

健康長寿に係るイチオシ事業 戸田市 ～埼玉県コバトン健康マイレージ～

(1) 事業概要

戸田市は、令和元年度から「埼玉県コバトン健康マイレージ事業(以下、「マイレージ事業」という)」を開始した。「マイレージ事業」において、参加者はタブレット端末やスマートフォンアプリで歩数管理やデータを見たり、歩数に応じて獲得したポイントに応じて抽選で賞品を得たり等、楽しみながら運動を継続することの出来る事業である。

本市は従来、市の目標とする「健康寿命の延伸」のため、平成26年度から「健康づくりポイント事業(以下、「ポイント事業」という)」を実施し、平成28年度から平成30年度までの3か年においては、埼玉県健康長寿埼玉モデル普及促進事業に則り「ポイント事業」を実施してきた。

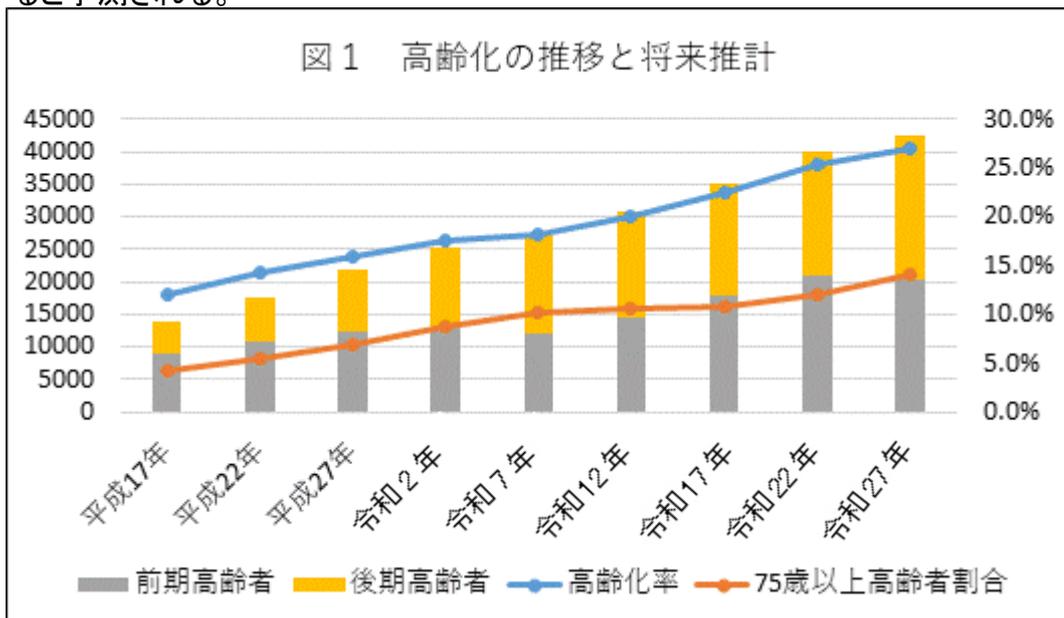
しかしながら、「ポイント事業」は、6か月間の期間であり毎年更新が必要であること、参加者の年齢層が高いこと、男性及び働く世代の参加者が少ないこと等、事業に関する課題が生じた。

そこで、多くの市民の参加及び健康づくり事業の活性化を図ることを目標とし、「ポイント事業」では対応出来なかったICTの活用や再更新手続きを行う必要がないこと等、市民が参加しやすい「マイレージ事業」に令和元年7月から本市も参加した。

(2) 契機

(ア) 高齢化率の上昇

埼玉県による市区町村別平均年齢の資料によると、戸田市の平均年齢は41.1歳(令和2年1月1日)と埼玉県下1位の若い市である。令和2年1月1日現在の埼玉県町(丁)字別人口調査では、高齢化率は16.4%と県平均26.2%と比較して低い状況にある。しかし、将来推計人口によると、令和27年には27.0%となり、今後急速に高齢化が進展すると予測される。



資料:平成27年までは国勢調査、令和2年以降は「日本の市町村別将来推計人口(平成30年推計)」

※埼玉県ホームページ「令和元年度版地域別健康情報(戸田市)」より

様式 1

(イ) 県内平均より短い健康寿命

健康寿命の定義については、県と同様に本市も「65歳に達した県民が自立した生活を送る期間(要介護2以上)になるまでの期間」としている。県のデータによると、平成30年度本市は男性16.64年(平成29年度16.67年)、県内市町村中62位、女性19.90年(平成29年度19.93年)で60位と、男女共に前年度と比べてわずかに減少し、依然として埼玉県内において短い状況にある。

表1 健康寿命

年度	男	県内順位	女	県内順位
平成30	16.64年	62位	19.90年	60位
平成29	16.67年	62位	19.93年	56位

(3) 内容

(ア) 事業内容

表2 マイレージ事業内容

事業名	埼玉県コバトン健康マイレージ
事業開始	令和元年度
予 算	543.2万円 ・報償 42.3万円 ・記念品 116.5万円 ・歩数計 112.9万円 ・チラシ等印刷物 98.6万円 ・郵便料 48.2万円 ・消耗品 4.0万円 ・負担金 120.7万円
参加人数	参加申申込人数 1,109人(令和2年11月30日現在) ※書類不備等により手続きが完了していない者や重複申込者等を含む
期 間	令和元年7月～
実施体制	戸田市福祉保健センター、市内公共施設7か所

(イ) 市民への周知

- ① 広報、ホームページ、Facebook、Twitter 等に情報掲載
- ② 国保主管課窓口にはチラシを設置
- ③ 町会・自治会に回覧チラシを配布
- ④ 市内公共施設8施設にポスター、チラシ及びのぼりを設置
- ⑤ 乳幼児健診や出前講座等でチラシを配布
- ⑥ 戸田市国保加入者の特定健診受診券送付時にチラシを同封
- ⑦ 個別通知を送付

様式 1

(4) 事業効果検証

令和元年度、参加者の年齢構成、性別、使用媒体等で独自に検証を行った。戸田市健康づくりに関する市民アンケート調査(平成29年度)の結果から「週2回以上身体を動かす頻度」の少ない働く世代へ積極的に周知したことにより、参加者の割合は40代が最も多く、次いで50代、70代と続いた。また、使用媒体は、40代、50代では歩数計よりもアプリでの参加者が多く、アプリは働く世代にも参加しやすいツールであることがわかった。このことから、往來事業の課題であった働く世代の参加者の獲得に効果が得られたと思われる。

(5) 成功の要因、創意工夫した点

(ア) ICTを取り入れたこと、窓口手続きを不要としたこと

従来のポイント事業では、窓口で手続きをし、紙で記録していた。マイレージでは窓口手続きをなくし、ICTを取り入れたことにより、従来の事業より多くの参加者が負担を感じることをなく参加することが出来ると思われる。

(イ) 市独自の抽選会を開催したこと

市民を対象とした市限定の抽選会の開催をきっかけとして、マイレージ事業の周知を図り、新規参加者の獲得を図った。また、抽選会の参加に一定の条件を設けることにより、運動習慣の継続を促し、また、抽選でインセンティブを付与することにより参加意欲の維持を促した。

(ウ) 継続意欲を維持できるよう、インセンティブを工夫したこと

市内にある企業や団体に依頼して賞品提供を受け、施設利用券等、市民にとって使用しやすい賞品を提供できた。

(6) 課題、次年度に向けて

(ア) 新規参加者の獲得

令和2年11月30日時点の申込者(書類不備等により手続きが完了していない者や重複申込者等を含む暫定値)は1,109人となり、令和2年度のマイレージ事業の目標である1,000人という目標は達成する見込みである。引き続き、新規参加者の獲得を目指し、広報、パンフレット、チラシ、HP、ツイッターなどの従来の周知方法は継続しながら、より一層魅力あるインセンティブの導入や新たな周知方法により、参加勧奨を図っていく。

(イ) 参加意欲の維持

令和2年度の新規参加者は566人であった。令和2年12月14日時点でマイレージ事業への参加を継続している者は413人であり、継続割合は73.0%であった。令和元年7月からマイレージ事業を開始し、新規参加者は目標を達成したが、すでに参加している方への参加意欲の向上を図る方法を検討していく。

(ウ) 抽選会の透明性の確保

令和2年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、市民も参加できる抽選会が実施できなかったため、動画や写真撮影等を行い、透明性を図っていく予定である。今

様式 1

後、市民参加を促す等、透明性の高い抽選会の方法を検討する必要がある。

(エ) タブレット端末への対応

タブレット端末でトラブルが生じた際には、タブレットを設置している各施設の担当者と連携を図りながら対応できるよう体制を構築していく。