

令和4年度「めざせ健康長寿日本一」健康づくり普及啓発事業仕様書

令和4年4月21日

宮崎県健康増進課

1 業務の目的

健康増進計画に基づく県の取組を広く県民に周知・啓発し、県民一人ひとりに行動の変容を促すとともに、健康維持・増進に取り組むための社会環境整備を行うことにより、「健康長寿日本一」の実現を図る。

2 業務の名称

令和4年度「めざせ健康長寿日本一」健康づくり普及啓発事業

3 委託期間

委託契約締結の日から令和5年3月24日まで

4 事業の概要

- (1) 健康長寿日本一に係る啓発
 - ア 健康寿命の周知啓発
 - イ ナッジでそっと後押し健康づくり支援事業
- (2) 栄養・食生活における啓発
 - ア おうちでベジ活サポート事業
 - イ へらしお実践普及事業
 - ウ 食品表示推進強化事業
 - エ コンビニ等における食環境整備
- (3) 歯の健康における啓発
 - ア いい歯の日キャンペーン等事業
 - イ 歯科疾患予防対策事業
 - ウ 定期歯科健診受診普及啓発
 - エ 在宅歯科医療の啓発
 - オ 障がい児者歯科医療の啓発
- (4) がん検診受診率向上のための普及啓発
- (5) 九州各県・山口県における健康寿命延伸対策プロジェクト

5 業務委託の内容

県と協議しながら、以下の業務を行う。

(1) 健康長寿日本一に係る啓発

ア 健康寿命の周知啓発

本県は未来みやぎ創造プランにより、健康長寿社会づくりの推進・健康長寿日本一を目指した事業展開を行っている。昨年12月に発表された最新の健康寿命の数値や都道府県順位、日本一に向けた本県の課題や取組等を県民へ周知するため、啓発資材の作成（リーフレット等）、インターネット・SNS広告、テレビCMの作成・啓発を行う。

※参考：令和元年健康寿命

男性73.30歳（全国9位）、女性76.71歳（全国3位）

イ ナッジでそつと後押し健康づくり支援事業

健康無関心層を自然と健康行動につなげられるよう、ナッジ理論を活用した食行動や運動を促すキャッチフレーズ・広告媒体・資材等を作成し、広く県民が目にするような仕掛けづくりを行う。

- ・テレビCM等を活用した啓発（運動）
- ・SNSを活用した啓発（Facebook、Instagram、LINE）
- ・ウォーキングアプリSALKOと連動したベジ活（ベジ活応援店）の利用促進

※ア、いずれも（2）～（5）と連動した内容としても可

（2）栄養・食生活における啓発

ア おうちでベジ活^{※1}サポート事業

県が登録しているベジ活応援店の利用促進及びベジ活応援店の登録件数増加に向けた取組を展開する。また、へらしお^{※2}を広く県民に啓発する。

特に、コロナ禍でもベジ活応援店の利用促進につながるよう、中食（テイクアウト含む）に焦点を当てた内容とする。

① ベジ活応援店利用促進キャンペーンの実施

- ・ベジ活応援店プレゼントキャンペーン（啓発POP、ポスター、景品等）
- ・テレビ・ラジオCM、SNS、情報誌、情報番組、ニュース特集等のパブリシティ等を活用し、より効果的な周知を行う。
- ・ベジ活応援店プレゼントキャンペーンの資材のうち、店舗用は、1店舗分ずつ個別梱包の上、管轄保健所へ送付すること。

② ベジ活応援店の周知・利用促進

- ・ベジ活応援店を紹介するテレビCM、SNSの発信（キャンペーンの周知以外）
- ・ベジ活犬LINEスタンプ（第二弾）の作成
- ・ベジ活応援店マップ（又は冊子）の作成
- ・ベジ活応援店のぼり（リニューアル）、ベジ活啓発のぼり

※1 「ベジ活」とは、野菜をしっかり食べる活動のこと。

※2 「へらしお」とは、塩分摂取量を1日2gおいしく減らす取組のこと。

イ へらしお実践普及事業

県民の塩分摂取量が増加していることから、へらしおの必要性（疾病予防等）とへらしおの取組等について、広く県民へ周知するとともに、啓発資材を作成する。

- ・テレビ・ラジオCM、SNS、情報誌、情報番組、ニュース特集等のパブリシティ等を活用したより対象に周知を期待できるもの
- ・ポスター、リーフレット等の普及啓発資材の作成
- ・イベント等で使用する展示パネル、横断幕の作成
- ・へらしお犬グッズの作成、へらしお犬LINEスタンプの作成

ウ 食品表示推進強化事業

食品表示法（平成25年法律第70号）に基づく食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）が平成27年に施行され、容器包装された一般用加工食品の栄養成分表示が義務化されたことから、県民に対して栄養成分表示の活用方法等を周知する啓発媒体を作成し、日々の栄養・食生活管理に積極的に活用されるよう促進する。

- ・チラシ作成
納品にあたっては、100部ずつ帯で仕分けること
- ・配布用啓発資材作成又はSNS広告

※ア②「ベジ活応援店の周知・利用促進」、イ「へらしお実践普及事業」、ウ「食品表示推進強化事業」については、連動した内容とすること。

エ コンビニ等における食環境整備

中食の利用機会を通じて、商品棚をPOP等で装飾することにより、主食・主菜・副菜を組み合わせた食事及び減塩についての理解促進及び実践の定着を図る。

なお、啓発媒体の作成にあたっては、宮崎県が包括連携協定を締結しているコンビニ等と協議してアイデアを出し合いながら進めることとし、無関心層にも効果的なナッジ理論を活用したデザインを意識すること。

- ・アイデア協議への参加
- ・デザインの考案、啓発媒体の作成及び送付
- ・評価アンケートの作成及び集計

(3) 歯の健康における啓発

ア いい歯の日キャンペーン等事業

80歳で20本以上自分の歯を保つため、いい歯の日（11月8日）を中心とした日程で県民の歯と口の健康に対する興味を喚起するとともに、定期的な歯科健診受診の啓発及びセルフケアの動機づけを行い、個人の行動変容に働きかけを行う。

なお、対象はすべての県民、職場、家庭等とする。

① いい歯の日イベントの実施

② いい歯の日プレゼントキャンペーンの実施

例として、歯科健診を受け設定された二次元コードから応募するとともに景品がもらえる等、行動を後押しするような企画を提案すること。

③ ノベルティの配布

- ・内容：歯ブラシ、歯間ブラシ、デンタルフロス、液体歯みがき、ガム等
- ・個数：3,000 個

④ テレビ・ラジオ CM、SNS、情報誌、情報番組、ニュース特集等のパブリシティを活用し、より対象に周知を期待できるもの

⑤ その他（自由提案）

より対象に周知を期待できるものを併せて検討すること。

イ 歯科疾患予防対策事業

フッ化物の応用によるむし歯予防方法についての正しい情報を周知し、県民の歯と口の健康に対する興味を喚起するとともに県民の歯と口の健康づくりを推進する。

対象は、小学校1年生とその保護者とする。

- ・啓発グッズの作成及び配布：11,000 部
- 納品にあたっては、50 部ずつ帯で仕分けること。

ウ 定期歯科健診受診普及啓発

8020 運動の前段階の目標として、6024 運動（60 歳で 24 本以上自分の歯を保つ）を推進している。特に働く世代の定期歯科健診受診率が低いこと、進行した歯周炎を持っている者の割合が低いことから、働く世代への定期的な歯科健診受診の普及啓発を行う。また、歯と口の健康が全身の健康と大きく関係していることを広く県民に周知する。

なお、対象は成人期（妊婦も含む）、特に働く世代（20 歳～40 歳代）をターゲットとする。

① チラシの作成及び配布：A 4 サイズ（片面フルカラー） 5,000 枚

納品にあたっては、50 部ずつ帯で仕分ける

② ポスターの作成及び配布：フルカラー、最低 300 枚

③ その他（自由提案）

定期歯科健診受診率向上が期待されるもの

エ 在宅歯科医療の啓発

在宅要介護者の歯科医療及び口腔ケアは、歯科疾患だけではなく発熱や誤嚥性肺炎予防などにもつながる。在宅ケアや医療に関わる医療従事者及び県民に対し、在宅歯科医療に関する知識や相談窓口の利用を促進するため、周知啓発を行う。

対象は、医療・介護等関係者及び県民とし、特に高齢者や障がい児者など通院が困難な人及び介護している人とする。

④ チラシの作成：A 4 サイズ（片面フルカラー） 5,000 枚

納品にあたっては、100部ずつ帯で仕分けること。

⑤ その他（自由提案）

在宅歯科医療の相談窓口の利用促進が期待されるもの

オ 障がい児者歯科医療の啓発

障がい児者歯科医療に関わる医療従事者及び県民に対し、障がい児者歯科医療に関する知識や相談窓口の利用を促進するため、周知啓発を行う。

① リーフレットの作成：両面カラーA4三つ折り 10,000部

納品にあたっては、100部ずつ帯で仕分けること。

② 啓発グッズの作成：600部

※ア～ウについては、連動した内容とすることが望ましい。ただし、エ及びオについては、ア～ウと事業の性質が異なるため、連動した内容としなくて良い。

※イ～オについては、SNS、情報誌、情報番組、ニュース特集等のパブリシティを活用し、より対象に周知を期待できるものを併せて検討すること。

（４）がん検診受診率向上のための普及啓発

がん検診の受診率向上を目的とした啓発動画及び資材を作成し、普及啓発に活用する。

- ・啓発動画の作成及び活用（SNS広告、CM、ビジョン等）
- ・ポスター、リーフレット等の啓発資材の作成及び送付

（５）九州各県・山口県における健康寿命延伸プロジェクトにおける啓発

九州一体で健康寿命を延伸することにより、いくつになっても健康で活躍できる地域「健康九州づくり」を行うことを目的に、宮崎県内における健康づくりの情報発信やイベントの周知及び実施を通して県民の健康行動の取組を促進する。

ア 九州・山口健康増進チャレンジデーの実施（９月第１日曜日を予定）

・県民が、自分の健康について考え、何か取り組むきっかけづくりができるよう、人が集まる場等（例：商業施設、朝市、街市、地域のイベント等）において、健康づくりに関するブースの出店やパネル展示、啓発資材の配布等を実施する。また、健康増進月間及びチャレンジウォークの周知も合わせて行う。

※配布する啓発資材等は他の事業で作成したものを使用可

イ 各県対抗！九州・山口チャレンジウォーク（１０月に実施予定）

県公式スマートフォンウォーキングアプリSALKOを活用し、１ヶ月間の１人あたりの１日平均歩数を競うイベントの実施。（九州・山口各県との協議により、対抗としない可能性もあり）また、アプリを使用できない参加希望者に対しても、歩数記録表の提出

等にて参加ができるような工夫を行う。

※九州・山口各県がそれぞれに設定した期間で実施し、アプリの使用の有無や実施方法は各県で異なる

・周知チラシ・ポスターの作成

チラシA 4両面カラー 10,000枚

納品にあたっては、100部ずつ帯で仕分けること。

ポスターB 2 カラー 200枚

九州ロゴマークと九州・山口各県のゆるキャラを必ず使用すること。各データの使用許可については県が取得しデータを委託業者へ提供する。

・ラジオCM、SNS、情報誌、新聞折り込み等のパブリシティ等を活用した県民へのイベント周知

・景品準備と発送

参加者のうち1日平均歩数8,000歩以上を達成した中から抽選でプレゼントする（変更となる可能性あり）

<基本的な申し込みから景品発送までの流れ>

- ① 参加者はSALKOのアプリをダウンロードする。
- ② イベント特設ページのエントリーフォームから参加申込みを行う。（特設ページ及びエントリーフォームは県で作成）
- ③ ウォーキングイベント終了後、県が委託業者へ参加者データの提供を行う。委託業者はそのデータをもとに抽選と景品の発送を行う。

6 成果品等の納入場所

〒880-8501 宮崎市橘通東2丁目10番1号

宮崎県福祉保健部健康増進課

電子メール：kenkozoshin@pref.miyazaki.lg.jp

7 業務遂行上の注意事項

- (1) 制作、実施に当たっては、県及び関係機関と十分に連携を取りながら行うこと。
- (2) 次の事業については、9月の健康増進普及月間及び食生活改善普及運動に合わせた啓発活動ができるようにスケジュールを組むこと。
 - ・ (2) ア おうちでベジ活サポート事業（ベジ活キャンペーンを除く）
 - ・ (2) イ へらしお実践普及事業
 - ・ (2) ウ 食品表示推進強化事業
 - ・ (4) がん検診受診率向上のための普及啓発
 - ・ (5) ア 九州・山口健康増進チャレンジデーの実施
 - ・ (5) イ 九州・山口チャレンジウォークの周知
- (3) 委託業務の遂行に関し、必要な能力と経験を有する業務責任者を定めること。また、業務遂行体制を明らかにすること。

- (4) 本仕様書について疑義が生じた場合又は本仕様書に定めのない事項については、県と十分に協議を行うこと。
- (5) 各事業で重複する内容については、効果的に実施すること。
- (6) 作成した動画及び成果品の電子媒体（PDF 等）は、それぞれ 1 枚の DVD にまとめて編集し、上記 6 に納品すること。