

# 令和6年度 厚生委員会 地方都市行政視察調査報告書

## 1 訪問先及び調査事項

調査日	訪問先	調査事項
令和6年10月31日	山形県山形市	健康ポイント事業SUKSKについて
令和6年11月1日	山形県天童市	ショッピングリハビリ事業及びピンクリボン推進事業について

## 2 調査内容

### 山形県山形市

#### 1. 市の概要

山形市は、山形県の中部東に位置した県庁所在地であり、2019年には、中核市に指定されている。商業都市として発展し、明治22年に日本で最初の市制が施行された31市のうちの1市として、県内中心都市の基礎を固めた。現在、人口約24万人の堂々たる県都となった山形市は、「みんなで創る山形らしさが輝くまち 健康医療先進都市」を目指す将来都市像として掲げ、更なる発展を目指している。

その一環として、市民の健康寿命の延伸を目指すため、「食事（S）」「運動（U）」「休養（K）」「社会（S）」「禁煙・受動喫煙防止（K）」に配慮したバランスのよい生活である「SUKSK生活」の実践を呼びかけている。「健康ポイント事業SUKSK」は、専用のスマホアプリ又は歩数計を活用して、毎日の歩数や、健康づくりに関する事業への参加、健康診査・がん検診等を受診することでポイントをためることができ、一定のポイント数に達した方は、記念品の抽選に参加することができる事業である。

面積	381.58 km <sup>2</sup>
人口	242,924人（令和5年4月1日現在）
世帯数	103,616世帯（令和5年4月1日現在）
令和6年度一般会計当初予算額	1,021億1千8百万円
議員定数	33人

#### 2. 視察経過

山形市保健所を訪問し、山形市健康医療部健康増進課職員から説明を受け、質疑を行った。

### 3. 主な説明内容

#### 視察テーマ：健康ポイント事業SUKSKについて

##### 【調査事項】

##### (1) 「SUKSK生活」について

###### ①健康医療先進都市について

山形市では、目指す都市ブランドの二大ビジョンとして「健康医療先進都市」と「文化創造都市」を掲げており、担当所管だけではなく全庁的に取り組みを行っている。特に「健康医療先進都市」の達成のため、中心市街地のグランドデザインのテーマを「歩くほど幸せになるまち」とし、まちづくりと並行して市民の足の健康づくりに取り組んでいる。また、2019年に中核市に移行した際に、市保健所を設置し、専門職の知見や様々なデータを活かし、健康政策を進めるシンクタンクとして位置付けている。

東北6県の県庁所在地あるいは中核市の中で、総合病院の数が多く、10万人当たりの病床数が1位であったこと、最先端の医療が受けられること、健康的な生活を支える地域資源が豊富であることなど、恵まれた環境であったにもかかわらず健康政策が着目されていなかったことから、選ばれるまちになるべくブランディングをしている。

###### ②SUKSKプロジェクトについて

健康寿命を損なう原因を山形市民の健康データから分析したところ、認知症・運動器疾患・脳卒中が3大原因であることが判明した。この3大原因を抑えるために生活習慣病の予防が重要であり、食事(S)・運動(U)・休養(K)・社会(S)・禁煙(K)の5つの生活習慣の頭文字をとったSUKSK生活を推進している。

その中で、令和元年度からアプリや万歩計で歩数をカウントすることでポイントが貯まり、記念品の抽選に参加できるようになる健康ポイント事業SUKSKを展開しており、登録者数は1万6千人を越えている。システムとしてはNTTドコモの既製品を利用している。健康に関心のない世代へのアプローチとして評価されており、令和5年11月には、「第12回健康寿命をのばそう！アワード」において、全国85事例の中から厚生労働大臣最優秀賞を受賞した。

##### (2) SUKSK普及の5つの理由について

###### ①多種多様なポイント付与事業

8,000歩を歩くことで、1日100ポイントを取得できるメニューをベースとしつつ、地域活動やイベント、外食等日常のSUKSK行動に幅広くポイントを付与している。例としては、スポーツ観戦や民間フィットネスジム、低山ハイキング、グラウンドゴルフ、地区まつり、飲食店提供のSUKSKメニューの購入など、250以上の活動でポイントが貯まるようになっている。

イベントに参加した際のポイント付与方法には、各所にあるQRコードをアプリから読み取る方法と、デジタルデバインド対策として介護予防手帳やSUKSKポイント手帳にシールを集めて貯める方法がある。

## ②参加者を飽きさせない楽しい仕掛け

毎月第3土曜日・日曜日に8,000歩以上歩いた方へ、通常の5倍の500ポイントを付与するポイントアップデーを設け、年間平均の約1.8倍の方が8,000歩以上歩いた成果があった。

その他にも、複合施設コパルにおける秋のSUKSKフェアの開催や、山形市の秋の芸術祭に併せて街なか回遊ポイントラリーを企画する等、楽しくポイントをためる仕掛けを検討・実施している。

## ③事業所単位での登録推進

健康は「個人の問題」から、「組織・社会の問題」とし、企業を巻き込んで従業員の健康づくりをサポートしている。

事業所登録をすることで、市外の方でもSUKSKに参加できるようになるとPRを行い、令和元年には23事業所であったが、現在は約100事業所が登録している。全体登録者1万6千人のうちの3割程度が事業所の方々である。

## ④専門家やヘルスケア企業との連携

専門家を「SUKSKマイスター」として委嘱し、楽しく学べる「SUKSKスクール」を開講している。

また、楽天グループとの連携キャンペーンの実施や健康指標レポートサービスの無償トライアルで市内企業の健康経営支援をする等、全国初の企業連携も行っている。

## ⑤徹底したプロモーション

どんなに良い取り組みでも伝わらなければ意味がないとして、マスメディアやソーシャルメディアを徹底的に活用して広報を行っている。紙芝居による出前講座やアプリ登録サポート会、SUKSKメニューの実食をSNSでシリーズ投稿する等、職員手作りの広報活動も行っている。

また、オリジナルグッズの作成でSUKSKのブランディングや子供を入口にした親世代へのアプローチを図っている。

## (3) SUKSKプロジェクトの成果と今後について

### ①取り組みの成果

数値としての測定は難しいが、令和5年8月に実施したアンケートでは、回答者の約9割に健康意識の向上や行動変容が見られた。市民の健康寿命も男性・女性ともに延びており、成果があったと認識している。

### ②さらなる進化のために

SUKSKアプリとマイナポータルとの連携やAI健康アドバイスの導入、足寿命の延伸、部局を越えたウォーカブルなまちづくりを目指している。

## 【主な質疑応答】

(問) アプリ以外の利用者の割合は。また、アプリへ移行してもらうための対策は。

(答) アプリ以外の利用者は1割程度であるが、無理にアプリに移行させるのではなく、乗り換えキャンペーンを通じて緩やかに移行していくことを考えている。今後、健診の予約や通知等のDX化を検討しており、使えないという方々に使ってもらえるようなアプローチをしていきたい。

(問) 市職員の利用者の割合は。また、市職員の利用者数について今後の展望は。

(答) 30～40%程度である。共済組合の担当と独自のキャンペーンを実施しているが、利用者を更に増やせるよう取り組みたい。

(問) 他部署との連携はどのように進めたのか。

(答) 「健康医療先進都市」というビジョンがあったことで、取り組みを進めやすかった。また、他部署の社会参加に繋がるような取り組みを健康ポイント事業として認めていたがきっかけとなり、連携の機会が増えていった。

(問) 車いす利用者や障がい者の方に参加してもらうために、障害福祉分野との連携も含めた取り組みは。

(答) 障がい者の方のみを対象とした取り組みは実施していないが、インクルーシブな施設と連携し、障がい者の方も参加できるような健康づくりのイベントを健康ポイント事業として実施した。歩けない方への健康促進は課題であると考えており、障害福祉分野との連携を進めたい。

(問) 企業との連携についてどのように取り組んだのか。

(答) 現在、企業のニーズをキャッチする取り組みとして、SUKSK生活出前講座を開催することから始めたが、来年度はどのような事業をすべきかについて企業とワークショップ形式の取り組みを実施し、働き盛り世代の方へアプローチしていきたい。

(問) 数多くある健康ポイント対象事業の参加者数等についてどのように分析しているのか。

(答) 近隣の町のイベントもポイント対象事業とした結果、一気に集客があがったとの声も聞いており、一定効果があったと認識している。

(問) 導入時の予算及びランニングコストはいくらか。

(答) 既製品を使用しているため、開発経費はかかっていない。来年度、SUKSK全体の予算要求予定額は約4,800万円、うち健康ポイント事業としては約3,800万円を見込んでいる。一番費用が掛かる部分がアカウント利用料で、1ユーザーにつき1,200円+消費税である。

(問) 財源はどうしているのか。

(答) 昨年度までの5年間は地方創生推進交付金やデジタル田園都市国家構想交付金で2分の1が補われていたが、今年度からなくなってしまうということで新たな財源を検討しているところである。その一つの案として、連携事業とすることやアカウント利用料の仕組みの見直しなどを考えている。

(問) ポイント取得の方法の中で割合が高いのは、やはり歩数なのか。

(答) 毎日という意味では歩数のポイントが多いと思う。ただ、8000歩で100ポイントに対し、スポーツ観戦やSUKSKメニューは1回で500ポイントなので、一概に多い方法があるわけでもない。

(問) 補助金取得の方法として、「産業振興」のテーマを検討してみてもは。

(答) 国への申請の際には、中心市街地の活性化というテーマにしていた。今年度も継続事業として申請していたが、現在のままでは難しいと考えている。AI健診アプリ等を用いてPHRのデータを収集し、企業に提供することで誘致を図るといった方法も検討している。

## 山形県天童市

### 1. 市の概要

天童市は、山形県のほぼ中央部に位置し、市域は奥羽山脈を源にする立谷川・乱川等の扇状地で、西部は山形盆地に属する平野部である。市内北部で国道13号と48号が交わり、山形空港まで車で10分という、交通の便に恵まれた位置にある。

天童市では、歩行能力やお金の勘定、店員とのコミュニケーション等の様々な能力を無意識に使う「買い物」に着目し、行政・介護事業者・商業施設が連携して「ショッピングリハビリ事業」を行っている。65歳以上の要支援者を対象として、自宅からスーパーまでの送迎や介護の専門職員が買い物に同行することで介護予防に取り組んでいる。

また、「スリースマイル運動」と称し、愛する子ども・大切な人・あなた自身の3つのスマイルを守る運動としてピンクリボン事業を推進している。

面積	113.02 km <sup>2</sup>
人口	62,140人 (令和2年10月1日現在)
世帯数	22,589世帯 (令和2年10月1日現在)
令和6年度一般会計当初予算額	300億1千万円
議員定数	21人

### 2. 視察経過

天童市役所の市議会事務局を訪問し、健康福祉部健康課職員及び健康福祉部保険給付課職員から説明を受け、質疑を行った。

### 3. 説明内容

#### 視察テーマ：ショッピングリハビリ事業及びピンクリボン推進事業について

##### 【調査事項】

##### ショッピングリハビリ事業

#### (1) 取り組みの背景について

##### ①高齢者の状況

天童市では、令和6年4月1日現在の数値で人口約6万人のうち高齢者数1万8,760人で高齢化率は約31%、介護認定者数は約3千人である。また、世帯数約2万3千世帯の中で、高齢者のみ世帯が5,159世帯。そのうち一人暮らし高齢者世帯が2,358世帯で、今後も家族の支援を受けられない高齢者世帯が増加すると見込んでいる。

##### ②事業開始の契機

- ・要支援者は「買い物」がしづらくなっている

要支援者はADL（身の回りの動作）についてほとんど自立しているが、IADL（生活行為）での低下がみられる。

- ・地域ケア会議から見えてきた課題

筋力低下や低栄養、口腔ケア不足があげられる。

- ・運転免許返納に伴う買い物困難・閉じこもり

車で買い物に行く人が多いため、返納後は買い物困難になる例がみられる。また、免許返納者は今後増えることが見込まれる。

## (2) ショッピングリハビリ事業について

### ①概要

ショッピングセンター等での買い物における歩行や、商品の選択、料金の支払い、コミュニケーション等を通して介護予防を図っている。事業としては、柔軟な人員・運営基準が可能な総合事業として導入している。

### ②対象者・実施団体等

65歳以上の要支援1・2の方の中で、自分でショッピングカート等を利用して店舗内を移動し、買い物や支払い、袋詰めができる方を対象としており、面接による確認も行っている。

天童市通所介護事業所連絡協議会に委託しており、デイサービスの送迎車が空く時間帯を活用して実施している。8事業所が事業に協力してくれており、市内全域をカバーするよう4地区に分け、毎週水曜日の午後に事業を実施している。

1か月あたりの利用料金は、利用者負担を1割として1,510円、残9割を市の介護給付費で介護事業所へ支払っている。人員基準は利用者7人に職員1名配置とし、1人1人を手厚く介助しながらのショッピングではなく、あくまで自分一人で買い物をしてもらっている。

### ③事業の流れ

13時：自宅から送迎⇒13時30分：到着、準備運動⇒13時45分：ショッピング開始⇒14時45分：ショッピング終了⇒15時：自宅へ送迎⇒15時30分：送迎終了。

## (3) 事業成果と今後の課題について

### ①事業開始時の状況

実施団体・商業施設・地元の商工会等との調整に苦労していた。説明会等を実施し、丁寧な説明に努めた。また、初期導入費として補助対象経費の3分の1（上限40万円）を助成する補助金を創設した。

### ②成果

参加者の声として、買い物の自立や歩行への自信、意欲向上があげられる。また、利用者同士の交流や家族内での役割を持つことができるなどの効果も挙げられており、利用者が自分での買い物を楽しむことができている。

### ③課題

- ・利用者が長期化・固定化しやすい。
- ・身体レベルが低くなってもサービスの継続を希望する方への対応。

- ・買い物弱者への支援がメインではないことへの理解が進まない。
- ・新型コロナ流行後の影響が残っている。

## ピンクリボン推進事業

### (1) ピンクリボン推進事業の概要について

#### ①概要

天童市では、ピンクリボンスリースマイル運動と称し、乳がん検診の助成拡大、ピンクリボンメイトの養成、イベントでの啓発活動を行っている。

特に助成拡大施策として、40歳から58歳の偶数年齢及び41歳の方に無料クーポン券の交付や、60歳以上の偶数年齢者に検診料の一部助成、前年度市の検診を受けていない奇数年齢者への受診券発行を行っている。

#### ②事業開始の背景

「子育て支援日本一」を目指した施策を展開しており、県内でも先駆けて中学生までの医療費無料化や保育料の無料化などに取り組んでいる。

その中、平成27年に県内のピンクリボンフェスタのプレイベントを天童市で開催したことをきっかけに、女性のがんの罹患数1位であり、患者数・死亡数も年々増加している乳がんに着目した。乳がんは、女性が家庭や社会で最も活躍する年代に多い病気であり、早期発見すれば治る率も高いがんでもある。

新たな視点での子育て支援として、子育て世代の女性の命を守り、乳がんで亡くなる人をゼロにするというコンセプトで事業を開始した。

### (2) ピンクリボンスリースマイル運動について

#### ①スリースマイル運動

スリースマイルとは、「愛する子ども」、「大切な人」、「そしたあなた自身」の3つのスマイルを守る運動である。平成28年4月にキックオフイベントを行い、市長や医師会長も参加した。

#### ②ピンクリボンメイト養成講座

一般市民が専門医師や看護師、保健師、患者会の方の話を聞いて、正しい知識やセルフチェックの方法等を学習する講座を行っている。

講座受講者には、ピンクリボンバッジを身に付けてPRをしてもらったり、コロナ禍前には市主催のイベントで協力をしてもらったりしていた。

#### ③その他の取り組み

- ・小中学生に向けたがん教育。
- ・市の新規採用職員に対し、ピンクリボンメイト養成講習会を実施。
- ・ピンクリボンスマイル展、キャンペーン。
- ・女将会を通じ、温泉施設にセルフチェック法のポスターを掲示。
- ・オリジナルグッズの作成。



## 【主な質疑応答】

(問) ショッピングリハビリ事業を経て、一人で買い物できるようになった方はいるのか。

(答) 現状維持を目的としているため、改善して卒業といった方は今のところいない。

(問) 食材を買う方が多いと思うが、対象となる方々は自分で料理までできるのか。

(答) 要支援1・2の方を対象としているため、簡単な調理はできると思うが、一切合切をやるような方はいないと思っている。

(問) 事業者への委託料が安いように感じる。事業者がポジティブに受け入れてくれたことに何か理由はあるのか。

(答) 通所介護事業所等連絡協議会の会長が本事業に好意的であり、現状も理解してくれていたため、協力していただいていると思っている。委託料の決め方としては、総合事業としての国の基準に則っている。

(問) 要介護事業との違いは市民に理解されているのか。

(答) ケアマネジャーにも事業内容を周知いただいている。丁寧な説明に努めている。

(問) 週の回数を増やすような検討は行っているのか。

(答) 回数を増やす検討はしていないが、買い物をしながら歩くという事業内容で回数を増やすよりも保健体操をしたり、デイサービスで運動したりの方が筋力の維持向上に直接効果があると考えている。

(問) 参加者の内訳をみても、男性の方の参加者が少ないように思う。目的を考えると男女の差はないと思うが、男性へのアプローチ等は行っているのか。

(答) 男性は、こういった事業やデイサービスに参加する割合が少なく、運動メインの事業の方が参加しやすいと考えている。

(問) 買い物支援事業は行っているのか。

(答) 免許返納した際の助成券や障害がある方へはタクシー券の助成がある。また、ヘルパーの買い物代行や各スーパーなどで行っている配達事業を案内している。

(問) スーパーのイトインスペースでの体操とあるが、本事業のメニューとして基本は全員参加なのか。

(答) 買い物前の準備運動も兼ねているため、参加いただくことになっている。

(問) ピンクリボン推進事業について、早期発見につながっている事例は増えているのか。

(答) 詳細の状況はわからない。

(問) 市の乳がん検診対象者はどのくらいいるのか。

(答) 対象者の把握は難しい。人口から算出しているが、職域検診ではなく、市の検診の対象者になるかどうかの判断が難しい。令和2年から、検診受診先の意向調査の際に乳がん検診のアンケートもしている。市の検診を受けた方が約38%、職場で受けた方が約14%、治療中が約10%ということであった。