

楽しさを入口に、 若者の健康行動を変える

2グループ【健康】

浅井 大知 猿渡 南 松田 朋也
安田 匡志 片倉 友樹 平光 祐凡



- 1．若者の生活習慣
- 2．生活習慣の「振り返り」・「改善」を促すには
- 3．私たちの提案
- 4．事業の効果と行政が行う意義
- 5．実施方法・効果検証・予算
- 6．まとめ

1．若者の生活習慣

2．生活習慣の「振り返り」・「改善」を促すには

3．私たちの提案

4．事業の効果と行政が行う意義

5．実施方法・効果検証・予算

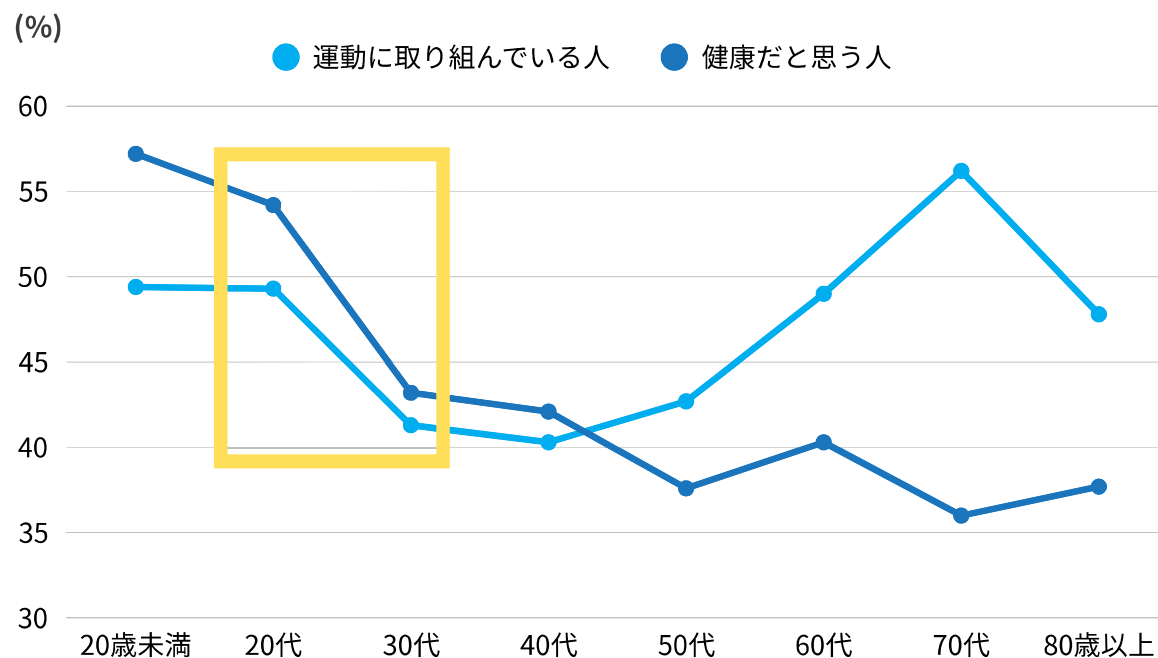
6．まとめ

若者の生活習慣について

03

20～30代で健康意識も運動習慣も大きく低下

設問：①健康づくりのために日ごろから運動に取り組んでいるか。
②自分は健康だと思うか（10点満点で8点以上の割合）



20代→30代の変化

①運動に取り組んでいる人

20代 49.3% → 30代 41.3%

▲8.0ポイント

②健康だと思う人

20代 54.2% → 30代 43.2%

▲11.0ポイント

出典：R8市民意識調査

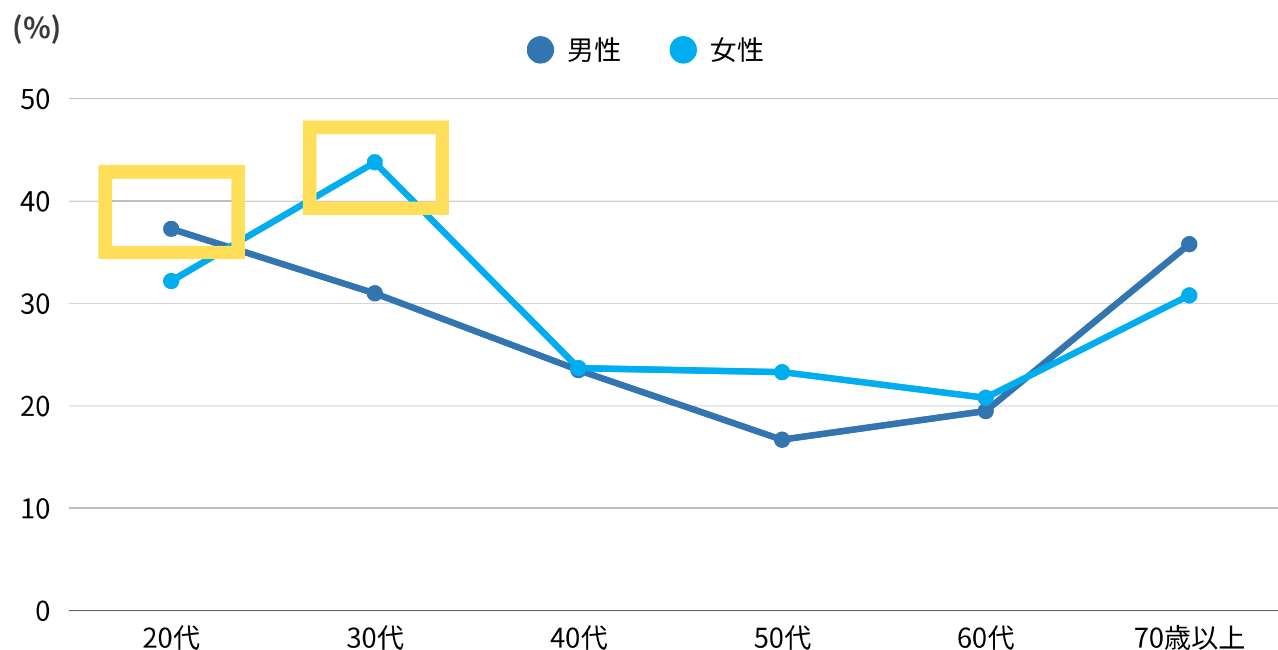
習慣が崩れ始める分岐点が20～30代。崩れる前に手を打つのが最も効果的

若者の生活習慣について

04

生活習慣を改善する“つもりがない”のは、20代男性・30代女性が最多

設問：メタボの予防・改善のために生活習慣の改善を実行している（しようと考えている）か。
→「何もするつもりがない」と回答した割合



生活改善を「何もするつもりがない」

20代男性

37.3%

男性の中で最も高い

30代女性

43.8%

全世代・男女の中で最も高い

出典：岐阜市健康基礎調査

市の報告書
も指摘

『何もするつもりがない割合が高い若い世代に対して、自分自身の生活習慣を振り返り、生活習慣の改善につながるような働きかけをしていく必要がある。』

「岐阜市健康基礎調査結果報告書(R7.2)」

主なターゲット

**20～30代の
岐阜市民**

特に、働く世代
(社会人・就労期の若年層)



ターゲットの特徴・課題



時間に余裕がない



意識はあっても、
行動に移せていない



楽しさや話題性に
関心がある



デジタルに
親しみがある

- 1．若者の生活習慣
- 2．生活習慣の「振り返り」・「改善」を促すには
- 3．私たちの提案
- 4．事業の効果と行政が行う意義
- 5．実施方法・効果検証・予算
- 6．まとめ

より若者に届けるためには？構造的な3つの壁

07

いずれも内容は充実した施策。課題は**若者への入口**にある

例

若者の側から見ると

新提案アプローチ

他人事の壁

自分ごとに感じない



「LET'Sウチエク」

再生数：570回／1年半

一般向けの情報は
自分ごとになりにくい

一人ひとりに合わせた
コンテンツが届く

認知の壁

情報が届いていない



健康アカウントフォロワー数
約300人前後

市をフォローしていないと
目に入らない

友人のシェアで、
探さなくても目に入る

行動の壁

一歩が重い



「ウゴクテ」での健康講話
20代参加数：0 の回もあり

平日の日中は
仕事と重なりやすい

会場も時間も不要
スマホの隙間時間で完結する

「やらなければ」から、「やってみたい」へ 楽しく届ける設計が必要

「楽しさ」は行動を変えられるのか

08

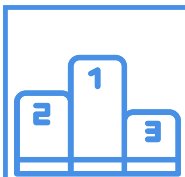
「やってみたい」と思わせる鍵が『ゲーム要素』である

ゲーミフィケーション

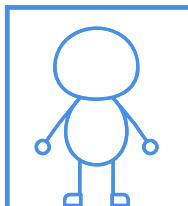
ゲームの仕組みを取り入れ、
楽しみながら行動変容を促す手法



ポイント



ランキング



キャラクター



ミッション

実証研究の結果

1日の歩行量

+54%

健康への関心が低い層にゲームアプリを提供した結果
※本事業のターゲット（20～30代）と同じ対象

出典：健康増進を目的としたゲーミフィケーションによる行動変容技法の実証研究(松隈浩之、荻野宏実)

「楽しさ」は行動を変える。行動は「健康」を変える。

健康改善の第一歩は、自分の生活習慣を知ること（セルフチェック）

セルフチェックが有効な4つの理由

01：自分ごと化



一般的な健康情報ではなく
「自分はどうなのか」を考えられる

02：振り返り



質問項目に答えるプロセス自体が
日頃の食事・運動・睡眠等を
振り返る機会になる

03：状況の可視化



自分の生活習慣のできていること
改善できることが分かる

04：継続比較



同じ項目を再度チェックすることで
自分の変化を確認できる

楽しく続けられるセルフチェックが、健康改善の入口になる

- 1．若者の生活習慣
- 2．生活習慣の「振り返り」・「改善」を促すには
- 3．私たちの提案**
- 4．事業の効果と行政が行う意義
- 5．実施方法・効果検証・予算
- 6．まとめ

私たちの提案

若者向け生活習慣セルフチェック

ミラミル

～ 未来のあなたはどんなキャラ？ ～



スマホで診断



結果はキャラで表示



定期的に再チェック

スマホ3分で、自分の生活習慣がキャラになる

STEP1

回答する



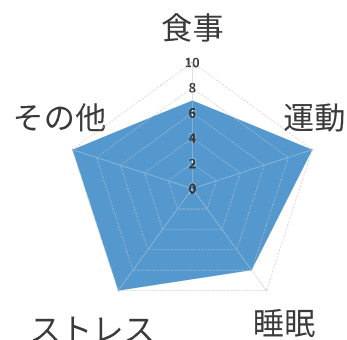
国のガイドラインや指標を参考にした5分類 計25問の設問に回答

5分類

- ・食事 ・運動 ・睡眠
- ・ストレス ・その他

STEP2

①結果の見える化 ②フィードバック



レーダーチャートで可視化

キャラ+今日からできる事を提案

提案+誘導

健康診断



イベント



情報発信



STEP3

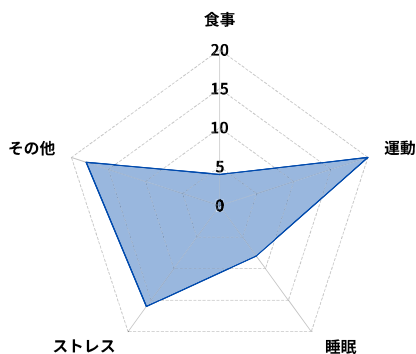
再チェック



前回診断したデータと比較し
キャラが成長

診断結果は、ひと目でわかる・共有したくなる

診断結果（1回目）

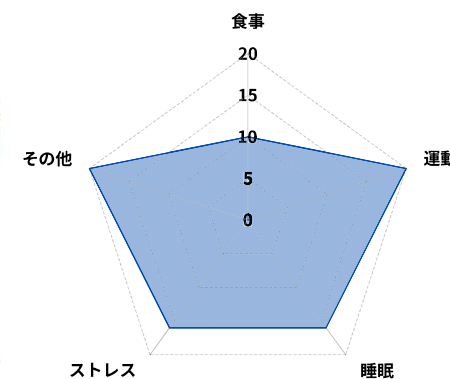


～あなたのキャラクタータイプ～
名前：ガンバリカワ

運動は大好きだけど、食事と睡眠がおろそかになりがちなかろうそ。頑張りすぎると目のクマが濃くなり、背中の毛が逆立つ。バランスの良い生活を目指して成長中

改善

診断結果（2回目）



～あなたのキャラクタータイプ～
名前：マッスレオ

運動が大好きなライオン。毎日のトレーニングで体力は満点級だが、夢中になるあまり食事や睡眠が後回しになることも。上手にストレス発散できるのでいつも前向き。真の健康王を目指して奮闘中！

01 Webサイトへアクセス



02 質問に答える



03 結果を確認する



04 ミッション・岐阜市施策へ



05

アンケートで 変化を確認

利用直後のアンケート

- ☒ ミラミルを利用して健康について考えるきっかけになったか
- ☒ ミッションに取り組もうと思ったか

- 1．若者の生活習慣
- 2．生活習慣の「振り返り」・「改善」を促すには
- 3．私たちの提案
- 4．事業の効果と行政が行う意義**
- 5．実施方法・効果検証・予算
- 6．まとめ

01

楽しく
参加

02

生活習慣の
チェック

03

習慣を
見直す
(意識変容)

04

習慣を
改善する
(行動変容)

05

実感する

06

継続



岐阜市既存施策

健康測定事業

- ・岐阜市健康診断
- ・InBody測定会
- ・骨密度測定

イベント

- ・ぎふ市民健康まつり
- ・クアオルト健康ウォーキング
- ・ウゴクテでの実施事業など

情報発信

Instagram
「クアオルト健康ウォーキング」
「食事でヘルスアップ！」
YouTube
「LET'Sウチエク」

1つのセルフチェックが、**市民の改善**と**市の施策改善**の両方につながる



なぜ民間ではなく、市が行うのか

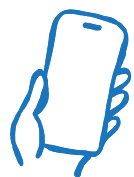


※設問は国の健康づくり指針に沿って設計し、若者の生活習慣の傾向を継続的に把握する

- 1．若者の生活習慣
- 2．生活習慣の「振り返り」・「改善」を促すには
- 3．私たちの提案
- 4．事業の効果と行政が行う意義
- 5．実施方法・効果検証・予算**
- 6．まとめ

市の発信をきっかけに、利用者のシェアで広げる

岐阜市からの情報発信



市の公式SNS発信

Instagram・LINE等で事業告知



カラフルタウンで告知

ポスター・テーブル貼りシールのQRコードからアクセス



若者向けイベントでPR

二十歳の集いなどで参加を呼びかけ

シェアで
広がる

利用者からの情報発信



診断キャラをSNSでシェア

一目でわかり、共有したくなる



友人のタイムラインに届く

市をフォローしていなくても目に入る

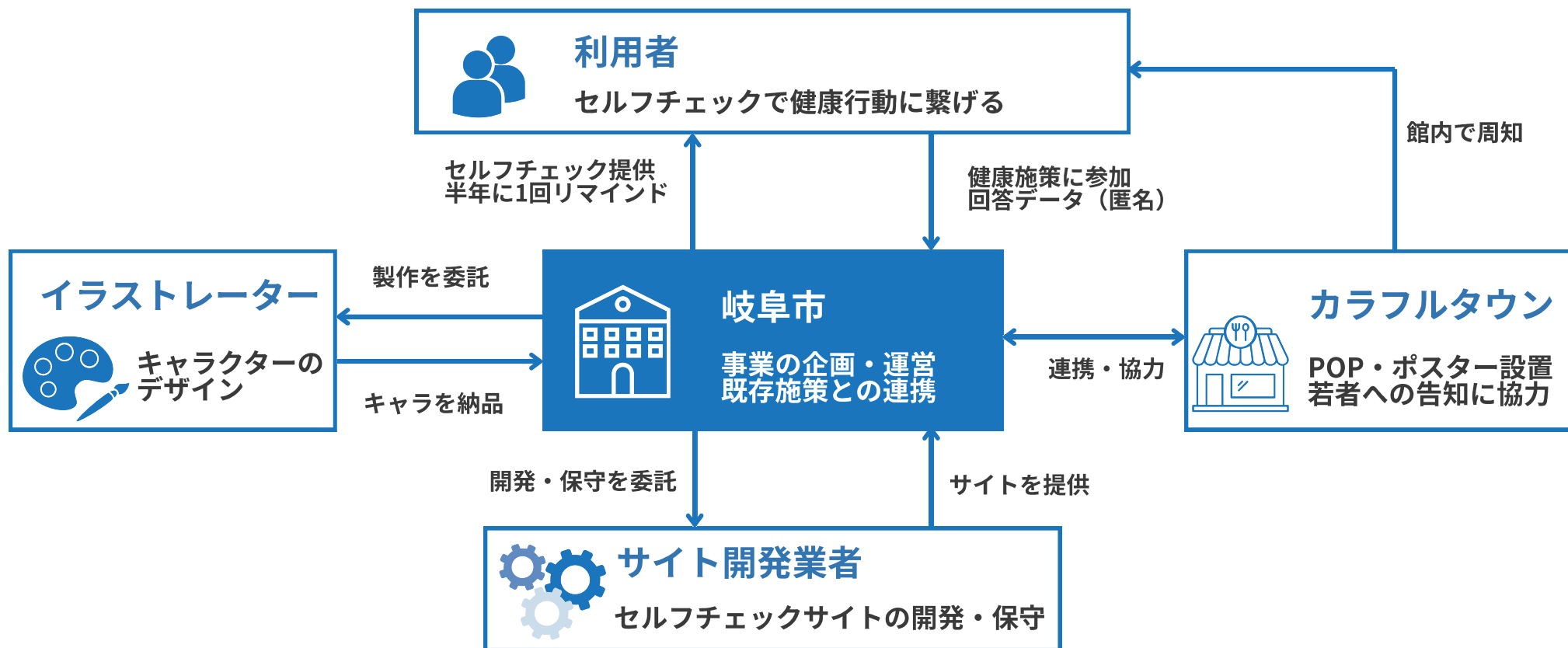


新たな利用者が参加

健康に関心が低い人にも自然に届く

健康に関心が低い若者にも、「自然に届く」流れを作る

岐阜市を中心に、民間企業と連携して若者に届ける



目指す姿 セルフチェックの普及による若者の健康意識の向上と行動変容

10月に公開し、若者が集まる場で一気に広げる

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
準備	設問設計・委託契約											
キャラ制作				キャラクター制作（依頼）								
サイト開発				開発・テスト								
公開							ミラミル公開・運用					
周知							カラフルタウン等でのPR（POP・ポスター）					
イベント										二十歳の集い		
検証											効果検証・改善	



カラフルタウン

若者・子育て世代が日常的に訪れる場でPR



回答者による拡散(SNS)

キャッチーなイラストを回答結果とともにSNSで拡散



二十歳の集い

新成人が一堂に会する場でQRコードを配布

「利用 → 気づき → 行動 → 継続」の4段階で動きを追い、「改善」で成果を測る

	過程指標 事業が動いているかを見る				成果指標
	01 利用	02 気づき	03 行動	04 継続	成果 改善
測るもの	20～30代の チェック完了者数	生活習慣を 「見直したい」人	既存施策への 送客数	半年後に 再チェックした人	再チェックで スコアが改善した人
目標	4,000人 8万人×5%	2,800人 完了者の約70%	200人 完了者の約5%	600人 完了者の15%	60% 再チェックした人のうち
測り方	アクセス解析 (年代を1問で確認)	利用直後 アンケート	リンクのクリック数 + イベント受付で確認	結果コードで 前回と照合	総合スコアが 5点以上向上 (100点満点中)

3カ年計画と目標値

23

小さく始めて、市の健康施策に定着させる

令和9年度に20～30代へ集中周知して始め、令和10年度に再チェックを定着、令和11年度に企業健診・市の施策へ組み込みます。



最終目標
(令和11年度)

20～30代の「生活習慣の改善を実行している割合」

39.5% → 44.0%

上位計画への貢献

第五次ぎふ市民健康基本計画
改善を実行している市民の割合
48.5% → 60.0%（令和17年度）

※改善＝再チェック時に総合スコアが5点以上向上した人

予算について（令和9年度）

項目	内容	金額（円）
Webサイト制作	設問・診断ロジックの設計	800,000
イラスト	キャラクターデザイン	300,000
広報	ポスター・卓上POP	200,000
運用・保守	サーバー・保守・軽微な修正	300,000
合計		1,600,000

1人あたりのコスト

400円

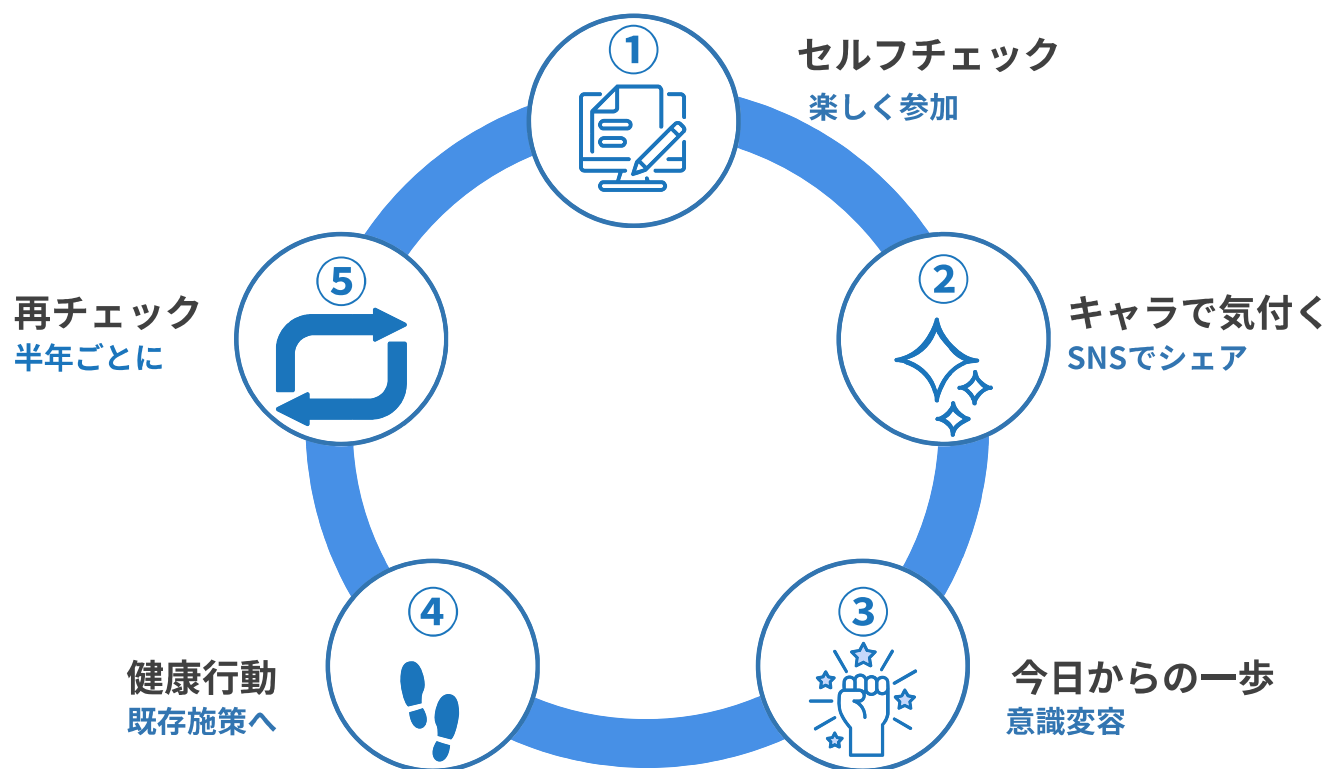
160万円 ÷ 完了者4,000人
健康無関心層に低コストで接触

費用を抑える工夫

- ・専用アプリではなくWebで開発
- ・周知は商業施設を活用
- ・2年目以降は運用中心で費用を縮小

- 1．若者の生活習慣
- 2．生活習慣の「振り返り」・「改善」を促すには
- 3．私たちの提案
- 4．事業の効果と行政が行う意義
- 5．実施方法・効果検証・予算
- 6．まとめ**

若者の生活習慣の「振り返り」と「改善」の好循環を生み出す。



この事業で実現すること

- 01 健康施策が届かなかった若者に「楽しさ」で届ける
- 02 気付き→行動→実感を半年ごとに繰り返す
- 03 回答データを市の既存施策に活かす

「やらなければ」から「やってみたい」へ。楽しさを入口に若者の健康行動を変える

ご清聴ありがとうございました

若者の「今」を知る一歩から、
誰もが健康なまち・岐阜へ

ミラミル

～未来のあなたは、どんなキャラ？～

