

が自分自身の考えをきく質問を活用し、自己の洞察の機会を与えていた。また、手紙指導や Web 上での指導は、相手の表情が見えないため、特に配慮が必要である。カウンセリングでクライアントの言葉を繰り返すことが自己洞察につながるが、保険専門職は「利用者が使った言葉を使用する」という工夫をしていた。

### (3) 生活を理解しようとする保健専門職の姿勢

成人は仕事を持っており、仕事と生活の現実の中で健康的な習慣を維持しようとしている。保健指導の心構えとして、様々な職業の人の生活を理解できるような機会を積極的に持つことや、保健師・管理栄養士・トレーナーといった職種を入れて事例検討会を行い、できるだけ多方面から、利用者を理解しようとしていた。

### 3. 今後の課題

労働衛生サービス機関の限界といえるが、利用者をフォローするには限界がある。事業所単位での利用であり、かつ事業所側に保健専門職がいれば、労働衛生サービス機関の保健専門職は事業所と連携をとることができるが、事業所側の保健担当者がいない場合にはそれが困難となる。労働衛

生サービス機関側の活動の効果を高めるためにも、事業所側の健康管理体制を整えることが必要となってくる。

また、労働衛生サービス機関は保健指導が採算の取れる形で運営していく必要があり、人的資源を十分に保有するには、それだけの裏づけが必要となってくる。今回の聞き取り調査において対象者が疾病の理解、そして生活、食事、運動の中でそれらの知識を実生活にに応じて活用した場合に保健行動が獲得されていたことから、保健指導に当たる人材、職種を確保することが今後の課題といえる。

### E. 結論

保健指導に力を注いでいると考えられる2労働衛生サービス機関を選び、保健専門職及び利用者に関き取り調査を行った。保健指導が個別の保健行動や検査結果に効果があったという十分なエビデンスを得るまでには至らなかったが、保健指導の技能や場の設定が利用者に気づきや行動変容への動機付けを与えていることが明らかとなった。これらの保健指導技術は広く活用されるべきものである。

# 「事業所の産業保健師による実践的な保健指導技術に関する研究」

分担研究者 東海大学健康科学部 教授 錦戸典子

研究協力者 東海大学健康科学研究科 修士課程 土屋典子、三橋祐子

## 1. 研究の背景

近年の生活習慣病の増加に伴い、2006年6月に医療制度改革関連法が成立して、特定健診・特定保健指導が医療保険者に義務づけられる等、生活習慣病対策の強化が社会的な課題となっている。生活習慣病対策の対象者として最もリスクの高い壮年期およびそれを目前に控えた青年期にある人々の多くは働く世代でもある。我が国の就業者数は約6,000万人を超えており<sup>1)</sup>、増加する糖尿病等の生活習慣病のリスク低減にむけて労働者への健康支援の強化が必要と考えられる。

労働者への健康支援の最も基本的な制度として、労働安全衛生法とその関連法規があり、安全で健康的な職場環境の整備や、健康診断とその後の保健指導の実施など、安全と従業員の健康を守るための様々な対策を事業者に求めている。その中で、常時50名以上の従業員を雇用している事業者に、産業医を選任することを義務付けている一方、保健師の選任義務は定められていない。しかし、平成8年の労働安全衛生法の改正に伴い、健康診断の結果、特に必要があると認められる労働者に対し、医師、又は保健師による保健指導を行うことが定められた(第66条の7参照)<sup>2)</sup>。現在、産業保健の専門職として、産業医のほかに、保健師および看護師が事業所に雇用されているケースが多く<sup>3)</sup>、職域での保健指導の担い手<sup>4)</sup>として活動しているが、事業所で働く保健師(産業保健師)等の看護職は、従業員に最も身近な産業保健専門職として、職場における一次予防活動の中心的な役割を担っている<sup>5)</sup>。

事業所で働く産業保健師の活動内容として、健診結果に基づく保健指導のほか、従業員と日頃から継続的な関わりができる利点をいかし、長期的な視点で職場や家庭の様々な生活側面に合わせた個別・集団指導、ならびに事業所全体の健康課題に対するポピュレーションアプローチなど、多岐にわたる活動をしている。このように、労働者に対する健康支援活動に関して既に実績のある事業所の産業保健師による保健指導技術を抽出・整理することにより、今後の生活習慣病予防対策に資する保健指導技術の標準化に向けての示唆を得ることができると考えられる。

## 2. 目的

事業所で働く産業保健師による実践的な保健指導技術を明らかにすることを目的とする。

## 3. 対象と方法

### 1) 調査対象者

事業所における保健指導の実践経験を持つ経験年数5年以上の産業保健師のうち、個別・集団を対象に、自ら主体となって日常的に保健指導を実践した経験があり、保健指導技術に関心が高く勉強会等に参加している産業保健師を対象とした。

### 2) 調査方法

(1) 調査協力への同意が得られた対象者に対して、1人あたり約1時間30分から約2時間の半構造化面接を行った。対象者の了承を得て、面接内容をテープに録音して逐語録を作成

した。

個別や集団を対象とした保健指導技術を引き出すために、調査対象者に実施している支援事例を想起してもらい、①個別指導における対象者の選定方法、②個別指導における現在の保健指導の展開方法、③ポピュレーションアプローチの展開方法、④評価方法（評価の位置づけ、効果の評価、効率の評価）の4点を中心に語ってもらった。

#### （2）データ収集期間

2007年1月～2007年2月

### 3) 分析方法

テープに録音された面接内容を、逐語録に起こし、事例毎の保健指導技術及び共通する保健指導技術の情報整理として一般的な対象者への保健指導ならびに無関心期にある対象者への保健指導に分けて分析した。

はじめに事例毎の保健指導技術の抽出は、データより対象者の語りの意味に留意しながら、適切と考えられる内容を以下の項目にあてはめてまとめた。

- ・産業保健師の基本属性および組織プロフィール
- ・産業保健師の保健師技術の要約：保健指導の対象者の設定と重要とする視点
- ・保健指導の展開方法：保健指導における留意点、気づきへの支援、対象者が主体的な健康づくりを取り組めるように支援するための工夫点、行動を継続させるための支援
- ・ポピュレーションアプローチについて：個別の保健指導とポピュレーションアプローチの関連
- ・評価：各事業所より得られた評価内容

次に、逐語録として記述したデータを繰り返し読み、各支援事例から保健指導技術に関連するフレーズを抽出し、徐々に抽象度を高め、同質の内容をまとめてカテゴリー化した。なお、保健指導技術に関する情報整理については、その支援が段階的に行われることを考慮しカテゴリーレベルを以下のように定義した。

- ・調査インタビュー結果：産業保健師の支援技術の内容
- ・意図・ねらい：産業保健師の意図・ねらいとなる支援技術の内容
- ・行為（観察・問いかけ等）：産業保健師の観察・問いかけ等の支援技術の内容
- ・技術項目：大項目、中項目、小項目にわけてさらに抽象度を高めた支援技術の内容

分析過程において研究メンバーおよびスーパーバイザーとの検討を重ね、抽出された結果をインタビュー対象者に確認してもらうことで妥当性の確保に努めた。

### 4) 倫理的配慮

調査対象者に対しては、調査開始前に研究目的、研究参加・途中辞退の自由と、プライバシーと匿名性の厳守、データは本研究のみに使用すること、研究不参加・途中辞退の場合も何ら不利益がないこと等を口頭および文書にて説明し、署名により調査への同意を得た。また、調査対象者にテープ録音に関する承諾を得た。

## 4. 結果

### 1) 各事例から得られた保健指導技術

調査対象者として選定した3名の産業保健師は、東京近郊にある別々の企業（製造業）で、6～7年の勤務経験を有しており、1名は現在退職している。調査対象者3名は保健師各事例で行われていた具体的な活動内容や用いられていた保健指導技術について、以下にまとめた。

(1) 事例 A

都内にある従業員約8,000人の企業（電気器機製造業）に常勤として勤務する産業保健師よりインタビューを実施した保健指導の実施状況等について、表1にまとめた。産業保健師の本企業における保健師経験年数は7年であり、関連会社を含めた従業員への健康管理を担当してきた。また、本企業の産業保健スタッフは、常勤の産業医1名、保健師14名、精神科医11名、カウンセラー2名、ならびに非常勤の産業医1名、看護師1名の計20名であった。

産業保健師の保健指導場面では、定期健康診断の会場を活用して対象者への保健指導を実施するほか、保健指導対象外に対しても、保健指導できるように5年に1度社員全員に会えるように期間を設定して保健指導していた。

メタボリックシンドローム等についての情報提供については、健診結果の返却機会を活用し、健診結果の封筒と同じサイズ（B5）1枚の用紙に、生活習慣病関連の情報を盛り込んだパンフレットを同封して、気軽に知識が深められるように支援していた。また、健康管理グループのHPを活用して、中高年の男性をターゲットに生活習慣病対策に関する記事を掲載するなど、日頃から従業員が健康情報に接することができるように工夫目していた。

ポピュレーションアプローチとしては、健康管理グループが主体となり、食堂業者および、社内の食堂管理担当部署のチームと連携して、社員食堂を利用した「ヘルシートライアル」を企画し実施していた。この企画では「肥満」「脂質」に焦点を当て、従業員の食生活の改善が行えるように、工場で勤務する従業員が日頃から利用している食堂を舞台にし、健康知識の提供、メニューの工夫、食事整備の3つの側面で3ヶ月毎に大テーマを決めて実施していた。この活動の評価方法としては、汎理論的モデル（Transtheoretical Model）を用い1年後に食事に関する行動変容のステージの変化と行動変容プロセスで評価し、2年後に健診結果のうちBMIや脂質データの評価を行う予定との話であった。

表1 事例 A

<p><b>産業保健師の基本属性</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業所における保健師経験年数：7年</li> <li>・所属：事業所（電気機器製造業）</li> </ul>
<p><b>組織プロフィール</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・組織形態：従業員数 約8,000名 関連会社への健康管理の実施</li> <li>・産業保健スタッフ：産業医1名、非常勤産業医1名、保健師（看護職が常勤14名、非常勤1名、精神科医1名 カウンセラー2名（全て非常勤）</li> </ul>
<p><b>産業保健師の保健指導技術の要約</b></p> <p>1. 保健指導の対象者の設定と重要とする視点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・健康診断結果より産業医が判定区分し、要経過観察者に対して保健指導を実施</li> <li>・保健指導外の従業員に対しても、定期健康診断の会場で5年かけて全員に会えるような</li> </ul>

### しくみづくり

- ・健診の結果から要精密検査の対象には病院を紹介
- ・去年のデータが悪くその後フォローできなかった従業員にも、健診機会を活用して声をかける
- ・健診データだけでなく関連する食生活、喫煙習慣などから判断

## 2. 保健指導の展開方法

### 1) 保健指導における留意点

- ・定期健康診断以外に長時間健診等の中でフォローを実施
- ・各勤務先により異なるが、1回/年健診の機会を利用して、各年齢のポイントで保健師が会う機会をもち、個別保健指導を実施
- ・個別指導実施後も、運動あるいは、食事のフォローを実施
- ・仕事以外でも食生活に大きな影響を及ぼす要因を考慮し、単身赴任なのか、家族があるかを確認し、個別の状況に合わせた保健指導を実施

### 2) 気づきへの支援

- ・健診結果の返却機会を活用し、健診結果の封筒と同じサイズ（B5）1枚の用紙に、生活習慣病関連の情報を提供して気軽に知識が深められるような支援を実施
- ・健診結果の中に、産業医判定の結果を入れ現在の健康状態に気づいてもらう
- ・従業員は保健指導に呼ばれたことで意識付けされる
- ・個々の従業員がはっと気付くものが1つでもあるように、健康管理グループのホームページの活用、給湯器の上に健康ニュースを設置するなど、保健指導に限らず多様な機会を提供
- ・情報量や文字は少なくして一目でわかるような情報提供を実施
- ・気づきのポイントは人によって様々であり、多様な方法を駆使してその人の心に届くよう支援

### 3) 対象者が主体的な健康づくりを取り組めるように支援するための工夫点

- ・プッチプチ健康情報（ミニ健康情報ボード）を、従業員が普段目にする箇所に設置掲載し、1回/月1回更新
- ・個別保健指導場面で、各種リーフレットや自作資料を提示し具体的なイメージを伝達
- ・頑張りすぎる人には、徐々に行動してもらうために、保健師がストップをかける
- ・企画の際に面白いチーム名を公募し、集団で競争するような企画を実施
- ・社内のホームページ（約1回/1ヶ月）を活用して、生活習慣病など定期的にテーマを決めて情報提供（例えば中高年の男性をターゲットにした生活習慣病対策では、1～2ヶ月で情報を更新し情報提供）
- ・保健師は強制せず、対象者にきっかけを提供

### 4) 行動を継続させるための支援

- ・行動が継続していることを褒める

### 3. ポピュレーションアプローチについて

#### 1) 活動内容

- ・工場の社員食堂を利用してヘルシートライアルの企画を立案し、産業医の協力のもと食堂業者、社内の食堂管理担当部署のチームなどと連携して、知識の提供、メニューの工夫、食事整備の3つの側面で3ヶ月毎に大テーマを決めて健康増進活動を実施
- ・食堂テーブルのポップメニューでは、食事をしている卓上にあるメニュー立てに両面に健康情報を提供する。内容は保健師からの情報と食事内容の情報提供を提供し、2週間毎更新、またメニューだけでなく、チラシ、ポスターを設置
- ・チラシの工夫として家に帰ってからでも自分で行動が変えられるようなものを作成
- ・メニューの工夫ではヘルシーメニューだけでなく、一滴醤油指しやドレッシングボトルの口を小さくし使用量を少なく抑える

#### 2) 個別の保健指導とポピュレーションアプローチの関連

- ・個別の保健指導時に、対象に合わせた健康情報の媒体を提示するほか、ヘルシートライアルとして実施している食堂利用をすすめる。

### 4. 保健活動の評価（評価の位置づけ、効果の評価、効率の評価）

#### 1) 評価方法

- ・社員食堂の企画は評価を入れて2年間に設定する。企画は、2週間終わったら中間発表を実施
- ・データ集積や参加者の反応を確認するために、無記名の記述式アンケートを実施
- ・チラシの回収状況を確認に分析

#### 2) 対象者に健康知識や自己管理方法として伝わったかの確認方法

- ・参加者の反応やアンケートを実施して確認

#### (2) 事例 B

都内近郊にある従業員約4,500人の企業（製造業）に常勤として雇用されている産業保健師よりインタビューを実施した結果を表2にまとめた。産業保健師の事業所における保健師経験年数は6年であり、企業内従業員への健康管理をしていた。この事業所における、産業保健スタッフは、常勤の産業医3名、保健師4名、看護師1名の計8名であった。

産業保健師の結果、現時点では治療の必要性はないが、今後の健康維持には生活習慣の改善や定期的な検査の必要がある従業員を対象に、健康診断後に20～30分の個別面談を実施し対象者が自ら気づき実践できるように、具体的な行動目標を立てるように支援していた。評価方法では、健康ステージとしてプロチャスカの変化ステージモデルを利用して、面談の最初にステージを確認して、1年後に同様の質問を実施しステージが上がっているかどうかによって行動変容の評価をしていた。健康目標達成度の確認として、健康目標を出来る限り具体的な行動目標で立案し、その行動目標の達成度を保健指導から約1年後にどのくらい達成できたかを、面談もしくはメールを活用してヒアリングしていた。目標達成の評価の聞き取りは対象者の主観的な感覚であり客観的なスケールではないが、達成できなかった理由をヒアリングすることにより、保健指導を実施するうえでの工夫点や改善点に活かしている。また、実施している保健師の保健指導技術の評価として、自己/他者評価シートを設け、評価が一致

しているか、一致していない場合保健活動場面では、主に健康診断の事後指導に力点を置いていた。健康診断のどんな理由が考えられるかなど、主に保健指導者自身が保健指導内容を振り返るためのツールとして保健指導技術の評価とスキルアップとして活用していた。

表 2 事例 B

<p><b>産業保健師の基本属性</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業所における保健師経験年数：6年目</li> <li>・所属：事業所（製造業）</li> </ul>
<p><b>組織プロフィール</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・組織形態：従業員数 約 4,500 名</li> <li>・産業保健スタッフ：産業医 3 名、保健師 4 名、看護師 1 名</li> </ul>
<p><b>産業保健師の保健指導技術の要約</b></p> <p>1. 保健指導の対象者の設定と重要とする視点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・保健指導は健康診断の事後措置として 100% 実施</li> <li>・6 区分からなる産業医の判定により、保健師は、産業医が 3 を付けた要保健指導の対象者に保健指導を実施</li> <li>・健康診断の結果、現時点では治療の必要性はないが、今後の健康維持には生活習慣の改善や定期的な検査の必要がある従業員を対象に、健康診断後に 20～30 分の個別面談を実施</li> <li>・経年の変化や保健指導の事前準備を重視し、保健指導が始まってから何かを見るということは絶対にしないようにしており、先入観に気を付けつつ、保健指導の筋道を立てて指導できる準備を心がける</li> </ul> <p>2. 保健指導の展開方法</p> <p>1) 保健指導における留意点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対象者のやる気や、本人が目標を決めることに重点を置き、対象者の言いなりになりすぎず、方向性を指し示し目標決定を支援</li> <li>・対象者が何もやる気がない場合は無理強いせず何かしら 1 つでも行動目標を作りたいということを留意し、保健指導時は十分傾聴しつつ目標設定ができるかそうでないかを見極めて目標設定できるように支援</li> <li>・対象者のステージや個性に則してステレオタイプにならないように接する</li> <li>・結果の通知だけにならないように具体的な行動目標を設定する支援</li> </ul> <p>2) 気づきへの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対象者自身が自ら気づき、実践できるように促す</li> <li>・対象者に考えてもらうということを大事する</li> </ul> <p>3) 対象者が主体的な健康づくりを取り組めるように支援するための工夫点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目標とスパンを短くして、何かしらできるような支援を一緒に考える</li> </ul> <p>4) 行動を継続させるための支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・分かっているてもやれないといった場合、改めて知識を普及するのではなく、何で</li> </ul>

きないのかという部分を一緒に考え、数値の改善にすぐ結び付くようなものでなくとも、何か自分でできることを探し自信を失わせないように言動に留意

- ・数値が悪い対象者には電子メールを活用し時々、連絡をとり意識付ける
- ・負担感を与えないように、保健指導後3カ月後の変化や、今の時点での健康目標を教えてくださいときっかけを作りつつ意識付ける

### 3. ポピュレーションアプローチについて

#### 1) 個別の保健指導とポピュレーションアプローチの関連

- ・個別の保健指導などから得た情報をもとに、保健指導のときに使うツールを担当して作成（あなたと私のコミュニケーションをもじった「ユーアイドットコム」リーフレット）を全部ウェブに掲載し情報提供

### 4. 評価（評価の位置づけ、効果の評価、効率の評価）

#### 1) 健康ステージ

- ・プロチャスカの変化ステージモデルを利用して面談の最初にステージを確認
- ・1年後に同様の質問をして、ステージが上がっているかによって評価

#### 2) 自己/他者評価シートの利用

- ・面談終了後に自己評価シート（保健指導者自身が記入）と他者評価シート（対象者に記入していただく）を使用
- ・他者評価シートは無記名だがナンバリングをして、自己評価シートと対にする
- ・評価が一致しているか、一致していない場合は、どんな理由が考えられるかなど、主に保健指導者自身が保健指導内容を振り返るためのツールとして利用

#### 3) 健康目標達成度の確認

- ・健康目標を出来る限り具体的行動目標で立てる
- ・その行動目標の達成度を保健指導から約1年後にどのくらい達成できたと思うかを面談もしくはメールでヒアリング
- ・対象者の主観的な感覚であり客観的なスケールではないが、達成できなかった理由をヒアリングすることにより、保健指導を実施するうえで工夫点や改善点に活かす

### (3) 事例C

都内近郊にある従業員約2,000人の企業（電気器機製造業）に常勤として雇用された経験をもつ産業保健師よりインタビューを実施した結果を表3にまとめた。産業保健師は事業所における保健師経験年数は6年であり、関連会社を含めた従業員への健康管理をしていたが現在退職している。またこの事業所における産業保健スタッフは、常勤の産業医1名及び保健師2名、看護職1名、事務職1名の計5名であった。

産業保健師の保健活動場面では、新入社員への生活習慣病予防、健診の事後措置等、長期的な雇用の視点に立ち健康教育と健診データを活用して保健指導を実施していた。新入社員が入社時点から、生活習慣病予防の必要性を理解できるような支援や、社内食堂やコンビニで食環境改善活動に取り組んでいる情報等を提供していた。

健康教育場面では、グループワークや、新入社員自身が考え、話す時間を設け、新入社員



の日常生活、配属後の勤務状況等を考慮した講話をするなどの工夫点があげられた。健診の事後指導では、入社当時から健康診断結果を時系列で示し、ライフサイクルの変化と健診結果の関連を見出しながら情報を提供しており、従業員自身が健康診断結果を理解し、生活習慣改善等の取り組みの必要性に気付くよう支援していた。さらにその取り組みの内容を従業員自身が決め、実行でき継続できるように支援しており、有所見者に対し、30分程度の保健指導を行っていた。これまでの健康診断結果の経緯を振り返りながら、現在の日常生活の様子について確認し、今日から取り組める生活習慣改善行動を引き出すように支援し、約3ヵ月後、6ヵ月後に経過観察を行っていた。

ポピュレーションアプローチを活用した活動では、従業員の9割が男性で、そのうち独身男性も多いため、昼食時の社内食堂利用率も高い事業所特性を考慮して、総務部、労働組合、食堂・コンビニ経営会社の責任者や担当者を巻き込んで食環境改善活動を実施していた。内容としては、従業員が健康行動の一つとして食習慣の改善に取り組もうとする時、社内の食堂やコンビニを効果的に利用できるよう、食プロジェクトでの協議を活用し、食環境を改善するように支援をおこなっていた。また、本活動を通して、各部署の担当者自身の動機付けを高め、職場組織としての健康意識が高まるようなコミュニティ・エンパワメントの視点を持つように工夫されていた。この活動評価としては、定期健康診断の際、従業員全員を対象にアンケートを取り、ヘルシーメニューの認知度やヘルシーメニューの摂取と健康診断結果の推移との関連を明らかにする。ヘルシーメニューの売り上げ食数を比較、プロセス評価として、食プロジェクト構成員の増加（労働組合や総務担当者の協力体制の変化）、食堂スタッフの協力体制の改善が挙げられた。

表3 事例C

<p><b>産業保健師の基本属性</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業所における保健師経験年数：6年</li> <li>・所属：事業所（電気機器製造業）</li> </ul>
<p><b>組織プロフィール</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・組織形態：従業員数 約2,000名 関連会社への健康管理の実施</li> <li>・産業保健スタッフ：産業医1名、保健師2名、看護師1名、事務職1名</li> </ul>
<p><b>産業保健師の保健指導技術の要約</b></p> <p>1.保健指導の対象者の設定と重要とする視点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・定期健康診断の結果が出た時点で、産業医が有所見者全員の結果に目を通し、「産業医面接」「保健師による保健指導」「電話確認」「対応なし」に区分「保健師による保健指導」に加え、「産業医面接」終了後、保健指導が必要な場合は、保健師が引き継いで保健指導を実施</li> <li>・血液検査で初めて異常値データが確認された方（39歳以下は節目の年に血液検査を実施</li> <li>・データの悪化、異常値データの経年的変化を重視</li> </ul>

## 2. 保健指導の展開方法

### 1) 保健指導における留意点

- ・対象者の生活の特徴に関する情報を入手し、その情報を元に地域性・個性を踏まえた生活改善法について提案し、取り組めそうな生活改善法を対象者自ら決定できるように支援
- ・健診の事後指導では、入社当時の健康診断結果を時系列で示し、ライフサイクルの変化と健診結果の関連を見出しながら情報提供
- ・取り組みの内容を従業員自身が決め、実行でき継続できるように支援し有所見者に対し、30分程度の保健指導を実施
- ・これまでの健康診断結果の経緯を振り返りながら、現在の日常生活の様子について確認
- ・今日から取り組める生活習慣改善行動を引き出し、約3ヵ月後、6ヵ月後に経過観察を行う

### 2) 気づきへの支援

- ・保健指導の最初に対象者の入社後からこれまでの健康診断データの推移を時系列で見せ、体重増加や減少、データの悪化や改善のあった時期にどんなライフイベントの変化があったか、何か生活改善に取り組んでいたのか、エピソードを交えて情報収集しつつ、自分自身で想起してもらうことで気づきを促す
- ・従業員自身が健康診断結果を理解し、生活習慣改善等の取り組みの必要性に気付くよう支援

### 3) 対象者が主体的な健康づくりに取り組めるように支援するための工夫点

- ・対象者の「一日の生活の流れ」を踏まえながら、今日から取り組めそうな食事療法や運動療法をそれとなく提示する。その際、保健師側からはあまり明確には提示せずに、本人から「こんなことなら出来そう」と決めるよう促す。
- ・健康教育場面では、グループワークや、新入社員自身が考え、話す時間を設け、新入社員の日常生活、配属後の勤務状況等を考慮した講話をする

### 4) 行動を継続させるための支援

- ・生活改善行動のモチベーションが下がらないうちに、フォローの血液検査と体重測定、保健指導を計画する（約3ヵ月後の予約を入れる）
- ・体重測定のため健康推進センターを訪れたら、必ず一声かけて頑張りを褒める

## 3. ポピュレーションアプローチについて

### 1) 活動内容

- ・事業所の特性である昼食を社内食堂利用率が高く、9割が男性、独身男性も多い等を考慮してコミュニティ・エンパワメントの視点を踏まえて、総務部、労働組合、食堂、健康推進センターが一体となって食プロジェクトを立ち上げ、半年に1回、従業員の食に関する協議を実施、その活動として、ヘルシーメニューの提供を開始するにあたり、写真と健康情報を掲載した「ヘルシーメニューポスター」を毎日掲示、従業員にエネルギー量や材料を気にして食事を選択する重要性を強調

- ・社内コンビニのお菓자에「低カロリーおやつ」の札を付け、間食の選び方について表示
  - ・事業所の周りや隣の駅までのウォーキング MAP、事業所内の階段を使った運動に関する媒体を作成し、事業所内に掲示
- 2) 個別の保健指導とポピュレーションアプローチの関連
- ・保健指導で提示する生活改善行動の一つとして、「ヘルシーメニューを食べる」「身近な所で運動する」といった内容を使用
  - ・評価で述べるようなアンケートやデータの比較の結果を保健指導で示し、実績があることを伝達

#### 4. 評価（評価の位置づけ、効果の評価、効率の評価）

##### 1) 保健活動の評価

- ・定期健康診断の際、従業員全員を対象にアンケートの実施と健康診断データの関連を解析
- ・週1回以上ヘルシーメニューを食べている群は、2～3週間に1回、食べていない群と比較し、BMI とウエスト周囲径において改善度に有意な差があった。
- ・この1年間で新たに取り組み始めた健康行動があると答えた従業員のうち、ヘルシーメニューを摂取しているの方が摂取していない者に比べて、BMI とコレステロール値の改善度に有意な差があった。ウエスト周囲径も改善傾向あり、このような結果から保健活動に効果があった

##### 2) 対象者に健康知識や自己管理方法として伝わったかの確認方法

- ・上記のようなアンケートで確認
- ・保健指導の3ヵ月後にフォローの検査と保健指導を行い、生活改善行動が出来ているか、データが改善しているか、モチベーションが維持できているか確認

#### 2) 全事例から得られた保健指導技術のまとめ

3 事例から得られた内容を保健指導技術の共通項目としてさらに抽出し、一般的な保健指導技術と、無関心期にある対象者への保健指導技術として、表4、5にまとめた。

一般的な対象者への保健指導技術としては、保健指導の準備として保健指導に適した環境整備をしておき、健康相談室の入り口を開放したりするなど開放的な空間づくりを心がけていた。このように場の設定だけでなく、健診機会を利用して、従業員全員に会えるようなシステムづくりをしていた。また保健指導を行う事前準備を重要視していた。コミュニケーションでは、ラポールの形成あるいは関係性の構築の際に、長期的な視点に立ち関係性を築けるように、自己紹介から初め、顔を覚えてもらえるように心がけていた。対象者の準備段階や理解力、意欲の確認では、経年的データとその時点で得られた情報をすりあわせ、対象者の状況を判断したり、また、生活習慣の振り返りをする中で本人の理解力等の確認をしていた。気づきへの促しでは、従業員自身が気づけるように多様な形で健康情報を提供し、労働者としての健康維持・増進義務を認識してもらうように保健指導をしていた。動機付けに関しては、健康的なメニューを提供する社員食堂づくりなど健康的な環境を提供しつつ、行動変容のきっかけを提供していた。社会資源の紹介では、関連業者と連携して必要な情報を提

供していた。継続フォローとして、最初に設定した目標の確認や助言内容を思い出してもらうように声かけをしていた。また継続的な励ましとして、本人が既に実施出来ている行動を褒めていた。評価方法では、保健指導者自身の技術評価をするとともに、個別、階層別指導評価では、効果測定あるいは健診結果、ステージ等による評価を行っていた。

無関心期にある対象者への保健指導では、コミュニケーション技術として、一般的な保健指導以上に、ラポールの形成や信頼関係を築くための努力をしていた。対象者の準備段階や理解力、意欲の確認では、健診結果やそのデータの推移を確認し、すぐに目標を設定せず、何か1つでも改善できることがあるかの振り返りを対象者とともに行いながら、目標を設定できる方向に導くように保健指導をしていた。気づきへの促しでは生活習慣を改善することで得られるメリットやデメリットを気づかせつつ、将来のビジョンを導いていた。自己決定の促しでは、対象者のレベルに合わせた目標を決定し、対象者の状況を見極めて、目標を短い期間に設定し自信を失わせないように、出来る事から始めるように導いていた。継続的フォローの場面では、目標が達成できていない場合でも非難するような接し方はせずに、初回に設定した目標やその後の取り組み状況、ならびに出来なかった理由を確認して改めて継続できそうな目標設定を行う支援をしていた。

表4 事業所の産業保健師が用いる一般的な保健指導技術の抽出

技術			行為(観察・問いかけ等)	意図・ねらい	調査インタビュー結果・調査結果の記述(根拠)
大項目	中項目	小項目			
準備	指導環境整備	場の設定	保健指導に適した環境整備	・健康診断の結果を返却するさいに、保健指導が適切に行える環境を設定する ・保健指導の対象者に対して、落ちついた環境で指導できる空間・時間を確保する ・開放的な空間づくり	・1部屋だけちょっとしたカウンセリングルームまでいいが、相談ができる環境を提供する。 ・検診結果を返却時に保健指導の対象に声かけ、健康相談室にて15分とか20分ぐらい面談をする。 ・健康相談室の入り口の扉を常に開放して活用しやすい環境を提供する。
		システムの整備	一定期間のうちに全員に会えるようなしくみづくり	健診会場で、5年に1回全員に会えるように設定する	定期健康診断の会場で、5年に1回全員に会えるように、5歳刻みで実施している。保健指導の対象外にも5年間かけて全員に会えるように選定している。去年データが悪く会えない従業員に声をかける。要経過観察者に対しては、保健指導の中でも経験的にその中である程度レベル付けて会いたい従業員に何回か呼んできてくださいと声をかけている。
	事前準備	情報整理	保健指導の準備を重視する 必要な情報を念頭に置く	保健指導時の情報を整理する	・保健指導の準備も重視しています。保健指導が始まってから何かを見るということは絶対にしていないようにしています。前もって見て、もちろんそれが先入観にならないようにだけど、だいたい自分の道筋をたて頭に必要情報をいれる。
コミュニケーション	アセスメント(情報収集・判断)	ラポール・信頼関係	自己紹介 顔を覚えてもらう  相手の立場や状況を見極め、把握しながら関係性を築く、社員全員に会えるように選定する 会える機会をいかす 電話、メールを活用し常に連絡を取りあい関係性を築く 観察 普段のから機会を捉えて声をかける	長期的な視点に立ち関係性を築いていく	・名前、場所の紹介だけでなく、顔を覚えてもらって、いざというときにここに来れば(健康管理室)〇〇さんが「何とかしてくれるんだ」と思ってもらえるように自己紹介をする。  ・健診時に業者ですべて任せずに、受付に必ず出て、顔を見て、私たちの顔を覚えてもらう ・産業医巡診に同行することもそうですし、顔を売る、そういったことは心掛けてはいますね。  ・健診結果の返却時に保健指導対象の旨を伝え、健康管理室への訪問を促す。 ・海外出張等で会えない従業員には電話、メールを活用しコンタクトをとり合う機会を得ながら関係性を築いていく。 ・事業所の限られた空間(廊下、企画、定期健康診断以外の裁量健診や長時間健診)を活用して声をかけながら関係性を維持する。 ・社員の表情や言動から状況を把握し声をかける。 ・何かの機会であったときにお声を掛けて、少しでも顔を近づけるようにする。
		対象者の準備段階や理解力、意欲の確認	健診結果の推移を確認する技術 生活習慣振り返りを行う 生活習慣と健診結果との関係を理解できるよう支援  経年的データと情報をすりあわせ対象者の状況を判断	経年的データから判断基準をもうけ、対象者の情報を得ながらすりあわせて判断する	・結果の説明。 ・健康診断の結果への関心。  ・最初の基準は健康診断結果より選定する。  ・産業医が経年のデータを見て、同じ高い値でも去年より下がってれば、病院に行く必要はないので保健指導していこうとか、同じデータでも去年よりも、ものすごく悪化したとか、例えば従業員を長年見ているので、性格的に病院に行った方がいいとか、数字では割切れない個別性という状況から判断し対応する。 ・データだけでなく、関連する食生活、喫煙習慣などから判断する。・データは産業医が判定し判定区分のぎりぎりの従業員は様子観察とする。  ・経年的データから判断し、例えば3年前には肝機能、脂質異常値がみられた時に、体重が増えているなど関連付けて説明する。「体重が落ちたから減ったんです」とか、固定観念のある人あるいは、理由が知りたい人には、道筋を立てつつ理解が得られるように理論的に説明する。
		現在の生活習慣の振り返り・健康状態の認識	生活習慣病に関する知識と対象者本人の生活を関連づける  健診データの変化と生活状況と生活習慣病を関連づける	生活習慣の振り返りの機会を与え、対象者の健康状態と合わせて現状を確認する	・メタボという言葉の理解の程度の確認。 ・残業時間で帰りが遅いとどうしても食事が遅くなってしまうので、仕事の内容とか仕事の仕方とかを確認する。  ・生活環境や、最近残業が多くて食べる時間が寝る直前などの情報を得ながら、それが影響しているかもしれないと理由付けて相手に納得できるように説明する。 ・残業の場合の食事摂取時間を確認する。 ・仕事に関係ないところでも食生活にすごく影響を及ぼすことを考慮し単身赴任なのか、家族と来られているのかとかを重要視し確認する。 ・簡単に入手できる、健康情報がいっぱいあるので生活と関連づけながら理由付けて何が原因かをさぐりつつ説明する。

技術			行為（観察・問いかけ等）	意図・ねらい	調査インタビュー結果・調査結果の記述（根拠）
大項目	中項目	小項目			
コミュニケーション	気づき	気づきの促し	<p>生活習慣を改善することで得られるメリットと現在の生活を続けることのデメリットが理解できる内容とする</p> <p>健康情報の提供 はっと気付ける情報を提供 考えてもらう</p> <p>労働者における義務の認識</p> <p>全国平均ではなく、所属企業内の検診のデータ分析結果を裏側に一緒に付ける 身近なデータとして感じてもらおう</p>	<p>本人が気がつくように会話の中や情報提供することから導く</p> <p>健康な労働力を提供することが労働者としての義務であることを認識してもらう</p> <p>身近なものとしてとらえられるように情報を提供する</p>	<p>・ブッチブチ健康情報について、居室のところにコーヒーを入れたり紅茶を入れたり、お茶を入れる給水機があるんですけど、お茶を入れながら情報が何か取れないかということで、B5の半分ぐらいのサイズのところにちょっとした情報を入れていて、それを月に1回更新して見られるようにしています。</p> <p>健康管理グループのホームページを活用、給湯器の上にニュースを置く、従業員1人がはっと気付くものが1つでもあるように実施している。</p> <p>・ご本人が気付くというのが一番の早道だと思うので、そこがないと、なかなか押し付けでは話が進まなかったり、形だけの目標になってしまうのではないかなと思うので、本人に考えてもらうということを大事にしています。</p> <p>あなたにとっても大事ないいことだと思うから、健康になって損をすることは無いと思うし、会社としても、このままでするとあなたが糖尿病になってしまったり、休むようなことになったり、通院するようなことになったりすれば、会社としても損失にもなるので、そこは企業人として真剣に考えてほしいというふうなお話はします。</p> <p>検診の事後措置という位置付けで呼んで来ていただいているので、あなたたちもこの会社に雇われた限りは健康な労働力を提供しますという約束をしているので、会社に対して、そういう健康な労働力を提供するというのは大事だということをまず理解していただいて、個人の俺の勝手だろうという部分は、それだけでは済まないのよというお話はさせていただきます。</p> <p>・工夫というのは例えばウォーキングラリーの案内を作るときに、身近なものとしてとらえてほしいので、全国平均ではなくて例えば丸の内サイトの検診のデータを一緒に裏側に付けて、このサイトはこんなに有所見率が高くて、肥満の人のグループの中ではこうでしたよというふうな分かりやすくしたようなものを裏に付けてチラシと一緒に配るとか。そうすると、このサイトは肥満ばかりなんだと思えば歩こうかなという気にもなるということで、東京サイトも同じようにデータを身近なデータとして感じてほしいので、そういう工夫はしています。</p> <p>ウェブページを立ち上げて、ウェブを見てもらったとか、掲示板、職場の掲示板にそういったポスターを張りに行ったりとか。あとは健康診断のお返しの中に、うちでこういうことをやっています、こういう相談にも乗れますから、こういうときはうちに相談してみてもいいかと、そういうビラを作って配ったりとか。あとは、月に1回、健康情報メモというのをA4で1枚の簡単なものを作って、各部署に配布したりしています。</p> <p>・各種リーフレットや自作の資料、ちらしを提供し具体的なイメージを伝える。</p> <p>保健指導のときに使うツールのあなたと私のコミュニケーションをもじったのかな。「ユーアイドットコム」という、冊子というか、リーフレットを担当性で作っています。かなりの種類のリーフレットがあって、それも全部ウェブに載せていて、そこから従業員の方が取れるようにしている。</p>
		教材の選定	<p>各種リーフレット、自作の資料（健康情報メモ）、ちらし、冊子、を提供</p>	<p>具体的なイメージを伝える</p>	
		動機付け	<p>データの推移を提示</p> <p>健康的な環境づくり</p>	<p>データの推移をみながら現状を認識してもらう</p> <p>社員食堂を活用して、健康的な習慣を獲得できる環境づくりをめざす</p>	<p>例えば、尿酸値が9.5とかでも、すぐには治療には回さないんです。生活習慣の改善で見ましようということで、産業医が保健師に回してくるので、そういった方は9.5でそのまま放っておいては怖いので、1か月とか、場合によっては2か月、3か月後に採血をして、様子を見るといったようなことも動機付けの一つとして導入しています。</p> <p>・例えばこういう商品も、全部コンビニの商品は写真を撮りに行って、ここでみんなが食べているようなもの、高カロリーなものをエネルギー当てクイズにしたりとか。これだけ体重が増えている人が多いよというようなデータを示したりしています。</p> <p>・健康診断に脂質、肥満のデータ、検診結果の見方を必ず入れている。何らの形で見たくなくても目に飛び込むように提示する。</p> <p>・食プロジェクトでは社員食堂にヘルシーメニューというものをしているんですけども、どうすればみんなに食べてもらえるか、意識してもらえるかというのを考え、一品一品全部の札にカロリーを表記し、もしこれが嫌だったら、これに似たカロリーで替えてもらえば、だいたいこれぐらいのカロリーで済むよというように食事の選択ができるように提示しています。</p> <p>・今日のヘルシーメニューのポスターを日めくりにして作成し保健師からちょっとした健康情報のメッセージを書き入れて、毎日食堂を利用する社員を目にとまるように何かしら意識づけになるように提供している。</p>

技術			行為（観察・問いかけ等）	意図・ねらい	調査インタビュー結果・調査結果の記述（根拠）
大項目	中項目	小項目			
コミュニケーション	目標設定	自己決定の促し	生活習慣病等のテーマ毎の継続的な情報提供 対象者の主体性を尊重しつつ、場合によっては指導的にかかわる	対象者の性格を見極めて、本人による目標決定ができるように方向性を導く	・社内ホームページを活用して、生活習慣病等のテーマを決めて1ヶ月に1回情報を提供する。 ・保健指導なので、もちろん本人のやる気とか、本人に目標を決めていただくことが大切であるが、対象者のいいなりにならないように方向性を指し示していく。 ・ステレオタイプになると失敗をしてしまう。どんなにいい理論でも通用しない人もいるし。昔の押し付けの保健指導の反省から、私たちは話をよく聞いて、傾聴して、ご本人自身に目標達成してもらってというのが、今はスタンダードになりつつありますけど、そういうのが合わない人もいます。こっちでしっかり、あなたはこういうところが悪いから、こういう目標を作ったらいいのよって言ってあげると、着実にその目標をこなすという人もいます。
		参加者の交流を図る チームで競争意識を高める		グループダイナミックスを活用して、対象者自身の意欲が向上するように働きかける	・1カ月間、4週間歩いてもらうために、3人以上5人まで1つのチームとして友達、部署対抗、好きな人同士で結成を促し、人数がばらばらなので平均1人何歩あるかというのを去年断トツで歩いた人を引き抜き、チームで競い合わせるチームをオープンにして、あのチームに絶対まけないとか、もりあがります。
		セルフモニタリングのシートを作成		行動を把握できるシートの工夫	・電子メールだとなかなか難しいので、自分でセルフモニタリングできるようなシートを作ったり、あとは保健指導が終わった後に行動目標について、自分のセルフモニタリングシートを作ったりとか、そういうことを工夫しようねということと話していく。
		必要な社会資源を紹介する	社会資源紹介	外部資源を活用し社内の管轄するグループと一緒に食事に関する情報を提供する	・社員食堂を利用した企画では、食堂業者の外部委託して連携を取っている。 食堂業者方、健康管理グループの産業医、保健師2人と、厚生グループというのが食堂の管轄をしているグループと一緒に実施している。
		ポスターは、食堂会社（グリーンハウス）に作成依頼する			・ポスターは、食堂会社（グリーンハウス）に作成依頼する。バランスよくテーマに沿ったもので色分けや、食事のリズムはどうですかという食事関係のものを作ってもらい情報を提供する。
		ヘルシーメニューのレシピと、健康関連の情報を提供		・管理栄養士と保健師が協力してちらしを作成し、2週間ごとに、ヘルシーメニューのレシピと、健康関係の小話を入れ配布している。	
	継続フォロー	フォローの了解	支援形態を確認する		・年齢のポイントで保健師が会う機会をもち、個別で保健指導を実施する。
		目標の再確認	初回設定した目標の達成度を確認する	定期的に経過を聴取し、目標の確認をする	・保健指導終了から3カ月目に、全員ではないんですけど、わりと数値が悪い方には電子メールでどうですかという、刺激をびっと与えるようにすることにしたんです。やっぱり3カ月置きに会うのは負担なので、そういうふうな3カ月後にどうなっていますかとか、今の時点での健康目標を教えてくださいというのを1年間は3カ月置きにちよっとずつ刺激をあてています。
			私の顔を思い出してください	常に目標を念頭に置くように記憶に残るイメージを伝える	・メールは、3カ月たちましたよというようなことと、あとはもう何々さんがおっしゃっていたみたいに、そろそろ気が緩む時期じゃないですかみたいな、私の顔を思い出してくださいとか、お酒を飲むときは私の顔を思い出してねとか。トイレに目標をちゃんと張ってよとか要望をうける
	継続の励まし	目標の際に設定した行動が継続していることを賞賛する タイプA行動をとる対象者には頑張りすぎないように助言	行動を継続できる支援をする	・「3カ月でだめになっちゃって」という面談した印象に残っている方で、その人たちには3カ月でアプローチをしたら、忘れたころに〇〇さんからメールが来るから、よかったよという声がありました。 ・継続している行動を褒める。 ・データが悪くならない程度の推移している対象者に対しては、現状をうけとめ、努力していることを褒める。 ・頑張りすぎた人には、徐々に行動してもらうために、やりすぎる場合には、保健師がストップをかけたっている。 ・無理すると続かないので気をつけている。	
終了時	目標達成確認	中間評価を実施		・社員食堂の企画は評価を入れて2年間、中間評価を実施する。	
	継続の励まし	継続している行動を褒める		・継続している行動を褒める。	

技術			行為（観察・問いかけ等）	意図・ねらい	調査インタビュー結果・調査結果の記述（根拠）	
大項目	中項目	小項目				
評価	保健指導のプロセス評価		ロールプレーの中で、保健指導のポイントを満たしているかの評価	保健指導者側の保健指導スキルを確認し水準を担保する	・1つはパフォーマンス評価としてになってしまうんですけど、集団で保健師同士でロールプレーをしたりして、本当にうちの中だけで作った保健指導の大切だと思う要因とか、基準をつくっています。そのロールプレーの中で、その項目一つ一つをきちんと満たしているかどうか、そういうのを評価したりしています。保健指導がどれだけその対象者にとって効果があったのかという部分は、今のところ、先ほどの健康目標の達成度だけです。	
			自己評価シートと他者評価シートから従業員・クライアント・本人の評価をすりあわせる	保健指導側のパフォーマンスを評価する	・まずは自分たちのパフォーマンスの部分の評価しましょうということを取り組んでいる。自己評価シートと他者評価シートを作って、従業員の方（クライアント）に、今回の保健指導はどうでしたかというのを作ってもらって、あとは自分も同じような項目について、つけ合わせてみたりとかしています。	
	個別指導評価		効果測定による評価		客観的なデータを活用し個々の状態を評価する	・個別で2週間後に会うとか、あとは1か月後ぐらいに効果を見るために採血してみようとか、そういうのを本人が嫌がらなければ設定して評価する。
			検診結果による評価			・健康診断のデータでの評価しか、客観的データというのがない。 ・次年度の検診の結果の評価しかできないので特別にはしていない。
		階層別指導評価	ステージによる変化		行動改善にいかなくても、ステージに応じた評価をする	・健康ステージを保健指導の前に聞いているので、健康目標の達成度のときに振り返りをおこない、ステージが上がってれば、ある程度改善と見なす。目標で6カ月以上継続していればいいが、全然別などで何か始めても、ステージは上がるので、それをどう判断するかが評価の難しいところです。
			健康目標の達成度による評価		健康目標を行動目標に置き換えて達成率を把握する	・健康目標をなるべく行動目標で取るようにしています。それを次の年に自己申告でいいから、行動目標達成率を何パーセント達成できましたかというアンケートを取って、評価にしています。
	企画は、データベースにして評価			・企画の評価では、データベース上にして評価する。1年の行動変容の段階で評価するために事前のアンケート調査（健康についてどう考えているかなど）と、事後に同じアンケート調査を実施して差を検討する。		
	禁煙プログラムのような達成率			・禁煙プログラムのような達成率がわかる一部の集団を対象にして評価する。		



表5 事業所の産業保健師が用いる無関心期の保健指導技術の抽出

技術			行為（観察・問いかけ等）	意図・ねらい	調査インタビュー結果・調査結果の記述（根拠）
大項目	中項目	小項目			
コミュニケーション	アセスメント (情報収集・判断)	ラポール・信頼関係	自己紹介  顔をつなぐ  接し方に気をつける	関係性をたちぎらないように配慮し、次につなげていくようにする	・何かの機会であったときにお声を掛けて、少しでも顔をつなぐ。  ・あんまりしつこいことを言う人じゃないんだと思ってもらえるように接する。
		対象者の準備段階や理解力、意欲の確認	健診結果、その推移を確認する技術		・保健指導に呼ばれたという事実で行動変容する人いる。  ・俺は何もやる気がないよという人に無理強いして、目標、目標とは言いません。
			生活習慣と健診結果と関係の理解		
			生活習慣振り返りを行う 相手の立場を傾聴し理解をしめす		・対象者の話を傾聴する。  ・無理していやな関係と思われるよりは、相手の立場を傾聴し理解をしめす。
	現在の生活習慣の振り返り・健康状態の認識	生活習慣病に関する知識と対象者本人の生活を関連づける	振り返りを行う	・同じことを言われるんだらうなと思って来るのは分かっているの、先制攻撃じゃないですけど、去年も会っている話をしましたよねというところから入って、でも、なかなか改善しなかったけど、改善できなかった理由は何かありますかって、やっぱり自分で考えてもらおう。	
	気づき	気づきの促し	生活習慣を改善することで得られるメリットと現在の生活を続けることのデメリットが理解できる内容とする。		
		教材の選定			
	目標設定	自己決定の促し	対象者のレベルにあわせた目標を決定する	何かしら1つでも行動目標を作れるようにする	・なるべく保健指導に来てもらった限りは、何かしら1つでも行動目標を作りたいということは留意しています。
			目標のスパンを短く設定 無理せずできる目標設定を支援	対象者にあわせて目標を短く配慮する	・全然変わらないんだと、お酒を毎日はやめられない？ 簡単にはやめられないですよと思うので、最初の目標は休肝日を1日とか。だけ、それは1年目は全然できなかった。次は、休肝日はだめなんだったら、1回飲む量を減らす。ビール350mlを今まで3本飲んでいただけ、2本にする。でも、それもだめだったという場合はどんどん目標とスパンを短くして、何かしらできるようなことを言うようにしています。そうすることによって、また去年と同じことかよって思われるのを防ぐ意味合いもありますね。 ・分かっているんだけど、やれないんだよねという話になってくると、そこであらためて知識を普及するという作業はちょっと省けるので、何でできないんだろうねという部分を一緒に考えて、どんなに低くてもいいので、数値の改善に結び付くようなものじゃなくてもいいので、そういう方はこっちから何か自分のできることをやってみましょうかという。だから、自信を失わせないようなところに工夫しています。2週間でいいから、毎朝体重を計るとか、そういうことだけだったらできるとか。
		社会資源紹介	必要な社会資源を紹介する	出来ない理由を把握しつつ継続できる行動を導く	
継続フォロー	フォローの了解	支援形態を確認する		・継続の可能性を残す。	
	目標の再確認	初回設定した目標の達成度を確認する			
	継続の励まし	目標の際に設定した行動が継続していることを賞賛する			

## 5. 考察

本研究を通して事業所で働く産業保健師の個人および職場組織への健康指導技術を抽出・整理することができた。事業所に勤務する産業保健師は、長期的な視点に立ち、入社から退職するまでの一連のライフステージを見通して個々の従業員のニーズに合った健康支援を展開するとともに、職場特性や組織風土を理解して、職場全体を対象とした健康職場づくりに向けた支援を提供していた。

まず、個人への保健指導に関しては、健康診断結果の経年的な変化を読み取り、保健指導のための事前準備を行った上で対象者と面接し、ラポールの形成をするために対象者が話をしやすい環境づくりに努めながら、より詳細な情報収集をするために傾聴して話を聞くことから始めていた。事業所の産業保健師は、健診あるいは、その事後措置を上手に利用して従業員との関係性を構築し、保健指導の次の機会につなげる為にも、従業員との信頼関係の継続・強化を非常に重要視していた。例えば、ある時点では、健康に全く無関心であっても、ライフステージの進行に伴って、子供が生まれるなどのちょっとしたきっかけで禁煙を考えるなど、本人の健康意識が変化しやすいタイミングを活用することも視野に入れている。その健康状態の切迫度合いにもよるが、本人が抵抗感を感じるような保健指導を行って信頼関係を崩すより、関係性を保ちながら、タイミングを見計いつつ繰り返し支援をしていくことが効果的であると考えて、支援を行っている様子が汲み取れた。また、新入社員のようにこれまでの積み重ねがない場合でも、長期的な視野から保健師の活用方法を知ってもらい、将来への予測的な観点から、入社後に起こりやすい健康状態の変化に関して、事業所に長年蓄積されたデータを示すなどの個人・集団指導を行っていた。

健診の機会等で直接従業員に保健指導を行うだけでなく、継続的な支援あるいは業務のために直接指導が難しい従業員に対しても電子メール等のメディアを活用していた。また、ポピュレーションアプローチとしてイントラネットや掲示板あるいは食堂など従業員が目にしやすい場を活用して、独自に作成した各種リーフレット等の媒体を掲示して情報提供を行い、気づきの促しあるいは行動変容へのきっかけとなるように支援していた。無関心期にある対象者に対しても、一般的な保健指導技術と同様に、相手の立場を傾聴し健康課題に気づかせるように、行動の振り返りを行わせ、対象者のレベルに合わせた目標を1つでも設定できるように支援していることや、対象者に自信を失わないように配慮した支援をしていることから、行動変容のためのプロセスへの支援も重要であると考えられる。目標を設定する場合、無関心期にある対象者は、行動を開始することが難しいと考えられることから、一般的な対象者と比べ比較的短いスパンで目標を決めていると考えられ、さらに、目標を設定後も対象者の継続意識を断ち切らせないようにメール等を活用した支援をしていることから、援助者の継続的なサポートが大切であると考えられる。

一般的に動機付けには、内発的、外発的動機付けがあるが、特に内発的動機付けが有効とされており、対象者の個別性を把握しつつ内面に働きかけて動機付けていくことが必要であると考えられる。また、コーチングの技術を保健指導に活かすことも推奨されており、例えば、目標を達成した時、自分はどうなっていると思うかと対象者に問いかけ、将来のビジョンをもたせることも有用と言われている<sup>9)</sup>。

ポピュレーションアプローチを活用した保健指導技術では、事業所内の食堂は日頃から多くの従業員が活用する場であり、個別や集団指導を食堂の利用を通して実践でき、日常的に

食生活を見直すことができるとともに、食事に対する意識付けとなり、健康的な活力ある事業所づくりとなるような提言を事業所トップに行い、事業所トップ・食堂業者・関連職種の理解と協力を得て実現させていた。このように、事業所におけるポピュレーションアプローチを展開するには、職場組織を巻き込み理解を得る事が大事である。今回組織の理解が得られた2事例では、社員食堂に着眼して従業員の食生活を日常の食事を通して食生活に関する様々な情報を提供し、意識付けする支援をしていた。生活習慣病等が発病する中年期以降のハイリスク者への支援だけではなく、一次予防の視点から新入社員として入社したころから早めに健康知識の普及をはかるとともに、健康的な職場環境や食堂などの厚生施設普段を提供するなどのポピュレーションアプローチが大変重要であると考えられる。また、職場内での支援にとどまらず、地域・職域等の連携を進めて、地域全体からの支援体制づくりも必要であると考えられる。

本研究を通して、事業所の産業保健師による保健指導について詳細に検証することができ、個人への保健指導（特にハイリスク・アプローチ）と、ポピュレーションアプローチをバランス良く組み合わせて、多角的な支援を行っていくことが最も効果的な保健指導につながる事が改めて示唆された。

## 6. 結論

生活習慣病予防に向けた保健指導として、健診結果等に基づき、個人の生活習慣を改善する方向での支援が通常行われているが、個人の生活は家庭、職場、地域で営まれており、労働者については、職場環境や組織風土そのものを改善していくことも大変重要であることが改めて示唆された。

今後の保健指導に関する示唆として、ハイリスクアプローチとポピュレーションアプローチをバランス良く組み合わせていくことが重要と考えられた。

文献

- 1) 総務省統計局、労働力調査、長期時系列データ、2007、2月分。
- 2) 厚生労働省：<http://www.mhlw.go.jp/>
- 3) 健康管理事業等に携わるスタッフに関する調査結果の概要（平成4年調査）、健康保険組合連合会、1993。
- 4) 加藤正明他：「作業関連疾患の予防に関する研究」労働の場におけるストレス及びその健康影響に関する研究報告、労働省1998。
- 5) 錦戸典子：産業看護職による精神保健活動の流れー健康づくりー早期発見・対処ー再適応の支援ー、保健の科学、第41巻、第9号、1999。
- 6) 厚生労働省健康局、標準的な健診・保健指導の在り方に関する検討会2006。
- 7) 小林篤・岡本茂雄：生活習慣病対策のための疾病予防支援サービスー健康診査と保健指導事業のアウトソーシングー、日本経済新聞社、2006
- 8) 河野啓子監修：すぐに役立つ産業看護アセスメントツール、法研、2005。
- 9) 野津浩嗣：看護コーチング、日総研、2005。
- 10) 間裕子総監修：コーチングを活用したコミュニケーション術、日本看護協会出版、2006-5臨時増刊号
- 11) 錦戸典子：健康職場づくりに向けた産魚看護職による職場エンパワメントの意義と支援プロセスストレス対策のディメンジョンに着目してー産業ストレス研究、第13巻、第4号237-241、2006。
- 12) 森晃爾監修：保健指導スキルアップワークブック、法研、2005。