

スポーツを通じた健康づくりについて ～健康づくりに取り組めていない方に対するアプローチ～

県では第 2 期滋賀県スポーツ推進計画に基づき、スポーツを通じた健康づくりに取り組めていない方に対して、自ら進んで運動・スポーツに取り組むきっかけづくりや習慣化を促進するための取組を進めているが、県民のスポーツ活動の現状は全国平均を下回っている状況にある。

このため、スポーツ活動の現状を分析し、課題に応じた具体的な対応方針を打ち出すことにより県民のスポーツ活動の充実を図る。

1. 県の取組状況（第 2 期スポーツ推進計画における主な取組）

(1) 県民総スポーツの機会づくりの推進

- 各種体育大会開催事業(滋賀県民総スポーツの祭典、びわ湖レイクサイドマラソン等)
- しがスポーツの魅力総合発信事業(しがスポーツ大使、しがスポーツの子、しがスポーツナビ)
- スポーツボランティア支援事業 など

(2) 幼児期からの運動（遊び）・スポーツ活動の充実

- 子どもの運動習慣アップ支援事業
- 子どもの体力向上推進事業 など

(3) 女性の参加機会の拡大

- 子どもの運動習慣アップ支援事業（再掲）
- 女性アスリート・指導者育成支援事業 など

(4) 中高年の運動習慣定着化の推進

- 生涯スポーツ振興事業（ラジオ体操普及事業、広域スポーツセンター事業）
- ビワイチジョギング・サイクルツーリズム支援事業 など

2. 県立施設での主な取組状況

第 2 期滋賀県スポーツ推進計画の取り組みのうち、県立施設で実施しているものは下表のとおり。

施設名	健康づくりに関連する主な取組
長浜バイオ大学ドーム	幼児体操教室、子育てママのピラティス&ヨガ教室、グラウンド・ゴルフ大会 など
琵琶湖漕艇場	ボート・カヌー教室、レガッタの開催 など
彦根総合運動場	グラウンド・ゴルフ大会 など
栗東体育館	幼児体操教室、親子ふれあい体操教室 など
スポーツ会館	シニアスポーツデー、ヨガストレッチ教室 など
アイスアリーナ	幼児スケート教室、リフレッシュスケート教室など
ウカルちゃんアリーナ	スポーツデー、ライフアップスポーツ など
武道館	各種教室開催（弓道・剣道・柔道・相撲・合気道など）
柳が崎ヨットハーバー	小学生ヨット体験教室、親子で楽しむヨット教室 など

3. 県民のスポーツ活動の現状と課題

(1) スポーツ活動の現状 (平成 28 年度県民のスポーツライフにかかわるスポーツ実施状況調査)

- ・ 県民のスポーツ実施率 (週 1 回以上) は 36.0% (国 42.5%) であり、年代別にみると 60 歳代以上の実施率が高く、20~50 歳代の実施率が低い。

「週に 1 日以上スポーツを行っている」と答えた年齢別の状況

20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上
23.7%	25.2%	28.0%	34.6%	45.0%	43.0%

- ・ 運動やスポーツをしない人の主な理由は、「仕事が忙しくて時間がないから」、「機会がないから」、「運動、スポーツをしたいと思わないから」
- ・ 1 年間に何らかの運動やスポーツを行っている人の割合は、女性 78.6%、男性 86.0%であり、女性が低い。
- ・ 1 年間に何らかの運動やスポーツを行った人のほうが、「健康である」と答えている割合が高い。
(「健康である」と答えた人の割合: 運動やスポーツを行った人 82.6%、行っていない人 69.8%)

(2) 課題

調査結果を踏まえると、重点的に取り組むべき対象は (ア) の 3 つに分類することができ、(イ) の視点から対策を講じていく必要がある。

(ア) 対象

① 「働き世代」

運動やスポーツをしない理由のうち「仕事が忙しくて時間がない」や「機会がない」については特に 20 歳代から 50 歳代の働き世代でその傾向が顕著であった。

② 「子育て世代」

男性に比べると女性の実施率が低く、特に 20、30 歳代の女性においては、仕事 (育児・家事を含む) が忙しく時間がないといった理由が多い。

③ 「運動・スポーツ無関心層」

運動やスポーツをしない理由のうち「運動、スポーツをしたいと思わない」と回答した方は、そもそも運動・スポーツに興味を持っておらず実施に繋がっていない。

(イ) 取組の視点

- ① 「気軽に」行えるスポーツメニューの提供
- ② 「いつでも」スポーツができる環境の整備
- ③ 「楽しみ」につながるスポーツの魅力の発信
- ④ 特に女性や働き盛りの世代を対象にした取組

4. 具体的な対応方針

(1) 全ての県民へのアプローチ

<スポーツと健康づくりの関連性の発信>

スポーツを行っている人のほうが「健康である」と答えている割合が高く、スポーツをする目的も「健康・体力づくりのため」が一番多いという調査結果を踏まえ、健康福祉部局と連携し、スポーツが健康につながる事例を様々な機会を通じて周知・啓発し、健康づくりについての意識の醸成を図る。



＜インセンティブ制度の活用の検討＞

県民体育大会をはじめとする滋賀県民総スポーツの祭典への選手やスポーツボランティアとしての参加について、健康づくりに関するインセンティブ制度（ポイント付与事業）の活用を検討し、開催方法を工夫することで様々な世代の参加を促進する。

＜新県立体育館におけるスポーツを通じた健康づくり＞

2022年度の開館を予定している新県立体育館において、大学をはじめとする周辺機関と連携しながら健康づくり・身体づくりを志す幅広い年代の人に対して、それぞれの関心やニーズに応じた教室等を開催することで、スポーツを実施する環境の整備を図る。

（2）働き世代へのアプローチ

＜運動・スポーツの習慣化の促進＞

運動・スポーツを実施する機会やきっかけが不足している働き世代に対して、運動・スポーツに興味・関心を持ち、運動・スポーツをするきっかけづくりや習慣化につながる取組を促進する。

＜健康づくりに関する優良事例の発信＞

健康福祉部局と連携し、滋賀県企業スポーツ振興協議会に加入している企業に対し、「職場の健康づくり取組事例集」を配布したり、健康寿命延伸プロジェクト優良事例表彰により企業の好事例を情報提供することで取組の拡大を図る。



（3）子育て世代へのアプローチ

＜運動あそびプログラムを活用した教室の開催＞

「子育て世代の運動・スポーツの参加機会」や「子どもの体力低下」の課題に対応するために作成した、子どもの運動遊びプログラム「PIC※」を活用し、引き続き親子の運動遊び教室等に取り組む。

＜プレイリーダー（運動遊び指導員）の育成・派遣による機会の拡大＞

総合型地域スポーツクラブの指導員を対象に、「PIC」を活用したプレイリーダー（運動遊び指導者）の養成を行うとともに、「PIC」実施時の活動量の変化を計測・数値化し、その効果を保護者や幼稚園教諭等へ啓発する。

更に、対象者を子育て世代の保護者に広げることで、自宅などでいつでも運動遊びができる環境を提供し、子どもの体力作りと併せて保護者の運動機会の拡大に取り組む。

※ Parent Infant Childの略

（幼児期の運動遊びの促進や、子育て世代の運動機会の充実を目的に親子で一緒に体を動かすメニューなどを盛り込んだ運動遊びプログラム）

（4）運動・スポーツ無関心層へのアプローチ

＜スポーツの魅力発信＞

運動・スポーツに接する機会は様々であり、無関心層が運動・スポーツをするきっかけにつながるよう、滋賀県ゆかりのトップアスリートによる魅力発信、イベント情報の提供、各種大会の開催、スポーツボランティア活動の充実などスポーツの魅力発信に取り組む。

＜スポーツが持つ多様性の発信＞

競技種目だけでなく、健康のために行う運動や、子どもと一緒に遊ぶ手段としてのスポーツなど運動・スポーツが持つ多様性を発信する。



スポーツ(身体活動)を通じた健康づくりについて
 ～健康づくりに取り組めていない方に行動を促す仕組みについて～

1. 健康づくりにインセンティブを提供する意義について

厚生労働省において、平成27年9月に「個人への予防インセンティブ検討ワーキンググループ」が設置され、平成28年5月に「予防・健康づくりに向けたインセンティブを提供する取組に係るガイドライン」が公表された。

同ガイドラインでは、「個人にインセンティブを提供する取組は、地域や職域の健康無関心層に対して、健康に対する問題意識を喚起し、行動変容につなげることを目的として実施する」とされている。 【資料1】

2. 各府県の健康づくりに向けたインセンティブ制度(ポイント付与事業)について

平成30年12月末時点で、16道県において実施されている。

ポイント付与の対象は、歩数、(特定健診・がん検診等受診、健康イベント参加とする場合が多く、ポイント利用方法としては、景品を付与している場合が多い。 【資料2】

3. 県内の健康づくりに向けたインセンティブ制度(ポイント付与事業)について

健康推進アプリ「BIWA-TEKU」のほか、把握している限り6市町が独自のポイント制度を実施している。

(1) 健康推進アプリ「BIWA-TEKU」(平成30年1月開始)について

ア BIWA-TEKUの参加機関

11市町と協会けんぽ(全国健康保険協会滋賀県支部)等3団体、計14者による「BIWAKOスキヤねん保険者協議会」で実施されている。

<参加機関14者>

大津市、彦根市、東近江市、草津市、栗東市、湖南市、甲賀市、米原市、高島市、竜王町、多賀町、全国健康保険協会滋賀支部、滋賀県市町職員共済組合、滋賀県薬剤師会

イ BIWA-TEKUの概要【資料3】

ポイント付与対象行為	インセンティブ内容
個人の健康づくり目標の実践、健診受診、健康イベント、スタンプラリー、バーチャルウォーキングラリーの参加	抽選で協賛企業提供の賞品 (「食べる」、「飲む」、「楽しむ」、「スポーツ」、「暮らし」の関連品目)

(2) BIWA-TEKU 以外の県内市町のポイント制度（通年実施の事業に限る）

把握している限り 6 市町（近江八幡市、草津市、守山市、湖南市、高島市、愛荘町）
で実施
（主な例）

	インセンティブ制度の名称	ポイント付与対象行為	インセンティブ内容
草津市	くさつ健幸ポイント制度 （平成 28 年 9 月開始）	特定保健指導、健康講座、 イベントの参加、特定健 診受診等	景品に交換
湖南市	健康こなんポイント制度 （平成 29 年 4 月開始）	運動の実践や健康に関す る教室、スポーツ大会等 への参加、健診、スタ ンプラリーの参加等	
愛荘町	健やか愛ポイント （平成 28 年 4 月開始）	保健事業、社会体育事業 の参加	

4. 県の取組の現状について

○健康寿命延伸プロジェクト優良事列表彰（平成 26 年度から実施）

県内において健康づくりに関する取組を積極的に行っている地域団体や企業の優良な取組事例を発掘し表彰することにより、さらに受賞団体の活発な活動を促すとともに、県民に情報発信することにより、健康づくりに対する県民の意識を高め、健康寿命の延伸を目指すもの。

（平成 30 年度最優秀賞）

部門	受賞団体名	取組内容
栄養	ひこね元気クラブ 21 （彦根市）	市民に減塩、野菜摂取を促すため、記念講演会、「食べよう菜弁当」の企画販売、野菜 350g の計量体験等を実施。味覚チェック体験者は 1 万人にのぼる。 会員数 21 人
運動	歩っ歩の会 （守山市）	毎週土曜日、市民自由参加により約 1 時間 4 km のウォーキングを実施。参加者は、歩きながら会話がはずみ、交流・居場所となっている。 会員数 90 人
介護 予防	草津市老人クラブ連合会 （草津市）	高齢者を対象に歌、料理、ウォークの会を開催。リーダー養成セミナーを開催し自主運営を図る。 仲間づくり・地域の支え合いの側面を持ち合わせる。 会員数 3,001 人
企業	社会医療法人誠光会草津総合病院 （草津市）	糖尿病のリスクのある職員に対して、勉強会、体組成測定と血液検査、ウェアラブル端末による遠隔の栄養・運動指導を実施。健康弁当を提供。業務改善、職場環境改善にも取り組む。 従業員数 1,165 人

5. 今後の取組の方向性について

- ・昨年度改訂した「健康いきいき 21－健康しが推進プラン－（第2次）」に基づき、「健康な人づくり」だけでなく、県民の皆さんがスポーツや運動に取り組みやすい環境づくりとして「健康なまちづくり」にも積極的に取り組む。
- ・「健康なまちづくり」に当たっては、本県の自然や観光、食などの資源も併せて活用することにより、健康づくりを意識しない人にも楽しみながら生活習慣が改善できるよう、部局連携で取り組む。
- ・今年度設置した「健康しが」共創会議の場も活用し、企業や大学、NPO、市町など多様な主体との連携・協働のもと、県民の健康づくりに資する活動を創出する。
- ・健康づくりに向けたインセンティブ制度については、本県においては既に運用されている健康推進アプリ「BIWA-TEKU」があることから、それを活用・発展させることができないかという方向で実施主体と協議・調整する。

個人の予防・健康づくりに向けたインセンティブを提供する取組に係るガイドライン(概要)

1. 基本的な考え方

- 健康長寿社会の構築に向け、国民一人ひとりが、「自らの健康は自らがつくる」という意識を持ち、それぞれの年齢や健康状態等に応じて、具体的な行動として第一歩を踏み出すことが重要
- 自分自身の健康づくりに関心が低い「健康無関心層」も含めて国民が健康づくりの取組を実践し、継続していくためには、
 - ・一人ひとりがそれぞれの選択の中で第一歩を踏み出すきっかけとなるよう、ポピュレーションアプローチとして様々なインセンティブの提供や、ICT・民間の創意工夫も活用した多様な選択肢(健康プログラム)の提供に加え、
 - ・個人が日常生活の大部分を過ごす企業や地域社会の中で、個人が無理なく健康づくりを行える環境づくりや、共に取組を進めることができる新たなコミュニティの構築なども併せて進めていくことが必要
- 既に一部の医療保険者や企業、市町村等では、加入者等の健康づくりの取組に対してインセンティブの提供を含め様々な支援が実践
- ガイドラインでは、こうした先行事例も参考にしつつ、インセンティブの取組を中心に、医療保険制度等の趣旨に照らし保険者等が留意すべき点も明示しながら、個人が主体的に健康づくりを進めるための様々な方策を提案することで、こうした取組を推進すること目的とする。

2. 個人への分かりやすい情報提供

- インセンティブの取組に併せて、保険者が加入者の健康情報を分かりやすく提供し、継続的に健康に対する問題意識を喚起することは重要
- このため、個人の健康への『気づき』につながるよう、ICT等も活用しながら分かりやすく健診結果等を提供するとともに、情報の内容も本人にとっての付加価値を高めるといった工夫が必要(*その際、個人の健康情報の取扱いに十分に配慮するとともに、関連法規を遵守し、いたずらに本人の不安を煽ったりすることは厳に慎むことが必要)
- ガイドラインでは、本人の『気づき』の段階を踏まえた情報提供の工夫の在り方について例示
 - ☞第1段階 加入者の視覚に訴える(*ICTも活用し、単に健診結果(数値)だけでなく、レーダーチャートにする、経年変化のグラフを示すことなど)
 - ☞第2段階 数値の意味を伝える(*本人の疾患リスクとの関係の中で、健診結果(数値)の持つ意味や、医療機関の受診の必要性を伝えることなど)
 - ☞第3段階 ソリューションを伝える(*健康維持や生活習慣病リスクを避けるための生活習慣改善の個別的なアドバイスを伝えることなど)

3. 個人にインセンティブを提供する方法

- 保険者等では、表彰等により本人の健康づくりの取組を鼓舞する取組の他、個人へのインセンティブの提供として、ヘルスケアポイント(物品等と交換できるポイント)といった取組が行われている。*これらの方法は関係法令に照らし問題があるというものではない。
- これらに加えて、ヘルスプロモーションの一策として、例えば、ヘルスケアポイントを提供するタイミングを事業主の給与支払と同時に行うこと等の工夫を行い、これを保険者が『保険料への支援』として呼称することも考えられる。
 - *保険者等によっては現金を付与する取組が行われている場合もあるが、そのこと自体が目的化しやすいので、慎重に考えることが必要。
- インセンティブの取組を公的医療保険制度の保健事業として行う場合には、公的医療保険制度の趣旨(疾病リスクに応じた保険料の設定はできない)を踏まえると、個人の保険料(率・額)を変更することは困難であるため留意が必要。

4. インセンティブ提供に係る評価指標と報奨の在り方

- インセンティブの取組を、幅広い対象者にポピュレーションアプローチとして実施し、結果として『健康無関心層』を動かしていくためには、個人の健康意識や行動変容の状況に即して、評価指標や報奨を検討する必要がある。
- ガイドラインでは、以下の3つの場面に分けてインセンティブの活用の在り方を提示
 - ☞第1段階 健康づくりに参加するきっかけ(*健康無関心層の巻きこみも念頭に健康とは直接関係ない報奨の活用も含め幅広くインセンティブを活用)
 - ☞第2段階 健康づくりの継続支援(*本人の努力やその成果を評価。継続の意欲を喚起するため、ゲーム性のある健康づくりのプログラムも提供)
 - ☞第3段階 取組が習慣化した後の対応(*インセンティブの役割は完了。保健事業や民間サービスを活用した本人の自主的な取組を支援)

評価指標の在り方

- 個人の疾病リスクといった属性を評価するのではなく、本人の積極的な取組を重視して評価するものとして考えていくことが必要(特に、医療機関への受診を抑制し結果的に重症化することがないように留意が必要)
- ガイドラインでは、本人の積極的な取組を評価するものとして以下の3つの類型を提案
 - ☞参加型:健康づくりの取組やプログラムへの参加を評価(*健診受診や各種健康教室への参加など)
 - ☞努力型:健康づくりのプログラム等の中での本人の努力を評価(*ウォーキングやジョギング、体重・血圧・食事の記録の継続など)
 - ☞成果型:健康づくりの成果としての健康指標の改善を評価(*健診の検査値、体重減少など)
- 可能な限り複数の指標で評価し、公平性の観点からは、客観的な指標としていくことが望ましい。

報奨の在り方

- 健康無関心層への促しにつなげる観点からは、報奨の内容を魅力的なものとしていく必要(例えば、ポイントの使い途も、各種コンビニで活用可能な共通ポイント、寄付といった社会貢献等、多様な個人の価値観に合わせ、多様な途を用意することが望ましい。)
- その際、報奨の金銭的な価値が高すぎると、報奨を得ることのみが目的化してしまい、最終的な目的である本人の行動変容にはつながらない場合も出てくるので留意が必要
- 金銭的な価値の水準は一概に論ずることは困難。透明かつ中立的な意思決定のプロセスを経て決めることや、事業の効果を検証・評価し、報奨の在り方についても必要に応じて見直しを。

5. 個人にインセンティブを提供する取組の効果

- インセンティブ事業が、本人の行動変容につながっているかという観点から、インセンティブの活用の場面に即して、予め効果検証の仕組みをビルトインしておく必要(事業の継続性を確保する観点からも効果検証は必須)
- 事業の目的に沿ったKPIを設定し、3年程度の中期計画を立てて実施していくことが望ましい。

6. 個人にインセンティブを提供する取組の推進方策

対象者を広げる工夫

- インセンティブの取組への参加者を健康無関心層にまで広げるためには、そもそもの取組への参加者を広げることが必要
- 実際に実施されている事例に基づきつつ、参加者を広げるための工夫について紹介

①普及啓発

対象者の特性に応じた伝達方法・通知の工夫や、マーケティングの手法を活用した広報の例

<マーケティングの手法を活用した広報の例>

・A市では、健康づくりプロモーションにおいて、マーケティングに関するアドバイスを受け、ポスターの貼り方、リードの書き方を工夫したところ、受診率が10%向上。

②口コミの誘発

多様な広報媒体を通じた広報活動により口コミが誘発され、事業の参加者が大幅に増加した例

<広報の工夫により、口コミが誘発された例>

・B市では、前年、定員の15%しか埋まらなかったポイント事業が、多様な広報媒体を通じた広報活動を実施したところ、定員を5倍にしても定員以上の参加者が集まった。これは、魅力あるインセンティブが用意されていることを前提とし、地域住民に事業の周知を徹底的に行ったことが、成果が得られた要因として考えられる。参加者への調査の結果、実際に参加の決め手となった情報源では、「口コミ」が2位を2倍以上引き離して1位であった。

③事業所とのコラボヘルス

保険者が事業所や労働組合と協働し、従業員が取組に参加しやすくなるよう環境を整えたり、被扶養者へ働きかけを実施した例

<被扶養者への働きかけの例>

・C健保組合は、従業員と家族、事業所、労働組合とが一体となった取組を推進しており、健康に関する共通指標を用いて各事業所の成果を可視化する取組をはじめている。そこで、被扶養者の特定健診受診率向上のため、健診案内の通知方法を工夫したほか、事業所を通じて被扶養者への働きかけを行ったところ、受診率が倍増した事業所もあった。

④ 日常動線の活用

- ・職場では、インセンティブのプログラム自体を無理なく実施するために、勤務の日常動線の中で自然にプログラムが実践されるように工夫
- ・地域において、かかりつけ医・歯科医・薬剤師での促しや、励ましにより本人のモチベーションが上がることもインセンティブ

<職場での日常動線の活用の例>

従業員の健康づくりに熱心な事業所では、職場の自動販売機の飲料をカロリーの高いものに見直したり、食堂でヘルシーメニュー等を提供する取組が見られる。日常の動線に、健康を意識するような環境をつくっていくことで、従業員の意識や行動が変わりやすくなる。

- ・D社では、全社的な健康増進運動を推進する趣旨の文字が印刷された紙コップを社内で使用している。
- ・E社では、社員食堂に向かう階段に、上った段数で消費されるカロリーを表示している。

⑤ インセンティブの評価指標や報奨の工夫

グループ活動への参加やロコミをポイント付与の対象としたり、社会貢献(寄付)を報奨として組み込んでいる例

- ・F市では、健康づくりの自主グループに参加団体として登録してもらい、そのグループの日々の活動に参加することをポイント付与の対象の一つとしている。
- ・G市では、健康ポイント事業を市民に紹介することをポイント付与の対象の一つとしている。
- ・H町では、学校や保育所での図書や教材・体育用具/遊具購入や、地域団体のボランティア活動のための活動費にポイントを使用できる。

⑥ 効果の確認

ICT等を活用して、インセンティブの提供により健康無関心層の行動変容につながったか、確認を行った例

<ICTを活用し事業実施効果を「見える化した例>

- ・I 健保組合では、健康増進サービスのウェブサイトへのアクセス数等を分析したところ、インセンティブの提供後に、従前一度もアクセスしていなかった被保険者からのアクセスが増えたことや、歩数を入力する人数及び頻度も増加したことなどから、効果が確認できた。

継続性を確保する工夫

- インセンティブの取組を継続的なものとしていくためには、事業の原資の確保が最も大きな課題であり、一定の事業規模としていくためには、事業実施による効果(経済的効果を含む)を示していくことが不可欠
- 民間企業の活用(原資の提供)や、事業への参加に個人負担を導入していくことも考えられる

<民間事業者からの協賛の例>

- ・J 県では、県内の市町と協働して実施する健康づくりマイレージ制度を構築。健康づくりを行うポイントがたまり、一定のポイントをためるとカードがもらえる。このカードを提示するとお得なサービスを加盟店で受けられる仕組み。平成27年度は24市町、協力店舗約800店で実施。

他都道府県のインセンティブ制度の事例について

住民個人を対象とした個人へのインセンティブを活用した健康づくり事業(健康ポイント事業等)を実施している16道府県

H30.12現在

番号	県名	事業名称	ICTやIoTの活用	健康ポイントの付与対象項目							ポイント利用方式				
				歩数	受診・けんしん(特定健診等)	健康イベント参加	健康コラムの確認	力重、血圧等)の体入	健康データ(体重、血圧等)の体入	アンケート回答	その他	ポイント等の電子マネーの付与	商品券	都道府県管理施設等利用券、割引券	景品
1	北海道	北海道健康マイレージ事業			○	○								○	
2	宮城県	働く人のための健康づくりプラス推進事業 (ウォーキングプラス15推進事業)	○	○							○	○		○	
3	山形県	やまがた健康マイレージ事業								○					○
4	福島県	ふくしま健民パスポート事業	○	○	○	○	○	○	○	○				○	
5	埼玉県	埼玉県コバトン健康マイレージ	○	○	○	○			○	○			○		○
6	富山県	働き盛りの健康づくり支援事業	○	○	○			○						○	
7	岐阜県	清流の国ぎふ健康ポイント事業			○	○								○	○
8	静岡県	健康マイレージ事業		○	○	○		○							○
9	愛知県	あいち健康マイレージ事業		○	○	○				○					○
10	三重県	三重とこわか健康マイレージ事業		○	○	○				○					○
11	鳥取県	健康健民マイレージ事業		○	○	○		○		○				○	
12	広島県	ひろしまヘルスケアポイント	○	○	○	○		○						○	○
13	山口県	やまぐち健康マイレージ事業		○	○	○				○					○
14	香川県	かがわ健康ポイント事業 「マイチャレかがわ!」	○	○	○	○				○				○	○
15	高知県	高知家健康パスポート事業	○	○	○	○		○							○
16	大分県	おおいた健康ポイント推進事業	○	○	○	○		○	○						○
合計数			8	13	14	13	1	7	3	8	2	1	1	8	11

健康ポイントのため方

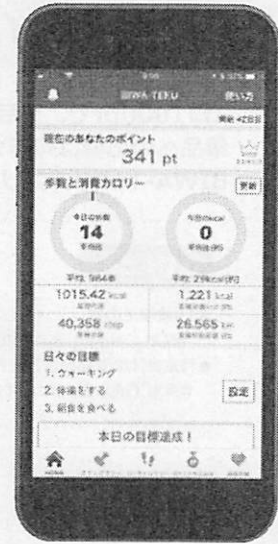
Health Point

健康に関するアクションでポイントをためましよう!

健康診断を受けたり、健康イベントに参加したり、ウォーキングしたりすることで健康ポイントを獲得できます!

もらったポイントはアプリ内にたまっていき、市町の提供する景品の抽選応募で、使用する事ができます。

ポイントをためて「健康で長生き!」を目指しましょう!
「自分の健康」は「自分で守る!」



健康ポイントをためる方法

1

デイリーポイント

自分でたてた健康づくりの目標を実践!
1日1ポイントGET! さらに7日連続で目標を達成するとボーナスで10ポイントGET!



2

健診を受ける

特定健診・がん検診などを受診したらポイントGET!

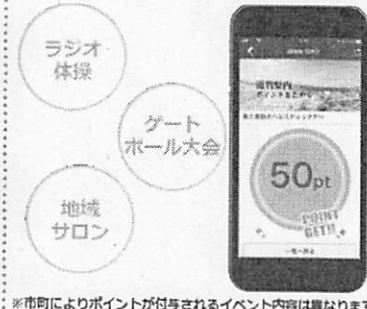


※がん検診は上限200pt

3

健康イベントに参加する

ラジオ体操・ゲートボール大会・献血・ヘルシー料理教室などに参加してポイントGET!



※市町によりポイントが付与されるイベント内容は異なります。また、付与されるポイント数は市町によって異なります。

4

お勤めのスポットを巡る (スタンプラリー)

各市町お勤めのコースのスポットにチェックインするとポイントを獲得!

5

ウォーキングをする (バーチャルウォーキングラリー)

スマートフォンをもって歩くと、歩いた歩数に応じてマイルストーンがたまっていくバーチャルラリーでポイントGET!

GPSで
位置認証

スポットにより
ポイント数が
変わります



ハグ&クミちゃん
アイコンが目印だよ！
スポットで
チェックインしよう！



滋賀県健康づくりキャラクター
しがのハグ&クミ



コース達成で
お名前入認定証画像が
もらえる！



健康ポイントがたまったら、景品抽選に応募しましょう！

1口1000ptで、景品に応募できます！
景品への応募は毎年1月に行なえます。
BIWA-TEKUアプリ「抽選に応募」より応募してください。

応募対象者

- 19歳以上の方
年度末（3月末日）までに19歳であれば、応募可能になります。
- 特定健診の受診をされた方（40歳～74歳）
年度末（3月末日）までに40歳になる方は、特定健診の受診が必要となります。

[→ 景品一覧を見る](#)

下記の景品は協賛企業様にご提供いただいております。

1000ptごとに1口応募できますので、健康ポイントをどんどん集めてくださいね。

2019年1月1日より応募することができます。
景品内容は毎年変わります。

※WチャンスはBIWAKOスキヤねん保険者協議会の参加市町、協会けんぽ、市町村共済組合に加入されている方が対象となります。



抽選にハズレても
活命茶は応募者
全員にプレゼント!

中北薬品株式会社
NAKAKITA YAKUHIN CO.,LTD

食べる

飲む

楽しむ

スポーツ

暮らし

「スポーツ」景品リスト



リフト御優待券(1日券)
ヘア

3 名様



リフト1日券と交換できる優待券(ヘア)です。引き換えは2019シーズン中となりますので、ご注意ください。



Bリーグ 道営レイクスターズ ホームゲーム観戦
ヘアチケット

5 名様



Bリーグ2018-19年シーズン 3/9(土)、
秋田ノーザンハビネッツ戦 2階自由席観戦
チケット



Bリーグ 道営レイクスターズ ホームゲーム観戦
ヘアチケット

5 名様



Bリーグ2018-19年シーズン 3/10
(日)、秋田ノーザンハビネッツ戦 2階
自由席観戦チケット



オーダーインソール
1,000円OFF

10 名様

オーダーインソールを使うと、外反母趾やヒザの痛み、マメ・タコ、腰痛のトラブル予防効果があります。また、スポーツパフォーマンスアップへつながります。



ゴルフボール 1ダース

2 名様

比良ゴルフ倶楽部

琵琶湖をはじめ、湖畔に点在するいくつもの名所旧跡を享受とする比良の山並み。当倶楽部は思まれた自然環境を活かしたコースレイアウトが美しいコースです。



ふるふるマシン 5回券

50 名様



元々は宇宙飛行士の衰えた筋肉や骨を回復するために開発されたマシンです。たったの10分乗るだけで、筋トレ効果や骨密度アップ、姿勢改善などが期待されます。



フォレストアドベンチャー
招待券

10 名様

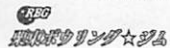


全国に29店舗展開するフォレストアドベンチャー。滋賀県栗東市には2017年7月に上陸! 大人が子供にかえり、子供が大人になる場所。そんなフォレストアドベンチャー招待券をプレゼント!



ボウリングヘア1ゲーム無料券

ヘア250 名様



ストレス発散にボウリングは最適! 楽しく運動できる快適な空間です。1ゲーム無料券をヘアで250組ご招待!



60分券

10 名様



RAGUIは健康寿命延伸、カラダ回復スタジオです。医療、スポーツ、ウエルネスの現場経験のあるトレーナーが完全マンツーマン制でお客様にあったトレーニングやストレッチを行います!



滋賀ユニテッドB C
2019シーズンホームゲーム
観戦チケット・選手サイン色紙

10 名様



「ルートインBCリーグ」に参入した滋賀県のプロ野球チーム「滋賀ユニテッドB C」の2019年シーズンホームゲームの観戦チケット2枚と、選手サイン色紙1枚をセットでプレゼント。



東レアローズ スポーツタオル

5 名様



東レアローズ選手も使用しているスポーツタオルです。選手のサイン色紙と一緒にプレゼントします。(選手は選べません)



東レアローズ バスタオル

5 名様



東レアローズ選手も使用しているバスタオルです。選手のサイン色紙と一緒にプレゼントします。(選手は選べません)