

令和7年度 調査研究報告書

区民の健康寿命延伸に向けた 特別区の施策展開

はじめに

特別区23区長が組織する特別区長会は、平成30（2018）年6月15日、特別区長会調査研究機構を設置しました。

その設立趣旨は、特別区及び地方行政に関わる課題について、大学その他の研究機関、国及び地方自治体と連携して調査研究を行うことにより、特別区長会における諸課題の検討に資するとともに、特別区の発信力を高めることにあります。

平成31年4月から、各区から提案された特別区政に係る課題等についてプロジェクト方式で調査研究を開始しました。特別区職員・学識経験者が研究員となり、特別区の課題解決を中心に地方行政の一助となるよう、さらには国及び他の地方自治体との連携の可能性も視野に入れた調査研究を行っています。

調査研究の成果は、当機構ホームページに調査研究報告書及び各年度の研究報告会の模様を収めた動画を掲載しているほか、特別区の計画、ガイドライン策定や関係研究者の方々に活用されています。

最近の活用の例として、「『ゼロカーボンシティ特別区』に向けた取組み」（令和3・4年度研究）は、令和5年10月に「2050年『ゼロカーボンシティ特別区』の実現に向けた特別区長会共同宣言」につながり、さらに、提案区の区長が同年11月にアラブ首長国連邦のドバイで開催されたCOP28において特別区長会を代表して紹介するなど、大きな広がりを見せています。また、「帰宅困難者対策における初動対応体制の確立に向けた取組み」（令和5・6年度研究）は、総務省の「大都市における行政課題への対応に関するワーキンググループ」報告書で、大都市圏の広域連携の検討例として取り上げられ、その他にも「特別区における小地域人口・世帯分析及び壮年期単身者の現状と課題」（令和元・2年度基礎調査）は、この研究成果をもとに、プロジェクトメンバーが研究を継続し、令和6年4月に「東京ミドル期シングルの衝撃-『ひとり』社会のゆくえ」として出版され、話題を呼びました。

令和7年度は、「都市再開発」「震災対策」「健康づくり」の3つの分野について、調査項目・手法の選定、調査結果データの分析、今後の方策の検討等の研究を進め、1年間の研究成果を取りまとめました。調査研究にご協力いただいた地方自治体関係者、民間企業の皆様をはじめ、報告書の作成にあたりご協力をいただいた全ての方に深く御礼申し上げます。

当機構の調査研究報告書が、23区における行政課題の解決に資することはもちろん、全国の地方自治体、研究機関など多方面でご活用いただければ幸いです。

特別区長会調査研究機構

令和8年3月

目次

はじめに	2
目次	3
図表目次	6
調査研究に臨むにあたって	8
第1章 研究目的と概要	12
1-1 本研究の背景	12
1-2 本研究の目的・概要	15
第2章 健康寿命延伸に向けた施策の動向の概要	20
2-1 21世紀における国の健康寿命延伸に向けた施策	20
2-2 東京都の健康寿命延伸に向けた施策	23
2-3 特別区の健康アプリ・健康経営推進施策の概況	25
第3章 アンケート調査の実施	28
3-1 自治体アンケート	29
3-1-1 実施概要	29
3-1-2 分析方法	29
3-1-3 アンケート結果	30
3-2 住民アンケート	32
3-2-1 実施概要	32
3-2-2 分析方法	32
3-2-3 アンケート結果	33
3-3 事業者アンケート	35
3-3-1 実施概要	35
3-3-2 分析方法	35
3-3-3 アンケート結果	36
第4章 ヒアリング調査の実施	40
4-1 ヒアリングの実施概要	40
4-2 ヒアリング対象とした自治体の取組の特徴	41
4-2-1 健康アプリに係る事業のヒアリング	41
4-2-2 健康経営推進施策のヒアリング	43
4-2-3 健康アプリサービスを提供している事業者のヒアリング	45

第5章 特別区における施策の方向性の検討	48
5-1 健康アプリの導入・運用に向けたステップ要素	48
5-1-1 健康アプリ ステップ1-(1) 企画立案：目的と対象者の設定	49
5-1-2 健康アプリ ステップ1-(2) 企画立案：利用するアプリ機能の検討	52
5-1-3 健康アプリ ステップ2-(1) 導入：認知度向上・ダウンロード数増加	55
5-1-4 健康アプリ ステップ3-(1) 継続利用に向けた検討：アクティブユーザーの確保	58
5-1-5 健康アプリ ステップ4-(1) 効果の評価：効果測定方法・目標設定	61
5-1-6 健康アプリ ステップ4-(2) 効果の評価：健康アプリの導入効果の向上	63
5-2 健康経営推進施策の導入・運用に向けたステップ・要素	66
5-2-1 健康経営推進施策 ステップ1-(1) 企画立案：対象事業者の検討	67
5-2-2 健康経営推進施策 ステップ1-(2) 企画立案：健康経営推進施策の検討	69
5-2-3 健康経営推進施策 ステップ2-(1) 取組事業者拡大のための検討：広報等の実施	73
5-2-4 健康経営推進施策 ステップ2-(2) 事業者の取組状況と求められるノウハウ	76
5-2-5 健康経営推進施策 ステップ3-(1) 効果の評価：効果測定方法・目標設定	78
5-2-6 健康経営推進施策 ステップ3-(2) 効果の評価：健康経営推進施策の導入効果を高めるために	80
5-3 特別区における施策の展開にあたって	84
 これからの健康づくりに期待して.....	86
資料編.....	90
研究体制.....	90
活動実績.....	91
自治体アンケート 図表一覧.....	93

目次

住民アンケート 図表一覧	94
事業者アンケート 図表一覧	95
自治体アンケートの調査票と実施結果	97
住民アンケートの調査票と実施結果	129
事業者アンケートの調査票と実施結果	154
ヒアリングの実施概要と結果	178
ヒアリング実施結果の概要	179

図表目次

図表 1	我が国の平均寿命・健康寿命と世界ランキング（上位5位まで）	12
図表 2	我が国の「日常生活に制限のある期間」と世界ランキング	13
図表 3	平均寿命・健康寿命及び日常生活に制限のある期間の推移（全国）	13
図表 4	平均寿命・健康寿命及び日常生活に制限のある期間の推移 （東京都）	14
図表 5	東京都の「日常生活に制限のある期間」と都道府県ランキング	14
図表 6	東京都（区部）の65歳健康寿命（要支援1以上、要介護2以上）の 推移	15
図表 7	研究の目的のイメージ	16
図表 8	研究目的に応じた各調査の位置づけのイメージ	17
図表 9	「健康日本21」の指針と関連する法令	20
図表10	健康日本21（第三次）のビジョン	21
図表11	健康経営に係る顕彰制度について（全体像）	22
図表12	国と東京都の健康施策の変遷	23
図表13	とうきょう健康応援事業（東京健康UPlus）の概要	24
図表14	職域健康促進サポート事業	24
図表15	アンケート種別と把握することを想定した事項	28
図表16	自治体アンケートの実施概要	29
図表17	自治体アンケートの分析方法	29
図表18	健康アプリに関するアンケートの結果	30
図表19	健康経営施策に関するアンケートの結果	31
図表20	住民アンケートの実施概要	32
図表21	住民アンケートの分析方法	32
図表22	住民アンケートの結果	33
図表23	事業者アンケートの実施概要	35
図表24	事業者アンケートの分析方法	35
図表25	事業者アンケートの結果	36
図表26	健康アプリに係る事業・健康経営推進施策のヒアリング実施概要	40
図表27	健康アプリに係る事業のヒアリング対象団体と事業の特徴	41
図表28	健康経営推進施策のヒアリング対象団体と事業の特徴	43
図表29	健康アプリサービスのヒアリング対象団体と事業の特徴	45
図表30	健康アプリの導入・運用に向けたステップ・要素	48
図表31	健康経営推進施策の導入・運用に向けたステップ・要素	66
図表32	自治体アンケート調査票	97

図表33	住民アンケート調査票	129
図表34	事業所アンケート調査票	154

調査研究に臨むにあたって

わが国では、健康寿命の延伸が重要な政策課題となっている。国は令和6年度から健康日本21（第三次）を開始し、“健康寿命の延伸・健康格差の縮小”を最重要目標に掲げ、誰一人取り残さない健康づくりの展開と、より実効性をもつ取組の推進を基本方針としている。同計画では、地方自治体や企業、保険者、民間団体などの多様な主体による連携・協働が求められており、地方自治体には地域の実情に応じた施策の展開が期待されている。しかし実際には、健康格差の縮小に向けた具体的な方策、限られた予算や人材での効果的な事業実施、住民の行動変容を促す実効性ある取組の開発など、多くの課題に直面している。

東京都特別区のような大都市においては、地域住民の健康づくりと、地域に集積する中小規模事業場で働く労働者への健康支援という2つの重要な視点がある。地域住民については、すべての住民に効果的に健康づくりを推進し、健康格差の縮小を図ることが求められている。また、特別区には多数の中小規模事業場が集積しているが、これらの事業場では産業保健体制が十分に整備されていない場合も多く、労働者への健康支援をどのように推進するかが課題となっている。地域住民と地域で働く労働者の双方に対して包括的な健康支援を行うことが、地域全体の健康寿命延伸につながると考えられる。そのためには、地域保健と産業保健が連携した一体的な取組を推進することが重要である。

こうした課題認識のもと、本研究では健康寿命延伸に向けた取組の中で、住民向けの健康アプリの活用と、中小規模事業場における健康経営®の推進という2つの柱に着目した。近年、地方自治体による健康アプリの導入が進んでおり、令和2年度には全国1,024の地方自治体で健康アプリを活用した事業が実施されている。健康経営については、経済産業省の健康経営優良法人認定制度への申請数が年々増加し、令和7年3月に認定された“健康経営優良法人2025”では中小規模法人部門で19,796法人が認定されるなど、中小規模事業場における関心も着実に高まっている。また将来的には、健康アプリを中小規模事業場の健康経営推進にも積極的に導入するなど、2つの施策が連携・融合することで、より効果的な健康支援への実現が期待されている。本研究は、大都市ならではの環境や課題を踏まえたうえで、これらの施策がどのように展開され、またどのような効果や課題があるのかを明らかにすることを目的とする。なお本研究は、ウェブ調査、アンケート調査、ヒアリング調査を組み合わせた

※健康経営®は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。

包括的な社会調査であり、エビデンスと実践を橋渡しする次世代の研究として位置づけた。

本報告書は、健康アプリと健康経営が健康寿命延伸にどのように寄与しうるのか、また実効性ある施策展開のために何が必要かを検討したものである。全5章で構成されており、健康アプリと健康経営の取組状況や住民・事業場の実態を明らかにするとともに、特に第5章では、健康寿命延伸という遠い目標に向けて、施策の各ステップで定量的に評価・改善を重ねながら進めていくためのポイントを整理している。本報告書が、特別区をはじめとする地方自治体や、健康アプリ・健康経営に関わる実務者の皆様にとって、施策立案や事業推進の一助となれば幸いである。

「区民の健康寿命延伸に向けた特別区の施策展開」研究会副リーダー
帝京大学産業環境保健学センター研究員
杉本 九実

第 1 章

研究目的と概要



第1章 研究目的と概要

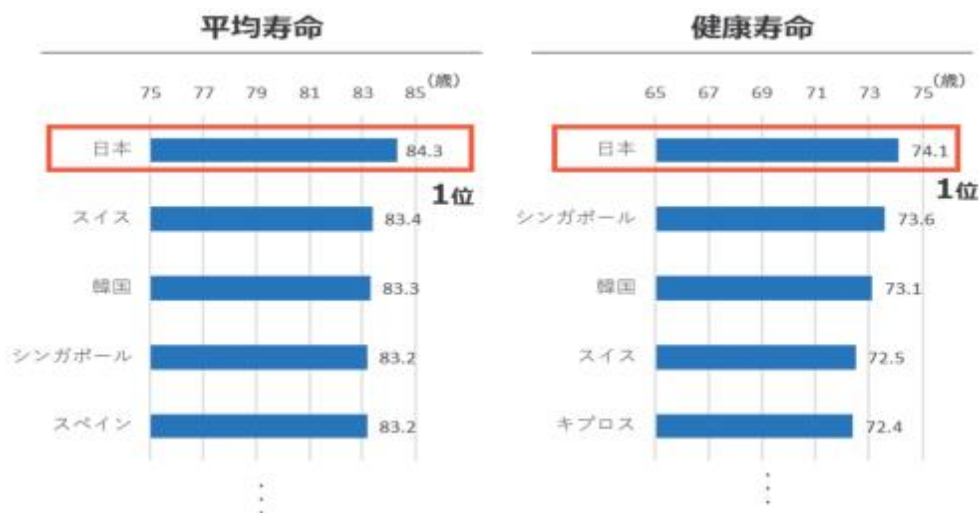
本章では、本研究の背景となる我が国の状況と、本研究の目的・概要について触れる。

1-1 本研究の背景

我が国では少子高齢化が進行している。特に高齢化については、平均寿命、すなわち「0歳における平均余命¹」の延びによって進行しており、令和4（2022）年時点において、我が国の平均寿命は世界1位である（図表1参照）。

また、近年では、全ての国民が健やかで心豊かに生活できる持続可能な社会の実現のため、健康寿命、すなわち「健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間²」の延伸を実現することが必要とされている。健康寿命についても、令和4（2022）年時点において、我が国は世界1位となっている（図表1参照）。

図表1 我が国の平均寿命・健康寿命と世界ランキング（上位5位まで）



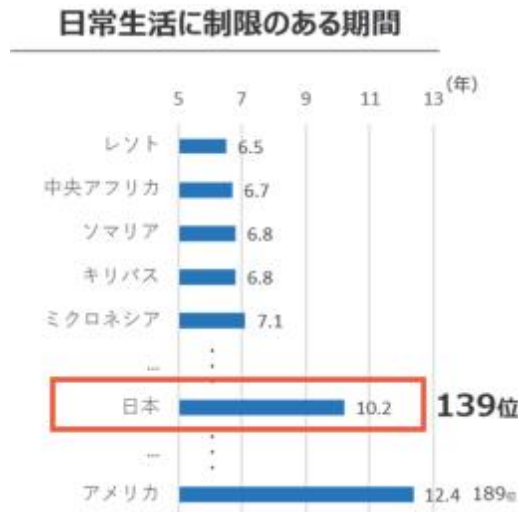
(WHO [Global Health Observatory data repository] 内、「Life expectancy and Healthy life expectancy」を基に作成)

1 厚生労働省「健康日本21アクション支援システム ～健康づくりサポートネット～」記事・用語辞典 (<https://kennet.mhlw.go.jp/information/information/hale/h-01-002>) より

2 同上

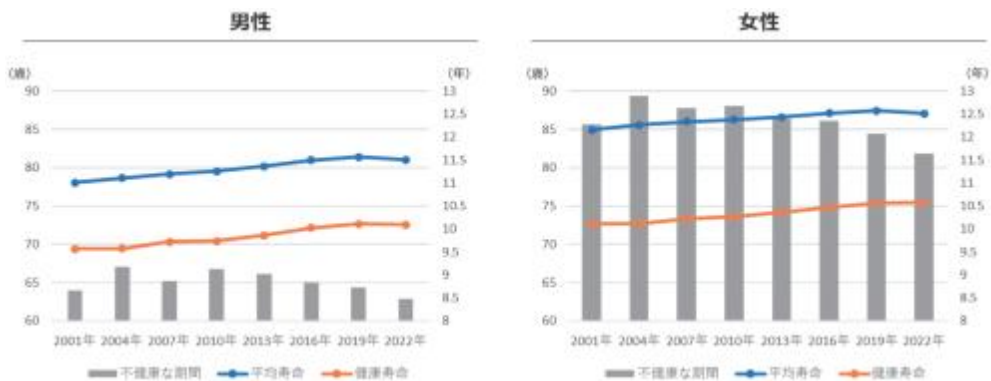
一方、平均寿命と健康寿命の差である「日常生活に制限のある期間」については令和4（2022）年時点で10.2年となっており、世界で139位となっている（[図表2](#)参照）。経年的に見れば、男性・女性ともに平成22（2010）年時点から令和4（2022）年時点までにかけて徐々に縮小傾向ではあるものの（[図表3](#)参照）、世界的に見れば当該期間が長いと考えられる。

図表2 我が国の「日常生活に制限のある期間」と世界ランキング



(WHO「Global Health Observatory data repository」内、「Life expectancy and Healthy life expectancy」を基に作成)

図表3 平均寿命・健康寿命及び日常生活に制限のある期間の推移 (全国)



(厚生労働省「簡易生命表」、厚生労働省「人口動態統計」、厚生労働省「国民生活基礎調査」を基に作成)

こうした状況を踏まえ、厚生労働省は、「我が国の高齢化が急速に進む中、国民一人ひとりの生活の質を維持し、健やかで心豊かに生活できる持続可能な社会を実現するためには、平均寿命の伸びを上回る健康寿命の延伸、すなわち、健康寿命と平均寿命との差を縮小することが重要³」であるとしている。

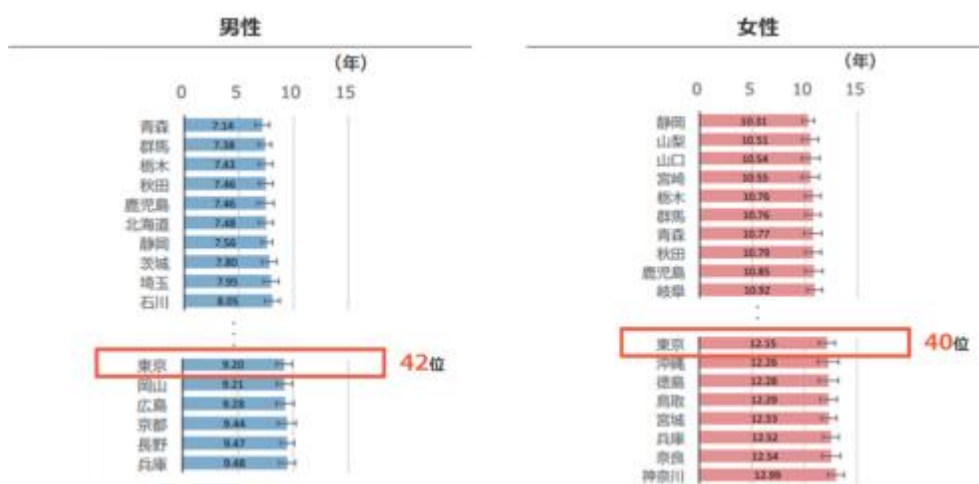
なお、東京都における日常生活に制限のある期間は図表4のとおりであり、都道府県間で比較すると、令和4（2022）年時点で男性は全国42位、女性は全国40位となっている（図表5参照）。

図表4 平均寿命・健康寿命及び日常生活に制限のある期間の推移（東京都）



(厚生労働省「第4回 健康日本21（第三次）推進専門委員会 資料1-1 健康寿命の令和4年値について」を基に作成)

図表5 東京都の「日常生活に制限のある期間」と都道府県ランキング



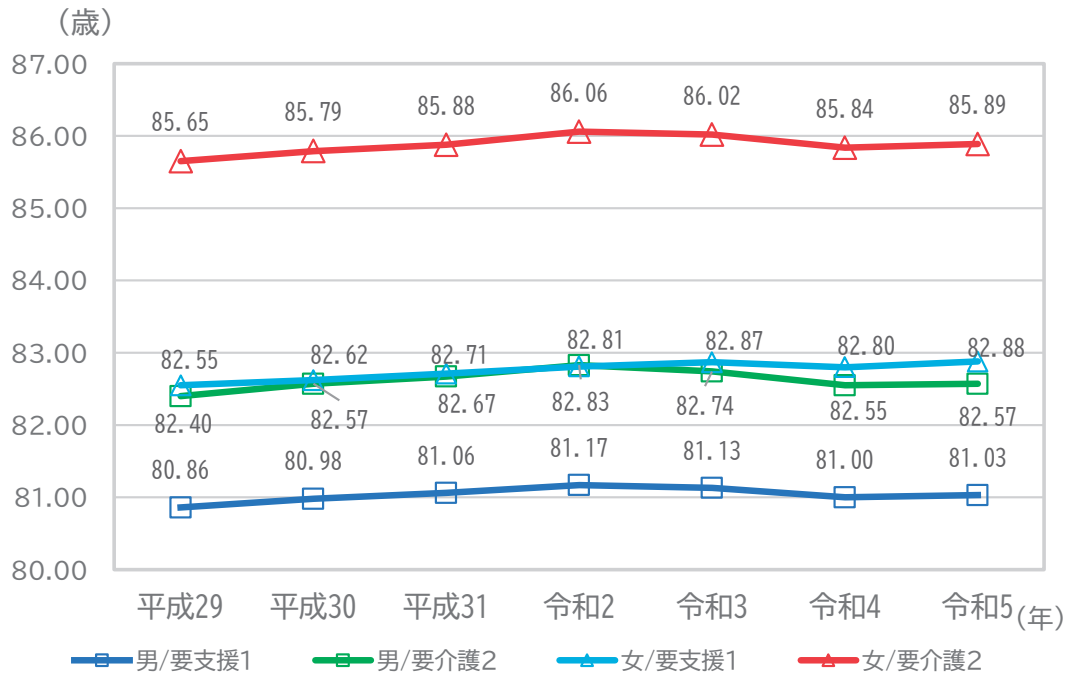
(厚生労働省 上記と同じ資料を基に作成)

3 厚生労働省「健康日本21アクション支援システム ～健康づくりサポートネット～」記事・用語辞典 (<https://kennet.mhlw.go.jp/information/information/hale/h-01-002>) より

1-2 本研究の目的・概要

1-1で述べたとおり、健康寿命の延伸は我が国における重要な課題であり、特別区においても例外ではない。国の取組と並行しつつ、特別区においても、健康寿命延伸に向けた効果的な行動変容施策を検討する必要がある。

図表6 東京都（区部）の65歳健康寿命（要支援1以上、要介護2以上）の推移



(東京都保健医療局「65歳健康寿命（東京都保健所長会方式）※」を基に作成)

※65歳の方が要介護認定を受けるまでの期間を「健康」とみなし、要支援1以上、または要介護2以上を障害と定義して算出

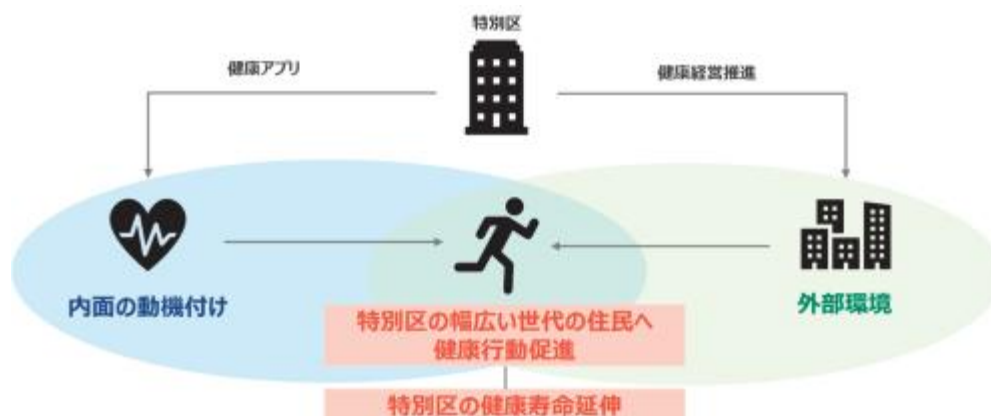
また、健康寿命の延伸を持続させるためには、高齢期の住民のみにアプローチするのではなく、より若い年代に対し、生涯を通じて健康行動を習慣づける必要がある。

本研究では、区民の健康寿命延伸に向けた施策の検討を目的とした。なお、自治体における健康寿命延伸に向けた施策は様々に実施されているが、今回は特別区内の幅広い世代にアプローチでき、かつ健康行動を「個人の内面の動機付け」及び「外部環境」の両面から促進できることが重要であると捉えた。この観点に立てば、個人が有するスマートフォンを活用することで、幅広い世代にアプローチすることが可能であり、かつ個人の内面の動機付けに資することのできる「健康アプリ」に関する施策が効果的であると考えられる。また、生産年齢（15～64歳）の世代が属する事業所が、従業員の健康の維持・向上のた

めの「健康経営^{®4}推進施策」に取り組むことで、幅広い世代が健康寿命延伸に向けた取組を実施するための外部環境⁵が整備されることにもつながる。

以上を踏まえ、本研究では、区内の住民の健康寿命延伸に向けた施策として、「健康アプリ」「健康経営推進」に関する施策に着目し、研究を進めることとした（[図表7](#)参照）。

図表7 研究の目的のイメージ

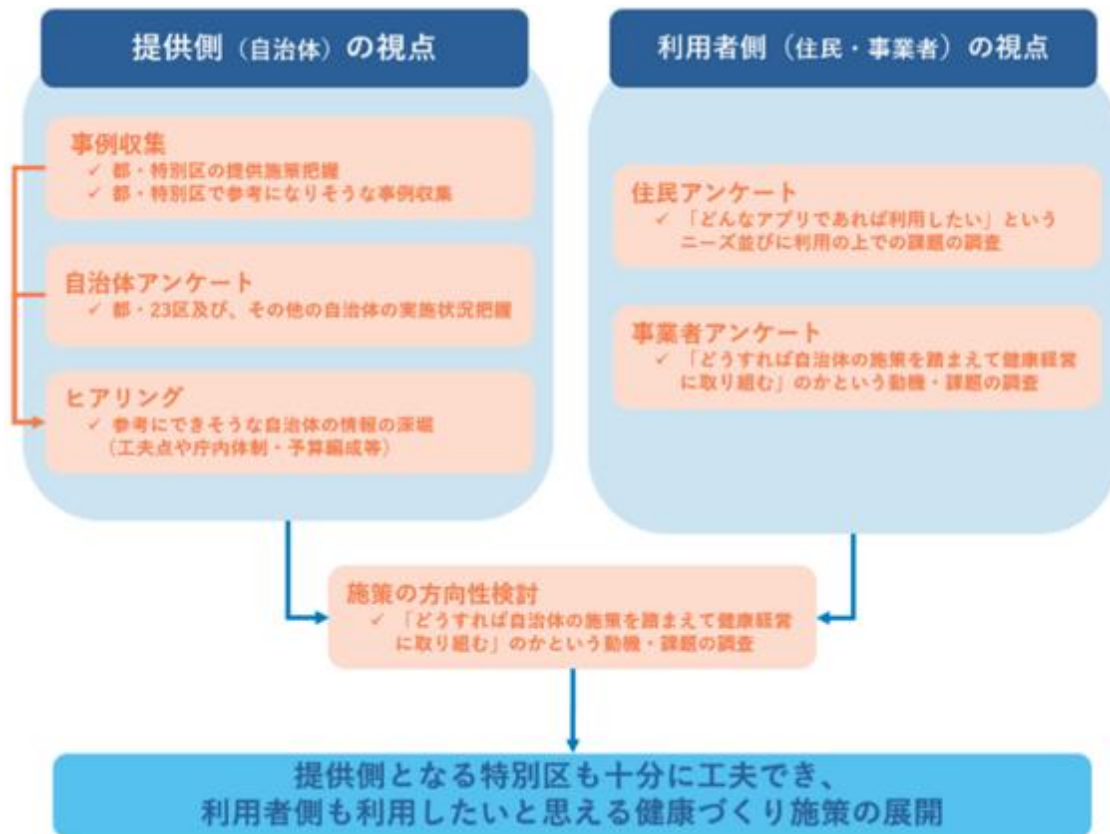


さらに、効果的な施策のためには、「行政サービスの利用者」である区民や事業者側のニーズと、「施策の提案者」である自治体の実現できる範囲とのバランスを取る必要がある。そのため本研究では、サービスの「提供側」（自治体）とサービスの「利用者側」（住民・事業者）の双方の視点を踏まえて、「提供側となる特別区も十分に工夫を凝らすことができ、利用者側も利用したいと思える健康づくり施策の展開」を目指し、事例収集・アンケート・ヒアリングを実施することとした。

4 「健康経営[®]」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標

5 企業がコントロールできない「自社の外側」にある状況や要素（競合の動き、市場の需要、法律、技術革新、景気、社会の価値観の変化など）のこと。

図表8 研究目的に応じた各調査の位置づけのイメージ



第1章

1-1

1-2

第2章

2-1

2-2

2-3

第3章

3-1

3-2

3-3

第4章

4-1

4-2

第5章

5-1

5-2

5-3

資料編

第2章

健康寿命延伸に向けた 施策の動向の概要

第2章

健康寿命延伸に向けた施策の動向の概要

本章では、本研究の実施において前提となる、健康寿命延伸に向けた国と東京都の健康アプリ及び健康推進施策に係るこれまでの施策の動向の概要について触れる。なお、施策については令和7（2025）年4月時点で調査したものである。

2-1 21世紀における国の健康寿命延伸に向けた施策

国では戦後、国民の健康づくりのために、「第1次国民健康づくり対策」「第2次国民健康づくり対策」といった取組が進められてきた。一方、年代が進むにつれ、急速な高齢化や生活習慣の変化による国民の疾病構造の変化が進み、対応の必要性に迫られることとなった。こうした状況を踏まえ、全ての国民が健やかで心豊かに生活できる活力ある社会とするために、平成12（2000）年、「21世紀における国民健康づくり運動（健康日本21）」が策定された。

「健康寿命延伸」は、「健康日本21」の目的の一つとされており、以降これまで、「健康日本21（第二次）」「健康日本21（第三次）」においても、引き続き目的の一つに位置付けられている。また、「健康日本21」の策定以降、「健康増進法」「医療制度改革関連法」も制定され、健康づくりに向けた取組が進められている（[図表9](#)参照）。

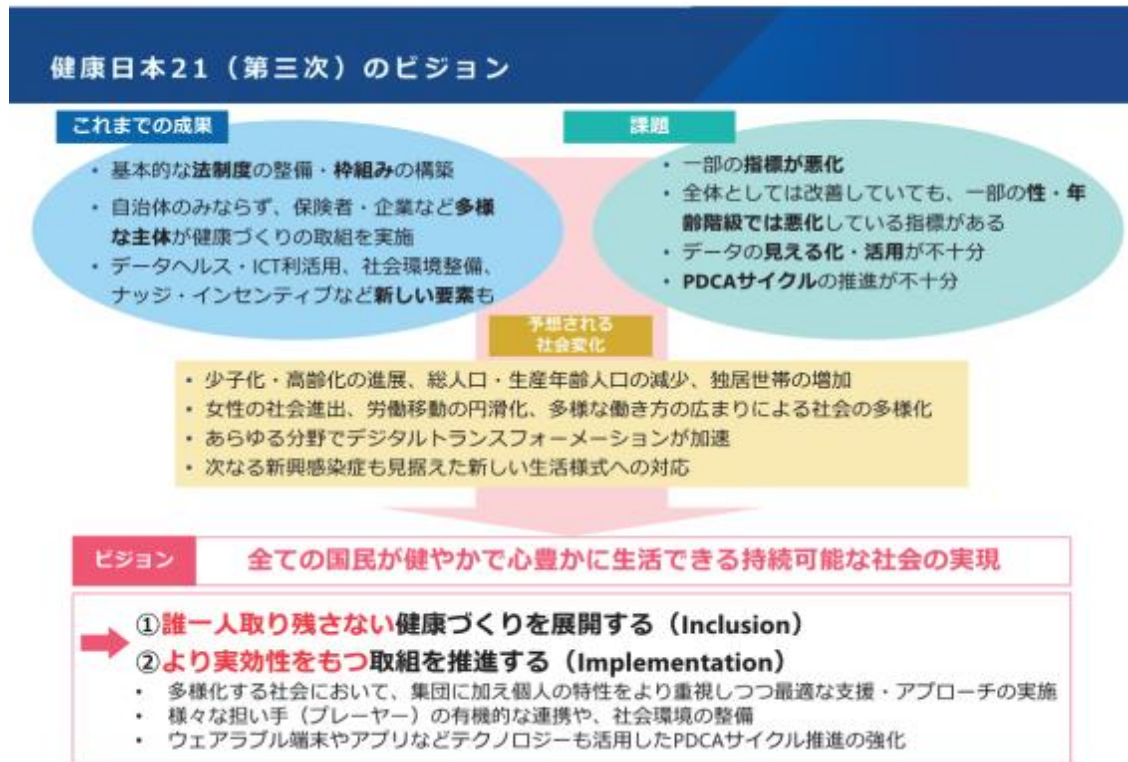
図表9 「健康日本21」の指針と関連する法令



(厚生労働省「健康日本21（第三次）」を基に作成)

令和6（2024）年に運用が始まった「健康日本21（第三次）」では、「誰一人取り残さない健康づくり」や「より実効性をもつ取組の推進」のために新しい視点を取り入れることとされており、その視点の一つとして、個人の健康情報の見える化・利活用について具体的に記載している。この一環で、ウェアラブル端末やアプリの利活用を推進すること⁶が示されている（図表10参照）。

図表10 健康日本21（第三次）のビジョン



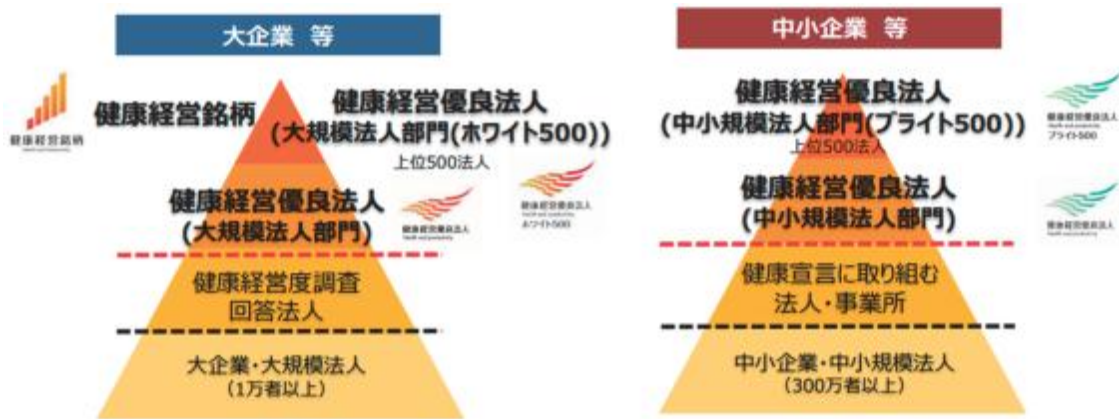
（厚生労働省「健康日本21（第三次）の概要」より抜粋）

また、経済産業省では、従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する「健康経営」を推進している。「健康経営」を推進することで、企業としては最終的に業績向上と企業価値向上、社会に対しては国民の健康増進、持続可能な社会保障制度の構築、経済成長等を目指している。

6 厚生労働省「健康日本21（第三次）の概要」
（<https://www.mhlw.go.jp/content/10904750/001158810.pdf>）より

さらに、健康経営に係る各種顕彰制度として平成26（2014）年度から上場企業を対象に「健康経営銘柄」を選定している。優良な健康経営に取り組む法人を「見える化」し、従業員や求職者、関係企業や金融機関などから社会的に評価を受けることができる環境を整備している（図表11参照）。

図表11 健康経営に係る顕彰制度について（全体像）



(経済産業省「健康経営の推進について」より抜粋)

2-2 東京都の健康寿命延伸に向けた施策

東京都では、国の「健康日本21」の策定に沿い、「東京都健康推進プラン21」を策定している。最新の「東京都健康推進プラン21（第三次）」では、「健康日本21（第三次）」に沿い、「誰一人取り残さない健康づくり」を掲げている（[図表12](#)参照）。

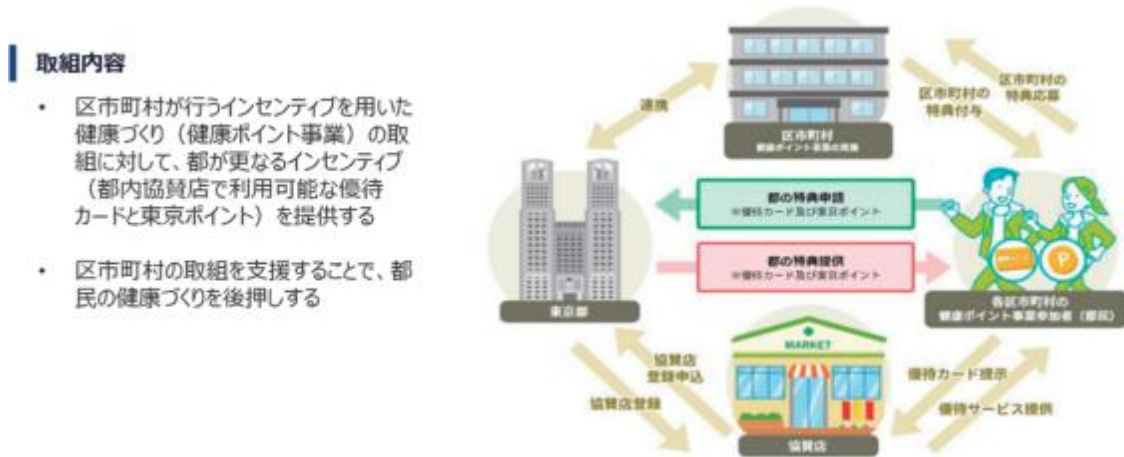
図表12 国と東京都の健康施策の変遷



(厚生労働省「健康日本21（第三次）」、「東京都健康推進プラン21（第三次）」を基に作成)

健康アプリに係る事業については、東京都としてはアプリを提供していない。一方で、都内の区市町村が行うインセンティブを用いた健康づくり（健康ポイント事業）の取組に対し、更なるインセンティブを提供する「とうきょう健康応援事業（東京健康UPlus）」を展開することにより、都民の健康づくりを後押ししている（[図表13](#)参照）。

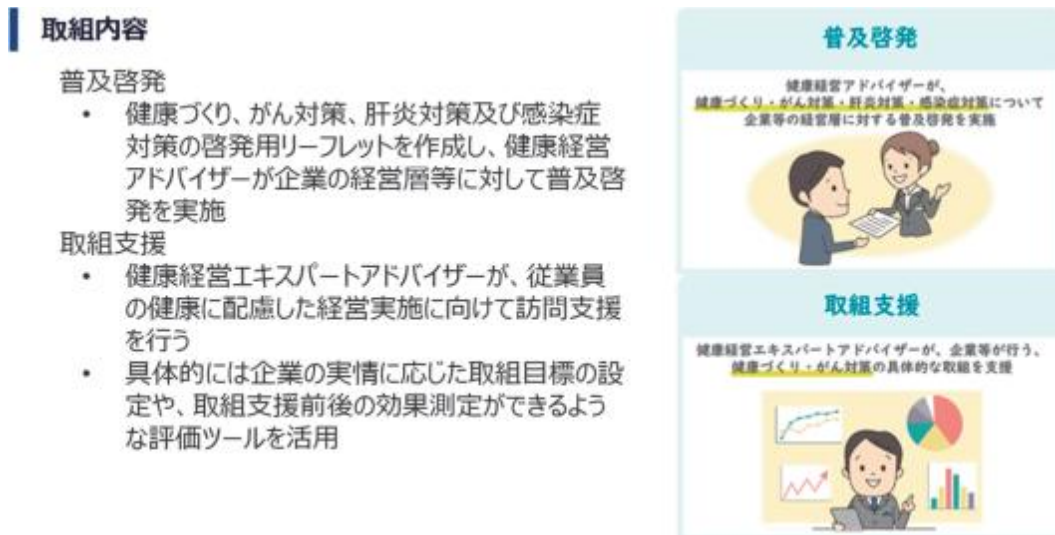
図表13 とうきょう健康応援事業（東京健康UPlus）の概要



（東京都「東京健康UPlus」ホームページを基に作成、または画像抜粋）

また、健康経営推進施策については、都内の事業者に向けて、東京商工会議所が養成する「健康経営アドバイザー」を活用した普及啓発・取組支援（職域健康促進サポート事業）を実施している（図表14参照）。東京都は、企業が健康経営について実質的な取組が実施できるよう、伴走的な支援を提供しているといえる。

図表14 職域健康促進サポート事業



（東京都保健医療局「とうきょう健康ステーション」ホームページを基に作成、または画像抜粋）

2-3 特別区健康アプリ・健康経営推進施策の概況

国・東京都における健康寿命延伸の施策を踏まえ、特別区においても、住民の健康寿命延伸に向け、健康アプリ・健康経営推進に向けた施策を実施している。

後述する第3章記載のアンケート結果によれば、健康アプリは23区中14区が導入・展開しており、健康経営推進施策は23区中9区が実施している。

第1章

1-1

1-2

第2章

2-1

2-2

2-3

第3章

3-1

3-2

3-3

第4章

4-1

4-2

第5章

5-1

5-2

5-3

資料編

第3章

アンケート調査の実施



第3章 アンケート調査の実施

本研究において、サービスの「提供側」（自治体）とサービスの「利用者側」（住民・事業者）の双方の視点を踏まえることを目指したことについては、「1-2 本研究の目的・概要」及び図表8において述べたとおりである。この考え方にに基づき、健康アプリに係る事業・健康経営推進施策を展開する「自治体」、健康アプリを利用する「住民」、健康経営推進施策を利用する「事業者」に分け、アンケート調査を実施した。各アンケート調査にて把握することを想定した事項を図表15に示す。

図表15 アンケート種別と把握することを想定した事項

アンケート種別	施策① 健康アプリ	施策② 健康経営推進施策
自治体アンケート	<ul style="list-style-type: none"> 特別区における実態把握 特別区に転用可能性のある自治体事例把握 施策の成功要因・失敗要因 	<ul style="list-style-type: none"> 特別区における実態把握 特別区に転用可能性のある自治体事例把握 施策の成功要因・失敗要因
住民アンケート	<ul style="list-style-type: none"> 特別区における利用状況の把握 特別区での健康アプリの認知・新規利用・継続利用に必要なニーズ把握 	
事業者アンケート		<ul style="list-style-type: none"> 健康経営推進策の認知経路と利用動機の把握 健康経営推進策に求めるニーズ把握

本章では、各アンケートの実施概要と分析方法及びアンケート結果について説明する。なお、各アンケートの実施結果の詳細については、報告書末の「資料編」に示す。

3-1 自治体アンケート

3-1-1 実施概要

自治体アンケートの実施概要を**図表16**に示す。

図表16 自治体アンケートの実施概要

実施目的	都道府県・政令指定都市・特別区が実施する①健康アプリ関連施策②健康経営支援施策の実施状況や効果・課題等を収集し、今後の特別区における取組の推進に資する知見を得る。
実施対象	都道府県、政令指定都市、特別区の関連施策所管部署 全90団体を対象として73団体から回収 回収率81.1%
実施期間	令和7（2025）年6月10日～6月30日 集計は7月3日午前までの回答を反映
実施手法	Webアンケートフォームにて実施（紙の調査票にWebアンケートフォームへのリンクを併記）

3-1-2 分析方法

自治体アンケートの分析方法を**図表17**に示す。

図表17 自治体アンケートの分析方法

分析方法	説明
単純集計	<ul style="list-style-type: none"> ・全ての設問に対して単純集計を実施 ・自由記述回答は、類似すると考えられる回答についてグループ化して集計 ・複数のグループに当てはまる回答は、当てはまるグループ全てにおいて重複のうえ集計
クロス集計	<ul style="list-style-type: none"> ・自治体の種別による傾向の違いを把握するため、都道府県、政令指定都市、特別区毎に集計 ・自由記述回答は、単純集計時にグループ化して整理するためクロス集計の対象としない。

3-1-3 アンケート結果

健康アプリに関するアンケート結果を図表18に示す。

図表18 健康アプリに関するアンケートの結果

No.	アンケート結果	※Q設問
1	<p>【アプリ導入の割合と導入されている機能】 健康アプリの導入は都道府県、特別区において60%、政令指定都市では50%強である。 導入している場合、健康行動記録・管理機能、インセンティブ付与（ポイント等）、ユーザーランキング表示に関する機能が多く搭載されている。</p>	Q1,6
2	<p>【ポイント付与機能・ランキング表示機能】 健康アプリを導入している自治体の90%程度が、アプリ内でのポイント付与機能や、ユーザー間のランキングを表示する機能を搭載している。 アプリ内で獲得したポイントは景品との交換に活用できる自治体が最も多い。</p>	Q6,11
3	<p>【健康アプリの導入目的】 健康アプリの導入目的について、「健康意識の醸成・行動変容」に分類される回答が最も多い。</p>	Q2
4	<p>【自治体考える「効果的な機能」】 健康アプリの利用者の健康行動の改善、利用者の健康リテラシーの向上に効果的な機能は、「健康行動記録・管理機能」と回答する自治体が多い。</p>	Q9
5	<p>【自治体考える「利用者数の増加・利用継続」に効果的な機能】 健康アプリの利用者数の増加・利用継続のために特に効果的であると思われる機能について、アプリ内でのポイント付与と回答する自治体が多い。 健康アプリ導入が効果を上げている要因について、「インセンティブ付与」に分類される回答が最も多い。</p>	Q9,17
6	<p>【導入効果測定のために参照している指標】 健康アプリの導入効果を測定する際には、都道府県は健康アプリのダウンロード数、政令指定都市と特別区はアクティブユーザー数を参照することが多い。</p>	Q13

No.	アンケート結果	※Q設問
7	<p>【自治体が考える健康アプリの導入効果】 健康アプリ導入の効果については各自治体で測定方法に違いがあるものの、「健康のための行動の増加」の効果があると認識している自治体が多い。</p>	Q16

※「Q設問」欄は、アンケート結果の記述の根拠としたアンケートの設問番号(図表18・19・22・25各表とも同様)

健康経営施策に関するアンケート結果を図表19に示す。

図表19 健康経営施策に関するアンケートの結果

No.	アンケート結果	Q設問
1	<p>【健康経営施策導入の割合と具体的な施策内容】 健康経営支援施策の実施率は、都道府県では80%強であるが、特別区では40%程度に留まる。 実施している場合には、普及啓発・インセンティブ付与(認証・表彰含む)・取組実施支援に関する施策が多く、財政的な支援施策は少ない。</p>	Q22,25
2	<p>【設定している目標】 目標設定は、「健康経営を実施している事業者数」や「認証・表彰の対象となる事業者数」が多い。</p>	Q31
3	<p>【自治体が考える主な効果につながる取組】 事業者とのタッチポイント維持・増加による取組が、関連施策の効果に繋がっている。</p>	Q34
4	<p>【自治体が考える主な今後の課題】 健康経営に対する事業者の認知度の不足や、事業者・自治体双方のリソース不足が、健康経営施策の推進に当たって課題となっている。</p>	Q35
5	<p>【健康経営推進施策を実施していない主な理由】 実施していない自治体では、所管部署が定まっていない、又はそもそも不要と考えている場合が多い。</p>	Q38

3-2 住民アンケート

3-2-1 実施概要

健康アプリに関する住民アンケートの実施概要を図表20に示す。

図表20 住民アンケートの実施概要

実施目的	特別区住民における「健康アプリ」の利用実態とニーズ（認知段階、ダウンロード段階、継続利用段階）を把握する。																																																
実施対象	<ul style="list-style-type: none">・ 研究員の属する特別区4区（大田区、杉並区、荒川区、葛飾区）・ 健康アプリの対象や機能から江東区、品川区2区・ 以上の6区にお住まいの18～79歳を対象に、以下の割付で調査を実施 <p style="text-align: right;">(人)</p> <table border="1"><thead><tr><th></th><th>18～39歳</th><th>40代</th><th>50代</th><th>60～79歳</th><th>合計</th></tr></thead><tbody><tr><td>江東区</td><td>250</td><td>250</td><td>250</td><td>250</td><td>1,000</td></tr><tr><td>品川区</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>500</td></tr><tr><td>大田区</td><td>250</td><td>250</td><td>250</td><td>250</td><td>1,000</td></tr><tr><td>杉並区</td><td>250</td><td>250</td><td>250</td><td>250</td><td>1,000</td></tr><tr><td>荒川区</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>500</td></tr><tr><td>葛飾区</td><td>250</td><td>250</td><td>250</td><td>250</td><td>1,000</td></tr><tr><td>合計</td><td>1,250</td><td>1,250</td><td>1,250</td><td>1,250</td><td>5,000</td></tr></tbody></table>		18～39歳	40代	50代	60～79歳	合計	江東区	250	250	250	250	1,000	品川区	125	125	125	125	500	大田区	250	250	250	250	1,000	杉並区	250	250	250	250	1,000	荒川区	125	125	125	125	500	葛飾区	250	250	250	250	1,000	合計	1,250	1,250	1,250	1,250	5,000
	18～39歳	40代	50代	60～79歳	合計																																												
江東区	250	250	250	250	1,000																																												
品川区	125	125	125	125	500																																												
大田区	250	250	250	250	1,000																																												
杉並区	250	250	250	250	1,000																																												
荒川区	125	125	125	125	500																																												
葛飾区	250	250	250	250	1,000																																												
合計	1,250	1,250	1,250	1,250	5,000																																												
実施期間	令和7（2025）年7月11日～7月18日																																																
実施手法	調査会社へ依頼し、モニターにWebアンケートを配信して実施																																																

3-2-2 分析方法

住民アンケートの分析方法を図表21に示す。

図表21 住民アンケートの分析方法

分析方法	説明
単純集計	<ul style="list-style-type: none">・ 全ての設問に対して単純集計を実施・ 既存の統計との比較、調査会社に関連するアプリの利用者を除いた集計との比較を実施

分析方法	説明
クロス集計	年齢や健康への関心の差異による傾向の違いを把握するため、年代別、健康関心度別 ⁷ に集計

3-2-3 アンケート結果

住民アンケートの結果を図表22に示す。

図表22 住民アンケートの結果

No.	アンケート結果	※Q設問
1	<p>【認知・利用実態把握】</p> <p>健康アプリそのものの認知度は高くなく、特に60-79歳、低関心度で低い傾向。また、自治体の健康アプリの認知度も高くはない。</p> <p>現在になかしの健康アプリを利用している比率は30%程度であり、年代が上がるほど、健康関心度別では低関心度で利用している比率が低い傾向にある。一方、利用頻度をみると、50代以上で「毎日」が高い状況が見られる。</p>	Q6,9,10
2	<p>【認知獲得】</p> <p>自治体の健康アプリは、「自治体の広報誌、ちらし」経由の認知が多く、一般の健康アプリやその他アプリは「Webサイト」から情報を入手することが多い。年代別では、18-39歳で「SNSの投稿」の比率が高いといった特徴が見られる。</p> <p>健康アプリを利用していない層で利用意向が高い機能は、「ポイント等の付与機能」「健康行動記録・管理機能」である。また、18-39歳で「付与されたポイント等で寄付ができる機能」、60-79歳では、「脳トレ」が高いといった傾向もある。</p>	Q7,18,19

7 健康関心度尺度の分類については、健康関心度尺度の短縮版を参考に、健康に対する考えの4項目について、そう思わない：1、あまりそう思わない：2、ややそう思う：3、そう思う：4、として合計得点を算出。合計得点で三分位で3群に分け、4～10点を低関心度、11～12点を中間心度、13～16点を高関心度とした。（（出所）帝京大学大学院 健康関心度尺度（<http://www.med.teikyo-u.ac.jp/~tsph/12-itemInterestinHealthScale.pdf>））

No.	アンケート結果	※Q設問
3	<p>【ダウンロード促進】</p> <p>「ポイントなどがあってお得なため」「健康状態を把握するため」「健康になるための行動をするため」を目的としたダウンロードが多い。年代別にみると、「アプリやアプリに関するイベントを楽しみたいため」「美容のため」は若い年代ほど高い傾向にあるといった特徴も見られる。</p> <p>認知しているがアプリを利用していない理由は、「どういったアプリか調べていないから」がトップ。年代別でみると、18-39歳で「利用したい／関心のある機能がなかったから」が高いといった特徴がある。</p>	Q11,12,17
4	<p>【利用継続】</p> <p>利用を続けたい機能のトップは、「健康行動・管理機能」であった。利用を止めた理由としては、「入力などが手間だったから」「ポイントなどがたまらなかったから」が高い。</p>	Q13,14,16
5	<p>【本調査の回答者の主な特徴】</p> <p>「令和4年国民生活基礎調査」と比較すると、日本全体に比べて健康意識が高い。</p>	Q2,3

3-3 事業者アンケート

3-3-1 実施概要

事業者アンケートの実施概要を図表23に示す。

図表23 事業者アンケートの実施概要

実施目的	健康経営に取り組む事業者の取組実施状況や実施に当たっての課題、支援ニーズ等を把握することで、今後の特別区における健康経営推進施策の方向性について知見を得る。
実施対象	<ul style="list-style-type: none"> 自治体の健康経営認証・表彰制度に認証・表彰されている事業所計500件 認証・表彰制度を実施している特別区（墨田区、品川区、大田区、杉並区、足立区、葛飾区）における認証事業所388件 認証制度を実施している近隣政令指定都市（千葉市、さいたま市、横浜市）における認証事業所112件（公開情報にて把握した事業所からランダム抽出） 500件を対象として127件から回収 回収率25.4%
実施期間	令和7（2025）年7月7日～7月31日 集計は8月4日午前10時までの回答を反映
実施手法	Webアンケートフォームにて実施（紙の依頼状にWebアンケートフォームへのリンクを記載）

3-3-2 分析方法

事業者アンケート分析方法を図表24に示す。

図表24 事業者アンケートの分析方法

分析方法	説明
単純集計	<ul style="list-style-type: none"> 全ての設問に対して単純集計を実施 自由記述回答は、類似すると考えられる回答についてグループ化して集計 複数のグループに当てはまる回答は、当てはまるグループ全てにおいて重複のうえ集計
クロス集計	<ul style="list-style-type: none"> 事業所の規模による傾向の違いを把握するため、人員規模別（20名以下/21名以上、設問によっては50名以下/51名以上）に集計 自由記述回答は、単純集計時にグループ化して整理するためクロス集計の対象としない。

3-3-3 アンケート結果

事業者アンケートの結果を図表25に示す。

図表25 事業者アンケートの結果

No.	アンケート結果	Q設問
1	【導入している事業所の業種】 業種について、「製造業」が最も多く、次いで、「建設業」が多い。	Q1
2	【導入している事業所の従業員数】 従業員数について、「10～50人未満」、「10人未満」の順に多く、50人未満の事業所の割合は合わせて80%強である。	Q2
3	【導入している事業所の産業保健体制】 産業保健体制に関して、半数以上の事業者が衛生委員会、衛生管理者、産業医、保健師・看護師のいずれも設置・選任・雇用していない。	Q3
4	【実施されている健康経営における経営理念・方針や組織体制に係る取組】 健康経営における経営理念・方針や組織体制に係る取組としては、「経営者自身の健診受診」が最も多く、「健康経営の方針等の社内外への発信」も半数近くの事業所で実施されている。	Q5
5	【実施されている健康経営における制度・施策や評価・改善に係る取組】 健康経営における制度・施策実行や評価・改善に係る取組としては、「健診受診率向上の取組」が最も多く実施されていて、「職場の活性化」、「感染症予防対策」、「喫煙対策」も半数程度の事業所で実施されており、人員規模の大小で実施率の差は、ほぼない。	Q6
6	【事業所が支援を受けている機関】 支援を受けている機関は、「特にない」を除いて医療保険者と所在地の自治体が主であり、他の機関の回答はわずかである。	Q7
7	【健康経営の推進上、事業所が抱えている課題】 課題は、人員不足、ノウハウ不足、予算不足が上位であり、取組実施率が高い21人以上事業所では「効果が上がらない」の回答も一定数あるほか、自由記述回答では、「従業員への浸透・継続」も課題として多く意見が挙がった。 ノウハウ不足の内訳としては、「経営層の方針等の発信」、「健康課題に基づいた目標設定」が上位の課題である。	Q8,9,10

No.	アンケート結果	Q設問
8	<p>【事業所の健康経営推進施策に対するニーズ】 支援施策のニーズは、財政的支援が最も高いが、自治体での支援実施率は高くなく、今後の拡充の必要性がうかがえる。 自由記述回答の中には、健康器具の貸出等も事業者財政負担削減につながるという回答もあるため、直接的な金銭的支援に限らず、事業者の財政負担減少に資する支援策について、今後の検討の余地がある。</p>	Q11,14
9	<p>【認証・表彰やそれに付随するインセンティブ、取組実施支援に関するニーズ】 事業者が自治体に求める認証・表彰やそれに付随するインセンティブに関するニーズ、また健康経営の取組支援に関するニーズは、全ての施策で高い水準にある。</p>	Q12,13
10	<p>【事業所が基礎自治体に期待する役割】 基礎自治体に期待する役割としては、「区・市内事業者に関する情報提供」という回答が最も多い。</p>	Q15
11	<p>【事業所が健康経営に期待する効果と健康経営によって実感した効果】 期待する効果は、「従業員のモチベーション向上」が最も多く、「企業イメージ・企業ブランド価値の向上」、「事故・労災の減少」も半数以上の回答がある。 実感した効果は、いずれの回答も期待する効果に比較すると低い水準であり、ギャップがある。</p>	Q16,17
12	<p>【健康経営・健康経営支援施策の認知経路】 健康経営の認知経路、健康経営支援施策の認知経路共に、全体では「区・市のHP、リーフレット」が最も多い。</p>	Q18,19

第4章

ヒアリング調査の実施



第4章 ヒアリング調査の実施

本研究では、アンケート調査の実施結果を踏まえ、今後特別区において健康アプリに係る事業・健康経営推進施策を展開するにあたり参考になる他自治体の事例について、ヒアリング調査を実施した。

健康アプリに係る事業については、区民が健康アプリを「認知」「ダウンロード」「継続利用」するにあたり、各段階において特徴的であると考えられる事例をヒアリング対象として選定した。

また、健康経営推進施策については、健康経営に取り組む事業所数の確保や、対象となる事業所が従業員等の健康の質の向上をさせるための支援について特徴的であると考えられる事例をヒアリング対象として選定した。

さらに、自治体と連携し健康アプリサービスを提供している事業者に対しても、健康アプリの「認知」「ダウンロード」「継続利用」の観点からの意見についてヒアリングを実施した。

本章では、ヒアリングの実施概要及びヒアリング対象とした自治体の取組の特徴についてまとめた。なお、各ヒアリングの実施結果の詳細については、報告書末の「資料編」に示した。

4-1 ヒアリングの実施概要

健康アプリに係る事業及び健康経営推進施策について、それぞれのヒアリングの実施概要を **図表26** に示す。

図表26 健康アプリに係る事業・健康経営推進施策のヒアリング実施概要

実施期間	令和7（2025）年7月31日～10月9日
実施手法	【健康アプリに係る事業】 ・ Web会議によるヒアリング 【健康経営推進施策に係る事業】 ・ 電話及びWeb会議によるヒアリング（電話ヒアリングにより自治体の取組について簡易的に聴取した後、Web会議によるヒアリングで詳細に聴取を実施） 【健康アプリサービスを提供している事業者】 ・ Web会議によるヒアリング

4-2 ヒアリング対象とした自治体の取組の特徴

4-2-1 健康アプリに係る事業のヒアリング

健康アプリに係る事業のヒアリング対象団体と事業の特徴を図表27に示す。

図表27 健康アプリに係る事業のヒアリング対象団体と事業の特徴

対象団体	健康アプリに係る事業の特徴
神奈川県 横浜市 健康推進課	<p>【よこはまウォーキングポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> 歩いた歩数に応じてポイントが付与され、ポイントに応じて抽選で商品券等が当たる取組を実施 事業所単位でも参加可能で、健康経営の取組としても活用可能 事業の効果について、研究機関・民間事業者と共同で調査を実施し、生活習慣病の新規発症率や重症化率が低いことなどが判明 <p>《ヒアリング対象に選定した理由》</p> <p>事業所を巻き込んだ健康アプリの取組であること、アプリの利用・継続推進及び効果検証の観点で参考にすることが可能であると考えられることから、ヒアリングを依頼</p>
神奈川県 川崎市 保健医療政策課	<p>【かわさきTEKTEK】</p> <ul style="list-style-type: none"> 参加者は、歩いてアプリ内で貯めたポイントを応援したい小・中学校（特別支援学校を含む）から選んで寄附。寄附したポイントに応じて付与されるチケットで、スポーツチーム・協賛企業等からの応援特典の抽選応募ができる。 学校ではポイント数に応じて応援金を市から受け取り、学校生活充実のために活用 このアプリにより、市民の健康意識を高め、さらにその運動の成果を子ども達の学校生活に還元し、健康と優しさが循環する「健康循環社会」の構築を目指す。 <p>《ヒアリング対象に選定した理由》</p> <p>アプリを通して1万3,000人の健康行動への意欲を促進させた実績、及びインセンティブ付与において、学校へのポイント寄附の実施を参考にすることが可能であるという観点から、ヒアリングを依頼</p>

対象団体	健康アプリに係る事業の特徴
東京都 渋谷区 高齢者福祉課	<p>【ハチさんポ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年間160万ポイントが発行され、そのうち110万ポイント以上が渋谷区デジタル地域通貨（ハチペイ）に交換されている。 ・96%という高い脳トレ難易度の維持・改善率や、血圧やBMIの安定性の高さを誇る。 ・インセンティブ付与におけるボランティアや地域社会への還元が実施されている。 <p>《ヒアリング対象に選定した理由》</p> <p>主に高齢者に向けて展開されているアプリの工夫点や、インセンティブ付与の仕組みについて参考にすることが可能であるという観点から、ヒアリングを依頼</p>

4-2-2 健康経営推進施策のヒアリング

健康経営推進施策のヒアリング対象団体と事業の特徴を**図表28**に示す。

図表28 健康経営推進施策のヒアリング対象団体と事業の特徴

対象団体	健康経営推進施策に係る事業の特徴
神奈川県 横浜市 健康推進課	<p>【横浜健康経営認証】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「健康経営」に取り組む事業所について、健康経営の取組のPDCAサイクル状況を「経営者の理解と関与」「健康経営の推進」「取組の評価」の視点から評価し、3つの区分に分けて認証 認証メリットとして、横浜健康経営認証マークの使用、HPでのPR、保健師、栄養士による訪問・相談利用（条件あり）、体組成計等の健康測定機器の貸出し、横浜市中心小企業融資制度「SDGsよこはま資金」による金利優遇・保証料助成（条件あり）、一部公共調達における優遇、ICTを活用した禁煙チャレンジに対する補助などがある。 <p>＜ヒアリング対象に選定した理由＞</p> <p>健康アプリと連携して健康経営に向けた取組を推進している点、他部署等と連携しながら事業所の健康経営の支援を実施している点について参考にすることが可能であるという観点から、ヒアリングを依頼</p>
茨城県 健康推進課	<p>【いばらき健康経営推進事業所認定制度】</p> <ul style="list-style-type: none"> 従業員の健康に配慮した取組を実施している企業を「いばらき健康経営推進事業所」として認定し、働く世代の健康増進を図るもの 健康経営優良法人の認定事業所数の伸び率が全国1位（令和6（2024）年） <p>＜ヒアリング対象に選定した理由＞</p> <p>健康経営優良法人の認定事業所数の伸び率が高い要因について参考にすることが可能であると考え、ヒアリングを依頼</p>

対象団体	健康経営推進施策に係る事業の特徴
<p>千葉県 千葉市 健康推進課</p>	<p>【千葉市健康づくり推進事業所認証制度】</p> <ul style="list-style-type: none"> 健康経営や従業員の健康づくりに取り組む事業所を「千葉市健康づくり推進事業所」として、取組状況に応じて、3つの区分で認証している。認証を受けると、専門職による出前講座（従業員向け、担当者向け）、取組支援（専門家への相談、セミナーへの参加）、中小企業対象の融資制度利用、信用保証料の割引等のメリットが享受できる。 <p>《ヒアリング対象に選定した理由》</p> <p>認定事業所の伸び率が高い要因、健康経営に向けた取組のノウハウがない事業所に対する伴走支援を実施している点について参考にすることが可能であると考え、ヒアリングを依頼</p>
<p>東京都 墨田区 保健計画課</p>	<p>【すみだ健康経営支援事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> 区内事業所の健康経営の取組を支援し、業績向上や組織の活性化をめざすとともに、従業員個人の健康増進を図る「地域・職域連携」を推進する取組 「事業者への普及啓発（セミナー・勉強会実施）」「認定・表彰等インセンティブ付与（認定、表彰、従業員向けの福利厚生サービス）」「取組実施支援（専門家派遣によるサポート）」を実施している。 <p>《ヒアリング対象に選定した理由》</p> <p>健康経営サポーターとなっている事業者と連携して健康経営の取組を推進している点について参考にすることが可能であると考え、ヒアリングを依頼</p>

4-2-3 健康アプリサービスを提供している事業者のヒアリング

ヒアリング対象とした健康アプリサービスを提供している事業者（以下、「ベンダ」という。）と事業の特徴を図表29に示す。

図表29 健康アプリサービスのヒアリング対象団体と事業の特徴

対象事業者	健康アプリサービスの特徴
A社	<p>【健康アプリの展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・複数の利用者の励まし合い（ピアサポート）で行動変容を実現する習慣化アプリを展開。ウォーキング・体重記録・食事改善等、自分にあったチャレンジを見つけて習慣化することを支援。複数の自治体が導入 <p>《ヒアリング対象に選定した理由》</p> <p>自治体に対する展開の事例がある点、住民の健康に向けた取組の習慣化を目指している点について、自治体のアプリ展開に向けて参考にすることが可能であると考え、ヒアリングを依頼</p>
B社	<p>【健康アプリの展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・『通知』『歩数』『食事』『脳トレ』『評価』の機能を有し、また人工知能によって活動内容を学習してその人に最適な活動を提案するアプリを展開。複合的な機能により、認知機能・脳の健康に良い影響を利用者に及ぼしている。複数の自治体が導入 <p>《ヒアリング対象に選定した理由》</p> <p>自治体に対する展開の事例がある点、特に高齢者をターゲットとしたアプリ機能を開発している点について、自治体のアプリ展開に向けて参考にすることが可能であると考え、ヒアリングを依頼</p>

第5章

特別区における施策の 方向性の検討



第5章 特別区における施策の方向性の検討

施策の動向の概要に関する調査結果や、アンケート・ヒアリング調査の実施結果を踏まえ、健康アプリ・健康経営推進施策の導入・運用に向けたステップ・要素ごとにまとめた。

なお、まとめる際には、研究会リーダーからステップの「要素」ごとにポイントを示し、併せて研究会の研究者による意見や考え方などを明示した。

5-1 健康アプリの導入・運用に向けたステップ要素

今回の調査を通じて、健康アプリ施策の推進にあたり、その推進のステップにおいてさまざまな課題があると考えられた。そこで、研究会では、一般的に自治体が健康アプリを導入・運用する際に検討すべき課題として「①企画立案」「②導入」「③継続利用に向けた検討」「④効果の評価」の4つを設定した。さらに、4つのステップから6つの要素を抽出し、それぞれについて参考となる情報を整理し、健康アプリ推進のためのポイントをまとめた。

図表30 健康アプリの導入・運用に向けたステップ・要素

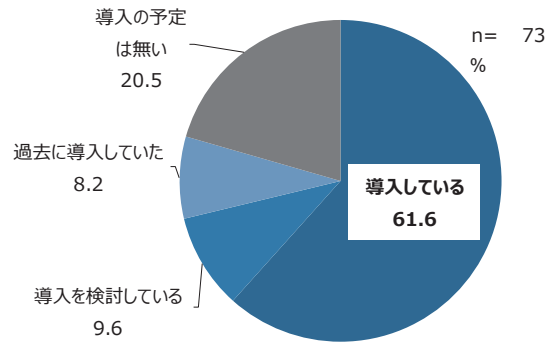
ステップ	要素
1 企画立案	(1) 目的・対象者の設定 (2) 利用するアプリ・機能の検討
2 導入	(1) 認知度向上・ダウンロード数増加
3 継続利用に向けた検討	(1) アクティブユーザー確保
4 効果の評価	(1) 効果測定方法・目標設定 (2) 健康アプリの導入効果の向上

5-1-1 健康アプリ ステップ1-(1) 企画立案：目的と対象者の設定

健康アプリの推進では、まず、適切な目的と対象者の設定が必要となる。そこで、健康アプリ事業を行っている自治体における主な目的と対象者をまとめた。

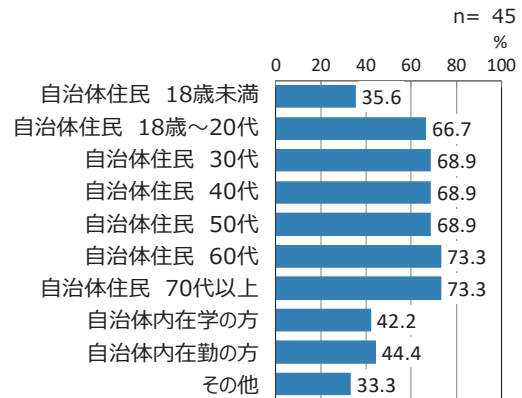
健康アプリの導入状況

全回答73件のうち、45件（61.6%）の自治体が健康アプリを導入している。



健康アプリの対象者

「18歳以上の住民」を対象にしているところが約7割であった。「18歳未満」「自治体内在学の方」「自治体内勤務者」を対象としているところも約4割あった。



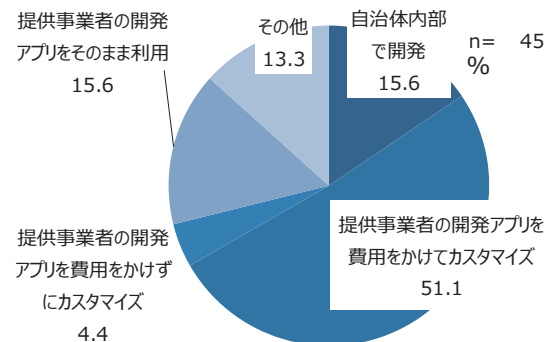
健康アプリの導入目的

「健康意識の醸成・行動変容」とする自由記述回答が最も多い。

回答の種別	件数
健康意識の醸成・行動変容	30
運動習慣の形成・定着	6
高齢者の健康増進・フレイル予防	5
自治体・住民のデジタル活用推進	5
健康寿命の延伸	4

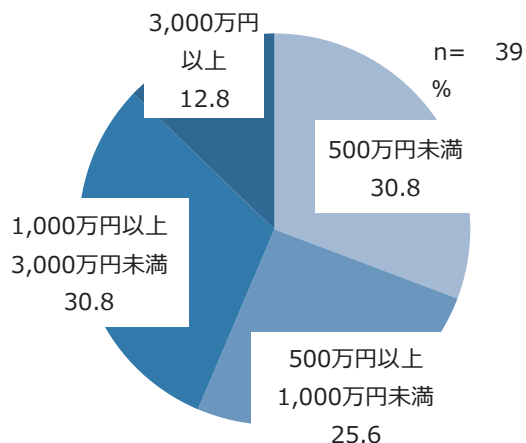
健康アプリの開発方法

回答自治体の約半数が、「提供事業者の開発アプリをカスタマイズ」していた。「自治体内部で開発」「提供事業者の開発アプリをそのまま利用」はともに約15%であった。



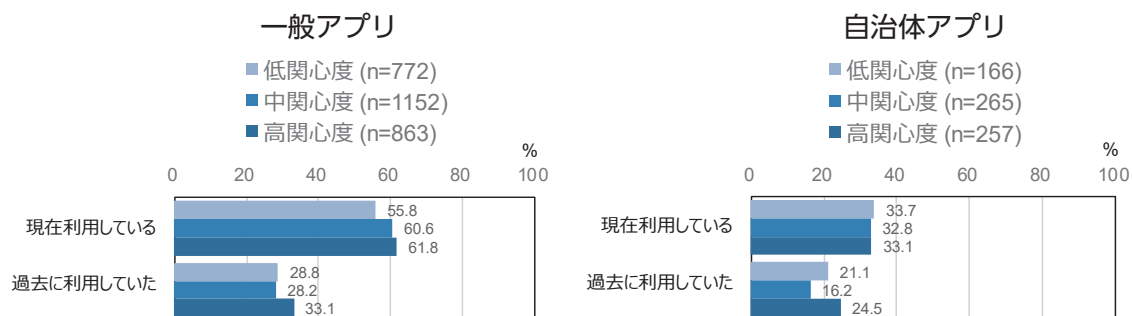
健康アプリの導入費用

「500万円未満」「1,000万円以上～3,000万円未満」が30.8%の12団体、「500万円以上～1,000万円未満」が25.6%の10団体、「3,000万円以上」が5団体で12.8%であった。



健康アプリの利用経験

健康関心度別：一般アプリは関心度が高いほど「現在利用している」「過去に利用していた」が高い傾向が見られる。一方、自治体アプリでは、関心度で「現在利用している」は変わらず、高関心度で「過去に利用していた」という特徴がうかがえる。



自治体へのヒアリング結果より

〈川崎市〉

どの年代であっても利用することは可能である一方、働き盛りの世代、特に学校に通う児童の保護者世代である30～50代の利用が多く、70%程度を占めている。これは、当該のアプリのインセンティブが学校への支援金と関係していることによる。

〈渋谷区〉

健康アプリの利用は全世代において可能であるが、高齢者デジタルデバイド解消事業がもともとなっていることもあり、主なターゲットを60歳以上としている。

健康アプリ ステップ1-(1)のポイント

多くの自治体で住民等を対象とした健康アプリの導入が進められています。その対象は、住民（成人が主）に加えて、自治体内に通勤・通学している方も含まれています。目的は、健康意識の醸成・行動変容が主ですが、対象に応じて、フレイル予防、あるいは、学校への補助金の確保などの工夫がなされています。予算は自治体によってさまざまですが、既存のアプリのカスタマイズなどによって、費用を抑えることも可能かもしれません。

《研究員1より》

健康アプリが多くの自治体で検討・導入され広がっているのは、手軽さが求められる時代に合った健康づくりツールだからではないかと思います。対象者の設定については、幅広く設定することでより多くのユーザー獲得が見込めるように思う一方、目的に応じてターゲットに焦点を当てて対象者を設定しアプローチすることで、費用の抑制や成果につながりやすいのではないかと感じました。

《研究員2より》

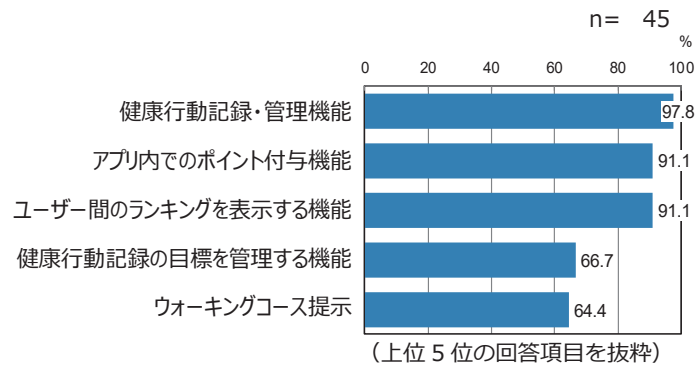
健康アプリは健康無関心層へのアプローチとして期待されています。今回の調査では、健康アプリ全体では、健康関心度が低いほど利用率（過去含む）が低くなりましたが、自治体のアプリに限定すると、利用率は健康関心度によらずほぼ一定となっています。なお、今回の健康の関心の高さは、山田らによる健康関心度尺度4項目版（日本公衆衛生雑2025;72:419-427）を用いました。

5-1-2 健康アプリ ステップ1 –(2) 企画立案：利用するアプリ機能の検討

アプリの機能は多種多様で、設定した目的と対象者に沿って、適切な健康アプリを構築する必要がある。現在自治体が展開する健康アプリがどのような機能を備えているのか、住民が利用したい機能は何かなどをまとめた。

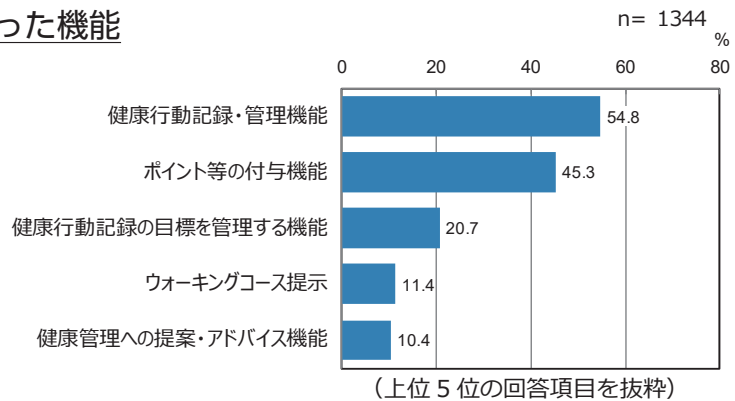
健康アプリの機能

「健康行動記録・管理機能」「アプリ内でのポイント付与」「ユーザー間のランキングを表示する機能」の実装割合が9割以上、「健康行動記録の目標を管理する機能」「ウォーキングコース提示」が3分の2程度あった。

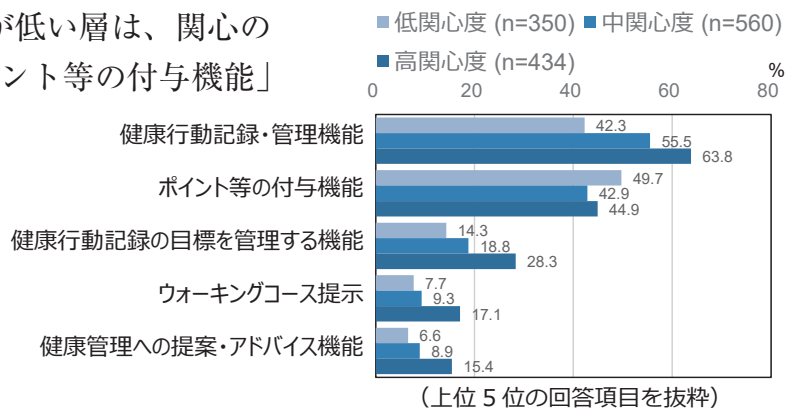


区民がまず利用したいと思った機能

5割以上が「健康行動記録・管理機能」と回答しており、また「ポイント等の付与機能」と回答する割合は45.3%であった。

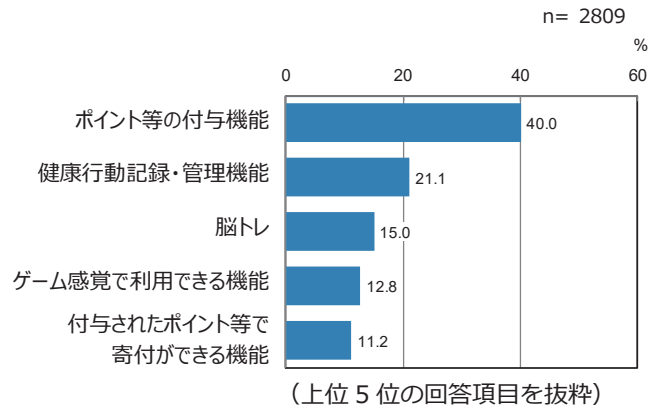


健康関心度別：関心度が低い層は、関心の高い層と比較して「ポイント等の付与機能」が高い傾向があった。他の機能は、いずれも関心度が低い層が高い傾向であった。

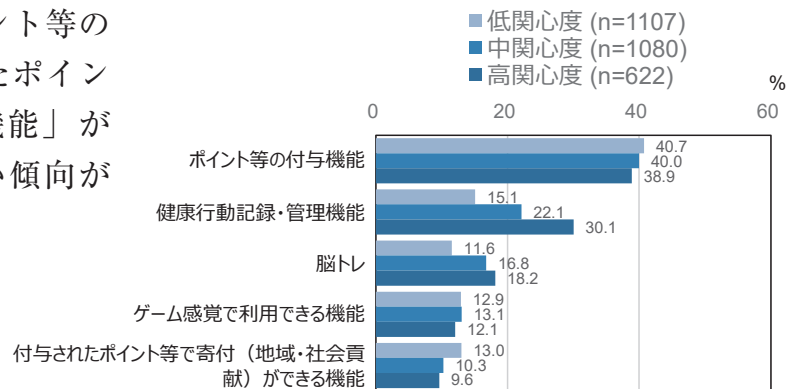


健康アプリを利用したいと思う機能（健康アプリ未利用区民対象）

健康アプリを1つも利用していない/利用したことがない区民からの回答では、「ポイント等の付与機能」が4割で最大であった。



健康関心度別：「ポイント等の付与機能」「付与されたポイント等で寄付ができる機能」が関心度が低いほど高い傾向が見られた。



自治体へのヒアリング結果より

＜渋谷区＞

ターゲットとしている60歳以上の高齢者の利用に適しているアプリを提供（脳トレ）している。

ベンダへのヒアリング結果より

自治体が利用する健康アプリを導入する際には、効果が実証されているアプリ・機能を選定することが重要である。ベンダによっては、実際にアプリの利用者のデータを利用して、健康行動などに対する効果を研究機関とともに検証し、機能をアップデートしている。

《健康アプリ ステップ1－(2)のポイント》

健康アプリの機能としては、「健康行動記録・管理機能」「ポイント等の付与機能」「ユーザー間のランキングを表示する機能」「健康行動記録の目標を管理する機能」「ウォーキングコース提示」が基本的なもので、まずは、これらの機能は最低限備えるべきものと考えられます。さらに、ゲーム感覚の機能（ゲーミフィケーション）、脳トレなどの機能も、利用者を増やすことにつながるでしょう。なお、健康への関心が低い人たちには、ポイント付与がより効果的と思われます。

《研究員より》

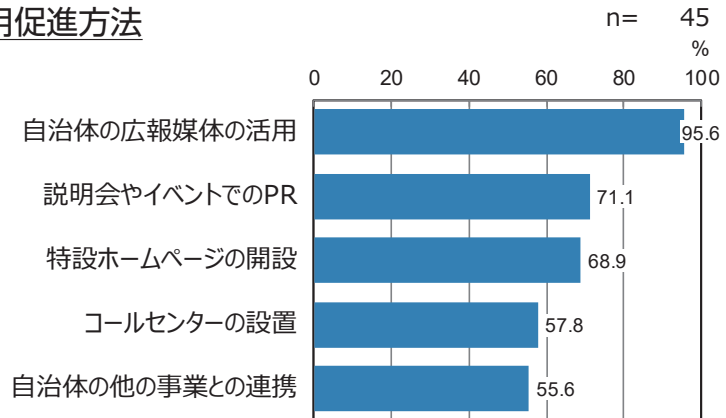
健康関心度別に見ると利用したいと思う機能には違いがみられます。そのため、対象とする住民の健康関心度を測ることでよりニーズに合った機能を備えることができるのではないかと考えられます。また、アプリや機能の効果が実証されているかどうかについても導入の際には検討が必要な項目であると考えられます。

5-1-3 健康アプリ ステップ2-(1) 導入：認知度向上・ダウンロード数増加

健康アプリの導入後は、多くの住民・対象者の健康アプリへの認知度を高め、アプリのダウンロードにつなげる必要がある。現在の自治体の住民等への周知の手段、アプリ利用者の増加にとって効果的だと考えている機能、認知経路などをまとめた。

健康アプリの普及啓発・利用促進方法

「自治体の広報媒体の活用」と回答する自治体が9割を超え、最大であった。「説明会やイベントでのPR」「特設ホームページの開設」と回答する自治体は7割程度であった。

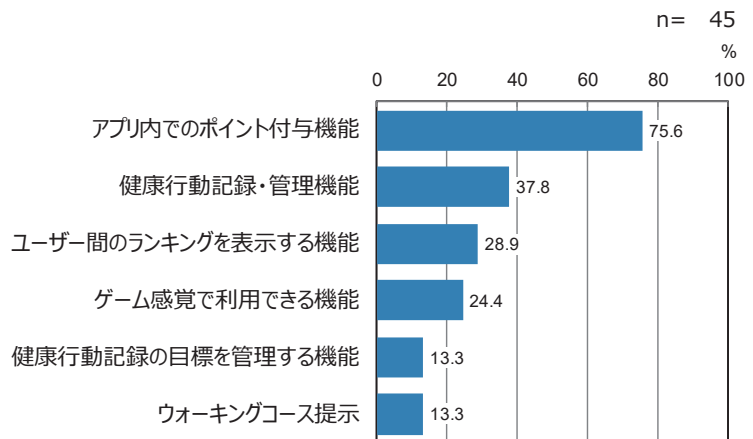


(上位5位の回答項目を抜粋)

アプリ利用者の増加にとって効果的と思われる機能

自治体アンケートの1位は「アプリ内でのポイント付与機能」(約75%)、2位は「健康行動記録・管理機能」(約38%)で、「ユーザー間のランキングを表示する機能」「ゲーム感覚で利用できる機能」と続いた。

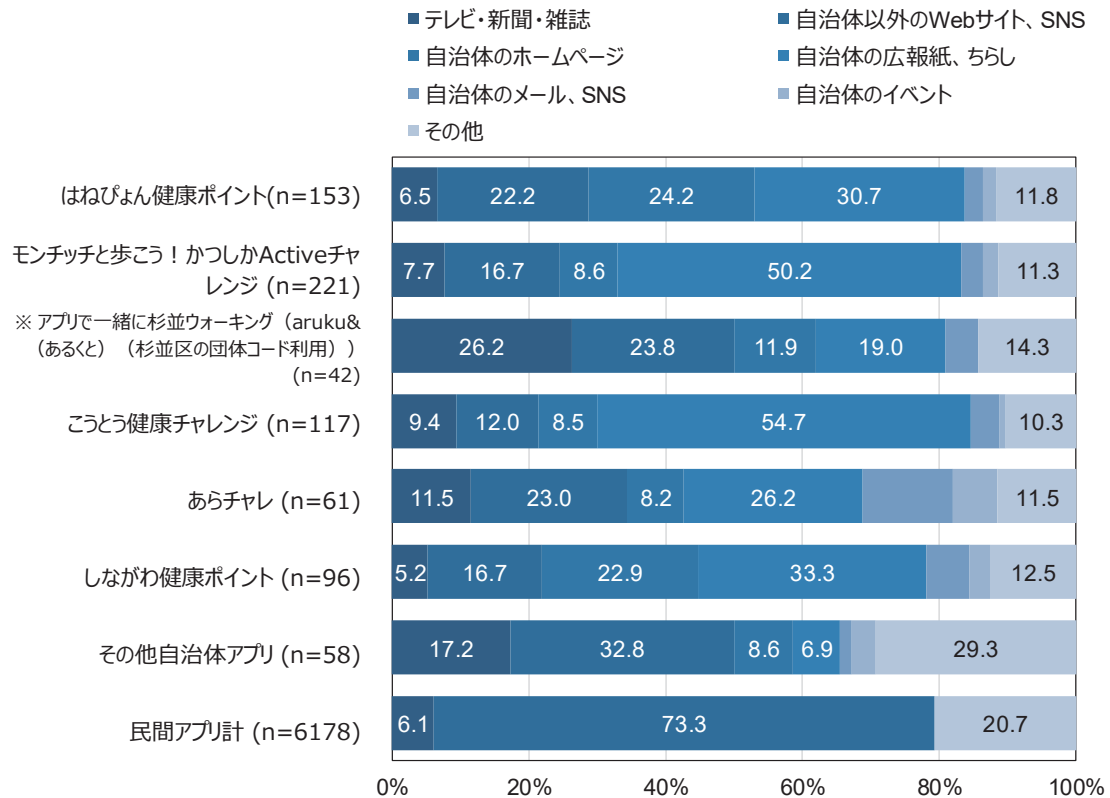
区民のアンケートの1位「健康行動記録・管理機能」、2位「アプリ内でのポイント付与機能」と異なる結果であった。



(上位6位の回答項目を抜粋)

区民の健康アプリ（自治体アプリ）の認知経路

自治体によって、認知経路は異なるが、多くの自治体は「自治体の広報紙、ちらし」が区民の認知経路として高い傾向にあった。一方、民間アプリは「自治体以外のWebサイト、SNS」が7割を超えている。

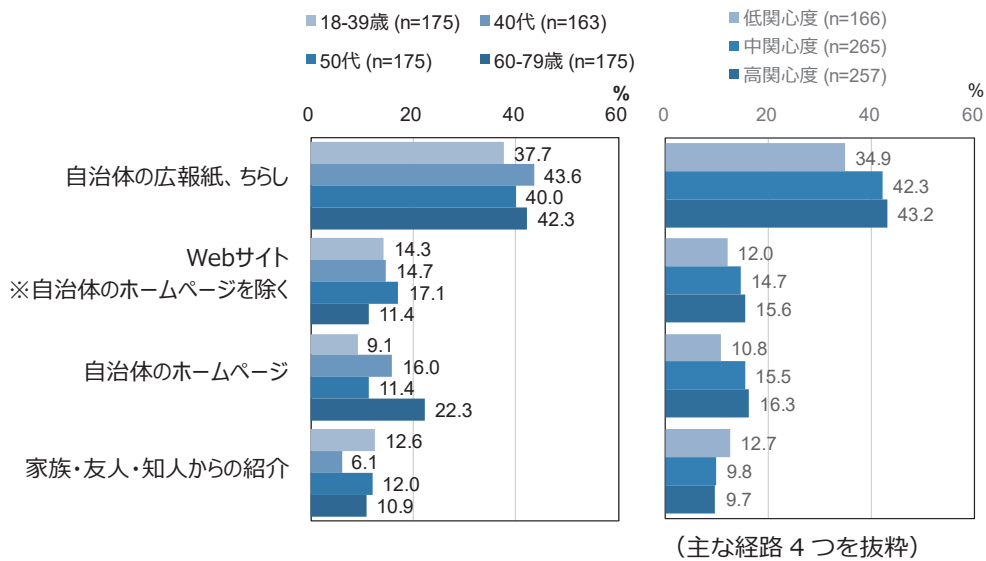


民間アプリは全民間アプリの回答数を合計して算出、項目「その他」は「家族・友人・知人からの紹介」「学校、職場からの情報提供」も含んでいる

※杉並区の健康アプリについては調査実施時点のものであることに留意

年代別：自治体アプリの認知経路について年代別にみると、「60-79歳」で「自治体のホームページ」が高い傾向が見られた。

健康関心度別：自治体アプリの認知経路について健康関心度にみると、関心度が高いほど、「自治体の広報紙・ちらし」「Webサイト」「自治体のホームページ」が高い傾向がうかがえる。



自治体へのヒアリング結果より

〈川崎市〉

ポイントを学校に寄附する仕組みであることを踏まえ、毎年小学校に入学する児童の保護者に対し、健康アプリについて広報を実施することで、毎年健康アプリの対象者として新たに生まれる「児童の保護者」にリーチできる仕組みを作っている。

《健康アプリ ステップ2-(1)のポイント》

健康アプリの推進のため、自治体では、広報媒体、説明会やイベントでのPR、特設ホームページ、さらに、コールセンターの設置などを行っています。区民の認知経路は、自治体の広報活動によってさまざまです。年代や健康関心度によって若干異なりますが、自治体の広報誌やチラシが最も多くなっています。さまざまな媒体や機会を使って、広報することが重要です。

《研究員より》

健康アプリをより多くの区民に取り組んでもらうには、自治体の施策や健康づくりに対して関心度が低い層に、効果的に情報を届ける必要があります。働き盛り世代にはSNSの活用、高齢世代には口コミや対面でのアプローチなど、ターゲットによって媒体を使い分けるとともに、毎年利用者が入れ替わる保育施設や学校に協力依頼することは効果的と感じられました。

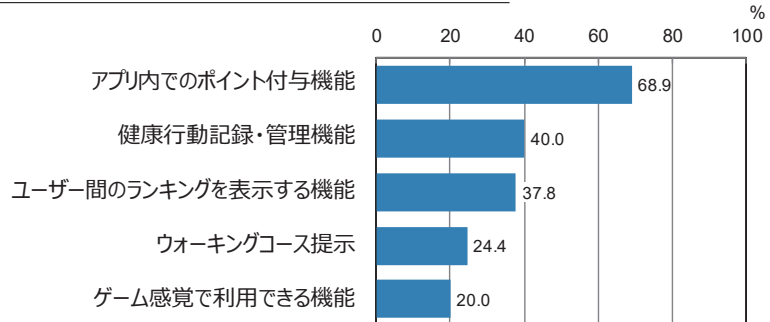
5-1-4 健康アプリ ステップ3 –(1) 継続利用に向けた検討：アクティブユーザーの確保

健康アプリは認知・ダウンロードに留まらず、継続的な利用者（いわゆるアクティブユーザー）を増やす必要がある。自治体がアクティブユーザーの確保・増加のために行っている工夫、ポイント等のインセンティブに要する費用、区民が利用を継続したいと思う機能などについて調査した。

自治体が健康アプリの利用継続にとって効果的だと思う機能

n= 45

自治体側は、「アプリ内でのポイント付与機能」と回答する割合が約7割と最も多かった。

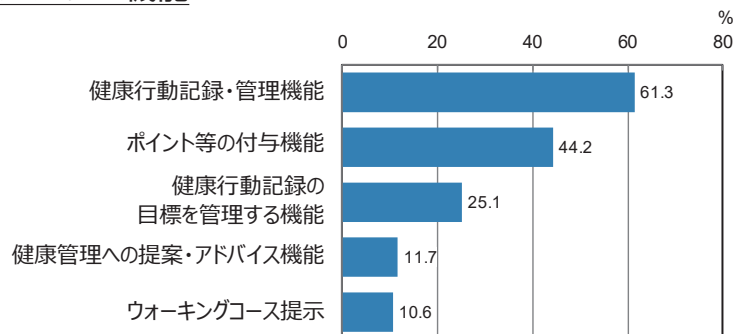


(上位5位の回答項目を抜粋)

区民が利用を続けたい健康アプリの機能

n= 1727

区民は「健康行動記録・管理機能」と回答する割合が6割であり、「ポイント等の付与機能」と回答する割合は5割未満であった。

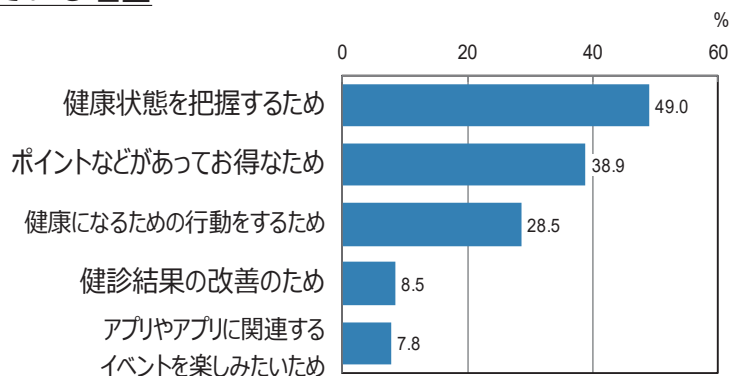


(上位5位の回答項目を抜粋)

区民がアプリの利用を続けている理由

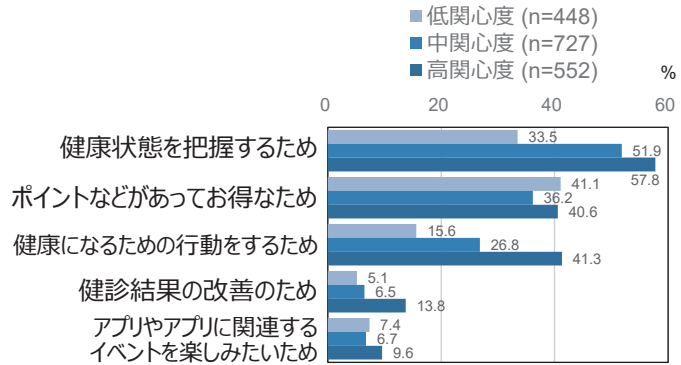
n= 1727

区民側は、約5割が「健康状態を把握するため」、約4割が「ポイントなどがあるため」と回答した。



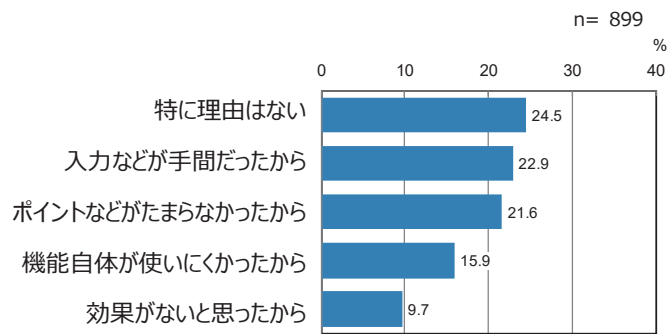
(上位5位の回答項目を抜粋)

健康関心度別：関心度が高いほど「健康状態を把握するため」「健康になるための行動をするため」「健診結果の改善のため」は高くなる傾向が見られた。



区民がアプリの利用を止めた理由

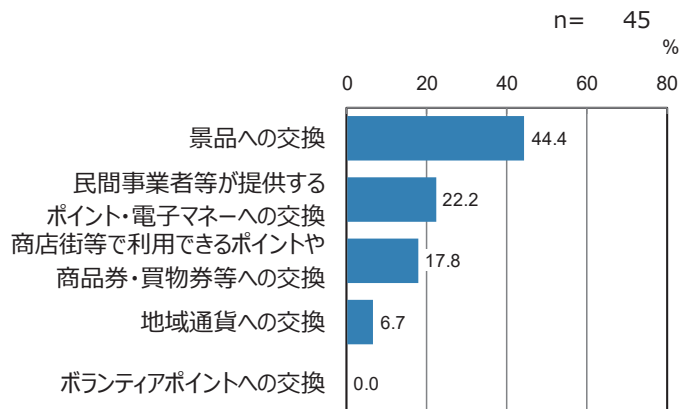
「特に理由はない」「入力などが手間だったから」「ポイントなどがたまらなかったから」と回答する割合がそれぞれ2割強となった。



(上位5位の回答項目を抜粋)

アプリ内ポイントと交換できるインセンティブの内容

4割以上の自治体がインセンティブについて「景品への交換」と回答した。「民間事業者等が提供するポイント・電子マネーへの交換」は2割程度であった。



(「その他」以外)

自治体へのヒアリング結果より

〈川崎市〉

健康アプリの利用者に対する特典について、市内事業者の協賛を得ながら提供しているが、アンケートでは、「良かった機能」として、特典より学校への応援（ポイント寄附）の方が多く選択されている。なお、健康アプリのポイントを市内の小学校に寄附することで市内小学校が得られる応援金について、当初予算において上限額を定め、1年の間で事業費が拡大することのないような仕組みを構築している。

ベンダへのヒアリング結果より

ポイント等の金銭的なインセンティブには一時的な効果があるものの、外発的動機付けによる行動となってしまいうため、インセンティブが減る・無くなると行動が継続されにくい。また、自治体における金銭的インセンティブ施策は予算制約もあるため、健康アプリの継続的な利用のためには、アプリを続けることによる「楽しさ」等を誘発する方が重要である。

《健康アプリ ステップ3-(1)のポイント》

健康アプリを使用する動機として、インセンティブ（ポイントを付与して商品などを提供する）があり、自治体はインセンティブを利用継続の第1位の理由としています。ただし、多くの利用者は、健康管理のための機能の継続利用を望んでいます。インセンティブは有効ではありますが、それ以上に、健康管理上の使いやすさ、あるいは、楽しさや社会貢献などの機能も大切です。

《研究員より》

調査から、健康アプリの継続利用には、負担の少ない記録機能と、行動変容を後押しする仕組みの両立が重要と分かりました。特に、健康状態の見える化や行動に応じた効果的なインセンティブを工夫していくことで、さらに利用者の動機づけを高め、継続的な健康行動が定着し、地域全体の健康づくりに寄与すると考えます。

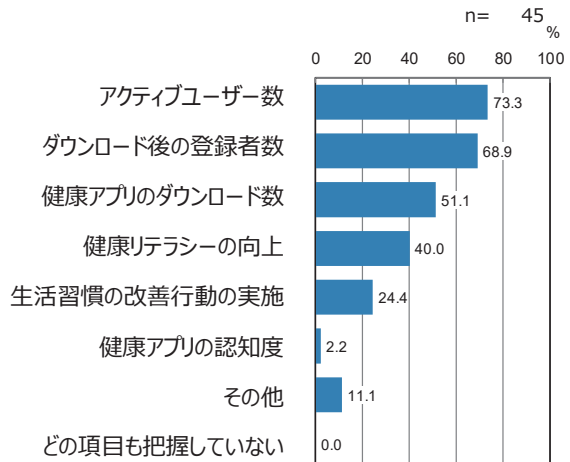
5-1-5 健康アプリ ステップ4-(1) 効果の評価：効果測定方法・目標設定

自治体が健康アプリ事業を展開・継続するためには、事業の効果を測定し、見直しをする必要があり、その評価のためには、ダウンロード数やアクティブユーザー数などの目標値を設定することも必要である。

自治体の効果の測定方法、目標の設定方法、効果測定している場合の達成状況についてまとめた。

健康アプリの効果測定方法

「アクティブユーザー数」「ダウンロード後の登録者数」と回答する自治体がそれぞれ7割程度であった。



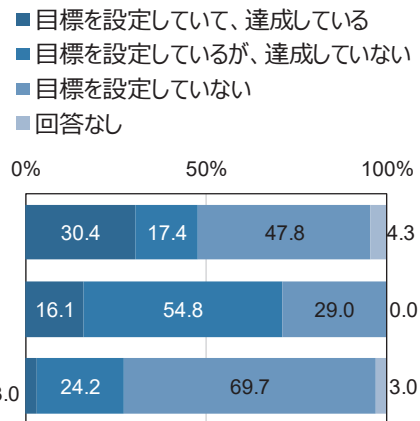
健康アプリの目標設定・達成状況

効果を測定している自治体において、「健康アプリのダウンロード数」の目標を設定しているのは約5割、「ダウンロード後の登録者数」約7割、「アクティブユーザー数」3割弱となった。「ダウンロード後の登録者数」はそのうち多くが「達成していない」と回答した。

健康アプリのダウンロード数 (n=23)

ダウンロード後の登録者数 (n=31)

アクティブユーザー数 (n=33)



ベンダへのヒアリング結果より

健康アプリの利用者が実際に健康増進につなげるためには、週に2～3回アプリを活用する必要があるのではないかと。また、実際の効果を追求するためには、歩数や継続率等のデータを提供できるベンダを選定するとともに、推奨すべき継続率等も明確に定義する必要があるのではないかと。

自治体へのヒアリング結果より

〈横浜市〉

研究機関・民間企業と連携し、「よこはまウォーキングポイント」事業に参加登録した人と参加登録しなかった人を対象に比較分析を実施し、参加登録した人の方が糖尿病の新規発症率・糖尿病の重症化率が低いという結果を得た。

〈川崎市〉

当初、3年間で1万5千人（事業対象者の約1%）の利用者数を目標に設定したが、前述の認知度向上・ダウンロード数増加の取組の結果、導入後1か月で2万人を達成することに成功した。また、令和6年度分の寄附締め切り後の令和7年4月に、アプリ利用者に対してアンケートを実施し、「こまめに歩くことを意識するようになった」「歩数が増えた」と回答する割合が一定程度存在することを確認している。

《健康アプリ ステップ4-(1)のポイント》

どのような事業でも評価は大事です。評価を行う場合、まず、登録者数、利用者数、アクティブユーザー数、継続率などのアウトプット（実績）を把握することが第一歩で、定義や目標値をあらかじめ設定しておきます。次に、アウトカムとして、歩数などの生活習慣を評価します。さらに、健診結果、医療費などを評価することもしたいところですが、これはかなり大がかりとなり、大学や研究機関等の協力が不可欠です。

《研究員1より》

健康アプリは、生活習慣の改善や健康増進、さらには、健康寿命の延伸や医療費適正化につながることを期待されます。しかし、各自治体で、健康アプリがこれらの成果に結びついたかを調べるのは困難です。横浜市でも研究機関等と連携し評価をしていますが、非常に苦勞してデータを分析しており、結果も解釈が難しいものとなっているものと考えられます。

《研究員2より》

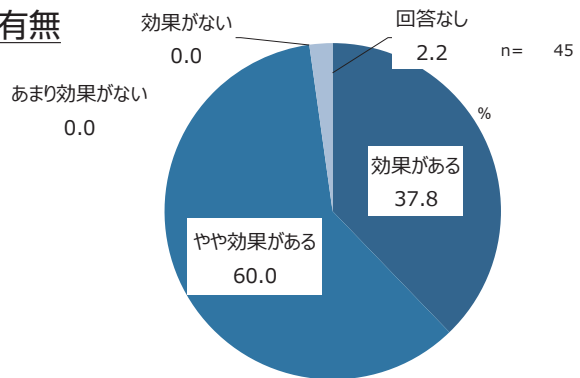
健康アプリを利用することでの効果測定として、アクティブユーザー数やダウンロード後の登録者数だけでなく、行動変容の具体的な内容、例えば健康のための生活習慣が増えたかや、長期的には医療費抑制効果がどの程度あるのか、などの視点も大切ではないかと感じました。その点において、横浜市や川崎市の評価方法は参考になると考えます。

5-1-6 健康アプリ ステップ4-(2) 効果の評価：健康アプリの導入効果の向上

健康アプリ事業の目的は、住民や利用者の健康状態の向上であり、健康寿命の延伸である。既存の健康アプリが、健康の維持・向上にどのようにつながっているのか、つながるようにどのような工夫をしているのか、調査結果をまとめた。

自治体が考える健康アプリ導入効果の有無

「効果がある」「やや効果がある」と回答する自治体の割合を合計すると、97.8%となった。



自治体が考える健康アプリの導入効果（自由記述）

「健康のための行動の増加」に関する回答が26件、「健康意識の向上」に関する回答が13件あった。

回答の種別	件数
健康のための行動の増加	26
健康意識の向上	13
利用者の身体的効果	5
イベント参加者数の増加	3

「健康のための行動の増加」に関する回答例

- ウォーキングの時間や体重・血圧を測る回数に関するアンケート結果で、「増えた」「変わらない」の割合が8～9割で、健康行動の増加に一定の効果がみられる。

「健康意識の向上」に関する回答例

- 事前アンケートで健康無関心層（無関心期・関心期）と回答した人のうち、45%がひとつのステージ以上の改善を示した。
- 事前と事後のアンケートを比較し、行動変容ステージの健康無関心層の比率は7.8%減少した。

自治体が考える健康アプリ導入の効果があつた要因（自由記述）

「インセンティブ付与」に関する回答が20件、「他ユーザーとの比較・競争」に関する回答が7件あつた。

回答の種別	件数
インセンティブ付与	20
他ユーザーとの比較・競争	7
事業の周知	4
健康につながる行動の可視化	3

「インセンティブ付与」に関する回答例

- ・ターゲットである健康無関心層及び働き盛り世代に対して、行動変容のきっかけを提供するには、ゲーム性を取り入れたアプリの導入やインセンティブ制度の活用が一定の効果を示したと考えられる。

「他ユーザーとの比較・競争」に関する回答例

- ・健康アプリを導入することで、歩数等の可視化による行動変容や自己管理意識の向上、ランキング機能による他者との比較やグループでの連帯感の醸成などの要因により、効果に繋がつたと考えられる。

自治体の健康アプリの推進に向けた課題（自由記述）

「新規利用者の取り込み」に関する回答が16件、「継続利用者の確保」に関する回答が13件あつた。

回答の種別	件数
新規利用者の取り込み	16
継続利用者の確保	13
効果測定	6
インセンティブ付与	5

「新規利用者の取り込み」に関する回答例

- ・住民の健康づくりを促進するため、アプリの利用者を拡大するとともに、事業の魅力を高める必要がある。
- ・新規利用者の利用の伸び悩み、若年層利用者の少なさ

「継続利用者の確保」に関する回答例

- ・アプリ導入後の実利用者数の維持（継続的に利用してもらえるような取組）。当初同じアプリを継続使用したことにより、アプリ機能への飽きが生じ、実質参加者数が年々減っていった。今後も利用者が関心を持つコンテンツを継続して提供し、自主的な健康づくりを中断させないような工夫が必要。

自治体へのヒアリング結果より

《川崎市》

健康アプリの利用を促進する際、「住民の健康の維持・向上」ではなく「小学校への応援金への貢献」を前面に提示するよう工夫している。これにより、健康アプリを利用する住民が無意識的に健康の維持・向上に取り組むことができるようにしている。また、毎年応援金の使用使途や結果報告（感謝の言葉を含む）をSNS及びHP上に公表しており、アンケートでも「良かった機能」で特典を上回っている。

《健康アプリ ステップ4-(2)のポイント》

ポイントの付与・インセンティブは、健康アプリの利用者を増やすのに効果的ではありますが、それだけでは、利用者をさらに増やしたり、利用を継続してもらったりするには十分ではないかもしれません。飽きのこないインセンティブ、ゲーム性、グループでの競争を取り入れるなど、アプリ機能を常にアップデートし、工夫する必要があります。

《研究員より》

健康アプリの導入効果を高め、健康寿命の延伸に寄与するためには、喜ばれるインセンティブの提供をはじめ、例えば、健康診断会場やスポーツイベント、商店会との連携等でアプリダウンロード用の二次元コードを設置するなど、全庁を挙げて、横断的に連携、協力して継続利用ができる体制づくりが必要だと感じました。

5-2 健康経営推進施策の導入・運用に向けたステップ・要素

今回の調査を通じて、健康経営推進施策の推進にあたり、その推進のステップにおいてさまざまな課題があると考えられた。研究会では、一般的に自治体が健康経営推進施策を導入・運用する際に必要となるステップとして「①企画立案」「②取組事業者拡大のための検討」「③効果の評価」の3つを設定した。さらに、3つのステップから6つの要素を抽出し、それぞれについて参考となる情報を整理し、健康経営推進のためのポイントをまとめた。

図表31 健康経営推進施策の導入・運用に向けたステップ・要素

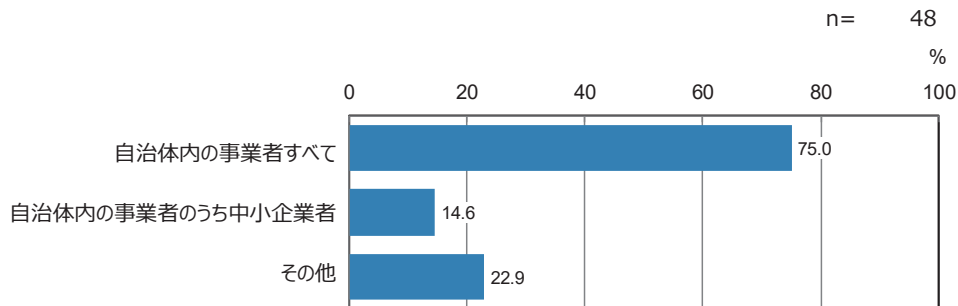
ステップ	要素
1 企画立案	(1) 体制・対象事業者の検討
	(2) 健康経営推進施策の検討
2 取組事業者拡大のための検討	(1) 広報等の実施
	(2) 事業者の取組状況と求められるノウハウ
3 効果の評価	(1) 効果測定方法・目標設定
	(2) 健康経営推進施策の導入効果の向上

5-2-1 健康経営推進施策 ステップ1-(1) 企画立案：対象事業者の検討

自治体が事業者の健康経営を進めるためには、対象とする事業者を設定する必要がある。既存の健康経営推進施策では、どのような事業者を対象にしているのかを調査し、整理した。

健康経営支援施策の対象

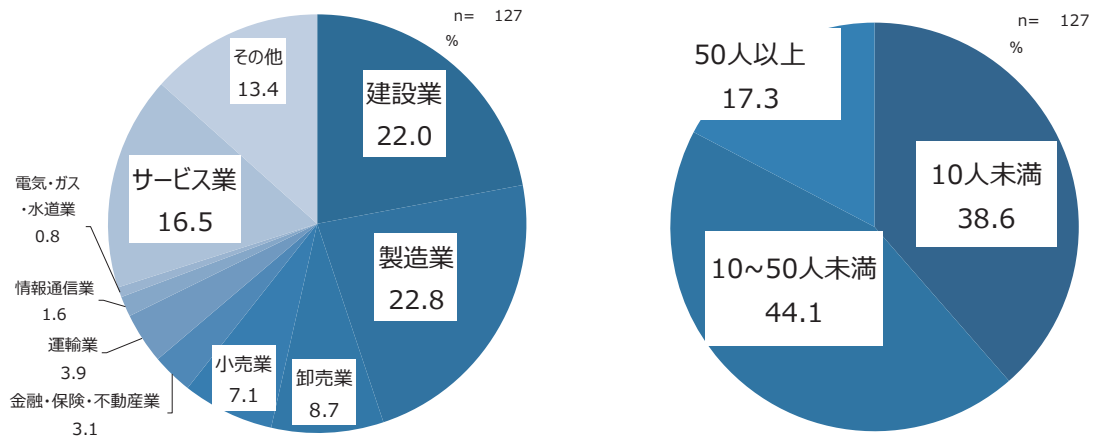
対象を「自治体内の事業者すべて」としている回答が75.0%を占めていたが、「自治体内の事業者のうち中小企業者」としている自治体も14.6%存在した。



健康経営に取り組む事業者の業種・従業員数

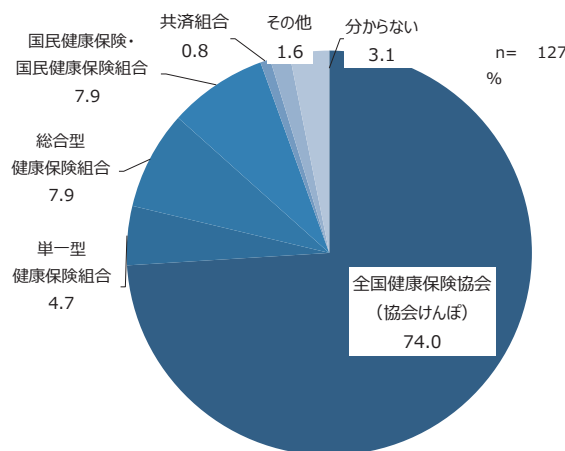
「製造業」「建設業」の割合がそれぞれ2割強であり、「サービス業」の割合が16.5%であった。

従業員数については「10人未満」が38.6%、「10～50人未満」が44.1%となり、「50人以上」の割合は17.3%に留まった。



健康経営に取り組む事業者の医療保険

「全国健康保険協会（協会けんぽ）」の回答割合が7割を超えて最多となった。



自治体へのヒアリング結果より

〈横浜市〉

健康経営に取り組む事業所の認証・表彰等を実施している。健康経営の認証申請については企業の規模によって限定はしていないが、市としては、国や県よりも中小企業に近い存在である基礎自治体であることや、横浜市内の事業所のうち約99%が中小企業であることから、中小企業の認証が主である。

《健康経営推進施策 ステップ1-(1)のポイント》

自治体の進める健康経営事業においては、規模などの条件を付ける必要はありませんが、健康経営や産業保健のための人材の乏しい中小企業が支援の中心になるでしょう。また、業種については、健康経営のインセンティブである公共調達等の入札の加点など、建設業や製造業等の参加が多くなることも考えられますが、特に業種も限定せずに対象とするのが基本です。
※産業保健とは、労働者が健康で安心して働ける職場づくりのこと

《研究員より》

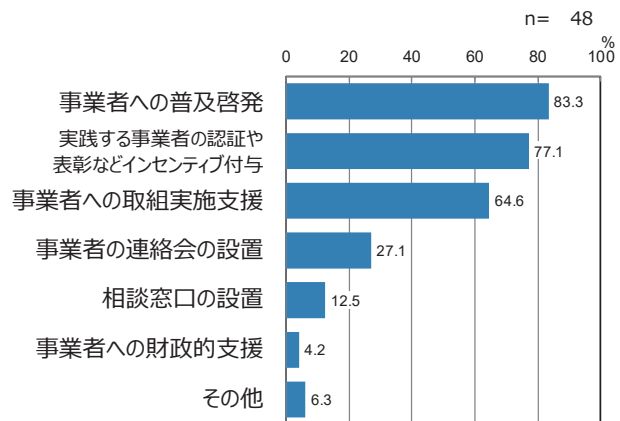
特別区においては、中小企業が98.7%を占め、うち、小規模企業が79.1%を占めています。経済産業省でも健康経営優良法人認定制度等を実施しているが、多くの中小企業は健康経営推進の基盤が整っておらず、認定に挑戦するには高いハードルが存在しています。こうした現状を踏まえ、地方自治体が健康経営の取組を広げ、健康経営に係る国の顕彰制度を目指す企業が増加するような機運を醸成することが重要な役割であると感じました。

5-2-2 健康経営推進施策 ステップ1-(2) 企画立案：健康経営推進施策の検討

事業者の自主的な健康経営の取組開始の促進、事業者の健康経営の具体的実践のサポート、事業者が健康経営を進めるための支援施策等を検討する必要がある。既存の支援施策の内容、事業者健康経営推進に向けた課題・ニーズについてまとめた。

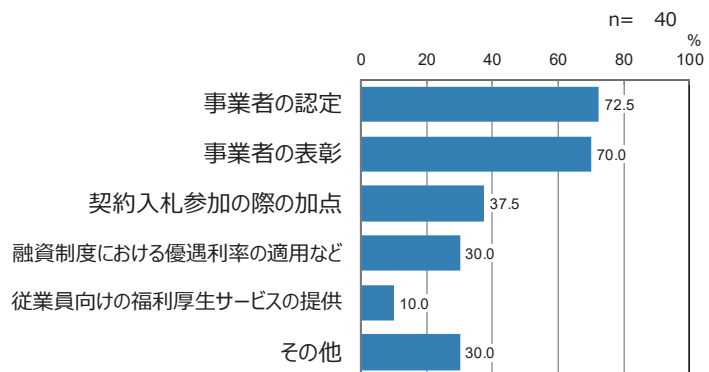
健康経営推進施策の種類

「事業者への普及啓発」「実践する事業者の認証や表彰などインセンティブ付与」がそれぞれ約8割であった。



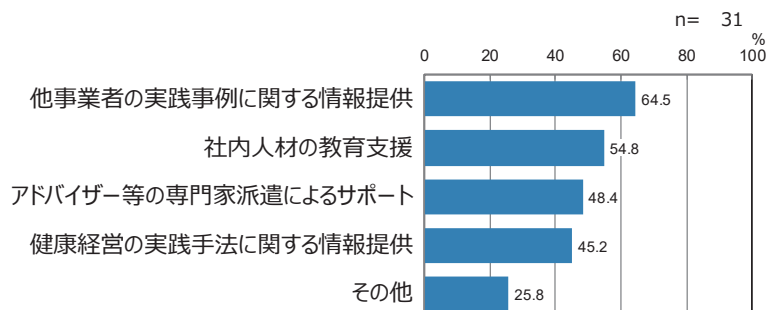
インセンティブ付与の取組

「事業者の認定」「事業者の表彰」を実施する自治体がそれぞれ7割程度であった。



事業者支援の取組

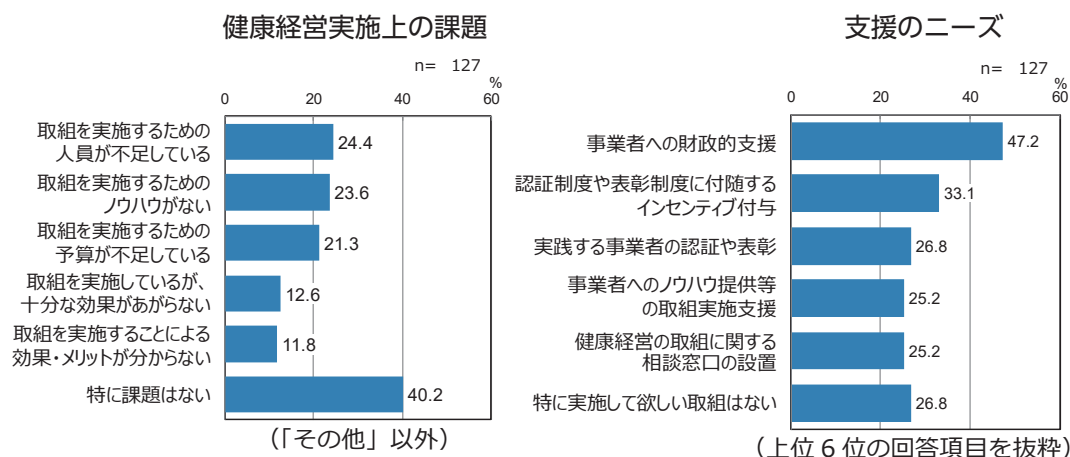
「他事業者の実践事例に関する情報提供」と回答する自治体が64.5%と最も多く、「社内人材の教育支援」が54.8%と続いた。



健康経営に取り組む事業者の健康経営実施上の課題・支援のニーズ

課題については「特に課題はない」を除くと、「取組を実施するための人員が不足している」「取組を実施するためのノウハウがない」「取組を実施するための予算が不足している」が多かった。

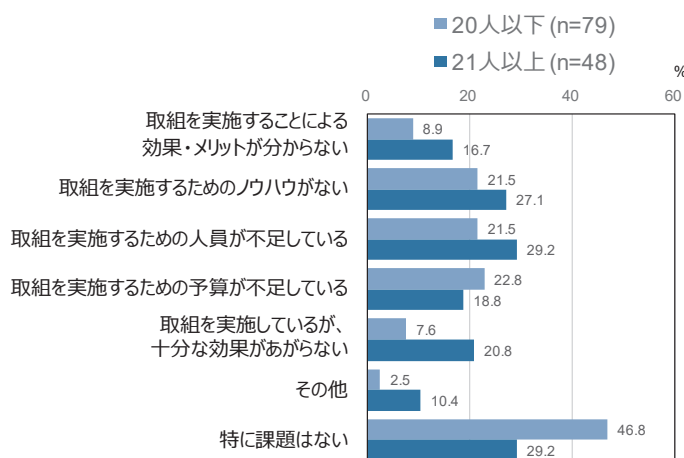
ニーズについては、「事業者への財政的支援」が5割近くとなり、「認証制度や表彰制度に付随するインセンティブ付与」が続き、「実践する事業者の認証や表彰」などのニーズが高かった。



従業員数別の課題

20人以下の事業所は「特に課題はない」を除くと、「取組を実施するための予算が不足している」「取組を実施するためのノウハウがない」「取組を実践するための人員が不足している」の回答割合が高かった。

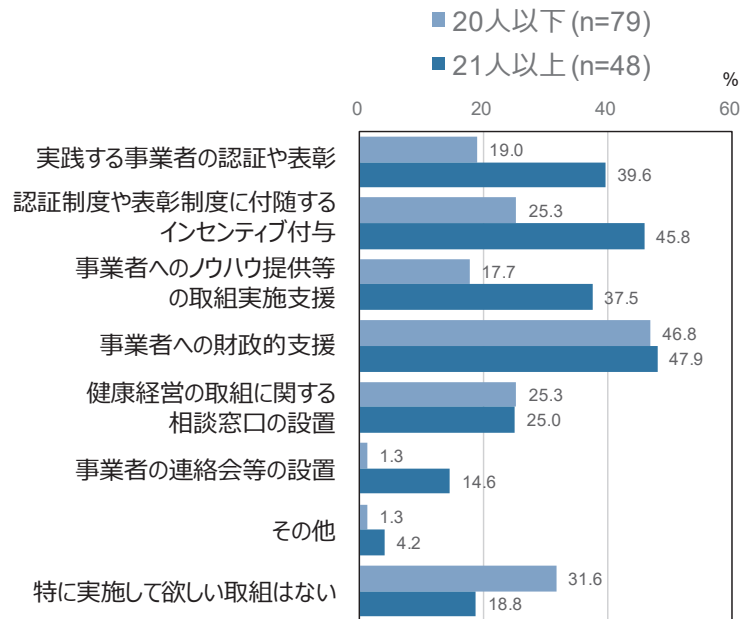
21人以上の事業所は「特に課題はない」を除くと、「取組を実施するための人員が不足している」「取組を実施するためのノウハウがない」と回答する割合がそれぞれ3割程度であった。



従業員数別の支援施策のニーズ

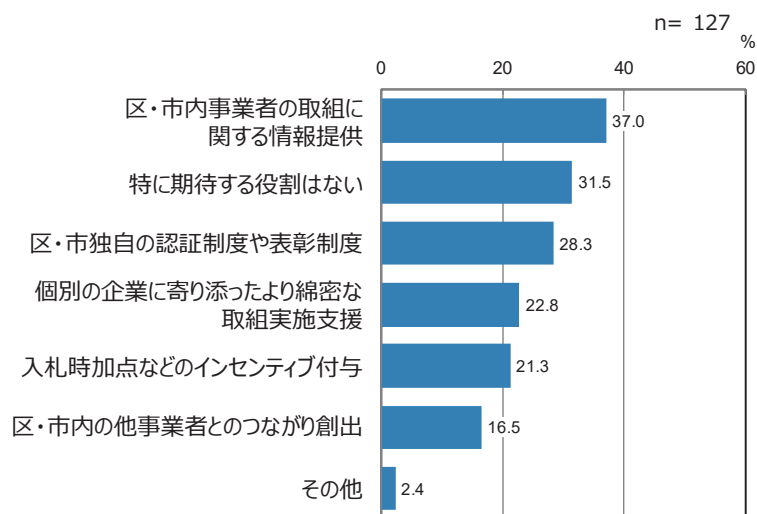
20人以下の事業所は「事業者への財政的支援」と回答する割合が5割弱であった。

21人以上の事業所は「事業者への財政的支援」「認証制度や表彰制度に付随するインセンティブ付与」と回答する割合が5割弱であり、「実践する事業者の認証や表彰」が約4割であった。



健康経営に取り組む事業者の自治体に期待する役割

「区・市内事業者の取組に関する情報提供」が37.0%と最も多く、次点は「特に期待する役割はない」が31.5%と多い結果となった。



自治体へのヒアリング結果より

〈千葉市〉

健康経営の体制を十分に整備することが難しい小規模な事業所に対し、健康経営の取組に向けた相談対応や、出前講座を実施している。特に新規で認証した事業所に対しては訪問を実施し、希望する事業所には伴走的な支援を実施することで、実質的な事業所の健康経営の質の向上を目指している。

《健康経営推進施策 ステップ1-(2)のポイント》

具体的な支援としては、健康経営に関する情報提供、認定とその表彰がまずセットとなります。さらに、公共調達等の入札における加点評価、融資での優遇など、事業所に直接メリットとなるインセンティブも参加事業所を増やすのに効果的と考えられます。財政的な支援のニーズは高いですが、健康経営や産業保健が事業所の主体的な取組であることから、ノウハウの不足を補う専門的な助言が重要な支援となります。そのためには、支援側が健康経営とその支援のノウハウをしっかりと持つことが大切です。

《研究員より》

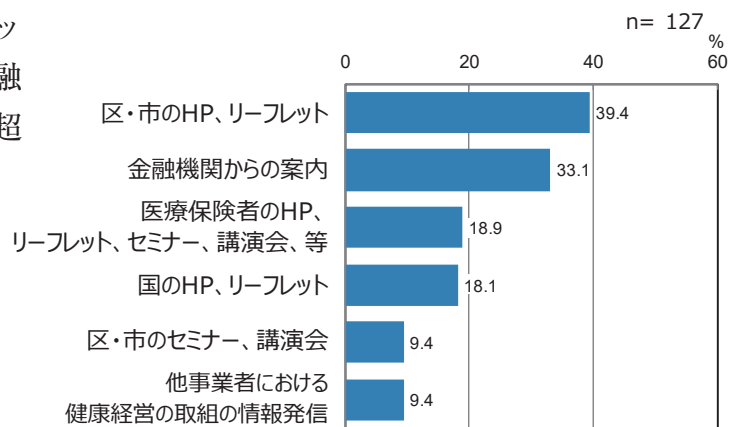
健康経営を含め、健康づくりを始めるには、健康に関する一定の知識が必要です。しかし、全ての方が健康に関する十分な知識を持っているわけではありません。そのため、身近な職場が中心となって従業員の健康づくりに取り組むことが重要です。これにより、従業員や、その家族も行動を変え、継続的に健康づくりを進めることが期待されます。行政は、知識が不足していて健康経営のニーズを感じていない企業に対し、積極的に健康経営へ取り組むきっかけを提供し、健康経営を実施する企業数の増加に満足せず、従業員がより健康になるための専門職によるサポート等の支援体制を充実させることが求められています。

5-2-3 健康経営推進施策 ステップ2-(1) 取組事業者拡大のための検討: 広報等の実施

健康経営推進施策を成功させるためには、対象である事業者への健康経営及び健康経営推進施策の周知・広報により、取組事業者を拡大することが重要である。既存の健康経営推進施策での事業者への健康経営及び健康経営推進施策の周知や広報の方法について、事業者が実際に認知した経路を含めて調査し、整理した。

健康経営に取り組む事業者の健康経営の認知経路

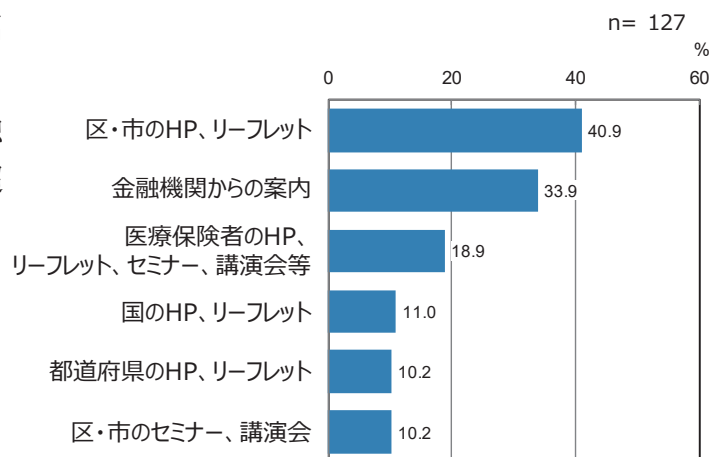
「区・市のHP、リーフレット」が約4割であり、「金融機関からの案内」が3割を超えた。



(上位5位の回答項目を抜粋)

健康経営に取り組む事業者の健康経営推進施策の認知経路

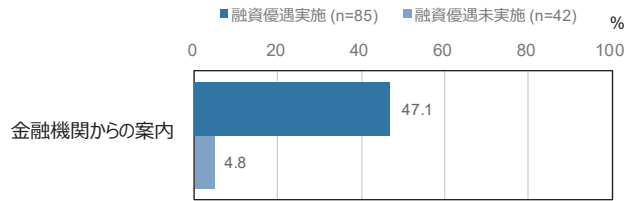
健康経営の認知経路と同様、「区・市のHP、リーフレット」が約4割であり、「金融機関からの案内」が3割を超える結果となった。



(上位5位の回答項目を抜粋)

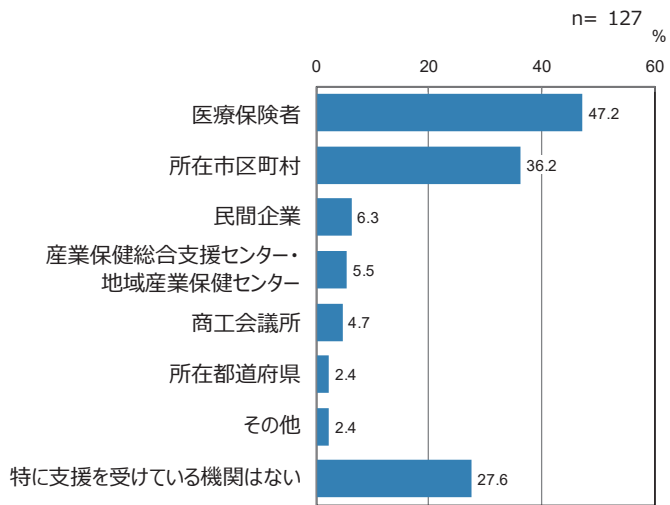
(参考)「金融機関からの案内」についての融資優遇施策実施有無別の集計結果

健康経営の認知経路について、「融資優遇施策」を実施していない自治体では、「金融機関からの案内」の回答はほぼなしであった。



健康経営に取り組む事業者の健康経営の取組を実施するに当たって支援を受けている機関

「医療保険者⁸」が47.2%、「所在市区町村」が36.2%であり、他の機関よりも割合が非常に高かった。



自治体へのヒアリング結果より

〈茨城県〉

2023年から2024年にかけて健康経営優良法人の認定事業所の伸び率が全国1位となった。普及啓発のために、業種別の説明会（建設業界向け等）の実施、包括連携協定を締結している保険会社の協力によるパンフレット配布、協会けんぽとの情報共有・県の認定制度の普及啓発に係る連携を実施している。

〈千葉市〉

協会けんぽ千葉支部が健康経営を推進するために実施している「健康な職場づくり宣言」について、市内事業所が登録すると千葉市の認証制度にも連動し認証される“相互乗入れ制度”を導入している。また、地域・職域連携推進部会に所属する協会けんぽ、健保連、商工団体、民間企業等との連携を意識している。

8 全国健康保険協会（協会けんぽ）、健康保険組合、等

健康経営推進施策 ステップ2－（1）のポイント

自治体の広報誌やホームページが基本ですが、それだけでは、事業所への周知は十分ではありません。事業所と関わりのあるあらゆるチャネル、例えば、協会けんぽ等の医療保険者、商工団体などを活用しましょう。保険会社の協力を得ている自治体もあり、協会けんぽ・健保連や商工団体などで構成された地域・職域連携の組織も活用できます。

《研究員より》

事業者は、自治体や融資優遇のある金融機関の案内から健康経営を認知し、中小規模の事業所の場合、健康経営の具体的な取組は協会けんぽ等の医療保険者や自治体の健康部門のサポートを利用している実態がありました。事業者に対し、健康経営及び事業者に関係するすべての部署や機関からのアプローチが相乗効果を生じさせることが重要であると考えました。

第1章

1-1

1-2

第2章

2-1

2-2

2-3

第3章

3-1

3-2

3-3

第4章

4-1

4-2

第5章

5-1

5-2

5-3

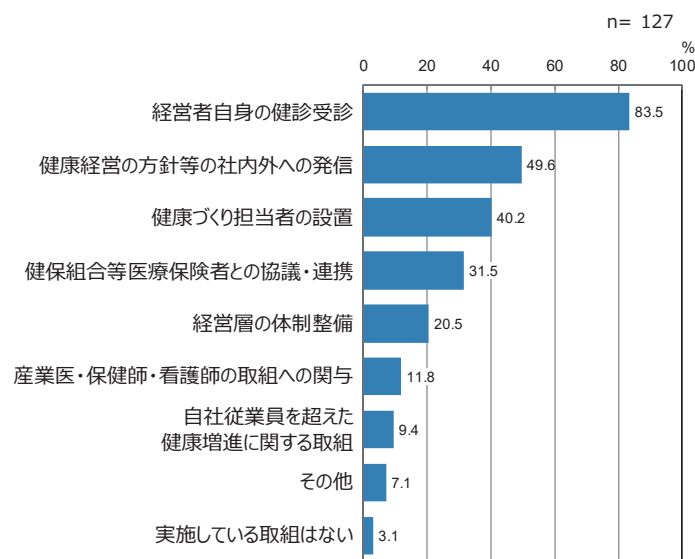
資料編

5-2-4 健康経営推進施策 ステップ2 – (2) 事業者の取組状況と求められるノウハウ

健康経営に取り組んでいる対象である事業者が実際にどのような取組を行っているか、取組を行うにあたってどのようなノウハウが必要とされるのか、健康経営を実施している事業者に対するアンケート調査から把握した。

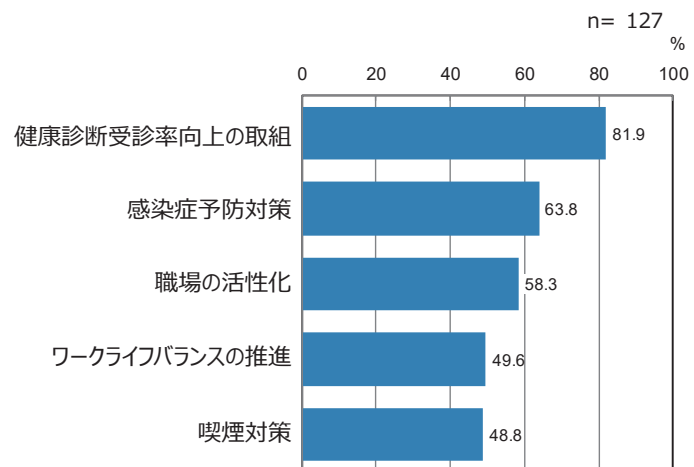
健康経営の取組実施状況：経営理念・方針や組織体制

「経営者自身の健診受診」と回答する割合が8割を超えていた。次いで、「健康経営の方針等の社内外への発信」「健康づくり担当者の設置」が高い結果となった。



健康経営の取組実施状況：制度・施策実行や評価・改善

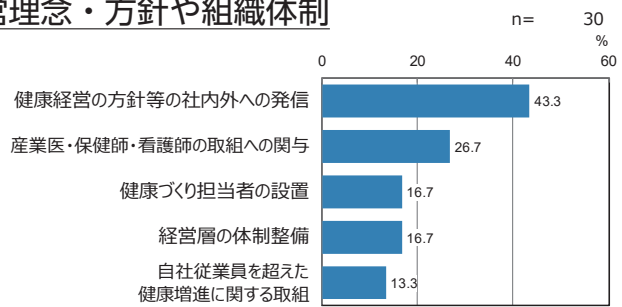
「健康診断受診率向上の取組」と回答する割合が8割を超え、「感染症予防対策」「職場の活性化」と回答する割合が6割前後となった。



(上位5位の回答項目を抜粋)

ノウハウがないと感じる取組：経営理念・方針や組織体制

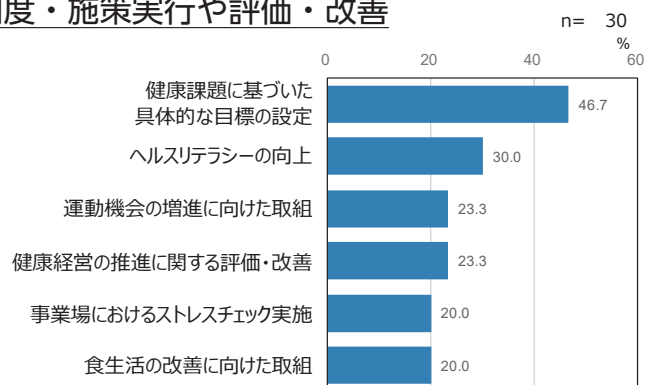
「健康経営の方針等の社内外への発信」と回答する割合が43.3%と最も多く、次いで「産業医・保健師・看護師の取組への関与」と回答する割合が26.7%と続く結果となった。



(上位5位の回答項目を抜粋)

ノウハウがないと感じる取組：制度・施策実行や評価・改善

「健康課題に基づいた具体的な目標の設定」と回答する割合が5割弱、次点は「ヘルスリテラシーの向上」で3割であった。



(上位6位の回答項目を抜粋)

健康経営推進施策 ステップ2-(2)のポイント

健康経営に取り組んでいる事業所では、経営者自身の健診受診、健康経営の方針等の社内外への発信、健康づくり担当者の設置などの体制の整備、健康診断受診率向上の取組、感染症予防対策、職場の活性化などの具体的な取組が進められています。一方、健康経営の方針等の社内外への発信、産業医・保健師・看護師の取組への関与、目標の設定、運動などに対する取組など、さまざまなノウハウが求められており、これらのニーズに対応できる多様な支援が必要となります。

《研究員より》

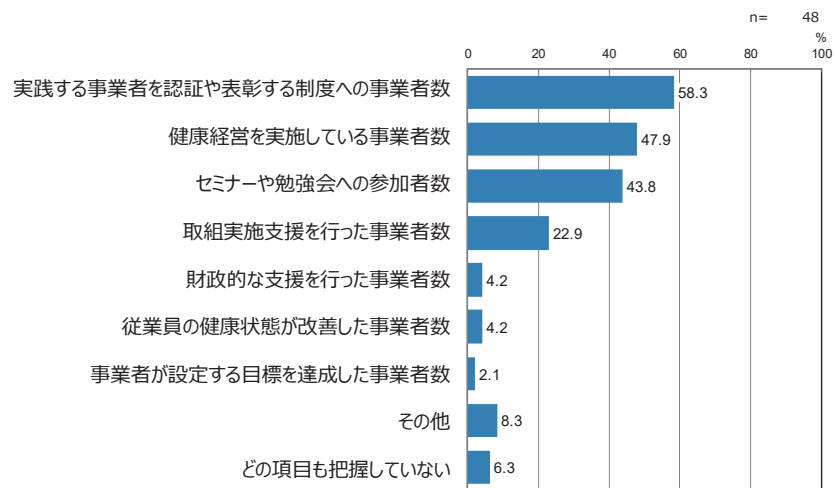
健康経営に関する取組状況として、健康経営優良法人中小規模法人部門の認定要件に示されている、必須項目の取組を実施している割合が高い傾向にありました。一方で近年、健康経営優良法人の認定取得が主目的となり、各種法令のもとで実施すべき根本的な産業保健の取組や活動がおろそかになるケースが散見されます。今一度、産業保健と健康経営の取組や活動を整理し、産業保健スタッフ（衛生管理者や衛生推進者も含む）と連携を図りながら協働で取り組むことが重要です。

5-2-5 健康経営推進施策 ステップ3-(1) 効果の評価：効果測定方法・目標設定

自治体が健康経営推進施策を展開・継続するためには、事業の効果測定し、見直しをする必要があり、その評価のためには、参加事業者数等の目標値を設定することも必要である。効果の測定方法、目標の設定方法、効果測定している場合の達成状況についてまとめた。

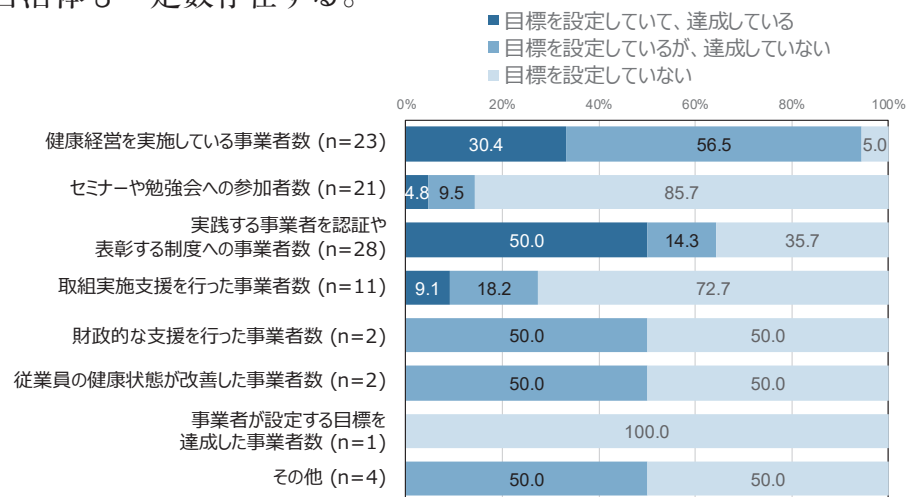
健康経営支援施策の効果測定方法

「実践する事業者を認証や表彰する制度への事業者数」「健康経営を実施している事業者数」「セミナーや勉強会への参加者数」が上位となった。



健康経営支援施策の目標設定・達成状況

「実践する事業者を認証や表彰する制度への事業者」「健康経営を実施している事業者数」については「目標を設定している」自治体が多く、また「達成している」自治体も一定数存在する。



自治体へのヒアリング結果より

〈茨城県〉

国のフォーマットを参考に、健康経営事業者としての認定の申請書類の記入方式を自由記述方式から選択式に変更した。これにより、各事業者が実施している健康経営推進のための取組を定量的に把握することで、実態をより正確に理解できるようになることを期待している。

〈横浜市〉

健康経営推進施策のKPI⁹について、新規の認証事業所数の他、「健康経営に何らかの効果を感じている事業所の割合」を、認証の申請時のアンケートで確認している。

健康経営推進施策 ステップ3-(1)のポイント

評価指標としては、健康経営を実践する事業者を認証や表彰する制度への事業者数、健康経営を実施している事業者数、セミナーや勉強会への参加者数といったアウトプット（実績）が主となっています。健康経営の効果を実感した事業所などのアウトカムを考慮した指標を設定することが望ましいと考えます。しかし、具体的なアウトカムまでは把握することができないのが現実のようです。

《研究員より》

特別区で健康経営推進施策に取り組む区は約4割（図表19参照）、自治体では健康経営の認知度不足が課題です（資料編「自治体アンケート」Q35参照）。そのため、健康経営に取り組む事業者数の増加が当面の目標だと考えられますが、健康経営が社会に浸透するに従い、横浜市のような質の評価やその手法の検討が必要になるものと考えます。

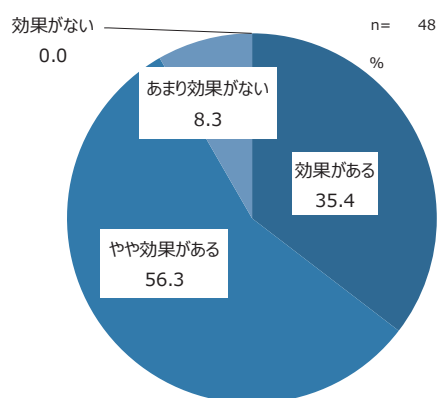
9 重要業績評価指標（Key Performance Indicator）。目標を達成するための取組の進捗状況を定量的に測定するための指標

5-2-6 健康経営推進施策 ステップ3-(2) 効果の評価：健康経営推進施策の導入効果をもとめるために

健康経営推進施策の目的の一つは、事業者の従業員等の健康状態の向上である。事業者の健康経営に向けた取組・課題を踏まえて、具体的な健康増進に結び付ける必要がある。健康経営推進施策が、従業員等の健康の維持・向上にどのようなつながっているか、あるいは、事業者の取組・課題はどのような状況であるか、調査結果をまとめた。

自治体が考える健康経営支援施策導入効果の有無

「効果がある」「やや効果がある」と回答した割合の合計が91.7%となった。



自治体が考える健康経営支援施策導入効果（自由記述）

「認定・登録事業者数の増加」に関する回答が24件、「従業員の健康意識や行動の改善」に関する回答が11件となった。

回答の種別	件数
認定・登録事業者数の増加	24
従業員の健康意識や行動の改善	11
事例の共有・横展開	4
健康経営へのモチベーション向上	4
事業者のイメージ向上	3
効果検証の未実施	2
効果の未確認	1

「認定・登録事業者数の増加」に関する回答例

- 健康づくりの目標を宣言する事業所を認定する健康づくり推進事業所宣言の認定事業所数が増加し、企業が健康経営に取り組むきっかけとなった。

「従業員の健康意識や行動の改善」に関する回答例

- 関連事業のアンケート調査において、健康経営を進めるうえで、「悩みや課題」として、従業員の動機づけができていないことが挙げられていた一方で、本事業を通じて、健康づくりに関心が高まり、継続して続けられている等の意見をいただいている。

自治体が考える健康経営推進施策の効果があつた要因（自由記述）

「事業者とのタッチポイント維持・増加」に関する回答が17件、「認定・表彰の実施」に関する回答が7件となった。

回答の種別	件数
事業者とのタッチポイント維持・増加	17
認定・表彰の実施	7
制度設計の工夫	5
他団体との連携	4
加点・インセンティブ付与	3

「事業者とのタッチポイント維持・増加」に関する回答例

- 保健所による事業所訪問等、事業所への丁寧なかかわりがあること。
- 保健師・管理栄養士による事業主等とのヒアリングのもと、従業員の健康課題解決に向けた各事業者独自の支援計画書を定め、個別に支援を行っていること。

「認定・表彰の実施」に関する回答例

- 表彰された事業者の活動をホームページや健康づくり表彰事例集等で周知することにより、表彰された事業者のモチベーション向上・維持につながるのみでなく、その他の事業者や区民へも健康づくりの取組が波及していくこと。

自治体の健康経営推進施策の推進に向けた課題（自由記述）

「健康経営の必要性に対する認知度の不足」に関する回答が22件、「支援リソースの不足」に関する回答が8件となった。

回答の種別	件数
健康経営の必要性に対する認知度の不足	22
支援リソースの不足	8
企業による取組継続の困難さ	6
企業側のリソースの不足	5
効果測定 of 困難さ	3
支援ニーズ把握の困難さ	2

「健康経営の必要性に対する認知度の不足」に関する回答例

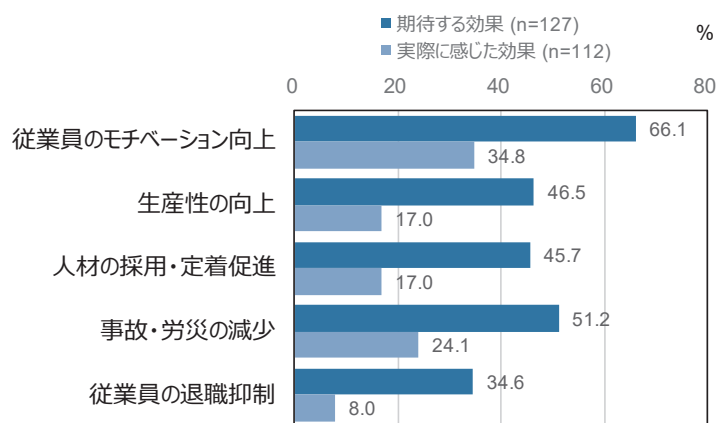
- 健康経営の周知や取組については、特に大企業において浸透してきたが、中小企業においては不十分だと思われるため、さらなる周知や取組の質の向上のために企業への働きかけを行う必要がある。

「支援リソースの不足」に関する回答例

- 自治体が事業を実施するにあたって、予算不足、知見・ノウハウ不足、人手不足などの課題がある。
- 健康経営に対しての予算や知見が不足しているため、事業者に対してメリットのある優遇策を提示できていない。

健康経営に取り組む事業者の健康経営の取組に期待する効果・実際に感じた効果

期待と実感のギャップは、「従業員のモチベーション向上」が最も大きく、「生産性の向上」「人材の採用・定着促進」「事故・労災の減少」「従業員の退職抑制」が上位になった。



(ギャップ上位5位の回答項目を抜粋)

健康経営推進施策 ステップ3-(2)のポイント

自治体は、認定・登録事業者数の増加、従業員の健康意識や行動の改善、事例の共有・横展開、健康経営へのモチベーション向上など、健康経営の効果があると評価しています。一方、事業所では、従業員のモチベーション向上、生産性の向上、人材の採用・定着促進などでは、期待と比べて実際に感じた効果の差が大きいことがわかりました。事業所が求める期待を満たすとともに、健康経営の具体的な効果についての理解を深めることが大切です。

《研究員より》

事業者は、健康経営の効果を当初の期待ほど実感しておらず、ノウハウ不足が課題です。一方、事業者の4割が「特に課題はない」とし、具体的な健康課題や取組に至っていないことが懸念されます。自治体の事業担当に限らず、医療保険者を含む保健医療や産業等の関係機関が連携するとともに、事業者の具体的な取組を相談・支援する体制が導入効果を高めるためには欠かせないと感じました。

第1章

1-1

1-2

第2章

2-1

2-2

2-3

第3章

3-1

3-2

3-3

第4章

4-1

4-2

第5章

5-1

5-2

5-3

資料編

5-3 特別区における施策の展開にあたって

研究会は、区民の「健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間」である健康寿命の延伸が、区政にとっても焦眉の課題であることを認識し、二つの取組から、特別区としての施策展開に向けた方向性を示した。一つは、区民の行動変容を促すために個人の内面の動機付けに資すると考えられる「健康アプリ」の導入と促進であり、今一つは事業者が従業員の健康の維持・向上に向けて意欲的に取り組むための「健康経営推進」への働きかけである。

第5章においては、この二つを特別区が施策として展開していく上で必要と考えられるステップとその検討すべき要素（下図再掲）を示し、自治体等へのアンケートやヒアリングから分析と対応を示した。



健康寿命の延伸に向けたこの二つの施策は、977万人（住民基本台帳 令和8（2026）年1月1日現在）の区民と、区部50万か所（令和3年経済センサス）を超える事業所を有する特別区にあって、豊かな地域社会の実現に向けた大きな期待を担っていると言えよう。

そこで、二つの施策を円滑に展開していくには、保健や福祉の担当、あるいは産業・経済振興の担当のみでは難しく、関係各部門が課題を認識しながら、協力・連携する必要がある。先進的な取組を進めている自治体では、保健・福祉と産業・経済振興とが部門を超えて連携して取り組み、さらには学校とも連携するなど、様々な手法により住民に浸透する方策を進めている。

特別区では、二つの施策に対しての取組がこれからという団体もあり、また、具体化を進めるには一定のリソースも必要になる。しかし、これからの長寿社会を見据えたとき、時間を要するものの、必ずや取組の効果が表れ、それを実感できる時期が来るであろう。

まずは、区政の中での組織間での理解の推進を図り、小さくとも着実な成果が得られるよう、前向きに取り組む姿勢が求められる。

これからの健康づくりに
期待して

これからの健康づくりに期待して

私は、健康づくりに関する政策をライフワークとして、これまで、研究と実践、あるいは、実務者への支援に関わってきました。健康寿命のことやそれを達成させるための健康アプリや健康経営®について、それなりに勉強し、知っているつもりでした。しかし、今回、自治体等の現場の方と一緒に調査研究に関わってみると、知らないことも多く、改めていろいろ学ばせていただきました。

さて、健康アプリは、現在、自治体や健康保険組合等で広く活用されています。例えば、日本健康会議は2020年度までに800以上の自治体での実施という目標を掲げ、結果、2020年度には1,024の自治体の実施し、目標を大きく上回りました。一方、健康経営についても、大企業のみならず、中小企業でも関心が高く、経済産業省の健康経営認定制度に申請・認定される企業数は増え続けています。今回の調査でもわかるように、健康経営を支援する自治体も多くあります。つまり、健康アプリも健康経営も、政策的には成功し、今後も、23区をはじめ多くの自治体等で推進が図られることでしょう。

しかしながら、現場感覚、あるいは、専門職の立場からは、本当に成功しているのだろうかと思うことがあります。確かに、健康アプリを導入している自治体数とか、健康経営に取り組んでいる企業の数という点では成功しているのですが、それが住民や労働者の健康に結びついているかとは言え、必ずしもそうではないかもしれません。

今回の調査では、健康寿命の延伸に関する施策の検討で、その具体的な施策として、健康アプリと健康経営を取り上げました。つまり、この二つの政策が健康寿命の延伸に結び付いているかというのが調査の出発点だったとも言えます。実際、月に1度開催された、研究員が集まった研究会の中で、しばしば、健康アプリや健康経営が、健康寿命の延伸に関係するのかもしれないと考察したほうがよいという意見もありました。しかしながら、健康アプリの利用あるいは企業の健康経営の取組から健康寿命の延伸までの経路はかなり長く、そして、複雑です。健康寿命には実にさまざまな要因が関係しており、ひとつの施策の影響を評価するのは不可能と言ってよいでしょう。

その意味で、こういう施策を行う場合には、遠い先のことではなく、施策の各ステップで、きちんと進めていくことが大切です。遠すぎない目的や目標を設定し、それらが達成されたかどうかを可能なかぎり定量的に評価し、評価結果から見直しや改善を行うことが大事なのです。そこで、今回のさまざまな調

※健康経営®は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。

査を総括し、施策の各ステップでのポイントを整理してみました。第5章がそれです。

ところで、今回の調査は、ウェブでの調査(デスクトップ調査)、自治体・住民・事業所へのアンケート調査、ヒアリング調査と、基本的な調査方法を組み合わせた、社会調査のお手本のような調査と言ってよいでしょう。各調査の結果はいずれも興味深い内容でした。ページ数の制限から、すべてを掲載することはできませんでしたが、可能なかぎり調査結果を資料として掲載しましたので、参考にしてください。

最後に、無事に1年間で調査を終了できたのも、このように報告書が形になったものも、私のわがままなリーダーシップにお付き合いいただいた研究員、事務局、日本総研の皆様のお陰です。心から感謝申し上げます。そして、この報告書が、23区をはじめ多くの自治体等で健康アプリと健康経営に関わる皆様の少しでもお役に立てることを願っております。

「区民の健康寿命延伸に向けた特別区の施策展開」研究会リーダー
帝京大学大学院公衆衛生学研究科
教授 福田 吉治

