

メタボ該当者率を4年間で43%減少し得た、効果的な保健指導の実践報告			
ガイドラインステップ	キーワード (6つ以内)	・効果的な保健指導	・アプローチの工夫
1～4, 6～9, 16		・自発的な行動変容	・返報性の心理と称賛
		・かかわり方	・身近な存在
改善・取組みの背景と課題	<p>従業員数197名(男性87%、平均年齢47歳)の大手企業グループの地方工場。常勤保健師1名と週1日出務する嘱託産業医で健康管理室業務を運営している。</p> <p>従来から企業グループの標準化された活動を継続する中で、保健指導に対する対象者の「やらされ感」や「抵抗感」が目立つようになり、2019年度にかけて生活習慣病有所見率やメタボ該当者率の高止りを認めていた。</p> <p>要因として2018年度までは保健指導を外注しており、健康管理室と従業員とのかかわりが弱い上に、対象者を繰り返し呼び出すアプローチ方法、指導担当者の変更や、指導内容も標準的で変化がない等の課題が考えられた。</p> <p>また、指導場面では医療職の健康観の押し付けや企業グループで求められる健康施策を対象者に強要してしまう傾向が、健康行動に悪影響を及ぼしていると考えられた。</p>		
改善・取組みの着眼点	<p>本来ありたい「保健指導」は対象者が「自分事」と捉えて、本来持っている「行動を変える力」を引き出すことだと考えている。そのためには対象者との人間的なつながりを醸成し、個々人が大切にしている「健康観」に寄り添うことが重要だと考えた。</p> <p>そこで、健康管理室と対象者のつながりを振り返り、関係性の再構築と職場集団とのかかわり方を整理して、対象者個々の特性に合わせたアプローチの方法やコミュニケーションの在り方に着眼して改善に取り組んだ。</p> <p>また、かかわる際には、対象者が大切にしている健康観の受容に努め、返報性の心理を意識したアプローチと是認(称賛)スキルに着眼したコミュニケーションを図った。</p>		
改善・取組みの概要	<p>2019年度健診後の事後措置から取り組みを開始した。日頃から休憩所等に出向き雑談や細やかなサポート(返報性)を心掛けた。また下期健診から保健師も受付に参加して受診者全員と話す機会を設けた。管理職には、就業判定とともに保健指導対象者を通知し、職場にも働きかけ等の協力を求めた。</p> <p>個別対応では、ポイントを画像等の資料で端的に示し、相手の情報を補う程度に留め短時間の介入を心掛け、面談1か月後、3か月後に短時間の声掛け等によるフォローを行った。</p> <p>かかわる際は、本人の知識や取り組み内容を認め、称賛しながら本音の生活習慣を聞き取って気持ちよく話してもらおう事や、自分の欠点や弱みを話し、相手に共感してもらおう事を意識してコミュニケーションを取るようにした。</p> <p>集団指導として健診結果に関する衛生講話を部署毎に実施し、部署の有所見率等を社内順位で示して競争意識(職場風土)に働きかける等の内容を工夫した。</p> <p>更に健保の支援を得て、特定保健指導対象を39歳以下に広げたり、プログラムを複数用意する等、参加しやすい施策を工夫した。</p>		

<p>写真・図表・イラスト</p>	<p>○全従業員と顔なじみになり、身近で親しみやすい関係づくりに取り組んだ。</p>  <ul style="list-style-type: none"> ■ 特定保健指導を勧奨する際に工夫したこと ○免除条件を提示する ⇒「特定保健指導は受けたくない」という気持ちを逆手に取る ○プランを複数用意 ⇒対象者の好みに応じて選択できるようにする ○初回面談前に「時短になりますよ」と言って、事前に取り組み内容を考えてきてもらう ⇒生活習慣の自発的な振り返り ○身近な減量成功例をインシャルで紹介する⇒本人は自己肯定感・達成感が高まり継続につながる、対象者もやってみようと思わせる 																																		
<p>効果</p>	<p>2022年度には全ての対象者に保健指導を実施でき、特定保健指導参加率も100%を達成した。また、全部署を対象に実施する衛生教育や安全衛生委員会を通じた活動の周知等により工場全体の取り組みとして定着した。その結果、メタボ改善に伴う減少と新規該当者の減少により、2023年度メタボ該当者率は4年間で43%減少した。</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th rowspan="2">受診者数</th> <th colspan="3">メタボ該当者</th> </tr> <tr> <th>該当者数</th> <th>新規該当者数</th> <th>該当者率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023年度</td> <td>197</td> <td>26</td> <td>24</td> <td>13.2</td> </tr> <tr> <td>2022年度</td> <td>205</td> <td>33</td> <td>28</td> <td>16.1</td> </tr> <tr> <td>2021年度</td> <td>200</td> <td>41</td> <td>34</td> <td>20.5</td> </tr> <tr> <td>2020年度</td> <td>201</td> <td>50</td> <td>39</td> <td>24.9</td> </tr> <tr> <td>2019年度</td> <td>202</td> <td>47</td> <td>41</td> <td>23.3</td> </tr> </tbody> </table>		受診者数	メタボ該当者			該当者数	新規該当者数	該当者率	2023年度	197	26	24	13.2	2022年度	205	33	28	16.1	2021年度	200	41	34	20.5	2020年度	201	50	39	24.9	2019年度	202	47	41	23.3
	受診者数	メタボ該当者																																	
		該当者数	新規該当者数	該当者率																															
2023年度	197	26	24	13.2																															
2022年度	205	33	28	16.1																															
2021年度	200	41	34	20.5																															
2020年度	201	50	39	24.9																															
2019年度	202	47	41	23.3																															
<p>このGPSの経験から学ぶことができるポイント</p>	<p>保健指導の効果は、指導を行う産業保健スタッフと対象者との関係性に寄与する事を改めて実感した。地域に住む働く仲間として、いつも気遣ってくれる存在として、顔なじみで「断りにくい」「応えたい」といった心理的なつながりがあれば、動機づけとなり、理論や工夫、仕掛け等のスキルが活かせるようになった。またこのような関係性は集団心理となり、工場全体で取り組む雰囲気に変化していった。以下に取り組みのポイントをまとめた。</p> <ol style="list-style-type: none"> これまでの保健指導の在り方を振り返り「健康を管理する」から「対象者の健康観を尊重しながら健康行動を引き出す」というマインド転換を確認した。 従業員から見た、自分の認知度を振り返り、日頃から雑談やちょっとした手伝い、細かな相談に乗り、身近で親しみやすい関係を意識してかかわった。 対象者目線で、「是認(称賛)」を基本とし、受容や傾聴、支持、自己開示等を組み合わせながら安心して気持ちよく本音で話せるコミュニケーションを心掛けた。 職場風土や集団特性を捉えた介入方法(短時間、要点を端的、競争意識、こだわりやプロセスの称賛等)や保健指導への抵抗感を下げる工夫(成功例の共有、選択肢を複数準備、時短等)を実践した。 																																		
<p>参考資料</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1)中村正和. 行動科学に基づいた健康支援. 栄養学雑誌 Vol.60 No.5 213~222,2002 2)石井佳代子. 森田久美子. 健康行動における自律性の概念分析. 日健医誌 2022;31(1):71-77 3)雑子侑里. 門間晶子. 尾崎伊都子. 労働者を対象とした、生活習慣病予防に向けた保健指導の初回面接場面における相談者と支援者の相互作用. 日本看護研究学会雑誌 2022,45 4)蓮井貴子. 日本保健医療行動科学会雑誌第 36 巻別冊. 講義と演習で学ぶ保健医療行動科学第 2 版. 2023 年 3 月 31 日発行. I 講義編/2 保健医療行動/2 動機づけ理論 5)高木悦子他. 特定保健指導の継続支援における行動変容を促進させる要因についての検討. 人間ドック 24(4)35-39,2009 																																		
<p>COI 欄</p>	<p>申告すべきものなし</p>																																		
<p>投稿者</p>	<p>増井太郎 (安部貴美子)</p>	<p>e-mail</p>	<p>2023 年 7 月 25 日</p>																																