

2 健康増進を担う人材の育成

県は、健康増進に関する施策を推進するための保健師、歯科衛生士、管理栄養士の資質の向上、健康づくりリーダーなど健康づくりのための運動指導者や、食生活改善推進員、禁煙普及員、介護予防リーダー等のボランティアの養成や活用と、健康づくりのための自助グループの支援に努めます。

そのため、県は関係団体と協力し、人材育成のための研修の充実に努め、さらに指導者相互の連携を進めることで、健康づくり活動の活性化を図ります。

3 周知・広報戦略

(1) 県民健康の日

健やかで活力ある社会の実現に向けて、県、市町村、関係団体等が協力し、毎月第3日曜日の「県民健康の日」をきっかけとして、日常的な健康づくりに取り組むよう進めます。

また、厚生労働省が定める9月の健康増進普及月間に合わせて、「あいち健康の森健康科学総合センター(通称:あいち健康プラザ)」において、「県民健康祭」を開催するなど、健康づくり関係団体等と連携した健康イベントに取り組めます。

「県民健康の日」の制定要綱

1 趣旨

高齢社会を迎え、すべての県民が健康でいきいきと過ごす活力ある社会の実現が求められている。こうした社会の実現に向けて、県民一人ひとりが「自分の健康は自分で創る」という自覚と認識を高め、健康づくりに取り組むとともに、家庭や地域ぐるみで実践することが必要である。このため、「県民健康の日」を制定し、社会全体として健康づくりに取り組む気運の醸成を図るものである。

2 県民健康の日

毎月第3日曜日を「県民健康の日」とする。

3 推進項目

- 自らの健康をチェック(評価)し、自分に合った健康づくりを実践
- 家庭や地域における健康づくりの推進

4 その他

健やかで活力ある社会の実現に向けて、県、市町村、関係団体等が協力し、「県民健康の日」をきっかけとして日常的な健康づくりに取り組むものとする。

なお、第3日曜日は「家庭の日」と定められているため、この日の趣旨を踏まえ、家族一緒の健康づくりに努めるものとする。

5 施行

平成13年4月1日から施行する。

(2) イメージキャラクター

「健康日本21あいち新計画」を県民運動として推進するにあたり、その運動をわかりやすく伝えるため、イメージキャラクター「エアフィー」を活用するなど、周知方法の工夫を図ります。



エアフィー(上)

エアフィーとは、妖精を意味する英語の“fairy”を元にアルファベットを並べ替えて作った造語です。

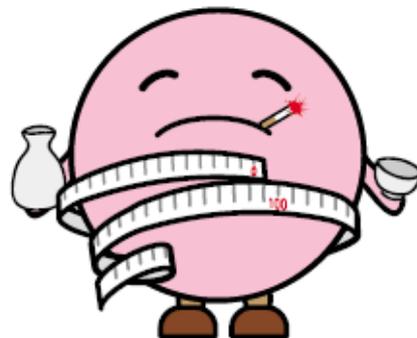
太陽や空気が当たり前存在しているように、健康であることが当たり前でありたいという願いを込め、太陽のように明るく、空気のように自然な存在として、県民の健康づくりを応援するイメージキャラクターです。

商標登録証 登録第 5196395 号
商標権者 愛知県

メタボ君(下)

メタボ君は、みんなにメタボリックシンドロームの怖さを伝えるために、エアフィーがわざと悪い健康習慣を行ってメタボリックシンドロームの状態になった仮の姿。

よい生活習慣に戻ると元のエアフィーに戻ります。



(3) インターネットやソーシャルメディアの活用と関係団体との連携

生活習慣に関する情報の提供に当たっては、インターネットや²³ソーシャルメディアを活用するほか、行政・関係機関・関係団体等の多様な経路を用いて効果的に行うよう努めます。

具体的には、県内の健康情報を集積した「健康長寿あいちポータルサイト」、「あいちヘルシーネット」などのホームページや広報誌等により、情報をタイムリーでわかりやすく提供するとともに、「世界禁煙デー」、「歯と口の健康週間」、「世界対がんデー」、「世界糖尿病デー」といった生活習慣の改善・疾患の抑制に向けた全国的キャンペーンに合わせて、広報啓発活動を展開します。

また、行政・関係機関・関係団体等において、健康増進に向けた取組を一層推進させるための自発的な情報発信が進められるよう連携と理解を求めていきます。

なお、情報提供に当たっては、誤った情報や著しく偏った不適切な情報が提供されないよう留意します。

²³ ソーシャルメディア(social media): インターネット上で展開される情報メディアのあり方で、個人による情報発信や個人間のコミュニケーション、人の結びつきを利用した情報流通などといった社会的な要素を含んだメディアのこと。