

## Promotion

### メッセージを効果的に伝えるための コミュニケーション方略 効果的なコミュニケーション

- ブランドづくり：簡潔でクリアな共通標語とロゴの開発
- 厚労省内階段利用促進キャンペーン
- 国民および関連諸団体に向けたURLの開設
- 用途別に使用できるリーフレット、パンフレットの作成
- 対象を明確にしたリーフレット、パンフレットの作成
- 複数ロゴを用い関連団体とのコラボレーションを強調

13

## 1. ブランドづくり

### 簡潔でクリアな共通標語とロゴの開発

- 新聞、TV、ラジオ、市民広報の利用：「共通のロゴ」を用いて、運動指針が公表されたことを広く知らせる。所要量や指針の概略を簡単に、しかも理解が容易なように解説し、誰もが目に入るようにする。メッセージ化
- リーフレット、パンフレット：イラスト、標語を使用し、簡単に、しかも理解が容易なリーフレットやパンフレットを作成し、職場（健保を通じて配布）、地域（健康センター、市町村の施設を通じて配布）、学校（児童・生徒から親へ配布）を通じて国民に広く認知させる。

14

## 2. 厚労省内 階段利用促進キャンペーン

マスコミへの積極的な情報提供、ダウンロードによってポスター、ちらし、ステッカー、シール、しおりなどを利用可能にする。



## 3. 国民および関連諸団体、 指導者に向けたURLの開設

- 厚労省HPに対象者別推奨活動を設ける
- 関連諸団体HPとリンクをはる
- リーフレット、指導者用ガイドラインにURLを明示する
- ロゴを明確にし、他団体とのコラボレーションを強調する。
- 指導者専用のURLを開設する。

16

## 4. 用途別に使用できるリーフレット、 パンフレットの作成

- 指針内容のポイントと対象者別推奨活動についてのリーフレットを作成する。
- 健保、職場、市町村、健康保健センターにおいて用途にあったリーフレットやパンフレットを備え付ける。
- 小学生を持つ親、中学生を持つ親というように年齢に応じて内容を若干変え、学校から家庭へ配布を行う。
- 子どもへの介入内容とリンクさせ、家庭における意識を高めさせる。
- ロゴを明確にし、他団体とのコラボレーションを強調する。

17

## 5. 対象を明確にした リーフレット、パンフレットの作成

- 健康行動習慣が悪いと予測される人たちが集まる場（たとえば職場、地域の健康教室やイベント、保健指導の場を通して配布できるリーフレット、パンフレットを作成する。
- 前面に「現在行っていない人」（熟考ステージ者）、「不定期でしか行っていない人」（準備ステージ者）というように表裏のリーフレットを作成する。
- 熟考ステージ者：身体活動量を増やそうと考えているが、行動に移していない人に、まずは始めさせるように働きかける（表面）。
- 準備ステージ者：身体活動・運動をまさに行おうとしているが、不定期で行っている人を定期的に行えるようにさせる（裏面）。
- ロゴを明確にし、他団体とのコラボレーションを強調する。