

## 都における地域・職域連携の取組の現状

### 取組の背景

- 「東京都健康推進プラン21（第二次）」において、都の役割に「企業等への働きかけ」と「地域保健と職域保健の連携推進」を明記。
- 推進会議に「地域部会」及び「職域部会」を設置し、地域・職域における現状・課題の共有、事業展開を検討。
- 平成30年度に実施したプラン中間評価において、目立った指標改善がみられなかった働く世代へのアプローチが必要。

### これまでの主な取組

#### ①職域健康促進サポート事業（平成29年度～）

- ☞ 東京商工会議所と連携し、健康経営アドバイザーを活用し、都内企業等への普及啓発と取組支援を実施

#### ②健康企業宣言東京推進協議会（平成27年度～）

- ☞ 保険者団体、経済団体と連携し、健康経営に取り組む企業を独自の基準で表彰

#### ③健康づくり事業推進指導者育成事業（平成25年度～）

- ☞ 区市町村や保険者等の担当者を対象に年間25回の人材育成研修を実施（内、1回「地域・職域連携」をテーマに研修を実施）  
講師：国際医療福祉大学小田原保健医療学部看護学科 副学部長・学科長・教授 荒木田 美香子 氏（平成27年度～）（※現推進会議委員）

#### ④生活習慣改善推進事業（平成26年度～）

##### I 地域における食生活改善普及事業（平成26年度～）

- ☞ 都保健所管内（多摩地域・島しょ地域）の飲食店を対象に、野菜メニュー店の普及・整備を推進

##### II 野菜メニューを選ぼうキャンペーン（平成26～27年度）

- ☞ 野菜の摂取量増加を図るため、都内のコンビニエンスストアや弁当・惣菜店等と連携して、野菜の摂取量増加を呼びかけるPOPの掲出や望ましい食習慣などを情報提供

##### III ポータルサイト「TOKYO WALKING MAP」の運営（平成28年度～）

- ☞ ワイドコラボ協定企業と連携し、同企業のウォーキングアプリにサイト掲載コースを提供

##### IV 女性の適正飲酒啓発活動（令和元年度（単年度事業））

- ☞ 事業者団体（ビール酒造組合）と連携し、川柳を募集・表彰、啓発冊子を作成

#### ⑤高齢者の食環境整備事業（令和元年度（単年度事業））

- ☞ コンビニエンスストア事業者（ファミリーマート）と連携し、中食を通じた高齢者の低栄養予防を推進

#### ⑥医療保健政策区市町村包括補助事業（平成18年度～）

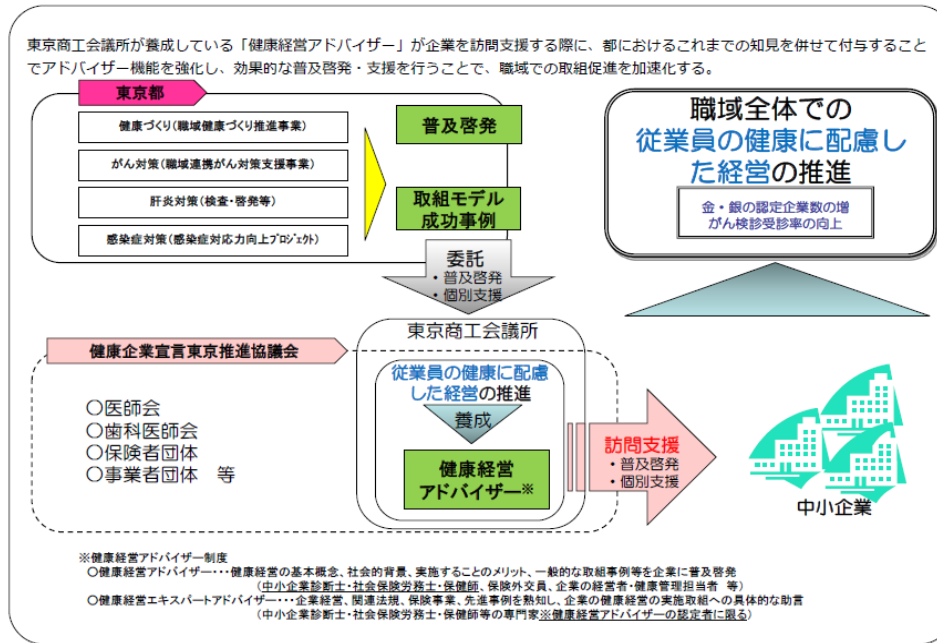
- ☞ 区市町村が実施する地域・職域連携に関する取組に対し、財政的支援を実施（地域・職域連携推進協議会運営支援、地域に根差した食環境整備事業）

## 取組①

## 東京都職域健康促進サポート事業（事業開始：平成29年度～）

- ◆ 都がこれまで実施してきた健康づくり、がん対策、肝炎対策及び感染症対策の知見の効果的な普及啓発と事業者における取組の促進を図るため、**東京商工会議所と連携**の上、東京商工会議所が養成する「健康経営アドバイザー」を活用し、事業者に対する普及啓発及び取組支援を行う。  
（平成29年度はモデル実施、平成30年度から本格実施）
- ◆ 年間目標社数：\* 普及啓発：10,000社 \* 取組支援（個別支援）：300社

### <事業イメージ>



### 健康企業宣言東京推進協議会

保険者団体、経済団体と連携し、健康経営に取り組む企業を独自基準で表彰を行う。

- 健康企業宣言®
- ・企業全体で社員の健康づくりに取り組むことを宣言し、一定の成果をあげた場合は「健康優良企業」として認定 ⇒ 企業イメージ向上等。
- ・健康優良企業認定は、「健康経営を行うための職場の健康づくり、環境整備」に取り組むことで認定される「銀の認定」と、「銀の認定」を受けた後に「健康経営、本人と家族の健康づくり、安全衛生」に取り組むことで認定される「金の認定」の2種。

- 「銀の認定」⇒保険者（協会けんぽ、健康保険組合連合会東京連合会）が審査・認定
- 「金の認定」⇒健康企業宣言東京推進協議会専門部会が審査・認定

### 現状

- 普及啓発については、目標社数を達成しているが、取組支援（個別支援）については、目標社数を達成できていない（平成29年度のモデル実施では目標の30社数を達成）⇒ただし、取組支援（個別支援）を受けた企業等の健康経営エキスパートアドバイザーに対する満足度は96.4%と高い。
- 取組支援の目標を達成するため、①から④の取組を行っている。
  - ①取組支援の実施期間を、以前よりも前倒しすることで、取組支援の実施期間を延長
  - ②取組支援の申込時や支援終了後のアンケート結果等の集計・分析結果を踏まえた普及啓発用リーフレットの改定等を行い、企業等のニーズを踏まえた支援ツールとして活用
  - ③特設ホームページを開設し、リスティング広告等によるPRやインターネット受付を行うことで、事業の認知度アップや申込みしやすい土壌を整備
  - ④健康経営アドバイザー同士の意見交換会を実施し、好事例や課題等を共有するとともに、支援の適正回数や質の向上について検討

## 取組②

## 野菜のメニューを選ぼうキャンペーン（事業開始：平成26～27年度）

- ◆野菜摂取量の増加に向けて、日本フランチャイズチェーン協会、日本チェーンストア協会関東支部、東京都弁当共同組合と連携し、都内のコンビニエンスストア、スーパーマーケットや弁当販売店等にてポップやチラシ等の掲出による普及啓発を実施。



ポップ（コンビニエンスストア）



チラシ（スーパーマーケット）



ポスター（スーパーマーケット）

### 現状

- 上記の取組以外に、「地域における食生活改善普及事業」において、「野菜メニュー店（1食当たり120g以上の野菜を使用したメニューがある店）」の普及と整備を実施（平成26年度～）＊多摩地域・島しょ地域で実施、令和元年9月末日時点：456店舗
- プラン中間評価では、野菜の摂取量（1日当たり）350g以上の人の割合（20歳以上）は改善傾向（男性：31.9%⇒35.5%、女性：28.6%⇒34.4%）にあるものの、依然として目標値の50%に達していない。

## 取組③

## 高齢者の食環境整備事業（事業開始：令和元年度（単年度事業））

- ◆フレイルの原因の一つである高齢者の低栄養を予防するため、**コンビニエンスストア事業者（ファミリーマート）と連携**した普及啓発を実施。

### 【コンビニエンスストア連携事業】

- 弁当や総菜に使われている食品の種類（10食品群）を価格カードに表示（都内約2,400店舗において、年に2回実施）
- 1品で栄養バランスが整ったお弁当の販売
- リーフレットの配布
- ポスターの掲示



7品目のビビンバ丼



ポスター



価格カード

### 現状

- 要介護高齢者の多くが、フレイルという段階を経て徐々に要介護状態に陥ることから、高齢期に自立した日常生活を送るために、栄養、運動、社会参加によるフレイルの予防・先送りが重要。
- 高齢者単独世帯の割合が、今後大幅に増えることが予測されているが、週に2回以上「総菜や弁当（中食）」を利用するひとり暮らし高齢者の割合は、ひとり暮らしの20代より多い。