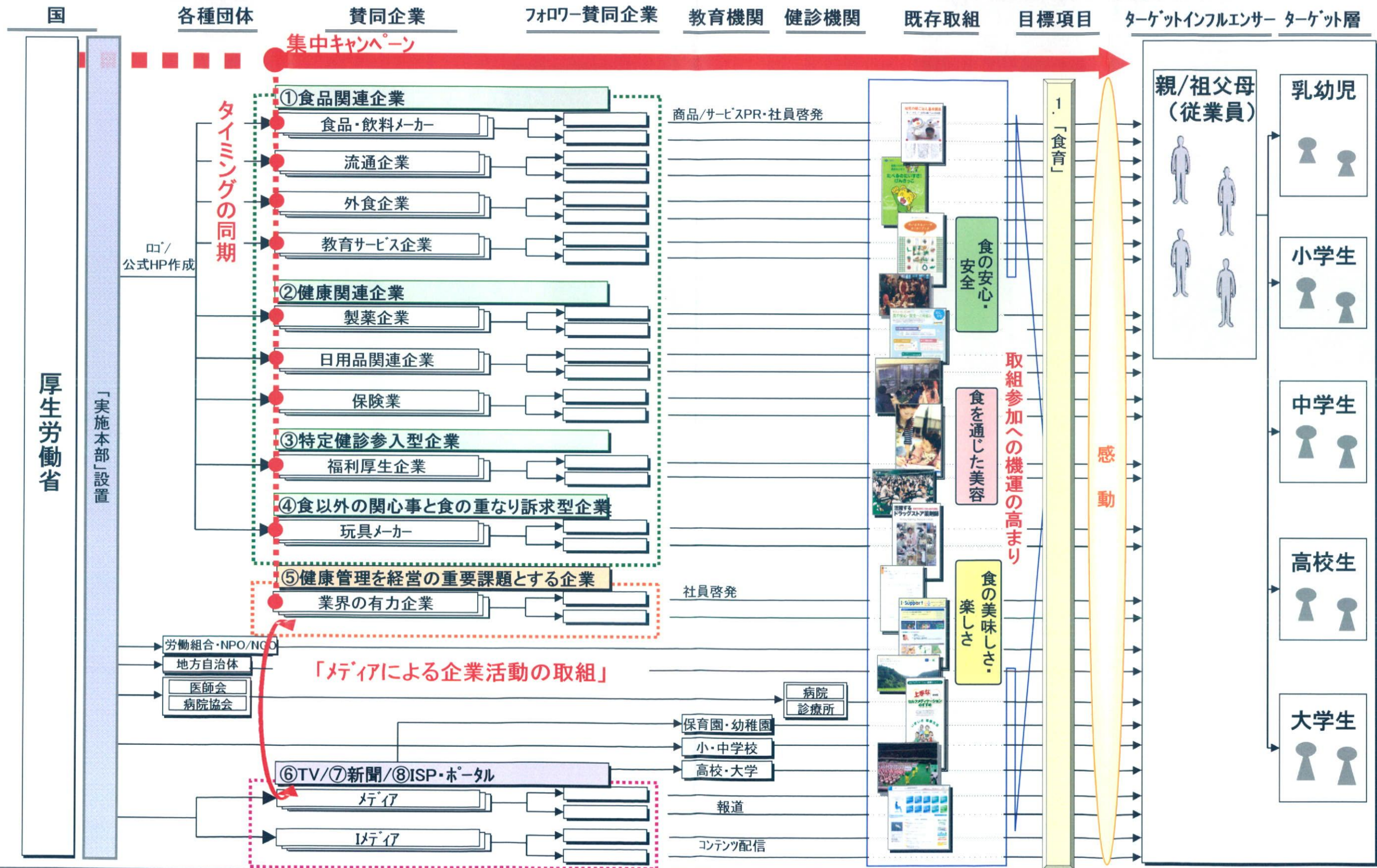
- ヒアリングより、多くの企業・団体が、何らかの形で本運動に参加できる可能性があることを表明している。(※参加を保証するものではない)
- 企業・団体においては、**食育**に限らず、**食の安心・安全**
食の美味しさ・楽しさ **食を通じた美容** の分野において、既に多数の優れた取組事例がある。
- 一方、企業の優れた取組が生活者に十分に伝わっていない課題として、
①メッセージ・タイミングの分散、**②感動を伝える仕組みの不在**、
③生活者の先入観による歪曲 の3つがあることがヒアリングより判明した。

6章. マーケティング手法からの普及啓発戦略の検討

- 6.1. H20年度戦略の全体像
- 6.2. H20年度キャンペーン(案)
- 6.3.1. 本運動のロゴマーク使用規約
- 6.3.2. 本運動のロゴマーク使用ガイドライン
- 6.4. 全体シナリオ概要
- 6.5. シナリオ詳細
- 6.6. 6章まとめ

6.1. H20年度戦略の全体像

国が統一した方向性を指し示し、賛同企業・メディアの活動を同期することにより、運動の一層の盛り上げを実現する。



6.2.1. H20年度キャンペーン(あくまで一案): 概要

H20年度のキャンペーンとして、PR型、社内啓発型等、企業の既存の取組で活動の認知を高め、集中キャンペーン・公式HPへの誘引等、国の後押しを連動させる案が挙げられる。

図表6.2.1. H20年度キャンペーン(あくまで一案): 概要

: 企業の既存の取組
 : 公式HPへの誘引
 : 国による後押し



6.2.2. H20年度キャンペーン(あくまで一案): 公式HP

様々なタッチポイントからの誘引の受け皿として、①認知・②理解・③行動の各コンテンツを網羅し、かつ、企業・団体の優れた取組を国民運動と関係付ける公式HPが考えられる。

図表6.2.2. H20年度キャンペーン(あくまで一案): 公式HP



6.2.3. H20年度キャンペーン(あくまで一案): 正の循環

国の後押しと企業・団体の優れた取組が連動することで、既存の取組に国民が参加していく、正の循環が実現できると考えられる。

図表6.2.3. H20年度キャンペーン(あくまで一案): 正の循環



6.3.1.本運動のロゴマーク使用規約（あくまで一案）

本運動のロゴマーク使用規約を設定する。

あくまで一例

図表6.3.1.ロゴマーク使用規約

-ロゴ規約-

1. 目的

本運動ロゴマーク使用規約(以下「本使用規約」といいます。)は、本運動に参加する企業・団体が、自己の参加を示すため・本運動の自主的な啓発のため、使用するために際して、遵守すべき事項を定めるものです。

2. ロゴマークの使用承認等

- (1)本運動に参加するすべての企業・団体(政治団体及び宗教法人を除きます。)は、申請書を本運動運営事務局(以下「事務局」といいます。)に提出し、ロゴマークの使用承認を受けることによりロゴマークを無償で使用することができます。
- (2)ロゴマークの使用承認には申請から1週間程度を要しますので、余裕を持って申請してください。
- (3)登録企業・団体は、ロゴマークの使用に関する権利を第三者に譲渡、担保提供若しくは転貸し、又は代理使用を許諾することはできません。
- (4)ロゴマークの使用承認を受けた企業・団体が本運動の参加資格を喪失した場合、当該企業・団体はロゴマークを使用することができません。

3. 使用方法

- (1)登録企業・団体は、事務局が別に定める「ロゴマーク使用ガイドライン」に従い、自由にロゴマークを使用することができます。ただし、次のような使用をすることはできません。
 - I. 募金活動と結びつけて使用すること
 - II. 提供する商品やサービスの品質を担保・証明するものとして使用すること
 - III. 法令や公序良俗に反するような方法で使用すること
 - iv. その他本運動の趣旨に明らかに反するような方法で使用すること
- (2)登録企業・団体は、ロゴマークの使用にあたり、自己が本運動に参加、応援していることを示す文言を付記しなければなりません。

4. 規約の改定

本活動規約は、事務局により、事前の通知なく、必要に応じて改訂される場合がありますので、ご承知ください。

附 則

本使用規約は、平成xx年xx月xx日から施行します。

6.3.2.本運動のロゴマーク使用ガイドライン（あくまで一案）

本運動のロゴマーク使用ガイドラインを設定する。

あくまで一例

図表6.3.2. 本運動のロゴマーク使用ガイドライン

-本運動のロゴマーク使用ガイドライン-

1. 生活習慣国民運動(仮称)との関わり

厚生労働省は、健やかな生活習慣の普及定着を目指し、平成20年度より国民運動の実施を検討しています。計画の一環として、子供を対象とした本運動が開始いたしました。

2. 本運動の狙い

本運動は、子供を持つ親に、食育への意識を啓発する運動である。

3. ロゴの使い方

(1) 本運動は、子供・子供を持つ親に対し食育の必要性を訴求する運動として、本運動に賛同いただける企業・団体の皆様に広く使われることを意図しています。

(2) ロゴは、特定の性能や製品を示すものではなく、特定の商品名やブランド名として使用することはできません。





4. ロゴマークの使用報告

ロゴマークをお使いいただいた企業の方に、後日、使用実績に関するアンケートのお願いをします。その際は、ご回答にご協力下さい。

6.4. 全体シナリオ概要 (あくまで一案)

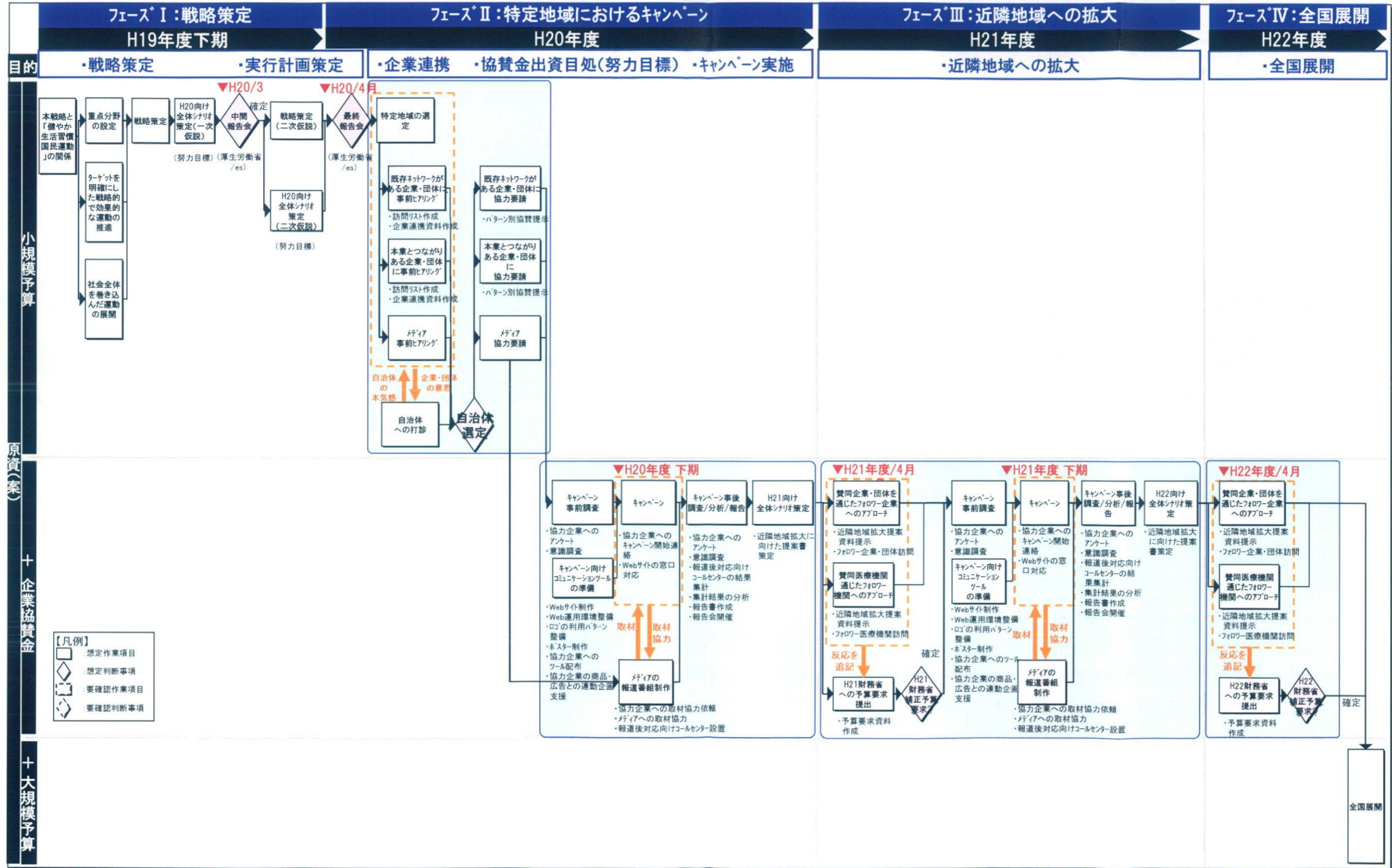
H21年度の全国展開を目指し、H19年度に戦略策定を行い(フェーズⅠ)、H20年度に特定地域でキャンペーンを実施し、その成功事例をもとに、H21年度以降、近隣地域への拡大および全国展開を図っていく。(本報告書はフェーズⅠに該当)

図表6.5. 全体シナリオ概要 (あくまで一案)

		(本報告の範囲)			
		フェーズⅠ: 戦略策定 H19年度	フェーズⅡ: 特定地域におけるキャンペーン H20年度	フェーズⅢ: 近隣地域への拡大 H21年度	フェーズⅣ: 全国展開 H22年度
目的		<ul style="list-style-type: none"> 戦略策定 実行計画策定 	<ul style="list-style-type: none"> 特定地域におけるキャンペーン実施 企業連携 協賛金の拠出 	<ul style="list-style-type: none"> 近隣地域への拡大実施 企業連携 協賛金の拠出 	<ul style="list-style-type: none"> 全国展開
地域		全国での課題の洗い出し 	特定地域におけるキャンペーン 	近隣地域への拡大実施 	全国展開 
実施内容	戦略①: 重点分野の設定 実行		「健康日本21」のうち、「食育」に焦点	「健康日本21」のうち、「食育」に焦点	
	戦略②: ターゲットを明確にした戦略的で効果的な運動の推進 実行		<ul style="list-style-type: none"> キャンペーン事前・事後調査 キャンペーンに向けた準備 キャンペーン実施 	<ul style="list-style-type: none"> キャンペーン事前・事後調査 キャンペーンに向けた準備 キャンペーン実施 	<ul style="list-style-type: none"> 全国展開
	戦略③: 社会全体を巻き込んだ運動の展開 実行		<ul style="list-style-type: none"> 特定地域の選定 企業/団体/メディアに事前ヒアリング・協力要請 自治体への打診 賛同企業/団体を通じたフォロー機関へのアプローチ H21年度に向けた全体シナリオ策定 	<ul style="list-style-type: none"> 近隣地域の選定 企業/団体/メディアに事前ヒアリング・協力要請 自治体への打診 賛同企業/団体を通じたフォロー機関へのアプローチ H22年度に向けた全体シナリオ策定 	
原資		小規模予算(研究委託費等)			大規模予算(事業費等)
		企業協賛金			

6.5.シナリオ詳細 (あくまで一案)

図表6.5.シナリオ詳細 (あくまで一案)



- 【凡例】
- : 想定作業項目
 - ◇: 想定判断事項
 - ▭: 要確認作業項目
 - ◊: 要確認判断事項

6.6. 6章 まとめ

- 賛同企業・団体の優れた取組に対し、国が統一した方向性を指し示し、生活者の関心の高い **食の安心・安全** **食の美味しさ・楽しさ** **食を通じた美容** に関連した訴求を、**感動** をもって行うことで参加機運が高まり、**食育** に移行することができると思われる。

厚生労働科学研究費補助金（特別研究事業）
分担研究報告書

健康づくりの国民運動を戦略的に推進する方策に関する研究(H19-特別-指定-030)

分担研究者 緒方 裕光 国立保健医療科学院 研究情報センター 情報評価室長

研究要旨：

平成20年度より生活習慣病の予防に向けて、日常生活の中での適度な運動、健全な食生活、禁煙を柱として展開される「健やか生活習慣国民運動」を推進するために、健康づくりのためのベストプラクティスをまとめた事例集の作成の基礎資料のための情報収集を行った。

平成20年度からの国民運動の推進や医療制度改革における特定健診・保健指導の受診率の向上などに寄与することを目指して、地域や職域などにおける健康づくりの取組事例から運動を展開するにあたっての効果的な手法を整理し、効果を挙げている要因分析を行い、各地域において広く関係者を巻き込んだ、今後の効果的かつ持続可能な健康づくり運動の推進方策について検討を行った。

研究協力者 吉見 逸郎 国立保健医療科学院 研究情報センター
栗田 隆子 (同上)
岩崎 拓哉 株式会社 ITスタイル

A. 研究目的

平成20年度より生活習慣病の予防に向けて、日常生活の中での適度な運動、健全な食生活、禁煙を柱として展開される「健やか生活習慣国民運動」を推進するため、今後の効果的かつ持続可能な健康づくり運動の推進方策について検討する。

に存在する情報を検索・収集した。

(倫理面の配慮)

疫学研究倫理指針の適応となる研究については、分担研究者の所属する研究機関等において倫理審査を受けて実施することとしているが、ウェブ上のデータ検索、翻訳等であり、該当案件はなかった。

B. 研究方法

健康づくり運動について各自治体等から寄せられた事例のメモをレビューし、要素を抽出した。このほか、インターネット上

C. 研究結果

以下に、各テーマの結果についてまとめる。詳細は参考資料を参考にされたい。

1. 健康づくり事例における事業評価について（緒方裕光）

健康づくり運動を厳密に評価するためには、①目的の具体性、②効果測定の指標の有無、③人材や予算と効果のバランス、④将来性、などを考慮する必要がある。ただし、現実的な活動の性質上、その効果を測る指標の設定がそもそも困難であるケースが多く、このような事業の成否を客観的に判断することは難しい。しかし、公的な事業の効果を何らかの方法で測ることは、社会的ニーズとして、今後ますます強く求められる可能性があり、効果指標を考えることは重要である。

2. 健康づくり運動事例の把握並びに関連する情報収集について（吉見、岩崎、栗田）

健康づくり運動については、各地域、団体とも多様な取組みを実施していたが、1) 参加・ひろがり、2) 関係者の多様性、3) 地域の特徴、等を中心に評価し興味深い事例が散見され、地域での取り組みの可能性が示唆された。

他の保健医療関係の運動事例等や、関係者の声やソーシャルマーケティングは今後一層重要である。

D. 考察

これからの健康づくり運動にとっては、健康の重要性をうたいつづけるのみならず、住民参加や地域での関係者の巻き込みを促しながら、地域の特徴を十分踏まえたうえで、「持続的かつ自発的な、参加者にとって

も自分の問題としての活動」、に近づけるかどうか大きな分かれ目になると考えられる。そうした文脈の上で、住民の関心やニーズの有無、関係者の利害や懸念、そして参加による満足感や地域への波及効果など、精緻でなくともこうした側面を評価しつつ進めていくことが求められてくると考えられる。

E. 結論

今後、好事例の収集や発信、背景・関連情報の収集や評価、ツールの開発、などを継続的に行いながら、より効果的な健康づくり運動の推進を目指していく必要がある。

F. 健康危険情報

なし

G. 研究発表

1. 論文発表
なし
2. 学会発表
なし
3. 報道等
なし

H. 知的財産の出願・登録状況

（該当なし）
なし

参考資料

健康づくり運動の事例について（事例集用原稿案）

地域での受動喫煙防止についての情報収集・整理