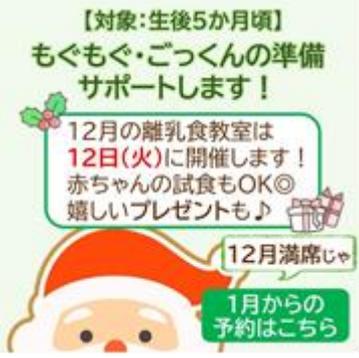


活動成果報告書

令和5年度（第27回）「チヨダ地域保健推進賞」

活動テーマ 離乳食支援の階段 ～デビューからステップアップまで～	
グループ名称・氏名(グループの場合は代表者名) 北上市 健康こども部 健康づくり課 代表者：久保 美友	↓LINE 配信カード 
勤務先：北上市役所 所 属：健康こども部 健康づくり課 所在地：〒024-0092 岩手県北上市新穀町1-4-1 TEL：0197-72-8295 FAX：0197-65-3834	

◇活動方針

北上市の離乳食教室は、生後5か月頃のお子様と保護者を対象に、離乳食の進め方が分かる講話、調理実習、試食の機会を提供しています。その計画・開催を担当しているのが、食事や栄養分野を通して地域住民の健康増進や疾病予防を担っている管理栄養士です。

今回、北上市の管理栄養士チームは新たな活動方針として「市民目線で便利なサービスの実現」を掲げ、「より多くの世帯の参加と満足度向上」を離乳食教室の目標に設定しました。

以前は、年12回開催で参加世帯数は対象となる世帯の約8%、各回5組程度の参加に留まっていました。そこで、従来、案内ちらしを4か月児健診で第1子の方に配布する、もしくは館内の掲示のみだった周知方法や、直接申し込みあるいは電話で予約する手段しかとっていなかった予約方法について、重点的に見直すこととしました。

なぜなら、従来の周知方法では、離乳食教室の存在を知らずに離乳食を始める保護者がいたり、市役所が開庁していない時間に予約ができずにあきらめる場合があると予測できたからです。より多くの世帯が参加してくれることと教室参加後の満足度を上げるため、離乳食教室の質も見直すこととしました。

◇活動内容とその成果

〈活動内容〉

参加者数の伸び悩みの対策を検討するにあたって、まず、原因を市民目線で考えました。そこで従来のチラシや掲示物での募集、電話での予約が現在の子育て世代にとって不便なことが原因であると仮説をたてました。解決策として、デジタル親和性の高い子育て世代向けには、離乳食教室の告知や予約手段として、都合の良い時間に情報を得て予約できるSNSやデジタルツールが有効と考え、既に市で導入済みのデジタル基盤を利用する前提で、次の対策に取り組みました。

活動成果報告書

1. 子育て世代に特化した市公式 LINE を使った募集

北上市が独自に開始した未就学児童の保護者向けに特化した市公式 LINE で、目玉となるサービスとして離乳食教室のタイムリーな募集記事とオンライン予約(後述)を導入しました。記事や申込画面は管理栄養士のメンバーが担当し、DX リーダーの支援を受けて、保護者に伝わりやすいユーザーインターフェイス(UI)や、すぐに申し込み可能なユーザーエクスペリエンス(UX)を考慮したデザイン手法を取り入れました。

例：〇月〇日に離乳食教室があります→離乳食デビューをサポートします！

離乳食の講話、調理実習があります→時短術や保存方法の紹介、試食も OK

この他、市民目線でより便利で分かりやすくするために、次の点に考慮しました。

- ・ 毎月の開催前に、2回/月の告知を行う（予約状況が満席に近い場合はリマインド1回のみ）
- ・ 告知記事/カードは、対象者、日程を簡潔に提示
- ・ 予約フォームに直接遷移する UI を採用
(予約は年度内であれば3月まで可能とし、2月以降配信のカードには新年度4月以降の予約もできるように新たなフォームを設置)

2. 従来の電話予約に加えて、保護者の利便性が高いオンライン予約を導入

市役所が開庁している時間帯以外にも、24時間予約ができるようにオンライン予約を導入しました。告知記事/カードのデザインは、保護者が開催を認知して、即時に予約ができるよう工夫しました。また、チラシで開催を認識した市民でもその場ですぐに予約できるように、チラシにオンライン予約のQRコードを大きく掲載し、従来の電話予約についても併記しました。さらに、初めてのオンライン予約をする心理的ストレス(子どもの急な体調不良が想定されるため)を軽減するためにオンラインでのキャンセルも可能にし、その旨を記載しました。

3. 離乳食レシピの配信

多様なニーズに合わせて、教室開催以外の接点を作るために離乳食のレシピ配信を行いました。離乳食教室の募集記事と同様、該当ページに直接遷移する SNS でのカード配信とし、教室に参加しなくても手軽にレシピを知ることができるよう工夫しました。

4. 紹介動画の作成と放映

初めての参加者に、どのような様子で過ごしているか、教室の流れや雰囲気を動画で伝えて参加のハードルを下げることを狙いとし、関係課協力の下、実際の離乳食教室の様子を撮影して教室の紹介動画を作成し、公開しました。公開先は、InstagramやYouTube、市内ショッピングセンターのデジタルサイネージなど、市民の目に触れやすいように広範囲に設定しました。

〈活動成果〉

LINE 開始から2ヶ月後に、教室の参加世帯数の増加という顕著な成果が現れました。この傾向は現在まで継続しており、年度単位でも当初の目標を達成し、毎月10組前後まで参加世帯数が増え、満席でキャンセル待ちも生じる人気教室に変わりました。

活動成果報告書

対象世帯の参加率：令和4年度 17% に倍増

令和5年度（12月時点） 既に令和4年度を超える参加世帯数

満足度：アンケート調査を実施。開催時間の制約もありサンプリング調査となりましたが、5段階評価で平均4.5(N=16)という高い満足度でした。

◇今後の計画

今回の取り組みでは単に目標達成だけでなく、チームカンファレンスを重ねることで職員やチームに意識変革が起きた点が大きな成果です。それは今まで「開催回数を目標にした離乳食教室」が、チームにとって「より多くの保護者が参加して満足するサービス」に認識が変わって、主体的に取り組むようになりました。

象徴的な出来事として、年度の途中で新たに離乳中期以降向けの新規コース「ステップアップコース」を追加企画、開催したことが挙げられます。離乳食の悩みが増える離乳中期以降向けの支援がないと気付いた私たちが、SNS ユーザー向けにアンケート調査し、ニーズの高さを検証できたことが新規コース検討の発端でした。不安を感じる市民の存在が明らかとなったので、予算や要員の制限がある中でも、短時間の企画と開催に取り組みました。

ステップアップコースに関しては、今年度の2回の試験開催を踏まえ、来年度以降も継続する方向で準備しています。独自で調査・分析した根拠をもって取り組むことで、ニーズと実際の取り組みが対応しているかを評価しやすく、振り返りや次回設定へ向けた動きがスムーズに行えるようになりました。



↑ステップアップコース告知



↑教室の様子



また、従来の離乳食教室は、予約時点で満席になった回は、可能な範囲で増枠、または同月に追加開催する前提で事業計画を立案していく予定です。さらに、月1回のタイミングを体調不良や用事で逃してしまった保護者のために、自宅で内容確認ができる動画配信も検討しています。

このように、市民ニーズの把握にも注意が向く意識変革が起きたことから、今後は各回終了後、アンケートを実施し、チームカンファレンスで教室全体の満足度や改善点を明らかにして、次回以降の開催に活かしていきます。