

事例報告

1) 三重県桑員地区（2次医療圏）の 取組みについて

②NTN 株式会社桑名製作所

NTN 株式会社桑名製作所

労政課長

平 井 元

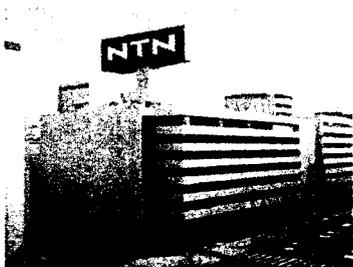
「ヘルシーピープルそういん・21」
 地域・職域連携推進協議会事業所代表

NTN株式会社

桑名製作所

労政課長
 平井 元

NTN会社概要



社名	NTN株式会社
商標	NTN
創業	大正7年3月
本社	〒550-0003 大阪市西区京町堀1丁目3番17号
代表者	取締役社長 近藤 達生
従業員	5,445名、連結:17,306名(2007年3月現在)
決算期	3月31日
資本金	423億円
売上高	3,368億円、連結: 4,838億円(2007年3月期)
株式	東証、大証一部上場
事業内容	軸受、等速ジョイント、精密機器商品等の製造及び販売

(2007年6月28日現在)



新しい価値を創造し、新しい技術で世界を結ぶ
 グローバル精密機器メーカー、NTN

New Value Through New Technology

NTNは、ベアリングや等速ジョイントなど世界的な精密機器メーカーとして、グローバルに商品を提供しています。
 主な取扱商品: 転がり軸受、等速ジョイント(CVJ)、ベアリングユニット、滑り軸受、ハブベアリング他

桑名製作所の健康管理体制

- 社員等数: 1700名
- 勤務体制: 現場3交代制、
- 健康管理体制
 - 健診: 定期健診受診率99.9%、他健診
 - 事後指導: 健康管理センター産業医の指導等
 - 健康づくり: 運動、栄養、こころ、糖尿病、がん等
- 健康管理の担当職員
 - 健康管理室(産業医、看護師他)
- メンタルヘルスへの対応
 - カウンセラー(週1日)による希望者へのフォロー
 - メンタルヘルス研修会(階層別)の開催によるケア体制の整備

「ヘルピーそういん・21」に参加した経緯 平成17年度の発足時の経緯

- 桑名商工会議所から、協議会構成メンバーの事業所代表としての推薦された。
- 保健福祉事務所から参加の要請がある。



会社として、「**地域貢献**」、「**連携と協力**」という理由づけで受諾することとした。

取り組み1年目

プロジェクトチームリーダーの役割

- プロジェクトチーム発足会時に、メンバー17名のチームリーダーに選出される。
- 職域代表というより、チーム全体のリーダーとして、メンバー間のコミュニケーションと共通認識を図ることを重視して取り組んだ。
- チームを代表し、協議会への取り組み報告、連携事業の企画提言等を行った。
- 地域の健康づくり研修会等において、「地域・職域連携事業」の取り組みを代表として紹介した。
- 事業所の代表委員の役割としては、事業所食堂の見学、当所が実施する健康づくり実践の場の見学、参加等をチームメンバー等に呼びかけた。
- 協議会モデル事業所の指定を受諾した。

取り組み2年目

- ・ プロジェクトチームリーダーの役割
- ・ モデル事業所として健康づくり事業について、協議会と協働で取り組む

取り組み2年目 プロジェクトチームリーダーの役割

- 前リーダーが転勤となったが、リーダーは2年任期のため、会社として引き続きリーダーを引き受けた。
- 前年度に、協議会連携事業のモデル事業所として指定され、具体的な連携事業の企画・実施・提言されていた。
- 前任のリーダーから引継ぎ、新たに加わったチームメンバーと共に、全員が一丸となって連携事業に取り組んだ。

取り組み2年目 連携事業のモデル事業所として

	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
NTN 会社	「開始前」	← 「ウォーキングクラブの實踐」 →						「開始後」
協議会 支援	第1回 健康調査	支援レ タ-①	支援レ タ-②	支援レタ-③ 「健康収獲祭」開催	支援レ タ-④	支援レ タ-⑤	支援レ タ-⑥	第2回 健康調査

NTN会社としてのふりかえり

- 企業の視点からみた地域・職域連携について
- PJチームリーダーとして連携事業に取り組んで

企業の視点からみた地域・職域連携について

- 会社創業の地である桑名市において、「地域と共に発展して行く」ことを目指し、「地域貢献」の一環として、地域・職域連携の取組みに参加して行く。
- 地域との連携を図ることによって、従業員に対しても健康づくりに関する企業以外の施設・サービスの活用情報を提供して行ける。
- 平成20年度よりの特定健診、特定保健指導の企業健保での取組みの中で、定年後(60歳以降)の従業員本人及び配偶者への対応に関して、地域との連携を図ることも有効となってくる。

プロジェクトチームチームリーダーとしてのふりかえり

- 前年より共に苦労を重ねて来たメンバーの想い・意識の共有が、大きな力となって発揮され、全員が一丸となって「健康祭り」の成功に向かって取り組むことができた。
- チームメンバーにとっては、それぞれ本業を持ちながらの参加で、相当な負担を抱えての活動であったと思われる。
- しかし、その結束力は素晴らしいもので、またその取り組みの中から更なる交流が図られ、プロジェクトの本来の目的である、地域と職域のネットワーク形成に繋がる「絆」を創ることができたものと思っている。

今後の「ヘルシーピープルそういん・21」 地域・職域連携推進協議会について

- 地域・職域の連携を築くという「種」は、この桑員の地に蒔くことができた。
- この蒔いた「種」がしっかりと根をおろし、芽をだしていけるように、会社として、参画しながら協力していきたい。

事例報告

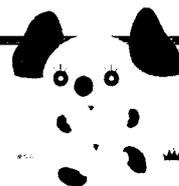
2) 東京都こころの健康づくり及び 糖尿病予防のための環境づくり 事業について

東京都福祉保健局保健政策部健康推進課

課務担当係長

鈴木 祐子

こころの健康づくり及び糖尿病予防 のための環境づくり事業について



東京都福祉保健局
保健政策部健康推進課

東京都健康推進プラン21とは？

- ①平成22年度までの10年計画として、平成13年10月に策定
- ②5年を目途に中間評価を行う



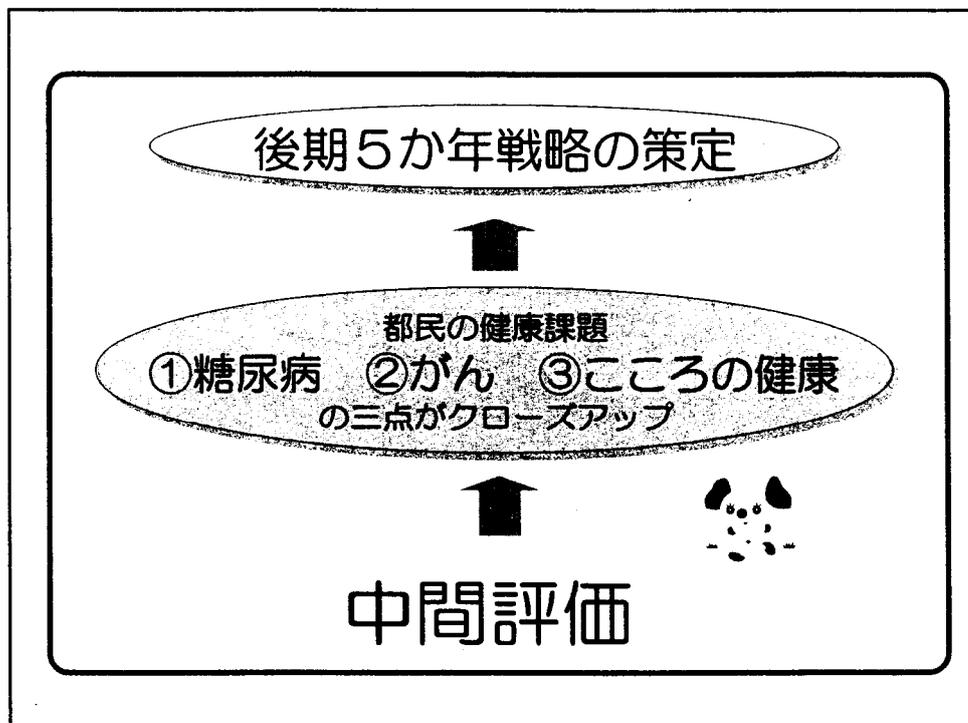
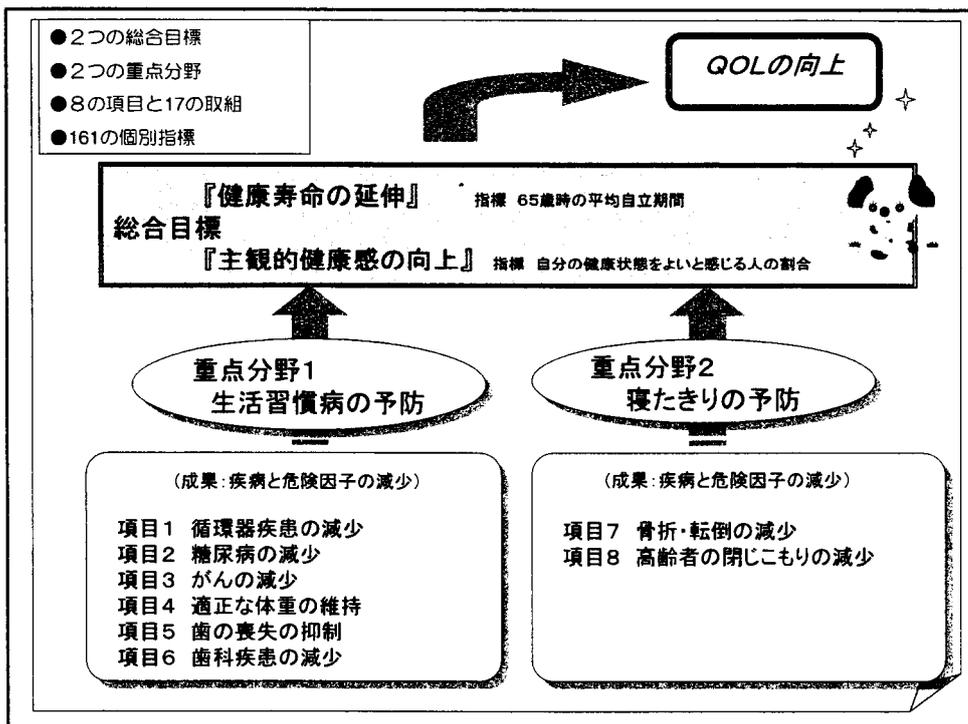
都民の健康な長寿の実現

総合的な取組

☆関係者への取組支援と健康づくりを推進する環境整備

- プラン21の普及啓発
- 健康情報・技術の提供
- 仕組みづくり

生活習慣病及び寝たきりの予防に関する目標と方向性を示し、施策を総合的に推進



プラン21後期5か年の目標体系

- 2の総合目標
- 3の重点分野
- 9の項目と18の取組
- 170の個別目標

QOLの向上

総合目標『健康寿命の延伸』 指標 65歳健康寿命（65歳時の平均自立期間）
『主観的健康感の向上』 指標 自分の健康状態をよいと感じる人の割合

重点分野

“糖尿病の予防”

“がんの予防”

“こころの健康づくり”

循環器疾患の減少	(項目1)	歯科疾患の減少	(項目6)
糖尿病の減少	(項目2)	骨折・転倒の減少	(項目7)
がんの減少	(項目3)	高齢者の閉じこもりの減少	(項目8)
肥満者の減少	(項目4)	こころのゆとりがある人の増加	(項目9)
歯の喪失の抑制	(項目5)		

～働きざかりへの効果的な三つのアプローチ～ 三つの視点を重視した効果的な取組

視点1

- ◆ターゲット層を絞り込み、具体的な数値目標を目指す

視点2

- 職域との具体的な連携強化

視点3

- ★体験型手法による新たな普及啓発の取組

目標をわかりやすく体系化

- 各項目の目標を体系化し、具体的な取組の方向性を示す

可能なものは目標を数値化し、より実効性のあるものへ

こころの健康づくり



現状

ストレスを感じている人の増加

3人に2人、
20～40歳代は7割以上

こころの健康づくり支援の体制不足

中小企業における取組は
約2割

急増が予想される自殺

平成16年の死因第5位
(都)、伸び率高い

課題

○中高年期以前層のストレス対処能力の向上

○中小企業におけるこころの健康づくりの取組支援

○職場や家庭でのバックアップ力の向上

今後の取組

大目標

こころのゆとりのある人を増やす

中目標1 上手な休養をとることができる人を増やす

中目標2 ストレスに対処できる人を増やす

中目標3 うつを予防する

◆● 休養に関する普及啓発

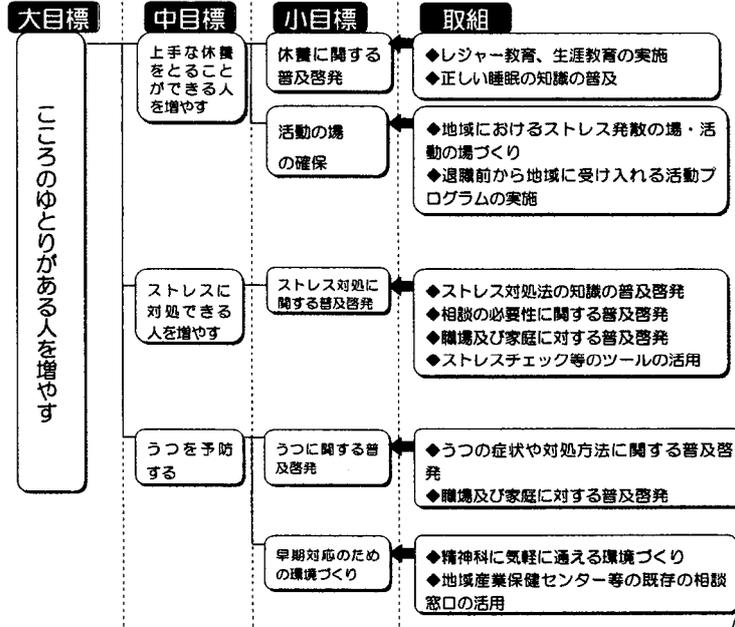
◆● 活動の場の確保

◆●★ ストレス対処に関する普及啓発

◆● うつに関する普及啓発

◆● 早期対応のための環境づくり

こころの健康づくり目標体系図



平成18年度の取組から・・・

こころの健康づくりのための環境づくり事業 【事業の概要】

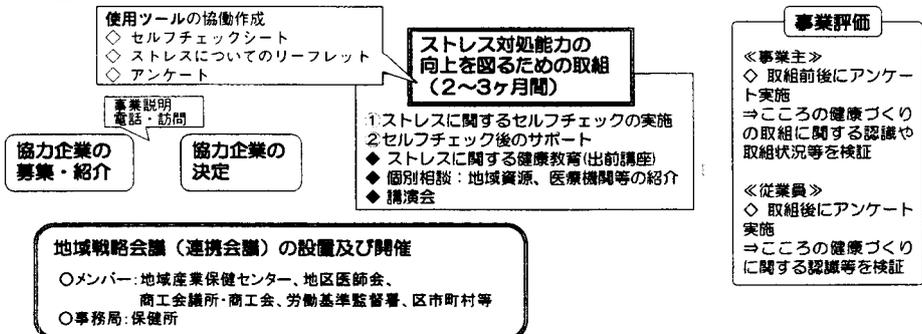
◇ 目的

地域産業保健センターと保健所が連携し、中小企業の従業員のストレス対処能力の向上を図るための取組を実施することにより、地域産業保健センターを中心とした中小企業の「こころの健康づくり」への取組の推進に寄与する。

◇ 実施規模

特別区1ヶ所、都保健所1ヶ所(葛飾区保健所、東京都多摩府中保健所)

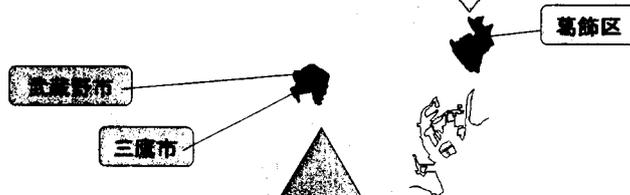
◇ 概要



【実施地域の概況】

葛飾区保健所

- ◇東京都の東部に位置する。平成19年1月1日現在の人口は428,131人。
- ◇事業所総数20,003件。そのうち、卸売・小売業及び製造業が約半数の47.0%。
1事業所あたり従業員数は10人未満が86.0%。



東京都多摩府中保健所

府中の葛飾区と人口が等しい。平成19年1月1日現在の人口は428,131人。事業所総数20,003件。そのうち、卸売・小売業及び製造業が約半数の47.0%。1事業所あたり従業員数は10人未満が86.0%。

【取組経過】

事業実施までの体制づくりと役割分担

- ◇保健所と地域産業保健センターを中心とした地域の職域関係機関と連携を図り、協力体制を構築するため、調整を重ね、事業工程における役割分担を検討

具体的な取組内容の検討とツールの作成

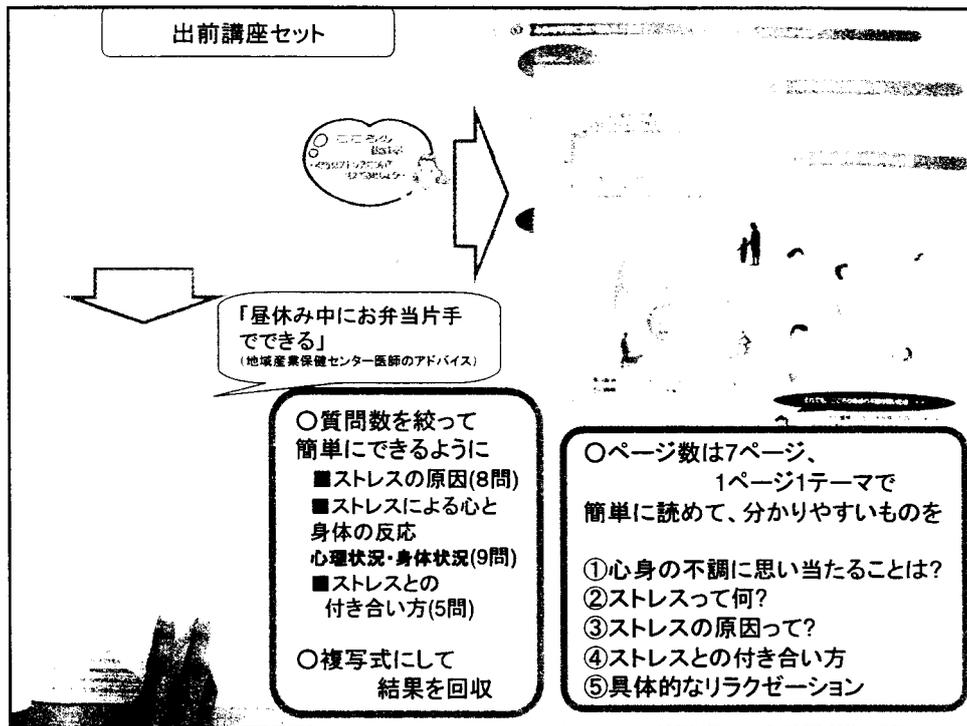
- ◇中小企業の現状から“短時間で簡単に出来ること”、“事業主、従業員の負担にならないこと”をコンセプトに内容の検討を重ね、2ヶ所の地域で統一したツールを使用できるよう、調整

- ◇ ストレスに関するセルフチェックシート
- ◇ リーフレット「こころの健康」-まずはストレスについて考えてみましょう-
- ◇ 事業主(実施前後)、従業員用(事後)アンケート

協力企業の選定と日程調整

- ◇地域産業保健センターの登録事業所及び商工会議所・商工会からの紹介等により、企業へ電話や訪問による事業説明をし、承諾の得られた企業を選定
- ◇企業の希望や実施者側の体制等を確保するため、出前講座の日程を調整

“ストレスに関するセルフチェック”等の出前講座の実施へ



【取組結果1】 葛飾区保健所・東京東部地域産業保健センター

(1) 実施体制

- ◇ 連携会議メンバー: 東京東部地域産業保健センター(葛飾区医師会)、葛飾区保健所、東京商工会議所葛飾支部、向島労働基準監督署、労働基準協会
- ◇ 検討内容: 第1回-連携体制の確認、スケジュールの検討、対象企業の検討
第2回-事業実施結果報告・検討

(2) 協力企業

- ◇ 従業員規模: 10~45名規模 12企業 延260名
- ◇ 業種: 製造業、加工業、運送業、福祉サービス業、印刷業等

(3) 企業における取組

- ◇ 事業主への出前講座実施前後のアンケートの実施
- ◇ 従業員への出前講座実施後のアンケートの実施
- ◇ 出前講座: ①ストレスのセルフチェック ②①の解説とストレスに関する健康教育 ③個別相談案内
- ◇ 出前講座1ヶ月後における「ストレスのセルフチェック」の実施

実施延回数	参加者延数	担当者(医師と保健師)	実施時間帯
11回	出前講座参加者: 183名 セルフチェック実施者: 183名 (男96名、女86名、不明1名) 個別相談フォロー: 0件	地産保センター医師と保健師 または保健所医師と保健所 保健師のペアで実施	就業時間内: 5回 就業時間終了後: 5回 昼休み: 1回

(4) その他の取組

- ◇ 「働き盛りのメンタルヘルス」こころの健康に関する講演会の開催
- ◇ 区内1,000ヶ所の企業を対象とした「こころの健康づくり」に関するアンケートの実施

【取組結果2】

(1) 実施体制

- ◇ 連携会議メンバー: 多摩東部地域産業保健センター(三鷹市医師会、武蔵野市医師会)、東京都多摩府中保健所、武蔵野商工会議所、三鷹市商工会、三鷹労働基準監督署、三鷹市・武蔵野市保健衛生部門、産業経済部門
- ◇ 検討内容: 第1回-連携・協力体制の確認、スケジュールの検討、対象企業の検討
第2回-事業実施結果の報告・検討

(2) 協力企業

- ◇ 従業員規模: 5~48名規模 10企業 延315名
- ◇ 業種: 食品製造・販売業、介護サービス業、運送業、土木業等

(3) 企業における取組

- ◇ 事業主への出前講座実施前後のアンケートの実施
- ◇ 従業員への出前講座実施後のアンケートの実施
- ◇ 出前講座: ①ストレスのセルフチェック ②①の解説とストレスに関する健康教育
③個別相談案内

実施回数	参加者数	担当者(医師と保健師)	実施時間帯
8回	出前講座参加者: 126名 セルフチェック実施者: 175名 (男82名、女93名) 個別相談フォロー: 0件	地産保センター医師と保健所 保健師または地産保センター 保健師のペアで実施	夕方など就業時間内

(4) その他の取組

- ◇ 事業主を対象とした「こころの健康づくり」講演会の開催

【2ヶ所の実施地域の取組から】

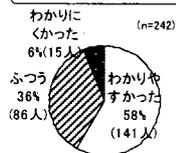
事業の評価 その1

取組内容に関して

(1) “ストレスに関するセルフチェック”等、出前講座の実施

—従業員の仕事後アンケート結果から—(回収数: 287名(回収率96.3%))

出前講座について



事業に参加して良かったこと (選択肢 複数回答)

- 「自分のストレスがどのくらいかわかった」 140人
- 「“こころの健康”の大切さがわかった」 121人
- 「ストレスに気付き数珠に対処することが“こころの健康”に役に立つことがわかった」 119人
- 「“こころの健康”について相談したいとき、どこに相談すればよいかわかった」 113人
- 「ストレスにどう対処したら良いかわかった」 112人

—葛飾区における2回のセルフチェックの結果から—(1回目: 183名実施、2回目: 160名実施)

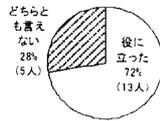
項目	1回目	2回目	無回答
この苦しみはずっと続くだろうと思う	はい(35人)	いいえ(148人)	無回答(7人)
その状況を考えないようにしようと思う	はい(33人)	いいえ(125人)	無回答(7人)
状況を変えるため、積極的に自分で行動しようと思う	はい(143人)	いいえ(40人)	無回答(1人)
リラックス、あるいは気分転換をしようと思う	はい(117人)	いいえ(42人)	無回答(1人)
家族や会社の人など誰かに相談しようと思う	はい(168人)	いいえ(15人)	無回答(1人)
家族や会社の人など誰かに相談しようと思う	はい(98人)	いいえ(84人)	無回答(1人)
家族や会社の人など誰かに相談しようと思う	はい(100人)	いいえ(58人)	無回答(1人)

【2ヶ所の実施地域の取組から】

事業の評価 その2

—事業主の事後アンケート結果から— (回収数: 18名(回収率90.0%))

事業の役立ち度



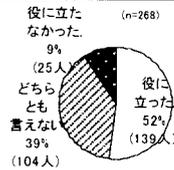
事業に参加して良かったこと (選択肢 複数回答)

- 「従業員のこころの健康づくりについて、できることからはじめてみようと思った」 12人
- 「こころの健康を含め、健康に関することは地域産業保健センターに相談できることがわかった」 11人
- 「従業員のこころの健康づくりの大切さがわかった」 9人
- 「“こころの健康”が身近であることがわかった」 8人

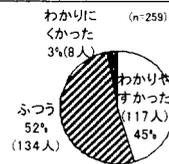
(2) 作成ツール

—従業員の事後アンケート結果から—

ストレスセルフチェックシートについて



リーフレットについて



【2ヶ所の実施地域の取組から】

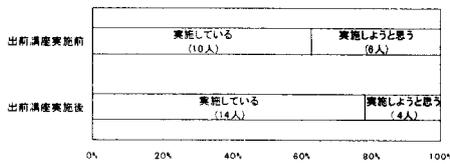
事業の評価 その3

事業主の「こころの健康づくり」についての認識の向上に関して

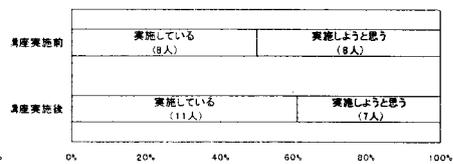
—事業主の事前事後アンケート結果の比較及び事後アンケートの結果から—

事業所における「こころの健康づくり」のための取組 (選択肢 複数回答)

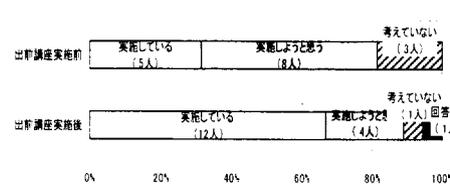
◇「残業をあまりさせないように心がけている」



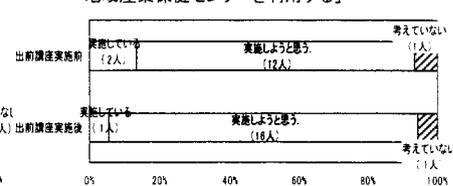
◇「特定の従業員に負担が掛からないように気を付けている」



◇「こころの健康について気にかけている事を伝えている」



◇「こころの健康に関して問題があった時には地域産業保健センターを利用する」



【2ヶ所の実施地域の取組から】

1

全体を通して

- ◇ 事業の実施を通し、各関係機関が有している機能等の情報共有が図られ、連携・協力体制の構築に寄与することができた。
- ◇ “こころの健康づくり”の取組支援として、従業員については、“こころの健康”についての理解を深め、身近な問題として考える機会となったと考えられる。また、1ヶ所の結果ではあるが、事後に「家族や会社の人等誰かに相談しようと思う」と回答する人が増加するなど、ストレス対処能力の向上にもつながっていることが示唆された。
- ◇ 事業主については、実施後、“こころの健康づくり”の取組を「実施している」または「実施しようと思っている」との回答が増加しており、事業主の取組意識が変化し、行動化されたのではないかと考えられる。また、小規模事業場の相談機関である地域産業保健センターの認知度が向上したことは、企業における今後の取組の推進につながると期待される。

作成ツールとその活用について

- ◇ 地域産業保健センターの豊富な経験と産業保健のノウハウを生かし作成したチェックシート、リーフレットは、おおむね好評であった。
- ◇ 今後はデータ蓄積により有効性を検討し、より効果的なツールとすることが必要である。

【2ヶ所の実施地域の取組から】

2

企業への働きかけについて

- ◇ 企業の現状やニーズを理解し、事業主、従業員の負担にならないよう取組内容を十分に検討し、「簡単な内容で短時間でできること」を優先した。その結果、訪問形式で対象者参加型とした出前講座は参加が得やすく、おおむね好評であった。しかし、事業主の“こころの健康”に関する認識や、事業参加への時間の捻出の困難性により、協力企業の選定までに時間を要した。
- ◇ 本事業は職域と協働した初めての取組であり、開始にあたっては都道府県レベルの各種職域関係団体にも事業周知などの協力を求めた。企業における健康づくりの取組の重要性を事業主が認識できるよう、今後もそのネットワークを活用した事業周知や、多様なアプローチによる普及啓発が必要である。

職域関係機関との連携について

- ◇ 連携会議の場で、“こころの健康づくり”のアプローチの困難性などの課題や、地域・職域の協力体制の重要性が認識できた。また、具体的な取組工程の中で関係性が深められ、講演会や調査の協働実施など新たな取組につながった。
- ◇ 今後は、他地域においても地域・職域各関係機関のもつ機能を十分に生かした連携体制が構築できるよう、具体的な連携事業の実施や「地域戦略会議」設置についての積極的な働きかけが必要である。



糖尿病の予防

現状

糖尿病患者の増加

5年間で1.2倍
(平成9年度→平成14年度)

患者は40～50歳代から増加

放置が危険だが軽視されがち

進行すると心筋梗塞・脳梗塞の原因となる

課題

○30～40歳代男性肥満対策

○健康診断未受診者・未治療者への効果的な普及啓発

○治療継続のための環境整備

今後の取組

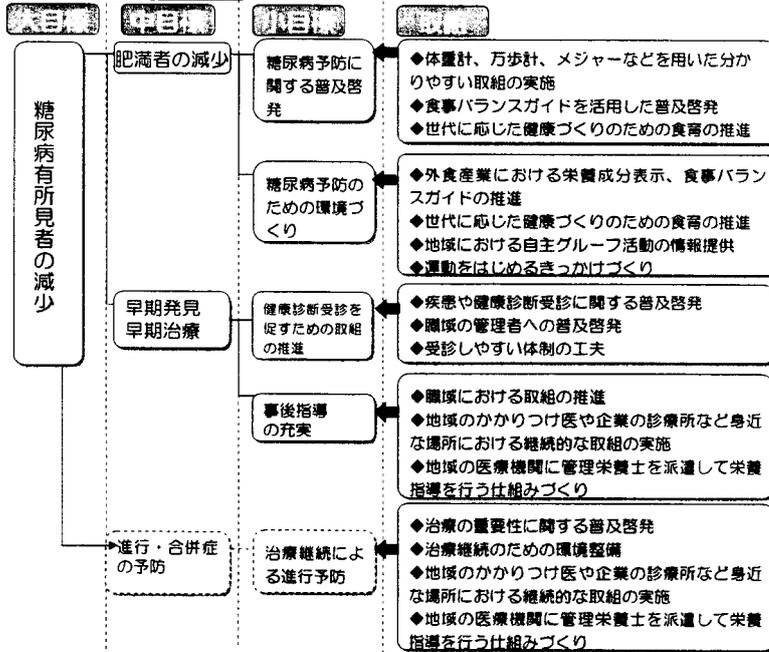
大目標 糖尿病有所見者の減少

中目標 1 肥満者の減少

中目標 2 早期発見・早期治療

- ◆●★ 糖尿病予防に関する普及啓発
- ◆● 糖尿病予防のための環境づくり
- ◆● 健康診断受診を促すための取組の推進
- ◆● 事後指導の充実
- ◆ 治療継続による進行予防

糖尿病の予防 目標体系図



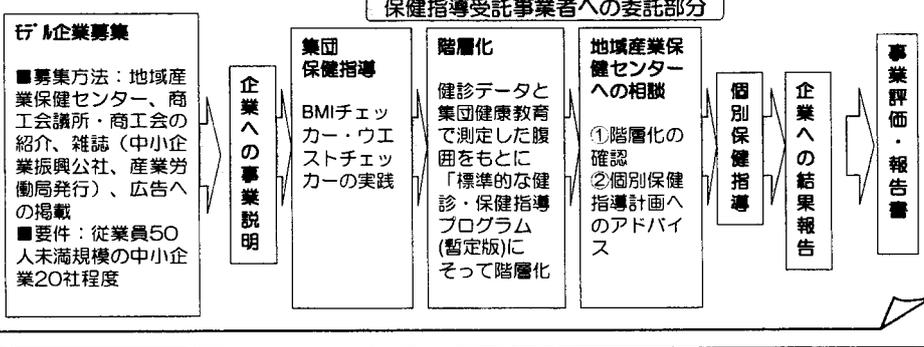
糖尿病予防のための環境づくり事業

【事業の概要】

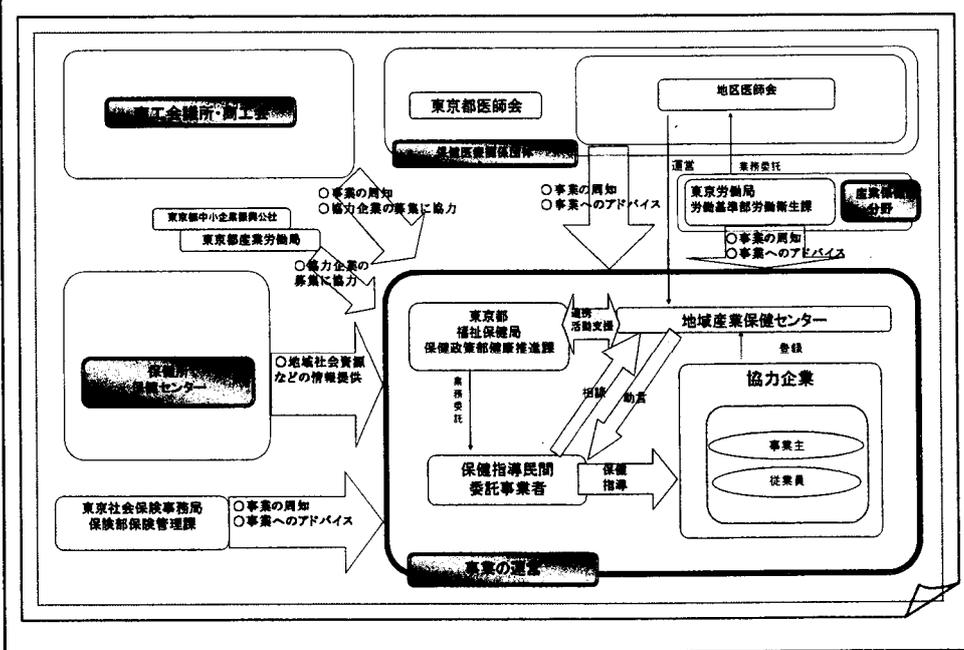
◇ 目的

- ・ 中小企業における糖尿病予防対策の取組を支援するため、保健指導委託民間事業者を活用し、地域産業保健センターと連携して肥満予防の動機づけや、生活習慣の改善に関する保健指導等を行うことにより、従業員個人の行動変容を促すとともに、事業主等が保健事業の充実に取り組むための契機とする。
- ・ また、本事業の実施を通して、中小企業で健康づくり事業を実施する上での課題を抽出し、平成20年度からの医療保険者による特定健診・保健指導の実施に資する。

◇ 概要



【関係機関との連携】



【取組結果】

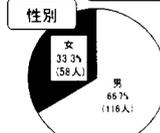
参加企業の概要

従業員数	1～5人	6～10人	11～20人	21～30人	31～40人	41～49人	合計
企業数	1	2	1	3	1	1	12



参加従業員の状況

- 参加企業: 12社(対象従業員252名)
- 参加に同意された方: 179名
- 事前アンケート提出数: 174名(回収率97.2%)
- 事後アンケート提出数: 157名(回収率87.7%)



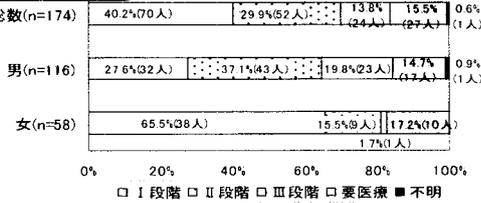
年代: 30歳代が24.7%で最多、次いで50歳代が22.4%

職種: 製造・組立・包装などの生産技能職が30.5%と最多。

保健指導の実施状況

- 保健師が各企業へ出向いて実施
- 集団健康教育 131人実施(参加率75.3%)
- 個別保健指導(面接による指導)
 - Ⅱ段階(1回面接) 32人実施(実施率61.5%)
 - Ⅲ段階(2回面接) 20人実施(実施率83.3%)

階層化の状況



【階層化について】 健診データのない場合は、地域産業保健センターの医師と相談の上階層化を行った。

Ⅰ段階: 現状の状態を維持してもらう方 (標準的な健診・保健指導プログラム(暫定版)の情報提供レベルに相当)

Ⅱ段階: 保健指導の必要性がある方 (標準的な健診・保健指導プログラム(暫定版)の動機づけレベルに相当)

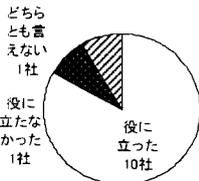
Ⅲ段階: 保健指導の必要性の高い方 (標準的な健診・保健指導プログラム(暫定版)の積極的支援レベルに相当)

要医療: 健診データで要精密検査、要医療の結果の場合及びアンケートで治療中であることが把握できた者

【評価の概要(事業主)】

事業への満足度

回収数: 12社(回収率100%)



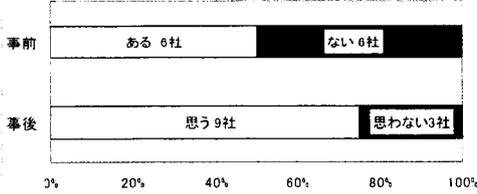
参加して良かったこと

選択式、複数回答

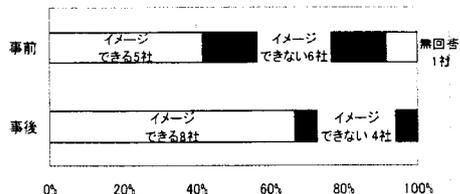
- 「実際に従業員が生活習慣改善をしようとするようになった」 8社
- 「健康診断の結果の分析や保健指導をしてもらえた」 7社
- 「肥満・糖尿病やその予防について知識が得られた」 7社
- 「職場において予防のためにできることから取り組んでみようと思った」 7社

事業参加前後の変化

職場における肥満・糖尿病予防への関心・意欲の有無



職場における従業員の肥満・糖尿病予防がイメージできるかどうか



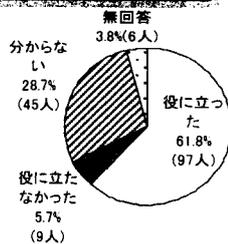
(事前アンケート)
職場において従業員の肥満・糖尿病予防のために、「何かやらなければならない」「何かやった方が良い」と過去に考えたことや、現在考えることがあるか?

(事後アンケート)
職場において従業員の肥満・糖尿病予防のために、「何かやらなければならない」「何かやった方が良い」と思うか?

「健診・保健指導」「職場環境」「事業場外資源の活用」に関して、取組状況を事前事後で質問(計13問)したところ、特に「健診・保健指導」に関する取組状況が良い方向に変化した。

【評価の概要(従業員)その1】

事業への満足度



参加して良かったこと

選択式、複数回答

「自分の健診結果や生活習慣の状態が分かった」45.9%

「自覚症状はなくても、生活習慣病を発症するリスクがあることが分かった」45.2%

「肥満・糖尿病を予防するために生活習慣を変えようと思えるようになった」38.9%

配布資料の評価

	使用率*	使用者の評価
BMIチェッカー	82.8%	「使いやすい」48.5%
ウエストチェッカー	86.0%	「使いやすい」34.1%
パンフレット	91.1%	「分かりやすい」39.9%
食事バランスガイド	80.9%	「使いやすい」21.3% 「内容参考になった」62.9%
万歩計	69.7%	—

* 事後アンケート回答者157人(万歩計についてはそのうちⅡ、Ⅲ段階の者67人)中、各項目の無回答者を除いた数を対象。

保健指導の評価

	参加者数(率)	参加者の評価
集団健康教育(アンケートでは「説明会」)	131人(73.2%*)	「分かりやすかった」67人(51.1%)
個別保健指導(アンケートでは「個別相談」)	60人(75.0%**)	「相談して良かった」36人(60.0%)

*参加同意者179人を対象

**個別保健指導対象者80人を対象

(希望者にも実施したため階層化によるⅡ、Ⅲ段階の者より多くなっている)

【評価の概要(従業員)その2】

事業参加前後の変化

行動変容ステージの変化

「体重の定期的測定」、「腹囲の定期的測定」、「食事」、「飲酒」、「生活活動」、「運動」に関する行動変容ステージについて、比較を行った。事後は、どの項目についても、ステージ1(無関心期)の割合が減少し、ステージ2(関心期)以上が増加する結果であった。特に、「腹囲の定期的測定」については、事前はステージ1(無関心期)52.3%であったが、事後には77.2%の人がステージ2(関心期)以上という結果であり、最も変化を示した。

BMIに関する変化

事前は男性では28.0%が、女性では9.8%が肥満(BMI 25以上の者)であった。事後は男性22.6%、女性4.9%となっており、事前事後で、男女ともに肥満者の割合は低くなっていた。

腹囲に関する変化

事前は男性42.9%、女性6.7%が基準値以上(男性85cm以上、女性90cm以上)であった。事後は、男性は基準値以上の者が38.5%と低くなっていたが、女性では変化がなかった。

【成果と課題】

全体を通して

- 事業主については、職場における肥満・糖尿病予防に関心、意欲を持つようになり、地域産業保健センターの登録を検討するなど、事業所の保健事業の充実化への取組の契機となったと考えられた。
- 従業員については、生活習慣改善意欲が向上し、体験型教材を用いた集団健康教育や個別保健指導により行動変容が促されたと考えられた。
- 糖尿病予防のための普及啓発、環境づくり事業として、職域の関係機関と連携でき、区市町村にモデルを提示できた。

地域と職域の連携について

職域の関係機関とは具体的な連携がとれたが、地域の情報を収集し、参加者に提供するまでには至らず、保健所・保健センターとの連携は十分ではなかった。

事業主との連携について

中小企業では、事業主に関心や意欲があっても、物理的に保健事業を実施することが難しく、保健指導の場所、時間、指導方法は、各事業所に応じた工夫が必要だと考えられた。

保健指導民間事業者への委託について

事業目的、役割分担、その他細部にわたる実施内容に関する事項に相違がないよう、コミュニケーションを十分にとることが必要であった。委託の際には、その事業者の保健指導の実績、得意とする分野の保健指導、専門職種の人材育成状況等を十分に把握した上で、事業内容に沿った事業者を選択することが重要であると考えられた。

東京都健康推進プラン2-1 評価推進戦略会議の設置 ～評価・推進体制～

進行管理・課題分析

- 計画の進行管理
- 必要時、目標や指標を見直し
- 目標指標データに活用する調査設計の検討

職域との連携

- を付加し、職域との連携を強化
- 課題の分析結果から都全域のプラン2-1の具体的な推進方策を検討
- 各区及び二次保健医療圏（多摩地域）では を設置
地域の特色に応じて課題分析及び企画立案を実施

健康づくり運動の社会的支援

東京都健康づくり応援団

- 平成17年11月、自主的に健康づくり活動を行っている団体の協力のもとに設立
- 参加団体：運動・食・地域活動などを通じた健康づくり活動を実践する民間・企業の団体、民間非営利団体、地方公共団体等

