

## ② 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

#### (1) 令和元年度

各 26 公民館で、6 月・7 月、12 月・1 月の年 2 回実施

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った。

また、地区毎のチャレンジシートを使用し、地区の良さを引き出すとともに、健康に関する課題の解決に向けた取り組みを進めるため、「個人で取り組む目標」と「地域で取り組む目標」を設定し実践してもらった。

さらに、地区の健康に関する課題に沿って講師を招き、講話を行った。

#### ① 令和元年度実績

開催回数	52 回
延参加者数	2,153 人

#### (2) 令和 2 年度～令和 4 年度

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、事業を中止。

### 3. 今後について

地域の健康課題に対し、住民同士が顔を合わせ話し合うことは、気づきだけでなく住民同士のつながりが生まれ、社会的ネットワークが少なくなりやすい高齢者の社会的フレイル予防になる。

新型コロナウイルス感染症の今後の状況をふまえ、安全に実施できるよう検討していく。

また、コロナ禍において、フレイルの進行が危惧されていることから、健診結果や健康スケールの地区分析を行い、地域の健康課題を市民と共有し健康への取り組みの推進および地域の活性化を図っていく。