

■プロジェクト名

こどもの症状 受診の目安ナビ

■事業者名

株式会社レイヤード／ティーパック株式会社



■実証の概要

○解決したい社会課題(背景・目的など)

子どもの急な発熱やけがは、夜間・休日ほど「今すぐ受診すべきか」「家で様子を見てよいか」の判断が難しく、保護者は不安を抱えやすい。インターネット検索ではどの情報を参照すればよいかわ迷う一方、電話相談をためらう人もいる。そこで、受診の目安と家庭でできる対処を Web サービスで分かりやすく示し、必要時には専門職へつなぐことで、保護者の判断負担の軽減と適切な相談・受診行動の支援を目指した。

○実証の内容

- ・ 実証期間：2025 年 6 月 1 日～2026 年 5 月 31 日
- ・ 実証フィールド・対象者：福岡市内在住の小中学生の保護者
- ・ 内容：Web 問診から 4 区分の受診目安とホームケアを提示し、必要に応じて看護師・小児科医による電話相談へ接続。
- ・ 評価：利用ログ、アンケート、利用者座談会から、利用状況、行動・再利用意向、安心感、改善ニーズを確認。

■実証の結果

○実施した内容

- ・ 12 か月間サービスを運用し、利用状況を月次で確認。福岡市ホームページ、市政だより、公式 LINE、小中学校等からの電子配信、公共施設等でのチラシ・ポスター掲示を実施した。
- ・ A4 チラシ、A1 ポスターを市役所・消防等へ展開。2025 年 10 月 18 日には利用者座談会を実施し、保護者の利用場面と改善要望を確認した。
- ・ 実証中の意見を踏まえ、2026 年 4 月に基本情報画面やアンケート表示位置・回答導線等の UI を改善した。

○利用状況の概要

実証期間の利用	特設ページアクセス	夜間・休日利用
815 件	20,705 件	69.0%

※利用 815 件は匿名の延べ利用回数。夜間・休日は 562/815 件。

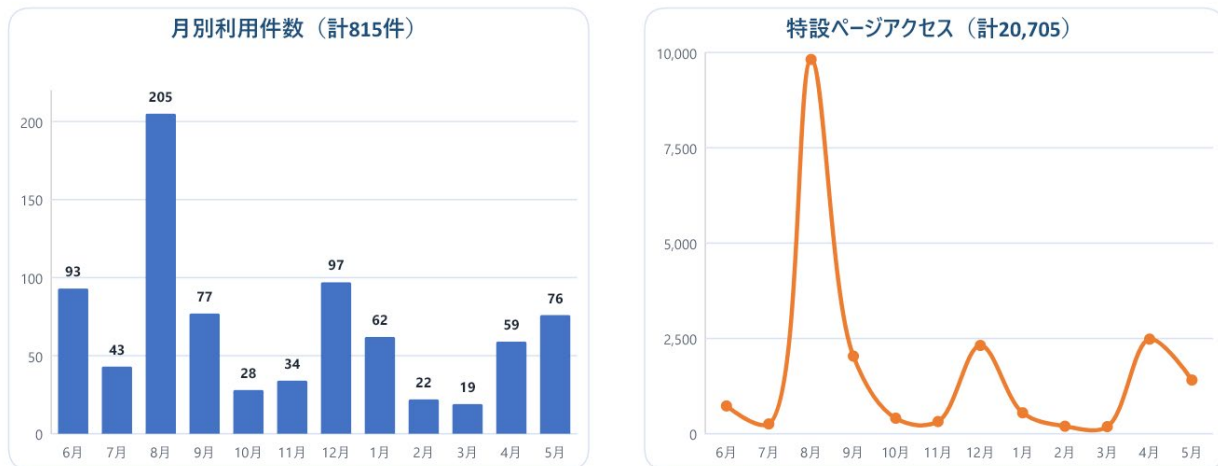


図1 月別利用件数と特設ページアクセスの推移

8月は利用205件・アクセス9,818件で最大となり、LINE・学校配信の実施時期と重なった。12月、2026年4～5月も再周知と同時期に増加しており、継続的な周知の重要性が示唆された。

○受診判断支援とアンケート結果

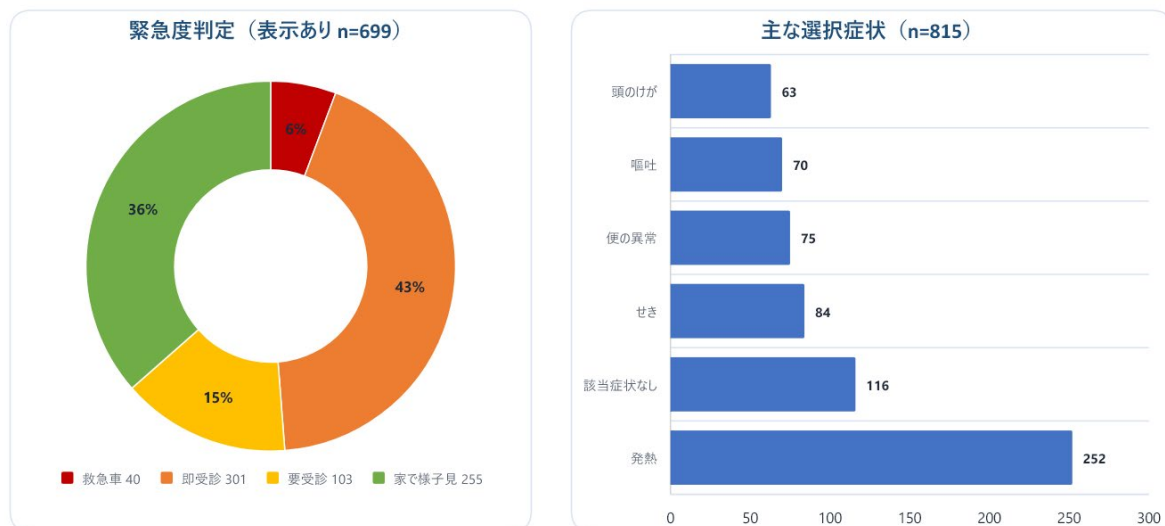


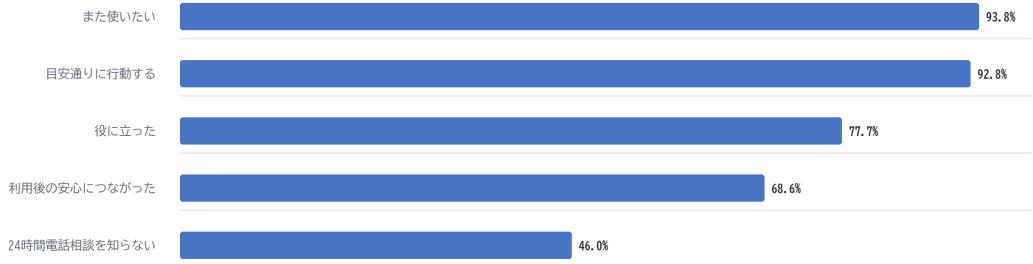
図2 表示された緊急度と主な選択症状

緊急度が表示された 699 件のうち、救急車 5.7%、即受診 43.1%、要受診 14.7%、家で様子見 36.5%だった。受診・救急を促す表示は 63.5%である一方、36.5%には家庭で様子を見る目安を提示し、双方を振り分ける判断支援として機能した。

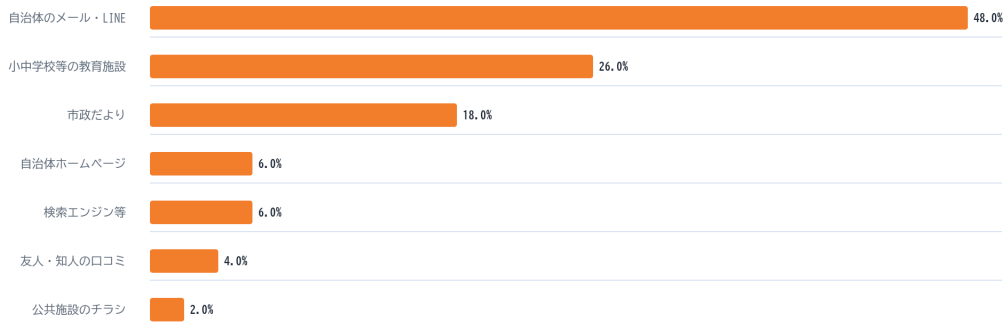
※「その他症状」を選択し、該当する症状がないと回答した 116 件は、仕様上、緊急度を表示しないデータ。

アンケート結果（2025年6月19日～2026年3月31日／旧方式）

旧方式で確認した主な回答割合



受診の目安ナビを何で知りましたか？（有効n=50・複数回答）



※設問ごとに有効回答数は異なる（n=51～359）。2026年4月以降の新方式には認知経路の設問なし。

図3 旧方式アンケートで確認した主な回答割合と認知経路

回答期間・方式	目安通りに行動する	また使いたい
2025/6/19～2026/3/31(旧方式)	92.8%(323/348)	93.8%(332/354)
2026/4/1～5/31(新方式)	85.7%(6/7)	100.0%(7/7)

旧方式アンケートでは「目安通りに行動する」意向 92.8%、「また使いたい」意向 93.8%を確認した。2026 年 4 月から設問内容・表示位置を変更したため、新方式は別集計とした。新方式は回答数が 7 件と少なく、参考値として扱う。

認知経路は旧方式の有効回答 50 件(複数回答)で、自治体のメール・LINE48.0%、小中学校等 26.0%、市政だより 18.0%が上位だった。また、旧方式アンケートで「こどもの救急」を“知らない”と回答した利用者は 87.2%(41/47 件)で、自治体の既存サービスではリーチできていなかった、新たな利用者層への接点となった可能性がある。

※行動・再利用は自己申告意向であり、実際の受診行動・実リピー率ではない。旧方式と新方式は合算していない。

○利用者の声から確認した価値

場面	利用者の声・確認できた価値
受診判断の不安	「急いで受診する必要がないと分かり安心した」 受診判断を確かめ、次を取る行動を整理する支援となった。
使いやすさ	「UI がすごくいい。サクサク」「電話より抵抗が低く簡単」 インターネット検索より情報が絞られ、電話相談前にも利用しやすい入口となった。
家庭での対応	ホームケア画面を家族で確認し、鼻血への対処を実践。 視覚的な情報が家庭内の共通判断と健康教育につながった。

座談会では、夜間・休日の受診判断の難しさ、インターネット検索の情報過多、電話相談への心理的抵抗が確認された。一方、Web で状況を整理した後に専門職へ相談できる二段構えや、ホームケアを家族で共有できることが安心につながっていた。

○実証で確認した社会的価値と今後の展開

子育てへの価値

受診の目安とホームケアを同じ画面で示すことで、保護者の不安を具体的な行動へ変え、家庭内で判断を共有する支援となった。

地域医療への価値

受診・救急が必要なケースを相談へつなぎつつ、家庭で様子を見られるケースにはセルフケアを示す、地域医療への入口として機能した。Web から看護師・小児科医の電話相談へ進める二段構えにも価値があった。

サービス改善と横展開

利用・アクセスと認知経路をもとに LINE、学校配信、市政だより等の告知を各自治体の地域特性に合わせて最適化する。2026 年 4 月の UI 改善と同様に利用者の声を反映し、現在受診できる医療機関の表示や受診予約連携へ発展させ、地域医療に直接つながる基盤として他自治体へ展開する。

■問い合わせ先

株式会社レイヤード <https://layered.inc/contact/>