

## 第1期（平成26・27年度）の取り組み

### 1.関係機関との協働による情報発信について

毎年、各関係機関の取り組みの実績と次年度の計画を報告していただいた。担当業務の中で、市民の健康づくりを支援するために、健康りっとう21の目標を取り入れながら、取り組めることはないのか検討していただきました。

#### ① これまでの協働の取り組み例

- ・健康推進員協議会が金勝ふれあいウォーキングにてプロジェクトWを手渡しで配布
- ・健康推進員が、安養寺東ふれあいサロンでプロジェクトWを配布
- ・草津栗東医師会、栗東地区歯科医師会の市内医療機関、歯科医院でプロジェクトWを配布
- ・学校教育課と健康増進課で、小学校における喫煙防止教室を実施
- ・健康推進員とびわこ薬剤師会で、喫煙予防についての研修会
- ・スポーツ文化振興課と健康増進課で、くりちゃんファミリーマラソンで握力測定、プロジェクトW配布

### 2.あなたの健康ささえ隊（ささえ隊）の整理

#### 活動目的

市民が日常生活の中で、なじみのある人と健康情報の受発信をすることによって、無理なく健康づくりを実践して欲しい。その一助として、市民が日常生活の中で利用する、身近な地元のお店や関係機関があなたの健康ささえ隊となり健康情報の発信を行うことで事業に協力する人と周囲の人双方が健康づくりを実践し、継続できる。

#### 今までの経過

##### H16年度募集

H17年度活動開始 取り組み内容はお店の自主性にまかせる（健康について情報発信して欲しい）  
課題として：お店から何をしたいのか分からないという声があがった

##### H18年度プロジェクトW（運動編）・運動啓発ポスター配布開始

プロジェクトWとは・・・

健康りっとう21計画の中で市民や関係機関に、栗東市の現状や課題など情報として知って取り組んでいただきたいことをプロジェクトWチラシやポスターの形にまとめ、各店から情報発信していくことになった。

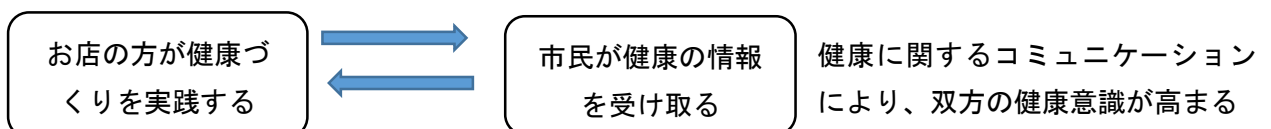
##### H21年度隊員マニュアルの配布

お店の方の意識の向上を目指してマニュアルを作成し各店へ配布。

マニュアルの内容は、①プロジェクトWを無理のない範囲で体験していただくこと、②プロジェクトWチラシを手渡しし、声かけをしていただくこととしてまとめた。

マニュアルの中で大切にすることは、お店の方が健康に関心をもっていただくこと。

お店の方が実際に健康づくりをしていただければ市民へも積極的に情報発信してもらえる。



## H23年度プロジェクトW（食生活と歯の健康編）配布開始

## H27年度プロジェクトW（市民の健康編）No.1 から配布開始

### 現状と課題

プロジェクトWをお店のイメージアップとして使っている店もあるが、店によっては内容が合わないで渡せない、オフィスなので渡す相手がいない、プロジェクトWを置いているだけの店が多い。

お店の方の意識としても、あなたの健康ささえ隊協力店というのはプロジェクトWを配布する店という認識は持っていてはいるが、プロジェクトWチラシを読み自ら健康づくりに取り組むことや、マニュアルを参考に積極的にチラシを配布することは難しいという反応である。本来のあなたの健康ささえ隊の目的が達成できなくなっている。

その背景として、①あなたの健康ささえ隊の活動内容が伝わっていない（マニュアルも紛失している）②あなたの健康ささえ隊であるメリットを感じられない③自店のことで手一杯で健康づくりに手がまわらないことが考えられる。

### 今後の方向性

市民にとって身近な場で気軽に健康情報を取り入れ、健康づくりに役立てていただくため、あなたの健康ささえ隊の拡大を目指す。そのために、ささえ隊に期待することや役割、方策の整理が必要であると考えた。

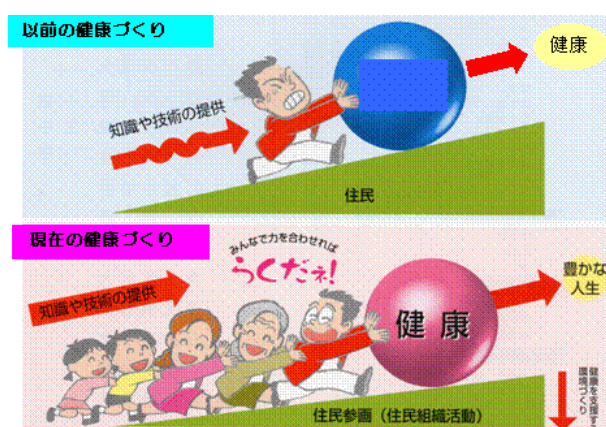
### あなたの健康ささえ隊の役割（期待すること）

ささえ隊の活動を通してめざす市民の姿：

市民が身近な生活の場で自然に健康情報を取り入れ、気楽に（身構えずに）日々の生活の中で健康づくりが実践できる。

ささえ隊協力店へ期待すること：

お店の利益が優先される中で、ささえ隊協力店は健康の情報発信をメリットとして捉え、前向きに健康情報を店舗で活用・発想できる



ささえ隊が情報発信することで  
市民の健康を後押ししよう

ささえ隊が健康行動の取りやすい環境  
をつくりで市民が自然と健康づくりが  
できるようハードルを下げよう

健康情報をメリットとして捉え、前向きに活動していただくための方策

ささえ隊に期待すること	方策
①プロジェクト W の内容（市民に伝えたい情報）を市民に情報発信しようと思える ・お店にとっては、お客様に喜ばれる情報がいい。 ・お店の商品と関連したものであればよりいい。	・プロジェクト W チラシの内容を基にした啓発媒体やお店の商品と関連した啓発媒体による健康の情報発信 野菜たっぷりレシピ 運動の啓発ポスター 食品売り場で野菜の摂取を促す啓発 など （お店の意見を聞きながら取り組み内容を充実していく）
②積極的に事業に関わろうと思える ・ささえ隊の活動内容がわかる ・お店の人も健康に関心が持てるといい ・お客様に喜ばれる 喜ばれることが意欲につながる	・ささえ隊の目的や期待したいことを協力店へ配布（年1度程度） ・従業員用への啓発 ・協力店へ訪問時の声かけ お店の方への健康情報の提供 他店の取り組みの情報提供やアイデアの収集
③ささえ隊であるという認識がもてる ・市民に協力店であることが知ってもらえる。知ってもらうことが意欲につながる ・働いている人も協力店であることを知っている	・市民へささえ隊の啓発 市ホームページによる啓発 ささえ隊協力店ステッカーの配布



## 協力店の拡充(新規募集・意向調査)

- 「あなたの健康ささえ隊」による健康づくり推進事業、実施要綱、マニュアル、啓発ポスター、ステッカーの変更