

クリニカル・イナーシャ対策推進事業

R8 17,965千円（新規）

事業の目指す姿(アウトカム)

現状 → 事業終了後の姿

- ・日本の脳心血管病死亡の最大の要因は高血圧
- ・本県の40歳以上の高血圧判定者は約46万人であり、うち未治療者は約13万人と生活習慣病(高血圧、糖尿病、脂質異常症)の中で最多



▲40歳以上で高血圧判定がなされる者と未治療者の割合（推計）
（県保険者協議会「R4特定健診等データ」と令和4年青森県推計人口を基に推計）

→高血圧症未治療者数の減 →循環器病による死亡者数の減
→早世の減少と健康寿命の延伸

課題

- ・R7治療・受療リテラシー向上事業や従来からの取組から
- ・高血圧や行政に無関心な層の取り込みが不十分
- ・血圧測定や治療に向けた動機付けが不十分

対応方針

特に改善が望まれる40～50歳代の無関心層に対し、
「インパクト重視の広報」と
「関心に沿うインセンティブ」により働きかける。
併せて、中長期的な視点で、普及啓発による受診勧奨の効果が高めるため、広報基盤を構築・強化する。

目指す姿を実現するための取組(アウトプット)

【概要】治療が必要であるにも関わらず治療を開始しないクリニカル・イナーシャの県民に対し、関心を引き出した上で、効果的な普及啓発を行う。

取組1 無関心な方に関心を持ってもらうためのアプローチ 13,479千円

取組1-1 インパクト重視の短期集中的な働きかけ 12,709千円

メインターゲットである40～50歳代からの注目度が高く、かつインパクトも期待できるような「タレントを起用し、インパクト重視の短期集中的な広報」(ポスターやWebサイト、ショート動画での起用を想定)を行う。

広報には、高血圧症の受診勧奨と、取組2のキャンペーン内容を併せて周知する。



取組1-2 中長期的な視点を持った働きかけ 770千円

本事業を通して関心がより強まった方等に対し、高血圧等に関する効果的な普及啓発を中長期的に続けるため、新たなキャラクターを制作し、SNS投稿等の普及啓発に活用する。



取組2 関心のある方の動機付け強化のためのキャンペーン 4,486千円

民間企業と連携の上、血圧測定により協力店が用意したインセンティブを付与するキャンペーンを行う。

実施に当たっては、アプリを活用し、血圧が高い方に対して、メッセージによる受診勧奨を行う。併せて、県が協力店に血圧計を貸し出し、県内で血圧測定が可能な場所の拡充を図る。

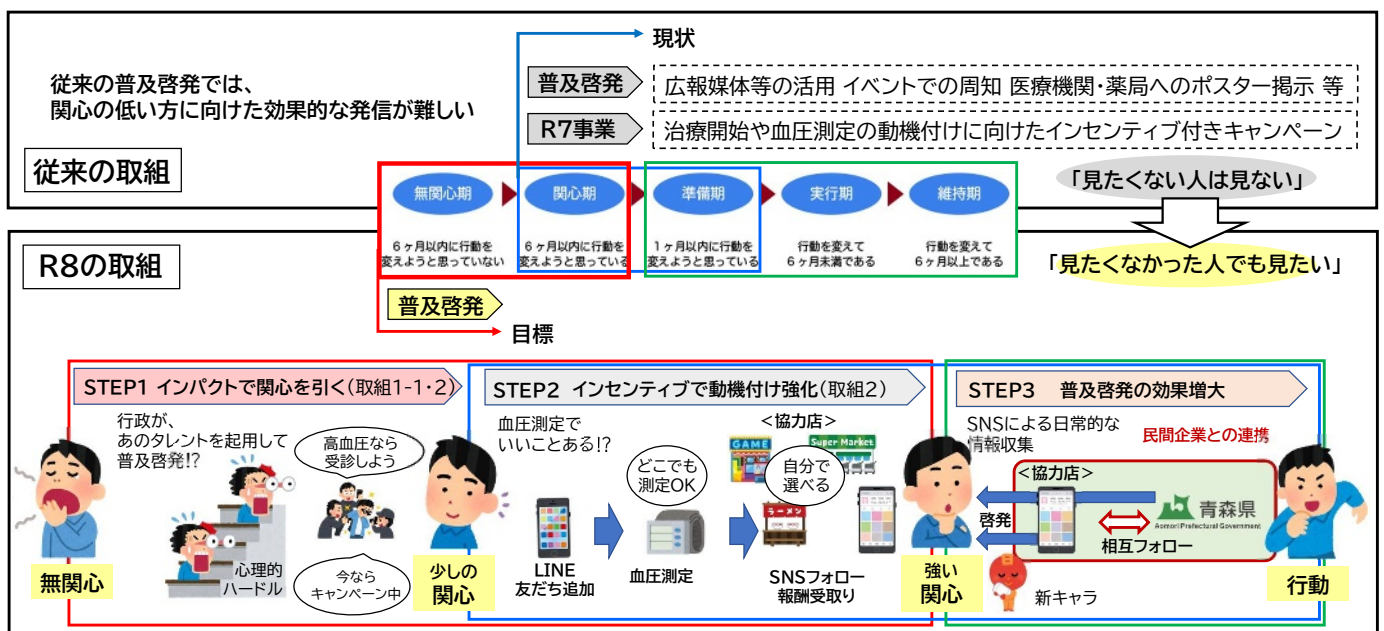
キャンペーン期間(予定):R8.9月～R9.2月



1

行動変容ステージモデルに応じた効果的な普及啓発についての考え方

人が行動を変える場合は「無関心期」→「関心期」→「準備期」→「実行期」→「維持期」の5つのステージを通ると考える。
ステージをひとつでも先に進むには、その人の今のステージを把握し、それぞれのステージに合わせた働きかけが必要となる。
(厚生労働省HP:健康日本21アクション支援システム)



2