

健康生活応援店事業の推進について
～アンケート調査結果等を踏まえた課題整理及び事業提案～

東部厚生環境事務所・保健所 福山支所
○小川 香里 後藤 五郎 岡元 紀久
内山 偉文 渡邊 鈴子

I はじめに

広島県健康増進計画「健康ひろしま21（第2次）」（以下「健康ひろしま21」という。）は、健康寿命の延伸を総括目標とし、その達成に向けて、生活習慣病の予防、早期発見・早期治療、重症化予防、それらを取り巻く環境整備に取り組んでいる。その一環として、健康ひろしま21の理念に賛同し、県民の健康づくりの実践・支援を行う店舗を健康生活応援店として県全体で認証し、認証店舗の拡大を目指している。東部保健所福山支所においても認証店舗の拡大に向け取り組んでいるが、当所管轄区域（府中市・神石高原町）の認証店舗数を見ても、平成26年4月末現在で延41店舗に止まるなど、認証店舗の拡大には至っていない。そこで、認証店舗の拡大に至らない原因及び課題整理を行い、食環境整備推進のための事業提案としてまとめたので報告する。

II 取組の概要

1 原因及び課題整理

- (1) 認証店舗に対するアンケート調査の実施
- (2) 行政機関関係部署及び関係団体との意見交換の実施

2 課題を踏まえた事業提案のまとめ

III 取組内容

1 健康生活応援店認証店舗アンケート

(1) 実施時期 8月

(2) 調査対象 東部保健所管轄区域内（府中市、神石高原町、尾道市、三原市、世羅町）に所在する健康生活応援店認証店舗のうち、たばこ対策及び食生活応援認証店舗（対象店舗数：108）

調査対象の内訳

保健所	認証項目		合計	
	たばこ対策	食生活応援	延店舗数	(再掲) 実店舗数
東部	76	7	83	83
東部福山	18	14	32	※25

※複数の項目の認証を受けている店舗がある。（7店舗）
（平成26年4月末日現在の認証店舗数）

(3) 調査方法 無記名自記式調査。郵送により調査依頼文書、調査票及び返信用封筒を調査対象店舗に対し配付し、調査票を回収。

(4) 調査項目 認証項目及び取り組みを決めた理由、取組状況及び認証マークの掲示状況、店舗を紹介しているホームページの閲覧状況と掲載内容及びPR効果に対する評価、ホームページに掲載するための店舗情報の提供の可能性、認証を受けたメリット、同業者等への認証勧奨の可能性、PR活動への協力の可能性等。

2 アンケート調査の結果

(1) 有効回答数（回収率）

配付枚数 108 枚 回収枚数 53 枚（回収率 49.1%）

(2) 認証店舗について

ア 所在地

三原市・尾道市・世羅町	68.0%
府中市・神石高原町	28.3%
無回答	3.7%

イ 経営形態

単独店	66.0%
チェーン店	1.9%
無回答	32.1%

イ 業種 (延店舗数)

喫茶店	10
お好み焼き店	6
中華料理店(ラーメン店含む)	3
そば・うどん店	2
ファミリーレストラン	1
西洋料理	1
ファストフード店	1
寿司店	0
その他の料理店	6
その他(※)	23
無回答	1

※その他

餃子専門店, フードコート内うどん・そば・ラーメン, 道の駅, ケーキ・ピザ・パン+喫茶, お菓子屋と喫茶, パン屋, 和菓子屋, 洋菓子店, 餅菓子屋, アイスクリーム屋, ジェラート, スナック, 宿泊業, 旅客運送業, タクシー会社, 美容室, 小売店

(3) 認証項目及び認証店舗が取組を決めた理由

ア 認証項目(複数回答可)

(延店舗数)

たばこ対策		食生活応援									無回答
禁煙	分煙	栄養成分表示			ヘルシーメニュー			食事バランス			
		栄養成分表示	エネルギー表示	塩分表示	野菜たっぷり	塩分控えめ	オーガニックメニュー	朝食摂取	食事バランスガイド		
45	9	4	3	0	10	2	0	0	0	1	

イ 認証店舗が取組を決めた理由 (延店舗数)

お客様のサービスにつながる	29
店舗のイメージが上がる	19
行政に勧められた	16
同業者に勧められた	0
その他(※)	8
無回答	2

※その他(禁煙)

- たばこ対策に寄与するため。
- 自分の体験・病歴。
- 店長がたばこ嫌いなため。
- 嫌がるお客様が多いため。
- 子どもが多く来店するため。

(4) 認証店舗の取組状況及び認証マークの掲示状況

ア 認証店舗の取組状況

取組を継続している	取組を継続していない	無回答
98.1%	0%	1.9%

イ 認証マークの掲示状況及び掲示していない理由

(ア) 認証マークの掲示状況

継続して掲示している	掲示していない	無回答
83.0%	17.0%	0%

(イ) 認証マークを掲示していない理由(複数回答可)

(延店舗数)

マークが気に入らない	2
マークの変色等劣化	1
マークが大きすぎスペースを取る	1
その他(※)	5
無回答	2

※その他

- 認証マークをもらった記憶がない。
- 禁煙が特別な事ではなくなっている。
- 禁煙マークを自作し表入口に掲示している。
- 紛失

(5) 認証店舗を紹介しているホームページ(以下「ホームページ」と言う。)の閲覧状況及び掲載内容及びPR効果に対する評価

ア ホームページの閲覧状況

見たことがある	見たことがない	無回答
20.8%	79.2%	0%

イ 「見たことがある」と回答した者の掲載内容に対する評価

大変満足	やや満足	どちらともいえない	不満足	大変不満足	無回答
0%	27.3%	63.6%	0%	0%	9.1%

ウ 「見たことがある」と回答した者のPR効果に対する評価

大変満足	やや満足	どちらともいえない	不満足	大変不満足	無回答
0%	18.2%	45.5%	0%	0%	36.3%

エ 「見たことがない」と回答した者の閲覧しない理由（複数回答可）

(延店舗数)

知らなかった	34
閲覧できない (スマートフォン・パソコンがない)	7
興味がない	2
その他(※)	2
無回答	1

※その他

○見方がわからない。(スマートフォン)

○時間がない。

○インターネットを利用していない。

(6) ホームページに掲載するための店舗情報の提供の可能性

ア 店舗情報の提供について

対応可能	対応困難	無回答
84.9%	15.1%	0%

イ 対応困難な理由（自由記載）

○ホームページを見たからといって、誰でも受け入れることはしない。

○対応する時間がない。

○1人で気ままに働き、休み時間が多い。日曜日が定休日である。

○面倒なことはできるだけお断りしたい。

(7) 健康生活応援店の認証を受けたメリット

ア 健康生活応援店の認証のメリットの有無

ある	どちらともいえない	ない	無回答
32.1%	54.7%	9.4%	3.8%

イ 「メリットあり」と回答した者の回答理由（複数回答可）

(延店舗数)

客へのサービスにつながった	8
客のイメージが上がった	7
客へのPRになった	3
その他(※)	3
無回答	2

※その他

○紅茶専門店なので香りを大切にしている。

○自分の意思表示ができています。

○たばこの煙を吸わなくてよくなった。

ウ 「メリットなし」と回答した者の回答理由（複数回答可）

(延店舗数)

客へのPRにならない	3
客へのサービスにつながらない	1
その他(※)	3
無回答	0

※その他

○認知度がない。

○客の役に立っているかよくわからない。

○客の反応がない。

○収益が減少した。

(8) 同業者等に対する健康生活応援店認証に向けた勧奨の可能性

ア 同業者等に対する健康生活応援店認証に向けた勧奨について

勧奨しようと思う	どちらでもない	勧奨しようと思わない	無回答
28.3%	58.5%	9.4%	3.8%

イ 勧奨しようと思わない理由（複数回答可）

（延店舗数）

客へのPRにならない	2
客へのサービスにつながらない	0
手続き等がわかりにくい	0
その他（※）	3
無回答	1

※その他

○客が、このような料理を欲しているか疑問に思うことが多い。

○面倒くさい。

○店舗の事情によりいろいろな考え方があ

(9) 健康生活応援店のPR活動に対する協力の可能性

ア 健康生活応援店のPR活動に対する協力について

協力可能	協力困難	無回答
81.1%	13.2%	5.7%

イ 「協力可能」と回答した者の協力可能なPR活動の内容（複数回答可）

（延店舗数）

チラシを置く	30
チラシを貼る	26
のぼりを立てる	11
その他	0
無回答	4

(10) ホームページ及び認証手続き等に対する意見（自由記載）

ア ホームページをどれくらいの人が見ているのか、アクセス数等を知らせて欲しい。

イ 実感として、本当にこの取組が役に立っているのか、必要とされているのかわからない。

ウ 健康応援店に対する客の反応がない。もっとPRしてもらいたい。

エ 認知度を上げるため「健康生活応援店めぐり・スタンプラリー」をしてはどうか。

オ チラシに、ホームページがすぐ開けるようQRコードを入れたらどうか。

カ B級グルメのような味の濃い、カロリーの高いものを客は好んでいる。マスコミや自治体が、地域活性化と称して大々的に取り上げる限り、ヘルシーな食事は浸透しないのではないか。

キ 企画やキャンペーン等宣伝をもっと広く進めてほしい。

ク ポスター等のデザインにもう少し趣きがあると掲示しやすい。

3 行政機関関係部署及び関係団体との意見交換

(1) 会議名称 福山・府中地域食育推進圏域連絡会議

(2) 実施時期 平成26年8月4日（月）

(3) 構成機関 中国四国農政局福山地域センター、福山市保健所（健康推進課）、府中市（健康医療課、上下支所健康づくり係、産業活性課）、府中市教育委員会（総務課）、神石高原町（まちづくり推進課、保健課、産業課）、神石高原町教育委員会（学校教育課）、福山食品衛生協会、府中食品衛生協会、神石郡食品衛生協会、福山市農業協同組合、生活協同組合ひろしま、東部教育事務所（教育指導課）、東部保健所福山支所（保健課、衛生環境課）

(4) 行政機関関係部署及び関係団体等の意見

ア 健康生活応援店の認知度が低い。

イ 認証マークを見かけることが少ない。

ウ 現在の認証マークでは、何を認証しているのか詳しい認証項目がわかりにくい。

エ 店舗が健康生活応援店に認証されるメリットが見えない。

オ 認証マークとホームページへの掲載だけでは、認証店舗はメリットと感じない。

カ 健康生活応援店ではホームページを検索できなかった。

キ ホームページに直近の認証店舗が掲載されていない。

- ク ホームページの店舗紹介情報が希薄。(利用者の求める情報となっているか疑問。)
- ケ 健康生活応援店の県民の認知度は、県民健康・栄養調査の結果によると平成 23 年度が 7.6%、平成 25 年度が 7.9%とその伸びは低い。また県職員の中でも認知されていると言い難い。

4 考察

(1) 健康生活応援店に対する県民の認知度について

県民・健康栄養調査の結果等をみても健康生活応援店の認知度は 7.9% (平成 25 年度) と 1 桁台である上に、その伸びはわずか 0.3 ポイント (平成 23, 25 年度を比較) である。また、県職員の中でも認知されていると言い難い実態を踏まえると、認証店舗に対する県民の認知向上に向けた根本的な対策を講じる必要があると考えられる。

(2) 認証店舗のメリットについて

健康生活応援店推進事業における認証店舗のメリットは、現状、ホームページへの掲載のみと言える。しかし、認証店舗のホームページの認知状況、掲載内容及び PR 効果に対する評価及び「認証マークとホームページへの掲載だけでは、認証店舗はメリットと感じない。」という関係機関等の意見を踏まえると、ホームページを見直すと共に新たな付加価値を開拓する必要があると考えられる。

(3) 健康生活応援店推進事業について

全県において認証店舗の拡大に至っていない現状を踏まえ、当該事業の見直しに取り組む必要があると考えられる。

5 課題

(1) 認証店舗に対する県民の認知向上に向け、効果的な広報活動に取り組む必要がある。

《対策を検討する上で、考慮すべきアンケート結果等》

- ア ホームページに直近の認証店舗が掲載されていない。
- イ ホームページの店舗紹介情報が希薄。(利用者の求める情報となっているか疑問。)
- ウ 「81.1%の認証店舗が PR 活動に協力できる。」とあるが活かせていない。
- エ 「84.9%の店舗がホームページに店舗情報の提供ができる。」とあるが活かせていない。

(2) 認証店舗のメリット向上に向け、ホームページの効果的な活用及びメリット創設に取り組む必要がある。

《対策を検討する上で、考慮すべきアンケート結果等》

- ア 健康生活応援店の取組が、利用者に役に立ち必要とされているという実感が無い認証店舗がある。

(3) 認証店舗の拡大に向け、現行事業を見直し、認証店舗等のメリットを踏まえた事業の推進を図る必要がある。

《対策を検討する上で、考慮すべきアンケート結果等》

- ア 17.0%の店舗がサイズ、デザイン及び変色等を理由に認証マークを掲示していない。
- イ 現在の認証マークでは、何を認証しているのか詳しい認証項目がわかりにくい。

6 課題を踏まえた事業提案

項目	取組方針	具体的な内容
県民への効果的な広報	ホームページの充実 ※県及びひろしま健康ネット	○ 健康生活応援店の利用方法の紹介 ○ 直近の認証店舗の紹介 ○ 店舗情報の内容充実
	関係者等と連携した幅広い広報活動の展開	保健所：関係機関への認証状況の連絡等 市 町：広報、ホームページ、健康まつり、健康診断会場等 関係機関：保健所の広報活動への協力 (会員へのチラシ配布等) 認証店舗：のぼり、ポスター及びチラシ等の設置等

項目	取組方針	具体的な内容
県民への効果的な広報 (前頁の続き)	県民の目を引く広報活動	<ul style="list-style-type: none"> ○ 予算を持つ事業課の取組とのコラボ（イクちゃん等） ○ デーモン閣下、アンガールズ、ゆるきゃら等既に他事業で活用している有名人等によるPR ○ テレビ及びラジオ等メディアの活用 ○ 認証店舗が活用できる広報媒体等（のぼり、ポスター及びチラシ等）の作成
	認証店舗の利用に直結する広報活動	<ul style="list-style-type: none"> ○ 健康生活応援店めぐり・スタンプラリー等の企画
認証店舗の メリット	認証店舗のメリット創設	<ul style="list-style-type: none"> ○ ホームページ等を活用した認証店舗の取組状況の紹介 ○ ホームページ等を活用した個別の認証店舗の紹介（リレー形式、取組のPR、お薦めメニューの紹介等） ○ 継続的に一定の取組を行っている店舗等の表彰
認証店舗等の 踏まえた事業の 推進	健康生活応援店推進事業の見直し	<ul style="list-style-type: none"> ○ 認証項目及び認証基準の見直し ○ 認証申込等に必要な用紙の見直し（情報公表に関する事項等） ○ 認証店舗の現状把握のための様式等の作成（認証内容の変更や認証辞退の届出様式、取組状況等報告様式等） ○ 認証マークの見直し（公募して、話題づくりをする。） ○ 認証機関間の定期的な情報交換等の場の設置（認証の標準化及び認証推進に向けた情報等の交換） ○ 認証申込等の簡便化（認証申込の手順、各種様式、栄養価計算できるソフト、禁煙のマーク等のホームページ掲載） ○ 認証を受けるために役に立つ情報等の提供（受動喫煙防止対策助成金の案内等）

IV まとめ

今回の取組により、健康生活応援店が認証拡大に至らない原因を明確化し、課題の整理及び課題を踏まえた事業提案をまとめることができた。今後は、健康生活応援店推進事業を所管する健康福祉局健康対策課に事業提案し、健康対策課をはじめとした県内7保健所（支所）協働で見直し、健康生活応援店事業の推進を図りたい。

また、東部保健所福山支所独自としても、従来の取組に今回提案する新しい試みを加え、食環境の整備を推進することで、県民の健康寿命の延伸に寄与していきたい。