

参考資料

令和7年度 連携指標モデル事業報告

**LINE公式アプリ活用事業
「スマホひとつで、広がる健康コミュニティ」**

成果報告

一般財団法人 日本食生活協会

I. モデル事業の概要

1. 日本食生活協会LINE公式アプリ活用事業「スマホひとつで、広がる健康コミュニティ」事業概要

事業概要

- LINE公式を活用し、「健康日本21(第三次)」に沿った健康情報プラットフォームを構築。
- 若年層、子育て世代を始めとした健康低関心層も含め、継続的な情報提供を行い、行動変容を促進。
- SNSによる情報発信試行事業を通じて得た成果・課題を整理し、他団体に転用可能な取組をまとめる。
- 将来的な産学官連携や他団体との協力も見据え、参加型・持続可能な健康支援ネットワークの形成を目指す。

事業のポイント



ワーキンググループとも連携しながら官公庁・団体等が発信する情報を収集。SNSを活用し、「健康日本21(第三次)」の基本方針に基づいた、「栄養・食生活の改善」、「生活習慣病(NCDs)の予防」等の医学的な情報も含め、わかりやすく発信することで、「社会環境の整備」等の重点課題解決に寄与。



時短・簡単レシピで
栄養・食生活の改善を
サポート



わかりやすく学んで
生活習慣病の予防を
サポート



自宅で簡単に
フレイルの予防を
サポート



誰一人取り残さない
健康づくりを推進する
社会環境を整備

2. 連携指標案と実施スケジュール

連携指標案

※連携指標案については健康日本21(第三次)に掲げられた目標のうち日本食生活協会が主として推進している取り組み内容を踏まえ設定した。また、ワーキンググループでの議論や提案等も参考とし、発信した。

栄養・食生活の改善

健康日本21(第三次)目標	連携指標案
バランスの良い食事を摂っている者の増加	食事バランス、野菜摂取量、減塩を考慮した時短・簡単レシピや調理の工夫をSNSで発信
野菜摂取量の増加	
食塩摂取量の減少	

生活習慣病の予防

健康日本21(第三次)目標	連携指標案
がん検診の受診率の向上	基礎知識と予防の実践方法について、わかりやすい形式にてSNSで発信
高血圧の改善	
糖尿病有病者の増加の抑制	

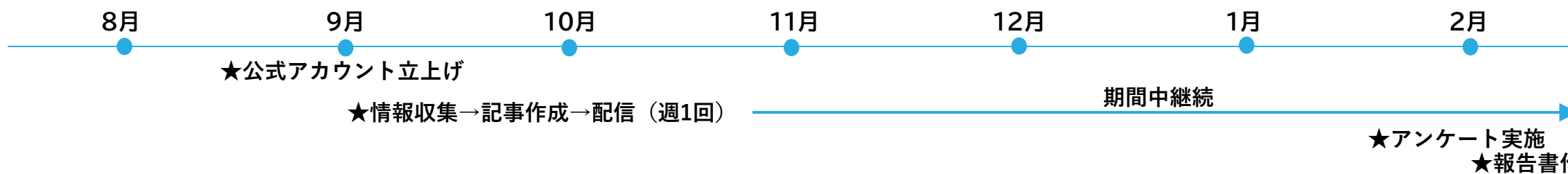
高齢者(フレイルの予防)

健康日本21(第三次)目標	連携指標案
低栄養傾向の高齢者の減少	「簡単にできる介護食や調理法の紹介」、「筋力維持のための栄養アドバイスや家庭でできる筋トレ」をSNSで発信
ロコモティブシンドロームの減少	
社会活動を行っている高齢者の増加	

社会環境の整備

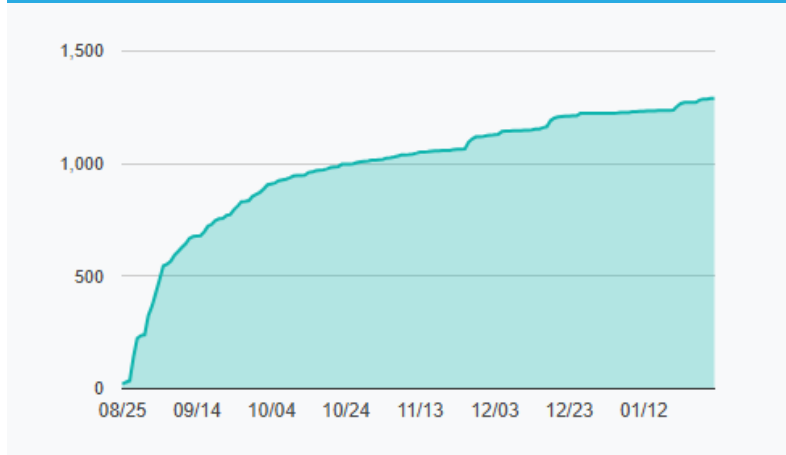
健康日本21(第三次)目標	連携指標案
地域の人々とのつながりが強いと思う者の増加	人・世代・地域を越えた情報共有を促進 LINEと他のSNSを連携 週1回程度の頻度で情報発信
社会活動を行っている者の増加	
地域等で共食している者の増加	

スケジュール



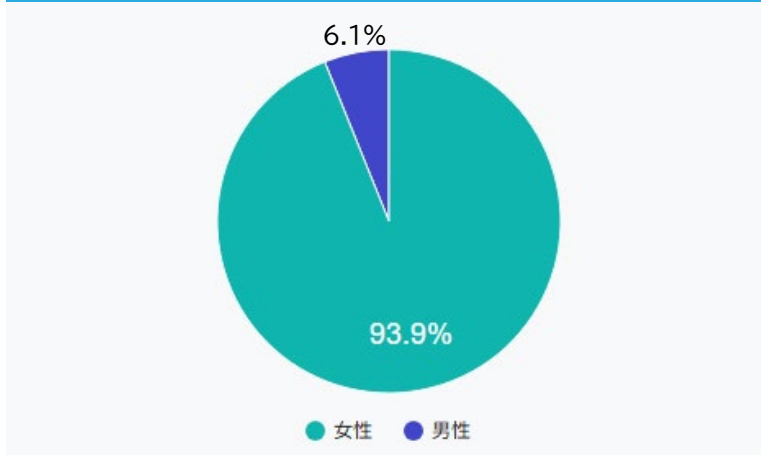
3. 友達数の推移と属性別割合

友達数の推移



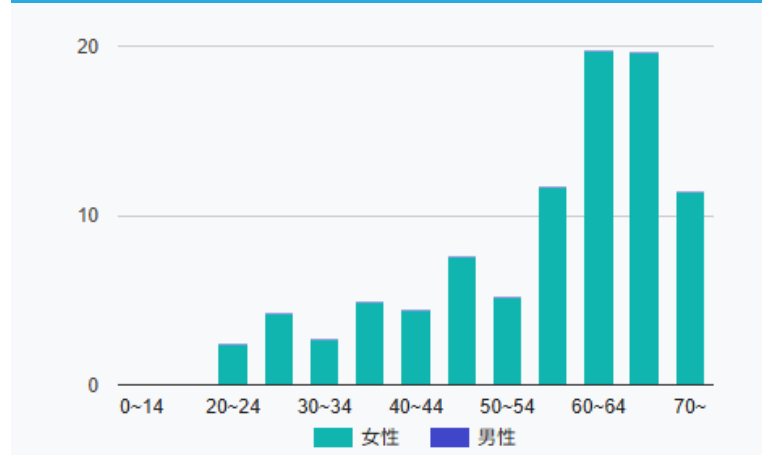
月日	友達数
8/25	21
9/1	326
9/15	680
10/1	873
10/15	963
11/1	1,016
11/15	1,053
12/1	1,125
12/15	1,154
1/1	1,223
1/15	1,235
1/31	1,290

性別割合



性別	割合
女性	93.9%
男性	6.1%

年齢別割合



年齢(女性)	割合※	年齢(男性)	割合※
0~14	—	0~14	—
15~19	—	15~19	—
20~24	2.4%	20~24	—
25~29	4.2%	25~29	—
30~34	2.7%	30~34	—
35~39	4.9%	35~39	—
40~44	4.4%	40~44	—
45~49	7.7%	45~49	—
50~54	5.2%	50~54	—
55~59	11.7%	55~59	—
60~64	19.7%	60~64	—
65~69	19.6%	65~69	—
70~	11.4%	70~	—

※19人以下の属性項目がある場合、その項目は表示されず、不明として計上される

4. 配信内容のイメージ



一般財団法人日本食生活協会

【噛むほど元気！健康のヒミツ👄】

明日11月8日はいい歯の日です//

よく噛まないで食べる習慣がつくと、だ液の分泌が減り、歯周病の原因になることも…💧

一方で、「よく噛む」ことにはうれしい効果がたくさん！

○ だ液の分泌が増えて、歯周病を予防 ○ 脳に満腹という情報が届き、食べすぎを防止

今週は《生涯骨太クッキング》のテキストから「根菜の甘酒酢炒め」をご紹介します😊

根菜の甘酢炒めのレシピはこちらから



<https://www.shokuseikatsu.or.jp/sedai/koureisha/recipe.php?id=127>

しっかり噛んで、歯周病予防・肥満予防につなげましょう★



一般財団法人日本食生活協会



一般財団法人日本食生活協会

【いつまでも元気に！フレイル予防のススメ】

「最近少しやせてきたかも」「外に出るのが面倒」そんな変化を感じたら、もしかして“フレイル”のサインかも!?

フレイルとは年齢とともに心や体の働きが少しずつ弱っていく状態のこと。早めに気づいて対策することで、健康な毎日を長く続けられます🍊

- ・たんぱく質をとり、バランスの良い食事を心がける
- ・毎日少しでも継続して運動をする
- ・ボランティアなどに参加し、人とのつながりを大切に

今日は《運動》で予防するためにヘルスメイトイメージソング体操に協会職員がチャレンジしてみました🎵出来ることからフレイル予防を始めましょう🔥



一般財団法人日本食生活協会



5. 配信テーマと概要

月	日	曜	テーマ	タイトル	紹介レシピ/概要
9	5	金	バランスの良い食事	忙しくても大丈夫！市販のお惣菜でラクうまバランスごはん	レシピ:肉かぼちゃ、にんじんとセロリのヨーグルトマリネ
	12	金	野菜摂取	野菜をあと1皿！無理なく始める”ちょい足し”習慣	レシピ:なすと豆苗のからし酢みそがけ
	19	金	果物摂取	手軽に果物、からだも心も元気にチャージ！	レシピ:あじのサルサマリネ
	26	金	減塩	減らすのは塩、増やすのはうまみと健康♪	レシピ:寒天入りトマト鯛ごはん
10	3	金	郷土料理	日本の味を旅しよう	郷土料理スペシャリストの紹介
	10	金	キッチンカー「栄養指導車出発式」	キッチンカー記念日🌟	レシピ:うどんのグラタン
	17	金	フレイル予防	いつまでも元気に！フレイル予防のススメ	ヘルスメイトイメージソング体操
	24	金	メタボ予防	メタボに気を付けていますか？	レシピ:スパイシージャーマンポテト
	31	金	ハロウィーン	happy halloween	レシピ:かぼちゃときなこのスノークッキー
11	7	金	口腔・歯「11/8いい歯の日」	噛むほど元気！健康のヒミツ💕	レシピ:根菜の甘酒酢炒め
	14	金	社会参加	人とのつながりで元気に！！	フレイル予防に社会参加をすることのメリット
	21	金	和食「11/24和食の日」	11月24日は何の日？	レシピ:豚汁・揚げ玉三つ葉おにぎり
	28	金	口腔・歯「12/6・8020フォーラム告知」	いつまでも自分の歯で！目指せ8020	8020フォーラムに関する情報
12	5	金	検診・健診	健康診断、もう受けましたか？	健康診断の啓発
	12	金	低栄養	今日から実践！低栄養予防のポイント	レシピ:おこわ風ませごは
	19	金	共食	みんなで食べるともっとおいしい！共食のチカラ	レシピ:シェパーズパイ
	26	金	糖尿病予防	適正体重が糖尿病予防のカギ!!	レシピ:レンジで鶏しゅうまい
1	9	金	高血圧予防	新しい一年、高血圧予防も忘れずに	レシピ:洋風茶わんむし
	16	金	ミニアンケート	アンケートご協力をお願い	※意識調査の実施(~1/25)
	23	金	野菜摂取	野菜、足りていますか？寒い季節におすすめレシピ	レシピ:たらと豆腐のチゲ風
	30	金	睡眠・休養	質の良い睡眠は、規則正しい生活から👉	レシピ:おにぎらず

Ⅱ. アンケート調査結果

目的

LINE公式アプリを活用し、栄養・食生活、生活習慣病予防、フレイル予防、社会環境の整備等に関して継続的な情報提供を行ってきた「友だち登録者」を対象に、ライフスタイルや健康に関する意識・行動の傾向を調査し、LINEによる情報提供の効果や今後の課題を把握する。

対象者・回収数

日本食生活協会 公式LINE友だち登録者:1,212名(調査実施時1/16時点)
有効回答数:301名(内訳:食生活改善推進員 266名、非食生活改善推進員 35名)

調査期間

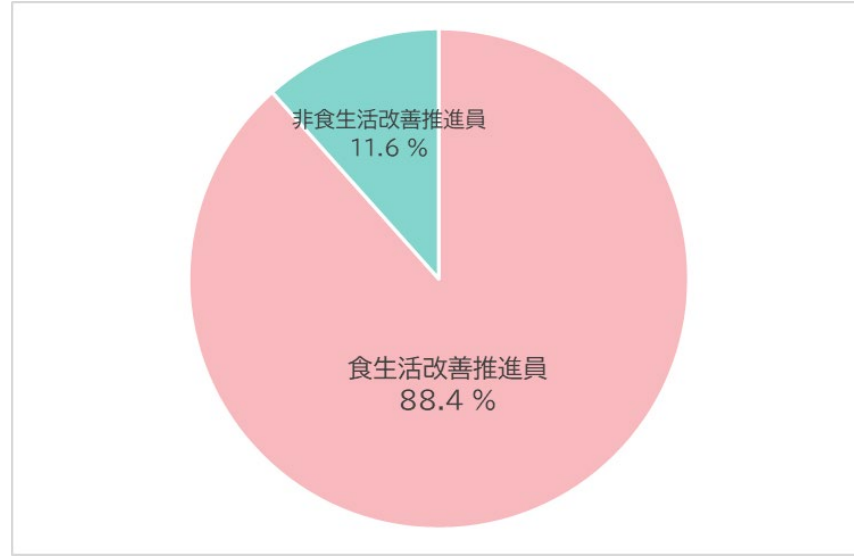
令和8年1月16日(金)~1月25日(日)

調査方法

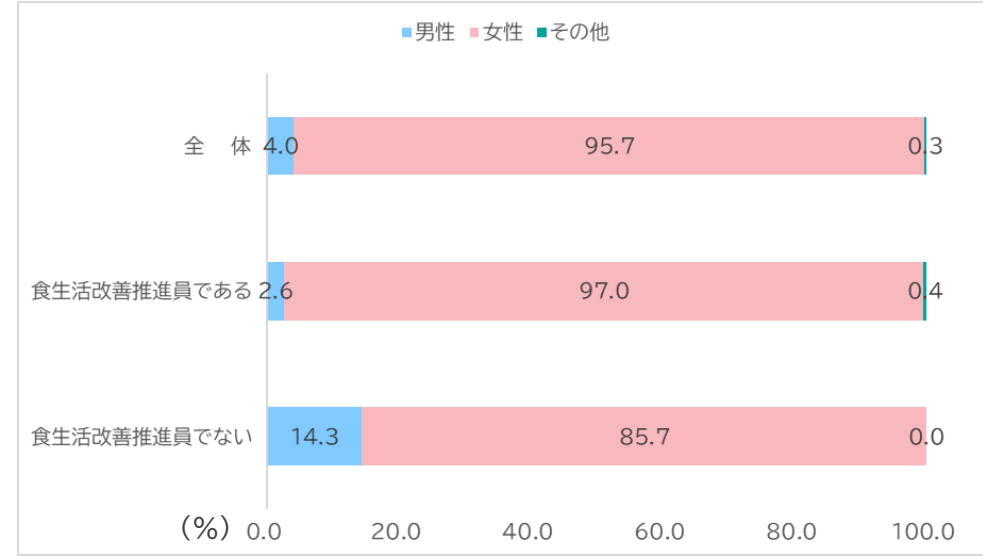
WEBフォーム(Googleフォーム)を用いたアンケート調査

※ 本調査は意識・行動の傾向把握を目的としたものであり、任意回答形式で実施したため、統計的な無作為抽出ではありません。ただし、301件の回答を得ており、対象者の傾向を把握する上で有益なデータであると考えています。

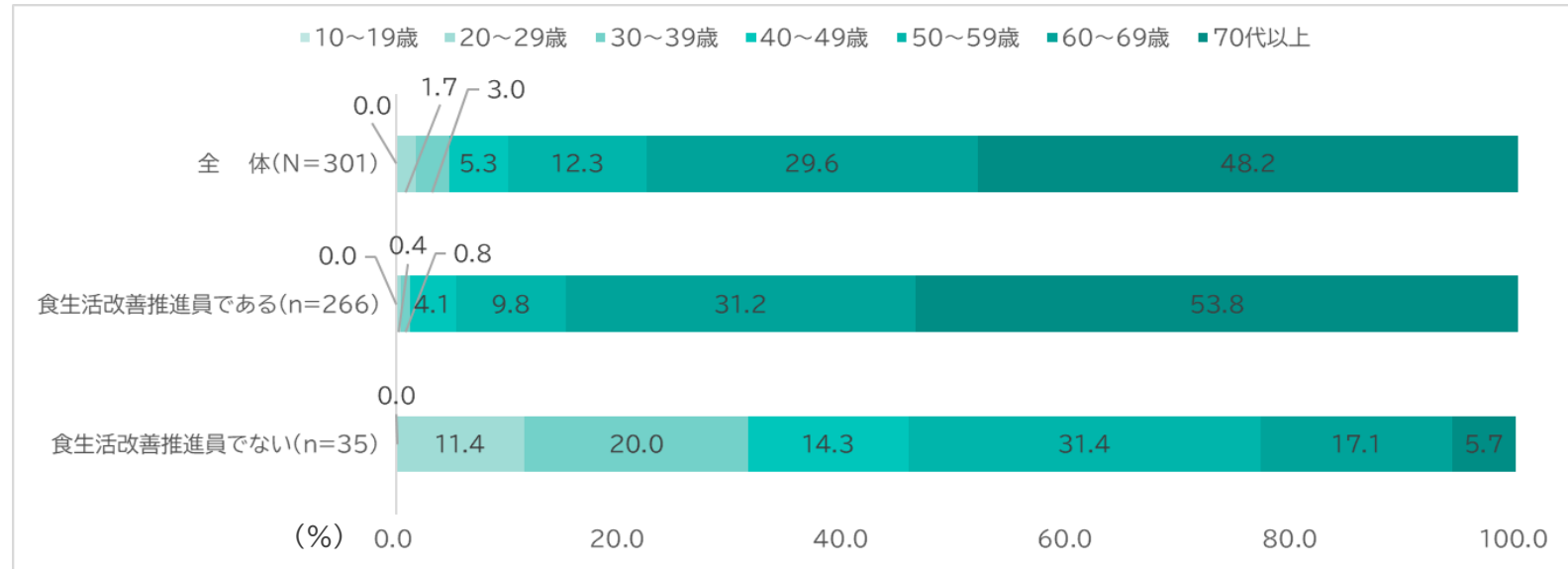
F1. 食生活改善推進員の割合



F2. 性別



F3. 年代



F4. 都道府県

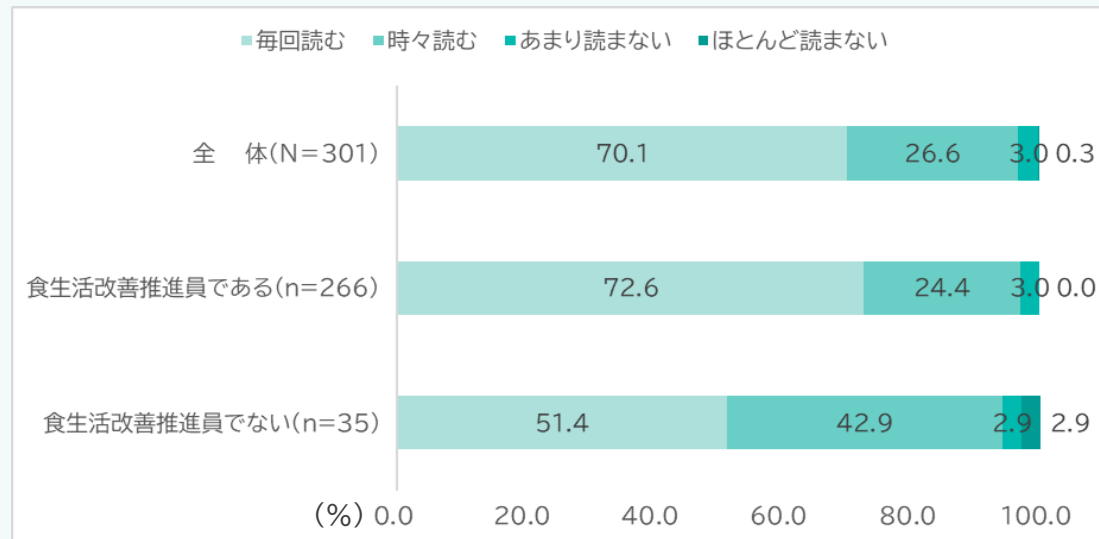
	全体(%)	食生活改善 推進員(%)	非食生活改善 推進員(%)
北海道	3.7	3.4	5.7
青森県	1.3	1.5	-
岩手県	1.0	1.1	-
宮城県	1.3	1.5	-
秋田県	1.0	0.8	2.9
山形県	5.0	5.3	2.9
福島県	0.3	0.4	-
茨城県	6.6	6.4	8.6
栃木県	1.0	0.8	2.9
群馬県	0.3	0.4	-
埼玉県	2.3	1.5	8.6
千葉県	-	-	-
東京都	2.3	0.8	14.3
神奈川県	7.0	7.9	-
新潟県	1.3	1.5	-
富山県	0.7	0.4	2.9
石川県	5.3	5.6	2.9
福井県	2.7	2.3	5.7
山梨県	-	-	-
長野県	1.0	0.8	2.9
岐阜県	3.0	3.0	2.9
静岡県	1.0	1.1	-
愛知県	9.0	9.8	2.9
三重県	4.0	4.5	-

	全体(%)	食生活改善 推進員(%)	非食生活改善 推進員(%)
滋賀県	1.0	0.8	2.9
京都府	3.0	3.4	-
大阪府	1.3	1.5	-
兵庫県	4.3	4.1	5.7
奈良県	2.0	2.3	-
和歌山県	0.7	0.8	-
鳥取県	0.3	0.4	-
島根県	1.7	1.9	-
岡山県	2.3	1.9	5.7
広島県	0.7	0.8	-
山口県	0.3	0.4	-
徳島県	2.3	2.6	-
香川県	1.3	1.5	-
愛媛県	2.7	2.6	2.9
高知県	2.0	1.5	5.7
福岡県	5.0	5.6	-
佐賀県	2.7	3.0	-
長崎県	1.7	1.5	2.9
熊本県	1.0	0.4	5.7
大分県	0.7	0.4	2.9
宮崎県	0.3	0.4	-
鹿児島県	1.7	1.9	-
沖縄県	-	-	-
合計	100.0	100.0	100.0

1. 配信について

Q5. 配信された情報はどのくらい読んでいますか。

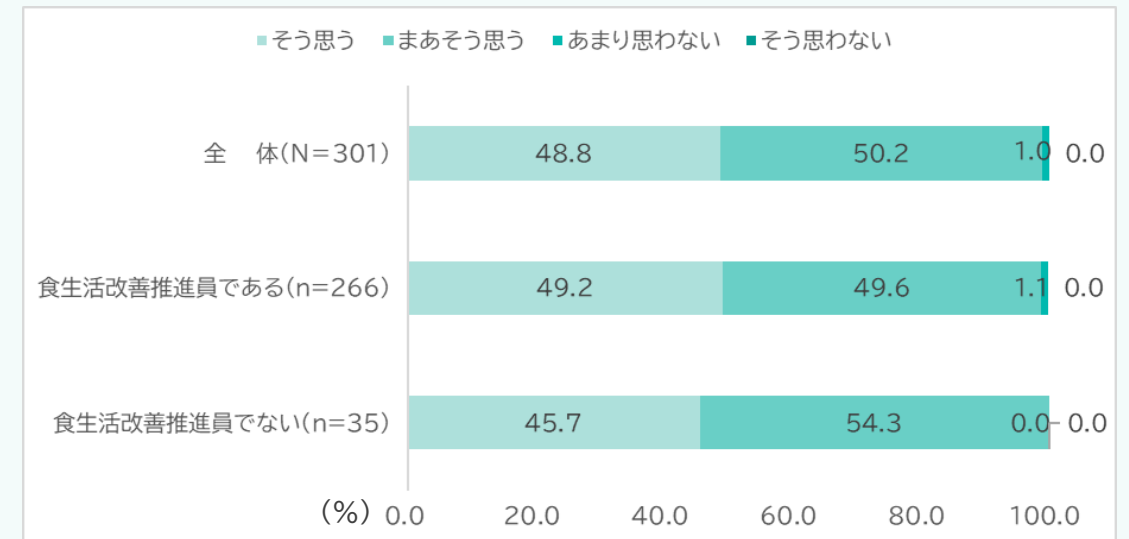
- 全体では配信された情報を「毎回読む」割合は70.1%。「読む(毎回読む+時々読む)」割合は96.7%であった。
- 特に、食生活改善推進員は「毎回読む」割合が(72.6%)と高く、非食生活改善推進員の(51.4%)を21.2ポイント上回る。



※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

Q6. 配信内容はわかりやすいと感じますか。

- 食生活改善推進員、非食生活改善推進員ともに、配信内容は「わかりやすい」(そう思う+まあそう思う)と98%以上が回答。
- 食生活改善推進員と非食生活改善推進員の間に大きな差は見られなかった。

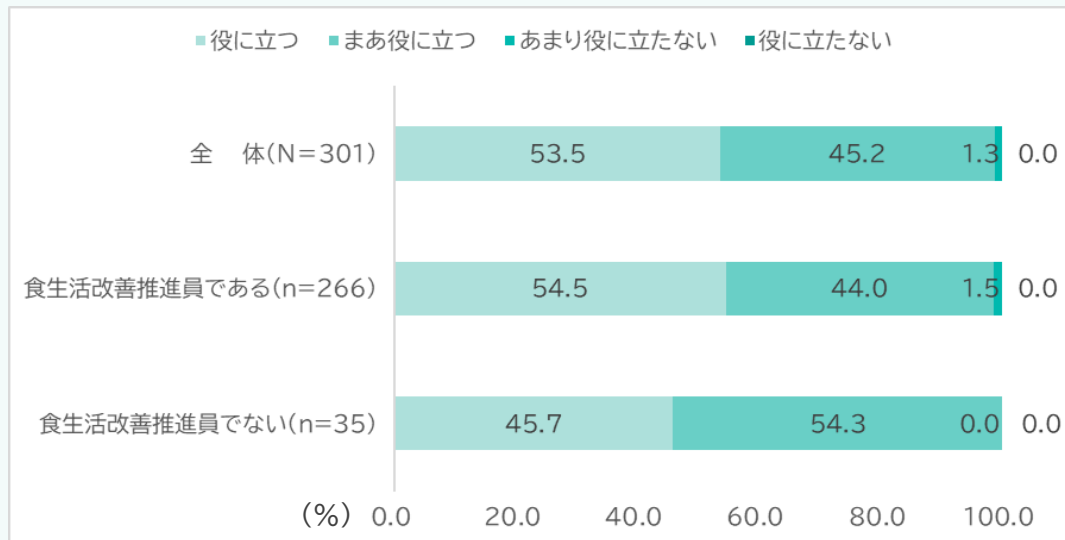


※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

1. 配信について

Q7. 配信された情報は役に立つと思いますか。

- 全体の98.7%が、「役に立つ(役に立つ+まあ役に立つ)」と回答。
- 非食生活改善推進員では、「役に立つ(役に立つ+まあ役に立つ)」が100%であった。

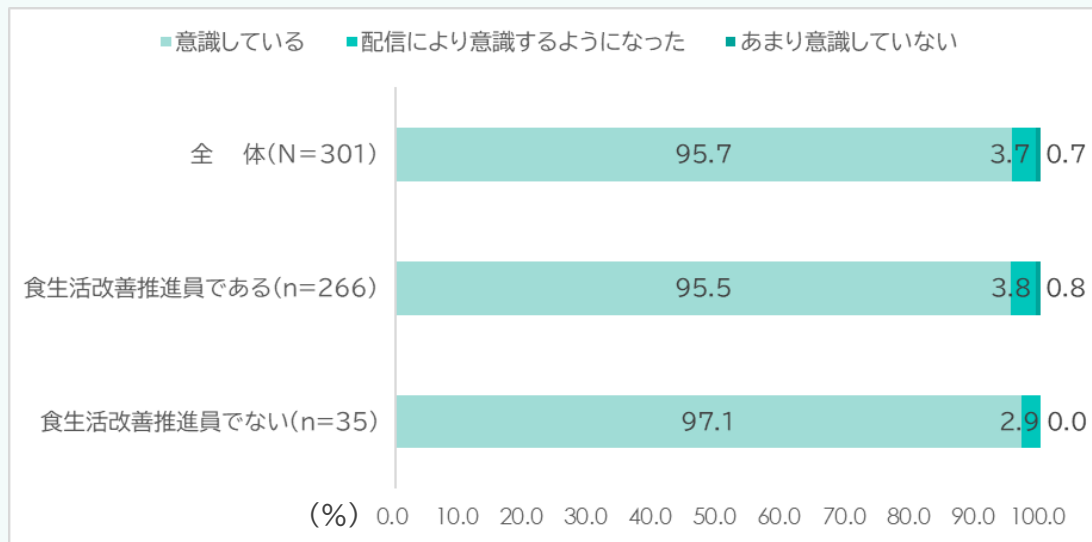


※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

2. 分野別の意識・行動

Q8. 食事バランスについて意識していますか。

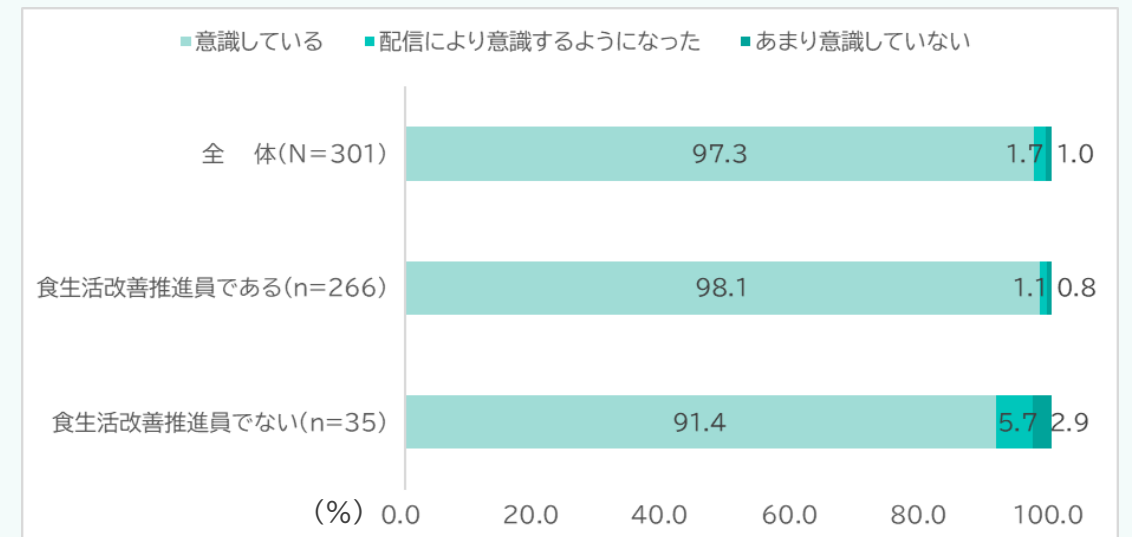
- 食生活改善推進員、非食生活改善推進員ともに95%以上が「食事バランスを意識している」と回答。
- 非食生活改善推進員では、「配信により意識するようになった」方も合わせると100%が意識している。



※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

Q9. 野菜を多めに摂るように意識していますか。

- 全体の97.3%が、野菜を多めに摂るよう「意識している」と回答。

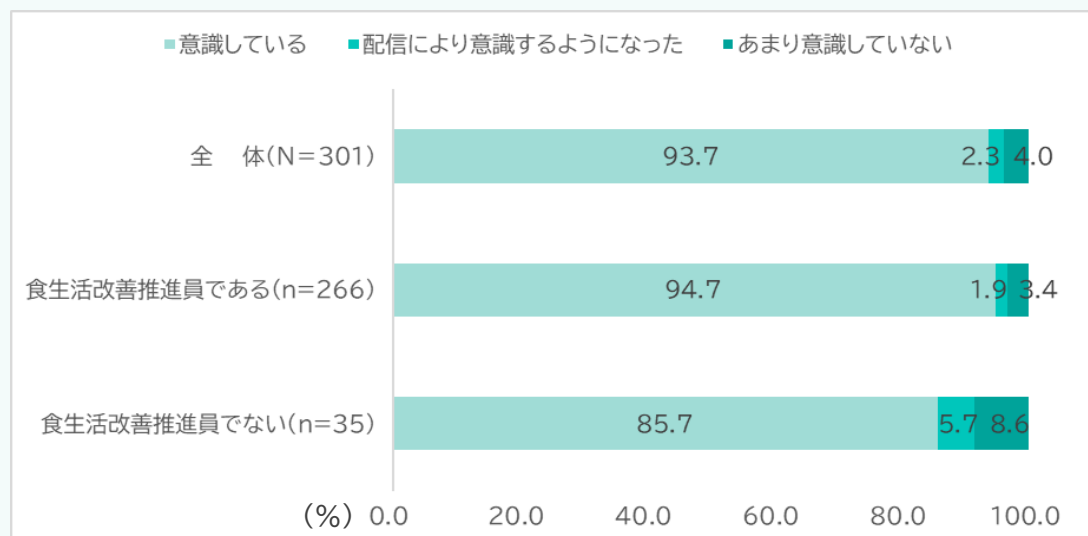


※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

2. 分野別の意識・行動

Q10. 減塩について意識していますか。

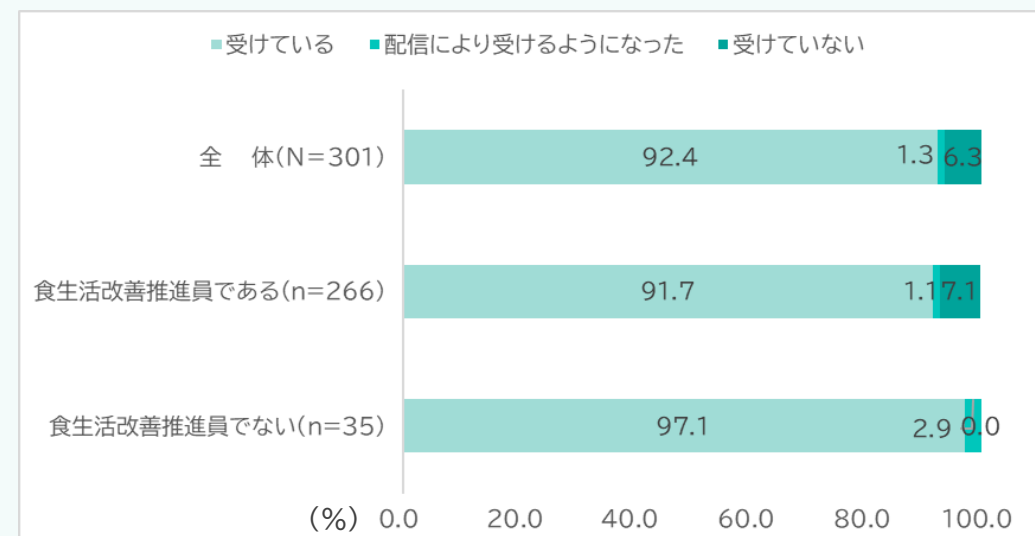
- 減塩への意識については、全体の96%が「意識している」(意識している+配信により意識するようになった)と回答。



※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

Q11. 1年に1回健診を受けるようにしていますか。

- 全体では、93.7%が1年に1回健診を受けるようにしていると回答。
- 非食生活改善推進員では、「配信により受けるようになった」も合わせると100%が健診を受けるようにしていると回答。

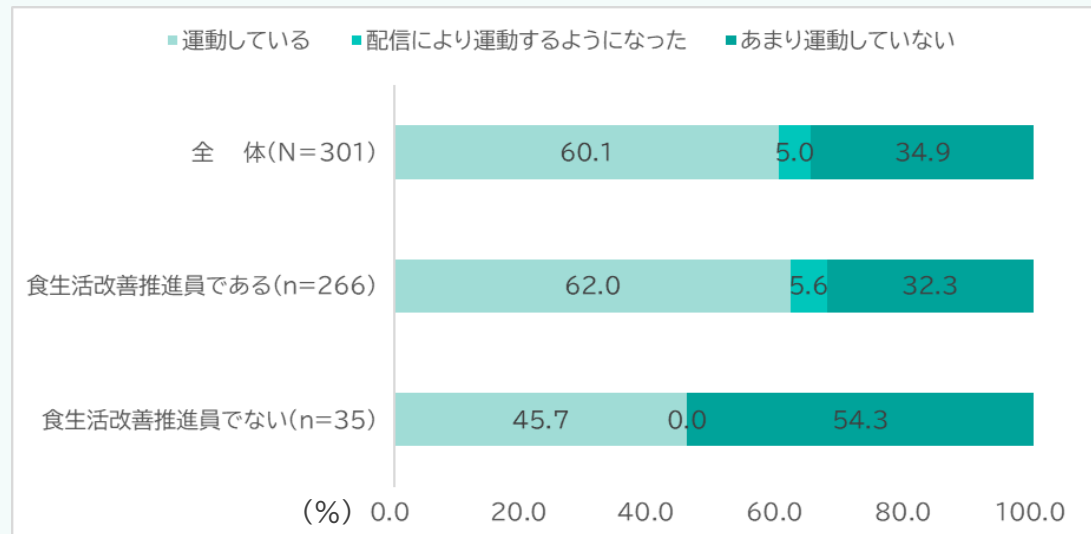


※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

2. 分野別の意識・行動

Q12. 運動(1回30分以上、かるく汗をかく程度の運動)をしていますか。

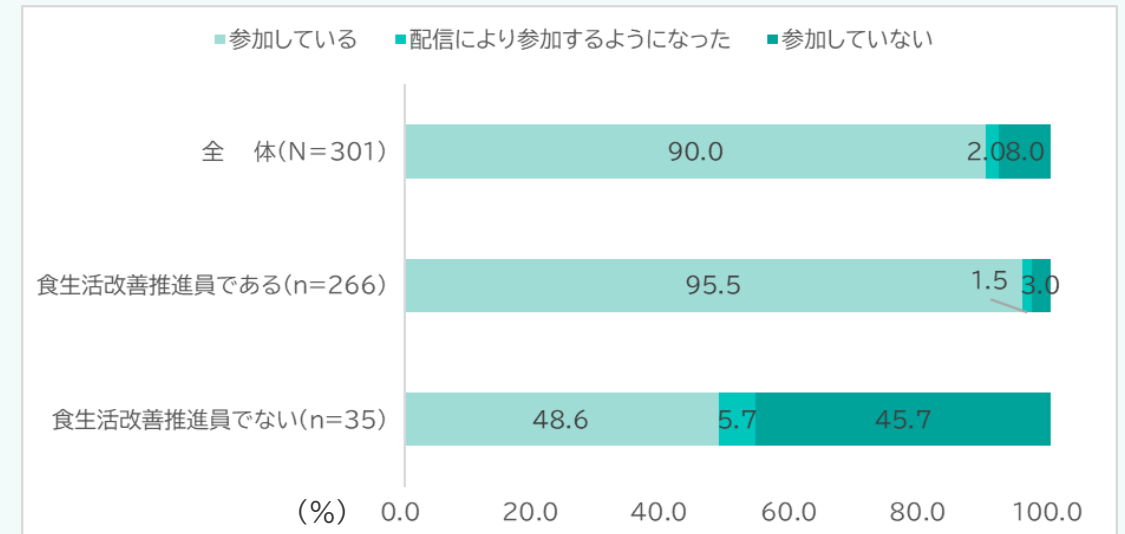
- 全体では65.1%が「運動している」(運動している+配信により運動するようになった)と回答。
- 食生活改善推進員では67.6%が「運動している」が、非食生活改善推進員では45.7%と半数を下回っていた。



※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

Q13. 地域活動に参加するようにしていますか。

- 全体の92%が、地域活動に「参加している」と回答。
- 食生活改善推進員では97%が「参加している」ものの、非食生活改善推進員では45.7%が「参加していない」と回答。

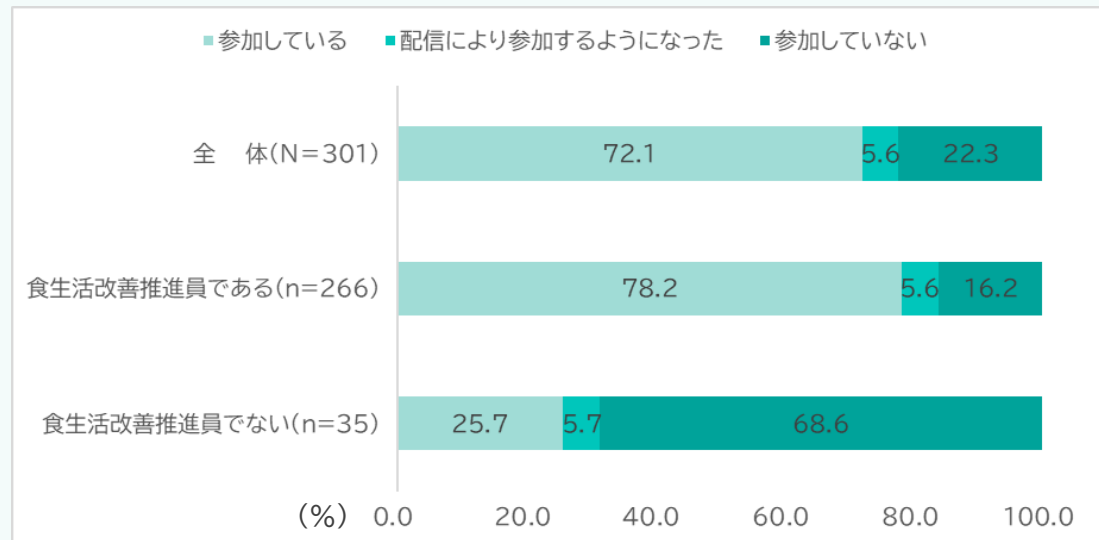


※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

2. 分野別の意識・行動

Q14. 地域等での共食の場に参加するようにしていますか。

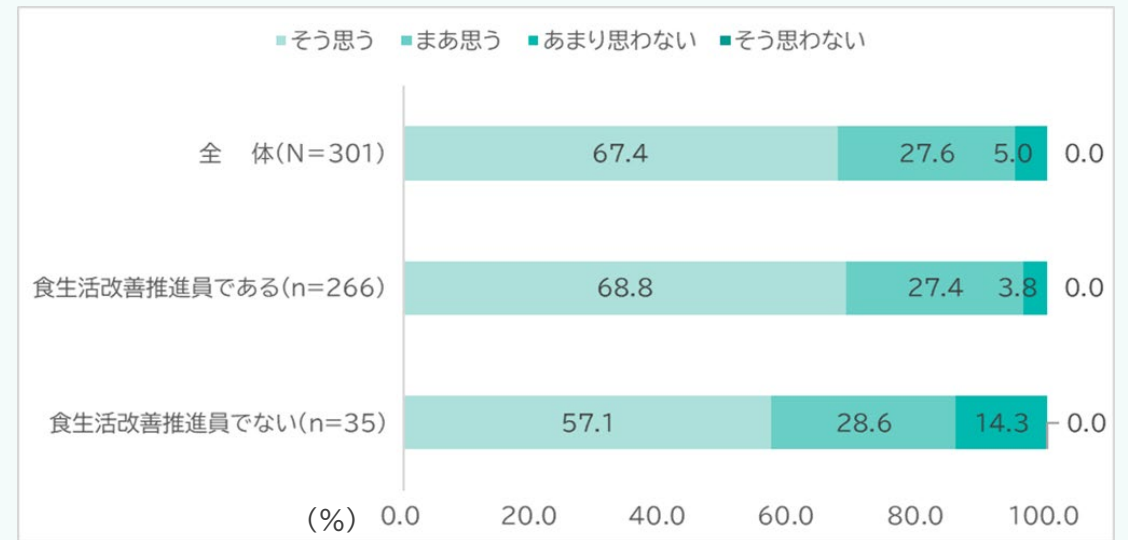
- 全体では、地域等での共食の場に77.7%が「参加している」(参加している+配信に参加するようになった)と回答。
- 食生活改善推進員は83.8%が「参加している」一方、非食生活改善推進員は31.4%にとどまる。



※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

Q15. 健康づくりは「一人より周囲と一緒にの方が続けやすい」と感じますか。

- 全体では、95%が「周囲と一緒にの方が続けやすい」(そう思う+まあそう思う)と回答。
- 「周囲と一緒にの方が続けやすい」と回答した割合は食生活改善推進(96.2%)、非食生活改善推進員(85.7%)と10ポイント程度の差が見られた。

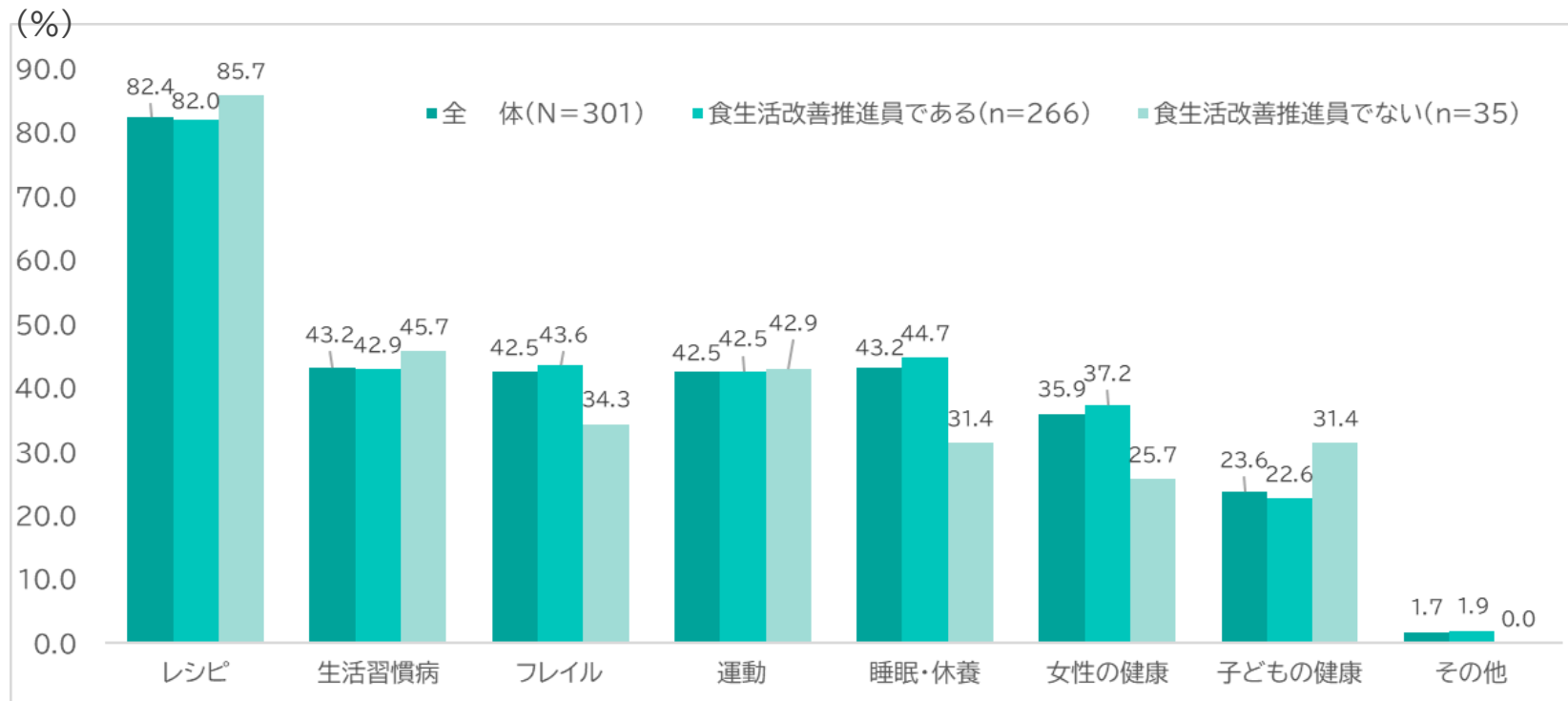


※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

3. 今後知りたい内容

Q16. 今後知りたい内容は何ですか。(複数回答)

- 今後知りたい内容は、食生活改善推進員、非食生活改善推進員ともに80%以上が「レシピ」を挙げた。
- 「フレイル」、「睡眠・休養」、「女性の健康」では、いずれも食生活改善推進員の方が10ポイント前後高かった。一方で、「子どもの健康」については、非食生活改善推進員の方が8.8ポイント高かった。



※非食生活改善推進については、n=35のため参考値

4. 調査結果まとめ

- 配信を「読む(毎回読む+時々読む)」は96.7%であったことから、LINEは「情報が届くツール」であることが確認できた。また、配信内容は「わかりやすい(そう思う+まあそう思う)」、「役に立つ(そう思う+まあそう思う)」という評価がいずれも98%以上と、配信情報の内容が高く評価された。
- 「栄養・食生活」「健診」に関する質問では、全体的に意識の高さが見られたが、中でも減塩については食生活改善推進員と非食生活改善推進員で5.2ポイント差があり、実践力に結びついていることが裏付けられた。
- 食生活改善推進員における地域活動や共食の場への参加率は、非食生活改善推進員に比べて高く、96.2%が「一人より周囲と一緒にの方が健康づくりを継続しやすい」と実感している。サンプル数が少ないため参考値ではあるが、非食生活改善推進員の85.7%が「健康づくりは一人より周囲と一緒にの方が続けやすい」と回答している一方で、地域活動(54.3%)や共食(31.4%)への参加率は高いとはいえず、意識と行動の間に差が見られた。今後は、LINEによる情報提供を入口として、地域活動や共食などの実践の場へつなげていく工夫が求められると考えられる。
- 今後知りたい内容として、80%以上が「レシピ」を挙げていることから、日本食生活協会の長年の取り組みで蓄積された知識を活かしたレシピを軸に、生活習慣病やフレイル予防などの専門情報を分かりやすく発信していくことが重要である。

分類	趣旨	具体的内容
<p>①レシピへの高い評価とさらなる充実</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ レシピが「分かりやすい・簡単・すぐ作れる」と高評価 ・ 今後も継続・拡充してほしいという声が非常に多い 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 簡単・時短・一人分レシピ ・ 季節の野菜・発酵食品・麹・腸内環境 ・ 減塩・糖質オフ・免疫力向上・病気別レシピ ・ 子ども向け／親子で作れるレシピ ・ 男性向け、若者が興味を持つ内容 ・ カロリー表記の追加 ・ 災害時・非常食・ストック食材活用レシピ
<p>②健康情報・フレイル・生活全般への関心</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食だけでなく「生活全体の健康」を扱ってほしい 	<ul style="list-style-type: none"> ・ フレイル予防(特にオーラルフレイル、聴力) ・ 免疫力、睡眠、腰痛など運動が難しい人への対策 ・ 健康体操・動画 ・ 食材の栄養と心身への影響
<p>③子ども・若者・次世代へのアプローチ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 若い世代や子育て世代にどう伝えるかが課題 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 子ども向け・親子クッキング ・ 若者が興味を持つレシピや表現 ・ 和食文化・伝統食を次世代へ残したい ・ 若い親の食意識向上につながる内容
<p>④地域活動・ボランティア・会員運営に関する課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 活動の継続性・人材確保への不安と相談 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 会員減少・高齢化・担い手不足 ・ ボランティア参加者が減っている ・ 他団体との連携事例を知りたい ・ 地域食堂・子ども食堂・フードロス削減の取組支援 ・ 資格取得者同士の交流・情報交換の場がほしい
<p>⑤情報発信手段（LINE・動画・SNS）への評価と期待</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ LINE配信・動画は概ね好評、今後も期待 	<ul style="list-style-type: none"> ・ LINEアンケートが回答しやすい ・ 動画が見やすく、身近で親しみやすい ・ 配信頻度や金曜配信を楽しみにしている ・ 他SNS(Instagram等)も参考にしている ・ 料理人・YouTuberとのコラボ、包丁の使い方動画など新企画への期待

1. あなたの性別を教えてください。

男性 女性 その他

2. あなたの年齢を教えてください。

10～19歳 20～29歳 30～39歳 40～49歳 50～59歳 60～69歳 70代以上

3. あなたの住んでいる都道府県を教えてください。

北海道 青森県 岩手県 宮城県 秋田県 山形県 福島県 茨城県 栃木県 群馬県 埼玉県 千葉県
東京都 神奈川県 新潟県 富山県 石川県 福井県 山梨県 長野県 岐阜県 静岡県 愛知県 三重県
滋賀県 京都府 大阪府 兵庫県 奈良県 和歌山県 鳥取県 島根県 岡山県 広島県 山口県 徳島県
香川県 愛媛県 高知県 福岡県 佐賀県 長崎県 熊本県 大分県 宮崎県 鹿児島県 沖縄県

4. あなたは食生活改善推進員ですか？

はい いいえ

5. 配信された情報はどのくらい読んでいますか？

毎回読む 時々読む あまり読まない ほとんど読まない

6. 配信内容はわかりやすいと感じますか？

そう思う まあそう思う あまり思わない そう思わない

7. 配信された情報は役に立つと思いますか？

役に立つ まあ役に立つ あまり役に立たない 役に立たない

8. 食事バランスについて意識していますか？

意識している 配信により意識するようになった あまり意識していない

9. 野菜を多めに摂るように意識していますか？

意識している 配信により意識するようになった あまり意識していない

10. 減塩について意識していますか？

意識している 配信により意識するようになった あまり意識していない

11. 1年に1回健診を受けるようにしていますか？

受けている 配信により受けるようになった 受けていない

12. 運動(1回30分以上、かるく汗をかく程度の運動)をしていますか？

運動している 配信により運動するようになった あまり運動していない

13. 地域活動に参加するようにしていますか？

参加している 配信により参加するようになった 参加していない

14. 地域等での共食の場に参加するようにしていますか？

参加している 配信により参加するようになった 参加していない

15. 健康づくりは「一人より周囲と一緒にの方が続けやすい」と感じますか？

そう思う まあ思う あまり思わない そう思わない

16. 今後知りたい内容はありますか？(複数選択可)

レシピ 生活習慣病 フレイル 運動 睡眠・休養 女性の健康 子どもの健康 その他()

17. ご意見・ご要望があれば教えてください(自由記述)

()

18. プレゼントの抽選に応募する方は連絡先(氏名、住所、電話番号)を教えてください

()

Ⅲ. 事業の総括

●SNSによる情報発信の成果、発信した情報への評価

- 本モデル事業では、5か月間で当初の想定600名を上回る1,290名のお友だち登録者を獲得することができた。配信は「毎回読む」、「時々読む」を合わせて96.7%が閲読しており、高い閲読率となっている。
- 配信内容についても、「わかりやすい(そう思う・まあそう思う)」、「役に立つ(そう思う・まあそう思う)」との評価がいずれも98%以上と非常に高く、情報の質も高く評価された。レシピに関して、「わかりやすい・簡単・すぐ作れる」と好評を得ており、今後も継続・拡充を望む声が多く寄せられている。
- 読者は比較的栄養・食生活に関する意識の高い層が中心ではあったものの、「配信をきっかけに意識や行動が変化した」と回答した方も一定数見られたことから、継続的な情報提供により、読者の行動変容をさらに促進できる可能性が示唆された。

●LINEを通じた情報提供を起点に、リアルな実践の場への接続が求められる

- 参考値ではあるが、非食生活改善推進員の85.7%が「健康づくりは一人より周囲と一緒にの方が続けやすい」と認識しているものの、実際の地域活動への参加率は54.3%、共食の場への参加率は31.4%にとどまり、意識と行動の間に差が見られた。
- 今後はLINEによる「情報提供をきっかけ」に、食生活改善推進員が担う地域活動や共食の場といった「実践の場へと接続」する仕組みづくりを検討していく必要がある。

●SNSの特性を踏まえた情報の発信・活用

- 実施期間が短かったこともあり、全国約9万人の食生活改善推進員を起点にした波及は限定的であった。
- LINEはフロー型メディアの性質が強く、即時性や高い開封率に強みがある一方、過去情報の検索や再活用には弱いため、拡散力と言う点で課題が残った。
- InstagramやTikTok、noteはストック型SNSであり、検索やレコメンド機能により過去投稿が継続的に閲覧されやすく、不特定多数へ広がりやすい特性を持つ。
- こうしたことから、SNSを活用し健康づくりのネットワークを広げていくためには、Instagramやnoteといったストック型SNSで新規接点を創出し、LINEへ誘導後に継続的な関係を築く等、各SNSの特性を踏まえたアプローチを検討していく必要がある。

ありがとうございました。
皆様のお友達登録お待ちしております。

