

市民ヘルスマーケティングについて

1 事業目的

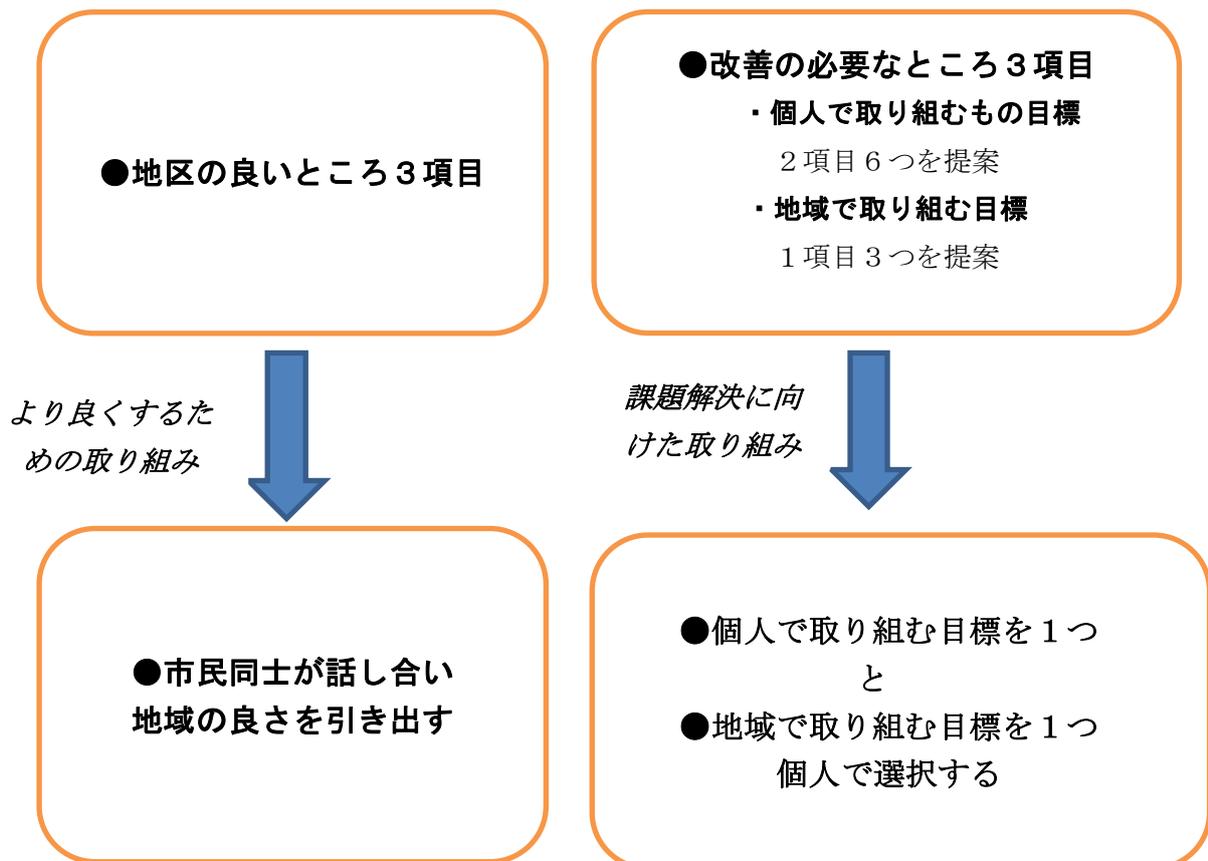
健康とくらしの調査2016（JAGES）結果を基に24地区コミュニティ別の現状と課題並びに論点を市民とともに整理し、その解決に向け、楽しみながら健康づくり及び介護予防に取り組み、地区コミュニティの活性化を図る。また、高齢になると社会的ネットワークが少なくなり、行動範囲が狭くなることで孤立し、身体的、精神的に問題を抱えることが多いことから、フレイル予防の重要性や地域で取り組む健康づくり及び介護予防の大切さを伝えるとともに社会的フレイル予防にも取り組む。

2 事業内容（6月、7月実施）

（1）地区の状況確認

健康とくらしの調査2016（JAGES）から見えてくる24地区コミュニティ別に比較したデータを紹介しながら住んでいて感じるどころ、健康の秘訣なども発表してもらう。

（2）地区毎のチャレンジシートにより検討



※地区の課題解決のために、「個人で取り組む目標」と「地域で取り組む目標」を6か月間実践してもらう。

※事業実施主体は、保健所健康づくり課とし、保健センター担当も参加する。

(3) 第1回の開催結果

6月、7月に市内全公民館で市民ヘルスマーケティングを開催し、954名の方にご参加して頂きました。参加者からは、地域のことを考えるきっかけとなったとか参加者が自身の健康づくりについて意見を發表して、周囲に認められたことで更なる自身に繋がった等の意見があり、概ね好評であった。

(4) 第2回の開催内容

12月、1月の市民ヘルスマーケティングについては、各地区コミュニティの健康課題に沿って、講師を招き、講話を行い、日々取り組むべき内容を深めいく。

H30年度 市民ヘルスマーケティング参加者数 (H30.12.31現在)									
	公民館	1回目日程	1回目参加人数			2回目日程	2回目参加人数		
			男	女	計		男	女	計
南部	海神	6月1日	9	41	50	12月14日	11	30	41
	宮本	6月6日	4	34	38	12月5日	8	36	44
	浜町	7月12日	5	35	40	1月10日			0
	中央	7月18日	6	28	34	1月16日			0
西部	塚田	6月5日	8	28	36	12月4日	7	24	31
	西部	6月27日	7	37	44	12月26日	8	28	36
	法典	7月9日	8	33	41	1月28日			0
	丸山	7月12日	5	28	33	1月10日			0
	葛飾	7月24日	4	13	17	1月22日			0
中部	高根	6月21日	11	21	32	12月20日	10	22	32
	高根台	6月28日	10	25	35	12月27日	7	29	36
	新高根	7月3日	11	49	60	1月15日			0
	夏見	7月5日	10	36	46	1月10日			0
東部	飯山満	6月4日	5	22	27	12月3日	7	25	32
	三田	6月19日	4	45	49	12月18日	7	28	35
	習志野台	6月22日	4	41	45	12月28日	7	50	57
	薬門台	7月27日	4	30	34	1月30日			0
	東部	7月31日	2	20	22	1月31日			0
北部	三咲	6月8日	3	17	20	12月14日	4	12	16
	八木が谷	6月13日	5	64	69	12月12日	5	47	52
	小室	6月14日	6	17	23	12月13日	5	15	20
	北部	6月18日	1	20	21	12月17日	3	13	16
	坪井	6月26日	9	12	21	12月25日	6	11	17
	二和	7月2日	5	21	26	1月7日			0
	松が丘	7月4日	10	59	69	1月9日			0
	海老が作	7月13日	4	18	22	1月11日			0
	計		160	794	954		95	370	465

(5) 取り組みの現状と課題

市民ヘルスマーケティングを目的とした参加者は少なく、多くはふなばしシルバーリハビリ体操教室の参加者であった。市民ヘルスマーケティングの単独開催であったら、これほどの人数の参加を見込めなかったことは明らかであり、参加者自身は意図していなかったかもしれないが、地域のことを考えるきっかけになった。

また、元々健康意識の高い集団なので、自身の健康づくりについて意見を発表し、周囲に認められることは自信につながる結果となった。しかし、後期高齢者の参加者も多く、資料の多さに混乱したり、目標や課題といったことに理解が追い付かない参加者も見受けられた。

また、体操参加者と、地域の介護予防活動の支援をする方では、到達点や求めていることも異なる部分もあり、進行役として苦慮する部分もあった。

2回目には講演会を実施することで、地区課題への理解を深めることや、参加者の市民自身がまちづくりの主役であることの意識づけなどを目的として行っている。

(6) 論点

- ①参加者を増やすこと。
- ②健康意識の向上
- ③地区課題に理解を深めること
- ④地域づくりの主体者であることの意識づけ

(7) 解決策

課題としては各地区において市民ヘルスマーケティングや健康づくりチャレンジシート
の知名度がまだまだ不足しているので、各関係機関や市民への周知、配布が必要である。

また、今後、今年度作成した高齢者の元気を計る指標「健康スケール」を活用した「元気度」を各地区別に集計し、地区の元気率を算出する予定である。これをお知らせすることで、健康意識の向上及び地域づくりの主体者であることの意識づけに寄与するものと考えている。

夏見地区 健康づくりチャレンジシート ※健康とくらしの調査2016 (JAGES)より

1 夏見地区のここがすごい！！

- 閉じこもり者の割合が低い
- うつ割合が低い
- 低栄養者の割合が低い

なぜ良かったのでしょうか？記入してみましょう。
例：交通の便が良い、買い物に便利



夏見地区から
船橋を健康寿命
日本一に！

おまけ：
1日1回笑顔の練習をしよう！



2 夏見地区で改善が必要なもの！！

あなたができることは何番？
選んでみましょう！

個人で取り組むもの

地域で取り組むもの

30分以上歩く者の割合が低い

- | | | |
|----------------------------|----------------------|-------------------------------------|
| ①
30分以上
ウォーキング
する | ②
外出の際は
なるべく歩く | ③
バスの停留
所の1つ前
か先で降り
て歩く |
|----------------------------|----------------------|-------------------------------------|

口腔機能の低下者の割合が高い

- | | | |
|--|--|-------------------------------------|
| ④
毎食後、歯
磨き、うがい
などで口腔
内を清潔に
保つ | ⑤
口腔体操な
どで口を毎
日よく動か
して、口の機
能を保つ | ⑥
定期的に歯
科医院で状
態をチェッ
クする |
|--|--|-------------------------------------|

近所とのつながりがある者の 割合が低い

- | | | |
|---------------------|-------------------|--------------------------------|
| ①
近所の人と
挨拶をする | ②
井戸端会議
をする | ③
地域のさま
ざまな活動に
参加してみる |
|---------------------|-------------------|--------------------------------|

《チャレンジシートの使い方》

1 夏見地区のここがすごい！！

夏見地区の良い所を3つあげてみました。なぜ良かったのかを考え、空欄に書いてみましょう。

2 夏見地区の改善が必要なもの

夏見地区の改善が必要なものを3つあげてみました。青の課題①～⑥であなたが自分でできる番号を1つ入れてみましょう。さらに緑の課題①～③であなたが地域でできる番号を1つ入れてみましょう。

＜個人の取り組み＞

＜地域の取り組み＞

地域の人に地区の改善が必要なものについて話してみよう

アクティブシニア手帳を使って
自分の活動を見える化しよう！
6か月後の自分と夏見地区はどうなっている
か、第2回に参加して確認してみよう！



第2回市民ヘルスマーケティングは平成31年1月10日(木)
参加お待ちしております！
問い合わせ先：船橋市保健所 健康づくり課
電話 047(409)3817