

04.データ収集・効果測定・効果検証の方策について

KGI/KPIについて

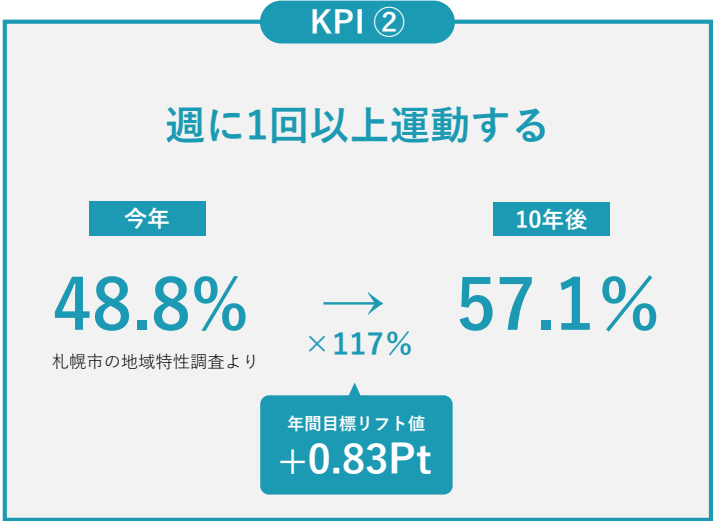
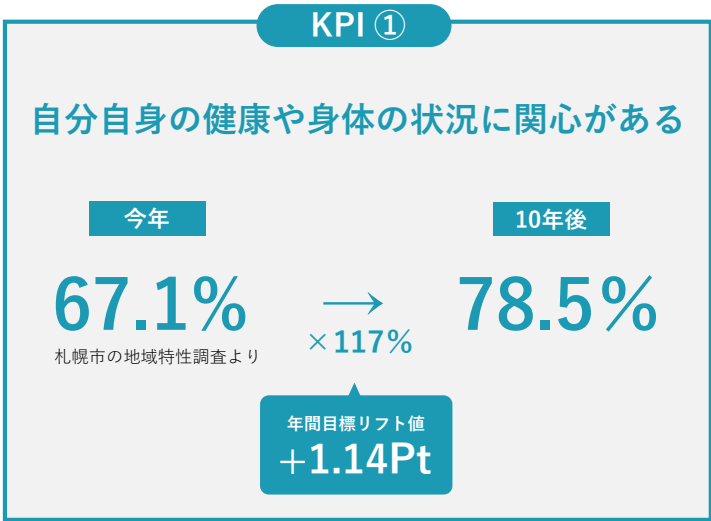
「第2次札幌市まちづくり戦略ビジョン」におけるウェルネス（健康）プロジェクトの3本柱である「①健康行動の促進、②ウォーカブルシティの推進、③人生100年時代の学びと社会参加の促進」を目指すことを前提に、その成果指標をKGIとして、KPIは達成に参考となるデータを測定しながらPDCAサイクルを回していく。

KGI

(4)成果指標

指標	現状値	目標値
市民の健康寿命	男性 71.34歳(平成28年(2016年)) 女性 72.89歳(平成28年(2016年))	男性 73.22歳(令和13年(2031年)) 女性 74.77歳(令和13年(2031年))
日常生活における1日あたりの歩行時間	60分 (令和4年度(2022年度))	70分 (令和13年度(2031年度))
生涯学習 ³⁵ をしている市民の割合	76.2% (令和4年度(2022年度))	80.0% (令和13年度(2031年度))
社会的役割を感じる市民の割合	・18～64歳 44.4%(令和4年度(2022年度)) ・65歳以上 40.9%(令和4年度(2022年度))	・18～64歳 70.0%(令和13年度(2031年度)) ・65歳以上 65.0%(令和13年度(2031年度))

1日あたりの歩行時間を10年間で60分→70分へ高める＝10年間で17%アップが必要
現状の札幌市に地域特性調査の健康に関する意識スコア×117%を代入してKPI化



次年度以降の札幌市のウェルネス推進に向けて、推進の度合いをより効果的に見える化するために、今回の調査結果から10年後に全体のスコアがベンチマークを達成するようにリフト値を算出した。PDCAに活用を想定。

■ 効果測定・効果検証のアンケート

「第2次札幌市まちづくり戦略ビジョン」ウェルネス（健康）プロジェクトの推進とともに市民の意識・行動の変化を把握するため、札幌市地域特性調査を継続、項目を適切に追加してプロジェクトの効果を測定し、より効果的な施策に資するデータを蓄積していく。

プロジェクトの三本柱	課題	有効な取組を見出す調査
健康行動の促進	運動、食生活の改善、喫煙対策	札幌市地域特性調査を継続・活用、調査項目を追加して分析を深めていく。 例）顕在層・潜在層分析 運動習慣があり、食生活の改善を実践してる顕在層に取り組みはじめたきっかけや今後どのようなニーズがあるか、なかなか実践できない潜在層にはどのような施策が有効かを把握する。※以下参照
ウォーカブルシティの推進	ウォーキング意欲や機会の創出	
人生100年時代の学びと社会参加の推進	学びや社会参加意欲や機会の創出	



札幌市地域特性調査 2024年度以降の調査について（案）

調査項目の追加

◎顕在層向け設問例

- ・運動や食生活の改善を始めたきっかけ
- ・ウォーキングを始めたきっかけ
- ・（生涯の）学びや社会参加を始めたきっかけ
- ・今後のニーズ

◎潜在層向け設問例

- ・運動や食生活の改善に向けて関心のある情報や施策例
- ・ウォーキングしたくなる要素（情報・環境・施策例）
- ・（生涯の）学びや社会参加に資する要素（情報・環境・施策例）

サンプル数の追加

札幌市の地域特性を勘案し、潜在層・顕在層への有効な取組を抽出するためには、さらにサンプル数を増やして詳細に分析する必要があると考える

（サンプル数増加例）

- ・市民2000サンプルを3000サンプル
- ・比較用に市外の道民1000サンプル

→合計4000サンプル

分析例 ウェルネス顕在層と潜在層のペルソナ設定

ペルソナを複数設定し、ウェルネス健康8タイプの活用をはじめ有効な施策を検討していく。



ウェルネス顕在層

- ・30代女性 会社員
- ・友人からスポーツクラブに誘われ、定期的に通っている
- ・近所の公園までウォーキング
- ・食生活は、有機野菜の宅配定期便を利用中
- ・今後は、有識者の話を聞いてみたいと同じように取り組んでいる人とつながってみたい。



有効な情報

- ・健康コミュニティ情報
- ・栄養バランス配慮のレシピ情報など



ウェルネス潜在層

- ・50代男性 団体職員
- ・デジタル機器に高関心
- ・健康診断で体重や腹囲が気になる
- ・ウォーキングならやってみたいがきっかけや機会がない
- ・食生活は不規則、喫煙者
- ・近所にウォーキングできる環境など情報があれやってみたい



有効な施策案

- ・ウォーキングマップ情報
- ・スマートウォッチ活用事例など

05.地域特性に応じた効果的な取組の提案

■KGI/KPI達成に向けての提言

各調査結果を踏まえ、健康寿命の延伸およびウェルネス推進を図るために、以下の点を提言。

1. 啓発活動の強化

市民一人ひとりが自身の健康状態に関心を持ち、健康的な生活習慣の重要性を理解することが不可欠。定期的な健康教育セミナーやワークショップ、SNSを活用した情報発信などを行い、健康意識の醸成を図る。

2. 運動機会の創出・環境整備

運動習慣を身につけるには、身近で気軽に運動できる環境が重要。例えばウォーキングイベントの開催、職場でのストレッチ休憩の推奨など、多様な運動機会を提供。

3. ストレスマネジメントプログラムの導入

ストレス過剰は健康に悪影響を及ぼすため、ストレス対処方法を学ぶプログラムを企業や学校、市民センターなどで実施し、ストレス対処力の向上を促進。例えばヨガ、瞑想、カウンセリングなどの情報提供を実施。

4. 健康的な食生活の啓発と環境整備

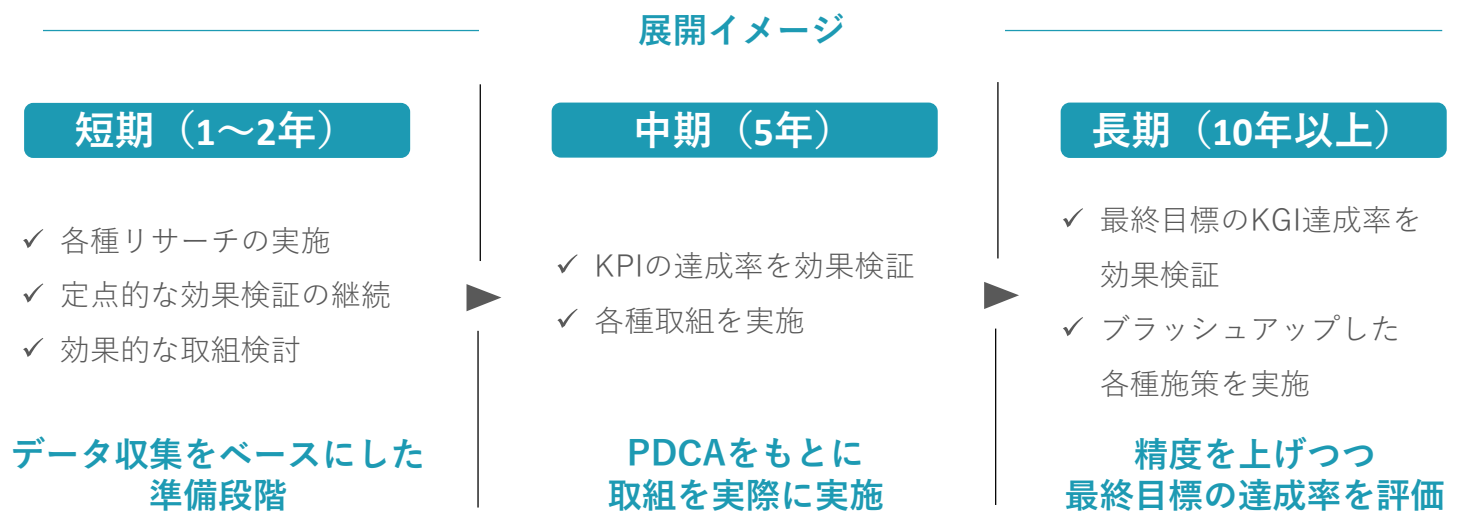
バランスの良い食生活は健康維持に不可欠。例えば栄養教育や料理教室、飲食店との連携による健康メニューの普及などを実施。

5. ウェルネス活動を継続するためのコミュニティ形成

先進地域でも取組や施策実施後の継続が課題となっている。人口減少、高齢化の課題が直面している札幌市において、キャンペーンやインセンティブによる動機形成ではなく、ウェルネス活動への熱量を継続させるコミュニティ形成を行う。

以上の多角的なアプローチにより、市民一人ひとりが主体的に健康的な生活を実践できるよう環境を整え、KGI/KPIの達成を目指すことができると考える。

■効果的な取組の具体案



上記の展開イメージを持って、ウェルネス施策の継続的な実施を可能にするために、以下の点を検討する必要があると考える。

【短期的対応】

- ・既存予算の有効活用(健康増進、スポーツ振興、食育など関連予算の組み合わせ)
- ・民間企業との連携強化(スポンサー収入、協賛金、寄付などの確保)
- ・市民参加型のボランティア組織化(人的リソースの活用)

【中長期的対応】

- ・継続的な周知・啓発活動による市民意識の向上
- ・ウェルネス施策によるコスト削減効果(医療費抑制など)を可視化し、予算確保の正当性を高める
- ・条例制定など、ウェルネス施策の法的根拠を確立し、安定的な予算編成を可能にする
- ・民間部門の自主的なウェルネス活動を促進するインセンティブ設計(税制優遇など)

どのような予算をもって行政主体で進めるもの、行政以外が主体となって進めるものを棲み分けていくかを検討していく。

■KPI達成のための取組案

各KPIを達成していくための具体的な取組実施案を下記にまとめる。

【SAPPOROウェルネスの認知拡大】

8タイプ別で紹介「きょうのウェルネス」

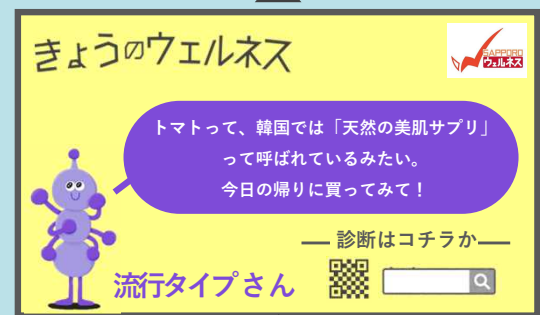
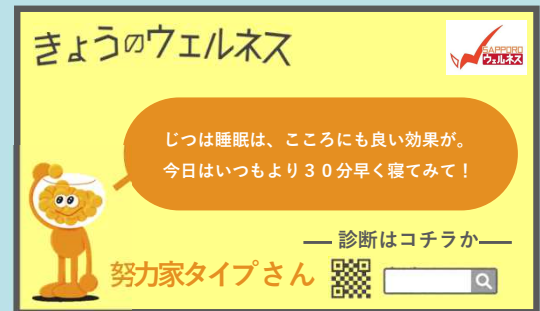
短期～中期

行政

メディアとタイアップし、ウェルネスレポートでまとめた8つの健康意識タイプ別に、今日の行動のワンポイントアドバイスを発信。

例)

- ・ 努力家タイプ：今日は30分早く寝ましょう。
- ・ 流行タイプ：トマトって韓国では「天然の美肌サプリ」と話題。今日の帰りに買ってみては？



すきま時間で診断 「あなたの健康意識は何タイプ？」

短期

行政

地下鉄、JRの床にQRコード印字してスキマ時間に健康意識の8つのタイプを診断。

通勤時にみる床を広告枠として活用。



例) JR九州の床の様子はまるでQRコード。これを応用し実物のQRコードにしてみる。

※ 実施イメージです



【運動機会を創出する施策】

「歩く」を積極的に。リュック通勤の推奨

短期

民間

「通勤」という普段の行動を、より健康的にシフトしていくためのリュック通勤の推奨を行う。

リュックをはじめとする徒歩通勤に最適なグッズを取り扱っている企業と協業し、通勤コーディネートなどの提案などを行い、行動を後押ししていく。



【ストレスマネジメントへの対応施策】

オフィスへのヨガ、ストレッチなどの講師派遣を行うデータベースの構築

短期

行政

札幌市内で活動しているヨガやストレッチの講師のリストをデータベース化し、市として情報提供を行う。

企業が積極的に講師をオフィスに招き、社員の福利厚生の一貫としてウェルネス推進を行ってもらう。



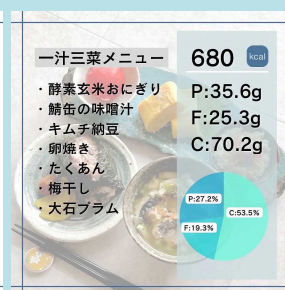
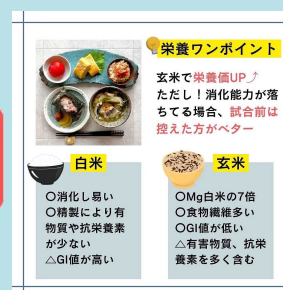
【健康的な食生活を後押しする施策】

ショッピングカートからウェルネスを発信！

短期

民間

スーパーのカートにQRコードをつけて、
 おすすめの献立メニューの発信を行う。
 企業と共同開発した献立・買い物リストをその場で受け取り、
 簡単にウェルネスを実行したくなる施策に。



※ イメージ

オフィスへの出張マーケットの実施

中期

民間

オフィスビルのエントランスで野菜をはじめとした食材を
 購入できるナイトマーケットを定期的に開催。

残業でスーパーでの買い物ができない人たちへ、新鮮な
 食材を購入して、自宅で料理することを推奨していく。



※ 過去の実施事例のようす

【ウェルネス活動を継続するためのコミュニティ形成】

提言の5つめに上げた「ウェルネス活動を継続するためのコミュニティ形成」は、先進地域での取組においても課題であった「取組継続のための対応策」のひとつとして提案をする。

課題となっている要因としては、予算投下による単なるキャンペーン的アプローチであると行政が主体となって税収から予算の捻出し続けなければならない状況が考えられる。それらから脱却し、市民生活に密着したウェルネス文化の定着を目指す必要があると考え、そのため、継続的な予算確保と同時に、行政によるトップダウンとボトムアップの市民参加を組み合わせた総合的なアプローチが不可欠となる。

行政が主体となって長期的にコミュニティ形成をバックアップしていくことを提案し、具体策として下記の取組をあげる。

1. ウェルネスサークル/クラブの結成支援

1. 同じ関心を持つ市民同士が集まり、活動を共有できる場を提供
2. 地域ごとの公民館や集会所などを活動拠点として活用
3. 行政が初期立ち上げを支援し、徐々に自主運営へ移行

2. ウェルネスリーダーの育成と活用

1. 地域ごとにウェルネスの促進役となるリーダーを養成する研修を実施
2. リーダーが地域住民を巻き込んだ活動を企画・運営
3. リーダー同士のネットワーク化で知見を共有し、モチベーション向上

3. 世代間交流を促すウェルネスプログラムの展開

1. 子供から高齢者まで多世代が参加できるプログラムを企画
2. 異なる世代間の交流を通じた相互理解と絆の醸成
3. 祖父母世代の経験と青年世代のアイデアが融合するシナジー効果

4. 地域通貨やポイント制度の導入

1. ウェルネス活動への参加に対して、地域通貨やポイントを付与
2. 地域内の商店や施設で通貨やポイントが使える仕組みを構築
3. 互助の精神と地域経済の活性化の両立を図る

こうした取り組みを通じて、ウェルネス活動が日常生活に根付き、市民一人ひとりが主体的に関わる地域コミュニティが形成されることで、継続的な参加意欲の維持につながると考える。

【ウェルネス活動を継続するためのコミュニティ形成】 推進のための体制について

地域コミュニティを核としたウェルネス活動を効果的に推進していくためには、またその取組に応じた体制を敷いて推進していくことが必要となる。その一例として、どのような人員配置が必要となるかを下記にあげる。

1. コミュニティ・オーガナイザー

- ・ 地域住民とのコミュニケーションを取り、ニーズを把握する
- ・ 住民主体のウェルネス活動を支援し、運営をサポート
- ・ 行政と住民をつなぐ橋渡し役となる
- ・ コミュニティ形成に携わる経験者や、ソーシャルワーカーなどが適任

2. ウェルネス専門家

- ・ 運動、栄養、メンタルヘルスなどの専門知識を有する
- ・ 住民に適したプログラムの立案や指導を行う
- ・ リーダー育成の研修などを実施
- ・ 管理栄養士、健康運動指導士、メンタルトレーナーなどが想定される

3. 地域リーダー

- ・ 地域住民から選出され、当事者としての視点を持つ
- ・ ウェルネス活動の企画運営をリードする
- ・ 住民とともに活動に参加し、モデルケースとなる
- ・ ボランティア等の地域活動経験者が適する

4. 事務スタッフ

- ・ ウェルネス活動に関する広報、運営の事務局業務を担う
- ・ 会場手配、備品準備、参加者管理など現場対応
- ・ 活動記録の作成、データ管理など事務作業全般

専門性の高い人材と地域住民が一体となり、相互に連携することで、効果的なウェルネス施策の推進が可能になると考える。コミュニティ運営の専門家等にアドバイスをもらい、コミュニティ形成の段階から、適切な人材を配置し、役割分担しながら計画的に取り組むことが肝要である。

【ウェルネスの取組への参加を促すコミュニティ形成】

推進体制の構築の推進と同時並行で、具体策の実施に着手していくことも重要だと考える。
そのための具体策を下記にあげる。

健康診断の受診促進を行うプログラムの提供

中期～長期

民間

社員の健康管理を重要な経営課題として捉え、戦略的に取り組むことが重要視され健康経営に意欲的な市内の企業向けに、社員の受診促進を行うプログラムを提案。

義務的に捉えられがちな定期健診を、“前向きに健康改善に取り組むきっかけ”に変えることによって、社員の行動変容を促し、企業対向で受診結果を競いモチベーション向上へとつなげる。



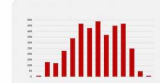
健診戦 5つのポイント



健康診断のイメージを変えるクリエイティブ



健診結果が楽しくなるリザルトサイト



特許取得済み 独自開発健康改善スコア



オリジナルクラスター分析



打ち手に繋がるKPI分析

SAPICAでウェル活

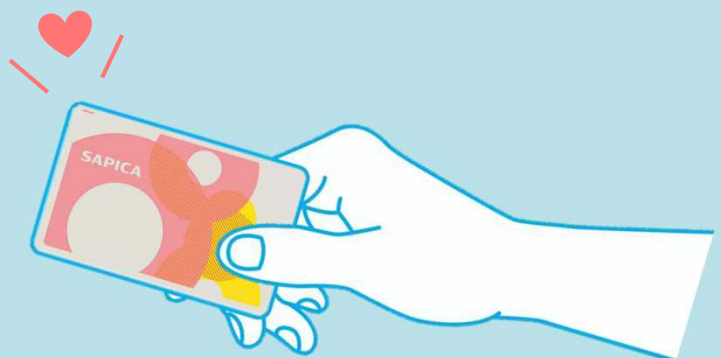
中期～長期

行政

SAPICAで野菜など、健康増進にプラスとなるアイテムを購入した際に、通常より多くのポイントが付与される仕組みを創出。

健康促進のみならずSAPICAの利用促進へもつながる。

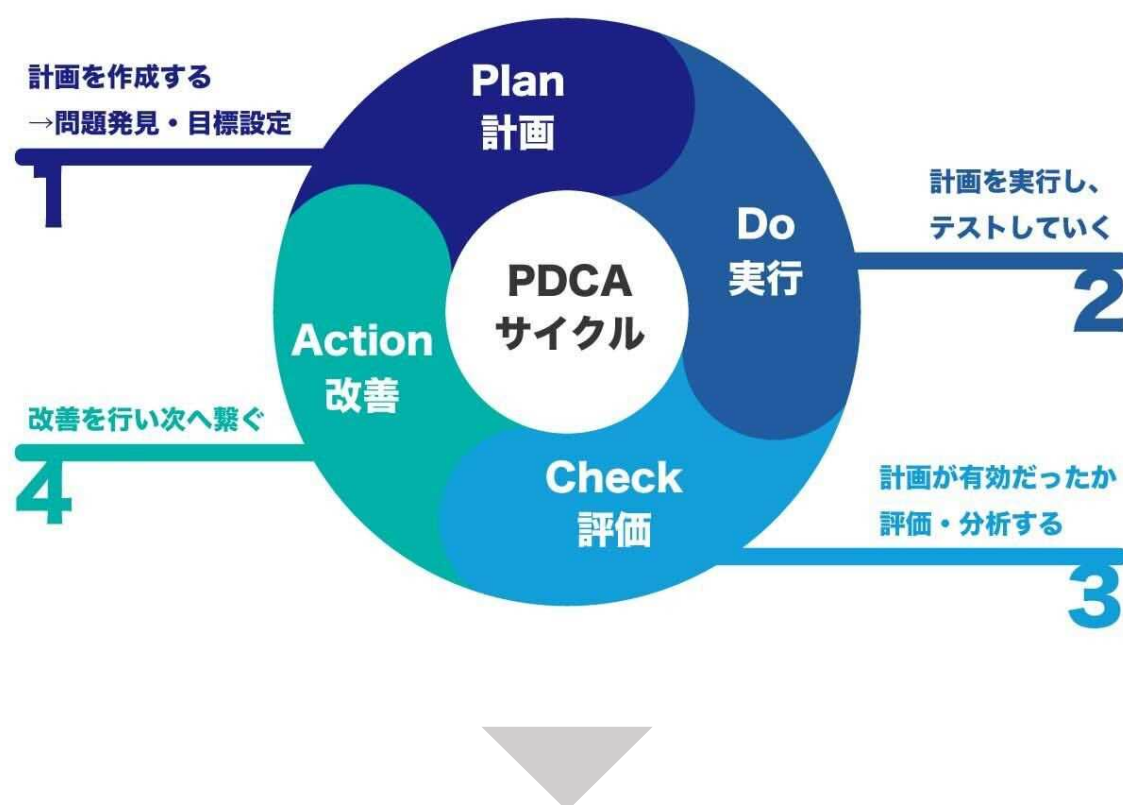
例えば地域通貨としての機能をSAPICAへ付与するといったことへ発展できる内容と考える。



■KGI/KPIの達成に向けてのPDCA

効果測定・効果検証は設定したKPI/KGIをベンチマークに
定点的に定量調査を実施することでPDCAを実施していくことを提言。

PDCAサイクルを回していく調査スキーム



今回の調査票を基本とし、弊社でサジェストしたKGIに向けてKPIが適切かを判断していくための調査を行い、PDCAを実施。

状況によって設問数の増減を行い、適切なKPIを立てて、10年後のKGI達成に向けて推進していく。

06.市民向けレポートの制作

■ ウェルネスレポート制作について

市民健康意識WEB調査結果をもとに、札幌市民に対してウェルネスのコミュニケーションツールとなるようなレポートを制作。

調査結果から、下記のような札幌市民の特徴的な健康タイプを8タイプに分類し、レポートとしてまとめた。

■ 健康タイプ分類

気持ちに一直線 情熱タイプ

ちょっとしたきっかけで何かにはまったり、自分の好きなものにはとことん情熱を注いだり、極めたりするタイプ。

石橋を叩いて渡る 慎重タイプ

何かを始める時は、すぐに行動するのではなく、まずは色々調べたりして、根拠を得てから始めるか考えたいタイプ。

第六感を信じる 感覚タイプ

思い立ったが吉日、何事もとりあえずやってみることからスタートし、肌に合ったら継続するタイプ。

リアルが大切 現実主義タイプ

日常生活の中で、通勤が徒歩だったりと無意識的にアクティブに動いているタイプ。

コツコツ頑張る 努力家タイプ

仕事も趣味もどちらも全力で取り組むけど、その分ストレスが多かったり睡眠不足気味なタイプ。

トレンドに敏感 流行タイプ

はやりものには目が無いタイプで、話題になっているものや好きなインフルエンサーが発信していた情報を全面的に受け入れるタイプ。

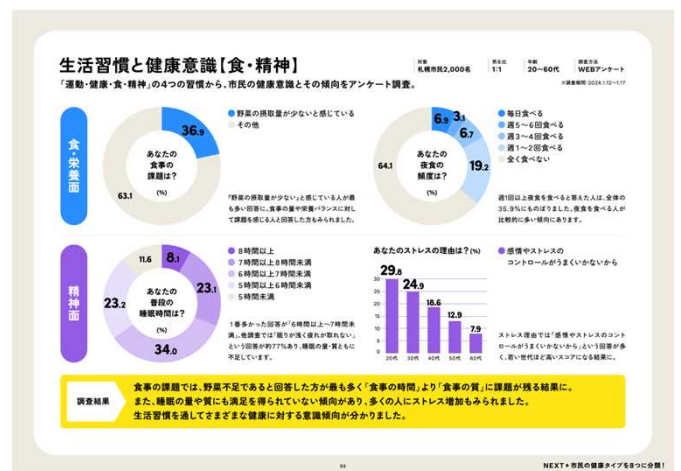
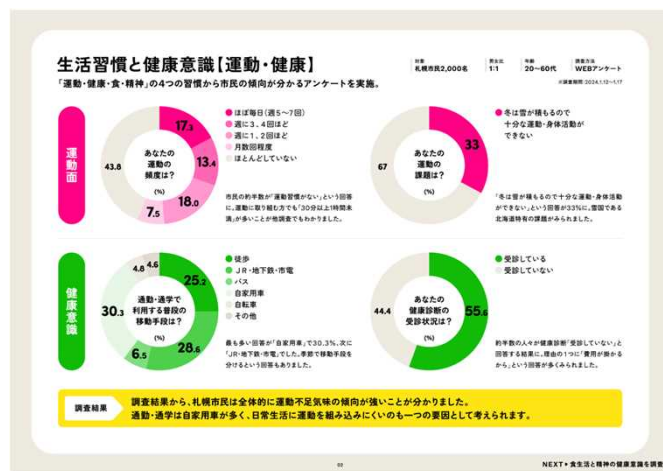
タフで粘り強い 熱血タイプ

平日は仕事で忙しくて時間が取れないが、土日は趣味でスポーツやアウトドアをしたりして過ごし、ストレス発散にも活用しているタイプ。

自由が一番 楽観タイプ

物事はなるようになるが信条で、何事も楽しむのが第一。危機意識はあまり持たず、やりたいことをマイペースに楽しむタイプ。

■ 制作物アウトプット



■ 制作物アウトプット



• **HAKUHODO** •
