

地方新聞への自殺予防啓発広告の掲載

1. 本事業の目的・特徴

一次予防対策に限らず各種事業の効果的な実施には、地域住民への幅広い普及啓発、周知が必要であるが、シンポジウム・地区健康講話の開催を行政広報誌で情報提供するだけでは到達しにくい人々もいる。より広範な情報提供の手段として各種メディアの活用が期待されており、地域限定のマスメディアである地元の地方新聞を用いた普及啓発事業として、自殺予防啓発広告の掲載を企画した。

北羽新報(日刊朝刊紙)は発行部数約3.4万部の地方紙である。販売地域は能代市(2.4万世帯)と山本郡(合計1万世帯)である。同地域の事業所数は5千であり、能代市内での世帯、事業所への到達率は高い。また、能代市役所など行政関連の広報広告も掲載されている。

目的は、より多くの市民に自殺予防の意義、およびその取り組みについての啓発を行うことであり、行政広報誌や全戸配布リーフレット、ポスター、グッズなどの補完的役割を担うこととした。

2. 自治体の概要

1)能代市は、秋田県北西部、米代川河口に位置し秋田市中心部まで60～80km、気候は四季が明瞭で年間平均気温10℃前後、降雪日数は平均70日程度である。江戸時代から昭和期前半までは木材産業が盛んであったが、現在は第3次産業が中心となっている。平成18年に能代市と二ツ井町が合併し、東西約30km、南北約35km、面積427km²(山林約40%、農用地20%、宅地4%)である。



2)人口6.1万、世帯数2.4万(H21.9)

3. 事業の体制づくり

1)事業開始のきっかけや経緯:能代市での自殺予防対策の普及啓発に取り組む中、関連事業が地元新聞で取り上げられた際の市民からの反響が目立っていた。また、地区健康講話やシンポジウムに参加することの少ない中高年男性にどうアプローチするかも課題としてあげられ、市民への情報提供のチャンネルの拡充が必要であった。そこで、地元新聞紙面に自殺予防事業普及啓発広告を掲載することを企画した。広告は複数回行うこととし、シリーズ名を「みんなで考える能代市の心の健康づくり」とし、毎回内容を変えることとした。

2)担当部署、他部署他機関との連携体制:広告には毎回、関係団体からのメッセージと保健行政窓口の連絡先を掲載することとした。そのため、能代市内、秋田県内の関係機関、団体に原稿を依頼した。

3)事業の予算・経費(概算):掲載1回あたりの経費は約20万円、内訳はデザイン料5万円、広告掲載料15万円(半5段フルカラー刷り)であった。

4)実施までの準備:庁内での合意の後、新聞社との掲載日、掲載料金の交渉、原稿依頼先の選定を行い実施した。

4. 実施状況

1)平成19年10月に第1回を掲載し、平成21年12月までに全28回実施した。

2)掲載年月日、内容・原稿依頼先一覧

第1回	H19/10/18	(市)市長からのメッセージ
第2回	H19/11/ 4	医師会
第3回	H19/11/29	傾聴ボランティア団体
第4回	H19/12/13	自殺予防シンポジウム案内、キャラクター名称募集
第5回	H19/12/27	仏教会
第6回	H20/ 1/ 4	薬剤師会
第7回	H20/ 1/ 5	(市)「依存症」啓発
第8回	H20/ 1/29	消防本部
第9回	H20/ 2/10	(市)「男性のうつ」啓発
第10回	H20/ 2/19	(市)「睡眠」啓発
第11回	H20/ 6/18	(市)自殺予防啓発キャラクター名称告知
第12回	H20/ 7/ 9	自死遺族支援団体
第13回	H20/ 7/23	断酒会
第14回	H20/ 8/13	(市)自殺予防シンポジウム案内
第15回	H20/ 9/10	秋田いのちの電話
第16回	H20/10/15	秋田労働局
第17回	H20/11/12	秋田県生活センター
第18回	H20/12/ 1	経営相談団体、シンポジウム告知
第19回	H21/ 1/ 4	(市)新年のメッセージ
第20回	H21/ 2/ 3	傾聴ボランティア団体
第21回	H21/ 5/20	看護協会
第22回	H21/ 6/16	商工会
第23回	H21/ 7/14	健康推進員協議会、健康展告知
第24回	H21/ 8/13	傾聴ボランティア団体
第25回	H21/ 9/10	(市)自殺予防週間告知
第26回	H21/10/15	精神保健福祉ボランティア
第27回	H21/11/16	(市)自殺予防シンポジウム案内
第28回	H21/12/ 1	県精神保健福祉センター

5. 実施に向けて工夫した点

当初、行政から出稿する新聞広告は臨時広告の扱いとなるため、紙面の作成を新聞社が担当することで開始したが、よりメッセージ性とアピール度の高いデザインとするためにデザイン業者にレイアウトなどを発注する必要があった。

7. 今後の課題

発行部数が少ないため出稿単価が相対的に安いことが利点だった。実施時の波及効果は大きい、費用の大きさが課題であろう。

リーフレットなどと比べ紙面当たりの情報量が少なく、また長期保管に向かない。

8. 問い合わせ先

能代市市民福祉部健康づくり課 0185-58-2838

事例8:鹿児島地域

普及啓発 DVD「うつになったためき」作成、 DVD を用いた普及啓発活動

1. 本事業の目的・特徴

一次予防の普及啓発の促進を図るために、だれでも、どこでも、内容を統一して啓発が行えるように、「うつになったためき」を主人公にした健康教育用人形劇DVDを作成した。人形劇DVDは「独居老人編」「自死遺族編」「オフィス編」「子育て編」4つのシナリオからなる人形劇と医師解説編の5編を収録している。



DVD
「うつになったためき」



うつになったためき
イメージキャラクター

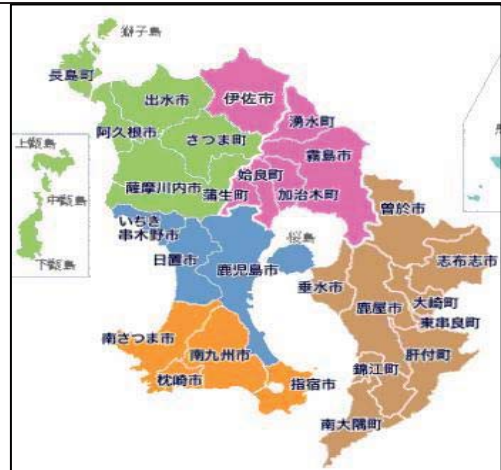
2. 自治体の概要

1) 地区特性: 川薩地域は県の西北部に位置し、矢筈山系と八重山系によって囲まれ、中央部に紫尾山系が東西に延び、宮崎・熊本両県境に源を発して東シナ海に流出する川内川の流域部に位置している。

また、川内川河口の西方28kmに甑島列島がある。北部は伊佐市と境を接し、南はいちき串木野市及び日置市に、東は鹿児島市、霧島市及び始良郡にそれぞれ接している。

管内の総面積は938.93km²である。なお、総人口は減少傾向にあり高齢化が進みつつある。

2) 人口 総世帯数は 52,175 世帯、総人口は 124,686 人、高齢化率 28.7%



3. 事業の体制づくり

1) 事業開始のきっかけや経緯

うつ・自殺対策に関する住民への意識啓発は、テーマが重たい・口にする事はタブーといった既成概念等から、自治体側では必要性を感じながらも取り組みづらいテーマであったと共に、住民側としても受け入れづらいテーマであった。

また、事業実施側の自治体もうつ・自殺の現状や事業展開のノウハウ等を十分に持っていない実状があり、地域特性等を踏まえた住民向けに活用できる既存のツール等もなかったこと等から、住民向けの健康教育を行う際に活用できる教材を現場の意見を生かし保健所で作成することとした。

2)担当部署、他部署他機関との連携体制

・主担当はその当時の保健指導第二係(精神保健担当係)が従事

シナリオ作成、人形作成、背景画作成等も担当した。背景画作成や人形作成、ビデオ写真撮影等においては保健所職員全体の協力を得た。

・動画撮影及び編集への協力者

他所属に勤務する県職員にビデオ撮影及びナレーション録音、パソコンでの動画編集の協力と機材提供を依頼した。

・人形劇団「杉の子」

有志で子ども達への人形劇等のボランティア活動を行っていた県内人形劇団に依頼し、演劇を行ってもらい撮影した。

・精神保健福祉ボランティア フレンド

保健所管内にある精神保健福祉ボランティア「フレンド」から人形制作の一部への協力を得た。

・専門的助言・指導

保健師の作成したシナリオに対して2名の精神科医師の助言・指導を依頼し協力を得た。

慶應義塾大学保健管理センター 大野 裕 教授

鹿児島県精神保健福祉センター 冨永 秀文 所長

※事業計画時は精神障害者(デイケア生)の参加も予定していたが、実際は同意が得られず困難であったため参加なし。

3)事業の予算・経費(概算)

劇団委託料、ぬいぐるみ材料費、DVD作成、その他 約30万円(概算)

4)実施までの準備 等

内容や事業の方向性等について協議を行った。

4. 実施状況

1)開始時期、実施頻度等

DVDはH18年4月に完成(最終)した。以降、介入地区の市町や関係団体に配布し活用している。

H18年のさつま町の健診結果報告会でうつスクリーニングを実施したが、その導入部分で「独居老人編」を使用した。それ以降は、地域のサロンや健康教室、民生・児童委員や保健医療従事者等の研修会、特定健診の結果報告会、介護予防教室、また、こころのケアナースが勤務する医療機関等での上映(診察の待ち時間を活用)、職場研修の場などで活用している。

2)実施内容 等



特定健診の結果報告会での様子

5. 実施に向けて工夫した点

内容やスケジュールにおいて、微細な調整や地域特性が生かせるように、外部に作成委託するのではなく、自分たちで作成をしたことで満足度の高いものができた。

実際にうつ病等の精神疾患に罹患している住民が見ても、自身の病状に悲観的にならないように内容に配慮した。うつ病の発症時期や回復に要する期間、訴えの内容等々、臨床医学的な見解と概ね合致するように専門医の指導・助言を受けた。

* 他地域で同事業を行う場合のアドバイス等

DVD 配布時に「DVD の使用にあたって」という文書を添付して配布したが、使用の際に参考となる各ストーリーのねらいや、DVD を使用した健康教育の例などを添付するとより使いやすくなるのではないかとと思われる。

6. 今後の課題

ストーリー展開が、「関係機関との連携」という視点で見ると不足しているように感じる。うつ予防・自殺対策を進めていく上で、自殺の要因が複雑に関係していることから、もう少し「連携した解決」が見える、住民参加した形での解決が見えるような内容の展開の方が自殺対策基本法の理念や大綱の考え方に合致していたかも知れない。

また、最近の自殺者のデータ等から 10 代の自殺者が増加していることから、思春期の若者に「命の大切さ」を伝える内容を作成する必要がある。

地域によっては、DVDを視聴できる機材が整わないことや操作が難しいことから、地域の公民館等では容易に活用できないことがあったため紙芝居版も作成した。



紙芝居版

7. 問い合わせ先

担当課：鹿児島県北薩地域振興局保健福祉環境部(川薩保健所)

健康企画課健康増進第2係

連絡先：TEL0996-23-3165、FAX:0996-20-2127

事例9:宮崎地域

インターネットを活用した検索サイト「みやざきこころ青Ｔねっと」を用いた普及啓発活動

1. 本事業の目的・特徴

インターネットを活用した検索サイト「みやざきこころ青Ｔねっと」(愛称:青Ｔねっと)は、1人1人が抱えている悩みや問題に対応できる医療機関や相談機関、地域の集いの場(サロン)等の情報を提供し、気軽に受診・相談できる環境整備を目的としている。

2. 自治体の概要

【小林市の特徴】

小林市は、宮崎県の南西部、南九州のほぼ中心部に位置し、市を囲むように九州山地、霧島山系が連なり、それらを源とする湧水などによって清らかな河川、緑豊かな森林や高原が形成されている。山に囲まれた地形であるため、昼夜間の気温差や夏と冬の寒暖差が大きく、温暖な宮崎県でありながら降雪が見られる。また、農畜産業を主体とした第一次産業の生産額の割合が高い地域である。

【総人口】40,156人

【高齢化率】28.5%(平成20年10月1日現在)



3. 事業の体制づくり

【事業開始のきっかけや経緯】

平成18年、宮崎県では西諸県地域の住民から無作為抽出した20歳以上から80歳未満の男女合計6,000名を対象に、「こころの健康アンケート調査」を実施。その結果、うつ病初期に「誰にも相談しない」と答えた人に「医療機関を受診しない」傾向が高く、特に、うつ病初期症状と自覚していても「医療機関を受診しない」、かつ、「誰にも相談しない」傾向は男性で顕著であった。このことから、悩みを誰にも相談できない・つながらないという男性の傾向が示唆された。また、その背景には、様々な悩みが複雑に関係しているが、悩みごとに個々に窓口が存在するために相談先がわかりにくく、つながりにくいという現状があるのではないかと考えられた。そこで、悩みの内容に応じて容易に相談先をインターネットで検索できるシステム「みやざきこころ青Ｔねっと」(愛称:青Ｔねっと)を開設した。

【事業の予算・経費】

「青Ｔねっと」の開設や年に1回行う情報更新に伴う費用は、厚生労働省科学研究費補助金こころの健康科学研究事業「自殺対策のための戦略研究」研究費を活用した(平成20年サイト開設:1,166,100円、平成21年携帯電話サイト開設および情報更新:304,500円)。

【実施までの準備】

「青Ｔねっと」の開設に当たっては、精神保健福祉センターや小林保健所、小林市が各関係機関(医療機関、相談機関等)をリストアップし、「青Ｔねっと」への登録を依頼した。しかし、「うちは自殺の相談を受ける場ではない」、「必要な人にはすでに情報が届いているのではないか」といった誤解が地域の中にあリ、なかなか登録へつながらないケースが多数生じた。そのため、自殺にはさまざまな要因が複雑に関与していることや地域における自殺対策の重要性への理解を促進する必要性が強いられた。そこで、精神保健福祉センターや小林保健所、小林市の保健師等が個別説明や研修会等を通じて啓発活動を行

い、地域における自殺対策への理解を促進することで、「青 T ネット」への登録へと繋げた。

4. 実施状況

平成 20 年 4 月に「青 T ネット」を開設して以降、月 3,000 件前後のアクセス件数で推移していたが、平成 21 年 1 月に「青 T ネット」のアクセスツールを携帯電話へと拡大したことにより、月 5,000 件以上と大きな広がりを見せている。「青 T ネット」の啓発が進んできたことで、「青 T ネット」をツールとして電話相談や面接相談につながるケースも徐々に増えてきている。「青 T ネット」の特長としては、相談・医療・法律などの多様な窓口を網羅しており、個々のニーズに合った絞り込みが可能となっている点があげられる。また、検索をすすめていくことにより、登録機関の具体的な活動内容等の詳細な情報も収集できるようになっている。なお自分の悩みを特定できず“とにかく生きているのが辛い”、“誰かに話を聞いてもらいたい”という人にも「誰かに話を聞いてもらいたい」という項目を設けて対応している。



青 T ネット トップページ

さらに、「青 T ネット」のもう一つの特長は、地図上で「地域の集いの場(サロン)」等の地域別情報を検索できるシステムとなっていることである。また、インターネット検索サイトとなっているので、時間や曜日、地理的な障害がなく、誰にも知られずに相談機関等を探したいという方にとっても利用しやすいサイトとなっている。

「青 T ネット」のアクセス解析では、時間・曜日別には、午前 9 時～午後 5 時の日中、平日にアクセスが集中しているが、携帯電話対応以降は、午後 9 時～午前 0 時や休日のアクセスも多くなっている。また、相談機関への相談内容を項目毎に見ると、“誰かに話を聞いてもらいたい”にアクセスが集中しているが、“相談機関一覧”や“同じ悩みをもつ人同士の出会いの場の情報提供”、“西諸島の地域情報”へのアクセスも多くなっている。さらに、医療機関においては、“ストレスからくる心身の不調の治療”を求める検索が突出して多く、次いで“心理カウンセリング”、“ギャンブル依存症の治療”の順となっている。

5. 実施に向けて工夫した点

「青 T ネット」に登録している小林市内の各機関やサロン関係者を対象に研修を開催し、顔の見えるネットワークが構築できるように働きかけを行っている。また、地域キーパーソンである民生委員やサロン関係者に対しても研修会を行い、青 T ネットの周知や登録の拡充を図っている。



自殺対策普及啓発コーナー

さらに、登録機関では、統一した啓発用媒体を用いた広報活動を実施している。宮崎県の啓発用媒体である青 T シャツを着用しているぬいぐるみ(愛称:青ちゃん)やミニ青 T の置物、衝立をセットにした自殺対策普及啓発コーナーを、自殺対策や相談窓口一覧等のチラシやパンフレットと共に各機関のロビーや研修会会場に一斉に展示している。地域の多分野の機関が統一して啓発することで、悩みを抱えている人が少しでも相談機関

等へつながることのできるような、きめ細かい地域ネットワークを有する地域づくりを行っている。

また、サイト構築にあたっては、利用者の視点にたった幅広い機関の登録を実現するため、精神保健福祉センターと宮崎県精神保健福祉連絡協議会が共同で開設を行った。さらに、登録機関の最新情報を提供していくためには、年 1 回、各機関へ情報提供を依頼し、情報を更新していく必要がある。最新の情報を提供するためには、情報収集作業に加え登録作業や登録費用が増えてくることが予想される。そこで、登録機関自らがインターネットを介して新規情報登録、情報更新できるシステムも併せて構築した。

6. 今後の課題

パソコンと携帯電話それぞれのサイトのデータを収集分析し、ニーズに対応した「青 T ねっと」へ変更したり、動的なサイトを作成するとともに、より効果的な普及啓発手法についての検討が必要である。また、機関ごとに ID、パスワードを発行しており個人情報遵守機能を完備しているため、登録機関同士が対応に苦慮した事例等について検討できるような機能も付加していくとよい。

7. 問い合わせ先

宮崎県精神保健福祉センター
〒880-0032 宮崎県宮崎市霧島 1-1-2
TEL 0985-27-5663/FAX 0985-27-5276

事例10:宮崎地域の事例

青 T シャツを活用した普及啓発活動

1. 本事業の目的・特徴

自殺対策に関心を持ち正しい理解を広げるために、統一したデザイン・カラーの青Tシャツ(通称:青T)を作成した。研修会やシンポジウム等のイベント時のほか、市役所や保健所職員等が定例日に着用することで、広く住民への普及啓発を図っている。青Tには、「ひとりで悩まないで 誰かに話してみませんか」というメッセージとともに、誰もが身近な人達の心の状態に気づき、耳を傾け、できることから手をさしのべる、そんな地域にしたい、という思いが込められている。また、基調色であるターコイズブルー(トルコ石)は、突き抜けるようにどこまでも青く広がる宮崎の澄みきった美しい空や海を映す色であると共に、人の輪に入りやすくしてくれる「コミュニケーションの色」という意味合いもある。

2. 自治体の概要

【小林市の特徴】

小林市は、宮崎県の南西部、南九州のほぼ中心部に位置し、市を囲むように九州山地、霧島山系が連なり、それらを源とする湧水などによって清らかな河川、緑豊かな森林や高原が形成されている。山に囲まれた地形であるため、昼夜間の気温差や夏と冬の寒暖差が大きく、温暖な宮崎県でありながら降雪が見られる。また、農畜産業を主体とした第一次産業の生産額の割合が高い地域である。

【総人口】40,156人

【高齢化率】28.5% (平成20年10月1日現在)



3. 事業の体制づくり

【事業開始のきっかけ・経緯】

西諸地域の2市2町の担当及び保健所担当保健師らで、自殺対策の取り組みのシンボリックな啓発媒体を作成することとなり、平成18年3月に青Tが誕生した。当初は、「できることをいまずぐ」という着用者自身の取り組みへの想いを表したロゴであったが、青 T を見る方々に理解していただくために、現在は、「ひとりで悩まないで 誰かに話してみませんか」というロゴもあり、2種類となっている。

取り組み当初は、市役所担当課及び保健所担当職員のみでの着用であったが、この取り組みが徐々に浸透していくにつれ、着用協力する課が増え、平成21年度には、それまで着用していた小林市ほけん課、住民福祉課、介護保険課の3課に加え、市民課、税務課が加わった。また、毎週水曜日に通年着用するようになるなど、着用の広がりがみられる。

【担当部署、他部署他機関との連携体制】

自殺対策の取り組みが浸透していくにつれ、市役所内他課や市内民間団体からイベントの共催依頼を受けるようになり、他の課や団体が主催のフォーラム等のイベントにおいて、ロビーに「こころとからだの健康づくりコーナー」や「こころのお天気チェック」などのコーナー設置を行い、青Tを着用してイベントに参加するなどの機会が増えてきている。

【事業の予算・経費(概算)】

平成18～19年度に戦略研究予算302,900円で215着の青Tを作成し、市役所、保健所職員への貸与のほか、関係機関へイベント等での貸与を行った。また、平成20年度は、戦略研究予算83,790円で140着を作成し、関係機関への貸与を行った。

【実施までの準備】

保健所開催による精神保健担当者会議(管内2市2町保健師が参加)にて協議し、使用許可を得て自殺予防総合対策センターの自殺予防週間ミニポスターのロゴを採用した。

4. 実施状況

【開始時期、実施頻度等】

平成18年3月に制作した後、市役所職員が毎週水曜日、保健所職員が毎週火曜日の定例着用を開始した。それに加え、自殺や心の健康に関する講演会やシンポジウム、研修会、健康祭りなど様々な自殺対策に関するイベントや事業の機会を捉え、着用し参加している。

【実施内容】

青Tの定例日・イベント時の着用。また、小林市を含めた西諸地域の57機関・団体からなる西諸地域自殺対策協議会が国の定めた9月に加え、年4回を独自に西諸地域自殺予防週間と定め、集中的に普及啓発活動を行うこととしており、予防週間期間を通じた定例着用化を図っている。



小林市秋まつり「こころとからだの応援団」としてまつりパレードに参加した時の様子



小林市役所職員の定例日(毎週水曜)着用の様子

5. 実施に向けて工夫した点

青Tが誕生した当初、着用するのは、小林市役所及び保健所においても担当部署のみであったが、講話や会議、イベント等、様々な機会を捉えて着用し、その都度、自殺対策について説明し、同時に青Tの意味を伝えていくことにより、次第に着用する課や団体が広がってきた。そのため、関係者以外にも青Tの意味を知った上で着用してもらうために、青Tの説明文書を作成し、誰でもTシャツに込めた意味が理解できるよう工夫した。

6. 事業の評価方法

自殺対策の取り組みが進むにつれ、着用する課や着用を申し出る団体が増えてきた。着用の広がりや、着用する人自身の取り組みに対する意識の芽生えでもあったと考えられ、取り組む側の意識の変化として評価できると考える。また、青Tを見て自殺対策の取り組みの一環だと認識する住民の声も耳に入るようになり、少しずつ住民の意識が向けられてきたのではないかと考える。

7. 今後の課題

着用間もないうちは、色鮮やかなターコイズブルーであるが、着用を重ねるにつれ、生地が色あせてしまい劣化するため、1着の継続着用は4～5年が限界と考える。継続的な着用を行っていくためには、計画的な制作と予算の確保が欠かせない。そのため、青Tシャツをイメージしたワッペン等のグッズも合わせて制作しているところである。

8. 問い合わせ先

担当課 ①小林保健所 健康づくり課 疾病対策担当

電話:0984-23-3118 FAX:0984-23-3119

②小林市役所 ほけん課 保健予防グループ

電話:0984-23-0323 FAX:0984-25-1051

事例11:青森地域

「黒石市健康づくり市民のつどい」における普及啓発活動について

1. 本事業の目的・特徴

黒石市民を対象とした「黒石市健康づくり市民のつどい」を活用して、若年層から高齢層まで幅広い年齢層が、うつ病、自殺やストレス発散法等について理解を深めることを目的とする。一般市民が対象であるため、少しでも興味を引けるように、①パネル等で視覚的に訴えるようにした、②取り組みやすい簡単なクイズを用意した、③クイズ回答者には啓発グッズを贈呈する等の呼び込みをした。また、クイズの回答状況を通して一般市民のうつ病に関する理解度を評価しながら実情を把握し、今後の啓発活動に活かすよう努めた。りんごの即売・品評、産業・特産展等、様々な催し物を企画した黒石市「りんご祭り」との併設であるため、子ども連れの家族の参加率が高く、老若男女幅広く介入できるメリットがある。

2. 自治体の概要

(黒石市の特徴)

黒石市は青森県の中央部に位置し豊かな自然と豊富な温泉に恵まれ、りんごと米の産地として古くから城下町として栄えてきた。「黒石よされ」や「黒石ねぶた祭り」等伝統的な祭りが地域のつながりを深めている。

農産業が盛んな一方で高齢化が加速(H2年は14.1%、H20年は24.05%)しており農業従事者の後継者問題や地場産業の衰退等の問題に直面化している。

人口:37,783人(平成21年7月末日)



3. 事業の体制づくり

1)事業開始のきっかけや経緯

黒石市主催のイベントであるため、黒石市保健師である実務担当者の担当課の協力も得ながら、ブース設置のための場所を確保することができた。

2)担当部署、他部署他機関との連携体制

りんご祭り参加団体との打ち合わせ

3)事業の予算・経費(概算)

内訳	金額
消耗品費(印刷用紙)	3,000円
合計	3,000円

4)実施までの準備等

クイズ等展示物やちらしの作成

4. 実施状況

1)開始時期、実施頻度等 2006年から年1回、11月の土日に開催

2)実施内容

①ブースの設置

「うつ病を知ろう」パネル展示/ストレスチェック展示

②うつ病に関する〇×クイズ

問題用紙を配り、スタッフと一緒に回答の確認をする。問題の答えはパネルの内容と照合させる等、配慮する。

③回答者への啓発グッズの提供

④ストレス発散についてのパンフレット提供
子ども向け、大人向け用に作成し提供した。



ブース設置(ストレスチェックコーナー)



パネルを見て〇×クイズに挑戦中



健康コーナー受付



回答者に啓発グッズを提供

5. 実施に向けて工夫した点

- ・ 年齢層が幅広いため、子ども向けと大人向けの解説パンフレットを作成した。
- ・ 啓発グッズ(メモ帳、ボールペン等)を作成し参加者に見えるように提示。クイズに挑戦すればだれでもグッズがもらえるという仕組みとした。子どもが興味を持つと同行している家族も参加するきっかけになることを戦略とした。
- ・ クイズに挑戦するだけでなく、答え合わせをスタッフと一緒に行うこと、また直接的な答えを貼り出さないことで、より理解を深められるようにした。

6. 今後の課題

- ・ 〇×クイズやパネルの展示が定着してきたため、さらに興味を引くような展示等が必要である。
- ・ クイズの実施をとおして、一般住民のうつ病に対する正しい認識が不十分であることが判明した。クイズを通してスタッフと解答の確認を行い、適切なフィードバックを図ることが必要である。
- ・ 各年齢層に合わせて自分自身のストレスチェックをして、自身の心身に向き合う機会を与える。また、各々のライフサイクルに合わせたこころの健康についての展示、もしくは自殺の現状に合わせた展示(例えば男性壮年期の自殺率が高いのであれば、それにターゲットを絞って)を検討する必要がある。
- ・ 「継続は力なり」である、毎年続けていくことが啓発活動に不可欠と考えられる。

7. 問い合わせ先

- ① 黒石市役所 福祉部 健康長寿課
〒036-0396 青森県黒石市大字市ノ町 11-1 電話(0172)52-2111
<http://www.net.pref.aomori.jp/kuroishi/>

事例12:青森地域

小学校での普及啓発活動Ⅰ「君は映画監督だ！」について

1. 本事業の目的・特徴

児童生徒のこころの健康はその後の人生の土台となる重要な課題であると指摘されている。しかし、近年、青少年の自殺の増加が目立つなか、児童を対象とした対策が少ない。いじめ等で自殺報道がされても注目されるのは一時的で、すぐ冷めてしまう現状がある。そこで本事業は児童に対する自殺対策活動のうち、自他の尊重や対人関係形成の促進に焦点を当てた。具体的なねらいは、①気持ちや考えを伝え合う・表現する経験を通して円滑な対人関係を作ること、②学校に対する肯定的感情を確認し、充実感や楽しさを味わう経験を通して学校生活の中での自尊感情を高めること、③友達と協力する経験を通して安心できる居場所をみつけることの3点とした。以上の目的を達成するために、「学校での好きな時間」を考え、それをもとに友達とともに映画を作ることを課題とした。「映画制作」は、①自発的な活動に繋がりがやすく好奇心・興味を喚起する、②協同作業が求められる、③映像を通して自己や他者を客観的に評価できる、④児童一人ひとりに役割が与えられる、⑤表現が多様で自由度が高い、⑥目標が明確、⑦作品として手元に残る、といったメリットが考えられるため取り上げた。

2. 自治体の概要

(黒石市の特徴)

黒石市は青森県の中央部に位置し豊かな自然と豊富な温泉に恵まれ、りんごと米の産地として古くから城下町として栄えてきた。「黒石よされ」や「黒石ねぶた祭り」等伝統的な祭りが地域のつながりを深めている。農産業が盛んな一方で高齢化が加速(H2年は14.1%、H20年は24.05%)しており農業従事者の後継者問題や地場産業の衰退等の問題に直面化している。

人口:37,783人(平成21年7月末日)



3. 事業の体制づくり

1)事業開始のきっかけや経緯

前年度中に事業案を作成、事業概要を介入地区小学校校長会の場で説明し参加募集を行った。そこで趣旨を理解し介入に賛同した小学校に対して、後日詳細の説明を行い協議した。

2)担当部署、他部署他機関との連携体制

介入が決定した小学校の6学年(対象学年)学年主任を窓口とし、黒石市実務担当保健師が細かい連絡調整を行った。撮影制作会社や協力スタッフとのやり取りは精神保健福祉センター実務担当者が行い、黒石市とセンターの実務担当者は随時進行状況を共有した。

3)事業の予算・経費(概算)

内訳	金額
人件費(児童介入スタッフとして)	210,000円
消耗費(児童冊子・名札等)	27,000円
印刷製本費(児童用冊子)	40,000円

雑役務費 カメラマン撮影・技術支援費 HDV・アンプ等賃貸費 贈呈用 DVD 制作・コピー費	600,000 円
	506,000 円
	504,000 円
	1,610,000 円
合 計	1,887,000 円

4)実施までの準備 等

- H20.3 事業計画(実務担当者レベル)／校長会で説明／介入小学校にて協議
- H20.4 介入小学校にて協議・顔合せ / 起案(依頼文・実施要項等作成)
- H20.5 作業手順、タイムスケジュール、準備物、役割分担等打ち合わせ
- H20.5 児童用冊子等作成→業者に校正印刷依頼
- H20.5 スタッフ用説明資料作成→スタッフに介入方法等説明
- H20.5 撮影業者・カメラマンと打ち合わせ
- H20.6～7 介入
- H20.7 終了後アンケート実施・評価のフィードバック

4. 実施状況

- 1)時期 平成 20 年 6～7 月 1 クラス 13 コマ×3 クラス(1 コマ 45 分)
- 2)対象 黒石市立 A 小学校 6 年生 94 名 5～6 名の男女混合グループ 18 組
- 3)実施内容

活動の流れ	授業単位	内容
①導入	1	① 講義「学校の好きな時間を考え、作品として形にする意味」 ② 個人作業「学校の好きな時間を考える」
②グループ活動 I「話し合い」	2	①「好きな時間」についてグループで意見交換 ② グループ名、映画題目の決定 ③ 映画のシナリオ、絵コンテ作成
③撮影準備	1	① カメラの使い方、撮り方のレクチャー ② 撮影体験
④グループ活動 II「撮影」	6	① グループで撮影
⑤上映会	2	① グループ別作品紹介 ②上映会 ③意見交換
⑥結び	1	② DVD 贈呈 ③ 講義「完成した DVD の使い方」「まとめ」



①導入「講話」



②活動の説明