

## 詳細編

## 国民一人一人の気づきと見守りを促す

な特徴となっている。具体的には、不眠の症状からうつ病の気づきを促す「睡眠キャンペーン」と、不眠が継続している働き盛り世代男性をかかりつけ医・産業医から必要に応じて精神科医へとつなげる「紹介システム」の2本の柱から成り立っている。

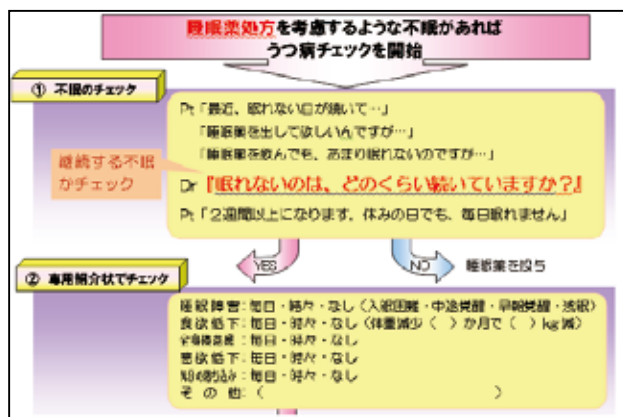
### <睡眠キャンペーン>

従来のうつ・自殺対策は、「うつ病」の直接的な啓発活動が中心となっていたが、うつ病を前面に出した施策では、「こころのバリア」が支障となり、特に働き盛り世代男性には受け入れられにくい課題があった。そのため、働き盛り世代男性の思考傾向を考慮し、うつ病の主症状である「不眠」を切り口とした「睡眠キャンペーン」を多様な媒体を活用し、推進している。

### <紹介システム>

一般的に、うつ病患者はうつ病に気づかず、内科等を受診していることが多く、また、ほとんどのかかりつけ医は睡眠薬を処方して、「不眠」への対応は行われている。このことから、一般外来や企業の診療所において、不眠を訴える中高年男性が来院したら、2週間以上継続する不眠を確認し、うつ病が疑われる人を専用紹介状を用いて精神科に紹介する「紹介システム」を構築した。紹介システムを利用することによって、優先的に予約が入る仕組みになっている。

### 睡眠キャンペーン



### 【事業実施に当たっての運営体制等】

平成 17 年度から「働き盛りのメンタルヘルス日本一をめざして」をスローガンに、精神保健福祉センター内で検討を重ね、富士市医師会、富士市、富士労働基準監督署、富士保健所等の関係機関と連絡調整を図りながら事業の実施を進めてきた。

### <睡眠キャンペーン>

精神保健福祉センターが事務局となり、富士市（健康対策課・障害福祉課）、富士労働基準監督署、富士保健所（福祉課・医療健康課）、県庁精神保健福祉担当課、司法書士で構成されている「うつ・自殺対策業務連絡会」（1 回/月）で、効果的な睡眠キャンペーンに向けて意見を出し合いながら推進してきた。平成 22 年度からは、富士市主催の「事業連絡会」として、継続されている。

### <紹介システム>

精神保健福祉センターが事務局となり、富士市医師会の協力の下、かかりつけ医（内科、外科、整形外科）5 名、地元精神科医 5 名の推薦を受け、紹介システム検討委員会を設立し、紹介基準、チェックリストの内容、紹介状・返信書の様式等の検討を重ね、紹介システム説明書を整備し実施に至っている。

### 【事業の成果】

### <睡眠キャンペーン>

①「富士市民意識調査」(平成19年度～21年度実施)からは、睡眠キャンペーンの認知度が上昇した。

- 1 対象：富士市内に住む30歳代から60歳の男女各800人、計1600人(無作為抽出)
- 2 調査方法：郵送による無記名自記式アンケート調査
- 3 調査時期：(H19年度)平成20年2月、(H20年度)平成21年2月、(H21年度)平成22年1月
- 4 回収数：(H19年度)842人、52.6%(H20年度)801人、50.1%(H21年度)720人、45.0%
- 5 主な結果：「睡眠キャンペーン」を知っているかは、(H19年度)96人(11.6%)→(H20年度)182人(22.7%)→(H21年度)333人(46.3%)と増加した。

②「睡眠とうつ病に関する県民意識調査」(平成21年度、23年度に実施)からは、睡眠キャンペーンの認知度が上昇した。

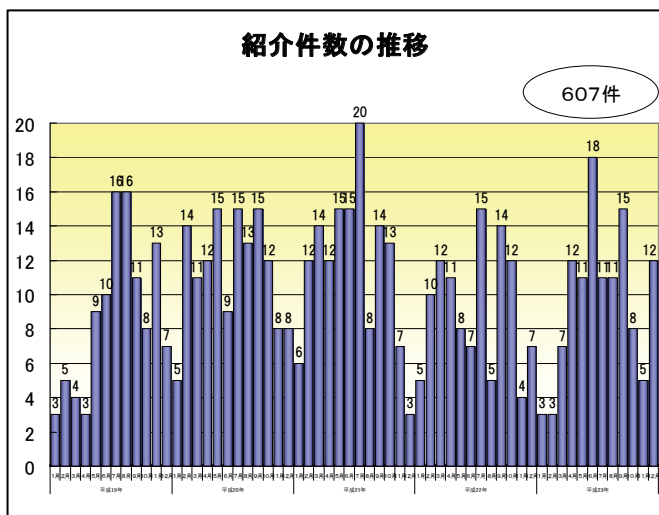
- 1 対象：20歳以上の県内居住者5,000人(無作為抽出)
- 2 調査方法：郵送による無記名自記式アンケート調査
- 3 調査時期：(H21年度)平成22年1～2月、(H23年度)平成23年11月
- 4 回収数：(H21年度)2,810人、56.2%(H23年度)2,818人、56.4%
- 5 主な結果：「睡眠キャンペーン」を知っているかは、(H21年度)22.7%→(H23年度)40.3%と増加した。

<紹介システム>

「紹介システム」の紹介件数について、平成19年1月から23年12月末までの5年間で、607件(月平均10.1件)の紹介があった。紹介患者の内訳は、男性が318人(52.4%)、女性が289人(48.6%)で、そのうち、「富士モデル事業」がターゲットとしている40～50歳代男性は、156人(25.7%)となっている。また、平成21年度に実施した富士市医師会への調査では、患者が不眠を訴えた場合、継続する不眠をチェックする医師の割合は、79.5%となっている。

紹介件数内訳 (H19～H23)

	男性	女性	計
10代	3	2	5
20代	30	22	52
30代	65	64	129
40代	82	43	125
50代	74	48	122
60代	29	57	86
70代	15	28	43
80代	2	10	12
不明	18	15	33
計	318	289	607



●工夫をした点、その他特筆すべき点

<睡眠キャンペーン>

ターゲットとなる働き盛り世代男性の訴求性を高めるために以下の工夫をした。

①不眠を切り口とした明快なメッセージ

「パパちゃんと寝てる?」、「2週間以上続く不眠は、うつのサイン」、「お医者さんに行かなくち

や！」

②「娘」から伝える

③多様な媒体の活用

また、従来うつ病を前面に出した施策では、「こころのバリア」が支障となり、特に働き盛り世代男性には受け入れられにくい課題があった。そのため、うつ自殺予防対策を前面に出すことなく、「睡眠」をキーワードとすることで、誰にでも理解されやすく、健康問題として様々な立場で取り組みやすくなっている。

<紹介システム>

多忙なかかりつけ医のうつ病への気づきを高め、また、精神科への紹介がスムーズに行われるよう、紹介システム説明書の他、様々な補助アイテム（フローチャートを記載した下敷き、専用紹介状、不眠チェック印など）を作成した。

- ・専用紹介状；チェック欄に丸をつけることにより、簡便にうつ病の大まかなスクリーニングを実施できるのと同時に、紹介状の作成も行える。
- ・不眠チェック印；専用紹介状のチェック欄を抜き出して印鑑にした物で、カルテや既存の紹介状に押印して活用できる。

紹介システムの取組を通して、かかりつけ医・産業医の「うつ病」に対する関心が高まり、さらには、かかりつけ医・産業医と精神科医の距離が縮まり、「顔の見える関係」になることで、信頼関係に基づく確実なやり取りがなされ、連携がスムーズに行えるようになることこそが、紹介システムの本質と考えている。

<その他>

長期にわたって睡眠薬が処方されているが効果が見られない人や、頻繁に市販の睡眠改善薬を購入する人に、医師とよく相談するよう薬剤師が声をかける取組を実施している。富士市内の薬局すべてが身近な相談窓口であり、薬剤師がゲートキーパーとなる取組である。

また、うつ病に起因する不眠を解消するために寝酒に頼る人の存在も想定されることから、酒販組合の協力により、啓発ポスターの掲示を小売酒屋に依頼したり、ステッカーを酒販店の配達用軽トラックに貼るなどの依頼をしている。

(問合せ先) 静岡県健康福祉部障害福祉課

TEL:054-221-2435

E-mail:seisin@pref.shizuoka.lg.jp

URL : <http://www.pref.shizuoka.jp//>