

4

実際にお知らせを作ってみる

考える順番は？

Step 1

「誰に何をしてもらうのか」を決め、方法やメインメッセージを考える

Step 2

伝える内容の工夫（ナッジ等行動科学の活用）

Step 3

見せ方の工夫（強調、レイアウトなど）

Step 4

運用上の工夫（手元で見れるようにする、待ち時間を活用するなど）

本日は、潜在的な対象者の掘り起こしなど、**関心がない方へのアクセス**を主目的とする周知広報を中心にご説明します

4-1

実際にお知らせを作ってみる

Step1

対象となる人を理解し、方法やメインメッセージを決める（ソーシャルマーケティングの活用）

はじめに決めておくこと

- 目的（入り口と出口）をしっかりと決める

入り口＝誰に

出口＝何をしてほしいのか（具体的な行動を示す）

※ただ「知ってもらう」のではなく、行動として、次に何をしてもらうのか

- 対象者が何を考えているのか理解する
- どうやって伝えるかを考える（リーフレット・はがきを送る、ポスター、説明会・・・）
- 対象者をしぼる場合も、対象者を理解してグループ化してから

**対象者の気持ちにそった伝え方
「誰に、何を伝えるか」**

対象者を理解し、グループ（セグメント）に分ける

乳がん検診リーフレット

乳がん検診のご案内

は40歳以上（年度末現在）の女性で検診機会のない方を対象に乳がん検診を実施しています。

乳がん検診を受けることで早期発見し、乳がんによる死亡を防ぐことができます。
2年に1回は【乳がん検診をご利用いただけますので、ぜひ、この機会に受診してください。】

なお、勤務先等において同様の検診機会のある方は、この受診はご遠慮ください。

<マンモグラフィによる検診を受けましょう。>

【の乳がん検診は、マンモグラフィ検査と視触診検査の併用法で行います。】

マンモグラフィとは、乳房専用のX線撮影のことです。

撮影は、立体的で厚い乳房を正しく撮影するために圧迫板で圧迫し、乳房を薄くひきのばして撮影いたします。

これは圧迫せず撮影した場合に比べ、少ない放射線でしこりの影がはっきり写り、的確な検診結果が得られます。

マンモグラフィで撮れる写真は、乳がん初期症状の石灰化や腫瘍等を写し出します。

X線の量はごくわずかですが乳房だけの部分的なものです。骨髄への影響はありません。

ただし、妊娠中の方、妊娠の可能性のある方は、実施医療機関へご相談ください。

※このお知らせは、【 】にお住まいの方で、平成【 】年4月1日～平成【 】年3月31日までに満年齢40歳以上にお送りしています。

この通知は、乳がん検診の受診率向上のためのご案内です

40歳を過ぎたら 乳がん検診

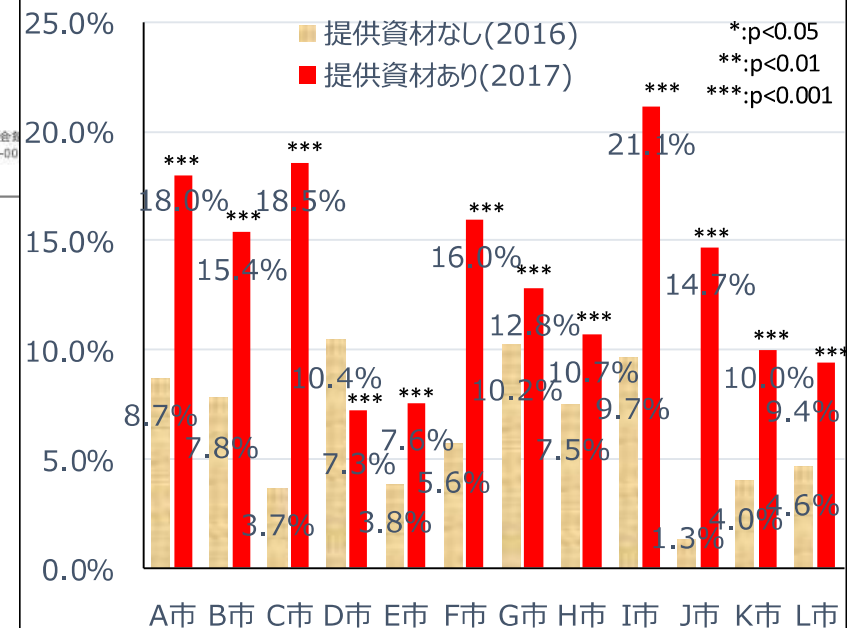
マンモグラフィなら自己触診では
みつからないがんも見つかる



〇〇市 福祉保健部 健康推進課

〒000-0000 〇〇市〇〇町 〇-〇〇-〇 健康会館
電話 | 000-000-0000 FAX | 000-000-00

リコール後の受診率比較(乳がん)



ソーシャルマーケティングの活用（乳がん検診未受診者の気持ち）

○ソーシャルマーケティングとは：対象となる人々と社会に利益をもたらすことを目的に、人々の**行動変容を促す**ため、商品等の販売やプロモーションを行う**商業マーケティングの手法を公衆衛生に取り入れる**

○マーケティングの基本：**対象の細分化（セグメンテーション）**

→それぞれの人の気持ちに響くメッセージを送らないとその行動は変わらない

→誰にでも何となくあてはまるメッセージは、誰にも深くは届かない

例）乳がん検診未受診者

未受診者の
“気持ち”

無関心者
(がんに無関心な層)

関心者
(がんが怖くて検診が
不安な層)

意図者
(すでに受けようと思っ
ている層)

“私は絶対に
大丈夫”



“がんが見つかるのが怖い”



“どうやって受け
ばいいの？”



伝える
メッセージ

「乳がんは今や誰もが心配
すべき問題です」

「早く見つけてしまえば乳がんは治ります」

わかりやすく具体的ながん
検診受診の方法

出典：東京都における医療保健政策区市町村包括補助事業「がん検診受診率向上事業」にて実施 出典：東京都「受けよう！がん検診」HP
TPB (Theory of Planned Behavior; Ajzen, 1985)、Cancer worry (Hay, Buckley, Ostroff, 2005) をもとに3タイプに分類

40歳を過ぎたら 乳がん検診

マンモグラフィなら自己検診ではみつからないがんも見つかる



〇〇市 福祉保健部 健康推進課

40歳を過ぎたら
受けなければいけ
ない



検診無関心者
(がんに無関心な層)

“私は絶対に
大丈夫”



不安を取り除くよう
にあたかいトーン
で



検診関心者
(がんが怖くて検診が
不安な層)

“がんが見つ
かるのが怖い”



医師が後押しして
きっかけ作り



検診意図者
(すでに受けようと思っ
ている層)

“どうやって受け
ればいいのか?”



近年、日本人女性の14人に1人が
乳がんにかかると言われています^{※1}。

もう他人事とは思えない！乳がんは女性が一生のうちで1番かかりやすいがんです。

誰がなっても
おかしくない
ですよ



セルフチェック
だと遅いかも…



乳がんは40～50代女性の
がん死亡原因ナンバーワン^{※2}

日本では、年間1万人以上の女性が乳がんで亡くなっています。
40代と50代はとくに乳がんにかかりやすい年齢です。

自己触診では見つからない
ケースがたくさんある

乳がんは自己触診だけでは見つけることが難しく、
早期発見のためにはマンモグラフィによる検査を
定期的に受けることが大切です。

※1 日本乳がん学会 国立がん研究センターがん対策情報センター 地域がん登録データベースによる2008年のがん罹患データ。
標準化率は15.6/1万人を意味
※2 乳がん23年人口動態統計

乳がんの重大性

乳がんは今や誰もが
心配すべき問題です

マンモグラフィはこんな検査です。

乳がん検診のマンモグラフィっていったいなにをするのか。
不安に思っていないですか。
実際にどんな検査なのかを知っておけば、検診に行く時も安心！

マンモグラフィは、
いわゆるおっぱいの
レントゲン

マンモグラフィは乳房X線とも呼ばれる、
おっぱいのレントゲンです。
プラスチックの板と撮影台に乳房を挟んで
上からレントゲンを撮ります。



「静かになり、じっとして一度撮影です」

1cm以下のがんも見つけられる
優れた画像検査法

マンモグラフィは、乳がん検診方法として
効果があることが確認されている唯一の検査法で、
早期乳がんの検出に有効です。



乳がんは早期発見で治癒します^{※3}。

乳がんは早期に発見して治療すれば95%以上が治癒します。
正しい知識を持って、専門の先生と一緒に定期的にチェックしていくことが
大切です。

5年相対生存率



乳がん検診を年に1度

検診無関心者
(がんに無関心な層)

“私は絶対に
大丈夫”



近年、日本人女性の14人に1人が
乳がんにかかると言われています^{※1}。

もう怖人事とは思えない！乳がんは女性が一生涯のうちで1番かかりやすいがんです。

誰がなっても
おかしくない
ですよ



セルフチェック
だと悪いかも…



乳がんは40～50代女性
がん死亡原因ナンバー1

日本では、年間1万人以上の
女性がかかっています。
40代と50代はとくに乳がん
です。

※1 出典：国立がん研究センター
がん統計 がん罹患率
※2 出典：平成23年人口動態統計

検診関心者
(がんが怖くて検診が
不安な層)

“がんが見つ
かるのが怖い”



マンモグラフィはこんな検査です。

乳がん検診のマンモグラフィっていったいなにをするのか。
不安に思っていますか。
実際にどんな検査なのかを知っておけば、検診に行く時も安心！

マンモグラフィは、
いわゆるおっぱいの
レントゲン

マンモグラフィは乳房X線とも呼ばれる。
おっぱいのレントゲンです。
ブラスチックの板と撮影台に乳房を挟んで
上からレントゲンを撮ります。



5秒くらい、じっとして撮影終了！

1cm以下のがんも見つけられる
優れた画像検査法

マンモグラフィは、乳がん検診方法として
効果があることが確認されている唯一の検査法で、
乳がんの検診に有効です。



乳がんは早期発見で治癒します^{※2}。

乳がんは早期に発見して治療すれば95%以上が治癒します。
正しい知識を持って、専門の先生と一緒に定期的にチェックしていくことが
大切です。

5年相対生存率

早期発見した場合
(I期)

99.2%

早期発見
できなかった場合(IV期)

35.1%

乳がん検診は2年に1度
必ず受診して下さい

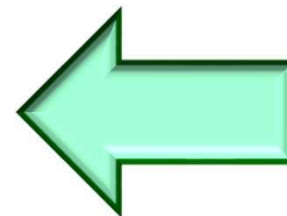
多くのがんは、2年1度の検診で早期発見できます。
ただし、中には急激に大きくなるものもあるため、
もし異常を感じたら病院へ行きましょう。



※1 ここでは「乳がん」とは、乳房癌からの5年相対生存率です。
相対生存率とは、がん以外の原因でなくなる人の数をもとに計算します。
※2 がんの検診12機関 全国がん検診センター がん検診実施状況における5年生存率

がん検診の有効性

早く見つけてしまえば
乳がんは治ります



裏表紙

今年度は、〇〇市より 0,000円の助成があります！

〇〇市在住の40歳以上の女性には、2年に1度、約0,000円の助成がでるため、自己負担金0,000円で乳がん検診が受けられます。

今年度の助成対象の方

乳がん検診(マンモグラフィ)は助成がない場合、一万円を超える高価な検査です。ぜひこの機会に受診しましょう。

検査費用 約〇〇〇〇円
— 助 成 金 約〇〇〇〇円
自己負担金 0円

※助成が実施されるわけではありません。

今年度の受診期間は、平成××年××月××日まで

毎年、受診期間が近付くと大変混み合います。お早めにご予約・ご受診ください。

乳がん検診の流れ

Step 1. 実施医療機関に直接予約

以下リストをご覧ください。

受診曜日や時間等、女性医師による検診の提供など、詳細は各医療機関にお問い合わせの上、ご都合にあった医療機関に直接ご予約ください。

Step 2. 受 診

医療機関で、保険証を提示、受診費用を支払い受診。

問診

自覚症状等についてお聞きします

視触診

医師が乳房を視触して、しこりがないか調べます

マンモグラフィ

乳房のレントゲンを撮ります

Step 3. 結果を確認する

実施医療機関一覧	〇〇市	〇〇〇〇医療	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇病院	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇健診クリニック	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇クリニック	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇総合病院	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇クリニック	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇乳癌クリニック	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇病院	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇クリニック	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇メディカルプラザ	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇病院	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇医療センター	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇外科クリニック	000-0000
	〇〇市	〇〇〇〇病院	000-0000

〇〇市 福祉保健部 健康推進課 〒000-0000 〇〇市〇〇〇〇-〇〇〇〇健康会館内
電話 | 000-000-0000 FAX | 000-000-0000

40歳を過ぎたら 乳がん検診

マンモグラフィなら自己検診ではみつからないがんも見つかる



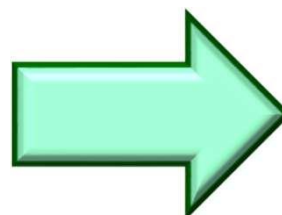
検診意図者
(すでに受けようと思っ
ている層)

“どうやって受け
ればいいのか？”



受診までの流れ

わかりやすい受診方法



今年度は、〇〇市より 0,000円の助成*が あります！

〇〇市在住の40歳以上の女性には、2年に1度、約0,000円の助成がでるため、自己負担金0,000円で乳がん検診が受けられます。

今年度の助成対象の方

乳がん検診(マンモグラフィ)は助成がない場合、一万円を超える高価な検査です。ぜひこの機会に受診しましょう。

検査費用 約〇〇〇〇円
— 助 成 金 約〇〇〇〇円
自己負担金 〇〇〇〇円

※現金が支給されるわけではありません。

今年度の受診期限は

平成00年0月00日

例年、受診期限が近付くと大変混み合います。
お早めにご予約・ご受診ください。

乳がん検診の流れ

Step 1.

☎ 実施医療機関に直接予約

以下リストをご覧ください。

受診曜日や時間帯、女性医師による検診の提供など、
詳細は各医療機関にお問い合わせの上、
ご都合にあった医療機関に直接ご予約ください。

Step 2.

✚ 受 診 問診／マンモグラフィ

医療機関で、保険証を提示。受診費用を支払い受診。
自覚症状等についてお聞きします。
乳房のレントゲンを撮ります。

Step 3.

📄 結果を確認する*

実施医療機関一覧		
〇〇町	〇〇〇〇医院	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇病院	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇健診クリニック	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇総合病院	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇乳腺クリニック	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇病院	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇医院	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇病院	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇健診クリニック	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇総合病院	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇乳腺クリニック	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇病院	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇町	〇〇〇〇クリニック	000-0000

※ 検診は自治体と、各医療機関が連携して行っています。検診結果は自治体で共有され、市区町村へ報告されます。また、最初に受診した医療機関と異なる医療機関で精密検査を受けた場合は最初に受診した医療機関にも検診結果が共有されます。(医療機関の検診精度向上のため)

40歳を過ぎたら

(拡大)
受診曜日や時間帯、**女性医師による検診の提供**など、詳細は各医療機関にお合わせの上、
ご都合にあった医療機関に直接ご予約ください。



「女性医師に診てもらえる…？」
⇒乳がん、子宮頸がん検診で
多くみられる不安に対応

4-2

実際にお知らせを作ってみる Step2

伝える内容の工夫（ナッジ等行動科学の活用）

Fear appealだけでは終わらない→不安を取り除く

Fear appeal → 不安を取り除く

- 「ひとごとではないですよ」
「セルフチェックでは遅いかも…」
とどきとさせる
↓
- 「早期発見で治ります」
ほっと安心

近年、日本人女性の
11人に1人が乳がんにかかると言われています。^{※1}

もう他人事とは思えない！乳がんは女性が一生のうちで1番かかりやすいがんです。

乳がんは**40～50代女性**の
がん死亡原因ナンバーワン^{※2}

日本では、年間約1万4千人以上の女性が乳がんで亡くなっています。40代と50代はとくに乳がんにかかりやすい年齢です。



自己触診では
見つからないケースがたくさんある

乳がんは自己触診だけでは見つけることが難しく、早期発見のためにはマンモグラフィによる検査を定期的に受けることが大切です。

※1 出典：国立がん研究センター がん情報サービス「がん登録・統計」 地域がん登録全国推計によるがん罹患データ（1975～2013年）

※2 出典：国立がん研究センター がん情報サービス「がん登録・統計」 人口動態統計（2016年）

乳がんは**早期発見**で
治癒します。^{※4}

乳がんは早期に発見して治療すれば95%以上が治癒します。正しい知識を持って、専門の先生と一緒に定期的にチェックしていくことが大切です。

5年相対生存率



乳がん検診は2年に1度
必ず受診して下さい

多くのがんは、2年に1度の検診で早期発見できます。ただし、中には急激に大きくなるものもあるため、しこり、乳房のひきつれ、乳頭から血性の液がでる、乳頭の湿疹やたれなどの症状がある場合は次の検診を待たずに病院へ行きましょう。



※4 ここでいう「治癒（一治癒）」とは、診断時から5年相対生存率です。相対生存率は、がん以外の原因で亡くなる人の影響を除いた数値です。
出典：全がん追加腫瘍の生存率共同調査（2006～2008年全症例）

「簡単に楽な行動を選ぶ」と「タイムリー」の利用

簡単に具体的な動作指示を目立つところに記載

- 簡単に具体的な動作指示を必ず入れる
←次に何をすればいいかを自ら調べなくて
もいいように
- 「乳がん検診を受けようかな」と思ったタイミ
ングを逃さない
- 通販のイメージで
「今すぐこちらでお申込みを！」

(裏表紙)

乳がん検診の流れ

Step 1.
📞 実施医療機関に直接予約
以下リストをご覧ください。
受診曜日や時間帯、女性医師による検診の提供など、
詳細は各医療機関にお問い合わせの上、
ご都合にあった医療機関に直接ご予約ください。

Step 2.
+ 受診 問診／マンモグラフィ
医療機関で、保険証を提示。受診費用を支払い受診。
自覚症状等についてお聞きします。
乳房のレントゲンを撮ります。

Step 3.
📄 結果を確認する*

実施医療機関一覧		
〇〇市	〇〇〇〇病院	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇病院	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇診療クリニック	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇総合病院	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇乳がんクリニック	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇病院	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇病院	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇病院	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇診療クリニック	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇総合病院	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇乳がんクリニック	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇病院	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇クリニック	000-0000
〇〇市	〇〇〇〇クリニック	000-0000

* 検診は自治体と、各医療機関が連携して行っています。検診機会や検診は検診機会で行われます。市区町村
へお問い合わせください。また、検診は医師、放射線技師と協力して実施されます。検診を受ける場合は事前に検診
した医療機関にも検診、検診結果が送付されます。(医療機関が検診結果を送付しない場合があります)

「インセンティブ(お得感)」と「損失回避」の利用

- 「お得感」には納得できる根拠が必要
→今年度は〇〇市から補助があるから「今なら安く受けられる」
- 失うことを嫌がる「今このタイミングを逃すと…」
- タイムリーな働きかけ

今年度は、〇〇市より
0,000円の助成*があります！

〇〇市在住の40歳以上の女性には、2年に1度、約0,000円の助成がでるため、自己負担金0,000円で乳がん検診が受けられます。

今年度の助成対象の方

乳がん検診(マンモグラフィ)は助成がない場合、一万円を超える高価な検査です。ぜひこの機会に受診しましょう。

検査費用	約〇〇〇〇円
- 助成金	約〇〇〇〇円
自己負担金	〇〇〇〇円

※現金が支給されるわけではありません。

今年度の受診期限は
平成00年0月00日

例年、受診期限が近付くと大変混み合います。
お早めにご予約・ご受診ください。

「0円で受けられます」だけではなく、
「自治体から10,000円の助成があります」とすることで、**本当は高価な価値のある検診が今なら安く受けられる**というお得感を強調
⇒「安かろう悪かろう」ではない

「みんなも受けている(社会規範)」の利用

- 「毎年、受診期限が近づく大変混み合います。お早めにご予約・ご受診ください」

←「みんなも受けている」

- 「〇〇市在住の40歳以上の女性には…助成がでます」

←「自分だけ受けないと損！」

今年度は、〇〇市より
0,000円の助成*があります！

〇〇市在住の40歳以上の女性には、2年に1度、約0,000円の助成がでるため、自己負担金0,000円で乳がん検診が受けられます。

今年度の助成対象の方

乳がん検診(マンモグラフィ)は助成がない場合、一万円を超える高価な検査です。ぜひこの機会に受診しましょう。

検査費用 約〇〇〇〇円

ー助成金 約〇〇〇〇円

自己負担金 〇〇〇〇円

*助成金が支給されるわけではありません。

今年度の受診期限は

平成〇〇年〇月〇〇日

例年、受診期限が近付くと大変混み合います。
お早めにご予約・ご受診ください。

「情報提供者のオフィシャルさ(メッセンジャー)」の利用

- オフィシャルなところ（行政）からの案内であることを強調
「〇〇市からのお知らせ」
- デザインやフォントを読みやすく親しみやすく、だけどくだけすぎない
- 好感を持たれるようにすることを意識



活用した行動科学フレームワークのまとめ（１）

リーフレット・はがき等の資材に活用したフレームワーク

Messenger・オフィシャル	・普段の行政からの通知よりも親しみやすく目立つデザインとするが、行政からの公的なお知らせであることが一目でわかるように表紙や封筒のデザインを工夫。 「〇〇市からの〇〇検診のお知らせ」、「市のロゴ」、「国立がん研究センターが作成しました」
現在志向バイアス	・今受診することで得られる利益（金額、早期発見で手術の負担が小さい等）を強調。
インセンティブ	・費用について、目立つ位置に「無料で受けられます」ではなく、「今年度は、〇〇市より〇〇〇〇円の助成があります！」と記載することで、本当は高価な検診が「〇〇〇〇円の助成の対象である」ため、今年度は安く受けられると伝える。 ・セット受診が可能な場合は、助成金額の合計を記載して「お得感」を強調。
損失回避	・「今年度は助成の対象です」と示すことで、「今年度を逃したら助成の対象にならないかもしれない」と伝える。
同調効果	・「毎年、受診期限が近づくと大変混み合います。お早めにご予約・ご受診ください」と記載し、「みんなも受けている」と印象づける。
認知容易性	・受診までの具体的な流れを簡潔に示し、次にとるべき行動指示を明確にする。

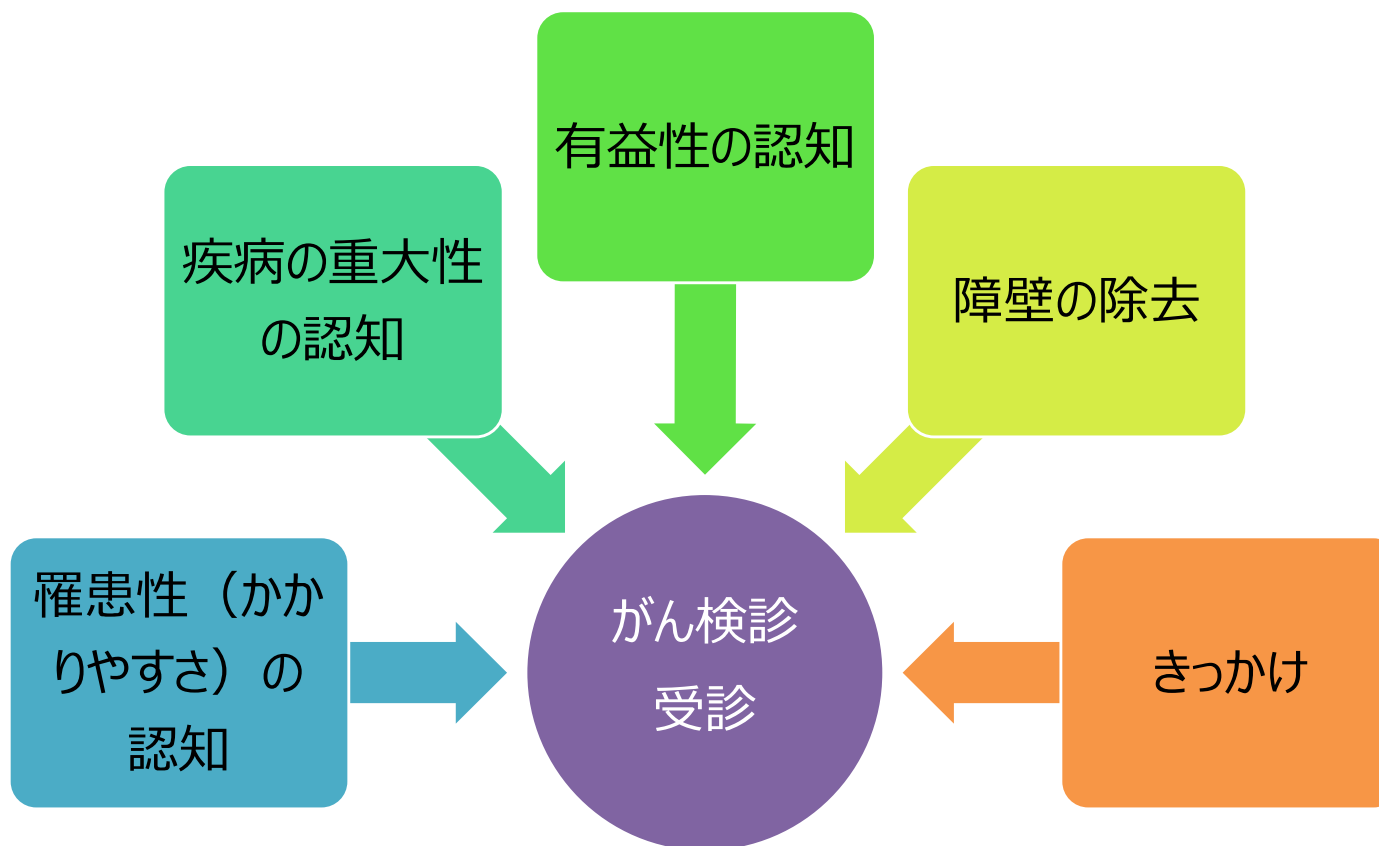
活用した行動科学フレームワークのまとめ（２）

ー運用上の工夫として活用したフレームワークー

選択肢削減	・受診候補日をあえて絞ることで、「いつでもいい」ではなく、限られた選択肢から「今決めて申し込む」に。予約の集中を避ける効果もある。
Timely	・節目年齢、引越し、結婚、出産、定年退職（保険が変わる）など、生活環境が変化するタイミングに重点的にアプローチ。「普段は行く機会がない役所」を訪れたタイミングに声かけ。 ・他の疾患での受診時などに声かけ（かかりつけ医や健康づくり推進員等の利用） ・イベントやキャンペーンを単なる啓発で終わらせずに、連動してその場で申し込めるように。「受けようかな」と思ったタイミングを逃さない。
デフォルト	・健康診断受診時にがん検診をセットで受けられる場合は、「オプションで申し込む」のではなく、「セット受診」であることを強調。 ・「受けるか受けないか」を選択するのではなく、「いつ受けるか」を選択。
コミットメント	・申込時に受診予定を自分で書き入れてもらう。 ・職場や家族に受診日を伝えることを勧める。

【ご参考】ヘルスビリーフモデル

人々が疾患予防もしくは早期発見のためのプログラムに参加しない理由を明らかにするために考案された概念



Rosenstock IM. Historical origins of the Health Belief Model. Health Education Monographs. 1974;2(4):328-35.をもとに作成

4-3

実際にお知らせを作ってみる

Step3

見せ方の工夫（強調、レイアウトなど）

Step 3 : 見せ方の工夫

- メインターゲットと目的に合わせたレイアウト
 - 色、イラスト、文字の大きさやフォント、「〇〇な方へ」が一目でわかるように
- 主語は対象者
 - 一般論ではなく、読む人だけに向ける
 - 「〇歳～〇歳の女性を対象です」→「このお知らせを受け取ったあなたが対象です」
- ぱっと見て内容が伝わるように
 - 一番はじめに最も重要な情報を載せる
 - 見出しは単語だけでなく、「何をどうするか」まで 例) ×マスク、マスクについて
〇マスクをはずす
 - 情報は必要最小限。判断基準は目的とする行動をとってもらうための判断に必要な情報であるか否か
- メリハリをつける
 - 図や表の活用、イラストの活用（文字だけで伝えきれないメッセージを含められる）
 - 文字の大きさやフォントを変化させる
 - 一続きで読めるのは長くて3行、棒グラフよりも円グラフ、グラフの要素は2つまで

さまざまな人に向けた見やすく・わかりやすくする配慮

■ 文字

- 年齢を限定しない場合は、文字の大きさは12～14pt
- 見出しをつける（見出しの文字は本文より大きく）
- 明朝体またはゴシック体。斜体字や丸文字、手書き文字は避ける。
- 数字は漢数字を避けアラビア数字
- 半角よりは全角

■ 文章

- 文章は短く、シンプルに
- 主語は1つ、話題も1つ
- 難しい漢字にはルビをつける。漢字を避けてひらがなを多くすると読みづらくなる
- 複雑な数字の概念を避ける。「20%の人」→「5人に1人」
- 時間は24時間表記ではなく、12時間表記。「14時」→「午後2時」

■ イラストや写真

- 内容理解のために重要
- 内容と関係のあるイラスト・写真にする。イメージイラスト（花、風景等）は混乱してしまう
- 文字と重ねない
- 重要なイラスト・写真は左側で文字は右側にする
- ジェンダーバランス、ジェンダーバイアスに注意する

フォントの選び方

目的、メインとなる対象者、内容（雰囲気）、全体のバランス等によって決める

【参考】

- 明朝体：長文向け。シックで優雅な印象
- ゴシック体：活気、強調したいときに有効
- ポップ体：（おすすめしません）軽い・安っぽい印象になる場合も
- メイリオ（明瞭）：見やすさ・読みやすさに優れたフォントの代表格である
- 遊ゴシック：長文でも読みやすい
- BIZ UDPゴシック：従来のゴシック体・明朝体をベースに見やすさ・読みやすさを向上させたUD系の書体

文字の大きさと年齢

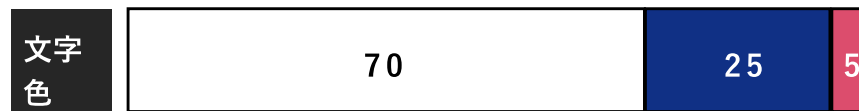
年齢 (基準となる年齢)	文字サイズの幅 (最小～非常に読みやすい)	基準の文字サイズ
幼児～低学年 (9歳以下)	22-30pt	26pt
小学生 (10歳)	18-26pt	22pt
青年 (20歳)	5.0-12.7pt	10.5pt (印刷物は最小でも6pt程度)
中年 (50歳)	9.6-23.9pt	12pt
前期高齢者 (70歳)	16.6-41.4pt	
高齢者 (80歳以上)	22.3-55.8pt	

参考：文部科学省（幼児～小学生の文字サイズ）、産総研（青年以上、視距離30cmの場合）

配色

○カラーは4色まで（文字＋背景＋2色）

○文字色以外の比率 70：25：5の法則



文字は黒かグレーが基本

文字色以外

70% ベース（背景など）

25% メイン（タイトル・見出しなど）イメージカラー

5% アクセント（ポイントなど特に目立たせたい箇所）

色の区別がしづらい人への配慮（カラーユニバーサルデザイン）

- 色の見え方は多様で、同じ色に見えていない（例「灰色と藤色」）
- 色覚障害の方や高齢者の色の見え方を理解する
- できるだけ多くの人に見わけやすい配色を選ぶ
- 「色の名前」も活用する
- 色に頼らない配色：作成過程でモノクロで印刷してみるとよい

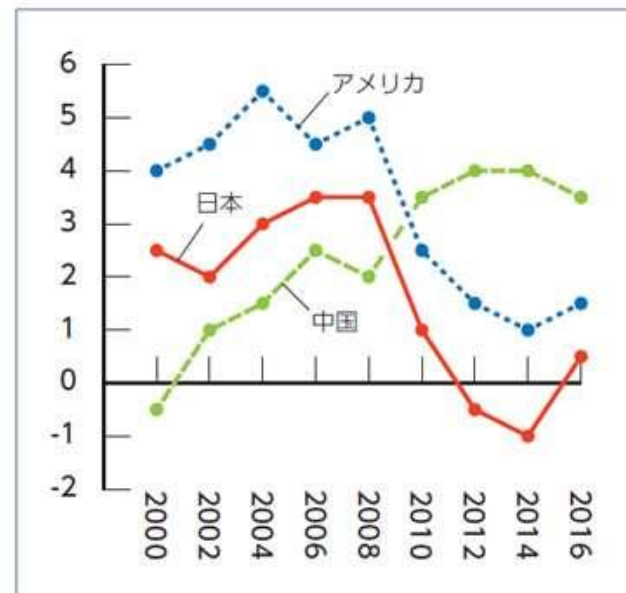
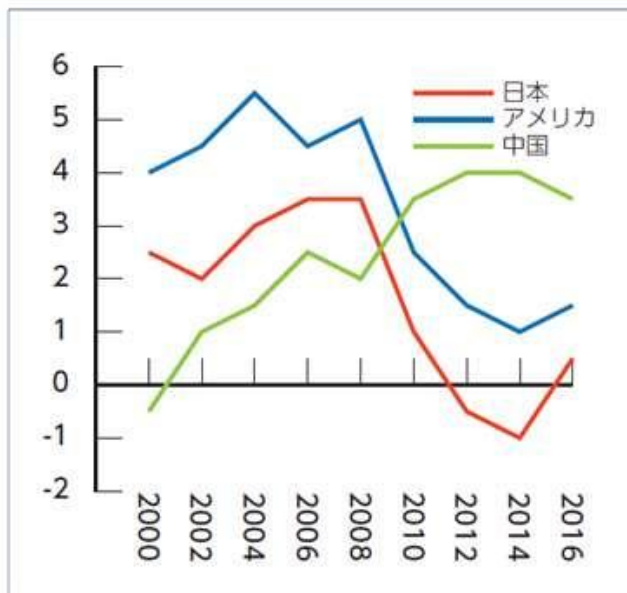
一般色覚者の見え方

The image shows two overlapping Japanese forms for pension applications. The top form is pink and the bottom form is light blue. Both forms contain text in Japanese, including checkboxes and input fields for personal information and pension details. The forms are titled '国民年金 老齢基礎年金額加算開始事由該当届' (National Pension Old-Age Basic Pension Amount Addition Start Reason Eligibility Statement).

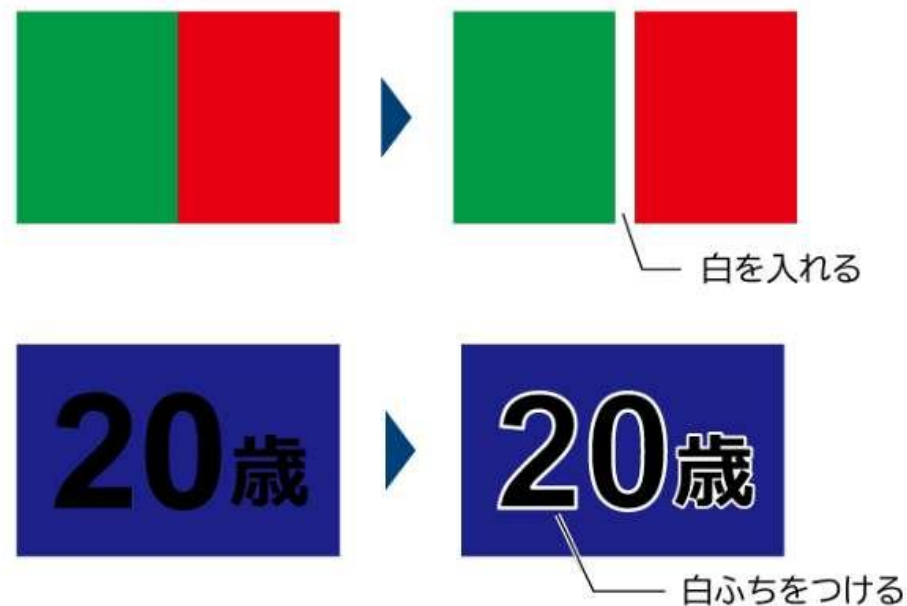
色覚障害の方の見え方

The image shows the same two overlapping Japanese forms as in the previous image, but viewed through a color blindness filter. The pink form now appears as a light blue/gray, and the light blue form appears as a darker blue/gray. This demonstrates how the forms would appear to someone with color vision deficiency.

- 凡例とグラフが離れていると、視線を行き来させなければならない
- 色の違いのみにすると見分けづらくなる
- 凡例を使わず、できるだけグラフに直接書き込む



- 視認性を高めるための「セパレーション」の活用
- 隣接する2色の差を明確にするために色と色の間に白などの無彩色を入れる

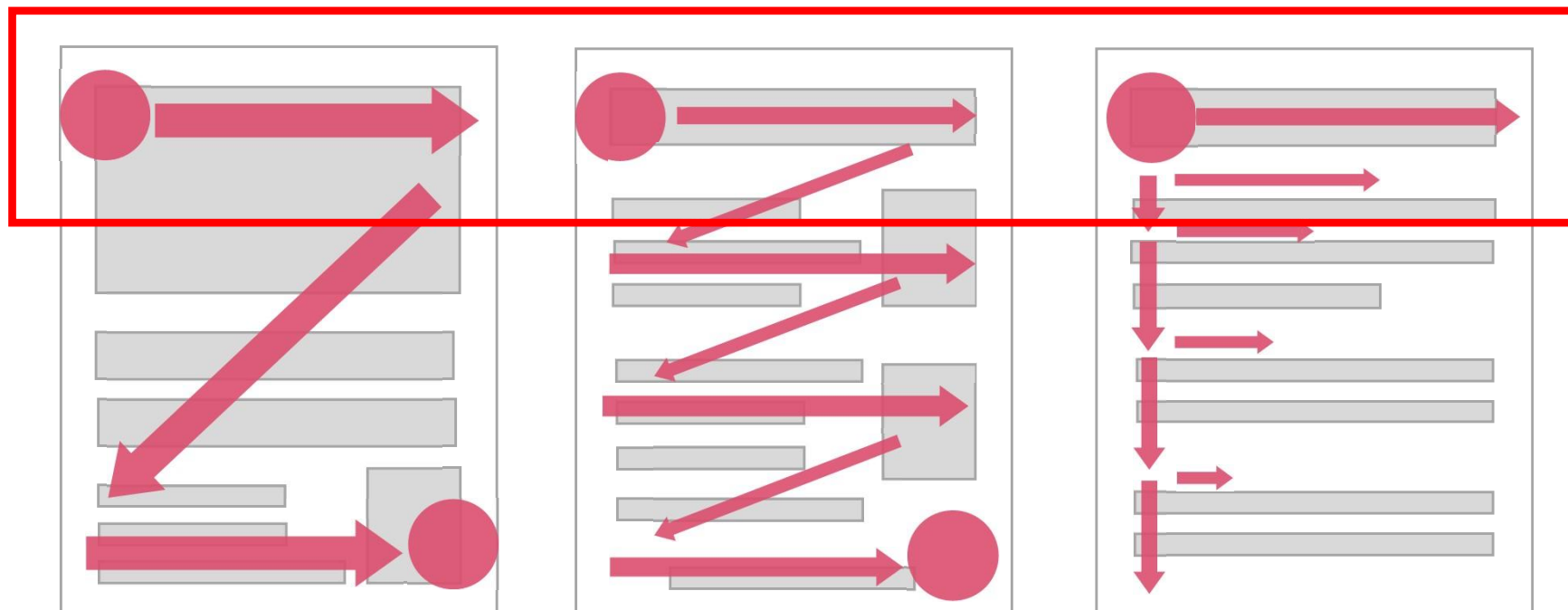


○じっくりすべてを読み込む人は少ない

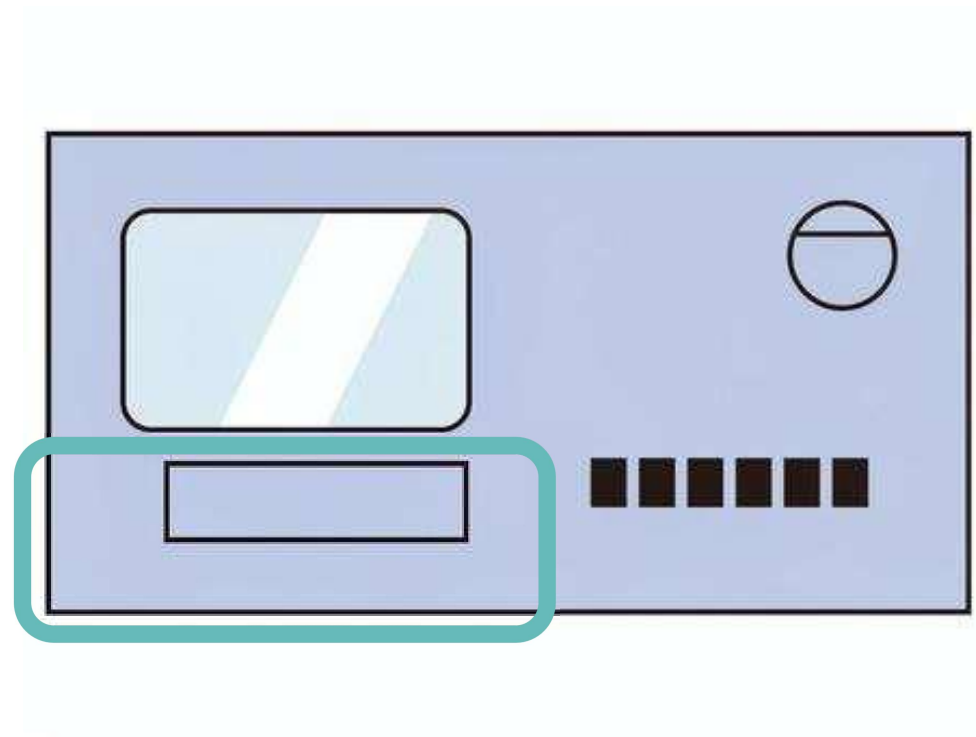
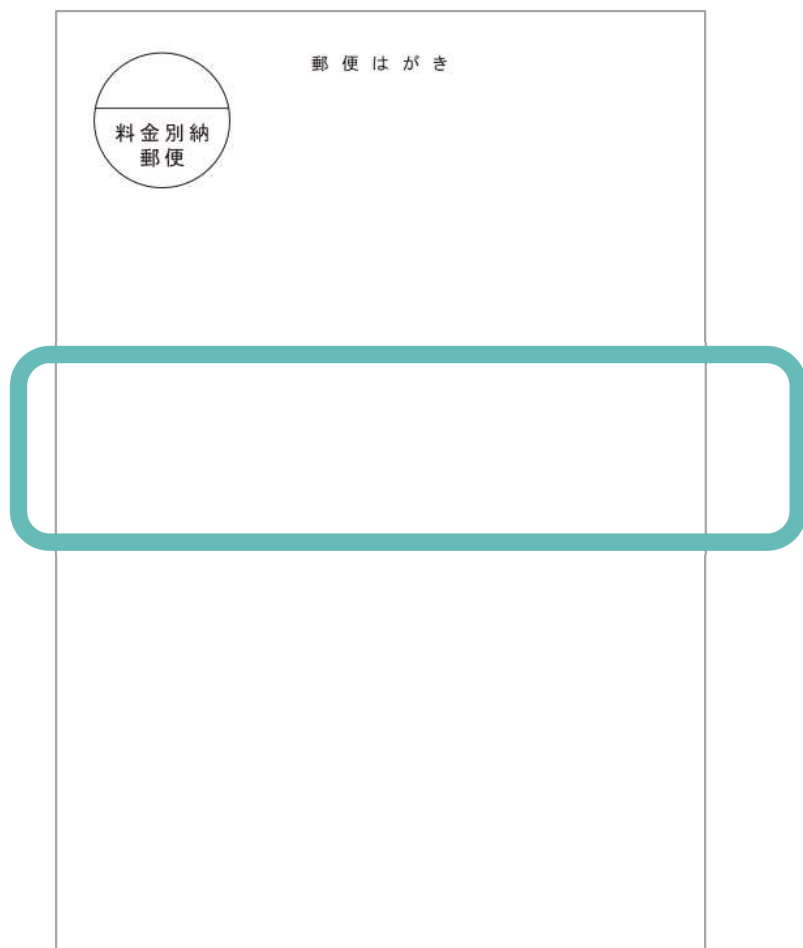
○タイトルで内容がわかるように + 読みたくなるようにする

上部 1 / 3 が勝負

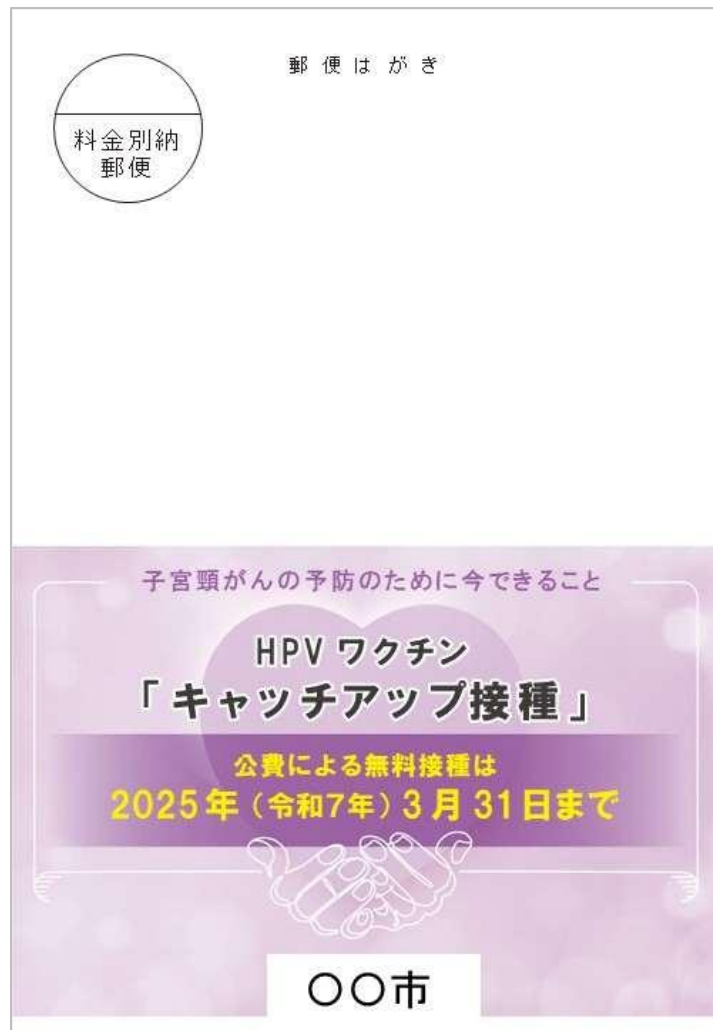
○見出しだけ読み飛ばしてもいいように、見出しで完結させる



まず目にするところ



事例：HPVワクチンキャッチアップ接種



HPV ワクチン「キャッチアップ接種」がまだお済みでない方へ

**公費による無料接種は
2025年（令和7年）3月31日まで**

接種は合計3回で、完了するまでに約6か月間かかるため、接種を希望する方は、お早めの接種をご検討ください。

接種には予診票が必要です。紛失などで予診票がない場合は下記どちらかの方法で再交付します。

窓口申請 母子健康手帳をお持ちになり、下記〇〇〇〇窓口にお越しください。（申請後すぐにお渡しします）

電子申請 母子健康手帳をご用意し、右記二次元コードから電子申請してください。（申請から郵送まで1～2週間程度かかります）



- 転入した方や母子健康手帳がない方は、電子申請ができないため、窓口申請をお願いします。
- 積極的勧奨の差し控えにより公費での接種機会を逃した方に対して、公平な接種機会を確保する観点から、「キャッチアップ接種」を令和7年3月末まで実施しています。
- 「キャッチアップ接種」の対象は平成9年度～平成18年度生まれの女性です。平成19年度生まれの女性も令和7年3月31日まで接種できます。

HPV ワクチン「キャッチアップ接種」について、詳しくはこちら→

厚生労働省 ホームページ  〇〇市 ホームページ 

【窓口申請・お問合せ先】

※このはがきは、キャッチアップ接種がまだお済みでない方にお送りしています。すでに接種している方には、行き違いのご案内になります。ご了承ください。

4-4

実際にお知らせを作ってみる

Step4

運用上の工夫

ナッジを活用した運用の工夫（健診・検診を例に）

＜決定を後押し＞

- 集団検診や土曜検診の日程について、ある程度日程を絞る（対象者の分散も兼ねる）
「いつでも受けられる」→後回しになってしまう
- おすすめを示す→考えなくてもいいように
- 受診期間、予約期間を区切る
 - － 受診勧奨の対象者を分けて年数回実施するなど
 - － 予約の集中を避けるためにも

＜コミット(宣言)の利用＞

- 申込み時に受診予定を自分で書き入れてもらう
- 職場や家族に受診日を伝える

＜タイムリー＞

- 節目年齢、引越し、結婚、出産、定年退職（職場の健康組合から国保に変わる）等
 - － それぞれの人にとって節目となるタイミングに重点的にアプローチ
- さまざまな人からの声かけ
 - － かかりつけ医
 - － 健康づくり推進員、食生活改善推進員等
 - － 生命保険会社の営業、美容師、ネイリスト等
- 啓発イベントやキャンペーンを単発で終わらせず、連動して「その場で申し込めるように」