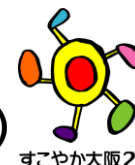


大阪市健康増進計画 すこやか大阪21(第3次)



計画前期アクションプラン 重点的に取り組んでいく分野

ライフステージに応じた 生活習慣改善のための取組について

計画の目標達成に向けて、新たな視点で取り組みます！



誰一人取り残さない
健康づくりの展開
インクルージョン
(Inclusion)

より実効性をもつ
取組の推進
インプレメンテーション
(Implementation)



「すこやか大阪21(第3次)」 基本的な方向性のイメージ

全体目標

健康寿命の延伸（平均寿命の伸びを上回る健康寿命の伸び）

分野別目標

全体目標達成のため、(1)・(2)・(3)の3つの取組の方向性を設定し、重点的な取組が必要な項目について、目標を設定
※ 15分野(①～⑬)、73項目

全体目標：健康寿命の延伸

社会的・経済的な状況を踏まえ、健康寿命に関連する各分野の取組を進めることで、健康指標の底上げをめざし、市民全体の健康状態を改善する

(1) 生活機能の維持・向上

【生活習慣病(NCDs※)の発症予防・重症化予防】

- | | | | | | | |
|------|---------|-------|----------------------|--------------------------------|----------|----------|
| ① がん | ② 循環器疾患 | ③ 糖尿病 | ④ COPD
(慢性閉塞性肺疾患) | ⑤ ロコモティブ
シンドローム
(運動器症候群) | ⑥ 骨粗しょう症 | ⑦ こころの健康 |
|------|---------|-------|----------------------|--------------------------------|----------|----------|

※)NCDs:非感染性疾患(Non-communicable diseases)

(2) ライフステージに応じた生活習慣の改善

- | | | | | | |
|----------|-----------|---------|---------|-------|-----------|
| ⑧ 栄養・食生活 | ⑨ 身体活動・運動 | ⑩ 休養・睡眠 | ⑪ アルコール | ⑫ たばこ | ⑬ 歯・口腔の健康 |
|----------|-----------|---------|---------|-------|-----------|

(3) 健康を支え、守るための地域づくり

- | | |
|-------------------------|---------------|
| ⑭ 社会とのつながり、こころの健康の維持・向上 | ⑮ 健康へと導く基盤づくり |
|-------------------------|---------------|

ライフコースアプローチを踏まえた健康づくり

個人の行動と健康状態の改善

社会環境の質の向上

課題を分析、共有したうえで、特に重点的に取組んでいく分野を決めて推進

策定目的

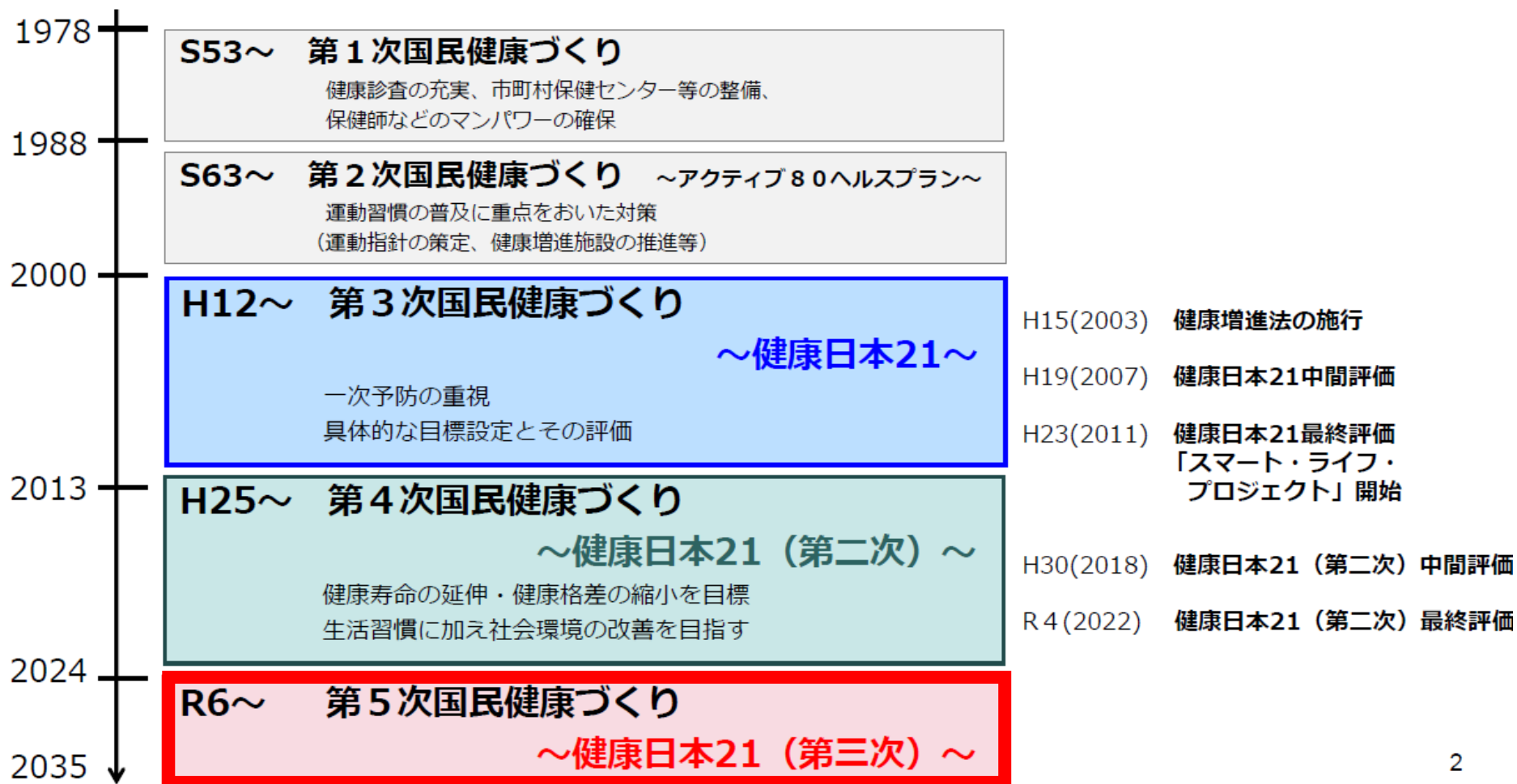
大阪市では、「全ての市民がすこやかで心豊かに生活できる活力あるまち・健康都市大阪の実現」を基本理念に掲げ、大阪市健康増進計画「すこやか大阪21(第3次)」を推進しています。

目標達成に向けた**効果的な施策展開**を図るためには、**関係部署**が、**計画の取組の方向性や進捗状況等を共有し、取組を強化**していくことが重要です。

計画の中間点検・見直し(令和11(2029)年度)までの期間を計画前期とし、**実効性をもつ取組の推進**を図るために、計画前期アクションプランを策定しました。

【参考】国の健康づくり対策「健康日本21(第三次)」

○平均寿命が延びる一方で、高齢化や生活習慣の変化により、疾患構造が変化してきた。国民の健康づくりを社会全体で進めることの重要性が増す中で、健康づくり対策を総合的・計画的に推進するため、累次の国民健康づくり運動を展開してきた。



【参考】国「健康日本21(第三次)」の全体像

全ての国民が健やかで心豊かに生活できる持続可能な社会の実現のために、以下に示す方向性で健康づくりを進める

健康寿命の延伸・健康格差の縮小

生活習慣の
改善
(リスク
ファクター
の低減)

生活習慣病
(NCDs) の
発症予防

生活習慣病
(NCDs) の
重症化予防

生活機能の維持・向上

個人の行動と健康状態の改善

社会環境の質の向上

自然に
健康になれる
環境づくり

社会とのつながり・こころの健康の
維持及び向上

誰もがアクセスできる
健康増進のための基盤の整備

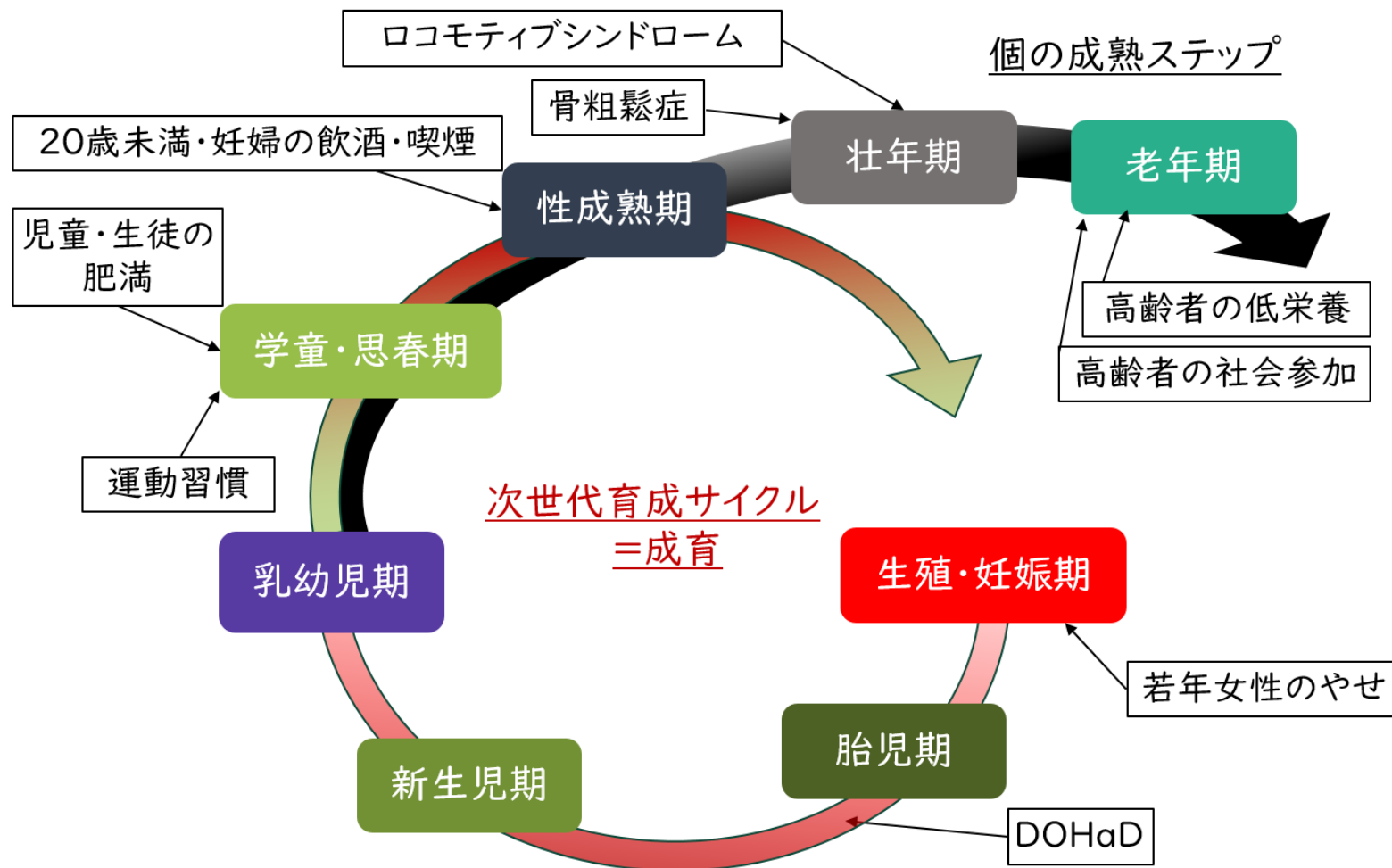
新たな観点

ライフコースアプローチを踏まえた健康づくり

すこやか大阪21(第3次)にも新たに明記

【参考】ライフコースアプローチのイメージ

胎児期から高齢期に至るまでの人の生涯を経時的に捉えた健康づくり



DOHaD (Developmental origins of health and disease): 胎児期から乳幼児における環境が将来の健康に影響するという概念

「すこやか大阪21(第2次後期)」 分野別目標 評価結果

基本的な方向性 (2)ライフステージに応じた生活習慣の改善

分野別目標の評価

- A 「目標値に達した」がない分野：「休養」、「アルコール」
- C 「変わらない」・D「悪化している」の割合が高い分野：「アルコール」

評価区分 (策定時のベースライン値と 直近の実績値を比較)	分野					
	栄養・ 食生活	身体活動・ 運動	休養	アルコール	たばこ	歯・口腔の 健康
A 目標値に達した	2*	5	0	0	3	3
B 目標値に達していないが 改善傾向にある	2	1	0	1	1	2
C 変わらない	5	1	1	6	5	1
D 悪化している	2	0	0	0	0	0
合 計	10	7	1	7	9	6

「すこやか大阪21(第2次後期)」 アルコール分野の目標項目

目標項目	指標		策定時の値	評価時の値	目標値	評価	データ ソース
多量飲酒者の 割合の減少	毎日3合以上の飲酒を する者の割合の減少 (20歳以上)	男	5.2%	4.3%	4.2% 以下	C	市民 アンケート
		女	1.2%	1.6%	1.0% 以下	C	
20歳未満の者の 飲酒をなくす	この1か月間で飲酒 したことのある者の割合 中学生(2年生)	男	1.4%	1.4%	0%	C	中高生 アンケート
		女	1.1%	1.7%		C	
	高校生(2年生)	男	7.5%	5.5%		C	
		女	4.7%	3.2%		C	
妊娠中の飲酒をなくす	妊娠中、飲酒 したことのある者の割合	女	1.1%	0.5%	0%	B	妊娠 届出時 アンケート

「すこやか大阪21(第3次)」 アルコール分野の目標項目

新 第2次後期計画から新規設定した目標項目

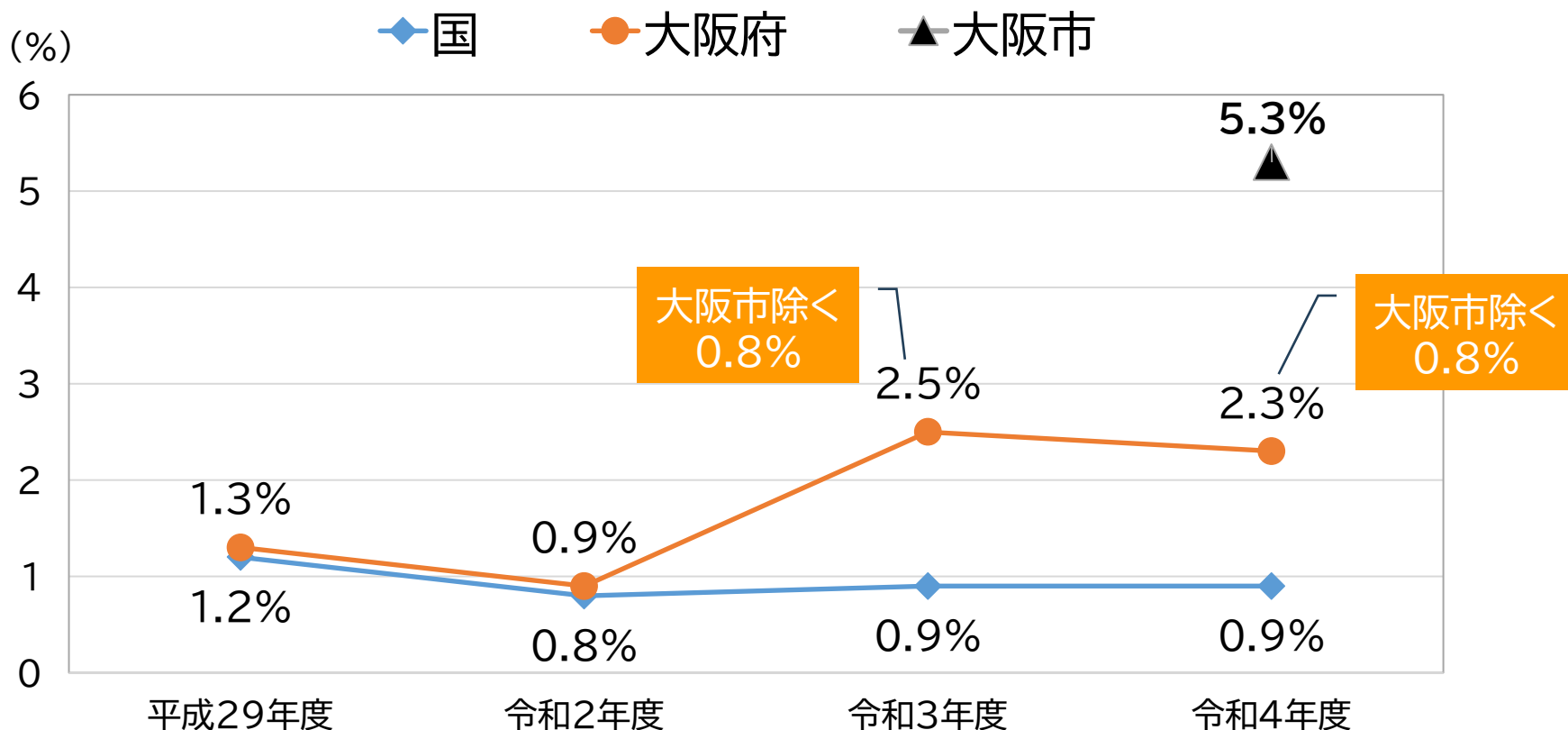
継続 第2次後期計画から継続の目標項目

目標項目	指標	2次後期 評価		策定時の値	目標値	データ ソース
新 生活習慣病(NCDs)の リスクを高める量を 飲酒している者の減少	1日当たりの純アルコール量が 男性40g以上、女性20g以上 の者の減少 (20歳以上)		男	15.4%	13.0% 以下	市民 アンケート
			女	13.0%	11.0% 以下	
継続 20歳未満の者の 飲酒をなくす	この1か月間で飲酒 したことのある者の割合 中学生(2年生)	C	男	1.4%	0%	中高生 アンケート
		C	女	1.7%		
	高校生(2年生)	C	男	5.5%		
		C	女	3.2%		
継続 妊娠中の飲酒をなくす	妊娠中、飲酒 したことのある者の割合	B	女	5.3% (R4年度)	0%	変更 3か月児 健康診査 質問票

第2次後期のデータソース「妊娠届出時アンケート」： 0.5%(R3年度)

※変更理由：他計画(健やか親子21など)との整合性を図るため

妊娠中の飲酒状況(3・4か月児健診問診票)



【出典】 健やか親子21(厚生労働省)、乳幼児健康診査問診回答状況(大阪府)

※「健やか親子21(第2次)」の指標にかかる乳幼児健診(3・4か月健康診査)必須問診項目に関する実績報告より

➤設問:「妊娠中、お母さんは飲酒をしていましたか」 ➤算出方法:「はい」と回答した人数／全回答者数

大阪府データの回答市町村数 (平成29年度)38市町村 (令和2年度)42市町村

(令和3年度)43市町村 (令和4年度)43市町村

基本的な方向性

「(2)ライフステージに応じた生活習慣の改善」の分野から取り組む

その中で

- 国の健康づくり対策との整合性
ライフコースアプローチの観点にそった取組
ライフステージ別に関係部署が連携して取り組みやすい

「アルコール」分野

- 第2次後期計画の評価結果：「目標に達した」項目がなかった
- 第3次計画の目標項目：「妊婦中の飲酒をなくす」
「妊婦中飲酒していた」割合が全国の約6倍
- 第3次 計画前期アクションプラン(案)のアクション数が少ない
※アクション数＝アクション充実度 ではないことに留意は必要
- 飲酒ガイドラインの策定（国）
飲酒に伴うリスクに関する知識の普及の推進に活用

ワーキングでの報告事項（保健医療対策課）
「大阪市民の飲酒の実態について
～飲酒状況と生活習慣等との関連の検討～」

参考資料1・2

内容もふまえたうえで

① 令和6年度

「アルコール」分野について

- ・各部署でできる取組
- ・関係部署と連携してできる取組
- ・その他ご意見（啓発媒体の共有）

② 次年度以降

重点的に取組んでいきたい分野



まとめ

- 各部署の既存事業の中で、啓発を取り入れることができるのではないかな
- 各部署がポピュレーションアプローチで活用できる啓発媒体が必要
- 啓発は単なる情報提供にとどまらず、行動変容を促す工夫が必要
- アプローチ対象として、まずは課題のある「妊婦」をターゲットにしてみてもどうか
- 妊婦だけでなく、その家族なども含めた啓発が行える媒体が作成できるとよいのではないかな



【令和6年度 関係部署と連携してできる取組】

- ・ アルコール分野の目標項目
「妊娠中の飲酒防止」に資する啓発媒体を作成し、効果的な啓発に取り組む
- ・ 媒体は、妊婦及びその家族等にも啓発ができる内容とする
- ・ こども青少年局と健康局健康づくり課が中心となり、ワーキングメンバーが協力して作成し、啓発を行う

【参考】健康に配慮した飲酒に関するガイドライン＜概要＞

背景

令和6年2月19日公表

- アルコール健康障害対策基本法に基づく計画の第2期計画（令和3～7年度）において、飲酒に伴うリスクに関する知識の普及を図るため、国民のそれぞれの状況に応じた適切な飲酒量・飲酒行動の判断に資する「飲酒ガイドライン」を作成することとされている。

ガイドラインの主な内容

1 アルコールの代謝と飲酒による身体等への影響

- (1) アルコールの代謝
 - ・ アルコールの分解には体内の分解酵素が関与しており、体質的に分解酵素のはたらきが弱いと少量の飲酒で体調が悪くなることがある。
- (2) 飲酒による身体等への影響
 - ・ 飲酒による影響には個人差があり、例えば年齢、性別、体質等の違いによって、それぞれ受ける影響が異なる。
- (3) 過度な飲酒による影響
 - ・ 過度な飲酒や、飲酒後の行動によって、疾病発症等や行動面のリスクが高まる可能性がある。

2 飲酒量（純アルコール量）

お酒に含まれる純アルコール量に着目して、自分に合った飲酒量を決めて、健康に配慮した飲酒を心がけることが重要。

○ 純アルコール量は「純アルコール量(g) = 摂取量(ml) × アルコール濃度(度数/100) × 0.8」で表すことができる。

【参考となる飲酒量（純アルコール量）】

- ・ 飲酒量が少ないほど飲酒によるリスクが少なくなるとの報告もある。（世界保健機関（WHO）等）
 - ・ 例えば、高血圧は少量でも飲酒自体が発症リスクが上がり、大腸がんの場合は、1日当たり約20g程度を超える量の飲酒を続けると発症リスクが上がるなど、疾病ごとに発症リスクが上がる飲酒量にかかる研究結果を掲載。
 - ・ その他、第2期アルコール基本計画等の生活習慣病のリスクを高める量（1日当たり男性40g以上、女性20g以上）を飲酒している者の目標を掲載。
- 健康に配慮した飲酒の仕方等について
- ① 自らの飲酒状況等を把握する、② あらかじめ量を決めて飲酒をする、③ 飲酒前又は飲酒中に食事をする、④ 飲酒の合間に水（又は炭酸水）を飲むなど、アルコールをゆっくり分解・吸収できるようにする、⑤ 一週間のうち、飲酒をしない日を設ける

3 飲酒に係る留意事項

○ 重要な禁止事項

- ・ 法律違反に当たるもの（酒気帯び運転、20歳未満の飲酒等）
- ・ 飲酒を避けることが必要な場合（妊娠中・授乳期中の飲酒等）

○ 避けるべき飲酒等について

- ① 一時多量飲酒（特に短時間の多量飲酒）、② 他人への飲酒の強要等、③ 不安や不眠を解消するための飲酒、④ 病気等療養中の飲酒や服薬後の飲酒、⑤ 飲酒中又は飲酒後における運動・入浴などの体に負担のかかる行動

【参考】健康日本21(第三次)推進の方向性(飲酒領域)(イメージ)

項目(告示)	地域における取組とそのポイント	国の取組
第二 国民の健康の増進の目標に関する事項 ○個人の行動と健康状態の改善 (一) 生活習慣の改善 (二) 生活習慣病(NCDs)の発症予防・重症化予防 (三) 生活機能の維持・向上 ○社会環境の質の向上 (一) 社会とのつながり・こころの健康の維持及び向上 (二) 自然に健康になれる環境づくり (三) 誰もがアクセスできる健康増進のための基盤の整備 【取組のポイント】 ・ 集団や個人の特性を加味したアプローチ ・ 健康に関心の薄い層へのアプローチ(自然に健康になれる環境づくり含む) ・ ICTの利活用	【普及啓発・情報発信】 <u>生活習慣病のリスクを高める飲酒量や飲酒による健康への影響に関する知識の情報提供等</u> 一般国民向け ・ イベント、ウェブサイトでの情報発信 ・ ポスター、リーフレット配布 働き世代・企業へのアプローチ(職域との連携) ・ 企業内での情報発信 若い世代へのアプローチ(教育部門との連携) ・ 教育委員会等と協力し、学校教育等の推進 ・ 「20歳未満飲酒防止強調月間」を通じた普及活動 ・ 20歳代の若年者に向けた情報発信 高齢者へのアプローチ ・ 年齢の違いによる影響について情報発信 女性へのアプローチ ・ 性別の違いによる影響について情報発信 【健康教育・保健指導】 <u>「標準的な健診・保健指導プログラム」等を用いた生活指導</u> ○ 特定保健指導等の対象者への保健指導(飲酒頻度、飲酒量) (保険者との連携) ○ 健康増進事業における健康教育や健康相談 ○ 生活習慣病のリスクを高める量を飲酒している者へのe-健康づくりネット支援ツールを活用した減酒支援 (保険者・職域との連携) ○ 問題飲酒者へ医療機関や精神保健福祉センター等と連携した支援 (保険者・職域との連携) 【環境整備】 ○ 「アルコール健康障害対策推進基本計画(第2期)」に基づく計画作成、対策の実施 ○ 酒類への純アルコール量の表示(グラム表記)に関する普及啓発等 (職域との連携) 【関心が薄い層へのアプローチ/ICTの活用】 ○ 減酒アプリ等を活用した、飲酒量の記録	【国レベルでの普及啓発・情報発信】 ○ SLPを介した周知 (職域、一般国民向け) ・ ビンジドリンクに対する啓発 ○ SLP等を介した好事例の収集・共有 (自治体、職域向け) ○ e-ヘルスネットを通じた普及啓発 (一般国民向け) ○ たばこ・アルコール対策担当者講習会の開催 (自治体向け) ○ 「健康に配慮した飲酒に関するガイドライン」のリーフレット等について普及推進 (一般国民向け) ○ 社会援護局障害保健福祉部と連携した情報発信 ・ アルコール健康障害対策の取組についての普及啓発 ・ アルコール関連問題啓発週間の周知 【自治体が活用する普及啓発資料の作成と周知】 ○ 「健康に配慮した飲酒に関するガイドライン」の周知と活用 (一般国民向け) ○ 「標準的な健診・保健指導プログラム」の周知と活用推進 (保健指導者向け) ○ e-健康づくりネット：健康づくり支援担当者向け資料の作成・提供 (自治体、職域向け) 【環境整備の推進】 ○ 「アルコール健康障害対策推進基本計画(第2期)」の推進 (関係省庁との連携) ○ 酒類への純アルコール量の表示の推進 (国税庁などとの連携) ○ 関係団体の活動支援 (関係団体との連携) 【関心が薄い層へのアプローチ/ICTの活用】 ○ 飲酒チェックツール等のICTの活用 【調査・研究の推進】 ○ 生活習慣病のリスクを高める飲酒や女性の飲酒に関する知見の収集等 【取組のポイント】 ・ 保険者・産業保健・他部門との連携

(案)

大阪市がん検診等 受診率向上への手引き

— 受診率向上に向けた効果的な取組事例 —

<改訂版>

すこやか大阪推進ワーキング
(令和6年●月改訂)

(1) 取組の体系

受診環境等の工夫

受診機会

- ・総合検診 等

予約方法

- ・予約枠の工夫
- ・受付の工夫 等

予約なし検診

- ・予約なし検診の実施

個別医療機関

- ・医療機関における休日検診の
壮年期優先枠の設定

インセンティブ

- ・受診者への優待特典 等

効果的な啓発・受診勧奨

広報する内容

- ・〇〇の日、〇〇月間の活用
- ・予約状況
- ・総合がん検診が実施可能な医療機関の周知
等

対象者

- ・年齢・属性等
- ・区役所への来庁者、イベント等参加者

広報媒体

- ・紙
- ・WEB 等

連携先

- ・PTA
- ・医師会、医療機関、薬局 等

(2) 受診環境等の工夫

受診機会

総合検（健）診

- 集団検診において、大腸・肺・乳がん検診・骨粗しょう症検診をすべて同一日、同一場所を実施
- 集団検診（大腸・肺のセット検診や総合がん検診）の対象者を女性に限った検診を実施
- がん検診と特定健診の同時実施
- 協会けんぽの特定健診実施会場で、乳がん検診の同時実施

女性の受診が多い検診の同時実施

- 女性の受診が多い検診（乳がん検診・骨粗しょう症検診）の同時実施

血管年齢測定等の同時実施

- 検診の実施にあわせて、血管年齢測定等の測定体験等を実施

受診日程

- 集団検診を平日・休日、AM・PM、夜間でまんべんなく実施

受診機会の確保

- **(新)** こどもの習い事の待ち時間を活用して検診受診ができるよう、プールやスーパーで検診実施

・ 同時に受けられるため、受診者の増加につながる

・ 女性限定日を設定することで、女性の予約が増加したが、乳がん検診が定員になった時点で、大腸・肺がん検診の予約数が伸び悩む課題がある

予約方法

予約枠の工夫

- がん検診の年間日程を広報し、同時に年間の予約枠の半分だけの受付を開始する
- 残りの半分の枠については、毎月の広報紙へ翌月分の日程を掲載した際に受付を開始する
- 日程を広報する際には「一次募集（年間分）」と「二次募集（毎月分）」の受付開始日等について注意書きを行う
- がん検診の日程を広報する際には「〇月～〇月実施の検診についての受付開始は〇月〇日からです」等の注意書きを行う
- 区切った期間ごとに受付を行う

(2) 受診環境等の工夫

予約方法

キャンセル対応

- 予約枠が埋まった後に希望者があった場合は、キャンセルが出ることを条件に、キャンセル待ちの受付を行う
- キャンセル待ちの人数と、希望者が何番目になるのか等を申込者に伝える
- キャンセルが出た際、キャンセル待ちの方に連絡をし、受診するかどうかの確認をしたうえで受け付ける

オンライン申請での受付

- 区広報誌に行政オンラインシステムのQRコードを掲載
- (新)行政オンラインシステムの予約枠を拡大

受付の工夫

- 予約受付時に、申込以外の検診についても紹介
- 協会けんぽの特定健診会場においてがん検診・骨粗しょう症検診の制度周知を行い、同時に予約受付を実施
- (新)家族で一緒にがん検診の申込ができるよう設定
- (新)来庁者が多い時期（国保決定通知書発送後等）に検診臨時受付窓口を設置
- (新)小中学校PTA主体による周知勧奨・予約の集約
- 乳幼児健診、離乳食講習会、献血会場での予約受付
- 特定健診会場でがん検診の予約受付
- 協会けんぽが実施する扶養者対象の特定健診の実施に併せて予約受付

予約票・受付対応マニュアルの活用

- 検診の予約受付時において、確認が必要な項目等をまとめた「予約票」を使用する
- 受付対応マニュアル（Q & A）を作成して共有する

予約なし検診

予約なし検診の実施

- 骨粗しょう症検診を予約なしで受付
- 大腸がん検診の予約なし検診の実施（※検便キットの事前送付にかかる申し込み必要）
- (新)肺がん検診・乳がん検診の予約なし検診の実施

(2) 受診環境等の工夫

個別 医療 機関

医療機関における
休日検診の
壮年期優先枠の設定

- 医療機関において、壮年期の優先枠を設定したがん検診を実施
- (新)医療機関に働きかけをする

インセン ティブ

受診者への優待特典

- 地域企業や商店街に協力依頼
- 受診後に検診の証明となるもの（領収書等）を持っていくことで、地域の飲食店等において割引を受けることができる

おおさか健活
マイレージ
「アスマイル」
への参加

- 平成31年10月から、府内の全ての市町村で事業を展開
- (新)大阪・関西万博『いっところ！がん検診キャンペーン』として市がん検診受診者には電子マネーに交換できる市独自ポイント（1,000円相当）を付与（期間限定）

(3) 効果的な啓発・受診勧奨—広報する内容（検診について）

検診のこと

〇〇の日、〇〇月間の活用

- (新)10月のピンクリボン（乳がん）月間に合わせて啓発
- (新)10月20日の骨粗しょう症デーに合わせて啓発
- (新)6月の食育月間に合わせて骨粗しょう症に関する講座の開催、検診の周知

検診について

- (新)早期受診・発見の重要性や検診のメリットを伝える
- (新)マンモモデル、FRAX、採便教育キットを活用した啓発
- (新)体験型のがん啓発（大腸がんクイズラリー）を実施

予約状況

- 集団検診の予約状況（空き状況）を区ホームページやSNSを利用し随時周知

受診料

- 一定の条件の方は無料になることを周知
- がん検診の平均的費用と大阪市がん検診の比較を行い、低額で受診できることをアピール

その他工夫

- (新)罹患時の経済的負担等のデメリットを伝える
- (新)検診にかかる所要時間の目安をアナウンス
- (新)母の日・父の日・敬老の日等に「がん検診をプレゼント大作戦」を実施
- (新)区独自でキャッチフレーズを設定
- (新)乳・骨の検診待ち時間に子宮に特化したチラシを活用し説明

・4月9日子宮の日
・9月がん征圧月間
・10月ピンクリボン（乳がん）月間
・10月20日世界骨粗しょう症デー
・11月子宮頸がん予防啓発月間
・3月4日国際HPV啓発デー
・3月1日～3月8日女性の健康週間

個別医療機関

総合がん検診が実施可能な医療機関の情報提供

- 医療機関において、胃・大腸・肺（・乳・子宮）の総合がん検診が同時に実施可能な医療機関を把握して、広く情報提供

(3) 効果的な啓発・受診勧奨一対象者①（年齢・属性等）

青年期	20歳女性 (子宮頸がん検診)	➢ 成人の集い会場においてがん検診啓発チラシの配付 ➢ 子宮頸がん検診に特化した受診勧奨	
子育て	就学児をもつ親を対象	➢ 保健師による区内小・中学校訪問及び啓発資材の配布 ➢ 各区の学校保健協議会において啓発チラシを配付 ➢ 各学校のPTAだよりへ啓発記事を掲載 ➢ (新)就学案内発送時に検診啓発チラシを同封 ➢ (新)学校の運動会や参観で周知	・ 保健師が訪問したことで、子どもからその保護者へと情報の共有がなされるようになった
	未就学児をもつ親を対象	➢ 乳幼児健診会場で受診勧奨を行うとともに、同時に予約受付 ➢ 乳幼児健診会場に乳がん触診モデルを設置しセルフチェックを啓発 ➢ 待合スペース等で啓発DVDを放送し啓発 ➢ (新)母子健康手帳交付時や母子転入時面接時、乳幼児健診の結果説明時に啓発 ➢ (新)乳幼児健診の待ち時間に啓発動画を放映 ➢ (新)保育所の入所面接会場に女性がんの啓発チラシを配架	・ 他の事業と連携することで、勧奨機会の少ない層へのアプローチが可能 ・ 子育て中の母親に対して、骨粗しょう症検診の受診勧奨をし、若い世代の受診増加につながった
壮年期	胃がん罹患率の高い60歳の方を対象	➢ 退職等で加入保険が切り替わるタイミングで啓発用チラシを作成し配布 ➢ 近隣区を含めた胃内視鏡検査取扱医療機関一覧を掲載したチラシを作成し配布	
受診歴あり	過去がん検診受診者	➢ (新)前年度までに受診歴がある方で、今年度予約されていない方に受診勧奨案内を送付	・ 関心者のため受診に繋がりやすい
個別勧奨	お誕生日の方	➢ (新)お誕生日月に、個別にがん検診の案内を送付	

(3) 効果的な啓発・受診勧奨一対象者②（区役所への来庁者、イベント等参加者）

区役所	窓口・待合スペース等	➤ 受診案内チラシ等を待合スペースの掲示板やイスの背面等に掲示 ➤ マスコットキャラクター（着ぐるみ）等による検診受診体験を動画で撮影、DVDを作成し、ロビー等で放送	・ 来庁者の目の届く位置にチラシを配架することで、待ち時間に手に入る機会が増える
	区役所庁舎周辺	➤ 自転車置き場にポスター等を掲示 ➤ 区役所周辺の広報板に模造紙等で直近の予約状況を掲示	
	手続き時	➤ 転入手続き後の配付資料に、検診チラシを入れる ➤ (新)結核検診受付時の待ち時間に啓発 ➤ (新)国保加入者への通知、生保受給者への通知時に啓発 ➤ (新)国民健康保険・後期高齢医療保険の新規加入手続き時の受診勧奨 ➤ (新)転入手続き時に検診キットを配布	・ スペース確保等の問題で、臨時受付窓口の設置が困難であるが、設置し、検診予約の増加
	その他来庁者	➤ 乳幼児健診、離乳食講習会、献血会場での啓発 ➤ 協会けんぽが実施する扶養者対象の特定健診の実施に併せて啓発 ➤ 窓口ミニのぼりを設置 ➤ ビブスを作成し着用 ➤ (新)食品衛生講習会、食生活改善指導員研修会での受診勧奨 ➤ (新)防犯カバー取り付け会場、PTA研修会での受診勧奨 ➤ (新)検診に関する横断幕を作成し区役所入り口に掲示 ➤ (新)デジタルサイネージの活用	・ 食品衛生講習会に参加される方に国保加入者が多い ・ 他の検（健）診での啓発による効果が高い

(3) 効果的な啓発・受診勧奨一対象者②（区役所への来庁者、イベント等参加者）

イベント

地域のイベント・ 地域健康講座

- 健康展（健康まつり）・食育展・区民まつりなどでの啓発や検診実施
- 百歳体操など地域健康講座
- (新)大学の健康イベントに参加し、学生・教職員にブレスト・アウェアネスを啓発
- (新)地域のがん患者支援チャリティイベントに参加しブースを出展
- (新)病院と共催し、骨粗しょう症にかかる区民講座を開催

ショッピング モール・スーパー 等

- ショッピングモールや大型スーパーの施設内、駐車場スペース等に啓発ブースを設置
- 検診車による当日検診の実施
- 店舗先での啓発チラシ等の設置・配布
- (新)ショッピングモールのデジタルサイネージでの啓発

- スーパー等と連携して常時ポスターを掲示し、利用者の関心を高めることで、問合せが増加

(3) 効果的な啓発・受診勧奨—広報媒体

紙	区広報誌	▶ 毎月基本情報（検診種別、実施日時・場所・費用・検査内容・予約方法）を掲載 ▶ がん検診と特定健診の同時実施日をわかりやすく掲載 ▶ (新) ピンクリボン月間等に合わせてコラムを掲載 ▶ (新) 特集ページを抜出して増版し窓口や健康講座時に配布	• 定期的に区民に届けることができる
	チラシ、ポスター等	▶ 主要駅や各施設にチラシを配架 ▶ (新) 区独自のチラシやポスターの作成 ▶ (新) 対象者を絞ったチラシの作成 ▶ (新) 予約票付きのチラシを作成しその場で予約可能にする ▶ (新) 絆創膏等の啓発物品に啓発記事を掲載し配布	• ポスター等のデザインは政策企画室を通して専修学校等に依頼
web	ホームページによる広報	▶ 3月に次年度の検診年間日程を掲載 ▶ マスコットキャラクター（着ぐるみ）による検診受診体験を動画で撮影し、インターネット動画等を活用してホームページ上で放送 ▶ がん検診取扱医療機関マップの作成	• 検診に関心のある方に有効 • 早期に周知することで、受診者の増加につながる
	SNSによる広報	▶ X（旧twitter）、LINE、Instagram等にて直近の検診情報や予約状況を随時発信 ▶ (新) 区のLINEアカウントを活用して「がんについて知ろう」のメニューを追加、がん検診のアンケートを実施 ▶ (新) InstagramやTikTokで啓発	• 紙媒体だけでは届かない世代に発信することができる • ホームページに比べて、簡単な事務処理で情報を発信できる • 各SNSの特性の理解が必要
その他	放送	公用車による放送 ▶ 検診実施日直前に巡回放送 ▶ 検診会場周辺地域を集中的に巡回放送 ▶ 毎月（週・日）決まった時間帯に巡回放送 庁内放送 ▶ 検診実施中に当日受診の勧奨、空き状況の放送（骨） ▶ (新) 毎日数回、検診の案内をする	• 公用車放送は放送時間帯に在宅している地域住民への広報が可能 • 事前に所管警察署に道路使用許可の申請をする必要有

(3) 効果的な啓発・受診勧奨一連携先（団体・企業等との連携による啓発）

連携

PTA	➤ がんや健康をテーマにしたPTA学習会の開催 ➤ (新) PTA主体による周知勧奨・予約の集約 ➤ (新) 啓発資材をPTAに配布
町会	➤ 町会掲示板へのポスターの掲示 ➤ 受診啓発チラシの回覧による周知 ➤ 地域行事（お祭り、敬老会等）における啓発
医師会、医療機関、薬局等	➤ 地区医師会を通して各医療機関へ啓発チラシ等の配付 ➤ 医療機関や薬局でのポスター掲示 ➤ 医療機関の医師（かかりつけ医）を通じた受診勧奨
企業、商店街、各種団体	➤ タイアップによる啓発グッズの作成（クリアファイル等） ➤ 検診受診者に対する特典制度（割引、プレゼント等） ➤ 店頭におけるポスター、啓発チラシの設置 ➤ 健康づくり推進協議会、食生活改善推進員協議会、スポーツ推進協議会、青少年指導員連絡協議会等の団体が主催する行事等で啓発 ➤ すこやかパートナーと連携し、効果的な啓発・受診勧奨 ➤ 包括連携協定を締結している企業、団体と連携し、効果的な啓発・受診勧奨 ➤ (新) 官民連携でロゴ・キャッチフレーズを策定し、ポスター作成 ➤ (新) 協賛民間企業から、インセンティブを提供を受け乳がん検診申込者にプレゼント
子育て団体（子育てサロン等）	➤ 地域の子育てサロン等で啓発 ➤ 会場に啓発ポスターやチラシを設置
各種学校	➤ 学校に出向いての医師等による出前講座 ➤ 生徒が作成した検診啓発ポスターを区役所ロビーやホームページに掲示
著名人等の個人	➤ (新) がんサバイバーの方とコラボして、区役所職員向けの講演会の実施

・ 検診初年度の40歳を対象とした勧奨を行うことで、問合せが増加した

・ ドラッグストア、スーパー等に対し健康月間の取組参加に勧誘し、協力をすることができた

・ がん検診受診促進協定を団体・企業と締結し、受診勧奨を行うことで、予約が増加した

・ 本市では各企業と「地域活性化包括連携協定」を締結しており、ポスターの掲出依頼等も可能

第29回すこやかパートナー意見交換会 実施結果

1 日時・開催方法

令和6年10月1日(火) 14時00分～16時00分

大阪市役所本庁 地下1階 第11共通会議室(現地開催)

2 参加者

すこやかパートナー 28 団体 42 名

本市(局・区役所)16 部署 23 名

3 意見交換会プログラム

(1)本市協働事業の提案

- ・健康局健康づくり課
- ・福祉局保険年金課
- ・福祉局地域包括ケア推進課
- ・健康局こころの健康センター

(2)パートナー団体協働事業の提案

- ・雪印メグミルク株式会社
- ・NPO 法人 MY フィットネス道
- ・一般社団法人日本マインドヘルス協会
- ・健康マスター関西会

(3)意見交換等

本市担当・パートナー同士で意見交換や情報交換

(4)その他

アンケート記入