「第 39 回全国健康福祉祭東京大会　第 1 回総務・企画専門部会」議事概要

1　日時

令和 8（2026）年 6 月 24 日（水曜日）16 時 00 分～17 時 10 分

2　場所

東京都庁第一本庁舎 25 階 112 会議室

3　出席者

熊澤座長、高橋委員、中島委員、加来委員、青木委員、川口委員代理

4　議題

検討事項①　ねんりんピック Chōju 東京 2028 都民参加基本方針（案）
検討事項②　ねんりんピック Chōju 東京 2028 広報基本方針（案）
検討事項③　令和 8 年度広報活動実施方針（案）

5　議事

事務局より、委員紹介の後、会議資料に基づき、大会概要、基本構想及び各議題等について説明の上、検討事項毎に意見交換を行った。委員等からの主な意見は以下のとおり。

（1）検討事項①　ねんりんピック Chōju 東京 2028 都民参加基本方針（案）

○　東京で開催することに対して、国、道府県から東京大会だからこそ期待されていることがあると思う、これを機に大会の知名度を上げて全国に何を伝えていくかが重要

○　本方針は、主に都民を対象としているものであるが、都民以外も想定していることが分かった。

（2）検討事項②　ねんりんピック Chōju 東京 2028 広報基本方針（案）

○　広報は予算によるところも大きいと思うが、シティ・ドレッシングなどの検討も必要

○　東京の強みとして、プロスポーツチームやスポーツ会場が多くあり、他の道府県とは違い恵まれた環境である点を捉えて、よりスポーツに関心ある方をしっかりと巻き込んでいく視点で広報の展開を図っていくとよい。

○　企業への広報協力や協賛は、対象企業をリストアップした上でお願いしていくとよい。デジタル技術の面から長寿を考えると、日常で健康を支える企業にも賛同いただけると思う。企業が大会を支えるサポーターのような枠があるとよいかもしれない。また、メディアの活用として、オウンドメディアやペイドメディアの記載はあるが、報道されるための広報活動や、参加者自身が SNS で発信してくれる仕掛けが重要だと思うので入れた方がよい。

○「長寿」というと高齢者世代がイメージされるが、様々な世代に大会を認知してもらうことが大事。ボランティアで参加してもらって様々な世代が交流するというのもあり得る。特に若い人にもボランティアで関わってもらうことに意義がある。

（３）検討事項③　令和８年度広報活動実施方針（案）

○　「ＳＮＳでＰＲの様子などの広報活動を行う」とあるが、具体的なイメージを持って取り組むとよい。大会開催は２年後の話なので、マスメディアにとりあげてもらえるかは気になるところ。

○　グッズは、自分が欲しいと思えるようなものを作ってほしい。

○　大会公式ＨＰやＳＮＳを開設した後、周知し、どのように広げていくのかは検討が必要

○　東京ボランティアレガシーネットワークは、イベント情報の発信やボランティア募集に活用可能

○　シニア世代が中心となる大会であるため、町会や自治会への周知も有効

○　大会ＨＰは、誰に向けてのメッセージを発信したいのか、コア層を意識して具体的にサイトデザインに落としていくことが重要。ＰＲの観点から言うと、大会のアイデンティティが一言で決まっていると、後々、東京大会はこうだったということが言いやすい。

○　デフリンピックは「きこえない人のためのオリンピック」、大阪・関西万博は「誰一人とりのこさないSDGｓ時代の万博」といったメッセージがあった。HPが単に情報が入っているだけのものとならないように、ペルソナやメインメッセージの設定が大事であり、それがレガシーになるのかもしれない。

（４）その他（イベントでのＰＲ、制作予定広報グッズ等）

○　広報物に「高齢者」という言葉を入れるかどうかはセンシティブな問題だと思う。「高齢者」と言われて嬉しい人はいないと思うので、例えば、広報物は「シニア」に統一するとか、アクティブな人を表す全く別な新しいワードをつくって東京都が発信する等、何か工夫が必要

○　高齢者ではなく、かっこいいシニアのイメージを持ってもらえるよう、デザインに工夫が必要

これらの意見に対し事務局から、検討を行った上で、各方針等に反映させていくことが確認された。

以上