

健康づくり推進商店街支援事業目標、指標例

キーワード { 生活習慣病予防とコミュニティアプローチ
コミュニティエンパワーメント
健康なまちづくり

事業のねらい

社会全体で、メタボ予防を応援する環境整備（健康づくりをコンセプトとする街づくり）の試行的・モデル的取組み

- ・若い世代が利用する外食・中食産業の参画等，地域の食環境整備をすすめる。
- ・地域に密着した商店街の支援を通して，店主自身の健康への意識を高める。
- ・飲食店やその他商店等が，住民の健康づくりに貢献できることに気づかせ，協力を得る。
- ・商店街が自ら企画して，健康づくり歩行による買い物の奨励やイベントの開催等，地域に住む一般住民への啓発普及を主体的に実践し，健康づくりに貢献する。

取り組み毎の目標と 指標

健康づくりワークショップ

※商店街の人たち＝商工会関係者や事業主等

- ・商店街の人たちが健康に関心をもつ **商店街の人の健康感・関心度・行動変容**
- ・商店街の人たちが，消費者の健康の鍵になることに気づく **健康づくりサポート店の認知度**
- ・商店街の人たちが何かに取り組もうという気持ちになる
- ・自分たちで企画する **健康づくりに取り組む参加店・協力店数**

【個店毎にできることは何か，商店街としてできることは何か，保健所に支援を要請する】

- ・継続して取り組んでいこうという気持ちになる **継続率**
- ・市や保健所などの健康づくり関係機関，団体とのネットワークができる

メタボ予防啓発セミナー

- ・商店街の人が参画する **協力者数**
- ・商店街の人が満足感や充実感を得る **満足度**
- ・一般消費者が大勢参加する **参加者数**
- ・一般消費者が楽しく参加する
- ・一般消費者がメタボ予防に関心をもつ，理解する
- ・一般消費者が生活習慣改善に取り組もうという気持ちになる
- ・一般消費者が，健康に配慮した買い物ができるようになる

イベント参加者，商店街利用者の知識・理解・態度・満足度

- ①メタボに関心を持つ割合
- ②何かに取り組みたくなる
- ③メタボの認知度，予防策
- ④食事バランスガイド認知度

メタボ予防に関する消費者向け情報発信

売上の変化

- ・情報を得た消費者がそれを参考にする
- ・情報発信に取り組む店を増やす **情報発信参加店数・提供頻度・情報数**
- ・商店街のイベントに健康情報発信を取り入れる
- ・役立つ情報に，一般消費者が注目する **見たか、参考にしたか**

健康づくりサポート・おもてなしの店の掘り起こし，支援

他の商店街への波及がある

- ・食環境整備の重要性を理解する人が増える
- ・参加店が増える **健康づくりサポート参加店数・取組み項目**
- ・参加店の利用者が増える **参加店の利用者数**