

平成 28 年 1 月 22 日 健康たいない 21 第 2 次健康増進計画策定検討会②

グループワークのまとめ

健康づくり活動の現状や課題に対して『どんなことができるかできるのか』具体的な対策を検討

課 題

#1 健診受診率を上げるために

健診を受けようと思える。健診は必要という意識が持てるにはどうしたらいいのか

#2 運動を行う人が増える。運動ができる体制づくりをどうしたらいいのか

#3 元気づくり活動を市民に知ってもらうには

元気ふれあい広め隊隊員自身が元気づくりの考え方を意識していない。

元気づくりを市民に広めるきっかけづくり。参加しやすい体制づくり などについて

平成 27 年 12 月 17 日実施の健康たいない 21 第 2 次健康増進計画策定検討会①から多く出された、『人とのつながりがない』『つながりがないので話す機会もなく、人へお誘いができない』などの『つながりを持つための工夫』を意識しながら検討しました。

課題については自分たちができる対策について、今後元気づくりプログラムとして活動を行っているということになり、今回検討会に参加した市民が中心となり活動を行う予定になっています。

1 受診率を上げるために

健診PR隊	内容(いつ・どこで・誰が・なにを・どうする);方法
夢(こうなったらいいな) 健診受診率が高くなり健康な人が多くなる	<誘いあう> ・サロンやちょっと会った時(友人、近所の人) ・男性が来るようなPTA、消防団。 ・子育て世代の人…がん検診のすすめ。(母子健診の場などで)
目標 健診受診率アップ(目標60%)	<PR> ・普段集まりに来ない、友達いない人(?)に対しても⇒大勢の人が来る ところでPR! 見てもらえる工夫をしてメリットを伝えるような内容。 ・職場から健診を受けるような働きかけ⇒若い人、働き盛りの人など
ターゲットは。年齢等 若い人、男性、働き盛りの人、子育て世代の人	<どのように> ・健診をPRするチラシを作成…(日にち、メリット、体験談、良かった例の紹介)を使って。一言メッセージも入れる。人が集まる場所に置く ・市から職場に健診を受けましょうのお願いの文章を健診の日程と一緒に出す。
人とのつながりを持つための工夫 家族、近所・町内の人に対してロコミ。自分から声をかける。 心のこもるようなメッセージ。	
活動のキーワード 意識を持つこと、健康で長生き、PR、楽しみながら	
活動を広めるための工夫 良かった例(早期発見・治療)の紹介。良いイメージ(病気探しだけではない)を伝える。	

2 運動を行う人が増える。運動ができる体制づくりをどうしたらいいのか

<h3>運動を広める</h3>	<p>内容(いつ・どこで・誰が・なにを・どうする); 方法</p> <p>日々の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎日(午前中)合図・鐘。決まった音楽。 ・身近な場所(集会所、公園…) ・地区の住民を中心に集まって、①(ラジオ)体操②散策・散歩。 ・リーダー(世話役)が大事→音楽を流す役割など負担のない内容をしてもらう。 ・他に楽しめる内容。(ゲーム、おしゃべり)も盛り込む。茶話会。 <p>定期的な取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・定期的に地域の公民館など集まりやすい所でその地域の人が季節に合わせて運動を皆でやる。 <p>元気づくりプログラムとして</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「〇日は運動の日」と決め、元気づくりプログラムの一つとして企画員が内容・コース等検討、市民にPRし自由に参加してもらう。 ・歩けない冬場はにこ家で自宅で、座ってでもできる体操をする。 ・健康マップの中に、スタンプラリーや体重や活動の記録をするシートを入れる。 ・ちょっと遠くても行きたくなるプログラム(例:ウオーキング)楽しむ、ごほうび、季節。 ・誰でも参加できる工夫があるプログラム(例:車椅子の人、足に自信がない人) <p>工夫点</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「疾病予防の為に運動が必要」運動のきっかけ作り⇒個々の状況に合った運動。 ・運動(ウオーキング含む)に関する資料作り。整理して活用する。→身近な場所で実際に体験。
<p>夢(こうなったらいいな)</p> <p>身近な所で楽しく、運動できて続けられたらいいな。 運動を通して友達が増え、つながりができるといいな。</p>	
<p>目標</p> <p>運動習慣を身につけて、みんなで健康になる。 声かけや誘い合いの回数が増える。</p>	
<p>ターゲットは。年齢等</p> <p>市民。特に退職後の人。体型に自信がない人。 外に出る習慣がない人</p>	
<p>人とのつながりを持つための工夫</p> <p>身近な人が誘い合う。ほめる「やせたね♡」。タッチする。 相手の意見を認めるほめる。声かけ合う。良かったことをPRする。</p>	
<p>活動のキーワード</p> <p>楽しく、気軽に、身近な所で、無理なく運動ができる。</p>	
<p>活動を広めるための工夫</p> <p>口コミで誘う。定時に音楽を流す。(→みんなが知る) 広報にキャラクターを入れる。大きいスペースで載せる。 コースやコースの見どころ、ポイントをPRする。口コミ、誘い合い。</p>	

3 元気づくり活動を市民に知ってもらうには

<h3>元気づくり活動PR隊</h3>	<p>内容(いつ・どこで・誰が・なにを・どうする); 方法</p> <p><若い世代></p> <ul style="list-style-type: none"> ・PR方法…スマホなど媒体の工夫。 ・PTA、子ども会に出向いてPR。 <p><中年世代></p> <ul style="list-style-type: none"> ・職場、仲間グループ活動、消防団などに出向く。チラシを配布。 <p><熟年世代></p> <ul style="list-style-type: none"> ・サロン、グランドゴルフ(特に男性)、趣味の会などに出向く。参加して口コミでPR。楽しかった体験を伝える。 <p><全世代></p> <ul style="list-style-type: none"> ・区長会、民生委員の部会などでPR。地域の役員会。 ・PR方法…回覧版。 <p><PRの工夫></p> <ul style="list-style-type: none"> ・PRの日を設ける。(ex: 5日‘GO’) ・のぼり旗を作る。(元気づくりプログラム活動日には必ず掲げる) ・キャラクターを活用。(げんきつきーの着ぐるみ) ・元気づくり活動隊の存在や活動、GFHのマスコットを寸劇を交えてPRする ・市報より回覧で！手書きが目をはひく！ ・市報に出すならコーナー化。(元気づくり)
<p>夢(こうなったらいいな)</p> <p>元気づくり活動が市民に広まるといいな 元気づくり活動隊が市民の話題になる 世代を超えて集まる場が増えるといいな</p>	
<p>目標</p> <p>健康づくり活動が2軸で推進していることを知ってる人の割合が 30%以上になる</p>	
<p>ターゲットは。年齢等</p> <p>全市民</p>	
<p>人とのつながりを持つための工夫</p> <p>楽しかったと思えるように内容・雰囲気をよくする。来た人には次回も来て みたいと思ってくれるように声かけする。待っているだけでなく、自分が声を かける。</p>	
<p>活動のキーワード</p> <p>PR つながり 楽しい 出向いていく 口コミ</p>	
<p>活動を広めるための工夫</p> <p>目で見えるPR。耳にのこるPR。(のぼり旗、市報)、キャラクター</p>	