

# 健都をもっと しってほしい！

令和7年（2025年）10月24日（金）  
シティプロモーションアドバイザー会議資料  
健康医療部健康まちづくり室

# 健都を知ってほしい3つのミッション

## 課題

健都の知名度を上げ、企業・住民を健都へ呼び込む



### ミッション

1

- ▶ 健都ヘルスサポーターの登録者数アップ

### ミッション

2

- ▶ 地域実証事業をコンスタントに実施

### ミッション

3

- ▶ 健都フェスの参加者数アップ

# 健都を知ってほしい 3 つのミッション

- ミッション1 健都ヘルスサポーターの登録者数アップ
- ミッション2 地域実証事業をコンスタントに実施
- ミッション3 健都フェスの参加者数アップ

# 1 健都ヘルスサポーターの登録者数アップ

- ✓ 吹田市・摂津市がリリースした**LINE**を活用した市民向け会員制度
- ✓ 会員登録者に地域実証事業に参加いただき、ニーズ調査等を行う

みんなの声で技術をカタチに

市民ニーズに応じた新製品の開発を実現する双方向システム

企業・研究機関



- ①新製品・サービスの試作品等を提供
- ②市民ニーズ等のアンケート調査
- ③健康情報の提供



- ①新製品・サービスを試して健康データ・意見をフィードバック
- ②市民ニーズの提案

健都ヘルスサポーター  
会員



# 健都を知ってほしい 3 つのミッション

- ミッション1 健都ヘルスサポーターの登録者数アップ
- ミッション2 地域実証事業をコンスタントに実施
- ミッション3 健都フェスの参加者数アップ

# 2 地域実証事業をコンスタントに実施

## これまでの地域実証事業の実績

令和4年度	令和5年度	令和6年度
<b>東和薬品</b> 匂いによる脳の健康チェック（135名）	<b>サンスター</b> グミの継続摂取による唾液分泌量検証（99名）	<b>サンスター</b> 口腔機能チェック（390名）
<b>サラヤ</b> 脈波測定装置（2回計232名）	<b>大阪大学歯学部</b> アプリやガムを使った口腔機能測定（335名）	<b>Kokorotics</b> スマートフォンを用いた歩行速度測定（87名）
<b>グンゼスポーツ</b> 国循と共同開発した運動機能改善プログラム（32名）	<b>兵庫医科大学</b> 児童の呼吸筋力と運動習慣の関連性調査（2回計68名）	<b>カイセイ薬局</b> 糖化度測定及びアンケート調査（183名）
	<b>エア・ウォーター</b> AGEs計測体験（266名）	<b>明治安田生命</b> 血管年齢測定及びアンケート調査（327名）

- ✓ 参画企業を集めるために、健都ポータルサイトで広報を行っている
- ✓ 市内のイベントでブース出展して、PR活動を行っている



# 健都を知ってほしい 3 つのミッション

- ミッション1 健都ヘルスサポーターの登録者数アップ
- ミッション2 地域実証事業をコンスタントに実施
- ミッション3 健都フェスの参加者数アップ

# 3 健都フェスの参加者数アップ

## 健都フェス

健都の企業や研究機関が健康をテーマに、市民参加型のイベントを健都エリア全域で開催

- ✓ 市民に健都を知ってもらい、健都関係機関と市民間とのつながりを創出する
- ✓ 健都のまちとしてののにぎわいを創出する

	延べ参加者数	特徴
健都フェス2022	集計していない	11月に健都各所で開催されるイベントに「健都フェス2022」と冠を付けることで、統一感を演出
健都フェス2023	<b>10,287</b> 人	各イベントの開催日を統一し、同日に健都関係者がイベントを実施。 各会場をまわれば景品がもらえる <b>ウォークラリー（景品あり）</b> も実施。
健都フェス2024	<b>23,475</b> 人	主催は吹田市、大阪府・摂津市は共催、と整理。 参画機関も増やした上で、前年以上に関係者同士の連携を強化。 <b>ウォークラリー（景品あり）</b> も実施。



# 健都を知ってほしい3つのミッション

ミッション1 健都ヘルスサポーターの登録者数アップ

ミッション2 地域実証事業をコンスタントに実施

ミッション3 健都フェスの参加者数アップ

→ **実施・検討内容**

# 1 健都ヘルスサポーターの登録者数アップ

いただいた主なご意見と検討内容

「プロモーションに係る予算をかけてはどうか」

→宝くじうちわを活用し、まずは「健都」をPR

「景品だけでなく別の企画も」

→体験型（見学会）を実施

（国循等の研究施設見学やおいしい減塩食（かるしお弁当）の実食）

「ターゲットを絞り、具体的な人物像を念頭にPRを検討してはどうか」

→ヘルスケア製品の体験企画（実証事業）時に

それぞれ合わせたPRを実施

（Ex.老化物質の測定体験の際にはメインターゲットを若い女性に！）

## 2 地域実証事業をコンスタントに実施

「HPで「健都に来たら何ができるのか」のシンプルな説明が必要では」  
→広報媒体を問わず、住民・企業にPRしている下記のフレーズを  
強調していく。

企業：オープンイノベーションの実現

住民：健康寿命の延伸

## 3 健都フェスの参加者数アップ

「ポスターにワクワクするような要素・魅力がない」

→ウォークラリーの目玉景品を掲載出来ないか検討中

万博に合わせた配色を使用し、アイキャッチも意識

「目玉など、わかりやすく記載してはどうか」

→ウォークラリーの目玉景品を掲載出来ないか検討中

# 健都を知ってほしい3つのミッション

ミッション1 健都ヘルスサポーターの登録者数アップ

ミッション2 地域実証事業をコンスタントに実施

ミッション3 健都フェスの参加者数アップ

→ ご清聴ありがとうございました。

ご意見等いただけましたら幸いです。