

企業における運動分野の取組促進業務委託仕様書

1 事業目的

県では、子育てや仕事が忙しい働く世代の運動習慣の定着が課題となっており、「健康立県」(別紙2の1のとおり)の実現に向け、健康づくりに取り組みやすい環境づくりが重要である。

また、令和元年度に「にいがた健康経営推進企業」制度(別紙2の2のとおり)を創設し、個人への働きかけに加え、働く世代が多く時間を過ごす企業等における健康づくりの取組を推進している。

本事業では企業における運動分野の取組を一層促進するため、運動による健康効果に関する普及啓発に加え、運動を行うことによる労働生産性の向上や歩くことが社会貢献につながるなど新たな視点による取組を実施することで、働く世代の運動の取組促進を通じた、健康立県の実現を図ることを目的とする。

2 業務内容

項目	主な業務内容
(1) 運動習慣定着アワード(仮称)の事務局業務	<ul style="list-style-type: none"> ・ 制度設計及び運営 ・ 審査委員会の開催 ・ 表彰式の開催
(2) スニーカービズ(仮称)の普及啓発プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ キックオフイベントの開催 ・ 関連する事業者等を巻き込んだタイアップ企画の実施 ・ 企業等が主体的に取組を導入・推進できるような仕掛けを盛り込んだ取組
(3) 「運動×仕事」の効果に関するチラシの作成	<ul style="list-style-type: none"> ・ チラシの企画・作成・印刷(10,000枚)
(4) にいがたヘルス&スポーツマイレージ事業を活用した寄付制度に関する事務局業務	<ul style="list-style-type: none"> ・ 制度設計補助 ・ 制度周知 ・ 協賛金の獲得 ・ 経理業務を含む事務局業務全般 ・ 寄付金贈呈式の開催

(1) 運動習慣定着アワード(仮称)の事務局業務

① 目的

企業等が実施する従業員等の運動習慣の定着に資する優良な取組を募集し、表彰式を開催して顕彰するとともに、取組の横展開及び本委託事業の取組全体の周知を図る。

② 業務内容

アワードに関する事務局業務を行うこととし、以下、ア～ウの内容を含めること。

ア 趣旨や本事業の他の取組も踏まえ、効果的な制度設計を行うとともに、事務局として制度を運営すること。

イ 公平な審査を行うため、有識者及び関係者からなる審査委員会を設置し、その企画及び運営を行うこと。

ウ 表彰式（令和9年3月頃を予定）の企画及び運営を行うこと。

③ 留意事項

・令和8年6月中の制度創設及び事例募集開始を目指し、県と協働しながら準備を進めること。

・本アワードの実施により、企業等の運動の取組促進(きっかけづくり、定着等)につながるような創意工夫をすること。

(2) スニーカーBiz(仮称)の普及啓発プロモーション

① 目的

働く世代の運動機会や運動量の増加を図るため、職場で歩きやすい靴(スニーカー)の着用を促す「スニーカーBiz」の普及啓発を通じ、気軽に身体を動かしやすい環境づくりを進める。

② 業務内容

プロモーションの実施にあたっては、以下ア～ウの内容を含めるとともに、事業の趣旨を踏まえ、創意工夫による普及啓発を積極的に企画すること。

ア 知事によるスニーカーBiz宣言を行うキックオフイベントを開催すること。イベントは例年6～7月頃に開催する「健康立県ヘルスプロモーションプロジェクト推進会議」（別紙2の3のとおり）と併催とする。ただし、受託業者はキックオフイベントに係る企画及び運營業務のみ行うものとし、会場費及びオンライン配信に係る業務等については別途県が発注するため見積りには含めないこと。

イ 靴やビジネスウェア販売店等、関連する事業者等を巻き込んだタイアップ企画を実施すること。なお、企画の内容や規模は問わないが、県内全域で展開されることが望ましい。

ウ 企業等が主体的に取組を導入・推進できるような仕掛けを盛り込んだ取組を実施すること。

(3) 「運動×仕事」の効果に関するチラシの作成

① 目的

企業等において運動の取組を促進することにより得られる効果を、従業員等の健康増進に加え、労働生産性の向上や労働災害の予防につながることなどを客観的なデータに基づき多角的な視点により示すことにより、企業等での運動の取組促進(=健康経営の推進)につなげる。

② 対象

企業等の代表、人事・総務部門担当者

③ 仕様

A4 両面カラー 1枚程度

④ 内容

次のア～エの内容を含めること。なお、記載内容は、信頼できるデータに基づき、定量的かつ多角的に示すことが望ましい。

ア 企業において運動の取組を促進する意義・効果等

イ スニーカービズの推奨

ウ にいがた健康経営推進企業登録制度等の案内

エ その他趣旨に沿った内容

⑤ 留意事項

- ・作成にあたっては、有識者から監修を受けること。
- ・完成までに県による複数回の内容確認及び修正等の指示を受けること。

⑥ 納品

電子データ（PDF）及び紙媒体で 10,000 枚。併せて、県の求めに応じて必要な画像データ等の素材を提供すること。

（４）にいがたヘルス&スポーツマイレージ事業を活用した寄付制度に関する事務局業務

① 目的

にいがたヘルス&スポーツマイレージ事業(別紙2の4のとおり)で歩数等に応じて付与されるポイントの新たな交換先として寄付が選択できる制度を創設し、運動による社会貢献の機運を醸成することにより、個人における運動のきっかけづくりやモチベーションの維持・向上を図る。

② 業務内容

本制度に関する事務局業務を行うこととし、以下、ア～カを含めること。

ア 要綱や各種申請様式案の作成、県への技術的助言など県が行う制度創設の補助を行うこと。

イ 寄付先団体選定に係る公募及び審査会を運営すること。

ウ 銀行口座を開設し、協賛金の受入・管理、寄付の払い出し等、本制度の運営に係る経理業務や事務局業務全般を適切に行うこと。

エ 計画的かつ積極的に働きかけを行い、協賛金を獲得すること。

オ 制度を周知する媒体を作成し、様々な機会を捉え県民に活用(寄付)を促すこと。

カ 寄付金を各団体へ贈呈する式典を開催すること。なお、(1)の表彰式と併催も可とする。

③ 留意事項

- ・令和8年6月中の寄付(利用者におけるポイント交換)の開始を目指し、県と協働して準備を進めること(制度の概要は別添資料のとおり)。
- ・寄付先団体の選定基準等は契約後に県が提示する。
- ・協賛金の獲得は、県及び事業者が協働で行うものとする。提案書では事業者単独での獲得目標(金額ベース)を記載すること。
- ・多くの協賛金を得られるように本委託業務の他の取組も活用しつつ、協賛企業にとってメリットとなり得る特典を提案すること。

3 委託業務に係る留意事項

- (1)健康立県にいがたアンバサダー(別紙2の5のとおり)を積極的に活用すること。なお、アンバサダーの契約及び活動に係る費用はすべて委託費に含めるものとする。
- (2)本委託事業全体の取組等を効果的に連動させ、統一感のあるプロモーションを図るとともに、働く世代の運動習慣定着につながる行動変容の仕掛けを盛り込むこと。
- (3)様々な主体が同様の目的において実施する事業等と連携・協働すること。
- (4)新潟県健康ウォーキングロード(別紙2の6のとおり)や県独自のながら運動であるち〜とばっか動効果(別紙2の7のとおり)も活用し、効果的な事業展開を図ること。
- (5)にいがた健康経営推進企業の登録やにいがたヘルス&スポーツマイレージ事業の活用等につながるよう工夫を行うこと。
- (6)それぞれの取組について趣旨を踏まえ、わかりやすく、親しみやすい名称やキャッチコピー等を設定し、普及啓発を行うこと。
- (7)スニーカービズのキックオフイベントの際に、本委託業務全体の概要や大まかなスケジュールを公表できるように各方面との調整、必要な資料の作成等の準備を進めること。
- (8)普及啓発にあたっては、働く世代(子育て世帯を含む20歳代から64歳までの年代)やそれらの者が所属する企業等をターゲットに、効果的な方法を検討し、具体的な取組内容及び令和9年3月31日までのスケジュールを示すこと。また、取組によりどのような効果が見込めるか記載すること。

4 成果品

(1)実施報告書

※留意点は以下のとおり

- ・広報活動等による成果を客観的に示した内容とすること
- ・事業内容の評価及び今後の事業が発展的に展開されるために必要な事柄についての提案も加えること

(2)県との協議により作成した各種媒体等のデータ

5 その他事項

(1)著作権

県との協議により作成した各種媒体の著作権は新潟県に帰属させる。

(2)遵守事項

業務受託者は、本件業務に関して知り得た、新潟県及び他の当事者が保有する秘密情報を第三者に漏らしてはならない。本契約が終了し、又は解除された場合も同様とする。

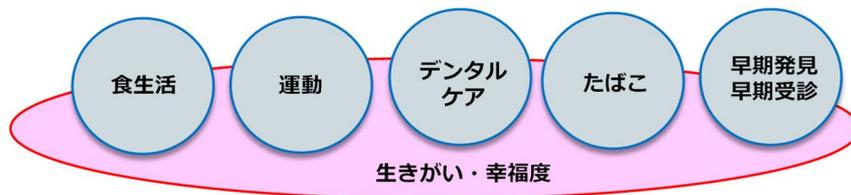
(3)その他

- ・新潟県と十分協議を行いながら事業を進めること。
- ・事業の執行段階において協議の上、仕様書の内容を変更することがある。
- ・仕様書に記載のない事項は、その都度協議する。
- ・委託期間中に進捗状況の報告を求めることがある。

健康づくり及び運動習慣定着等に関する県の取組について

1 健康立県とは

- ・新潟県では、県民の健康寿命を延伸し、すべての県民が生き生きと暮らせる「健康立県」の実現を目指し、令和元年度より健康立県ヘルスプロモーションプロジェクトを推進している。
- ・同プロジェクトは、「食生活」「運動」「デンタルケア」「たばこ」「早期発見・早期受診」の5つのテーマとそれらを包含する「生きがい・幸福度」を掲げて様々な健康づくりの取組を展開している。



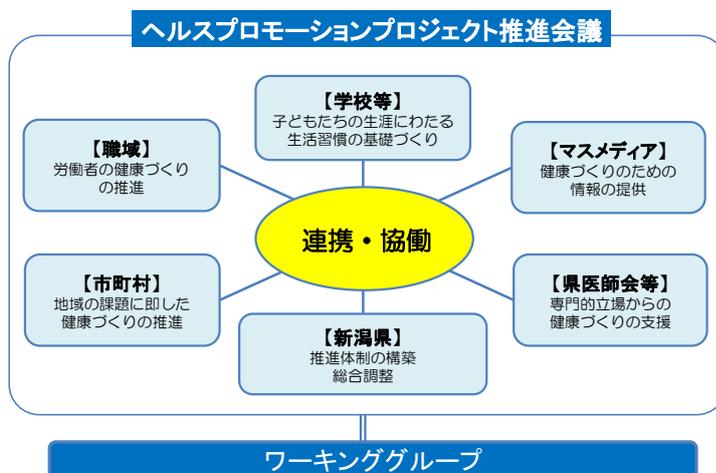
2 にいがた健康経営推進企業

- ・働く世代の健康づくりを促進するため、従業員とその家族の健康づくりに積極的に取り組む企業等を「にいがた健康経営推進企業」として登録し、その取組を支援している。
- ・令和8年1月末現在2,401事業所が登録。
詳細は以下のサイトに掲載。

<https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/kenko/1356922556747.html>

3 健康立県ヘルスプロモーションプロジェクト推進会議

- ・各分野の48団体で構成される健康立県ヘルスプロモーションプロジェクト推進会議を設置、年1回程度開催し、意見交換や情報提供等を行っている。
- ・必要に応じて、ワーキンググループを設置し具体的な議論を進めることとしている。



詳細及び過去の開催状況は以下のサイトに掲載。

<https://www.kenko-niigata.com/kennkourikkenn/1207.html>

4 いがたヘルス&スポーツマイレージ事業

- ・スポーツ実施率の低い働く世代・子育て世代を主な対象に、楽しみながら運動や健康づくりに取り組めるよう、ウォーキング等の運動、スポーツイベントの参加や健康診断の受診などの健康活動をスマートフォンアプリで「見える化」し、協力店舗で利用可能なポイントを付与するなど、インセンティブを設けることで、運動習慣の定着や健康づくりを推進している。
- ・アプリ登録者数は令和8年1月末現在、約43,800人。
- ・獲得したポイントを使用できる地域協力店は令和8年1月末現在、712店舗。
詳細は以下のサイトに掲載。

<https://www.pref.niigata.lg.jp/site/mileage/>

5 健康立県にいがたアンバサダー

- ・県民の健康づくりの推進について連携協定を結んでいる団体や「健康立県にいがた」の取組に賛同し、SNS等を活用して様々な形で発信いただける方々に「健康立県にいがたアンバサダー」に就任いただいた。
- ・SNS等を活用し、健康立県にいがたに関する情報発信に協力いただいている。

【アンバサダー（令和7年度）】

- ・松本莉緒氏（女優・ヨガインストラクター）※メインアンバサダー
- ・ますがたみき氏（管理栄養士）
- ・江口綾氏（日経 xwoman アンバサダー）
- ・新潟放送アナウンサーユニット イケメン四銃士
- ・笹川正子氏（にいがた観光特使 等）
- ・小池美智子氏（野菜マイスター 等）

詳細は以下のサイトに掲載。

<https://www.kenko-niigata.com/kennkourikkenn/kyoukakikann/1356.html>

6 新潟県健康ウォーキングロード

- ・運動習慣を取り入れた日常生活を送るための環境づくりの一環として、一定の基準を満たすコースを県が登録及び公表しているもの。

令和8年1月末現在、全137コースの登録がある。

詳細は以下のサイトに掲載。

<https://www.kenko-niigata.com/undou/road/index.html>

7 ち〜とばっか動効果(うごこうか)

- ・健康づくり・スポーツ医科学センターの協力を得て作成した、仕事をしながら手軽にできるながら運動メニュー。
 - ・業務形態別(デスクワーク、立ち仕事、運転業務)メニュー等が全38種類ある。
- 詳細は以下のサイトに掲載。

<https://www.kenko-niigata.com/undou/undomenu/1348.html>

新潟県における身体活動・運動に関する推進の現状と課題（健康にいがた 21(第4次抜粋)）

① 現状と課題

○日常生活の中で意識して体を動かす人の割合は増加傾向です。

- ・ 「日常生活の中で意識して体を動かす人の割合」は、20～64歳は、男女とも増加傾向にあります。65歳以上の男女は、令和2年と比較してやや減少しています。
- ・ 「1日当たりの平均歩数」（20～64歳）は、令和元年と比較した場合、男女とも横ばいとなっています。

○働く世代への運動習慣の定着が課題となっています。

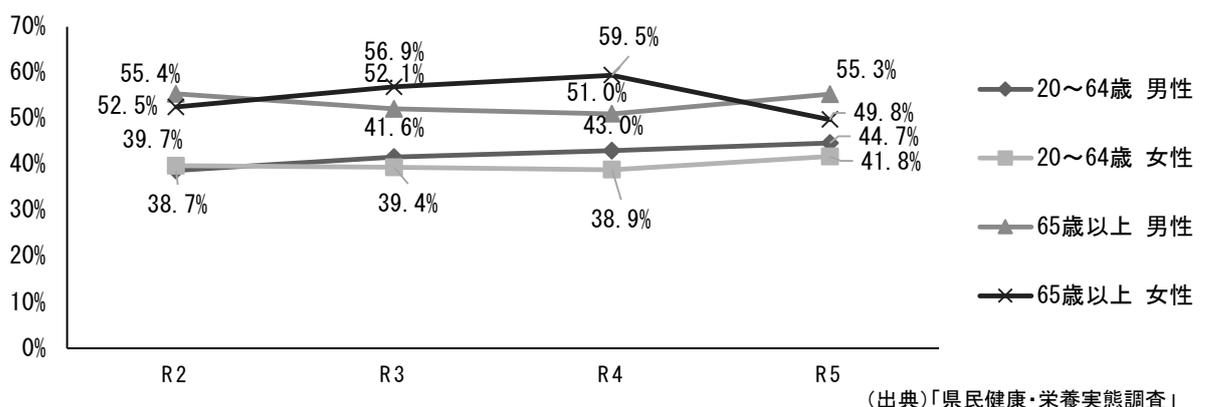
- ・ 「20～64歳男性の運動習慣者の割合」は、令和元年より改善しているものの、第3次の目標値（30%）には達していません。「20～64歳女性の運動習慣者の割合」も、男性と同様に令和元年より改善しているものの、目標値（25%）には達していません。
- ・ 年代別に見ると、30～50歳代の割合が他の年代と比べて低く、子育て世帯を含む働く世代の運動習慣の定着が課題です。

○職場や家庭など様々な場面で、無理なく身体活動や運動に取り組める環境づくりの推進が必要です。

- ・ 小学5年生の「1週間の総運動時間が60分未満の割合」は増加傾向にあります。運動習慣の定着には、こどもの頃からの運動に触れる機会が重要であるため、こどもの各成長期やニーズ、適性も踏まえた運動機会の提供などにより、意欲向上や習慣化につなげていくことが課題です。
- ・ 子育て世帯を含む働く世代など、健康・運動に関心はあるが、忙しいなどの理由で実践に結びつかない世代へ、身体活動・運動の意義と重要性や気軽にできる運動の普及啓発などを行う必要があります。
- ・ 「にいがた健康経営推進企業」において、身体活動・運動分野に取り組む企業の割合が増えています。

② 主要データ

図1 日常生活の中で意識して体を動かす人の割合



(歩)

図2 1日あたり平均歩数

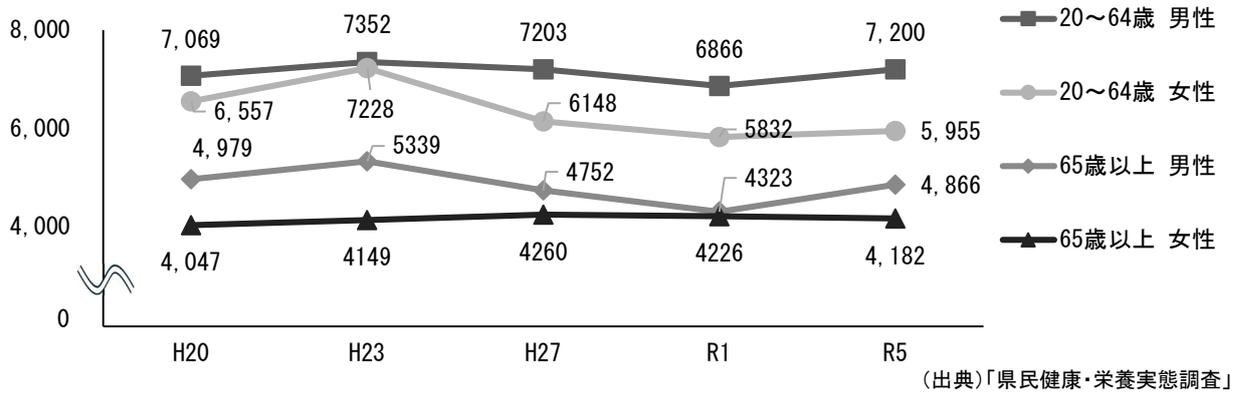


図3 運動習慣のある者の割合

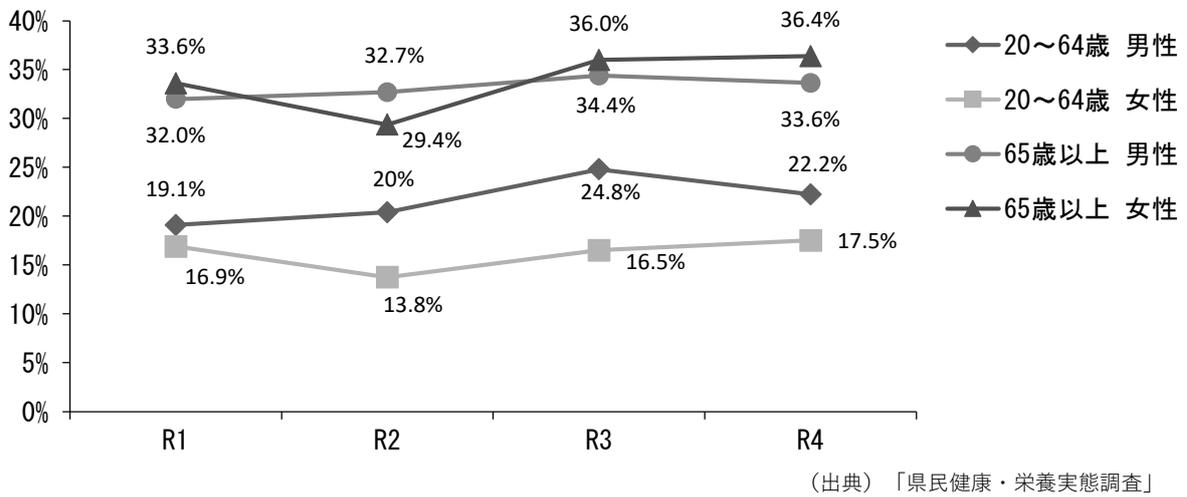


図4 年齢階級別運動習慣者の割合

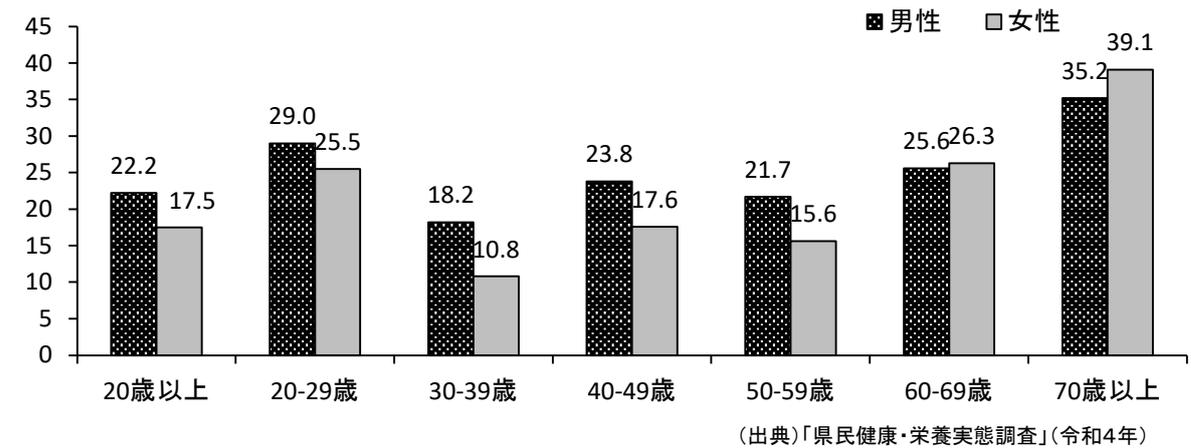


図5 1週間の総運動時間が60分未満の割合

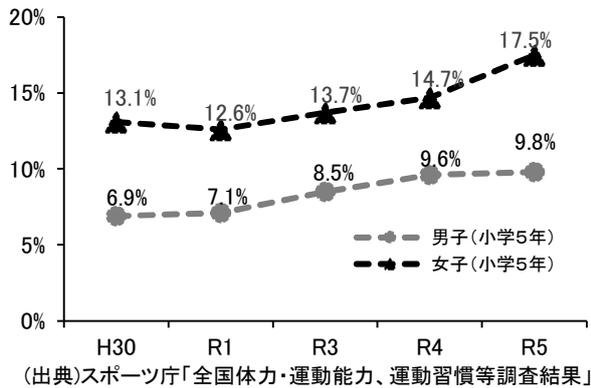
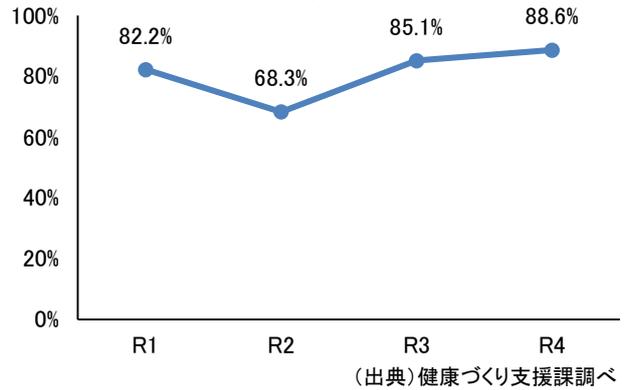


図6 身体活動・運動に取り組む事業所の割合



③ 施策の展開・取組

【目指す姿】

個人差を踏まえ、強度や量を調節し可能なものから取り組むことを意識し、今より少しでも多く体を動かし、健康増進につなげます。

【施策・取組】

■ 様々な場面やライフコースアプローチを踏まえた身体活動量増加のための取組の推進

<全世代>

- ・ 日頃から身体を動かすことの大切さや生活習慣病の発症予防にも関係することなどを、様々な機会や媒体を活用して県民に普及啓発を行います。
- ・ 時間や場所にとらわれずに気軽に楽しめる運動の普及により、日常生活における身体活動や運動量の増加を促します。
- ・ スマートフォンアプリを活用して健康・運動活動を促進します。
- ・ 健康づくり・スポーツ医科学センターなどの場で、生活改善に向け、専門家のサポートにより運動の習慣化を支援しています。

<こども>

- ・ 幼児・児童の運動遊び等の充実のほか、親子で参加できるスポーツイベントの機会や自分にあったスポーツに出会う多様なスポーツの体験機会等、身近な地域におけるこどものスポーツ機会を提供します。
- ・ 体育・保健体育授業の充実を通じて、運動やスポーツが好きな児童生徒を増加させ、生涯にわたって豊かなスポーツライフを継続する資質・能力を育むとともに、学校と地域のスポーツ団体の連携を促進します。

<働く世代>

- ・ 企業等における健康経営を推進し、従業員等における運動習慣定着の取組を促すことで、働く世代において身体活動量を増やす環境づくりを一層進めます。
- ・ 仕事や家事に忙しい子育て世帯を含む働く世代が健康づくりに取り組めるよう、時間や場所にとらわれずに気軽に楽しめる運動の普及を行います。
- ・ 健（検）診受診後の保健指導の場において、生活習慣病及び運動に関する情報提供並びに運動指導を徹底します。

- ・ 介護予防の観点からも、運動不足・体力低下等を予防するための生活習慣の実践について、普及啓発を行うとともに、働く世代からの実践を促します。

<高齢者>

- ・ ロコモティブシンドローム、サルコペニア、フレイルの認知度向上や介護予防の観点からも、運動不足・体力低下を予防するための生活習慣の実践について普及啓発を行います。また、健康づくり・スポーツ医科学センターなどの場で、専門家のサポートにより運動の習慣化を支援します。
- ・ 市町村が実施する自立支援、介護予防・重度化防止の効果的な取組について、介護予防アドバイザーの派遣やリハビリテーション専門職の活用支援等により、推進します。
- ・ 介護予防に資する住民主体の通いの場の取組を促進します。
- ・ 自立支援、介護予防・重度化防止に関するパンフレットの作成・配付やホームページ掲載により普及啓発を行います。
- ・ 転倒・骨折防止のためのリハビリテーション専門職の活用など、多職種による地域連携の実践に関する普及啓発を行います。