

## 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。