



| ステップ5 プログラムの実行 | ステップ6 トラッキング および評価 | ステップ7 普及 |
|--|---|--|
| <p>2004年に連立組織が活動を実践</p> <ul style="list-style-type: none"> -Health departmentが活動を調整 -他の地域ベースの組織がスペシャルイベントや継続中の活動を提供 -大規模教会での遊びデイ -ラテン系および彼らの子どものスペシャルデイ -遊びロングステイ <p>ビジネスが無料・割引活動を提供</p> <p>カード配布場所:</p> <ul style="list-style-type: none"> -学校 -マクドナルド -YMCA -公共図書館 -パートナーの場所 <p>プロモーション活動</p> <ul style="list-style-type: none"> -学校で流す5分間ビデオ -広告掲示板 -映画の予告 -トークショー -有料および無料ラジオの宣伝 -NBC加盟の共同スポンサー  | <ul style="list-style-type: none"> -学術的研究者および地域研究者がプログラムの内容、プロセス、およびインパクトを評価 <p>連立組織がトラッキング情報を次の目的で使用:</p> <ul style="list-style-type: none"> -問題点やその解決策を明らかにするため -2005年用にプログラムを修正するため <p>2005年結果</p> <ul style="list-style-type: none"> -15,000カードが配布された -夏を通して活動に参加した子どもは数千人 -880名がカードを返却 -1000名以上がGrand Finale eventに通った <p>感謝の言葉</p> <p>親 “金持ちの人たちはカントリークラブやテニスコートを持っている。VERBはそういうものを持っていない人のためのもので、今夏、私たちにはよかった。”</p> <p>Tween “私は以前決して行ったことのないことにチャレンジした。ボーリングやロッククライミングを行った。以前より外で遊ぶことが多くなった。”</p> | <p>他の地域への技術的援助</p> <ul style="list-style-type: none"> -ケンタッキー州の4郡 -フロリダ州Sarasota -テキサス州Huston -他 <p>プログラムの修正と維持</p> <p>現代風カードプログラム</p> <ul style="list-style-type: none"> -居住地遊びグループ -YMCAのVERB Mid-Night -VERB Van <p>結果を共有</p> <ul style="list-style-type: none"> -査読つき研究誌 -学会集会、ニュースレター、リストサービス -プログラムマニュアル  |

Social Marketingの枠組みで 運動の普及啓発を考えてみる



その1：わが国で緊急に行わなければならない内容は？

誰に，何を，どこで，だれから

- **Population**：メタボリックシンドローム発症の危険が最も高い40，50歳代の男性サラリーマン，準備ステージ；仕事が忙しい，時間がない人たち
- **Product**：健康利益のみならずその他の利益を強調；自分だけでなく家族への利益
- **Price**：負担感を少なくする工夫；まずは目の前のできることから
- **Place**：日常生活；運動よりも身体活動
- **Promotion**：負担感を減じるメッセージ×多チャンネル配信×会社，家族からの発信 11

その2：普及啓発に関わる提案

- **Promotion**：メッセージを効果的に伝えるためのコミュニケーション方略「効果的なコミュニケーション」
- **Population**：最重点に考えなくてはならないオーディエンスへの対策「重点的に働きかけるターゲットを決めて実戦可能で具体的働きかけを」
- **Partnership & Policy**：運動指針および運動指針パンフレットの活用
「誰に，どのようなことを依頼するのか」

12

Promotion

メッセージを効果的に伝えるための コミュニケーション方略 効果的なコミュニケーション

- ・ブランドづくり：簡潔でクリアな共通標語とロゴの開発
- ・厚労省内階段利用促進キャンペーン
- ・国民および関連諸団体に向けたURLの開設
- ・用途別に使用できるリーフレット、パンフレットの作成
- ・対象を明確にしたリーフレット、パンフレットの作成
- ・複数ロゴを用い関連団体とのコラボレーションを強調

13

1. ブランドづくり

簡潔でクリアな共通標語とロゴの開発

- ・新聞、TV、ラジオ、市民広報の利用：「共通のロゴ」を用いて、運動指針が公表されたことを広く知らしめる。所要量や指針の概略を簡単に、しかも理解が容易なように解説し、誰もが目に入るようにする。メッセージ化
- ・リーフレット、パンフレット：イラスト、標語を使用し、簡単に、しかも理解が容易なリーフレットやパンフレットを作成し、職場（健保を通じて配布）、地域（健康センター、市町村の施設を通じて配布）、学校（児童・生徒から親へ配布）を通じて国民に広く認知させる。

14

2. 厚労省内 階段利用促進キャンペーン

マスコミへの積極的な情報提供、ダウンロード
によってポスター、ちらし、ステッカー、シール、しおりなどを利用可能にする。



3. 国民および関連諸団体、 指導者に向けたURLの開設

- ・厚労省HPに対象者別推奨活動を設ける
- ・関連諸団体HPとリンクをはる
- ・リーフレット、指導者用ガイドラインにURLを明示する
- ・ロゴを明確にし、他団体とのコラボレーションを強調する。
- ・指導者専用のURLを開設する。

16

4. 用途別に使用できるリーフレット、 パンフレットの作成

- ・指針内容のポイントと対象者別推奨活動についてのリーフレットを作成する。
- ・健保、職場、市町村、健康保健センターにおいて用途にあったリーフレットやパンフレットを備え付ける。
- ・小学生を持つ親、中学生を持つ親というように年齢に応じて内容を若干変え、学校から家庭へ配布を行う。
- ・子どもへの介入内容とリンクさせ、家庭における意識を高めさせる。
- ・ロゴを明確にし、他団体とのコラボレーションを強調する。

17

5. 対象を明確にした リーフレット、パンフレットの作成

- ・健康行動習慣が悪いと予測される人たちが集まる場（たとえば職場、地域の健康教室やイベント、保健指導の場を通じて配布できるリーフレット、パンフレットを作成する。
- ・前面に「現在行っていない人」（熟考ステージ者）、「不定期でしか行っていない人」（準備ステージ者）というように表裏のリーフレットを作成する。
- ・熟考ステージ者：身体活動量を増やそうと考えているが、行動に移していない人に、まずは始めさせるように働きかける（表面）。
- ・準備ステージ者：身体活動・運動をまさに行おうとしているが、不定期で行っている人を定期的に行えるようにさせる（裏面）。
- ・ロゴを明確にし、他団体とのコラボレーションを強調する。

6. 複数ロゴを用いて 関連団体とのコラボレーションを強調

- 健康日本21関連イベント、他団体のイベントとの積極的コラボレーション
- 健康日本21関連イベントおよび配布物にロゴ入りpromptの挿入およびURLを記載する。
- 関連学術団体の声明と組み合わせる。
- 他団体開催のイベントにおいて、厚労省および関連団体の複数ロゴを明確にし、コラボレーションを強調する。

協力できるパートナーが多ければ多いほど
アピール度は高まる (複数ロゴ)

19

Population

最重要に考えなくてはならない
オーディエンスへの対策
重点的に働きかけるターゲットを決めて
実践可能で具体的な働きかけを

- メタボリックシンドローム予備軍：
40, 50歳代の男性サラリーマン
- 考えてはいるが実行に移せない人たち：
熟考ステージ者
- 少しは、また不定期で実践しているが、定期的に行う習慣にはなっていない人たち：
準備ステージ者
- 地域、職域などでどのように指導してよいかわからない人たち：指導者

20

1. 40, 50歳代男性サラリーマン 特徴と働きかけの内容

- 仕事中心生活、重要なポジション、余暇時間に限りがある
 - 子どもの教育問題 (40歳代)、将来の健康・退職後の生活 (50歳代) に不安を抱える
 - 新聞をよく読む
 - 生活習慣 (食、喫煙、飲酒、ストレス、睡眠) が乱れている
- ←働きかけの内容：職域における介入、リーダーを中心とする他への働きかけ、ライフスタイル身体活動介入、まずはできることから (敷居を下げる)
- ←働きかけの内容：学校からの働きかけ (子どもの問題とリンク)、家族への負担・健康不安を強調、将来の生活をイメージさせる
- ←働きかけの内容：メディア (特に新聞) の有効利用
- ←働きかけの内容：他の健康行動とも合わせて

21

2. 熟考・準備ステージ者 マスメディアの有効利用

- マスメディア (関連記事、ソフトタッチの特集の依頼) を有効に使う。
- 経済誌、専門誌、ライフスタイル提案誌に掲載を依頼する。
- 熟考ステージ者 (運動することに関心はあるが行動を起こしていない人たち) にまずはわずかなことでも行わせることを目指す。
意識の高揚 (ハハーン、なるほど)、ドラマティック・リリース (ドキリ)、自己再評価 (このままでいることの将来イメージ)、環境的再評価 (他人への迷惑)、社会的解放 (どこ、なに?)
- 準備ステージ者 (まさに行う、または不定期に行っている人たち) に習慣化させることを目指す。
反対条件づけ (エレベータの代わりに1階きの階段)、援助関係 (仲間を見つける)、強化マネジメント (ご褒美)、自己解放 (宣言)、刺激コントロール (きっかけ、合図)

22

熟考ステージ者対象の記事

- 関心はあるが行っていない人
例えば

- 最近、あなたがよく知っている人で、運動不足のために糖尿病や心疾患を患った人、またそこまできなくても体力が落ちて身体の調子の悪い人はいませんか。
- このまま運動不足の状態を後、何年も続けると、あなたの身体にどのようなことが起こってくるか、イメージしてみてください。
- その時、家族の人に、職場の人、周りの人にどのような迷惑が及びますか。
- 最近、ウォーキングをしたり、階段を意識して上っている人が増えて来ている。一駅分歩く「一駅族」など、そういう人があなたの周りにいるかどうか観察してみてください。

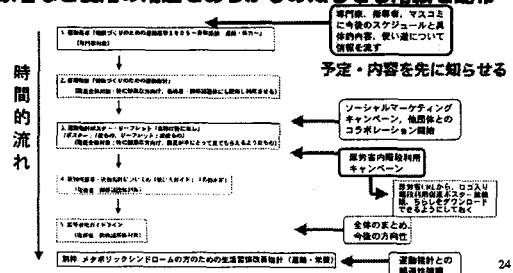
さて、今できるわずかなことから始めてみませんか、いきなり運動することは無理でも、目の前までできることから始めませんか、何もやらないよりはわずかでもやった方があなたの健康状態は好転します。

23

3. 指導者への情報提供

公刊物の内容を時間的経過に応じてあらかじめ紹介

- 市町村関連団体に冊子、リーフレットの種類、内容、対象者など使用の用途をあらかじめ知らせる用紙を配布



24

指導者専用のURLの開設

- ・ 厚労省HPに指導者専用のURLを設ける
- ・ 厚労省が作成した冊子およびリーフレットの使用方法、配布対象、配布するイベントなどを指導者にわかりやすく明示する。
- ・ 地域、職域で働く指導者が、講習などで使用できるPPTを作成し、指導者がダウンロードできるようにしておく。
- ・ 厚労省で実施するロゴ入り階段利用促進ポスター数種類、ちらしを職域、地域の施設で使用できるようにダウンロード可能にしておく。

25

Partnership & Policy

誰に、どのようなことを
依頼するのか

- ・ マスメディア
- ・ 職域
- ・ 地域
- ・ 学校
- ・ 病院
- ・ 関連学会
- ・ 省庁および厚労省関連団体
- ・ フィットネス関連産業
- ・ 交通機関
- ・ 自動車・バイク製造会社
- ・ 都市整備・計画、公園整備関連部局

26

<マスメディア>

役割：効果的な情報提供

新聞社
テレビ局
・ ニュース番組・特集
・ ドラマなど
市町村広報
健康関連雑誌社
インターネット
プロバイダー
その他

あらかじめ意図した情報提供
特集記事・番組の依頼
対象をセグメント化した情報提供の依頼
・ 中高年男性勤労者に焦点を絞る
←例：日経新聞日曜版
・ その家族（主に妻）の働きかけ方法を教える
←例：家庭画
・ 熟考ステージ者に焦点を絞る
←わかりやすい知識の提供や運動不足による生活習慣病罹患者の例
・ 準備ステージ者に焦点を絞る
←例：スポーツ画
共通するイラスト・ロゴ・標語の使用
←認知度を高める工夫
インターネットバナー
←健康関連サイト

27

<職域>

役割：直接的、間接的信息提供

健康保健組合
職場組織
社員食堂

- ・ 職場健康教育を行う際に、運動指針およびそのパンフレットを有効に活用してもらおう。
- ・ 健康診断時に運動指針パンフレットを配布してもらおう。
- ・ 健康診断後、要所見者の保健指導において運動指針を積極的に活用してもらおう。
- ・ 職場における様々な仕事組織の長に運動実践の重要性を説き、運動指針パンフレットを配布して部下に啓発を依頼する。
- ・ 社員食堂、ファーストフード店に運動指針パンフレットを置いてもらったり、トレイのシート代わりにする。

28

<地域>

役割：直接的、間接的信息提供

市健康保健センター
市町村健康増進課
市町村介護予防
各種地域グループ
ショッピング施設
大型シネマコンプレックス
(駐車場エレベータ、エスカレータ)

- ・ 住民を対象にした市町村全体の健康教育を行う際に、運動指針およびそのパンフレットを有効に活用してもらおう。
- ・ 健康診断時に運動指針パンフレットを配布してもらおう。
- ・ 健康診断後、要所見者の保健指導において運動指針を積極的に活用してもらおう。
- ・ 市町村に存在する既存の運動施設（公園、体育館、散歩道など）の紹介と合わせて、ロゴ入りで運動指針の刊行を知らしてもらおう。
- ・ 健康づくりに関わる地域グループの長に運動実践の重要性を説き、運動指針パンフレットを配布して会員に啓発を依頼する。
- ・ 地域のモデル地区を作ったり、イベントを行い、運動指針を積極的に活用している様子をマスコミに取材協力を依頼する。

29

<学校>

役割：直接的、間接的信息提供

大学
高校
中学校
小学校
幼稚園
保育園
学校法人
PTA
教職員組合

- ・ 保健体育の授業において、発達段階に応じた運動の必要性を運動指針の冊子をもとに解説してもらおう。あるいは、授業の副読本として活用してもらおう。
- ・ 運動指針パンフレットを学校を通じて家庭に配布する。子どもの運動の必要性と親の運動の必要性について学校で話しづくりを行ってもらい、家庭での話題として発信させる。
- ・ PTA懇話会の場で運動指針パンフレットを配布してもらおう。
- ・ 親の会において運動指針を配布してもらおう。
- ・ 教職員組合を通じて、教職員の健康づくりに運動指針の活用を依頼し、さらに児童・生徒にも知識を広げてもらおう。
- ・ 運動会、体育祭などのイベントに先だって準備を高めるために運動指針を活用してもらおう。

<病院>

役割：直接的、間接的情報提供

病院医師・
コメディカル
スタッフ

- ・患者に運動の重要性を理解してもらうために
わずかなコメント（簡易等ステージ用のコ
メント：こちらが用意）を述べ、運動指針パン
フレットを配布してもらう。
- ・退院前など患者教育において運動実践の重要
性を喚起（ハイリスク者用）、運動指針パン
フレットを配布するように依頼する。ただし、
緊急に注意。
- ・待合室に運動指針啓発のロゴ入りポスターを
添付してもらう。

31

<関連学会>

役割：権威による保証、効果的な情報提供、
学会大会・活動における啓発の機会を依頼

メタボリックシンド
ローム提唱学会
体力医学会
体育学会
健康教育学会
健康支援学会
健康心理学会
その他の関連団体
健康関連NPO団体

- ・学会に対して、運動実践の必要性について社
会に向けた声明文を出すように依頼する。内
容は、運動指針とできるだけ一致するように。
また運動指針が公開されていることについ
ても付加してもらう。
- ・学会ホームページから厚労省ホームページに
リンクできるようにしてもらう。
- ・それぞれの学会大会や活動の場で、運動指針
啓発とリンクさせてもらい、厚労省サイドか
ら講演、説明、ワークショップの機会を増加
させてもらう。
- ・学術総会・大会開催時、または別に厚労省後
援の公開シンポジウムを開催してもらう。

32

<省庁および厚労省関連団体>

役割：権威による保証、効果的な情報提供

厚労省
総務省
文科省
経産省
健康・体力づくり
事業財団
中災防
その他の関連団体

- ・ホームページの活用
- ・運動指針啓発のロゴの共同利用
- ・関連ホームページとリンク
- ・省庁、関連団体の共同声明およびロゴマーク
- ・それぞれの活動における運動指針の利用およ
び同時使用（例：文科省子どもの体力向上実
践事業とのジョイント）
- ・季節ごとのキャンペーンでアピール
- ・運動指針活用に積極的に協力している企業・
地域・団体に「協力認定」を与える。

33

<フィットネス関連産業>

役割：効果的な情報提供、
商品・機器にロゴマーク

健康関連製品・
用品会社
自転車製造会社
商業フィットネス
クラブ
その他

- ・商品パッケージに運動指針にある標語の
印刷を依頼
- ←合わせて会社あるいは商品のロゴとキャ
ンペーンロゴ（厚労省）を併記すること
によってパートナーシップを強調
- ・フィットネス施設内にロゴ入りポスター
貼付の依頼
- ・啓発パンフレットの配布を依頼
- ・インストラクターの監修の中に指針内容
を入れてもらう。
- ・運動指針の積極的普及を行っている会社・
施設に厚労省「協力認定」証またはステッ
カー（ロゴ入り）を与え、公表できるよ
うにする。

34

<交通機関>

役割：効果的な情報提供、駅階段利用の推奨

鉄道
バス
その他

- ・つり革広告、駅構内において運動指針に関
するポスターを貼付してもらう。鉄道会社
のロゴとキャンペーンロゴ（厚労省）を併
記することによってパートナーシップを強
調してもらう。
- ・運動指針のアピールと並行して、駅階段利
用を促進するために階段利用者の差別化
（エレベータ・エスカレータは体の不自由な
方のみ利用するところであり、意識して階
段を歩きましょう）を行ってもらう。
- ・「運動指針活用週間」を決めて、駅および
車内アナウンスをお願いする。
- ・階段、エレベータ、エスカレータに自動音
声で運動指針の存在をアピールしてもらう。

35

<自動車・バイク製造会社>

役割：運動不足による弊害について情報提供

自動車会社
レンタカー会社
その他

- ・乗り物に依存しない生活への注意喚起
させる文言を説明書に入れてもらう
- ←運動指針ロゴの併記とともに指針が発刊
されたことを知らせる一文をいれてもら
う

36

<都市整備・計画、公園整備関連部局>
役割：歩きやすい環境づくり

県・市の都市整備・
計画部局
公園整備関連部局

- ・歩道と自転車道の明確な区別、自転車制限区域の設置、横断歩道の利用のしやすさなど、Walkability「歩きやすさ」を考慮した環境整備の施策を行った際に、これらの施策を運動実践のために利用できることを掲げ、同時に運動指針の公刊をアピールしてもらう。
- ・散歩道、自転車道、公園内の道しるべに運動指針ロゴのシールをつけてもらう。
- ・高速道路SAの散歩道に運動指針ログマークを置いてもらい、運転者に軽い散歩を勧める。

37

従来：思いつきや経験に頼った普及・啓発

Social Marketingの枠組みは
普及啓発のガイドラインを与えてくれる

