

市町村における生活習慣病対策の推進について

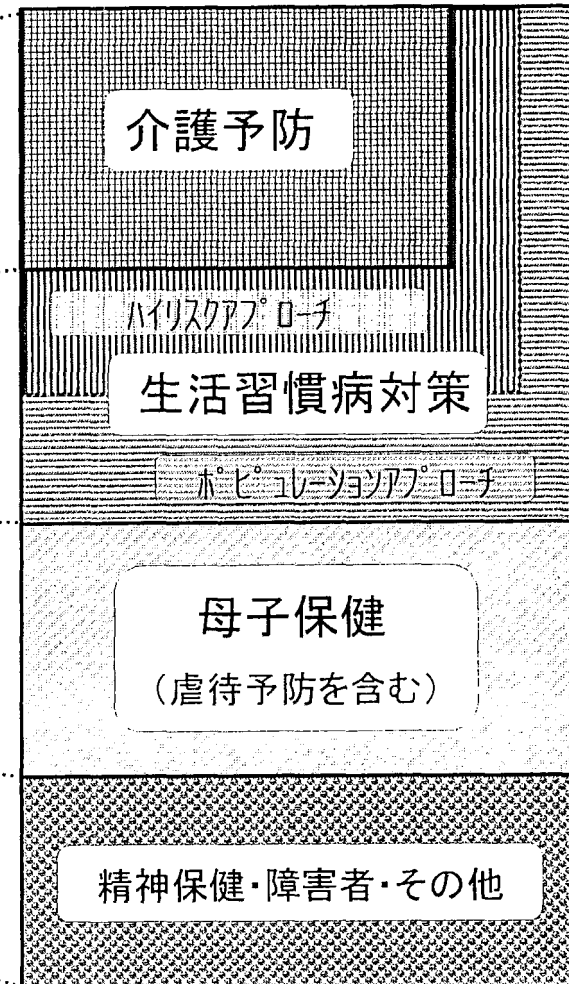
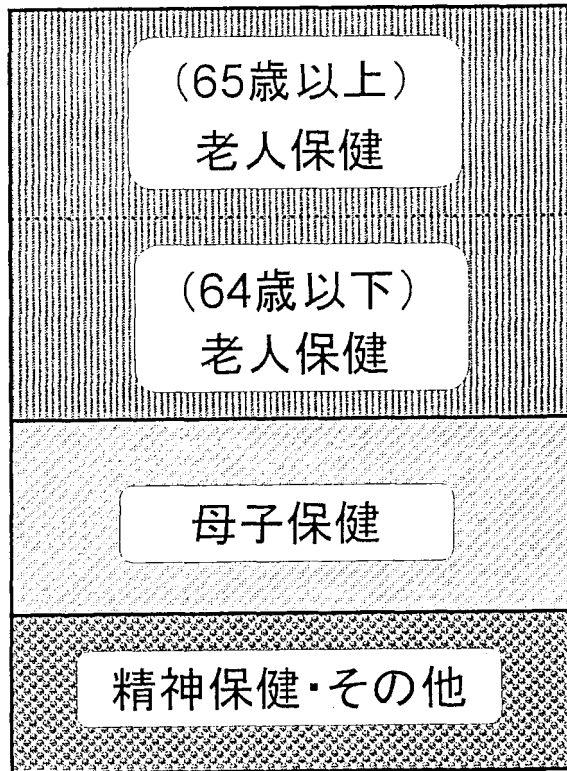
- 1 市町村保健師及び市町村管理栄養士の担うべき役割について
- 2 国民健康保険における保健事業の取組
- 3 「フードガイド検討会（仮称）報告書」概要
- 4 健康づくりのための運動基準（2005年）～身体活動・運動・体力～（案）
- 5 健康づくりのための運動指針2005（案）
- 6 各月間・週間における自治体の取組事例

## 市町村保健師及び市町村管理栄養士の担うべき役割について

# 医療制度改革大綱を踏まえた 今後の市町村保健師・管理栄養士の活動分野 (イメージ)

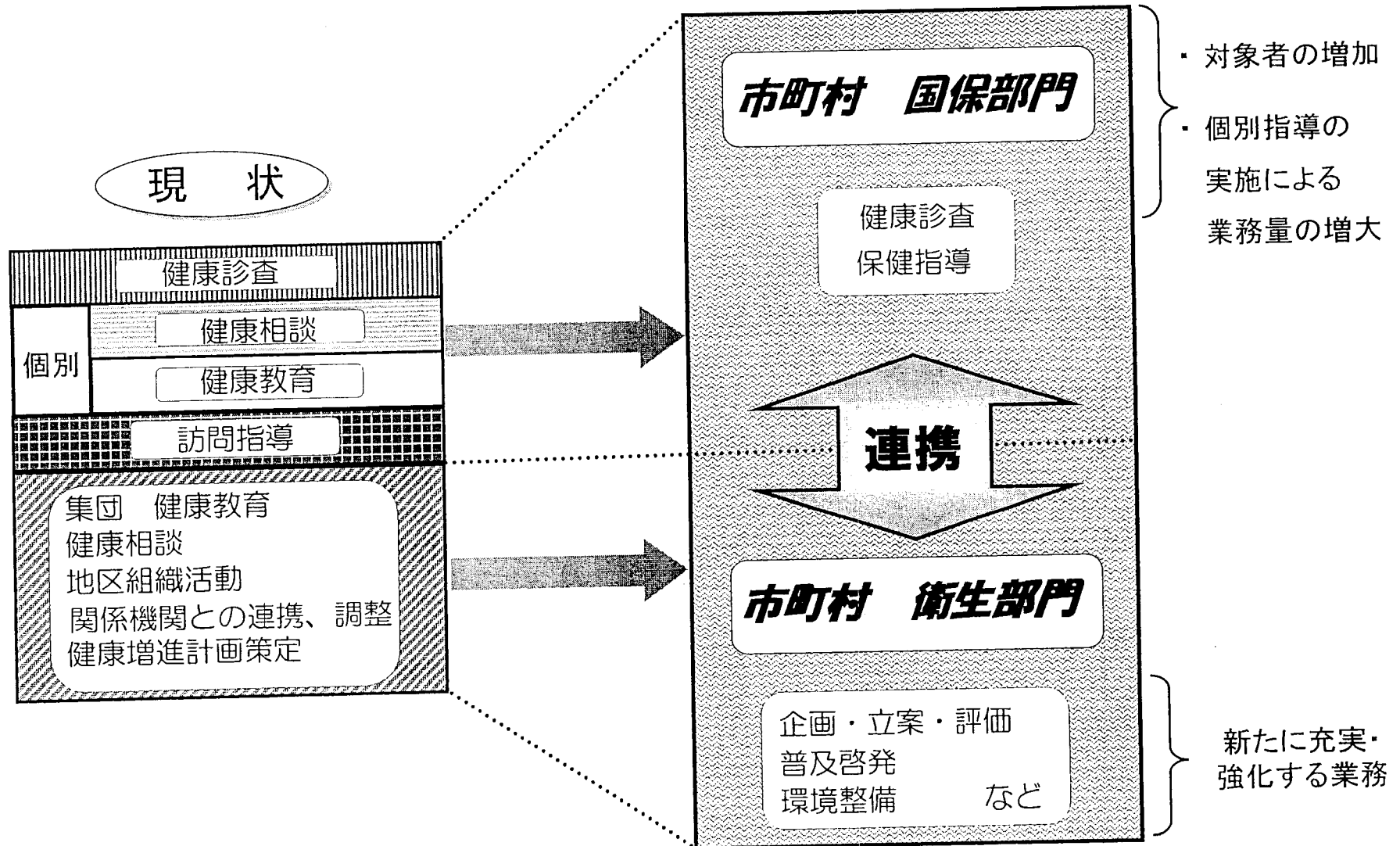
平成20年度以降

現 状



# 生活習慣病予防対策における 衛生部門と国保部門の連携

平成20年度以降



# 自治体における保健師・管理栄養士の役割

健康課題の把握、分析、評価

- ← \* 個から地域全体の課題を見る視点
- \* 健診データやレポート等のデータ分析
- \* 新たな健康課題や重点課題の発見

健康課題の明確化、目標設定

- ← 緊急度、重要度等から優先順位を決定

効果的な提供体制の構築

- ← \* 「健診・保健指導」の企画立案
- \* ポピュレーションアプローチの企画立案
- \* 健康増進計画の策定
- \* 関係機関との連携・調整
- \* 実施体制の構築

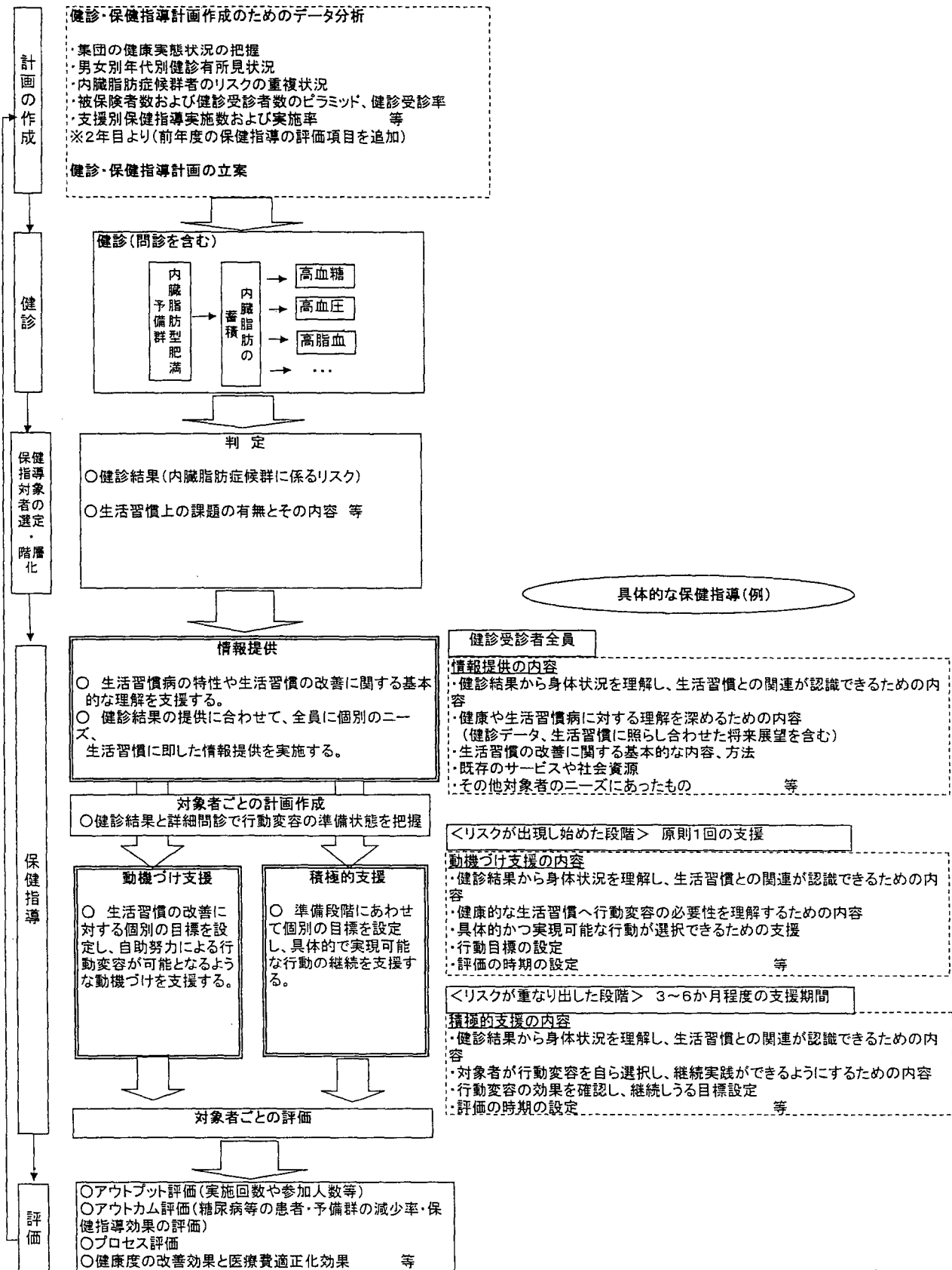
サービス提供

- ・ 保健指導・支援
- ・ 健康なまちづくり
- ・ 質の確保、向上

評価

- ・ 健診・保健指導の成果
- ・ 民間機関のサービスの質
- ・ 生活習慣病対策全体

# メタボリックシンドローム(内臓脂肪症候群)予防のための標準的な健診・保健指導プログラムの流れ(イメージ)(案)



# 新たな「保健指導」実施体制

	現状	平成20年度以降
健診・保健指導の事業の企画	老人保健法に基づいて、市町村が事業の実施計画を作成し、実施	医療保険者が事業計画を作成し、実施
保健指導の対象者	健診結果から「要指導者」に個別通知を行い、健康相談や健康教育に来所してもらう。 通知された本人の判断で来所するので、保健指導実施率は低い。	医療保険者が、健診結果から保健指導対象者を3区分に階層化し、個別対応が必要となる「動機付け支援」「積極的支援」の対象者を選定し、確実に保健指導を実施する。
保健指導の内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来所者に対する個別の相談（指導）や、集団の健康教育（グループワークや教室を含む）</li> <li>・高血圧等の個別健康教育として、3～6ヶ月の継続した指導を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「情報提供」健診受診者全員に対する健診結果等の説明</li> <li>・「動機付け支援」何らかの健康問題がある対象者に対する短期的な支援</li> <li>・「積極的支援」継続した保健指導が必要な対象者に対する支援 (なお、市町村衛生部門によるホスピタル・ソーシャル・アプローチも充実強化)</li> </ul>
保健指導の実施機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村衛生部門</li> <li>・健診機関・医療機関委託</li> </ul>	適切な主体への外部委託を含め、民間活力を活用
評価	市町村が実績や評価表を活用して自己評価（アウトプット評価が中心）	医療保険者が、対象者の行動変容や健診データ、医療費への影響等に基づいて評価（アウトカム評価）

## 生活習慣病対策に係るポピュレーション・アプローチ（イメージ）

生活習慣病予防に関するポピュレーションアプローチを徹底して実施するためには、ヘルスプロモーションの理念に基づき、多様な方法で重層的にアプローチを行うことが必要である。

### 【ポピュレーションアプローチの目的】

国民一人一人が、

step1 知識の普及：生活習慣病及び健康的な生活習慣に関する知識を得て、  
それぞれの生活習慣を考えるきっかけとする。

知り…

考え…

→ step2 知識をもとに、

- ① 主体的取組の促進：自らの健康課題に主体的に取り組み、生活習慣を改善する。
- ② 健診・保健指導についてのコンセンサス形成：健診・保健指導の必要性を理解し、積極的に活用する。

行動する！

→ step3 個人の取組を周囲に広げ、個人や組織・グループとして活動し、  
社会に働きかける力を養う。

インパクト

→ step4 社会全体が生活習慣の改善の重要性を共通認識として持ち、  
健康づくりを容易にする環境を形成し、健康な生活習慣が継続できる地域をつくる。

環境づくり



## 【具体的な方法（例）】

### A マスメディア・民間企業等を活用した普及啓発

国民に幅広く情報を行き渡らせるための方策として、主にマスメディア、つまりテレビや雑誌、新聞広告、ポスター公共広告機構等のあらゆる媒体を総動員した普及啓発活動を行う。

不特定多数の者に対して「浅く」「広く」アプローチする。

但し、各人の感受性による影響が大きく、一方向性のため、情報の確認等のやりとりができない。

### B ITを活用した普及啓発

生活習慣病に関するホームページの作成等により、ITを活用した問題提起型の情報提供を実施するとともに、メール・チャット等を利用した情報のやりとり等から普及・啓発を行う。

利用者が自分の得たい情報を必要なときに得ることができる。

チャットやメールの活用で、利用者の疑問や質問へ返事をする等の双方向の対応が可能である。

但し、パソコン等を利用できない者には適応できない。

### C グループダイナミクスを活用した普及啓発

様々な情報を受けて、国民レベルでの機運の高まりを支援する方策として、既存組織の活用や自主グループ等の育成を通し、集団内での連帯感や相互作用等のグループダイナミクスを活用して、双方向の普及啓発を行い、健康的な生活習慣を選択しやすくする。組織、グループ等の人的ネットワークを介してアプローチするため、集団としての行動変容効果が得られるとともに、効果の持続が期待される。

但し、人的ネットワークの希薄な地域等においての実施は難しい。

### D 社会活動を通じた健康的な環境づくり

健康づくりに関心を持った国民が、組織やグループ等の社会活動を通し、自らの健康課題の解決のみでなく、健康づくりのための環境整備（施設内禁煙・分煙やヘルシーメニューがそろった飲食店、安全で快適なウォーキングロード等）に関心を持ち、社会に働きかける力を得て実践することで、健康的な生活習慣が継続でき、それまで、生活習慣を変えることができなかった人々にも働きかけることができる。