

平成30年9月1日

Fチーム

誰もが、無意識に**健康**に向かう社会へ



学生のための  
政策立案コンテスト 2018

# 全体の概要

## ➤ 政策



Step1.

民間との結託により、  
選択肢の質を上げる



Step2.

現代にフィットした新  
PR

## ➤ 立案プロセス

### 1.理想状態

- 意識せずとも、健康になれる社会

### 2.現状分析

- 健康への意識・理解向上に関わらず、行動ができていない層がいる
- なおも、意識向上に注力している。

### 3.問題領域の特定

- 人間の行動選択への対処不足
- 対象：現在、健康的な行動をとっていない人

### 4.アプローチ

- 意識が向上してもなお、健康的選択をしない層の実質的健康度の引き上げ

# 1.理想状態

社会経済的要因によって制限されている人々の行動選択に着目し、食生活における選択を変えることで、30年後までに、国民が意識せずとも行動の結果を健康につなげることが可能な社会にすること。

# 2.現状分析

## ・現行政策

「健康づくりは、結局は、国民一人一人が正しい知識を持ち、自ら自覚し、自らの意志で生活習慣の行動変容を遂げなければ効果を上げることはできない。」

(健康日本21 設立趣意書)

➡国民の健康意識向上を目指す。

## ・実際は？

平成23年の健康日本21の最終評価によれば、「目標に達した」項目の多くは意識や知識に関するものであった一方、達成できなかった項目を見ると、人の行動までは変えられていないことが読み取れる。

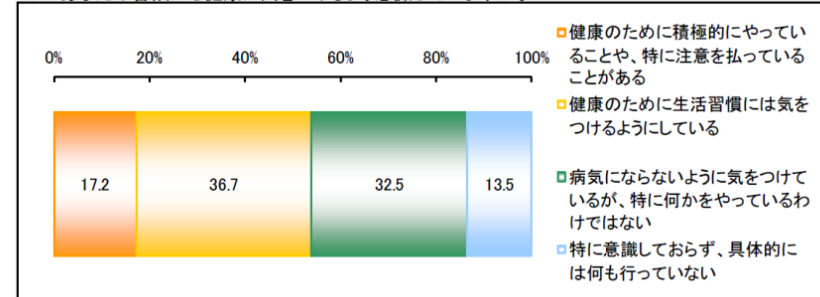
平成26年の「健康意識に関する調査」によれば、健康のために実際に行動を映している人は、全体の17.2%、健康に関心のない層も全体の半数ほどであった。➡意識があっても、行動につながるわけではない。

表1 指標の達成状況

策定時*の値と直近値を比較	全体	再掲の項目を除く
A 目標値に達した	14項目 < 17.5% >	10項目 < 16.9% >
B 目標値に達していないが改善傾向にある	32項目 < 40.0% >	25項目 < 42.4% >
C 変わらない	22項目 < 27.5% >	14項目 < 23.7% >
D 悪化している	10項目 < 12.5% >	9項目 < 15.3% >
E 評価困難	2項目 < 2.5% >	1項目 < 1.7% >
合計	80項目 < 100.0% >	59項目 < 100.0% >

\*中間評価時に設定された指標については、中間評価時の値と比較

Q17.あなたは普段から健康に気をつけるよう意識していますか。



### 3.問題領域の特定

#### ・健康格差の原因

現実には、諸所の社会的経済的要因が、日々の行動選択に影響を与えており、こうした選択の差の**累積**が健康状態の格差を生み出していると言える。

Ex.お金がない、時間がない、仕事が激務→ファストフードの日々⇔お金がある、精神的余裕、時間の余裕→野菜食べたり、運動したり…の積み重ねで、健康状態の差が生じてしまう。

※ちなみに健康とは、

Health=A state of complete physical, mental and social well-being and not merely absence of disease or infirmity(WHO)より、ただ単に病気がない状態だけでなく、身体、精神、社会的に幸福な状態を指す。不健康はその反対。

#### ・問題領域

(現行政策の問題点)

- ・健康への意識・理解向上に関わらず、行動ができていない層がいる。
- ・なおも、意識向上に注力している。

#### ・原因分析



#### ・目標

意識に関係なく、行動の結果を、健康につなげる



## 4. アプローチの仕方

### ✓ 手法

- ・健康な選択肢の充実を図る。
- ・その選択を促進。

### ✓ 対象

**現在、健康的な行動をとっていない人**

### ✓ 妥当性

- ・資本主義経済の中で構造的に固定された社会経済要因、人が健康を行動に移さない嗜好を変えるより、選択肢そのものの質向上の方が、全体への影響力が大きい。
  - ・現行政策で、一部の社会階層における健康意識向上で選択の改善がおこなわれたからこそ、健康格差是正においてより重要なのは、健康的選択をしない層の実質的健康度の引き上げであり、この層に対するこれ以上の健康意識向上に基づく選択の改善を期待することは現実的ではない。
- ➡故に、意識改革ではなく、日常で誰もが必ず触れる選択肢そのものへのアプローチを図る。

# 政策Step1. 民間との結託により、選択肢の質を上げる

## ～食編～



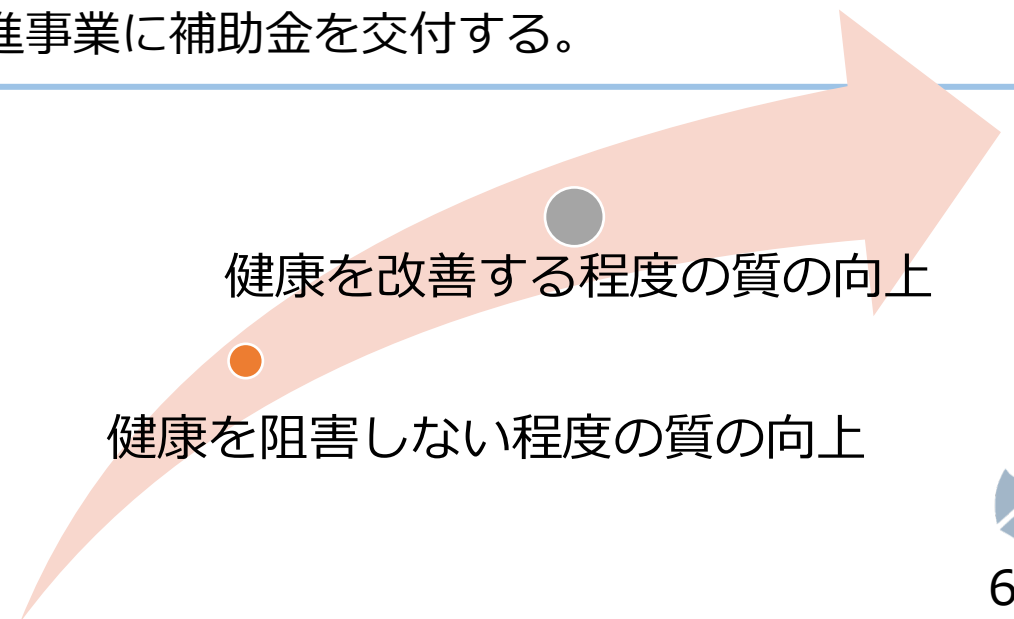
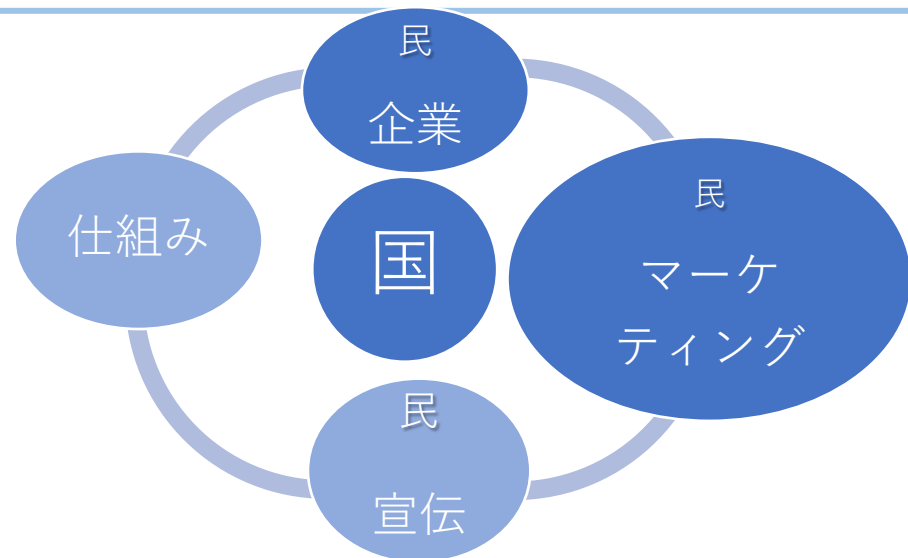
- 減塩や脂質制限、糖質制限といった、既に科学的に確立した健康に資する食の選択を促すためには、まずは市場に健康に資する食品が多く流通していることが必要である。

⇒民間企業、主にコンビニなどに対して健康食品の種類や数を増やすインセンティブを与えるべき。

ここで、政府は、国が定める基準に照らし合わせ、健康食品の販売割合に応じた減税措置や、商品開発に対しての開発援助を行う。またこれでは不十分であるため、上で定めた基準のほかに、実行可能性の高さが予見される基準を定め、これを満たしていない場合には国が金銭的罰則を科す。

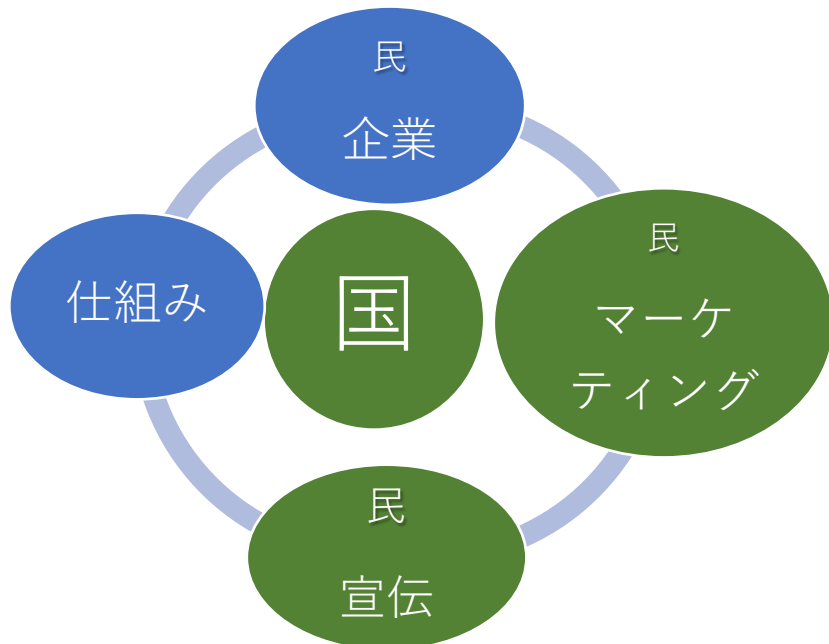
## ～運動編～

- 以前、株式会社NTTドコモで行われていた、歩くだけでポイントがたまる歩数計アプリなど、企業側が国民に向けて行っている運動促進事業に補助金を交付する。



## 政策Step.2 現代にフィットした新PR

- 健康食品（選択肢）の充実を図ったうえで、国民の選択をより健康的な方に促す必要がある。
- 「健康」面以外での購買意欲の創出のため、より効果的な手段を新たに採用  
→国民に対して影響力の強い媒体を利用。
- 特定の対象層に強い影響力を持つ個人や企業、若年層に対してのYouTuberの活用などである。こうした取り組みを行うための枠組みの形成を、政府が主体となって行う。
- マーケティング会社と結託して、その媒体をその時の流行に対応させる。



## 今後の見通し

・内閣府主体となって、健康にかかわるあらゆる分野での民間との連携体制を拡充  
Ex…減塩→厚生労働省とコンビニ



### ・短期的には

「健康」な食品の値上げ

「不健康」とされる製品を生産する主体の売上低迷が予想→反発

### ・長期的には

健康を意識した商品開発が、すべての企業に促される→その環境が当然となる。

→現在の「不健康」商品もより健康に

→社会保障費の削減