

「健康まちづくり産業」の研究③

A Study of industrial development that contribute to the community health
Vol.3

共同研究メンバー

○松本祐一*、久保田貴文*（○代表、執筆者）

Keywords : community health, industrial development, co-creation

1. 研究の概要と歩み

本研究の目的は、「健康まちづくり産業」という大学が中心となって生み出した構想を、どう実現するか、実際にいくつかの新しい事業や商品を開発するプロジェクトを運営しながら、そのプロセスや成果を調査することで、その方法論を見出していこうというものである。

「健康まちづくり産業」の構想とは以下のようなものである。体や心の健康にとどまらない、生きがい、安心という健康価値を創造し、ひとりひとりが自由を拡大し、豊かで幸せな人生をデザインできる地域社会をつくる。このビジョンを共有する企業、行政、NPO等を、業界を超えて、同じ「種」としてとらえて、そこで生まれてくる事業を、人口減少社会における新しい産業・仕事として多摩地域に広げていくという構想である。

2015年から始まった中心的なプロジェクト、多摩市の健康推進課、株式会社ファンケル、多摩大学による共同研究「少子高齢化社会における多摩市の健幸に関する調査研究」が2017年度で終了した。ここではその成果とプロジェクトの今後の展開についてまとめる。

2. 新しい健康づくりサービスの開発・試行

2.1 3者による共同研究の成果

本プロジェクトは3年間の共同研究で、多摩市民の健康実態調査（1年目）、健康増進プログラムの試行（2年目）、そして、新しい健康づくりサービスを開発し、その効果を検証するという流れとなっている（3年目）。1年目の活動の中心は、シニア層と若年者層を対象とした多摩市民の健康実態調査である。多摩市のいくつかのイベント参加者を対象とし、2015年8月から11月の4か月で1259サンプルを回収できて、この結果が本プロジェクトの基礎データとなった。2年目は、新たな生活習慣病予防サービス及び健康管理サービスの可能性を検証するために、株式会社ファンケルがリリースした「ファンケル健康増進プログラム」を多摩市職員23名、多摩大学教職員31名、計54名に対して実施し、その効果を検証した。

* 多摩大学経営情報学部 School of Management and Information Sciences, Tama University

これら健康実態調査と健康増進プログラムの試行で、健康づくりに参加すべき層は、30～50代の働き盛り・子育て世代であること、健康づくり活動に参加するという「行動」の動機づけと、何らかの「結果」が出るまでの支援が重要であることが明らかになった。健康づくり活動への参加は、何らかの衰えや不調を感じたときがきっかけとなる。やる気になったり、危機感をもったりするときに逃さない機会提供が必要となる。また、健康づくりそのものは楽しさや手軽さがあり、何かのついでにできるようなものがよい。活動のプロセスには、適切な目標の設定、現状や結果の見える化、褒賞、競い合い、相談相手といった要素が必要であることがみえてきた。このような結果を踏まえ、新しい健康づくりサービスを開発、試行した。

2.2 「健康応援フェス」の企画

新しい健康づくりサービスのターゲットは高齢者ではなく潜在的に健康づくりが必要な働き盛り・子育て層とした。内容は楽しく簡単に参加できて、活動を続けられるようなインセンティブを設定するという方針で企画された。不特定多数の市民に参加してもらうためには、誰でも参加可能な楽しいイベント的な要素と目標設定や進捗管理のような健康増進プログラムの要素を組み合わせる必要がある。今回、永山駅前の商業施設グリナード永山の運営を行うグリナード永山会が本プロジェクトに参加してくれたことが、この企画を実現するためのエンジンとなった。

このプログラムは、「健幸応援フェス」と名づけられ、グリナード永山に会場とする顧客を対象に、8月、10月、12月に開催されるイベントに参加しながら、自分自身で健康づくり活動を行うという流れになっている。各回とも、まず多摩市がグリナード永山に設置した「健幸スポット」にて、血圧計や体組成計で現状の健康状態を測定し、同じく多摩市で配布している「健幸手帳」に記録する。そのうえで株式会社ファンケルの社員による健康

づくりセミナーを聴講して、ファンケル・多摩市の相談員による個別相談も受けることができる（写真1）。また、多摩大学生による各種イベントも実施され、これらを体験し、最後にスタンプを押してもらおうとグリナード永山のお買物券がもらえるという仕組みになっている。



写真2：永山地区活性化シンボルキャラクター「永どん」

今回、ターゲットを「健康不安層」である30～50代の働き盛り・子育て世代に設定したので、グリナード永山に買い物にくる家族に参加してもらおうべく、セミナーテーマを幅広い世代に関心のある「腸活」（腸を健康にする活動）に設定し、親がセミナーを受けているあいだ、子供たちが遊べるようなキッズコーナーを大学生が運営した。さらに8月はギター演奏会、10月はハロウィンスタンプラリー、12月はクリスマス抽選会といった商業施設のイベントとも連動し、より楽しく、より参加しやすいイベントを意図した。また、子供たちの関心を高めるために、永山地区活性化シンボルキャラクターである「永どん」の着ぐ



写真1：ファンケルセミナーに聞き入る参加者

るにもイベント中に登場してもらった（写真2）。永どんについては、そのデザインをイベント名称や配布物にも取り入れ、イベント全体のコンセプトに取り入れた。

そして、継続的な健康づくり活動をしてもらうために、セミナー内で「腸活」の目標と、実施する健康づくり活動を決めてもらい、自宅にて毎日実施したら、健幸手帳に貼付したオリジナルカレンダーにシールを貼ってもらった。これらを4か月間続けてもらい、3回のイベントすべてに出席した場合、「抽選で豪華賞品が当たる」といった継続に関するインセンティブもいくつか設定した。

2.3 結果

測定含めて拘束時間が約1時間にも上るイベントであったが、3回のイベントの参加者は合計168名、複数回参加者となるリピーターも含めると、延べ参加人数は240名にのぼった。各回ともリピーターとともに新規参加者の参加も認められたため、そのような結果となった。

最終回において、リピーターは、2回参加者（第1・2回参加者と第2・3回参加者の合計）は12名、3回参加者（全イベント参加者）は29名であった。初回参加者87名のうち、33.3%が4か月のプログラムを「完走」したことになる。

イベント各回では、新規参加者及びリピーター、それぞれに対して質問紙調査を行い、健康に関する実態、イベントの評価、イベントに参加しての健康の変化を聴取した。集計の対象となったのは表1のとおりである。

表1：参加者内訳（有効回答のみ）

(上段：%/下段：人)

	計	第1回(8月) 参加者	第2回(10月) 参加者	第3回(12月) 参加者
TOTAL	100.0 168	51.8 87	42.9 72	43.5 73
1回参加者	100.0 129	41.9 54	29.5 38	28.7 37
2回参加者	100.0 14	57.1 8	64.3 9	78.6 11
3回参加者	100.0 25	100.0 25	100.0 25	100.0 25

表2のとおり、2回以上参加したりピーターは39名で、この内訳をみると、30～60代の働き盛り層が48.7%と最も多い。20代の若者層を含めると約6割となり、70代以上のシニア層28.2%を大きく上回った。このようなイベントでは高齢者の参加が多くなる傾向があるが、設定したターゲットに継続して参加してもらったといえる。また、健康安心層（15s）よりも、健康不安層（23s）が多く参加し、そのうち、ターゲットは60.9%を占めた。これも意図通りの結果といえる。

プログラムの具体的な成果については稿をあらためるが、代表的な指標について紹介する。それぞれのイベント前に測定するBMI（ボディマス指数）が、1回目から2回目、2回目から3回目、または1回目から3回目というどこかで改善した参加者は、39名中20名で、半数の

人が成果を出したという結果となった。

表2：リピーターの内訳

(上段：%/下段：人)

	計	若者層	働き盛り層	シニア層	無回答
TOTAL	100.0 39	10.3 4	48.7 19	28.2 11	12.8 5
健康不安層	100.0 23	13.0 3	60.9 14	21.7 5	4.3 1
健康安心層	100.0 15	6.7 1	33.3 5	40.0 6	20.0 3

3. まとめと今後の展開

3年間の共同研究の成果をまとめると、健康づくりのターゲットは、年齢や現在の健康状態を問わず、将来の健康に対する不安を持っている「健康不安層」であり、このような人たちに参加してもらうためには、そのターゲットがいる場所に積極的に出かけて働きかける必要がある。行政の健康サービスの場合、市役所や健康センターなどで「待っている」形をとることが多いが、今回グリナード永山のような商業施設の協力を得られたことは大きかった。また、健康づくりへの参加のきっかけや継続の条件として、「楽しさ」「適切さ」「ゆるさ」というのが重要であることがわかった。

最終年では、産（ファンケル、グリナード永山）、官（多摩市 健康推進課、健幸まちづくり推進室）、学（多摩大学の教員、学生）、民（永どんサポーターズクラブ）の協創による取り組みとなり、それぞれのプレイヤーが、それぞれの資源と得意なものを持ち寄ったことが成果の要因となっている。新しい産業づくりという点でも大きな一歩を踏み出せたといえる。

「健康まちづくり産業」プロジェクトは、3年間の研究成果をもとに、2018年度からは、新しい研究をスタートさせている。今回も株式会社ファンケルと連携した「多摩地域の中小企業における健康経営に関する研究」というプロジェクトである。これまでの研究で健康づくりを個人ではなく、チームで行うことの効果が確認されているが、それを職場単位で行うという取り組みの可能性を検討していく。多摩信用金庫の協力のもと、多摩地域の中小企業に参加を呼びかけ、地場の住宅メーカーのアクションリサーチを実施することとなった。このプロジェクトを通じて、さらに「健康まちづくり産業」を進化させていきたい。